

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Producción de un material audiovisual para dar a conocer las actividades que realiza la asociación Camino Seguro dirigido a personas interesadas en realizar voluntariado.

Guatemala, Guatemala 2017

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Licenciado de Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

José Alfredo Montenegro Reyes.

No. de Carné: 09001308

Universidad Galileo.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (FACOM).

Marzo del 2016.

Autoridades:

Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño.

Vicerrectora, Dra. Mayra de Ramírez.

Vicerrector Administrativo,

Lic. Jean Paul Suger Castillo.

Secretario General, Lic. Jorge Retolaza.

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler,
Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación, M.s.C. Rualdo Anzueto.

Dedicatoria:

A Dios y a la Virgen, quienes con su bendición me hicieron luchar y no rendirme en el camino.

A mi papá Alfredo, mi mamá Ligia, quienes se esforzaron y lucharon junto conmigo para obtener este primer logro de vida.

A mis hermanos Rodrigo y Amada que son parte importante en los logros que iré obteniendo en el transcurso de mi vida.

A mis tíos y primos, que siempre me han mostrado su apoyo incondicional.

Y finalmente al baloncesto, que me ha enseñado a tener la fuerza, la disciplina y el deseo de dar siempre más de mí mismo.

Guatemala 19 de abril de 2013

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

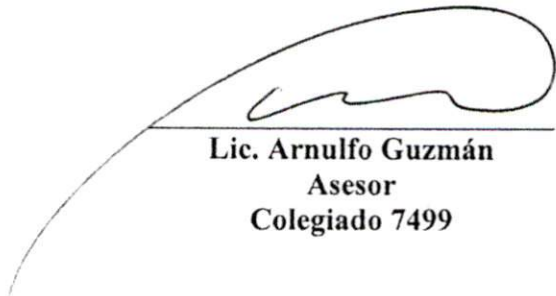
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
**PRODUCCIÓN DE UN MATERIAL AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER
LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN CAMINO SEGURO
DIRIGIDO A PERSONAS INTERESADAS EN REALIZAR VOLUNTARIADO.
GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Así mismo solicito que el Licenciado Arnulfo
Guzmán sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



José Alfredo Montenegro Reyes
09001308



Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor
Colegiado 7499



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 10 de mayo de 2013

Señor:
José Alfredo Montenegro Reyes
Presente

Estimado Señor Montenegro:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **PRODUCCIÓN DE UN MATERIAL AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN CAMINO SEGURO DIRIGIDO A PERSONAS INTERESADAS EN REALIZAR VOLUNTARIADO. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Así mismo, se aprueba al Lic. Arnulfo Guzmán, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 04 de mayo de 2017

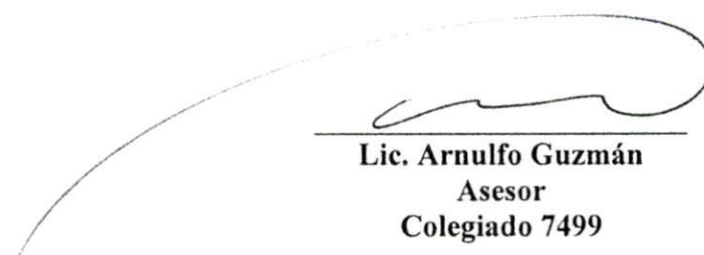
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN MATERIAL AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN CAMINO SEGURO DIRIGIDO A PERSONAS INTERESADAS EN REALIZAR VOLUNTARIADO. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Presentado por el estudiante: José Alfredo Montenegro Reyes, con número de carné: 09001308, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor
Colegiado 7499



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 29 de junio de 2017

Señor
José Alfredo Montenegro Reyes
Presente

Estimado Señor Montenegro:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 17 de enero 2017

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

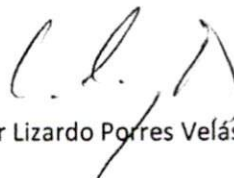
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **PRODUCCIÓN DE UN MATERIAL AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN CAMINO SEGURO DIRIGIDO A PERSONAS INTERESADAS EN REALIZAR VOLUNTARIADO. GUATEMALA, GUATEMALA 2017**, del estudiante José Alfredo Montenegro Reyes, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 19 de enero de 2018

Señor:
José Alfredo Montenegro Reyes
Presente

Estimado Señor Montenegro:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **PRODUCCIÓN DE UN MATERIAL AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN CAMINO SEGURO DIRIGIDO A PERSONAS INTERESADAS EN REALIZAR VOLUNTARIADO. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Presentado por el estudiante: José Alfredo Montenegro Reyes, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Sinopsis.

La asociación Camino Seguro no cuenta con material audiovisual, que dé a conocer las actividades que realiza a personas interesadas en realizar voluntariado.

Por lo que se planteó producir un material audiovisual para dar a conocer las actividades que realiza la Asociación Camino Seguro, dirigido a personas interesadas en realizar voluntariado.

La producción del material de apoyo audiovisual se llevó a cabo en las instalaciones de Camino Seguro, luego de investigar las actividades que realizan para apoyar a las familias y especialmente a los niños y jóvenes, grabarlas y editarlas. Promoviendo al grupo objetivo, a la conciencia y el deseo de ayudar a la asociación.

Se mostraron las actividades realizadas por el personal de Camino Seguro como voluntarios junto a colaboradores, y la aceptación especialmente de los jóvenes y niños beneficiados.

Se realizó una herramienta de validación técnica, en la que se encontró una problemática en el guión de la locución, la intención de la locución y el apoyo con textos requeridos por el cliente.

Como resultado, se realizaron los cambios adecuados, se editó el guión de la locución y la misma fue grabada nuevamente con un ritmo adecuado al mensaje que se quiere dar a entender al aumentar su calidad y facilita la recepción a las personas que deseen apoyar a la asociación Camino Seguro.

Contenido

- Capítulo I. 1
- 1.1 Introducción. 1
- Capítulo II. Problemática. 2
- 2.1 Contexto 2
- 2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño 2
- 2.3 Justificación 2
- 2.3.1 Magnitud 3
- 2.3.2 Vulnerabilidad 3
- 2.3.3 Trascendencia 3
- 2.3.4 Factibilidad 4
- 2.3.4.1 Recursos Humanos 4
- 2.3.4.2 Recursos Organizacionales 4
- 2.3.4.3 Recursos Económicos 4
- 2.3.4.4 Recursos Tecnológicos 4
- Capítulo III. Objetivos de diseño. 5
- 3.1 Objetivo General 5
- 3.2 Objetivos Específicos 5
- Capítulo IV. Marco de Referencia. 6
- 4.1 Información General del Cliente 6
- 4.2 Oportunidad Identificada 7
- 4.3 Grupo Objetivo 7
- 4.4 Logotipo 7
- 4.4.1 Datos del Logotipo 7
- 4.5 Organigrama de la Organización 8
- 4.5.1 Director Ejecutivo 8
- 4.5.2 Junta directiva 9
- 4.5.2.1 Richard V. Howe, Presidente - Milton, Massachusetts 9
- 4.5.2.2 Wayne Workman, Tesorero - Cedar, Michigan 9
- 4.5.2.3 Margaret Downing, Secretaria - Yarmouth, Maine 9
- 4.5.2.4 Xavier Andrade - Guatemala 9
- 4.5.2.5 Jacob Carter - Northampton, Massachusetts 10
- 4.5.2.6 Drew Casertano - Millbrook, New York 10

4.2.5.2.7 Jordan Denning - Yarmouth, Maine	10
4.2.5.2.8 Susan Egmont - Boston Massachusetts.....	10
4.2.5.2.9 John Gundersdorf - Portland, Maine.....	11
Capítulo V. Definición del Grupo Objetivo	12
5.1 Perfil Geográfico.....	12
5.2 Perfil Demográfico.....	13
5.3 Perfil Psicográfico	15
5.4 Perfil Conductual	15
Capítulo VI. Marco teórico.	16
6.1 Conceptos Fundamentales relacionados al producto o servicio	16
6.2 Conceptos fundamentales de comunicación y diseño	17
6.2.1 Conceptos de comunicación	17
6.2.1.2 Esquema de Comunicación	17
6.2.1.3 Funciones	17
6.2.1.4 Tipos de comunicación.....	18
6.2.2 Conceptos fundamentales del Diseño Gráfico	19
6.2.2.1 Definición de diseño.....	19
6.2.2.2 Definición de Diseño Gráfico:.....	19
6.2.2.3 Tipos de Diseño Grafico.....	20
6.2.2.4 Final Cut X.....	21
6.2.2.5 Guion	21
6.2.2.6 Storyboard.....	21
6.2.2.7 Tiros de cámara	22
6.2.2.8 Iluminación.....	23
6.2.2.9 Director de Fotografía	24
6.2.2.9 Story line	24
6.3 Ciencias auxiliares artes, teorías y tendencias.	25
6.3.1 Ciencias	25
6.3.1.1 Semiología	25
6.3.1.2 Semiología del discurso	25
6.3.1.2 Semiología de la imagen.....	25
6.3.1.2 Sociología	26
6.3.1.3 Antropología.....	26

6.3.1.4 Psicologías	27
6.3.1.5 Pedagogía	28
6.3.1.6 Andragogía	29
6.3.1.7 Cibernética	29
6.3.2 Artes	30
6.3.2.1 Artes tipográficas	30
6.3.2.2 Fotografía	31
6.3.2.3 Cinematografía	31
6.3.3 Teorías	32
6.3.3.1 Teoría del color	32
6.3.3.2 Teoría de la comunicación	32
6.3.3.3 Teoría de Gestalt	32
6.3.3.4 Teoría de la semiótica (Según Roland Barthes)	32
6.3.4 Tendencias	33
6.3.4.1 Tendencias del color 2014	33
6.3.4.2 Documental web	33
6.3.4.3 Long shadow	33
6.3.4.4 Super-geométrica	33
Capítulo VII. Proceso de diseño y propuesta preliminar.	34
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	34
7.1.1 Semiología	34
7.1.2 Sociología	34
7.1.3 Semiología de la imagen	34
7.1.4 Psicología de la comunicación	34
7.1.5 Psicología del consumidor	34
7.1.6 Psicología del color	35
7.1.7 Fotografía	35
7.1.8 Cinematografía	35
7.1.9 Semiología del discurso	35
7.2 Conceptualización	36
7.2.1 Método	36
7.2.1.1 Producción audiovisual	36
7.2.1.2 Preproducción	36

7.2.1.3 El guion.....	36
7.2.1.4 Búsqueda de locaciones	36
7.2.1.3 Guion técnico	36
7.2.2 Definición del concepto.....	36
7.2.3 Lista de palabras asociadas	37
7.3 Bocetaje.....	38
7.3.1 Bocetaje de dibujo natural 1/6.....	38
7.3.2 Selección de locaciones y entrevistas (Pre-producción)	44
7.3.2.1 Forma de imágenes (Producción).....	44
7.3.2.2 Post Producción.....	46
7.3.2.1 Producción 1/4	50
7.3.2 Guion de locución.....	54
7.4.1 Propuesta preliminar.....	55
Capitulo VIII. Validación de técnica.	61
8.1 Población y Muestreo	61
8.2 Método e instrumentos	61
8.2.1 Enfoque Cuantitativo	61
8.2.5.1. La encuesta.....	62
8.3 Resultados e interpretación de resultados.	66
8.4 Cambios en base a los resultados.	74
8.4.1 Locución.	74
8.4.2 Agregar texto de ayuda en el video.....	74
Capítulo IX. Propuesta gráfica final.	75
9.1 Camino Seguro - Guión.....	75
9.2 Guión final.	76
Capitulo X. Producción, reproducción y distribución.	81
10.1 Plan de costos de elaboración.....	81
10.2 Plan de costos de producción.....	82
10.3 Plan de costos reproducción.	82
10.4 Plan de costos de distribución.....	82
10.5 Cuadro con resumen general de costos.	83
Capítulo XI. Conclusiones y recomendaciones.	84
Capítulo XII. Conocimiento general.....	85

12.1 Infografía.....	86
Capítulo XIII. Referencias.....	87
Capítulo XIV. Anexos.....	89
Anexo 1. Validadores.....	89
Anexo 2. Datos de la encuesta.....	90
Anexo 3. Tabla completa de NSE.....	91

Capitulo I



Capítulo I.

1.1 Introducción.

La asociación Camino Seguro no contaba la producción de documental para motivar al voluntariado, que genera la intención de ayudar y comunicar e informar, y llegar a una forma directa a los jóvenes adultos que desean colaborar con la asociación.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Producir un material documental para motivar el voluntariado de la asociación Camino Seguro.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por expertos en la producción de material audiovisual y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue la producción de material audiovisual para motivar al voluntariado, que genera la intención de ayudar y permita comunicar e informar; y llegar de forma directa a los diferentes jóvenes adultos que desean colaborar con la asociación Camino Seguro.

Se recomendó realizar un proceso de comunicación más adecuado del material audiovisual para generar de una forma más adecuada y formal la motivación para colaborar con la asociación Camino Seguro.

Capítulo II



Capítulo II. Problemática.

La asociación Camino Seguro es una asociación sin fines de lucro que brinda esperanza, educación y oportunidades.

Fundada en el año 1999 Hanley Denning que venía a estudiar español a Guatemala. En ese tiempo se encontró con la realidad que viven las personas que viven en la comunidad del relleno sanitario. Viendo a niños y adultos trabajar en un ambiente tóxico, Hanley inmediatamente vendió las pertenencias que llevaba en el viaje para empezar a ayudar, especialmente a los niños de la comunidad. Lamentablemente Hanley murió en el 2007 en un accidente automovilístico.

La visión de Hanley sigue ayudando a muchas más familias en la actualidad, con un promedio de 600 niños y jóvenes, y cerca de 300 familias. Camino Seguro recibe ayuda de diferentes entidades, pero para un proyecto como este, toda la ayuda que se pueda brindar es siempre muy bien recibida, por lo que con un audiovisual ayudará a crear conciencia y dará a conocer en un corto tiempo a Camino Seguro.

2.1 Contexto

La asociación Camino Seguro, que nace en el año 1999, es un refugio para los niños que se encuentran en situaciones graves marcadas por maltrato, abandono y la pobreza extrema, en las que se les brinda educación, alfabetización y nutrición. Carecen de un material audiovisual.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

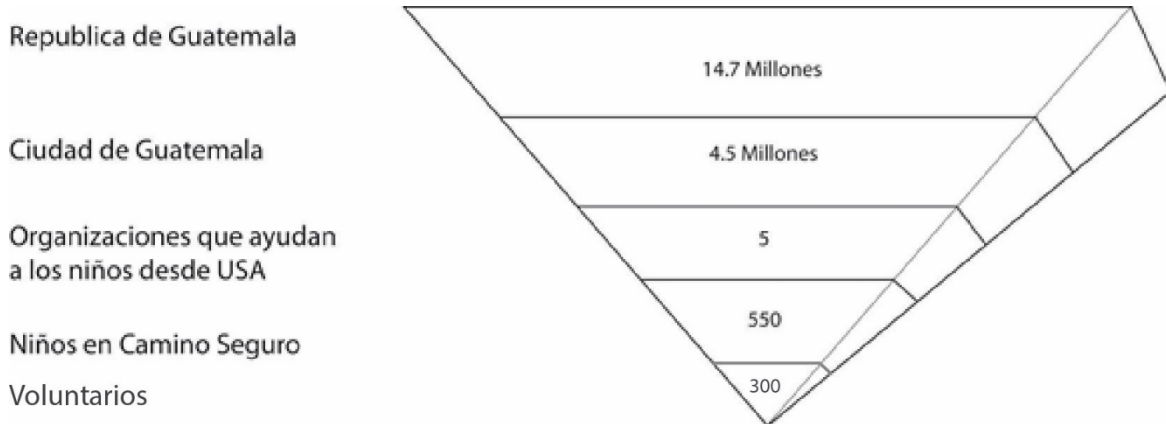
La asociación Camino Seguro no cuenta con material audiovisual, que dé a conocer las actividades a personas interesadas en realizar voluntariado.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del comunicador, se justifica la propuesta del material audiovisual a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

2.3.1 Magnitud

Guatemala cuenta con 14,713,763. Tiene 22 departamentos. En la Ciudad de Guatemala habitan aproximadamente 4,500,000 habitantes. Donde existen aproximadamente 5 organizaciones no lucrativas, con el objetivo de ayudar a las personas del relleno sanitario de la zona 3. Actualmente se educan y ayudan a 500 niños dentro de la asociación. Físicamente esta se convierte en una manera de captar la atención de más personas que quieran colaborar con la organización de cualquier forma y despertar la atención del público que quizás nunca había mostrado interés en formar parte en organizaciones de lucro.



2.3.2 Vulnerabilidad

Camino Seguro al no poseer un material audiovisual que motive al voluntariado a personas interesadas en colaborar monetaria o físicamente, puede en que el público guatemalteco con la capacidad y entusiasmo de ayudar, no conozca la obra social que se realiza. La importancia de darse a conocer, es lograr la colaboración de más voluntarios y donaciones para la organización.

2.3.3 Trascendencia

Al contar con el material audiovisual se da a conocer las actividades que realizan a las personas y la experiencia positiva de las personas que se benefician de la asociación y motivar a las personas a colaborar en ese servicio.

Dar un vistazo a los lugares de trabajo en las que se encuentran los beneficiados de la organización, con fines de concientizar y lograr despertar el interés del público en general.

Y mostrar los éxitos que se han logrado, gracias a la trayectoria recorrida.

2.3.4 Factibilidad

La creación de un material audiovisual para la asociación “Camino Seguro”, es factible por contar con los siguientes recursos:

2.3.4.1 Recursos Humanos

La organización cuenta con el factor humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo, funcionamiento de los demás recursos, lo que da la posibilidad de desarrollar las funciones que desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales

Los ejecutivos de la organización autorizan al comunicador diseñador para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos

La organización cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos

La organización cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Los recursos del estudiante: “El comunicador diseñador” cuenta con:

- Una cámara SLR marca Canon modelo T3i, con capacidad de tomar video y de intercambiar lentes.
- Un trípode
- Dos memorias de 16 gigas
- Dos baterías
- Una iMac con procesador Intel Core i3, 4gb de ram con Final Cut Pro X
- Un disco duro de un terabyte

Capítulo III



Capítulo III. Objetivos de diseño.

3.1 Objetivo General

Producir un material audiovisual para dar a conocer las actividades que realiza la Asociación Camino Seguro, dirigido a personas interesadas en realizar voluntariado.

3.2 Objetivos Específicos

3.2.1 Investigar acerca de materiales audiovisuales, documentales sobre organizaciones no gubernamentales de otros países y con ello elaborar el vídeo con ayuda de las referencias técnicas y de contenido.

3.2.2 Recopilar información general y específica de la organización, a fin de tener una mejor perspectiva acerca de las diferentes situaciones en las que se encuentran los voluntarios, los beneficiarios y las diferentes condiciones de vida.

3.2.3 Fotografiar y capturar los diferentes escenarios de los diferentes lugares en los que estas personas conviven y se ven beneficiados.

3.2.4 Establecer un límite ético profesional, para reconocer qué tomas y fotografías sean parte del trabajo, sin la intención de mostrar morbo en el mismo.

Capítulo IV



Capítulo IV. Marco de Referencia.

4.1 Información General del Cliente

Hanley Denning llegó a Guatemala en 1997 para estudiar español, nunca imaginó que iba a quedarse. Enseñaba en Carolina del Norte, después de recibir su título de maestría en educación de Wheelock College. Se frustraba por su incapacidad de comunicarse con sus alumnos hispanohablantes. Al llegar en Guatemala, Hanley empezó a trabajar como voluntaria en los pequeños pueblos cerca de Antigua para mejorar su español. Un año se extendió a dos. Precisamente mientras Hanley se preparaba para regresar a los Estados Unidos en 1999, su buena amiga Regina Palacios le pidió que la acompañara en una visita a los barrios juntos al basurero de la Ciudad de Guatemala.

Aquella visita cambió la vida de Hanley, y las vidas de miles de personas en Guatemala y alrededor del mundo. Desde que se graduó de Bowdoin College en 1992, Hanley había trabajado sin desansar a favor de los niños en situaciones de riesgo. Sin embargo, la realidad que enfrentan los niños del basurero era algo que ella nunca había visto anteriormente. Sabía que tenía que hacer algo.

Esa misma semana que visitó el basurero, Hanley vendió su computadora y su carro en Maine. Juntando algunos ahorros suyos con lo que salió de la venta, ella abrió las puertas de Safe Passage (conocido en español como “Camino Seguro”) al inscribirse a 40 de los niños más pobres de Guatemala en la escuela. Esos niños no podían pagar los libros, materiales escolares y cuotas de inscripción requeridos por las escuelas públicas. A este primer grupo se les aportan tutores, una merienda saludable, y el cuidado y la atención que tanto necesitaban. Otros 70 niños participan en un programa cuando no estaban trabajando en el basurero.

Hanley Denning empezó Camino Seguro en 1999. Después de ver a los niños trabajar en el basurero tóxico de la Ciudad de Guatemala, ella sabía que urgía actuar. Esos niños necesitaban, por lo menos, una oportunidad de estar en la escuela.

En los próximos años creció el programa original de Hanley. Gracias al compromiso y la ambición del equipo educativo, de los miembros de la comunidad, de los voluntarios y de los simpatizantes internacionales, el programa de refuerzo educativo encontró un nuevo hogar en un edificio seguro y bello. Allí se establecieron un centro de educación infantil y un programa de alfabetización para adultos. El 18 de enero de 2007, Hanley murió en un trágico accidente de automóvil en Guatemala. Sin embargo, a través de sus admiradores, y los voluntarios y empleados dedicados de Camino Seguro, su visión continúa hoy, más fuerte que nunca. Hoy en día, Camino Seguro proporciona a aproximadamente 550 niños con educación, servicios sociales, y la oportunidad para ir más allá de la pobreza que sus familias se han enfrentado durante generaciones.

Camino Seguro es un refugio para los niños que se encuentran en situaciones graves marcadas por maltrato, abandono y la pobreza extrema. La historia de Hanley nos recuerda el poder de la visión de una persona para hacer una diferencia. Los niños en el cuidado de Camino Seguro nos recuerdan que hay mucho que esperar.

4.2 Oportunidad Identificada

Conociendo el propósito de la asociación, comparti con voluntarios de la misma ellos comentaban que carecían del material audiovisual, por recientes actividades que acaban de realizar Camino Seguro. Siendo una ONG tan comprometida y apoyada muchas veces por donaciones de otras externas y voluntariado, podrían darse a conocer aún más, y así recibir mucho más apoyo, con el audiovisual pueden darse a conocer experiencias de las personas que apasionadamente trabajan aquí por los niños del basurero de la zona 3, inclusive el material podría llegar a ser visto por personas fuera del país.

4.3 Grupo Objetivo

El audiovisual va dirigido a personas mayores de 18 a 50 años, interesadas en conocer y colaborar monetaria o físicamente.

4.4 Logotipo

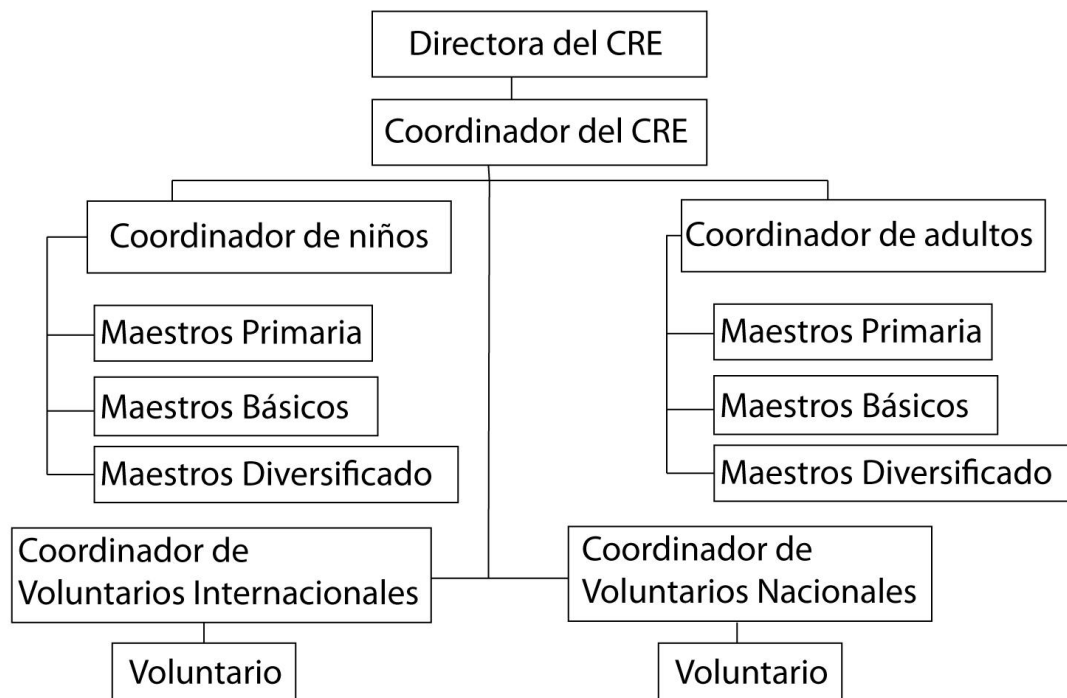


4.4.1 Datos del Logotipo

El logotipo de Camino Seguro hace uso de un color aplicado en el logotipo, dependiendo donde sea plasmado en color claro. Se utiliza a una línea realizando de forma minimalista, con la forma de la entrada a un camino que simboliza la organización.

Se puede ver que está escrito el nombre de Camino Seguro en dos idiomas que de esta manera se dirige a los jóvenes con la opción de ser voluntarios en este programa.

4.5 Organigrama de la Organización



4.5.1 Director Ejecutivo

Richard Shmaltz fue nombrado como Director Ejecutivo de Camino Seguro a finales de diciembre de 2010. Inició en Guatemala el 5 de enero de 2011. Richard es originario de Ontario, Canadá, país en donde ha acumulado una experiencia profesional impresionante de liderazgo y como administrador de colegios de nivel primario, escuela-intermedia y secundaria. Como un administrador, él ha demostrado la capacidad de encaminar exitosamente estas instituciones, a pesar de enfrentar retos significativos.

Richard ha estado involucrado con Camino Seguro desde hace mucho tiempo. El y su esposa ha trabajado muy de cerca con la difunta fundadora, Hanley Denning y han jugado un gran papel como asesores para el Centro de Estimulación Temprana. La pareja desarrolló un currículo educativo muy rico integral que Camino Seguro ha implementado en las clases de nuestra Guardería por años. Desde la implementación de este modelo en Camino Seguro, Richard ha continuado ayudando en su operación: como experto al asesor a nuestros administradores, proveer capacitación constante a maestros, donando útiles, construir muebles, y recaudar fondos para asegurar la duración del programa.

4.5.2 Junta directiva

4.5.2.1 Richard V. Howe, Presidente - Milton, Massachusetts

Richard V. Howe, Analista Financiero Público, retirado en el 2011 de una larga y exitosa carrera como director institucional de cartera de acciones ordinarias. Él estaba recientemente asociado con la Dirección Polaris Capital en Boston y anteriormente estuvo como Jefe de la dirección Freedom Capital también en Boston. Asistente de Profesor de Finanzas en la Facultad de Boston. Rich sirvió como Tesorero de la Sociedad SWAN en Boston, una fundación que sirve las necesidades las mujeres de la tercera edad.

4.2.5.2.2 Wayne Workman, Tesorero - Cedar, Michigan

Wayne Workman, Director Ejecutivo del grupo de Finanzas Públicas de RW Baird, un negocio propio privado de manejo de posesiones materiales, mercado capital, manejo de activos y agencia de patrimonio privado. Wayne ha trabajado en el sector público de finanzas por 32 años y también pasó 10 años en el gobierno de estado en Michigan como consultor financiero para la Comisión Financiera Municipal del Estado y como auditor con el Departamento de Transportes de Michigan. Wayne se ganó su grado de licenciatura en Ciencias de la Universidad del Oeste de Michigan y sirvió en la Junta de numerosas organizaciones cívicas. Adicionalmente a servir como tesorero de la junta, Wayne es un miembro activo de los Amigos de Great Lakes de Camino Seguro y patrocinador de un niño.

4.2.5.2.3 Margaret Downing, Secretaria - Yarmouth, Maine

Margaret Downing es una abogada y ex – ejecutiva de una compañía de seguros. Ella es presidenta de Margaret Downing y Asociados, una compañía consultora. Ha servido en numerosas Juntas en el campo de educación secundaria, ciencia y tecnología y servicios juveniles entre otros. Actualmente, a su trabajo como miembro de la Junta de Camino Seguro, ella es la presidenta de Yarmouth Vivienda de Ancianos y da tutoría a inmigrantes para su examen de ciudadanía.

4.2.5.2.4 Xavier Andrade - Guatemala

Susan Attermeier - Hillsborough, North Carolina

SusanAttermeier es propietaria de Terapia Física Pediátrica Incorporada, en Hillsborough, Carolina del Norte y tiene un Doctorado en Educación Especial de la Universidad de Carolina del Norte, Chapel Hill. Su carrera en rehabilitación y terapia física abarca más de 40 años e incluye haber escrito el Currículum de Carolina para preescolares con Necesidades Especiales en 1991 y sostener un profesorado en UNC, Chapel Hill. Como voluntaria con Camino Seguro, Attermeier ayudó a fundar el programa de Alfabetización para Adultos y ayuda a dirigir Amigos de Carolina del Norte de Camino Seguro.

4.2.5.2.5 Jacob Carter - Northampton, Massachusetts

Jacob Carter fundó la biblioteca de Camino Seguro en el 2004 como voluntario y sirvió como Coordinador voluntario de proyectos hasta el 2006. Jacob después sirvió como Director de Campo de Entendimiento para la Juventud USA, antes de completar su título de Máster de Educación en Educación Internacional. Jacob actualmente trabaja en la Universidad de Massachusetts Amherst como Consejero de Educación en el Extranjero y es Presidente de Amigos de Boston de Camino Seguro.

4.2.5.2.6 Drew Casertano - Millbrook, New York

Drew Casertano ha sido Maestro Principal de la Escuela Millbrook, escuela mixta secundaria en Millbrook, New York desde 1990. Él trajo un equipo de servicio de la escuela para enseñar lacrosse a los niños de Camino Seguro en Marzo 2006 cuando conoció a Hanley y quedó hechizado. Millbrook fue afortunado y honrado de tener a Hanley como oradora principal en mayo 2006. Drew ha regresado con un equipo de servicio cada año desde entonces.

4.2.5.2.7 Jordan Denning - Yarmouth, Maine

Jordan es hermano de Hanley Denning fundadora de Camino Seguro, es un abogado y emprendedor con 15 años de experiencia en práctica legal privada e interna, educación, deportes, venta al por menor y mercadeo.

Jordan es activo en su comunidad y sirve en la Junta Directiva de Camino Seguro, la Junta Consejera de la Escuela Comunitaria y en la Directiva del Instituto de Maine (Director, Sealfit). Él es un Consejero Especial en el Instituto de Desempeño de Pacientes, LLC. Adicionalmente a su trabajo con el equipo del Instituto, está involucrado en el desarrollo de una empresa enfocada en la dirección de deportes y desempeño. Sostiene una licenciatura de la Facultad Hobart y asignatura compartida JD/Máster de Propiedad Intelectual de la Universidad de New Hampshire Escuela de Leyes.

4.2.5.2.8 Susan Egmont - Boston Massachusetts

Susan Egmont es Directora de Egmont Asociados, una firma ejecutiva nacional de servicio completo para corporaciones no lucrativas, fundaciones y centros académicos con intereses no lucrativos. Sus clientes incluyen organizaciones de servicios humanos, educación, el ambiente, humanitarismo, y las artes. Su trabajo incluye investigación completa ejecutiva, dirección de planificación transitiva y entrenamiento. Ella es coautora de Manejo de Liderazgo Hace la Transición para Organizaciones No Lucrativas: Pasar la Antorcha para Sostener Excelencia Organizacional. Susan fue anteriormente Subdirectora del Consejo de la Industria Privada de Boston, Directora Ejecutiva de la fundación Blue Cross & Blue Shield de Massachusetts y Directora Asociada del Banco de Alimentos Comunitarios de Atlanta. Sostiene un Máster en Administración de Empresas de la Universidad Emory y fue fundadora de la Alianza para la Dirección no Lucrativa y la Cadena no Lucrativa de Massachusetts, una asociación a nivel estatal de no lucrativas.

4.2.5.2.9 John Gundersdorf - Portland, Maine

Cuando la fundadora de Camino Seguro, Hanley Denning falleció en un accidente automovilístico en el 2007, John Gundersdorf, quien recientemente se había retirado, se voluntario para servir como Director de Desarrollo interino y ayudó a Camino Seguro durante sus tiempos más difíciles. John ha servido como Director Ejecutivo o Jefe Oficial de Desarrollo de muchas United Ways, organizaciones de servicio social y fundaciones de educación superior. John sostiene un Máster en Administración Pública y ha trabajado como consultor no lucrativo. En 2010 sirvió por cinco meses como Director Ejecutivo Interino de Camino Seguro (un puesto sin pago) y más reciente se voluntario como Tesorero de la organización. También ha escrito varios artículos y libros de finanzas no lucrativas, planeamiento y evaluación.

Capítulo V



Capítulo V. Definición del Grupo Objetivo.

El grupo objetivo está conformado por mujeres y hombres que residen en la ciudad capital de Guatemala. De 18 a 35 edad, nivel socioeconómico C+ y C, que creen en la ayuda humanitaria y son receptivos a producciones audiovisuales.

5.1 Perfil Geográfico

El grupo objetivo reside en la ciudad capital de Guatemala, esta región cuenta con más de 4 millones de habitantes. Se encuentra situado en la región metropolitana, su cabecera departamental es Guatemala, limita al Norte con el departamento de Baja Verapaz, al Sur con el departamento de Escuintla y Santa Rosa; y al Este con los departamentos de El Progreso, Jalapa y Santa Rosa; y al Oeste con los departamentos de Sacatepéquez y Chimaltenango. Se ubica en una latitud de 14°38'29" y longitud 90°30'47", y cuenta con una extensión territorial de 2,253 kilómetros cuadrados. Cuenta con un clima tropical y se presentan únicamente las estaciones de verano e invierno.

La capital está organizada por 21 zonas, que se organizan en forma de caracol a partir del punto 0, ubicado al pie del Palacio Nacional ubicado en la zona 1. Las calles en las que se ordena la ciudad están constituidas por avenidas, calles y calzadas, permitiendo ubicar a Camino Seguro en la zona 3 de la ciudad capital.

5.2 Perfil Demográfico

El nivel socioeconómico en el que se encuentra el grupo C+ y C son personas que asisten como voluntarios

CARACTERÍSTICAS	NIVEL C+	NIVEL C
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,
DESEMPEÑO	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente
INGRESO MENSUAL	Piso Q20 mil	Q12 mil
VIVIENDA	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos
OTRAS PROPIEDADES	Sitios/terrenos interior por herencias	
PERSONAL DE SERVICIOS	Por día	Por día, eventual
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal
POSESIONES	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro
BIENES DE COMODIDAD	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomésticos básicos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos
DIVERSIÓN	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,

SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local
--	---	--

5.3 Perfil Psicográfico

El grupo objetivo cree en Dios, en el amor, en que la familia es la base de la sociedad y debe velar por la educación y la superación de los niños, siendo ellos el futuro de la sociedad, en la ayuda humanitaria, es consciente de la realidad de cada individuo por lo que es empático, tiene el deseo de cumplir con su deber social, es mentalmente saludable. Cree en que una persona puede ser la diferencia, cree en la justicia, en el trabajo duro, la superación personal y el romper paradigmas.

5.4 Perfil Conductual

El material audiovisual es la manera más directa de llegar a las personas que tienen una creencia familiar y de poder aportar hacia una mejora dentro de la gente de muy bajos recursos. Permiten captar la atención de una forma más rápida y así lograr que se unan a la causa de la Asociación.

Capítulo VI



Capítulo VI. Marco teórico.

6.1 Conceptos Fundamentales relacionados al producto o servicio

6.1.1 Organización: Acción y efecto de organizar u organizarse. (Real Academia Española, s.f.)

6.1.2 Gubernamental: Perteneiente o relativo al gobierno del Estado. Partidario del gobierno o favorecedor del principio de autoridad. Partidario del Gobierno en caso de discordia o guerra civil. (Real Academia Española, s.f.)

6.1.3 Documental: Dicho de una película cinematográfica o de un programa televisivo: Que representa, con carácter informativo o didáctico, hechos, escenas, experimentos, etc., tomados de la realidad. (Real Academia Española, s.f.)

6.1.4 ONG: Organización de iniciativa social, independiente de la administración pública, que se dedica a actividades humanitarias, sin fines lucrativos. (Real Academia Española, s.f.)

6.1.5. Producción: Es el tiempo donde se determina cuáles son los medios y personas necesarios para elaborar un producto audiovisual, se distribuye las tareas entre los diversos equipos intentando reducir los imprevistos al máximo. (Real Academia Española, s.f.)

6.1.6. Material: Es el registro que se realiza con la cámara de los lugares y acciones que se dará a conocer en el audiovisual antes de ser editadas y retocadas. (Real Academia Española, s.f.)

6.1.7. Audiovisual: Es un adjetivo que hace referencia conjuntamente al oído y a la vista. El contenido audiovisual, emplea ambos sentidos a la vez. El término también puede emplearse como sustantivo. (Real Academia Española, s.f.)

6.1.8. Motivación: Impulso que tiene el ser humano de satisfacer sus necesidades. (Real Academia Española, s.f.)

6.1.9. Voluntariado: Dictado por la voluntad: Acto voluntario. Hecho por propia voluntad y no por obligación o fuerza. Persona que se presta voluntariamente a realizar un acto. Particularmente, hombre que se presta a realizar el servicio militar sin estar obligado a ello y antes de ser llamado. (Real Academia Española, s.f.)

6.1.10. Organización: Conjunto de los asociados para un mismo fin. Este conjunto puede formar una persona jurídica. El concepto de asociación se utiliza para mencionar a una entidad sin ánimo de lucro y gestionada de manera democrática por sus socios, con el propósito de desarrollar actividades comerciales destinando el beneficio a la obra social. (Real Academia Española, s.f.)

6.1.11. Persona: Supuesto o individuo de naturaleza racional, que es autónoma, independiente y suficiente, en el nivel ontológico, para ser. Consta con dos facultades: conocimiento y voluntad, que significa ser consciente, libre y responsable. (Instituto Tecnológico de Tijuana, s.f.)

6.2.1.4 Tipos de comunicación

a. Comunicación Literaria

Según la teoría del texto literario de Teun A. van Dijk, no solo el texto literario es importante si no que la producción (interpretación) de dicho texto son acciones sociales.

Un texto con ciertas propiedades funcione o no como un texto literario, depende de convenciones que pueden variar con el tiempo y la cultura. Así ciertas estructuras narrativas pueden caracterizar tanto una novela literaria como un relato literario; ciertas estructuras métricas han podido aparecer tanto en textos literarios como no literarios, ciertos procedimientos específicos (por ejemplo, “retóricos”) son propios tanto de la poesía como de los anuncios publicitarios, etc. Por consiguiente, no sólo las estructuras de texto en sí determinan si un texto es o no literario, sino también las estructuras específicas de los respectivos contextos de comunicación.

b. Comunicación Gráfica

Según María Acaso, en su definición de comunicación gráfica se debe combinar la comunicación la creatividad para que el mensaje sea estético, pero sin caer en la creación del arte, pues el objetivo es comunicar “el contenido puede dominar la forma, pero la forma nunca debe dominar al contenido” y “la impresión es el medio por el cual se producen las imágenes visuales para la comunicación masiva”. (Acaso, 2010, p.24)

c. Comunicación Audiovisual

Según Eugenio Vega, el término empieza a utilizarse en Estados Unidos, tras la aparición del cine sonoro. En Francia, durante la década de los cincuenta, la expresión empieza a ser usada para referirse a técnicas de difusión simultáneas. A partir de entonces el concepto de amplía y el término se sustantiva.

El término audiovisual significa la integración e interrelación plena entre lo auditivo y lo visual para producir una nueva realidad o lenguaje, la percepción es simultánea. Se crean así nuevas realidades sensoriales mediante ciertos mecanismos:

- La armonía en el que cada sonido le corresponde una imagen.
- Complementariedad; lo que no aporta uno lo aporta el otro.
- El refuerzo de los significados sonoros y visuales que invitan a un mismo propósito.
- El contraste entre ambos que determina el significado del contraste entre ambos.

En un audiovisual la realidad se percibe acotando la imagen y el sonido. El lenguaje audiovisual tiene como principal característica la multiplicidad de sus códigos. Algunos son específicos, como los que se derivan del montaje, pero otros provienen de formas de comunicación anteriores como el lenguaje verbal y escrito, la gestualidad corporal o la música. El cine no es la realidad sino el producto de ciertas convenciones basadas en los condicionamientos del sistema perceptivo y de la cultura.

6.2.2 Conceptos fundamentales del Diseño Gráfico

6.2.2.1 Definición de diseño

a.- Gabriel Simón Sol

“Las definiciones de diseño disponibles son variadas, complejas, contradictorias y se encuentran en un estado de movimiento permanente. Sin embargo, la mayoría estaría de acuerdo que el concepto diseño está determinado culturalmente por las fuerzas externas que lo han formado y por los contextos dentro de que se ha manifestado, así como por las numerosas caras que ha presentado al mundo.”

b.- Penny Sparke (1986)

“Todo parece indicar que uno de los pasatiempos preferidos en la teoría del diseño, es dar una nueva definición de diseño... esta es una labor constante y no tanto porque el diseño cambie por se. En realidad, se debe a la liga que esta disciplina tiene con las empresas, las tecnologías y los usuarios y estos tres actores están en cambio constante. Poner la definición de diseño en un estado constante de auto-actualización puede ser importante, pero deberíamos volver los ojos hacia cómo pensamos. El estudio del modo de pensamiento particular al diseño, nos puede dar una base sólida, permanente... desde la que podemos continuar preguntándonos ¿qué es diseño?”

6.2.2.2 Definición de Diseño Gráfico:

a.- Jorge Frascara

“Diseño gráfico desborda la suma de sus significados individuales y pasan a ser el nombre de una profesión visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en generales por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados”

b.- Juanma Teixidó

“Design is to make a synthesis of Needs + Information + Colors in order to create something Greater than the Sum of its Parts. (and you can take that to the banks).”

“El diseño es cuando tomas una síntesis de necesidad + información + colores para crear algo que sea más que la suma de sus partes (y luego puedes tomar eso de los bancos)”

6.2.2.3 Tipos de Diseño Grafico

a.- Diseño de la información

Arte y ciencia de preparar la información, para ser usada por las personas con eficacia.

Según Frascara, el diseño de la información consiste en dos aspectos:

- La organización de la información (contenido).
- La planificación de su presentación visual (diagramación). Esto requiere una organización y presentación de manera verbal y no verbal.

b.- Diseño Editorial

Rama del diseño de información especializada en el área de los impresos gráficos (libros, revistas, folletos, etc.)

c.- Diseño Fotográfico

También conocido como "fotodiseño" y que tiene que ver con la creación de imágenes mediante medios filmicos (fotografía y cine, más que nada).

6.2.2.4 Final Cut X

Programa de Apple creado para edición de video.

6.2.2.5 Guión

El guión es el relato escrito de lo que va a suceder en la película. Es algo muy sencillo y con un cierto parecido a una novela. Se desarrolla completamente un argumento teniendo en cuenta que todo hay que filmarlo, grabarlo y montarlo. El guión son los diálogos, las escenas, las secuencias, y una descripción minuciosa y pormenorizada de lo que los actores hacen en escena. El guion es el «montaje en borrador» de una película. Es muy importante que un escritor de guiones sepa de cine, de montaje, de los entresijos del rodaje, de la dificultad de realizar determinados efectos y que tenga idea de lo que cuesta económicamente realizar una película. En definitiva, que sepa lo que se puede y lo que no se puede hacer en el cine.

6.2.2.6 Storyboard

El storyboard es contar una historia con pocas imágenes secuenciadas y acompañadas de textos. Pero la historia no es completa, es sólo una guía para la realización de una película. Existen varias formas de construir los storyboards, pero, usualmente, incluyen los planos, personajes en el rodaje, la duración del rodaje y breve recuento de lo que está sucediendo en la toma.

El storyboard está basado en el guion, detallar las líneas principales de la película, tomar las decisiones donde había dudas y calcular la duración de cada escena. El artista de storyboard trabaja bajo la dirección del guion, el director y/o el productor. El director tomará como guía al storyboard, pero en el proceso de producción, lo más probable es que lo desglose y segmento sin seguir el orden lógico de la trama.

José Antonio Giménez Blesa, en el artículo “Guiones virtuales: el fin del Storyboard” afirma que con los softwares informáticos que permiten generar imágenes sintéticas en movimiento y decorados virtuales, en forma muy sencilla, “sin duda que el storyboard ha muerto desde que con un poco de habilidad y paciencia se puede acceder a este mundo desde un PC”. De acuerdo al uso que se le dará, el storyboard toma diferentes formas: en publicidad es más general, mientras que, en cine, es más técnico y que funcione para todos los que están trabajando en la producción. Algunas productoras trabajan con imágenes a color, otras en blanco y negro y, a veces, se realizan simples bocetos. Esta práctica no tiene límites: podrán encontrar storyboards con fotos o con imágenes bajadas de la web.

6.2.2.7 Tiros de cámara

Los movimientos de cámara son otros de los elementos que hacen al cine. Hay muchísimas formas de mover la cámara y así seguir la acción que queremos mostrar u ocultar.

a.-Panorámica:

Es la rotación de la cámara sobre su propio eje (horizontal, vertical o diagonal). Las panorámicas se suelen hacer apoyada la cámara sobre la cabeza del trípode, pero en ocasiones se ven algunas hechas a mano, mucho más inestables. Éstas pueden ser descriptivas (una panorámica sobre un espacio o personaje); de acompañamiento (siguiendo a un elemento en movimiento); o de relación (asociando a más de un personaje). La panorámica realizada tan rápida como para emborronar la imagen se denomina barrido y se utiliza como recurso estilístico.

Los movimientos panorámicos pueden describir un lugar estático o seguir a un personaje en su trayectoria. También puede poner en relación los elementos del campo. Su función principal es relacionar a elementos dentro del cuadro. También pone en relación los elementos que hay en el campo y fuera del campo inmediato. (Taller de cine y animación, s.f.)

b.- Travelling:

Movimiento la cámara en un espacio tridimensional. Consiste en el desplazamiento de la cámara, horizontal o vertical (o combinación de ambos), respecto al eje del trípode que la soporta. Se usa sobre todo para situaciones en que se necesita un acercamiento o alejamiento al motivo. La cámara se desplaza en relación al escenario; se realizan colocando la cámara en unos rieles para facilitar su movimiento.

Estos movimientos pueden ser de avance, de retroceso o de acompañamiento. Los travellings hacen más dinámicas las tomas porque varían la perspectiva con el movimiento de la cámara. Algunos dicen que es el movimiento más hermoso. Jean Luc Godard afirmaba que eran "una cuestión de moral". (Taller de cine y animación, s.f.)

c.- Zoom:

También llamado Travelling óptico. El Zoom siempre ha de utilizarse como una herramienta para el encuadre previo a la grabación. Debería permitirnos encuadrar y re encuadrar. El punto de vista o perspectiva de la cámara no cambia, únicamente lo hacen las dimensiones de la escena en el interior del cuadro gracias a los objetivos de focal variable. Un zoom nunca cumple la función de un travelling. Su impresión óptica es diferente y por ello transmite valores distintos. Su uso reiterativo conlleva un modelo de narración efectista muy habitual en el cine de los años 60 y principios de los 70. (Taller de cine y animación, s.f.)

d.- El steadycam

Es un movimiento libre de la cámara. Se consigue con un sistema de suspensión y absorción del movimiento que permite al operador realizar tomas de seguimiento en situaciones imposibles para un travelling; por ejemplo, subiendo una escalera o a través de los árboles de un bosque.

La simple y común cámara en mano como un movimiento inicialmente asociado al punto de vista subjetivo al transmitirse a la imagen y, por consiguiente, al espectador las vibraciones del operador a la cámara; sin embargo, últimamente se ha enriquecido el significado del movimiento de cámara asociándolo a una sensación realista por su herencia del reportaje televisivo y a los efectos violentos o de tensión (por ejemplo, persecuciones en el cine de terror). (Taller de cine y animación, s.f.)

e.- La Grúa

Hace referencia a un movimiento amplio ascendente o descendente para situar la cámara a grandes alturas como por ejemplo en la dramática secuencia de los heridos postrados en la estación de tren del film *Lo que el viento se llevó* (1939); y la pluma: como movimiento corto ascendente o descendente para equilibrar el cuadro al variar la altura de los elementos. Ambos movimientos son considerados por muchos como travellings verticales. (Taller de cine y animación, s.f.)

6.2.2.8 Iluminación

Reconozcamos hoy la importancia de la luz en el cine, pintura, fotografía y todo lo demás. Así como la necesitamos para vivir, la luz es un elemento esencial al momento de narrar una historia.

Algunos tipos de luces que se identifican son:

a.- Luz principal (key light):

Incide en la escena a es la zona de mayor luminosidad determina el nivel de sombra que llevará la escena y con respecto a esta se disponen las demás luces se ubica a 45° en altura. (Taller de cine y animación, s.f.)

b.- Luz de relleno (fill light):

Atenúa las zonas del sujeto producidas por la luz principal sin borrarla suele ser difusa la sombra nos da cuenta del volumen fuente poderosa pero aplicada suavemente ya sea rebotando en plumas o en paneles tamizados. (Taller de cine y animación, s.f.)

c.- Contraluz:

Recorta los sujetos respecto del fondo remarca los sujetos se puede poner detrás o lateral pero alta. (Taller de cine y animación, s.f.)

d.- Luz de fondo:

Acentúa áreas detrás del sujeto respecto a la posición de contra genera áreas o zonas de luz separa el fondo respecto del sujeto en primer plano. (Taller de cine y animación, s.f.)

6.2.2.9 Director de Fotografía

El concepto de director de fotografía se refiere a: la creación artística de imágenes para la puesta en escena de producciones cinematográficas, televisivas y de vídeo; generalmente para la realización de películas, series televisivas, así como trabajos publicitarios documentales y películas industriales.

Dentro de la estructura del equipo de cámara, el director de fotografía determina y supervisa los parámetros técnicos y artísticos para la toma de imágenes. En particular, la iluminación, la composición visual y los movimientos de cámara, pudiendo manejarla él mismo o el operador de cámara. El área de responsabilidad del director de fotografía abarca tanto el campo técnico como el artístico, y su labor consiste en crear la visualización cinematográfica en colaboración con el director.

6.2.2.9 Story line

Según cuenta el brasileño en “El Guión, arte y técnica de la escritura para cine y televisión” (Doc Comparato Eudeba 1998) el Story line es el término que usamos para designar, con el mínimo de palabras posibles el conflicto matriz de una historia. No se dedicarán más de cinco o seis líneas al story porque es justamente la síntesis de la historia. Un storyline debe contener lo esencial de la historia; esto es:

- La presentación del conflicto.
- El desarrollo del conflicto.
- La solución del conflicto.

Debe corresponderse con los elementos de la narrativa tradicional: exposición, nudo (o nudos desarrollados) y desenlace. Son tres puntos clave de historia, durante los cuales:

- Ocurre algo.
- Hay que hacer algo.
- Se hace algo.

La división en tres bloques es una constante en casi todas las actividades creativas. Si seguimos este orden, tendremos un storyline, que sea bueno o malo dependerá del talento del autor. Con esto no queremos decir que debemos hacer caso totalmente a lo que hemos imaginado desde un principio. Muchas veces, al avanzar en otras etapas del guion, la historia cambia de rumbo, e incluso todo puede acabar de forma totalmente distinta. En realidad, un storyline sirve de base, de punto de partida; no debe ser rígido en cuanto a su desarrollo.

El concepto de story line no es unívoco. De acuerdo a las Escuelas de Dramaturgia, se puede intercambiar con el término "plot principal" o "story sinopsis"; y los guionistas deben saber adaptarse a todos los entornos.

En este libro definimos el storyline como, la mínima expresión del conflicto y la más breve sinopsis. Al tratarse sólo de la concreción del conflicto matriz no hace falta hablar ni del tiempo, ni del espacio, ni de la composición de los personajes.

6.3 Ciencias auxiliares artes, teorías y tendencias.

6.3.1 Ciencias

6.3.1.1 Semiología

Ferdinand de Saussure, (Ginebra, 1857- 1913), considerado el padre de la lingüística, la definió como:

“La ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”

En opinión de Saussure, la semiología depende de la psicología general y su rama más importante es la lingüística.

6.3.1.2 Semiología del discurso

a.- Carlos Rojas González

"La semiología es útil para descubrir todo aquello que nosotros percibimos en el universo y que denominamos de manera aproximada o inocente".

La semiología es útil para descubrir todo aquello que nosotros percibimos en el universo y que denominamos de manera aproximada o inocente. Con la semiología a este universo que percibimos le llamamos discurso y elegimos un punto de vista para analizarlo y lo que encontremos en este análisis será la significación que tenemos de la percepción. Digamos que la semiología nos hace pasar de lectores inocentes a lectores co-productores del discurso o analíticos. (González)

6.3.1.2 Semiología de la imagen

Entendemos por semiótica de la imagen el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen.

Ferdinand de Saussure

“La ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”

Roland Barthes

Propone que en la lectura publicitaria puede ser analizada a partir de 3 mensajes:

a.- Mensaje lingüístico

Las imágenes son polisémicas, es decir que pueden llegar a ser interpretadas de diferentes formas, dando lugar a múltiples significados, por tal motivo se encuentra un mensaje en forma de anclaje.

b.- La imagen icónica denotada

Si analizamos una imagen, sin una decodificación del mensaje lingüístico, nos quedaría tan solo la imagen de lo que observamos a simple vista, sin razonamiento analítico de por medio.

c.- La imagen icónica connotada

Todo aquello que produce en el espectador una simbolización que se debe decodificar, este tipo de mensaje nos permite a cada uno hacer una interpretación, como dice Barthes, según el idiolecto de cada uno; el léxico y la cultura.

6.3.1.2 Sociología

Max Weber

Para Weber la sociología es la ciencia que pretende entender, interpretándola, la acción social para explicarla causalmente en su desarrollo y efectos, entendiendo por acción como una conducta humana en la que el individuo o individuos de la acción la enlacen con un sentido subjetivo. La acción social estaría referida a la conducta de otros. Pero lo que interesa al autor es el sentido de la acción susceptible de ser comprendida. Weber destaca en la investigación sociológica la intersubjetividad o el cumulo de relaciones entre sujetos movidos por la intencionalidad, relaciones dotadas de un sentido que las hace comprensibles. Así trata de captar la lógica que subyace a los fenómenos sociales, con lo que establecer inferencias causales y modelos tipológicos. Así trata de rastrear tendencias previsibles a partir de la comprensión de orientaciones sociales. (Sociologicus, s.f.)

6.3.1.3 Antropología

Karl Marx

La concepción antropológica de Karl Marx sostiene que en el hombre debe prevalecer la actividad, por encima de la razón. Añade que el ser humano se hace a sí mismo mediante su trabajo, no respondiendo a ningún modelo anterior. Subraya que el hombre es un ser activo y que su naturaleza teórica es superada por la práctica.

Mantiene, asimismo, que desde las sociedades esclavistas se ha pretendido que la razón es superior a la acción, lo que rechaza de plano. Aduce Marx que la actividad, es decir, trabajo y acción, mantienen a los seres humanos en un rígido contacto entre ellos, haciendo posible la transformación y control de la naturaleza en su beneficio.

Marx puntualizó que en el trabajo de cada ser humano se da un proceso de alienación que acaba por convertirlo en una cosa. Es su propia actividad (proletaria) la que termina por esclavizarlo y transformarlo en algo distinto a su propia esencia. Por dicho motivo, preconiza

que toda actividad humana debe llevarlo a cada individuo a escapar de dicha alienación. (ABC, s.f.)

6.3.1.4 Psicologías

a.- Psicología de la comunicación

La investigación básica en Psicología de la Comunicación adquiere sentido, no sólo por los avances en la comprensión de los fenómenos comunicativos, también cuando este saber puede aplicarse a problemas reales y proporcionar herramientas para el trabajo del psicólogo en el ámbito clínico, educativo o social. Uno de los temas que sin duda aún interesa básicos y aplicados es el de cómo se comunican aquellos sujetos que sufren algún tipo de discapacidad física o mental. La investigación en este campo se ha centrado tanto en determinar sus estilos comunicativos, y sus déficits - si los hay- como en diseñar estrategias de intervención que mejoren su competencia comunicativa. (Torres)

b.- Psicología del consumidor

La psicología del consumidor es la disciplina que estudia el comportamiento del consumidor y los aspectos que influyen en la decisión del consumidor ya que este se rige por medio de procesos mentales preestablecidos, a través de tres aspectos que son:

- a)** Los grupos de referencia primarios: la familia, de la cual, el individuo aprende en primera instancia las pautas de comportamiento y los amigos más íntimos.
- b)** Los grupos secundarios: amistades y los centros escolares, es decir, el contacto con grupos diferentes que amplían o limitan el desarrollo, conocimiento y expectativas del individuo en un grupo social.
- c)** Los grupos terciarios: medios de comunicación y líderes de opiniones que marcan de alguna manera las pautas y expectativas sociales a seguir, dentro de un contexto cronológico o temporal. (Psicología de la Publicidad, s.f.)

c.- Psicología del color

La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Desde el punto de vista estrictamente médico, todavía es una ciencia inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea, teniendo en cuenta que muchas técnicas adscritas a este campo pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa.

Sin embargo, en un sentido más amplio, el estudio de la percepción de los colores constituye una consideración habitual en el diseño arquitectónico, la moda, la señalética y el arte publicitario.

La psicología del color tuvo incidencia en la psicología humana desde tiempos remotos, circunstancia que se expresaba y sintetizaba simbólicamente.

Entre muchos ejemplos, en la antigua China los puntos cardinales eran representados por los colores azul, rojo, blanco y negro, reservando el amarillo para el centro.

De igual forma, los mayas de América central relacionaban Este, Sur, Oeste y Norte con los colores rojo, amarillo, negro y blanco respectivamente.

En Europa los alquimistas relacionaban los colores con características de los materiales que utilizaban, por ejemplo, rojo para el azufre, blanco para el mercurio y verde para ácidos o disolventes.

Uno de los primeros estudiosos que analizó las propiedades del color fue Aristóteles, que describió los “colores básicos” relacionados con la tierra, el agua, el cielo y el fuego.

Más tarde Leonardo da Vinci clasificó como colores básicos al amarillo, verde, azul y rojo de acuerdo a aquellas categorías de Aristóteles, agregando el blanco como receptor de todos los demás colores y el negro -la oscuridad- como su ausencia.

Recién empezado el siglo XVIII, Isaac Newton plantearía los fundamentos de la teoría lumínica del color, base del desarrollo científico posterior.

De todas formas, el precursor de la psicología del color fue el poeta y científico alemán Johann Wolfgang von Goethe (1749-1832) que en su tratado “Teoría del color” se opuso a la visión meramente física de Newton, proponiendo que el color en realidad depende también de nuestra percepción, en la que se halla involucrado el cerebro y los mecanismos del sentido de la vista. De acuerdo con la teoría de Goethe, lo que vemos de un objeto no depende solamente de la materia; tampoco de la luz de acuerdo a Newton, sino que involucra también a una tercera condición que es nuestra percepción del objeto. De aquí en más, el problema principal pasó a ser la subjetividad implícita en este concepto novedoso. (Psicología del Color, s.f.)

6.3.1.5 Pedagogía

Paulo Freire

Paulo Freire (1921-1997) fue uno de los mayores y más significativos pedagogos del siglo XX. Con su principio del diálogo, enseñó un nuevo camino para la relación entre profesores y alumnos. Sus ideas influenciaron e influyen los procesos democráticos por todo el mundo. Fue el pedagogo de los oprimidos y en su trabajo transmitió la pedagogía de la esperanza. Influyó en las nuevas ideas liberadoras en América Latina y en la teología de la liberación, en las renovaciones pedagógicas europeas y africanas, y su figura es referente constante en la política liberadora y en la educación. Fue emigrante y exilado por razones políticas por causa de las dictaduras. Por mucho tiempo, su domicilio fue el Consejo Mundial de las Iglesias en Ginebra, Suiza.

Paulo Freire se ocupó de los hombres y mujeres no letrados, de aquellos llamados los desarraigados del mundo, de aquellos que no podían construirse un mundo de signos escritos y abrirse otros mundos, entre ellos, el mundo del conocimiento (sistematizado) y el mundo de la conciencia (crítica). Porque para Freire el conocimiento no se transmite, se está construyendo, el acto educativo no consiste en una transmisión de conocimientos, es el goce de la construcción de un mundo común.

La pedagogía del oprimido, como pedagogía humanista y liberadora tendrá, pues, dos momentos distintos, aunque interrelacionados. El primero, en el cual los oprimidos van desvelando el mundo de la opresión y se van comprometiendo, en la praxis, con su transformación, y, el segundo, en que, una vez transformada la realidad opresora, esta

pedagogía deja de ser del oprimido y pasa a ser la pedagogía de los hombres en proceso de permanente liberación. (Figuras de la Psicopedagogía, s.f.)

6.3.1.6 Andragogía

La andragogía, como arte y ciencia de ayudar a los adultos a aprender el estudio de la realidad del adulto para determinar las normas adecuadas que dirijan su proceso educativo.

Toma como premisa al menos cuatro planteamientos importantes sobre las características de los educandos adultos para una situación de aprendizaje. Dichos planteamientos establecen que a medida que la persona madura:

- a. El concepto que tiene de sí mismo deja de ser el de una persona dependiente y pasa a ser la de un ser humano que se auto dirige.
- b. Acumula una reserva cada vez más grande de experiencia que se convierte en un creciente recursos de aprendizaje.
- c. Su momento apto para aprender se orienta cada vez más hacia las tareas de desarrollo de sus funciones sociales.
- d. Su perspectiva de tiempo ya no es la aplicación posterior de conocimientos, sino la aplicación inmediata del mismo.

Según Félix Adam, para precisar el campo de acción y di objeto de estudio de la andragogía es conveniente definir términos y asimismo establecer relaciones con estas ciencias que la apoyan, derivan y condicionan los hechos, actos y funciones andragógicas.

Nadie que la adultez es un fenómeno objetivo, pero hay que definir y explicar en qué consiste.

Etimológicamente la palabra adulto, proviene de la voz latina adultos, significa crecer. El crecimiento de la especie humana, a diferencia de los demás, se manifiesta de manera ininterrumpida y permanente desde el punto de vista psicosocial y no solamente biológico que finaliza en un momento dado al alcanzar el máximo desarrollo biológico, que se podría definir adultez, como la plenitud, vital a la que arriban los seres vivos en un momento dado de su experiencia siendo variable, según las especies biológicas. En muchos, este estado aparece temprano y, en otros, más tarde. (Educación para la salud. Andragogia, s.f.)

6.3.1.7 Cibernética

Se trata de un campo interdisciplinario que intenta abarcar el ámbito de los procesos de control y de comunicación (retroalimentación) tanto en máquinas como en seres vivos. El concepto es tomado del griego kybernetes que nos refiere a la acción de timonear una goleta (N. Wiener.1979). (Cibernetica, s.f.)

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Artes tipográficas

Joan Costa

La forma de las letras depende de su estructura como tal, y ésta depende de cómo el trazo la ejecuta. A estos movimientos de los dedos y del brazo, que definen el trazado de las letras, se le llama “ductus”.

La tipografía o el “arte de escribir con tipos”, se inspira en primer lugar en la escritura manual. La idea gutenberguiana, nacida en pleno humanismo, era imitar mecánicamente la escritura realizada por la mano, el gesto, el ductus o el movimiento energético que impulsa, modula y organiza el trazado de las letras. En este sentido, Gutenberg no solamente grabó unidades signílicas independientes, los “tipos” correspondientes a los signos del alfabeto, numerales y de puntuación, lo cual constituía el mismo principio de “tipos móviles” siempre reutilizables, sino que grabó asimismo abreviaciones y “logotipos” con letras ligadas, formando una unidad de dos o más signos.

Así, el principio que estereotipa las letras y las inscribe cada una en un paralelepípedo de plomo, va al encuentro de ese movimiento que en la escritura manual tiende a ligar unas letras con otras. Este movimiento provoca ligaduras y enlaces tanto por la continuidad del trazo como por la velocidad de la escritura (cursividad) que inclina la letra hacia la derecha tanto más cuanto más rápido se escribe. Pero esta cursividad será rota, ya sea en las escrituras lentas de los libros por los monjes y escribas (lo que por otra parte garantiza la formación de las letras y la legibilidad), ya sea en la tipografía, donde la economía implica la reutilización de los tipos y su normatividad llevada al máximo.

Los maestros calígrafos, para enseñar su arte, se han habituado a descomponer las letras según los movimientos simples que la mano puede trazar. Esta segmentación de los “trazos mínimos” irreductibles constituyen la forma del signo alfabético. Su número difiere según si se trata de los alfabetos en mayúsculas o en minúsculas, y según los tres grupos aquí definidos:

- Las góticas
- Las romanas, tradicionales letras con remate
- Las lineales.

El movimiento incorpora, en las minúsculas, las marcas de la cursividad, es decir las características del movimiento propio de la escritura “seguida” o “corrida”: (“cursiva” viene de “curso”, “dirección”, “recorrido”). (Joseba, s.f.)

6.3.2.2 Fotografía

Hablar de fotografía, es no solo mencionar ciertos elementos químicos para acumular la luz, es más que la superposición de varias imágenes en un solo negativo, o positivo, es ir todavía más allá de un procedimiento de fijación de trazos luminosos sobre una superficie preparada a tal efecto.

Su reproducción tendrá lugar una sola vez, esta repetirá mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente.

Pero sin olvidarnos que ella pertenece a aquella clase de objetos laminares de los que no podemos separar dos láminas sin destruirlos: el cristal y el paisaje, el bien y el mal, el deseo y su objeto: dualidades que podemos concebir, no percibir.

Las imágenes fotográficas suministran en su mayoría conocimientos que la gente tiene sobre el aspecto del pasado y el alcance del presente. Son evidencias útiles y en ocasiones incriminan, pero aun con todo y esto son una prueba fehaciente de que existe o existió algo semejante a lo que está en la imagen. (Aquopunto, s.f.)

6.3.2.3 Cinematografía

Nace con la idea de representar la realidad de un tiempo y un ritmo determinado. Los inicios del cine se dan cuando el ser humano trata de fijarse a sí mismo en una percepción del mundo.

Después de existir la fotografía, Thomas Alva Edison creó en 1890 el kinetoscopio y gracias a esa creación mecánica se proyectaron fotografías en serie; sin embargo, se considera que el cine nació cuando en 1895 los hermanos Louis y Auguste Lumiere inventaron el cinematógrafo y proyectaron en París “Salida de obreros de una fábrica” y “La llegada de un tren a la estación de la Ciotat”.

El cine es también un lenguaje audiovisual con capacidad de representación y un aparato de enseñanza que nos da ideas sobre la realidad (imágenes, personajes, sonidos, situaciones, etc.) Según Karla Hernández en su artículo “La ideología y mentalidad de la sociedad representada en el cine”, a través de las películas se muestra el retrato de la sociedad y las ideas de las personas que la componen, lo que permite ilustrar una época determinada para entender tanto el pasado como el presente. (Cine y otros conceptos)

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría del color

El mundo es de colores, donde hay luz, hay color. La percepción de la forma, profundidad o claroscuro está estrechamente ligada a la percepción de los colores.

El color es un atributo que percibimos de los objetos cuando hay luz. La luz es constituida por ondas electromagnéticas que se propagan a unos 300.000 kilómetros por segundo. Esto significa que nuestros ojos reaccionan a la incidencia de la energía y no a la materia en sí.

Las ondas forman, según su longitud de onda, distintos tipos de luz, como infrarroja, visible, ultravioleta o blanca. Las ondas visibles son aquellas cuya longitud de onda está comprendida entre los 380 y 770 nanómetros.

Los objetos devuelven la luz que no absorben hacia su entorno. Nuestro campo visual interpreta estas radiaciones electromagnéticas que el entorno emite o refleja, como la palabra "COLOR". (Ideocentro, s.f.)

6.3.3.2 Teoría de la comunicación

La palabra comunicación proviene del latín "comunis" que significa "común". De allí que comunicar, signifique transmitir ideas y pensamientos con el objetivo de ponerlos "en común" con otro. Esto supone la utilización de un código de comunicación compartido. Un código es un conjunto de símbolos y signos los cuales deben ser compartidos por los protagonistas del proceso. ¿Puede acaso alguien que no sabe hablar tibetano entender lo que un tibetano expresa en su lengua materna? Naturalmente que no habrá habido comunicación en un caso semejante. Gracias a que se comparte un código es que los mensajes se transmiten de persona a persona. (Comunicación Idoneos, s.f.)

6.3.3.3 Teoría de Gestalt

Para la Gestalt o teoría de la forma, nosotros percibimos la realidad conforme a estructuras, por ello es tan conocida la teoría por los temas vinculados a la percepción, ley de proximidad, ley de cierre; ese tipo de cosas que hacen que entendamos bien una palabra aun cuando algunas de sus letras estén cambiadas de lugar y no de manera aislada o independiente del contexto. (Educación Relacionarse, s.f.)

6.3.3.4 Teoría de la semiótica (Según Roland Barthes)

Barthes decía que la lingüística no es una parte, ni siquiera privilegiada de la ciencia general de los signos, la semiología es una parte de la lingüística: precisamente esa parte que se haría cargo de las grandes unidades significantes del discurso. La semiología no se ocupará solo de textos, sino de todo otro objeto, relato, imagen, etc. que se proponga como discurso. Él enfocó su semiótica a la moda, lo que la gente quería decir mediante la ropa o lo que la misma ropa intentaba decir como signo. (Temas y Comunicación, s.f.)

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Tendencias del color 2014

Pantone ha publicado ya los 10 colores que serán tendencia a partir de la primavera del 2014. Llevan 20 años llevando a cabo estudios para saber cuáles serán las predicciones de los diseñadores y lo cierto es que este año han sorprendido bastante por su elección, una mezcla de colores pasteles y colores muy intensos. Esta selección de colores Pantone pretende revitalizar la sabiduría convencional. Leatrice Eiseman, directora ejecutiva de Pantone Color Institute, ya ha declarado que “los consumidores están buscando un equilibrio reflexivo, emocional y artístico “, palabras, que la verdad, no dejan igual a nadie. (MLG Diseño, s.f.)

6.3.4.2 Documental web

O también llamados documentales multimedia interactivos pretenden representar y, al mismo tiempo, interactúan con la realidad, hecho que implica la consideración y utilización de un conjunto de técnicas o modos para hacerlo. Se presentan contenidos artísticos, promocionales y periodísticos, dando paso a la narrativa no lineal. Permitiendo al usuario tener una experiencia única, ofreciéndoles opciones y control sobre el mismo. (Universidad Pompeu Fraba, s.f.)

6.3.4.3 Long shadow

El longshadow es un efecto que provoca la sensación de profundidad sin perder la sensación de diseño plano. Se lleva a cabo mediante el uso de sombras planas alargadas, normalmente en un ángulo de 45 grados y que se extienden hasta los bordes. Las líneas diagonales recuerdan muchísimo a los primeros posters soviéticos y lo cierto es que este estilo es ideal para la creación de iconos y marcas.

Se apoya en gran parte en el flat design o diseño. El longshadow aporta más tonalidades, más dramatismo y profundidad y lo cierto es que muchos ya lo definen como la versión 2.0 del diseño plano o flat design. (MLG Diseño, s.f.)

6.3.4.4 Super-geométrica

Las líneas rectas, los detalles, la perfección y la inspiración tomada por el arte chino “origami “, son algunas de las características de esta tendencia. Es importante no dejarse engañar por la aparente simplicidad, aunque, el nivel de habilidad y la atención necesaria para producir este tipo de trabajo no es para los débiles de corazón. Eso es probablemente por lo que este estilo de diseño está en tendencia. (Paredro, s.f.)

Capítulo VII



Capítulo VII. Proceso de diseño y propuesta preliminar.

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.

7.1.1 Semiología

Esta ciencia será aplicada para determinar los elementos en las tomas que aparecerán en el audiovisual para darle estética a la vista, poder apreciar los ambientes, compartir la experiencia, las emociones, que los encuadres sean los correctos, para que el audiovisual sea aún más llamativo.

También ayudará a que la información de él video, los textos, el logotipo estén en una posición que haga fácil al espectador del audiovisual.

7.1.2 Sociología

La sociología es la ciencia que se enfrenta a la acción social desde un enfoque de conocimiento interpretativo para explicar el desarrollo y sus efectos.

Por el medio audiovisual daremos a comprender en forma general la ayuda social que reciben las personas del relleno sanitario, también las edades, género y el deber social que debemos de tener todos los ciudadanos de apoyar las personas del relleno sanitario. Crear esa empatía hacia las personas que mostramos en él audiovisual, sin causar ninguna sensación del menosprecio hacia ellas.

7.1.3 Semiología de la imagen

Todas las imágenes que aparezcan en el audiovisual comunicarán al espectador diferentes mensajes que lo ayudarán a comprender la labor que hace la Asociación Camino Seguro, hacia las personas que llegan a la asociación.

7.1.4 Psicología de la comunicación

La psicología de la comunicación nos permite conocer y predecir los comportamientos de los otros, por esta razón cuanto más conozcamos las características psicológicas de uno mismo y del otro. Por esta razón, cuánto más conozcamos las características psicológicas de uno mismo y del otro, mejor nivel de comunicación vamos a alcanzar.

Por lo tanto, al dar a conocer la situación intentamos predecir la respuesta positiva hacia la asociación mostrando el deber social que deben tener hacia las personas de él audiovisual.

7.1.5 Psicología del consumidor

La psicología del consumidor es la disciplina que estudia el comportamiento del consumidor y los aspectos que influyen en la decisión del consumidor, ya que este se rige por medio de procesos mentales preestablecidos.

Refiriéndonos hacia la asociación como una familia, invitamos al lector a que se sienta parte de familia.

7.1.6 Psicología del color

La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana.

Daremos la sensación de calidez de que el espectador reconozca que al acercarse a la asociación Camino Seguro, se sentirán acogidos, en un ambiente, en un ambiente agradable.

7.1.7 Fotografía

Las imágenes fotográficas suministran en su mayoría conocimientos que la gente tiene sobre el aspecto del pasado y el alcance del presente. Son evidencias útiles y en ocasiones incriminan, pero aun con todo y esto son una prueba fehaciente de que existe o existió algo semejante a lo que está en la imagen.

La fotografía es parte importante del audiovisual, ya que muchas veces los son los que aportan la estética al mismo, es tan importante que en los reconocimientos más importantes a cortometrajes y largometrajes hay una categoría específica a premiar la fotografía, por la gran aportación que hace.

7.1.8 Cinematografía

Nace con la idea de representar la realidad de un tiempo y un ritmo determinado. Los inicios del cine se dan cuando el ser humano trata de fijarse a sí mismo en una percepción del mundo.

La cinematografía aporta la percepción de la Asociación Camino Seguro, acercando al espectador, mostrar parte de la experiencia de la asociación, la experiencia de las personas que se muestran en el video.

7.1.9 Semiología del discurso

La semiológica del discurso es la que nos ayuda a transmitir de forma correcta información.

Esta aporta en la locución que complementará la imagen del audiovisual, complementar lo que se quiere decir en cada imagen y aportar información de la asociación.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método

7.2.1.1 Producción audiovisual

7.2.1.2 Preproducción

Es una de las etapas más importantes en el proceso de producción audiovisual. En este momento del proceso se fijan los elementos estructurales del trabajo de filmación y se define el equipo técnico y artístico que será parte del proyecto.

7.2.1.3 El guión

El guión, debe pasar por diferentes procesos de escritura para obtener una obra concisa y particular que será la guía de todo el proceso de producción audiovisual.

a.- Idea. Es el punto de arranque de una historia.

b.- Sinopsis. Es un resumen de la historia. Tiene que ser breve y claro, que permita apreciar el conflicto, el nudo, el desarrollo y el desenlace, sin entrar en detalles visuales.

c.- Argumento: Es el desarrollo narrativo de la idea.

7.2.1.4 Búsqueda de locaciones

En esta parte se prevén soluciones a posibles problemas que puedan surgir en el rodaje. Se toman en cuenta dos tipos de locaciones: las interiores y las exteriores.

7.2.1.3 Guion técnico

El desglose del guión en un formato que separa lo que necesita cada rubro se denomina guión técnico. En este marco, en la copia de cada guion se anotan directamente los requerimientos de cada sector. Esto se hace generalmente en distintos colores, y el jefe a cargo de cada departamento puede extraer su lista de necesidades directamente del guión literario desglosado.

7.2.2 Definición del concepto

- Presentación audiovisual de la Asociación Camino Seguro
- Video institucional de la Asociación Camino Seguro.
- Qué hace Camino Seguro

7.2.3 Lista de palabras asociadas



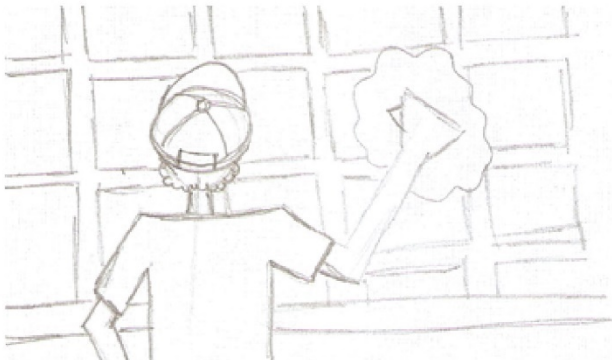
Método: "Audiovisual"

- Video
- Video motivacional
- Video institucional
- Video de presentación
- Video explicativo
- Video informativo
- Cortometraje
- Video publicitario
- Video corporativo
- Video de voluntariado
- Video de donativos
- Spot informativo
- Spot publicitario
- Audiovisual institucional
- Presentación audiovisual
- Nota audiovisual


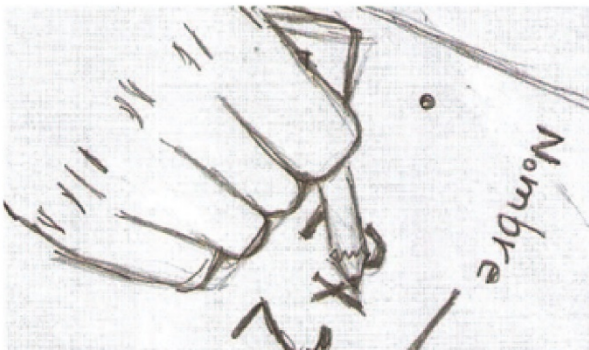
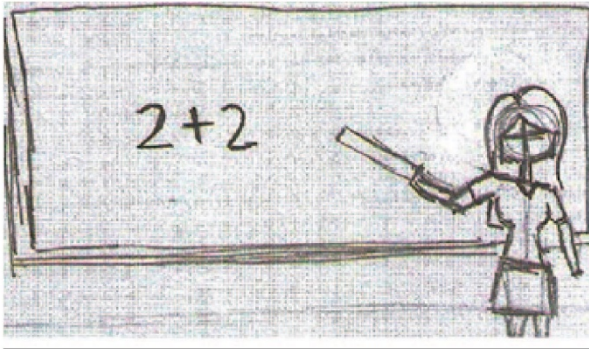
La idea central en la que se basa el audiovisual será: *Video motivacional*.

7.3 Bocetaje

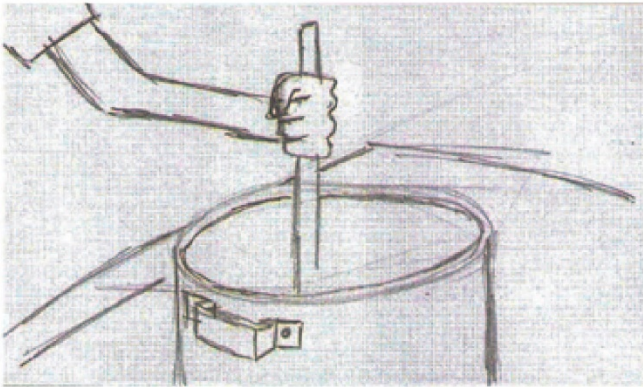
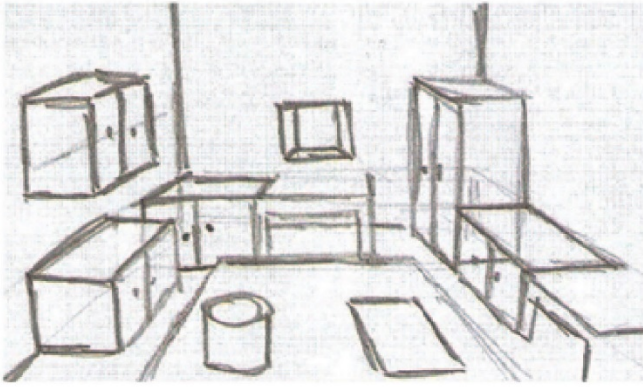

7.3.1 Bocetaje de dibujo natural 1/6

<p>Cliente: Asociación Camino Seguro Producto: Video Medio: Digital / Redes Sociales Duración: 2:00 minutos</p>		<p>Versión: No. 1 Fecha: 17 de septiembre Hoja No. 1</p>
Descripción	Imagen	Locución
<p>Plano medio y desenfocado. Poco a poco ira enfocando el nombre de la Asociación Camino seguro.</p>		<p>Empieza musica instrumental de fondo.</p>
<p>Plano general de personal de la asociación, preferiblemente de mantenimiento que hace su labor diaria.</p>		<p>Continua la muscia instrumental, bajando un poco el volumen y empieza locución.</p> <p>Locución: Camino Seguro es una Asociación sin fines de lucro.</p>
<p>Plano medio de personal de la asociación, preferiblemente de mantenimien- to que hace su labor diaria.</p>		<p>Continua la muscia instrumental y la locución esta describiendo que es CS.</p> <p>Locución: que trabaja para brindar.</p>

7.3.1 Bocetaje de dibujo natural 2/6

<p>Cliente: Asociación Camino Seguro</p> <p>Producto: Video</p> <p>Medio: Digital / Redes Sociales</p> <p>Duración: 2:00 minutos</p>		<p>Versión: No. 1</p> <p>Fecha: 17 de septiembre</p> <p>Hoja No. 2</p>
Descripción	Imagen	Locución
<p>Plano medio de joven que estudia.</p>		<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: esperanza, educación y oportunidades</p>
<p>Plano detalle de niños estudiando.</p>		<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: Brindamos oportunidad a las familias más pobres que viven.</p>
<p>Plano medio de maestro que da clases.</p>		<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: en la comunidad del basurero de la Ciudad Capital.</p>

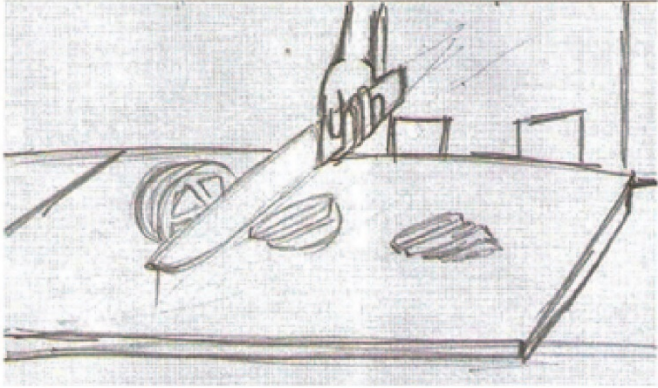


7.3.1 Bocetaje de dibujo natural 3/6

<p>Cliente: Asociación Camino Seguro</p> <p>Producto: Video</p> <p>Medio: Digital / Redes Sociales</p> <p>Duración: 2:00 minutos</p>		<p>Versión: No. 1</p> <p>Fecha: 17 de septiembre</p> <p>Hoja No. 3</p>
Descripción	Imagen	Locución
<p>Plano medio de los niños en sus actividades diarias.</p>		<p>Continúa música de fondo y locución describiendo la ayuda.</p> <p>Locución: Nuestro programa atiende aproximadamente 600 niños.</p>
<p>Plano cerrado de los niños en sus actividades diarias.</p>		<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: entre edades de 2 a 21 años.</p>
<p>Plano general cocina.</p>		<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: cerca de 300 familias viviendo en los alrededores.</p>

7.3.1 Bocetaje de dibujo natural 4/6

Cliente: Asociación Camino Seguro
Producto: Video
Medio: Digital / Redes Sociales
Duración: 2:00 minutos

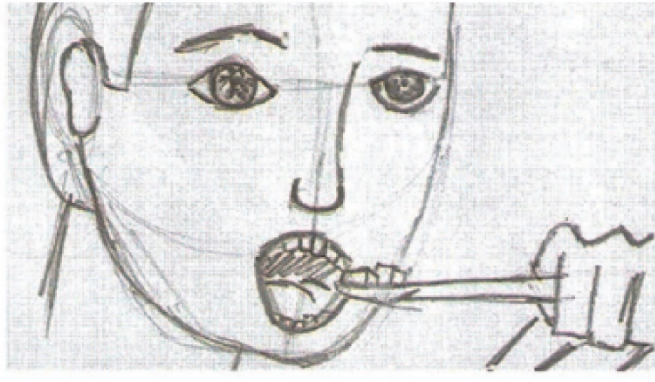
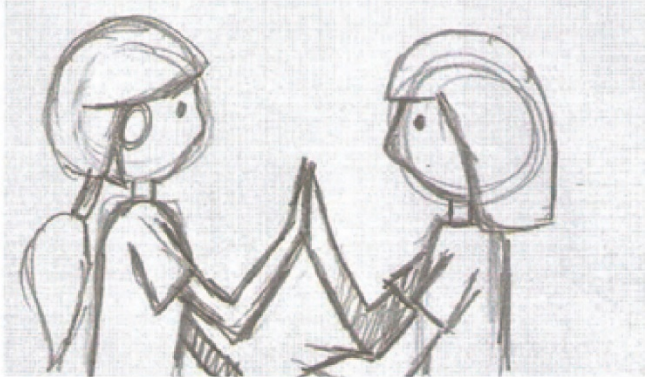
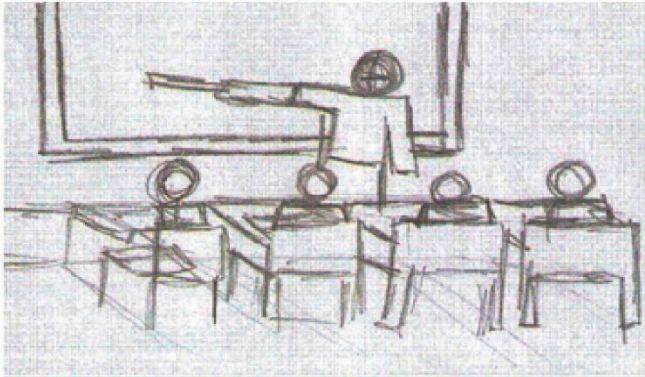
Versión: No. 1
Fecha: 17 de septiembre
Hoja No. 4

Descripción	Imagen	Locución
Plano medio de los niños que conviven en el comedor.		Continua musica de fondo. Locución: Fortaleciendo su dignidad.
Plano cerrado de niños jugando.		Continua musica de fondo. Locución: a travez del poder de la educación.
Plano medio de niños que utilizan el laboratorio de computación.		Continua musica de fondo. Locución: Brindado conocimiento para nuevas formas de expresión.

7.3.1 Bocetaje de dibujo natural 5/6

Cliente: Asociación Camino Seguro
 Producto: Video
 Medio: Digital / Redes Sociales
 Duración: 2:00 minutos

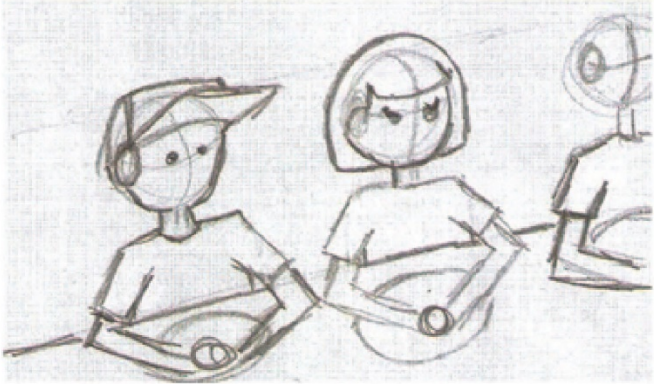
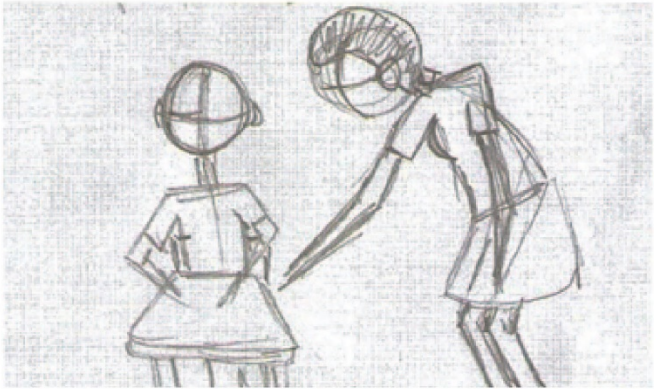

Versión: No. 1
 Fecha: 17 de septiembre
 Hoja No. 5

Descripción	Imagen	Locución
<p>Plano medio de niños en actividades de Camino Seguro.</p>		<p>Continúa música.</p> <p>Locución: Velando por su alimentación diaria.</p>
<p>Plano medio de niños interactuando para la cámara de niños interactuando para la cámara en lapsos de 3 segundos aproximadamente.</p>		<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: Para que puedan dar su mejor desempeño todos los días.</p>
<p>Entra con disolvenca cortnilla con el logo de Camino Seguro y los contactos.</p>		<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: Trabajando en sus fortalezas y debilidades para que sean capaces de enfrentar los problemas de su vida cotidiana.</p>

7.3.1 Bocetaje de dibujo natural 6/6

Cliente: Asociación Camino Seguro
 Producto: Video
 Medio: Digital / Redes Sociales
 Duración: 2:00 minutos

Versión: No. 1
 Fecha: 17 de septiembre
 Hoja No. 6

Descripción	Imagen	Locución
<p>Plano general de personal de la asociación, preferiblemente de mantenimiento que hace su labor diaria.</p>		<p>Sigue música de fondo.</p> <p>Locución: Cosechando juntos nuevos exitos.</p>
<p>Plano medio de personal de la asociación, ahora que no sea de mantenimiento, teniendo como opciones maestros o algun otro colaborador.</p>		<p>Sigue música de fondo.</p> <p>Locución: Rompiendo barreras.</p>
<p>Plano medio de personal de la asociación, ahora que no sea de mantenimiento, con opciones maestros o algun otro colaborador.</p>		<p>Sigue música de fondo.</p> <p>Locución: Volviendonos una familia.</p>

7.3.2 Selección de locaciones y entrevistas (Pre-producción)

7.3.2.1 Forma de imágenes (Producción)

a. Niños de la Asociación jugando en las instalaciones.



b. Shannon Moyle, voluntaria de Canadá. Shannon tiene 10 años de trabajar con Camino Seguro y de incentivar a los niños y jóvenes a utilizar el hip hop como forma de expresión.



7.3.2.1 Guion técnico de producción, continuación. 3/4

IMAGEN				AUDIO			
No. Plano	Tiempo Aprox.	¿Qué se verá?	Plano	Punto de vista	Cámara	Sonido ambiente musica y dialogos	
15	5 Seg.	Plano general cocina.	General	Contrapicado	Paneo	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.	
16	5 Seg.	Plano cerrado de trabajo de la concina.	Cerrado	Normal	Fija	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.	
17	5 Seg.	Plano medio de labores de la cocina.	Medio	Normal	Fija	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.	
18	5 Seg.	Plano general de los niños en el comedor.	General	Contrapicado	Paneo	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.	
19	5 Seg.	Plano medio de los niños conviviendo en el comedor.	Medio	Normal	Fija	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.	
20	5 Seg.	Plano cerrado de niños comiendo.	Cerrado	Normal	Fijo	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.	
21	5 Seg.	Plano medio de niños utilizando el laboratorio de computación.	Medio	Normal	Fija	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.	
22	5 Seg.	Plano general de niños recibiendo clase de computación.	General	Normal	Fija	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.	

c. Joven de la Asociación que asiste a 1ro Básico en horario vespertino (horario en el que asisten los jóvenes).



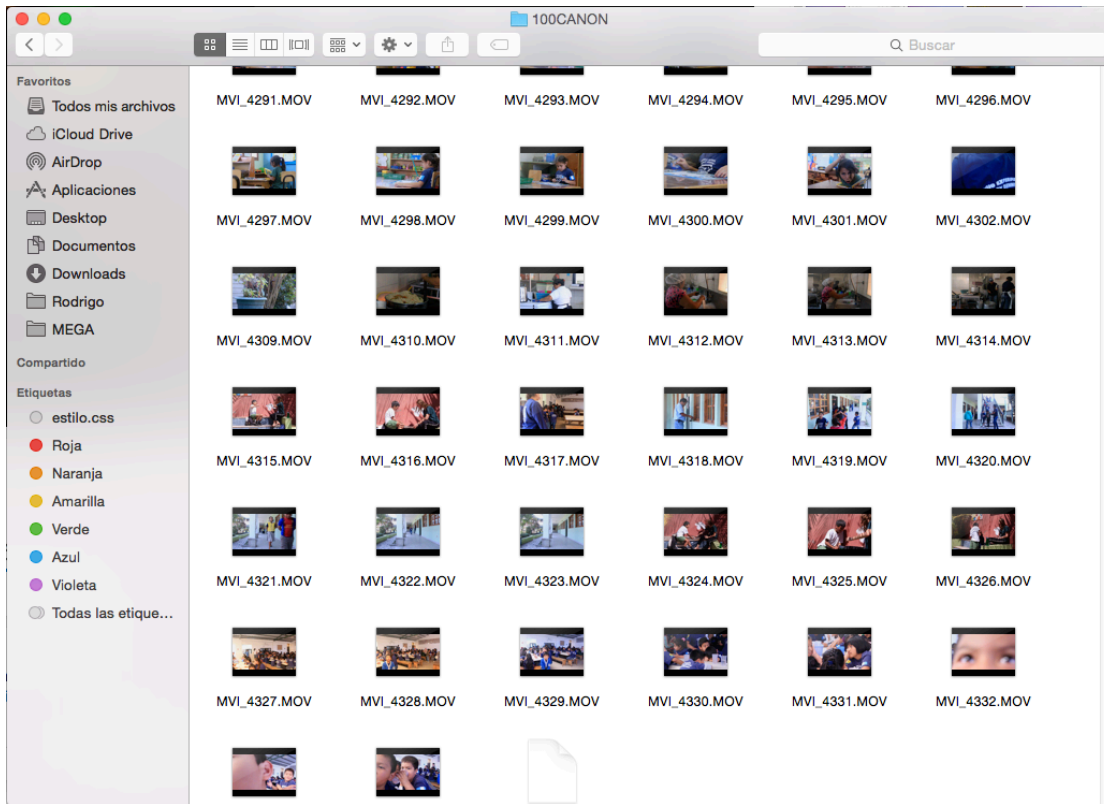
d. Preparando la cámara para la grabación.



e. La producción se realizó entre el 20 de agosto al 4 de diciembre. Ver fotos de producción en el anexo.

7.3.2.2 Post Producción

a. Archivos que se van a utilizar en Final Cut Pro X.



b. Versión de Final Cut Pro X que se utilizara.



c. Revisión de todo el material que se grabó.



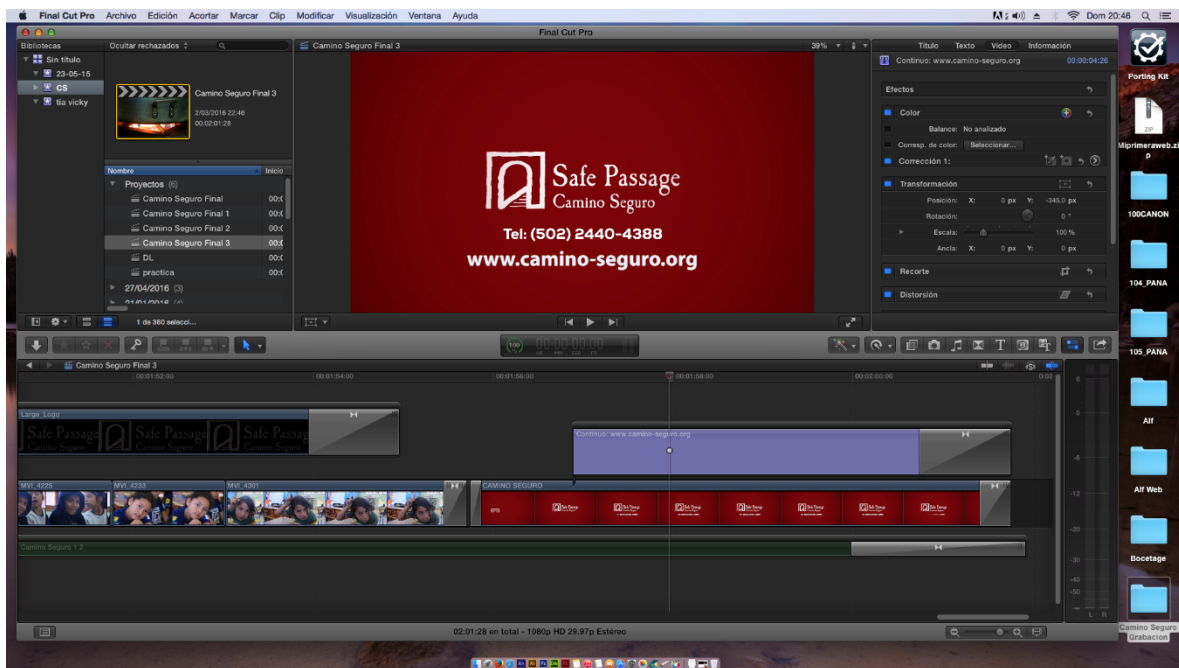
d. Selección de tomas para el proyecto final.



e. Colocando el orden de las tomas.



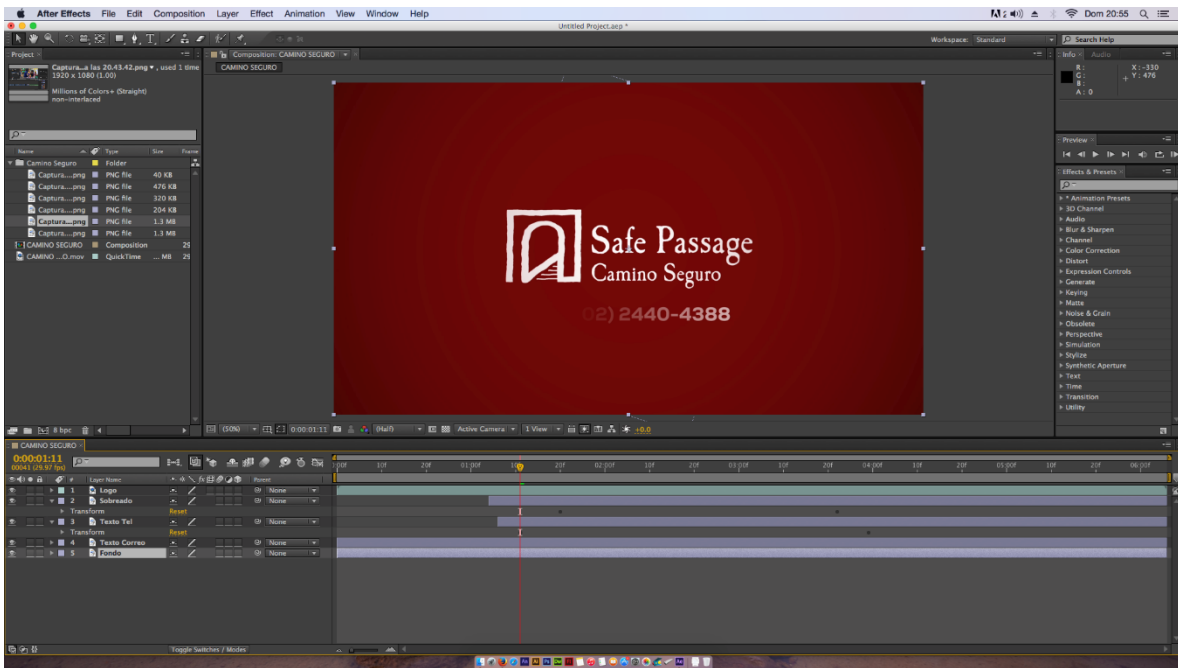
f. Finalización de edición.



g. Preparación para exportación del material audiovisual editado.



h. Edición y exportación de cortinilla final con datos de la Asociación.



7.3.2.1 Producción 1/4

IMAGEN				AUDIO			
No. Plano	Tiempo Aprox.	¿Qué se verá?	Plano	Punto de vista	Cámara	Sonido ambiente musica y dialogos	
1	5 Seg.	Plano medio y desenfocado. Poco a poco ira enfocando el nombre de la Asociación Camino seguro.	Medio	Normal	Fija	Empieza musica instrumental de fondo.	
2	4 Seg.	Plano general de personal de la asociación, preferiblemente de mantenimiento haciendo su labor diaria.	General	Normal	Fija	Continua la muscia instrumental, bajando un poco el volumen y empieza locución.	
3	4 Seg.	Plano medio de personal de la asociación, preferiblemente de mantenimiento haciendo su labor diaria.	Medio	Normal	Fija	Continua la muscia instrumental y la locución esta describiendo que es CS.	
4	4 Seg.	Plano general de personal de la asociación, preferiblemente de mantenimiento haciendo su labor diaria.	General	Normal	Fija	Musica intrumental mientras se sigue describiendo la asociación.	
5	4 Seg.	Plano medio de personal de la asociación, ahora que no sea de mantenimiento, teniendo como opciones maestros o algun otro colaborador.	General	Normal	Fija	Musica intrumental mientras se sigue describiendo la asociación.	
6	4 Seg.	Plano medio de personal de la asociación, ahora que no sea de mantenimiento, teniendo como opciones maestros o algun otro colaborador.	General	Normal	Fija	Musica intrumental, pero ya se tiene información local de la asociación.	

7.3.2.1 Guion técnico de producción, continuación. 2/4

IMAGEN				AUDIO			
No. Plano	Tiempo Aprox.	¿Qué se verá?	Plano	Punto de vista	Cámara	Sonido ambiente musica y dialogos	
7	5 Seg.	Plano medio de joven estudiando.	Medio	Normal	Fija	Continua musica de fondo, pausa en la locución	
8	5 Seg.	Plano detalle de niños estudiando.	Detalle	Normal	Paneo	Continua musica de fondo, pausa en la locución	
9	5 Seg.	Plano medio de maestro dando clases.	Medio	Normal	Fija	Continua musica de fondo y locución empieza a seguir describiendo la ayuda.	
10	5 Seg.	Plano cerrado de niños conviviendo entre ellos.	Cerrado	Normal	Fija	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.	
11	5 Seg.	Plano general de los niños en sus actividades diarias.	General	Normal	Fija	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.	
12	5 Seg.	Plano general de los niños en sus clases diarias.	General	Normal	Paneo	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.	
13	5 Seg.	Plano medio de los niños en sus actividades diarias.	Medio	Normal	Fija	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.	
14	5 Seg.	Plano cerrado de los niños en sus actividades diarias.	Cerrado	Normal	Fija	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.	

7.3.2.1 Guion técnico de producción. 4/4.

IMAGEN					AUDIO			
No. Plano	Tiempo Aprox.	¿Qué se verá?	Plano	Punto de vista	Cámara	Sonido ambiente musica y dialogos		
23	5 Seg.	Plano medio de niños en actividades de Camino Seguro.	Medio	Normal	Fija	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.		
24	5 Seg.	Plano genral de niños en actividades de Camino Seguro.	General	Normal	Fija	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.		
25	5 Seg.	Plano medio de niños en actividades de Camino Seguro.	Medio	Normal	Fija	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda.		
26	15 Seg.	Plano medio de niños interactuando para la camara de niños interactuando para la camara en lapsos de 3 segundos aproximadamente.	Medio	Normal	Fija	Continua musica de fondo y empieza a invitar a pariticipar en CS.		
27	10 Seg.	Entra con disolvencia cortnilla con el logo de Camino Seguro y los contactos.						

7.3.2 Guion de locución. Camino Seguro - Guión




- “Camino Seguro, una asociación sin fines de lucro que trabaja para brindar esperanza, educación y oportunidades”
- “Brindamos oportunidades a las familias más pobres que viven en la comunidad del basurero de la Ciudad Capital de Guatemala”
- “Nuestro programa atiende aproximadamente 600 niños, entre edades de 2 a 21 años”
- “Cerca de 300 familias viviendo alrededor”
- “Fortaleciendo su dignidad a través del poder de la educación”
- “Brindando conocimiento para nuevas formas de expresión”
- “Velando por su alimentación diaria, para puedan dar el mejor desempeño todos los días”
- “Trabajando en sus fortalezas y debilidades para que sean capaces de enfrentar los problemas de su vida cotidiana”
- “Cosechando juntos nuevos éxitos”
- “Rompiendo Barreras”
- “Volviendo nos una familia”
- “Usted también puede formar parte de la familia”

7.4.1 Propuesta preliminar.

Cliente: Asociación Camino Seguro Producto: Video Medio: Digital / Redes Sociales Duración: 2:48 minutos		Versión: No. 2 Fecha: 4 de diciembre Hoja No. 1
Descripción	Imagen	Locución
Plano medio y desenfocado. Poco a poco irá encocándose el nombre de la Asociación.	 <p>5 seg.</p>	Empieza musica instrumental de fondo.
Plano general del personal de asociación preferiblemente de mantenimiento haciendo su labor diaria.	 <p>10 seg.</p>	Continúa la musica instrumental, bajando un poco el volumen y empieza locución. Locución: Camino Seguro es una Asociación sin fines de lucro.
Plano general del personal de asociación haciendo su labor diaria.	 <p>30 seg.</p>	Continúa la musica instrumental y la locución esta describiendo que es CS. Locución: que trabaja para brindar.




Cliente: Asociación Camino Seguro
 Producto: Video
 Medio: Digital / Redes Sociales
 Duración: 2:00 minutos




Versión: No. 2
 Fecha: 4 de diciembre
 Hoja No. 2

Descripción	Imagen	Locución
Plano medio de personal de la asociación, haciendo su labor diaria.	 <p style="text-align: right;">45 seg.</p>	Continúa musica de fondo. Locución: esperanza, educación y oportunidades
Plano medio de catedratico en su labor diaria.	 <p style="text-align: right;">1 min.</p>	Continúa música de fondo. Locución: Brindamos oportunidad a las familias más pobres que viven.
Plano general de los niños en el comedor.	 <p style="text-align: right;">1:15 mins</p>	Continúa musica de fondo. Locución: en la comunidad del basurero de la Ciudad Capital.

Cliente: Asociación Camino Seguro
Producto: Video
Medio: Digital / Redes Sociales
Duración: 2:00 minutos

Versión: No. 2
Fecha: 4 de diciembre
Hoja No. 3

Descripción	Imagen	Locución
Plano detalle de niños recibiendo clases.	 <p>1:25 mins</p>	Continua musica de fondo y locución describiendo la ayuda. Locución: Nuestro programa atiende aproximadamente 600 niños.
Plano medio de niños en actividades de Camino Seguro.	 <p>1:40 mins</p>	Continua musica de fondo. Locución: entre edades de 2 a 21 años.
Plano genral de niños en actividades de Camino Seguro.	 <p>1:50 mins</p>	Continua musica de fondo. Locución: cerca de 300 familias viviendo al rededor.

<p>Cliente: Asociación Camino Seguro</p> <p>Producto: Video</p> <p>Medio: Digital / Redes Sociales</p> <p>Duración: 2:00 minutos</p>		<p>Versión: No. 2</p> <p>Fecha: 4 de diciembre</p> <p>Hoja No. 4</p>
Descripción	Imagen	Locución
<p>Plano general de los niños en sus actividades diarias.</p>	 <p>2:00 mins</p>	<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: Fortaleciendo su dignidad.</p>
<p>Plano general de los niños en sus actividades diarias.</p>	 <p>2:10 mins</p>	<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: a través del poder de la educación.</p>
<p>Plano medio de los niños en sus clases diarias.</p>	 <p>2:20 mins</p>	<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: Brindado conocimiento para nuevas formas de expresión.</p>




Cliente: Asociación Camino Seguro
Producto: Video
Medio: Digital / Redes Sociales
Duración: 2:00 minutos

Versión: No. 1
Fecha: 4 de diciembre
Hoja No. 5

Descripción	Imagen	Locución
<p>Plano general de trabajo de la concina.</p>	 <p>2:10 mins</p>	<p>Continúa música. Locución: Velando por su alimentación diaria.</p>
<p>Plano medio de labores de la cocina.</p>	 <p>2:15 mins</p>	<p>Continúa música de fondo. Locución: Para que puedan dar su mejor desempeño todos los días.</p>
<p>Plano general de los niños en el comedor.</p>	 <p>2:20 mins</p>	<p>Continúa música de fondo. Locución: Trabajando en sus fortalezas y debilidades para que sean capaces de enfrentar los problemas de su vida cotidiana.</p>

Cliente: Asociación Camino Seguro
Producto: Video
Medio: Digital / Redes Sociales
Duración: 2:00 minutos

Versión: No. 1
Fecha: 4 de diciembre
Hoja No. 6

Descripción	Imagen	Locución
Plano cerrado de niños comiendo.	 <p>2:25 mins</p>	Sigue música de fondo. Locución: Cosechando juntos nuevos exitos.
Plano general de niños utilizando el laboratorio de computación.	 <p>2:35 mins</p>	Sigue música de fondo. Locución: Rompiendo barreras.
Plano medio de niños en su labor diaria.	 <p>2:41 mins</p>	Sigue música de fondo. Locución: Volviendonos una familia.

Capitolo VIII



Capítulo VIII. Validación de técnica.

El proceso de validación consiste en evaluar cualitativamente y cuantitativamente la efectividad que presenta el material del diseño en función de dar respuesta a los requerimientos del cliente, los objetivos del proyecto y la funcionalidad del proyecto.

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará a 5 expertos hombres y mujeres, con experiencia en diferentes campos de la cinematografía.

8.1 Población y Muestreo

5 expertos validaron la propuesta preliminar.

- Lda. Edna Rheiner
- Lda. Lourdes Donis
- Lic. Antonio Ramírez
- Lic. Edgar Zamora
- Lda. Ivonne Ovalle

8.2 Método e instrumentos

8.2.1 Enfoque Cuantitativo

Se fundamenta en el método hipotético deductivo. Establece teorías y preguntas iniciales de investigación, de las cuales se derivan hipótesis. Estas se someten a prueba utilizando diseños de investigación apropiados. Mide las variables en un contexto determinado, analiza las mediciones, y establece conclusiones. Si los resultados corroboran las hipótesis, se genera confianza en la teoría, si no es refutada y se descarta para buscar mejores.

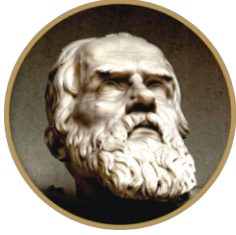
Reduccionista. Utiliza medición numérica, conteo, y estadística, encuestas, experimentación, patrones, recolección de datos.

No desechan la realidad subjetiva. Esta consiste en el conjunto de creencias, presuposiciones, experiencias subjetivas de las personas (y del investigador). Sin embargo, sus estudios profundizan en la realidad objetiva, siendo esta objetiva e independiente de creencias, y más susceptible de conocerse. Y es necesario conocerla a través de información. La recolección y el análisis de datos que se siguen son confiables. Se asocia con experimentos. Tiene como objetivo lograr que las creencias del investigador se acerquen a la realidad del ambiente.

8.2.5.1. La encuesta

Se utilizó la encuesta como técnica cuantitativa de recolección de datos, la cual evalúa tres áreas:

- Parte objetiva: Se evalúan aspectos relacionados con los objetivos del proyecto. Para esta parte se utilizarán preguntas dicotómicas que respondan directamente al cumplimiento de los objetivos planteados en el proyecto.
- Parte Semiológica: Evalúa percepciones y los elementos del diseño. Para esta parte se utilizarán la escala de Likert, estableciendo un mínimo de tres variables para establecer los parámetros adecuados de evaluación.
- Parte Operativa: Evalúa principalmente la funcionalidad de la propuesta. Para esta parte se utilizarán preguntas dicotómicas y escala de Likert, según la naturaleza de la pregunta y lo que busque evaluar.



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO

(FACOM)

LICENCIATURA DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Nombre: _____

Género: M F Exp. en el medio: _____

Puesto que desempeña actualmente: _____

Encuesta de validación de proyecto

DESARROLLO DE MATERIAL AUDIOVISUAL DIRIGIDO A PERSONAS DE 16 A 50 AÑOS DE EDAD, QUE DESEEN COLABORAR DE FORMA MATERIAL, VOLUNTARIA O ECONÓMICA EN LA CIUDAD CAPITAL DE GUATEMALA, PARA LA ORGANIZACIÓN CAMINO SEGURO.

La Organización Camino Seguro, sin fines de lucro, trabaja en beneficio de las personas que viven en la comunidad del relleno sanitario de la zona 3 de la ciudad capital.

El fin de Camino Seguro, es proporcionar educación y alimentación, a niños y adultos.

Cuentan con preprimaria, primaria y básicos. Trabajan aproximadamente con 500 niños al año, trabajando con su integridad, realizando diferentes actividades deportivas, culturales y académicas.

Camino Seguro, al ser una ONG sin fines de lucro, vive de constantes donaciones realizadas de diferentes formas, ya sea monetaria o presencial participando el programa de voluntariado, ya que todas estas familias son de escasos recursos y siendo su objetivo llegar cada vez a más niños.

Instrucciones:

Con base a la información anterior, observe el video y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación.

Siga las instrucciones y marque la respuesta que considere correcta

Parte objetiva:

1.- Considera que es necesaria la elaboración de un material audiovisual que dé a conocer parte del trabajo que realiza la organización.

Si No

2.- ¿Considera necesario investigar materiales audiovisuales de organizaciones no gubernamentales de otros países y con ello tomar referencias para el contenido y aplicarlos al proyecto?

Si No

3.- ¿Considera necesario recopilar información de la Asociación Camino Seguro a fin de tener una mejor perspectiva sobre las diferentes situaciones en las que se encuentran los voluntarios, los beneficiarios y las diferentes condiciones de vida?

Si No

4.- ¿Considera que el audiovisual captura los diferentes escenarios en las que las personas conviven?

Si No

5.- ¿Considera que se estableció un límite ético profesional, para reconocer que tomas y fotografías sean parte del trabajo sin mostrar morbo?

Si No

Parte Semiótica:

6.- Considera que la duración del video es la necesaria para que no pierda la atención del telespectador.

Si No

7.- ¿Considera que la música del audiovisual es agradable para complementar el mensaje de colaboración y apoyo?

Si No

8.- ¿Considera que el timbre de voz de la locución se complementa bien al ver el video?

Si No

9.- A su criterio ¿Considera correcto el uso de una voz femenina para la locución?

Si No

10.- Considera que ¿el audiovisual puede contener alguna escena ofensiva?

Si No

Parte Operativa:

11.- ¿Considera que el audiovisual invita a él telespectador a participar o apoyar a Camino Seguro?

Si No

12.- ¿Considera que la música del audiovisual complementa de forma correcta el mensaje de colaboración?

Si No

13.- ¿Considera que la fotografía del audiovisual ayuda a conocer parte del trabajo que se realiza en Camino Seguro?

Si No

14.- A su criterio ¿Considera que el audiovisual causa alguna emoción? (Por favor solo marque una opción).

Decepción Satisfacción Placer Ninguna
Felicidad Consternación Gratificación

15.- A su criterio ¿Cuál consideraría que sería la mejor forma de dar a conocer el audiovisual de forma efectiva y económica?

Televisión Nacional Televisión Privada Redes Sociales

16.- Para qué grupo objetivo considera que funciona más el audiovisual.

De 15 años en adelante. Entre 15 y 30 años. Entre 20 y 30 años.

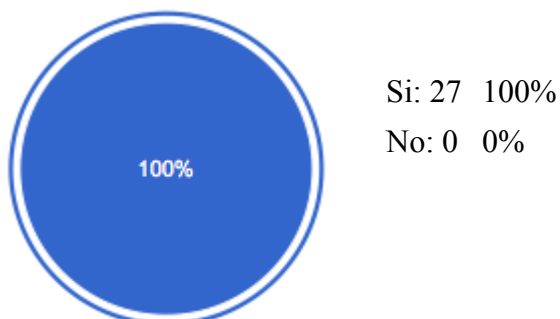
De 20 años en adelante. De 30 año en adelante.

Observaciones:

Muchas gracias por su tiempo.

8.3 Resultados e interpretación de resultados.

8.3.1 ¿Considera que es necesaria la elaboración de un material audiovisual que dé a conocer parte del trabajo que realiza la organización?

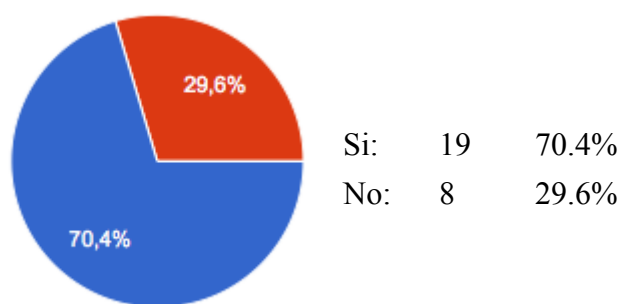


Interpretación:

El 100% de los encuestados consideró necesario producir un material audiovisual que dé a conocer parte del trabajo que realiza la asociación Camino Seguro.

Por lo tanto, se cumple con el objetivo general planteado en la presente investigación.

8.3.2 ¿Considera necesario investigar materiales audiovisuales de organizaciones no gubernamentales de otros países y con ello tomar referencias para el contenido y aplicarlos al proyecto?



Interpretación:

El 70.4% de los encuestados consideró necesario investigar materiales audiovisuales de organizaciones no gubernamentales de otros países y con ello tomar referencias para el contenido y aplicarlos al proyecto, el 29.6% no está a favor de la investigación.

Por lo tanto, se cumple con el objetivo específico planteado en la presente investigación.

8.3.3 ¿Considera necesario recopilar información de la Asociación Camino Seguro a fin de tener una mejor perspectiva sobre las diferentes situaciones en las que se encuentran los voluntarios, los beneficiarios y las diferentes condiciones de vida?



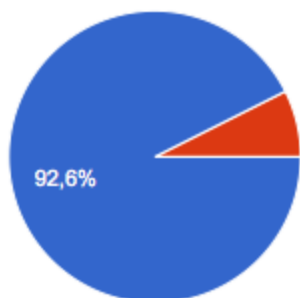
Si: 27 100%
No: 0 0%

Interpretación:

El 96.3% de los encuestados considera necesario recopilar información de la Asociación Camino Seguro a fin de tener una mejor perspectiva sobre las diferentes situaciones en las que se encuentran los voluntarios, los beneficiarios y las diferentes condiciones de vida.

Por lo tanto, se cumple con el objetivo específico planteado en la presente investigación.

8.3.4 ¿Considera que el audiovisual captura los diferentes escenarios en las que las personas conviven?



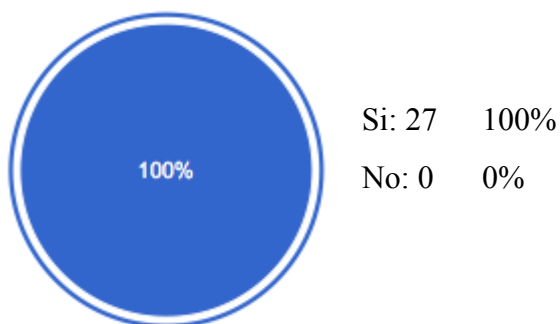
Si: 25 92.6%
No: 2 7.4%

Interpretación:

El 92.6% de los encuestados considera que el audiovisual captura los diferentes escenarios en las que las personas conviven, el 7.4% no está a favor.

Por lo tanto, se cumple con el objetivo específico planteado en la presente investigación.

8.3.5 ¿Considera que se estableció un límite ético profesional, para reconocer que tomas y fotografías sean parte del trabajo sin mostrar morbo?



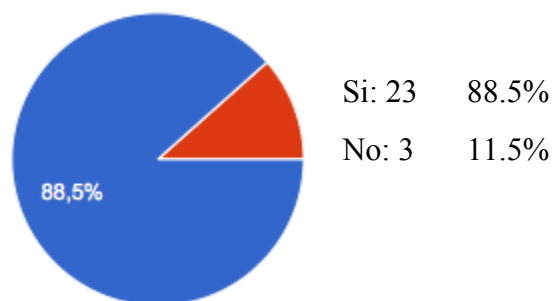
Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que se estableció un límite ético profesional, para reconocer que tomas y fotografías sean parte del trabajo sin mostrar morbo.

Por lo tanto, se cumple con el objetivo específico planteado en la presente investigación.

8.3.6 Parte Semiótica:

Considera que la duración del video es la necesaria para que no pierda la atención del telespectador.



Interpretación:

El 88.5% de los encuestados considera que la duración del video es la necesaria para que no pierda la atención del telespectador es la correcta, el 11.5% no está de acuerdo con que la duración sea la necesaria para no perder la atención del telespectador.

Por lo tanto, se cumple el objetivo semiótico planteado hacia el proyecto de graduación.

8.3.7 ¿Considera que la música del audiovisual es agradable para complementar el mensaje de colaboración y apoyo?



Si: 27 100%

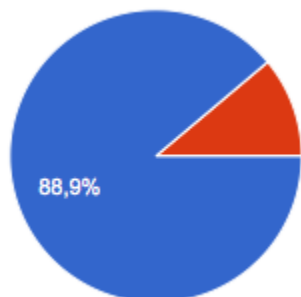
No: 0 0%

Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que la música del audiovisual es agradable para complementar el mensaje de colaboración y apoyo.

Por lo tanto, se cumple el objetivo semiótico planteado hacia el proyecto de graduación.

8.3.8 ¿Considera que el timbre de voz de la locución se complementa bien al ver el video?



Si: 24 88.9%

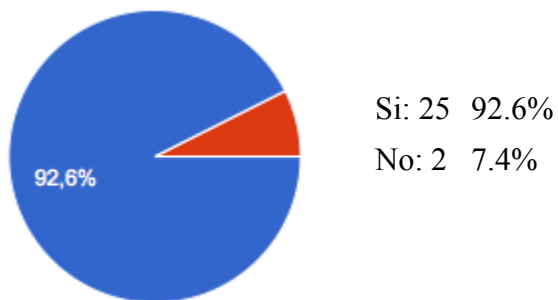
No: 3 11.1%

Interpretación:

El 88.9% de los encuestados considera que el timbre de voz de la locución se complementa bien al ver el video, el 11.1% no está de acuerdo que el timbre de voz complemente el video.

Por lo tanto, se cumple el objetivo semiótico planteado hacia el proyecto de graduación.

8.3.9 A su criterio ¿Considera correcto el uso de una voz femenina para la locución?

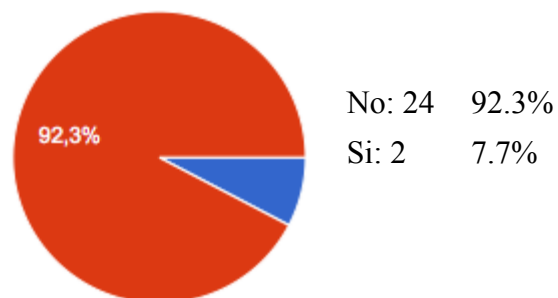


Interpretación:

El 92.6% de los encuestados considera correcto el uso de una voz femenina para la locución, el 7.4% no está a favor de utilizar una voz femenina para la locución.

Por lo tanto, se cumple el objetivo semiótico planteado hacia el proyecto de graduación.

8.3.10 Considera que ¿el audiovisual puede contener alguna escena ofensiva?



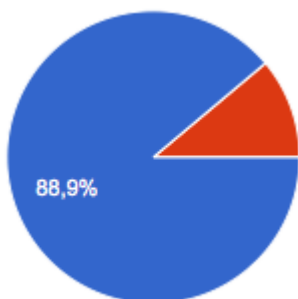
Interpretación:

El 92.3% considera que el audiovisual no contiene alguna escena ofensiva, el 7.7% considera que si hay escenas ofensivas.

Por lo tanto, se cumple el objetivo semiótico planteado hacia el proyecto de graduación.

8.3.11 Parte operativa.

¿Considera que el audiovisual invita a él telespectador a participar o apoyar a Camino Seguro?



Si: 24 88.9%

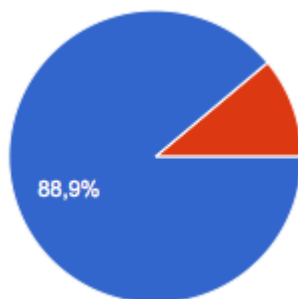
No: 3 11.1%

Interpretación:

El 88.9% de los encuestados considera que el audiovisual invita al telespectador a participar o apoyar a Camino Seguro, el 11.1% no está de acuerdo y no considera que invite al telespectador a participar.

Por lo tanto, se cumple el resultado operativo planteado hacia el proyecto de graduación.

8.3.12 ¿Considera que la música del audiovisual complementa de forma correcta el mensaje de colaboración?



Si: 24 88.9%

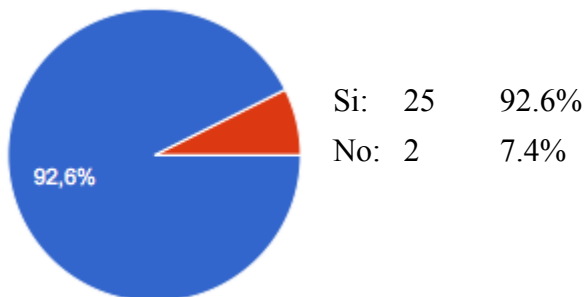
No: 3 11.1%

Interpretación:

El 88.9% de los encuestados considera que la música del audiovisual complementa de forma correcta el mensaje de colaboración, el 11.1% no está de acuerdo con que la música complementa de forma correcta el mensaje de colaboración.

Por lo tanto, se cumple el resultado operativo planteado hacia el proyecto de graduación.

8.3.13 ¿Considera que la fotografía del audiovisual ayuda a conocer parte del trabajo que se realiza en Camino Seguro?

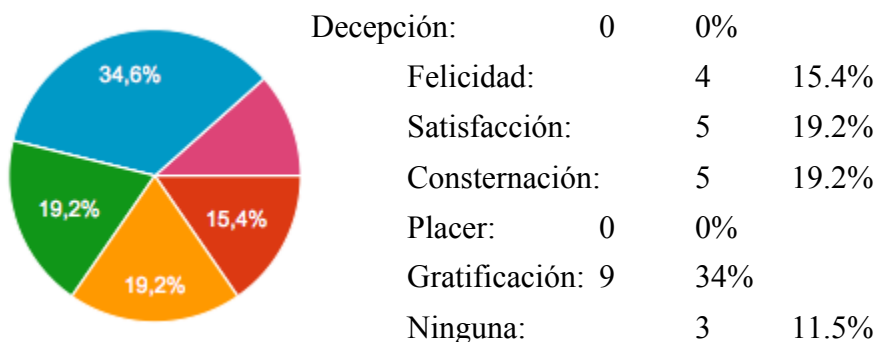


Interpretación:

El 92.6% de los encuestados considera que la fotografía del audiovisual ayuda a conocer parte del trabajo que se realiza en Camino Seguro, el 7.4% no está de acuerdo que la fotografía del audiovisual ayuda a conocer parte del trabajo de Camino Seguro.

Por lo tanto, se cumple el resultado operativo planteado hacia el proyecto de graduación.

8.3.14 A su criterio ¿Considera que el audiovisual causa alguna emoción? (Por favor solo marque una opción).

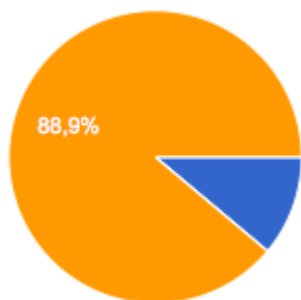


Interpretación:

Los encuestados consideran que causa emociones el audiovisual, siendo gratificación la de mayor causa con 34%, en segundo lugar, satisfacción y consternación con 19.2%, le sigue felicidad con 15.4%, ninguna emoción con 11.5%, no siendo marcados decepción y placer en ninguna ocasión.

Por lo tanto, se cumple el resultado operativo planteado hacia el proyecto de graduación.

8.3.15 A su criterio ¿Cuál consideraría que sería la mejor forma de dar a conocer el audiovisual de forma efectiva y económica?



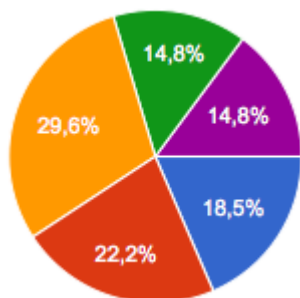
Televisión nacional:	3	11.1%
Televisión privada:	0	0%
Redes sociales:	24	88.9%

Interpretación:

Los encuestados consideran que la mejor forma de dar a conocer el audiovisual de forma efectiva y económica es de redes sociales con 88.9%, en segundo lugar, la televisión privada con 11.1% y no siendo marcada televisión privada por lo tanto tiene un 0%.

Por lo tanto, se cumple el resultado operativo planteado hacia el proyecto de graduación.

8.3.16 Para qué grupo objetivo considera que funciona más el audiovisual.



15 años en adelante:	5	18.5%
Entre 15 y 30 años:	6	22.2%
20 años en adelante:	8	29.6%
Entre 20 y 30 años:	4	14.8%
30 años en adelante:	4	14.8%

Interpretación:

Los encuestados consideran que el audiovisual funciona más con el grupo objetivo de 20 años en adelante, siendo marcada con un 29.9%, en segundo lugar, entre 15 y 30 años 22.2%, tercer lugar 15 años en adelante con 18.5%, finalmente entre 20 y 30 y 30 años en adelante con 14.8% ambas respuestas.

Por lo tanto, se cumple el resultado operativo planteado hacia el proyecto de graduación.

8.4 Cambios en base a los resultados.

8.4.1 Locución.

Justificación:

Al inicio se había solicitado una locución que pudiera transmitir calma, inspiración y que invitara al telespectador a inspirarse y a participar. Los clientes razonaron que la locución estaba demasiado pausada y no aclaraba qué clase de ayuda necesitaba la asociación.

Por eso se solicitó grabar nuevamente la locución, con el mismo guion, pero con un ritmo más acelerado y no tan pausado, agregando la clase de ayuda que se necesita la asociación, monetaria y voluntaria.

8.4.2 Agregar texto de ayuda en el video.

Justificación:

Al inicio se había solicitado el audiovisual mostrar las diferentes áreas que trabaja Camino Seguro para que el telespectador las conociera, y se logró satisfactoriamente, pero los clientes decidieron que para dar más énfasis en las áreas que se cubren era necesario agregar un texto que apoye a la imagen a la hora de mostrar el apoyo.

Por eso se solicitó agregar a en la edición del video, añadir textos que apoyan y dividen las áreas que Camino Seguro cubre en el audiovisual.

Capítulo IX



Capítulo IX. Propuesta gráfica final.

9.1 Camino Seguro - Guión

- “Camino Seguro, una asociación sin fines de lucro que trabaja para brindar esperanza, educación y oportunidades”
- “Brindamos oportunidades a las familias más pobres que viven en la comunidad del basurero de la Ciudad Capital de Guatemala”
- “Nuestro programa atiende aproximadamente 600 niños, entre edades de 2 a 21 años”
- “Y cerca de 300 familias viviendo alrededor”
- “Fortalecer su dignidad a través del poder de la educación”
- “Brindar conocimiento para nuevas formas de expresión”
- “Velando por su alimentación y nutrición diaria, para puedan dar el mejor desempeño todos los días”
- “Trabajar en sus fortalezas y debilidades para que sean capaces de enfrentar los problemas de su vida cotidiana”
- “Cosechar juntos nuevos éxitos”
- “Romper barreras”
- “Volviéndonos una familia”
- “Si usted desea colaborar económica o voluntariamente con Camino Seguro contáctenos al 2440-4388”
- “O búsquenos en nuestra página www.camino-seguro.org para más información”

9.2 Guión final.

Duración final del audiovisual: 2 minutos 28 segundos.

Ver documental en: enlace de YouTube:

<p>Cliente: Asociación Camino Seguro</p> <p>Producto: Video</p> <p>Medio: Digital / Redes Sociales</p> <p>Duración: 2:00 minutos</p>		<p>Versión: No. 3</p> <p>Fecha: 20 de diciembre</p> <p>Hoja No. 1</p>
Descripción	Imagen	Locución
<p>Empieza con un fade in del eslogan de CS pintado en la pared, mostrando la humildad del proyecto al dar la impresión de ser pintado por niños, siendo estas las primeras impresiones que se va a llevar el telespectador.</p>	 <p>0:08 mins</p>	<p>Empieza la música instrumental, bajando un poco el volumen y empieza locución.</p> <p>Locución: Camino Seguro es una Asociación sin fines de lucro.</p>
<p>Luego damos a conocer las personas que trabajan para el proyecto, dando la sensación de esfuerzo, trabajo y dedicación sin mostrar aún la razón principal que son los niños y jóvenes beneficiados. En la imagen se muestra al jardinero de CS.</p>	 <p>0:16 mins</p>	<p>Continúa la música instrumental y la locución está describiendo que es CS.</p> <p>Locución: que trabaja para brindar.</p>
<p>Mostrando las diferentes áreas de trabajo y dando a entender la fuerte carga de trabajo. En la imagen está un voluntario de CS cargando una caja de alimentos y la imagen es reforzada nuevamente con el eslogan de la asociación.</p>	 <p>0:24mins</p>	<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: esperanza, educación y oportunidades</p>

Cliente: Asociación Camino Seguro

Producto: Video


Medio: Digital / Redes Sociales

Duración: 2:00 minutos

Versión: No. 3




Fecha: 20 de diciembre

Hoja No. 2

Descripción	Imagen	Locución
<p>Se empieza a mostrar una parte de la ayuda que se le da a los jóvenes y niños de CS apoyado con un texto en una clase de tutorías.</p>	 <p>0:32 mins</p>	<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: Brindamos oportunidad a las familias más pobres que viven.</p>
<p>También se muestra de forma general a los niños en un día normal de clases, participando junto a su maestra impartiendo sus clases.</p>	 <p>0:40 mins</p>	<p>Continúa musica de fondo.</p> <p>Locución: en la comunidad del basurero de la Ciudad Capital.</p>
<p>Entre las diferentes actividades que pueden realizar los niños y jóvenes de la asociación se muestra a un niño en un curso de baile muy sonriente y la imagen es reforzada con el texto "Artes y formas de expresión".</p>	 <p>0:48 mins</p>	<p>Continúa musica de fondo y locución describiendo la ayuda.</p> <p>Locución: Nuestro programa atiende aproximadamente 600 niños.</p>

Cliente: Asociación Camino Seguro
 Producto: Video
 Medio: Digital / Redes Sociales
 Duración: 2:00 minutos

Versión: No. 3
 Fecha: 20 de diciembre
 Hoja No. 3

Descripción	Imagen	Locución
<p>Se muestra el trabajo de la cocina que prepara el almuerzo para todos los niños de la asociación.</p>	 <p>0:56 mins</p>	<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: entre edades de 2 a 21 años.</p>
<p>Se muestra a los niños consumiendo los alimentos que les prepararon mostrando la ayuda que reciben.</p>	 <p>1:04 mins</p>	<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: cerca de 300 familias viviendo al rededor.</p>
<p>Finalmente se muestra el compromiso de las personas que trabajan para CS.</p>	 <p>1:12 mins</p>	<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: Fortaleciendo su dignidad.</p>




Cliente: Asociación Camino Seguro
Producto: Video
Medio: Digital / Redes Sociales
Duración: 2:00 minutos

Versión: No. 3
Fecha: 20 de diciembre
Hoja No. 4

Descripción	Imagen	Locución
La dedicación de los niños y jóvenes de aprender y superarse a pesar de las dificultades que han encontrado en su vida.	 <p>1:20 mins</p>	Continúa musica de fondo. Locución: a travez del poder de la educación.
El aporte tecnológico que puede dar CS a los niños para que estén lo mejor preparado posible.	 <p>1:28 mins</p>	Continúa musica de fondo. Locución: Brindado conocimiento para nuevas formas de expresión.
Se muestra la cercanía que llegan a tener los voluntarios con los jóvenes y niños de CS.	 <p>1:36 mins</p>	Continúa musica. Locución: Velando por su alimentación diaria.

Cliente: Asociación Camino Seguro
Producto: Video
Medio: Digital / Redes Sociales
Duración: 2:00 minutos

Versión: No. 3
Fecha: 20 de diciembre
Hoja No. 5

Descripción	Imagen	Locución
<p>Finalmente mostramos a los niños beneficiados e interactuando a la cámara, mostrando inocencia y felicidad de ser beneficiados por el proyecto.</p>	 <p>1:42 mins</p>	<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: Para que puedan dar su mejor desempeño todos los días.</p>
<p>Y la unión que existe entre ellos</p>	 <p>1:52 mins</p>	<p>Continúa música de fondo.</p> <p>Locución: Trabajando en sus fortalezas y debilidades para que sean capaces de enfrentar los problemas de su vida cotidiana.</p>
<p>Termina el audiovisual con el logo de la Asociación y los datos para contactarlos, teléfono y página web. No se colocó fanpage de facebook porque no cuentan con una oficial.</p>	 <p>2:02 mins</p>	<p>Sigue música de fondo.</p> <p>Locución: Cosechando juntos nuevos éxitos.</p>

Capítulo X



Capítulo X. Producción, reproducción y distribución.

10.1 Plan de costos de elaboración.

Para estimar el proceso de elaboración de la producción del audiovisual, fue necesario exponer algunos puntos:

Proceso creativo, elaboración de propuesta, recopilación de información:	De Mayo a Septiembre.
Total, de meses empleados en la realización de la guía interactiva.	5 Meses
Total de semanas empleadas en la realización del audiovisual.	20 Semanas
Total de días trabajados.	33 (3 días por semana).
Total de horas trabajadas.	99 horas (3 horas diarias). Tomando en cuenta que se trabajó la preproducción, producción y postproducción, que en una productora o canal de televisión son tres áreas diferentes de trabajo, el pago del día de trabajo es de Q200.00 y la hora tiene un valor de Q20.00
Precio por hora.	Q20.00
El costo total de la elaboración del Material Audiovisual es de:	99 horas trabajadas x Q20.00 = Q1980.00

10.2 Plan de costos de producción.

El proceso de producción incluye las siguientes actividades:

El proceso consistió en la digitalización de bocetos de artes finales, validación de la propuesta y realización de cambios para la propuesta final:	De Octubre, Noviembre y Diciembre.
Total de semanas trabajadas.	10 semanas trabajadas.
Total de días trabajados.	33 días (3 días por semana).
Total de horas trabajadas.	99 horas trabajadas (3 horas al día).
El valor de la hora trabajada.	Q20.00
El costo total de producción del Material Audiovisual es de:	99 horas x Q20.00 = Q1980.00

10.3 Plan de costos reproducción.

El video motivacional será reproducido por medio de las redes sociales, Facebook, YouTube, Twitter, que no representará ningún costo.

10.4 Plan de costos de distribución.

La asociación distribuirá el material audiovisual por medio de las redes sociales, ya que según la encuesta es el método más popular y económico de dar a conocer el material audiovisual. Con costos de hasta \$5USD mensuales y siendo una forma más fácil de llegar al grupo objetivo.

10.5 Cuadro con resumen general de costos.

Proceso	Costos
Elaboración	Q1,980.00
Producción	Q1,980.00
Reproducción	Q.00.00
Distribución	Q0.00
Margen de utilidad	Q792.00 – 20%
Costo Total	Q3,960.00

Capítulo XI



Capítulo XI. Conclusiones y recomendaciones.

11.1 Conclusiones.

11.1.1 Se logró la producción de material audiovisual que dé a conocer las actividades que realiza a personas interesadas en colaborar monetaria o físicamente.

11.1.2 Se logró la investigación de materiales audiovisuales, documentales sobre organizaciones no gubernamentales de otros países y con ello elaborar el vídeo con ayuda de las referencias técnicas y de contenido.

11.1.3 Se logró obtener toda la información de la organización, a fin de tener una mejor perspectiva sobre las diferentes situaciones en las que se encuentran los voluntarios, los beneficiarios y las diferentes condiciones de vida.

11.1.4 Se logró fotografiar los diferentes escenarios de los diferentes lugares en los que estas personas conviven.

11.1.5 Se logró establecer un límite ético profesional, para reconocer qué tomas y fotografías sean parte del trabajo sin la intención de mostrar morbo en el mismo.

11.2 Recomendaciones.

11.2.1 Que logren un proceso de comunicación más adecuado del material audiovisual, para llegar de una forma más adecuada y formal al grupo objetivo.

11.2.2 Que se investigue la empresa en un sistema adecuado de comunicación y un proceso creativo en el que ambas partes colaboren para la realización exitosa de futuros proyectos de diseño y de comunicación.

11.2.3 Viralizar por medio de las redes sociales el material audiovisual, ya que el costo es mínimo y es la mejor forma de darse a conocer.

11.2.4 Utilizarlo en presentaciones en las que se necesite resumir el trabajo que realiza Camino Seguro.

11.2.5 Utilizar lo más posible las herramientas que dan las redes sociales para darse a conocer no solo por el audiovisual, sino por fanpages oficiales de Camino Seguro, que muestre más situaciones o experiencias.

11.2.6 Buscar el apoyo de los medios de comunicación y llegar a negociaciones en las que el medio pueda realizar un servicio social y realizarlas cuando cada cierto tiempo.

11.2.7 Utilizar lo más posible el eslogan, para que inmediatamente se identifique con la asociación.

Capítulo XII



Capítulo XII. Conocimiento general.

La universidad es una etapa importante en la vida que tenga la oportunidad de cursarla y superarse.

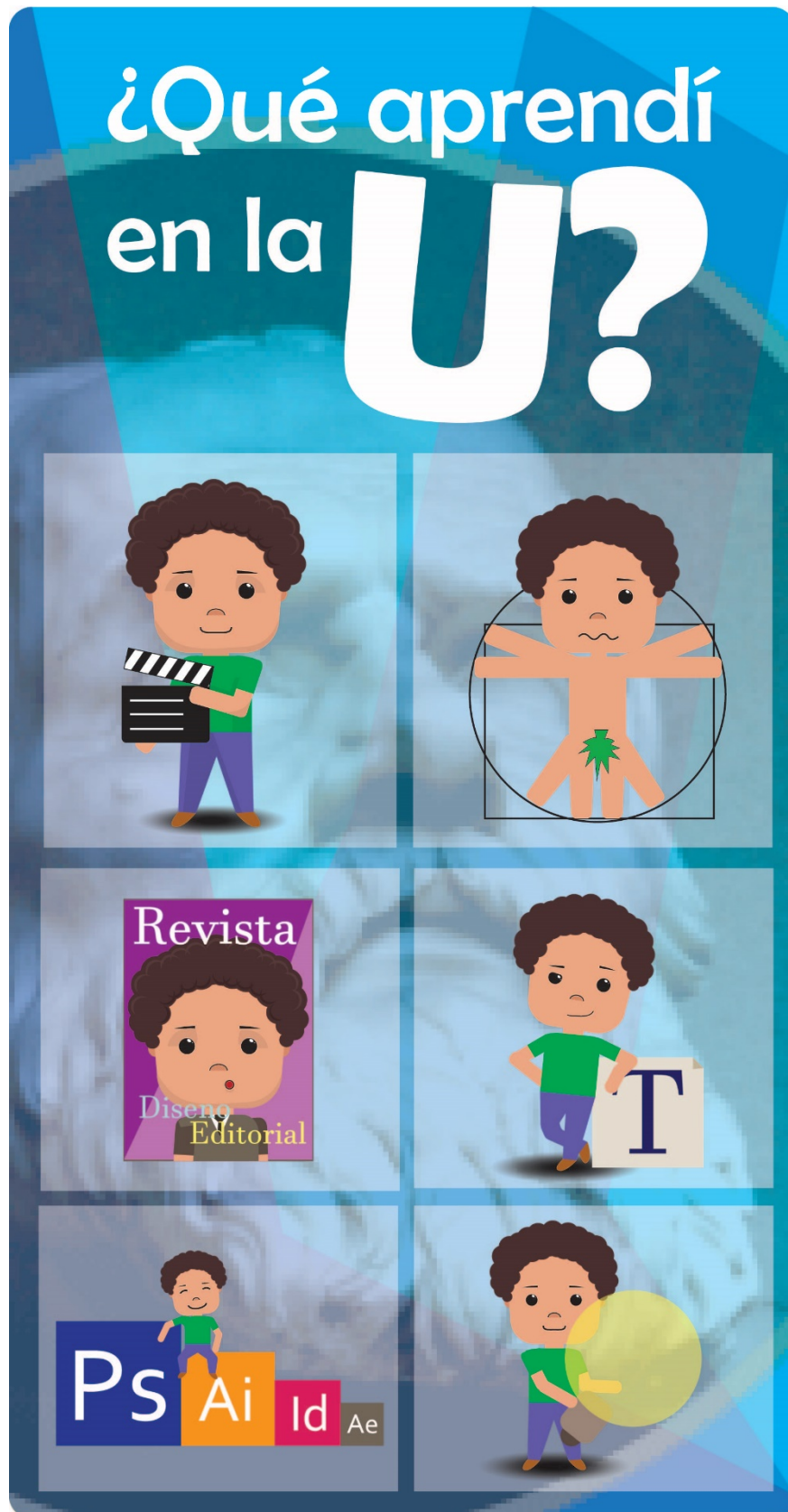
Es una parte de la vida en la que uno puede descubrir lo que realmente desea de la carrera, conociendo las diferentes ramas del diseño y la comunicación; y la ventaja de haber trabajado en la mayoría de ellas.

Pero como todo en la vida, depende de cada persona que tanto conocimiento quiera adquirir e indagar aún más luego de que catedráticos nos enseñan lo básico de la carrera y que tanto quiera superarse uno mismo en cada trabajo, tarea o proyecto que nos dejaron, obligándonos a exigirnos con disciplina.

En este proyecto pude poner en práctica varias de las herramientas que fui adquiriendo a lo largo de mi carrera como los métodos de investigación, técnicas de producción, programas de diseño gráfico, lenguaje, gramática, ética y ciencias, que me ayudaron en la realización del proyecto.

La enseñanza en estos cursos me dio las herramientas para investigar, desarrollar y poner en práctica el proyecto, siendo esta una forma de plasmar el conocimiento aprendido.

12.1 Infografía.



Capítulo XIII



Capítulo XIII. Referencias.

Bibliografía

(s.f.). Obtenido de Sociologicus: <http://www.sociologicus.com/clasicos/weber3.htm>

ABC. (s.f.). Obtenido de <http://www.abc.com.py/articulos/antropologia-de-karl-marx-915627.html>

Aquopuntto. (s.f.). Obtenido de <https://mjповedap.wordpress.com/componentes/comunicacion-y-ciudad-digital/>

Bermeosolo, J., lenguaje, P. d., & lenguaje, C. I. (s.f.). Capítulo III; Funciones del Lenguaje. En J. Bermeosolo, *Psicología del Lenguaje*. Obtenido de Aprende Lenguaje: <http://aprendelenguaje.blogspot.com/2007/03/las-funciones-del-lenguaje-segn-roman.html>

Cibernetica. (s.f.). Obtenido de <http://juancamilotabaresposada-si.blogspot.com/2009/10/cibernetica.html>

Cine y otros conceptos. (s.f.). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/berra_s_y/capitulo1.pdf

Comunicación Idoneos. (s.f.). Obtenido de https://comunicacion.idoneos.com/teoria_de_la_comunicacion/

Educación para la salud. Andragogía. (s.f.). Obtenido de <https://www.clubensayos.com/Ciencia/Educ-Para-La-Salud-Andragogia/1395516.html>

Educación Relacionarse. (s.f.). Obtenido de <http://educacion.relacionarse.com/146304/>

Figuras de la Psicopedagogía. (s.f.). Obtenido de http://www.uhu.es/cine.educacion/figuraspedagogia/0_paulo_freire.htm

González, C. R. (s.f.). Entrevista a Semiologo. (C. Carchi, Entrevistador)

Ideocentro. (s.f.). Obtenido de <http://www.ideocentro.com/recursos.php?id=30>

Instituto Tecnológico de Tijuana. (s.f.). Obtenido de <https://sites.google.com/site/garcialujavier/evidencias-de-aprendizaje>

Joseba. (s.f.). *Komunika*. Obtenido de <http://www.komunika.info/el-ductus-en-la-escritura-la-caligrafia-y-la-tipografia/>

MLG Diseño. (s.f.). Obtenido de <https://www.mlgdiseno.es/los-10-colores-pantone-del-2014/>

MLG Diseño. (s.f.). Obtenido de <https://www.mlgdiseno.es/long-shadow/>

Paredro. (s.f.). Obtenido de <https://www.paredro.com/5-tendencias-de-diseno-grafico-para-no-perder-de-vista-en-el-2014/>

Psicología de la Publicidad. (s.f.). Obtenido de <https://psicodelapubli.wordpress.com/2009/09/10/psicologia-del-consumidor/>

Psicología del Color. (s.f.). Obtenido de <http://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-del-color/>

Real Academia Española. (s.f.). Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=RBkqIJl>

Taller de cine y animación. (s.f.). Obtenido de <http://www.nosvemosigual.com.ar/movimientos-de-camara/>

Temas y Comunicación. (s.f.). Obtenido de <http://temasycomunicacion.blogspot.com/2009/02/roland-barthes.html>

Torres, D. M. (s.f.). *Psicología de la Comunicación.* Obtenido de http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nMMartinez_M.pdf

Universidad Pompeu Fraba. (s.f.). Obtenido de <https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-9/documental-multimedia.html>

Capítulo XIV. Anexos.

Anexo 1. Validadores.



Licenciado en Comunicación.

Julio Daniel de León.

Presentador en el Canal por cable local, Guatevisión.



Licenciada en Comunicación.

Edna Rheiner.

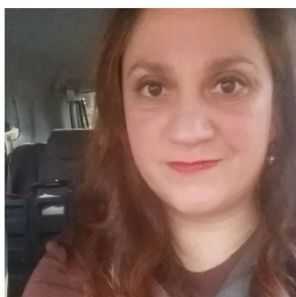
Catedrática de la U. Galileo. Además colabora para Emisoras Unidas



Licenciado en Comunicación.

Edgar Zamora.

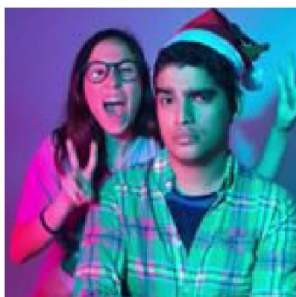
Director de la estación de radio Sónica.



Licenciada en Comunicación.

Lourdes Donis.

Catedrática de la U. Galileo y fotógrafa.



Licenciado en Comunicación.

Antonio Ramirez.

Productor independiente.

Anexo 2. Datos de la encuesta.

Anexo 3. Tabla completa de NSE.