

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

DISEÑO DE MATERIAL AUDIOVISUAL

Como Apoyo al Proyecto del Laboratorio de Liderazgo
e Innovación del Programa de Voluntariado
de la Universidad de San Carlos de Guatemala
Ciudad de Guatemala, Guatemala.

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

DISEÑO DE MATERIAL AUDIOVISUAL

**Como Apoyo al Proyecto del Laboratorio de Liderazgo
e Innovación del Programa de Voluntariado
de la Universidad de San Carlos de Guatemala**

Ciudad de Guatemala, Guatemala.

Proyecto Presentado por:
Javier Andrés Monterroso Urizar

Para optar al título de:
Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, febrero de 2023

Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del tema, en el análisis y conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

*El punto de partida de todo logro
es el deseo. Napoleon Hill.*

Nómina de Autoridades

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

Vocal I - Decano en Funciones

Licda. Ilma Judith Prado Duque

Vocal II

Arqta. Mayra Jeanett Díaz Barillas

Vocal III

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola

Vocal IV

Br. Laura del Carmen Berganza Perez

Vocal V

Ma. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría

Secretario Académico

Tribunal Examinador

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca

Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada

Asesora Metodológica

Lic. Axel Gabriel Flores Menéndez

Asesor Gráfico

MSc. Lic. Rodolfo Izeppi Ramírez

Tercer Asesor

An aerial photograph of a city street, showing a winding road, buildings, and trees. The image is overlaid with a semi-transparent red filter. The text 'AGRADE-CIMIENTOS' is written in a bold, teal, sans-serif font across the lower portion of the image.

AGRADE- CIMIENTOS

Quiero, principalmente, agradecerle a Dios quien me ha permitido llegar a este momento de mi vida. Me ha dado las capacidades y talentos para superar los múltiples retos que se han presentado. Y siempre me acompaña y bendice sin merecerlo.

A Mamá María por siempre interceder y mostrarme el camino a Dios manteniendo mi mirada fija en Él, en todo momento.

A mis papás, por su lucha para que continuara firme, constante y persistente. Siempre me apoyaron en las necesidades y su compañía es incondicional. Gracias por todos los sacrificios que han hecho por mí.

A mi hermano, que a pesar de nuestras diferencias, ha estado ahí orientándome para nunca rendirme y ver que este esfuerzo tiene una gran recompensa.

A mi familia por su acompañamiento, cariño, unión y consejos.

A Adriana Jiménez, quien ha estado a mi lado, me ha tenido paciencia e incluso, muchas veces, fue mi mano derecha en el proyecto. Me ha animado a continuar y no darme por vencido.

A mis amigos por echarme siempre porras y animarme a continuar en mi vida estudiantil y profesional.

A César Girón, por su asesoría, consejos y palabras de ánimo.

A Rodolfo Izeppi, quien hizo posible arrancar el proyecto y estuvo ayudándome siempre en lo que necesitaba.

A mis catedráticos, de quienes he obtenido sabiduría. Por su paciencia y cercanía, protagonistas también de la transcendencia de muchos alumnos.

Índice

INTRODUCCIÓN

Identificación del problema.....	14
Justificación del problema.....	14
Objetivo general y específicos.....	16

PERFILES

Perfil Institución.....	20
Perfil Grupo Objetivo.....	24

PLANEACIÓN OPERATIVA

Flujograma.....	28
Cronograma de Trabajo.....	30

MARCO TEÓRICO

Enfoque social y ético.....	36
Enfoque funcional y estético.....	44

DEFINICIÓN CREATIVA (Primer Nivel)

6W's.....	56
Mapa de Empatía.....	58
<i>Insight</i>	60
Concepto creativo.....	60
Bocetaje.....	62

DEFINICIÓN CREATIVA (Segundo Nivel)

Validación de piezas obtenidas.....	68
Bocetaje.....	71
Piezas mejoradas.....	72
Conclusiones del proceso.....	74

DEFINICIÓN CREATIVA (Tercer Nivel)	
Sistematización validación.....	78
Resultados.....	80
Conclusiones de validación.....	82
PROPUESTA FINAL	
Piezas audiovisuales.....	90
Piezas de marca (brand).....	92
Pieza folletos.....	98
Presupuesto.....	100
Lineamientos.....	102
CONCLUSIONES.....	104
RECOMENDACIONES.....	106
LECCIONES APRENDIDAS.....	108
FUENTES CONSULTADAS.....	110
GLOSARIO.....	114
APÉNDICE.....	116
ANEXO.....	118

An aerial photograph of a city street, showing a winding road, buildings, and trees. The left half of the image is overlaid with a semi-transparent red color. The word "PRESENTACIÓN" is written in large, bold, teal letters across the center of the image, with the red overlay partially covering the letters.

PRESENTACIÓN

Alrededor del mundo existe la cultura de la solidaridad, caridad y aporte social en general. Sin embargo, existen ciertos países donde podemos ver más marcada esta característica, por ejemplo, en Latinoamérica según la *Charities Aid Foundation en su World Giving Index* se evidencia que Guatemala es el país más solidario. (Redacción Nororiente 2018). En esta generación vemos personas que se suman y desarrollan en ellos líderes, personas que sobresalen y entre el confort de muchos se distinguen siendo capaces de mover masas de pequeñas personas logrando grandes cosas. (Segura 2019).

Toda esta cultura, conlleva una responsabilidad de ayudar de una forma sabia y adecuada para evitar ser obstáculo en el aporte que se haga. Esto muestra la necesidad de que debe existir formación para que los involucrados obtengan las herramientas de cómo es un correcto aporte descubriendo en sí mismos líderes atreviéndose a innovar con ideas revolucionarias y urgentes en los diferentes ámbitos.

Es importante la formación de la juventud que quiere ser solidaria, usualmente no tiene una cultura de lectura que permita su autoformación. De hecho, el índice de esta cultura es muy bajo en este país, no se tiene un dato específico pero se cree que una de cada 100 personas lee por placer, quiere decir que el resto de personas lee por obligación. (Villalobos Viato 2014). Pero una ventaja que se tiene de este grupo objetivo es la familiarización con la tecnología, por lo tanto, este es un medio de apoyo clave para su formación. Para ello se desarrollo el siguiente proyecto con la finalidad de implementar mejores canales para la edificación de los jóvenes en formación y de esta manera se descubran líderes, puedan ser capaces de crear nuevas ideas, innovaciones y la institución pueda apoyar haciendo posible cada una de ellas.



INTRO- DUCCIÓN

PROBLEMA

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Guatemala cuenta con jóvenes líderes solidarios, dispuestos a ser voluntarios en las múltiples organizaciones que existen como Volusac. Sin embargo, no existe una formación que contenga soluciones pedagógicas que apoyen al contenido que posee esta instancia. Contribuir con la solución de este problema daría fuerza para que cada uno de los jóvenes estudiantes tengan una formación de liderazgo más profesional y desde sus propios intereses sociales y/o académicos puedan aportar a la innovación en la sociedad. Para ello Volusac, programa de voluntariado de la Universidad de San Carlos de Guatemala, desarrolla el Laboratorio de Liderazgo e Innovación que busca llenar este vacío. Sin embargo, carece de material visual que apoye una mejor comprensión y comunicación de los contenidos que se manejan en el programa. Esto inevitablemente crea riesgos de que los contenidos no lleguen de forma clara, precisa y concisa a los receptores, que son los jóvenes estudiantes, produciendo un problema de mala o insuficiente comunicación. En este sentido se propuso diseñar material audiovisual aprovechando la tecnología y facilidad de aprendizaje visual que tienen las generaciones actuales. (Monterroso 2019), al mismo tiempo que tomamos en cuenta las dificultades que las personas tienen para leer.

El material que se produjo también contribuirá con crear y fortalecer la identidad de la institución, ya que se carece de esta, siguiendo los principios éticos que promueve.

JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Trascendencia

El material audiovisual que se desarrolló permitirá a Volusac la mejor comprensión de contenidos a posibles líderes entre los más de 700 voluntarios (VOLUSAC 2018). De tal manera que se pueda acortar el tiempo de aprendizaje y mejorar los canales de comunicación. El propósito es que los estudiantes que participen en el programa se vuelvan parte de la historia de la universidad y adopten actitudes de líderes en su entorno. Finalmente, que busquen la forma de innovar en la sociedad desde el aspecto profesional según las destrezas y conocimientos que han adquirido en la universidad y otros programas de formación. A corto plazo, se pretende que los líderes estudiantes puedan identificarse con la universidad de San Carlos; a mediano plazo que busquen ideas para poder aportar a la universidad; y a largo plazo llevando sus ideas a la práctica. Podrían ser aportes arquitectónicos, tecnológicos, visuales, médicos, biológicos, etc.

Incidencia

El programa tiene la intención de aprovechar la era de la tecnología y el gran impacto que esta tiene sobre la juventud incorporándola para la formación de líderes. Por ello, para completar el contenido de formación que se desarrolla en el laboratorio de manera pedagógica y de fácil comprensión, se produjeron videos que muestran cada uno de los módulos a impartir. Sabiendo que los audiovisuales tienen altos resultados ya que los usuarios pueden asimilar de una forma rápida, clara y efectiva su contenido. (Velarde s.f.).

El diseño gráfico aporta elementos y producción de calidad que facilitan la comprensión de contenidos y aprendizaje de manera significativa.

Factibilidad

Volusac cuenta con apoyo institucional que facilitó la elaboración de los audiovisuales, desde locaciones propias para grabación, hasta equipo profesional de video. En general, la institución tiene tal importancia en la universidad que posee una versatilidad para gestionar insumos o permisos para el rodaje de los diferentes audiovisuales. (Monterroso 2019).

Por tener estas oportunidades se buscaron las voces de personajes importantes, que enriquecieron los relatos y contenidos de las producciones. Se hicieron tomas de video en lugares importantes, tanto en la Universidad de San Carlos de Guatemala como en la ciudad de Guatemala. Se contó con apoyo externo para la producción, especialmente en el equipo y sets de grabación necesarios.

OBJETIVOS

Objetivo General

Apoyar al Programa de voluntariado de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por medio de la gestión y producción gráfica en el mejoramiento del material de apoyo del Laboratorio de Liderazgo e Innovación para desarrollar el potencial de los líderes estudiantiles de la USAC.

Objetivo Específico de Comunicación

Apoyar los procesos de capacitación de Volusac, por medio del diseño de material audiovisual, para facilitar la comprensión y apropiación de los contenidos que se abordan en el Laboratorio de Liderazgo e Innovación.

Objetivo Específico de Diseño

Diseñar material audiovisual de cinco módulos formativos con preproducción, producción y postproducción, integrando *motion graphic* y equipo de alta calidad como parte de la producción para reforzar los contenidos abordados en el Laboratorio de Liderazgo e Innovación.

LÍDERES

DE

CAMBIO



PER- FILES

INSTITUCIÓN

VOLUSAC

Es la dependencia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, responsable de la proyección social voluntaria y ente rector de las políticas de voluntariado en la USAC. Facilita el desarrollo de las comunidades y grupos vulnerables a través de los conocimientos, técnicos y científicos del voluntariado mediante la ejecución de proyectos de desarrollo social impulsados desde las comunidades. Involucrando a los estudiantes de la universidad, capacitándolos para que estos puedan desarrollarse de manera eficaz en la sociedad.

Volusac maneja 4 líneas de proyectos generales, que están divididos a su vez en 6 ejes temáticos cada uno con diferentes líneas estratégicas de acción, además de los proyectos institucionales que se deriven de la necesidad que tenga la población.

Los ejes son los siguientes:

- Gestión de Riesgos y Desastres
- Compromiso Social, Lúdico y Recreativo
- Cambio Climático y Acciones Ambientales
- Innovación para el Desarrollo Social y Disruptiva
- Salud Integral y Calidad de Vida
- Participación Ciudadana

Cada línea está pensada para que quien esté interesado en estos temas pueda en algún momento participar en actividades en conjunto y, al mismo tiempo, aportar cuando existan tragedias derivadas de fenómenos naturales o antrópicas. (Carrillo 2018).

Asimismo, para quienes asistan al estar registrados no limiten o reduzcan la capacidad de otros al no tener la formación adecuada para atender dicha emergencia.

Voluntariado

Para poder ser voluntario en Volusac es necesario ser estudiante de la USAC. Actualmente Volusac cuenta con aproximadamente 750 voluntarios inscritos. Sin embargo, es menor la cantidad de los estudiantes que están activos, para ello se han hecho alianzas con otras organizaciones y poder promover la participación de los estudiantes. La Comunidad Joven de la Municipalidad de Guatemala está siendo parte de la formación de los voluntarios, tienen sesiones semanales.

Este 2019 se trabajó junto a Paz Joven el Laboratorio de Liderazgo e Innovación, el cual funcionará para la formación directa de voluntarios, este cuenta con contenido propio que gira en torno a los ejes de trabajo de Volusac.

MISIÓN

Incrementar la incidencia del voluntariado en la Universidad de San Carlos y la sociedad guatemalteca para impulsar el desarrollo de las comunidades fortaleciendo los procesos de desarrollo local a través de la aplicación de conocimientos técnicos y científicos de los voluntarios.

VISIÓN

Facilita la gestión de programas, proyectos, formación e incidencia para el desarrollo de capacidades del voluntariado, posicionándose como la organización líder en la promoción y articulación de proyectos de voluntariado para el desarrollo social dentro y fuera de la USAC.

VALORES

Liderazgo, moral, ética y equidad.

LIDERAB

LABORATORIO DE LIDERAZGO E INNOVACIÓN

Como parte de la visión de fortalecimiento de capacidades y habilidades de los estudiantes universitarios desde el programa de voluntariado de la Universidad de San Carlos de Guatemala se plantea la creación del Laboratorio de Liderazgo, un proceso formativo que pretende la construcción de conocimiento colectivo, fortalecer habilidades y capacidades para la vida, evidenciar nuevos liderazgos jóvenes dentro de la universidad y ser un espacio multidisciplinario de propuestas que surgen desde las distintas realidades que vivimos como país.

El laboratorio de liderazgo busca contribuir a la construcción de un país con menos problemáticas con propuestas que surgen desde los estudiantes en un proceso colaborativo con aportes de ciencias, disciplinas y procesos diversos. El programa presenta también una experiencia vivencial de un ambiente de confianza rodeado de equipos con un objetivo común.

Objetivo

Desarrollar al máximo el potencial de los líderes estudiantiles a través de un proceso formativo y herramientas de innovación que sirva de base para el ejercicio de un liderazgo propositivo.

¿Qué busca el laboratorio?

Busca darle soluciones fáciles a través de la visión de aquellos quienes están hoy teniendo dificultades dentro de su ámbito de acción. Es esencial que aquellas personas que proponen el proyecto puedan darle una solución a través de su expertiz.

Busca también que el estudiante lleve a cabo procesos de vinculación entre ellos y la universidad. Así gestionen procesos o proyectos de mejoras de sus espacios o situaciones en las que viven académicamente.

¿En qué se basa el laboratorio?

Se basa en la metodología del Aula Lab del laboratorio de gobierno de Chile que se fundamenta en la creación de nuevas y mejores soluciones para la población, a su vez se toma en cuenta que para ello los ejes de trabajo del Aula Lab son: experimentar, investigar, cocrear y diseñar soluciones, bajo un esquema participativo, colectivo, lúdico y recreativo.

Contenido de formación del laboratorio

- **Módulo 1** USAC
- **Módulo 2** Juventud en tiempos de crisis y liderazgo
- **Módulo 3** Oveja negra, una oportunidad para innovar
- **Módulo 4** Participación y Organización
- **Módulo 5** Investigación Participativa
- **Módulo 6** Diseñar, prototipar y experimentar
- **Módulo 7** Co-crear y validación colectiva
- **Módulo 8** Ejecución, Monitoreo y Evaluación
- **Módulo 9** Inicio de ciclo

Identidad

Volusac no cuenta actualmente con ningún medio audiovisual, solamente algunas imágenes que han desarrollado otros departamentos o dependencias de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Ha tenido dos logotipos en su existencia. Por lo demás no tiene mayor producción gráfica.

GRUPO OBJETIVO

GRUPO OBJETIVO PRINCIPAL

Estudiantes de la Universidad de San Carlos de las diferentes carreras dispuestos a invertir tiempo de forma voluntaria en capacitar y poner en práctica su labor social. (VOLUSAC 2018)

CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS

Jóvenes guatemaltecos que viven principalmente dentro de la ciudad capital y muy escasos en el interior de la república.

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

Edad: 18 a 25 años

Sexo: Hombre y mujer

Nacionalidad: Guatemalteca

Escolaridad: Universitarios

Estado Civil: Solteros en su mayoría

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS

Clase Social

Estudiantes de clase social media y media baja, dependen de sus padres o tienen empleos de salario mínimo. Su mayor capital de aporte es el tiempo e ideas. No poseen capital económico en mano todo el tiempo.

Características Psicográficas

Mayormente pertenecen a la generación Z. Personas que se empeñan por mejorar la condición de la sociedad guatemalteca, conscientes del impacto ambiental y político que sufre el país. Poseen el valor de la solidaridad y la caridad. Dispuestos a aprender nuevas cosas, tienen muy poco hábito de lectura. Frecuentan las redes sociales y prefiere todo tipo de apoyo gráfico visual o auditivo para su aprendizaje.

Estilo de Vida

Bastante solidarios, les interesa ayudar y aportar a la sociedad. Son muy participativos en organizaciones de ayuda social. Entre las formas de entretenimiento están: redes sociales, YouTube, recreación de bajo costo, restaurantes de bajo costo y tienen bastantes relaciones de amistad.

Características Psicopedagógicas

Por el escaso hábito de lectura, pero el hambre de aprender, busca métodos de aprendizaje alternos que vuelvan fácil la cognición de los temas de interés de formación: *webinars, video blogs, audiolibros, podcast, etc.*

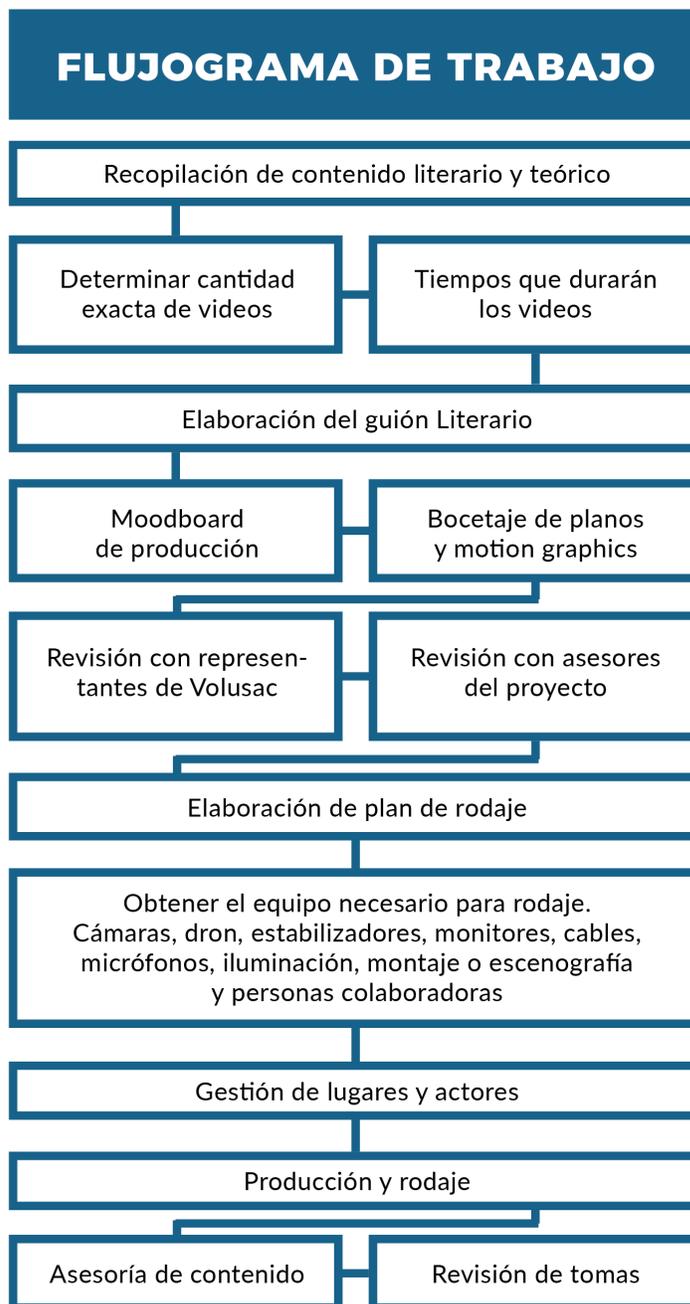
Relación con la Institución

La institución frecuentemente organiza diferentes actividades en donde el voluntario es el protagonista. Lo hace por medio de convocatorias a las diferentes actividades y regularmente es por medio de *Facebook* y *Whatsapp* donde los voluntarios pueden inscribirse y activar. Además de una constante formación por parte de la Municipalidad de Guatemala que se ha explicado recientemente.

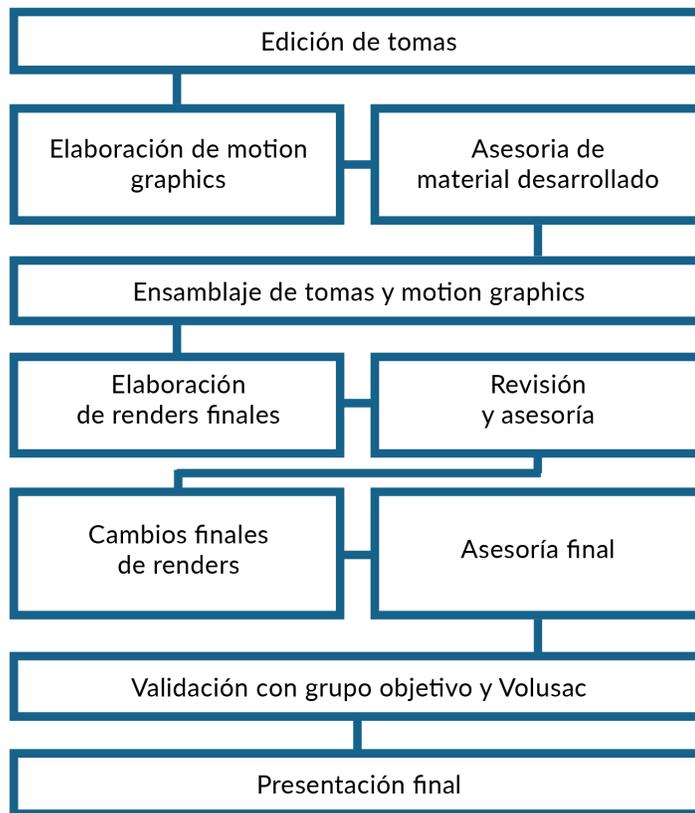


**PLANEA-
CIÓN
OPERA-
TIVA**

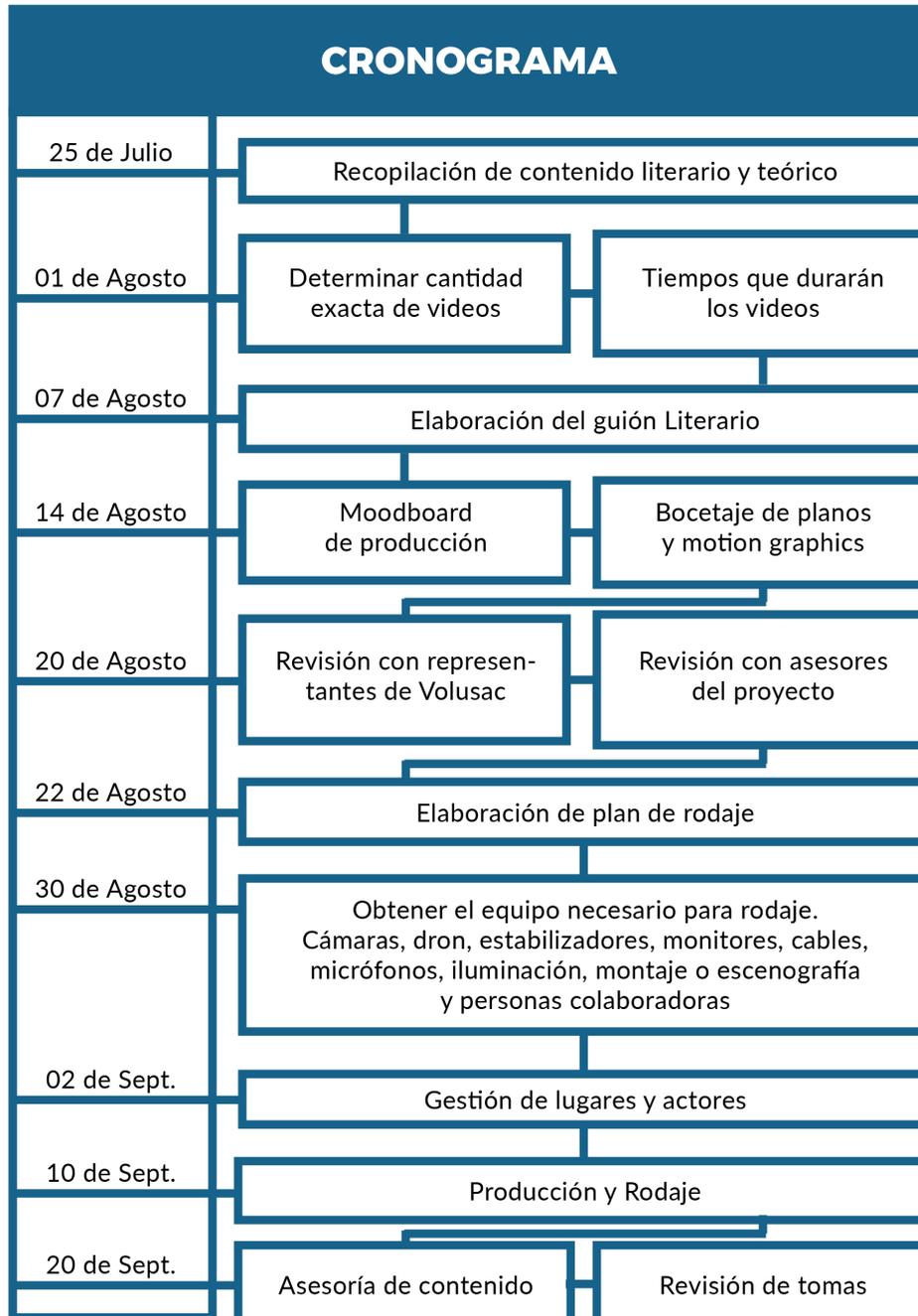
FLUJOGRAMA

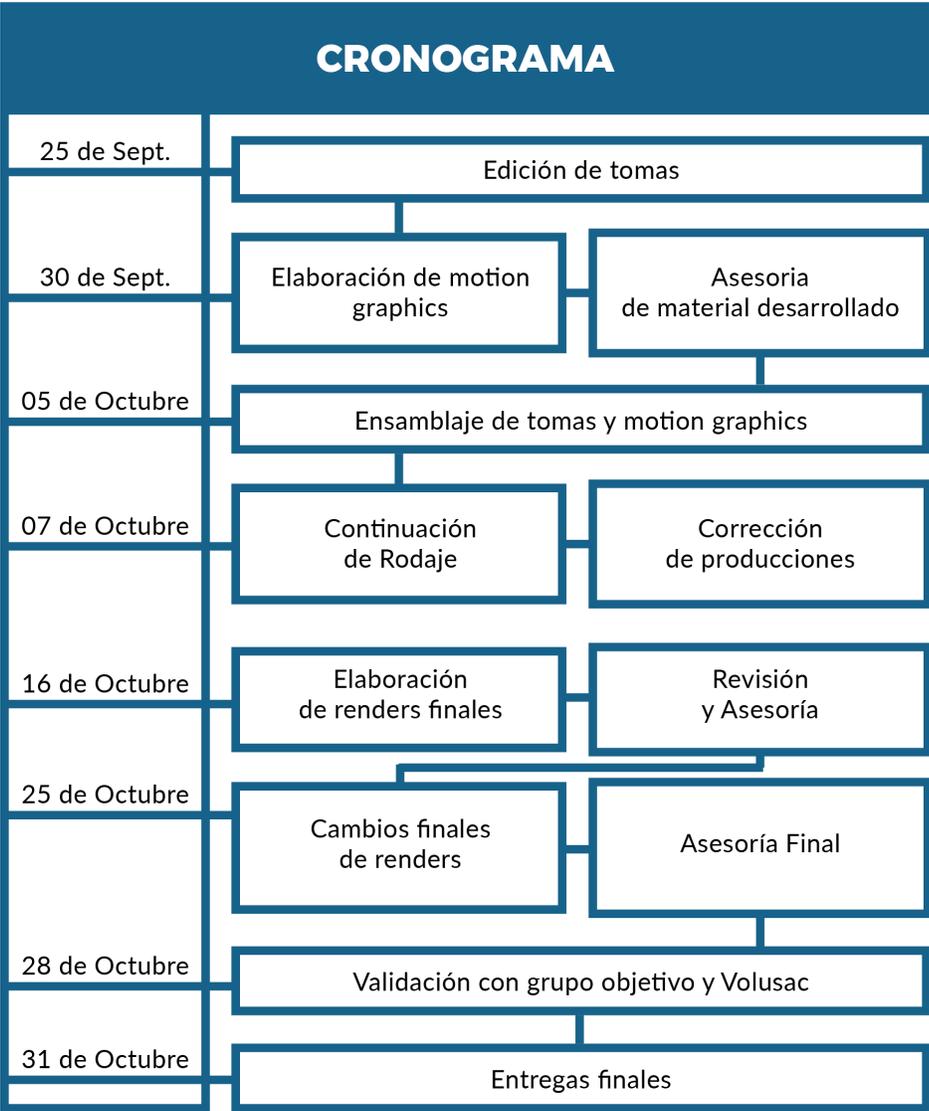


FLUJOGRAMA DE TRABAJO



CRONOGRAMA





***AYUDA,
SOCIEDAD
Y CAMBIOS***





MARCO TEÓRICO

“Se está tan acostumbrado a desempeñar prácticas de forma empírica, a veces incluso por puro sensacionalismo, ser activistas de ideas”. Anónimo



**LA IMPORTANCIA DE LA ACCIÓN PEDAGÓGICA
EN LA FORMACIÓN DE LÍDERES QUE LABOREN
PARA LA AYUDA SOCIAL EN EL PAÍS**

“Un líder es un individuo que ve más que los demás, ve más allá que los demás, y ve antes que los demás”. Maxwell

Líderes para la Sociedad

Se está tan acostumbrado a desempeñar prácticas de forma empírica, a veces incluso por puro sensacionalismo, ser activistas de ideas. Pero muy pocos encarnan acciones que propongan soluciones, especialmente en las generaciones actuales donde todo es hacer y no actuar de forma inteligente. En el caso de la participación social, claro que es importante que todos se involucren en este aporte, pero también es importante hacerlo con conocimiento. Formarse, educarse, instruirse o simplemente leer, permitirse recopilar información que ayude a estar capacitados antes de accionar, es necesario para que todo lo que se haga tenga fuerza y trascendencia. Existen múltiples métodos de aprendizaje, sin embargo, la enseñanza debe de acoplarse a la actualidad, en la sociedad existen generaciones que buscan la rapidez y el poco tiempo invertido en la formación, para ello existen opciones para generar

un compendio de información y transmitirla de manera clara. Esto permite que la persona que participa, incide y lidera, pueda aprender rápido y empezar a trabajar dando soluciones a los diferentes problemas que busca mitigar y actitudes y aptitudes que quiere impulsar. “Un líder es un individuo que ve más que los demás, ve más allá que los demás, y ve antes que los demás” (Maxwell 2007), pero para ello es necesario tener un previo conocimiento, si bien es cierto puede ser nato pero toda joya debe pulirse para buscar la perfección.

Participación

Es importante que todos se involucren en la medida de lo posible en la ayuda social, en la participación ciudadana, en el liderazgo e incluso en el voluntariado, todos tienen algo que ofrecer a esta sociedad. Sin embargo, así como todos tienen el derecho a aportar, también se tiene la obligación y con ella un número de reglamentos, normas y condiciones a seguir para que la organización, en la que podría estarse involucrado, progrese y a su vez brinde un buen servicio a la sociedad actual. (Gussman 2016).

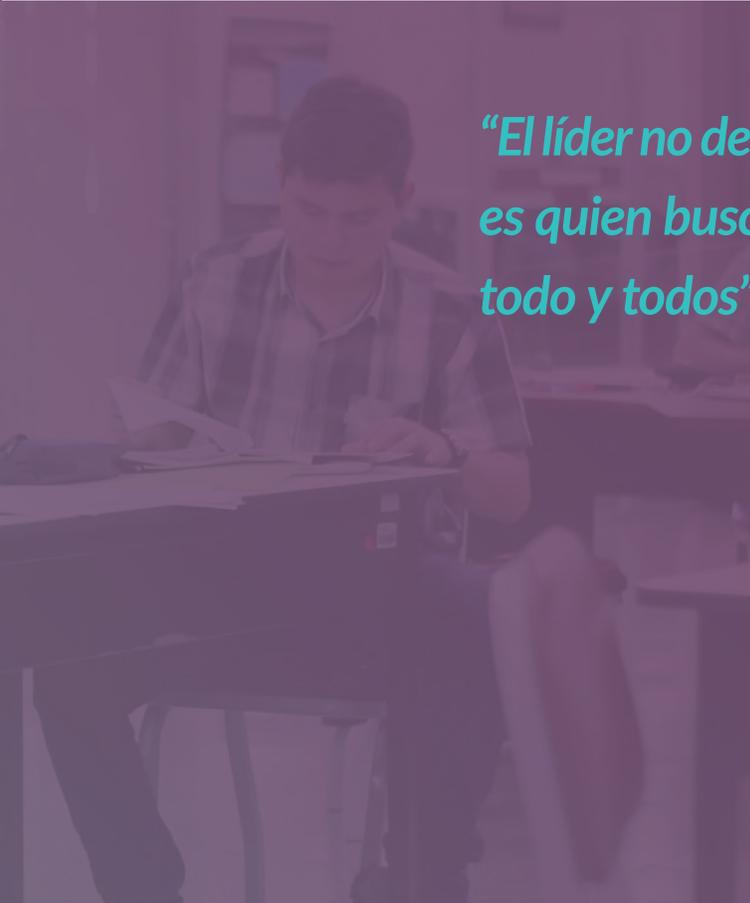
Importancia de la Educación

La educación es de suma importancia en la vida del ser humano y la pedagogía lo que propone es despertar el interés del aprendiz por escudriñar la información necesaria para su construcción intelectual. Por consecuencia, es necesario que el docente vaya más allá del contenido académico y busque las herramientas que permitan al estudiante un verdadero aprendizaje, es decir, un aprendizaje significativo y que todo se lleve directamente a la práctica. (Bautista 2017). Como se decía al inicio, el líder debe actuar sin empirismo, es decir, saber lo que hace, cómo lo hace y por qué lo hace. Cuando no tenemos más que un deseo de ser altruistas lo que venga “está bien”.



Ahora, si el servicio que un líder desempeña, con amor, pasión y sentido de la labor que hace, busca cómo hacerlo mejor y de verdad busca la educación pertinente.

El líder no debe ser jefe, el líder es quien busca el bienestar de todo y todos. (Maxwell 2007).



“El líder no debe ser jefe, el líder es quien busca el bienestar de todo y todos”. Maxwell

Audiovisuales, innovación del educador

Por otro lado, está la responsabilidad del educador o formador de facilitar el contenido de una forma eficiente al grupo objetivo al que se emplea, pues que la sociedad actual demanda del proceso educativo una constante renovación para responder a los diferentes avances de índole científico y pedagógico que acontecen diariamente, por lo cual el proceso educativo, en general, y en particular el de enseñanza de las ciencias debe desarrollar aprendizajes para la vida. (León-León 2019). Por lo tanto, en este proyecto, junto a la institución a intervenir se propone incorporar

audiovisuales que sirvan de apoyo y complemento de los contenidos propios del Laboratorio de Liderazgo e Innovación. Podemos recordar que la educación audiovisual nace como disciplina en la década de 1920. Debido a los avances de la cinematografía, los catedráticos y pedagogos comenzaron a utilizar materiales audiovisuales como apoyo para hacer llegar a los educandos, de una forma más directa, las enseñanzas más complejas y abstractas. (Bastida 2015).

Para quien percibe el mensaje le resulta más sencillo asimilar una cantidad de información por los diferentes estímulos que se experimentan en este tipo de medios que ayudan a presentar la información con sistemas acústicos, ópticos, o una mezcla de ambos y que, por tanto, pueden servir de complemento a otros recursos o medios de comunicación clásicos en la enseñanza como son las explicaciones orales con ayuda de la pizarra o la lectura de libros. (Tomás 2009).

Entonces,

se puede notar la importancia de que un líder deba formarse con métodos pedagógicos eficientes. En el caso de los audiovisuales es una herramienta donde se puede contener una buena cantidad de información y que esta llegue de forma clara acompañada por factores que generan estímulos permitiendo que la comunicación sea limpia. Permiten incorporar nuevas técnicas pedagógicas y metodológicas, favorecen el desarrollo de las capacidades de los alumnos y su utilización puede provocar la reflexión sobre los propios medios y ayudar a formar usuarios críticos. (Tomás 2009). Y el diseñador gráfico facilita la comprensión visual de cada uno de los contenidos expuestos en los diferentes medios que aportan a la acción pedagógica para lo líderes.

FORMAR
USUARIOS
CRÍTICOS

Tomás 2009

“El impacto que la tecnología ha provocado al mundo en múltiples disciplinas”. J. Monterroso



AUDIOVISUALES, MEDIOS DE APRENDIZAJE EFECTIVA Y SU INFLUENCIA EN LA EDUCACIÓN

“Ambiente comunicacional que influye en la percepción del usuario y logra resultados en tiempos cortos” J. Monterroso

Audiovisuales en la Educación

El impacto que la tecnología ha provocado al mundo en múltiples disciplinas, entre ellas el área del diseño gráfico y más específicamente el diseño enfocado en la pedagogía, da lugar a que existan métodos de aprendizaje basados en audiovisuales: crean un ambiente comunicacional que influye en la percepción del usuario y logra resultados en tiempos cortos invertidos. Sin embargo, para que esto suceda con efectividad, pueda ser comprendido y genere resultados que puedan traducirse en acciones, bajo una percepción cognitiva real (Ruiz 2019), debe estar realizado bajo fundamentos de diseño, producción audiovisual, narrativa, asociación y estímulos de color, tendencias, estética, etcétera y que faciliten la comunicación visual y complementen los contenidos propios de la institución que se va a apoyar.

Recursos Multisensoriales

La versatilidad de las técnicas audiovisuales permite comunicar un sin número de contenidos, incluso complejos, de maneras muy claras y sencillas. El audiovisual a decir de Moore (1990) forma parte de los recursos didácticos denominados multisensoriales, procura aproximar la enseñanza a la experiencia directa utilizando como vías la percepción, el oído y la vista; de esta manera, el medio audiovisual recrea imágenes, palabras y sonidos. Los soportes pueden ser tanto impresos como electrónicos: fotografía, cine, radio, televisión, historietas. (Bastida 2015)

Si bien, la producción audiovisual tiene un efecto de percepción natural, el espectador no selecciona la información más relevante ni busca la información. Uno de los logros de este tipo de comunicación es conseguir, mediante unas estrategias narrativas perceptivas visuales y sonoras, que el espectador tenga la ilusión de percibir de forma natural. A lo largo de los años, los directores han desarrollado un gran número de técnicas cinematográficas para dirigir la mente del espectador durante el visionado. (Leal 2012).

“El video documental es una representación no ficticia que utiliza material actual y del presente.” Paul Wells

Video Documental

Para el desarrollo de contenidos en la producción audiovisual existe la técnica del documental que podría ser un método para dar a conocer los acontecimientos, involucrando personajes que narren cada uno de ellos o nos lo recuerden. El video documental como dice Paul Wells es una representación no ficticia que utiliza material actual y del presente, tales como grabaciones de algún evento en vivo, estadísticas, entrevistas, etc. Para abordar un tema social particular de interés y que potencialmente afecte a la audiencia. (Cruz 2016)

Mecanismo Atencional

Motion Graphics, es un elemento indispensable en la producción audiovisual, especialmente si es necesario recrear algún elemento que no se tenga en la realidad, o de manera infográfica como esquematizando un mapa o explicando ciertos puntos en determinada escena. O bien, las partes de la producción donde sea necesario incluir cintillos, cortinillas, introducción o créditos.

El desplazamiento de los motion graphics resulta ser una buena herramienta de guía de la visión del espectador, que debe ser programado con cuidado porque dentro del mecanismo atencional está el sistema de vigilancia, este entra en funcionamiento cuando el sujeto debe estar alerta ante la aparición de un posible estímulo (Moreno 2006). Esto tiene que ver con el famoso recorrido visual.

Principios de animación

Estos elementos conllevan un claro conocimiento de los principios de la animación, por ejemplo:

1. Compresión: Es la técnica que da la sensación de flexibilidad al objeto, desde una pelota que bota, hasta el estiramiento de una figura o personaje para producir un efecto cómico.

2. Anticipación: Con esta técnica el animador pretende anticipar una acción que va a ocurrir como, por ejemplo, una mirada de un personaje fuera de la escena, o un salto anticipándolo doblando las rodillas. A través de esta técnica se pretende mantener expectante a la audiencia ante un nuevo suceso.

3. Puesta en escena: Se basa en la presentación de cualquier idea de una forma clara con el objetivo de que el espectador no se distraiga y se centre en lo verdaderamente importante de la escena.

4. Animación directa y pose a pose: La animación directa se basa en dibujar directamente una escena cuadro por cuadro de principio a fin, creando una escena más fluida y realista. Por su parte la técnica pose a pose se basa en dibujar las poses clave de los personajes y luego completarlas con las poses secundarias. Se ahorra trabajo, pero hace más difícil la creación de poses convincentes. Normalmente se suelen combinar estas dos técnicas.

5. Acción complementaria y acción superpuesta: Ambas técnicas hacen que el movimiento sea más realista. La acción complementaria se basa en que elementos ajenos al cuerpo del personaje deben seguir en movimiento independiente, aunque el personaje deje de moverse. Por su parte la acción superpuesta hace referencia a los diferentes elementos del cuerpo del personaje que se deben mover de diferente manera, no es lo mismo el movimiento de un brazo que el del pelo o de la ropa, por ejemplo.

6. Acelerar y desacelerar: Se aplica tanto a personajes como a objetos para crear naturalidad. Se lleva a cabo creando más movimiento al principio de la acción y al final. De este modo se da protagonismo a la pose clave.

7. Arcos: Esta técnica se basa en que los movimientos naturales siguen una trayectoria circular. Por lo que cualquier movimiento tendrá que tener cierta curvatura para dar la sensación de realismo. Como excepción de este principio están los movimientos fuertes, ya que normalmente estos suceden en líneas rectas.

8. Acción secundaria: Consiste en añadir acciones secundarias a la acción principal. Dando así más énfasis a la acción principal que queda más enriquecida.

9. Timing: Tiene que ver con la velocidad de la acción en escena que se ajusta con el número de cuadros que se añaden. Esta técnica es importante para crear humor y emociones en un personaje.

10. Exageración: Un recurso muy usado en las películas de animación, pero hay que tener mucho cuidado para no arruinar la veracidad de la escena, se debe mantener una armonía entre los elementos y usar la técnica de la exageración con el objetivo concreto que nos hayamos fijado.

11. Dibujo sólido: Creación del espacio tridimensional de los dibujos para que se vean en 3D. Para ello hay que tener en cuenta el volumen y el peso del personaje para no caer en la simetría.

12. Atractivo: A la hora de crear un personaje es importante que el público conecte con él, da igual que sea del bando bueno o malo, guapo o feo, lo importante es que resulte cautivador para el espectador. En ese sentido los rasgos del personaje serán fundamentales. (Parra 2018)

Partes de la Producción

Para realizar una producción en todas sus partes, podemos dividirlo de la siguiente manera: preproducción, producción y postproducción. En donde la preproducción podemos decir que es el corazón o la base de todo, puesto que, si esta se hace bien, clara y profesional, al momento de abordar las siguientes partes se volverá más sencillo y podremos apegarnos a lo pensado inicialmente. La producción es llevar a cabo, todos los pasos y divisiones que se acordaron en la preproducción, y en la postproducción es básicamente donde se “cocinan” todos los elementos para generar un material listo para utilizarse, lanzarse o validar.

Entonces,

es necesario tener los procesos y principios teóricos claros y saberlos manejar. Es necesario planificar con anticipación los audiovisuales, son la base sólida en la que “caminará” todo el proyecto. Esta incluye haber pensado en un sentido pedagógico en el que se plasmará el contenido para posteriormente ser proyectado en los diferentes medios en los que se pretende difundir. Tomando siempre en cuenta los mecanismos propios de la mente y su conexión y respuesta con la percepción visual.

**AUDIO-
VISUALES,
UN SENTIDO
PEDAGÓGICO**

DEFINICIÓN CREATIVA

Primer Nivel

6W's

¿QUÉ?

Producción de 5 videos educativos de tipo documental de aproximadamente 5 min o más cada uno, incluyendo motion graphics animados. El contenido es extraído del manual del Laboratorio de Liderazgo e Innovación del programa de Voluntariado Universitario que comprenden 5 módulos temáticos de 9.

Línea gráfica base para el Laboratorio de Liderazgo e Innovación. Esta imagen es secundaria, por lo tanto no necesita desarrollar de una gran manera. Comprende a logotipo, paleta de colores, tipografía y brandboard para el manejo de la misma.

Folletos sencillos para que los estudiantes puedan tener la información de dichos módulos.

¿CUÁNDO?

Este proyecto se llevó a cabo entre el 01 de agosto y el 31 de octubre.

¿QUIÉNES?

A quienes va dirigido, son a estudiantes de la Universidad de San Carlos que voluntariamente deseen involucrarse en las actividades de la institución y ser parte de este laboratorio.

¿DÓNDE?

Se llevará a cabo en las oficinas del edificio de Bienestar Estudiantil, instalaciones de la Universidad y sus diferentes extensiones. Para implementarse en las actividades del Laboratorio de Liderazgo e Innovación del Voluntariado Universitario de la USAC.

¿POR QUÉ?

El proyecto pretende incorporar medios audiovisuales de tipo documental para informar al joven sobre las diferentes características de la universidad, incidencias y de esta formar pueda identificarse con ella proponiendo diferentes proyectos a nivel universitario.

¿CON QUIÉN?

Se llevará a cabo con el promotor de Vida Universitaria, el Arquitecto Kevin Carrillo como asesor de contenido y su equipo de líderes especializados que le acompañan. Así mismo, con el Master Rodolfo Izeppi, licenciado tele-cineasta y master en dirección de cine y TV en vivo.

VENTAJAS

- Facilidad de equipo de video y cómputo profesional
- Facilidad de permiso para rodar en locaciones
- Asesoría profesional en audiovisuales. Experiencia profesional y portafolio

DESVENTAJAS

- Múltiples locaciones de rodaje
- Asesor de contenido bastante ocupado
- Información necesaria de la historia de la Universidad
- Personajes que relaten historia de la Universidad

MAPA DE EMPATÍA

¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?

- Lo que realmente importa, principales preocupaciones, inquietudes y aspiraciones
- Le importa el bienestar de los estudiantes de la universidad.
- Le preocupa la falta de oportunidades, liderazgos y aportes de los estudiantes.
- Busca constantemente involucrar al estudiante al aporte social.
- Aspira poder lograr que los estudiantes aporten a la universidad y estos sean líderes que permitan innovar y cambiar la historia de la misma.

¿QUÉ OYE?

- Lo que dicen los amigos, lo que dice el jefe y lo que dicen las personas influyentes.
- Se rige bajo el mando del rector.
- Obedece a todas las normas internas de la universidad.
- Influyen las diferentes organizaciones de incidencia social que le apoyan.

¿QUÉ VE?

- Entorno, amigos y la oferta del mercado.
- Hace alianzas con diferentes organizaciones externas.
- Constantemente participa en capacitaciones.

¿QUÉ DICE Y HACE?

- Actitud en público, aspecto y comportamiento hacia los demás.
- Promueve la vida universitaria.
- Hace verse siempre como una organización de mucha ayuda.
- Su actitud siempre es alegre y motivadora.

ESFUERZOS

- Miedos, frustraciones y obstáculos.
- El presupuesto a veces es limitante.
- Falta de participación de los voluntarios.
- Ciertos permisos a veces se vuelven difíciles.

RESULTADOS

- Deseos, necesidades, medida del éxito y obstáculos.
- Economía estable.
- Desean hacer cosas grandes.
- Actividades masivas.
- Darle sentido de vida a muchos.
- Formar para bien social.

VENTAJAS

- Facilidad de equipo de video y cómputo profesional
- Facilidad de permiso para rodar en locaciones
- Asesoría profesional en audiovisuales. Experiencia profesional y portafolio

DESVENTAJAS

- Múltiples locaciones de rodaje
- Asesor de contenido bastante ocupado
- Información necesaria de la historia de la Universidad
- Personajes que relaten historia de la Universidad



INSIGHT

CONCEPTO

INSIGHT

Es posible pensar en una idea que cambie al mundo y ponerla en acción

Este *insight* fue extraído mediante un técnica que consiste en investigar películas que estén dedicadas al grupo objetivo y se anotan todas las posibles frases que dicen en ellas. Luego se elige la más adecuada y poderosa para utilizarse.

CONCEPTO

LA OVEJA NECIA

En el contenido del manual del laboratorio se encuentra una metodología que se denomina Oveja Negra, la cual se refiere a las características que debe tener una personas para lograr destacar como líder e innovar. Luego de un proceso se eligió “La oveja necia” que es la oveja que representa a los líderes y la necesidad es realmente una sátira del adjetivo despectivo que se le suele poner a alguien que piensa diferente y hace las cosas de manera única y divergente. El líder se sale del sistema, de la burocracia y de esta forma logra sobresalir.

BOCETAJE

Luego de definir el *insight* y concepto, se empezó la realización de bocetaje para empezar a visualizar posibles versiones de logotipo, retícula de folletos y premisas de producción de los videos.

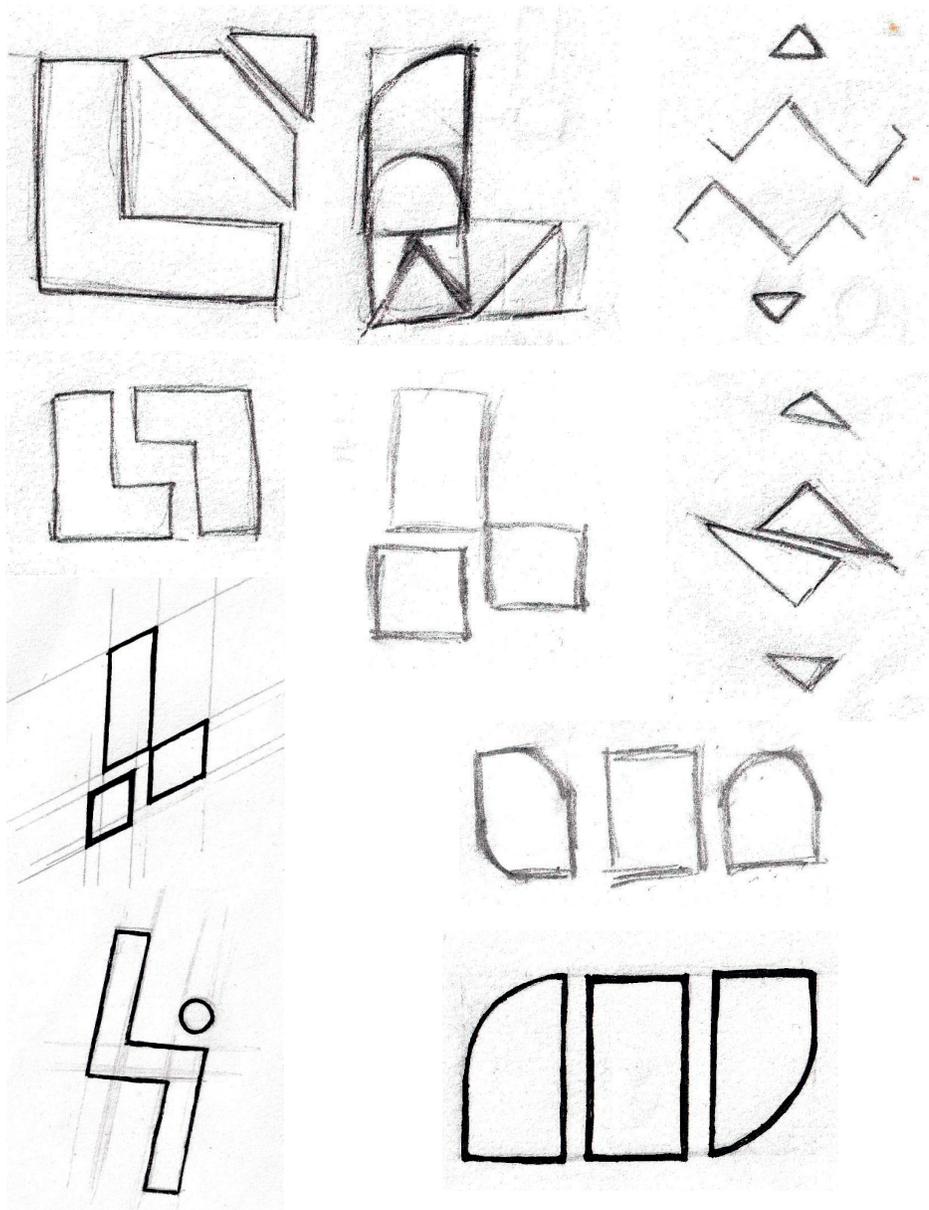
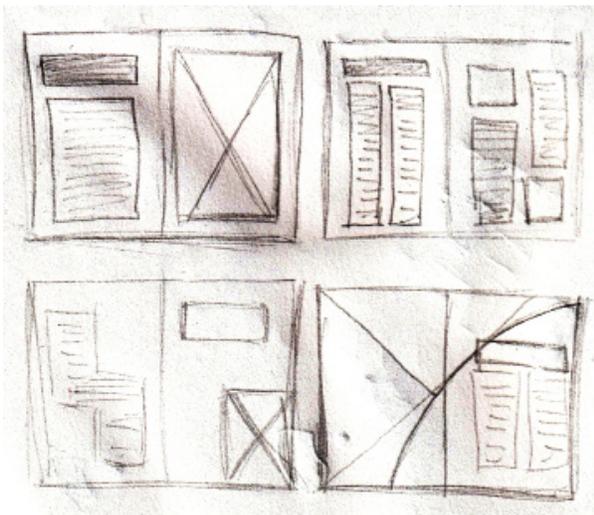
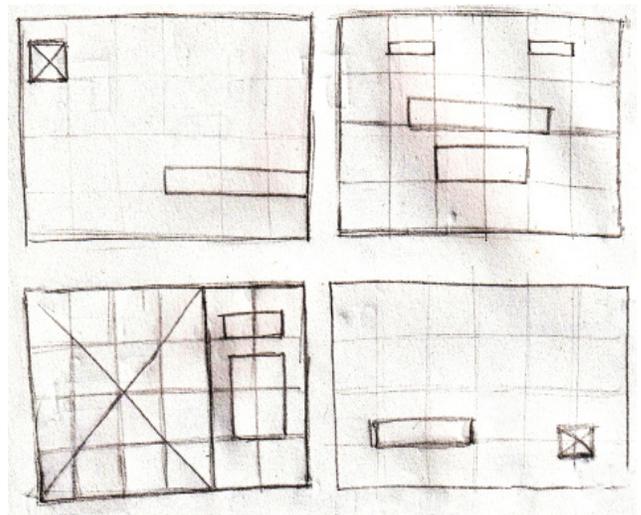


Figura 1. Primer nivel de bocetaje.
Elaboración propia, noviembre de 2019.



Figuras 2 - 3. Reticula para bifoliar.
Elaboración propia, noviembre de 2019.

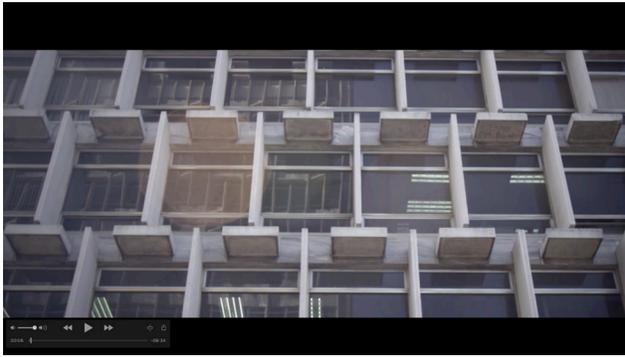


Figuras 4 - 9. Mood board para producción audiovisual.
Recopilación propia, noviembre de 2019.





Figuras 10 - 17. Mood board para producción audiovisual.
Recopilación propia, noviembre de 2019.



Figuras 18 - 25. Mood board para producción audiovisual.
Recopilación propia, noviembre de 2019.

DEFINICIÓN CREATIVA

Segundo Nivel

VALIDACIÓN DE PIEZAS OBTENIDAS

OBJETIVO

Evaluar los resultados obtenidos hasta el momento en base a los criterios de profesionales.

DESCRIPCIÓN

Se tuvo un proceso de conceptualización, investigación, preproducción y bocetaje para llegar a decisiones de diseño y producción que posteriormente se llevaron a cabo por medio de un video “piloto” y un primer acercamiento de logotipo. Se evaluaron los resultados con profesionales y finalmente se obtuvo un *feedback* que permitió hacer una propuesta final más efectiva y funcional.

CRITERIOS A EVALUAR

Entre los criterios a evaluar están los códigos lingüísticos, el formato, el código tipográfico, código cromático, código icónico, composición visual y pertinencia de la gráfica y aplicación de fundamentos. Se llevó a cabo a través de una matriz de evaluación colocada en el anexo de este documento.

PIEZAS QUE SE VALIDARON



Figura 26-27. Diapositivas de presentación de proceso de evaluación de premisas de diseño. Elaboración propia, noviembre de 2019.

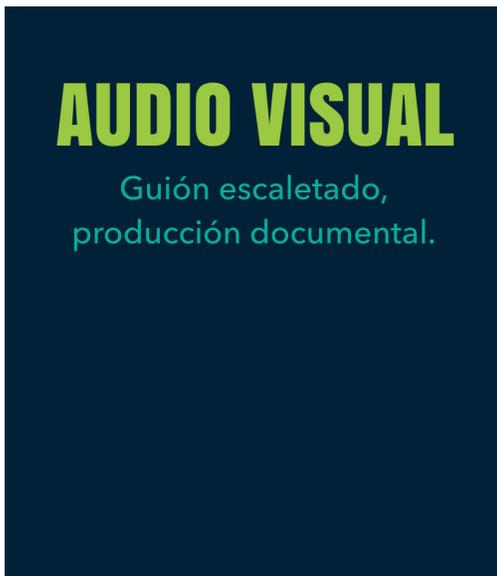
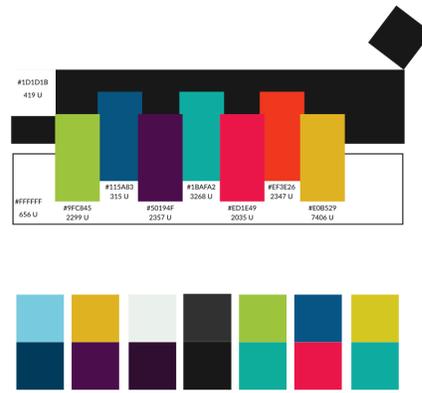
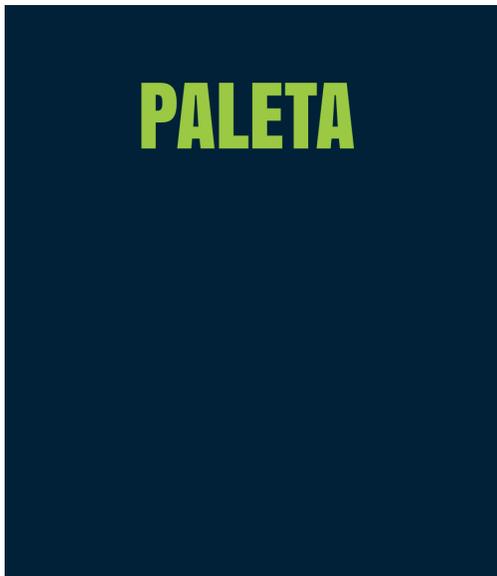


Figura 28-29. Diapositivas de presentación de proceso de evaluación de premisas de diseño. Elaboración propia, noviembre de 2019.

BOCETAJE

Bocetaje que se realizó para el mejoramiento del logotipo y línea gráfica.

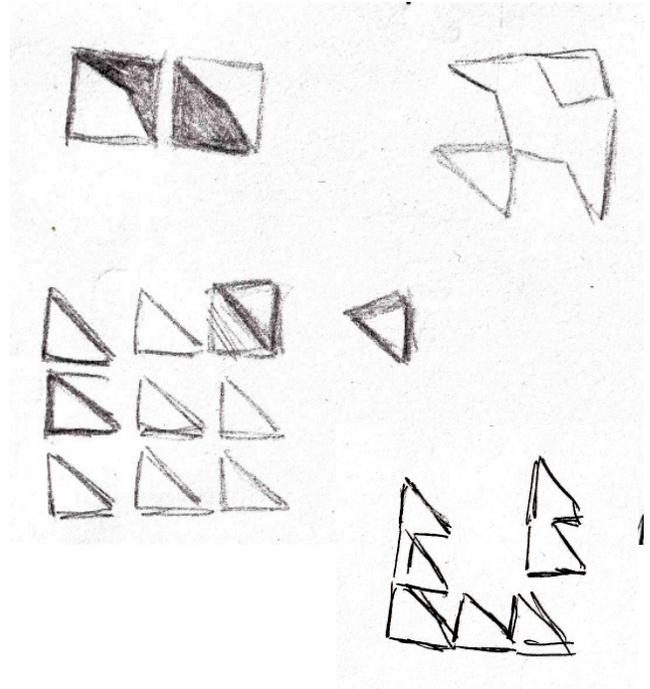
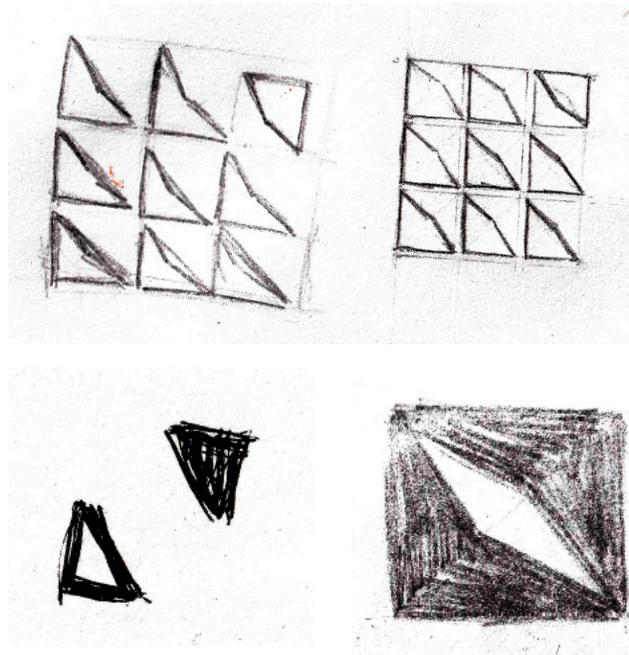
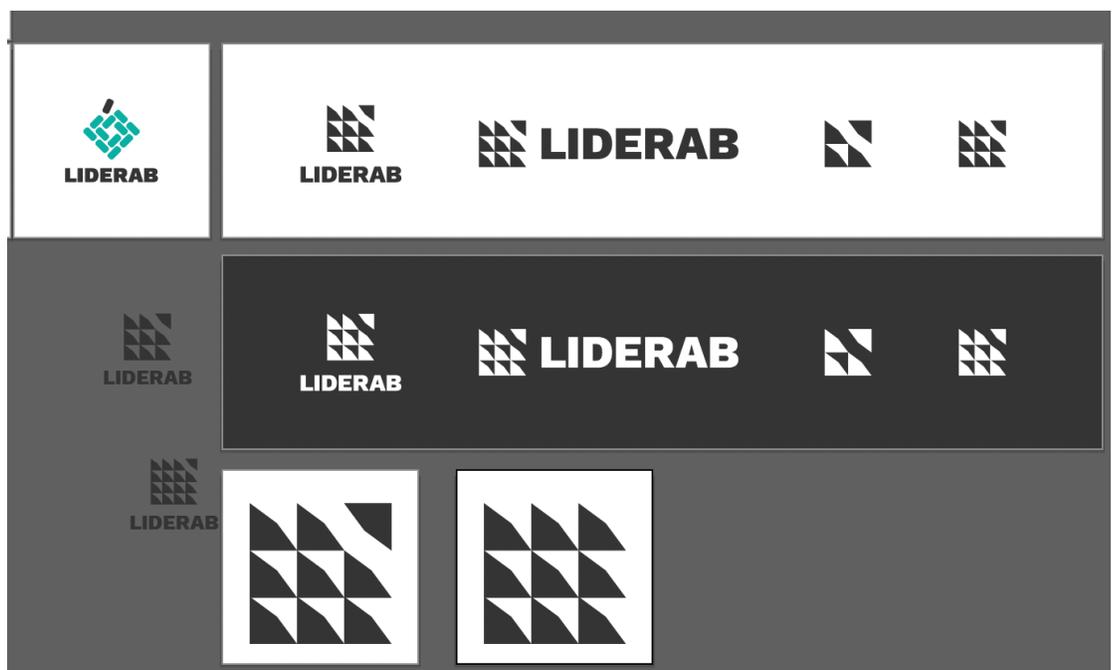


Figura 30-34. Segundo nivel de bocetaje.
Elaboración propia, noviembre de 2019.

Figura 35.
Bocetaje digital.
Elaboración propia,
noviembre de 2019.



PIEZAS MEJORADAS



UTILIZACIÓN:

El uso oficial del logotipo según el formato puede ser cuadrado u horizontal, sin embargo si el uso es un formato impreso donde se necesite en miniatura deberá usarse la versión adaptada del isotipo "miniatura". Esta versión no contempla el wordmark, puede estar presente en otro espacio del objeto impreso o sencillamente el isotipo puede estar totalmente solo.

Por tanto, el isotipo de la versión normal también puede estar sin el wordmark una vez este tenga un tamaño estándar. Se considera miniatura un espacio menor a 1.5 cm.



Cuadrado



Horizontal



Miniatura

07



20



21

Figura 36-38. Fragmentos del brandbook desarrollado para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre de 2019.



Figura 39-41. Fragmentos extraídos del video introductorio producido para la institución "LIDERAB".
Elaboración propia, noviembre de 2019.

CONCLUSIONES DEL PROCESO

- Según César Sosa, el ritmo de la producción está bastante bien trabajado, al igual que la narrativa de la misma.
- Según Licda. Carlota Callejas, es necesario implementar algún recurso gráfico para conectar mejor la producción con el concepto.
- En cuanto al diseño de marca, se solicitó buscar una propuesta más atractiva que mejore la comunicación del concepto con el resultado.
- Personalmente concluyo con una mejora de propuesta de marca, me quedo con las partes positivas de las críticas que realmente fueron un tanto destructivas y busco mejorar la producción audiovisual para que sea más atractiva.



Figura 42-43. Fotografías de evaluación con profesionales. Elaboración propia, noviembre de 2019.



VALI- DACIÓN

Tercer Nivel

Sistematización

Objetivos

1. Evaluar por medio del grupo objetivo utilizando un instrumento de validación el proyecto desarrollado para LIDERAB.
2. Validar aspectos de funcionalidad, comprensión de los audiovisuales y expropiación de línea gráfica para LIDERAB.

Descripción del proceso

Según resultados del segundo proceso de bocetaje se hicieron algunas modificaciones a las piezas para generar los prototipos que se expondrían con el grupo objetivo. Se procedió a reunir a un grupo de personas con perfiles variados y multidisciplinarios para la evaluación según los objetivos esperados. Frente a este grupo se mostraron tres videos claves, línea gráfica y folletos, así mismo fueron evaluados con la ayuda de instrumentos de validación que tuvieron en sus manos y de forma libre pudieron expresar sus opiniones. La muestra final fue de 8 personas presentes.

Criterios que se Evaluaron para Audiovisuales:

- Comprensión del mensaje
- Qué es relevante e irrelevante
- La funcionalidad de los audiovisuales como sustitución a una charla
- Apropiación del contenido
- Legibilidad de textos
- Duración adecuada
- Narrativa audible

Criterios que se Evaluaron para Marca:

- Percepción
- Asociación
- Comprensión gráfica
- Atracción
- Memorabilidad
- Cantidad de elementos
- Atención

“El consenso de todos sirve como prueba de la corrección de sus ideas”. Erich Fromm



Figura 44. Fotografía de evaluación con grupo objetivo. Elaboración propia, noviembre de 2019.

Perfil de Informantes

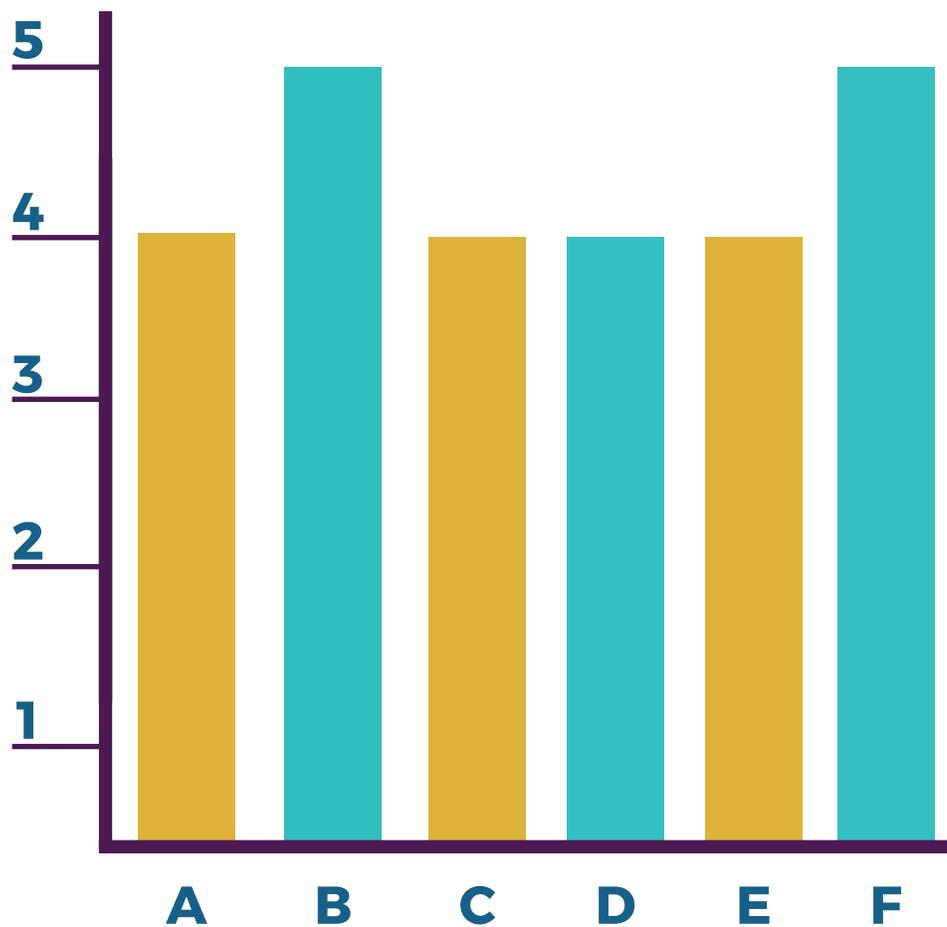
Grupo multidisciplinario que incide en áreas de participación y organización social y ciudadana. Su área de desempeño es cercana a la institución y continuamente están rodeados por líderes y voluntarios estudiantiles. Todos los participantes tienen un grado académico universitario, entre ellos: Sociología, Arquitectura, Diseño Gráfico, Ingeniería, Relaciones Internacionales y Pedagogía. Su media en edad es de 21-30.

Resultado de tabla de valoración, según algunos criterios para Línea Gráfica

A continuación observamos el promedio de respuesta de la tabla contenida al final de la herramienta de validación para clasificar algunos criterios.

Considerando el 1 como calificación deficiente y el 5 como excelente. Los criterios son los siguientes:

- A. Comprensión de Gráficos
- B. Legibilidad de Textos
- C. Atractivo
- D. Cantidad de elementos gráficos
- E. Memorabilidad de la marca
- F. Atención



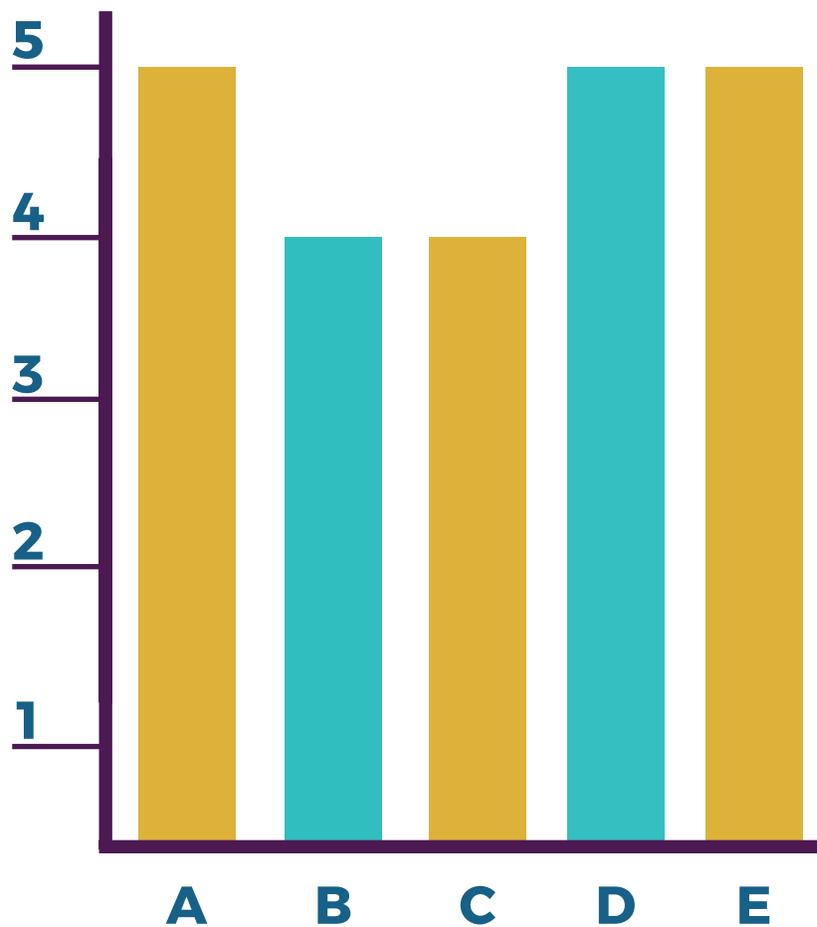
[Anexo 2]

Resultado de tabla de valoración según algunos criterios para Audiovisuales

A continuación observamos el promedio de respuesta de la tabla contenida al final de la herramienta de validación para clasificar algunos criterios.

Considerando el 1 como calificación deficiente y el 5 como excelente. Los criterios son los siguientes:

- A. Comprensión del contenido del Audiovisual
- B. Legibilidad de los textos
- C. Duración del audiovisual
- D. Audibilidad
- E. Ambientación por tomas



[Anexo 1]

“Camina hacia el futuro, abriendo nuevas puertas y probando cosas nuevas, se curioso... porque nuestra curiosidad nos conduce por nuevos caminos”. Walt Disney

Conclusiones de Validación

Interpretación de Gráficas

Según se evidencia en el promedio de las gráficas, la ponderación del grupo objetivo fue alta, oscilando entre 4 y 5 los puntajes para ambos elementos. Sin embargo, es posible mejorar en varios aspectos como la apariencia de los audiovisuales, algún arreglo en tomas, niveles de música versus narrativa. En cuanto a la línea gráfica, de igual forma se busca mejoras estéticas y de detalles.

Respuestas relevantes

En la validación del audiovisual se puede resaltar que el grupo objetivo se sintió identificado por los contenidos de los mismos, incluso hubo comentarios donde se fascinaban de poder conocer temas “ocultos” de la universidad, como la mística de la biblioteca. Les agradó las dinámicas de los videos.

Especialmente en el video de la “Oveja Negra” se resaltó que se debe procurar un menor tiempo de duración y agregar mayor dinámica de tomas, en todos los videos quedan pendientes cintillos con nombres, incluso de edificios.

En la validación de la línea gráfica, definitivamente se logró que el grupo objetivo asociara el isotipo con el concepto “Oveja Necia” y junto a los audiovisuales su construcción basada en los parteluces de la biblioteca. La mayoría de los participantes coinciden que la línea gráfica se sale de lo tradicional de la universidad, no es más de lo mismo, sino una propuesta totalmente distinta. Posee un logotipo que despierta la curiosidad, es llamativo y simple.

En general, se tuvo buenos resultados y muchos de los esperados, el *feedback* fue muy constructivo.

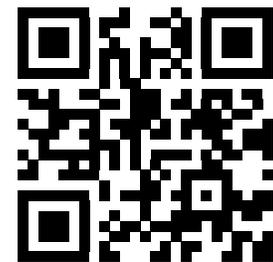
Prototipos



Video “La Oveja Negra”

Link:

<https://youtu.be/TeZ3Ydb8IpY>



Video “¿Qué es la USAC?”

Link:

<https://youtu.be/nKG1vGctm5o>

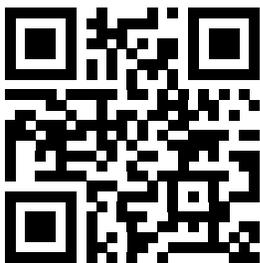


Figura 45-46. Fragmentos extraídos del video introductorio producido para la institución “LIDERAB”. Elaboración propia, noviembre de 2019.



Folletos

Se realizaron cinco folletos que contienen un resumen sobre el contenido impartido en los audiovisuales. Estos muestran el tratamiento de la línea gráfica.

Figura 47. Mockup de bifoliar diseñado para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre de 2019.

Brand

Se mostró una parte del *brand-book*, logotipo y *look&feel*. Este es digital.



Figura 48. Página de brandbook elaborado para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre de 2019.

Evidencia

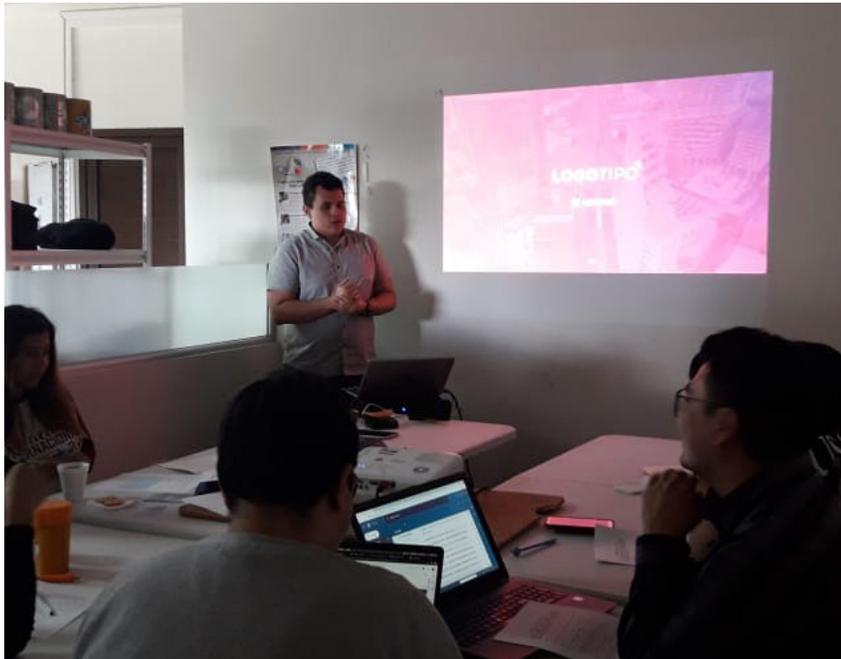


Figura 49-50. Fotografías de evaluación con grupo objetivo. Elaboración propia, noviembre de 2019.

***VALIDA,
CORRIGE
Y TEN ÉXITO***



PROPUESTA FINAL

PIEZAS AUDIOVISUALES

OBJETIVO

Producir material audiovisual para facilitar la comprensión y apropiación de los contenidos formativos del laboratorio.

CONCEPTO CREATIVO

“LA OVEJA NECIA”

En la narrativa de los audiovisuales se ve reflejado el concepto, así como también en los personajes que se entrevistaron por su expertiz y trayectoria. Así mismo, este fue apoyado por el proyecto B que se verá más adelante.

FUNDAMENTACIÓN

A lo largo de los videos producidos se aprecia una narrativa donde se busca que el líder se apropie de la universidad, y sea “lanzado” a ser esa Oveja Necia. Se le entregan pequeñas vivencias, frases e historias que giran en torno al concepto inicial, como parte de las herramientas que necesita el líder para reconocer su trascendencia. Todo esto va acompañado con tomas y efectos de edición, que buscan salirse de lo habitual respondiendo siempre al concepto y objetivo del proyecto. Además de ser complementado por la línea gráfica desarrollada como un “todo”.

Figura 51. Fragmentos extraídos del video introductorio producido para la institución “LIDERAB”. Elaboración propia, noviembre de 2019.





NOTA:

Si se desea visualizar las producciones, están disponibles en el canal de YOUTUBE: **LIDERAB**.
O escanea este QR con tu teléfono para ser direccionado y visualizar los videos.

Figura 52-57. Fragmentos extraídos del video introductorio producido para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre de 2019.

PIEZAS DEL BRAND

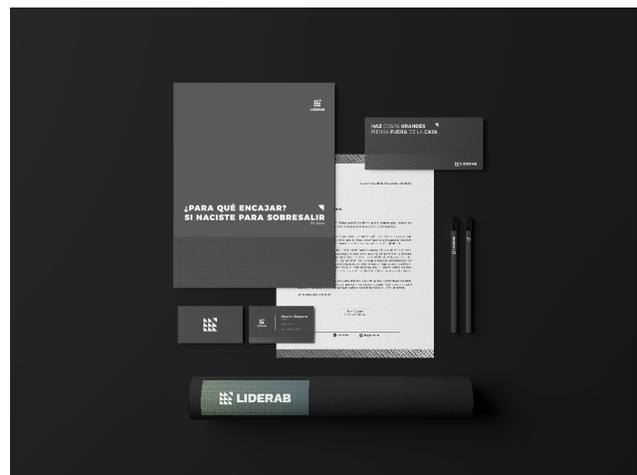
OBJETIVO

Diseñar la imagen del laboratorio para que los líderes estudiantiles puedan reconocer e identificarse con ella.

El logotipo fue diseñado a partir de los parteluces de la biblioteca, siendo un edificio tan icónico y emblemático de la universidad, según se podrá apreciar en el segundo video producido.

El isotipo está construido con varias figuras en forma de triángulo, que apuntan hacia el extremo inferior izquierdo. Sin embargo, uno de ellos está dirigido al lado contrario, a manera de anomalía, esta pieza nos sugiere un cambio de dirección respondiendo al concepto “oveja necia”. La oveja necia, si se ha tenido la oportunidad de ver los videos producidos y mencionados anteriormente, representa al líder que ha decidido ir contra corriente. Al mismo tiempo podemos ver a manera de figura fondo piezas de color negro, que ya empiezan a “seguir” a la pieza disruptiva. Esta pieza es protagonista en todas las piezas utilizadas en la marca.

En cuanto a los colores, los degradados representan las culturas y diversidad de personas en la sociedad, especialmente entre los líderes. Pero podemos notar que el color negro y blanco predominan en la línea gráfica, esto nos refuerza la idea de que el líder debe ser decidido y disciplinado. Mostrando su contraste absoluto entre una decisión.



La tipografía seleccionada nos muestra firmeza, y es bastante amigable por sus ciertos trazos no precisamente rectos.

La marca posee un sistema que permite en todo momento notar la uniadd de la marca, sugiriendo constantemente el concepto presente, al igual que en la narración de folletos y videos.

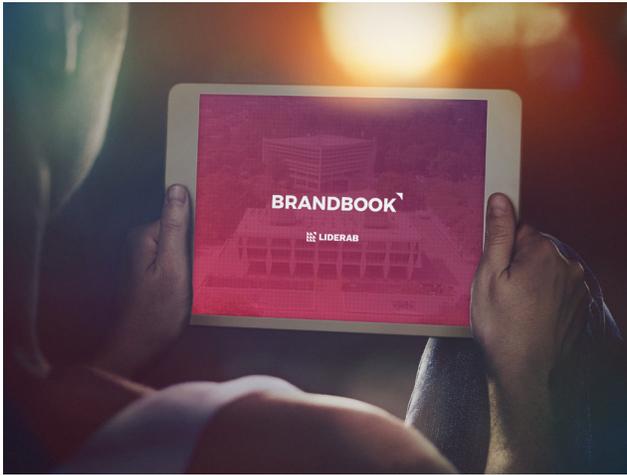


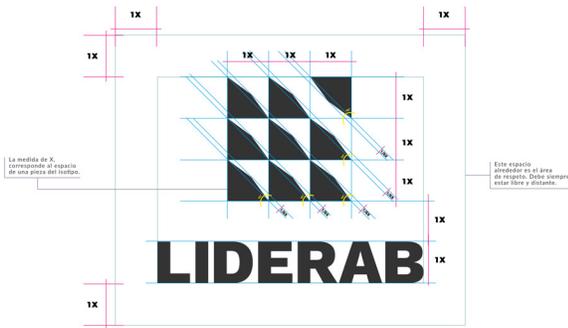
Figura 58-65. Mockups de la marca diseñada para la institución "LIDERAB".
Elaboración propia, noviembre de 2019.



UTILIZACIÓN:
 El uso oficial del logotipo según el formato puede ser cuadrado u horizontal como se ve en esta página, si el medio lo amerita, puede usarse solamente el isotipo, sin embargo si el uso es un formato impreso donde se necesite en miniatura deberá usarse la versión adaptada del isotipo "miniatura". Esta versión no contempla el wordmark, puede estar presente en otro espacio del objeto impreso o sencillamente el isotipo puede estar totalmente solo.
 Se considera miniatura a un espacio menor a 1.5 cm, entonces el isotipo puede cambiar.



07



08



El logotipo se puede usar en negro solamente con fondo blanco, en el resto de fondos debe ser blanco. Los únicos fondos que pueden usarse son los degradados normados y el negro.

INCORRECTO



El logotipo no puede estar deformado, ni girado en ningún tipo de ángulo. Así mismo, no puede colocarse de color negro sobre fondo de color. Ni usarse en colores sólidos.

09

Figura 66-68. Páginas del brandbook elaborado para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre de 2019.



#FFFFFF 656 U #1D1D1B 419 U #9FCB45 2299 U #115A83 315 U #50194F 2357 U #41BAC1 3268 U #ED1E49 2035 U #00837C 3282 U

La construcción de degradados son a base de 2 colores aplicados a 45 grados de inclinación y una predominancia de 33% de un color claro a la izquierda y el 66% de un color más oscuro a la derecha. De quedar a criterio de quien maneje la línea siempre debe procurar mantener un contraste entre el fondo y objetos sobrepuestos, como el logo.



Extraídos de la paleta de colores.

11



Para la construcción y uso de las imágenes que mezclan fotografía, patrón y degradado. La sobreposición de cada elemento es de la forma que muestra el ejemplo. Atrás la fotografía, al medio el degradado y encima el patrón. Las características son las siguientes:

Fotografía: Según se muestra en esta guía, esta no tiene ningún tipo de efecto.

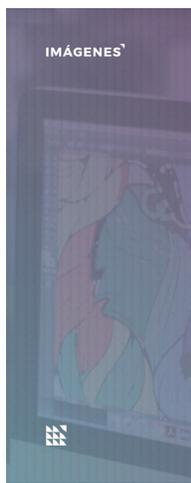
Degradado: Se utiliza cualquiera de los cuatro presentados en esta guía a 83% de opacidad.

Patrón: Se utiliza con el color negro de la paleta y a 10% de opacidad.

El uso de este recurso es específicamente para crear un fondo texturizado y no precisamente para mostrar una imagen. Por lo tanto, da mayor importancia a los objetos o textos que se sobrepongan en la composición.



14



Estilo: La característica principal de las imágenes es que muestren siempre personas con actitudes positivas, que estén siempre haciendo algo, especialmente en temas de trabajo en equipo, liderazgo, innovación y todo aquello que gire entorno a la temática principal de LIDERAB. Jamás se muestren personas con malas actitudes.

El retoque fotográfico se muestran en los siguientes ejemplos, debe siempre tener un estilo que se adapte con los tratamientos que se explican en esta guía.

Se deben evitar imágenes en monótono, sepia o cualquier tratamiento año. La idea es mantener la variedad de colores y el atrevimiento de mezclar degradados con colores base de las imágenes. A menos que la impresión se necesite a B/N.

Técnicamente, los acabados deben ser cálidos, con un coherencia de color natural, no saturados, ni imágenes lavadas.

Los encuadres siempre deben enfocarse en las acciones importantes de la escena, manteniendo cenitales, contrapicados, y tomas regulares.



16

Figura 69-71. Páginas del brandbook elaborado para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre de 2019.



ARGENTUM

LATO LIGHT: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz / 1234567890
 *!-%&/'()=?:_@#<>
LATO REGULAR: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz / 1234567890
 *!-%&/'()=?:_@#<>
LATO BOLD: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz / 1234567890
 *!-%&/'()=?:_@#<>
LATO HEAVY: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz / 1234567890
 *!-%&/'()=?:_@#<>

Para titulares se utiliza la familia de ARGENTUM, especialmente en su orden por jerarquía Black, Bold, Regular y Light. Para cuerpos de texto y subtítulos se utiliza LATO, especialmente en su orden por jerarquía Heavy, Bold, Regular y Light. Ambas tipografías se encuentran en el sistema de GoogleFonts por lo tanto son de fácil utilización e implementación.

ARGENTUM LIGHT: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz / 1234567890
 *!-%&/'()=?:_@#<>
ARGENTUM REGULAR: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz / 1234567890
 *!-%&/'()=?:_@#<>
ARGENTUM BOLD: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz / 1234567890
 *!-%&/'()=?:_@#<>
ARGENTUM BLACK: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz / 1234567890
 *!-%&/'()=?:_@#<>

En medios impresos el tamaño estándar de cuerpo de texto es de 9 pt, tracking 10 pt y kerning 11 pt. Si se desea cambiar de punto, el tracking y kerning deben calcularse con una regla de 3, siendo 9 pt el 100%. Para medios digitales es el mismo dato, calcular siempre con regla de 3 según caso.

18



El logotipo debe siempre estar en su color original, no "arrematado". Que se le permita apreciarlo.

El titular se presenta en mayúsculas siempre con la intención que estas generen un cuadro imaginario que permita la utilización de su video.

El subtítulo se presenta con minúsculas, generando una jerarquía menor al titular.

Para la implementación de frases se puede utilizar Lato en su modo Itálica.

Los cuerpos de texto deben tener una jerarquía que los sustituya.

19

PROYECTO

LIDERAB. El Laboratorio de Liderazgo e Innovación es un proceso formativo que pretende la construcción del conocimiento colectivo, fortalecer habilidades y capacidades para la vida, evidenciar líderes dentro de la universidad y ser un espacio multidisciplinario de propuestas que surgen desde las distintas realidades que vivimos como país.

03

LIDERAB

Figura 72-74. Páginas del brandbook elaborado para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre de 2019.

VISIÓN Y MISIÓN

Dar soluciones fáciles por medio de aquellos quienes están hoy teniendo dificultades dentro de su ámbito de acción. Y es esencial que aquellas personas que proponen el proyecto puedan darle una solución a través de su expertiz.

Logrando que el estudiante lleve a cabo procesos de vinculación entre ellos y la universidad. Para que puedan gestionar procesos o proyectos de mejoras de sus espacios o situaciones en las que viven académicamente.

04

LIDERAB

PALETA Y PATRONES



En el logotipo se observa una anomalía, una de las piezas está girada al lado contrario, esta pieza tiene mucho simbolismo en el mismo, por lo tanto se ha extraído como protagonista en la marca, dentro del posible uso que este elemento tiene, se muestra a continuación en el texto fingido cómo se puede implementar, debe estar a la altura del texto y alineado a la caja que esta forma en el extremo superior y derecho, procurando siempre encajarlo con textos de pocas palabras y que puedan tener un espacio como en el primer ejemplo.

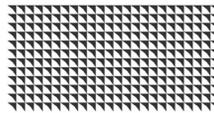
De no poderse generar esta composición, el elemento se construye a un 50% del tamaño de la altura de la letra más cercana. Y a 45 grados ópticamente suficiente retirado de esta.

Así mismo, se sugiere como patrón, especialmente para tratamiento de imágenes. Es un patrón infinito y de uso extremadamente pequeño que pueda parecer una textura.

12

LOREM CONSTER

LOREM IPSUM

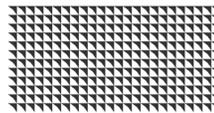


PALETA Y PATRONES



Como anteriormente se describen los patrones, existen dos adicionales que se podrán utilizar en la línea gráfica y están contruidos en base al los elementos del logotipo. Siempre deben mantener unidad y repetición infinita.

En el caso de usar degradado con patrones, su manejo es el mismo descrito más adelante, exceptuando la imagen.



13

Figura 75-77. Páginas del brandbook elaborado para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre de 2019.

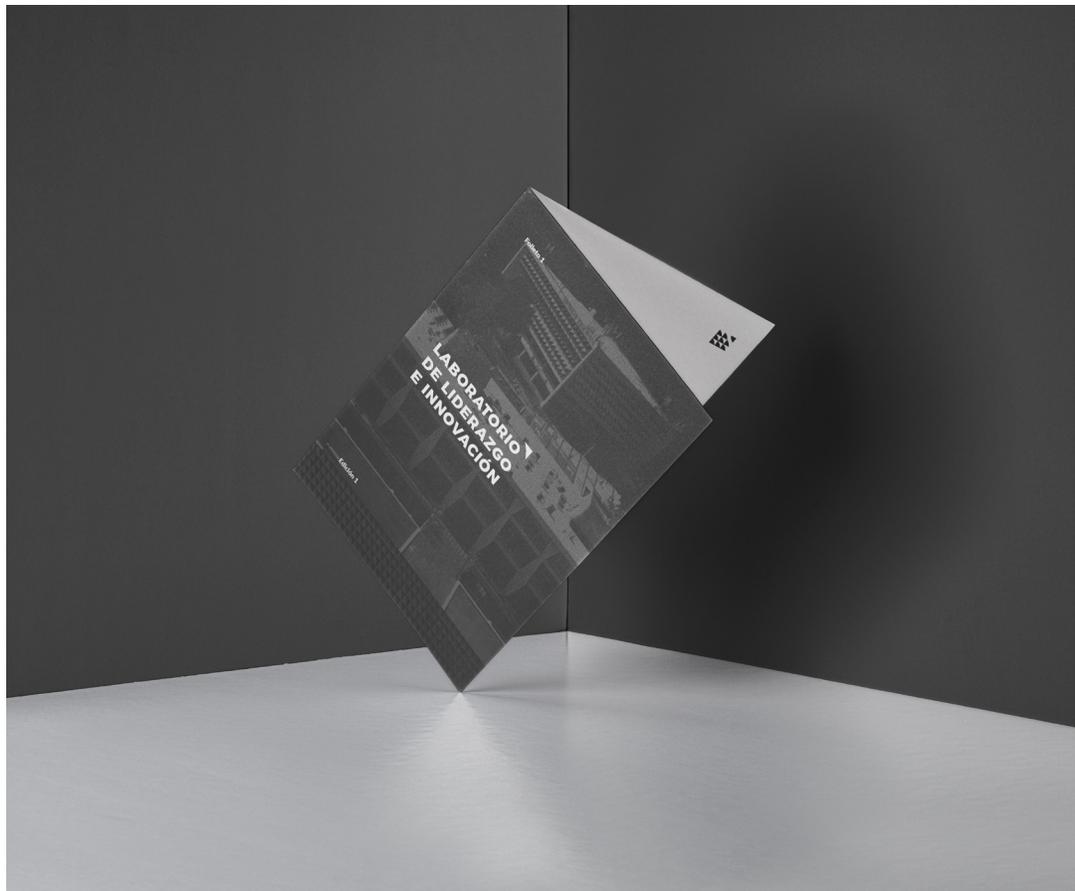
PIEZAS FOLLETOS

OBJETIVOS

Diagramar folletos que faciliten al líder estudiantil obtener la información expuesta en los audiovisuales de forma breve.

En estos folletos se encuentra la información sintetizada que se expone en los videos y es extraído del manual de formación que posee el laboratorio.

Figura 78-86. Mockup de bifoliar diseñado para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre de 2019.



PRESUPUESTO

Proceso Previo

Actividad	Costo U	Cantidad	Subtotal
Diagnóstico e investigación (hora)	Q50.00	54.5	Q2,725.00
Brief y definición creativa (hora)	Q50.00	45	Q2,250.00
Subtotal			Q4,975.00

Proyecto - Producción Audiovisual Educativa

Actividad	Costo U	Cantidad	Subtotal
Preproducción 5 videos	Q1,000.00	5	Q5,000.00
Alquiler dron	Q1,500.00	1	Q1,500.00
Edición de 5 videos	Q1,400.00	5	Q7,000.00
Musicalización	Q1,000.00	5	Q5,000.00
Staff de Rodaje	Q1,000.00	1	Q1,000.00
Alquiler Equipo de video	Q2,500.00	1	Q2,500.00
Viáticos	Q2,000.00	1	Q2,000.00
Presentadora	Q1,000.00	1	Q1,000.00
Subtotal			Q25,000.00

Proyecto - Línea Gráfica

Actividad	Costo U	Cantidad	Subtotal
Logotipo	Q2,500.00	1	Q2,500.00
Línea gráfica	Q2,500.00	1	Q2,500.00
Manual uso de marca	Q3,500.00	1	Q3,500.00
Diseño bolsas	Q350.00	1	Q350.00
Diseño libretas	Q350.00	1	Q350.00
Diseño lapiceros	Q350.00	1	Q350.00
Diseño papelería	Q350.00	1	Q350.00
Diseño tarjetas de presentación	Q350.00	1	Q350.00
Cintillos para videos	Q3,500.00	1	Q3,500.00
Animación de logotipo	Q2,500.00	1	Q2,500.00
Subtotal			Q16,250.00

Proyecto - Folletos Complementarios

Actividad	Costo U	Cantidad	Subtotal
Diseño de folleto	Q1000.00	5	Q5,000.00
Pruebas de impresión	Q100.00	1	Q100.00
Subtotal			Q5,100.00

Total **Q51,325.00**

Este valor es una donación para la institución, debido a que los proyectos formaron parte del Ejercicio Profesional Supervisado y Proyecto de Graduación, del estudiante como procedimiento académico y aporte a la sociedad.

**LÍDERES,
MARCANDO
HUELLA**

LINEAMIENTOS

Reproducción, difusión y utilización

Utilización y difusión: Es necesario hacer la salvedad que el contenido de los videos producidos no son para la utilización singular, puesto que son parte de un contenido de formación que pertenece a el Laboratorio de Liderazgo e Innovación - LIDERAB -. Por lo tanto, complementa y resume ciertos temas del pensum de la formación antes mencionada. Por lo que su difusión pública no tendría utilidad.

Los *videos* entonces, deben ser utilizados por los formadores de LIDERAB para desarrollar la formación pertinente para los líderes suscritos.

De la misma manera con los *folletos*, puesto que fueron elaborados como material para que el líder pueda llevarse un pequeño resumen consigo de la formación recibida. Por lo tanto, debe utilizarse junto a los videos realizados para LIDERAB, correlativamente al tema que se esté desarrollando.

La *línea gráfica* está abierta a su utilización e implementación libre, pues responde a la identidad de la institución en todo momento. Sin olvidar que esta pertenece a LIDERAB.

Reproducción: Los *videos* pueden difundirse a través de los links correspondientes a la plataforma de *Youtube* - LIDERAB -. Por medio de una copia de algún medio físico, o hardware. O en su defecto, proyectandose a los espectadores en alguna pantalla o proyector.

Los *folletos*, deben imprimirse, preferiblemente, en un ploter de impresión de alta calidad, a doble cara sobre un papel de calibre flexible, tamaño oficio. Respetando que se entregue siempre doblado sobre los pliegues indicados en los artes finales que fueron entregados a las autoridades de LIDERAB.

La *línea gráfica* debe ser reproducida y manipulada según la guía de marca que fue entregada a las autoridades de LIDERAB.

Figura 87. Fotografía de exposición final del proyecto. Elaboración propia, noviembre de 2019.



***DISCIPLINA,
ESFUERZO,
RESULTADOS***

Conclusiones

De acuerdo a la validación realizada al final del proceso de diseño, se ha podido evidenciar que el grupo objetivo se identifica con los contenidos de los audiovisuales realizados, desde las imágenes que permiten llevar al espectador al lugar y momento de los acontecimientos, así como la narrativa del mismo resulta interesante y permite conocer nuevos contenidos.

1

2

Según los resultados obtenidos de los materiales producidos, su calidad es de alto nivel incorporando motion graphics. La producción fue muy eficiente gracias al trabajo de pre-producción.

APRENDE

DE TODO

Recomendaciones

Mantener la calidad y producción gráfica audiovisual en cada módulo, innovando en cada temporada para que los participantes puedan disfrutar de contenido actualizado. Según los resultados obtenidos de los materiales producidos, la calidad del trabajo al incorporar motion graphics resultó ser de alto nivel. La producción fue muy eficiente gracias al trabajo de preproducción.

1

Se debe procurar iniciar una producción con un buen guion, esto facilita el trabajo, incluso cuando es extenso y variado en contenido. Ahorra tiempos y mantiene siempre una línea constante y bien trazada en la totalidad del mismo.

2

ESCUUCHA

Y HAZ

Lecciones Aprendidas

1. Gestión de permisos y accesos a áreas exclusivas.
2. Redacción de guiones literarios y escaletados para producción.
3. Análisis de resultados en procesos de validación.
4. Diagnóstico del estado y realidad de un cliente o institución.
5. Planificación de rodajes, props, locaciones y actores.
6. Conocimiento de participación, organización, liderazgo e innovación.
7. Abordaje de temas políticos no partidistas y participación ciudadano.
8. Técnicas de postproducción para un trabajo rápido y eficiente.
9. Importancia de permitirse cambiar de ambiente y rutina en pro de la salud mental y efectividad en el proceso.
10. Cómo permitirse realizar un breve viaje despegándose de las tareas rutinarias.
11. Bocetaje para facilitar el diseño y sus procesos.

***EL SABIO
APRENDE
DE SÍ***

Fuentes Consultadas

1. Bastida, Msc. Carlos Barros. 2015. Scielo. Octubre. Último acceso: 08 de Agosto de 2019. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000300005.
2. Bautista, Yuliana. 2017. «La Importancia de la Pedagogía.» La Importancia de la Pedagogía. 27 de Abril.
3. Gussman, John. 2016. La Opinión de Murcia. 22 de Junio. Último acceso: 07 de Agosto de 2019. <https://www.laopiniondemurcia.es/blogs/current-news/la-importancia-del-voluntariado-en-la-sociedad-actual.html>.
4. León-León, Giselle. 2019. «Mediación pedagógica y conocimientos científicos que utilizan una muestra de docentes de ciencias en noveno año de dos circuitos del sistema educativo costarricense, para el desarrollo de competencias científicas.» ensayo, Costa Rica.
5. Maxwell, John C. 2007. Las 21 Leyes Irrefutables del Liderazgo. Nashville, Tennessee, Estados Unidos de América: Lidere.
6. Soto, Manuel, entrevista de Eduardo Gordillo. 2016. Mortalidad Materna en Guatemala (19 de Junio).
7. Tomás, Antonio Adame. 2009. «Medios Audiovisuales en el Aula.» Ensayo.

CONOCE

Y EDUCA

Índice de Figuras

- Figura 1.** Primer nivel de bocetaje. Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figuras 2 y 3.** Retícula para bifoliar. Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figuras 4 al 25.** Mood board para producción audiovisual. Recopilación propia, noviembre 2019.
- Figura 26-27.** Diapositivas de presentación de proceso de evaluación de premisas de diseño. Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 28-29.** Diapositivas de presentación de proceso de evaluación de premisas de diseño. Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 30-34.** Segundo nivel de bocetaje. Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 35.** Bocetaje digital. Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 36-38.** Fragmentos del brandbook desarrollado para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 39-41.** Fragmentos extraídos del video introductorio producido para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 42-43.** Fotografías de evaluación con profesionales. Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 44.** Fotografía de evaluación con grupo objetivo. Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 45-46.** Fragmentos extraídos del video introductorio producido para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 47.** Mockup de bifoliar diseñado para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 48.** Página de brandbook elaborado para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 49-50.** Fotografías de evaluación con grupo objetivo. Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 51.** Fragmentos extraídos del video introductorio producido para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 52-57.** Fragmentos extraídos del video introductorio producido para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 58-65.** Mockups de la marca diseñada para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 66-77.** Páginas del brandbook elaborado para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 78-86.** Mockup de bifoliar diseñado para la institución "LIDERAB". Elaboración propia, noviembre 2019.
- Figura 87.** Fotografía de exposición final del proyecto. Elaboración propia, noviembre 2019.

**CONOCI-
MIENTO**

Y FUERZA

Glosario

Anomalía: Es la presencia de la irregularidad en un diseño en el cual aún prevalece la regularidad.

Audiovisual: Material de imágenes y sonidos grabados que se utiliza generalmente con fines didácticos.

Brief: Documento informativo que contiene la información imprescindible para poder empezar a planificar o ejecutar un proyecto.

Degradado: Es un rango de colores ordenados linealmente con la intención de dar visualmente una transición suave y progresiva entre dos o más colores.

Figura Fondo: Llamamos figura a la parte de la imagen o del campo visual en que centramos la atención. La parte restante, su complemento, es el fondo.

Guión Literario: Es el primer paso para realizar una película. Se detallan las acciones y los diálogos de los personajes, acompañándolos con descripciones generales de los escenarios, y acotaciones para los actores.

Insight: Es una introspección, en donde se descubre cosas sobre ti que ni tú mismo te habías parado a pensar.

Isotipo: Es un elemento usado para identificar una marca, sea de una organización, de un producto, de un evento, de una campaña de comunicación o de una consigna ideológica. Es un signo gráfico que no incluye el nombre de la entidad identificada.

Logotipo: Símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.

Naming: Conjunto de criterios, reglas y directrices que se conforman de acuerdo a una arquitectura de marca determinada, y que tienen el objetivo de unificar y cohesionar la asignación de nombres de las marcas de una compañía.

Postproducción: Consiste en la selección del material grabado. De esta forma se eligen las tomas que servirán para la edición y montaje de la obra.

Preproducción: Es la fase más importante del proceso de producción. Comprende desde el momento en el que nace la idea hasta que empieza la grabación.

Producción: También llamado rodaje, es la puesta en práctica de todas las ideas pensadas en la fase de preproducción.

Psicopedagogía: Parte de la psicología que estudia los fenómenos psicológicos capaces de mejorar los métodos didácticos y pedagógicos.

Retícula: Es el conjunto de líneas y guías que distribuyen el espacio compositivo de manera organizada.

Tipografía: Son los diferentes estilos o tipos de letras que podemos elegir al hacer un diseño o escribir un texto.

Webinar: Es un tipo de conferencia, taller o seminario que se transmite por Internet. La característica principal es la interactividad que se produce entre los participantes y el conferenciante. Como en cualquier evento presencial, el conferenciante está hablando en vivo a la audiencia y los asistentes pueden hacer preguntas, comentar y escuchar lo que los demás participantes tienen que decir.

Apéndice 1

Herramienta de Investigación Institución

CUESTIONARIO INICIAL PARA LOS ENCARGADOS DEL VOLUNTARIADO UNIVERSITARIO – VOLUSAC

1. Descripción de la Institución 1.1. Datos Generales

1.1.1. Nombre

Programa de voluntariado de la ~~Usac~~, ~~Volusac~~.

Depende de la unidad de bienestar estudiantil, está a cargo de promotores de vida universitaria de la ~~Usac~~.

1.1.2. Dirección

Zona 12, 3er nivel edificio bienestar estudiantil, ciudad universitaria

1.1.3. Teléfono

4149-9464

1.1.4. Tipo de Institución

Servicio social público ~~- de estudio~~

1.1.5. Correo electrónico

Coordinadoradevoluntariado.usac@gmail.com

1.1.6. Nombre del Director o Directora

Kevin Christian Carrillo Segura

1.1.7. Misión

Presentación de ~~Volusac~~.

1.1.8. Visión

Presentación de ~~Volusac~~.

1.1.7. Orientación ideológica institucional y funcional (religión, creencias o sistema de valores)

Institución de carácter laico con proyección social con líneas de trabajo académicas, institucionales, de activismo universitario, que promueve las alianzas estratégicas.

Valores: liderazgo, moral, ética.

1.2. Objetivos de la Institución

Presentación de ~~Volusac~~.

1.3. Servicios que presta

Presentación de ~~Volusac~~.

1.4. Problema al que atiende la institución, marco general

Mitigar problemas sociales de las comunidades más vulnerables de Guatemala

2. Dinámica Institucional y/o Comunitaria (Describir)

2.1. Actores

POBLACION ESTUDIANTIL DE MANERA VOLUNTARIA

2.2. Roles

- Geershy osorio: desarrolladora de proyectos
- Kevin carrillo: gestion y desarrollo de políticas a cerca de

3. VOLUNTARIADO

- Voluntarios (EN DOCUMENTACIÓN) tipos de voluntarios
- Cada unidad académica tiene un titular y un suplente, representantes de Volusac

3.1. Relaciones interpersonales

TRABAJA JUNTO O EN COMPLEMENTO CON INSTITUCIONES.

CENTRO DE VOLUNTARIADO GUATEMALTECO

- ONU
- VNU
- PLANTEMOS (MIL ARBOLES)
- ECOCIUDADANOS
- LIBERARTE
- TSE
- MUNI JOVEN
- PDH
- APROFAM
- CRUZ ROJA
- HRI
- IEEE

3.2. Relaciones de Poder

EL INSENTIVO DE SOLIDARIDAD

3.3 Dificultades de comunicación visual o déficit.

- NO CUENTAN CON UNA PERSONA QUE SE DEDIQUE A DISEÑAR
- NO SE TIENE ESTRUCTURADA UNA LINEA GRAFICA
- INCAPACIDAD DE GENERAR UNA CAMPAÑA
- NO EXISTE UN MANUAL DE NORMAS GRAFICAS
- NO EXISTE QUIEN GENERE MATERIAL MEDIA

4. Visualización de las dificultades, posibilidades y fortalezas para desarrollar el diseño gráfico (institucional, comunicación, económico, comunitaria y estudiantil)

Existe en la unidad una comunicadora pero no genera material de diseño ni estético.

5. Identificación Inicial de problemas de comunicación a atender en la institución

- No cuentan con material didáctico o explicativo para exponer las diferentes labores de voluntariado
- No posee línea gráfica o Brand

6. Población meta a atender (Grupo Objetivo de tallado y específico)

- Estudiantes universitarios, 18 a 35 años. 80% de la población estudiantil.
- Socioeconómico diverso
- 240 mil estudiantes, población total
- 60% capital
- 40% centros universitarios del interior

7. Población afectada

Personas comunidades o grupos vulnerables o con necesidad que pueda ser tratada a través de los proyectos del Volusac.

Fin último: mitigar las problemáticas sociales.

Anexo 1

Herramienta de Validación Audiovisual



Monterroso, Javier 2019

DOCUMENTO DE VALIDACIÓN – AUDIOVISUAL LIDERAB

Documento de validación elaborado con la finalidad de comprobar la eficacia del audiovisual. Responda las siguientes interrogantes de manera objetiva.

Nombre: _____

Rango de edad: 15-20 21-30 31-40 41-50 51-60 61-70

Profesión (o carrera que cursa): _____

¿Cuál es su incidencia en relación a liderazgo: _____

Según usted, ¿cuál es el mensaje central del audiovisual?

¿Qué está haciendo la organización en la universidad, según lo que comprendió?

Mencione, ¿qué le llamó la atención y qué le pareció aburrido del audiovisual?

¿Cree que estos videos le permiten conocer el contenido teórico de una sesión en el Laboratorio?

¿Le hacen sentir parte a usted de lo que narran los videos o se identifica con ellos?

En el siguiente apartado valore de 1 a 5 tomando en cuenta la siguiente clave:

1	Deficiente	2	Regular	3	Bueno	4	Muy bueno	5	Excelente
---	------------	---	---------	---	-------	---	-----------	---	-----------

Comprensión del contenido del audiovisual	1	2	3	4	5
Legibilidad de los textos (fácil de leer)	1	2	3	4	5
Duración del audiovisual	1	2	3	4	5
Se entiende lo que se dice en el audiovisual (entrevistas y narraciones)	1	2	3	4	5
Las tomas ayudan a ambientar al espectador	1	2	3	4	5

Comentario o sugerencia adicional

Anexo 2

Herramienta de Validación Línea Gráfica LIDERAB



Encuesta
Monterroso, Javier 2019

DOCUMENTO DE VALIDACIÓN – MARCA LIDERAB

Documento de validación elaborado con la finalidad de comprobar la memorabilidad, impacto visual, eficacia y estética de la marca desarrollada para el Laboratorio de Liderazgo e Innovación - LIDERAB. Responda las siguientes interrogantes de manera objetiva.

Nombre: _____

Rango de edad: 15-20 21-30 31-40 41-50 51-60 61-70

Profesión: _____

¿Cuál es su incidencia en relación a liderazgo: _____

¿Qué percibes visualmente en el siguiente logotipo?

Nota: No es abstracción de nada en específico, es un tratamiento de formas.

¿Con qué asocias este logo o a qué te recuerda?

Y ahora, ¿Cuál es tu percepción si te digo los siguientes conceptos:

“Oveja Necia” – “Piensa fuera de la Caja”?

¿Por qué asociarías este logo con liderazgo e innovación?

En caso de que no lo asocies con lo anterior. ¿Qué elemento considerarías necesario que estuviera?

1	Deficiente	2	Regular	3	Bueno	4	Muy bueno	5	Excelente
---	------------	---	---------	---	-------	---	-----------	---	-----------

En el siguiente apartado y con relación a las imágenes que se le presentan, valore de 1 a 5 tomando en cuenta la siguiente clave:

Comprensión de los gráficos	1	2	3	4	5
Legibilidad de los textos (fácil de leer)	1	2	3	4	5
Es atractivo	1	2	3	4	5
La cantidad de elementos y gráficos	1	2	3	4	5
Memorabilidad de la marca (Fácil de recordarla)	1	2	3	4	5
Llama la atención la marca	1	2	3	4	5

Anexo 3

Herramienta de Validación Audiovisual

MATRIZ DE EVALUACIÓN PARA PROPUESTAS DE DISEÑO		Opón 1	Opón 2	Opón 3	Opón 4	Opón 5
Escala de valoración: 1 = deficiente / 3 = satisfactorio / 5 = muy satisfactorio						
Indicador de logro:						
Perennencia	La propuesta gráfica es viable de ejecutar según técnica, reproducción y tiempo					
Comp	Los recursos gráficos utilizados comunican el concepto creativo. Mencione qué recursos.					
Códig	Se evidencia la aplicación de por lo menos dos fundamentos del diseño. Especifique cuáles.					
o	La distribución de los elementos de diseño favorece la jerarquía visual					
o	La distribución de los elementos de diseño facilita el recorrido visual					
o	La dirección de arte y fotografía favorece la comprensión del mensaje a comunicar					
o	El guión es adecuado para transmitir el mensaje buscado					
o	Las tipografías utilizadas son legibles					
o	El diseño tipográfico favorece la jerarquía visual					
o	El diseño tipográfico favorece la comprensión lectora (verificar esta redacción según teoría de tipografía)					
o	El diseño tipográfico favorece la memorabilidad del mensaje					
o	El uso del color favorece la memorabilidad del mensaje					
o	El uso del color favorece la comprensión del mensaje					
o	El uso del color favorece la jerarquía visual					
o	El uso del color considera especificaciones técnicas al momento de ser reproducido					
o	El uso del lenguaje facilita la comprensión del mensaje					
o	El uso del lenguaje es pertinente a las necesidades de comunicación					
o	El formato utilizado es adecuado					
o	El formato considera especificaciones técnicas					
TOTAL						
Notas:						
Tomar en cuenta que la máxima de un resultado deficiente sería de 20 / la máxima de un resultado satisfactorio sería 60 / la máxima de un resultado muy satisfactorio sería 100.						
Tomar en cuenta que en algunos proyectos habrá criterios que no aplican						

MATRIZ DE EVALUACIÓN PARA PROPUESTAS DE DISEÑO		Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4	Opción 5
Escala de valoración: 1 = deficiente / 3 = satisfactorio / 5 = muy satisfactorio						
Indicador de logro:						
Permanencia	1 La propuesta gráfica es viable de ejecutar según técnica, reproducción y tiempo	1				
de aplicación	2 Los recursos gráficos son pertinentes al tema que se pretende comunicar	1				
Y	3 Los recursos gráficos utilizados comunican el concepto creativo. Mencione qué recursos	1				
fundamentos	4 Se evidencia la aplicación de por lo menos dos fundamentos del diseño. Especifique cuáles.	3				
de	5 La distribución de los elementos de diseño favorece la jerarquía visual	3				
Visual	6 La distribución de los elementos de diseño facilita el recorrido visual	1				
o	7 La dirección de arte y fotografía favorece la comprensión del mensaje a comunicar	3				
técnica	8 El guión es adecuado para transmitir el mensaje buscado	1				
o	9 Las tipografías utilizadas son legibles	5				
osicó	10 El diseño tipográfico favorece la jerarquía visual	5				
n	11 El diseño tipográfico favorece la comprensión lectora (verificar esta redacción según teoría de tipografía)					
Y	12 El diseño tipográfico favorece la memorabilidad del mensaje					
aplicación	13 El uso del color favorece la memorabilidad del mensaje	1				
de	14 El uso del color favorece la comprensión del mensaje	1				
Visual	15 El uso del color favorece la jerarquía visual	1				
o	16 El uso del color considera especificaciones técnicas al momento de ser reproducido	1				
técnica	17 El uso del lenguaje facilita la comprensión del mensaje	1				
osicó	18 El uso del lenguaje es pertinente a las necesidades de comunicación	1				
n	19 El formato utilizado es adecuado	3				
Y	20 El formato considera especificaciones técnicas	5				
aplicación	TOTAL					
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación						
de						
Visual						
o						
osicó						
n						
Y						
aplicación					</	

Anexo 3

Cotización por agencia externa.

Producción Audiovisual

Cant.	Descripción	Precio Unit	Subtotal
1	Logotipo	Q5,500.00	Q5,500.00
1	Línea Gráfica	Q2,500.00	Q2,500.00
1	Manual de uso de marca	Q3,500.00	Q3,500.00
1	Diseño bolsas	Q1,000.00	Q1,000.00
1	Diseño libretas	Q2,500.00	Q2,500.00
1	Diseño lapiceros	Q2,000.00	Q2,000.00
1	Diseño papelería	Q1,000.00	Q1,000.00
1	Diseño tarjetas de presentación	Q1,500.00	Q1,500.00
1	Cintillos para videos	Q1,000.00	Q1,000.00
1	Animación de Logotipo	Q3,000.00	Q3,000.00

Subtotal Q23,500.00

Folleto Complementarios

Cant.	Descripción	Precio Unit	Subtotal
5	Diseño de Folleto	Q1,000.00	Q5,000.00
1	Pruebas de impresión	Q250.00	Q250.00

Subtotal Q5,250.00

• Nota: Todos los precios incluyen impuestos.

Total

Q85,250.00

Atentamente,
Eduardo Luis Gordillo Corona
Director Creativo



5692-6515

www.thejokerstudio.com

jkr.



Guatemala 26 de agosto de 2020

Estimado Javier Monterroso

Es un gusto saludarle nuevamente y a la vez me complace presentar para su análisis la presente cotización, la cual consiste en 3 módulos: Producción Audiovisual Educativa, Línea Gráfica y Folletos Complementarios.

Proceso Previo			
Cant.	Descripción	Precio Unit	Subtotal
54.5	Diagnóstico e investigación (hora)	Q90.00	Q4,905.00
45	Brief y definición creativa (hora)	Q90.00	Q4,050.00
		Subtotal	Q8,955.00
Producción Audiovisual			
Cant.	Descripción	Precio Unit	Subtotal
5	Preproducción 5 videos	Q1,500.00	Q7,500.00
1	Alquiler dron	Q2,500.00	Q2,500.00
5	Edición 5 videos	Q3,200.00	Q16,000.00
1	Staff de rodaje	Q5,000.00	Q5,000.00
1	Alquiler equipo de video	Q8,500.00	Q8,500.00
1	Víáticos	Q5,000.00	Q5,000.00
1	Presentadora	Q3,000.00	Q3,000.00
		Subtotal	Q47,500.00


5 692 - 6515

www.thejokerstudio.com



Lilian Patricia Guzmán Ramirez

Licenciada en Letras por la USAC
Colegiada activa 7596

patricia.guzman2014@gmail.com
Cel.: 55652717



Guatemala, 3 de febrero de 2022.

MSc. Arquitecto
Edgar Armando López Pazos
Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado señor Decano:

Atentamente hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación **“Diseño de material audiovisual como apoyo al Proyecto del Laboratorio de Liderazgo e Innovación del Programa de Voluntariado de la Universidad de San Carlos de Guatemala”** del estudiante **Javier Andrés Monterroso Urizar** de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, quien se identifica con carné universitario **201315029**, previamente a conferírsele el título de Diseñador Gráfico en el grado académico de Licenciado.

Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico considero que el proyecto de graduación que se presenta cumple con la calidad técnica y científica requerida.

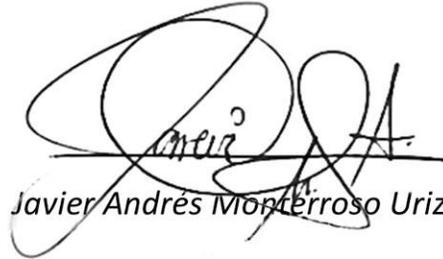
Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,

Lilian Patricia Guzmán Ramirez
LICDA. EN LETRAS
COLEGIADA No. 7596

Lilian Patricia Guzmán Ramirez
Licenciada en Letras

“Diseño de Material Audiovisual Como Apoyo al Proyecto del Laboratorio de Liderazgo e Innovación del Programa de Voluntariado de la Universidad de San Carlos de Guatemala”

Proyecto de Graduación desarrollado por:


Javier Andrés Monterroso Urizar

Asesorado por:


Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada

LIC. **Axel Gabriel Flores Menéndez**

DISEÑADOR GRÁFICO | NO. 8-503


Lic. Axel Gabriel Flores Menéndez


Ma. Rodolfo Izeppi Ramirez

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

Decano

CRÉDITOS

Primera edición: Noviembre de 2019

La creatividad, diseño, diagramación y proceso metodológico para la realización de esta publicación fue llevada a cabo por el estudiante: **Javier Andrés Monterroso Urizar** como parte de su Ejercicio Profesional Supervisado del año 2019 de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala para el Laboratorio de Liderazgo e Innovación.

Asesoría:

Licda. Lourdes Pérez

Lic. Axel Flores

MSc. Lic. Rodolfo Izzepi