



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

**Facultad de  
Arquitectura**

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

**Estrategia de Comunicación Audiovisual  
para la Unidad de Medios Electrónicos  
de la Municipalidad de Guatemala**

Proyecto de Graduación presentado por  
Pablo Andrés García Rosales  
para optar al título de Licenciado en Diseño Gráfico  
con énfasis Informático-Visual - Multimedia  
Guatemala, febrero de 2015.



## **Estrategia de Comunicación Audiovisual para la Unidad de Medios Electrónicos de la Municipalidad de Guatemala**

**PRESENTADO A LA JUNTA DIRECTIVA POR**  
Pablo Andrés García Rosales  
**Al conferirse el título de**  
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

“El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del proyecto de graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala”

Febrero, 2015

## Nómina de Autoridades

Decano

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Vocal I

Arq. Gloria Ruth Lara de Corea

Vocal II

Arq. Edgar Armando López Pazos

Vocal III

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras

Vocal IV

Tec. D.G. Wilian Josué Pérez Sazo

Vocal V

Br. Carlos Alfredo Guzmán Lechuga

Secretario

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

## Tribuna Examinadora

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Lic. Gustavo Jurado

Lic. Fernando Fuentes

Lic. Mónica Noriega

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

# INDICE

## Indice

Agradecimientos y dedicatoria.....	09
Presentación.....	11
Capítulo I	
Introducción.....	15
Antecedentes.....	17
Problema.....	18
Justificación.....	19
Objetivos de diseño.....	20
Capítulo II	
Perfil de la organización y servicios que brinda.....	23
Análisis del grupo objetivo.....	25
Capítulo III	
Conceptos fundamentales.....	29
Concepto creativo.....	33
Capítulo IV	
Previsualización.....	39
Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final.....	40
Propuesta gráfica final y fundamentación.....	78
Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta.....	109
Lecciones aprendidas.....	112
Conclusiones.....	113
Bibliografía y fuentes consultadas.....	114
Glosario.....	115
Anexos.....	116

INDICE

# AGRADECIMIENTOS

## AGRADECIMIENTOS

### Agradecimientos y dedicatoria

A Dios, por haber hecho de mí una persona que ama lo que hace y por darme todo su amor y bendición a lo largo de mi vida.

A mis padres Joel S. Toledo Toledo y Marta Liliana Rosales de Toledo, por haber creído en mí en todo momento, por darme su amor, por forjar valores en mi persona.

A mi abuelita María Antonieta Rivas, que ha sido una persona que ha luchado por mí y mis hermanos, por ser una persona digna de admirarse, por darme todo su amor y por muchas razones más.

A mis hermanos Juan Carlos, Nadia Sahmira, Ana Cristina, Ana Isabel, José Alejandro, por creer en mí y para que este gran paso en mi vida sea un ejemplo para ellos, que todo se puede lograr con dedicación y esfuerzo.

A mis mejores amigos Carlos Antonio García, José Alejandro Ramírez, Diana Dieguez, Diego Carrillo, Giovanni Torres, Francisco Cobar, Andrea Hernández, por estar a mi lado en todo momento y brindarme todo su apoyo durante toda mi carrera.

A mis compañeros universitarios, en especial a Dagoberto Grajeda, Walter Bravo, Willy Bolaños, Gabriel López, Iván Guzmán, Anahí Duarte, Andrea Mabel, Olga Castillo, Erick Solares, por compartir buenos momentos y darme su afecto.

A los docentes de la Escuela de Diseño Gráfico, por brindarme conocimiento y apoyo durante toda mi carrera universitaria.

A la Unidad de Medios Electrónicos de la Municipalidad de Guatemala, por haberme abierto las puertas y creer en mi persona.

# PRESENTACIÓN

# PRESENTACIÓN

## Presentación

El presente informe muestra la problemática visual que la Unidad de Medios Electrónicos de la Municipalidad de Guatemala posee, la cual por estar involucrada en dar a conocer los servicios y las noticias más relevantes que la Municipalidad realiza, descuida una parte importante en su función de mostrar al público estos servicios de manera dinámica y atractiva para poder interactuar con las personas.

En el primer capítulo se identifica los antecedentes de la Unidad, el problema hallado, falta el acceso de la información que produce la Unidad de Medios Electrónicos de la Municipalidad de Guatemala a los vecinos del área urbana, Zona Metropolitana, la magnitud que afecta este problema, la trascendencia, la vulnerabilidad y la factibilidad de dicho problema. También se presentan los objetivos planteados para resolver este problema.

En el segundo capítulo se muestra el perfil de la Unidad de Medios Electrónicos de la Municipalidad y los servicios que brinda, además de la descripción del público objetivo, es decir, a qué personas están dirigidos los objetivos planteados en el capítulo uno.

En el tercer capítulo se presenta la importancia del diseño gráfico, los tipos de diseño que existen, el diseño multimedia y la solución del problema visual que la Unidad de Medios Electrónicos

posee, aparte se podrá conocer la técnica del concepto creativo que se utilizará para la creación de las propuestas gráficas, los tipos técnicas que existen y cómo se logró llegar al concepto final.

En el cuarto capítulo se presentan los bocetos y la creación de las propuestas gráficas, las validaciones con personas expertas al tema y con el público objetivo. Como parte final se presenta los lineamientos para la puesta en práctica de la solución al problema, lo aprendido en todo este proceso de investigación y las conclusiones del informe.

El informe demuestra que se puede resolver un problema, con un proceso de observación, de investigación y de comprensión, en donde se justifique cada proceso realizado, aceptando críticas constructivas y sugerencias de diferentes puntos de vista.

# Capítulo I

# INTRODUCCIÓN

## Introducción

“El lenguaje audiovisual es un proceso de comunicación como el verbal, la diferencia es que facilita la comunicación, ya que resulta motivador y se aproxima a la realidad de las personas” (Gómez, 2010, p.3), algo que la Unidad de Medios Electrónicos de la Municipalidad de Guatemala busca, ya que la ayuda de esta institución es de suma importancia, pero a la vez es complicado expresar de forma sencilla los datos con que trabajan.

Para lograr una comunicación audiovisual efectiva se debe utilizar la asesoría de un diseñador gráfico, ya que se beneficia no solo la institución sino también a los ciudadanos. Es por ello que la Unidad de Medios Electrónicos posee los recursos necesarios para poder transmitir este tipo de comunicación.

La institución de la Municipalidad de Guatemala necesita los servicios del diseño gráfico multimedia para la elaboración de materiales audiovisuales, para informar de forma sencilla los trabajos que está realiza.

Un problema que la Unidad de Medios Electrónicos posee es la falta de vecinos a la información que la institución brinda y para resolver esto, se propone realizar una serie de materiales audiovisuales, los cuales llevan un proceso de investigación y creación, haciendo que este problema disminuya.



## Antecedentes

La Unidad de Medios Electrónicos de la Municipalidad de Guatemala fue creada de conformidad con el decreto número 57-2008, que contiene la Ley de Acceso a la Información Pública, cumpliendo así con el derecho que tiene toda persona a tener acceso a la información que se genera en la institución municipal y que es de beneficio para los habitantes del municipio.

En el 2010, la Municipalidad de Guatemala se unió al grupo de las redes sociales (Facebook, Twitter y Youtube) para poder transmitir a los vecinos los trabajos realizados de una manera sencilla, accesible y en poco tiempo, pero esto no significa que el mensaje llegue de forma clara a su grupo objetivo.

Los miembros de la Unidad de Medios Electrónicos están conscientes de que su labor ha sido una verdadera ayuda a la institución, ya que mantienen informados a los vecinos de los servicios que esta les brinda. Pero también han encontrado serias dificultades para comunicar información compleja de datos con los cuales se trabaja en la institución, lo cual a su vez dificulta la comprensión por parte de usuarios poco expertos.

# PROBLEMA

PROBLEMA

## Problema

La falta de acceso por parte de los vecinos del área urbana, Zona Metropolitana, a la información producida por la Unidad de Medios Electrónicos de la Municipalidad de Guatemala.

# JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN

## Justificación

### Magnitud

Este problema afecta a gran número de personas, ya que la Municipalidad recibe de 15 a 20 visitas diarias a su portal web; en sus redes sociales Facebook 13,120 personas, de los cuales 1,719 participan con las publicaciones; en Twitter 69,559 seguidores y de los cuales siguen a 59,895; y en Youtube 621 suscriptores y 805,802 en reproducciones de vídeo (ver gráficas en Anexos 1.0).

### Trascendencia

La gravedad del problema es fuerte, ya que los vecinos seguidores de estos medios electrónicos no tienen acceso a una información comprensible acerca de los trabajos que la Municipalidad de Guatemala realiza.

Si este problema no se resuelve de manera eficaz, se perderá el interés de un alto porcentaje de los vecinos que ya están activos en los medios electrónicos y se perderá la oportunidad de informar a más vecinos. Este problema de comunicación y comprensión puede conducir a disputas innecesarias de los vecinos hacia la institución.

### Vulnerabilidad

Este problema puede disminuirse con la implementación de materiales de apoyo, como animaciones, spots publicitarios, banners digitales, boletines informativos. Estos materiales ayudarán a los receptores entender de mejor manera los trabajos que la institución realiza. Su gran utilidad radica en que los medios de comunicación visual que la Unidad de Medios Electrónicos utiliza están al alcance de todos.

### Factibilidad

La Unidad de Medios Electrónicos de la Municipalidad de Guatemala cuenta con todos los recursos (canales de comunicación gratuitos: facebook, twitter, youtube) accesibles al público para lanzar la estrategia de comunicación audiovisual y poder así disminuir el problema.

Estos canales gratuitos son accesibles al público, ya que se pueden crear mediante una cuenta de correo electrónico.

# OBJETIVOS

## Objetivos de diseño

### General

Desarrollar una estrategia de comunicación audiovisual, en especial por medios electrónicos (Facebook, Twitter, Youtube), para contribuir a la difusión de los servicios que brinda la Municipalidad de Guatemala, los servicios policíacos de EMETRA y las reparaciones de calles del departamento de Guatemala.

### Específicos

Crear un video animado de 30 segundos, el cual invite a los guatemaltecos a formar parte de la familia de las redes sociales que posee la Municipalidad de Guatemala.

Elaborar una serie de dos (2) comerciales y/o animaciones, de menos de dos minutos (2:00 min.) que permitan informar, uno acerca de los servicios policíacos de EMETRA y el otro acerca de las reparaciones de calles que la Municipalidad de Guatemala brinda a la sociedad.

Realizar los materiales de comunicación audiovisual que resulten fáciles de comprender para el grupo objetivo, mediante el establecimiento de encuadres, planos, sonido, calidad de imagen, entre otros parámetros de multimedia para lograr una comunicación satisfactoria para ambas partes.

Estos objetivos se podrán comprobar mediante encuestas al focus group (grupo objetivo), cuando las producciones audiovisuales estén completas.

OBJETIVOS

# Capítulo II



## Perfil de la organización y el servicio que brinda

La Municipalidad es el ente del Estado responsable del gobierno del municipio, es una institución autónoma, es decir, no depende del gobierno central. Se encarga de realizar y administrar los servicios que necesita una ciudad o un pueblo.

Una función importante de la Municipalidad es la planificación, el control y la evaluación del desarrollo y crecimiento de su territorio. También se presta especial atención a los aspectos sociales y a buscar contribuir a mejorar la calidad de vida de los vecinos.

Para promover los servicios y realizar obra, la Municipalidad obtiene los recursos necesarios principalmente del pago de arbitrios, como boleto de ornato, Impuesto Único sobre Inmuebles (IUSI), y

tasas que se cobran en algunas gestiones.

Día con día, la comuna capitalina realiza un servicio intenso en todos los campos: limpieza y mejoras en las calles, iluminación, mantenimiento de parques y áreas verdes, infraestructura vial, modernización administrativa, ampliación del Transmetro, reordenamiento vial, atención a niños en riesgo de calle y muchas otras acciones que velan por el bienestar de todos los ciudadanos. (Muniguat, 2012).

De esta cuenta presentamos la misión y la visión de esta institución que trabaja para y por los vecinos del municipio de Guatemala:

### Misión

Dar a todos los vecinos los servicios que necesitan (Muniguat, 2012).

### Visión

Crear una “Ciudad para Vivir” (Muniguat, 2012).

### Objetivo Principal

Lograr que las personas tengan una vida de calidad (Muniguat, 2012).

### Actividades

Una de las principales actividades que la Unidad de Medios Electrónicos realiza, es el manejo de los procesos de comunicación que ha evolucionado mediante el uso del Internet, con herramientas como las redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube) y la administración del Portal Electrónico, [www.muniguat.com](http://www.muniguat.com).

# F.O.D.A.

## F.O.D.A.





# GRUPO OBJETIVO

## Análisis del grupo objetivo

### Perfil Demográfico

El proyecto se llevará a cabo con personas de género tanto masculino como femenino, entre 25 a 34 años de edad (Muniguat, 2012), pobladores del departamento de Guatemala y del municipio de Guatemala.

### Perfil Socioeconómico

Según la tabla de definición de Niveles Socioeconómicos de la Agencia Ogilvy Guatemala del año 2011 (ver anexos 2.0), son ciudadanos con un nivel de recursos medio bajos, medio altos, con una formación académica primaria, media, diversificada y superior.

### Perfil Psicográfico

Público dependiente y no de la tecnología (redes sociales), impulsivos, interesados y no en las publicaciones de estos medios; su cultura visual está conformada por los acontecimientos que la tecnología les proporciona.



# Capítulo III



# CONCEPTOS

## Conceptos fundamentales

Se entiende como Diseño Gráfico a la forma de comunicar visualmente mensajes para poder persuadir a los receptores. El diseño gráfico es un factor que determina las creaciones, el desarrollo y la innovación de mucha actividad comercial. La necesidad de las empresas por sobresalir se ha ido incrementando día con día, haciendo que el diseño se haga más indispensable en el mundo.

El concepto de diseño gráfico se puede entender de diferente manera. Como una forma de realizar comunicación, su disciplina se basa en las imágenes y tiene como objetivo comunicar visualmente ideas para lograr la persuasión del grupo objetivo.

Muchos piensan que la carrera de Diseño Gráfico consiste en realizar dibujos para niños de primaria o realizar caricaturas y, en verdad desde su faceta profesional de crear ideas visuales y a la vez comunicar un mensaje visualmente, son pocos los que, cuando están frente a una computadora se preguntan “¿Cómo es que este programa llego a ser así?”, “¿Por qué usa estos colores?” o “¿Por qué ese tamaño de tipografía?”, pues todas esas preguntas tienen su respuesta.

En sí, el Diseño Gráfico es una forma compleja que requiere de un gran esfuerzo y estudios para llegar a ejercerlo como profesión, ya que, entre muchas otras habilidades, requiere conceptualizar cuáles son las necesidades que la sociedad posee y poder comunicar la solución de estas necesidades.

Este arte nació desde hace tiempo. Varias personas afirman que fue en el período de las entre-guerras, otros que surge a finales del siglo XIX y otra parte que se originó en las pinturas rupestres. Lo que es cierto que todas estas manifestaciones son productos de diseño gráfico, es decir, manifestaciones visuales que son proyectadas para satisfacer necesidades de diversos tipos.

Actualmente existen varios tipos de diseño gráfico. Cada uno posee características que ayudan a la solucionar necesidades a la sociedad. Entre ellos destaca el diseño creativo, el editorial, el programador y el audiovisual.

La publicidad fue creada para envolver la razón de la sociedad, generando compra y creando mercados.

# CONCEPTOS

Anteriormente se realizaba por medio de revistas, catálogos, periódicos, etc., medios de comunicación que se lograban ver a diario. Mientras la sociedad se adaptaba a este tipo de comunicación, el diseño gráfico fue evolucionado y ahora la mayoría de publicidad se da por medio del lenguaje audiovisual, ya que es un medio rápido y de mayor accesibilidad para la sociedad.

El diseño gráfico audiovisual se entiende como la proyección de mensajes sonoros, visuales y con movimiento producidos por canales tecnológicos. En pocas palabras, comunicar ideas gráficamente con movimiento y sonido. Estas ideas inician con bocetos en papel y el diseño audiovisual les da vida con movimientos.

El diseño gráfico audiovisual deriva de las producciones cinematográficas, ya que se construye con los principios básicos del diseño gráfico para crear un mensaje visual mediante planos, encuadres, profundidades de campo y ángulos, entre otros.

En sí, las producciones audiovisuales buscan impactar visualmente y lo logran por medio de los canales de comunicación como la televisión, el cine y, en esta época, el internet, sobre todo en las

redes sociales. Esto ha logrado que ocupe un gran campo abierto en el lenguaje audiovisual.

Estos canales de comunicación representan la información deseada para ser transmitida por medio del lenguaje audiovisual. Dicho lenguaje debe ser codificado y descodificado para poder hacer más consistente las influencias de los canales de comunicación. Según la encuesta realizada por Miguel Sallés (2012), “Los canales tecnológicos posibilitan nuevas alternativas desde lo financiero hasta el ahorro de tiempo”.

Existen varios tipos de lenguaje audiovisual. Entre los más destacados encontramos el dibujo animado, que fue uno de los primeros métodos en comunicar ideas; el expresionismo abstracto; los inicios del cine; la fotografía cuadro por cuadro; la rotoscopía... todos poseen el mismo propósito.

Diariamente, la sociedad percibe gran cantidad de mensajes, donde algunos consiguen respuesta y otros no. Esto hace que se tenga una respuesta tanto positiva como negativa. El objetivo principal de este tipo de diseño es generar productos que informen sobre servicios hacia la sociedad (tránsito, entretenimiento, música, etc.).

CONCEPTOS

# CONCEPTOS

Puede entonces visualizarse que al evolucionar el diseño gráfico, pasa primero por una etapa de comunicar a grandes grupos objetivos, luego se centraría en orientar su comunicación mediante procesos de segmentación.

En ese mismo sentido, el diseño gráfico no es un aspecto que se haya quedado atrás en cuanto a redes sociales se refiere. Actualmente hay un número significativo de comunidades de diseñadores que utilizan el internet y las redes sociales como plataforma para exhibir su obra, ya sea para una posible venta o simplemente para recibir críticas y/o consejos de la misma comunidad perteneciente al sitio. El internet se ha vuelto una herramienta indispensable para el diseñador actual, siendo un vehículo efectivo, tanto para concretar negocios como para simplemente ser un lugar virtual donde exponer sus portafolios.

Los medios de comunicación electrónica moderna (Facebook, Twitter, Youtube) están conscientes del aporte que brindan a la sociedad, ampliando las oportunidades de conocer servicios y/o productos que se quieran transmitir. Con estos medios, los mensajes audiovisuales pueden llegar a los segmentos del mercado con

mayor facilidad que como era anteriormente con los medios de comunicación impresos.

Las Redes Sociales son estructuras sociales compuestas de grupos de personas que están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, conocimientos o intereses comunes. La mayor parte de su información es generada por los usuarios, quienes son capaces de subir el contenido al sitio de manera independiente e inmediata. Este contenido (imágenes, videos, comentarios) puede ser visto por los demás usuarios y ser compartido y publicado a través de otros medios web de difusión y comunidades virtuales.

Cualquier persona en el mundo tiene acceso a estas herramientas con tan solo tener una cuenta de correo electrónico, ya que estos medios de comunicación son gratuitos y fáciles de utilizar.

Esto es lo que busca la Municipalidad de Guatemala, expandirse en la mayoría de las redes sociales posibles para dar a conocer los servicios que realiza con mensajes que el público pueda captar y entender fácilmente,

# CONCEPTOS

mensajes visuales como fotografías, videos y notas que sean espontáneas, que impacten, que sean realistas.

Para ayudar a lograr este objetivo se propondrá crear una campaña audiovisual que explique los servicios que la Municipalidad de Guatemala brinda a la sociedad, especialmente en la reparación de las calles y avenidas y del servicio que prestan los Policías Municipales de Tránsito. La campaña se lanzará con el concepto de paciencia y comprensión. Esta campaña desea motivar a los ciudadanos a cambiar su forma de pensar para bien tanto de ellos como de la sociedad.

Para realizar esta campaña audiovisual se utilizará la técnica creativa de Ideas Animadas, la cual es una técnica de creatividad de pensamiento visual que genera ideas innovadoras, utilizando símbolos, iconos, y/o gráficos. Es una técnica que libera y fomenta el pensamiento visual y agiliza la mente para poder generar ideas nuevas.

Lo que se trata de realizar en la campaña audiovisual para la Unidad de medios electrónicos de la Municipalidad de Guatemala es crear animaciones con símbolos y/o gráficos en

lugar de textos largos y confusos, utilizando la combinación de formas, movimientos, tamaños, posiciones, etc. Según la entrevista realizada a Pedro Miguel Sallés, coordinador de la Unidad de Medios Electrónicos de la Municipalidad de Guatemala (2012), “Las animaciones cortas hacen que nuestro público objetivo capte la información que deseamos brindarles”.

Aunque los medios de comunicación estén llenos de positivismo como la libertad de expresión, conocimiento didáctico, desarrollo del pensamiento, etc., el diseño debe ser coherente, teniendo en cuenta las necesidades de la sociedad. En sí, el medio audiovisual busca un balance entre la idea y la estética del producto.

En conclusión, el diseño gráfico audiovisual posee una amplia área de trabajo para desenvolverse y ejerce una gran influencia en el mundo, ya que se presta más atención a las imágenes y estas pasan por encima de los textos.

CONCEPTOS



# CONCEPTOS

## CONCEPTO

### Concepto creativo

El concepto creativo es una idea principal cuya función es permanecer en la mente de los consumidores de una manera sencilla y fácil de comprender. Este concepto creativo resume conocimientos, experiencias, razonamientos e imaginaciones, dándole forma a la idea y que así pueda tener sentido. Al mismo tiempo, este concepto emplea factores de estimulación para impactar y crear expectativas en la mente de los consumidores.

El concepto creativo nace de planear aquello que se desee informar en función de las respuestas que el grupo objetivo ha dado por medio de encuestas. La información que el concepto creativo posee debe estar sustentada por objetivos precisos para que estos puedan llegar a la mente del consumidor.

Para alcanzar un concepto creativo óptimo es necesario producir ideas y estas son algunas de las técnicas más utilizadas en el mundo para estimular la producción de ideas: analogías; brainstorming o lluvia de ideas; crear en sueños; el arte de preguntar; ideas animadas; mapas mentales; micro-dibujos; ojos limpios (fresh eyes).

Estas técnicas ponen en práctica la habilidad mental para así poder crear ideas más rápidamente.

La analogía “se trata de poner en paralelo mediante este mecanismo unos hechos, unos conocimientos o unas disciplinas distintas”. Fue creada por Gordon creador de la Sinéctica (Gordon, 1990).

La lluvia de ideas es la técnica de generar ideas más conocida y la más utilizada. Se basa en escribir palabras relacionadas al tema que se desee trabajar y “Tras la generación de ideas, el grupo establece los criterios con los cuales va a evaluar las ideas”. (Osborn, Alex, 1954).

Crear en sueños es la técnica que nace a partir de lo que acontece en los sueños de las personas, en los momentos de soñar es mayor la probabilidad para que las imágenes surgidas se traduzcan en ideas originales. En esos momentos, el inconsciente se manifiesta con más facilidad, pues los bloqueos existentes en la consciencia desaparecen y las ensoñaciones aparecidas pueden ser el principio de la solución. (Dalí, Salvador, 1937).

# CONCEPTOS

Alex Osborn, creador de la lluvia de ideas, desarrolló una serie de preguntas para el brainstorming que puede ser aplicada en la exploración del problema, “El arte de preguntar es la más creativa de las conductas humanas” (Osborn, 1954: 8-12).

Los Mapas Mentales son una técnica creada por Tony Buzan y “son una expresión de una forma de pensamiento, es una técnica gráfica que permite acceder al 100% el cerebro” (Buzan, 2002).

Los Micro-Dibujos es una técnica de creatividad propuesta por Kepa Landa que “consiste en la generación e interpretación de imágenes basadas en la actividad del subconsciente, la aplicación de la aleatoriedad y la estadística” (Landa, 2008).

La técnica Ojos Limpios consiste en buscar a personas externas al objetivo creativo para producir ideas, ayudando a generar más ideas se introduce una mente no condicionada que pueda tener ideas frescas.

El concepto idea animada es una técnica de pensamiento visual inventada en su origen por Alexander, Ishikawa y Silverstein (Alexander et al., 1977) para inventar diseños de edificios. Sirve como técnica para generar ideas creativas e innovadoras.

Los Ideatoons (símbolos gráficos) enseñan a liberar el pensamiento poniéndolo del revés. Fomenta el pensamiento visual. (Michalko, 2001).

En el presente caso, el concepto creativo ideas animadas es la técnica que más favorece para crear una estrategia de comunicación audiovisual para la Unidad de Medios Electrónicos de la Municipalidad de Guatemala, ya que el objetivo principal es de informar por medio de animaciones la gran ayuda que la sede brinda a los ciudadanos. Esta técnica es una forma idónea para lograr presentar la información ante el grupo objetivo de manera fácil y comprensible.

Esta gran técnica consiste en crear símbolos visuales en lugar de palabras, mediante su combinación, su forma, movimiento, posición, etc. Lo importante es saber qué significan las representaciones gráficas que se realizan.

CONCEPTO

# CONCEPTOS

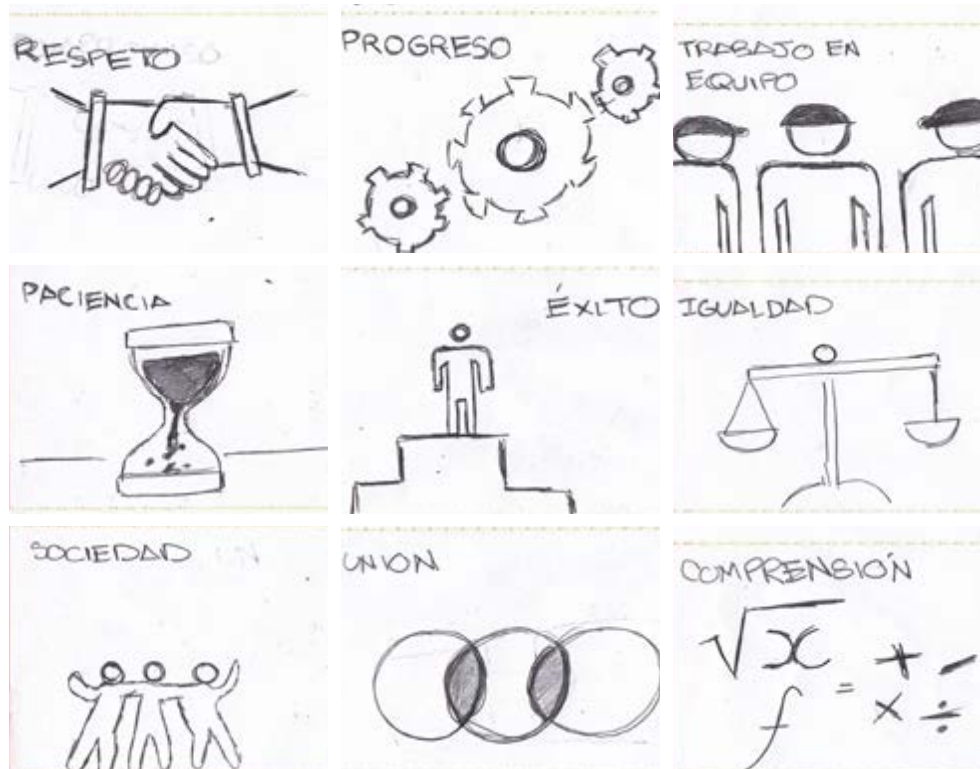
# CONCEPTO

El proceso de esta técnica consiste en dividir el objetivo creativo o foco en palabras o atributos, luego en dibujar un símbolo gráfico a partir de cada atributo.

Se puede dibujar lo que se desee realizar, en la parte de atrás de cada dibujo se escribe una palabra. Luego de generar todos los dibujos se colocan sobre una mesa en forma de story Board y se trata de buscar ideas para vincular el objetivo con estos dibujos. (Michalko & Thinkertoys, 2001).

A través de la aplicación de esta técnica creativa podemos definir el concepto que la Unidad de Medios Electrónicos de la Municipalidad de Guatemala desea transmitir: Paciencia y comprensión.

Para llegar a este concepto ilustramos los valores y palabras que representan a la municipalidad. Primero dividimos el objetivo en palabras: respeto; progreso; trabajo en equipo; paciencia; éxito; igualdad; sociedad; unión; comprensión.



Dibujamos un gráfico a partir de cada palabra.

# CONCEPTOS

Se colocan todos los gráficos sobre una mesa y se buscan ideas vinculando el objetivo con los dibujos.

Unión = Sociedad  
Progreso = Éxito  
Respeto = Igualdad  
Trabajo en Equipo = Comprensión  
Paciencia = Comprensión

Asociando todos estos gráficos, relacionamos los valores con los servicios que la Municipalidad brinda a la comunidad guatemalteca. Y de ahí se crea el concepto de “Paciencia y comprensión”.

CONCEPTO

# Capítulo IV



# PREVISUALIZACIÓN

## PREVISUALIZACIÓN

### Previsualización

El presente proyecto de graduación centra sus objetivos en ayudar a transmitir una comunicación visual acerca de los servicios que la Municipalidad de Guatemala brinda a sus vecinos y a la sociedad. Este proyecto será de gran ayuda para la Unidad de Medios Electrónicos y se realizará con una serie de tres (3) animaciones de menos de 1:00 minuto de duración. La primera explicará el servicio de reparación de calles; la segunda, la ayuda que aportan los policías de EMETRA hacia el tránsito vehicular y la tercera, los servicios electrónicos que la Municipalidad de Guatemala posee.

El audiovisual acerca de los servicios de redes sociales que la Municipalidad posee durará 45 segundos aproximados. La técnica a utilizar será ilustraciones vectoriales. El material será una invitación para que las personas participen con la Municipalidad en estos medios de comunicación.

El material acerca de los policías de EMETRA será una animación de 60 segundos aproximados. Presentará la ayuda que prestan al tránsito vehicular cuando hay un semáforo en cada esquina. Se realizará a color y se

utilizarán encuadres y movimientos de cámara.

El material acerca de la reparación de calles también será una animación y se realizará con una serie de símbolos o iconos para que las personas asocien y la comprendan con mayor facilidad. Será toda en color y siempre recalcando el color verde de la Municipalidad. La animación durará de 30 a 45 segundos y explicará por qué se repara las carreteras de día y poco de noche.

Todas estas animaciones poseerán técnicas gráficas con ilustraciones vectoriales, profundidades de campo, planos y encuadres en escenas, musicalización y efectos de sonidos acoplados a la animación. Los instrumentos a utilizar serán los programas de creación de ilustraciones (Adobe Illustrator CS6) de animaciones y efectos especiales (Adobe After Effects CS4 y CS6), de mezcla de audios (Adobe Audition CS6) y los programas de edición de video (Adobe Premiere Pro CS6 y Sony Vegas Pro 11). Estas herramientas lograrán crear las propuestas gráficas que serán presentadas en tres niveles de validación.

# COMPROBACIÓN

COMPROBACIÓN

## Comprobación de eficacia

El proceso de bocetaje consiste en primer lugar en la creación de un Story Board y del Story Line y de ahí en ilustrar digitalmente las imágenes necesarias para la creación de la propuesta gráfica de cada video. Con estas secuencias se dará forma a la propuesta gráfica final.

### Propuesta gráfica 1

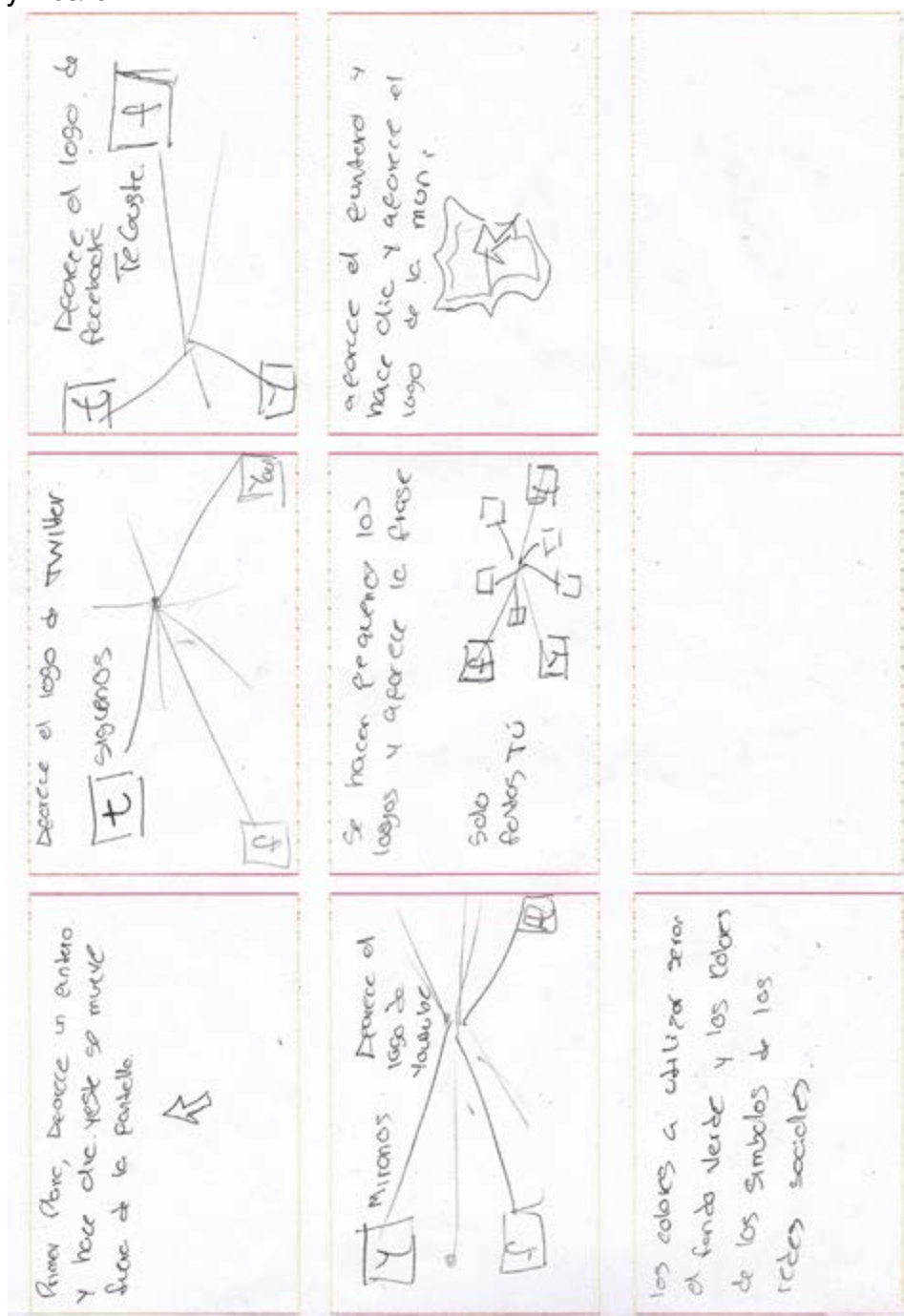
El material acerca de las redes sociales que la Municipalidad de Guatemala posee y que la Unidad de Medios Electrónicos maneja, invita a la sociedad a que sean parte de esta familia.



# COMPROBACIÓN

# COMPROBACIÓN

Story Board



# COMPROBACIÓN

## Story Line

Universidad San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura / Escuela de Diseño Gráfico  
Story Line: Servicios de medios electrónicos



ESCENA	GUIÓN TÉCNICO	EFEECTO DE VIDEO	EFECTOS DE SONIDO (FX)	DURACIÓN
1	Aparece un puntero de un ratón y desaparece.	Escala en el puntero del Mouse (ratón)	Clic de Mouse (ratón de computadora)	3 Seg.
2	Aparecen líneas y estas forman un asterisco, en donde cada extremo posee un logotipo de redes sociales.	Escala de logotipos (de pequeños a grandes)	Música de fondo, género de tecnología, con el fin de complementar la animación.	3 Seg.
3	El asterisco gira en movimiento aleatorio y se detiene en el logotipo de Twitter con la frase: "Sígueme" e indica la dirección de Twitter de la Municipalidad.	Efecto en la tipografía - Typing (escritura)	Música de fondo, género de tecnología, con el fin de complementar la animación.	4 Seg.
4	El asterisco sigue girando en movimiento aleatorio y se detiene en el logotipo de Facebook con la frase: "Te Gusta" e indica la dirección de Facebook de la Municipalidad.	Efecto en la tipografía - Typing (escritura)	Música de fondo, género de tecnología, con el fin de complementar la animación.	4 Seg.
5	El asterisco sigue girando en movimiento aleatorio y se detiene en el logotipo de Youtube con la frase: "Mírame" e indica la dirección de Youtube de la Municipalidad.	Efecto en la tipografía - Typing (escritura)	Música de fondo, género de tecnología, con el fin de complementar la animación.	4 Seg.
6	Los logotipos del asterisco se mueven y se hacen más pequeños y aparece la frase "SÓLO FALTAS TÚ".	Fade in y fade out de frase	Clic de Mouse (ratón de computadora)	4 Seg.
7	Aparece de nuevo el puntero del ratón y este hace clic en el centro de la animación y se muestra el logotipo de la Municipalidad.	Fade in y Glow en el logotipo de la Municipalidad	Clic de Mouse (ratón de computadora)	4 Seg.

# COMPROBACIÓN

# COMPROBACIÓN

COMPROBACIÓN

Se continúa con las ilustraciones de los logotipos



Facebook



Wordpress



RSS



Twitter



Linkedin



Google



Youtube



Tumblr



Vimeo



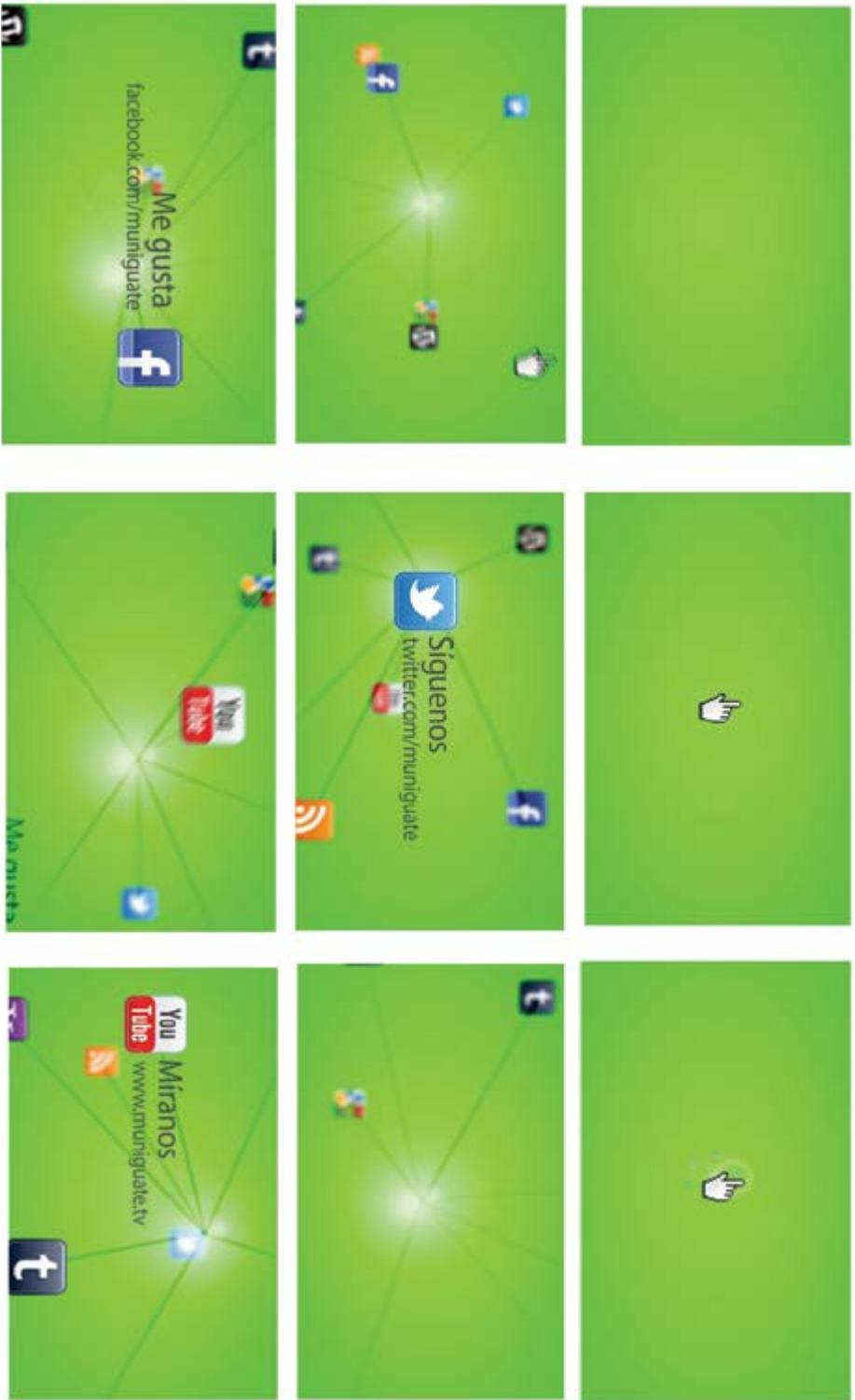
Puntero



*cumple*  
La ciudad es  
**como**  
**TÚ**

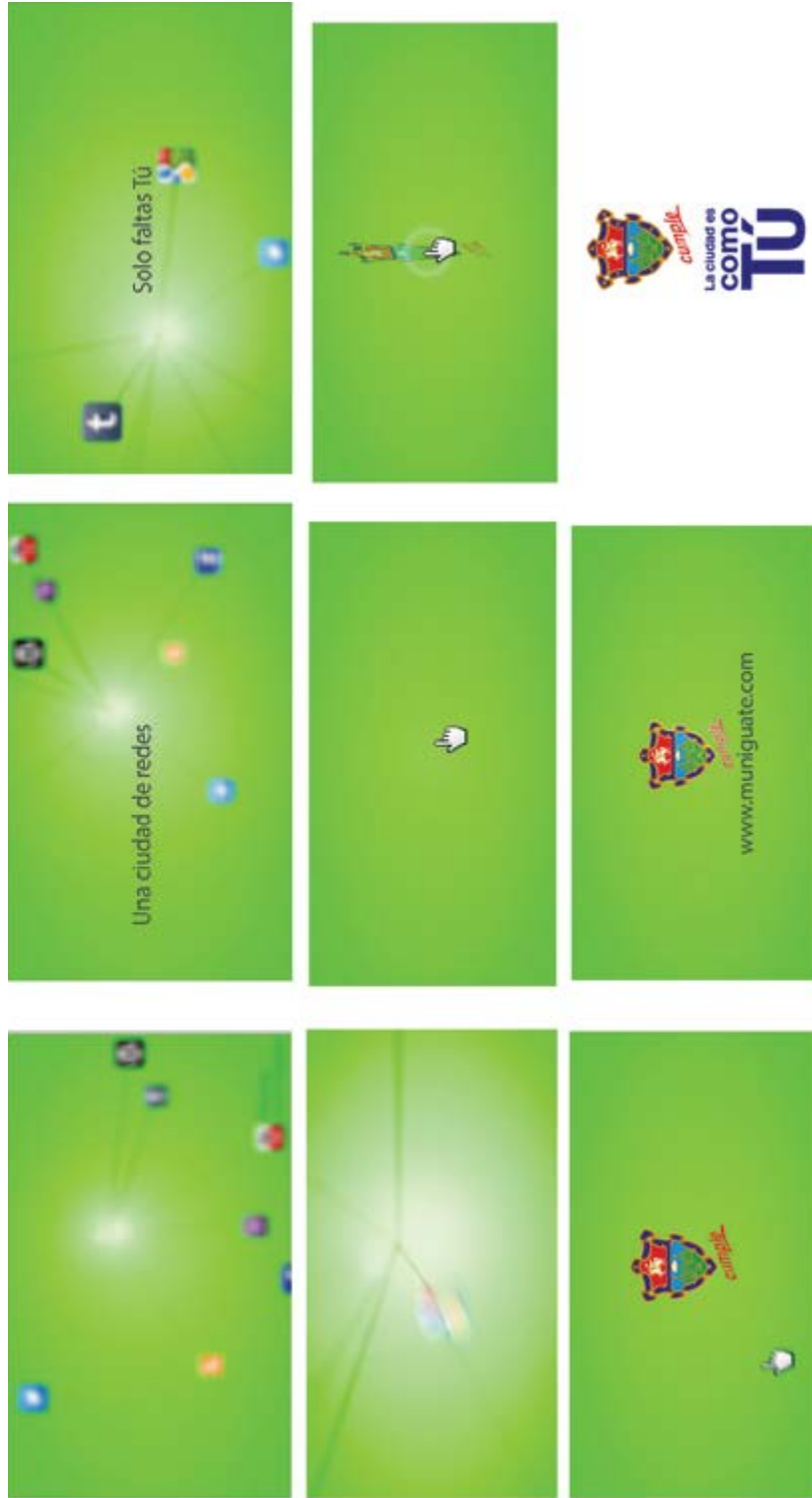
# COMPROBACIÓN

# COMPROBACIÓN



# COMPROBACIÓN

# COMPROBACIÓN



# COMPROBACIÓN

COMPROBACIÓN

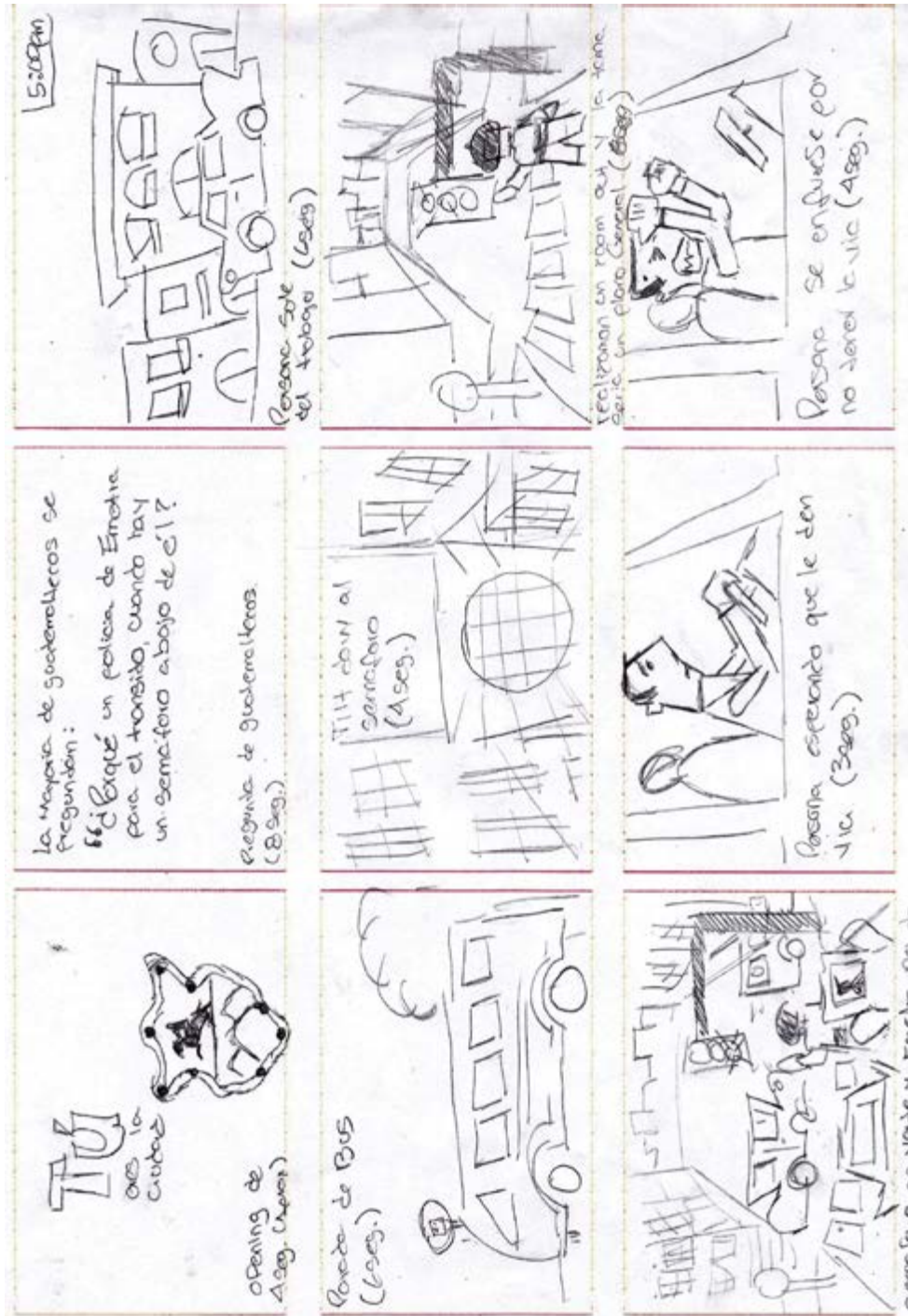
## Propuesta gráfica 2

El material acerca de los servicios policíacos que EMETRA brinda hacia el tránsito vehicular motiva a los conductores a que tengan paciencia y les explica la razón por la que los policías de EMETRA detienen la fila cuando un semáforo está de color verde.

# COMPROBACIÓN

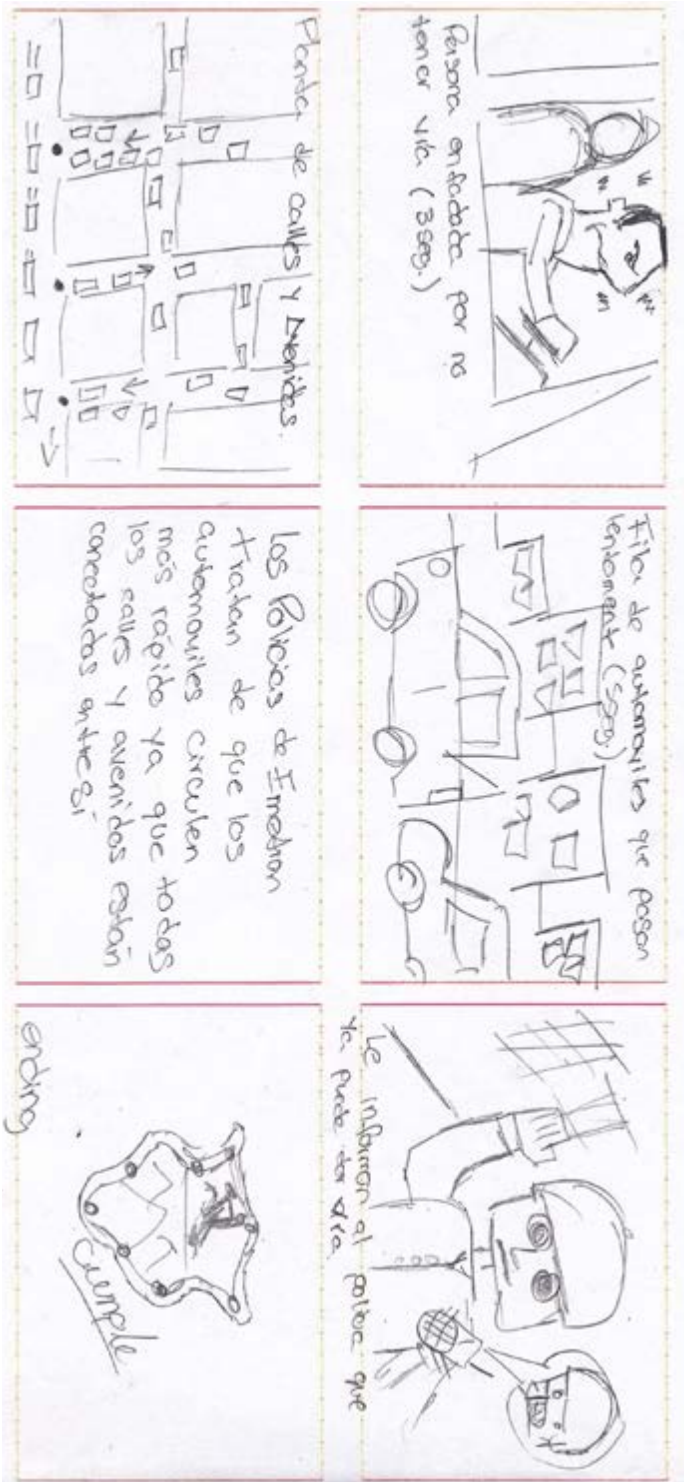
# COMPROBACIÓN

Story Board p. 1



# COMPROBACIÓN

Story Board p. 2



# COMPROBACIÓN



# COMPROBACIÓN

# COMPROBACIÓN

## Story Line

Universidad San Carlos de Guatemala  
 Facultad de Arquitectura / Escuela de Diseño Gráfico  
 Story Line: Servicios policíacos de EMETRA



ESCENA	GUIÓN TÉCNICO	EFEECTO DE VIDEO	EFFECTOS DE SONIDO (FX)	DURACIÓN
1	Aparece el logotipo de la Municipalidad	Destello de luz (lens – after effects)	Musicalización (media noche en París)	3 Seg.
2	Primera escena: Edificios y vehículos circulando, se muestra el reloj en una esquina indicando la 5:00 pm.	Plano General - Posicionamiento de vehículos horizontalmente del punto A al punto B	Motor de Vehículos rebasando, Musicalización (media noche en París)	4 Seg.
3	No aplica	Transición de tiempo	Musicalización (media noche en París)	1 Seg.
4	Segunda escena: Parada de buses, vehículos y buses circulando.	Plano General - Posicionamiento de vehículos horizontalmente del punto A al punto B	Motor de Vehículos rebasando, Musicalización (media noche en París)	4 Seg.
5	No aplica	Transición de tiempo	Musicalización (media noche en París)	1 Seg.
6	Tercera escena: La cámara baja mostrando el semáforo con la luz roja, llega hasta enfocar a un policía. La cámara se aleja mostrando el detalle de la calle y los vehículos en movimiento.	Tilt down - La luz del semáforo cambia a color verde. Zoom out se muestra plano general de la calle	Silbato del policía, Motor de Vehículos rebasando. Musicalización (media noche en París)	16 Seg.
7	Cuarta escena: Personaje detrás del volante impactante, golpea el volante y se enfada (sensación de enojo en las expresiones).	Plano detalle - Movimiento del brazo al golpear el volante	Golpes fuertes, Música de fondo (media noche en París)	7 Seg.
8	Quinta escena: Vista desde arriba (planta) de una parte de la ciudad.	Plano general de intersecciones de calles y avenidas de la ciudad	Tránsito ligero, Música de fondo (media noche en París)	8 Seg.
9	Sexta escena: Varios automóviles en tránsito vehicular lento.	Plano detalle – paneo hacia la izquierda	Tránsito pesado, Música de fondo (media noche en París)	5 Seg.
10	Se regresa a la tercera escena con el policía la cámara se acerca al radio en su hombro, y de ahí se aleja la cámara.	Dolly in (plano detalle) al radio del policía, y dolly out (plano general)	Vehículos rebasando, Música de fondo (media noche en París)	8 Seg.
11	Mensaje de salida.	No aplica	Ending de música (media noche en París)	5 Seg.

# COMPROBACIÓN

Se continúa con ilustraciones digitales de los personajes, escenarios y accesorios

# COMPROBACIÓN



Plano General de la Avenida.  
El Reloj marca las 5:00 pm, haciendo referencia que las personas salen de sus trabajos.



Transición de tiempo, se cambia de escena.



Zoom Out al policía de Emetra  
Plano General en el cruce de calle, Perspectiva de la calle y/o avenida.



Transición de tiempo, se cambia de escena.



Zoom, IN del Semáforo, Indicando que está en color rojo.



Plano General  
El semáforo cambia a color verde, Policía de Emetra detiene a los autos para dar Vía a los otros autos.



Plano General de la Avenida.  
Los buses extraurbanos hacen sus paradas respectivas.



Tilt Down  
Pasamos del Semáforo al enfocarse al Policía de Emetra.



Plano General  
El Policía de Emetra aun no da vía a los autos y se forma cola.

# COMPROBACIÓN

# COMPROBACIÓN



Perfil del conductor, con una expresión de cansancio.



Personaje Enfadado ya que el Policía de Emetra no le da vía.



Personaje Enfurecido, ya que el Policía no le da paso y tiene la vía.



Plano General, vista de Planta de las intersecciones de las calles y avenidas



Perfil de los automoviles en el tránsito



Plano General  
Policía de Emetra aun no da vía.



Zoom IN al radio del policia donde le informan que ya puede dar vía.



Zoom OUT al policia y este da vía a los autos, estos siguen su camino.



Fin de la toma con el logotipo de la institución

# COMPROBACIÓN

COMPROBACIÓN



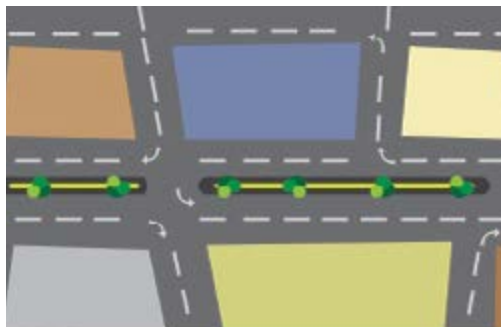
Escenario 1  
Plano General de avenida y/o calle,  
se muestran oficinas y casas.



Escenario 2  
Plano General de avenida y/o calle,  
vista en perspectiva.



Escenario 3  
Plano General de avenida y/o calle,  
se muestra una parada de bus.



Escenario 4  
Plano detalle de las uniones  
de las calles, vista en planta.

# COMPROBACIÓN

COMPROBACIÓN



Personaje Principal  
Plano detalle, persona conduciendo un automóvil.



Personaje Principal  
Plano detalle, persona golpea el volante por estar enfadado.

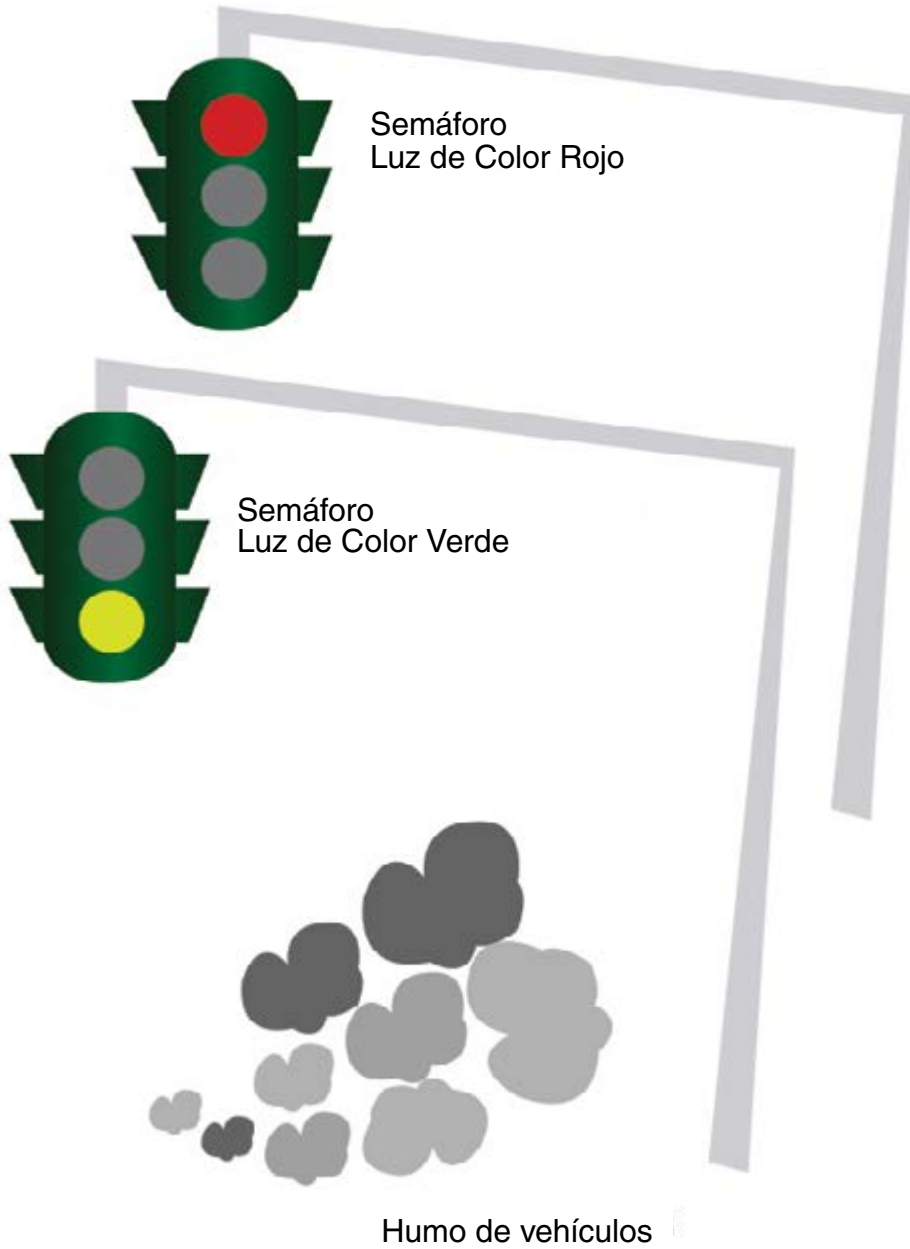


Personaje Principal  
Plano detalle, persona molesta, furiosa.



Policía de EMETRA, realizando una señal de alto.

# C O M P R O B A C I Ó N



C O M P R O B A C I Ó N

# COMPROBACIÓN

COMPROBACIÓN

Vehículos y Buses  
Planta, perfil frontal, perfil lateral  
de vehículos



## Propuesta gráfica 3

El material acerca del servicio de reparaciones de calles que la Municipalidad de Guatemala realiza trata de explicar a la sociedad por qué se reparan las calles en el día y muy poco en la noche.



# COMPROBACIÓN

# COMPROBACIÓN

Story Board

<p>Conductores Controlados (Aparecen Símbolos &amp; autos)</p>  <p>El Símbolo, carril, interrogante.</p>	<p>Se preguntan porque la MUNI, repoblar (¿Dónde situar símbolos de trabajadores?)</p>  <p>Símbolos, carril, interrogante, trabajadores, falta, tierra.</p>	<p>¿Aparece los calles de día y NO de Noche?</p>  <p>Símbolos, sol, Luna, estrellas.</p>
<p>Como llueve de Noche (Aparecen las nubes y las gotas).</p>  <p>Símbolos, sol, estrellas, nube y gotas.</p>	<p>el suelo se pone húmedo (Aparece el vapor y el sol)</p>  <p>Símbolos, nube, gotas, sol, vapor.</p>	<p>por eso repoblar las calles de Día (Aparece el Sol y el trabajador)</p>  <p>Símbolos Sol, trabajador, etc. etc.</p>
<p>Aparece el logo de la MUNI</p>  <p>Presencia y comprensión</p>	<p>La animación llenara una línea de tiempo de 35 segundos. donde los símbolos cambran en una banda animadora de derecha a izquierda, dando la sensación de ir avanzando.</p>	

# COMPROBACIÓN

## Story Line



Universidad San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura / Escuela de Diseño Gráfico  
Story Line: Servicios de reparación de calles

ESCENA	GUIÓN TÉCNICO	EFEECTO DE VIDEO	EFECTOS DE SONIDO (FX)	DURACIÓN
1	Inicio de la animación: Aparece el cielo junto a la mitad de una figura geométrica y una ciudad. Rotación hacia la derecha de la figura geométrica, aparición de símbolos de vehículos. Locutor: "Conductores guatemaltecos"	Fade in de ilustraciones Plano detalle – Rotación (after effects)	Música de fondo, tema La Ciudad es Cómo Tú Locución en off, Música de fondo, tema La Ciudad es Cómo Tú	3 Seg. 3 Seg.
2	Rotación hacia la derecha de la figura geométrica, aparición de símbolos de signos de interrogación. Locutor: "Se preguntan ¿Por qué?"	Plano detalle – Rotación (after effects)	Locución en off, Música de fondo, tema La Ciudad es Cómo Tú	3 Seg.
3	Rotación hacia la derecha de la figura geométrica, aparición de símbolos de signos de interrogación. Locutor: "Se preguntan ¿Por qué?"	Plano detalle – Rotación (after effects)	Locución en off, Música de fondo, tema La Ciudad es Cómo Tú	3 Seg.
4	Rotación hacia la derecha de la figura geométrica, aparición de símbolos de trabajador. Locutor: "La Municipalidad repara las calles"	Plano detalle – Rotación (after effects)	Locución en off, Música de fondo, tema La Ciudad es Cómo Tú	3 Seg.
5	Rotación hacia la derecha de la figura geométrica, aparición de símbolos de un sol y unas nubes. Locutor: "de día"	Plano detalle – Rotación (after effects)	Locución en off, Música de fondo, tema La Ciudad es Cómo Tú	3 Seg.
6	Rotación hacia la derecha de la figura geométrica, aparición de símbolos de una luna y las estrellas. Locutor: "y no de noche"	Plano detalle – Rotación (after effects)	Locución en off, Música de fondo, tema La Ciudad es Cómo Tú	3 Seg.
7	Rotación hacia la derecha de la figura geométrica, aparición de símbolos de nube oscura y lluvia. Locutor: "como llueve de noche"	Plano detalle – Rotación (after effects) en gotas (after effects)	Locución en off, Música de fondo, tema La Ciudad es Cómo Tú	3 Seg.
8	Rotación hacia la derecha de la figura geométrica, aparición de símbolos de vapor. Locutor: "el suelo se humedece"	Plano detalle – Rotación (after effects)	Locución en off, Música de fondo, tema La Ciudad es Cómo Tú	3 Seg.
9	Rotación hacia la derecha de la figura geométrica, aparición de símbolos de trabajador. Locutor: "y la única manera de repararlas"	Plano detalle – Rotación (after effects)	Locución en off, Música de fondo, tema La Ciudad es Cómo Tú	2 Seg.
10	Rotación hacia la derecha de la figura geométrica, aparición de símbolos de un sol y unas nubes. Locutor: "es haciéndolo de día"	Plano detalle – Rotación (after effects)	Locución en off, Música de fondo, tema La Ciudad es Cómo Tú	2 Seg.
11	La figura geométrica se aleja mostrando el logotipo de la Municipalidad. Locutor: "con paciencia y comprensión caminamos todos."	Zoom out – after effects	Locución en off, Música de fondo, tema La Ciudad es Cómo Tú	4 Seg.
12	Se muestra el logotipo de la Municipalidad. Locutor: "La ciudad es como tú"	Plano general - Destello de luz, (lens – after effects)	Locución en off, Música de fondo, tema La Ciudad es Cómo Tú	4 Seg.

# COMPROBACIÓN

# COMPROBACIÓN

# COMPROBACIÓN

Se ilustra digitalmente la idea del Story Board las siluetas, los logos.



Primera toma, aparece un camino de color verde.



En el camino aparece un automovil.



luego aparece unos signos de interrogación, la toma gira en contra de las agujas del reloj y el auto se esconde poco a poco.



Aparece junto a los signos de interrogación una silueta de un trabajador. el auto desaparecio y los signos se van moviendo.



se muestran un par de nubes y un sol, y la silueta anterior desaparece poco a poco.



desaparece las nubes y el sol y aparecen estrellas y la luna.



Se muestra una nube oscura con gotas de lluvia y desaparece la luna y las estrellas y el camino verde se va haciendo mas pequeño.



silueta en forma de humo, se muestra y aparece la siguiente ilustración.



se muestra un sol y otra vez una silueta de un trabajador y el camino verde se hizo más pequeño.

# COMPROBACIÓN

# COMPROBACIÓN



El camino verde sigue moviéndose en contra de las agujas de reloj y desaparece.



Se muestran en las esquinas la primera silueta y la última.



aparece poco a poco el logotipo de la Muni, y se realiza un zoom out al camino verde,



se logra ver con menos opacidad el logotipo de la institución y mas ilustraciones al rededor de este.



se completa el Zoom Out y se logran apreciar todas las ilustraciones que se mostrarán anteriormente, junto con el logo de la muni.



Termina la Animación con el logo y eslogan de la institución según el manual de normas gráfica de la Institución.

# COMPROBACIÓN

COMPROBACIÓN

Trabajador



Interrogante

Automóvil



# COMPROBACIÓN



Nube



Humedad



Nube Lluviosa



Gotas

Sol



Luna



Estrellas

COMPROBACIÓN

# VALIDACIÓN

# VALIDACIÓN

## Validación

Para poder crear la propuesta gráfica final se procederá a validar estos bocetos con tres niveles. El primer nivel de validación se llevó a cabo con tres personas (3) de 23 a 25 años de edad, estudiantes universitarios, residentes en la ciudad de Guatemala, con un nivel socioeconómico medio. Se busca en este nivel una asesoría de cómo la propuesta gráfica se podría crear, tomando ideas desde otros puntos de vista.

Para esta validación se presentó una tabla de autoevaluación para recolectar opiniones, comentarios y reacciones del trabajo que será presentado al grupo objetivo. Según los primeros resultados presentados, las propuestas gráficas cumplen con los requisitos que se plantearon en los objetivos, siendo piezas muy prometedoras para satisfacer el pensamiento del grupo objetivo.

A continuación se presentan tres autoevaluaciones donde se demuestra que el proceso gráfico se encuentra por buen camino.

# VALIDACIÓN

# VALIDACIÓN

## Criterios para la Autoevaluación de las propuestas Gráficas Proyecto de Graduación Multimedia Sección C

Criterio de Evaluación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vincula los bocetos con los objetivos planteados.										X
Vincula los bocetos con las características del público objetivo.										X
Vincula los bocetos con conceptos de diseño, fundamentales para la estética de un multimedia funcional.										X
Vincula los bocetos con el concepto creativo.										X
Vincula los bocetos a la previsualización realizada.										X
Vincula los bocetos con los niveles de interacción entre el usuario y el producto.									X	
La secuencia de las ideas presentadas en los bocetos tiene lógica y puede ayudar a solucionar el problema planteado.										X
La secuencia de imágenes presentada en los bocetos da una idea clara, sencilla y concreta de lo que se pretende producir.										X
La propuesta armoniza de manera estética los elementos propios del diseño multimedia (texto, imagen, sonido, animaciones y efectos)									X	
Calidad técnica del bocetaje.										X



# VALIDACIÓN

# VALIDACIÓN

## Criterios para la Autoevaluación de las propuestas Gráficas Proyecto de Graduación Multimedia Sección C

Criterio de Evaluación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vincula los bocetos con los objetivos planteados.										X
Vincula los bocetos con las características del público objetivo.										X
Vincula los bocetos con conceptos de diseño, fundamentales para la estética de un multimedia funcional.										X
Vincula los bocetos con el concepto creativo.									X	
Vincula los bocetos a la previsualización realizada.										X
Vincula los bocetos con los niveles de interacción entre el usuario y el producto.									X	
La secuencia de las ideas presentadas en los bocetos tiene lógica y puede ayudar a solucionar el problema planteado.									X	
La secuencia de imágenes presentada en los bocetos da una idea clara, sencilla y concreta de lo que se pretende producir.										X
La propuesta armoniza de manera estética los elementos propios del diseño multimedia (texto, imagen, sonido, animaciones y efectos)										X
Calidad técnica del bocetaje.										X

# VALIDACIÓN

# VALIDACIÓN

## Criterios para la Autoevaluación de las Propuestas Gráficas Proyecto de Graduación Multimedia Sección C

Criterio de Evaluación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vincula los bocetos con los objetivos planteados.										X
Vincula los bocetos con las características del público objetivo.										X
Vincula los bocetos con conceptos de diseño, fundamentales para la estética de un multimedia funcional.										X
Vincula los bocetos con el concepto creativo.										X
Vincula los bocetos a la previsualización realizada.										X
Vincula los bocetos con los niveles de interacción entre el usuario y el producto.						Y				
La secuencia de las ideas presentadas en los bocetos tiene lógica y puede ayudar a solucionar el problema planteado.										X
La secuencia de imágenes presentada en los bocetos da una idea clara, sencilla y concreta de lo que se pretende producir.										X
La propuesta armoniza de manera estética los elementos propios del diseño multimedia (texto, imagen, sonido, animaciones y efectos)								X		
Calidad técnica del bocetaje.									X	

falta quien revise y  
evalúe.

# VALIDACIÓN

# VALIDACIÓN

El Segundo nivel de validación se realizó con un Focus Group conformado por 16 personas expertas en el tema de multimedia (un Focus Group es un medio que recopila rápidamente información y puntos de vistas diferentes), de 23 a 35 años de edad, residentes en la ciudad de Guatemala, con un nivel socioeconómico medio y alto.

Para la validación de este nivel, se presentaron las propuesta gráficas animadas y los participantes contestaron una serie de preguntas sobre los elementos básicos del proyecto: texto, imagen, sonido. Las críticas constructivas fueron de mucha ayuda para el mejora-

miento de la propuesta gráfica final (ver anexo 4.1).

En esta etapa de validación, los especialistas sugirieron realizar dos cambios mínimos en las propuestas: El primero fue acortar el final de la animación a 2 segundos; el segundo cambio requería explicar cada escena ya que no era muy comprensible, el color modificarlo ya que existía mucha tonalidad verde y el audio que termine con la animación.



Color verde y  
Texto en escenas.

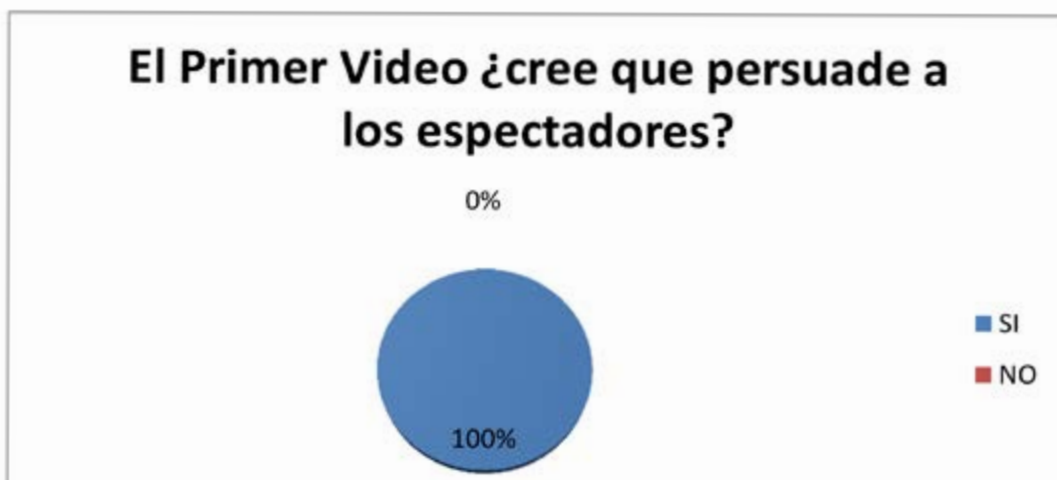


Girar al lado contrario y  
locutor experimentado.

# VALIDACIÓN

Pablo Andrés García  
Carné No. 200617473  
Proyecto de Graduación  
**TABULACIÓN DE ENCUESTA**  
**SEGUNDO NIVEL DE VALIDACIÓN**

1	PREGUNTA	RESULTADO
	El Primer Video ¿cree que persuade a los espectadores?	
	SI	13
	NO	0



El 100% de los especialistas responde que el mensaje es muy claro en la animación y sí cumple con su función.

VALIDACIÓN

# VALIDACIÓN

# VALIDACIÓN

2	PREGUNTA	RESULTADO
	En el vídeo de los Policías de Emetra, usted cree que:	
	La animación se comprende.	3
	La animación NO se comprende	2
	La animación poco se comprende.	8

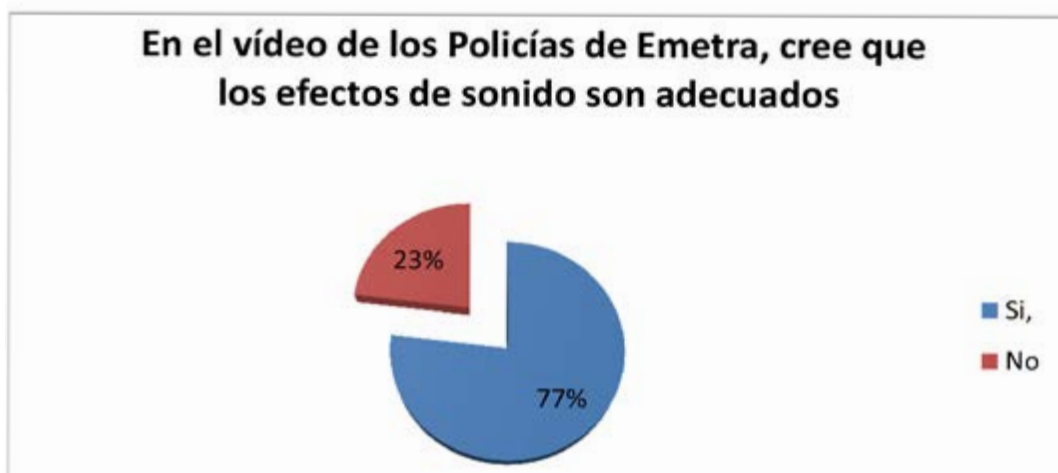
**En el vídeo de los Policías de Emetra,  
usted cree que:**



El 62% de los encuestados cree que la animación debe mejorarse, ya que no se comprende en su totalidad.

# VALIDACIÓN

5	PREGUNTA	RESULTADO
	En el vídeo de los Policías de Emetra, cree que los efectos de sonido son adecuados	
	Si,	10
	No	3



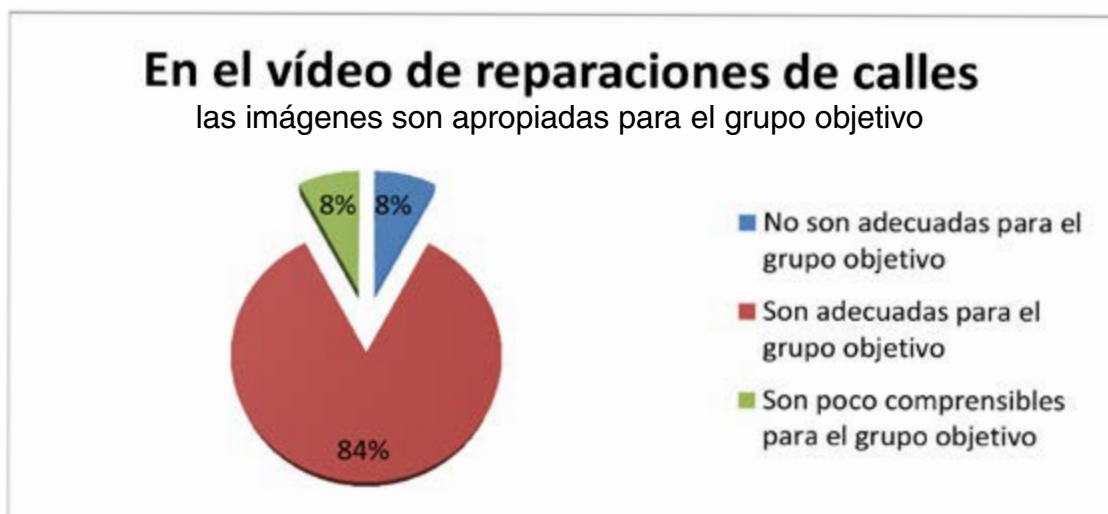
El 77% de los especialistas afirma que los efectos de sonido sí complementan la animación y son adecuados para comprensión.

VALIDACIÓN

# VALIDACIÓN

# VALIDACIÓN

3	PREGUNTA	RESULTADO
	En el vídeo de reparaciones de calles	
	No son adecuadas para el grupo objetivo	1
	Son adecuadas para el grupo objetivo	11
	Son poco comprensibles para el grupo objetivo	1



El 84% de los especialistas cree que las imágenes sí son adecuadas para el grupo objetivo al que va dirigida la animación.

# VALIDACIÓN

4	PREGUNTA	RESULTADO
	En el vídeo de reparaciones de las calles, cree: que las imágenes explican su función	
	Si, las seguiría utilizando	12
	no, para nada, cambiaria otras ilustraciones	1



El 52% de los especialistas cree que las imágenes utilizadas sí son adecuadas para la comprensión del mensaje a transmitir.

VALIDACIÓN



# VALIDACIÓN

# VALIDACIÓN

En el tercer nivel de validación se llevó a cabo otro Focus Group conformado por 25 personas del grupo objetivo, personas de la ciudad de Guatemala, con acceso a la tecnología, de 25 a 34 años de edad, con un nivel socio-económico bajo, medio bajo, medio alto, con una formación académica primaria, media, diversificada y superior.

En esta etapa las propuestas gráficas se presentaron con los cambios que los especialistas hicieron ver en el segundo nivel de validación. Según la encuesta (ver anexo 4.2), las propuestas gráficas tuvieron mucho éxito, ya que al público objetivo estuvo conforme con este trabajo, sienten que el objetivo de informarlos claramente se cumple.

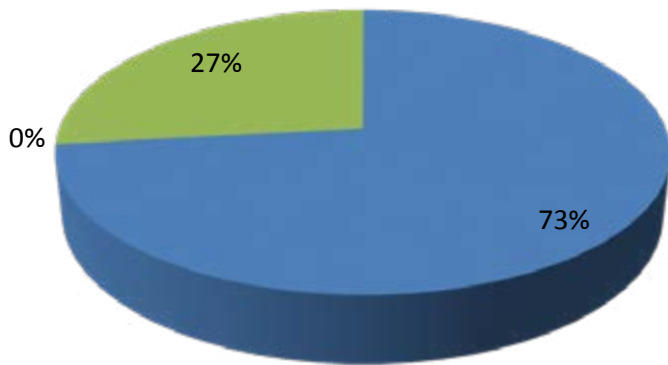
Textos en cada escena y cambio de colores.



Movimiento con las agujas del reloj y voz de locutor.

# VALIDACIÓN

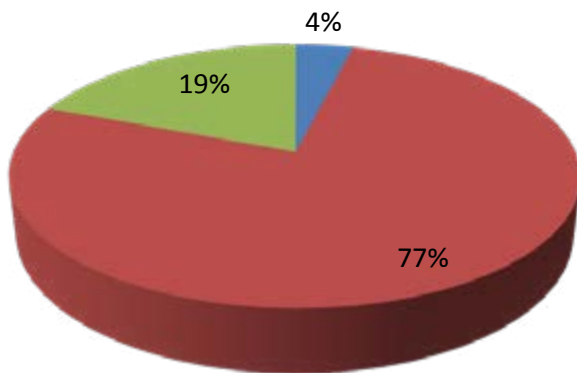
Cree que el vídeo de servicios policíacos:



- 1 ¿La animación se comprende?
- 2 ¿La animación No se comprende?
- 3 ¿La animación Poco se comprende?

El 73% opina que las animaciones sí se comprenden y solo el 26.9% que poco se comprenden. Se sugiere que no se cambien las animaciones.

Cree que el vídeo de reparación de calles:



- 1 ¿Las animaciones No son comprensibles?
- 2 ¿Las animaciones Sí son comprensibles?
- 3 ¿Las animaciones son Poco comprensibles?

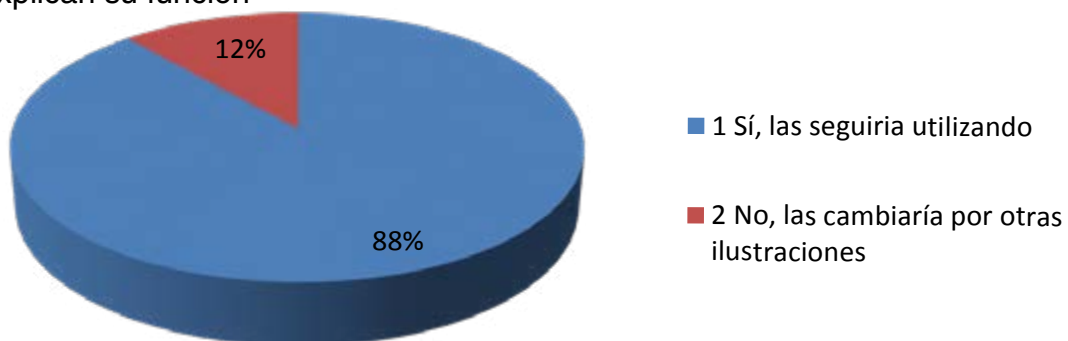
El 77% comprende las ilustraciones, ya que la locución en off complementa la animación.

VALIDACIÓN

# VALIDACIÓN

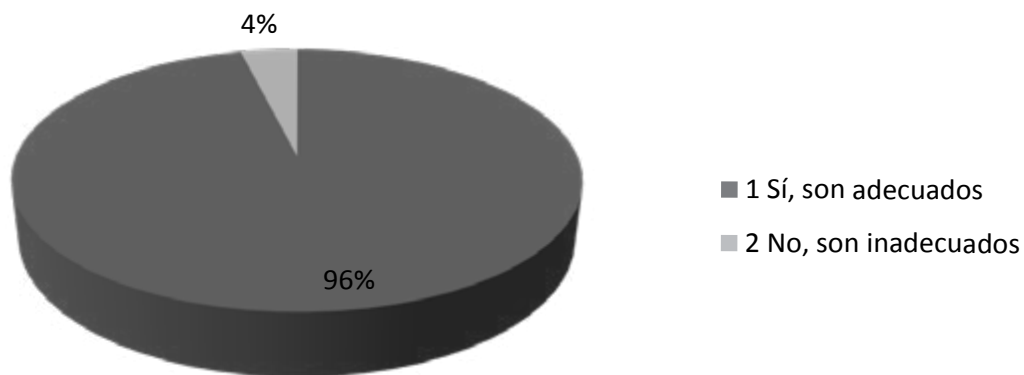
VALIDACIÓN

Cree que el vídeo de reparación de calles, las imágenes explican su función



El 88% del grupo objetivo seguiría utilizando estas animaciones para la creación de más animaciones.

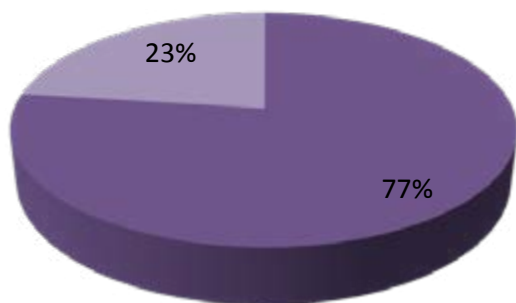
Cree que los efectos de sonido son adecuados en el vídeo de servicios policíacos



El 96% considera que los efectos de sonido son adecuados para el tipo de animación y hacen que les resulte amena.

# VALIDACIÓN

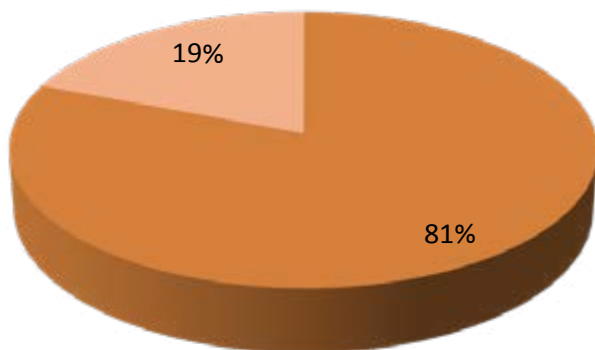
¿El vídeo de redes sociales lo invita a formar parte de esta familia?



- 1 Sí me invita a formar parte de esta familia
- 2 No me invita a formar parte de esta familia

El 77% opina que la animación los invita a formar parte de ellos, los motiva ya que el mensaje es claro y simple.

¿En el vídeo de servicios policiacos es legible la letra?



- 1 Sí, es legible, se entiende
- 2 No, es ilegible, hay que cambiarla

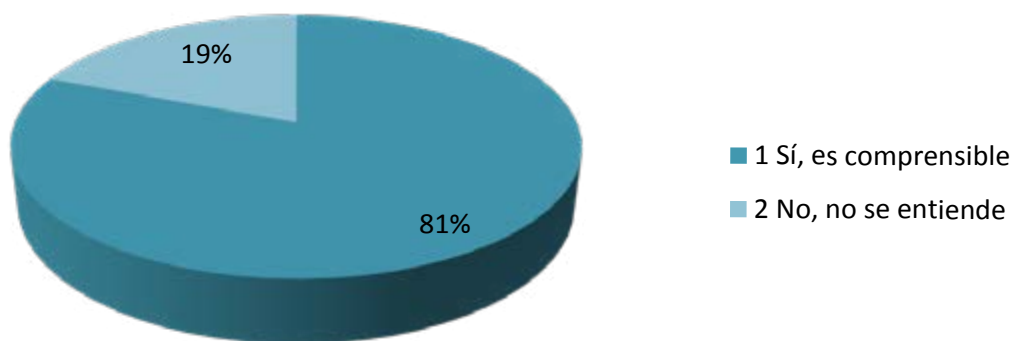
El 81% opina que sí es legible el tipo de letra, ya que no utiliza bordes y el tiempo para leer es adecuado.

VALIDACIÓN

# VALIDACIÓN

VALIDACIÓN

¿Cree que la locución es comprensible en el vídeo de reparaciones de calles?



El 81% cree que la locución en off complementa la animación en su totalidad, el único cambio que ellos opinan es de la música de fondo sea instrumental y no cantada.

# PROPUESTA

## Propuesta gráfica final y fundamentación

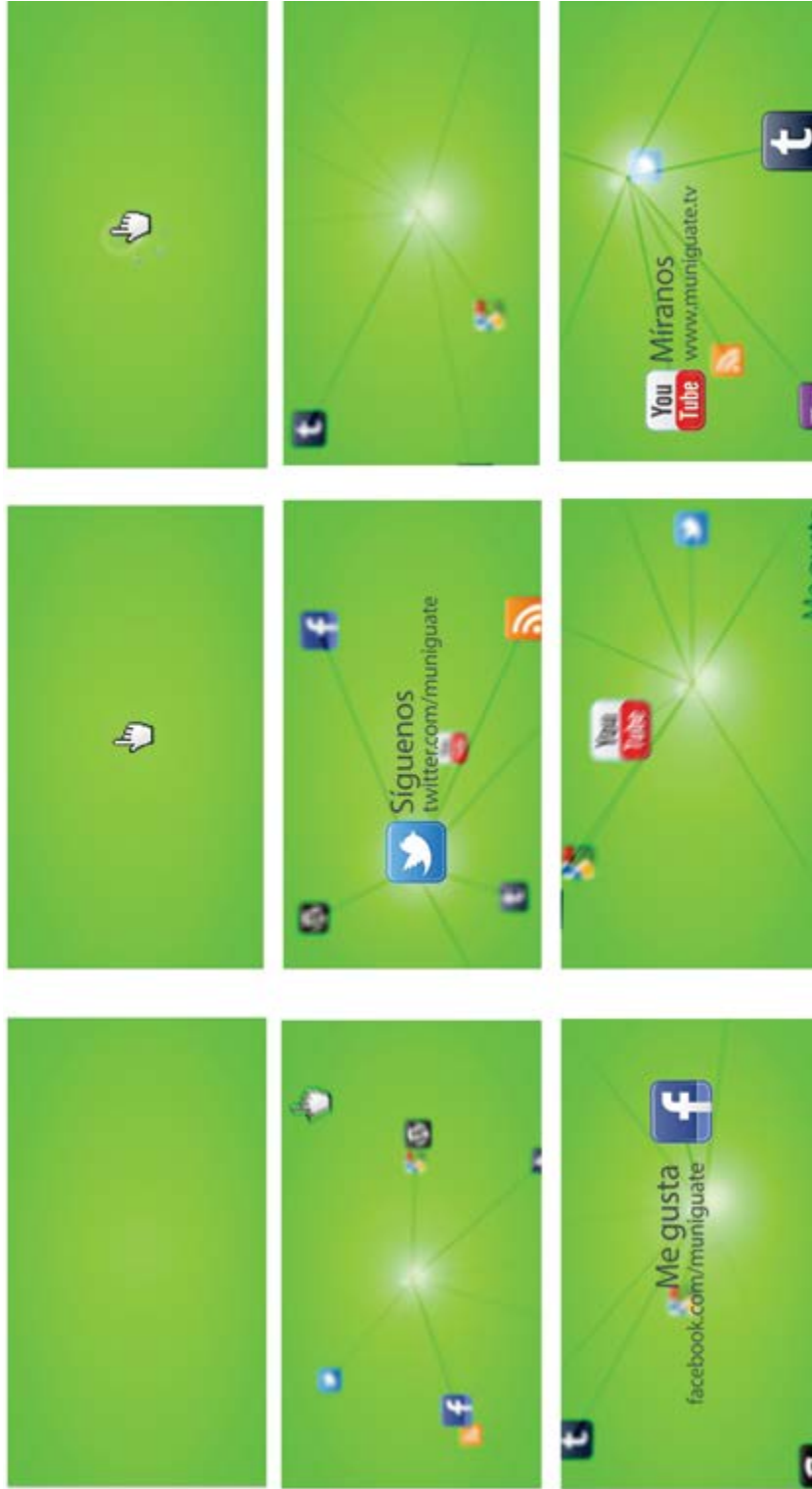
Con los tres niveles de validación completados y finalizados los cambios que los expertos y el grupo objetivo realizaron, se presentan las propuestas finales de las piezas gráficas a continuación.

1. Propuesta para redes sociales.
2. Propuesta para servicios policiacos de EMETRA.
3. Propuesta para servicios de reparaciones de calles.

PROPUESTA

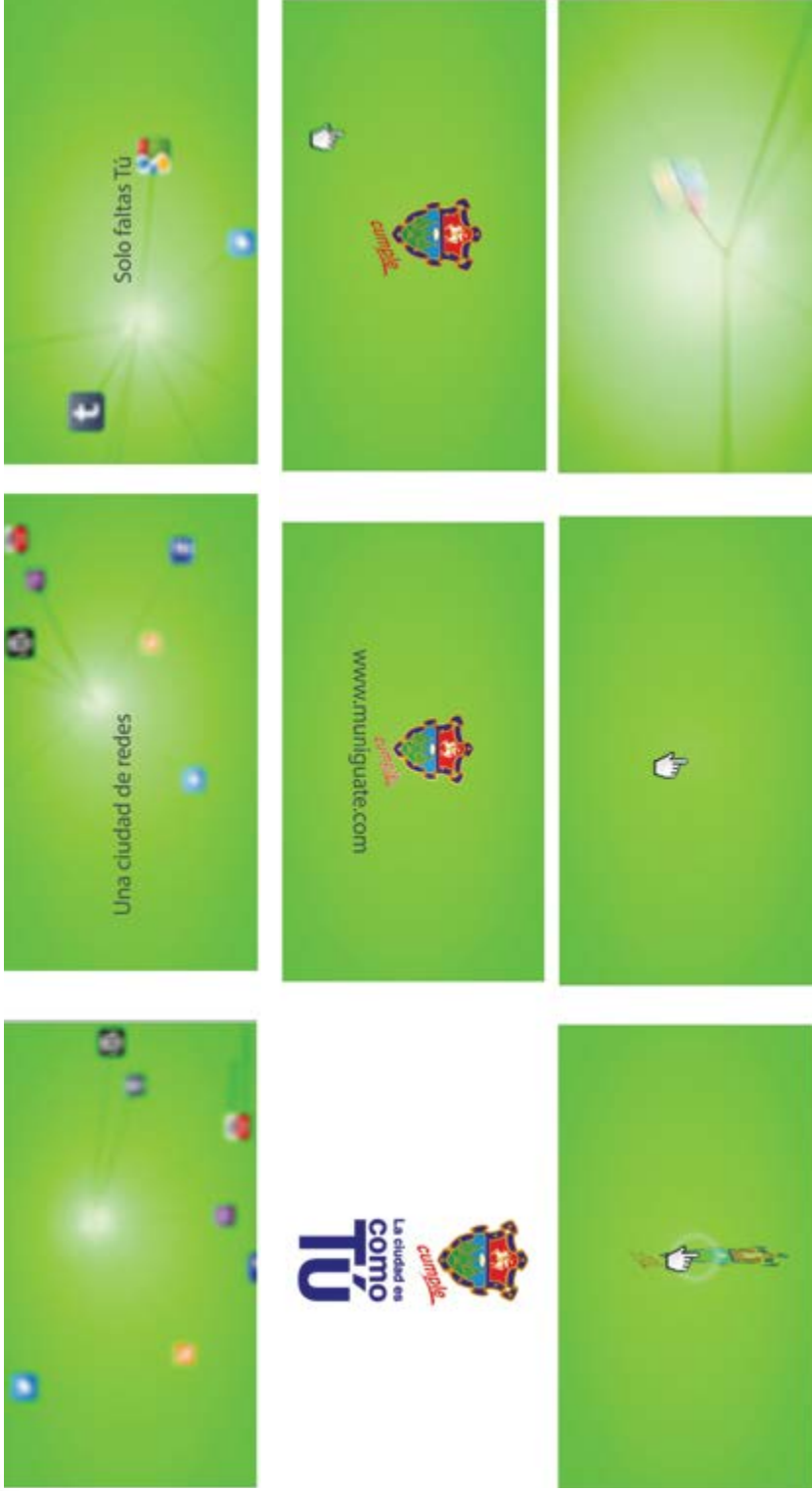
# PROPUESTA

# PROPUESTA



Propuesta gráfica final 1

# PROPUESTA



Propuesta gráfica final 1

# PROPUESTA



# FUNDAMENTACIÓN

## FUNDAMENTACIÓN

### Propuesta Gráfica 1 Servicios de Medios Electrónicos

Este video fue muy satisfactorio ante los grupos de validación, ya que todos reaccionaron de forma muy positiva ante este mensaje. Los cambios realizados fueron las palabras en los logotipos y la dirección URL de cada red social.



El video se realizó con un fondo en degradado central de verde a blanco para representar mejor el color de la Municipalidad de Guatemala, debido a que este color ha marcado la institución.



El puntero del ratón es un símbolo de una mano con un dedo índice que presiona las superficies. Este símbolo demuestra más interacción que el puntero normal, debido a que da sensación de que uno realiza los clics con el dedo.



# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN

Los logotipos de las redes sociales principales (Twitter, Facebook y Youtube) resaltan más que las otras redes, ya que estos son los medios que la Unidad de Medios Electrónicos utiliza diariamente.



# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN



Los logotipos de redes sociales secundarios (Google, Tumblr, Yahoo, Rss y Wordpress) se encuentran en segundo plano, por si en un futuro la Unidad de Medios Electrónicos se mudara a estas familias.

Las líneas que unen los logotipos se interconectan en el centro, representando que todas son unidas entre sí.

El movimiento de los logotipos es dinámico, esto representa interacción, fluidez y rapidez con todas las redes sociales.

# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN

La tipografía Helvética es la requerida en el Manual de Normas Gráficas que la institución posee.

La expresión “Síguenos” es utilizada en Twitter y es reconocida por aquellos que poseen una cuenta. La dirección electrónica se coloca ya que les muestra a los seguidores dónde pueden encontrar el canal de la institución.

La expresión “Me gusta” es utilizada en Facebook y reconocida mundialmente, se utiliza para seleccionar los intereses que tienen los demás. Se presenta la dirección para que el público pueda localizar fácilmente a la institución en este medio.

La expresión “Míranos” invita a ver el material audiovisual de la institución. La dirección URL es el dominio que la institución posee y que redirecciona hacia el canal de YouTube de esta misma.



# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN



La frase “Una ciudad de redes” desea dar a entender que la ciudad también está actualizada en los medios de comunicación electrónica (redes sociales) y la segunda frase “Solo faltas Tú” hace la invitación a las personas a que formen parte de estos medios de comunicación.

# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN

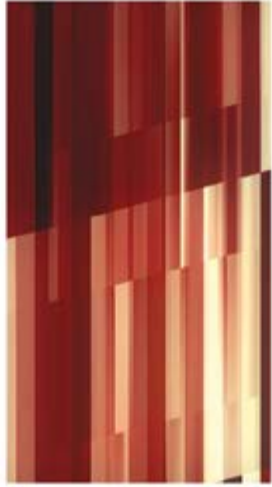
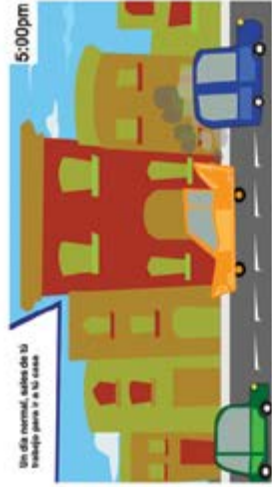
El logotipo de la institución es la pieza faltante para unir todos los elementos anteriores, es el emblema que marca a la institución junto con la URL del portal web.



El banner de la Municipalidad que posee el logotipo y la frase “La ciudad es como Tú” es la imagen institucional que se encuentra en el manual de identidad gráfica de la Municipalidad de Guatemala. Debe ser colocado en todo medio publicado por la Municipalidad.

# PROPUESTA

# PROPUESTA



Propuesta gráfica final 2

# PROPUESTA

# PROPUESTA



Propuesta gráfica final 2



# PROPUESTA

# PROPUESTA



Propuesta gráfica final 2

# PROPUESTA

# PROPUESTA



Propuesta gráfica final 2

# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN

## Propuesta Gráfica 2 Servicios policiacos de EMETRA

Esta propuesta tuvo varios cambios con respecto a su propuesta inicial, ya que el mensaje no era claro porque la animación no poseía texto. Con los niveles de validación, este video fue mejorándose hasta llegar al objetivo, que era que la sociedad comprendiera la ayuda que los policías de EMETRA brindan en el tránsito vehicular.



El logotipo de la Municipalidad se muestra al principio del video, identificando que la propuesta es sobre la institución.

Las imágenes vectoriales (edificios, automóviles, carreteras, nubes, semáforo, persona, policía, uniforme, ventanas, etc.) muestran la sencillez del mensaje. Se busca que las ilustraciones sean fáciles de comprender y que el mensaje sea claro.

La escena de los edificios se interpreta como oficinas y los automóviles pasando de un lugar a otro muestran que es una calle transitada. Lo mismo sucede en la escena siguiente, donde hay una parada de bus y vehículos pasan de un lado a otro, interpretándose donde las personas esperan el bus para llegar a sus hogares.

# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN

El tilt down del semáforo hacia el policía: Este movimiento de cámara muestra el plano detalle del color del semáforo y el oficial al mando de la calle dando una señal.



# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN



El dolly out del plano detalle a plano general, mostrando la intersección de la calle y avenida con una vista de perspectiva.

# FUNDAMENTACIÓN

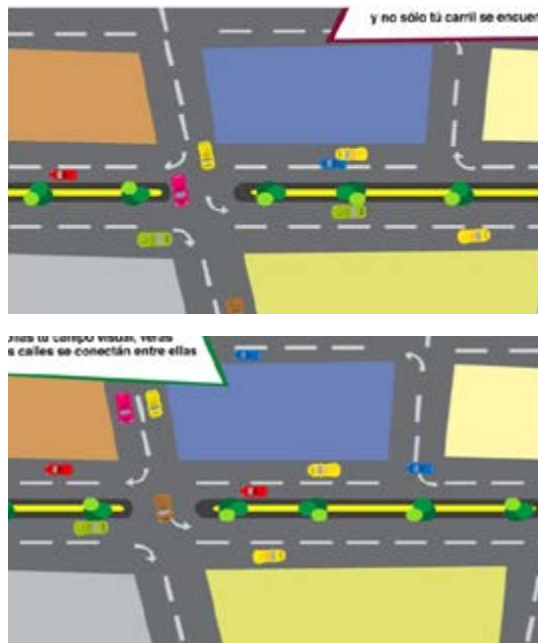
# FUNDAMENTACIÓN

La persona dentro del automóvil muestra las diferentes reacciones y expresiones que las personas manifiestan cuando se enfadan en el tránsito vehicular. Los rayos que aparecen en el rostro de la persona se interpretan como enfado y son de color rojo, representan la ira que sienten en ese momento.



# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN



El plano general muestra la vista de planta de las interconexiones de las calles y avenidas. El ejemplo muestra cómo es el campo visual ampliado y que de esta manera las personas tengan un punto de vista más claro de la ciudad.

# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN

El zoom in hacia el radio del policía muestra cómo se comunican entre ellos de calle en calle para que circule el tránsito vehicular. El zoom out del radio hacia el plano general de la escena permite apreciar el tránsito circulando.





# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN



Los colores cálidos y vivos de la animación sobresalen a la vista del receptor. Se busca este tipo de color, ya que la animación es muda y sólo posee efectos de sonido.



Los efectos de sonido (transporte, silbato, motor de automóvil, etc.) complementan la animación, ya que cada objeto posee un audio en la vida real.



Los movimientos de los vehículos los muestran circulando y detenidos pero encendidos, al igual que el brazo de la persona y del policía complementan la expresión de cada personaje.

# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN

En las transiciones horizontales, las franjas en movimiento rápido de una escena a otra hacen referencia al cambio de una toma y del paso del tiempo de esta.

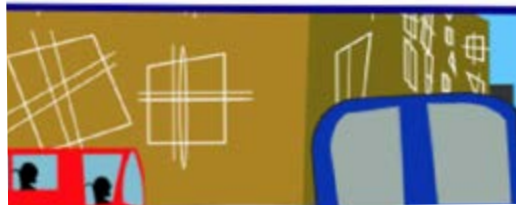
Los cuadros de diálogo cuadrados se ubican en las esquinas superiores de toda la animación y se acoplan al tipo de técnica de las ilustraciones. Es más conveniente usar estos tipo de diálogo que los redondos.

La tipografía en toda la animación será helvética, ya que es un tipo de fuente muy legible y es la que la institución aprueba por su manual de identidad gráfica.

La frase “Con Paciencia y Comprensión Caminamos Todos” junto con el escudo Municipal de la institución indican cuál es el mensaje que se le quiere proporcionar a la sociedad.



y un Policía de EMETRA te detiene, cuando la luz del semáforo está en color verde



Con paciencia y comprensión  
Caminamos Todos

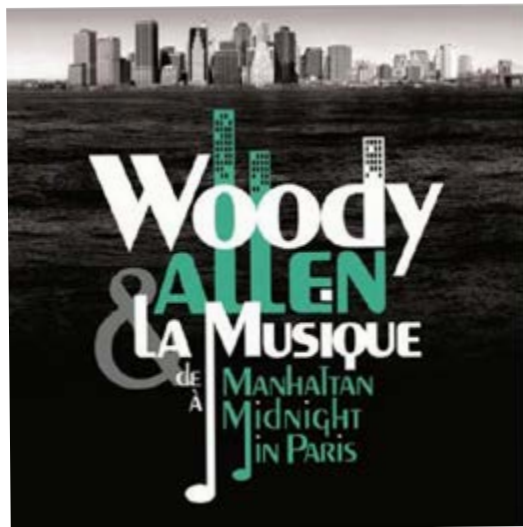


# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN



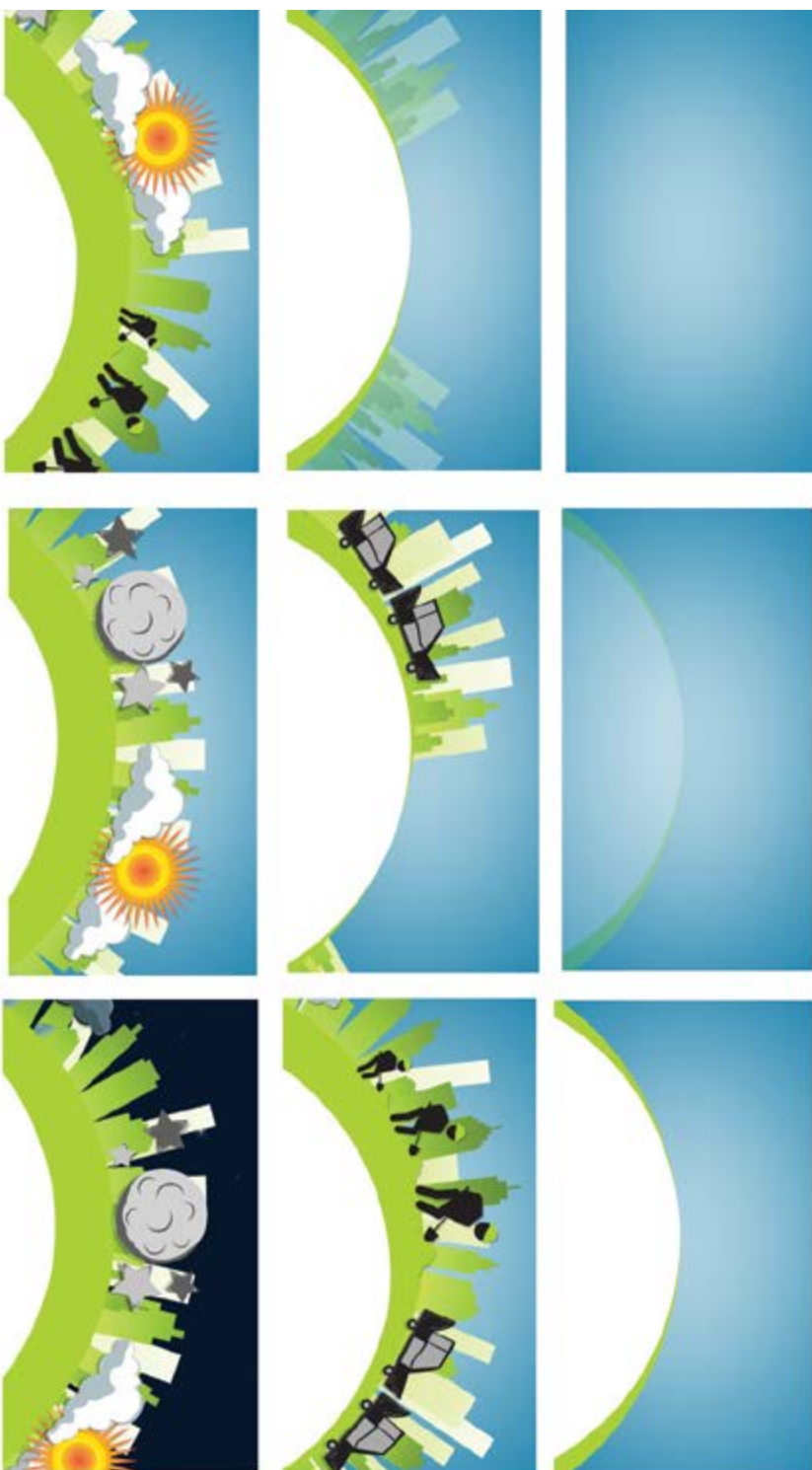
Se finaliza la animación con los logotipos de la Universidad San Carlos de Guatemala y la Facultad de Arquitectura y Escuela de Diseño Gráfico, ya que es un aporte que esta institución brinda a la Municipalidad.



La musicalización de fondo “Media noche en París” es una melodía clásica que según sus notas interactúa muy bien con el tipo de animación. Este tipo de música instrumental hace que las personas tengan pensamientos relacionados al mensaje que se les desea transmitir.

# PROPUESTA

# PROPUESTA



Propuesta gráfica final 3

# PROPUESTA

# PROPUESTA



Propuesta gráfica final 3

# FUNDAMENTACIÓN

## Propuesta Gráfica 3 Servicios de reparaciones de calles

Este video fue uno de los más persuasivos hacia el público y se debe a los grandes cambios que tuvo durante el proceso de bocetaje y validación. Aparte, con una locución en off se logró complementar este tipo de mensaje, ya que se explica claramente para que sea entendido por todos. Fue un gran reto incorporar edificios, tratando de simbolizar que toda la animación se lleva a cabo en el contexto de una ciudad.

Las figuras geométricas de color blanco y verde representan el módulo donde se coloca el escudo municipal de la institución.



El fondo con un degradado central de azul a blanco, representa el cielo y este a la vez hace resaltar las imágenes vectoriales que aparecen durante la animación.



El fondo de color azul oscuro hace referencia a la noche, ya que se logran apreciar las imágenes de las estrellas y la luna en esta parte.

FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN



La ciudad vectorial en un tercer plano hace que se entienda que la animación se realiza en una ciudad.

Las ilustraciones vectoriales (automóviles, obreros, nubes, sol, luna, estrellas, vapor, gotas de lluvia) son iconos simples fáciles de comprender.

# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN

El movimiento que tienen las animaciones (sol, luna, estrellas, el vapor, las gotas) explica la función que posee cada icono.



El movimiento de rotación de 360° que tiene toda la animación explica la secuencia que posee el mensaje y la locución.





# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN



El zoom out en la última toma muestra la secuencia de todas las animaciones vinculadas a la institución, ya que el mensaje se comprende sabiendo que todo esta relacionado con la Municipalidad de Guatemala.

# FUNDAMENTACIÓN



El banner de la Municipalidad que posee el logotipo y la frase “La ciudad es como Tú” es la imagen institucional que se encuentra en el manual de identidad gráfica de la Municipalidad de Guatemala. Debe ser incluido en todo medio publicado por la Municipalidad.

Se finaliza la animación con los logotipos de la Universidad San Carlos de Guatemala y la Facultad de Arquitectura y Escuela de Diseño Gráfico, ya que es un aporte que esta institución brinda a la Municipalidad.



FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN

# FUNDAMENTACIÓN



La ciudad es  
**como**  
**TÚ**

La locución en off es la parte final de la animación y le da vida a todo, ya que está explícita en su totalidad los iconos y la función que estos realizan. Por ser un video para crear una estrategia no se utilizó la voz de locución que la institución de la Municipalidad posee, ya que si esta campaña es aprobada por el Alcalde Municipal de Guatemala, la producción si se grabaría con el locutor de la institución.

La musicalización de fondo, "la Ciudad como Tú", armoniza la animación al reflejar que la ciudad es como los ciudadanos. Esta canción es utilizada en la mayoría de las producciones que la institución realiza.



# LINEAMIENTOS

# LINEAMIENTOS

## Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta

Como diseñador gráfico y creador de las piezas gráficas presento la oferta para la realización de esta producción audiovisual, en la cual el costo incluye: la creación de ilustraciones, Story Board, Story Line, Animación, Locución (Tercera Propuesta), Musicalización.

### Costo de Diseño y pre-producción

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANIDAD	COSTO UNIT.	SUBTOTAL
1	Video de 40 seg. Story Board, Ilustraciones, animación y musicalización.	1	Q. 6,000.00	Q.6,000.00
2	Video de 39 seg. Story Board, Ilustraciones, animación, musicalización y locución.	1	Q. 8,000.00	Q.8,000.00
3	Video de 1:13 min. Story Board Ilustraciones, animación y musicalización.	1	Q. 14,500.00	Q.14,500.00
	<b>TOTAL DE DISEÑO</b>			<b>Q.28,500.00</b>

Datos obtenidos de costo de producción por Pablo García, Freelancer.

El costo del diseño y producción del material audiovisual se consultó con la empresa Milk and Cookies, ya que ellos se especializan en producciones audiovisuales. A continuación se presenta el costo de la producción desde su punto de vista. (Véase cotización en anexos 4.3 y 4.4).

# LINEAMIENTOS

## Propuesta gráfica 1

PROPUESTA POR RANGO DE TIEMPO				
T	ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SUBTOTALES
1	<b>ANIMACIONES OPCIÓN # 1</b> - Video de Animacion - Duracion: 40 segundos - Datos : * Pre-Produccion - Storyboards - Animatic * Produccion - Animacion * Post-Produccion - Edicion de elemetos sugeridos por el cliente. * Incluye musica de fondo ( stock ) Vectorial * NO Incluyen locucion. Referencia:	1	\$1,000.00	\$1,000.00

## Propuesta gráfica 2

PROPUESTA POR RANGO DE TIEMPO				
T	ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SUBTOTALES
2	<b>ANIMACIONES OPCIÓN # 2</b> - Video de Animacion - Duracion: 80 segundos - Datos : * Pre-Produccion - Storyboards - Animatic * Produccion - Animacion * Post-Produccion - Edicion de elemetos sugeridos por el cliente. * Incluye musica de fondo ( stock ) * No Incluyen locucion.	1	\$2,400.00	\$2,400.00

## Propuesta gráfica 3

PROPUESTA POR RANGO DE TIEMPO				
T	ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SUBTOTALES
3	<b>ANIMACIONES OPCIÓN # 3</b> - Video de Animacion - Duracion: 40 segundos - Datos : * Pre-Produccion - Storyboards - Animatic * Produccion - Animacion * Post-Produccion - Edicion de elemetos sugeridos por el cliente. * Incluye musica de fondo ( stock ) * No Incluyen locucion. Referencia:	1	\$1,000.00	\$1,000.00

LINEAMIENTOS

# LINEAMIENTOS

## LINEAMIENTOS

La producción audiovisual realizada se presentará en los canales de las redes sociales (Youtube, Facebook y Twitter) que la Municipalidad de Guatemala posee.

Esto no tendrá costo, ya que las redes sociales son cuentas gratuitas que son creadas con una cuenta de correo electrónico. Su frecuencia dependerá de la Unidad de Medios Electrónicos de la Municipalidad de Guatemala, ya que ellos son los encargados de colocar en estas redes sociales las publicaciones.

Si el material audiovisual es presentado en juntas y/o exposiciones, este tendrá un costo de reproducción, ya que tendrá que reproducirse en CD o DVD. Este medio alternativo será utilizado si en dado caso se desea mostrar las producciones en exposiciones. A continuación se presentan el cálculo del costo de la reproducción del material en CD o DVD.

#### Medio de producción CD o DVD

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANIDAD	COSTO UNIT.	SUBTOTAL
1	Impresión de diseño en CD o DVD	1	Q. 10.00	Q.10.00
2	Reproducción en CD o DVD	1	Q. 5.00	Q.5.00
3	Estuche plástico para CD o DVD	1	Q. 10.00	Q.10.00
4	Impresión de diseño en papel bond para estuche plástico	1	Q.5.00	Q.5.00
	<b>TOTAL DEL PRODUCCIÓN</b>			<b>Q.30.00</b>

Datos obtenidos de fotocopiadora e impresiones Willy Bolaños, Facultad de Arquitectura.

# LECCIONES

## Lecciones Aprendidas

Como persona he entendido que siempre se aprende algo nuevo cada día. En este proceso de investigación he aprendido a comprender y entender los servicios que brinda la Municipalidad de Guatemala desde otro punto de vista.

Otra lección que aprendí es que todas las personas piensan de diferente manera, y eso invita a buscar más soluciones para poder cambiar la mentalidad de las personas.

Una gran lección aprendida en mi vida profesional es que para realizar un buen trabajo, un trabajo de éxito que se sabe que puede llegar a cambiar la forma de pensar de las personas, se necesita tener perseverancia y esfuerzo, investigar, comprender, preguntar, tener una mente abierta a todas las críticas y sugerencias desde otro punto de vista.

He valorado el compañerismo de otras personas, ya que si uno es sincero y uno mismo, las otras personas (en mi caso los compañeros de la Unidad de Medios Electrónicos) brindarán su apoyo. Estoy seguro de que puedo contar con ellos de hoy en adelante.

LECCIONES



# CONCLUSIONES

## CONCLUSIONES

### Conclusiones

La Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala forma estudiantes capacitados con valores dignos para brindar un servicio de alta calidad a la sociedad guatemalteca.

Está comprobado que las producciones audiovisuales hacen al público objetivo reaccionar positivamente ante el mensaje que se desea transmitir.

Los materiales audiovisuales (videos informativos, spots de televisión, etc.) facilitan la comprensión del mensaje, ya que estos materiales se aproximan a la realidad de las personas.

# BIBLIOGRAFÍA

## Bibliografía

Gómez, J.R. (2010) Comunicación Audiovisual, Tema1: La Comunicación Audiovisual, (p. 1-5)

Ramírez Reyes, C. (2009) Pasos para ejecutar una campaña BTL (Énfasis en Publicidad) Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Comunicación Social, Colombia Bogotá.

PALAU, Ingrid, ARIAS, John y ECHEVERRÍA, David, Campaña Audiovisual “Artistas”. En: Revista tecnológica ESPOL, Enero 2010 Vol. xx No. xx p. 1 - 9.

Real Academia Española, (2001) Diccionario de la Lengua Española, Edición 22. España. Editorial ESPASA LIBROS S.L.U. p. 1-2448.

## Refefencias de Internet

Municipalidad de Guatemala. Misión, visión y objetivos. Extraído Agosto 4, 2012, desde <http://www.muniguate.com>.

Formación y Consultoría para organizaciones, técnicas de creatividad para la innovación. Extraído Agosto 28, 2012, desde <http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad>.

BIBLIOGRAFÍA

# GLOSARIO

## Glosario

**Estrategia:** Conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

**Comunicación:** Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor

**Audiovisual:** Que se refiere conjuntamente al oído y a la vista, o los emplea a la vez.

**Boceto:** Proyecto o apunte general previo a la ejecución de una obra artística.

**Técnica:** Conjunto de procedimientos y recursos de que se sirve una ciencia o un arte.

**Propuesta:** Proposición o idea que se manifiesta y ofrece a alguien para un fin.

**Tilt (up/down):** Movimiento de cámara donde el dispositivo sube o baja.

**Zoom (in/out):** Movimiento gradual de lentes, acercamientos (in) o alejamientos (out) ópticos, mientras la cámara permanece fija.

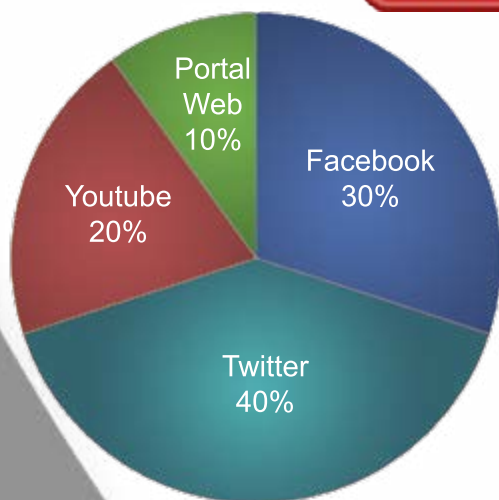
**Storyboard:** Documento que describe en viñetas una producción audiovisual de manera sencilla. Forma rápida de tener una idea de cómo quedará el proyecto.

Real Academia Española © Todos los derechos reservados

# ANEXO 1.0

## Magnitud de usuarios que visitan sitios web

-  Portal Web  
15 a 20 visitas diarias
-  Facebook  
13,120 personas suscritas  
1,719 personas que participan en comentarios
-  Twitter  
69,559 seguidores  
59,895 siguiendo
-  Youtube  
621 suscriptores  
805,802 reproducciones de vídeo



Para poder comprender el grado de magnitud que posee cada red social se demuestra en una gráfica, indicando el porcentaje de personas que visitan los distintos sitios web de la Municipalidad de Guatemala.

ANEXOS

# ANEXO 2.0

Definición de Niveles Socio Económicos  
(Área Urbana, Zona Metropolitana)

	Nivel Alto AB (4.2%)	Nivel Medio-Alto C1 (5.5%)	Nivel Medio-Bajo C2 (32.5%)	Nivel Bajo D (38.3%)	Nivel Popular E (19.5%)
Ingresos mensuales	Ingresos superiores a los a Q49,600 al mes	Ingresos familiares oscilan en un promedio de Q23, 500 al mes	Ingreso familiar oscila en un promedio de Q10, 500 al mes.	Su ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,500.	Su ingreso promedio Mensual menor a los Q 1,100
Educación	La mayoría son graduados universitarios, mucho de ellos con grados avanzados	Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.	Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos.	Secundaria incompleta o Primaria completa.	Su nivel educacional es Escaso y en muchos casos no cursado ningún estudio.
Ocupación	Proprietarios de sus fuentes de ingresos, dueños de comercios, industriales, fincas, agrícolas, ganaderas, empleados administrativos de alto nivel, etc.	Tienen un nivel de vida bastante holgado. Son ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos.	Por lo general son profesionales, Comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.	El jefe de familia puede ser obrero, dependiente, auxiliar de actividades especializadas, obreros sin especialización alguna como consejeros mensajeros, etc. Varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar.	El jefe de familia realiza tareas que no requieren ningún conocimiento. Usualmente no tiene trabajo fijo, sino que en trabajos de oportunidad.
Vivienda	Vivienda propia y lujosa con mas de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales	Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especializaciones.	Habitan en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casos iguales.	Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. (casal siempre alquileradas).	Poseen viviendas precarias en zonas marginales.
Aparatos eléctricos	Disponen todos los bienes de confort (lavadora de ropa, estufa, refrigeradora, radio, televisión a color, aparatos eléctricos, cable o antena parabólica.	Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, TV, aparatos eléctricos, etc.)	Poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como: estufa, refrigera-dora, radio, televisión y otros.	Poseen artículos como CD, equipo de sonido, radio grabadora y refrigerador de marca y modelo económico.	Prácticamente no poseen artículos de confort, salvo televisor y radio.
Servicio doméstico	2 o más. Servicio doméstico	1 mínimo. Servicio doméstico	1 o no tiene servicio doméstico	No	No
Vehículos	Poseen más de 2 automóviles de alto precio y de modelo reciente, pagados al contado (BMW, Mercedes Benz, etc.)	Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente reciente	Poseen vehículo de modelo no reciente.	Usualmente no tienen automóvil y si lo tienen seguramente lo compraron usados y de modelo muy anterior	No
Educación Hijos	Sus hijos en edad escolar o universitaria son educados en el extranjero en los mejores colegios y universidades del país.	La educación de sus hijos es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país.	Sus hijos se educan en colegios y universidades del país.	Sus hijos estudian en las escuelas públicas.	No alcanzan a cubrir sus necesidades mínimas.
Viajes al Exterior	Frecuentemente viajan al extranjero.	Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso.	Viajan frecuentemente dentro del país y sus viajes al exterior son circunstanciales.	Cuando viajan lo hacen al interior del país.	No

# ANEXO 4.1

Universidad San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico  
Guatemala, 29/09/2012



## Instrucciones

Según las animaciones vistas anteriormente, responder las siguientes preguntas. (El concepto creativo es PACIENCIA Y COMPRENSIÓN,)

1. Podría explicar que entendió del primero y del segundo video presentado

Video1: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Video2: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Video3: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. El Primer Video ¿cree que persuade a los espectadores? (entiéndase en invitar a ser parte de la comunidad de seguidores en las redes sociales de la Municipalidad de Guatemala).  
 Si  
 No
3. En el video de los Policías de Emetra, usted cree que:  
 La animación se comprende.  
 La animación NO se comprende  
 La animación poco se comprende.
4. En el video de reparaciones de calles  
 No son adecuadas para el grupo objetivo  
 Son adecuadas para el grupo objetivo  
 Son poco comprensibles para el grupo objetivo
5. En el video de reparaciones de las calles, cree: que las imágenes explican su función  
 Si, las seguiría utilizando  
 No, para nada, cambiaría otras ilustraciones
6. En el video de los Policías de Emetra, cree que los efectos de sonido son adecuados  
 Si,  
 No  
¿Por qué?

ANEXOS

# ANEXO 4.2

## ENCUESTA (Validación Propuesta Gráfica)

1. En el video de los Policias de Emetra, usted cree que:

- La animación se comprende.
- La animación NO se comprende
- La animación poco se comprende.

2. En el video de reparaciones de calles

- No son comprensibles
- Las imágenes Si son comprensibles
- Las imágenes Son poco comprensibles

3. En el video de reparaciones de las calles, cree: que las imágenes explican su función

- Si, las seguiría utilizando
- No, para nada, cambiaría otras ilustraciones

4. En el video de los Policias de Emetra, cree que los efectos de sonido son adecuados

- Si,
- No

5. En el video de redes sociales, este lo invita a ser parte de la familia de las redes sociales de la Municipalidad de Guatemala

- Si,
- No

6. En el video de los Policias de Emetra es legible la letra

- Si
- No

7. En el video de reparaciones de calles es comprensible la locución

- Si
- No

Ligto

Desarrollado por SurveyMonkey  
[\[Cree su propia encuesta gratuita en línea ahora\]](#)

# ANEXO 4.3



Cliente	PABLO ANDRES GARCIA
Marca	N/A
Contacto	PABLO ANDRES GARCIA
	-
Agencia	N/A
Contacto	N/A
	N/A
Producto o Servicio	LISTADO DE ANIMACIONES
# Propuesta	REFERENCIA
Fecha	25 DE OCTUBRE DE 2012
Propuesta realizada por	Nelson Melville Mail: nelson@milkncookies.tv   Cel: 50171943

PROPUESTA POR RANGO DE TIEMPO				
T	ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SUBTOTALES
1	<b>ANIMACIONES OPCION # 1</b> - Video de Animacion - Duracion: 40 segundos - Datos : * Pre-Produccion - Storyboards - Animatic * Produccion - Animacion * Post-Produccion - Edicion de elementos sugeridos por el cliente. * Incluye musica de fondo ( stock ) Vectorial * NO Incluyen locucion. Referencia: <a href="http://www.youtube.com/watch?v=BAefG9aKo08">http://www.youtube.com/watch?v=BAefG9aKo08</a>	1	\$1,000.00	\$1,000.00
2	<b>ANIMACIONES OPCION # 2</b> - Video de Animacion - Duracion: 80 segundos - Datos : * Pre-Produccion - Storyboards - Animatic * Produccion - Animacion * Post-Produccion - Edicion de elementos sugeridos por el cliente. * Incluye musica de fondo ( stock ) * No Incluyen locucion. Referencia: <a href="http://www.youtube.com/watch?v=FSD_w3-jjwc">http://www.youtube.com/watch?v=FSD_w3-jjwc</a>	1	\$2,400.00	\$2,400.00
3	<b>ANIMACIONES OPCION # 3</b> - Video de Animacion - Duracion: 40 segundos - Datos : * Pre-Produccion - Storyboards - Animatic * Produccion - Animacion * Post-Produccion - Edicion de elementos sugeridos por el cliente. * Incluye musica de fondo ( stock ) * No Incluyen locucion. Referencia: <a href="http://www.youtube.com/watch?v=N2s73WW44d0">http://www.youtube.com/watch?v=N2s73WW44d0</a>	1	\$1,000.00	\$1,000.00

ANEXOS



# ANEXO 4.4

ANEXOS

TIEMPOS DE ENTREGA	
1	7 días hábiles
2	16 días hábiles
3	7 días hábiles

El tiempo de entrega empieza a contar a partir de la entrega de materiales necesarios por parte del cliente y del momento de ser recibido el 50% de anticipo sobre el costo total del proyecto.

TÉRMINOS Y CONDICIONES	
PRECIOS:	Todos los precios están expresados en dólares americanos y no incluyen IVA ni comisión de agencia.
FORMA DE PAGO:	Desarrollo e implementación - 50% de anticipo y 50% contra entrega. Operación - mensual anticipado.
VALIDEZ DE LA PROPUESTA:	La propuesta es válida treinta días contados a partir de la presente fecha. Después de este período, será necesario reconfirmar precios.

APROBACIÓN DE PROPUESTA	
NOMBRE Y PUESTO DE LA PERSONA RESPONSABLE DEL PROYECTO:	
CELULAR Y MAIL DE LA PERSONA RESPONSABLE DEL PROYECTO:	
NOMBRE DEL CONTACTO PARA REALIZAR EL TRÁMITE DE COBRO:	
CELULAR Y MAIL DEL CONTACTO PARA TRÁMITE DE COBRO:	
FACTURAR A NOMBRE DE:	
NÚMERO DE NIT:	
DIRECCIÓN:	
FIRMA DE AUTORIZADO Y SELLO DE LA EMPRESA:	
EMPRESA QUE FACTURA LOS SERVICIOS:	COMUNICACIÓN INTERACTIVA, S. A. - NIT 4542676-7



Dirección: Ruta 2, 3-63 z.4  
Callejón Tecnológico 4to. Nivel Oficina 402

PBX: (502) 2278-1025

www.milkncookies.tv  
info@milkncookies.tv





JULIO FERNANDO AVENDAÑO C.  
LICENCIADO EN LETRAS

Guatemala, 9 de febrero de 2015.

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

A quien interese:

Tengo el honor de saludarlo y al mismo tiempo informarle que, en mi calidad de profesional en formalidades lingüísticas, he revisado la ortografía, la redacción y el estilo del proyecto de graduación titulado:

## **Estrategia de Comunicación Audiovisual para la Unidad de Medios Electrónicos de la Municipalidad de Guatemala**

Asimismo, que he respetado la semántica y la metalingüística correspondientes al aspecto técnico de la especialidad, con el fin de conservar su contexto. Y que he ratificado en segunda revisión las correcciones realizadas en el trabajo presentado.

Por tanto, hago constar que:

### **Pablo Andrés García Rosales**

Ha efectuado satisfactoriamente las correcciones requeridas por mi persona en los aspectos de ortografía, redacción y estilo en su proyecto de graduación.

Atentamente,

Julio Fernando Avendaño C.  
Licenciado en Letras  
Colegiado activo No. 13238

Julio Fernando Avendaño C.  
LICENCIADO EN LETRAS  
— Colegiado No. 13238 —



**Estrategia de comunicación audiovisual para  
La Unidad de Medios Electrónicos de la Municipalidad de Guatemala**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

**Pablo Andrés García Rosales**

Asesorado por:

**Lic. Gustavo Jurado**

**Lic. Fernando Fuentes**

**Lic. Mónica Moriega**

Imprímase:

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

**Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo**

**Decano**

Facultad de  
Arquitectura

