



**Facultad de Ciencias  
de la Comunicación**

Diseño de línea gráfica para el curso en línea “El Popol Vuh y el Poema del Mío Cid”  
dirigido a estudiantes de la Universidad Francisco Marroquín.

Guatemala, Guatemala 2021

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la comunicación, Guatemala, C.A.

**ELABORADO POR:**

García Ramírez, María José

16001417

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2021

Diseño de línea gráfica para el curso en línea “El Popol Vuh y el Poema del Mío Cid”  
dirigido a estudiantes de la Universidad Francisco Marroquín.

Guatemala, Guatemala 2021

### **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la comunicación, Guatemala, C.A.

#### **ELABORADO POR:**

García Ramírez, María José

16001417

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2021

Guatemala 16 de abril de 2020

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA PARA EL CURSO EN LÍNEA “EL POPOL VUH Y EL POEMA DEL MÍO CID” DIRIGIDO A ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN**. Así mismo solicito que la Ms.C. Wendy Franco sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



---

María José García Ramírez  
16001417



---

Ms.C. Wendy Franco  
Asesora  
Colegiado 37086



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2020

**Señorita:**  
**María José García Ramírez**  
**Presente**

Estimada Señorita García:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA PARA EL CURSO EN LÍNEA “EL POPOL VUH Y EL POEMA DEL MÍO CID” DIRIGIDO A ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN**. Así mismo, se aprueba a la Ms.C. Wendy Franco, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Guatemala, 12 de agosto de 2021**

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA PARA EL CURSO EN LÍNEA “EL POPOL VUH Y EL POEMA DEL MÍO CID” DIRIGIDO A ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN**. Presentado por la estudiante: María José García Ramírez, con número de carné: *16001417*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Ms.C. Wendy Franco**  
**Asesora**



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 20 de agosto de 2021

Señorita  
MaríaJosé García Ramírez  
Presente

Estimada Señorita García:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 23 de septiembre de 2021.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA PARA EL CURSO EN LÍNEA "EL POPOL VUH Y EL POEMA DEL MÍO CID" DIRIGIDO A ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN. GUATEMALA, GUATEMALA 2021**, de la estudiante MaríaJosé García Ramírez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Guatemala, 13 de diciembre de 2021

**Señorita:**  
**María José García Ramírez**  
**Presente**

Estimada Señorita García:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA PARA EL CURSO EN LÍNEA “EL POPOL VUH Y EL POEMA DEL MÍO CID” DIRIGIDO A ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN. GUATEMALA, GUATEMALA 2021.** Presentado por la estudiante: María José García Ramírez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

**Autoridades**

**Rector.** Dr. Eduardo Suger Cofiño.

**Vicerrectora.** Dra. Mayra de Ramírez.

**Vicerrector Administrativo.** Lic. Jean Paul Suger Castillo.

**Secretario General.** Lic. Jorge Retolaza.

**Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.**

Lic. Leizer Kachler.

**Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.**

M.Sc. Rualdo Anzueto.

## **Dedicatoria**

El presente proyecto de graduación se lo dedico a mi familia que gracias a su apoyo y palabras de aliento, crecí como persona y como profesional. Gracias por estar siempre a mi lado apoyándome a cumplir mis metas y por alentarme a luchar por lo que quiero. Los quiero mucho.

A Juan Carlos, por brindarme su amor, apoyo y paciencia durante todo este tiempo, gracias a ti hoy puedo con alegría presentar esta tesis.

A Dagoberto y Stephanie, por brindarme su apoyo y confianza en el desarrollo de este proyecto, gracias a ustedes obtuve una gran oportunidad para crecer profesionalmente y obtener aún más experiencia en mi carrera.

## Resumen

A través del acercamiento con la Universidad Francisco Marroquín, se identificó que no cuenta con el diseño de línea gráfica para el curso en línea “El Popol Vuh y el Poema del Mío Cid” dirigido a estudiantes de la Universidad.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar la línea gráfica para el curso en línea “El Popol Vuh y el Poema del Mío Cid” dirigido a estudiantes de la Universidad Francisco Marroquín.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 27 personas, entre grupo objetivo, cliente y experto en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que la línea gráfica cumplirá con el objetivo de dar una identidad visual al curso en línea “El Popol Vuh y el Poema del Mío Cid” dirigido a estudiantes de la Universidad Francisco Marroquín. Concluyendo con el cumplimiento de este, mediante el proceso de validación, en el que se pudo observar el interés y aceptación de las piezas finales, para con el grupo objetivo. Asimismo, New Media aprobó de manera satisfactoria y estableció su uso para inicios del año 2021.

Es por eso que se recomendó el cambio de la línea gráfica a una que fuera más acorde a los objetivos del curso y llamativo para los estudiantes universitarios.

---

Para efectos legales únicamente la autora, MARÍAJOSÉ GARCÍA RAMÍREZ, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesional.

## Índice

<b>Capítulo I: Introducción .....</b>	<b>1</b>
1.1 Introducción.....	1
<b>Capítulo II: Problemática .....</b>	<b>2</b>
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño .....	3
2.3 Justificación.....	3
2.3.1. Magnitud.....	3
2.3.2. Vulnerabilidad. ....	4
2.3.3. Trascendencia. ....	4
2.3.4. Factibilidad. ....	4
2.3.4.1 Recursos Humanos. ....	4
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	5
2.3.4.3 Recursos Económicos.....	5
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.....	5
<b>Capítulo III - Objetivos del diseño.....</b>	<b>6</b>
3.1 El objetivo general.....	6
3.2 Los objetivos específicos.....	6
<b>Capítulo IV: Marco de referencia.....</b>	<b>7</b>
4.1 Información general del cliente .....	7
4.1.1. Nombre del cliente (empresa).....	7
4.1.2. Dirección .....	7

4.1.3. Teléfono.....	7
4.1.4. Contacto.....	7
4.1.6. Antecedentes.....	7
4.1.7. Oportunidad identificada .....	7
4.1.8. Misión.....	7
4.1.9. Visión. ....	7
4.1.10. Valores.....	7
4.1.11. Delimitación Geográfica.....	8
4.1.12. Grupo Objetivo.....	8
4.1.13. Principal beneficio al grupo objetivo.....	8
4.1.14. Competencia. ....	8
4.1.15. Posicionamiento. ....	8
4.1.16. Factores de diferenciación.....	8
4.1.17. Objetivo de Comunicación. ....	8
4.1.18. Objetivo de Mercadeo. ....	8
4.1.19. Mensajes claves a comunicar. ....	8
4.1.20. Estrategia de comunicación.....	9
4.1.21. Reto del diseño y trascendencia.....	9
4.1.22. Materiales por realizar.....	9
4.1.23. Logotipo New Media.....	9

4.1.24. Organigrama.....	10
4.1.25. FODA.....	11
<b>Capítulo V: Definición del grupo objetivo .....</b>	<b>12</b>
5.1 Perfil geográfico.....	12
5.2 Perfil demográfico.....	12
5.3 Perfil psicográfico.....	14
5.4 Perfil conductual.....	14
<b>Capítulo VI: Marco Teórico .....</b>	<b>15</b>
6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	15
6.1.1. Universidad.....	15
6.1.2. Departamento.....	15
6.1.3. Multimedia.....	15
6.1.4. Departamento de Multimedia.....	15
6.1.5. Audiovisual.....	16
6.1.6. Preproducción.....	16
6.1.7. Producción.....	16
6.1.8. Postproducción.....	17
6.1.9. Enseñanza.....	17
6.1.10. Material Didáctico.....	17
6.1.11. Aprendizaje.....	17

6.1.12. Formación.....	17
6.1.13. Etapas. ....	17
6.1.14. Apoyo Didáctico.....	18
6.1.15. Educación a distancia .....	18
6.1.16. E-learning. ....	18
6.1.17. Plataformas e-learning.....	18
6.1.18. MOOC .....	19
6.1.19. Curso.....	19
6.1.20. Cursos online .....	19
6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño .....	19
6.2.1. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	19
6.2.1.1. Comunicación.....	19
6.2.1.2 Principales autores de la comunicación.....	20
6.2.1.3. Elementos del proceso de la comunicación.....	20
6.2.1.4. Medios de Comunicación Masivos. ....	21
6.2.1.5. Comunicación virtual. ....	22
6.2.1.6. Comunicación educativa.....	22
6.2.1.7. Comunicación visual. ....	22
6.2.1.8. Imagen .....	22
6.2.1.8.1. Funciones de la imagen .....	23

6.2.1.8.2. Elementos de la imagen.....	23
6.2.1.9 Funciones de la comunicación.....	23
6.2.2. Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	25
6.2.2.1. Diseño.....	25
6.2.2.3. Diseño Gráfico.....	27
6.2.2.4. Diseño instruccional.....	28
6.2.2.5. Línea gráfica.....	28
6.2.2.6. Conceptualizar.....	28
6.2.2.7. Principios básicos del diseño.....	29
6.2.2.7.1. Proximidad.....	29
6.2.2.7.2. Alineación.....	29
6.2.2.7.3. Contraste.....	29
6.2.2.7.4. Repetición.....	29
6.2.2.7.5. Equilibrio.....	30
6.2.2.8. Color.....	30
6.2.2.8.1. Colores fríos y cálidos.....	30
6.2.2.8.2. Síntesis aditiva.....	30
6.2.2.8.3. Colores complementarios.....	30
6.2.2.8.4. Paleta de color.....	30
6.2.2.9. Textura.....	30

6.2.2.10. Tipografía .....	31
6.2.2.10.1. Importancia de la tipografía.....	31
6.2.2.10.2. Tipos de tipografía.....	31
6.2.2.11. Coherencia.....	32
6.2.2.12. Secuencialidad.....	32
6.2.2.13. Estilo.....	32
6.2.2.14. Composición.....	32
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	32
6.3.1. Ciencias.....	32
6.3.1.1. Semiología.....	32
6.3.1.2. Semiología de la imagen .....	33
6.3.1.2.1. Kinésica .....	33
6.3.1.2.2. Proxémica.....	33
6.3.1.2.3. Paralingüística .....	33
6.3.1.3. Semiótica.....	33
6.3.1.4. Cultura de Masas.....	34
6.3.1.5. Sociología.....	34
6.3.1.6 Antropología.....	34
6.3.1.7 Lingüística.....	35
6.3.1.8 Psicología del Color.....	35

6.3.1.9 Psicología audiovisual.....	35
6.3.1.10 Andragogía .....	35
6.3.2. Artes .....	36
6.3.2.1. Fotografía.....	36
6.3.2.2. Cinematografía .....	36
6.3.2.3. Etapas de una producción.....	36
6.3.2.3.1. Preproducción.....	37
6.3.2.3.1.1. Idea: .....	37
6.3.2.3.1.2. Guion escrito .....	38
6.3.2.3.1.3. Guion literario .....	38
6.3.2.3.1.4. Sinopsis.....	39
6.3.2.3.1.5. Guion técnico.....	39
6.3.2.3.1.6. Guion audiovisual o Storyboard.....	39
6.3.2.3.1.7. Hoja de diálogos .....	39
6.3.2.3.1.8. Hojas de tratamiento.....	40
6.3.2.3.2 Producción:.....	40
6.3.2.3.3 Postproducción: .....	41
6.3.2.4 Literatura. La literatura es una manifestación artística basada en el uso de la palabra y del lenguaje tanto escrito como oral. ....	41
6.3.2.5 Ilustración.....	41
6.3.3 Teorías.....	41

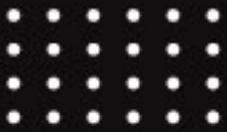
6.3.3.1. Teoría del color.....	41
6.3.3.2. Teoría de la Gestalt.....	42
6.3.3.3 Teoría constructivista del aprendizaje .....	43
6.3.4. Tendencias.....	44
6.3.4.1. Fuertes puntos focales tipográficos .....	44
6.3.4.2. Esquemas de Colores Claros y Oscuros .....	44
6.3.4.3. Tipografía Bold .....	44
6.3.4.4. Composición asimétrica .....	44
6.3.4.5. Hyper-pastiche.....	44
6.3.4.6. Ilustración Flat.....	45
6.4 Tablero de tendencias .....	46
<b>Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar .....</b>	<b>47</b>
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	47
7.1.1 Aplicación de la Comunicación.....	47
7.1.2 Aplicación del Diseño. ....	48
7.1.3 Aplicación de las ciencias auxiliares. ....	48
7.1.4 Aplicación de las artes.....	48
7.1.5 Teorías. ....	49
7.2 Conceptualización .....	49
7.2.1 Método.....	49

7.2.1.1 Scamper.....	49
7.2.1.1.1 Aplicación del método.....	50
7.2.1.2 Inspiración desde los colores.....	50
7.2.1.2.1 Aplicación del método.....	51
7.2.2 Definición del concepto.....	57
7.3 Bocetaje .....	57
7.3.1. Proceso de bocetaje .....	58
7.3.1.1. Micro dibujos.....	58
7.3.1.2. Bocetaje formal .....	60
7.3.1.2.1. Introducción.....	60
7.3.1.2.2. Portada de curso en Youtube .....	61
7.3.1.2.3. Portada de curso en lecciones.....	61
7.3.1.2.4. Portada de Capítulos.....	62
7.3.1.2.5. Propuesta de ilustraciones .....	62
7.3.1.2.6. Call to action.....	63
7.3.1.2.7. Outro.....	63
7.3.1.2.8. Banner página New Media .....	64
7.3.1.2.9. Banner Instagram/ Facebook .....	64
7.3.1.2.10. Banner página web .....	65
7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos. ....	66

7.3.2.1. Portada de curso.....	66
7.3.2.2. Outro de curso .....	68
7.3.2.3. Banner.....	71
7.3.2.4. Call to action.....	73
7.3.2.5. Ilustraciones.....	76
7.4 Propuesta preliminar.....	79
7.4.1. Portada de curso .....	79
7.4.2. Portada de curso .....	80
7.4.3. Introducción.....	81
7.4.4. Capítulo .....	82
7.4.5. Ilustraciones.....	83
7.4.6. Call to action.....	84
7.4.7. Outro.....	85
7.4.8. Banner Instagram/ Facebook.....	86
7.4.9. Banner New Media.....	87
7.4.10. Banner página web .....	87
<b>Capítulo VIII: Validación técnica.....</b>	<b>88</b>
8.1 Población y muestreo .....	88
8.1.1. Expertos.....	88
8.1.2. Cliente.....	88

8.1.3. Grupo objetivo.....	89
8.2 Método e instrumentos .....	89
8.2.1. Instrumento de validación .....	90
8.3 Resultados e interpretación de resultados.....	95
8.3.1 Datos generales.....	95
8.4 Cambios en base a los resultados .....	111
8.4.1 Antes y después: .....	111
8.4.2 Justificación por los cambios realizados .....	121
<b>Capítulo IX: Propuesta final gráfica .....</b>	<b>122</b>
9.1 Descripción de propuesta final .....	135
<b>Capítulo X: Producción, reproducción y distribución .....</b>	<b>136</b>
10.1 Plan costos de elaboración.....	136
10.2 Plan costos de producción. ....	137
10.3 Plan costos de reproducción. ....	137
10.4 Plan costos de distribución. ....	138
10.5 Margen de utilidad.....	138
10.6 IVA. ....	139
10.7 Cuadro con resumen general de costos.....	139
<b>Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.....</b>	<b>140</b>
11.1 Conclusiones: .....	140

11.2 Recomendaciones: .....	142
<b>Capítulo XII: Conocimiento general .....</b>	<b>143</b>
<b>Capítulo XIII: Referencias .....</b>	<b>144</b>
13.1. Referencias bibliográficas: .....	144
<b>13.2 Biblioweb .....</b>	<b>144</b>
<b>Capítulo XIV: Anexos .....</b>	<b>149</b>
14.1 Anexo 1. Definición de tema.....	149
14.2 Anexo 2. Taller de desarrollo de requerimiento de comunicación y diseño .....	150
14.3 Anexo 3. Taller de desarrollo de objetivos.....	151
14.4 Anexo 4. Brief .....	152
14.5 Anexo 5. Tabla de niveles socio económicos 2015/ Multivex.....	156
14.6 Anexo 6. Encuesta de perfiles demográfico y psicográfico .....	156
14.7 Anexo 7. Esquema de marco teórico .....	161
14.8 Anexo 8. Bocetos.....	164
14.9 Anexo 9. Tablero de tendencias .....	165
14.10 Anexo 10. Herramienta de validación .....	166
14.11 Anexo 11. Respuestas validación de proyecto. ....	169
14.12 Anexo 12. Fotografías de validación.....	180
14.13 Anexo 13. Cotizaciones.....	184



# CAPÍTULO I



## Capítulo I: Introducción

### 1.1 Introducción

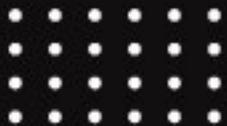
La línea gráfica consiste en la dirección y coherencia entre cada uno de los elementos de diseño en la comunicación visual de cualquier material educativo y corporativo.

Es por eso que, mediante el diseño gráfico y la comunicación, se busca elaborar una línea gráfica que cumpla y refuerce el objetivo del curso en línea “El Popol Vuh y el poema de Mío Cid”, que es el análisis comparativo de ambas obras y va dirigido a estudiantes a nivel universitario de la Universidad Francisco Marroquín.

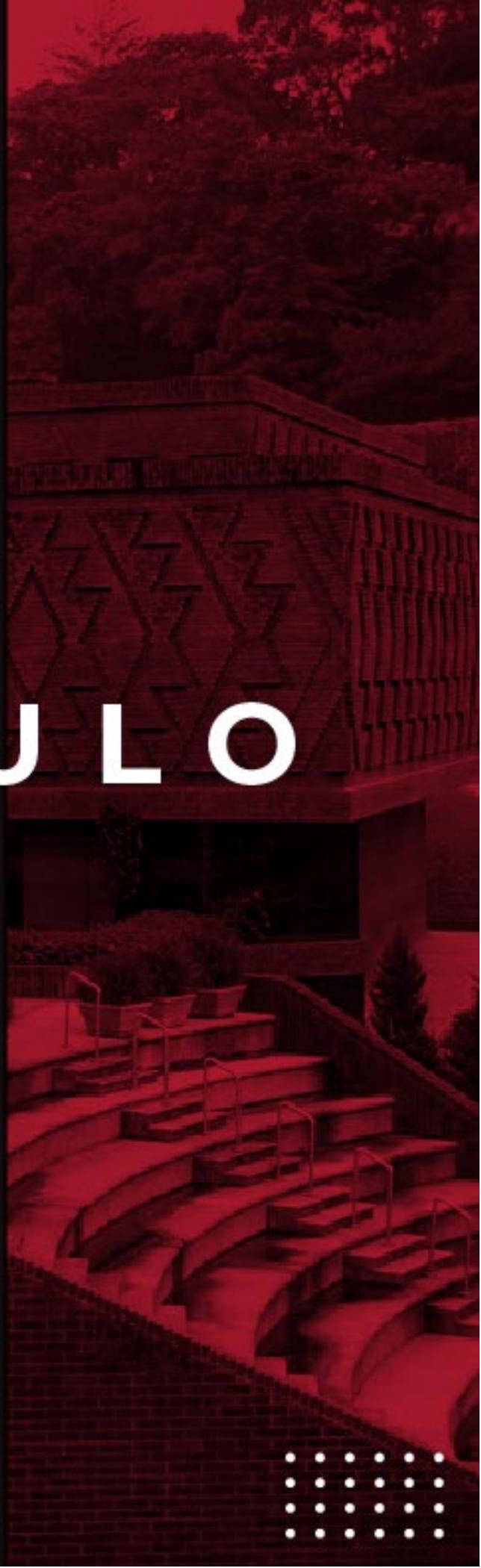
Se iniciará este proyecto con la recopilación de antecedentes de la empresa, se establecerán y analizarán los elementos de magnitud, vulnerabilidad, trascendencia y factibilidad del mismo, tras eso, establecer el objetivo general y los objetivos específicos del proyecto. Luego se delimitarán los perfiles geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales del grupo objetivo.

La conceptualización del proyecto será elaborada a partir de la técnica de creatividad SCAMPER, por Bob Eberlee, y la técnica de inspiración por los colores. Con dichos métodos se desarrollará el concepto de diseño que estará presente durante el proceso de bocetaje y elaboración de la propuesta preliminar. Para verificar el cumplimiento de los objetivos del proyecto, será sometida a una validación técnica a una muestra por representantes del grupo objetivo. También se solicitará el análisis de expertos en los campos de diseño gráfico, comunicación, pre-prensa, reproducción y redacción.

*Ver Anexo 1: Definición de tema*



# CAPÍTULO II



## Capítulo II: Problemática

La Universidad Francisco Marroquín no cuenta con el diseño de la línea gráfica del curso en línea “El Popol Vuh y el poema del Mío Cid” dirigido a estudiantes a nivel universitario.

### 2.1 Contexto

New Media es la plataforma de recursos educativos en video de la Universidad Francisco Marroquín. Se encargan de generar en conjunto con las facultades y unidades académicas distintos tipos de productos audiovisuales que buscan promover ideas y valores de la UFM, así como servir de apoyo para que alumnos y profesores puedan enriquecer su aprendizaje.

Al tener varios proyectos paralelos publicados en la plataforma de [opencourses.com](https://www.opencourses.com), el nuevo proyecto del Popol Vuh y el poema de Mio Cid tratará el análisis literario de ambas obras literarias, destacando las partes importantes de cada obra y hacer comparaciones de estas, que deben tener una línea gráfica individual. Por lo tanto, basándose en los cursos la escuela de Salamanca y Don Quijote de la Mancha, se pretende tener una idea de cómo estos cursos son desarrollados como un producto independiente pero que a la vez son parte de la Universidad Francisco Marroquín.

Después de diversas reuniones con el cliente, entre las opiniones de la coordinadora y de la experiencia de los demás integrantes del equipo, se concluyó que es necesario desarrollar una línea gráfica que se integre al concepto del curso, que no solo será visto en la parte del curso en línea sino también en el material gráfico del mismo.

## 2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La Universidad Francisco Marroquín no cuenta con el diseño de la línea gráfica del curso en línea “El Popol Vuh y el poema del Mío Cid” dirigido a estudiantes a nivel universitario.

*Ver Anexo 2: Tabla de desarrollo de requerimiento de comunicación y diseño*

## 2.3 Justificación

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

### 2.3.1. Magnitud.



Según datos verificados del Instituto Nacional de Estadística en Guatemala –INE, éste establece en el último censo que el país cuenta con 14,901,286 millones de habitantes; numerando 11 universidades privadas, de las cuales la Universidad Francisco Marroquín cuenta con un departamento, que sirve de recurso para proyectos de cursos e-learning, producción y post producción de materiales educativos e institucionales, y cuenta con 25 trabajadores distribuidos en distintas áreas. El departamento de New Media cuenta con la plataforma de opencourses.com para publicar los cursos e-learning abiertos al público en general, teniendo actualmente 2,006 personas inscritas en esta plataforma.

**2.3.2. Vulnerabilidad.** Al no contar un curso con una línea gráfica, el mismo puede que no sea de interés tanto para la Universidad Francisco Marroquín como los interesados en cursos en línea de la plataforma Open Courses, ya que no le darán valor al mismo y no entenderán de qué se trata, por lo tanto, puede pasar que ya no se entreguen donaciones para desarrollar proyectos futuros.

**2.3.3. Trascendencia.** Con la implementación de la línea gráfica desde el inicio del desarrollo del curso se dará una identidad visual al curso, que facilitará la presentación del mismo a la Universidad Francisco Marroquín y permitirá mejor comprensión de los temas a los interesados en cursos en línea.

**2.3.4. Factibilidad.** El diseño de una línea gráfica para el curso en línea “El Popol Vuh y el poema de Mio Cid” es un proyecto factible, porque dispone del personal y los recursos necesarios para su realización.

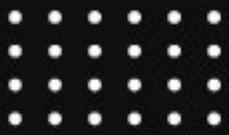
**2.3.4.1 Recursos Humanos.** El departamento de New Media cuenta con el factor humano adecuado, que están distribuidos según sus habilidades en las áreas de administración,

pre producción, producción, contenido e-learning y el área de post producción quienes facilitan el desarrollo y ejecución de materiales audiovisuales.

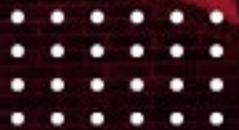
**2.3.4.2 Recursos Organizacionales.** Todas las áreas de New Media, en especial la de administración y diseño multimedia apoyan el proyecto.

**2.3.4.3 Recursos Económicos.** El departamento de New Media tiene actualmente los recursos necesarios que posibilitan la realización de este proyecto.

**2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.** Se posee el equipo, software y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto.



# CAPÍTULO III



## Capítulo III - Objetivos del diseño

### 3.1 El objetivo general

Diseñar la línea gráfica del curso en línea “El Popol Vuh y el Poema del Mio Cid” dirigido a estudiantes de la Universidad Francisco Marroquín.

### 3.2 Los objetivos específicos

3.2.1 Recopilar datos acerca del proyecto a través de la información que el cliente proporcione por medio del *Brief* para comprender las necesidades de comunicación y diseño para la Universidad Francisco Marroquín.

3.2.2 Investigar conceptos, teorías y tendencias del diseño de cursos en línea y de las obras literarias que respalden la propuesta del diseño del curso en línea la Universidad Francisco Marroquín

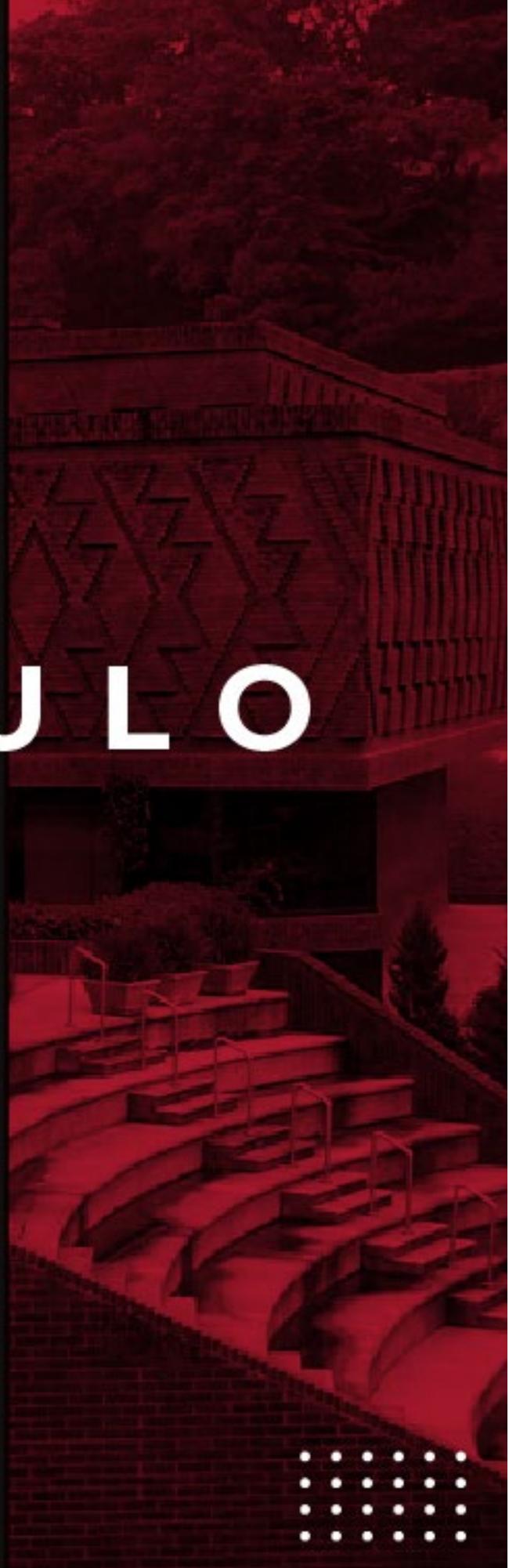
3.2.3 Conceptualizar a través de propuestas gráficas, colores, imágenes y tipografías que se identifiquen con el tema a tratar de “El Popol Vuh y el poema del Mio Cid” para los interesados de los cursos en línea de [opencourses.com](https://www.opencourses.com)

3.2.4 Ilustrar escenas importantes a partir del guion literario que ayuden a la comprensión de temas del curso “El Popol Vuh y el poema de Mío Cid” a través de bocetos y programas digitales los cuales sean dirigidos a estudiantes a nivel universitario de la Universidad Francisco Marroquín.

*Ver Anexo 3: Taller de desarrollo de objetivos*



# CAPÍTULO IV



## Capítulo IV: Marco de referencia

### 4.1 Información general del cliente

**4.1.1. Nombre del cliente (empresa).** Universidad Francisco Marroquín. New Media.

**4.1.2. Dirección.** 6A Calle final, Cdad. de Guatemala.

**4.1.3. Teléfono.** (502) 2338-7849.

**4.1.4. Contacto.** Directora Stephanie Falla.

**4.1.5. Celular.** (+502) 5482-6574

**4.1.6. Antecedentes.** New Media es la plataforma de recursos educativos en video de la Universidad Francisco Marroquín creada en 2001. Se encargan de generar en conjunto con las Facultades y unidades académicas, distintos tipos de productos audiovisuales que buscan promover las ideas y valores de la UFM, así como servir de apoyo para que alumnos y profesores puedan enriquecer su aprendizaje.

**4.1.7. Oportunidad identificada.** Creación de un nuevo curso en línea que tratará el análisis literario de las obras literarias del Popol Vuh y el poema del Mio Cid de una forma comparativa, que se necesita la creación de una línea gráfica.

**4.1.8. Misión.** Nuestra misión es la enseñanza y difusión de los principios éticos, jurídicos y económicos de una sociedad de personas libres y responsables.

**4.1.9. Visión.** Llegar a ser una productora nacional, generar los mejores contenidos audiovisuales con productos y servicios de calidad.

**4.1.10. Valores.**

- **Verdad.** La verdad es un medio necesario y vital para llegar al bien.
- **Libertad.** Solo en libertad se puede perseguir la propia felicidad, ser

responsable y actuar moralmente.

- **Justicia.** La justicia es reconocer a cada persona lo suyo.

**4.1.11. Delimitación Geográfica.** No existe, ya que el curso estará abierto a todo el público en la página de [www.opencourses.com](http://www.opencourses.com).

**4.1.12. Grupo Objetivo.** Personas con nivel de estudio universitario o maestría.

**4.1.13. Principal beneficio al grupo objetivo.** Conocimiento de las obras literarias de una manera creativa y moderna, el precio del certificado no es alto y es opcional.

**4.1.14. Competencia.** edX, Universidad Galileo y Universidad San Carlos.

**4.1.15. Posicionamiento.** La estrategia de posicionamiento de New Media es en base a la calidad y precios, ya que, aunque los precios son elevados, se garantiza la entrega de proyectos de alta calidad a los clientes.

**4.1.16. Factores de diferenciación.** Diferenciación en cuanto a contenido y calidad la cual de momento no es imitable por otras plataformas, integración de animación y efectos audiovisuales que ayudan a diferenciar los cursos y vídeos de New Media.

**4.1.17. Objetivo de Comunicación.** Dar a conocer los beneficios de los productos audiovisuales de New Media a través de un *reel* que contiene fragmentos de los proyectos que se han realizado hasta el momento que se actualiza cada cierto tiempo.

**4.1.18. Objetivo de Mercadeo.** Relacionarse con la base de clientes actuales de la UFM, identificar las necesidades de los clientes a través de las reuniones, comunicar y entregar valor a los proyectos realizados para generar clientes potenciales, así como el posicionamiento de marca.

**4.1.19. Mensajes claves a comunicar.** Los productos audiovisuales de New Media son de alta calidad.

#### 4.1.20. Estrategia de comunicación.

- **Comunicación online:** conferencias con clientes en línea, redes sociales como Instagram y Facebook para mostrar las conferencias y cursos de la plataforma [opencourses.com](https://www.opencourses.com).
- **Comunicación offline:** reuniones presenciales con los clientes.

**4.1.21. Reto del diseño y trascendencia.** El reto es cumplir con los estándares que pide la Universidad ya que todo su contenido es de calidad, la que se debe mantener en todos los proyectos presentados. Por lo tanto, al mostrar proyectos de calidad tanto en diseño como en contenido, los interesados podrán referir los cursos a otros, y se da la oportunidad que personas extranjeras vean el contenido de la página. También existe el reto de poder comunicar de una manera correcta el objetivo del curso.

**4.1.22. Materiales por realizar.** Curso en línea.

**4.1.23. Logotipo New Media.**



**new media**

---

**UFM**

#### **Color.**

Rojo (R 225, G 37, B 27)

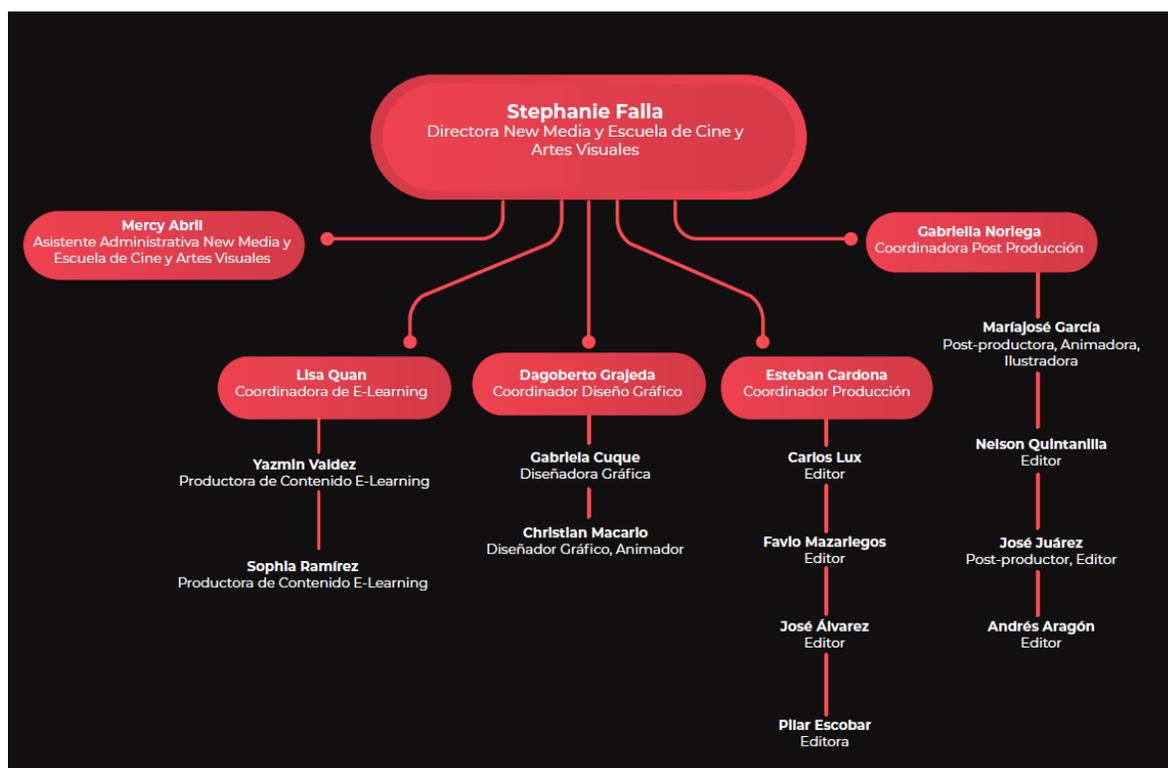
#### **Tipografía.**

Los logos de la Universidad Francisco Marroquín utilizan la tipografía Chantilly.

**Forma.** New Media tiene un logotipo al ser compuesto únicamente de letras en el que la parte de arriba se ve el nombre del departamento, la línea del medio que especifica que es una división de la UFM y abajo la abreviatura de la Universidad Francisco Marroquín (UFM).

*Ver Anexo 4: Brief*

#### 4.1.24. Organigrama.



## 4.1.25. FODA

## FORTALEZAS

- Es parte de la universidad Francisco Marroquín.
- Generan contenido de calidad para las facultades y para la plataforma open courses.
- New Media cuenta con un ambiente cooperativo y personal comprometido y apasionado con su trabajo.

## OPORTUNIDADES

- Llevar a cabo proyectos internacionales con clientes dentro y fuera de la Universidad Francisco Marroquín.
- La actual situación ha permitido desarrollar contenido para clases en líneas de distintas facultades.
- Tener más proyectos gracias a las recomendaciones de clientes satisfechos con nuestro trabajo.

## DEBILIDADES

- Falta de seguimiento en algunos procesos lo cual llega a retrasar los tiempos de entrega y validaciones de tareas que fueron hechas con tiempo.
- Tener varios proyectos a la vez en ocasiones dificulta los tiempos y calidad de entrega.
- La carencia de un manual institucional que rige el uso del logo, que detalle la misión y visión del departamento causa que los integrantes nuevos no sepan el propósito del mismo dentro de la UFM.

## AMENAZAS

- Se encuentra en riesgo de detener algunos proyectos debido a la situación actual, ya que no se tiene la misma libertad de grabar como antes.
- Existen personas que dicen que los precios del departamento son muy elevados.
- Que ya no se brinden donaciones al departamento para desarrollar nuevos cursos debido a la pandemia.



# CAPÍTULO V



## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

El grupo objetivo para este proyecto se concentra en hombres y mujeres, entre 18 y 35 años que sean estudiantes a nivel licenciatura o bien maestría, a nivel nacional e internacional, que quieren profesionalizarse en temas literarios y culturales. Pertenecen a un nivel socioeconómico C3.

### **5.1 Perfil geográfico**

Según la página del censo población (2018), el público objetivo se encuentra ubicado en la Ciudad de Guatemala, cuyo nombre oficial es Nueva Guatemala de la Asunción, es la capital de la República de Guatemala, la cual cuenta con una población total de 923,392, del cual el 61% son personas económicamente activas.

### **5.2 Perfil demográfico**

El grupo objetivo enfocado para este proyecto tiene un promedio de edades de 18 a 35 años, hombres o mujeres, de nivel socioeconómico C3, de nacionalidad guatemalteca. Lo que indica que el nivel de ingresos es de Q17,500.00 como estimado, aunque en ocasiones puede variar por distintas fuentes de entradas financieras. La ocupación de este grupo objetivo es en especial dirigida a estudiantes universitarios y profesionales nivel licenciatura y maestría.

La mayoría de las personas que conforman el grupo objetivo son estudiantes a nivel universitario o superior con interés en aumentar sus conocimientos culturales.

**Ingreso.** Q17,500.00

**Educación.** Superior, Licenciatura.

**Desempeño.** Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente.

**Vivienda.** Casa/ departamento rentado o financiado. 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garaje, para 2 vehículos.

**Personal de servicio.** Por día/ eventual

**Servicios financieros.** 1 cta Q monetaria y ahorro, 1 TC local.

**Posesiones.** Auto compacto de 4-5 años, sin seguro.

**Bienes de comodidad.** 1 teléfono fijo, mínimo 1-2 celulares, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos.

**Diversión.** Cine, CC, parques temáticos locales.

*Ver Anexo 5: Tabla de niveles socio económicos*

### **5.3 Perfil psicográfico**

Son personas que tienen como objetivo la superación personal y profesional, por trabajo o por realizar una actividad distinta. Tienen una personalidad emprendedora y autodidacta, pues la mayoría se encuentra estudiando el nivel superior.

### **5.4 Perfil conductual**

Los interesados en los cursos en línea son personas con mucho interés en la superación personal, la tecnología y los nuevos medios de comunicación, educación e información. El grupo puede encontrar una actitud positiva hacia la entrega de un curso innovador y diferente al resto, el cual es interactivo y tendrá material de apoyo para que las personas comprendan mejor el tema. Se persigue buscar la mejora de calidad en la conceptualización gráfica del curso en línea.

*Ver Anexo 6: Encuesta de perfiles demográfico y psicográfico*



# CAPÍTULO VI



## Capítulo VI: Marco Teórico

### 6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

**6.1.1. Universidad.** Establecimiento educacional dedicado a la enseñanza superior, el cual está facultado para dar grados académicos y títulos profesionales. También se dedica a la investigación en temas particulares y se divide en varias áreas, campo y dentro de ellas aparecen facultades, escuelas, institutos, departamentos, laboratorios y cada uno de ellos imparten la enseñanza de varias carreras en diferentes grados académicos. (Ucha, 2008)

**6.1.2. Departamento.** El concepto de departamento hace referencia a cada una de las divisiones en que se estructura una corporación, y que poseen diferentes funciones relacionadas con su actividad. Podríamos decir que un departamento es una de las partes que forma una organización. (Caurin, 2016)

**6.1.3. Multimedia.** Es el uso del texto, imagen, sonido, animaciones y videos que pueden verse en una pantalla y otros medios electrónicos con el objetivo de dar una comunicación a su usuario. (Bachmann & Harlow, 2012)

**6.1.4. Departamento de Multimedia.** Es el lugar donde se realizan producciones de multimedia, audiovisuales, cinematográficos e interactivos con base científica y no solo una producción artesanal o artística. Es decir, utiliza elementos académicos y prácticos, no solo empíricos. Donde técnicos y especialistas trabajan de forma sistematizada en proyectos audiovisuales e interactivos, haciendo uso de la investigación y procesos de contenidos previamente analizados, producidos y buscado el medio más idóneo para la difusión de estos materiales. (Anónimo, 2018)

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

- La armonía en el que a cada sonido le corresponde una imagen.
- La complementariedad; lo que no aporta uno lo aporta el otro.
- El refuerzo de los significados sonoros y visuales que insisten en un mismo propósito.
- El contraste entre ambos que determina el significado nace del contraste entre ambos. (Autores, 2012)

**6.1.6. Preproducción.** En la realización de un proyecto audiovisual, la preproducción es la parte más larga y laboriosa, pero a la vez es indispensable y muy importante si se quiere tener claro qué y cómo se va a hacer la producción del proyecto. Antes de proceder a producirlo, hay que realizar una serie de planificaciones, previsiones e investigaciones, a partir de las cuales se deberán sopesar las diferentes opciones y tomar decisiones que conducirán a una mejor o peor resolución de los problemas que puedan surgir en el momento de realizar los rodajes o finalmente en la postproducción. Se podría decir que la preproducción es la parte más importante, la base de un buen proyecto audiovisual, que nos agilizará el trabajo posterior. (De Lamo, 2016)

**6.1.7. Producción.** La producción audiovisual es una creación que supone la generación de contenidos audiovisuales. Ya sea una película, un documental, serie o programa de TV, cada producto audiovisual es realizado por un equipo de producción. Así, la producción de un proyecto supone la coordinación de elementos técnicos, humanos y financieros que participaran en el desarrollo del mismo. (Soto, 2015)

**6.1.8. Postproducción.** Se ejecuta una vez que la filmación definitiva esta realizada. Aquí se da inicio a la edición, montaje y sonorización de lo filmado. El productor debe estar atento a posibles inconvenientes, como la necesidad de rodar nuevamente ola utilización extrema de material de archivo. (Soto, 2015)

**6.1.9. Enseñanza.** Enseñar es favorecer la construcción de conocimientos de tipo informativo y formativo a los alumnos. (Domenech, 1996)

**6.1.10. Material Didáctico.** Según Gutiérrez Saenz la “Didáctica es la ciencia que trata del fenómeno enseñanza-aprendizaje en su aspecto prescriptivo de métodos eficaces” (Gutiérrez, 1980, p. 15). Se encarga de buscar métodos y técnicas para mejorar la enseñanza, permitiendo abordar, analizar y diseñar los esquemas pedagógicos. En términos generales, es una forma creativa de enseñar para el maestro y una manera distinta de aprendizaje para el alumno. (Gutierrez, 1975)

**6.1.11. Aprendizaje.** Aprender es adquirir conocimientos, no solo de tipo informativo sino también formativo. Por lo que podemos decir que el aprendizaje es el proceso por el cual se adquieren conocimientos, obteniendo habilidades y destrezas por medio del estudio de una materia o tema. El aprendizaje está ligado al desarrollo personal, profesional y académico de una persona. (Domenech, 1996)

**6.1.12. Formación.** El concepto de formación proviene de la palabra latina formatio, esta palabra está asociada a la capacitación e instrucción a un nivel profesional de una persona en un estudio de un tema, grado académico, donde demuestre los conocimientos necesarios para desenvolverse en dicho tema. (RAE, 2020)

**6.1.13. Etapas.** Son las partes de un proceso técnico para la elaboración de algo el cual tiene un tiempo delimitado que está formado por un momento anterior y otro posterior, es

decir que tiene un inicio y un final, por medio del cual tienen que existir características específicas que implican sucesión de eventos ordenados para obtener un producto final. (RAE, 2020)

**6.1.14. Apoyo Didáctico.** Es un medio alternativo para transmitir la información de un tema en el proceso de enseñanza y aprendizaje, mejorando la comunicación de temas específicos para estimular reflexiones. (Gutierrez, 1975)

**6.1.15. Educación a distancia.** Forma de estudio en la que el proceso de aprendizaje se desarrolla sin la existencia de un vínculo directo instructor-estudiante, por tanto, sin tener que acudir sistemáticamente a un salón de clases, lo que posibilita el acceso al aprendizaje a todos aquellos que, por diferentes razones, no pueden asistir a los cursos de la modalidad presencial. Establece la relación entre la Educación a Distancia y la presencial, a partir de la inclusión de los medios técnicos, para lograr así un proceso de enseñanza aprendizaje más abarcador. (ecured, 2020)

**6.1.16. E-learning.** es el término abreviado en inglés de electronic learning, que se refiere a la enseñanza y aprendizaje online, a través de Internet y la tecnología. El e-learning debe entenderse como una modalidad formativa que pretende aportar flexibilidad y personalización en los procesos de aprendizaje. (e-abclearning, 2020)

**6.1.17. Plataformas e-learning.** La plataforma de e-learning, campus virtual o Learning Management System (LMS) es un espacio virtual de aprendizaje orientado a facilitar la experiencia de capacitación a distancia, tanto para empresas como para instituciones educativas.

Este sistema permite la creación de “aulas virtuales”; en ellas se produce la interacción entre tutores y alumnos, y entre los mismos alumnos; como también la realización de

evaluaciones, el intercambio de archivos, la participación en foros, chats, y una amplia gama de herramientas adicionales. (e-abclearning, 2020)

**6.1.18. MOOC.** Los cursos en línea masivos y abiertos (MOOC – Massive Open Online Course) son una modalidad de aprendizaje flexible (los participantes pueden acceder desde cualquier lugar y momento, y avanzar a su propio ritmo). Este paradigma de auge global, está liderado por universidades de alto prestigio que ofrecen contenidos de calidad a un gran número de estudiantes en todo el mundo, quienes de desearlo tienen la oportunidad de certificar, a bajo costo, las competencias adquiridas. (Andes, 2020)

**6.1.19. Curso.** Uno de sus usos más comunes es para aludir a un tipo de educación que se basa en un grupo de lecciones con el propósito de impartir una materia en particular. (RAE, 2020)

**6.1.20. Cursos online.** La formación online son estudios que se realizan de forma no presencial a través de un dispositivo con conexión a Internet, esto es, que requieren de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Los estudiantes pueden estudiar desde su casa o desde cualquier sitio en el que tengan conexión a Internet. (educaweb, 2020)

## **6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño**

### **6.2.1. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.**

**6.2.1.1. Comunicación.** Es el proceso por el cual se puede transmitir, intercambiar, compartir información. Interviniendo un emisor que es el que transmite un mensaje a un receptor, este es el que lo recibe, para ello debe existir un código que ambos deben de

entender y ser común para decodificarlo y se da a través de un medio o canal. (Santos Garcia, 2012)

### ***6.2.1.2 Principales autores de la comunicación.***

- Según B.F. Lomonosov y otros: “Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupala”. (Ruiz, 2012)
- E. Pichón. Riviere: “La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos. No sólo se trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción. Para la comunicación se necesita como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto”. (Ruiz, 2012)
- Z.M.Zorín: “Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistema de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano”. (Ruiz, 2012)

### ***6.2.1.3. Elementos del proceso de la comunicación.***

Los elementos que intervienen en el proceso de comunicación son los siguientes:

- **Emisor y Receptor:** Ambos tienen que estar predispuestos a comunicarse, es decir, a emitir un mensaje y a recibirlo. Ya que si una parte no está interesada no se puede dar este proceso.
- **Código:** Conjunto y sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje y el cual el receptor también debe de conocer.
- **Canal:** Es el elemento físico por donde el emisor transmite la información y el mensaje, por medio del cual llega al receptor y este lo capta o entiende. Cuando nos

referimos al medio puede ser el aire, imprenta, radio, televisión, computador, medios tecnológicos, los cuales el receptor percibe a través de sus sentidos, oído, vista, tacto, olfato y gusto.

- **Mensaje:** Es la información que se transmite y se recibe.
- **Contexto:** Circunstancias espaciales, temporales, coyunturales y socioculturales que rodean el acto comunicativo y que haga comprender el mensaje tal como se quiere transmitir.
- **Ruido:** Es todo obstáculo u obstrucción que dificulte el proceso de comunicación o su transmisión por medio del canal, es decir que suponga la pérdida de la información o mensaje.
- **Retroalimentación:** Es la condición de interactividad del proceso comunicativo, se dice que, si no hay este retorno, solo es información no comunicación. (Santos Garcia, 2012)

**6.2.1.4. Medios de Comunicación Masivos.** Los deterministas sociales relativizan la importancia de la tecnología en la definición de nuevas formas de comunicación y, por lo tanto, de nuevas relaciones sociales. Algunos caen en la tentación de pensar que este relativismo es absoluto, pero, en realidad, lo que hacen es compensar la posición de los deterministas tecnológicos que habían sido hegemónicos en la definición de la comunicación de masas. Hay muchas opiniones sobre qué medios de comunicación son masivos, de los cuales se mencionan los siguientes:

- Prensa Escrita: Son publicaciones impresas que hacen uso del texto y las imágenes.
- La Radio: Es un medio auditivo por el cual se da un mensaje.

- **Televisión:** Permite desplegar la información utilizando la imagen, texto, sonido y movimiento.
- **Internet:** Es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas funcionando como una sola de alcance mundial. (Saez)

**6.2.1.5. Comunicación virtual.** La comunicación es la base de la formación en un entorno virtual y es esencial para facilitar el aprendizaje. Gracias al desarrollo de las redes de ordenadores e Internet han ido surgiendo diversas formas de comunicación virtual.

De esta manera, pueden adquirir nuevos conocimientos o corregir posibles errores de conceptos y procedimientos. (Varios, 2015)

**6.2.1.6. Comunicación educativa.** Es el proceso complejo en el que se lleva a cabo un intercambio de información verbal o no verbal (entre maestro – alumno, profesor –alumno y viceversa) durante el proceso de enseñanza aprendizaje, establece un contacto a nivel racional y emocional entre los participantes, se exponen juicios, criterios, valoraciones, puntos de vista, prevalece la intervención de uno y la escucha por el resto de los miembros, sin olvidar el respeto y la cooperación de todos. Se desarrolla en el aula, bajo la dirección del maestro o profesor. (Varios, 2015)

**6.2.1.7. Comunicación visual.** La comunicación visual es el proceso de elaboración, difusión y recepción de mensajes visuales. Al igual que en cualquier otro proceso de comunicación en ella influyen: el emisor, el receptor, el código, el medio o canal y el referente. La comunicación visual suele ser directa, penetrable y universal. (Varios, 2015)

**6.2.1.8. Imagen.** Imagen significa figura o representación visual de algo o alguien. Proviene del latín *imāgo*, *imagīnis*, que significa ‘retrato’. En este sentido, puede tratarse de una pintura, un dibujo, un retrato, una fotografía o un video (RAE, 2020)

*6.2.1.8.1. Funciones de la imagen.* Las funciones de la imagen van más allá del sentido y la profundidad de la misma imagen, tienen que tener mayor significado y mayor búsqueda y para ello la imagen cumple con ciertas funciones en relación a la audiencia, las cuales deben explotarse para la construcción del mensaje, algunas de las funciones son:

- **Función referencial:** se da cuando la imagen registra y revela hechos, eventos, personas y realidades tal como son, teniendo fuerza informativa (Mauricio, 2001).
- **Función expresiva:** se da cuando la imagen significa no por su contenido específico, si no que por la construcción y concepción de los elementos que ella relaciona, esto quiere decir que la imagen no solo tiene un potencial referencial, sino es estética, esta función es la que se debe usar más ya que su uso es escaso.
- **Función comunicativa:** es cuando la imagen relaciona sus elementos informativos y estéticos para significar algo específicamente. Es decir que tenga intencionalidad de decir algo a un público específico. (Rincón, 2001)

*6.2.1.8.2. Elementos de la imagen.* La combinación y uso de estos elementos son los que construyen un estilo personal o marca de quien realiza la imagen.

- El tema de la imagen o contenido.
- El contexto de la imagen o el entorno del tema principal.
- El estilo de la imagen o el modo en que aparece al espectador en su estética, como el encuadre la angulación, movimientos de cámara, tipo de luz, profundidad de campo. (Rincón, 2001)

**6.2.1.9 Funciones de la comunicación.** En la interacción humana directa e indirecta, las funciones comunicativas se superponen y mezclan con frecuencia. Esta clasificación

separa las funciones por la diferencia del propósito u objetivo final del proceso comunicativo.

- **Informar:** La transmisión de información de una persona a otra es la función principal de la comunicación.
- **Expresar:** Todo ser humano requiere comunicar emociones, sentimientos, necesidades y opiniones. Un bebé comunica casi siempre con el llanto cuando necesita algo o siente incomodidad, ya que en ese momento es la única manera que tiene para transmitir información.

Con el aprendizaje de los tipos de lenguaje a lo largo del crecimiento, se consigue regular todas esas necesidades expresivas dentro de los contextos correctos, lográndose así un proceso de comunicación sana y eficiente.

- **Persuadir:** Expresar algo con el objetivo de inducir a otro individuo a actuar de una u otra manera, es el día a día de la interacción humana.
- **Instruir:** Este propósito es similar al anterior, pero se diferencia en que la respuesta deseada está mucho más clara o es más específica. Por ende, la información y el carácter del mensaje son más concretos e imperativos.
- **Regular o controlar:** Son más comúnmente usadas dentro de equipos de trabajo, organizaciones y grupos de personas, donde se hace necesario una convivencia e interacción sana entre las personas involucradas para lograr objetivos planteados.
- **Integrar:** El proceso de dar y recibir información en una conversación, donde todos los tipos de comunicación entran en juego, son esenciales para el entendimiento sano, creación de convenciones de trato, respeto y formación de lazos entre individuos. (Ramírez, s.f.)

## 6.2.2. Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

**6.2.2.1. Diseño.** Es un concepto que se orienta a la rama de las artes plásticas, arquitectura, ingeniería, como otras. Maneja distintas formas de inspiración, pero todas emplean una visualización gráfica del resultado final del proyecto. (Campi, 2020)

### 6.2.2.2 Principales autores del diseño.

Según Fiori (2014), dedicarse al diseño gráfico requiere de mucha creatividad, experiencia y dominio de los recursos que hacen posible el diseño y entre los más destacados en esta área se encuentran:

- **Storm Thorgerson:** nacido en el Reino Unido, el fallecido diseñador gráfico fue conocido por haber creado las portadas de los álbumes del grupo Pink Floyd, como “The Dark Side of the Moon”. Imaginativo, surrealista y talentoso, el estilo de sus creaciones lo convirtieron en un artista destacado de su tiempo. Además de su trabajo con Pink Floyd, Thorgerson colaboró con Led Zeppelin, Peter Gabriel, Phish, Styx, The Cranberries y Muse, entre otros. (María, 2014)
- **Paul Rand:** un notable profesional que trabajó para gigantes corporativos como IBM, ABC, Enron, Ford o Next. En todos ellos, Rand hizo valer los principios de las corrientes modernistas europeas en EE. UU, aunando bajo un mismo paraguas el constructivismo ruso, la deconstrucción holandesa de De Stijl y el racionalismo alemán de la Bauhaus. Sus diseños sobrios apuestan por la sencillez, sin por ello menoscabar el papel comunicador del logotipo. En sus propias palabras, “el diseño es simple. Por eso es tan complicado”. (María, 2014)
- **Andreas Preis:** es un ilustrador y diseñador gráfico de Berlín, que ha trabajado para empresas como Adidas, Nike, TNT, Atomic, Bruce Dunlop & Associates, CK

one, DC Comics, Digitalarts, ESPN Classic, entre otras firmas. Su estilo se caracteriza por plasmar con aerosoles y acrílicos retratos de personas y animales, por trazar líneas, abusar de ellas y combinar figuras geométricas con irregulares. “Al final, todo te inspira. La naturaleza, la gente que te rodea, la música, la ciudad, cosas que encuentras en Internet y algunos otros artistas”, dice Andreas en su sitio Web. Y agrega que todas sus piezas son obras de arte porque las dibuja y luego las escanea para trabajar digitalmente en ellas. (María, 2014)

- **Andreas Preis:** es un ilustrador y diseñador gráfico de Berlín, que ha trabajado para empresas como Adidas, Nike, TNT, Atomic, Bruce Dunlop & Associates, CK one, DC Comics, Digitalarts, ESPN Classic, entre otras firmas. Su estilo se caracteriza por plasmar con aerosoles y acrílicos retratos de personas y animales, por trazar líneas, abusar de ellas y combinar figuras geométricas con irregulares. “Al final, todo te inspira. La naturaleza, la gente que te rodea, la música, la ciudad, cosas que encuentras en Internet y algunos otros artistas”, dice Andreas en su sitio Web. Y agrega que todas sus piezas son obras de arte porque las dibuja y luego las escanea para trabajar digitalmente en ellas. (María, 2014)
- **Dr. Alderete:** es una de las leyendas de la ilustración y diseño en América Latina. Su imaginación ha formado parte de la portada de muchos discos de grandes músicos. Nacido en Argentina, su trabajo ha sido publicado en varias antologías especializadas como *Illustration Now* y *Latin American Graphic Design* (Taschen); *Illusive*, *Pictoplasma*, *Los logos series*, *Latino* y *Play Loud* (Die Gestalten Verlag); *Place* (Actar), *Kustom Graphics* (Korero), entre otros. Y su obra ha sido expuesta en distintas galerías del mundo. Ha colaborado como animador independiente para

varias televisoras como MTV, Nickelodeon, Canal Fox y Once TV. Ha lanzado proyectos alternos, como una disquera, la publicación de libros y una tienda virtual. (María, 2014)

- **David Carson:** arriesgado y siempre polémico, este diseñador es uno de los mejores de todos los tiempos. Sus trabajos más famosos fueron resultado de la dirección artística que él realizó en las revistas Transworld Skate Boarding, Musician, Beach Culture, Surfer, Ray Gun. En 1993, se convirtió en consultor de diseño de grandes firmas como Burton Snowboards, Game Net Outdoors, Gotiche Clothing, Hallmark Corporation, Levis, Nike y Pepsi. En 1994 y 1995 realizó tareas como director filmico de comerciales publicitarios para empresas como American Express, Citybank, Coca-Cola, Hardees, MCI, Norton Bank, Ryders Trucks, Sega, Tv Guide, Vans y Microsoft. (María, 2014)
- **Owen Davey:** ilustrador galardonado en el reino unido quien tiene una trayectoria de más de 11 años como ilustrador. Ha trabajado con clientes como Google, Facebook, Sony, Lego y National Geographic. Ha publicado diversos libros ilustrados, entre los cuales se encuentran “Two dots”, “About” y “Mad about Monleys”. (Davey, s.f.)

**6.2.2.3. Diseño Gráfico.** El diseño gráfico es una especialidad o profesión, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de comunicación visual con un fin específico como, por ejemplo, la publicidad. Se ocupa de organizar las imágenes y los textos, producidos en general por medios industriales, para comunicar un mensaje específico a un determinado grupo social y con objetivos claros y definidos. Esta profesión se vale de herramientas para

su ejecución, siendo el computador el principal instrumento utilizado en la actualidad por estos profesionales. (Wong, 1991)

**6.2.2.4. *Diseño instruccional.*** El denominado diseño instruccional tiene que ver con un plan sistemático para lograr que los estudiantes adquieran en un alto porcentaje los objetivos del curso, unidad o tema que se les desea enseñar. Este parte del análisis de la conducta de entrada del estudiante y del análisis estructural de los objetivos terminales del curso. En este ámbito, se hace referencia a un plan sistemático porque en los comienzos de la tecnología educativa el diseño estuvo muy ligado a la teoría de sistemas que había irrumpido como paradigma de pensamiento y acción en la educación.

(Sánchez, 2013)

**6.2.2.5. *Línea gráfica.*** es la comunicación o identidad visual, es el contenido que mostraremos a nuestro público por medio de imágenes. Estilo, estructura, colores, formas que queramos darle a nuestra marca, además de la publicidad. (Fullpanama Marketing Online, 2017)

**6.2.2.6. *Conceptualizar.*** Conceptualizar es el proceso en el cual una persona genera una idea propia sobre un tema específico para facilitar la comprensión del mismo. Cada persona realiza de manera constante conceptos sobre lo que le rodea; las personas conceptualizan sin darse cuenta, pues en todo momento están expuestos a distintos estímulos, por ejemplo, vallas publicitarias o campañas de concientización, que los llevan a generar dichas ideas mentales, aunque esto no es por casualidad, pues dichos estímulos fueron previamente conceptualizados para promover una idea específica. (Ideas con Cafe, 2017)

### **6.2.2.7. Principios básicos del diseño.**

El diseño se rige por principios que son intemporales y aplicables a todas sus manifestaciones: equilibrio, contraste, escala, proporción y estética; sin embargo, el diseñador debe saber que también se puede crear rompiendo las reglas siempre y cuando se mantenga la armonía visual. En cuanto a la estética, se ha vinculado en la enseñanza del diseño con el arte, pero como lo resalta Kant es una cuestión de parámetros culturales subjetivos que crean sentimientos cuando se contempla una manifestación artística; en la enseñanza del diseño es necesario señalar que no existe un patrón definido y que finalmente el objeto está determinado por el gusto del usuario, forma y función.. (Sánchez Ramos, 2013)

*6.2.2.7.1. Proximidad.* Es la agrupación de los elementos relacionados, así cuando varios elementos cercanos unos a otros, se convierten en una unidad visual en lugar de varias unidades independientes. Como en la vida, la proximidad, o la cercanía, implica una relación. (RAE, 2020)

*6.2.2.7.2. Alineación.* Se conoce como alineación al acto y el resultado de **alinear** (ubicar elementos en línea recta. No se debe colocar nada de forma arbitraria, cada elemento tiene su conexión visual con algo más, significa no colocar cosas solo por colocar ya que el distribuir de una forma alineada atrae al espectador. (Campi, 2020)

*6.2.2.7.3. Contraste.* se utiliza para añadir interés visual, esto se crea cuando dos elementos son distintos. (RAE, 2020)

*6.2.2.7.4. Repetición.* debe repetir algún aspecto del diseño a lo largo de él, ya que el elemento repetitivo es el que marcará la diferenciación. (RAE, 2020)

**6.2.2.7.5. Equilibrio.** El equilibrio es la distribución visual del peso de los objetos, colores y espacio en su diseño. Tenga en cuenta que no es necesario que un diseño sea simétrico para que se lo considere equilibrado, sino que también se puede equilibrar un diseño asimétrico. (Dondis, 2015)

**6.2.2.8. Color.** Es una percepción visual generada en el cerebro interpretación de señales nerviosas en el que logra distinguir las diferentes longitudes de ondas del espectro electromagnético perceptible por el ser humano. El color es importante porque capta la atención del espectador de una forma inmediata, logra un factor estético por medio de una disposición armónica de los colores. (Dondis, 2015)

**6.2.2.8.1. Colores fríos y cálidos.** Se llaman colores cálidos aquellos que van del rojo al amarillo y los colores fríos son los que van del azul al verde. (Zelanski & Pat Fisher, 2001)

**6.2.2.8.2. Síntesis aditiva.** Son los colores producidos por luz, es decir utilizado por los televisores, monitores, etc. Llamados también RGB, cuya fusión del rojo, verde y azul su fusión crea luz blanca, las mezclas parciales de estas luces dan origen a los demás colores. (MAKERTAN, 2014)

**6.2.2.8.3. Colores complementarios.** Son los colores opuestos a los pares opuestos del círculo cromático, unidos por su diámetro. (Ángels, 2017)

**6.2.2.8.4. Paleta de color.** Define como aquel que se utiliza para designar un conjunto de colores y tonalidades existentes o elegidas para decorar, pintar, colorear algún objeto o superficie. (Ideas con Cafe, 2017)

**6.2.2.9. Textura.** Es el elemento visual que sirve frecuentemente de doble de las cualidades de otro sentido, el tacto. Pero en realidad la textura podemos apreciarla y reconocerla ya sea mediante el tacto, mediante la vista, o mediante ambos sentidos. (Dondis, 2015)

**6.2.2.10. Tipografía.** Es el arte de reproducir la comunicación, mediante la palabra impresa y pantalla, donde se reproduzcan textos. La tipografía se relaciona con posturas difíciles de entender o visualizar y hay que tener en cuenta el balance gráfico de la imagen. Hay que tener prioridad a la comunicación visual tanto los elementos gráficos como los tipográficos deberán tener relación estrecha entre ellos. (Ideas con Cafe, 2017).

**6.2.2.10.1. Importancia de la tipografía.** Debemos de tener en cuenta que cada tipografía ha sido diseñada para un fin específico (muchas de ellas para un único uso) es por esto que a la hora de utilizar una tipografía debemos de saber que transmite y cuál es nuestro objetivo en el mensaje gráfico. (Pablo, 2019)

**6.2.2.10.2. Tipos de tipografía.** Este intento de realizar una clasificación elemental está basado en características relacionadas con la anatomía de la letra, y si bien toma como referente la clasificación realizada por Maximilian Vox en 1954, apunta a lograr una simplificación respecto a los estilos transicionales. La clasificación aquí propuesta reconoce cuatro amplios grupos o conjuntos básicos. (Pepe, 2010)

**6.2.2.10.2.1. Serif:** estas son las que se presentan adornos en sus acabados para embellecer la letra, esto denota tranquilidad, autoridad, dignidad y firmeza. (Pepe, 2010)

**6.2.2.10.2.2. San Serif:** estas son las que no tienen remates en sus extremos y denota modernidad, sobriedad, alegría y seguridad. (Pepe, 2010)

**6.2.2.10.2.3. Manuscritas o Script:** son cursivas y caligráficas, hay que tener cuidado al usarlas en una presentación digital. (Pepe, 2010)

**6.2.2.10.2.4. Fuentes de Exhibición:** llamadas display, son las que tienen mayor atracción de todas las categorías, sugiere una época o periodo de tiempo y denotan mayor personalizar. (Pepe, 2010)

**6.2.2.10.2.5. De símbolos e imágenes:** estas incluyen caracteres y formas no encontrados en alfabetos tradicionales, incluyen diseños que contienen juegos de caracteres de matemáticas y usos especializados. (Pepe, 2010)

**6.2.2.11. Coherencia.** Según Dondis, la coherencia es la técnica de expresar la compatibilidad visual desarrollando una composición dominada por una aproximación temática uniforme y consonante. (Dondis, 2015)

**6.2.2.12. Secuencialidad.** Para Dondis, “Una suposición secuencial en el diseño está basada en la respuesta compositiva a un plan de presentación que se dispone en un orden lógico”. (Dondis, 2015)

**6.2.2.13. Estilo.** Es la síntesis visual de los elementos, las técnicas, la sintaxis, la instigación, expresión y finalidad básica. Es una categoría o clase de expresión visual conformada por un entorno cultural. (Dondis, 2015)

**6.2.2.14. Composición.** Según Carreño, es una distribución o disposición de elementos que incluiremos en un diseño o pieza gráfica, de una forma perfecta y equilibrada. (Carreño, 2015)

## **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias**

### **6.3.1. Ciencias auxiliares.**

**6.3.1.1. Semiología.** Es la ciencia que permite el estudio de la comunicación a través del análisis de los signos en la vida social en el ámbito de la lingüística y semiótica. Está orientada al estudio de los signos producidos por el ser humano. Generalmente se le encuentra parecido a la semiótica, pero ésta se dedica a cierto grupo de naturaleza. (Contexto Comunicativo, 2017)

**6.3.1.2. Semiología de la imagen.** Es el estudio que se dedica a comprender el mensaje que la imagen y la comunicación visual quieren brindar a través del análisis del color, formas, íconos y composición para brindar una generalidad histórica y antropológica. (Aguirre, 2016)

**6.3.1.2.1. Kinésica:** Etimológicamente proviene de la palabra griega ‘kinesis’, que significa movimiento. Se refiere a aquella información que se ofrece a través de los mensajes corporales no verbales. Por tanto, esta disciplina -desarrollada por el antropólogo Ray Lee Birdwhistell- es la encargada de estudiar la capacidad expresiva del movimiento corporal. (Oliveras, 2020)

**6.3.1.2.2. Proxémica:** En este caso, el campo de estudio, impulsado por Edward Hall, se centra en la distancia interpersonal que guardan las personas a la hora de hablar entre ellas y está influenciada por la confianza existente, la personalidad de los intervinientes, el contexto, la edad o la cultura. (Oliveras, 2020)

**6.3.1.2.3. Paralingüística:** se ocupa de estudiar asuntos relacionados con la construcción del lenguaje humano, como los signos orales, auditivos, táctiles, visuales de una forma que se produzca sinergia para la elaboración de mensajes que sean transmitidos y entendidos a una audiencia. (Oliveras, 2020)

**6.3.1.3. Semiótica.** Entre los precursores de la semiótica están Platón que reflexiona sobre el origen del lenguaje y Aristóteles quien analiza los sustantivos en la poética y la interpretación.

La palabra “semiótica” viene de la raíz griega seme, como en semeiotikos, interprete de signos. La semiótica como disciplina es el análisis de los signos o el estudio del funcionamiento de sistemas de signos.

Ferdinand de Saussure definió el signo lingüístico como una diada, es decir tiene dos caras.

- **Significante:** es el aspecto material de un signo, lo que significa en un diccionario la palabra.
- **Significado:** es el concepto mental de un grupo determinado.

Saussure emplea el término semiología en contraposición a semiótica. El primer término pasara a asociarse con la escuela europea del estudio de los signos, mientras que el segundo se asociara fundamentalmente con los teóricos estadounidenses. (Capistran, 2006)

**6.3.1.4. Cultura de Masas.** La cultura de masas se ha definido como el conjunto de formas de expresión cultural que atraen a los individuos en condiciones donde se encuentran influenciados por masas reales o fantaseadas, es decir, en condiciones donde la psicología de las masas opera sobre ellos (Kernberg). Así, la cultura de masas contemporánea se caracteriza por la manipulación de éstas y su consecuente control social. (Campuzano, 2018)

**6.3.1.5. Sociología.** Es una ciencia que se dedica al estudio de los grupos sociales, analizando sus formas internas de organización, las relaciones que los sujetos que la integran mantienen entre sí y con el sistema y su grado de existencia en un marco estructural. Aquí podemos resaltar como las audiencias latinoamericanas consumen grandes contenidos de video, más de 131 millones de usuarios consumieron más de 25 mil millones de videos durante el mes de julio 2004, esto quiere decir 148 videos por usuarios que ven 10 horas de video por usuario, según el Estudio 2014 de la SIP sobre el estado de los medios. (Lopez, 2003)

**6.3.1.6 Antropología.** La antropología estudia la diversidad de las realizaciones socioculturales del ser humano, incluida la emergencia misma de los humanos en sus

entornos ecológicos. La antropología no está limitada en su objeto específico. Toda realidad pertinente para la comprensión de lo humano puede formar parte de su campo de investigación. (Porto & Merino, definicion.de, 2008)

**6.3.1.7 Lingüística.** Se denomina la disciplina que se dedica al estudio del lenguaje. La lingüística tiene como objetivo el estudio, la descripción y la explicación de la lengua entendida como un sistema de signos autónomo. Como tal, es una ciencia que bien puede estudiar el lenguaje en un sentido general, enfocado en su naturaleza y en las pautas que lo rigen, o bien de manera particular, orientado al estudio de lenguas específicas. Asimismo, la lingüística aborda aspectos asociados a la evolución de la lengua y su estructura interna, entre otras cosas. (Álvarez, 2020)

**6.3.1.8 Psicología del Color.** Estudia el análisis y el efecto del color en la percepción y la conducta humana, constituyendo una consideración habitual en el diseño y la publicidad. (Orozco, 2018)

**6.3.1.9 Psicología audiovisual.** Es la rama de la psicología que investiga la relación bidireccional entre psicología y artes audiovisuales y escénicas que aplica metodologías de intervención que integran los dos campos de estudio. Las artes audiovisuales se nutren de la psicología para optimizar los procesos y el bienestar de los creadores y el resultado de la obra artística. (Viartola, 2020)

**6.3.1.10 Andragogía.** Son las técnicas de enseñanza para educar a personas adultas, la educación es un proceso de socialización a la cual las sociedades transmiten conocimientos. Hay varios principios, pero el que nos interesa es el de la necesidad de saber, que significa

que los adultos necesitan saber por qué deben aprender algo antes de aprenderlo. (Colmaneras, 2006)

### 6.3.2. Artes

**6.3.2.1. Fotografía.** Es el arte de registrar imágenes por medio de la luz, se basa en el principio de la cámara obscura, en donde de una caja obscura se deja entrar la luz por un agujero, dejando entrar luz y registrando así las imágenes.

Sea cual sea el tipo de fotografía que le interese, lo más importante es practicar haciendo fotos con consciencia. Según Harold Davis, el objetivo debe ser conseguir una imagen que diga algo del sujeto.

Los exploradores de National Geographic empezaron a usar la cámara como herramienta para lo que ahora es su fuente principal de fama: historias que alteran percepciones y cambian vidas. (Rojas, 2015)

**6.3.2.2. Cinematografía.** La cinematografía, también llamada cine, es la técnica y el arte de capturar, almacenar y retransmitir imágenes en movimiento, a menudo provistas de un soporte auditivo. Este proceso se lleva a cabo normalmente con una cámara de video (o algún soporte semejante, como los celulares inteligentes) y se encuentra muy relacionado con la fotografía, tanto técnica como creativamente. (Concepto.de, 2018)

**6.3.2.3. Etapas de una producción.** En la elaboración de una producción audiovisual y cinematográfica se deben realizar 3 etapas para tener un producto terminado.

- Preproducción
- Producción
- Postproducción

(Concepto.de, 2018)

*6.3.2.3.1. Preproducción:* se dice que es la parte más importante en la producción de una película o material audiovisual. Una película que ha sido preparada adecuadamente, ahorrara tiempo y dinero.

La preproducción consta de 7 etapas y lo constituye toda la papelería para poder ir al campo con todo el equipo, cámaras, luces y grabar y registrar todas las imágenes que compondrán nuestro material audiovisual, video, película, documental, spot publicitario, etc. (Concepto.de, 2018)

*6.3.2.3.1.1. Idea:* es un concepto, imagen o representación que existe y se encuentra en la mente de un guionista, la cual necesita ser creada, razonada y que tenga un concepto. Es el acto más simple para entender y conocer algo.

Es un proceso creativo que lleva varias etapas según Fernando Marín, que van a dar lugar a una primera versión del guion y que constituye el ciclo creativo ya que se debe revisar una y otra vez, pasando por las mismas etapas hasta obtener un resultado que considere valido.

El proceso de la idea de escritura de un guion va a quedar organizado de la siguiente manera:

- **Nacimiento:** esta es la idea original, el espíritu del guion, es decir es lo que se quiere contar.
- **Infancia:** este es el cuerpo del guion, es como contar lo que se quiere contar.
- **Juventud:** aquí se determinan los personajes, es el corazón, quiere decir dotarlo de sentimientos y profundidad a lo que se quiere contar.
- **Madurez:** se crean los diálogos.

- Fin de la primera versión: se lee y se vuelve a escribir, hasta que esté listo para escribir la versión final.

Hay que recordar que el origen de la idea se da a raíz de un proceso creativo, hay que tener una motivación, algo que impulse a expresarnos, algo que se quiera contar o decir, cual es el argumento ya que si no tenemos ese objetivo claro podemos perdernos. Aquí se desarrolla el plan concebido por el diseñador y realizador que es la respuesta a una demanda de diseño. (Aprender cine, 2017)

6.3.2.3.1.2. *Guion escrito*: a partir de la idea, se quiere que ese concepto vaya tomando forma y quede ya escrita en un lenguaje, ya que muchas veces podemos tener la idea en la mente y a la hora de realizarla puede que se nos olvide, entonces hay que escribirla tal y como la estamos pensando, para después poder llevarla a un lenguaje cinematográfico. En este punto podemos decir que es una historia contada en un libro. (Santillan, 2016)

6.3.2.3.1.3. *Guion literario*: la preparación de un guion de filmación o que será grabado con la descripción de cada toma es tarea del director (Bernstein, 1993). Aquí podemos definir que es un guion y es una historia contada en imágenes, pero esta historia difiere de cómo se cuenta en un libro o como se cuenta con imágenes. La palabra como soporte del pensamiento humano es generalizadora, pero una imagen no, por ejemplo:

Cuando se lee “árbol” en la frase “el hombre dormía plácidamente bajo el árbol” no hay en ella un tipo de árbol en particular, sino la caracterización universal de todos los árboles existentes, es decir no se piensa en un tipo específico de árbol, si tiene frutas, hojas, si esta verde o seco, se piensa únicamente en la sombra que proporciona al sujeto, entonces cuando este signo verbal se traslada a la imagen, se sustituye por un signo visual, por ejemplo: un hombre calvo gordo, entre 30 a 40 años duerme plácidamente bajo un ciprés de hojas verdes

y 3 metros de altura, esto quiere decir que a diferencia del guion escrito o la literatura el guion literario se ha de ser más específico, tomando en cuenta que se tiene que ser claro, escrito en un lenguaje que cualquiera pueda comprender y conciso, en este sentido el formato de escritura estándar para los guiones, una página equivale aproximadamente a un minuto del material audiovisual (Santillan, 2016).

6.3.2.3.1.4. *Sinopsis*: es la presentación a grandes rasgos del contenido de la historia a realizar. Debe estar escrita de la forma más clara posible. Como la introducción de un trabajo se escribe de último, es el prólogo de un libro. (Santillan, 2016)

6.3.2.3.1.5. *Guion técnico*: el guion técnico de un cortometraje según Fernando Marín es una guía, esto quiere decir que es un mapa, un manual de procedimiento o un documento a partir del cual un conjunto de personas tiene que orientarse para llevar a cabo las distintas fases del trabajo que dan lugar a un cortometraje.

El guion técnico lleva las escenas, tomas, planos, angulaciones, movimientos de cámara y las acciones, es decir la descripción técnica de cada encuadre y toma. (Santillan, 2016)

6.3.2.3.1.6. *Guion audiovisual o Storyboard*: es considerado como un recurso gráfico del material audiovisual, en el que se usan cuadros proporcionales al formato de la pantalla donde se dibujan las imágenes que corresponden al desarrollo de la acción, apareciendo definidas y en escala los sujetos, objetos, tipografía, encuadres, angulaciones y todos los elementos que componen una escena para su grabación e imagen final. (Dosis Video Marketing, 2019)

6.3.2.3.1.7. *Hoja de diálogos*: en esta parte está todo el parlamento que dirán los actores o actrices, que es lo que deben de decir en el material audiovisual, con cada personaje y su diálogo. (Literautas, 2020)

6.3.2.3.1.8. *Hojas de tratamiento*: las hojas de tratamiento se dividen en 3:

- Casting o ficha de personaje: incluye la información biográfica, física y psicológica de cada personaje y datos relevantes según lo requiera el guion.
- Scouting o locaciones: es ir a cada lugar o escena de nuestro guion y tomar fotografías, presentando múltiples opciones al director para que elija el lugar indicado tanto artístico como técnico.
- Props o utilería: es el conjunto de objetos que van a aparecer en una escena, son accesorios utilizados por los personajes y elementos que componen la escenografía y el vestuario. (Literautas, 2020)

6.3.2.3.2 *Producción*: es realizar y registrar con una cámara el producto final de acuerdo a lo que se indique en la preproducción. Este es el periodo más costoso en toda una producción audiovisual hay que aprovechar las locaciones, el equipo y los protagonistas.

El equipo que integra una producción es variado, pero veremos los más esenciales:

- Productor Ejecutivo: es el encargado de poner todos los elementos en escena, por lo tanto, es el que busca el financiamiento y ve la forma en que se distribuye los gastos.
- Director: es el encargado de traducir el guion literario a un guion audiovisual, es el gerente y responsable de toda la producción audiovisual.
- Director de fotografía: es el encargado de la iluminación de la producción.
- Camarógrafo: el responsable del uso del equipo que registrara las imágenes de la producción.
- Director escenográfico: es el encargado de ver que todos los elementos que componen la escena estén en el lugar indicado.

- Director de continuidad: es el encargado de que todo tenga un hilo conductor y tenga secuencia lógica a la hora de ser grabado. (Soto, 2015)

**6.3.2.3.3 Postproducción:** es la etapa de edición, corrección de color, animaciones, efectos especiales, sonorización, doblaje, es decir todo lo que ya está grabado es llevado a una computadora para su retoque y composición final. Aquí se utilizan diferentes programas de computadora para lograr embellecer el material audiovisual y mandar a los diferentes tipos de salidas en que se proyectara ese material.

El desarrollo de las computadoras y sistemas digitales de grabación, edición y reproducción han traído grandes cambios al medio audiovisual. Por un lado, han hecho fáciles cosas que hasta hace poco resultaban muy costosas o casi imposibles, en el señor de los anillos, de Peter Jackson, casi el 70% de las imágenes ha sido tratadas digitalmente, se ha corregido la iluminación y añadido detalles y eliminados defectos. (Soto, 2015)

**6.3.2.4 Literatura.** La literatura es una manifestación artística basada en el uso de la palabra y del lenguaje tanto escrito como oral. (RAE, s.f.)

**6.3.2.5 Ilustración.** Se denomina ilustración al dibujo, estampa o grabado que adorna, documenta, narra o recrea en conjunto con el texto escrito de un libro. Es el componente gráfico que complementa o realza un texto. (Porto & Merino, definicion.de, 2009)

### **6.3.3 Teorías.**

**6.3.3.1. Teoría del color.** Es el arte de la pintura tanto en el diseño gráfico, visual, impreso y web. Los colores armónicos son aquellos que funcionan bien juntos, esto es que tengan armonía en los sentidos, logrando un equilibrio, una de las herramientas que se pueden utilizar es el círculo cromático para determinar estas armonías en los colores.

Aquellos colores que se contraponen son los colores complementarios, que producen un fuerte contraste.

El color tiene 4 propiedades para tomar en cuenta:

- El tono: es el matiz o croma que es el atributo que diferencia el color y por la cual se definen los colores, es su estado puro.
- La saturación: es la intensidad o pureza del color, su intensidad.
- El brillo: es la capacidad de un color para reflejar la luz blanca.
- Luminosidad: es la cantidad de luz reflejada en una superficie, que tan claro u oscuro es el color. (Lossada, 2019)

**6.3.3.2. Teoría de la Gestalt.** La teoría de la Gestalt sostiene que la mente se encarga de configurar, por medio de principios, todos aquellos elementos que se pasan a formar parte de ella gracias a la acción de la percepción y memoria.

Principios o leyes fundamentales de la Gestalt que sirven a la hora de crear un audiovisual:

- Principio de la semejanza: la mente agrupa elementos similares en una entidad, esta semejanza dependerá de la forma, tamaño, color y aspectos visuales.
- Principio de proximidad: es el agrupamiento parcial o secuencial de los elementos que conforman la imagen y se basa en la distancia, estableciendo que los objetos contiguos son vistos como una unidad.
- Principio de simetría: las imágenes simétricas son percibidas como iguales, como un solo elemento.
- Principio de continuidad: si se mantiene un patrón o dirección, la mente tiende agruparse percibiendo elementos continuos, aunque estén interrumpidos entre sí.

La importancia de la Gestalt es que ha mostrado su aplicación en el área educativa, investigadores y científicos gestálticos explican cómo una persona percibe en la mente los objetos conocidos en la vida diaria, definiendo el proceso mediante el cual el individuo trata de llevar a un todo algo completo y no dividir ese todo en pedazos iguales. (Lossada, 2019)

**6.3.3.3 Teoría constructivista del aprendizaje.** Propone que el proceso de enseñanza se percibe y se lleva a cabo como un proceso dinámico, interactivo y participativo de la persona que está aprendiendo, de modo que el conocimiento sea una auténtica construcción de enseñanza orientada a la acción. Esta teoría se enfoca en la construcción de conocimiento por medio de actividades basadas en experiencias.

Manuel Cebrián menciona que desde sus orígenes las universidades han modificado sus objetivos y procedimientos para dar respuesta a los cambios sociales, siendo promotoras de esos mismos cambios, respondiendo a los problemas y necesidades de una sociedad cambiante, haciendo uso intensivo de Tecnologías de la Información y Comunicación TIC, produciendo innovaciones y cambios en el sistema de enseñanza.

Cebrián menciona que las nuevas generaciones que proceden de los nuevos sistemas educativos y de cultura audiovisual y tecnológica, manifestando nuevas formas de adquirir el conocimiento y de aprender. (Cebrián, 2003).

Es una oportunidad para la elaboración de materiales docentes y gráficos de calidad, utilizando video, animaciones, realidad virtual, generando material y guías como apoyo al estudiante.

Cebrián menciona las competencias que necesitan los profesores para introducir las TIC en la enseñanza universitaria. El poder en el aula ya no está en el control de la

información, si no en la capacidad de construir el conocimiento permitiendo crear un verdadero autoaprendizaje con tutorías a los estudiantes (Cebrián, 2003), esto se puede hacer muy bien creando videos y materiales audiovisuales. (Domenech, 1996)

#### **6.3.4. Tendencias.**

**6.3.4.1. Fuertes puntos focales tipográficos.** En la tipografía, las fuentes en negrita proyectan importancia y, actualmente, buscan representar individualidad e innovación; sin dejar atrás el hecho de que estas fuentes tienen mejor visibilidad desde cualquier dispositivo móvil. (Pablo, 2019)

**6.3.4.2. Esquemas de Colores Claros y Oscuros.** Esta utilización busca simplificar al lector o usuario a comprender mejor el contenido que está recibiendo, dependiendo de cada situación. El cambio de los colores puede servir de guía para la utilización de una aplicación, la lectura de una presentación o una promoción a un producto nuevo. (Lossada, 2019)

**6.3.4.3. Tipografía Bold.** En la actualidad, cada vez más marcas están incorporando fuentes sans-serif llamativas en sus diseños. Este tipo de tipografías en negrita consiguen dar al diseño un enfoque moderno, e incluso pueden utilizarse con efectos tridimensionales. (Pablo, 2019)

**6.3.4.4. Composición asimétrica.** La diagonal y lo asimétrico consiguen captar la atención del público y transmitir incluso mensajes con mayor audacia. (Lossada, 2019)

**6.3.4.5. Hyper-pastiche.** Técnica utilizada en literatura y otras artes, consistente en imitar abiertamente diversos textos, estilos o autores, y combinarlos, de forma que den la impresión de ser una creación independiente. los diseñadores no revivirán una era específica, sino casi todas. Ya sea victoriano o medieval, Art Deco o Art Nouveau, los

estilos artísticos pasados se fusionan con diseños modernos en un collage cronológico masivo. (Marketing Directo, 2019)

**6.3.4.6. Ilustración Flat.** Está claro que, si hablamos del diseño con formas geométricas, colores planos y comunicación efectiva y funcional, nos tenemos que remontar a la archiconocida Bauhaus. Esta escuela sentó las bases de lo que ha sido el diseño gráfico hasta donde lo conocemos en la actualidad. Y el flat design en concreto bebe directamente de ella. También tenemos en el Estilo Suizo un referente histórico para el desarrollo y la conjugación del flat design: la reducción de elementos gráficos mínimamente expresivos, el uso de formas simples y mensajes claros y directos. (Carreño, 2015)

*Ver Anexo 6: Esquema de marco teórico*

## 6.4 Tablero de tendencias

# Tendencias de diseño gráfico

**01**

### Puntos focales tipográficos fuertes

En la tipografía, las fuentes en negrita proyectan importancia actualmente, buscan representar individualidad e innovación; dejar atrás el hecho de que estas fuentes tienen mejor visibilidad desde cualquier dispositivo móvil.



**02**

### Esquemas de Colores Claros y Oscuros

Esta utilización busca simplificar al lector o usuario a comprender mejor el contenido que está recibiendo, dependiendo de cada situación. El cambio de los colores puede servir de guía para la utilización de una aplicación, la lectura de una presentación o la promoción a un producto nuevo.



**03**

### Composición asimétrica

La diagonal y lo asimétrico consiguen captar la atención pública y transmitir incluso mensajes con mayor audacia.



**04**

### Hyper-pastiche

Técnica utilizada en literatura y otras artes, consistente en imitar abiertamente diversos textos, estilos o autores, y combinarlos, de forma que den la impresión de ser una creación independiente. Los diseñadores no revivirán una era específica, sino casi todas.



**05**

### Ilustración flat

Está claro que, si hablamos del diseño con formas geométricas, colores planos y comunicación efectiva y funcional, nos tenemos que remontar a la archiconocida Bauhaus. Esta escuela sentó las bases de lo que ha sido el diseño gráfico hasta donde lo conocemos en la actualidad.



Ver Anexo 9: Tablero de tendencias



# CAPÍTULO VII



## Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

### 7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

A continuación, se presenta la propuesta de conceptualización gráfica del curso en línea “El Popol Vuh y el poema del Mio Cid” que presenta un análisis comparativo de dos obras importantes de la cultura Latinoamericana.

Tomando en cuenta con la información obtenida de la investigación realizada en el marco teórico y el perfil del cliente, se puede proceder al siguiente paso de la aplicación, ya que se evaluaron todos los aspectos para su implementación, presentando la siguiente propuesta justificando la aplicación de la información recopilada en el marco teórico.

**7.1.1 Aplicación de la Comunicación.** La comunicación es indispensable para la realización de la conceptualización, ya que se necesita utilizarla para informar, persuadir, recordar, conocer y como transmitir una idea, un concepto, una frase relevante para provocar atención, interés y mover los sentimientos del espectador. En este caso son los alumnos del curso en línea, conociendo los procesos de la comunicación, los medios de comunicación y en nuestro caso la imagen en movimiento, los símbolos, el video y su proceso para construir imágenes vistosas que dejen un mensaje y sea captado, retenido y retroalimentado por los estudiantes del curso presentado.

**7.1.2 Aplicación del Diseño.** La aplicación del diseño contribuirá a crear y desarrollar de una forma estética y con sentido los mensajes que se quieren transmitir, aplicando sus principios, el color, la tipografía para que se produzca una buena comunicación, sin olvidar sus leyes. Con esto se llamará la atención para transmitir mensajes y generar emociones, sensaciones y sentimientos para que puedan retener la información.

**7.1.3 Aplicación de las ciencias auxiliares.** Las ciencias auxiliares respaldarán la parte científica del proyecto y contribuirá a lograr que la conceptualización sea bien aplicada a los videos del curso en línea, para que llegue de la mejor manera posible, ya no estéticamente como en el diseño ni la utilización del canal adecuado, sino que a través de la semiótica se le presentarán los signos necesarios que el usuario pueda darle un significado y sobre todo el significado necesario según la cultura social. Se encuentra que la forma en que la sociedad se educa es por medio de una cultura de masas, por lo que el presentador o educador deberá hacer uso de la kinésica, proxémica y paralingüística para lograr que el discurso y el mensaje sea el indicado, con el uso de las técnicas de enseñanza y educación para personas adultas por medio de la Andragogía con el motivo de transmitir adecuadamente conocimientos.

**7.1.4 Aplicación de las artes.** Las artes son necesarias en el proyecto ya que, por medio de la ilustración, la tipografía y la cinematografía se elaborará la conceptualización del curso por medio del proceso creativo, para construir una línea gráfica que logre dar una identidad visual a el análisis comparativo de estas obras literarias a través de imágenes, formas, textos, que deben estar reflejados en todo material de apoyo digital y audiovisual para que el curso tenga una unidad visual tanto en forma como en composición.

**7.1.5 Teorías.** Las diferentes teorías nos servirán para que tenga sentido y el mensaje sea interpretado correctamente. Para ello la teoría del color, la Gestalt y la teoría constructivista del aprendizaje lograran que podamos ponernos al día a los cambios sociales y tecnológicos en el modo en que se imparte el conocimiento. Nos enfocaremos en construir cursos que respondan a problemas y necesidades actuales haciendo uso intensivo de las Tecnologías de la Información y Comunicación TIC, para producir cambios en la forma y el sistema de enseñanza.

## 7.2 Conceptualización

### 7.2.1 Método.

**7.2.1.1 Scamper.** Es una técnica creativa grupal cuyo nombre es una sigla formada por las palabras en inglés: *substitute, combine, adapt, modify, put to other uses, eliminate y rearrange*. El proceso es el siguiente:

- **Definición del problema:** el problema a resolver puede ser encontrar o mejorar un producto o servicio, un proceso de cualquier tipo, o resolver una situación, etc. Para la definición del problema se pueden usar otras técnicas creativas, como mapas mentales o las que creamos más adecuadas.
- **Formulación de las preguntas:** las preguntas que forman parte del método SCAMPER ayudan a pensar y ver diferentes formas de solucionar un problema. Todas las ideas que surgen se anotan para su filtrado y evaluación posterior.
- **Evaluación:** en base a unos criterios definidos previamente se evalúa cada una de las ideas, para seleccionar las más adecuadas, las mejores.

**7.2.1.1.1 Aplicación del método.** Lo que se quiere lograr es elaborar la conceptualización del curso en línea “El Popol Vuh y el Poema del Mio Cid”, con el objetivo de crear una identidad visual específica para el contenido del curso. Para ello se utilizó la técnica de SCAMPER para ver qué limitaciones o bien qué cosas se pueden añadir al diseño del curso.

## TÉCNICA CREATIVA “SCAMPER”



**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La Universidad Francisco Marroquín no cuenta con el diseño de la línea gráfica del curso en línea “El Popol Vuh y el poema del Mío Cid” que facilite a los interesados del curso la comprensión del tema a desarrollar por medio de una identidad visual que lo identifique.

PREGUNTAS SCAMPER

S	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Es posible reemplazar o cambiar algunas de las partes?</li> <li>2. ¿Puedo cambiar su forma?</li> <li>3. ¿Puedo cambiar los sentimientos o actitud hacia el producto?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No, el contenido del curso ya está creado para generar un guión técnico, el cual constará de 6 capítulos, introducción y conclusión.</li> <li>2. Sí, de modo que sea entretenido y llamativo para los estudiantes.</li> <li>3. Sí, se puede buscar una forma de que el producto sea atractivo para los estudiantes.</li> </ol>
C	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué ideas o partes pueden ser combinados?</li> <li>2. ¿Puedo combinar diferentes talentos para mejorarlo?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se pueden combinar escenas en las cuales el catedrático sea parte de las escenas más importantes de las obras literarias- Se puede combinar animaciones 2D y 3D para que las escenas sean más interactivas.</li> <li>2. Sí, se combinarían los talentos de los departamentos de producción, diseño, contenidos y post-producción para lograr un material de alta calidad.</li> </ol>
A	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué puedo utilizar como inspiración?</li> <li>2. ¿Qué podría imitar para adaptar al producto?</li> <li>3. ¿Qué ideas podría incorporar?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se pueden tomar como inspiración los cursos anteriores desarrollados por New Media, así como los de otras plataformas de estudios.</li> <li>2. Lo que puede limitar el producto es el tiempo de entrega al cliente.</li> <li>3. Se pueden incorporar ilustraciones, animaciones, diseño, etc.</li> </ol>
M	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué podría hacerse más grande, más alto o más fuerte?</li> <li>2. ¿Puedo adicionar opcionales o algo que agregue valor?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se puede hacer más grande el logo y el tamaño de los personajes para que sean visibles en distintas plataformas digitales.</li> <li>2. Se puede adicionar promocionales en redes, en la página de opencourses de la UFM.</li> </ol>
P	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Puede esto ser usado por personas distintas a las que originalmente se destino?</li> <li>2. ¿Cómo podría usarlo un niño? ¿Y un adulto mayor?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sí, el alcance del curso es a nivel mundial por medio de la plataforma de opencourses.</li> <li>2. Un niño no es el grupo objetivo, un adulto mayor puede inscribirse a la plataforma de opencourses para acceder al curso.</li> </ol>
E	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué partes pueden ser removidas sin alterar sus funciones?</li> <li>2. ¿Puedo hacerlo más compacto o más chico?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se puede remover algunas escenas del guión técnico que no sean necesarias las cuales no afecten el contenido central del curso.</li> <li>2. Sí, lo ideal es que las lecciones no duren más de 10 min. para poder mantener la atención de los estudiantes.</li> </ol>
R	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué otros ajustes podrían hacerlo mejor?</li> <li>2. ¿Puedo cambiar su forma de transmisión?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El diseño, la locución, las actividades, animaciones.</li> <li>2. No, el curso será impartido únicamente en la plataforma de opencourses.</li> </ol>

**7.2.1.2 Inspiración desde los colores.** Técnica que busca fomentar la creatividad a través de fotos organizadas por colores y tienen como objetivo despertar la imaginación, generar analogías, evocar recuerdos y experiencias para generar ideas y soluciones.

*7.2.1.2.1 Aplicación del método.* Se buscaron imágenes según los colores verde, amarillo y azul que representan a la naturaleza según los mayas y los colores naranja y beige los cuales se ven en las estructuras medievales. El motivo por el que se eligieron estos colores fue que, al analizar ambas obras, se pudo determinar que existen algunas similitudes, en cuanto a ciertos temas descritos por el catedrático. Por lo tanto, los colores elegidos pueden llegar a un punto en el que pueden ser combinados y ser visualmente atractivos en el diseño del contenido del curso.

**Combinaciones de colores:**

- Verde y azul
- Rojo y amarillo
- Naranja y beige
- Aqua y naranja
- Amarillo, verde, gris





**Azul:** agua, confianza, racionalidad, vida, estabilidad, color reservado a los dioses según los mayas, cielo. Se puede utilizar este color para resaltar textos, elementos de fondo.

**Verde:** naturaleza, árboles, prados, ecología, tranquilidad, refrescante, esperanza, optimismo. Se busca colocar elementos de fondo con este color para resaltar con otro los elementos más importantes.

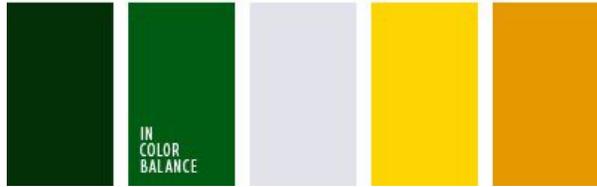


**Naranja:** llamar la atención de los estudiantes a ciertos temas importantes de las obras, frases, elementos en la composición.

**Beige:** color de fondo del curso que no canse la vista, que sea relajante para apreciar los elementos dentro de la composición.

### Otras combinaciones de colores





**7.2.2 Definición del concepto.** Luego de haber aplicados las técnicas anteriores, se filtran las mejores propuestas que se acercan más al concepto y al contenido del curso.

Se determina una identidad visual que integre un buen diseño instruccional, es decir una línea única de diseño y comunicación para este curso en línea. Tanto la imagen, colores y tipografías a usar deben tener armonía para ser combinadas y así expresar el análisis comparativo y temas que comparten las obras. La calidad del diseño instruccional suele medirse en función de eficacia, eficiencia y costo, siempre y cuando esté centrado en el estudiante, tenga un fin determinado y siga un sistema estructurado, definido y sea holístico.

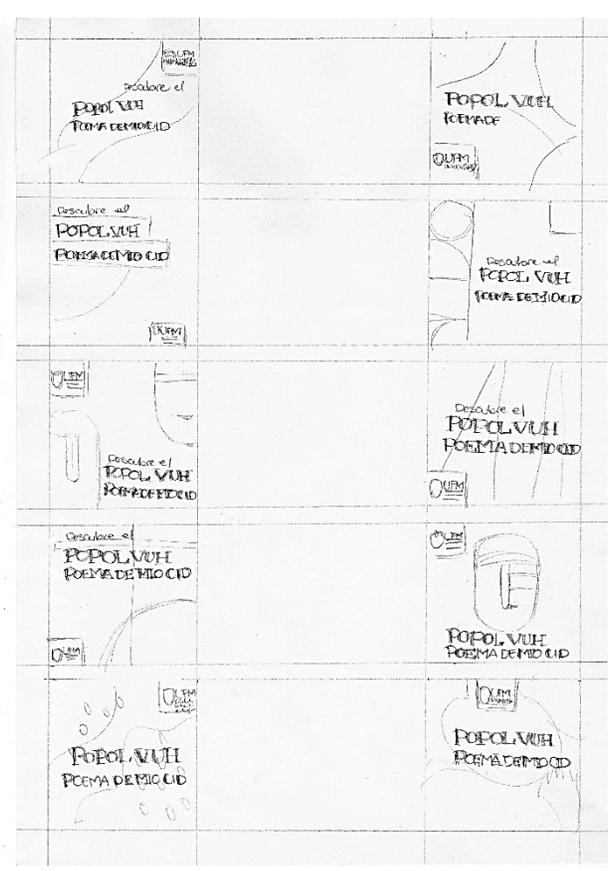
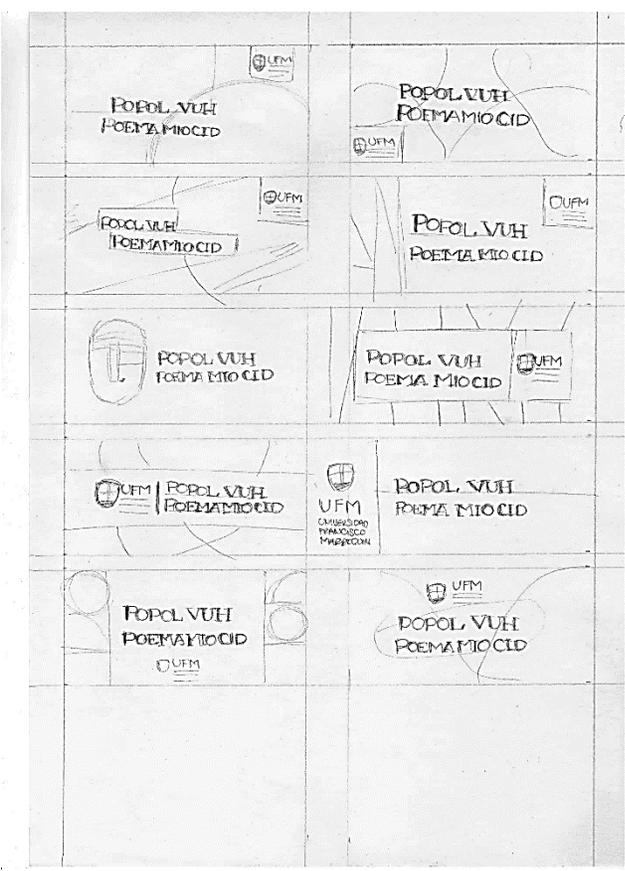
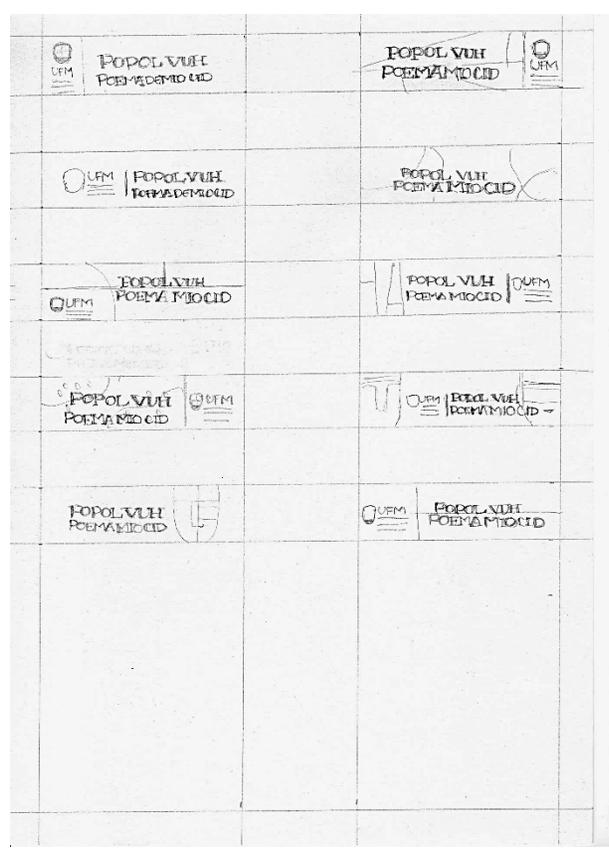
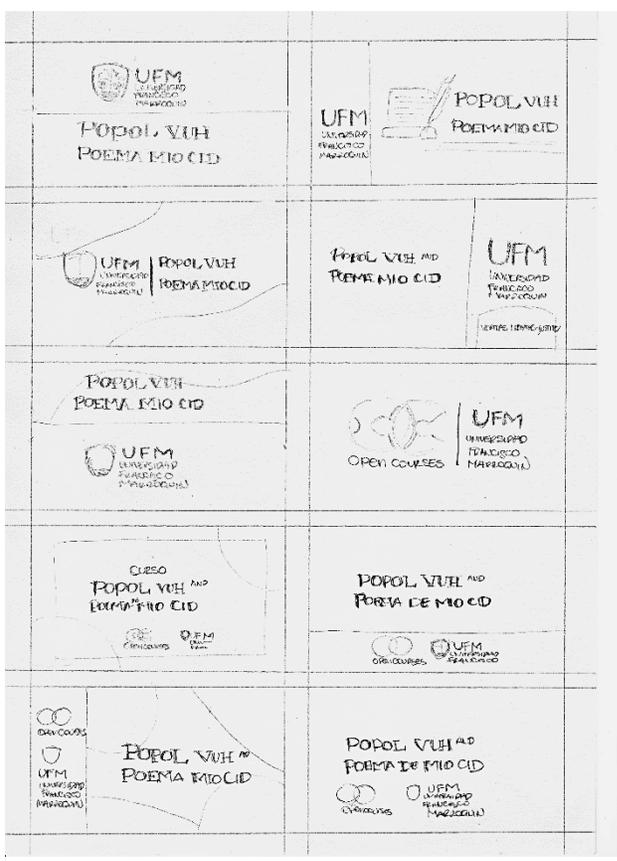
### **“Unión de dos mundos y sus culturas”**

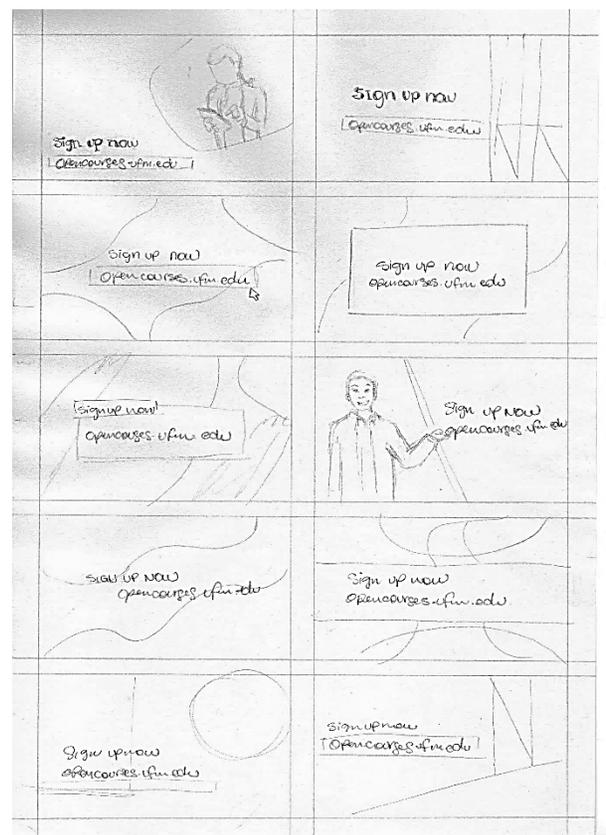
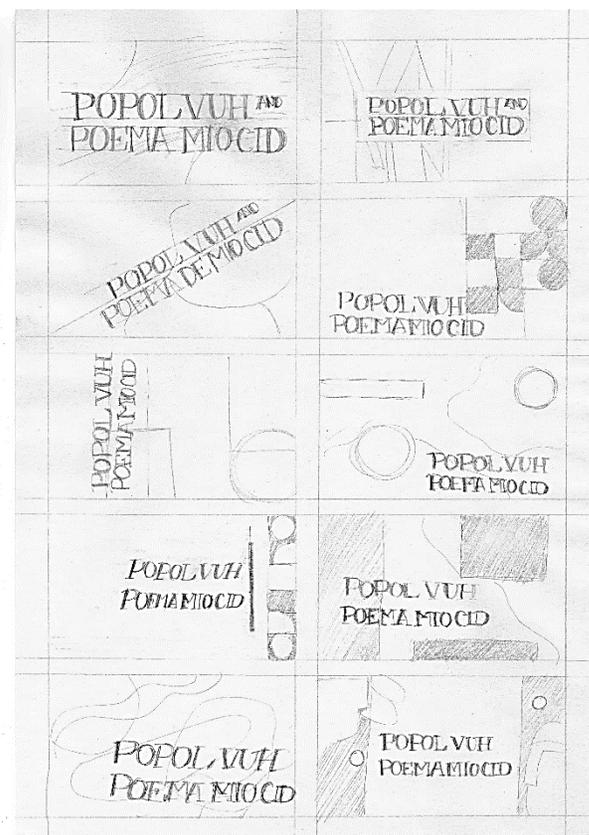
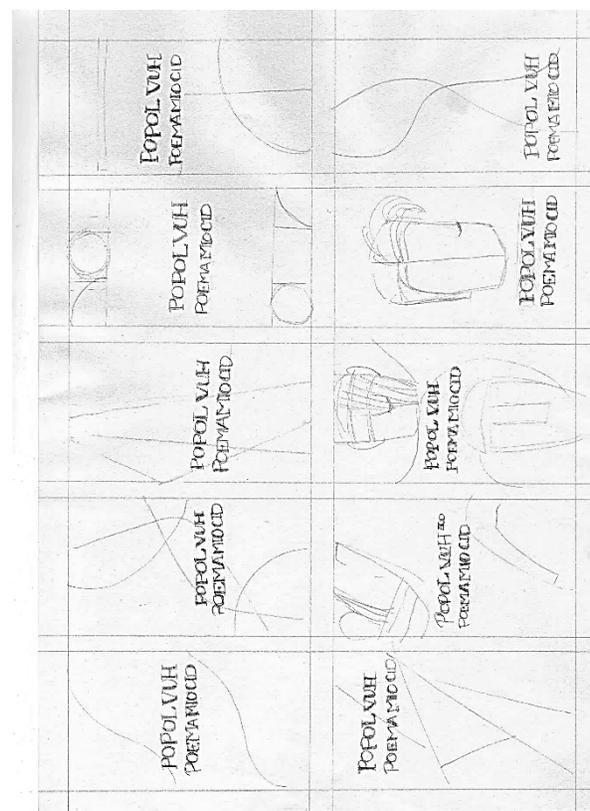
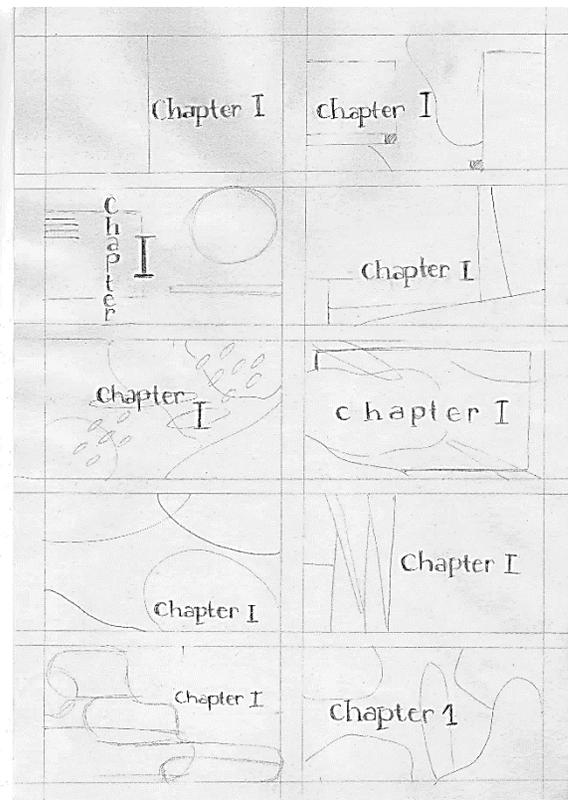
#### **7.3 Bocetaje**

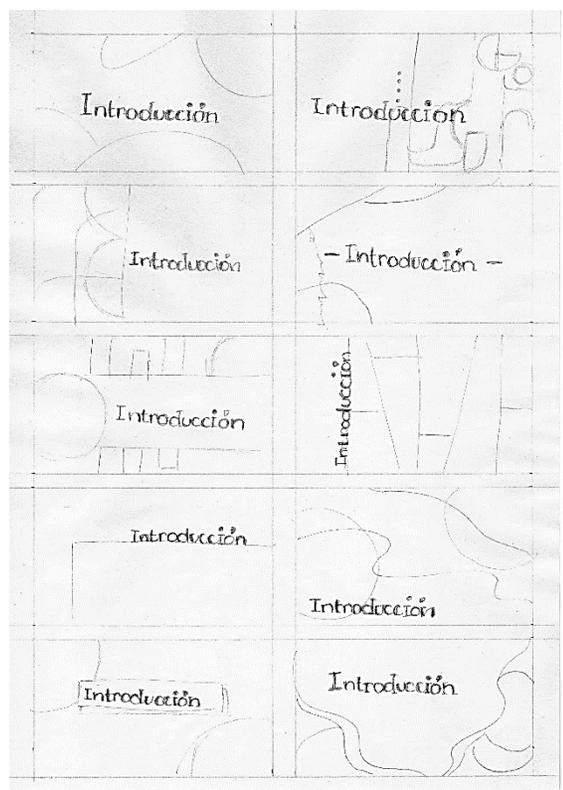
Se define como una primera idea de un proyecto visual, en el que se permite plasmar las distintas opciones antes de llegar al acabado final. El bocetaje permite al creativo aclarar ideas, observar distintas posibilidades y proyectar el resultado final de la obra.

### 7.3.1. Proceso de bocetaje.

#### 7.3.1.1. Micro dibujos.





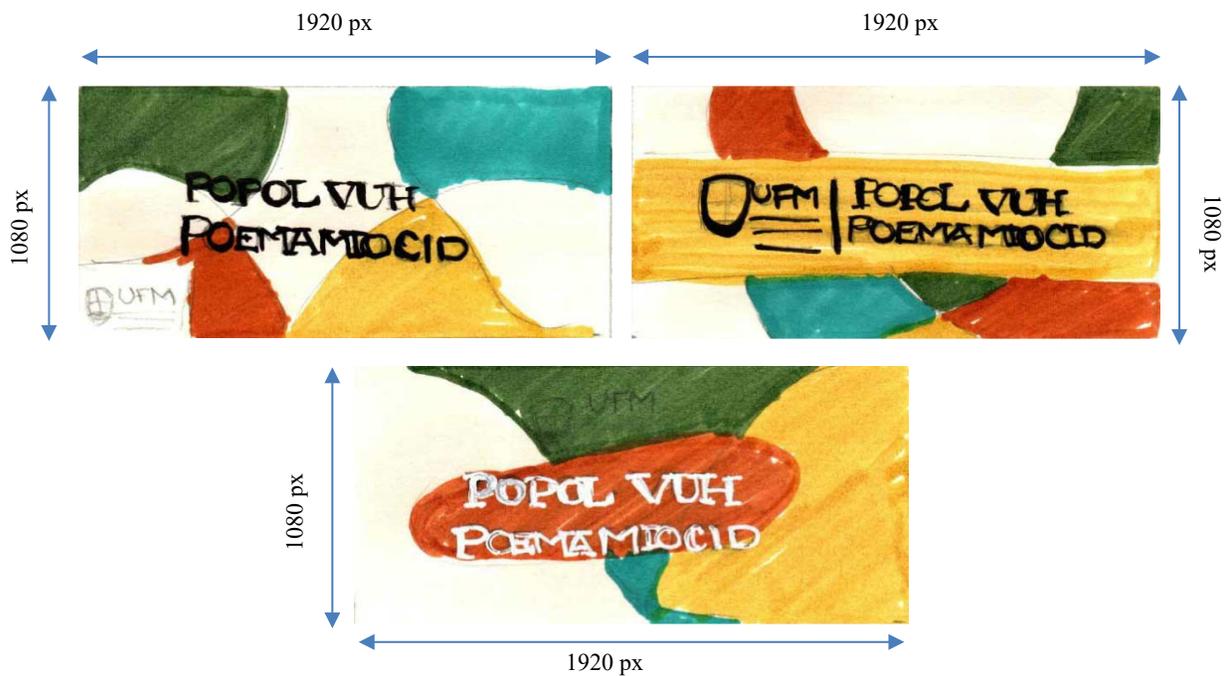


**7.3.1.2. Bocetaje formal.**

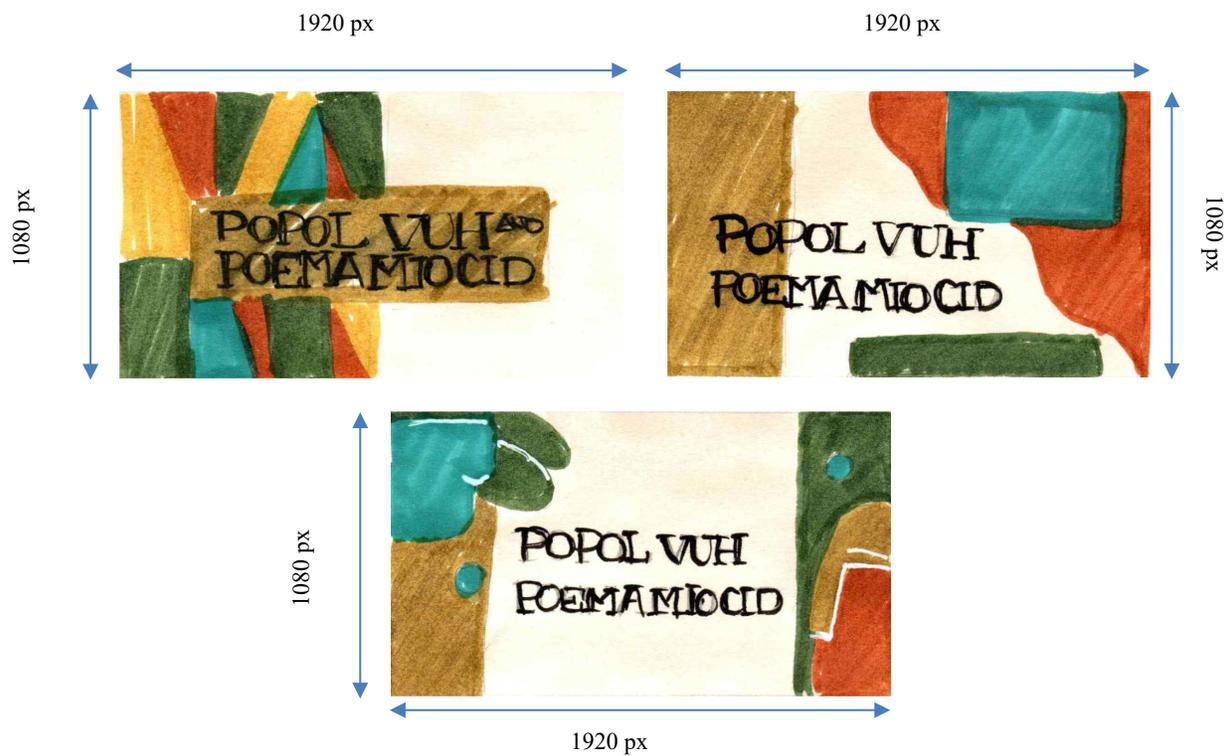
**7.3.1.2.1. Introducción.**



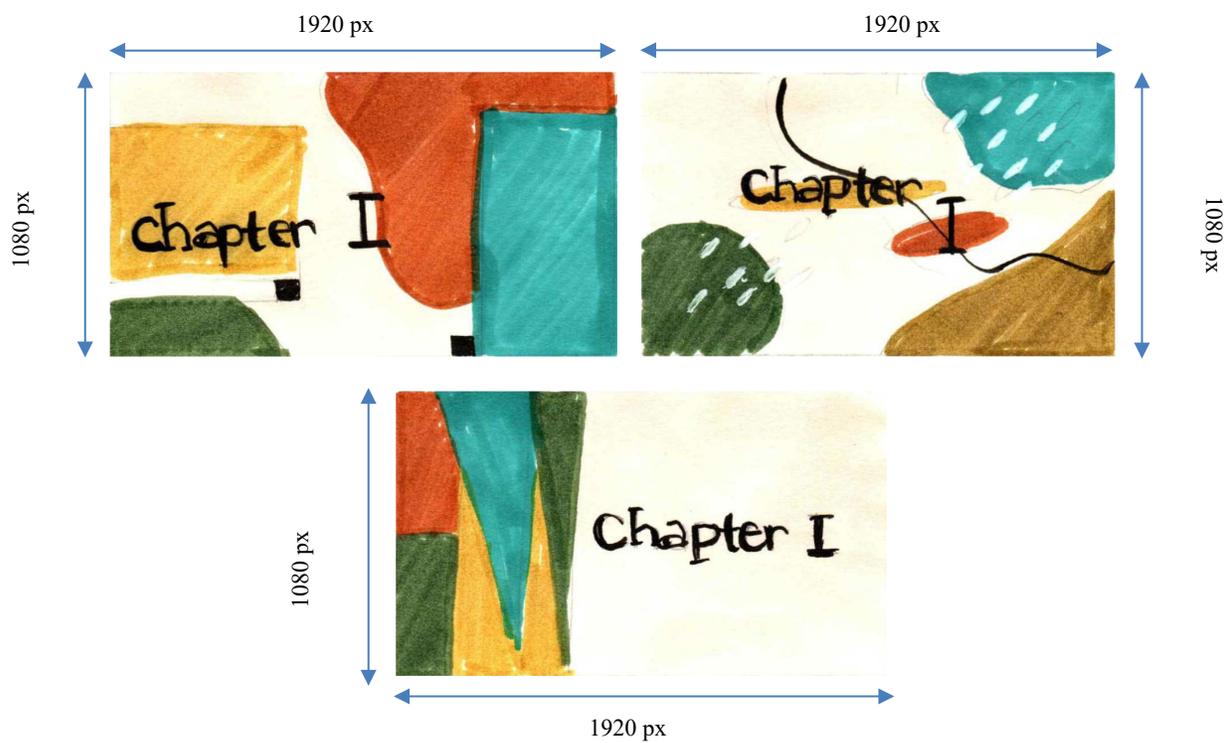
### 7.3.1.2.2. Portada de curso en Youtube.



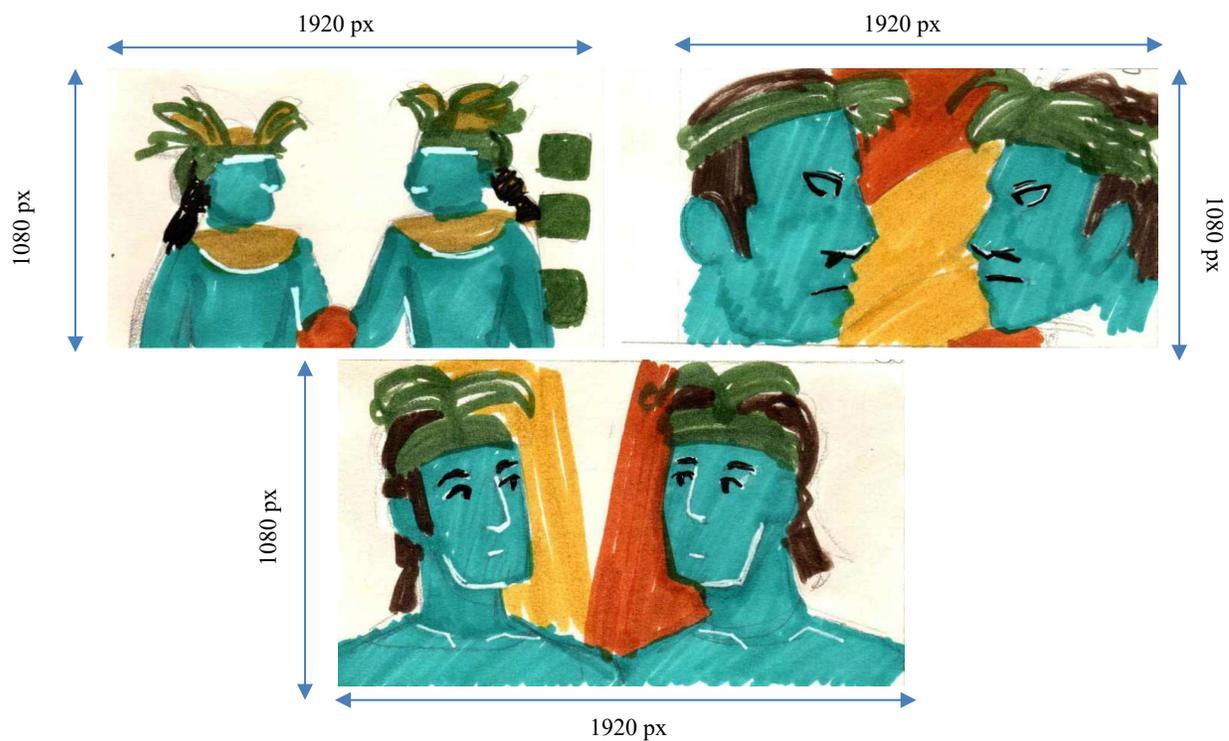
### 7.3.1.2.3. Portada de curso en lecciones.



### 7.3.1.2.4. Portada de Capítulos.



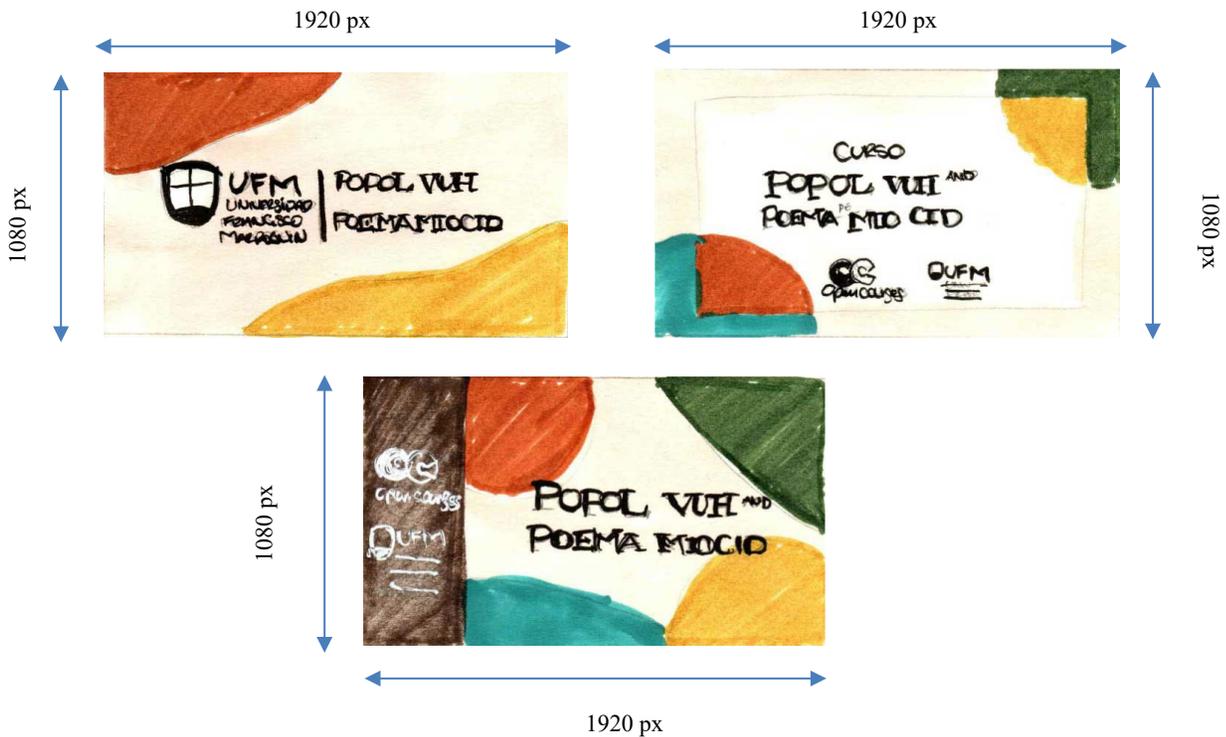
### 7.3.1.2.5. Propuesta de ilustraciones.



7.3.1.2.6. Call to action.



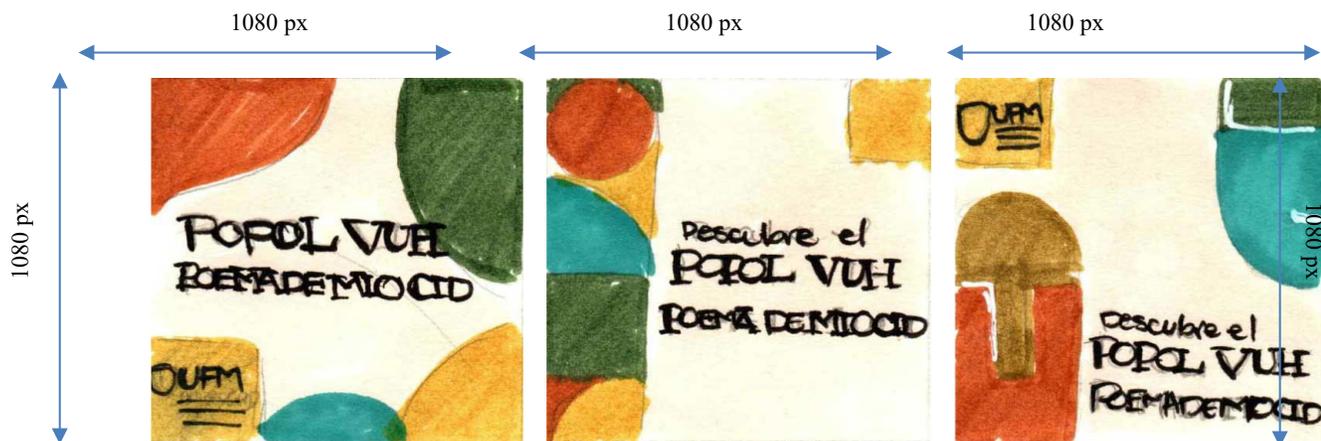
7.3.1.2.7. Outro.



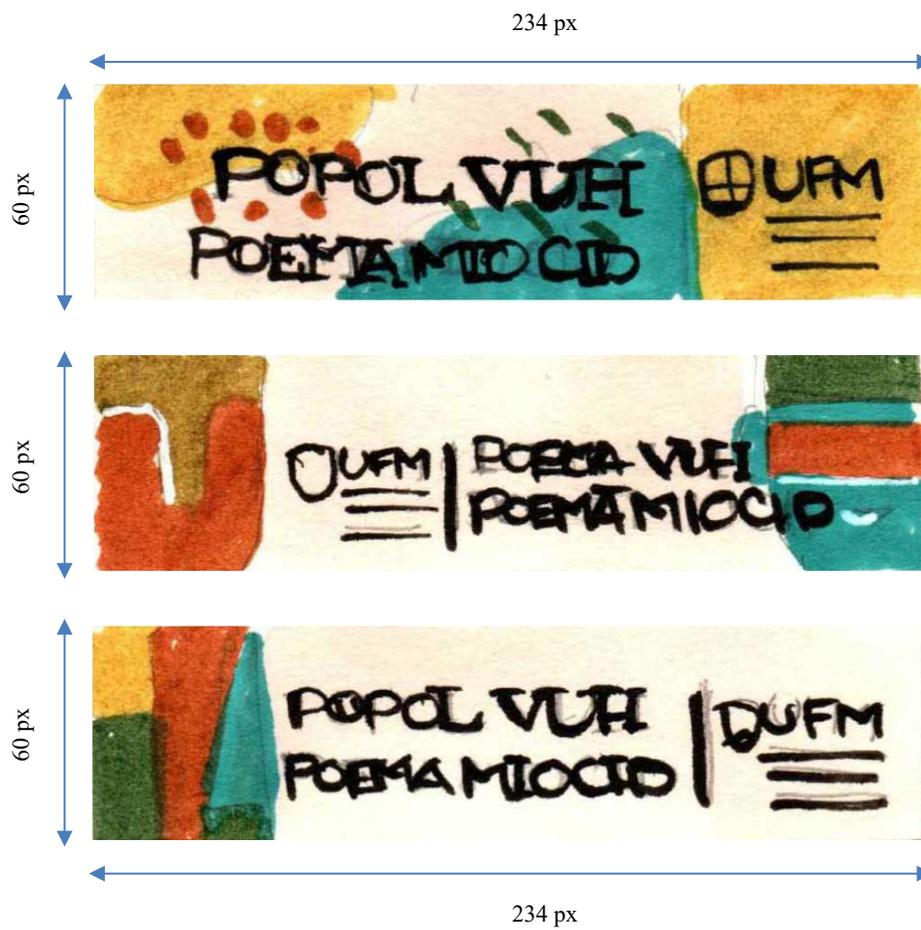
7.3.1.2.8. Banner página New Media.



7.3.1.2.9. Banner Instagram/ Facebook.



### 7.3.1.2.10. Banner página web.



Ver Anexo 8: Boceto

## 7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.

### 7.3.2.1. Portada de curso

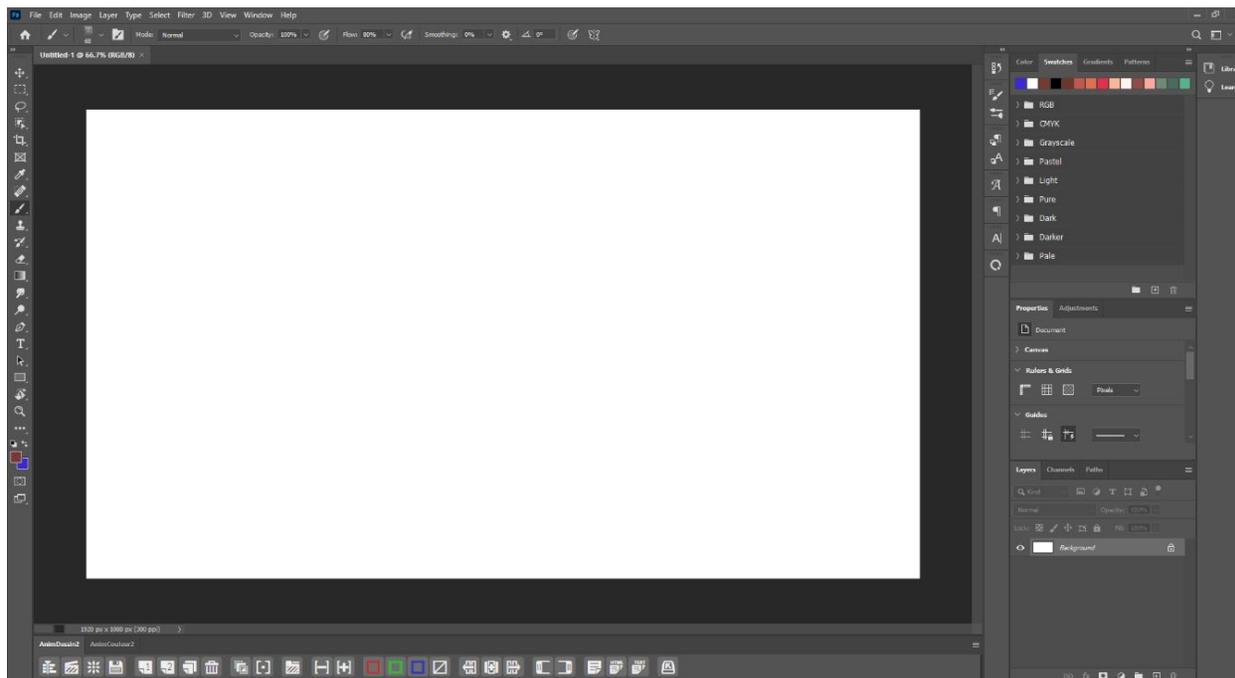
**Paso 1.** Elección de tipografía para título y párrafos.



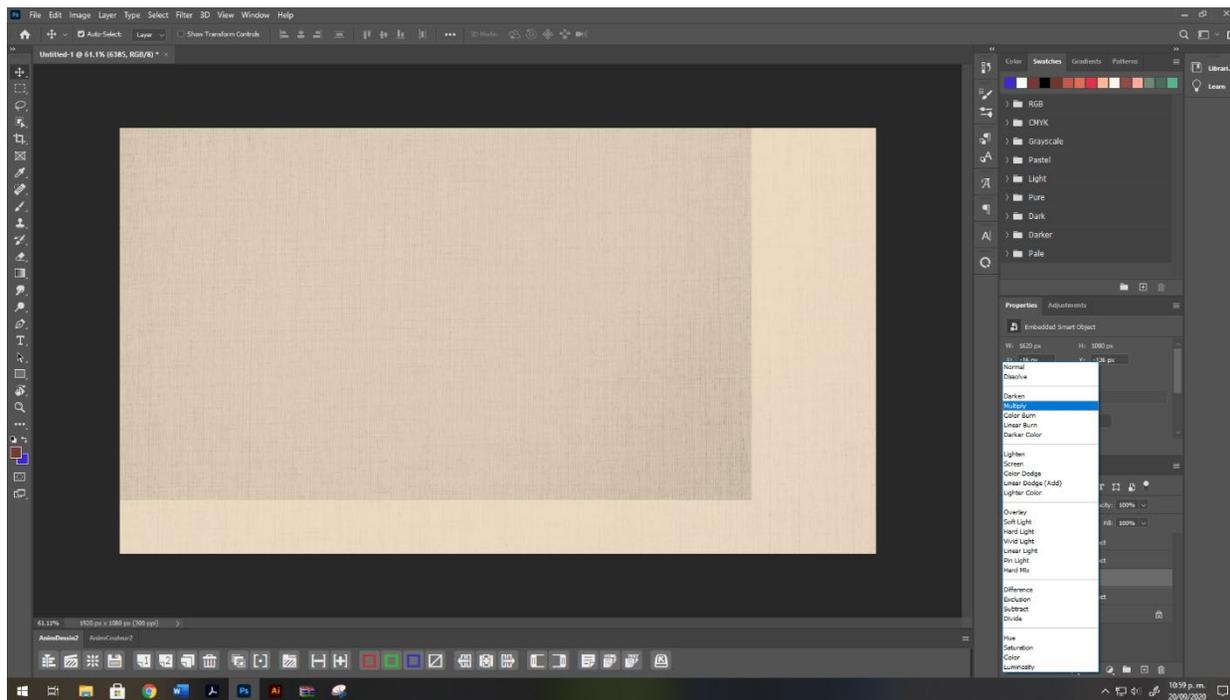
**Paso 2.** Creación de texturas en Illustrator para que estas luego sean importadas en Photoshop para agregarles texturas.



### Paso 3. Apertura de Photoshop para importar texturas en el documento creado.



### Paso 4. Adición de textura de papel con efecto Multiply en el fondo beige



## Paso 5. Importación de elementos de complemento y adición de título de curso.



### 7.3.2.2. Outro de curso

#### Paso 1. Elección de tipografía para título y párrafos.

# Popol Vuh y el poema de Mío Cid

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed Lorem ipsum dolor sit amet, Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod

Título

Tipografía: IvyPresto

Familia: Serif

Título

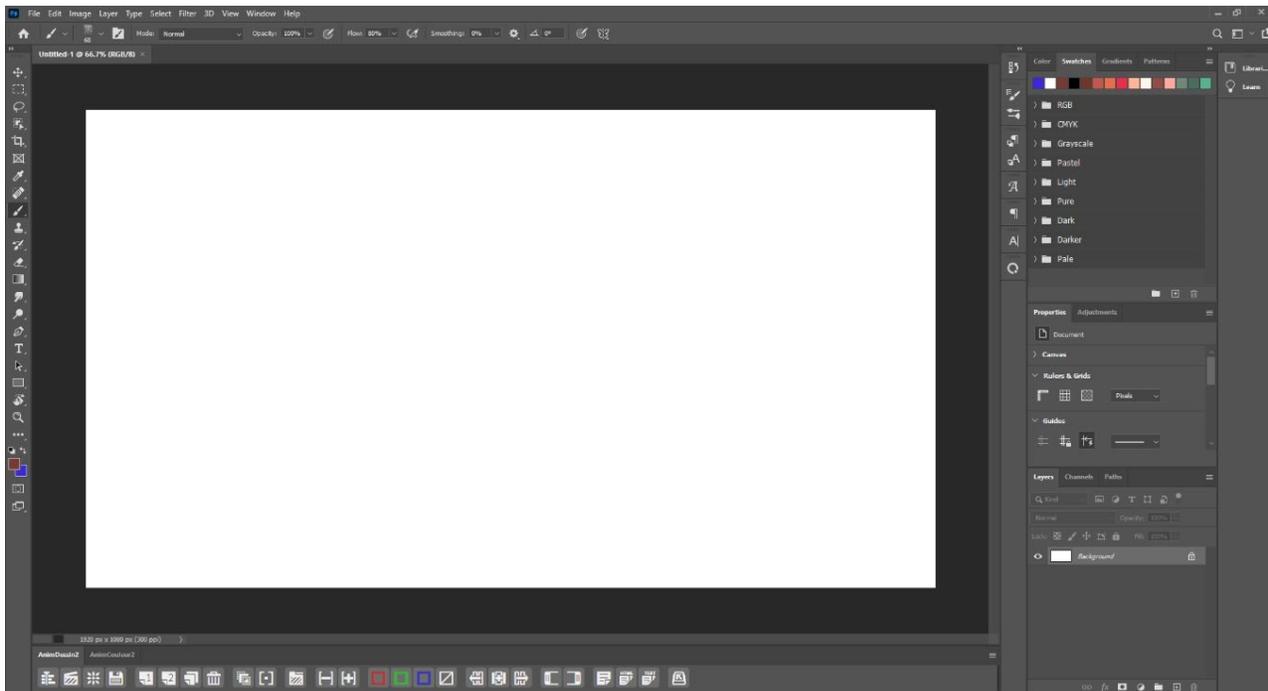
Tipografía: Mr Eaves Sans

Familia: Sans Serif

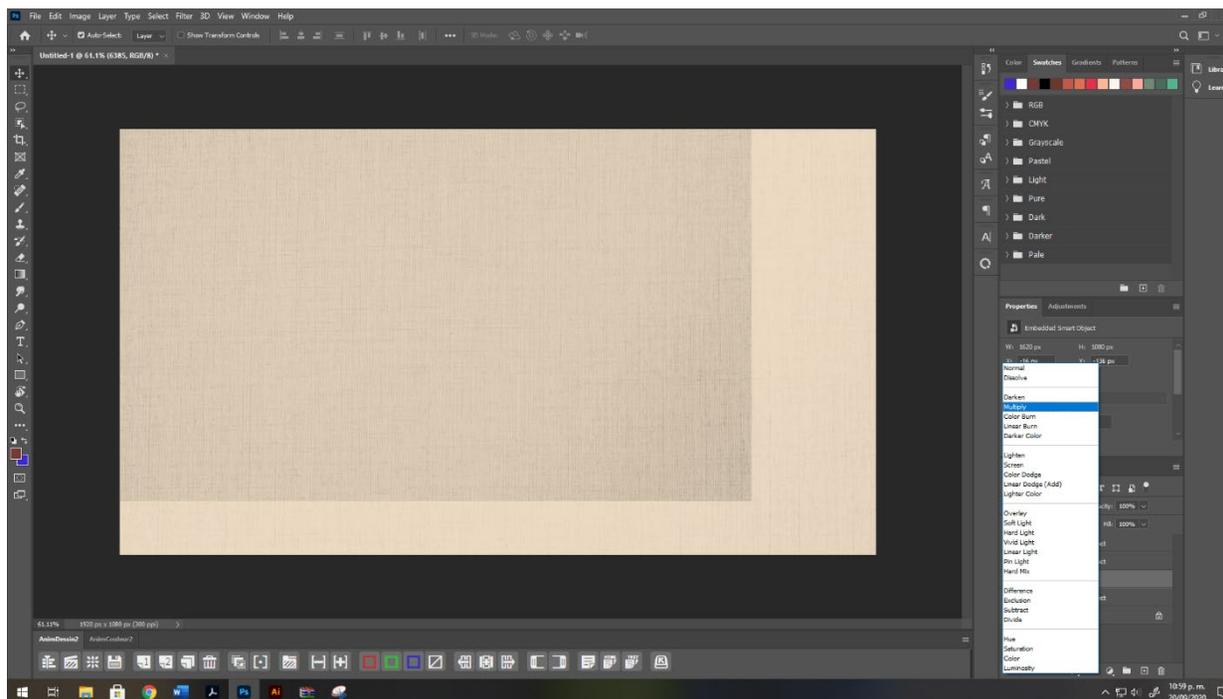
**Paso 2.** Creación de texturas en Illustrator para que estas luego sean importadas en Photoshop para agregarles texturas.



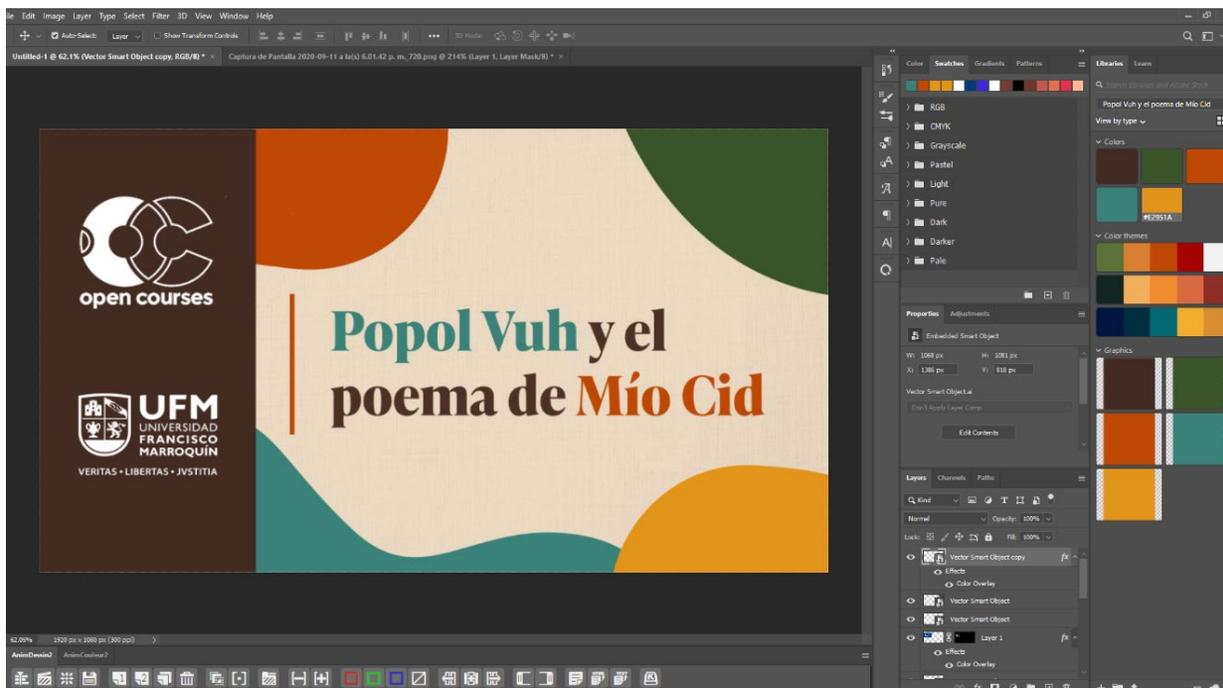
**Paso 3.** Apertura de Photoshop para importar texturas en el documento creado.



#### Paso 4. Adición de textura de papel con efecto Multiply en el fondo beige



#### Paso 5. Importación de elementos de complemento y adición de título de curso.

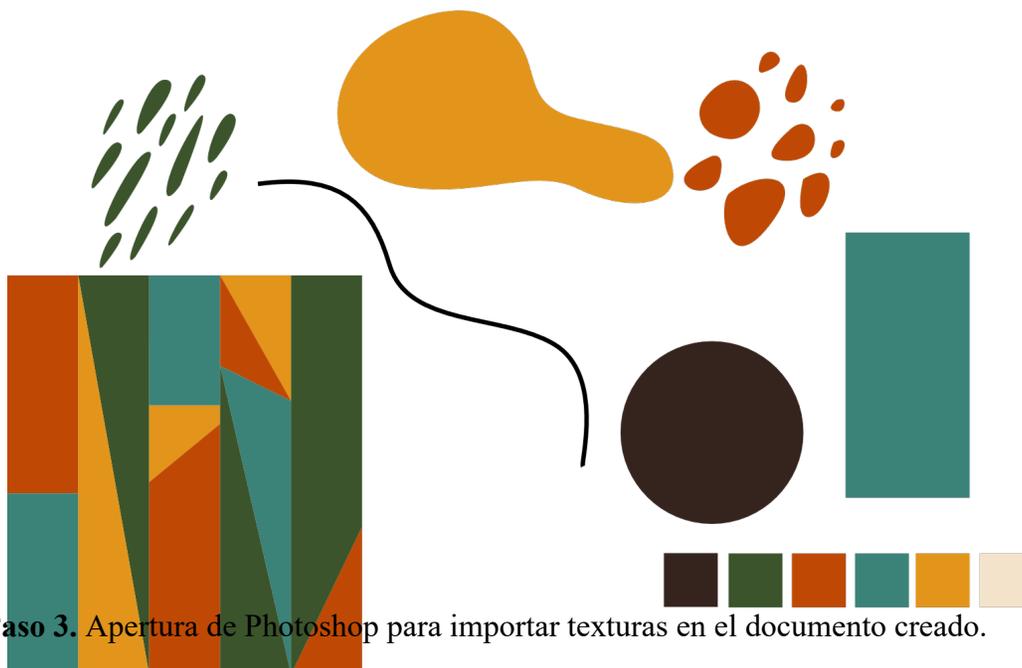


### 7.3.2.3. Banner.

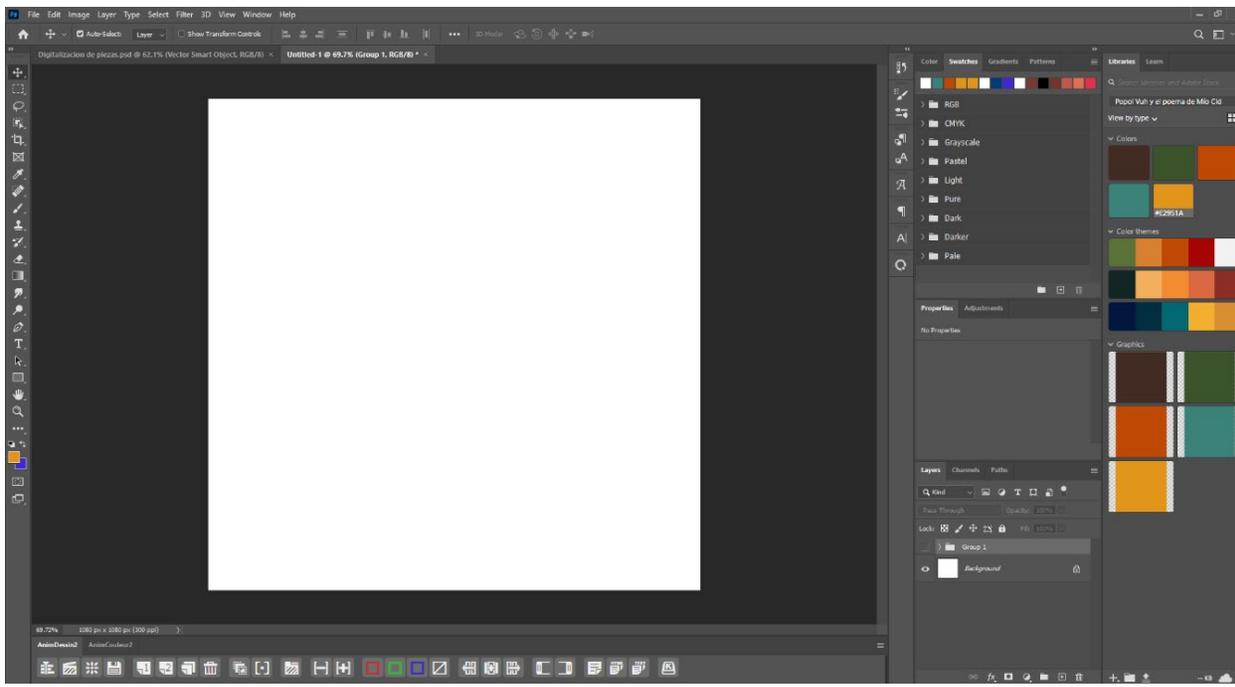
**Paso 1.** Elección de tipografía para título y párrafos.



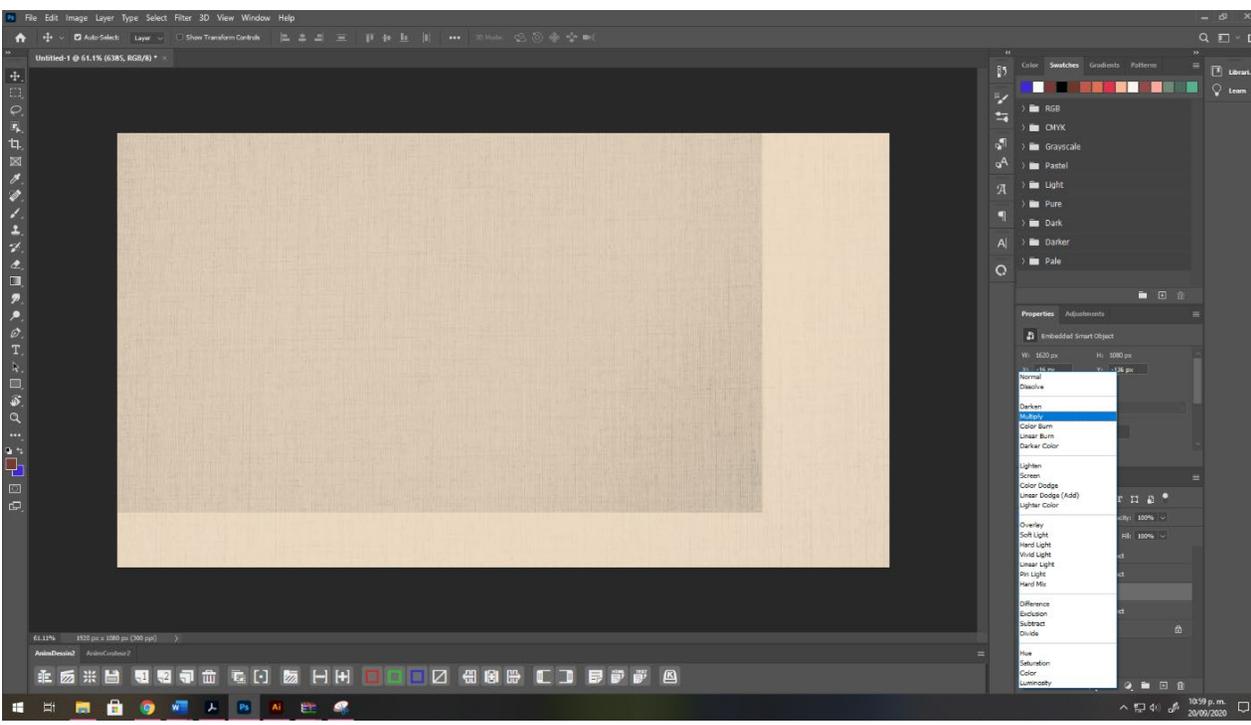
**Paso 2.** Creación de texturas en Illustrator para que estas luego sean importadas en Photoshop para agregarles texturas.



**Paso 3.** Apertura de Photoshop para importar texturas en el documento creado.



**Paso 4.** Adición de textura de papel con efecto Multiply en el fondo beige



## Paso 5. Importación de elementos de complemento y adición de título de curso.



### 7.3.2.4. Call to action.

#### Paso 1. Elección de tipografía para título y párrafos.

# Popol Vuh y el poema de Mío Cid

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed Lorem ipsum dolor sit amet, Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod

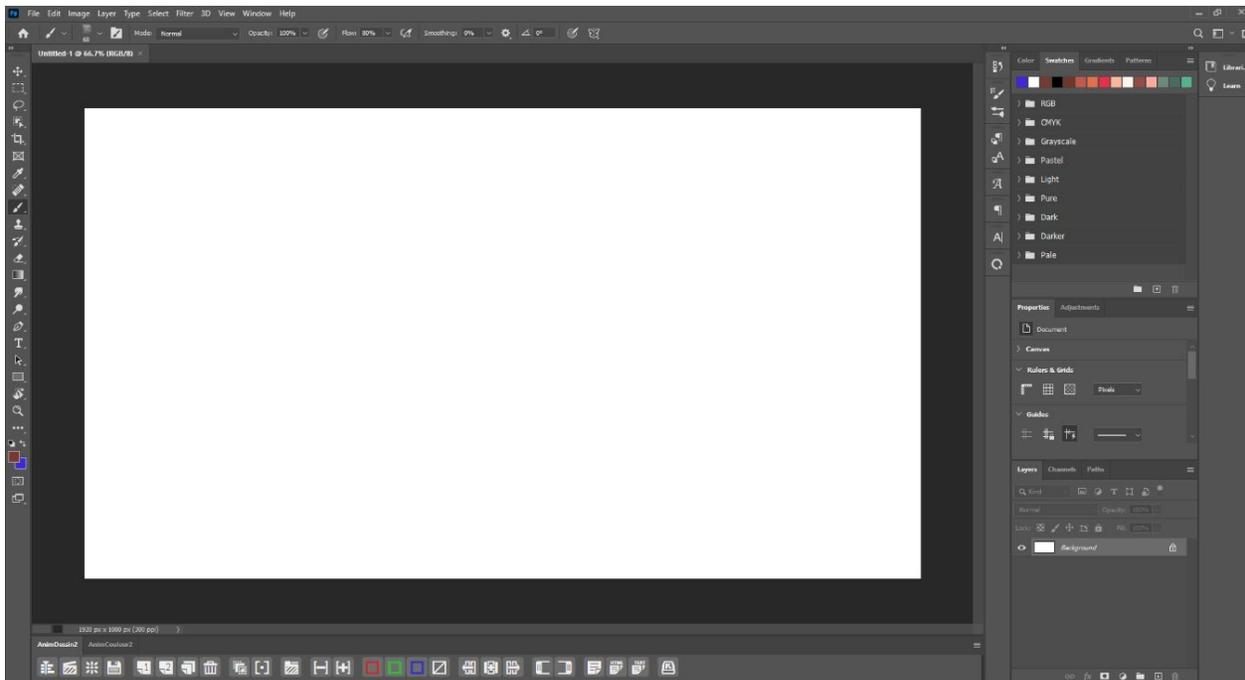
**Título**  
**Tipografía:** IvyPresto  
**Familia:** Serif

**Título**  
**Tipografía:** Mr Eaves Sans  
**Familia:** Sans Serif

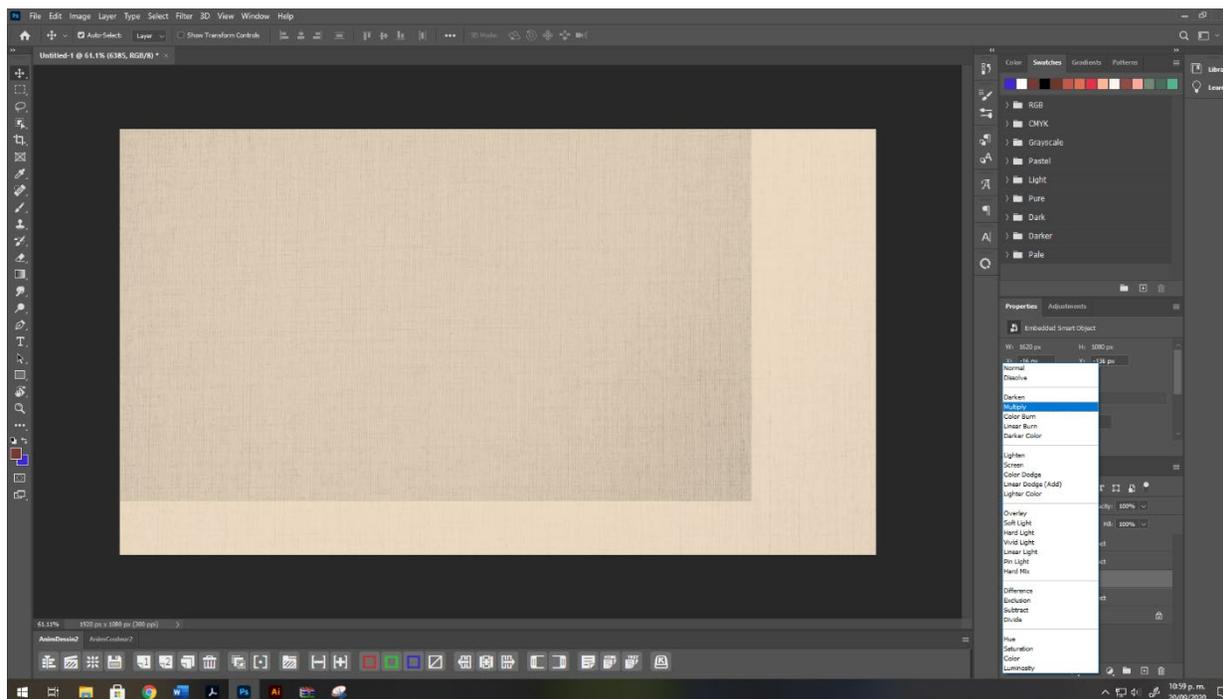
**Paso 2.** Creación de texturas en Illustrator para que estas luego sean importadas en Photoshop para agregarles texturas.



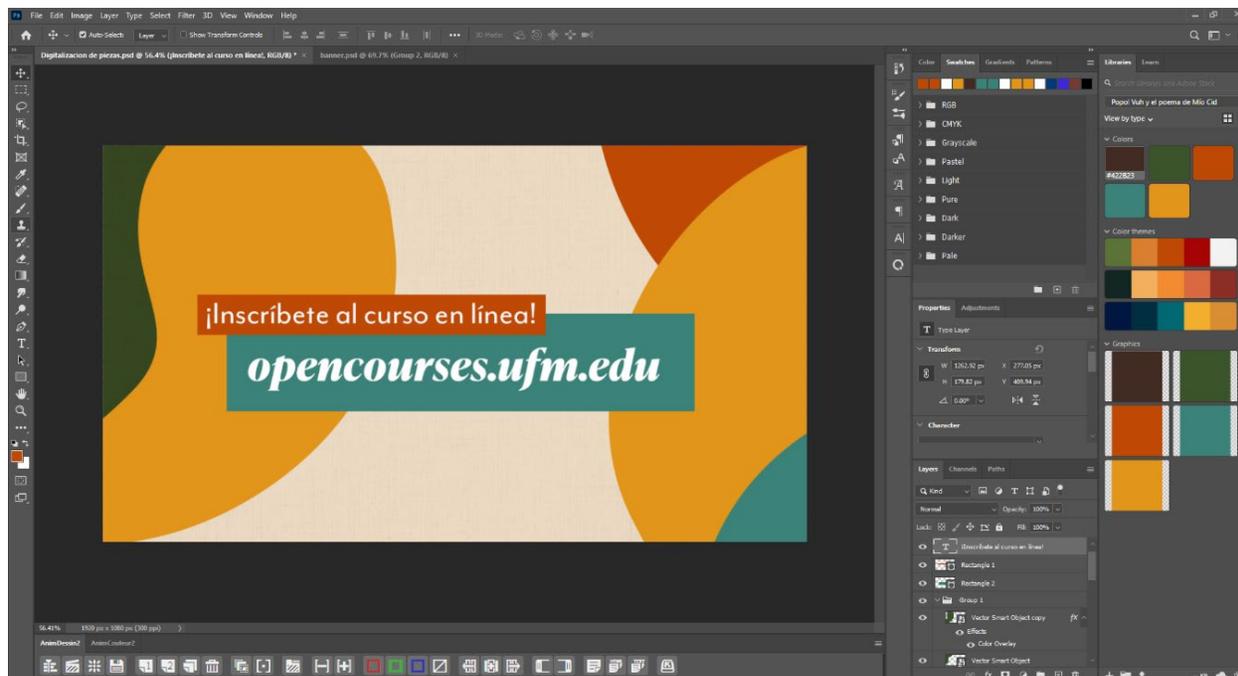
**Paso 3.** Apertura de Photoshop para importar texturas en el documento creado.



#### Paso 4. Adición de textura de papel con efecto Multiply en el fondo beige



#### Paso 5. Importación de elementos de complemento y adición de título de curso.



### 7.3.2.5. Ilustraciones.

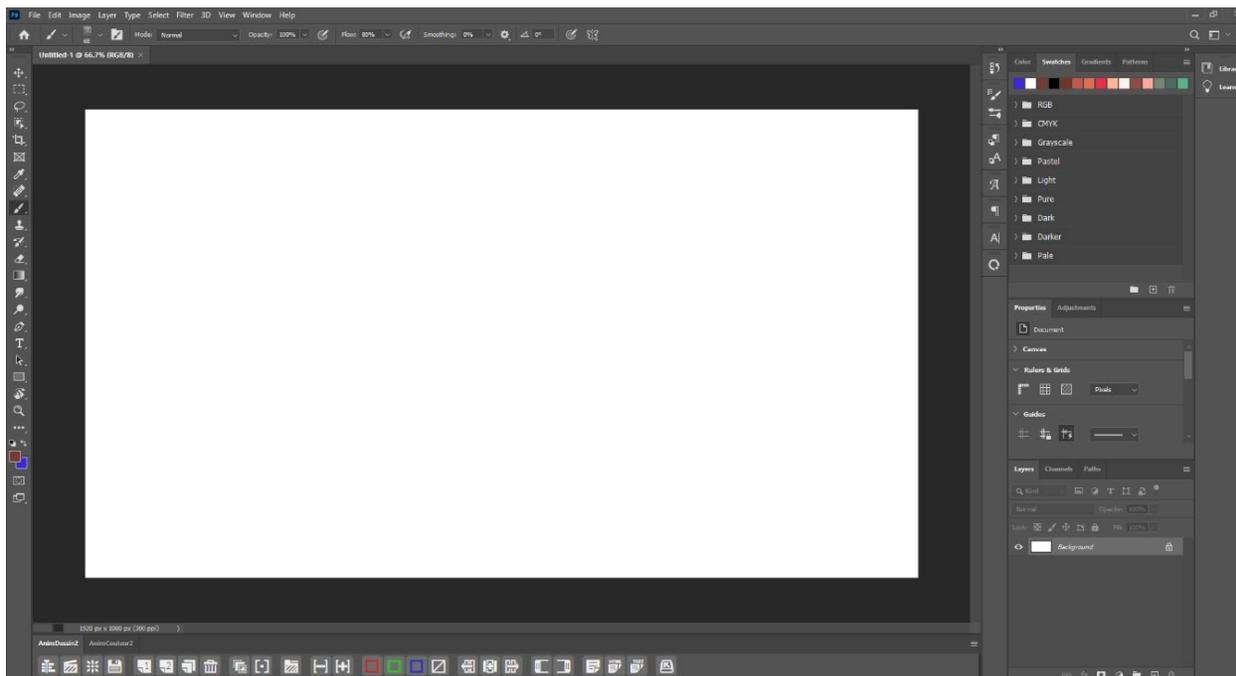
**Paso 1.** Elección de tipografía para título y párrafos.



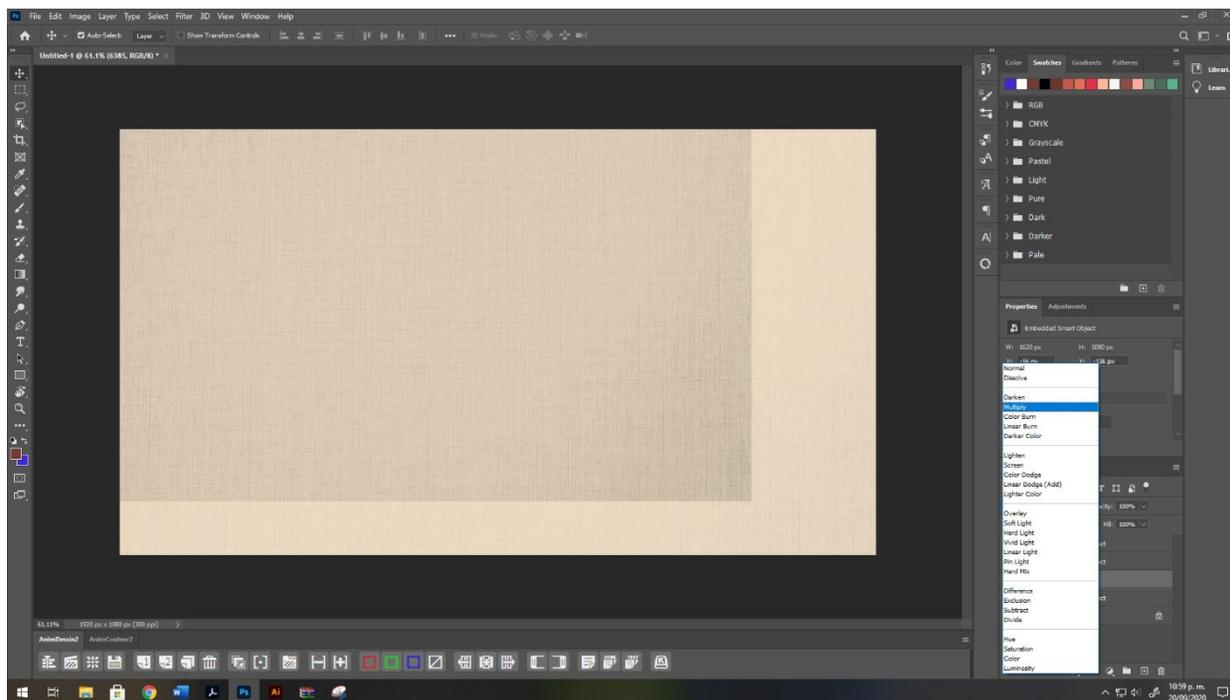
**Paso 2.** Creación de texturas en Illustrator para que estas luego sean importadas en Photoshop para agregarles texturas.



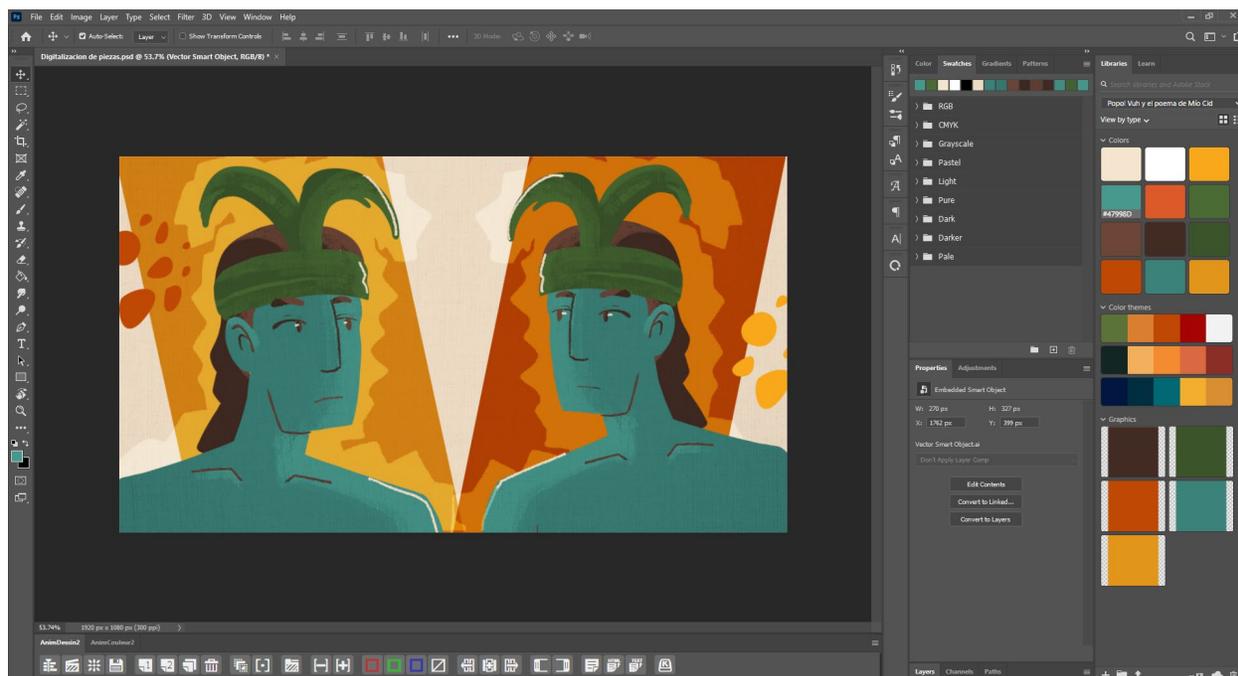
### Paso 3. Apertura de Photoshop para importar texturas en el documento creado.



### Paso 4. Adición de textura de papel con efecto Multiply en el fondo beige



## Paso 5. Ilustración e importación de elementos de complemento.



## 7.4 Propuesta preliminar

### 7.4.1. Portada de curso.



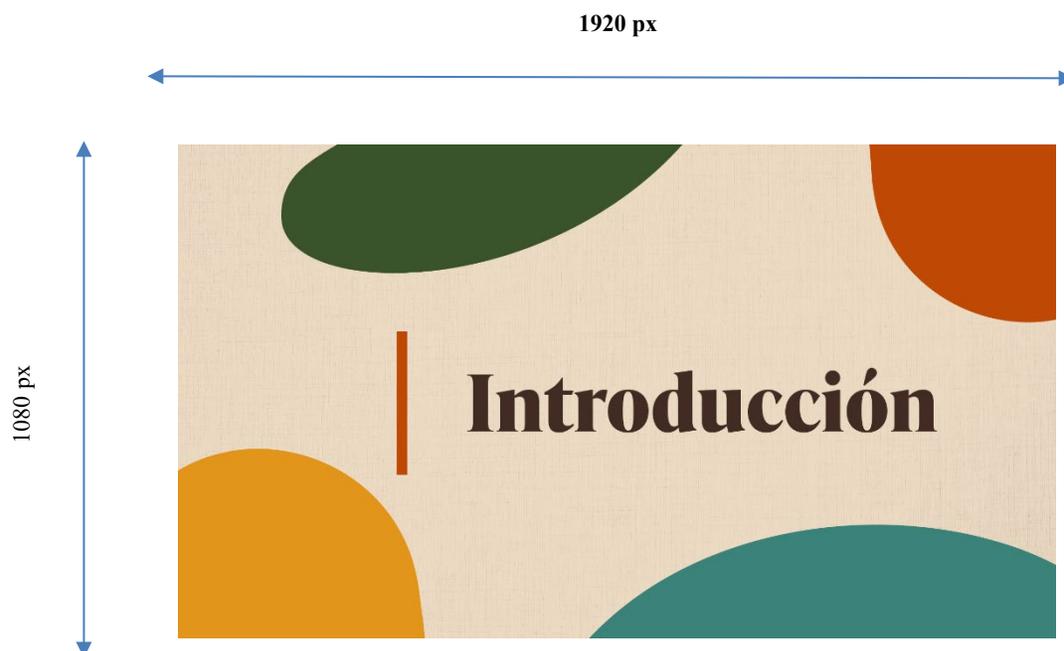
**Descripción.** La portada del curso muestra el título, logo de la Universidad Francisco Marroquín cuidando que no caiga en textura sino en un sólido, así como en esta pieza se trata de mostrar con claridad y estandarización la línea de diseño planteada para este curso en específico.

### 7.4.2. Portada de curso.



**Descripción.** La portada del curso muestra el título, logo de la Universidad Francisco Marroquín cuidando que no caiga en textura sino en un sólido, así como en esta pieza se trata de mostrar con claridad y estandarización la línea de diseño planteada para este curso en específico.

### 7.4.3. Introducción.



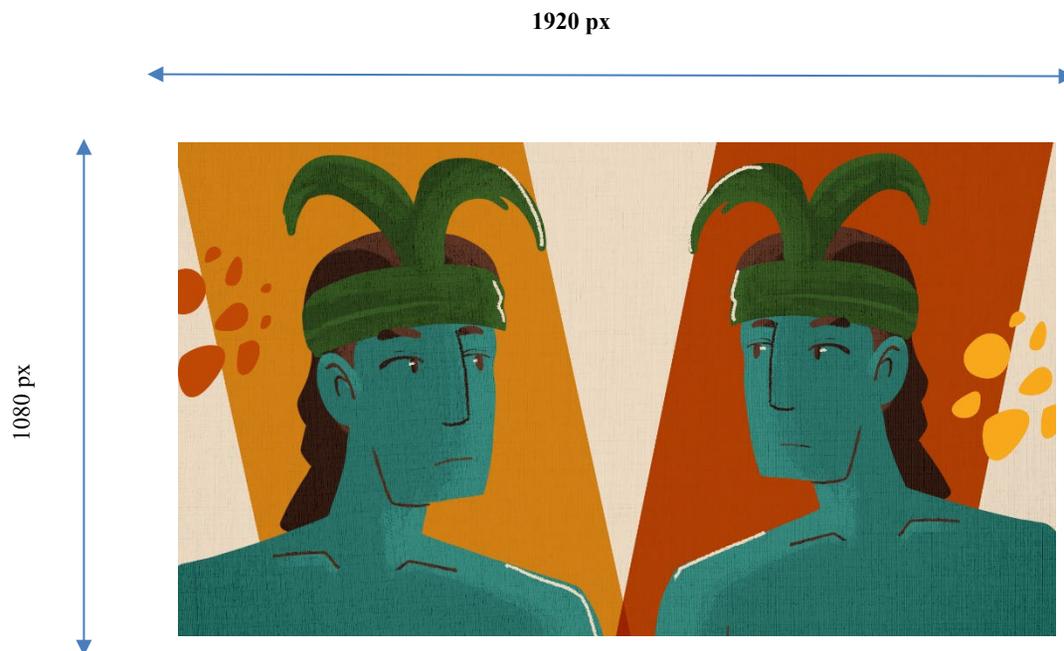
**Descripción.** La pantalla de Introducción muestra cómo se verá el título con las texturas propuestas en la línea gráfica.

#### 7.4.4. Capítulo.



**Descripción.** La pantalla de capítulos muestra cómo se verá el título con las texturas propuestas en la línea gráfica.

#### 7.4.5. Ilustraciones.



**Descripción.** En esta pantalla se propone el estilo de ilustración a usar, la idea es presentar una ilustración flat con un poco de texturas aplicadas en la iluminación, así como textura de papel para que se vea como pintado a mano.

#### 7.4.6. Call to action.



**Descripción.** En esta pantalla se propone el texto de call to action de modo que se complemente con la línea gráfica del curso.

#### 7.4.7. Outro.



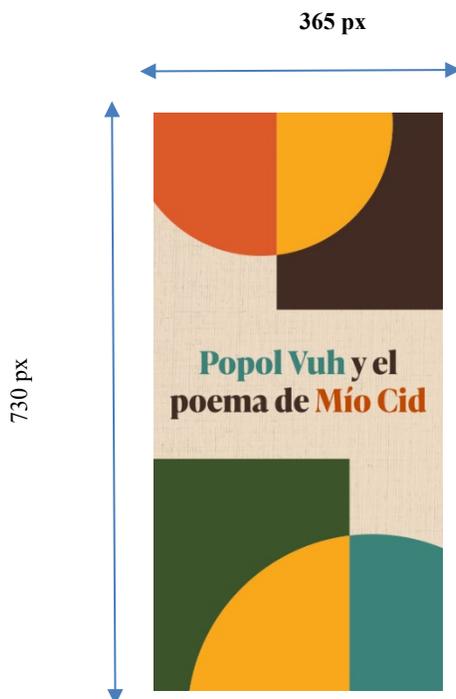
**Descripción.** En esta imagen se propone la pantalla final de cada lección la cual contendrá el título del curso, logo de Open Courses y el logo UFM.

#### 7.4.8. Banner Instagram/ Facebook.



**Descripción.** En esta pantalla se propone un banner promocional para redes sociales la cual contiene el título, logo UFM y texturas de la línea gráfica.

#### 7.4.9. Banner New Media.

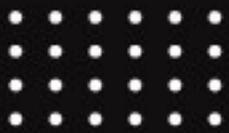


**Descripción.** En esta pantalla se propone un banner promocional para la página de New Media la cual contiene el título del curso y texturas de la línea gráfica.

#### 7.4.10. Banner página web.



**Descripción.** En esta pantalla se propone un banner promocional para la página web la cual contiene el título del curso, logo UFM y texturas de la línea gráfica.



# CAPÍTULO VIII



## Capítulo VIII: Validación técnica

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

La herramienta por utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará a dos representantes del cliente, a quince personas del grupo objetivo que se concentra en hombres y mujeres entre 20 y 35 años, que sean estudiantes de nivel universitario a nivel licenciatura y maestría y a cinco expertos en el área de comunicación y diseño.

### 8.1 Población y muestreo

**Población.** La población de la validación técnica se encuentra dividida en tres grupos: Expertos, grupo objetivo (estudiantes a nivel licenciatura y maestría) y el cliente (directora de New Media y directora de producción del proyecto)

**8.1.1. Expertos.** La muestra estuvo conformada por 6 expertos en distintos campos de diseño gráfico, comunicación, cine y artes visuales.

- Dagoberto Grajeda – Experto en diseño gráfico
- Rolando Barahona - Experto en diseño gráfico e e-learning
- Lisa Quan - Experta en diseño gráfico.
- Gabriela Miranda - Experta en comunicación y diseño gráfico.
- Karen Guzman - Experta en comunicación y diseño gráfico.

**8.1.2. Cliente.** La muestra estuvo conformada por Stephanie Falla, directora del departamento de New Media y Emily Gularte, directora de producción del proyecto.

**8.1.3. Grupo objetivo.** La muestra estuvo conformada por 15 personas, estudiantes a nivel universitario y/o maestría de universidades privadas.

## **8.2 Método e instrumentos**

El método utilizado en este proyecto es una encuesta, método cualitativo en que se observará el agrado o desagrado de las personas respecto a la línea gráfica y dónde se aplicará la técnica cuantitativa de la encuesta, que será tomado en cuenta en base a porcentajes. El instrumento es una encuesta o cuestionario distribuido en tres partes:

- a) **Parte objetiva.** Se evalúan aspectos relacionados a los objetivos de la guía digital, con preguntas dicotómicas: Sí o no.
- b) **Parte Semiológica.** Evalúa cada uno de los elementos empleados en el diseño. Idealmente se utiliza una escala de Likert que establezca un mínimo de tres variables: mucho, poco o nada.
- c) **Parte Operativa.** Evalúa principalmente la funcionalidad de la propuesta. De igual forma, se consideran preguntas en la escala de Likert para denominar respuestas promedio, con variables distintas como: Muy adecuada, medianamente adecuada o poco adecuada.

### 8.2.1. Instrumento de validación

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
FACOM  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**Género:** Femenino Masculino

**Edad:**

**Nombre:**

**Profesión**

**Puesto:**

**Años de experiencia en el mercado:**

**Perfil:** Experto Cliente

**Grupo Objetivo**

#### **Encuesta de validación del proyecto**

Definición de la línea gráfica del curso en línea “El Popol Vuh y el Poema de Mío Cid” para dar a conocer el análisis comparativo y la importancia de ambas obras literarias en la plataforma Open Courses del departamento de New Media de la Universidad Francisco Marroquín, Guatemala, Guatemala 2020.

#### **Antecedentes:**

New Media es la plataforma de recursos educativos en video de la Universidad Francisco Marroquín creada en 2001. Se encargan de generar en conjunto con las Facultades y unidades académicas, distintos tipos de productos audiovisuales que buscan promover las ideas y valores de la UFM, así como servir de apoyo para que alumnos y profesores puedan enriquecer su aprendizaje.

**Instrucciones:**

Con base a la información anterior, observe la propuesta de definición de línea gráfica y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios designados.

**Parte objetiva:**

1. ¿Considera usted necesaria la definición de la línea gráfica del curso en línea “El Popol Vuh y el Poema del Mio Cid” a través del proceso de diseño para definir la identidad visual del mismo a los interesados en los cursos en línea de [opencourses.com](https://www.opencourses.com)?

**Sí/ No**

2. ¿Considera usted que es importante recopilar datos acerca del proyecto a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief para comprender las necesidades de comunicación y diseño para la Universidad Francisco Marroquín?

**Sí/ No**

3. ¿Considera que sea necesario investigar conceptos, teorías y tendencias del diseño de cursos en línea y de las obras literarias que respalden la propuesta del diseño del curso en línea la Universidad Francisco Marroquín?

**Sí/ No**

4. ¿Considera importante conceptualizar a través de propuestas gráficas, colores, imágenes y tipografías que se identifiquen con el tema a tratar de “El Popol Vuh y el poema del Mio Cid” para los interesados de los cursos en línea de [opencourses.com](https://www.opencourses.com)?

**Sí/ No**

5. ¿Considera usted que es importante diagramar elementos gráficos, textos e imágenes a través de técnicas modulares para que ayuden a organizar la información en pantalla para los interesados de los cursos en línea?

**Sí/ No**

6. ¿Considera importante usar el diseño instruccional para definir elementos importantes e imágenes dentro del curso en línea para brindar una mejor comprensión del tema a los interesados de los cursos en línea de opencourses.com?

**Sí/ No**

### **Parte Semiológica:**

1. La tipografía del curso en línea es:

**Muy Legible/ legible/ poca legible**

2. ¿Considera que la tipografía utilizada para el curso en línea transmite?

**Mucha seriedad/ seriedad/ poca seriedad**

3. ¿Considera que el uso del logotipo de la universidad en cuanto a cantidad de veces usado y colocación da sentimiento de?

**Mucha pertenencia/ pertenencia/ poca pertenencia**

4. ¿Considera que el utilizar fondo beige en la línea gráfica del curso en línea transmite?

**Mucha calma/ calma/ poca calma**

5. Los colores Verde y azul usados para expresar la cultura maya de la obra del Popol Vuh considera que son:

**Muy adecuados/ adecuados/ poco adecuados**

6. Los colores naranja y amarillo usados para expresar la cultura medieval de la obra del poema de Mío Cid considera que son:

**Muy adecuados/ adecuados/ poco adecuados**

### **Parte operativa**

1. ¿Considera adecuado el tamaño y cantidad de los elementos de la línea gráfica para las piezas digitales?

**Muy adecuados/ adecuados/ poco adecuados**

2. ¿Considera que la línea gráfica para el curso en línea “Popol Vuh y el poema de Mio Cid” dirigido a estudiantes universitarios a nivel licenciatura y maestría es?

**Funcional / poco funcional/ nada funcional**

3. El tipo de ilustración presentado le parece:

**Muy adecuados/ adecuados/ poco adecuados**

4. ¿Considera que el utilizar fondo beige en la línea gráfica del curso en línea transmite?

**Mucha calma/ calma/ poca calma**

5. El tamaño de tipografía para los titulares lo considera:

**Muy adecuados/ adecuados/ poco adecuados**

6. El tamaño de la tipografía para los párrafos lo considera:

**Muy adecuados/ adecuados/ poco adecuados**

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en dado caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

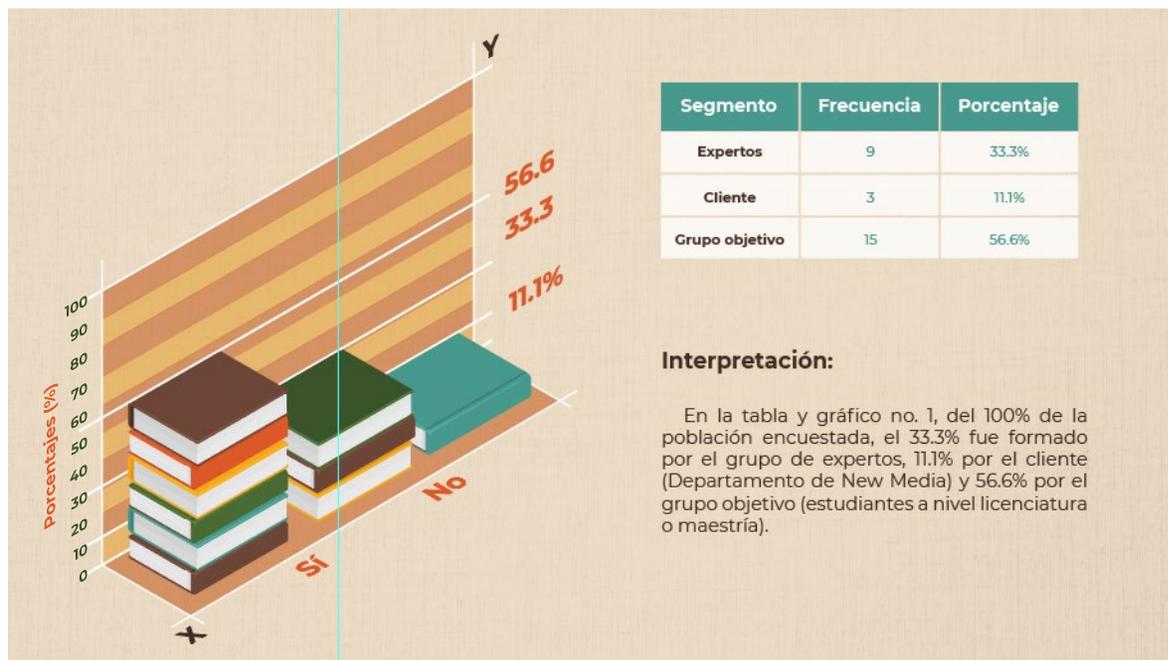

Gracias por contribuir al proyecto de tesis **“Definición de la línea gráfica del curso en línea “El Popol Vuh y el Poema de Mío Cid” para dar a conocer el análisis comparativo y la importancia de ambas obras literarias en la plataforma Open Courses del departamento de New Media de la Universidad Francisco Marroquín, Guatemala, Guatemala 2020.”** su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

*Ver Anexo 9: Herramienta de validación*

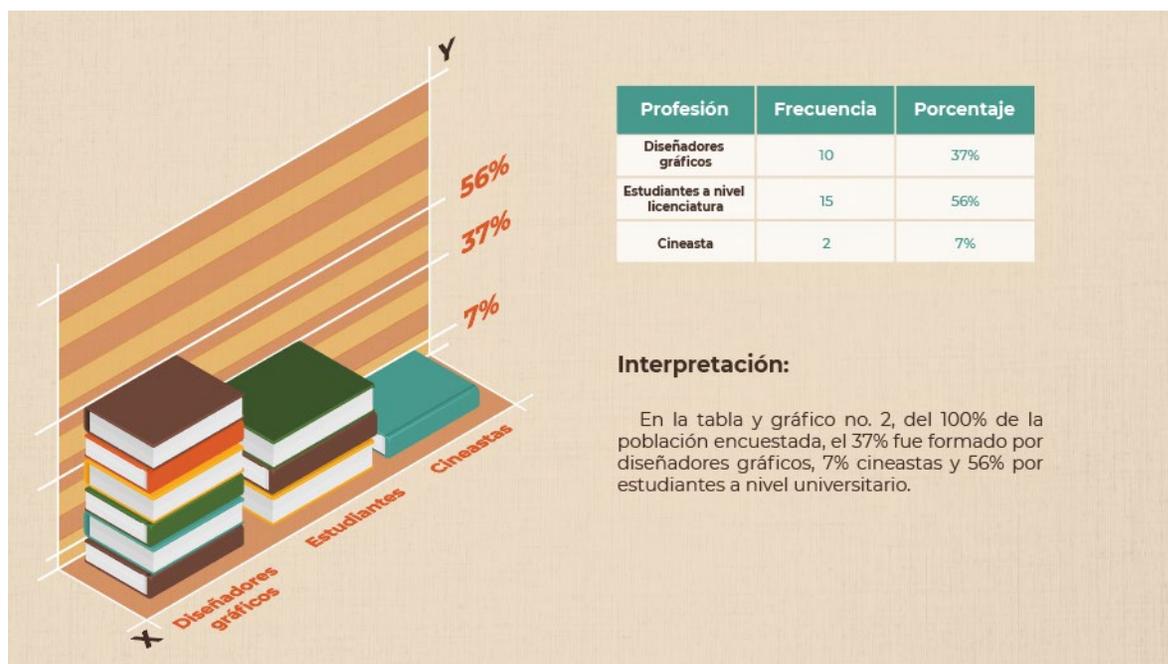
## 8.3 Resultados e interpretación de resultados

### 8.3.1 Datos generales

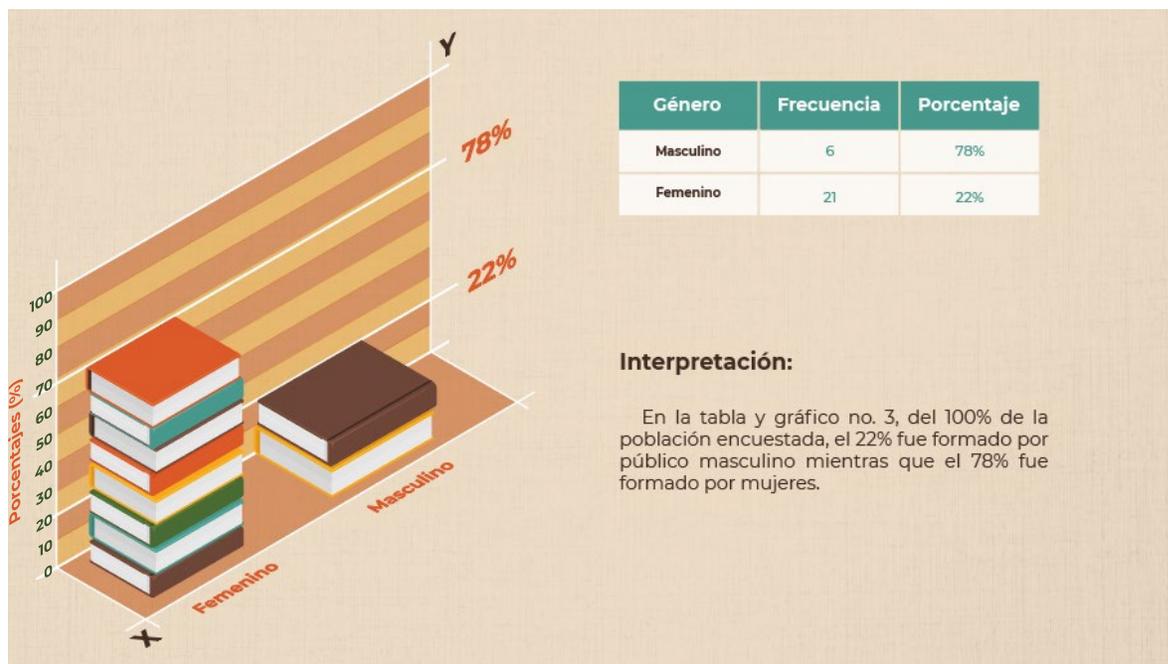
- Segmento al que pertenece:



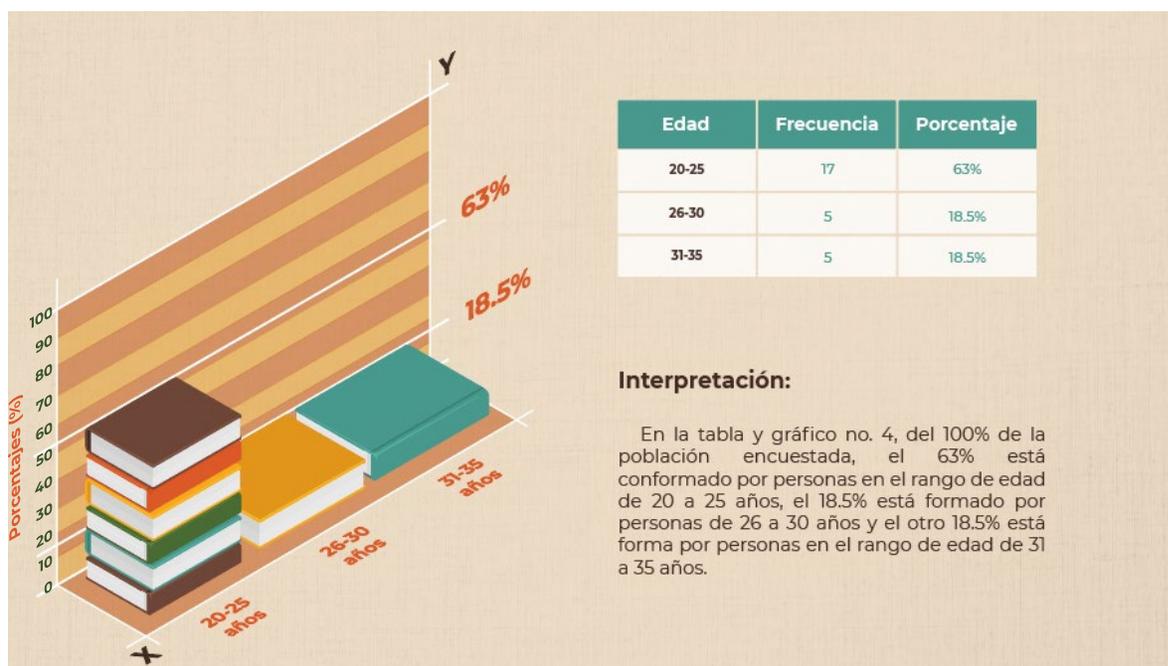
- Profesión:



- Género:

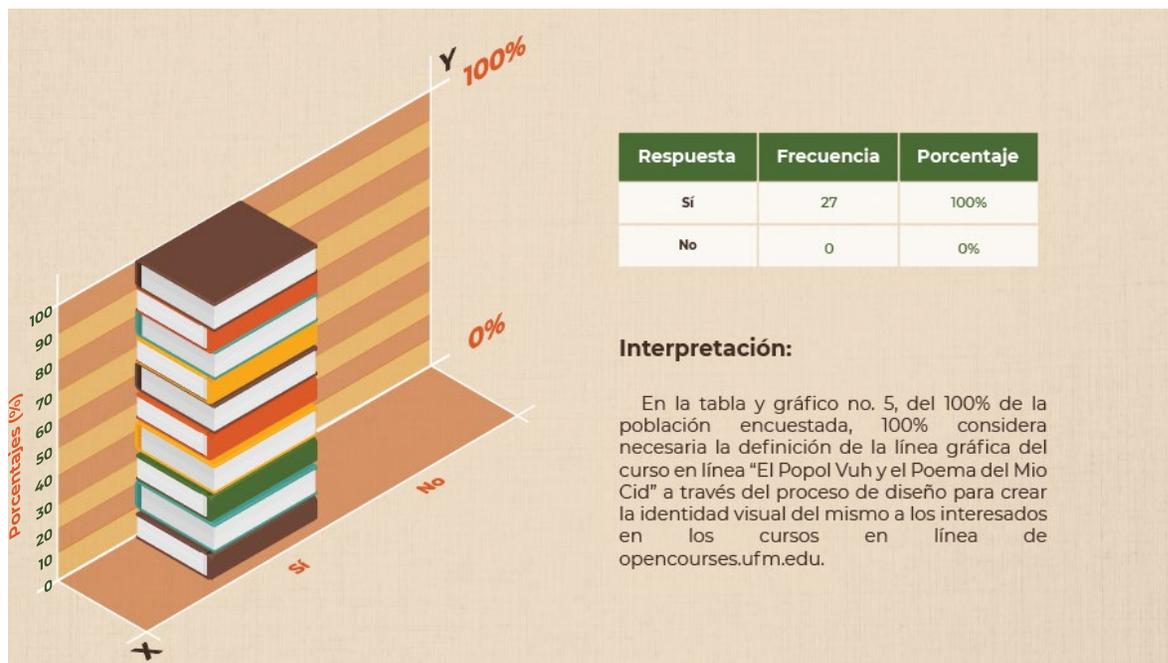


- Edad:



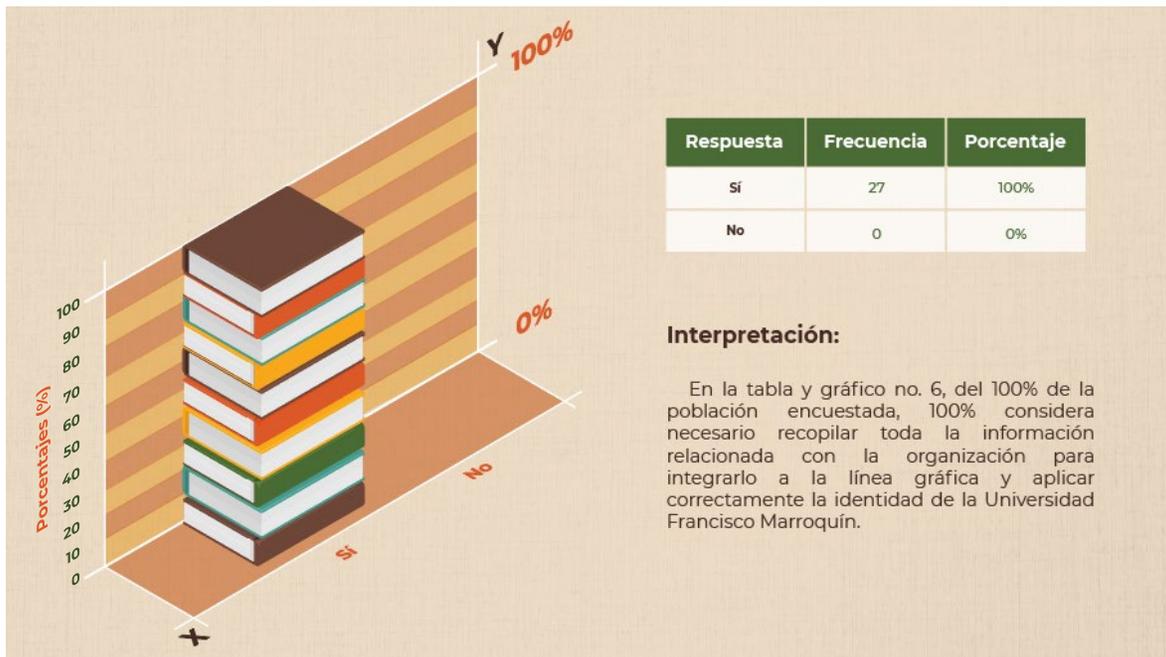
### Parte objetiva- pregunta no. 1

¿Considera usted necesaria la definición de la línea gráfica del curso en línea “El Popol Vuh y el Poema del Mio Cid” a través del proceso de diseño para crear la identidad visual del mismo a los interesados en los cursos en línea de [opencourses.ufm.edu](http://opencourses.ufm.edu)?



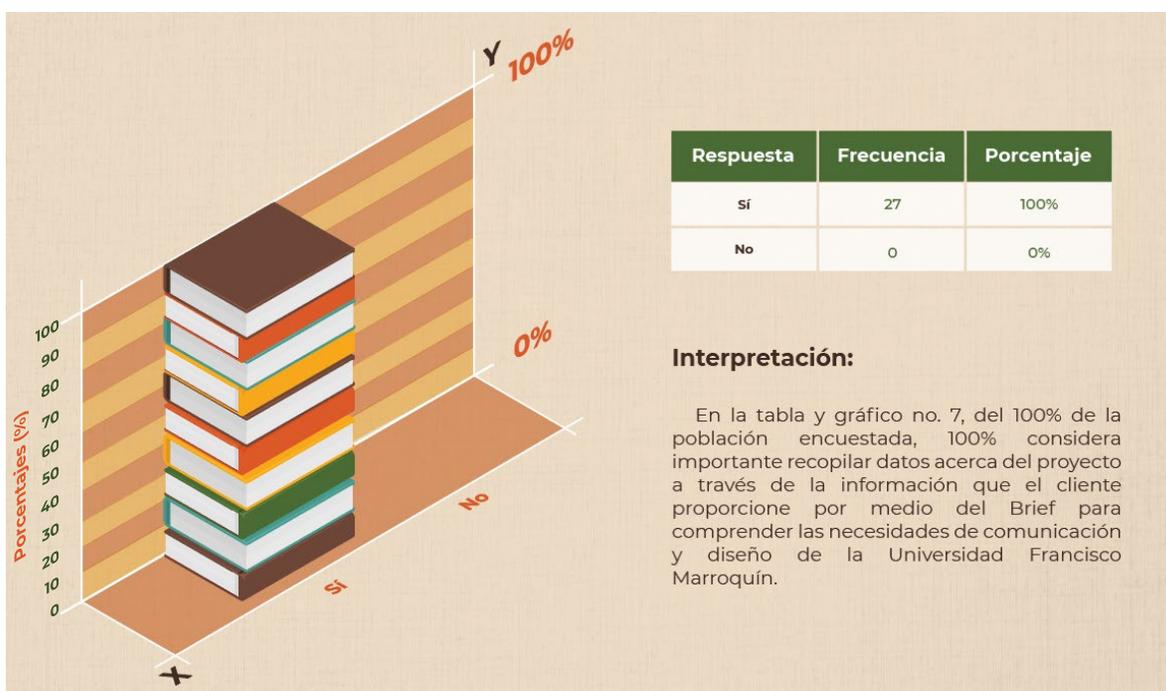
### Parte objetiva- pregunta no. 1

¿Considera necesario recopilar toda la información relacionada con la organización para integrarlo a la línea gráfica y aplicar correctamente la identidad de la Universidad Francisco Marroquín?



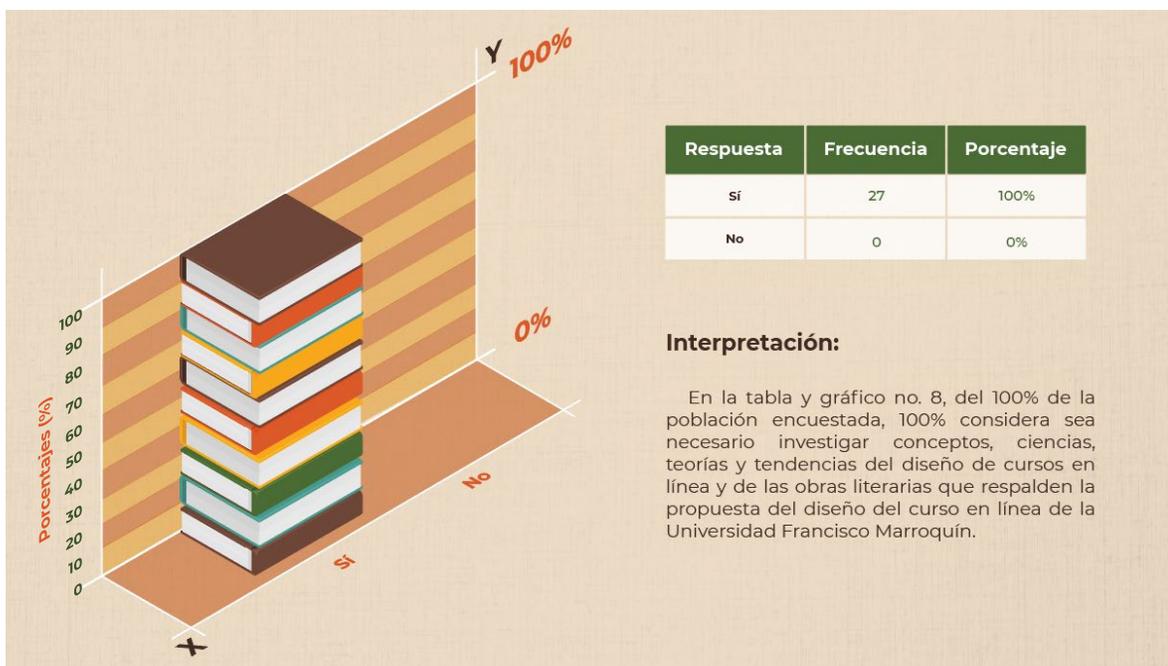
### Parte objetiva- pregunta no. 3

¿Considera usted que es importante recopilar datos acerca del proyecto a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief para comprender las necesidades de comunicación y diseño de la Universidad Francisco Marroquín?



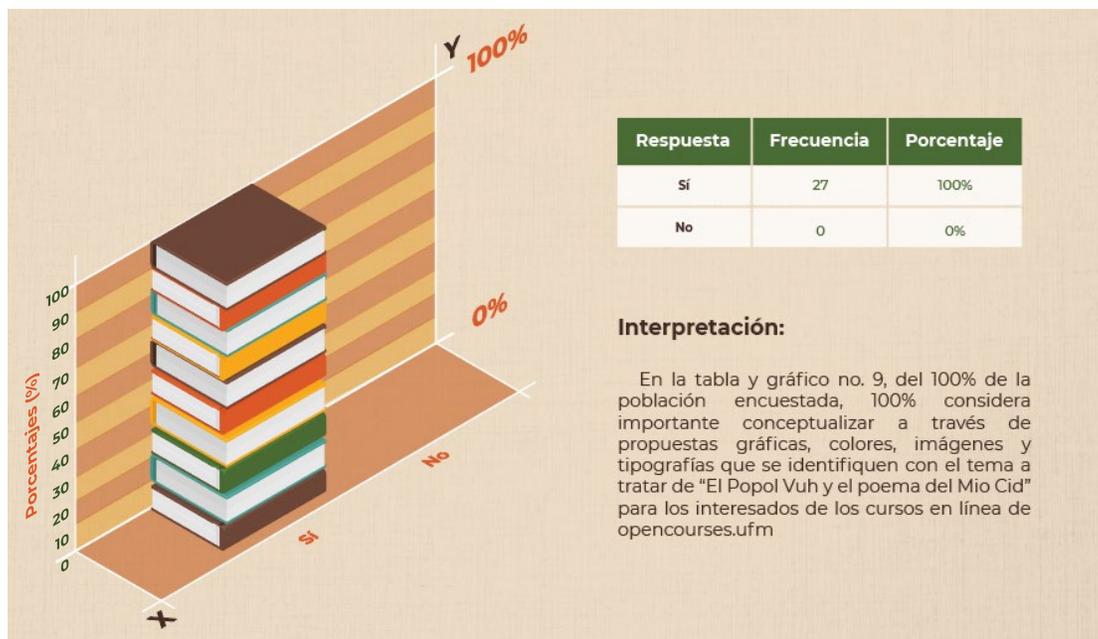
#### Parte objetiva- pregunta no. 4

¿Considera que sea necesario investigar conceptos, ciencias, teorías y tendencias del diseño de cursos en línea y de las obras literarias que respalden la propuesta del diseño del curso en línea de la Universidad Francisco Marroquín?



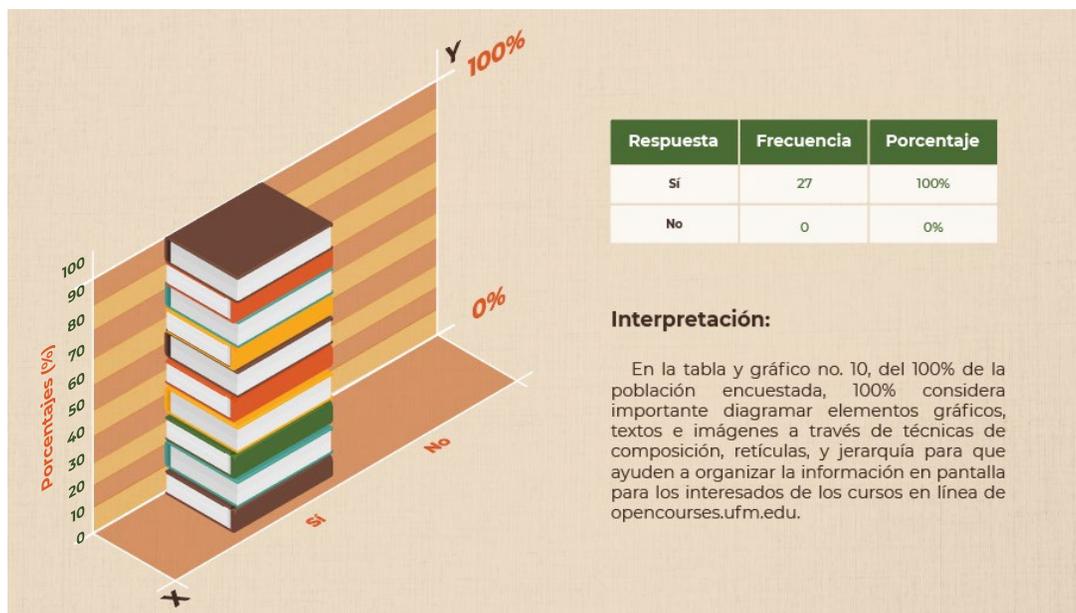
#### Parte objetiva- pregunta no. 5

¿Considera importante conceptualizar a través de propuestas gráficas, colores, imágenes y tipografías que se identifiquen con el tema a tratar de “El Popol Vuh y el poema del Mío Cid” para los interesados de los cursos en línea de [opencourses.ufm.edu](http://opencourses.ufm.edu)?



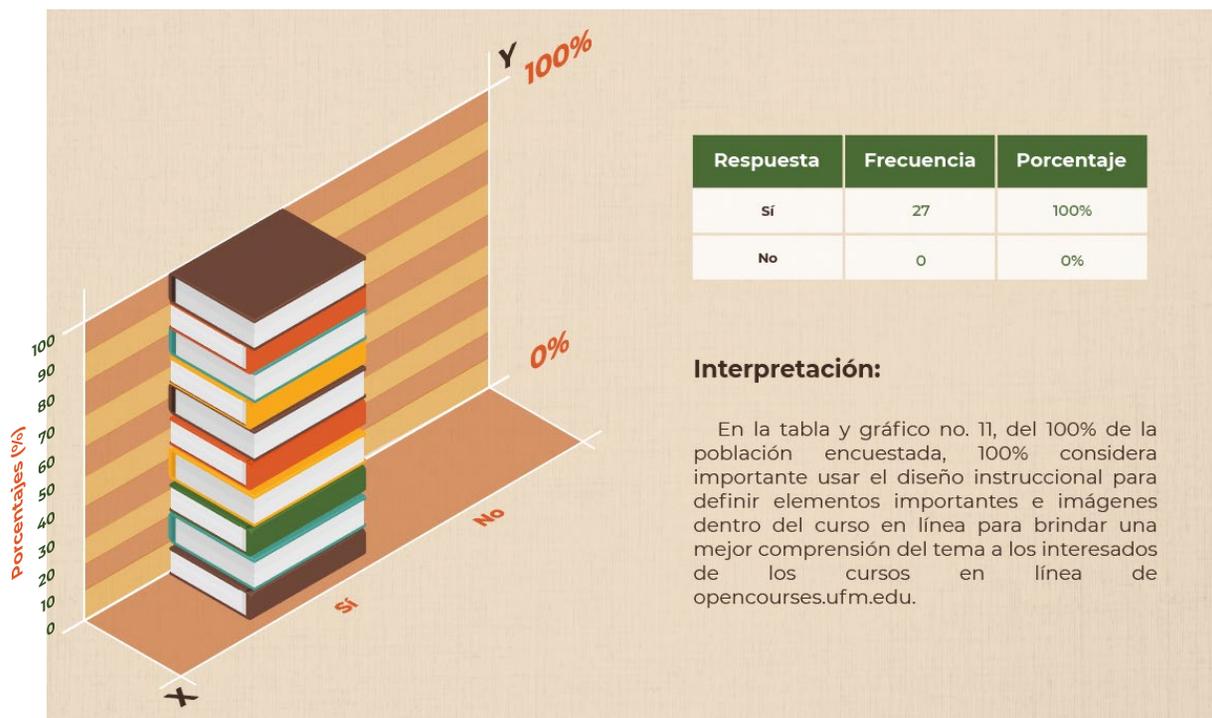
### Parte objetiva- pregunta no. 6

¿Considera usted que es importante diagramar elementos gráficos, textos e imágenes a través de técnicas de composición, retículas, y jerarquía para que ayuden a organizar la información en pantalla para los interesados de los cursos en línea de opencourses.ufm.edu?



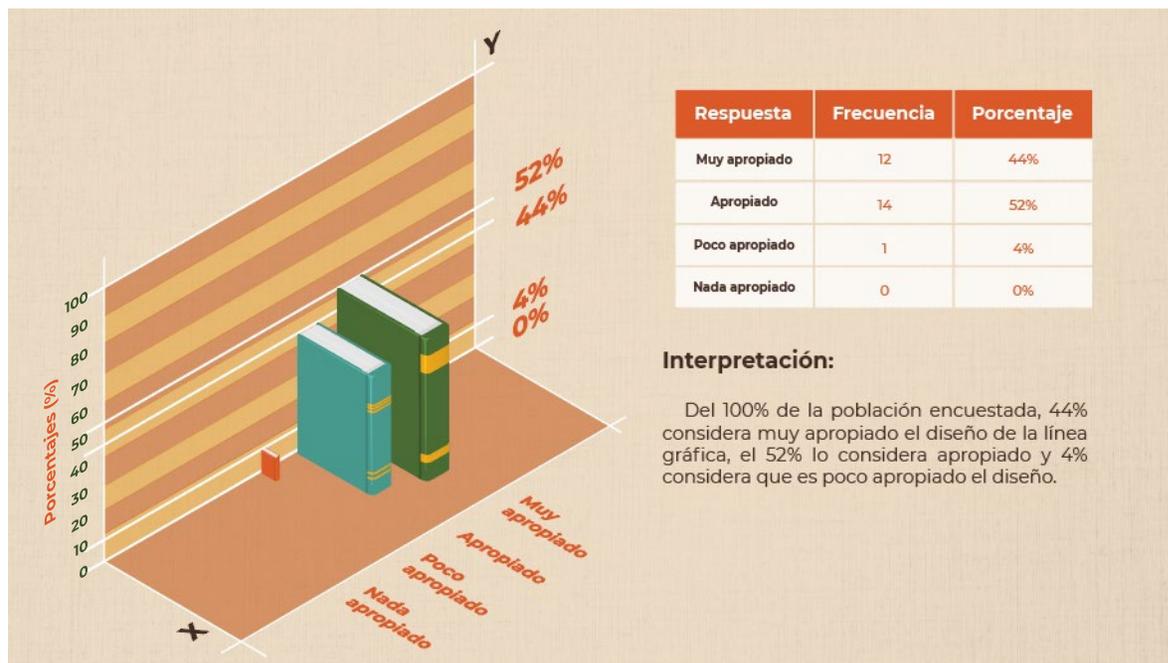
### Parte objetiva- pregunta no. 7

¿Considera importante usar el diseño instruccional para definir elementos importantes e imágenes dentro del curso en línea para brindar una mejor comprensión del tema a los interesados de los cursos en línea de opencourses.ufm.edu?



### Parte semiológica- pregunta no.7

¿Considera que el diseño de la línea gráfica del curso en línea "Popol Vuh y el poema de Mío Cid" es?



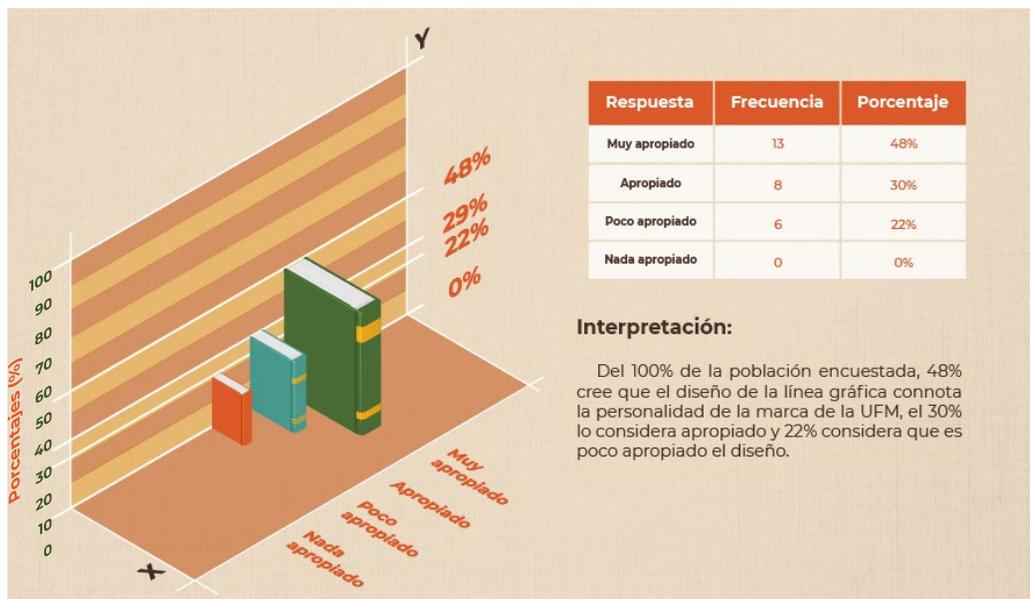
### Parte semiológica- pregunta no.8

¿Cree que el diseño de la línea gráfica propuesta connota la personalidad de la marca de la Universidad Francisco Marroquín?



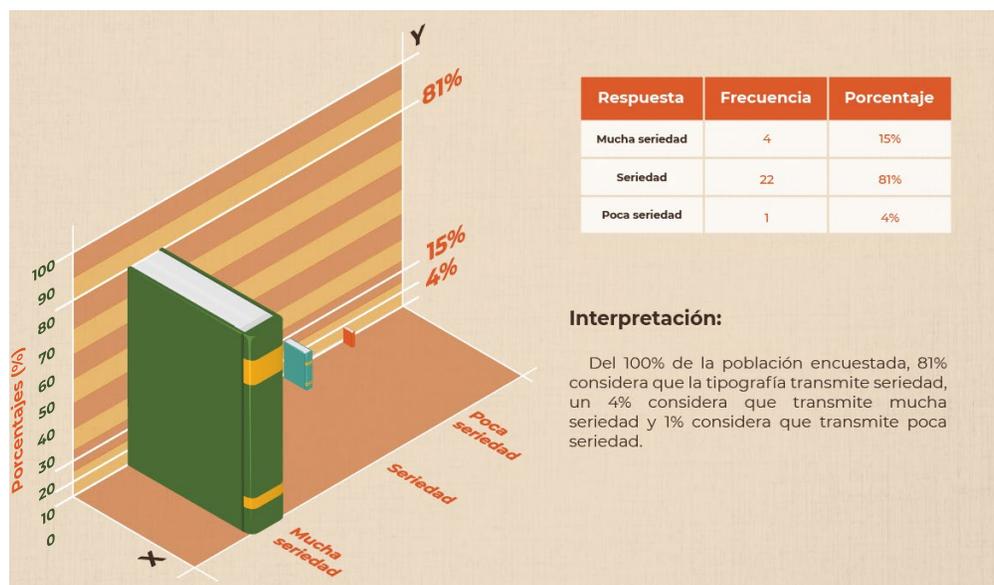
### Parte semiológica- pregunta no.9

La tipografía del curso en línea es:



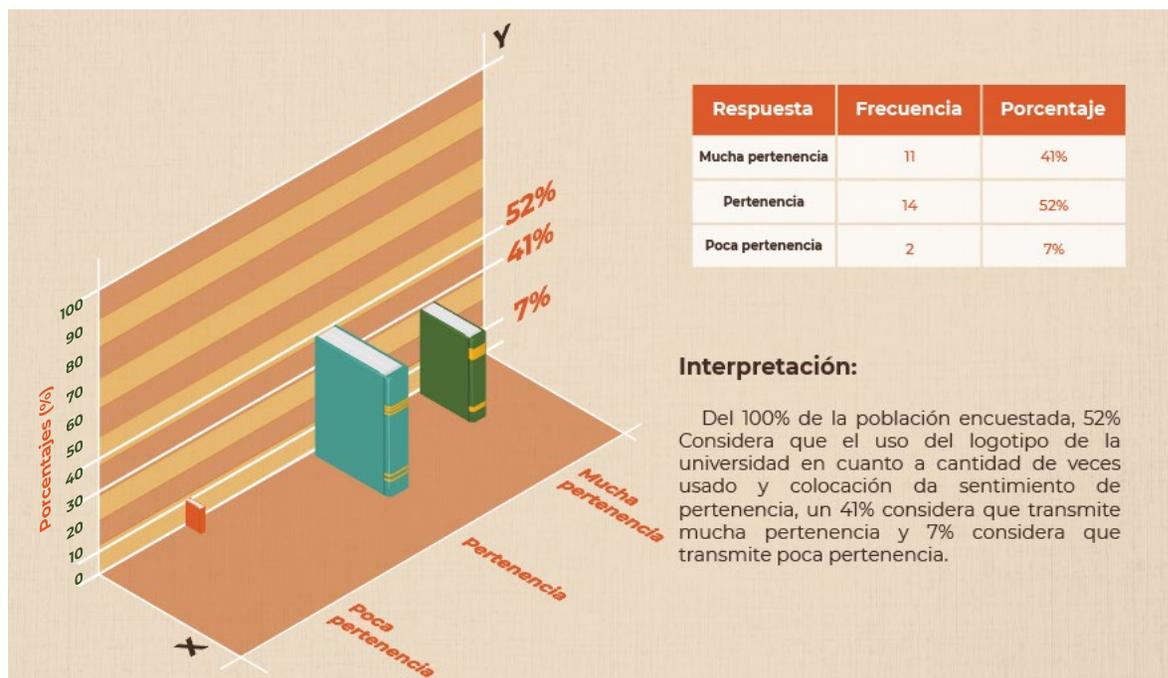
### Parte semiológica- pregunta no. 10

¿Considera que la tipografía utilizada para el curso en línea transmite?



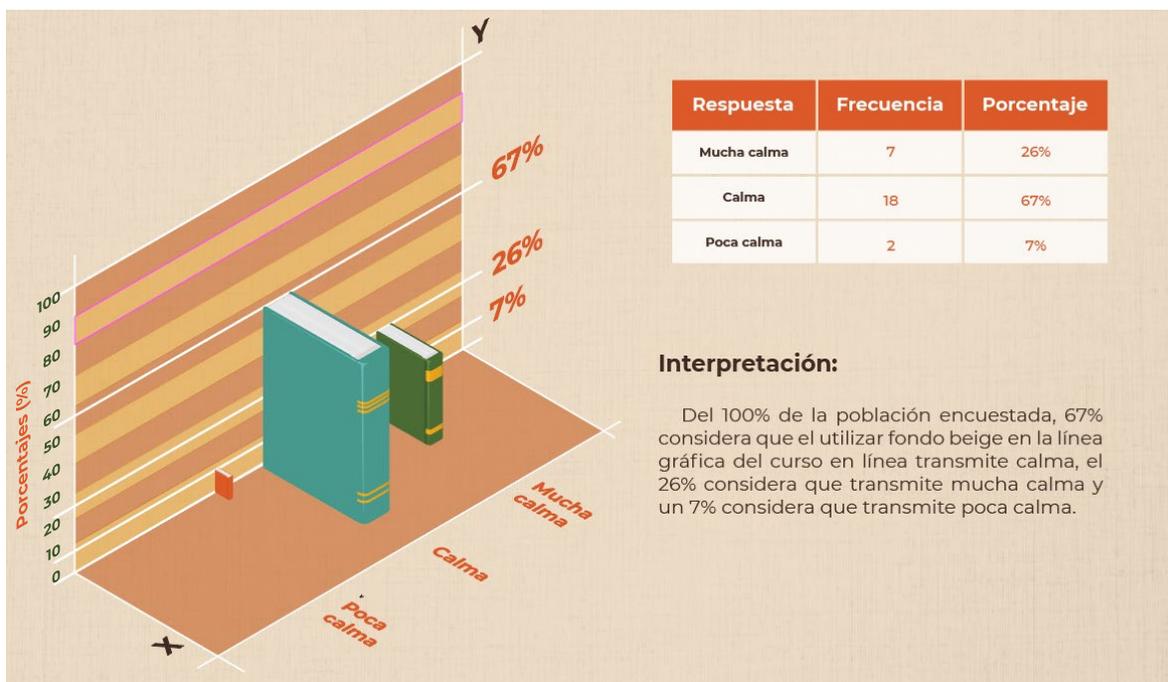
### Parte semiológica- pregunta no. 11

¿Considera que el uso del logotipo de la universidad en cuanto a cantidad de veces usado y colocación da sentimiento de?



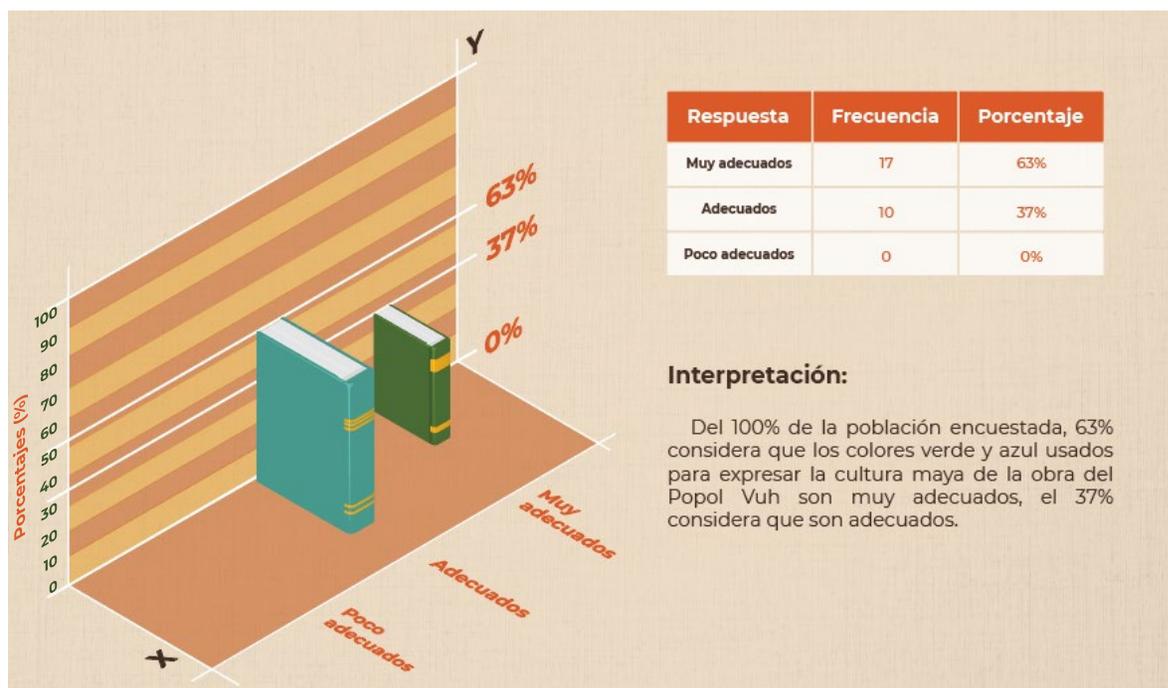
### Parte semiológica- pregunta no. 12

¿Considera que el utilizar fondo beige en la línea gráfica del curso en línea transmite?



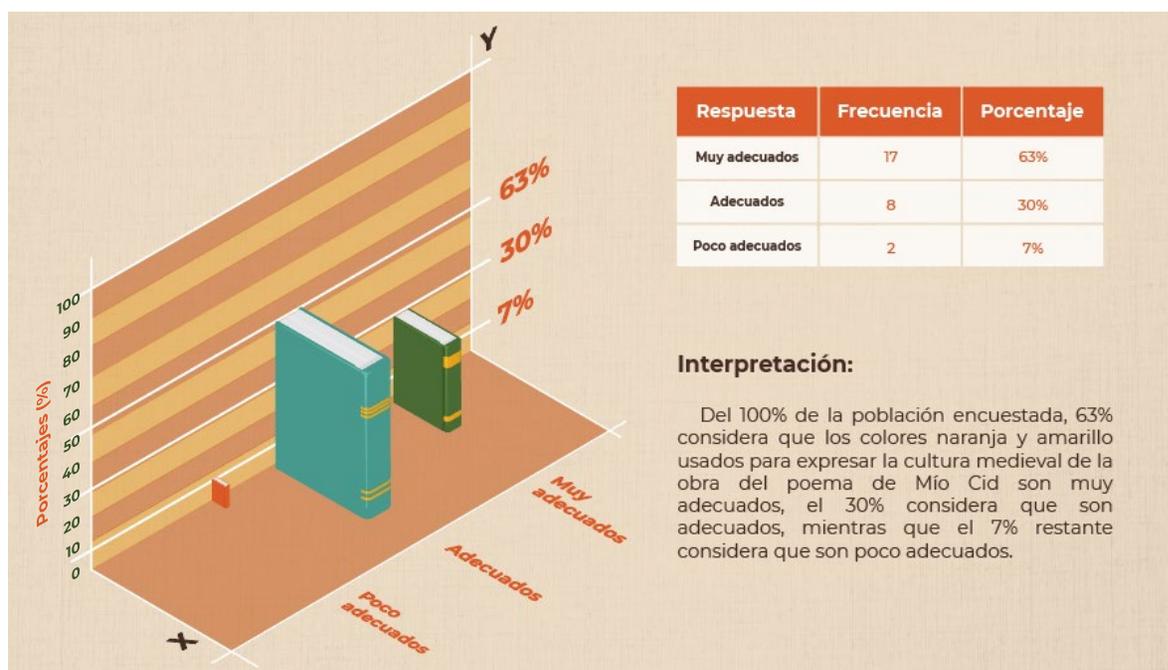
### Parte semiológica- pregunta no. 13

Los colores verde y azul usados para expresar la cultura maya de la obra del Popol Vuh considera que son:



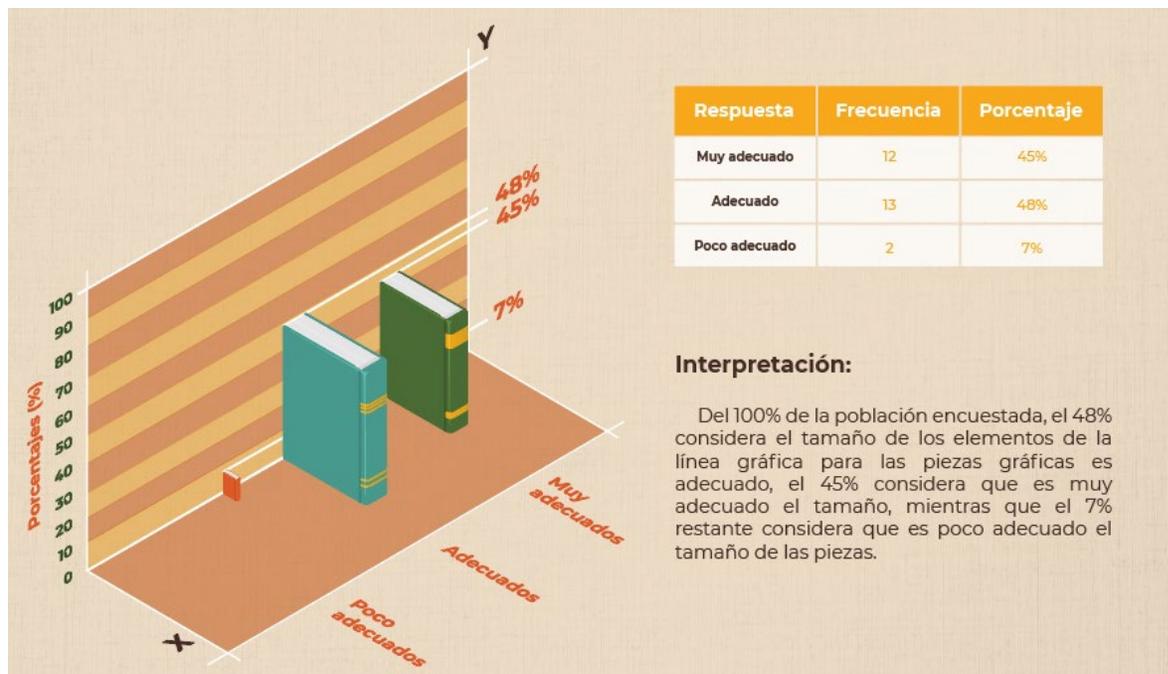
### Parte semiológica- pregunta no. 14

Los colores naranja y amarillo usados para expresar la cultura medieval de la obra del poema de Mío Cid considera que son:



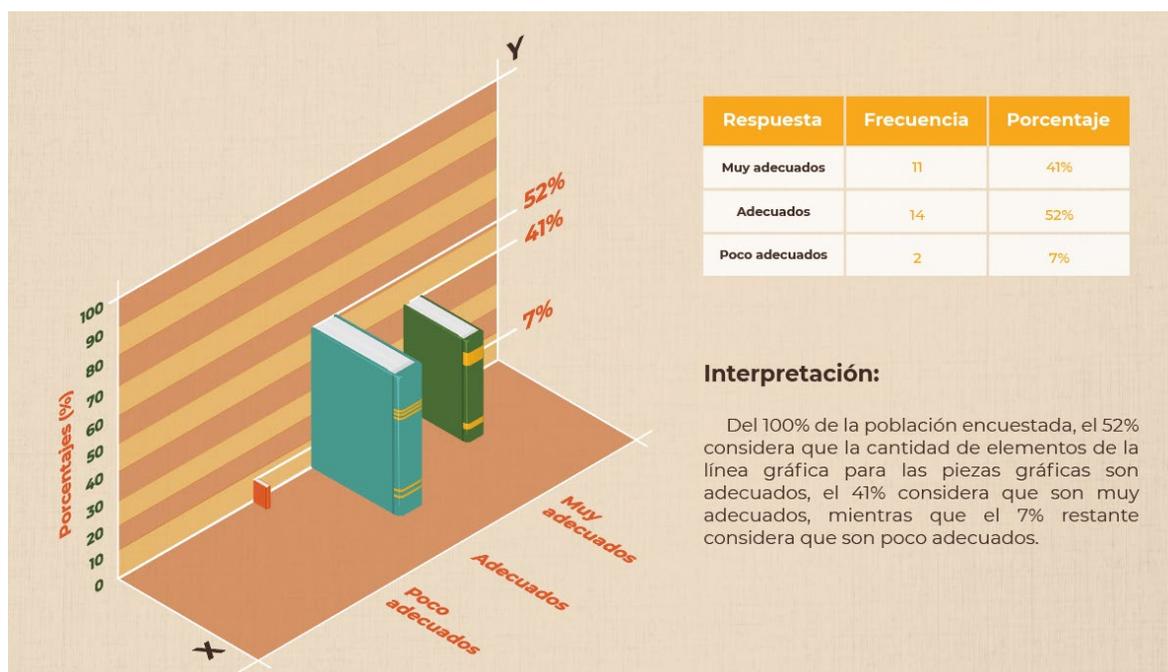
### Parte operativa- pregunta no. 15

¿Considera que el tamaño de los elementos de la línea gráfica para las piezas gráficas es?



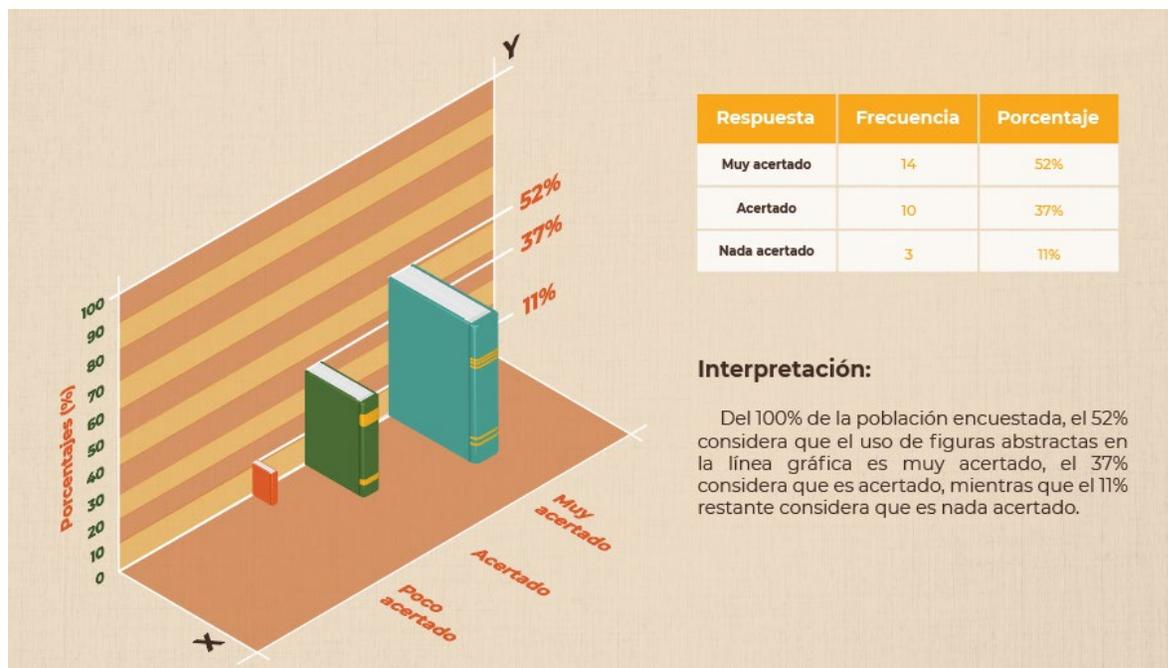
### Parte operativa- pregunta no. 16

¿Considera que el tamaño de los elementos de la línea gráfica para las piezas gráficas es?



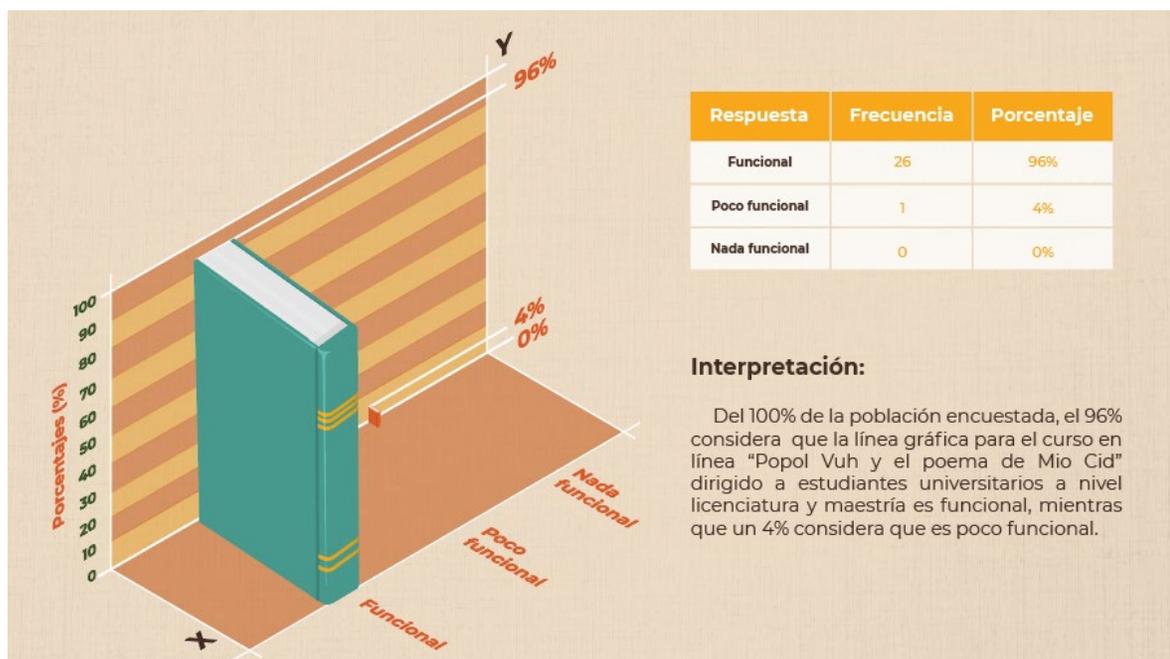
### Parte operativa- pregunta no. 17

¿Considera que el uso de figuras abstractas en la línea gráfica es?



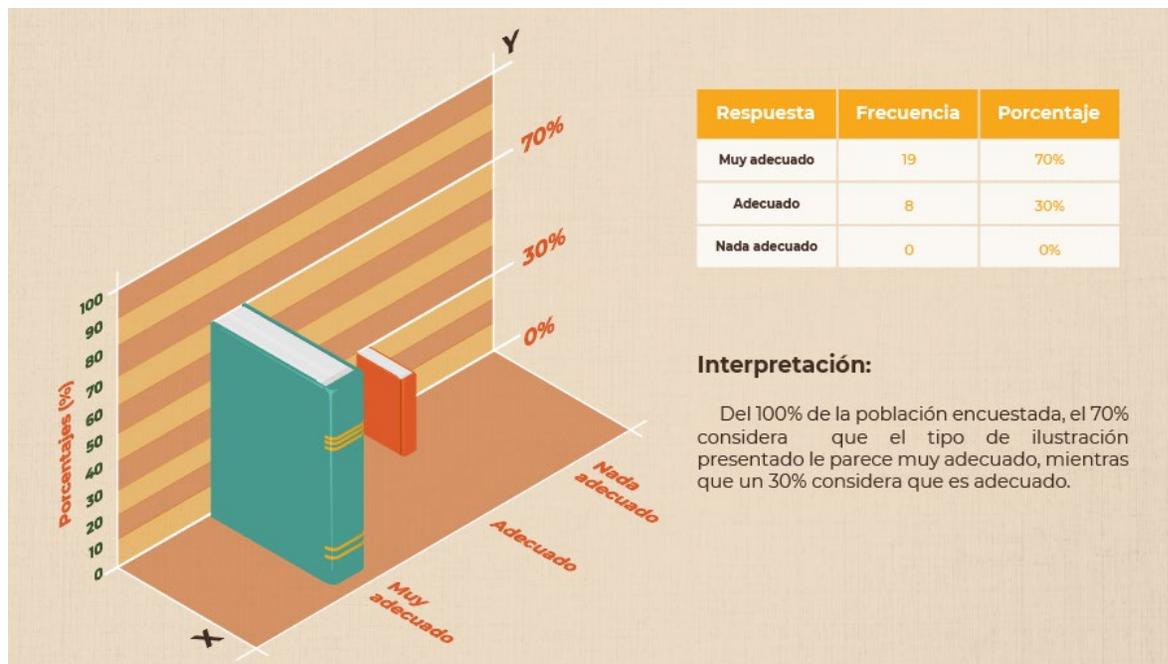
### Parte operativa- pregunta no. 18

¿Considera que la línea gráfica para el curso en línea “Popol Vuh y el poema de Mio Cid” dirigido a estudiantes universitarios a nivel licenciatura y maestría es?



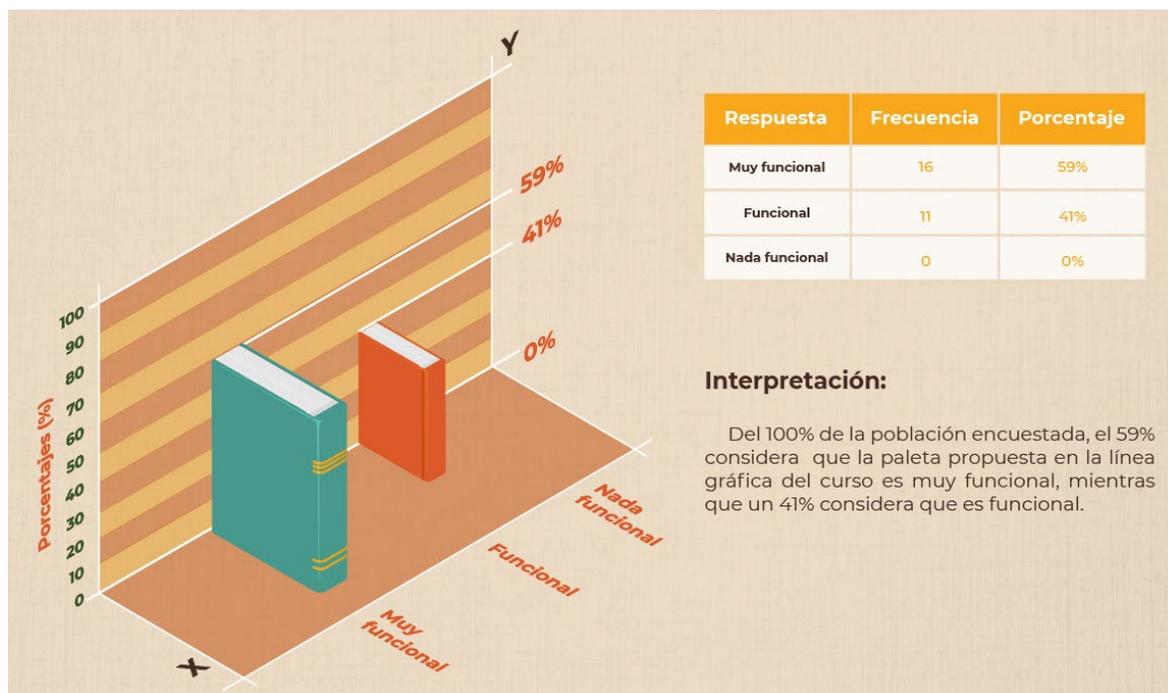
### Parte operativa- pregunta no. 19

El tipo de ilustración presentado le parece:



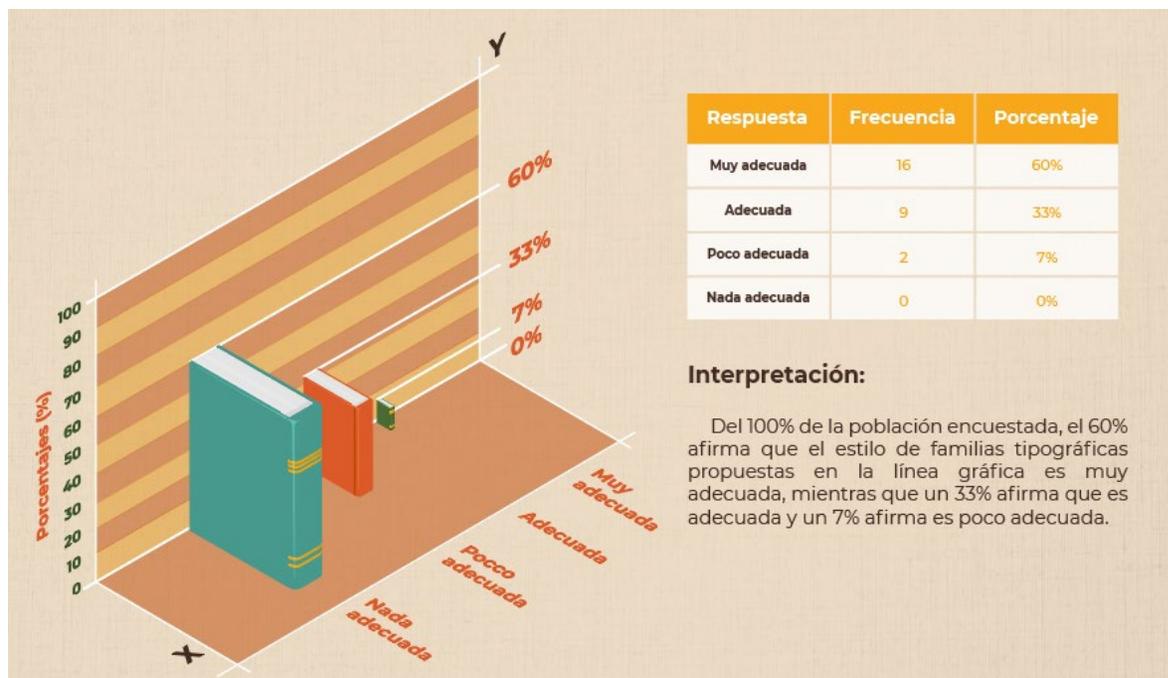
### Parte operativa- pregunta no. 20

¿Considera que la paleta propuesta en la línea gráfica del curso es?



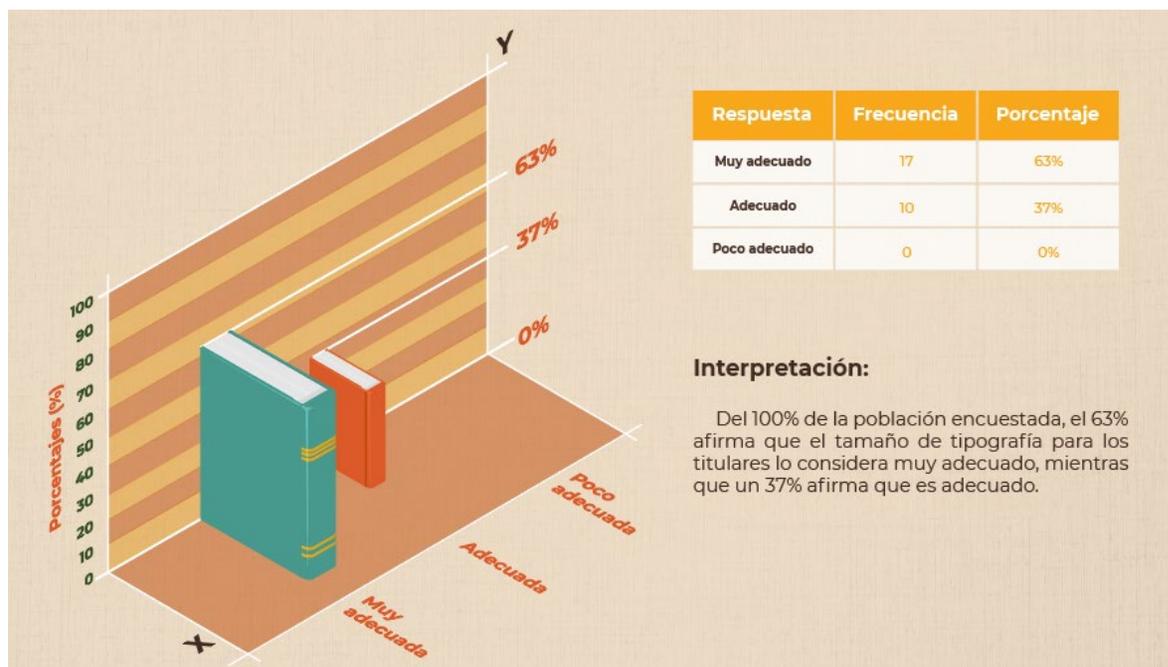
### Parte operativa- pregunta no. 21

El estilo de familias tipográficas propuestas en la línea gráfica es:



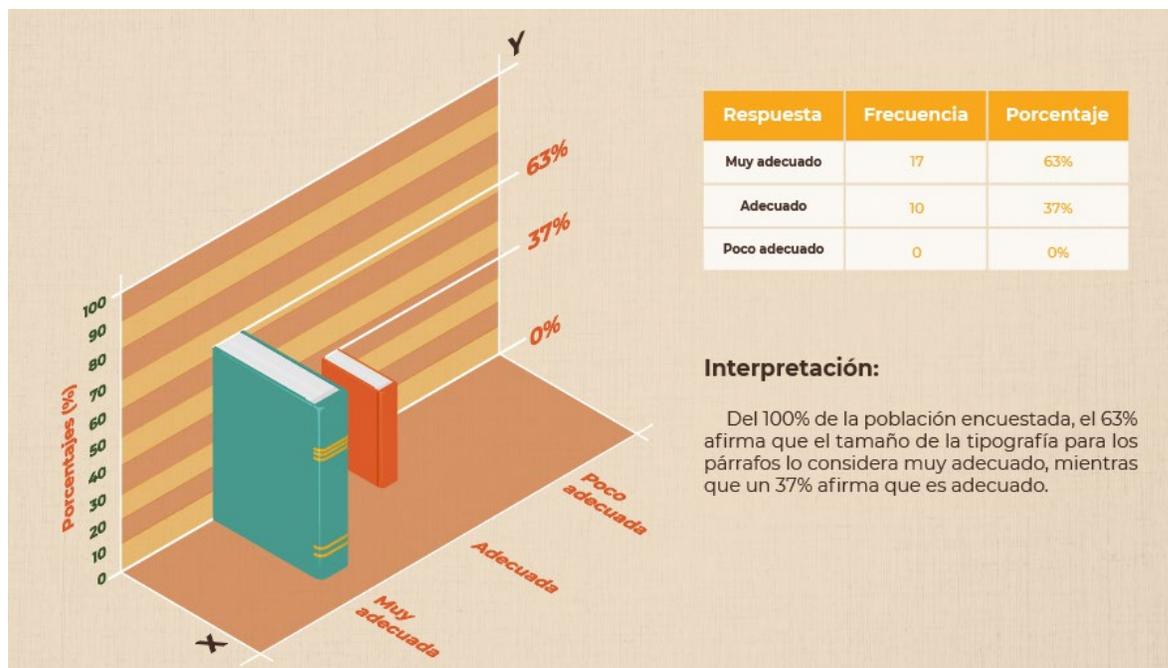
### Parte operativa- pregunta no. 22

El tamaño de tipografía para los titulares lo considera:



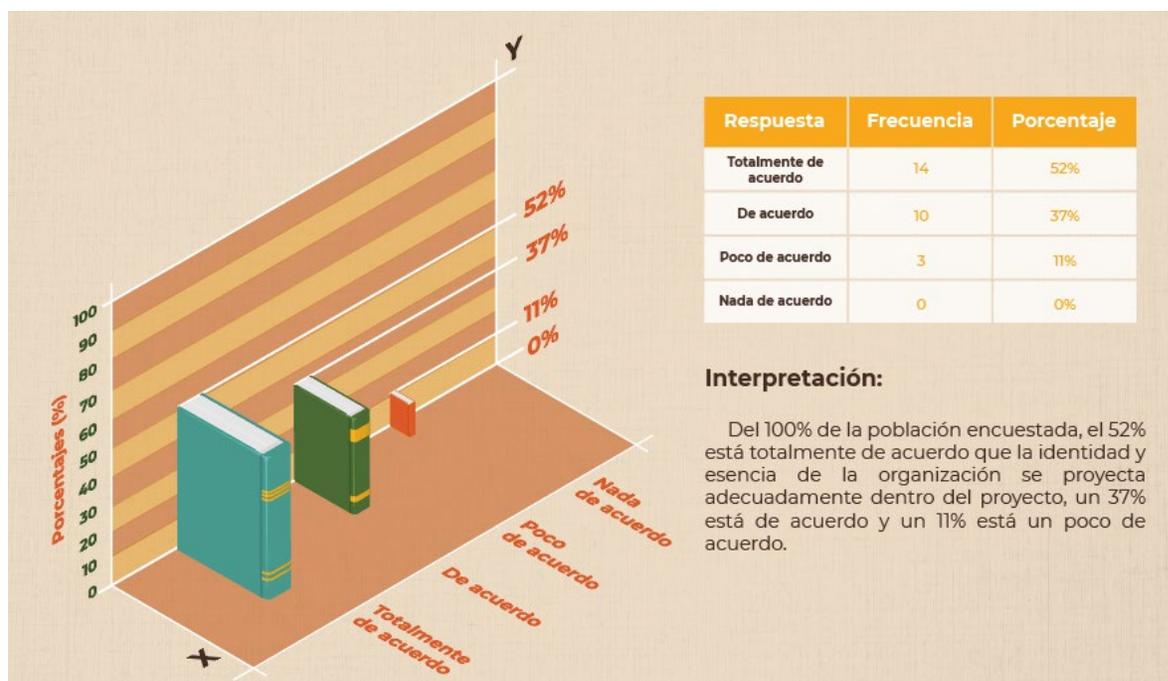
### Parte operativa- pregunta no. 23

El tamaño de la tipografía para los párrafos lo considera:



### Parte operativa- pregunta no. 24

A su criterio ¿Considera que la identidad y esencia de la organización se proyecta adecuadamente dentro del proyecto?



## 8.4 Cambios en base a los resultados

### 8.4.1 Antes y después:

- **Tipografía.** En la pantalla del logotipo al curso se hizo cambios por parte del cliente en cuanto a tipografía, colores y formas, de modo que la tipografía estuviera alineada a la línea gráfica de la Universidad Francisco Marroquín, por lo tanto se hizo el cambio a la tipografía Myriad pro la cual pertenece a la familia sans serif para los títulos y logotipo, y la tipografía serif Garamond para los párrafos.

Antes

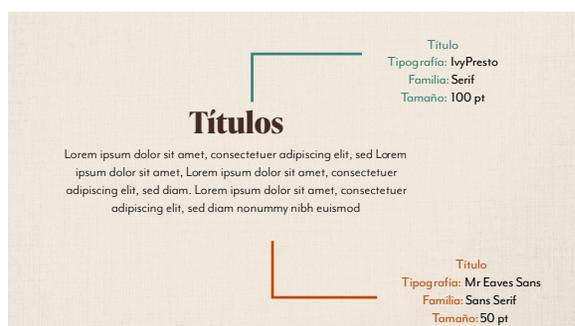


Después

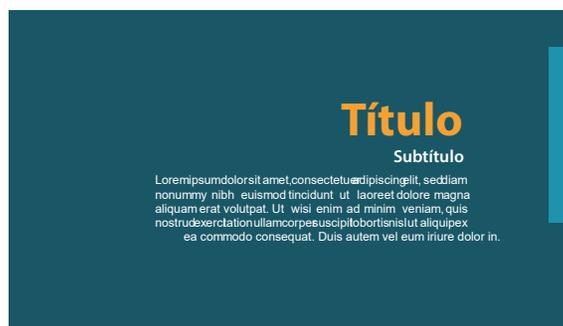


- **Textos.** En los textos se hizo cambios en tamaño de modo que estos sean legibles en distintos dispositivos y establecieran jerarquías visuales.

Antes

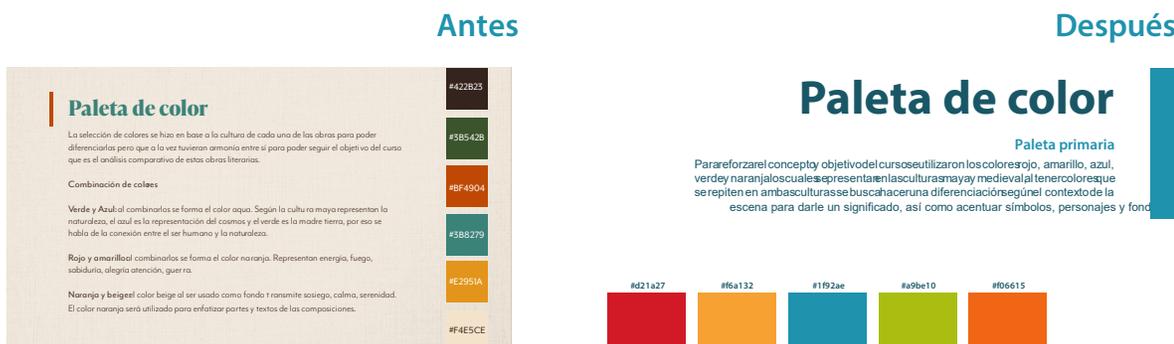


Después



- **Paleta de color.** Para reforzar el concepto y objetivo del curso se utilizaron los colores principales rojo, amarillo, azul, verde y naranja junto con la gama cromática de cada uno los cuales se presentan en las culturas maya y medieval, al tener colores que se repiten en ambas culturas se busca hacer una diferenciación según el contexto de la escena para darle un significado, así como acentuar símbolos, personajes y fondos. Anteriormente se presentó una paleta la cual no tenía suficiente justificación con las piezas por lo tanto el cliente pidió este cambio, al

igual que uno de los expertos encuestados y una persona del grupo objetivo sugirió el cambio a colores más llamativos, por tanto, se hizo este cambio en la paleta de colores.



- **Elementos gráficos.** Basado en el estilo de ilustración, se realizarán composiciones con algunos patrones geométricos que de acuerdo a la psicología de formas tendrán un significado de acuerdo a los temas a tratar que harán que el diseño se vea equilibrado y adaptado al curso en línea.



- **Logotipo.** El logotipo cambió en cuanto a color y tipografía, ya que es parte de los cambios del cliente para que éste se unifique a la línea de la Universidad Francisco Marroquín y también tuviera una jerarquía visual en cuanto a color y tamaño.



- **Pantalla de logo de curso**



En la pantalla del logotipo al curso se hizo cambios por parte del cliente en cuanto a tipografía, colores y formas, de modo que la tipografía estuviera alineada a la línea gráfica de la Universidad Francisco Marroquín, los colores fueran más llamativos y las formas no fueran tan abstractas, de modo que se implementó el uso de figuras geométricas las cuales tienen un significado psicológico de acuerdo a los temas a tratar en el curso.

- **Pantalla introducción**

En la pantalla de introducción al curso se hizo cambios por parte del cliente en cuanto a tipografía, colores y formas, de modo que la tipografía estuviera alineada a la línea gráfica de la Universidad Francisco Marroquín, los colores fueran más llamativos y las formas no fueran tan abstractas, de modo que se implementó el uso de figuras geométricas las cuales tienen un significado psicológico de acuerdo a los temas a tratar en el curso.

Antes



Después



- **Portada de curso**

Antes



Después



En la portada del curso se hizo cambios por parte del cliente en cuanto a tipografía, colores, formas e ilustración, de modo que la tipografía estuviera alineada a la línea gráfica de la Universidad Francisco Marroquín, los colores fueran más llamativos y las formas no fueran

tan abstractas, de modo que se implementó el uso de figuras geométricas las cuales tienen un significado psicológico de acuerdo a los temas a tratar en el curso.

- **Pantalla por capítulo**

En la pantalla de introducción al curso se hizo cambios por parte del cliente en cuanto a tipografía, colores y formas, de modo que la tipografía estuviera alineada a la línea gráfica de la Universidad Francisco Marroquín, los colores fueran más llamativos y las formas no fueran tan abstractas, de modo que se implementó el uso de figuras geométricas las cuales tienen un significado psicológico de acuerdo a los temas a tratar en el curso.



- **Ilustraciones**

Entre los cambios del cliente se pidió el cambio de estilo de las ilustraciones a un estilo no tan caricaturesco, por lo tanto, en base a los elementos gráficos se definió el estilo flat con la idea de crear ambientes, personajes y símbolos en base a la técnica de cubismo, el cual apoyado de la abstracción cromática se busca dar un orden secuencial y profundidad en las piezas ilustradas.



- **Call to action**

En la pantalla de call to action se hizo cambios por parte del cliente en cuanto a tipografía, colores y formas, de modo que la tipografía estuviera alineada a la línea gráfica de la Universidad Francisco Marroquín, los colores fueran más llamativos y las formas no fueran



tan abstractas, de modo que se implementó el uso de figuras geométricas las cuales tienen un significado psicológico de acuerdo a los temas a tratar en el curso.

- **Pantalla Outro**

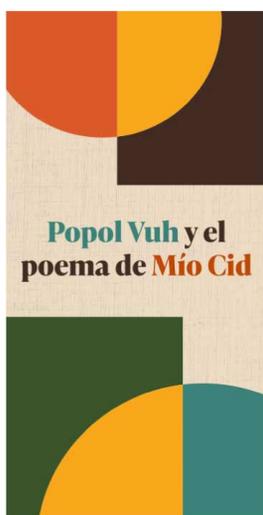
En la pantalla de outro se hizo cambios por parte del cliente en cuanto a tipografía, colores y formas, de modo que la tipografía estuviera alineada a la línea gráfica de la Universidad Francisco Marroquín, los colores fueran más llamativos y las formas no fueran tan abstractas, de modo que se implementó el uso de figuras geométricas las cuales tienen un significado psicológico de acuerdo a los temas a tratar en el curso, de igual manera se agregó el texto: “una producción de” y el logotipo de New Media, el cual está junto al logo UFM, y se quitó el logo open Courses y el del título.



- **Banner página New Media**

En el banner se hizo el cambio por parte del cliente de elementos gráficos, tipografía y colores, así como se creó una insignia única del curso.

Antes



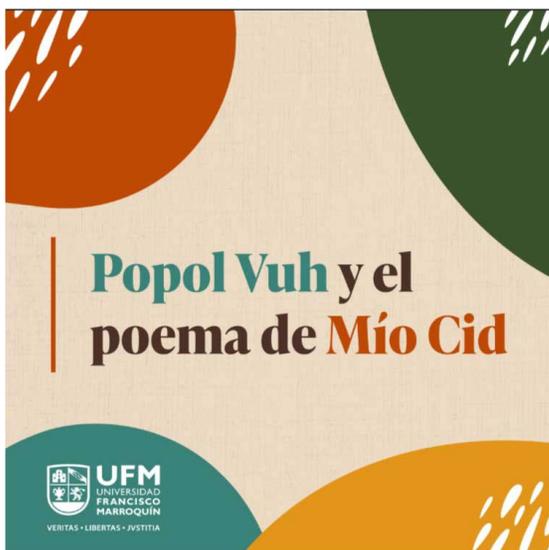
Después



- **Post Instagram/ Facebook**

En el post se hizo el cambio por parte del cliente de elementos gráficos, tipografía y colores, así como se agregaron textos para invitar al grupo objetivo a inscribirse al curso.

Antes



Después



- **Banner página web**

En el banner para páginas web se hizo el cambio por parte del cliente de elementos gráficos, tipografía, colores, tamaño de pieza y se agregó la insignia del curso.

Antes



Después



#### **8.4.2 Justificación por los cambios realizados**

- **Cambios sugeridos por parte de expertos y cliente**

Los cambios que se realizaron dentro del proyecto final en base a la posterior validación técnica, fueron sugeridos, en su mayoría, por el grupo de expertos y el cliente.

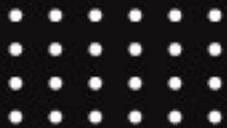
El cambio de la línea gráfica en su totalidad fue uno de los cambios de mayor importancia dentro del proyecto, ya que se buscó dar mayor armonía a las composiciones por medio del color, tipografía, y elementos gráficos, ya que anteriormente las piezas no tenían unidad en cuanto a jerarquía y diseño. La tipografía primaria se cambió por la institucional y la secundaria se propuso una distinta que reforzara el objetivo del curso. La paleta fue sustituida por colores más llamativos, los cuales al ser combinados en sus gamas monocromáticas se busca dar profundidad a las ilustraciones.

- **Cambios sugeridos por parte del grupo objetivo**

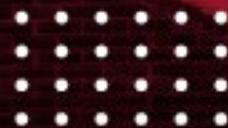
Por parte del grupo objetivo del presente proyecto, únicamente se sugirió aumentar el tamaño de textos y agregar colores más llamativos a la línea gráfica.

*Ver Anexo 10: Respuestas de validación de proyecto*

*Ver Anexo 11: Fotografías de validación*



# CAPÍTULO IX



## Capítulo IX: Propuesta final gráfica

- Portada de documento



- Pantalla presentación de proyecto



- **Tipografía**

**Tipografía**

**Myriad Pro**  
 Tipografía institucional de la UFM tipo sansserif que transmite modernidad, dinamismo y actualidad a los títulos.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo  
 Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

**Garamond**  
 Tipografía serif que transmite elegancia y seriedad a los párrafos.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo  
 Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1080 px

1920 px

- **Logotipo**

**Logotipo**

El logotipo del curso contiene la tipografía Myriad Pro la cual pertenece a la familia serif la cual es usada en la línea gráfica de la Universidad Francisco Marroquín, del cual se buscó resaltar los títulos de las obras a tratar por medio del tamaño y en el logo principal se hizo uso del color amarillo el cual en ambas culturas significa vida y energía.

El **Popol Vuh** y el  
**Poema de Mío Cid**

El **Popol Vuh** y el  
**Poema de Mío Cid**

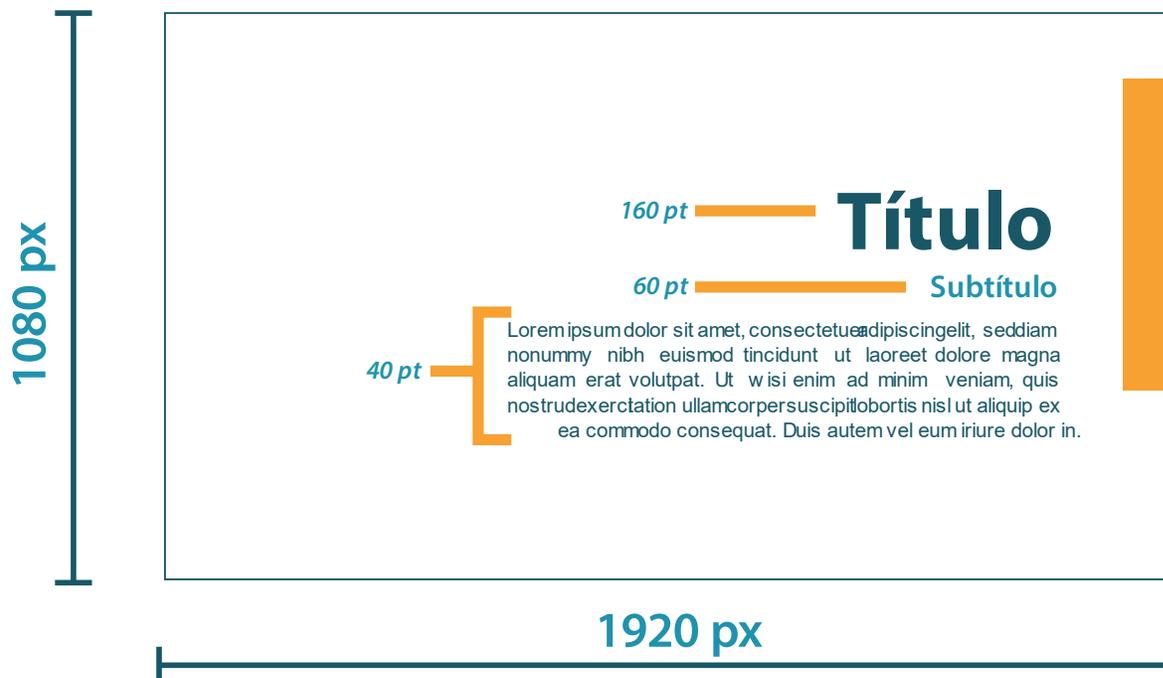
El **Popol Vuh** y el  
**Poema de Mío Cid**

El **Popol Vuh** y el  
**Poema de Mío Cid**

1080 px

1920 px

- Textos



- Paleta de color



1920 px



1920 px

1080 px

# Significado de colores

Cultura maya

1920 px

1080 px

Inicio de toda actividad en el tiempo y el espacio.

El este, donde sale el sol se le asocia con el color rojo, representa la renovación espiritual, la sangre, abre paso a nuevas ideas, a la innovación y el despertar de conciencia.

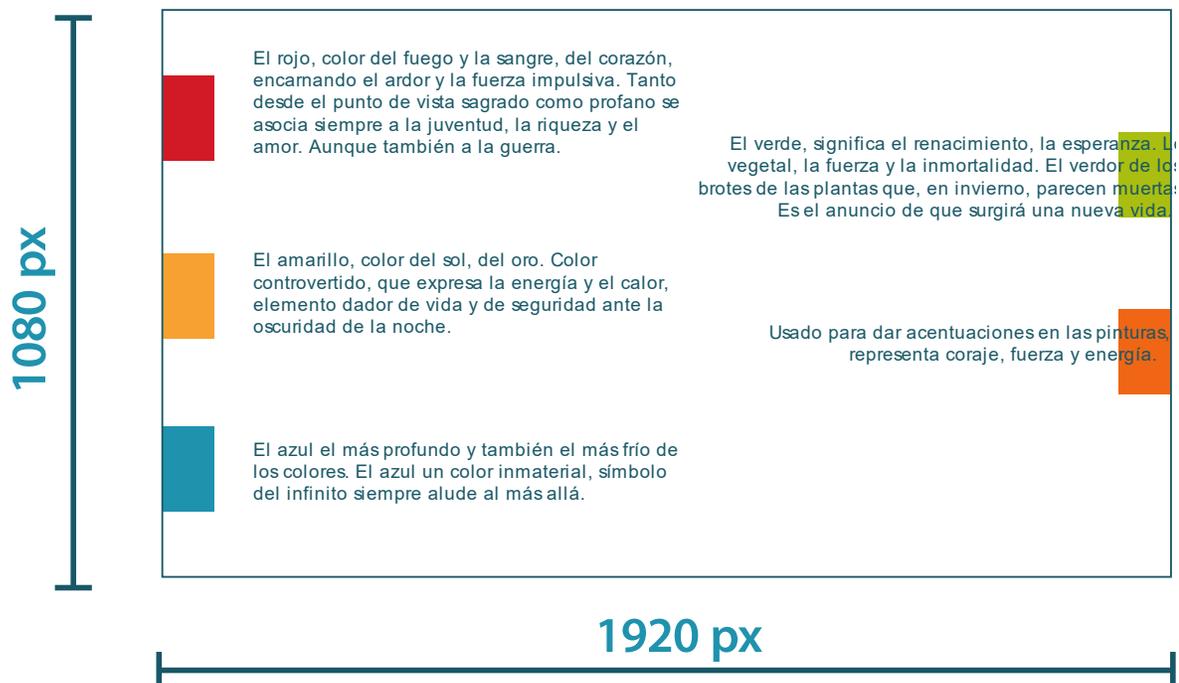
El sur es representado en la cosmovisión maya con el amarillo, lo cual simboliza las cosechas. El amarillo también se vincula a la vida, a la creación y el movimiento

Los colores azul y verde, están ubicados en el centro y significan el origen de todo lo creado y reconocen la relación hombre-naturaleza. El azul es el cosmos, el firmamento y el cielo, y el verde la madre naturaleza.

Al oeste, donde cae el Sol después de estar en lo alto se le asocia con el color negro. A diferencia de la visión occidental, la dualidad entre vida y muerte es una relación que explica el orden del universo, la vida como un proceso natural que no tiene un fin trágico, ni persigue la redención tras un ideal ascético.

La mezcla de los pigmentos rojos y amarillos fueron parte de los murales y artesanías mayas. Unido a ello la calcinación de muchos de los óxidos de los pigmentos provocaba un cambio de coloración favoreciendo la gama naranja. Ya sea con este color con el rojo se representaban a monstruos y deidades

1920 px



- **Estilo de ilustración**

1080 px

## Ilustración

**Tipo de ilustración**

Se propone la ilustración estilo flat con la idea de crear ambientes, personajes y símbolos en base a la técnica de cubismo en la cual se construye y forma a partir de las figuras geométricas, línea recta y curvas, el cual apoyado de la abstracción cromática se busca dar un orden secuencial y profundidad en las piezas ilustradas.

**Textura**

Se propone el uso de textura granulada para el efecto de luces y sombras, acentos y superposición de objetos los cuales en conjunto a la gama monocromática de los colores se busca dar profundidad a las ilustraciones.

1920 px

- **Elementos gráficos**

1080 px

## Elementos gráficos

Basado en el estilo de ilustración, se realizarán composiciones con algunos patrones geométricos que de acuerdo a la psicología de las formas tendrán un significado y harán que el diseño se vea equilibrado y adaptado al curso.

Al tratar de unir temas antropológicos, sociológicos y religiosos en ambas obras, siendo éste el tema central del curso, se hizo uso de este estilo gráfico para crear armonía entre ambas culturas.

1920 px



- Pantalla logo de curso



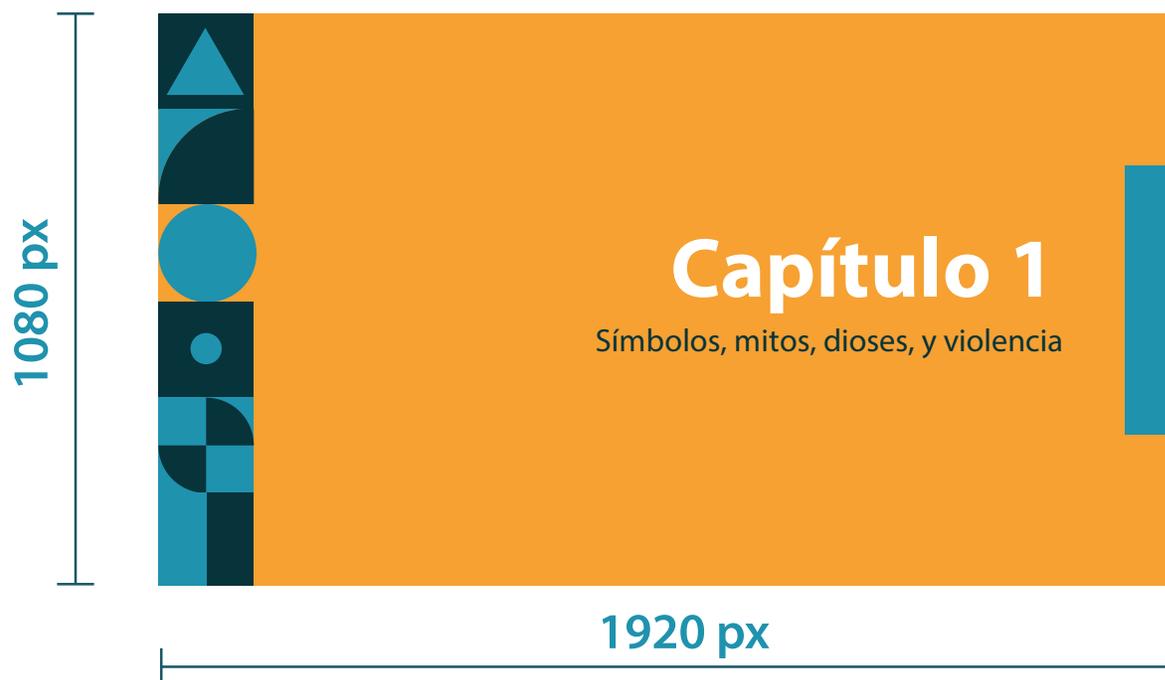
- Pantalla introducción



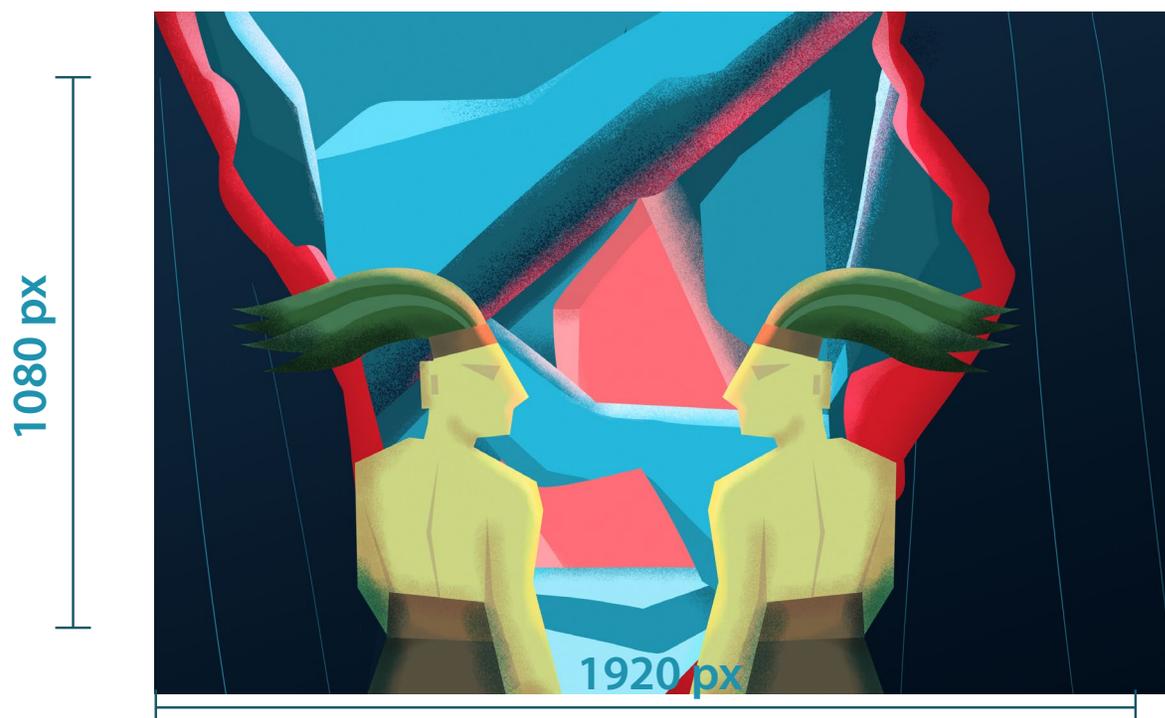
- Portada de curso



- Pantalla por capítulo



- Propuesta de ilustraciones





- Pantalla call to action



- **Outro de curso**



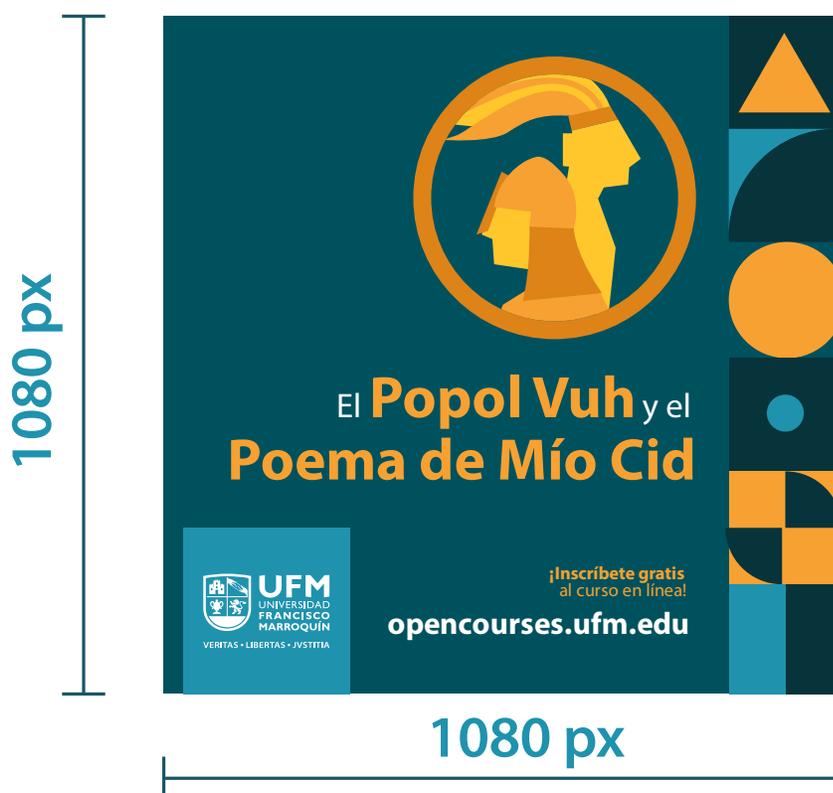
- **Banner página de New Media**



- **Banner página web**



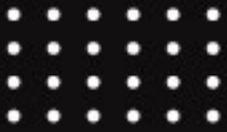
- **Post Instagram/ Facebook**



## **9.1 Descripción de propuesta final**

La propuesta final es un documento PDF conformado por 29 piezas la, el contenido se dividió en 5 partes importantes: Tipografía, logotipo, colores, ilustración y elementos gráficos, los cuales son esenciales en la creación de una línea gráfica.

En esta línea gráfica se realizaron los cambios que anteriormente se mencionaron, en la cual se cambió tipografía, color, elementos gráficos e ilustraciones que cumplieran y reforzaran los objetivos del curso. El documento es digital el cual contará con el tamaño de 1920x1080 px.



# CAPÍTULO X



## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Este inciso especifica todos los requerimientos económicos, técnicos y tecnológicos de la propuesta: Medios impresos, audiovisuales, virtuales, alternativas, cantidad y costo de producción y reproducción del material presentado.

### 10.1 Plan costos de elaboración.

Durante la etapa de elaboración del proyecto, se trabajaron 60 horas en total de lunes a sábado durante 6 semanas, esto mientras continuaba con otros proyectos en curso. El precio por hora es de Q37.5 basado en el salario de un diseñador gráfico contratado en la Universidad Francisco Marroquín.

Cantidad de horas	Descripción	Valor hora	Sub total
40 horas	Investigación	Q 37.50	Q 1,500.00
40 horas	Conceptualización	Q 37.50	Q 1,500.00
20 horas	Proceso creativo	Q 37.50	Q 750.00
20 horas	Bocetaje preliminar	Q 37.50	Q 750.00
15 horas	Bocetaje formal	Q 37.50	Q 562.50
		<b>Total</b>	<b>Q 5,062.50</b>

## 10.2 Plan costos de producción.

Durante la etapa de producción del proyecto, se trabajaron 63 horas distribuidas en 6 semanas, que incluye la digitalización de la propuesta preliminar hasta la propuesta final y creación de presentación para el cliente.

Cantidad de horas	Descripción	Valor hora	Sub total
40 horas	Digitalización propuesta preliminar	Q 37.50	Q 1,500.00
40 horas	Digitalización propuesta final	Q 37.50	Q 1,500.00
20 horas	Ilustración	Q 37.50	Q 750.00
20 horas	Diagramación de piezas	Q 37.50	Q 750.00
10 horas	Creación de presentación para cliente	Q 37.50	Q 375.00
		<b>Total</b>	<b>Q 4875.00</b>

## 10.3 Plan costos de reproducción.

El proyecto será usado en el proceso de post producción del curso en línea, por lo que se solicitaron cotizaciones a empresas de diseño y audiovisuales para conocer el costo que le darían a la creación de un curso en línea, a los que se les daría la línea gráfica generada para el curso.

<b>Costos de reproducción cotización Universidad Francisco Marroquín</b>	
<b>Costo por capítulo de curso</b>	Q 9,750.00
<b>Total costo de reproducción de curso (8 capítulos)</b>	Q 78,000.00

Ver Anexo 13: Cotizaciones

#### 10.4 Plan costos de distribución.

A pesar de que el curso será gratuito y disponible al público en la plataforma Open Courses, se incluye el precio del tiempo de montaje y organización del curso en la plataforma, así como el tiempo de promoción en redes sociales para atraer al público objetivo.

Costos de distribución			
Cantidad de horas	Descripción	Valor hora	Sub total
40 horas	Montaje de curso en plataforma Opencourses.com	Q 37.50	Q 1,500.00
40 horas	Organización y distribución de contenido de curso en la plataforma	Q 37.50	Q 1,500.00
20 horas	Carga de materiales educativos	Q 37.50	Q 750.00
40 horas	Promoción de curso en redes sociales y página web	Q 37.50	Q 1,500.00
<b>Total</b>			<b>Q 5,250.00</b>

#### 10.5 Margen de utilidad.

<b>Total costos de elaboración</b>	Q 5,062.50
<b>Total costos de producción</b>	Q 4,875.00
<b>Total costos de reproducción</b>	Q 78,000.00
<b>Total costos de distribución</b>	Q 5,250.00
<b>Total de costos</b>	Q 93,187.50
<b>Margen 20%</b>	Q 18,637.50
<b>Margen 20% + Total de costos</b>	<b>Q 111,825.00</b>

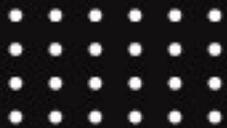
## 10.6 IVA.

<b>IVA 12%</b>	<b>Q 13,419.00</b>
----------------	--------------------

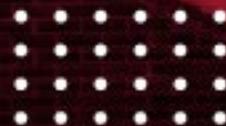
Al total de los costos se le incluyó un 20% de utilidad, además del impuesto al valor agregado IVA (12%) impuesto establecido por la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) del régimen del pequeño contribuyente.

## 10.7 Cuadro con resumen general de costos.

<b>Total costos de elaboración</b>	Q 5,062.50
<b>Total costos de producción</b>	Q 4,875.00
<b>Total costos de reproducción</b>	Q 78,000.00
<b>Total costos de distribución</b>	Q 5,250.00
<b>Total de costos</b>	Q 93,187.50
<b>Margen 20%</b>	Q 18,637.50
<b>Subtotal</b>	Q 111,825.00
<b>IVA 12%</b>	Q 13,419.00
<b>Total</b>	<b>Q 125,244.00</b>



# CAPÍTULO XI



## Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

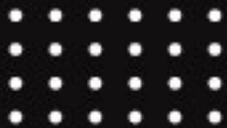
### 11.1 Conclusiones:

- En conclusión, se puede afirmar que sí fue posible diseñar una línea gráfica del curso en línea “El Popol Vuh y el poema de Mío Cid para dar a conocer el análisis comparativo e importancia de obras literarias para los estudiantes universitarios interesados en los cursos en línea de la plataforma Open Courses de la Universidad Francisco Marroquín.
- En este sentido, se considera que la investigación de principios y conceptos relacionados tanto de cursos en línea como líneas gráficas, fue cumplida mediante la recopilación de información en medios electrónicos y libros especializados en el campo de diseño gráfico.
- En cuanto a lo abordado con anterioridad, también se realizó la investigación de los libros y temas a abordar en el curso en línea “El Popol Vuh y el poema de Mío Cid”, para tener una mejor comprensión de los mismos, lo cual ayudó a desarrollar la conceptualización y procesos de diseño del proyecto.
- Adicionalmente la recopilación de información de los antecedentes de la Universidad Francisco Marroquín y el departamento de New Media, fue cumplida mediante las reuniones con la directora de departamento Stephanie Falla, quien proporcionó de manera inmediata, material informativo sobre la historia del departamento de New Media y de la Universidad Francisco Marroquín.
- Por otra parte, el proceso de bocetaje cumplió con el objetivo de ser apoyo en el proceso de conceptualización del curso en línea, ya que ayudó a ver de manera preliminar las diagramaciones, estilo de tipografía e ilustraciones antes de pasar al proceso de digitalización.

- De acuerdo con las ilustraciones realizadas, se puede observar fueron fundamentales para presentar el estilo de ilustración, así como la presentación de personajes en escenas importantes del curso en línea “El Popol Vuh y el Poema de Mío Cid”.
- La investigación de tendencias y referencias ayudaron a generar ideas que apoyaron la propuesta de diseño de la línea gráfica al ser un apoyo visual en la creación de la misma.
- La selección de los elementos básicos del diseño corporativo de la Universidad Francisco Marroquín a través de documentos institucionales, como el manual de identidad cumplió con el objetivo de unificar los elementos institucionales con los del curso en línea.
- Se conceptualizó a través de propuestas gráficas, colores, imágenes y tipografías que se identifiquen con el tema a tratar de “El Popol Vuh y el poema del Mío Cid” para los interesados de los cursos en línea de [opencourses.com](https://www.opencourses.com).
- Luego de la conceptualización, se definió la línea gráfica del curso en línea “El Popol Vuh y el poema de Mío Cid” que cumplió con el objetivo de dar una identidad visual al mismo.

## 11.2 Recomendaciones:

- Se sugiere la reproducción correcta de la línea gráfica en las distintas piezas del curso y materiales educativos para que se vea una unidad visual entre todos y no piezas divorciadas del curso, lo que puede perjudicar la identidad visual del mismo.
- Es importante contar con toda la información necesaria del curso para entender la línea gráfica, así como los temas relacionados al curso para tener una idea clara del propósito del mismo y así producir piezas coherentes.
- Ya que gran parte del curso es ilustrado, es indispensable que se mantenga la paleta de color y estilo de ilustración, así como el estilo de diseño para que los clientes reales y potenciales vean unidad de diseño y encuentren coherencia entre las piezas generadas para el curso.
- Establecer el seguimiento de esta línea gráfica, mediante reuniones con los equipos de producción y postproducción para demostrar el propósito del mismo que apoye a los procesos de cada área para generar una unidad no solo de diseño, sino a nivel de edición, animación, colorización y sonorización que ayuden a que el material sea de alta calidad.
- Calendarizar reuniones periódicas con el equipo interno de New Media para revisión de piezas gráficas previamente realizadas para verificar que éstas sigan con la línea gráfica establecida.



# CAPÍTULO XII



## Capítulo XII: Conocimiento general

# Conocimiento general

## Capítulo XII

### Visualización gráfica

Se elaboran y plasman por primera vez, las ideas que se tienen sobre el proyecto en forma de bocetos. El proceso de bocetaje da una previsualización de cómo se verán las piezas ya con la línea gráfica a definir, así como el diseño de personajes con el estilo de ilustración pensado para la línea gráfica.

### Comunicación

Intercambio de información entre interlocutores, puede ser verbal, escrita o corporal. Este proceso colaboró a lo largo de todo el proyecto, tanto en la recopilación de datos como en la comprensión del contenido escrito y visual del manual.

### Software

El conocimiento y uso de los programas Adobe Photoshop e Illustrator fueron esenciales para elaborar este proyecto.

### Deontología

Poner en práctica el conjunto de deberes y principios éticos que conciernen a la profesión de diseño gráfico, con las exigen al profesional a cumplir determinadas responsabilidades en relación a los actos ligados al campo laboral.

### Semiología de la imagen

En el desarrollo de la línea gráfica se hizo uso de elementos y conceptos que den sentido y coherencia a la línea gráfica y al curso como tal analizando e interpretando todos los elementos y el concepto que se quiere transmitir, partiendo de la base de las figuras geométricas se busca dar un significado y un significante a las ilustraciones y composiciones.

### Fundamentos para el diseño

Se hizo uso de los fundamentos para el diseño durante todo el proceso creativo, para dar jerarquía a los textos, crear elementos de relación, color y forma para dar sentido y coherencia a la línea gráfica.

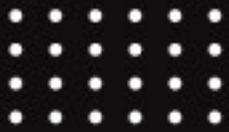
### Diseño gráfico

Se implementó el diseño gráfico en todo el desarrollo del proyecto para proyectar visualmente la identidad del curso en línea, para optimizar la visibilidad de elementos, escenas y piezas gráficas que serán parte del mismo y ayudarán a los estudiantes a relacionar elementos con cada una de las obras a analizar en el curso.

### Creatividad

Se hizo uso del proceso creativo para crear la idea y la conceptualización que dio como resultado una línea gráfica novedosa que lograra visualizar el objetivo del curso en línea, así como darle una identidad atractiva para el grupo objetivo.





# CAPÍTULO XIII



## Capítulo XIII: Referencias

### 13.1. Referencias bibliográficas:

Dondis, D. (2015). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili.

Müller-Brockmann, J. (1999). *Grid systems in graphic design*. Teufen: NIGGLI EDITIONS.

Soto, J. A. (2015). *Manual de Producción Audiovisual*. Santiago: Ediciones Universidad Católica de Chile.

Wong, W. (1991). *Fundamentos del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, S. A.

Weinschenk, S. M. (2016). *100 cosas sobre la gente que cada diseñador necesita saber*. Madrid: ANAYA MULTIMEDIA.

Zelanski, P., & Pat Fisher, M. (2001). *Color*. Madrid: Tursen SA/ M. Blume.

Gutierrez, R. (1975). *Introducción a la Didáctica*. Mexico: Esfinge.

### 13.2 Biblioweb

Aguirre, M. (2016). *Todo Marketing*. Obtenido de

<https://www.todomktblog.com/2013/05/semiotica-de-imagen.html>

Álvarez, C. (4 de agosto de 2020). *concepto definicion.de*. Obtenido de [concepto definicion.de](http://concepto definicion.de):

<https://concepto definicion.de/linguistica/>

Andes, U. d. (2020). *Universidad de los Andes*. Obtenido de <https://moocs.uniandes.edu.co/>

Ángels. (20 de 1 de 2017). *unComo*. Obtenido de unComo:

<https://artes.uncomo.com/articulo/cuales-son-los-colores-complementarios-29451.html>

Anónimo. (2018). DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN.

*Aprender cine*. (2017). Obtenido de <https://aprendercine.com/escribir-un-guion-de-cine-ideas-empezar/>

- Autores, V. (2012). *Glosario de términos audiovisuales artísticos y técnicos*.
- Bachmann, I., & Harlow, S. (2012). Interactividad y multimedialidad en periódicos latinoamericanos. *Cuadernos de información No. 30*.
- Campi, I. (2020). *¿Qué es el diseño?* Rustica.
- Campuzano, M. (2018). *Seminario Universidad*. Obtenido de <https://semanariouniversidad.com/suplementos/cultura-de-masas-y-propaganda-la-infantilizacion-de-las-decisiones/>
- Capistran, J. (2006). Mexico.
- Carreño, D. (7 de 10 de 2015). *waarket*. Obtenido de waarket: <https://waarket.com/la-composicion-en-el-diseno-grafico/#:~:text=Una%20de%20las%20partes%20m%C3%A1s,una%20forma%20perfecta%20y%20equilibrada.>
- Caurin, J. (27 de septiembre de 2016). *Economía simple*. Obtenido de Economía simple: <https://www.economiasimple.net/glosario/departamento>
- Colmaneras, R. (2006). *LA ANDRAGOGÍA EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR*.
- Concepto.de*. (2018). Obtenido de <https://concepto.de/cinematografía/>
- Contexto Comunicativo . (2017). *Contexto Comunicativo* . Obtenido de <http://huitoto.udea.edu.co/edufisica/motricidadycontextos/lasemiologia.pdf>
- Davey, O. (s.f.). *Owen Davey*. Obtenido de Owen Davey: <https://www.owendavey.com/Interviews>
- De Lamo, Y. (2016). *Producción y postproducción de un videoclip musical*. Catalunya.
- Domenech, F. (1996). *Aprendizaje y Desarrollo de la personalidad* (.).
- Dondis, D. (2015). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili.

*Dosis Video Marketing*. (2019). Obtenido de <https://www.dosisvideomarketing.com/que-es-storyboard/>

*e-abclearning*. (2020). *e-abc Learning*. Obtenido de <https://www.e-abclearning.com/>

*ecured*. (2020). *EcuRed*. Obtenido de [https://www.ecured.cu/Educaci%C3%B3n\\_a\\_Distancia](https://www.ecured.cu/Educaci%C3%B3n_a_Distancia)

*educaweb*. (2020). *educaweb*. Obtenido de

<https://www.educaweb.com/contenidos/educativos/formacion-online->

[distancia/diferencias-formacion-online-formacion-](https://www.educaweb.com/contenidos/educativos/formacion-online-)

[distancia/#:~:text=La%20formaci%C3%B3n%20online%20son%20estudios,que%20teng](https://www.educaweb.com/contenidos/educativos/formacion-online-)

[an%20conexi%C3%B3n%20a%20Internet.](https://www.educaweb.com/contenidos/educativos/formacion-online-)

*Fullpanama Marketing Online*. (2017). <https://full.com.pa/linea-grafica/>.

*Ideas con Cafe*. (2017). Obtenido de <https://ideasconcafe.com/>

*Literautas*. (2020). Obtenido de <https://www.literautas.com/es/blog/post-1936/dando-forma-a-los-dialogos/>

Lopez, M. (2003). *Sociologia General*.

Lossada, F. (2019). *El color y sus armoías*. Codepre.

MAKERTAN. (4 de 4 de 2014). *La Prestampa*. Obtenido de La Prestampa:

<https://laprestampa.com/el-proceso-grafico/disenio/sintesis-aditiva-y-sustractiva/>

María, F. S. (25 de 3 de 2014). *staff creativa*. Obtenido de staff creativa:

<https://www.staffcreativa.pe/blog/11-mejores-disenadores-graficos-mundo/>

*Marketing Directo*. (Diciembre de 2019). Obtenido de

[https://www.marketingdirecto.com/especiales/recopilatorios-2019-tendencias-2020/las-](https://www.marketingdirecto.com/especiales/recopilatorios-2019-tendencias-2020/las-tendencias-mas-espectaculares-que-marcaran-el-futuro-del-disenio-grafico-en-2020)

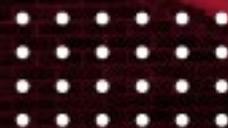
[tendencias-mas-espectaculares-que-marcaran-el-futuro-del-disenio-grafico-en-2020](https://www.marketingdirecto.com/especiales/recopilatorios-2019-tendencias-2020/las-tendencias-mas-espectaculares-que-marcaran-el-futuro-del-disenio-grafico-en-2020)

- Martínez, A. (2011). *Conceptodedefinición.de*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/disenografico/>
- Müller-Brockmann, J. (1999). *Grid systems in graphic design*. Teufen: NIGGLI EDITIONS.
- Oliveras, E. (2020). *P&A Group*. Obtenido de <https://blog.grupo-pya.com/comunicacion-kinesica-dices-cuerpo/>
- Orozco, R. (2018). *Taller de Diseño Gráfico*. Londres.
- Pablo, G. (2019). *Creativos Online*. Obtenido de <https://www.creativosonline.org/>
- Pepe, E. (2010). *Tipo y Forma*. Obtenido de <https://tiposformales.com/>
- Porto, J. P., & Merino, M. (2008). *definicion.de*. Obtenido de [definicion.de: https://definicion.de/antropologia/](https://definicion.de/antropologia/)
- Porto, J. P., & Merino, M. (2009). *definicion.de*. Obtenido de [definicion.de: https://definicion.de/ilustracion/](https://definicion.de/ilustracion/)
- RAE. (2020). *RAE*. Obtenido de <https://www.rae.es/>
- RAE. (s.f.). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/literatura>
- Ramírez, J. (s.f.). *lifeder*. Obtenido de lifeder: <https://www.lifeder.com/funciones-comunicacion/#:~:text=Las%20funciones%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n,entre%20dos%20o%20m%C3%A1s%20personas.>
- Rincón, O. (2001). *Televisión: pantalla e identidad*. Friedrich Ebert Stiftung.
- Rojas, F. (Agosto de 2015). *issuu*. Obtenido de [https://issuu.com/fernandorojas08/docs/fotografia\\_-\\_dise\\_o\\_grafico\\_y\\_publicidad](https://issuu.com/fernandorojas08/docs/fotografia_-_dise_o_grafico_y_publicidad)
- Ruiz, L. (11 de 10 de 2012). *slideshare*. Obtenido de slideshare: [https://es.slideshare.net/LizbethRuiz/teoras-de-la-comunicacin-y-modelos-](https://es.slideshare.net/LizbethRuiz/teoras-de-la-comunicacin-y-modelos)





# CAPÍTULO XIV



## Capítulo XIV: Anexos

### 14.1 Anexo 1. Definición de tema

#### TALLER No.1: DEFINICIÓN DE TEMA

Apellidos: García Ramírez

Nombres: Mariajosé

No. De Carné: 16001417

Sección: C4

Asesor (a): Wendy Franco

¿QUÉ?	¿A TRAVÉS DE QUE?	¿PARA QUÉ?	¿PARA QUIÉN?
Diseño	Línea gráfica del curso en línea "El Popol Vuh y el Poema del Mio Cid"	Para dar a conocer el análisis comparativo y la importancia de ambas obras literarias.	Para estudiantes universitarios interesados en los cursos en línea de opencourses.com de la Universidad Francisco Marroquín

#### Redacción de tema:

Diseño de la línea gráfica del curso en línea "El Popol Vuh y el Poema del Mio Cid", para dar a conocer el análisis comparativo y la importancia de ambas obras literarias para estudiantes universitarios interesados en los cursos en línea de opencourses.com de la Universidad Francisco Marroquín.]

## 14.2 Anexo 2. Taller de desarrollo de requerimiento de comunicación y diseño

¿Para quién?	Elegir <b>una</b> de las siguientes:	¿Qué? y ¿A través de qué?	¿Para qué?
<b>Universidad Francisco Marroquín</b>	No se cuenta con		
	No existe	La línea gráfica para el curso en línea "El Popol Vuh y el Poema del Mio Cid"	para dar a conocer el análisis comparativo y la importancia de ambas obras literarias
	No se tiene		
	Se carece de		
	No hay		
	Hace falta		

En la universidad Francisco Marroquín no existe una línea gráfica para el curso en línea "El Popol Vuh y el Poema del Mio Cid" para dar a conocer el análisis comparativo y la importancia de ambas obras literarias.]

### 14.3 Anexo 3. Taller de desarrollo de objetivos

Tipo	Objetivo	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
General	Diseñar la línea gráfica del curso en línea "El Popol Vuh y el Poema del Mio Cid" a través del proceso de diseño para definir la identidad visual del mismo a los interesados en los cursos en línea de opencourses.com.	Diseñar	A través del proceso de diseño	para definir la identidad visual del curso	Para los interesados de los cursos en línea
3.1 Especifico	Recopilar datos acerca del proyecto a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief para comprender las necesidades de comunicación y diseño para la Universidad Francisco Marroquín.	Recopilar	a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief	para comprender las necesidades de comunicación y diseño	para la Universidad Francisco Marroquín.
3.2 Especifico	Investigar conceptos, teorías y tendencias del diseño de cursos en línea y de las obras literarias que respalden la propuesta del diseño del curso en línea la Universidad Francisco Marroquín	Investigar	A través de conceptos, teorías y tendencias del diseño de cursos en línea	Que respalden científicamente la propuesta del diseño del curso en línea	Para la Universidad Francisco Marroquín
3.3 Especifico	Conceptualizar a través de propuestas gráficas, colores, imágenes y tipografías que se identifiquen con el tema a tratar de "El Popol Vuh y el poema del Mio Cid" para los interesados de los cursos en línea de opencourses.com	Conceptualizar	A través de propuestas gráficas, colores, imágenes y tipografías	Que se identifiquen con el tema a tratar	Para los interesados de los cursos en línea
3.4 Especifico	Seleccionar los elementos básicos del diseño corporativo de la Universidad Francisco Marroquín a través de documentos institucionales para unificar los	Seleccionar	A través de documentos institucionales	Para unificar los elementos institucionales con los del curso	Para los interesados de los cursos en línea
	elementos institucionales con los del curso para los interesados de los cursos en línea de opencourses.com				
3.5 Especifico	Diagramar elementos gráficos, textos e imágenes a través de técnicas modulares para que ayuden a organizar la información en pantalla para los interesados de los cursos en línea	Diagramar	A través de técnicas modulares	Que ayuden a organizar la información en pantalla	Para los interesados de los cursos en línea

## 14.4 Anexo 4. Brief



# BRIEF



**BRIEF:** *Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.*

### DATOS DEL ESTUDIANTE

**Nombre del estudiante:** María José García Ramírez

**No. de Carné:** 16001417 **Celular:** 5692-3143

**Email:** majitosakura@gmail.com

**Proyecto:**  
curso en línea "El Popol Vuh y el poema del Mío Cid"

### DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

**Nombre del cliente (empresa):**  
Universidad Francisco Marroquín

**Dirección:**  
6A Calle final, Cdad. de Guatemala

**Email:** [newmedia@ufm.edu](mailto:newmedia@ufm.edu) **Tel:** (+502) 2338-7849

**Contacto:** directora Stephanie Falla **Celular:** (+502) 5482-6574

#### Antecedentes:

New Media es la plataforma de recursos educativos en video de la Universidad Francisco Marroquín creada en 2001. Se encargan de generar en conjunto con las Facultades y unidades académicas, distintos tipos de productos audiovisuales que buscan promover las ideas y valores de la UFM, así como servir de apoyo para que alumnos y profesores puedan enriquecer su aprendizaje.

**Oportunidad identificada:**

Creación de un nuevo curso en línea el cual tratará el análisis literario de las obras literarias del Popol Vuh y el poema del Mio Cid de una forma comparativa, del cual se necesita la creación de una línea gráfica.

**DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)****Misión:**

Nuestra misión es la enseñanza y difusión de los principios éticos, jurídicos y económicos de una sociedad de personas libres y responsables.

**Visión:**

Llegar a ser una productora nacional, generar los mejores contenidos audiovisuales con productos y servicios de calidad.

**Delimitación geográfica:**

No existe ya que el curso estará abierto a todo el público en la página de [opencourses.com](https://www.opencourses.com)

**Grupo objetivo:**

Personas con nivel de estudio universitario o maestría.

**Principal beneficio al grupo objetivo:**

Conocimiento de las obras literarias de una manera creativa y moderna, el precio del certificado no es alto y es opcional.

**Competencia:**

[edX](https://www.edx.org/), Universidad Galileo, Universidad San Carlos

**Posicionamiento:**

La estrategia de posicionamiento de New Media es en base a la calidad y precios, ya que, aunque los precios son elevados se garantiza la entrega de proyectos de alta calidad a los clientes.

**Factores de diferenciación:**

Diferenciación en cuanto a contenido y calidad la cual de momento no es imitable por otras plataformas, integración de animación y efectos audiovisuales que ayudan a diferenciar los cursos y vídeos de New Media.

**Objetivo de mercadeo:**

Relacionarse con la base de clientes actuales de la UFM, identificar las necesidades de los clientes a través de las reuniones, comunicar y entregar valor a los proyectos realizados para generar clientes potenciales, así como el posicionamiento de marca.

**Objetivo de comunicación:**

Dar a conocer los beneficios de los productos de New Media a través de un **reel** que contiene fragmentos de los proyectos que se han realizado hasta el momento el cual se actualiza cada cierto tiempo

**Mensajes claves a comunicar:**

Productos audiovisuales de alta calidad.

**Estrategia de comunicación:**

- Comunicación online: Conferencias con clientes en línea, redes sociales como Instagram y Facebook para mostrar las conferencias y cursos de la plataforma [opencourses.com](https://www.opencourses.com).
- Comunicación offline: Reuniones presenciales con los clientes.

**Reto del diseño y trascendencia:**

El reto es cumplir con los estándares que pide la Universidad ya que todo su contenido es de calidad, la cual se debe mantener en todos los proyectos presentados por lo tanto al mostrar proyectos de calidad tanto en diseño como en contenido los interesados podrán referir los cursos a otros, y se da la oportunidad que personas extranjeras vean el contenido de la página.

**Materiales a realizar:** Curso en línea

**Presupuesto:**

El proyecto se realizará a través de una donación que se realizó a la Universidad Francisco Marroquín para llevar a cabo el proyecto.

## DATOS DEL LOGOTIPO

### Colores:

Rojo (R 225, G 37, B 27)

### Tipografía:

Los logos de la Universidad Francisco Marroquín utilizan la tipografía Chantilly.

### Forma:

New Media tiene un logotipo al ser compuesto únicamente de letras en el cual en la parte de arriba se ve el nombre del departamento, la línea del medio que especifica que es una división de la UFM y abajo la abreviatura de la Universidad Francisco Marroquín (UFM)

### Logotipo:

**new media**

---

**UFM**

Fecha: 27 de mayo 2020



Stephanie Falla  
Directora Departamento New Media



María José García Ramírez  
Carné 16001417

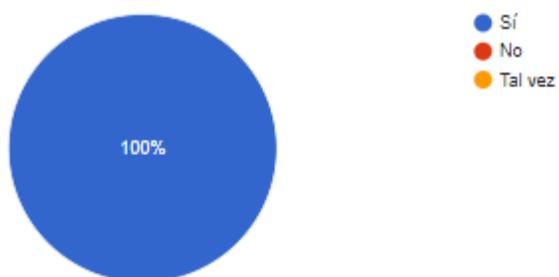
### 14.5 Anexo 5. Tabla de niveles socio económicos 2015/ Multivex

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,600.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores en escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudio, área de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio, área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en USS	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en USS	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Poseiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero, avión-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomésticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomésticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales.	Cine, CC, parques temáticos locales.	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

### 14.6 Anexo 6. Encuesta de perfiles demográfico y psicográfico

¿Le gusta ser autodidacta?

15 respuestas



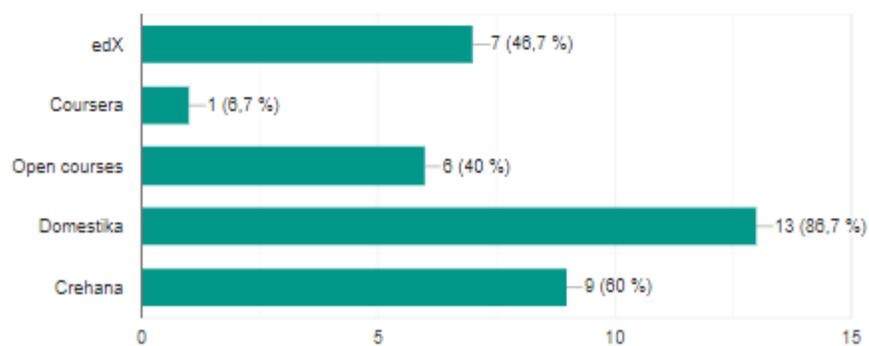
¿Qué piensa de los cursos en línea?

15 respuestas



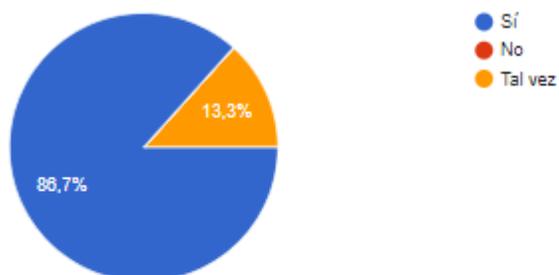
¿Qué páginas de cursos en línea ha visto en los últimos meses?

15 respuestas



Si el precio de un curso en línea fuera menor a uno presencial ¿Consideraría pagar uno en línea?

15 respuestas



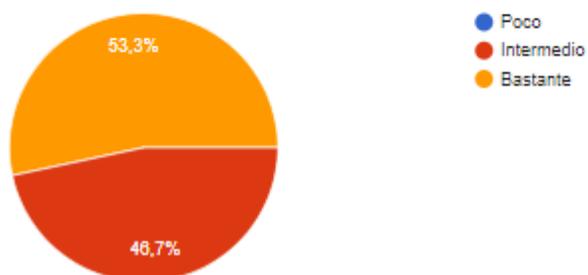
¿Cuál es su nivel de estudio?

15 respuestas



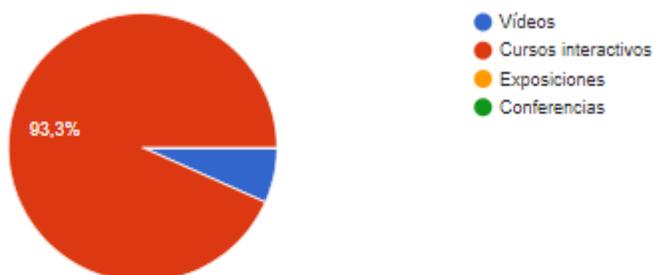
¿Qué tanto le gusta estudiar?

15 respuestas



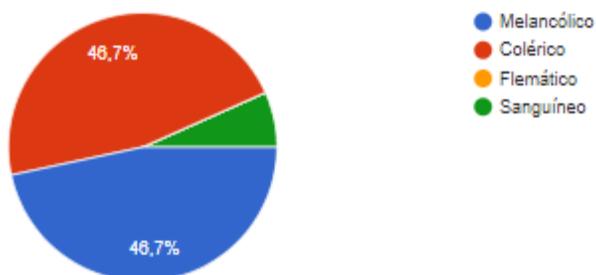
¿Qué herramienta de aprendizaje prefiere?

15 respuestas



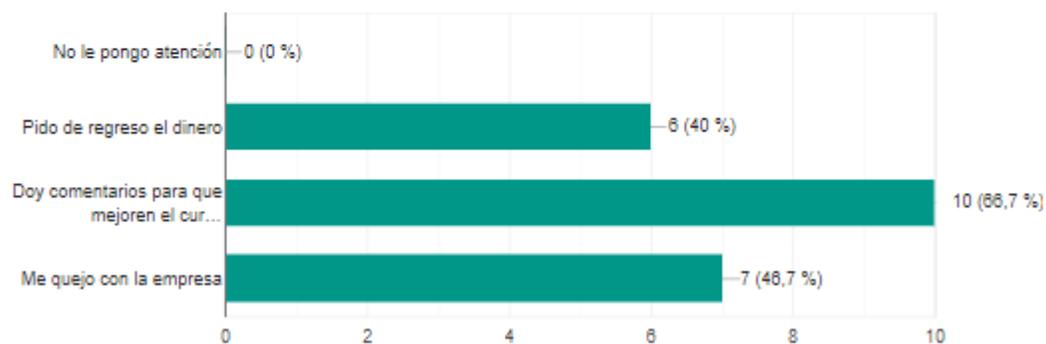
¿Con cuál de los siguientes temperamentos se identifica más?

15 respuestas



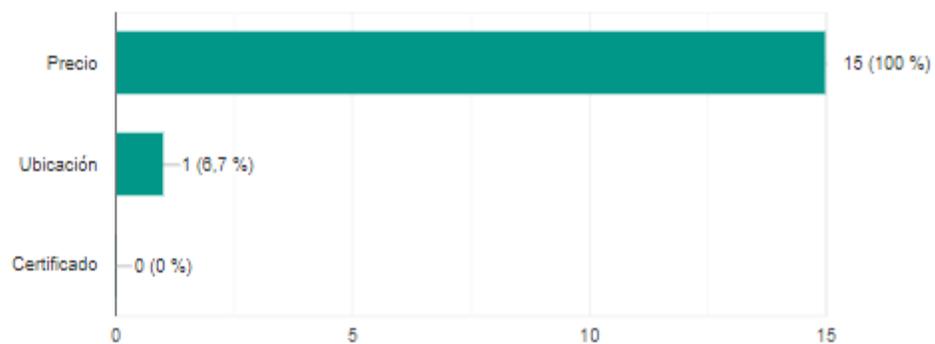
¿Qué hace cuando un curso no le gusta y ya lo pagó?

15 respuestas



¿Qué le haría elegir un curso en línea en vez de uno presencial?

15 respuestas



## **14.7 Anexo 7. Esquema de marco teórico**

### **Esquema de marco teórico**

#### **6.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación:**

- 6.1.1 Universidad
- 6.1.2 Departamento
- 6.1.3 Multimedia
- 6.1.4 Departamento de Multimedia
- 6.1.5 Audiovisual
- 6.1.6 Preproducción
- 6.1.7 Producción
- 6.1.8 Postproducción
- 6.1.9 Enseñanza
- 6.1.10 Material didáctico
- 6.1.11 Aprendizaje
- 6.1.12 Formación
- 6.1.13 Etapas
- 6.1.14 Apoyo didáctico
- 6.1.15 Educación a distancia
- 6.1.16 E-learning
- 6.1.17 Plataformas e-learning
- 6.1.18 MOOC
- 6.1.19 Curso
- 6.1.20 Curso online

## **6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño:**

### **6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados a la comunicación**

#### **6.2.1.1 Comunicación**

6.2.1.2 Comunicación

6.2.1.3 Principales autores de la comunicación

6.2.1.4 Elementos del proceso de comunicación

6.2.1.5 Medios de comunicación masivos

6.2.1.6 Comunicación virtual

6.2.1.7 Comunicación educativa

6.2.1.8 Comunicación visual

6.2.1.9 Imagen

6.2.1.10 Funciones de la comunicación

### **6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño**

6.2.2.1 Diseño

6.2.2.2 Principales autores del diseño

6.2.2.3 Diseño gráfico

6.2.2.4 Diseño instruccional

6.2.2.5 Línea gráfica

6.2.2.6 Conceptualizar

6.2.2.7 Principios básicos del diseño

6.2.2.8 Color

6.2.2.9 Textura

6.2.2.10 Tipografía

- 6.2.2.11 Coherencia
- 6.2.2.12 Secuencialidad
- 6.2.2.13 Estilo
- 6.2.2.14 Composición

### **6.3 Ciencias auxiliares. Artes, teorías y tendencias:**

#### **6.3.1 Ciencias:**

- 6.3.1.1 Semiología
- 6.3.1.2 Semiología de la imagen
- 6.3.1.3 Semiótica
- 6.3.1.4 Cultura de masas
- 6.3.1.5 Sociología
- 6.3.1.6 Antropología
- 6.3.1.7 Lingüística
- 6.3.1.8 Psicología del color
- 6.3.1.9 Psicología audiovisual
- 6.3.1.10 Andragogía

#### **6.3.2 Artes:**

- 6.3.2.1 Fotografía
- 6.3.2.2 Cinematografía
- 6.3.2.3 Etapas de una producción
- 6.3.2.4 Literatura
- 6.3.2.5 Ilustración

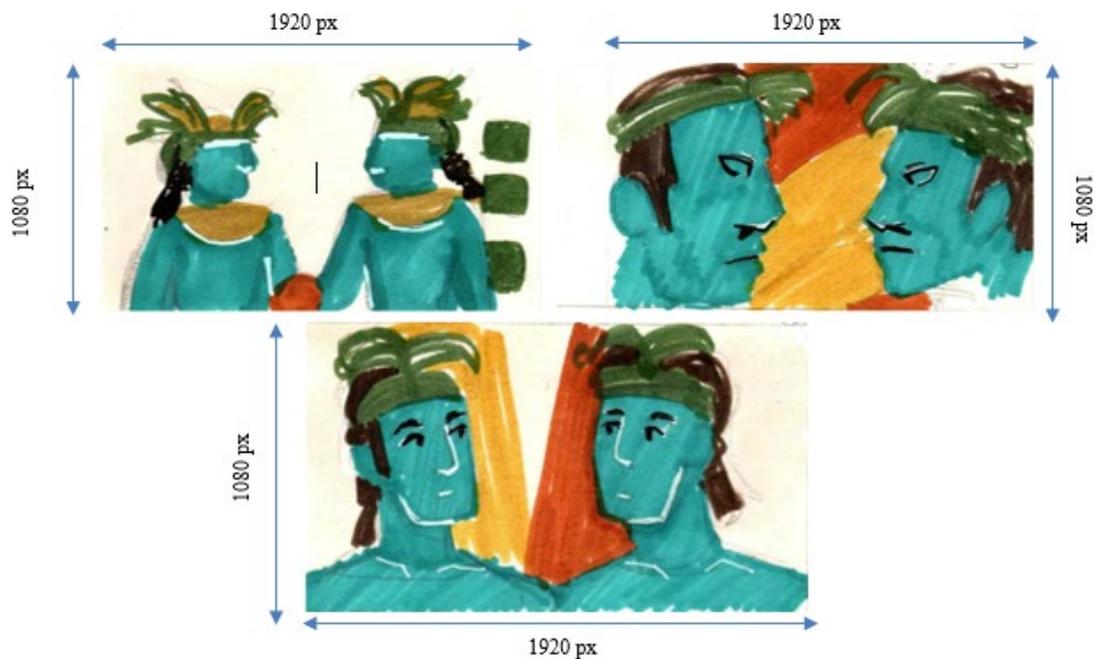
#### **6.3.3 Teorías:**

- 6.3.3.1 Teoría del color
- 6.3.3.2 Teoría de la Gestalt
- 6.3.3.3 Teoría constructiva del aprendizaje

### 6.3.4 Tendencias

- 6.3.4.1 Fuertes puntos focales tipográficos
- 6.3.4.2 Esquemas de colores claros y oscuros
- 6.3.4.3 Tipografía bold
- 6.3.4.4 Composición asimétrica
- 6.3.4.5 Hyper-pastiche
- 6.3.4.6 Ilustración flat

## 14.8 Anexo 8. Bocetos



## 14.9 Anexo 9. Tablero de tendencias

# Tendencias de diseño gráfico

**01**

### Puntos focales tipográficos fuertes

En la tipografía, las fuentes en negrita proyectan importancia actualmente, buscan representar individualidad e innovación; dejar atrás el hecho de que estas fuentes tienen mejor visibilidad desde cualquier dispositivo móvil.



**02**

### Esquemas de Colores Claros y Oscuros

Esta utilización busca simplificar al lector o usuario a comprender mejor el contenido que está recibiendo, dependiendo de cada situación. El cambio de los colores puede servir de guía para la utilización de una aplicación, la lectura de una presentación o la promoción a un producto nuevo.



**03**

### Composición asimétrica

La diagonal y lo asimétrico consiguen captar la atención pública y transmitir incluso mensajes con mayor audacia.



**04**

### Hyper-pastiche

Técnica utilizada en literatura y otras artes, consistente en imitar abiertamente diversos textos, estilos o autores, y combinarlos, de forma que den la impresión de ser una creación independiente. Los diseñadores no revivirán una era específica, sino casi todas.



**05**

### Ilustración flat

Está claro que, si hablamos del diseño con formas geométricas, colores planos y comunicación efectiva y funcional, nos tenemos que remontar a la archiconocida Bauhaus. Esta escuela sentó las bases de lo que ha sido el diseño gráfico hasta donde lo conocemos en la actualidad.



## 14.10 Anexo 10. Herramienta de validación



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
FACOM  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

**Género:** Femenino Masculino **Edad:**  
**Nombre:**  
**Profesión:**  
**Puesto:**  
**Años de experiencia en el mercado:**  
**Perfil:** Experto Cliente **Grupo Objetivo**

### Encuesta de validación del proyecto

Definición de la línea gráfica del curso en línea “El Popol Vuh y el Poema de Mío Cid” para dar a conocer el análisis comparativo y la importancia de ambas obras literarias en la plataforma Open Courses del departamento de New Media de la Universidad Francisco Marroquín, Guatemala, Guatemala 2020.

#### Antecedentes:

New Media es la plataforma de recursos educativos en video de la Universidad Francisco Marroquín creada en 2001. Se encargan de generar en conjunto con las Facultades y unidades académicas, distintos tipos de productos audiovisuales que buscan promover las ideas y valores de la UFM, así como servir de apoyo para que alumnos y profesores puedan enriquecer su aprendizaje.

#### Instrucciones:

Con base a la información anterior, observe la propuesta de definición de línea gráfica y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios designados.

#### Parte objetiva:

1. ¿Considera usted necesaria la definición de la línea gráfica del curso en línea “El Popol Vuh y el Poema del Mío Cid” a través del proceso de diseño para definir la identidad visual del mismo a los interesados en los cursos en línea de opencourses.com?

Sí/ No

2. ¿Considera usted que es importante recopilar datos acerca del proyecto a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief para comprender las necesidades de comunicación y diseño para la Universidad Francisco Marroquín?

Sí/ No

3. ¿Considera que sea necesario investigar conceptos, teorías y tendencias del diseño de cursos en línea y de las obras literarias que respalden la propuesta del diseño del curso en línea la Universidad Francisco Marroquín?

**Sí/ No**

4. ¿Considera importante conceptualizar a través de propuestas gráficas, colores, imágenes y tipografías que se identifiquen con el tema a tratar de “El Popol Vuh y el poema del Mio Cid” para los interesados de los cursos en línea de opencourses.com?

**Sí/ No**

5. ¿Considera usted que es importante diagramar elementos gráficos, textos e imágenes a través de técnicas modulares para que ayuden a organizar la información en pantalla para los interesados de los cursos en línea?

**Sí/ No**

6. ¿Considera importante usar el diseño instruccional para definir elementos importantes e imágenes dentro del curso en línea para brindar una mejor comprensión del tema a los interesados de los cursos en línea de opencourses.com?

**Sí/ No**

#### **Parte Semiológica:**

1. La tipografía del curso en línea es:

**Muy Legible/ legible/ poco legible**

2. ¿Considera que la tipografía utilizada para el curso en línea transmite?

**Mucha seriedad/ seriedad/ poca seriedad**

3. ¿Considera que el uso del logotipo de la universidad en cuanto a cantidad de veces usado y colocación da sentimiento de?

**Mucha pertenencia/ pertenencia/ poca pertenencia**

4. ¿Considera que el utilizar fondo beige en la línea gráfica del curso en línea transmite?

**Mucha calma/ calma/ poca calma**

5. Los colores Verde y azul usados para expresar la cultura maya de la obra del Popol Vuh considera que son:

**Muy adecuados/ adecuados/ poco adecuados**

6. Los colores naranja y amarillo usados para expresar la cultura medieval de la obra del poema de Mio Cid considera que son:

**Muy adecuados/ adecuados/ poco adecuados**

#### **Parte operativa**

1. ¿Considera adecuado el tamaño y cantidad de los elementos de la línea gráfica para las piezas digitales?

**Muy adecuados/ adecuados/ poco adecuados**

2. ¿Considera que la línea gráfica para el curso en línea “Popol Vuh y el poema de Mio Cid” dirigido a estudiantes universitarios a nivel licenciatura y maestría es?

**Funcional / poco funcional/ nada funcional**

3. El tipo de ilustración presentado le parece:

**Muy adecuados/ adecuados/ poco adecuados**

4. ¿Considera que el utilizar fondo beige en la línea gráfica del curso en línea transmite?

**Mucha calma/ calma/ poca calma**

5. El tamaño de tipografía para los titulares lo considera:

**Muy adecuados/ adecuados/ poco adecuados**

6. El tamaño de la tipografía para los párrafos lo considera:

**Muy adecuados/ adecuados/ poco adecuados**

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en dado caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

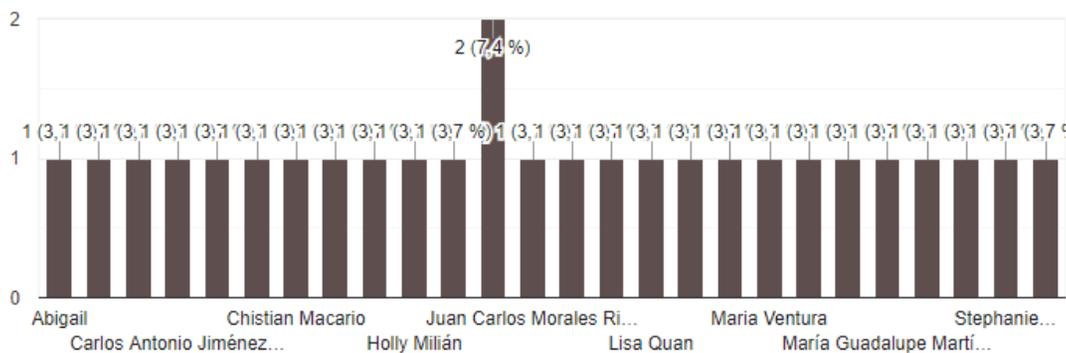

Gracias por contribuir al proyecto de tesis **“Definición de la línea gráfica del curso en línea “El Popol Vuh y el Poema de Mío Cid” para dar a conocer el análisis comparativo y la importancia de ambas obras literarias en la plataforma Open Courses del departamento de New Media de la Universidad Francisco Marroquín, Guatemala, Guatemala 2020.”** su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

### 14.11 Anexo 11. Respuestas validación de proyecto.

Nombre



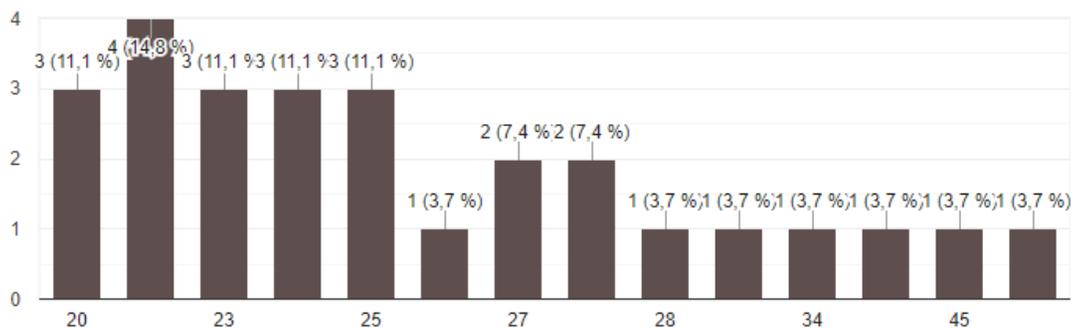
27 respuestas



Edad

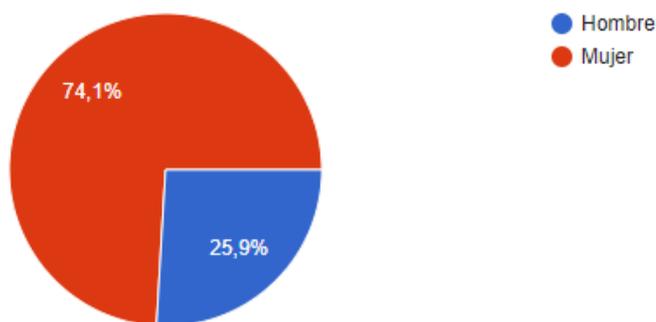


27 respuestas



Género

27 respuestas

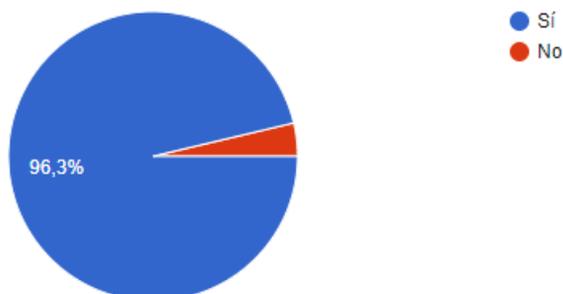




¿Considera usted necesaria la definición de la línea gráfica del curso en línea “El Popol Vuh y el Poema del Mio Cid” a través del proceso de diseño para crear la identidad visual del mismo a los interesados en los cursos en línea de [opencourses.ufm.edu](https://opencourses.ufm.edu/)?

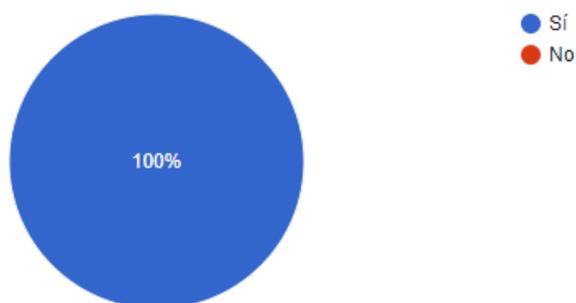


27 respuestas



¿Considera necesario recopilar toda la información relacionada con la organización para integrarlo a la línea gráfica y aplicar correctamente la identidad de la Universidad Francisco Marroquín?

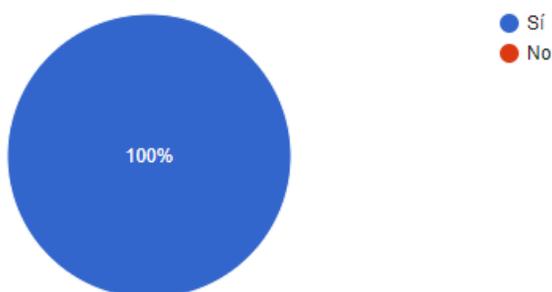
27 respuestas



¿Considera usted que es importante recopilar datos acerca del proyecto a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief para comprender las necesidades de comunicación y diseño de la Universidad Francisco Marroquín?



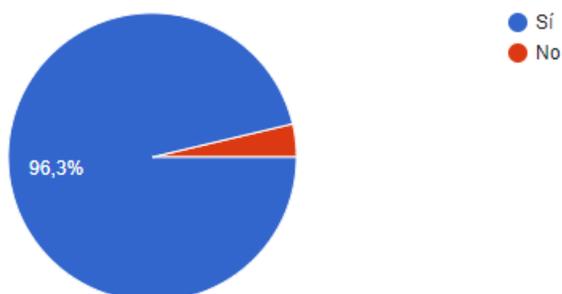
27 respuestas



¿Considera que sea necesario investigar conceptos, ciencias, teorías y tendencias del diseño de cursos en línea y de las obras literarias que respalden la propuesta del diseño del curso en línea de la Universidad Francisco Marroquín?



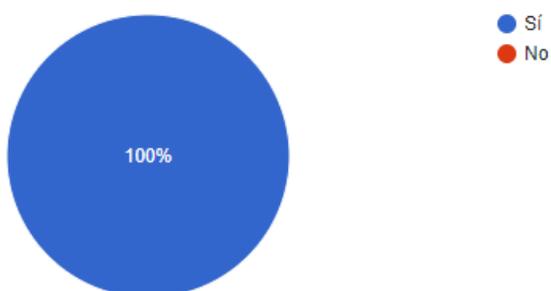
27 respuestas



¿Considera importante conceptualizar a través de propuestas gráficas, colores, imágenes y tipografías que se identifiquen con el tema a tratar de “El Popol Vuh y el poema del Mio Cid” para los interesados de los cursos en línea de opencourses.ufm.edu?

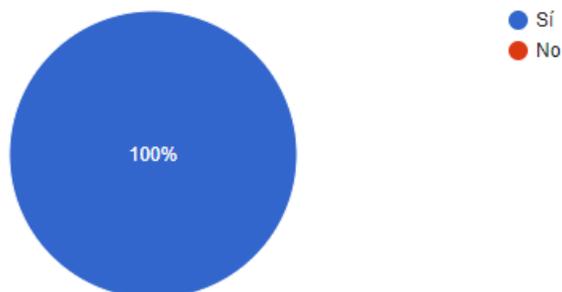


27 respuestas



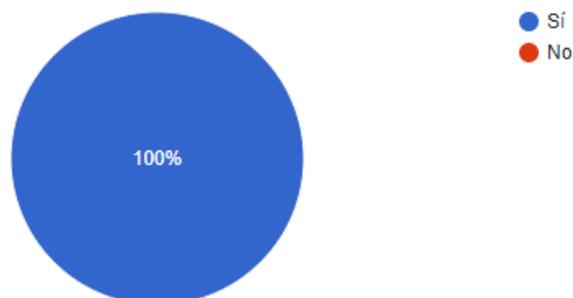
¿Considera usted que es importante diagramar elementos gráficos, textos e imágenes a través de técnicas de composición, retículas, y jerarquía para que ayuden a organizar la información en pantalla para los interesados de los cursos en línea de opencourses.ufm.edu?

27 respuestas



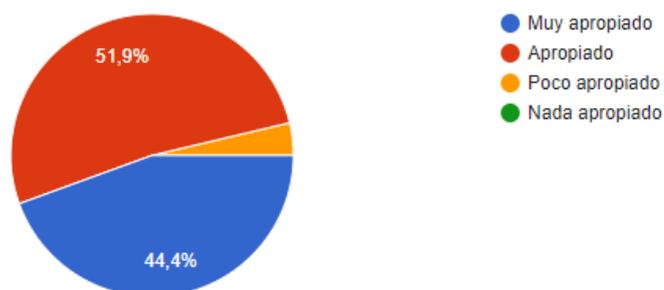
¿Considera importante usar el diseño instruccional para definir elementos importantes e imágenes dentro del curso en línea para brindar una mejor comprensión del tema a los interesados de los cursos en línea de [opencourses.ufm.edu](https://opencourses.ufm.edu)?

27 respuestas



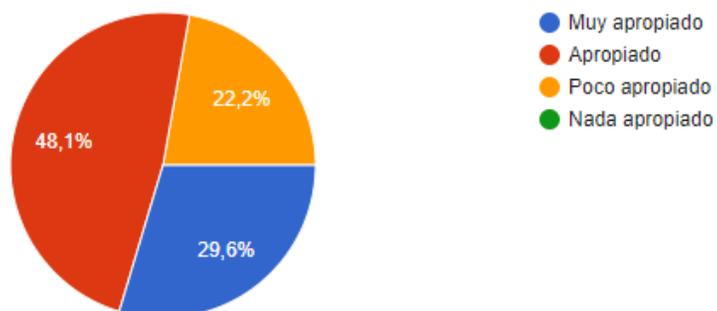
¿Considera que el diseño de la línea gráfica del curso en línea "Popol Vuh y el poema de Mío Cid" es?

27 respuestas



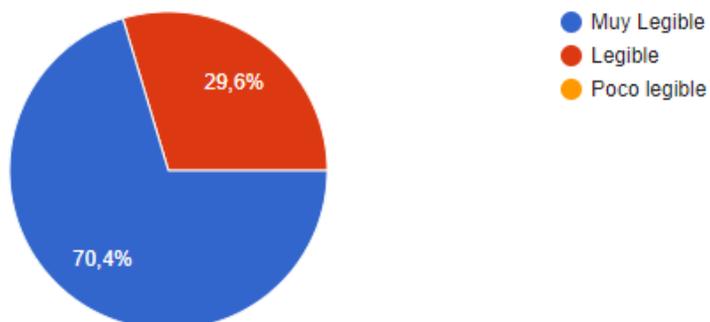
¿Cree que el diseño de la línea gráfica propuesta connota la personalidad de la marca de la Universidad Francisco Marroquín?

27 respuestas



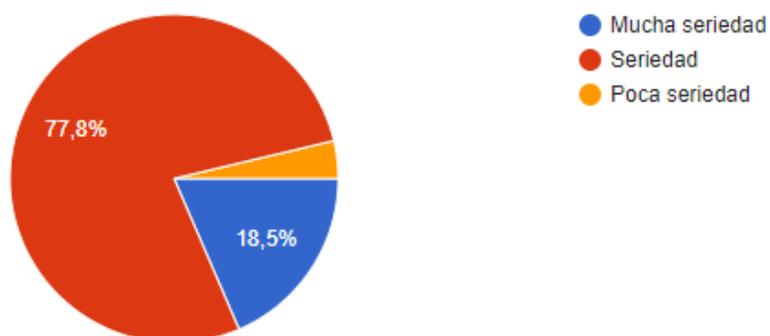
La tipografía del curso en línea es:

27 respuestas



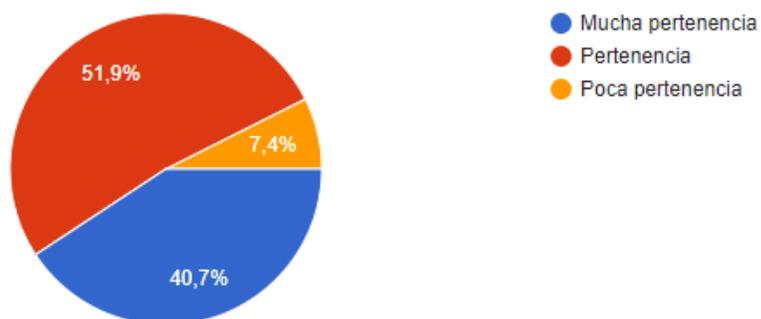
¿Considera que la tipografía utilizada para el curso en línea transmite?

27 respuestas



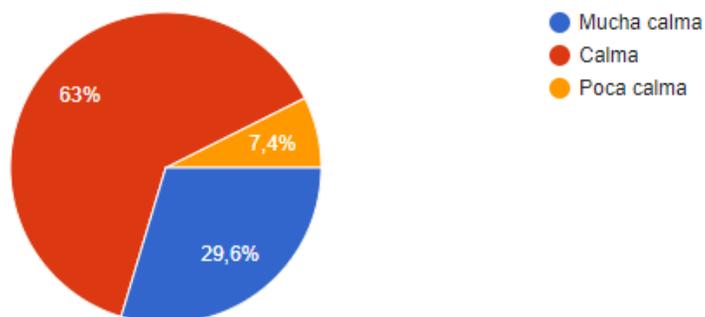
¿Considera que el uso del logotipo de la universidad en cuanto a cantidad de veces usado y colocación da sentimiento de?

27 respuestas



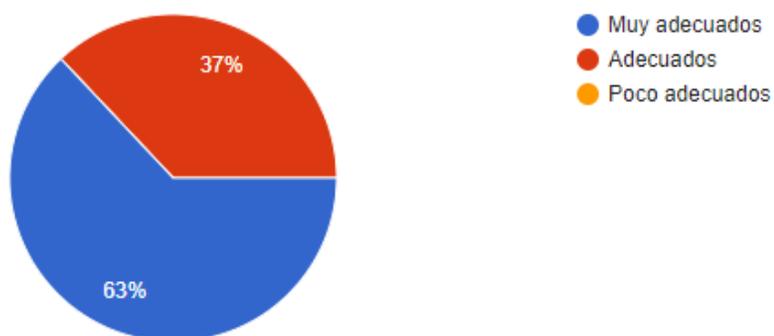
¿Considera que el utilizar fondo beige en la línea gráfica del curso en línea transmite?

27 respuestas



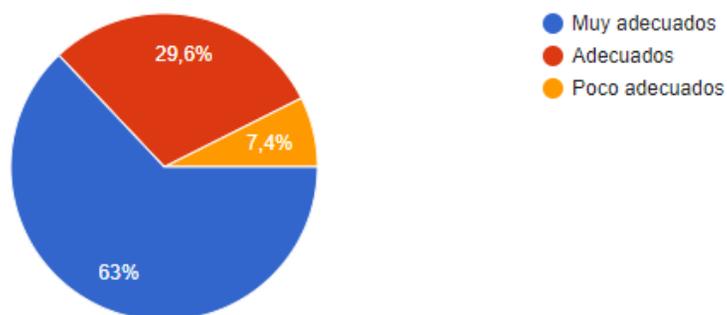
Los colores verde y azul usados para expresar la cultura maya de la obra del Popol Vuh considera que son:

27 respuestas



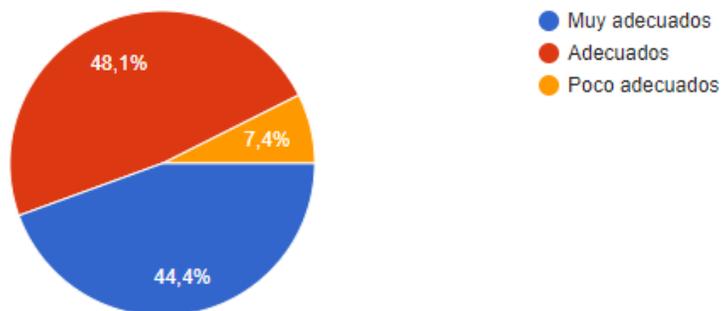
Los colores naranja y amarillo usados para expresar la cultura medieval de la obra del poema de Mío Cid considera que son:

27 respuestas



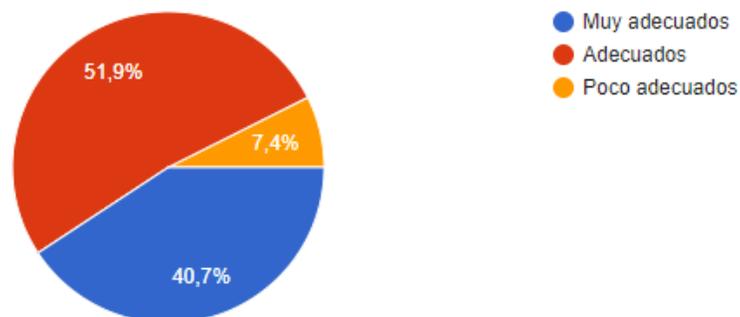
¿Considera que el tamaño de los elementos de la línea gráfica para las piezas gráficas son?

27 respuestas



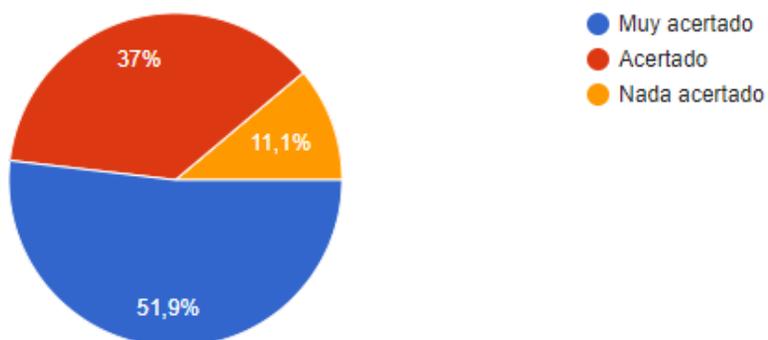
¿Considera que la cantidad de elementos de la línea gráfica para las piezas gráficas son?

27 respuestas



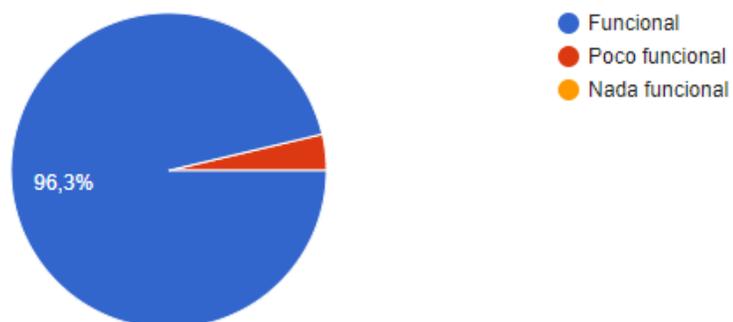
¿Considera que el uso de figuras abstractas en la línea gráfica es?

27 respuestas



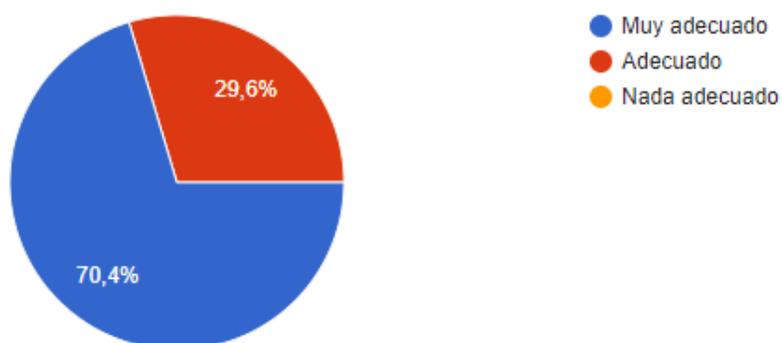
¿Considera que la línea gráfica para el curso en línea “Popol Vuh y el poema de Mio Cid” dirigido a estudiantes universitarios a nivel licenciatura y maestría es?

27 respuestas



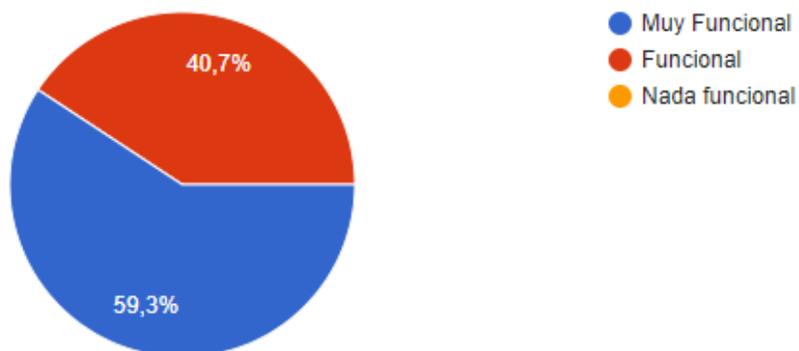
El tipo de ilustración presentado le parece:

27 respuestas



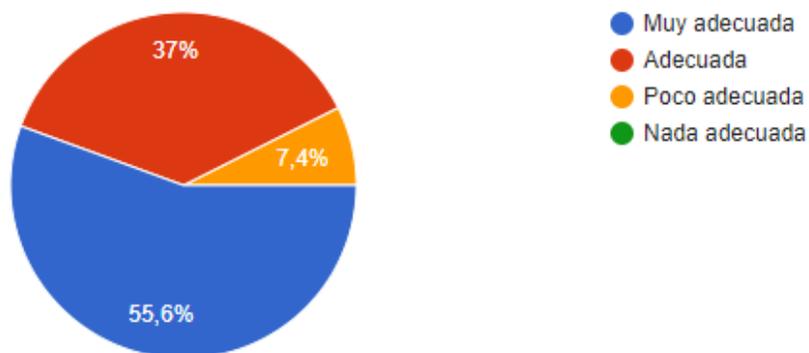
¿Considera que la paleta propuesta en la línea gráfica del curso es?

27 respuestas



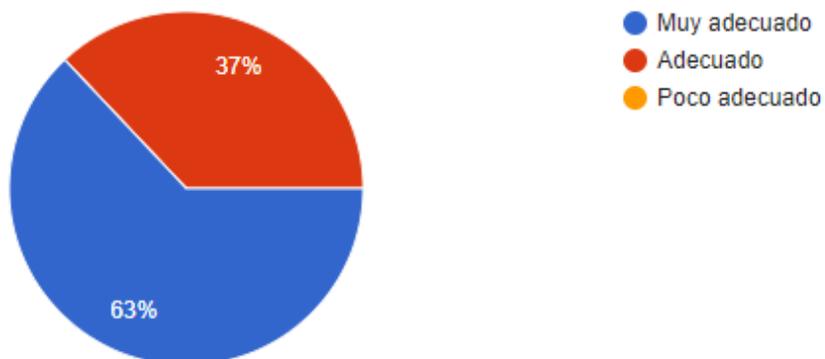
El estilo de familias tipográficas propuestas en la línea gráfica es:

27 respuestas



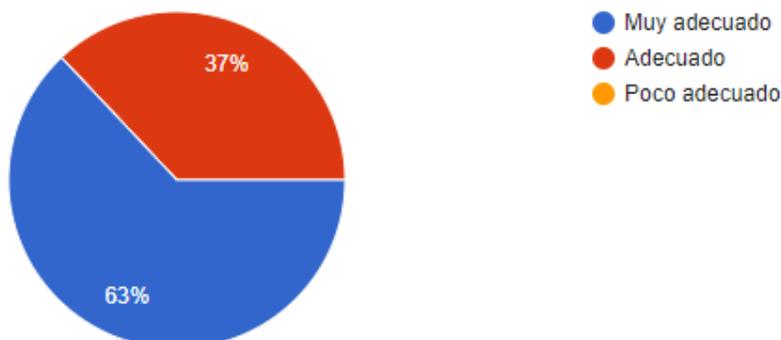
El tamaño de tipografía para los titulares lo considera:

27 respuestas



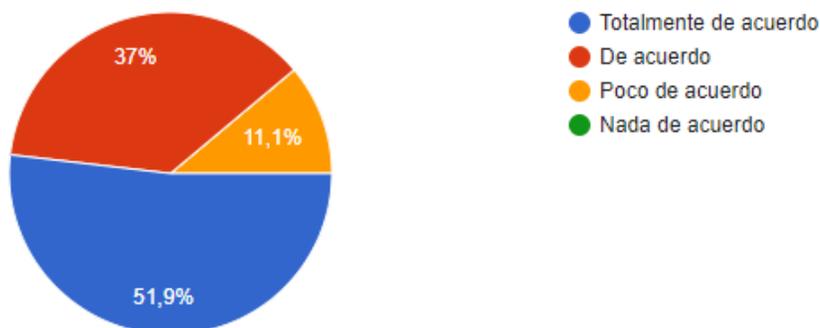
El tamaño de la tipografía para los párrafos lo considera:

27 respuestas



A su criterio ¿Considera que la identidad y esencia de la organización se proyecta adecuadamente dentro del proyecto?

27 respuestas



Cambiaría uno o dos puntos el tamaño de la tipografía en el banner de Instagram y facebook y en la pieza de introducción la línea naranja está muy cerca de la figura amarilla y esto hace que se vea un poco saturado, tal vez disminuiría el tamaño de la figura amarilla para que haya más espacio entre ellas.

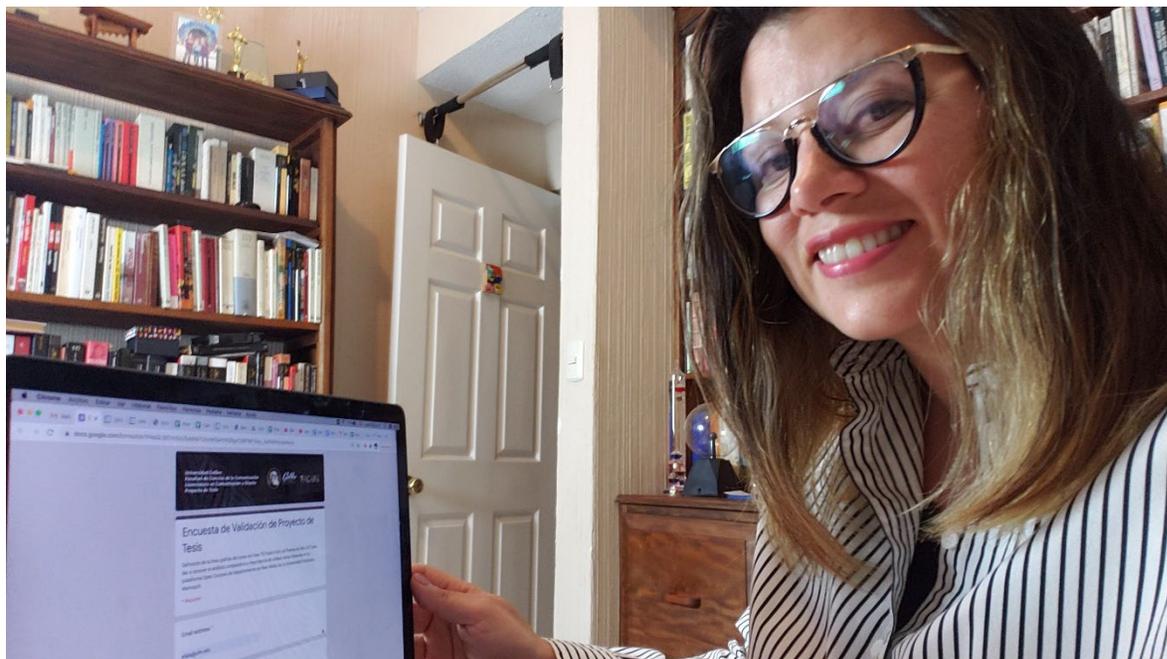
Siento un poco confusa la utilización de la línea gráfica en el desarrollo de elementos, algunos incluso aparecieron con sombra (Portada del Curso), mientras en otro se implementaron nuevos elementos que se crearon a partir de otros. Sólo hay que tener más cuidado en ser más consistentes en la propuesta.

Sugiero que se evalúe trabajar en los elementos que hagan más énfasis en el Poema del Mio Cid. En la propuesta actual se refleja el tema del Popol Vuh pero se identifica poco los elementos que hacen referencia al Poema del Mio Cid.

La única observación que le haría sería no utilizar la tipografía del titular sobre un fondo oscuro, ejemplo el verde oscuro de la presentación es un poco difícil de leer, por todo lo demás está muy bien ejecutado. Saludos.

## 14.12 Anexo 12. Fotografías de validación

### Cliente



**Stephanie Falla**  
Directora departamento de New Media

### Expertos



**Carlos Jiménez**  
Licenciado en comunicación y diseño



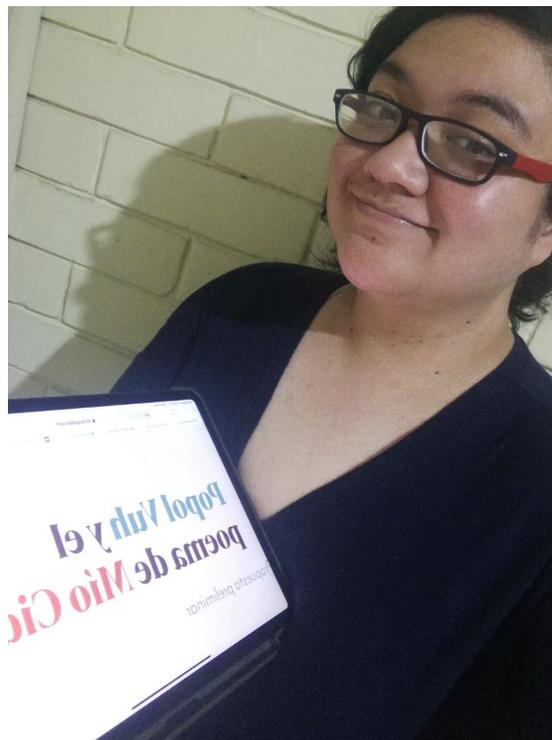
**Lisa Quan**  
Diseñadora gráfica con maestría en  
dirección y producción de e-learning



**Christian Macario**  
Diseñador Gráfico



**Rolando Barahona**  
Diseñador gráfico con maestría en dirección y  
producción de e-learning, Catedrático  
universitario

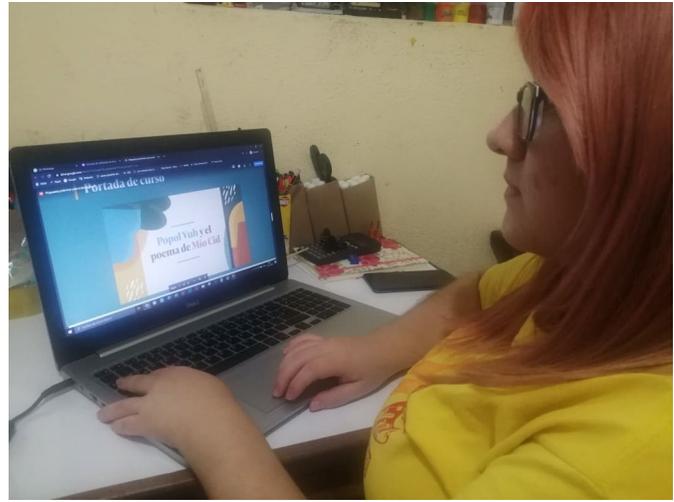


**Gabriela Miranda**  
Licenciada en comunicación y diseño

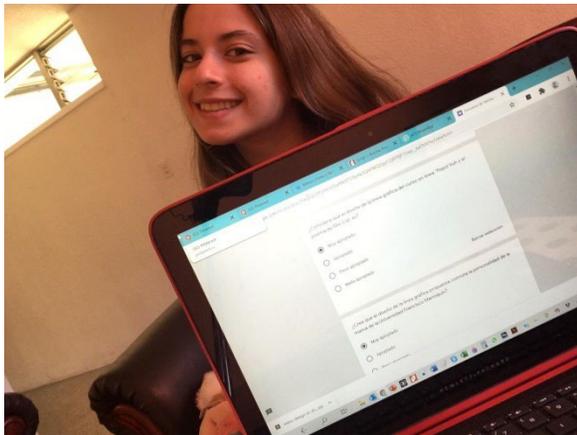
**Grupo Objetivo**



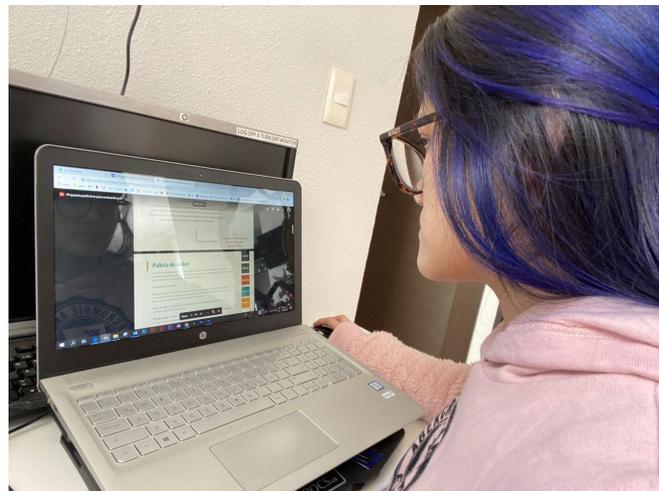
**Ana Gabriela Cuque**  
Estudiante universitaria



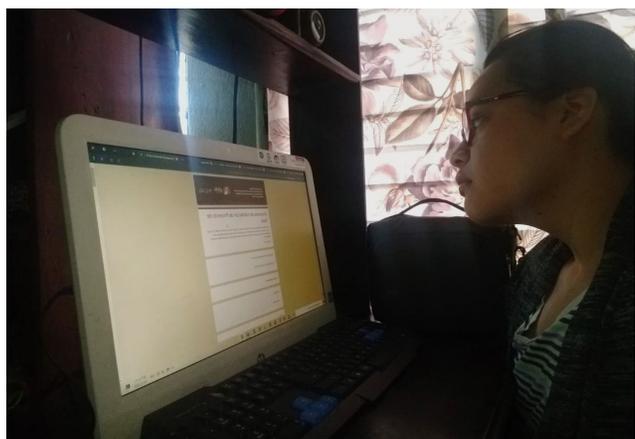
**Virginia Carolina De León Marroquin**  
Estudiante universitaria



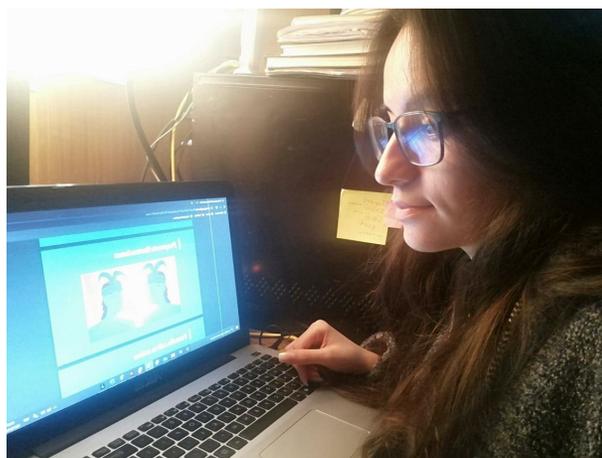
**Mariandre Urrea Chajón**  
Estudiante universitaria



**Jennifer Andrea Lou Salguero**  
Estudiante universitaria



**Cifuentes Lastor Kristal Moshé**  
Estudiante universitaria



**Luz de María Anleu Flores**  
Estudiante universitaria

## 14.13 Anexo 13. Cotizaciones



### Cotización

Fecha de la cotización: 07 de diciembre de 2020

Producto	Cliente	Institución
Curso en línea	Eric Clifford Graf	Universidad Francisco Marroquín

#### Detalle

Desarrollo de curso en línea sobre el Proyecto de Popol Vuh y el Poema del Mio Cid.

Descripción	Cantidad
<b>Preproducción completa, incluye:</b>	\$2,500
- Reuniones con el cliente	- Desarrollo de storyboards
- Desarrollo de idea y conceptualización	- Guiones técnicos
- Desarrollo de guión	- Plan de rodaje
<b>Producción completa, incluye:</b>	\$3,500
- Recurso humano	- Equipo técnico
- Productor	- Cámaras
- Camarógrafos	- Kit de luces
- Sonido de campo	- Equipo de sonido
- Gaffer/grip	- Hardware de almacenaje
<b>Postproducción completa, incluye:</b>	\$4,000
- Edición	- Guión técnico
- Montaje y limpieza	- Diseño de línea gráfica
- Animación	- Corrección de color
- Estructuración de contenido	- Diseño sonoro
<b>Total</b>	<b>\$10,000</b>

#### Observaciones

- Costos expresados en dólares americanos.
- Producción y postproducción con equipo propio (software y hardware).

• • •



newmedia@ufm.edu

Universidad Francisco Marroquín  
Calle Manuel F. Ayau (6 Calle final)  
zona 10, Guatemala, Guatemala 01010

(502) 2338 - 7849 newmedia.ufm.edu



**acoustic comunicación**

Carretera a El Salvador  
Tel: (502) 6610-6000  
info@acousticcomunicacion.com

**acousticcomunicacion.com**

YouTube vimeo Instagram Facebook SoundCloud LinkedIn

spots/jingles cine digital-tv/animación doblaje/subtitulaje eventos/logística

Guatemala 3 de diciembre 2020.

**MARÍA JOSÉ GARCÍA**  
UNIVERSIDAD GALILEO  
PRESENTE

Estimada Señorita García,  
Luego de un saludo cordial, me permito presentar para su consideración, los costos de producción para la grabación de 8 lecciones en video con un estimado de 5 horas en total de contenido.

**LA PRODUCCIÓN PARA 8 LECCIONES INCLUYE.**

**ETAPA I. PRE PRODUCCIÓN:**

1. Elaboración de guion - guía para grabación.
2. Desarrollo de línea gráfica.

**ETAPA II. PRODUCCIÓN:**

3. Grabación de material audiovisual con equipo profesional.

**ETAPA III. POST PRODUCCIÓN:**

4. Selección de material, edición y colorimetría.
5. Creación de prestación y despedida para cada lección.
6. Locutor profesional y música de stock con derechos.
7. Texto y gráficos animados.
8. Ilustraciones animadas en pantalla completa.

Con 27 años de experiencia audiovisual, ofrecemos equipo de producción profesional:



**POR FAVOR, CLIC EN CADA IMAGEN PARA CONOCER NUESTROS SERVICIOS DE PRODUCCIÓN INSTALADA**

**Precio X Lección: 7,500.00 más IVA**

**PRECIO TOTAL X 8 LECCIONES: Q.60,000.00 más IVA.**

**FORMA DE PAGO.**

- 50% anticipado al contratar el servicio.
- 50% contra entrega final a satisfacción de los materiales.

**OBSERVACIONES.**

- El cliente selecciona al profesor y el aula para grabación.
- Tiempo de entrega: A convenir.
- Validez de la oferta: 15 días calendario.

Con el privilegio de poder servirle, me suscribo muy atentamente.



CARLOS HERRERA K.  
EJECUTIVO DE PROYECTOS  
ACOUSTIC COMUNICACIÓN.



Centro Empresarial Zona Pradera,  
Zona 10, Ciudad de Guatemala, Guatemala  
ventas@chapinfilms.com

(502) 2375 7748  
(502) 4770 9616

**Guatemala 30 de noviembre 2020**

## COTIZACIÓN PARA CURSO EN LÍNEA

Costos de desarrollo de curso en línea de 8 lecciones con un estimado de 5 horas en total de contenido.

### PRE PRODUCCIÓN

Q16,000.00

- Reuniones con el cliente acerca del proyecto a desarrollar
- Desarrollo de línea gráfica de acuerdo a las necesidades del proyecto
- Elaboración de guiones literarios y técnicos para elaboración de material gráfico
- Plan de grabación

### PRODUCCIÓN

Q25,000.00

- Grabación de lecciones
- Recurso humano: camarógrafo, productor
- Equipo técnico

### POST PRODUCCIÓN

Q30,000.00

- Curación y Edición de material grabado
- Estructuración de contenido
- Diseño de piezas según la línea gráfica definida

---

**TOTAL Q66,000.00**