



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Producción de un video documental, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-. Guatemala, Guatemala.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la comunicación
Guatemala C.A.

ELABORADO POR:

Kevin Imanol Osoy Valiente

Carné: 18004341

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 2021

Proyecto de graduación

Producción de un video documental, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-. Guatemala, Guatemala.

Kevin Imanol Osoy Valiente

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora general

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Lic. Jorge Retolaza

Secretario general

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Cs.

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 12 de abril de 2021

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
PRODUCCIÓN DE UN VIDEO DOCUMENTAL, PARA INFORMAR ACERCA DE LAS ACTIVIDADES INSTITUCIONALES QUE REALIZAN EL MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN -MAGA-, LA SECRETARIA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL -SESAN- EL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL -MSPAS- Y LA COMISIÓN DE MUNICIPALIDADES DEPARTAMENTALES -CMD- RELACIONADAS CON EL CAMBIO SOCIAL Y DE COMPORTAMIENTO, ENMARCADAS EN LA GRAN CRUZADA NACIONAL POR LA NUTRICIÓN PROMOVIDA POR EL FONDO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA INFANCIA -UNICEF-. Así mismo solicito que el Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Kevin Imanol Osoy Valiente
18004341



Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán
Asesor
Colegiado 7499



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 17 de mayo de 2021

Señor:
Kevin Imanol Osoy Valiente
Presente

Estimado Señor Osoy:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO DOCUMENTAL, PARA INFORMAR ACERCA DE LAS ACTIVIDADES INSTITUCIONALES QUE REALIZAN EL MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN –MAGA-, LA SECRETARIA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL –SESAN- EL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL –MSPAS- Y LA COMISIÓN DE MUNICIPALIDADES DEPARTAMENTALES –CMD- RELACIONADAS CON EL CAMBIO SOCIAL Y DE COMPORTAMIENTO, ENMARCADAS EN LA GRAN CRUZADA NACIONAL POR LA NUTRICIÓN PROMOVIDA POR EL FONDO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA INFANCIA -UNICEF-**. Así mismo, se aprueba al Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 19 de diciembre 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: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO DOCUMENTAL, PARA INFORMAR ACERCA DE LAS ACTIVIDADES INSTITUCIONALES QUE REALIZAN EL MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN –MAGA-, LA SECRETARIA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL –SESAN- EL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL –MSPAS- Y LA COMISIÓN DE MUNICIPALIDADES DEPARTAMENTALES –CMD- RELACIONADAS CON EL CAMBIO SOCIAL Y DE COMPORTAMIENTO, ENMARCADAS EN LA GRAN CRUZADA NACIONAL POR LA NUTRICIÓN PROMOVIDA POR EL FONDO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA INFANCIA -UNICEF-**. Presentado por el estudiante: Kevin Imanol Osoy Valiente, con número de carné: *18004341*, 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,


Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán
Asesor
Colegiado 7499



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM | Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 06 de abril de 2022

**Señor
Kevin Imanol Osoy Valiente
Presente**

Estimado Señor Osoy:

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, 02 de junio de 2022.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO DOCUMENTAL, PARA INFORMAR ACERCA DE LAS ACTIVIDADES INSTITUCIONALES QUE REALIZAN EL MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN –MAGA-, LA SECRETARIA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL –SESAN- EL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL –MSPAS- Y LA COMISIÓN DE MUNICIPALIDADES DEPARTAMENTALES –CMD- RELACIONADAS CON EL CAMBIO SOCIAL Y DE COMPORTAMIENTO, ENMARCADAS EN LA GRAN CRUZADA NACIONAL POR LA NUTRICIÓN PROMOVIDA POR EL FONDO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA INFANCIA –UNICEF-**, del estudiante Kevin Imanol Osoy Valiente, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM | Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 12 de julio de 2022

Señor:
Kevin Imanol Osoy Valiente
Presente

Estimado Señor Osoy:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO DOCUMENTAL, PARA INFORMAR ACERCA DE LAS ACTIVIDADES INSTITUCIONALES QUE REALIZAN EL MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN –MAGA-, LA SECRETARIA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL –SESAN- EL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL –MSPAS- Y LA COMISIÓN DE MUNICIPALIDADES DEPARTAMENTALES –CMD- RELACIONADAS CON EL CAMBIO SOCIAL Y DE COMPORTAMIENTO, ENMARCADAS EN LA GRAN CRUZADA NACIONAL POR LA NUTRICIÓN PROMOVIDA POR EL FONDO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA INFANCIA -UNICEF-.** Presentado por el estudiante: Kevin Imanol Osoy Valiente, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A Dios, por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

A mi familia, por haberme dado la oportunidad de formarme en esta prestigiosa universidad y haber sido mi apoyo durante todo este tiempo.

A mis catedráticos, por haberme guiado, no solo en la elaboración de este trabajo de titulación, sino a lo largo de mi carrera universitaria y haberme brindado el apoyo para desarrollarme profesionalmente y seguir cultivando mis valores.

A la Universidad, por haberme brindado tantas oportunidades y enriquecerme en conocimiento.

Resumen

A través del acercamiento con el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF- se identificó que no cuenta con material audiovisual que informe acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Producir un video documental para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo conformado por mujeres y hombres, de 25 a 50 años de edad, con un NSE nivel D y E, gustos por actividades sanas y familiares y tendencias a ayudar a la sociedad. y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que se produjo el video documental para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –

CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia - UNICEF-. Dirigido a mujeres y hombres, de 25 a 50 años de edad, con un NSE nivel D y E, gustos por actividades sanas y familiares y tendencias a ayudar a la sociedad, para UNICEF. Se recomendó colocar el material en dispositivos con calidad full HD para que no pierda su resolución y se aprecie la calidad del video.

Para efectos legales únicamente el autor, KEVIN IMANOL OSOY VALIENTE, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción.	
1.1 Introducción.....	1
Capítulo II: Problemática.	
2.1 Contexto.....	2
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	3
2.3 Justificación.....	3
2.3.1 Magnitud.....	4
2.3.2 Vulnerabilidad.....	5
2.3.3 Trascendencia	6
2.3.4 Factibilidad.....	6
Capítulo III: Objetivos de diseño.	
3.1. Objetivo general.....	8
3.2. Objetivos específicos.....	8
Capítulo IV: Marco de referencia.	
4.1 Información general del cliente.....	9
4.1.1 Historia.....	9
4.1.2 Misión.....	9
4.1.3 Visión.....	9
4.1.4 Proyecto.....	10
4.1.5 FODA.....	11
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.	
5.1 Perfil geográfico.....	12
5.2 Perfil demográfico.....	12
5.3 Perfil psicográfico.....	12
5.4 Perfil conductual.....	13
Capítulo VI: Marco teórico.	
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	14
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	19
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.....	24
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.	
7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	45
7.2 Conceptualización.....	47
7.3 Bocetaje.....	55
7.4 Producción.....	65
7.5 Postproducción.....	66
7.6 Propuesta preliminar.....	72
Capítulo VIII: Validación técnica.	

8.1	Población y muestreo.....	80
8.2	Método e Instrumentos.....	80
8.3	Resultados e Interpretación de resultados.....	85
8.4	Cambios en base a los resultados.....	94

Capítulo IX: Propuesta gráfica final.

9	Propuesta Grafica final.....	95
9.1	Storyboard propuesta final.....	96

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

10.1	Plan de costos de elaboración.....	102
10.2	Plan de costos de producción.....	103
10.3	Plan de costos de reproducción.....	103
10.4	Plan de costos de distribución.....	103
10.5	Margen de utilidad.....	103
10.6	Cuadro resumen.....	104

Capitulo XI: Conclusiones y recomendaciones.

11.1	Conclusiones.....	105
11.2	Recomendaciones.....	106

Capítulo XII: Conocimiento general.

12.1	Demostración de conocimientos.....	107
------	------------------------------------	-----

Capítulo XIII: Referencias.

13.1	Bibliografía.....	109
13.2	Biblio web.....	111
13.4	E-grafía.....	111

Capítulo XIV: Anexos.

14.1	Brief.....	116
14.2	Tabla NSE.....	119
14.3	Hoja de consentimiento.....	120
14.4	Fotos de la producción.....	121
14.5	Validación de expertos.....	122

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

Capítulo I

1.1 Introducción

El Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF- ha ofrecido a la población de Guatemala sus servicios desde 1949. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con material audiovisual, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- dentro del marco de la Gran Cruzada Nacional por la nutrición.

Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Producción de un video documental, para informar acerca de las actividades de las instituciones antes mencionadas, relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF.

Para crear el concepto creativo se usará el método de lluvia de ideas y a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación. A través de herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación se desarrollará el proceso de este proyecto. Los métodos de validación serán encuestas al grupo objetivo, clientes y un grupo de expertos. De esta última herramienta se obtendrán cambios importantes para mejorar el resultado, y dejar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.

CAPÍTULO II
PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto

El Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF- fue creada el año 1946 por Ludwik Rajchman y Asamblea General de las Naciones Unidas, y actualmente se dedica principalmente a la creación de un mundo donde se respeten los derechos de todos y cada uno de los niños y niñas.

Actualmente Unicef forma parte La Gran Cruzada Nacional por la Nutrición que es la estrategia que busca unir a todos los sectores del país con la finalidad de mejorar la nutrición de las familias guatemaltecas.

Guatemala es uno de los países en Latinoamérica más afectados por diferentes problemas nutricionales, siendo la desnutrición crónica el problema más prevalente que afecta a uno de cada dos niños menores de 5 años. Por esto la Gran Cruzada Nacional por la Nutrición establece líneas de acción como la salud y nutrición, protección social, disponibilidad y acceso a una alimentación saludable, agua segura, saneamiento e higiene y la comunicación para el cambio social y de comportamiento. Estas líneas de acción deben ser implementadas por los miembros del Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD.

Estas instituciones se encuentran en muchos municipios de Guatemala y su deber es ayudar a sus comunidades correspondientes. En ese sentido la Gran cruzada por la nutrición desea motivar a los miembros de estas instituciones a que cumplan su papel dentro de este marco de la Gran cruzada por la nutrición.

Para resolver este problema se propone la realización de una producción audiovisual que sirva para informar acerca de las actividades que realizan estas instituciones a través del contexto real que se vive en Guatemala acerca de la desnutrición.

Las producciones audiovisuales son de gran ayuda para transmitir una idea, pensamiento o sentimiento. Son un gran recurso para que los espectadores se identifiquen con la historia de un video y se sientan motivados.

Tomando en cuenta como la comunicación puede ayudar a motivar a un grupo de personas a trabajar juntas para acabar con un gran problema social en un contexto nacional se realiza un video el cual pueda ser de gran ayuda e impacto para generar este cambio.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

El Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF- no cuenta con material audiovisual, que informe acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición.

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. En la República de Guatemala habitan 16.6 millones de personas, y está dividida en 22 departamentos. Entre ellos se encuentra Guatemala que en la actualidad acoge a 3,515,775 habitantes. Dentro de este departamento existen 37 empresas dedicadas a la actividad de su empresa, y entre ellas, se encuentra UNICEF. Guatemala es uno de los países en Latinoamérica más afectados por diferentes problemas nutricionales, siendo la desnutrición crónica el problema más prevalente que afecta a uno de cada dos niños menores de 5 años, según VI Encuesta Nacional de Salud Materno Infantil (ENSMI 2015).

En lo que va de 2020, se registraron 20.924 niños menores de 5 años con desnutrición aguda, mientras que, en la misma semana de 2019, se contabilizaban 11.087, casi la mitad. Las brigadas detectaron 257 casos con desnutrición aguda y severa en Huehuetenango. 68 por ciento de los casos encontrados no habían sido detectados por el Sistema de Salud; esto demuestra la efectividad de las brigadas. (UNICEF, 2020)

Los Grupos de apoyo para atender a este problema de salud no están siendo muy efectivos en su trabajo, por eso se les debe informar de las actividades a través del contexto real que se vive en Guatemala exponiéndolo en un material audiovisual.

En Guatemala la cantidad de niños es de 4,972,725 según el censo realizado en el 2018 en Guatemala. Es el primer lugar en América Latina y el sexto en el mundo en cuanto a desnutrición infantil (María Claudia Santizo, Oficial de Nutrición en UNICEF Guatemala).

Los casos de desnutrición crónica en menores de 5 años son de 167,860 y los casos de desnutrición aguda en menores de 5 años son de 15,547 (SIGSA, 2019). Todos estos niños necesitan la ayuda de los grupos de apoyo para este problema como lo es la COMUSAN.



Grafica de magnitud realizada por Kevin Imanol Osoy Valiente.

2.3.2. Vulnerabilidad. Si el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF- no realiza la producción de un video documental, se perderá la oportunidad de mostrar el papel de la Comunicación para el Cambio Social y de Comportamiento dentro del marco

de la gran cruzada nacional por la nutrición y por lo tanto la desnutrición sigue siendo un gran problema que recorre el país y al pasar del tiempo más personas sufren de este problema, miles de persona necesitan la atención o la ayuda necesaria para solventar esta dificultad. Es un asunto en el cual se debe hacer conciencia y al carecer de un material audiovisual el cual pueda hacer conciencia en los grupos de apoyo y motivarlos para contribuir a esta causa, este problema seguirá aumentando.

2.3.3. Trascendencia. Al contar con una producción audiovisual, la empresa podrá ayudar a entender la problemática de la desnutrición en el país y como los miembros de las comunidades se pueden unir a la gran cruzada nacional por la nutrición y el papel importante que en ella representan, pondrán sentirse motivados por la idea de generar un cambio de comportamiento en sus comunidades para disminuir el impacto que tiene la desnutrición en muchas familias guatemaltecas. Un video puede generar emociones en las personas dejando un mensaje que las motive a realizar una acción ya que, inspira, enseña y ayuda a tener más energía para alcanzar los objetivos.

2.3.4. Factibilidad. El proyecto, producción de un video documental, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF- es factible, porque cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

2.3.4.1 Recursos Humanos. UNICEF cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Los ejecutivos de UNICEF autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. UNICEF cuenta actualmente con los recursos necesarios y el presupuesto, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. UNICEF cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el comunicador-diseñador cuenta con las competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Computador con las características aptas para edición de video.
- Cámara de video sony a600 Mirrorless
- Licencias de software para edición de audio y video y creación de efectos visuales.
- Drone mavic Dji 2
- Estabilizador de cámara Dji Ronin SC

CAPÍTULO III
OBJETIVOS DEL DISEÑO

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

Producir un video documental para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-.

3.2 Los objetivos específicos

3.2.1 Recopilar toda la información necesaria del Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF- para la creación del video documental.

3.2.2 Investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la producción audiovisual para la creación del proyecto para el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-.

3.2.3 Realizar grabaciones en diferentes escenarios naturales, recreados y con diferentes técnicas de filmación para dar vida al video documental.

CAPÍTULO IV
MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia -UNICEF- fue creada el año 1946 por Ludwik Rajchman, y actualmente se dedica principalmente a la creación de un mundo donde se respeten los derechos de todos y cada uno de los niños y niñas.

4.1.1 Historia. El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia -UNICEF- tiene una larga trayectoria de cooperación con el Gobierno de Guatemala. Sólo tres años después de su fundación a nivel mundial (1946), Guatemala fue elegida en 1949 como sede de la Oficina de Área para Centro América y Panamá. En Guatemala, UNICEF comenzó su asistencia con programas de alimentación suplementaria para escolares y el control de insectos para reducir enfermedades, especialmente el paludismo. Hoy, UNICEF trabaja en las áreas de políticas públicas, inversión en la niñez, el cumplimiento de sus derechos y en todas aquellas esferas de la vida política, económica, cultural y social que afectan y favorecen el desarrollo de la infancia.

4.1.2 Misión. lograr que los derechos de la infancia se conviertan en principios éticos perdurables y en normas de conducta internacionales siendo considerados parte integrante del progreso de la humanidad.

4.1.3 Visión. trabajar para conseguir cambios reales en la vida de los niños y transformar la sociedad a través de una organización dinámica, unida y eficiente, que está formada por personas comprometidas que se esfuerzan cada día como defensores de los derechos de la infancia.

4.1.4 Proyecto. El Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-. Promueve la Gran cruzada nacional por la nutrición, en la cual trabaja con organizaciones como las siguientes.

4.1.4.1 Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA. Se dedica a atender los asuntos concernientes al régimen jurídico que rige la producción agrícola, pecuaria e hidrobiológica, la sanidad agropecuaria y el desarrollo productivo nacional.

4.1.4.2 Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN. Es el órgano de coordinación del Sistema Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional, tiene la responsabilidad como dicho órgano, de concertar el Plan Estratégico de Seguridad Alimentaria que organiza aquellos programas y proyectos que realizan otras instituciones gubernamentales en dicha materia.

4.1.4.3 Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS. Formula las políticas y hacer cumplir el régimen jurídico relativo a la salud preventiva y curativa y a las acciones de protección, promoción, recuperación y rehabilitación de la salud física y mental de los habitantes del país y a la preservación higiénica de medio ambiente.

4.1.4.4 Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD. Una comisión de Municipalidades departamentales es un conjunto de personas encargadas de la administración de las municipalidades que se encuentran en cada departamento, para la implementación de estrategia para la solución de problemas en base al contexto social.

4.1.5 FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Seriedad, honestidad, liderazgo.• Rápida respuesta ante emergencias.• Trabaja para muchos países en el mundo.	<ul style="list-style-type: none">• Visión integradora en la niñez.• Resonancia en medios masivos.• De gran valor para los medios, sector privado, ONGs.
DEBILIDADES	AMENANZAS
<ul style="list-style-type: none">• UNICEF para la infancia, pero aún no para adolescencia.• Comunicación de baja intensidad empresarios y donantes.• No cuentan con personal para sus producciones audiovisuales.	<ul style="list-style-type: none">• Limitaciones en el sector público, para intervención.• Actividades presenciales en tiempos de pandemia.• Mala coordinación de instituciones de apoyo.

Tabla elaborada por el comunicador diseñador Kevin Osoy

Ver Brief completo en anexo 1.

CAPÍTULO V
DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de 25 a 50 años de edad, con un NSE nivel D y E, gustos por actividades sanas y familiares y tendencias a ayudar a la sociedad.

5.1 Perfil geográfico

El grupo objetivo reside en municipios de escasos recursos, trabaja en instituciones que ayudan a la sociedad y ONGs, circula por zonas de tránsito peatonal y de vehículos. Se entretiene en parques de las comunidades y parques de diversión y en las redes sociales. Puntualmente, el proyecto se ubicará en 10 departamentos de 114 municipios del país de Guatemala.

5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo está compuesto por mujeres y hombres de 25 a 50 años de edad. Con un NSE D y E, y contempla las expresadas en la tabla de NSE Multivex 2018.

Ver tabla completa de NSE en anexo #2.

5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo cree en Dios, la familia, el gobierno de derecha, se reúne en organizaciones como ONGs, iglesias, grupos de apoyo. Cree en el trabajo y en la diversión sana, por lo que frecuenta parques y restaurantes familiares. Rechaza las actividades que no aportan algo bueno a la sociedad como apuestas y vicios y acostumbra a hacer actividades familiares, y ayudar a la comunidad en la que vive.

5.4 Perfil conductual

El grupo objetivo se comportan muy motivado, interesados y encuentran mucha empatía cuando ven producciones audiovisuales que muestran la realidad del país, ya que a través de un video se puede transmitir más que ideas, sentimientos. Así, estas producciones son apreciadas por personas que les gusta ayudar a la comunidad en la que viven y se sienten felices por ver a personas de su comunidad siendo beneficiadas.

CAPÍTULO VI
MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Producción. Producción es, de manera general, el proceso de fabricar, elaborar u obtener productos o servicios. La producción forma parte de un proceso complejo que depende de las materias primas, el capital humano y la fuerza de trabajo, así como de la capacidad de producción de bienes y servicios a fin de satisfacer las necesidades de las personas según la demanda y oferta de éstos. (Significados, 2020)

6.1.2 Video. Es la tecnología de grabación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de imágenes y reconstrucción por medios electrónicos digitales o analógicos de una secuencia de imágenes que representan escenas en movimiento. (Fundéu BBVA, 2011)

6.1.3 Video Documental. Es la grabación de un aspecto de vida real, mostrada a través de cámaras que permitan darle acceso a numerosas personas; existen numerosos parámetros a cumplir a la hora de desarrollar o fabricar un documental, la figura del narrador en el video y la naturaleza de los materiales utilizados, de esta forma se puede identificar la variabilidad de los documentales que irían desde un documental real hasta el “docudrama”, donde los protagonistas de los hechos narrados participan en el video actuando bajo el papel de ellos mismos. (Redacción, 2021)

6.1.4 Actividades. Se trata de las acciones que desarrolla un individuo o una institución de manera cotidiana, como parte de sus obligaciones, tareas o funciones. A nivel general, la noción de actividad alude al movimiento, el quehacer o el proceso vinculado a un cierto sector o ámbito. De este modo, puede hablarse de actividad laboral, actividad volcánica, actividad física, actividad cultural y muchas otras. (Juan Pérez y Maria Merino, 2017.)

6.1.5 Actividades Institucionales. Conjunto de operaciones que realizan las unidades responsables o ejecutoras de los recursos públicos con la finalidad de dar cumplimiento a la misión encomendada. Su ejecución conduce directamente a la producción de un bien o la prestación de un servicio para atender a un usuario o "cliente" plenamente identificado. (Dimock, 1947)

6.1.6 Ministerio. Es el nombre que recibe cada uno de los órganos en que se divide la Administración Pública de un país, para llevar adelante las políticas del gobierno en un área de competencia especial relaciones internacionales, economía, defensa, salud, educación, trabajo, etc. (Agustín, 2013)

6.1.7 Agricultura. Es el conjunto de actividades económicas y técnicas relacionadas con el tratamiento del suelo y el cultivo de la tierra para la producción de alimentos. Comprende todo un conjunto de acciones humanas que transforma el medio ambiente natural. (RAE, 2010)

6.1.8 Ganadería. Es una actividad que consiste en el manejo y explotación de animales domesticables con fines de producción, para su aprovechamiento en la industria láctea, avicultura, piscicultura, porcicultura. Dependiendo de la especie ganadera, se pueden obtener diversos productos derivados, tales como la carne, la leche, los huevos, los cueros, la lana y la miel, entre otros. (Geografía Económica, S.F, 2021)

6.1.9 Alimentación. Es la ingesta de alimentos por parte de los organismos para conseguir los nutrientes necesarios y así con esto obtener las energías y lograr un desarrollo equilibrado. Un proceso mediante al cual los seres vivos consumen diferentes

tipos de alimentos para obtener de estos los nutrientes necesarios para sobrevivir y realizar todas las actividades necesarias del día a día. (Significados, 2018)

6.1.10 Secretaría. Sección de un organismo, institución o empresa que se ocupa de las tareas administrativas relacionadas con la entidad. (DLE, SF)

6.1.11 Seguridad. La ausencia de riesgo o a la confianza en algo o en alguien. Sin embargo, el término puede tomar diversos sentidos según el área o campo al que haga referencia en la seguridad. En términos generales, la seguridad se define como ‘el estado de bienestar que el ser humano percibe y disfruta’. (RAE, 2021)

6.1.12 Seguridad Alimentaria. Hace referencia a la disponibilidad suficiente y estable de alimentos, su acceso oportuno y su aprovechamiento biológico, de manera estable a través del tiempo. Hay seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos para alcanzar una vida sana y activa. (PESA, 2020)

6.1.13 nutrición. Es el proceso biológico en el que los organismos asimilan los alimentos y los líquidos necesarios para el funcionamiento, el crecimiento y el mantenimiento de sus funciones vitales. La nutrición también es el estudio de la relación que existe entre los alimentos, la salud y especialmente en la determinación de una dieta equilibrada con bases a la pirámide alimenticia. (Herrera, 2010)

6.1.14 Salud. Es un estado de bienestar o de equilibrio que puede ser visto a nivel subjetivo o a nivel objetivo, se constata la ausencia de enfermedades o de factores dañinos en el sujeto en cuestión. El término salud se contrapone al de enfermedad, y es

objeto de especial atención por parte de la medicina y de las ciencias de la salud. (RAE, 2014)

6.1.15 Salud Pública. Se entiende como el cuidado y la promoción de la salud aplicados a toda la población o a un grupo preciso de la población. Aun cuando la salud pública no implica directamente la oferta de atención médica a las personas, la AMM afirma el papel de los médicos cuando se trata de salud pública. Los médicos tienen la responsabilidad de cuidar la salud de las personas concienciándolas al mismo tiempo sobre la salud pública. (AMM. 2019)

6.1.16 Asistencia Social. Está asociada a un servicio que se presta para solucionar problemas de diversa índole y mejorar las condiciones de vida de las personas. El objetivo de la asistencia social es que todos los integrantes de una sociedad gocen de los mismos derechos y oportunidades. (Porto y Gardey, 2012)

6.1.17 Comisión. Conjunto de personas encargadas por la ley, o por una corporación o autoridad, de ejercer unas determinadas competencias permanentes o entender en algún asunto específico. (RAE, 2001)

6.1.18 Municipalidad. Es la corporación estatal que tiene como función administrar una ciudad o una población. El término se utiliza para nombrar tanto al conjunto de sus instituciones como al edificio que alberga la sede del gobierno. (Porto y Merino, 2012)

6.1.19 Municipalidades Departamentales. Una división territorial y una entidad administrativa de nivel local, constituida por territorio, población y poderes públicos. En este sentido, es un ente organizativo dentro del Estado que goza autonomía

gubernamental y administrativa, cuya función es gestionar los intereses de una comunidad y dar solución a sus problemas. (Significados, 2018)

6.1.20 Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD. Una comisión de Municipalidades departamentales es un conjunto de personas encargadas de la administración de las municipalidades que se encuentran en cada departamento, para la implementación de estrategia para la solución de problemas en base al contexto social. (Osoy/ Guzmán, 2021)

6.1.21 Cambio social. Es una alteración apreciable de las estructuras sociales, las consecuencias y manifestaciones de esas estructuras ligadas a las normas, los valores y a los productos del mercado. El cambio social se manifiesta de diferentes maneras, en distintos aspectos de la vida social, y es la expresión visible, o perceptible, de procesos de mutación de muy disímil naturaleza: modificaciones en la concepción del mundo, cambios biológicos, demográficos, institucionales, etc. (Velasco, 2009)

6.1.22 Comportamiento. El comportamiento es la manera en la cual se porta o actúa un individuo en la vida o cualquier otro actor social. Es decir, el comportamiento es la forma de proceder que tienen las personas u organismos ante los diferentes estímulos que reciben y en relación con el entorno en el cual se desenvuelven. (Ucha, 2011)

6.1.23 Promoción. Es la acción de promocionar una persona, cosa, servicio, etc. Tiene como objetivo promover y divulgar productos, servicios, bienes o ideas, para dar a conocer y persuadir al público de realizar un acto de consumo. (Significados, 2018)

6.1.24 Fondo. Se trata de un patrimonio que se forma con los aportes de un grupo de personas que invierten su capital en búsqueda de rentabilidad. Lo que hace el fondo es

reunir el dinero aportado por todos los participantes, para que una entidad se encargue de su gestión y administración. (Gardey, 2009)

6.1.25 Naciones Unidas. Es la mayor organización internacional existente. Se creó para mantener la paz y seguridad internacionales, fomentar relaciones de amistad entre las naciones, lograr la cooperación internacional para solucionar problemas globales y servir de centro que armonice las acciones de las naciones. (UN, 2019)

6.1.26 Infancia. Es la etapa de la existencia de un ser humano que se inicia en el nacimiento y se extiende hasta la pubertad. El concepto también se emplea para nombrar a la totalidad de los niños que se encuentran dentro de dicho grupo etario. (Porto y Gardey, 2008)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Concepto de comunicación. Es la acción consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir información u opiniones distintas. Los pasos básicos de la comunicación son la formación de una intención de comunicar, la composición del mensaje, la codificación del mensaje, la transmisión de la señal, la recepción de la señal, la decodificación del mensaje y finalmente, la interpretación del mensaje por parte de un receptor.

Su propósito u objetivo se puede denominar bajo la acción de informar, generar acciones, crear un entendimiento o transmitir cierta idea. Los comunicadores tienen como función entregar información verídica y confirmada por más de tres fuentes. (RAE, 2014)

6.2.1.2 Esquema de comunicación.

- Emisor: El emisor es el punto de partida del proceso de comunicación al ser quien emite el mensaje. Para que esto pueda cumplirse, el emisor tiene que compartir los mismos canales y códigos comunicacionales con su receptor. El emisor en el proyecto es el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-.
- Receptor: En teoría de la comunicación, es el agente que recibe el mensaje, señal o código emitido por un emisor, transmisor o enunciante; es el destinatario que recibe la información. El emisor es el grupo objetivo, comprendido por mujeres y hombres, de 25 a 50 años de edad, con un NSE nivel D y E, gustos por actividades sanas y familiares y tendencias a ayudar a la sociedad.
- Mensaje: Mediante el mensaje, el emisor da forma semántica a sus ideas, selecciona y ordena los símbolos para expresar los propósitos de su comunicación al receptor. El mensaje es el video documental, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional – SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia - UNICEF-.
- Código: Es un conjunto de elementos que se combinan siguiendo unas ciertas reglas y que son semánticamente interpretables, lo cual permite intercambiar

información. El código es el medio audiovisual ósea el video documental. (Osoy, 2021)

- Canal: Es el medio físico a través del cual se lleva a cabo un acto comunicativo, es decir, que sirve para el intercambio de información entre un emisor y uno o varios receptores. El canal en este caso son las conferencias a través de medios corporativos como cañoneras.
- Contexto: Es la agrupación de circunstancias específicas de lugar y tiempo, principalmente, en qué se está produciendo el acto de la comunicación y que permiten su correcta comprensión. El contexto de este proyecto es en el que se vive actualmente en Guatemala en base a la desnutrición que azota al país.
- Ruido: El ruido es cualquier interferencia que se produzca en la comunicación que impida que esta se logre. Consiste en toda perturbación en el proceso comunicativo, distorsionando u ocultando el mensaje.
- Retroalimentación: Es la respuesta del receptor al mensaje del emisor. Ésta completa el circuito de la comunicación, pues el mensaje fluye del emisor al receptor y de nueva cuenta al emisor con el feedback del receptor. (Osoy, 2021)

6.2.1.3 Comunicación social. Es aquella área de estudios que estudia e investiga cuestiones como la comunicación, la información, la expresión, el rol de los medios de comunicación masiva y las industrias culturales.

La comunicación social es una herramienta fundamental y esencial a la hora de construir la opinión pública. La comunicación bien realizada permite abrir puentes de diálogos entre los distintos actores sociales y con ello claro se contribuye de modo directo

al fortalecimiento de la democracia. La comunicación es decisiva para el desarrollo humano. (Ucha, 2013)

6.2.1.4 Comunicación persuasiva. La comunicación persuasiva es un proceso mediante el cual se transmiten información, ideas, actitudes o emociones por medio de signos enviados a través de un canal de comunicación, con la intención de persuadir.

La persuasión es un propósito consciente de formar, reforzar o cambiar actitudes, creencias, opiniones, percepciones o conductas de alguna persona o personas efectuado por otro individuo o grupo; esto es, consiste en influir sobre los demás para hacerlos pensar de un modo determinado, rechazar algo o adoptarlo, o inducirles a realizar una acción determinada. (INEP, 2008)

6.2.1.5 Medios de comunicación social. Los medios sociales se basan en la influencia y la interacción entre una audiencia pública que es cada vez más inteligente y participativa. Los medios sociales son un conjunto de plataformas digitales que amplifican el impacto de la voz a voz; además, de ser medible y rentabilizable por la mercadotecnia.

Los responsables de comunidad se encargan de crear y cuidar las comunidades en torno a las empresas generando contenido de valor, creando conversación, animando a las personas a participar, monitorizando la presencia en la red de las marcas, etc. Los medios sociales han cambiado la comunicación entre las personas, y entre las marcas y las personas. (Merlo, 2011)

6.2.1.6 La comunicación informativa. Es el tipo de comunicación que se define como el proceso de decir algo para enterar a una o varias personas para que tengan noción sobre un tema o noticia explícita de manera que estén informados sobre un suceso o algún tema, ya sea bibliográfico, científico o de otra índole. (Todo sobre comunicación, 2020)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Concepto de diseño. Es el proceso previo de configuración mental, en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Se aplica habitualmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas que requieren creatividad. El diseño involucra variadas dimensiones que van más allá del aspecto, la forma y el color, abarcando también la función de un objeto y su interacción con el usuario. Durante el proceso se debe tener en cuenta además la funcionalidad, la operatividad, la eficiencia y la vida útil del objeto del diseño. (Herrera, 2012)

El proceso de diseñar suele implicar las siguientes fases:

- Observar y analizar el medio en el cual se desenvuelve el ser humano, descubriendo alguna necesidad. Para esto a menudo se utilizan preguntas como: qué, cómo, por qué, para quién, dónde y cuándo, las que facilitan y esclarecen el proceso de diseño.
- Evaluar, mediante la organización y prioridad de las necesidades identificadas.
- Planear y proyectar proponiendo un modo de solucionar esta necesidad, por medio de planos y maquetas, tratando de descubrir la posibilidad y viabilidad de la(s) solución(es).
- Ver, construir y ejecutar llevando a la vida real la idea inicial, por medio de materiales y procesos productivos. (Herrera, 2012)

6.2.2.2 Concepto de 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.

El diseño gráfico no se limita a la composición visual fija, sino también a los recursos audiovisuales e incluso tridimensionales. Esta disciplina se apoya en un grupo de elementos que ayudan a concebir, organizar, proyectar, y realizar comunicaciones visuales u obras gráficas. (Martínez, 2021)

6.2.2.3 Diseño audiovisual. Es la rama del diseño que se centra en la comunicación mediante técnicas audiovisuales, como, por ejemplo, la grabación de imagen y audio o la animación manual como el stop motion, o digital como la animación 3D. El formato más común del medio audiovisual es el vídeo. A nivel laboral, el diseño audiovisual es esencial en la televisión, en la industria cinematográfica, en el desarrollo de videojuegos, en el márketing, en Internet desde banners, videoclips, blogs.

El mensaje visual se compone de concepto y forma. En el espacio gráfico se define por el largo y el ancho y la incorporación de diversos recursos comunicacionales:

- Elementos de carácter gráfico (puntos, líneas, elementos geométricos y diversas formas).
- Elementos de carácter lingüístico (letras de diferente estructura y forma).
- Elementos auditivos (música, ruido, palabras, sonidos, silencio).
- Elementos audiovisuales (videos, animaciones).
- Elementos de carácter compuesto (fotografías, dibujos). (Bazin, 2012)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias auxiliares.

6.3.1.1 Semiología. Es la ciencia derivada de la filosofía que trata de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas, estudiando las propiedades generales de los sistemas de signos, como base para la comprensión de toda actividad humana. Aquí, se entiende por signo un objeto o evento presente que está en lugar de otro objeto o evento ausente, en virtud de un cierto código. (Ostalé, 2020)

6.3.1.2 Semiótica de la imagen. Es una rama de la semiótica que trata sobre el estudio o interpretación de las imágenes, objetos e incluso gestos y expresiones corporales, para comprender o acoger una idea de lo que se está visualizando. Por ejemplo, una persona que asiste a una exposición de pintura utiliza la semiótica de la imagen para interpretar la imagen observada. (Colle,2009)

6.3.1.2 Sociología. Es una ciencia social que tiene como objeto de estudio las relaciones sociales que se producen dentro de una población humana específica.

En este sentido, la sociología se encarga de estudiar, analizar y describir la estructura, organización y funcionamiento de las sociedades, así como las conductas, tendencias, fenómenos y problemáticas que se verifican a nivel colectivo como consecuencia de las actividades sociales.

Para ello, la sociología se vale de distintos métodos de investigación. Por un lado, el método cualitativo, enfocado en la descripción e interpretación de los fenómenos, y, por el otro, el método cuantitativo, más volcado en la representación estadística de los fenómenos sociales estudiados. (Significados, 2018)

6.3.1.3 psicología. Es una ciencia social y una disciplina académica enfocadas en el análisis y la comprensión de la conducta humana y de los procesos mentales

experimentados por individuos y por grupos sociales durante momentos y situaciones determinadas.

La psicología tiene un campo de estudio vasto, ya que se centra en la mente y la experiencia humanas, desde diversas perspectivas, corrientes y metodologías. Algunas de ellas son más próximas a las ciencias duras y al empleo del método científico, mientras que otras no lo consideran apropiado para el objeto de estudio, y prefieren construir métodos y abordajes propios. (Raffino, 2020)

6.3.1.4 Psicología de la comunicación. Es una conducta científica independiente, que se encarga de estudiar y analizar el proceso de comunicación a partir de los mecanismos biopsicosociales, inconscientes y conscientes que lo conforman. Forma uno de los campos de estudio que ha logrado, en los últimos períodos, mayor utilidad y calidad para los expertos de las ciencias humanas. Asimismo, la psicología de la comunicación inspecciona el valor mutuo entre un individuo y su medio social. Por lo tanto, esta ciencia investiga los rasgos sociales de la conducta y el trabajo mental. (RAE, 2014)

6.3.1.5 Psicología del color. Es un campo de estudio que está dirigido a analizar cómo percibimos y nos comportamos ante distintos colores, así como las emociones que suscitan en nosotros dichos tonos. Hay ciertos aspectos subjetivos en la psicología del color, por lo que no hay que olvidar que pueden existir ciertas variaciones en la interpretación y el significado entre culturas. A pesar de todo, hay ciertos principios aceptados. (Eckermann, SF)

6.3.1.6 Psicología de la imagen. Es un espacio de representación, espacio que surge al evidenciarse los objetos de representación y sin el cual no puede entenderse cómo es que la conciencia puede dirigirse a y distinguir entre los llamados “mundo externo” y “mundo

interno”. Por lo tanto, se dice que es aquella que se encarga de estudiar el conjunto de conocimientos y técnicas psicológicas aplicables a la comprensión de los estados asociados. Tiene como objetivo: Crear o modificar la percepción colectiva hacia una persona o institución. (Romina, 2015)

6.3.1.7 Relaciones públicas. Es la ciencia que se encarga de gestionar la comunicación entre una organización y la sociedad, con el objetivo de construir, administrar y mantener su imagen positiva. Se dice que sus orígenes se remontan a la antigüedad, cuando las sociedades tribales intentaban promover el respeto a la autoridad del jefe. Se trata de una disciplina planificada que se desarrolla de modo estratégico y que apela a una comunicación bidireccional, ya que se dirige a un público interno y externo, pero también escucha y atiende las necesidades de éste. (Merino, 2008)

6.3.1.8 Antropología. Es una ciencia social cuyo principal objeto de estudio es el individuo como un todo, es decir, la antropología aborda la temática del ser humano a través de los diversos enfoques que ofrecen disciplinas tales como las ciencias naturales, sociales y humanas.

La antropología, entonces, es aquella ciencia que nos permite conocer al hombre en el marco de la sociedad y la cultura a la cual pertenece y también verlo como producto de estas, algo así como una radiografía aguda, extensa y detallada acerca del proceso bio social que comprende la existencia de la raza humana. (Ucha, 2009)

6.3.2. Artes.

6.3.2.1 Fotografía. Es el arte y la técnica de obtener imágenes duraderas debido a la acción de la luz. Es el proceso de proyectar imágenes, capturarlas y plasmarlas bien por medio del fijado en un medio sensible a la luz o por la conversión en señales electrónicas.

Basándose en el principio de la cámara oscura, se proyecta una imagen captada por un pequeño agujero sobre una superficie, de tal forma que el tamaño de la imagen queda reducido. (RAE, 2014)

6.3.2.2 Cinematografía. 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 y se encuentra muy relacionado con la fotografía, tanto técnica como creativamente.

La técnica cinematográfica consiste en la captura, de manera muy similar a la fotográfica, de una imagen proyectada en haces de luz sobre una superficie fotosensible que hace de receptora. Allí quedan fijas las imágenes y en la cámara de video son recopiladas a razón de muchas por minuto, generando al ser reproducidas en secuencia veloz una apariencia de movimiento. (Raffino, 2020)

6.3.2.2.1 Planos. Un plano es el espacio que recoge la filmación con relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.

- El gran plano general, muestra un gran escenario o una multitud. El sujeto o no está o bien queda diluido en el entorno, lejano, perdido, pequeña. Tiene un valor descriptivo y puede adquirir un valor dramático cuando se pretende destacar la soledad o la pequeñez del hombre frente al medio. Se da así más relevancia al contexto que a las figuras que se filman. También se utiliza para mostrar los paisajes.
- El plano figura, es el encuadre donde los límites superiores e inferiores coinciden con la cabeza y los pies del sujeto. (Historia del cine, 2020)

- El plano medio, es la distancia adecuada para mostrar la realidad entre dos sujetos, como es el caso de las entrevistas. Se muestra a los personajes de la cintura hacia arriba.
- El plano detalle, solo muestra en su máxima expresión a un objeto. En esta parte se concentra la máxima capacidad expresiva. Sirve para enfatizar algún elemento de esa realidad. Destaca algún detalle que de otra forma pasaría desapercibido y hace sentir al espectador tener más interés. Permite ver una figura, persona u objeto desde más cerca para captar mayor fijación.
- El primerísimo primer plano, es aquel que en un retrato va desde la frente del sujeto hasta la barbilla aproximadamente. Se trata de una ampliación del primer plano, con el que se gana cierto grado de intimidad y dramatismo, ya que se está muy próximo a la mirada del retratado, y eso hace ganar en proximidad y cercanía.
- El primer plano, en el caso de la figura humana recogería el rostro y los hombros. Este tipo de plano, al igual que el plano detalle y el primerísimo primer plano se corresponde con una distancia íntima, ya que sirve para mostrar confianza e intimidad respecto al personaje.
- El plano americano (también llamado plano $\frac{3}{4}$), una ligera variación del plano medio incluidos las películas del oeste durante los enfrentamientos con las armas en ristre, una caracterización de la crítica cinematográfica francesa de un tipo de plano en ciertas películas americanas de los años 1930 y 1940. (Historia del cine, 2020)

- Plano aéreo, es usualmente hecho con una grúa o con una cámara adjuntada a un helicóptero o con un dron especial para captar grandes paisajes. Este tipo de plano sería limitado y bajo. Este plano puede ser usado para entregar un plano de establecimiento de una escena, o para enfatizar la pequeñez o insignificancia de los sujetos. Estos planos son normalmente usado para escenas de batallas o establecimiento donde el personaje se encuentra.
- El plano sobre el hombro es tomado desde la perspectiva o un ángulo de cámara del hombro de otra persona. La espalda del hombro y la cabeza de esta persona es usada para elaborar la imagen para obviar el punto de vista.
- El plano subjetivo es la toma que nos muestra directamente el punto de vista de un personaje, o sea que vemos la acción y los acontecimientos como si fuésemos el personaje mismo dentro de la película.
- El plano invertido o contraplano es un paso de un encuadre al siguiente en una misma escena, desde un punto de vista opuesto.
- El plano de fotograma congelado es creado en edición para mostrar un simple fotograma para alargar en la duración de tiempo.
- El plano recurso es un plano adicional que se inserta en la escena principal y que puede tener diferentes usos. (Historia del cine, 2020)

6.3.2.2.2 *Movimientos de Cámara*. La cámara es el elemento principal y más importante en el rodaje de una película: sin ella no hay filme. Hace posible que el espectador pueda ver una imagen y, en consecuencia, sentir la emoción que ésta le provoca.

- Panorámica: Consiste en un movimiento de cámara sobre el eje vertical u horizontal (X o Y). Normalmente la cámara está situada sobre un trípode y gira

alrededor de su eje. Tiene un gran valor descriptivo y también puede tener valor narrativo. Se emplea para descubrir una acción o un escenario que no puede abarcarse de una sola vez.

- Panorámica horizontal: Movimiento de derecha a izquierda o viceversa teniendo en cuenta que este movimiento dentro del mismo clic o en el siguiente generará un efecto escoba el cual visualmente no es nada agradable.
- Travelling: Este movimiento permite el acercamiento, seguimiento o alejamiento respecto a los objetos o sujetos. La cámara se traslada por el espacio con total libertad. Muchas veces se utiliza una especie de vía de tren, por la que se desplaza una "vagoneta" en la que viajan la cámara y su operador.
- Rotación consiste en rotar la cámara sobre el eje o dimensión Z, se puede hacer hacia la derecha o hacia la izquierda, y se mide en grados, generando desviación en el plano.
- Zoom: El movimiento del zoom se realiza con las cámaras que tienen objetivos de focal variable, es decir, objetivos zoom. Permite hacer que los objetos se acerquen o se alejen sin desplazar la cámara logrando un recorte sobre el recuadro.
- Zoom in. Se da cuando se aumenta la distancia focal de la lente, lo que produce un acercamiento a los objetos y se reduce la profundidad de campo, aplanando la imagen.
- Zoom out. Sería el movimiento contrario al zoom in. Estamos con una distancia focal muy alta y el objeto está encuadrado muy cerca y al hacer Zoom out, se reduce la DF, va aumentando la profundidad de campo y nos vamos alejando poco a poco del objeto que estaba anteriormente encuadrado en primer plano.

- Foco: El desplazamiento de foco puede ser considerado como un movimiento óptico pues permite descubrir nuevos elementos dentro de un plano, a partir de enmascararlos o desenmascararlos con el foco.
- Travelling Zoom o Efecto Vértigo: Se conoce así porque Hitchcock fue el primero que hizo uso de esta técnica. Esta técnica consiste en la combinación de un travelling in o out con un Zoom óptico contrario. (Historia del cine, 2020)

6.3.2.2.3 *Ángulos de cámara.* El ángulo de cámara es la posición y angulación de la misma cámara fotográfica o de cine. Una escena puede ser filmada desde varios ángulos de cámara al mismo tiempo.¹ Esto dará una experiencia diferente y, a veces emoción. Los ángulos de cámara diferentes tendrán diferentes efectos en el espectador y la forma en que percibe la escena que se está grabando.

- Cenital. Desde la posición vertical superior al objeto o persona retratada. En posición Cenital, la cámara se encuentra enfocando en el suelo o lo que haya debajo.
- Picado. Es una angulación oblicua superior, o sea, por encima de la altura de los ojos y está orientada ligeramente hacia el suelo. Normalmente, el picado representa un personaje psíquicamente débil, dominado, inferior.
- Normal o Ángulo neutro. La posición de la cámara es a la altura de los ojos o si es un objeto es a una altura media paralela al suelo.
- Contrapicada. Con una angulación oblicua inferior, o sea, por debajo de la altura de los ojos y ligeramente orientada hacia arriba. El contrapicado normalmente representa un personaje psíquicamente fuerte, dominante, superior.
- Nadir. Es una posición de cámara desde la vertical inferior del objeto o persona.

- Subjetiva. La cámara nos muestra lo que el personaje está viendo. (Pincus, 1999)

6.3.2.2.4 Composición. La composición de la imagen es la forma en que se encuadra y ubican los objetos comprendidos en una fotografía. Se define entonces, como el acto de encontrar un punto de vista que sitúa todos los elementos en una posición visualmente atractiva para el espectador. Al componer una imagen, se estructuran los elementos con la finalidad de lograr impactar a través de la transmisión de un mensaje visual.

Algunos elementos con los que se puede jugar en la composición son:

- La atracción de la atención hacia el centro de interés, el motivo de la imagen.
- La textura y sensaciones de tacto que puede evocar la imagen.
- La forma y el volumen de los objetos, así como la sensación de profundidad de estos en la escena.
- El contraste como elemento de atracción y resalte: contraste en el tono, el tema, los motivos. (Pariente, 1990)

6.3.2.2.5 Secuencia. Son fotografías tomadas una detrás de otra, de cantidades variadas, en donde se refleja un momento de una acción determinada. El conjunto de las fotografías determina el mensaje que se quiere transmitir y cada fotografía depende de la siguiente para comprenderse. (Freeman, 2008)

6.3.2.2.6 Regla del horizonte. Consiste en que a la hora de encuadrar lo que queremos fotografiar, dividamos la imagen en tres líneas horizontales imaginarias de la misma altura y consiste en colocar el horizonte en una de esas líneas imaginarias, dependiendo del elemento que se desea destacar, se sitúa el cielo en el primer tercio y el resto del paisaje en los dos restantes. (Freeman, 2008)

6.3.2.2.7 Regla de tercios. En artes visuales como la pintura, la fotografía, el diseño y el cine, la regla de los tercios es una forma de composición para ordenar objetos dentro de la imagen. Esta regla divide una imagen en nueve partes diferentes, utilizando dos líneas imaginarias paralelas y equiespaciadas de forma horizontal y dos más de las mismas características de forma vertical, y recomienda utilizar los puntos de intersección de estas líneas para distribuir los objetos de la escena. La regla de los tercios se usa con frecuencia en todo tipo de escenas como retratos, paisajes o bodegones. (Freeman, 2008)

6.3.2.2.8 Iluminación. La iluminación en fotografía es utilizada para iluminar una escena o sujeto ya sea en fotografía, cine o televisión. La luz es el factor más importante en el arte fotográfico, ya que se vale de ella para ser creada,¹ y su correcto control es determinante para el resultado final. (Freeman, 2008)

Consiste en dirigir y rebotar luz hacia un objeto con la intención de que ésta pueda ser registrada por una película, un sensor electrónico CCD o CMOS. La luz resulta fundamental en la fotografía ya que sin ella no es posible plasmar una imagen. Aparte de ser un factor físico imprescindible en el proceso fotográfico, la luz posee una función plástica de expresión y modelado que confiere un significado y un carácter tal, que muchas veces ella sola determina la calidad de una fotografía, aunque esto depende del gusto del fotógrafo y la técnica que emplee. (FotoNostra, 2016)

6.3.2.2.9 Sonido. En física, es cualquier fenómeno que involucre la propagación de ondas mecánicas sean audibles o no, a través de un medio fluido o sólido que esté generando el movimiento vibratorio de un cuerpo.

El sonido humanamente audible entre 20Hz y 20,000Hz consiste en ondas sonoras y ondas acústicas que se producen cuando las oscilaciones de la presión del aire son

convertidas en ondas mecánicas en el oído humano y percibidas por el cerebro. (Harvey, 2001)

Hay varios elementos sonoros que puede tomarse en cuenta en su material visual:

- Música.
- Efectos de sonido.
- Palabra o voz en off.
- Silencio

6.3.2.2.10 Profundidad de campo. La profundidad de campo es la distancia por delante y por detrás del punto enfocado que aparece con nitidez en una foto. Aproximadamente la distancia nítida es el doble por detrás del punto enfocado que por delante.

Hay 3 elementos que hacen variar la profundidad de campo:

- La apertura de diafragma, a mayor apertura de diafragma menor profundidad de campo.
- La distancia real entre la cámara y el punto enfocado, cuanto menor es la distancia al sujeto que se enfoca menor es la profundidad de campo.
- La distancia focal (zoom), a mayor distancia focal (más zoom) menor profundidad de campo. (Thewebfoto, 2020)

6.3.2.2.11 Preproducción. La preproducción es el proceso de fijación de los elementos que intervienen en una película, obra u otra presentación. Hay tres partes en una producción: preproducción, producción y posproducción. La preproducción termina cuando finaliza la planificación y el contenido comienza a ser producido. (PAS, 2016)

6.3.2.2.12 Guion escrito. Es el relato escrito de lo que va a suceder en la película. Es algo muy sencillo y con un cierto parecido a una novela. Se desarrolla completamente un

argumento teniendo en cuenta que todo será filmado, grabado y montado. El guion son los diálogos, las escenas, las secuencias, y una descripción minuciosa y pormenorizada de lo que los actores hacen en escena. El guion es el montaje en borrador de una película. Importancia del guion escrito del guion, es el diseño textual de toda producción y recepción de sentido. En él se planifica paso a paso todo lo que va a contener el video en términos del qué queremos hacer y del cómo lo vamos a expresar. (Ribera, 19881)

6.3.2.2.13 Guion técnico. Es un documento de productos que contiene la información necesaria para ejecutar cada uno de los planos que la obra audiovisual requiere.

El guion técnico debe contener el troceo por secuencias y planos. En él se ajusta la puesta en escena, incorporando la planificación e indicaciones técnicas precisas: encuadre, posición de cámara, decoración, sonido, play-back, efectos especiales, iluminación, etc. (Ruiz, 2020)

6.3.2.2.14 Storyboard. Es un conjunto de ilustraciones que aparecen en secuencia y que se utilizan como guía para entender una historia, para previsualizar una animación o para seguir la estructura de una película antes de realizarla o filmarla. Es el modo de previsualización que constituye el modo habitual de preproducción en la industria fílmica.

Su función es narrar la historia con pocas imágenes secuenciadas y acompañadas de textos, sirve de guía para la realización de una película, incluye el detalle de los planos, personajes, duración del rodaje y un breve recuento de lo que está sucediendo en la toma, que sirve de guía para todos los que participan en la producción y posproducción de la cinta. (Hart, 2008)

6.3.2.2.15 Producción. Es la puesta en práctica de todas las ideas pensadas en la fase de preproducción. Una mala planificación supondría un gasto importante de tiempo y capital. En esta etapa de la producción se incorporan el equipo de cámaras, los técnicos de sonido, el equipo de dirección artística y decoración, los iluminadores, etc. El trabajo que se efectúa en esta fase queda recogido en la orden de trabajo diaria, que se materializa en datos reales en el parte de producción. La jornada de trabajo finaliza con el visionado del material grabado y la preparación del día siguiente. (Sainz, 1999)

6.3.2.2.16 Postproducción. Es la manipulación de material audiovisual, digital o analógico usado para el cine, publicidad, programas de televisión o radio. Con el desarrollo de la informática, una de sus mayores utilidades se ha convertido en producir efectos digitales, pero la edición y montaje del material sigue siendo su máximo cometido. (Bourriaud, 2004)

La posproducción de video engloba una serie de procesos relativos al procesamiento y la edición de distintas tomas de material visual:

- Digitalización o captura.
- Edición.
- Creación de material.
- Composición de material. Mediante diversos programas informáticos, como After Effects, Adobe premier pro.

6.3.2.2.17 Edición. Es un proceso por el cual un editor coloca fragmentos de vídeo, fotografías, gráficos, audio, efectos digitales y cualquier otro material audiovisual en una cinta o un archivo informático. El objetivo de la edición es presentar un programa

terminado para emitirlo por televisión, generar copias para su venta o servir como base para otros más acabados. (Browne, 2003)

6.3.2.2.18 Etalonaje. Se realiza en ordenador y utiliza programas de corrección de color específicos que proporcionan todos los controles sobre algo tan subjetivo como es la percepción del color. En cine digital el retoque de color es imprescindible para garantizar la calidad del resultado final.

El proceso para la realización del etalonaje digital pasa básicamente por tres pasos:

- **Correcciones primarias.** En esta primera fase del proceso se realizan ajustes básicos como, la luminosidad, el ajuste de contraste y la corrección de dominantes de los planos. Se trata de dejar la imagen NEUTRA y en sus mejores parámetros de luz, color y contraste.
- **Correcciones Secundarias.** En este paso, se efectúan correcciones ya más específicas y concretas, sólo en partes de la imagen, por ejemplo, se cambian colores muy concretos, o se dan dominantes a zonas muy determinadas de la imagen.
- **Filtros y Efectos.** Por último, una vez realizadas todas las correcciones necesarias en los pasos anteriores, se pasa a darle a cada secuencia el look deseado de acuerdo con las exigencias narrativas de cada secuencia. Esta es una de las partes más complicadas y subjetivas de proceso, ya que, no todos vemos o entendemos de igual forma las sutiles diferencias o dominantes de color. (Browne, 2003)

6.3.2.3 artes tipográficas. Es el arte de diseñar las letras. Se denomina así a la disciplina que estudia la representación gráfica de las letras para que el lenguaje escrito sea efectivo.

Al mismo tiempo, denominamos también tipografía a la escritura con un conjunto de caracteres alfanuméricos, elaborados previamente y que cuentan con un estilo y una serie de características en común. (Corbeto, 2015)

6.3.2.3.1 Tipos de tipografía.

- Serif, las tipografías con serif son aquellas que cuentan con remates o terminales, que son esos pequeños adornos ubicados en los extremos de los trazos de los caracteres.
- Las tipografías sans serif o de palo seco se caracterizan por la ausencia de remates y terminales. Se diseñan sin serifas. Sus trazos apenas presentan contrastes.
- Las tipografías manuscritas también se denominan cursivas o script. Son tipografías que representan o imitan la caligrafía a mano, por lo que en ocasiones también se les puede denominar tipografías caligráficas.
- Tipografías decorativas o de exposición, también se les denomina tipografías display. Están consideradas como tipografías divertidas, más desenfadadas, pero pueden transmitir una gran variedad de sensaciones. Cuentan un carácter y personalidad muy fuerte. Desde el punto de vista de la psicología tipográfica son transgresoras y contribuyen a llamar más la atención. (Corbeto, 2015)

6.3.3. Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. Es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para lograr el efecto deseado combinando colores de luz o pigmento. La luz blanca se puede producir combinando el rojo, el verde y el azul, mientras que combinando pigmentos cyan, magenta y amarillo se produce el color negro. Uno de los principales insumos de toda la teoría del color es el círculo cromático. Se trata de una representación circular de

todos los colores del espectro visual, organizados de manera tal que los colores contrarios se enfrenten y los colores complementarios estén próximos el uno al otro. (Di Torre.2019)

6.3.3.1.1 Circulo cromático. El círculo cromático permite identificar los colores primarios o puros, y aquellos que se consideran derivados, o sea, fruto de la mezcla de colores. De acuerdo con este tipo de estudios del color, a cada uno se le pueden atribuir distintas propiedades, como son:

- **Matiz.** También llamado “croma”, alude al color en sí mismo, lo que nos permite distinguir un color de otro diferente.
- **Luminosidad.** También llamada “valor”, se refiere a la cantidad de luz presente en el color, o sea, si es más claro u oscuro, lo que equivale a decir si está más cerca del negro o del blanco.
- **Saturación.** Básicamente se refiere a la pureza del color, o sea, la concentración de gris presente en un color en un momento determinado. Mientras más gris posea, menos puro será y menor será su saturación, viéndose como si estuviera sucio, opaco. (Di Torre.2019)

6.3.3.2 Teoría de la Gestalt. Según la teoría Gestalt, como las formas no se conciben ni como una totalidad absoluta ni como una suma de partes o fragmentos, la vida humana tampoco funciona así. Por tanto, desde el Enfoque Gestáltico (EG) se trabajan las percepciones individuales, las creencias subjetivas y todo aquello que rodea a la persona y puede afectar a su cuerpo y mente. Esta misma teoría también se puede aplicar a las leyes perceptivas. Dichas leyes actúan sobre la manera que tenemos de concebir las formas físicas de nuestro entorno. (Fritz, 1980)

Las principales leyes de la Gestalt son:

- Ley de proximidad: aquellos elementos que estén cercanos entre ellos tienden a percibirse como una sola unidad.
- Ley de la buena forma: también conocida como ley de la pregnancia, este principio sostiene que todos los elementos que forman parte de un mismo campo perceptivo se perciben como una unidad.
- Ley de igualdad o semejanza: aquellos estímulos similares en composición, color, tamaño o forma tienen a ser percibidos como miembros de un mismo grupo.
- Ley de cierre: los elementos incompletos pueden reconocerse si se disponen de figuras suficientes.
- Ley de figura-fondo: según esta ley, se percibe antes una figura que su fondo en sí. (Fritz, 1980)

6.3.4. Tendencias.

6.3.4.1 Efectos especiales. Son un conjunto de técnicas y elementos que se utilizan en televisión o cine para crear ambientes, personajes o realidades que, no pueden suceder en la vida real, o bien no se pueden filmar. Existen muchas técnicas de efectos especiales, que van desde efectos tradicionales en salas de teatro, pasando por técnicas clásicas de filmación inventadas a principios del siglo XX, hasta las técnicas de animación por computadora modernas conocidas como efectos digitales, que se caracterizan por ser obtenidas mediante el uso de computadoras. (Paroli 2014)

Los efectos especiales se dividen en varios tipos:

- Los efectos visuales, llamados también efectos ópticos o fotográficos, que consisten en la manipulación de una imagen fotografiada.
- Los efectos mecánicos, denominados también efectos prácticos o físicos, que se realizan durante el rodaje de la película. Estos incluyen marionetas animatrónicas, escenografía, pirotecnia, lluvia artificial etc.
- Los efectos de sonido.
- Los efectos especiales de maquillaje.
- Los efectos digitales. (Paroli 2014)

6.3.4.2 Storytelling. Es el arte de contar, desarrollar y adaptar historias utilizando elementos específicos personajes, ambiente, conflicto y un mensaje en eventos con inicio, medio y fin, para transmitir un mensaje de forma inolvidable al conectarse con el lector a nivel emocional.

Una historia espectacular hace que el lector recorra cada paso en la piel del protagonista, sufriendo con él y enfrentando todos los obstáculos que se presentan a lo largo del camino, movido por la esperanza de superar el conflicto y vibrando cuando eso ocurre.

Los principales elementos del Storytelling son:

- Mensaje: Es común que el Storytelling esté separado en dos partes:
 1. Story: la historia y el mensaje que serán transmitidos;
 2. Telling: la forma como ese mensaje es presentado.

Si el mensaje es fuerte, es posible que surta efecto aun teniendo un telling débil.

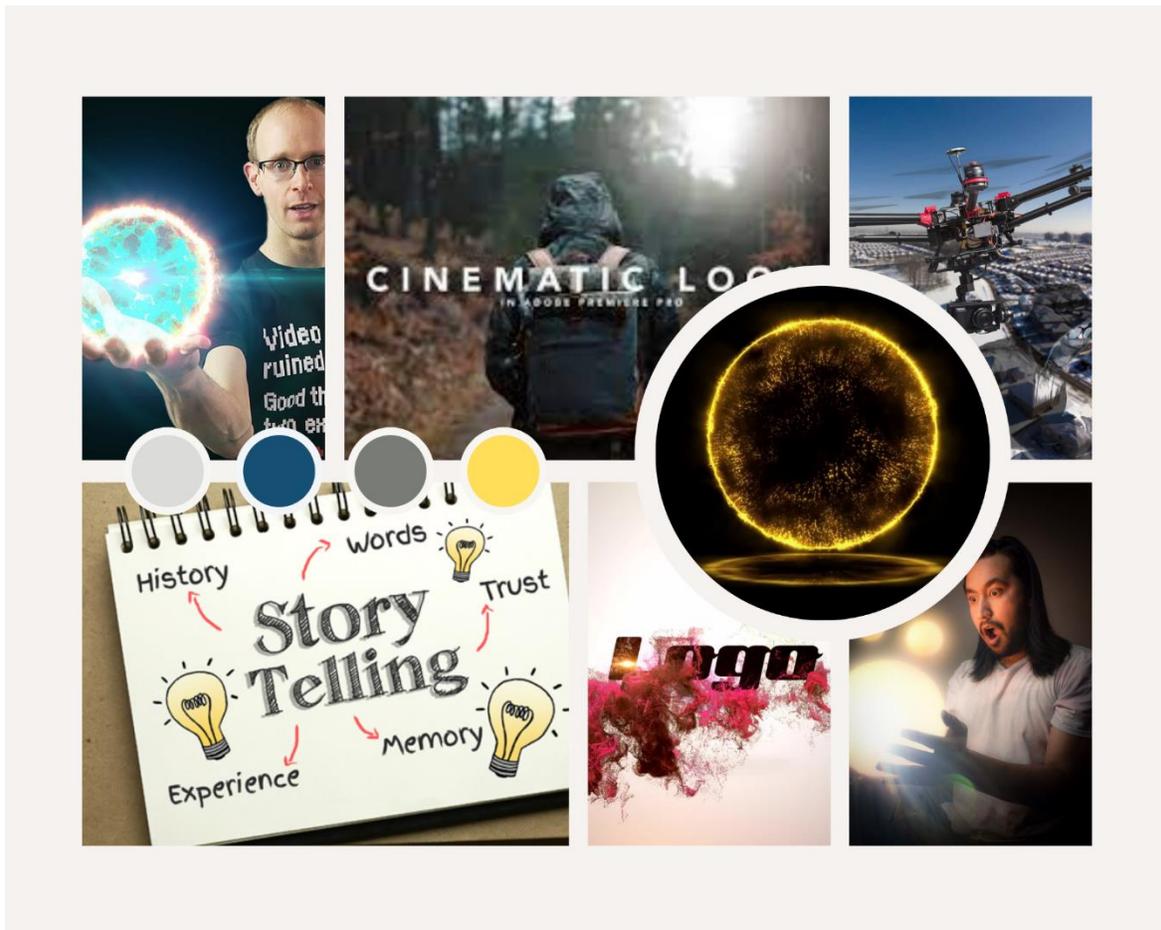
Pero, si es pobre, difícilmente se conseguirá salvar el contenido pese a que se utilicen buenas técnicas. (Vieira, 2019)

- Ambiente: Los eventos necesitan suceder en algún lugar. Cuando el ambiente es bien descrito posibilita que el público realice la jornada.
- Personaje: El personaje es quien recorre toda la jornada y sufre una transformación que lleva a la transmisión del mensaje.
- Conflicto: El conflicto es el principal factor que ocasiona interés en la audiencia. De esta manera, se lo puede definir como el desafío que surge para motivar al personaje a recorrer toda la jornada. (Vieira, 2019)

6.3.4.3 Animaciones en video. Es la forma de generar secuencias gráficas en diferentes soportes para representar, a través de la alternación de unas y otras de modo continuo, la ilusión de movimiento, aunque en realidad sean todas imágenes estáticas. La animación puede ser entonces entendida como una ilusión óptica ya que a los ojos humanos parece ser algo cuando en realidad no es más que la aplicación repetida de las diferentes imágenes lo que le da la condición de dinamismo y movilidad.

La animación también suele emplearse en la animación de logos. Animar la identidad visual de una marca, organismo, producto o persona permite añadir al discurso visual un elemento extra que le convierte en un objeto creativo mucho más poderoso y de mayores alcances comunicativos. (Bembibre, 2009)

6.3.4 Tablero de tendencias



Tablero de tendencias realizado por Kevin Imanol Osoy Valiente.

CAPÍTULO VII
PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Comunicación. En el proyecto se incluirán los conceptos principales de la comunicación, así como las formas específicas de comunicación social que se usará, ya que la comunicación social, influye en el grupo objetivo es una herramienta fundamental y esencial a la hora de construir la opinión pública. La comunicación bien realizada permite abrir puentes de diálogos entre los distintos actores sociales y con ello se contribuye de modo directo al fortalecimiento de la democracia.

7.1.2 Diseño. El diseño que se aplicará en el proyecto es el diseño audiovisual, ya que es la rama del diseño que se centra en la comunicación mediante técnicas audiovisuales, que nos ayudan en el proceso la grabación de imagen y audio y la animación. El formato más común del medio audiovisual es el vídeo. A nivel laboral, el diseño audiovisual es esencial en la televisión, en la industria cinematográfica, en el desarrollo de videojuegos, en el márketing, en Internet desde banners, videoclips, blogs.

7.1.3 Semiología. Es una de las ciencias auxiliares que ayudará a comprender la filosofía que trata de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas, estudiando las propiedades generales de los sistemas de signos, como base para la comprensión de toda actividad humana. Para la realización del proyecto.

7.1.4 Cinematografía. Es la técnica y el arte que se usará en el proyecto, ya que consiste en 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 y se encuentra muy relacionado con la fotografía, tanto técnica como creativamente.

La técnica cinematográfica consiste en la captura, de manera muy similar a la fotográfica, de una imagen proyectada en haces de luz sobre una superficie fotosensible que hace de receptora. Allí quedan fijas las imágenes y en la cámara de video son recopiladas a razón de muchas por minuto, generando al ser reproducidas en secuencia veloz una apariencia de movimiento.

7.1.5 Teoría de la Gestalt. Según la teoría Gestalt, como las formas no se conciben ni como una totalidad absoluta ni como una suma de partes o fragmentos, la vida humana tampoco funciona así. Por tanto, desde el Enfoque Gestáltico (EG) se trabajan las percepciones individuales, las creencias subjetivas y todo aquello que rodea a la persona y puede afectar a su cuerpo y mente. Esta misma teoría también se puede aplicar a las leyes perceptivas. Dichas leyes actúan sobre la manera que tenemos de concebir las formas físicas de nuestro entorno.

7.1.6 Psicología de color. Es un campo de estudio que está dirigido a analizar cómo percibimos y nos comportamos ante distintos colores, así como las emociones que suscitan en nosotros dichos tonos. Hay ciertos aspectos subjetivos en la psicología del color, por lo que no hay que olvidar que pueden existir ciertas variaciones en la interpretación y el significado entre culturas. Esto se utilizará para representar a través de los colores sentimientos deseados en el video.

7.1.7 Tendencia de efectos especiales. Son un conjunto de técnicas y elementos que se utilizan en televisión o cine para crear ambientes, personajes o realidades que, no pueden suceder en la vida real, o bien no se pueden filmar. Existen muchas técnicas de efectos especiales, que van desde efectos tradicionales en salas de teatro, pasando por técnicas clásicas de filmación inventadas a principios del siglo XX, hasta las técnicas de

animación por computadora modernas conocidas como efectos digitales, que se caracterizan por ser obtenidas mediante el uso de computadoras. En el proyecto se aplicarán los efectos especiales para representar objetos que intangibles que ayudarán a comprender de mejor manera la idea del video.

7.2 Conceptualización

La conceptualización servirá de referencia para la elaboración de todos los elementos que irán colocados en el proyecto producción de un video documental, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia - UNICEF-.

7.2.1 Método. Lluvia de ideas. El método creativo “Lluvia de ideas” fue creada por Alex Osborn en 1939, y usada principalmente para generación de ideas. Es la base sobre la que se sostiene la mayoría del resto de las técnicas.

El método lluvia de ideas, funciona de la siguiente forma: pone en contacto los pensamientos que vienen a la mente sobre un tema. Luego, se combinan, para aprovechar lo mejor de cada uno de ellos y hacer una idea general para llegar a un acuerdo satisfactorio para la resolución de un problema. Se debe llevar el siguiente esquema:

Paso 1. Definir el problema.

Paso 2. Generación de ideas.

Paso 3. Trabajar con las ideas.

Paso 4. Evaluar ideas.

Paso 5. Llegar a una conclusión.

Con estos pasos, se debe completar la solución del problema planteado.

7.2.2 Definición del concepto. Para el proyecto producción de un video documental, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-. Se aplicó la técnica de creatividad titulada lluvia de ideas. Se desarrollaron los siguientes pasos:

7.2.2.1 Paso 1. Se planteó el problema de comunicación a través de correo con el cliente. En el cual se llegó a la conclusión que se necesitaba un video documental para ayudar al grupo objetivo a entender la problemática de la desnutrición en el país y cómo los miembros de las comunidades se pueden unir a la Gran Cruzada Nacional por la Nutrición y el papel importante que en ella representan. También pondrán sentirse motivados por la idea de generar un cambio de comportamiento en sus comunidades para disminuir el impacto que tiene la desnutrición en muchas familias guatemaltecas.

7.2.2.1 Paso 1. Planteamiento del problema.

egualarte@unicef.org

Eduardo Galarte <egualarte@unicef.org>
para mí

Hola Kevin

Te mando algunos insumos para el video:

1. Documento de la Gran Cruzada Nacional por la Nutrición (Usar el componente de Comunicación para el Cambio de Comportamiento que es en donde se inscribe este video).
2. El esquema de cómo funciona el cambio de comportamiento de forma planificada:

UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO: TEORÍA DE CAMBIO

Otros esquemas que explican cómo funcionan los comportamientos:

FRENTE A DETERMINADO PROBLEMA: EXISTEN ACCIONES HUMANAS QUE TAMBIÉN LO DETERMINAN

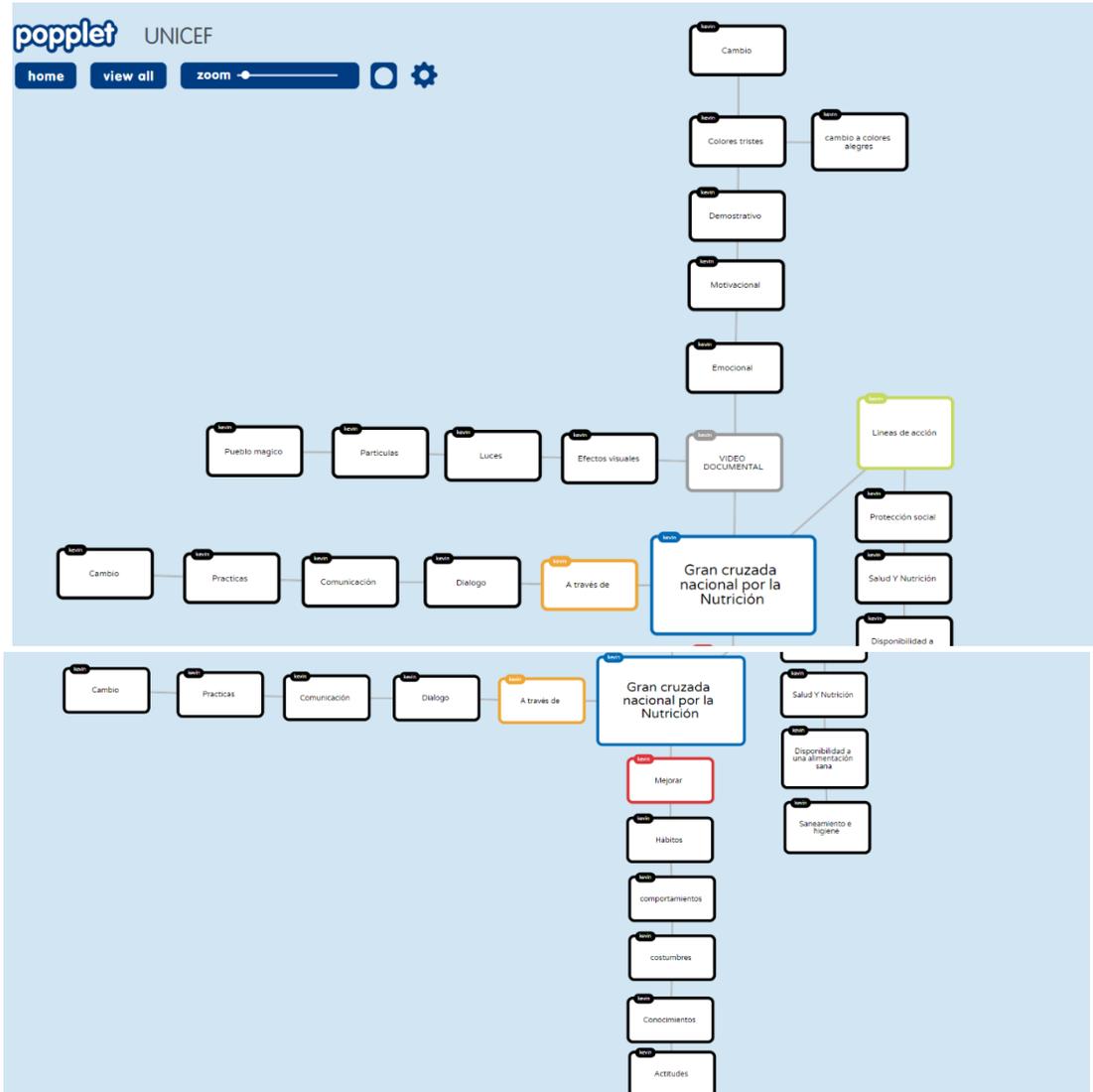
Activar Windows

UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO: TEORÍA DE CAMBIO



7.2.2.2 Paso 2. Para generar ideas se utilizó el software llamado Popplet que nos permite realizar un mapa mental con todas las ideas para visualizarlas de la mejor manera.

7.2.2.2 Paso 2. Aplicación de popplet.



7.2.2.3 Paso 3. Con las ideas planteadas en la lluvia de ideas se trabajo un guion escrito para tener una idea principal del video, en el cual se plantearia contar una historia para motivar a las personas que vean el video documental.

7.2.2.3.1 Guion.

Personajes, (Se plantean 4 familias para ejemplificar la líneas de acción de la Gran Cruzada Nacional)

- Madre y padre e hijo/a

- Familia: Padres, hijos, abuela.
- Padres e hijos.
- Miembros de COMUSAN.
- Personas extras que representan a la comunidad. (escena final)
- Señor de la tienda.
- Embarazada (si existiera la posibilidad). (para ejemplificar los cuidados de salud que debe tener).

4 historias basadas en los 4 ejes de la gran cruzada:

1. Salud y nutrición: Padres de familia que no tienen el conocimiento de que alimentos son

buenos para sus hijos, por lo cual no les brindan una buena nutrición alimentándoles con comida que no es buena para la salud o a edad temprana. Pasan por alto las visitas al centro medico y no asisten.

2. Protección social: Padres de familia que reciben apoyo monetario, pero no lo utilizan para

los fines establecidos ya que no hay TMC.

3. Disponibilidad y acceso a una alimentación saludable: Familia que posee huertos secos debido a la falta de conocimiento de como mantener estos.

4. Agua segura, saneamiento e higiene: Padres de familia que beben y usan agua maltratada por no tener las prácticas de higiene adecuada.

Escenas.

-Toma aérea comunidad en ambiente gris (haciendo referencia que algo está mal en la comunidad.)

-La historia inicia representando estos 4 problemas haciendo referencia a las líneas de acción que la gran cruzada nacional quiere promover para el cambio.

-En una comunidad donde cada persona tiene un nivel de conocimiento y esto se ve reflejado con la esfera que salta de su cabeza.

-Un padre recibe dinero de apoyo condicionado y este hace caso omiso de las condiciones,

así que con ese dinero decide pasar a la tienda donde hay un señor muy peculiar que solo vende comida chatarra, a comprar una Big cola, ricitos, sopa instantánea, para llevar a casa.

(Protección social).

-(1ra. casa) En casa la madre le da esta sopa instantánea y Big cola a sus hijos la cual no sabe

que no les hace bien a sus hijos. Al mismo momento ve el carne del centro de salud el cual

ya se venció la fecha de próxima visita de sus hijos, pero no tiene el interés de llevarlos

(Salud y nutrición).

-(2da. casa) una mujer embarazada comiendo alimentos no nutritivos, afectando el desarrollo de su bebe por la falta de conocimiento, en la misma situación no acude al centro

médico para una evaluación.

- (2da. casa) Una familia está almorzando y el niño se queda con hambre y pregunta “¿hay más comida?”, los padres se lamentan por que el huerto donde cultivan está seco y no saben

qué hacer para producir más comida. (Disponibilidad y acceso a una alimentación saludable).

- (3ra. casa) Padres de familia que le dan a sus hijos agua sucia debido a que no saben como

curar el agua, para que esta sea potable. Niños que juegan con tierra y no se lavan las manos.

(agua segura, saneamiento e higiene).

- En la siguiente escena se muestra a las personas miembros de COMUSAN entrando a la comunidad donde todo esto sucede y se da cuenta que todo esta mal. Así que deciden que harán algo para cambiar todo.

-Después de ver estas historias los padres se dan cuenta que lo que están haciendo, no esta

bien y solo le están haciendo daño a sus hijos diciendo la frase. “Esto no le hace nada bien

a mis hijos”, “tendré que hacer algo para cambiar mi situación”. haciendo referencia que ellos están dispuestos al cambio que depende de ellos mismos.

-Las personas que llegan a la comunidad sacan las esferas de luz, dentro de ellas están escritas palabras como, dialogo, comunicación interpersonal, comunicación para el desarrollo, conocimientos, actitudes, practicas, cuidados, higiene, nutrición, salud. (conocimientos que los integrantes de la COMUSAN quieren compartir). Haciendo

referencia a las estrategias de comunicación para el cambio social que la gran cruzada por la nutrición fomenta.

-En la siguiente escena las esferas viajan por toda la comunidad buscando su sitio, donde las necesitan, basándose en las 4 historias principales, mostrando que pueden ser soluciones para los problemas que ellas hay.

-Las esferas se meten en el corazón de las personas haciendo referencia que tocaron su corazón y están dispuestas al cambio, esto hace que aumente su esfera de conocimiento reflejando el cambio que hay ellas después que las esferas (actitudes, mejores comportamientos, cambio, dialogo, comunicación) entran en su cabeza.

- En las siguientes escenas cortas podemos ver el proceso de cambio día por día, para hacer

referencia que es un proceso y no de la noche a la mañana, mostrando:

- El padre que llevaba comida no nutritiva a su casa, ahora lleva insumos como verduras, arroz, etc. Que pasa a comprar donde el señor que solo venia comida insana, ahora vende comida saludable. (Remarcando que no solo las familias cambiaron si no toda la comunidad).

- La madre que les daba comida no nutritiva a sus hijos, ahora les da comida mejor preparada y saludable.

- La familia que tenía un huerto seco sin insumos para alimentarse, ahora saben cómo preparar mejor el huerto y tienen mejores insumos alimenticios.

- La familia que bebía agua sucia, realizando prácticas de higiene para tratar el agua.

-Al final se muestra a las 4 familias con sus problemas resueltos después de un tiempo. Felices.

- La escena final es un recorrido por la comunidad donde se ve a un padre llegando a su casa y sus hijos lo salen a recibir felices, un señor que vende comida saludable a las personas, familia que tiene huerto comercializando su producción con el señor, miembros de la COMUSAN felices por los resultados y toda la comunidad conviviendo en un ambiente saludable. (remarcando la idea de una sociedad que ahora se cuidan no solo entre familias si no toda la comunidad).

-Toma área de la comunidad en un ambiente de luz y de paz.

-Cerrar con una frase que impacte.

7.2.2.4 Paso 4. Se evaluaron las ideas planteadas en el guion para saber si era factible la realización de este y/o realizar algunos cambios según la disponibilidad de los recursos en el lugar de grabación y esto dio como resultado mantener el guion tal y como esta.

7.2.2.5 Paso 5. De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase **“El cambio de una comunidad a través de las buenas acciones”**. De igual forma la frase es la fuente de inspiración en la que se basara este proyecto para ejemplificar las acciones de las entidades en la comunidad.

7.3 Bocetaje

Con base en la frase **“El cambio de una comunidad a través de las buenas acciones”**. se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: Tabla de requisitos, bocetaje de diagramación o bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

7.3.1 Tabla de requisitos.

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Transmitir distintas emociones al video documental.	Adobe Color: Elegir paleta de colores básica para aplicar en el video documental.	Tristeza, formalidad.
Fotografía	Lograr capturar imágenes con buena calidad y colores en el video.	Encuadre horizontal, Configuración de: ISO, velocidad el obturador, diafragma.	
Planos	Lograr que el video tenga una secuencia lógica y entendible.	Secuencia de plos planos a través de: movimientos de cámara, ángulos y posiciones.	
Elementos gráficos	Para reforzar la idea del video, y partes que no se logre comprender a simple vista.	Illustrator: Realizar artes y vectores para incluir en el video.	

7.3.2 Bocetaje inicial. Bocetaje inicial de Storyboard basado en el guion de la lluvia de ideas.

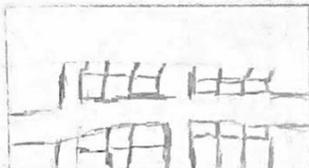
	Secuencia	1	Escena	1, 2, 3, 4,
	Lugar	Comunidad, 1 casa	Página	#1

Numero de secuencia

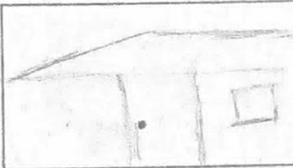
Numero de escena

Lugar de la filmación

Numero de pagina



plano general de la Comunidad



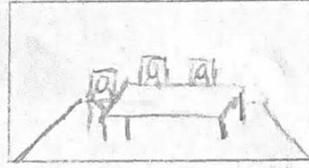
plano general hogar



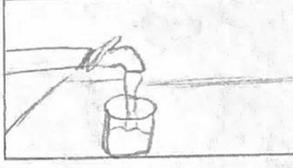
hogares interior

descripción del plano

Boceto de la escena como referencia.

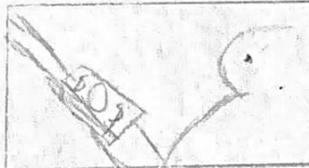


Disponibilidad y acceso a una alimentación saludable.

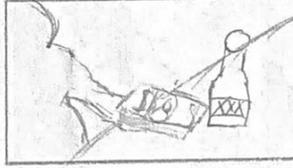


Agua Segura.





protección social



VICIOS



referencia a persona del cambio.

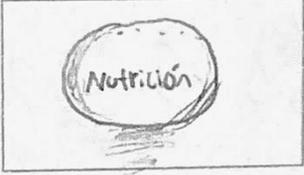
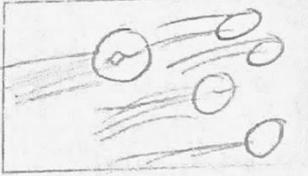
Observaciones

Adaptarse a las condiciones del lugar,
 Importante: - agua, mesa

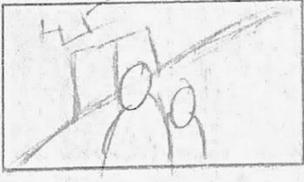
Observaciones

7.3.2 Bocetaje inicial. Continuación.

	Secuencia	2, 3	Escena	5, 6, 7
	Lugar	Centro de salud Municipalidad	Página	H 2

		
plano detalle esperas →		Diferentes planos enfocando diferentes esperas

		
hacer énfasis que las esperas entran al cerebro	proyecto por días	Comida saludable

		
día 2	Centro de salud	día 3 cultivo

Observaciones

- luz de sol
- día soleado

7.3.2 Bocetaje inicial. Continuación.

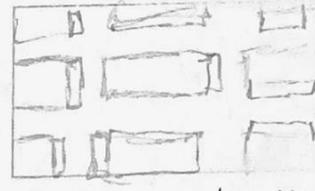
	Secuencia	4	Escena	8, 9,
	Lugar	Municipalidad	Página	# 3



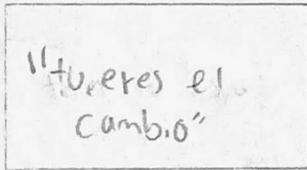
dia 4 agua potable

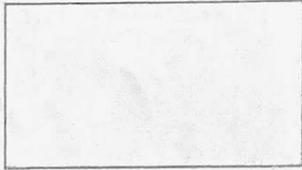


superposición 4 familias.

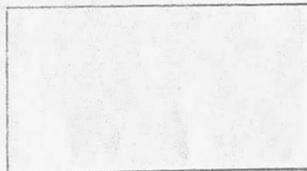


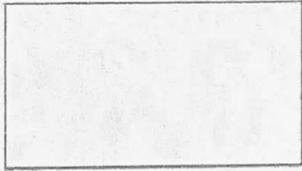
plano general ambiente
cloro y de paz

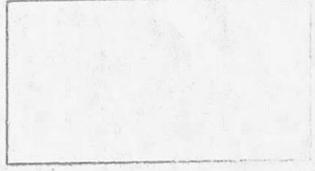












Observaciones

- Drone

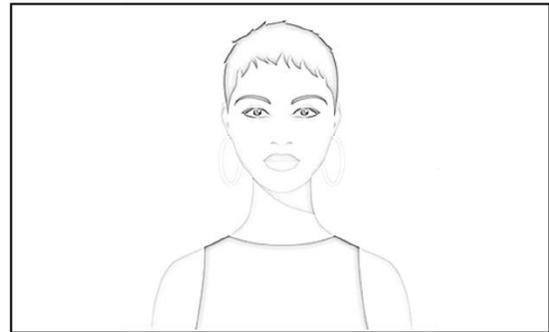
7.3.3. Bocetaje formal. A partir de la idea del bocetaje inicial y charla con el cliente se lleva a cabo el bocetaje formal del storyboard que servirá como guía para la producción del video documental.

x7.3.3.1 Storyboard Video Documental.

VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	1,2 y 3	Escena	1 - 4
	Lugar	Comunidad, casa #1	Pagina	#1



Gran Plano General de toda la comunidad.



Plano medio de la personas con movimiento
Dolly zoom. Escena de presentación de cada uno.



Plano de la madre sacando agua del pozo.
Referencia a agua segura y saneamiento.



Plano mostrando interior de la 1ra casa.
Niños toman agua sucia del pozo

Observaciones

- Hacer escena 2 a cada familia.
- Hacer traveling del pozo a la casa

7.3.3.1 Storyboard Video Documental. Continuación.

VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	3 y 4	Escena	5 - 8
	Lugar	casa #1, casa #2. centro de salud	Pagina	#2



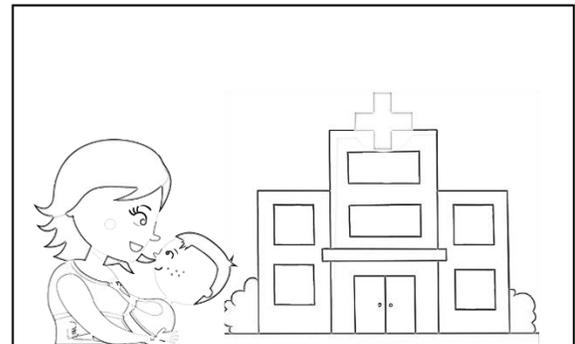
Plano dentro de casa con reflexion de la madre
Frase ("Esto no le hace bien a mis hijos")



Plano dentro de casa #2 mama dando le
comida no saludable a su hijo



Plano dentro de casa con reflexion de la madre
Frase ("Esto no le hace bien a mis hijos")



Plano medio de madre pasando por el centro
de salud ignorando el anuncio de llevar a su hijo

Observaciones

- Hacer Rack Focus en reflexion de los adultos.
- Props: Cartel de aviso del centro de salud, comida chatarra.

7.3.3.1 Storyboard Video Documental. Continuación.

VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	5 y 6	Escena	9 - 12
	Lugar	centro de salud, patio de casa #3 parque	Pagina	#3



Plano madre alejandose del centro de salud con reflexion de la madre ("llevere a mi hijo al centro de salud")



Plano patio de casa #3 padres viendo que su cultivo esta seco y no tienen nada para comer



Plano medio de padres en reflexion Frase ("debemos aprender a cultivar")



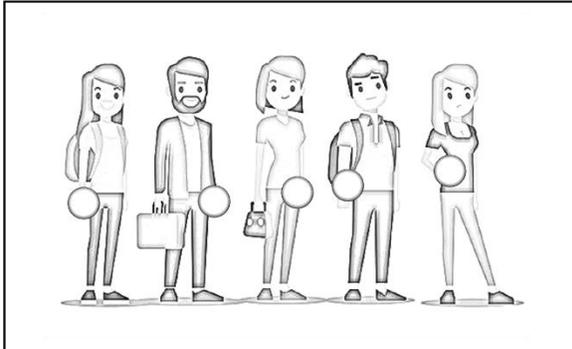
Plano medio invertido de las personas de las Instituciones entrando a la comunidad

Observaciones

- La escena de la entrada de las personas en tono misterioso.
- Adecuarse al entorno en el patio de la casa, buscar mejores angulos.

7.3.3.1 Storyboard Video Documental. Continuación.

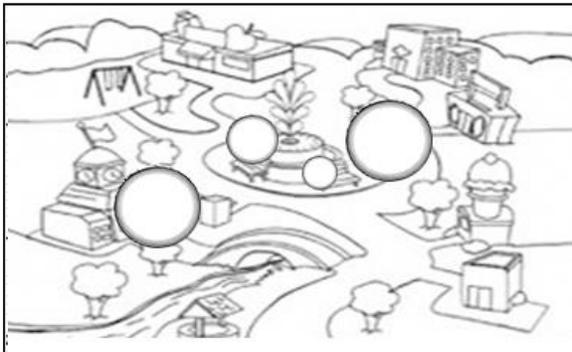
VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	6 y 7	Escena	13 - 16
	Lugar	comunidad, casas	Página	#4



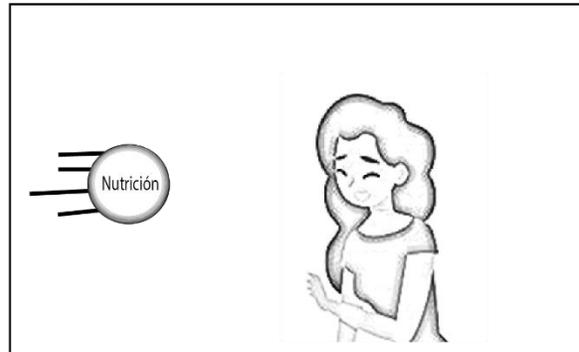
Plano medio de las personas de las instituciones cargando una esfera magica.



Plano detalle de la esfera, donde dentro de ella se muestran palabras que representan los aportes de las personas a la comunidad.



Plano aereo de las esferas viajando por la comunidad



Plano esferas viajando por la comunidad y llegando a la mente de cada persona.

Observaciones

- Si es posible hacer plano aereo con drone.
- plano de las eferas viajando para cada familia.

7.3.3.1 Storyboard Video Documental. Continuación.

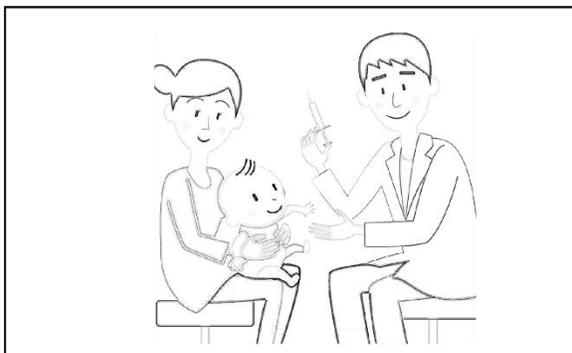
VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	8,9,10,11	Escena	17 - 20
	Lugar	casa #1,2,3 . centro de salud	Pagina	#5



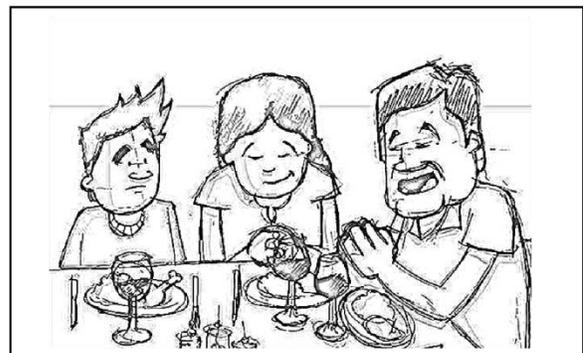
Plano de la madre realizando el cambio
clorando el agua para higienizarla



Plano de casa#2 mama le prepara de comer
alimentos saludables a su hijo despues de
reflexionar



Plano dentro del centro de salud mama decide
llevar por fin a su hijo a su chequeo medico



Plano de la familia disfrutando de su comida
Tras haber cosechado

Observaciones

- si existe lugar para cosechar hacer plano de la cosecha.
- Hacer traveling de la madre llevando a su hijo al centro de salud.

7.3.3.1 Storyboard Video Documental. Continuación.

VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	12	Escena	21
	Lugar		Página	#6



Transición de la última escena al logo de UNICEF



Terminar con una frase que refuerce la idea del video

Observaciones

- Añadir créditos y logos de las instituciones que participan.

7.4. Producción.

La producción se llevó a cabo en la locación de Chuarrancho, municipio del departamento de Guatemala, en la cual se usaron los recursos y locaciones que existen en este lugar, adaptándose lo mejor posible al Storyboard, con una duración de 2 días. En el primer día se hace reconocimiento del lugar y se entrega una hoja de consentimiento a las personas que participan en el video como un proceso ético, para el segundo día comenzar con la grabación.

Ver hoja de consentimiento en anexo 3.



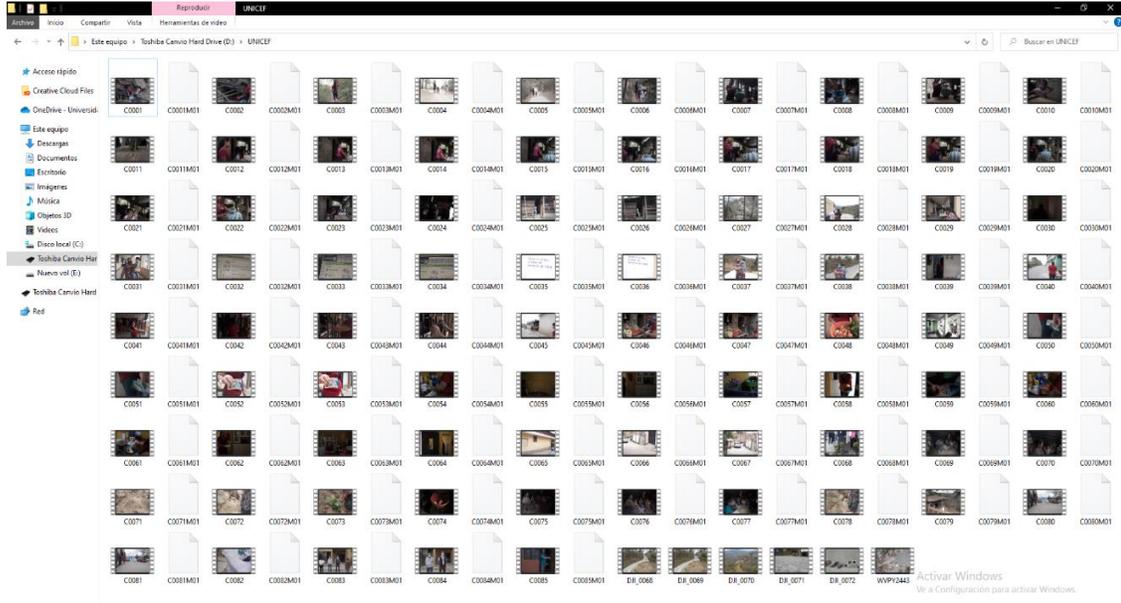
Locación: municipalidad de Chuarrancho Locación: Centro de salud del municipio

Ver más fotos de la producción en anexo 4

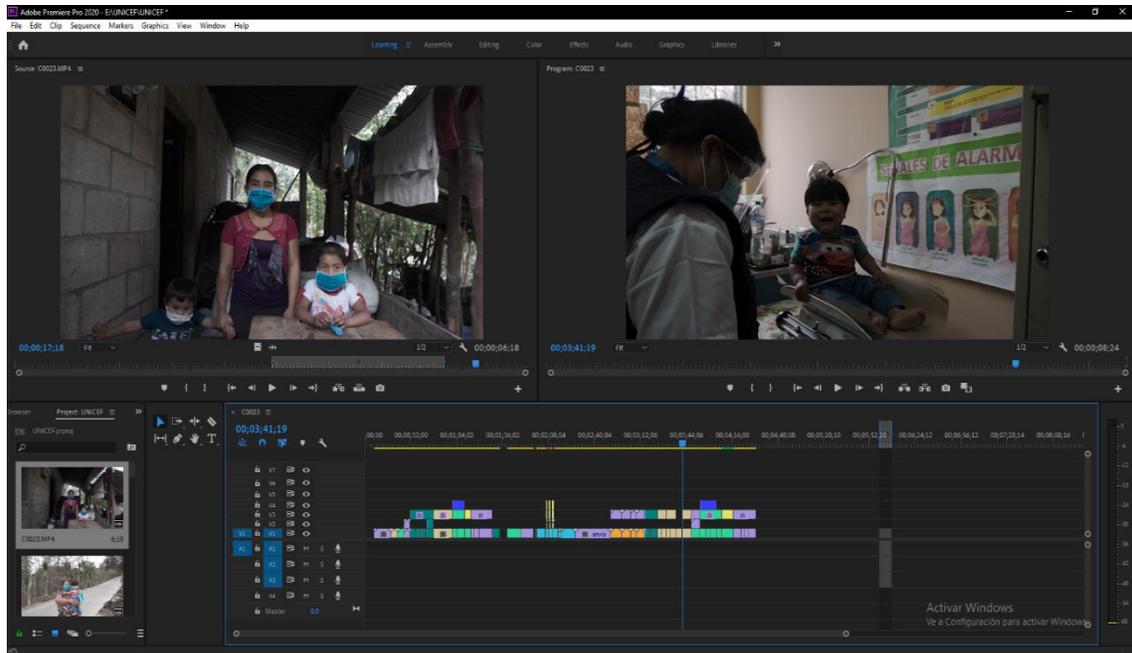
7.5. Postproducción

7.5.1. Proceso de digitalización de los bocetos. Para el proceso de digitalización se utilizaron los softwares de Adobe Suite, recopilando el material grabado y teniendo referencia del Storyboard para su edición. Se realizaron los siguientes pasos:

7.5.1.1 Selección de videos

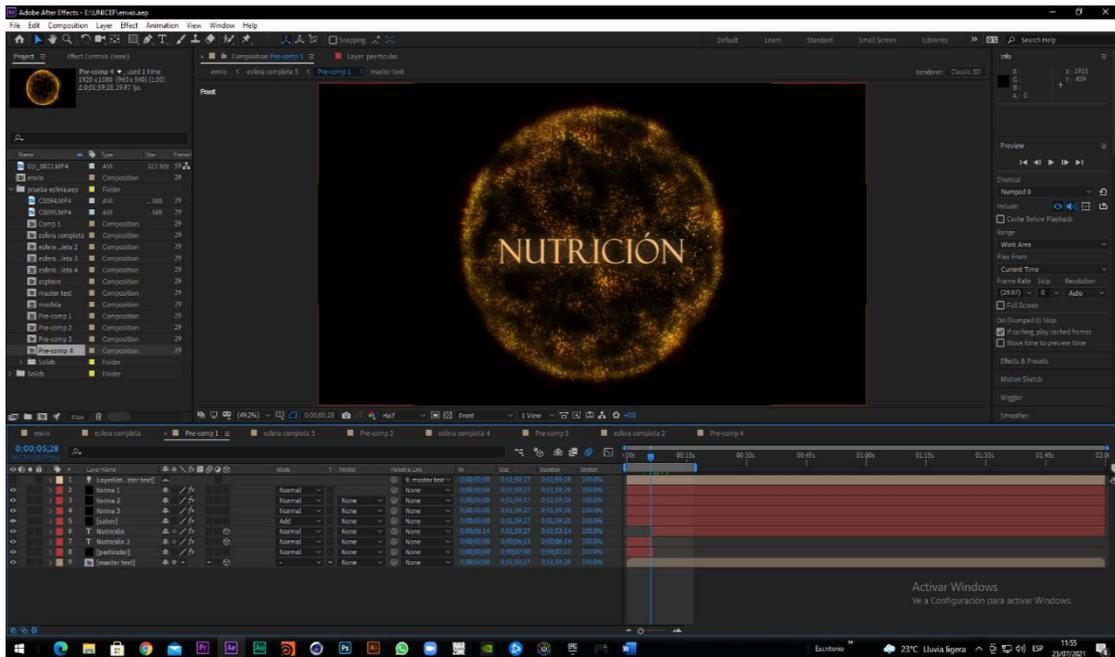


Se realizó la selección del material grabado.

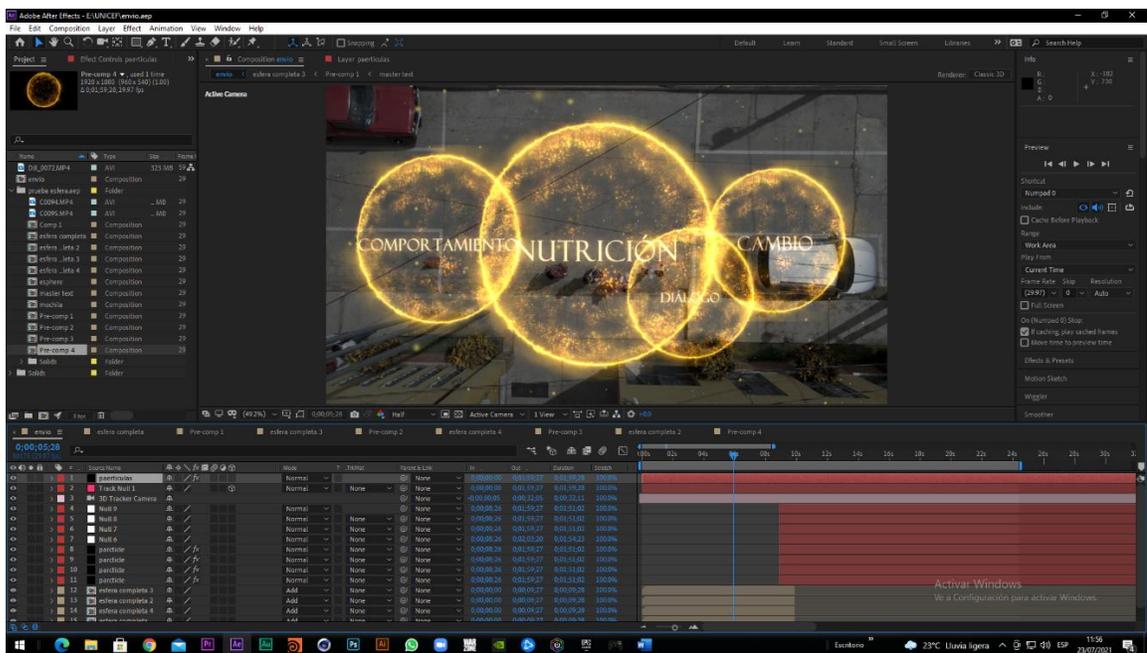


Se exporto el material a Adobe Premier Pro y se crea la secuencia del video.

7.5.1.2 Creación de efectos especiales.

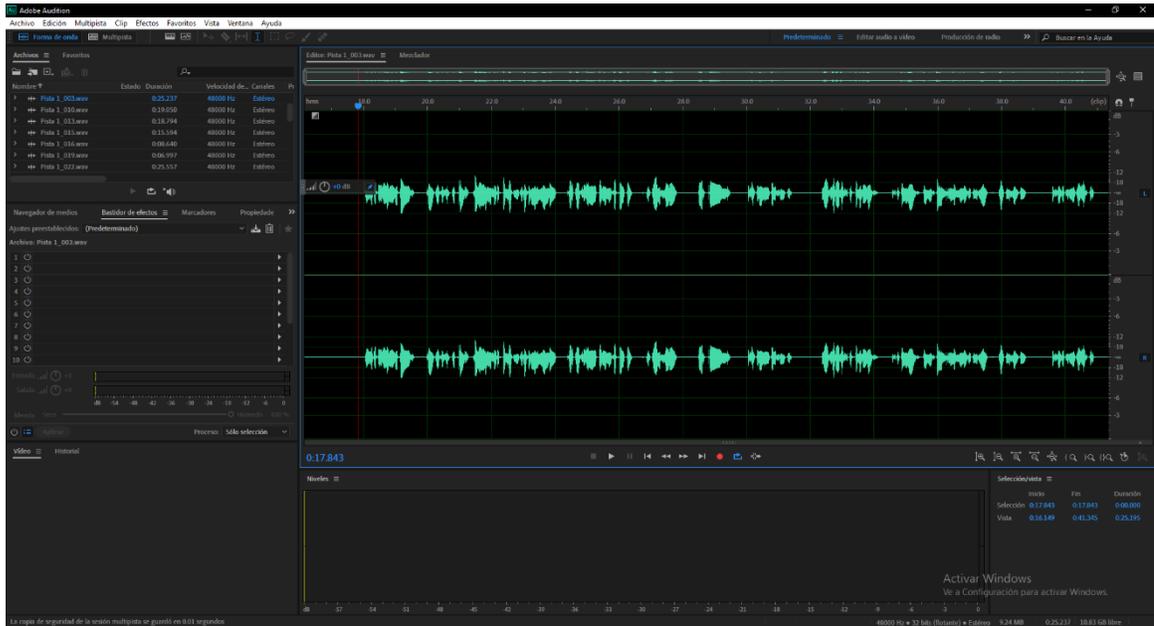


Se realizó los efectos especiales en Adobe After Effects.

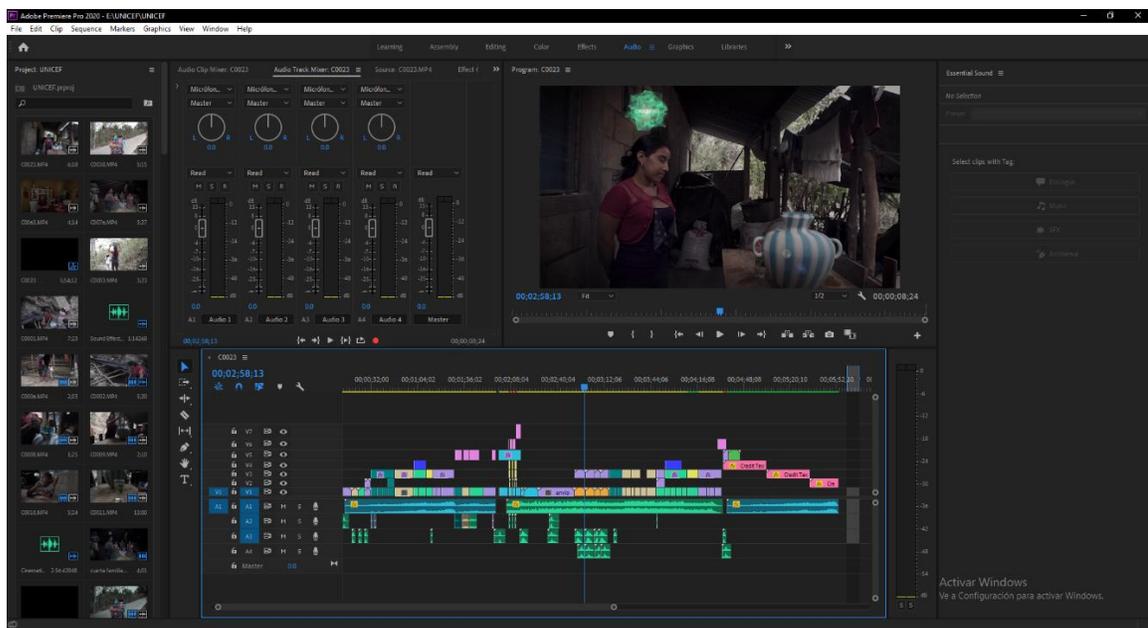


En After Effects se incrustaron los efectos en el video para después unirlo en Premier Pro.

7.5.1.3 Edición de audio.

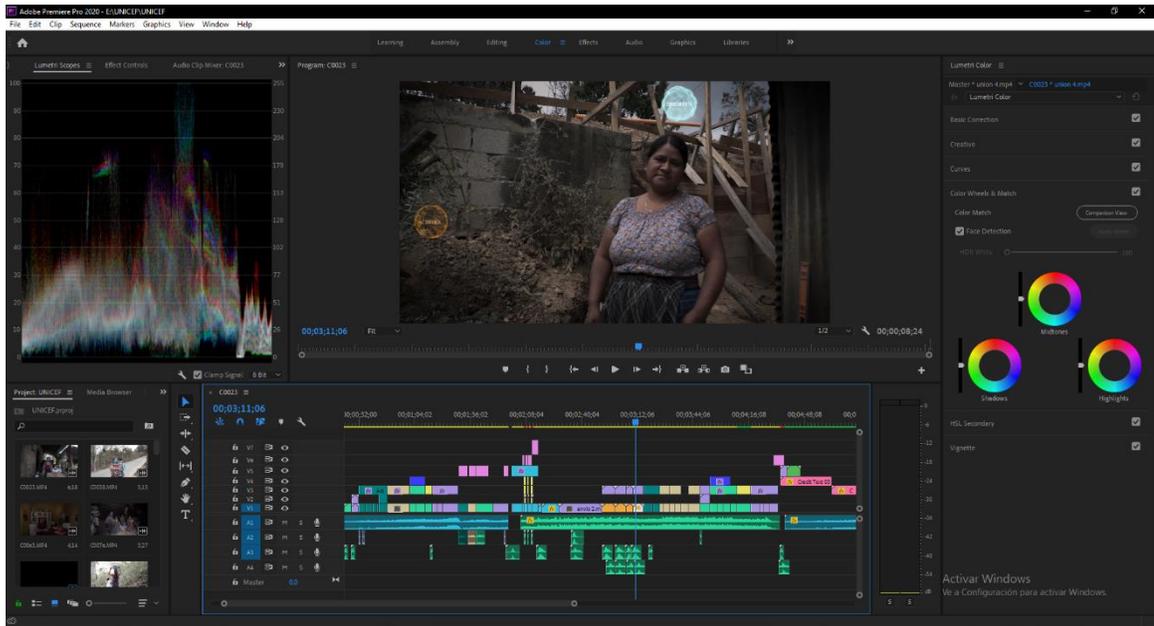


Se realizó la edición de audio, reducción de ruido en Adobe Audition.



Se unió todo en Adobe Premier Pro para los toques finales.

7.5.1.4 Corrección de color.



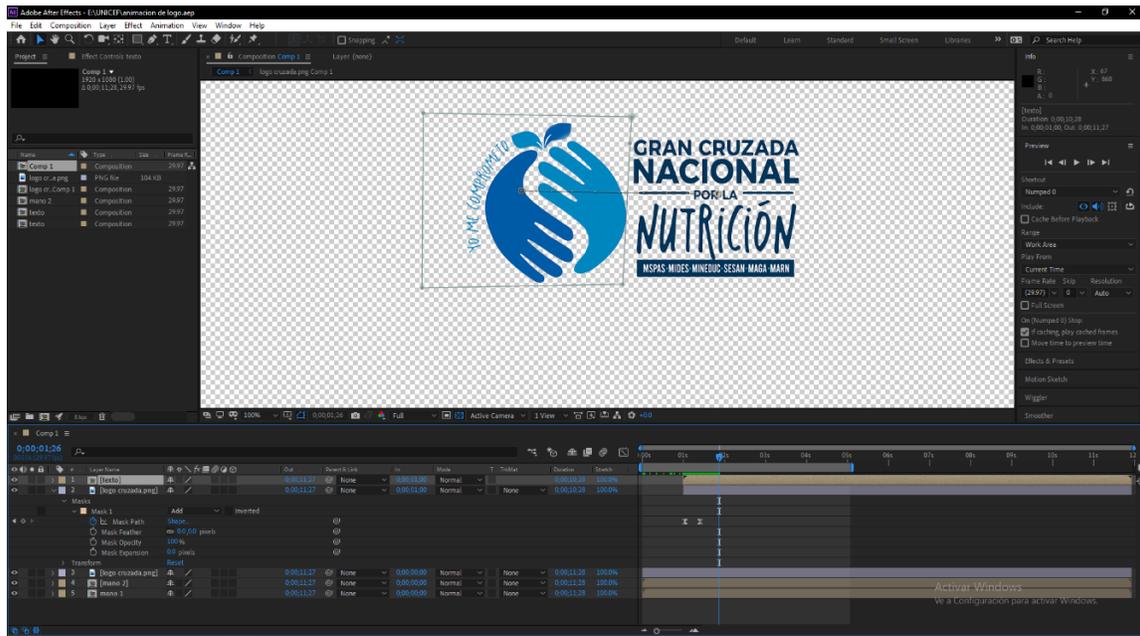
Se realizó la corrección de color en Adobe Premier Pro.

7.5.1.5 Vectorización de logos.



Se realizaron la vectorización de los logos de las instituciones en Adobe Illustrator.

7.5.1.5 Vectorización de logos. Continuación.



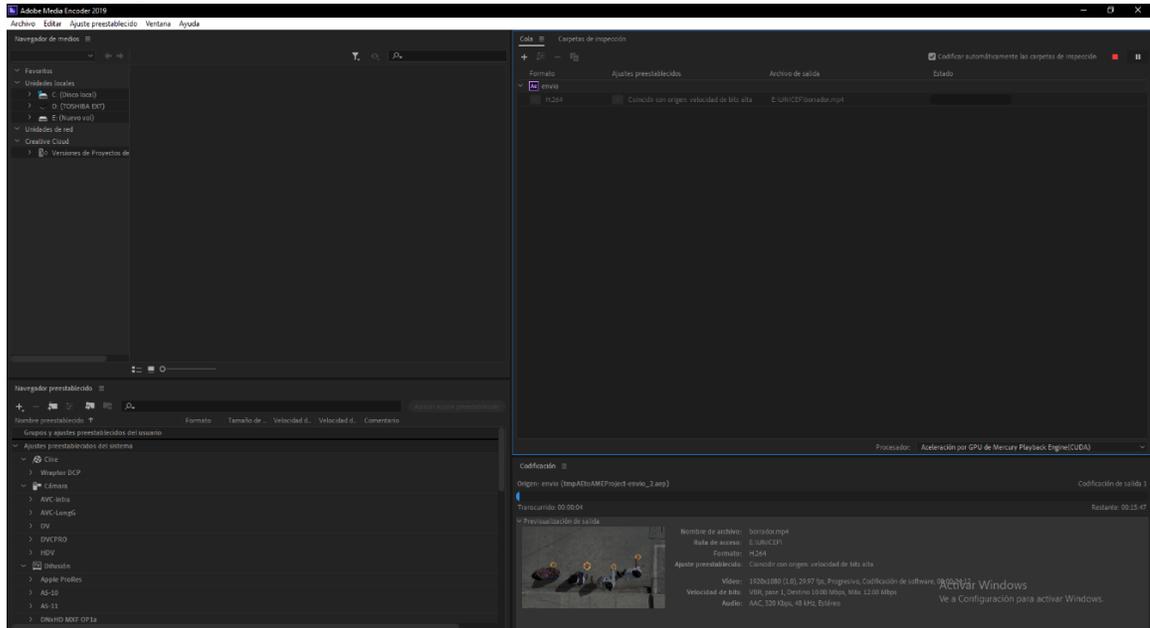
Se animaron los logos en After Effects para incluirlos en el video.

7.5.1.6 Edición de video final.



Línea de tiempo final del video en Adobe Premier Pro.

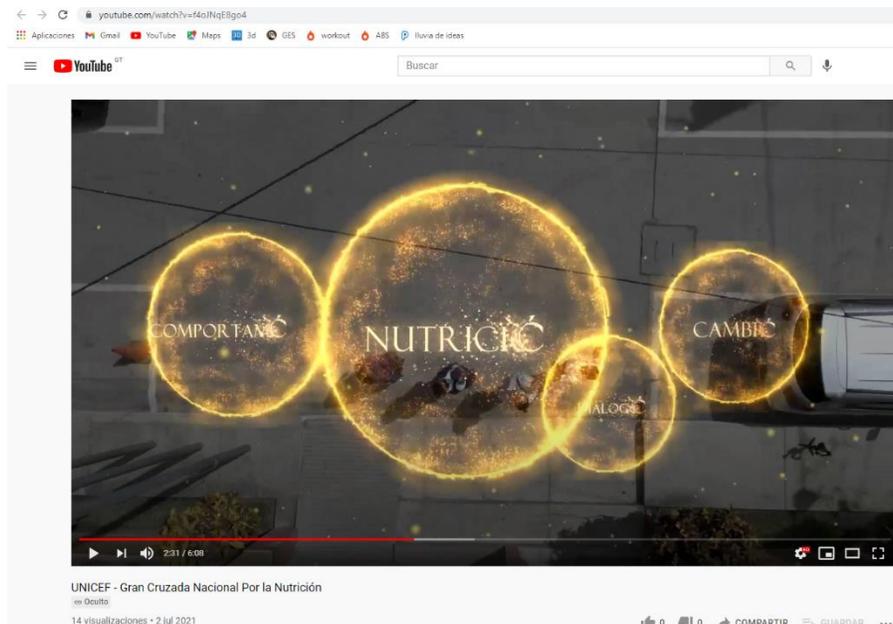
7.5.1.7 Exportación de video.



Por último, se exportó el video final en Adobe Media Encoder.

7.6 Propuesta preliminar

El video tiene una duración de 06:08 minutos, en formato H.264 (.MP4), con un audio a 48,000 Hz (estéreo), con una resolución de Full HD de 1920 x 1080. Peso de 257mb.



Enlace del video: <https://www.youtube.com/watch?v=f4oJNqE8go4>

7.6.1 Propuesta preliminar. Storyboard

VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	1, 2 y 3	Escena	1 - 4
	Lugar	comunidad y casa #1	Pagina	#1



Gran plano general de toda la comunidad



Plano medio de las personas con Dolly zoom presentacion de cada persona.



Plano de madre sacando agua del pozo
Referencia de agua segura y saneamiento



Plano mostrando el interior de la primera casa
niño tomando agua sucia del pozo

Observaciones

- Hacer escena 2 a cada familia.
- Hacer traveling del pozo a la casa.

7.6.1 Propuesta preliminar. Storyboard continuación.

VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	3 y 4	Escena	5 - 8
	Lugar	casa #1, casa #2. centro de salud	Pagina	#2



Plano dentro de casa con reflexion de la madre
Frase ("Esto no le hace bien a mis hijos")



Plano dentro de casa #2 mama dando le
comida no saludable a su hijo



Plano dentro de casa con reflexion de la madre
Frase ("Esto no le hace bien a mis hijos")



Plano medio de madre pasando por el centro
de salud ignorando el anuncio de llevar a su hijo

Observaciones

- Hacer Rack Focus en reflexion de los adultos.
- Props: Cartel de aviso del centro de salud, comida chatarra.

7.6.1 Propuesta preliminar. Storyboard continuación.

VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	5 y 6	Escena	9 - 12
	Lugar	centro de salud, patio de casa #3 parque	Pagina	#3



Plano madre alejandose del centro de salud
con reflexion de la madre ("llevare a mi hijo al centro de salud")



Plano patio de casa #3 madre viendo que su cultivo
esta seco y no tienen nada para comer



Plano medio de madre en reflexion
Frase ("debemos aprender a cultivar")



Plano medio invertido de las personas de las
Instituciones entrando a la comunidad

Observaciones

- La escena de la entrada de las personas en tono misterioso.
- Adecuarse al entorno en el patio de la casa, buscar mejores angulos.

7.6.1 Propuesta preliminar. Storyboard continuación.

VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	6 y 7	Escena	13 - 16
	Lugar	Comunidad y casas	Página	#4



Plano medio de las personas de las instituciones cargando una esfera magica.



Plano detalle de la esfera, donde dentro de ella se muestran palabras que representan los aportes de las personas a la comunidad.



Plano aereo de las esferas viajando por la comunidad



Plano esferas viajando por la comunidad y llegando a la mente de cada persona.

Observaciones

- Si es posible hacer plano aereo con drone.
- plano de las esferas viajando para cada familia.

7.6.1 Propuesta preliminar. Storyboard continuación.

VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	8,9,10,11	Escena	17 - 20
	Lugar	casa #1,2,3 . centro de salud	Pagina	#5



Plano de la madre realizando el cambio
clorando el agua para higienizarla



Plano de casa#2 mama le prepara de comer
alimentos saludables a su hijo despues de
reflexionar



Plano dentro del centro de salud mama decide
llevar por fin a su hijo a su chequeo medico



Plano de la familia disfrutando de su comida
Tras haber cosechado

Observaciones

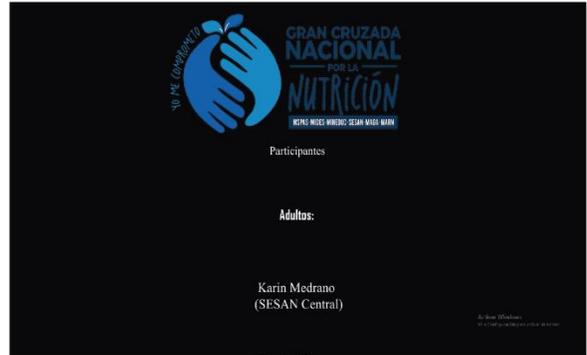
- si existe lugar para cosechar hacer plano de la cosecha.
- Hacer traveling de la madre llevando a su hijo al centro de salud.

7.6.1 Propuesta preliminar. Storyboard continuación.

VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	12	Escena	21
	Lugar	casa #3	Pagina	#6



Transición de la última escena al logo de UNICEF



Creditos

Observaciones

- Animación de logos de las instituciones participantes.

CAPÍTULO VIII
VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación técnica

Al finalizar la propuesta preliminar de Producción de un video documental, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-, se dará inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizarán de forma virtual a través de correo electrónico para clientes, grupo objetivo y para expertos.

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

La herramienta para utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a 15 número de personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco (5) expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

Las encuestas se realizaron a una muestra de 21 personas divididas en tres grupos:

Clientes: Eduardo Gularte, Oficial de Comunicación para el Desarrollo, UNICEF.

Expertos: Profesionales en distintas áreas de la comunicación y el diseño, la publicidad y producción audiovisual.

-Lic. David Castillo.

-Lic. Alejandra Canel.

-Lic. Noe Ramírez.

-Nutricionista Karin Medrano.

-Lic. Maria Alejandra Rodriguez Paul.

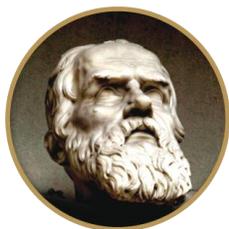
Grupo objetivo: comprendido por mujeres y hombres, de 25 a 50 años de edad, con un NSE nivel D y E, gustos por actividades sanas y familiares y tendencias a ayudar a la sociedad.

8.2 Método e instrumentos

La herramienta que se usará es la encuesta. La encuesta consiste en un procedimiento a través del que se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Dentro de la encuesta se usará el método de la escala tipo Likert. Esta escala consiste en una forma psicométrica usada comúnmente en cuestionarios. Se colocan distintos grados o niveles en los que el encuestado estará de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem y posteriormente se procesan los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo y produce datos descriptivos.

Así mismo se hará uso de preguntas dicotómicas en las que el encuestado responderá “sí” o “no”, según considere.

8.2.1. Modelo de la encuesta



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación
(FACOM)
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de graduación

Nombre: _____

Género: F

Profesión: _____

M

Puesto: _____

Experto:

Edad: _____

Cliente:

Grupo objetivo:

Encuesta de Validación del proyecto de:

Producción de un video documental, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-. Guatemala, Guatemala,

Antecedentes:

UNICEF fue creada el año 1946 por Ludwik Rajchman, y actualmente se dedica principalmente a la creación de un mundo donde se respeten los derechos de todos y cada uno de los niños y niñas.

Al visitar UNICEF se pudo observar que no cuenta con material audiovisual, que informe acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y

8.2.1 Modelo de la encuesta, pagina #2.

Alimentación –MAGA-, la Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición.

Por lo que se ha planteado el objetivo de producir un video documental, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-.

Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta del video y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios en blanco.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario producir un video documental, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-?

SI ____

NO ____

8.2.1 Modelo de la encuesta, pagina #3.

2. ¿Considera importante investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la producción audiovisual para la creación del proyecto para el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF?

SI ___ NO ___

3. ¿Considera adecuado recopilar toda la información necesaria del Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF- para la creación del video documental?

SI ___ NO ___

4. ¿Considera apropiado realizar grabaciones en diferentes escenarios naturales, recreados y con diferentes técnicas de filmación para dar vida al video documental?

SI ___ NO ___

Parte Semiología:

5. ¿Considera adecuados a un documental institucional los colores propuestos en el video?

Muy adecuado ___ Poco adecuado ___ Nada adecuado ___

6. ¿Considera que la música es adecuada para dar a entender la situación actual en Guatemala que se muestra en el video?

Muy adecuada ___ Poco adecuada ___ Nada adecuada ___

7. ¿Las secuencias de las historias en el video le parece que está en un orden lógico para comprenderlo?

Muy lógico ___ Poco lógico ___ Nada lógico ___

Parte Operativa:

8. Considera que la tipografía utilizada en el video es de forma:

Muy legible ___ Poco legible ___ Nada legible ___

8.2.1 Modelo de la encuesta, pagina #4.

9. ¿Cómo le parecen los niveles de volumen y mezcla de sonidos en el video presentado?

Muy alto ____ Ideal ____ Bajo ____

10. ¿Según su criterio el peso de 257mb del archivo del video es ideal para ser transportado en usb o enviado por correo?

SI ____ NO ____

11. La calidad de las imagines a su criterio son:

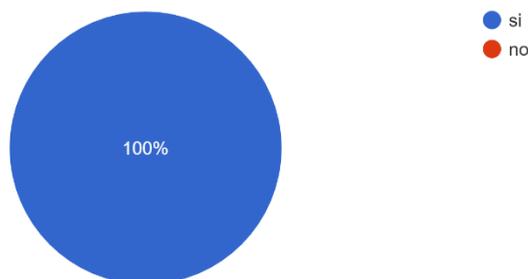
Alta calidad _____ Mediana calidad _____ Baja calidad _____

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

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte Objetiva:

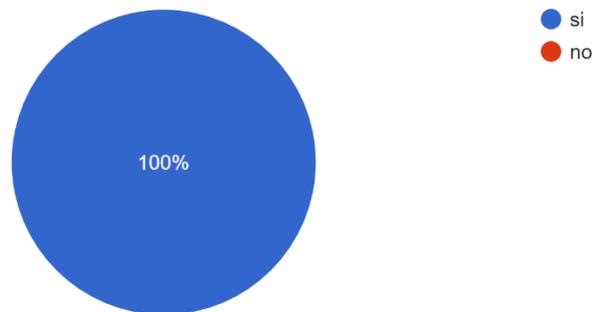
1. ¿ Considera usted necesario producir un video documental, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-?



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que es necesario producir un video documental, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF- mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que el objetivo general es necesario.

8.3 Resultados e interpretación de los resultados. Continuación.

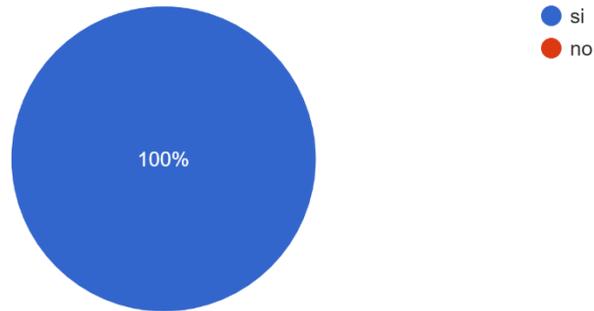
2. ¿Considera importante investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la producción audiovisual para la creación del proyecto para el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF?



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que es importante investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la producción audiovisual para la creación del proyecto para el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF- mientras no hubo respuestas negativas.

8.3 Resultados e interpretación de los resultados. Continuación.

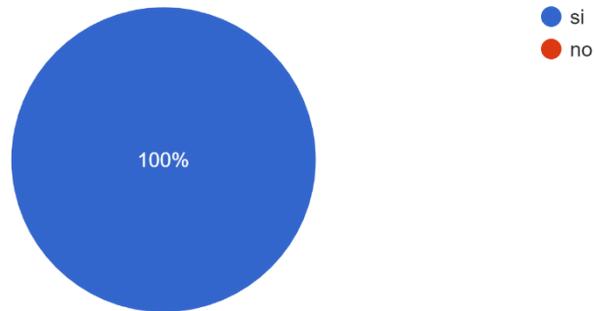
3. ¿Considera adecuado recopilar toda la información necesaria del Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF- para la creación del video documental?



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que es adecuado recopilar toda la información necesaria del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia -UNICEF- para la creación del video documental. Mientras no hubo respuestas negativas.

8.3 Resultados e interpretación de los resultados. Continuación.

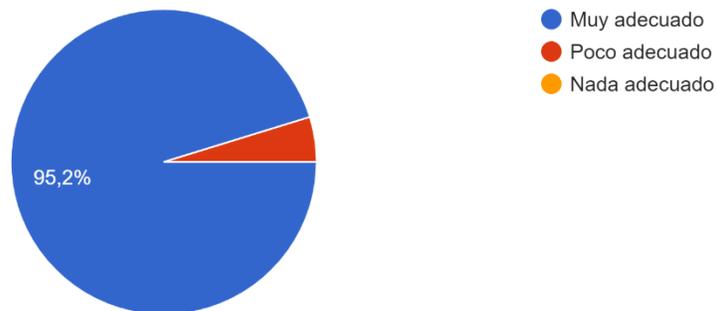
4. ¿Considera apropiado realizar grabaciones en diferentes escenarios naturales, recreados y con diferentes técnicas de filmación para dar vida al video documental?



Interpretación. El 100% de las personas considera apropiado realizar grabaciones en diferentes escenarios naturales, recreados y con diferentes técnicas de filmación para dar vida al video documental. Mientras no hubo respuestas negativas.

8.3 Resultados e interpretación de los resultados. Continuación.

5. ¿Considera adecuados a un documental institucional los colores propuestos en el video?



Interpretación. El 95.2 % considera adecuados a un documental institucional los colores propuestos en el video. Mientras el 4.8% no los considera adecuados, esto demuestra que los colores han sido percibidos como adecuados por mayoría de personas.

8.3 Resultados e interpretación de los resultados. Continuación.

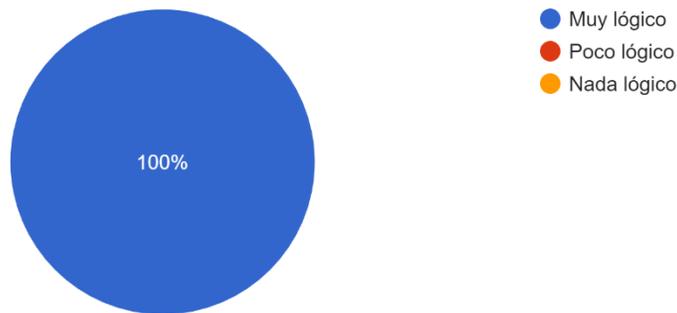
6. ¿Considera que la música es adecuada para dar a entender la situación actual en Guatemala que se muestra en el video?



Interpretación. El 100% de los encuestados Considera que la música es adecuada para dar a entender la situación actual en Guatemala que se muestra en el video. Mientras no hubo respuestas negativas.

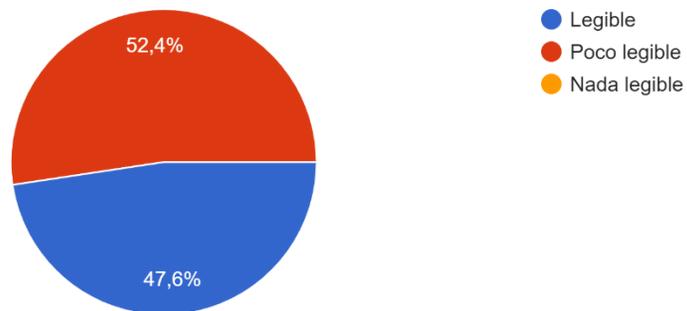
8.3 Resultados e interpretación de los resultados. Continuación.

7. ¿Las secuencias de las historias en el video le parece que está en un orden lógico para comprenderlo?



Interpretación. El 100% de los encuestados considera que las secuencias de las historias en el video le parece que está en un orden lógico para comprenderlo. Mientras no hubo comentarios negativos.

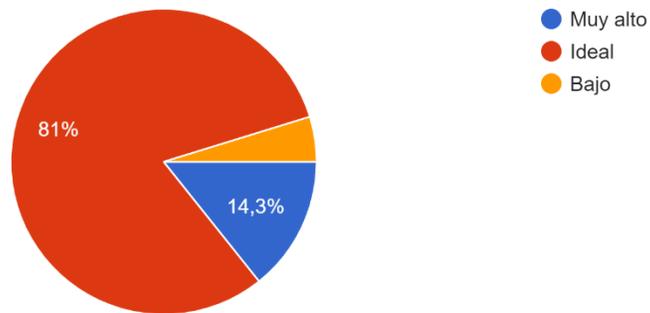
8. Considera que la tipografía utilizada en el video es de forma:



Interpretación. El 47.6 % de los encuestados considera que la tipografía es legible. Mientras el 52.4% considera que es poco legible. Esto demuestra que se debe cambiar la tipografía para reforzar su visibilidad.

8.3 Resultados e interpretación de los resultados. Continuación.

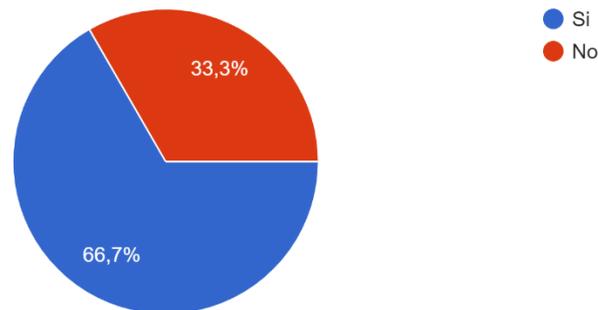
9. ¿Cómo le parecen los niveles de volumen y mezcla de sonidos en el video presentado?



Interpretación. El 81% de los encuestados le parecen ideales los niveles de volumen y mezcla de sonidos presentados en el video. Mientras el 14.3% considera que son muy altos y el resto bajo. Esto demuestra que los niveles de volumen y mezcla de sonido son percibido como ideales por la mayoría.

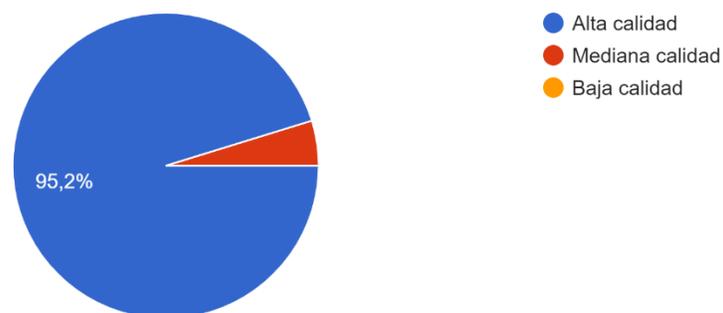
8.3 Resultados e interpretación de los resultados. Continuación.

10. ¿Según su criterio el peso de 257mb del archivo del video es ideal para ser transportado en usb o enviado por correo?



Interpretación. El 66.7% de las personas consideran que el peso de 257mb del archivo es ideal para ser transportado por usb o enviado por correo es adecuado. Mientras el 33.3% considera que no es adecuado. Esto demuestra que casi la mitad de las personas no lo consideran adecuado y se debe tratar de reducir el peso del archivo.

11. La calidad de las imagines a su criterio son:



Interpretación. El 95.2% de los encuetados consideran que las imágenes son de alta calidad. Mientras el 4.8% consideran que son de mediana calidad. Esto demuestra que las imágenes son percibidas como alta calidad por la mayoría.

8.4. Cambios en base a los resultados

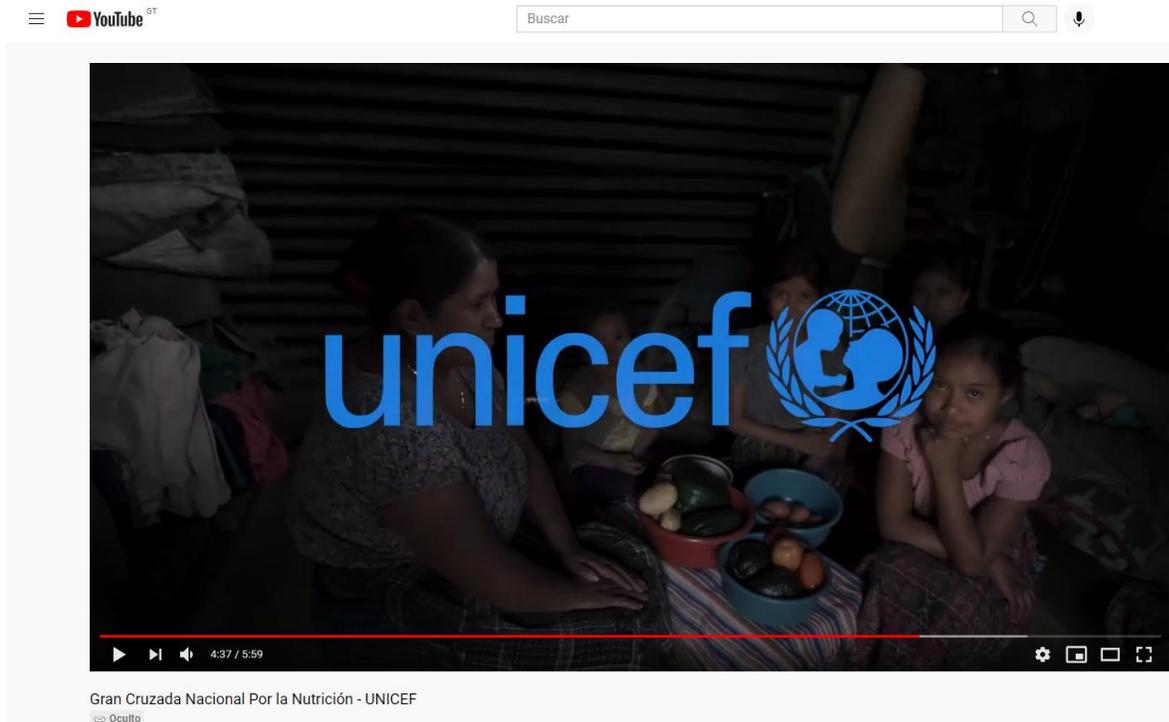
Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Es necesario cambiar la Tipografía para que sea más legible.
- Es necesario modificar el tamaño del video para que sea más transferible.

CAPÍTULO IX
PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX Propuesta gráfica final

El video tiene una duración de 05:57 minutos, en formato H.264 (.MP4), con un audio a 48,000 Hz (estéreo), con una resolución de Full HD de 1920 x 1080 y pesa 200mb.



Enlace del video en YouTube: <https://youtu.be/mb4QBoFvIVc>

9.1 Storyboard. Propuesta final.

VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	1, 2 y 3	Escena	1 - 4
	Lugar	comunidad y casa #1	Pagina	#1



Gran plano general de toda la comunidad



Plano medio de las personas con Dolly zoom presentacion de cada persona.



Plano de madre sacando agua del pozo
Referencia de agua segura y saneamiento



Plano mostrando el interior de la primera casa
niño tomando agua sucia del pozo

Observaciones

- Hacer escena 2 a cada familia.
- Hacer traveling del pozo a la casa.

9.1 Storyboard. Propuesta final Continuación.

VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	3 y 4	Escena	5 - 8
	Lugar	casa #1, casa #2. centro de salud	Pagina	#2



Plano dentro de casa con reflexion de la madre
Frase ("Esto no le hace bien a mis hijos")



Plano dentro de casa #2 mama dando le
comida no saludable a su hijo



Plano dentro de casa con reflexion de la madre
Frase ("Esto no le hace bien a mis hijos")



Plano medio de madre pasando por el centro
de salud ignorando el anuncio de llevar a su hijo

Observaciones

- Hacer Rack Focus en reflexion de los adultos.
- Props: Cartel de aviso del centro de salud, comida chatarra.

9.1 Storyboard. Propuesta final. Continuación.

VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	5 y 6	Escena	9 - 12
	Lugar	centro de salud, patio de casa #3 parque	Pagina	#3



Plano madre alejandose del centro de salud
con reflexion de la madre ("llevare a mi hijo al centro de salud")



Plano patio de casa #3 madre viendo que su cultivo
esta seco y no tienen nada para comer



Plano medio de madre en reflexion
Frase ("debemos aprender a cultivar")



Plano medio invertido de las personas de las
Instituciones entrando a la comunidad

Observaciones

- La escena de la entrada de las personas en tono misterioso.
- Adecuarse al entorno en el patio de la casa, buscar mejores angulos.

9.1 Storyboard. Propuesta final. Continuación.

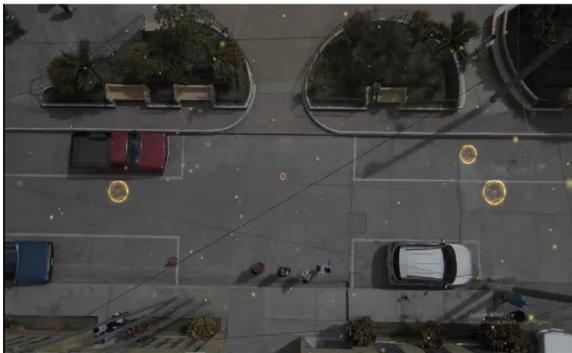
VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	6 y 7	Escena	13 - 16
	Lugar	Comunidad y casas	Pagina	#4



Plano medio de las personas de las instituciones cargando una esfera magica.



Plano detalle de la esfera, donde dentro de ella se muestran palabras que representan los aportes de las personas a la comunidad.



Plano aereo de las esferas viajando por la comunidad



Plano esferas viajando por la comunidad y llegando a la mente de cada persona.

Observaciones

- Si es posible hacer plano aereo con drone.
- plano de las esferas viajando para cada familia.

9.1 Storyboard. Propuesta final. Continuación.

VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	8,9,10,11	Escena	17 - 20
	Lugar	casa #1,2,3 . centro de salud	Pagina	#5



Plano de la madre realizando el cambio
clorando el agua para higienizarla



Plano de casa#2 mama le prepara de comer
alimentos saludables a su hijo despues de
reflexionar



Plano dentro del centro de salud mama decide
llevar por fin a su hijo a su chequeo medico



Plano de la familia disfrutando de su comida
Tras haber cosechado

Observaciones

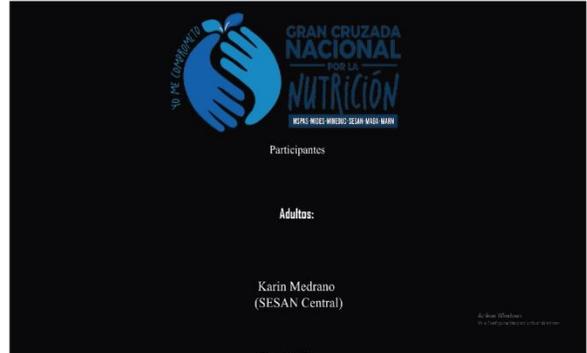
- si existe lugar para cosechar hacer plano de la cosecha.
- Hacer traveling de la madre llevando a su hijo al centro de salud.

9.1 Storyboard. Propuesta final. Continuación.

VIDEO DOCUMENTAL UNICEF	Secuencia	12	Escena	21
	Lugar	casa #3	Pagina	#6



Transición de la última escena al logo de UNICEF



Creditos

Observaciones

- Animación de logos de las instituciones participantes.

CAPÍTULO X
PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Capítulo X Producción, Reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo de la producción de un video documental, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional – SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-. Es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

- Plan de costos de elaboración
- Plan de costos de producción
- Plan de costos de reproducción
- Plan de costos de distribución

10.1. Plan de costos de elaboración

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 6,000.00 el pago del día trabajado es de Q. 200.00 y la hora se estima en un valor de Q. 25.00.

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	TOTAL
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente	1/2	8	Q200.00
Proceso creativo (lluvia de ideas)	1/2	10	Q250.00
Creación de guion escrito	1	12	Q300.00
Bocetaje (Storyboard)	1	18	Q450.00
Grabación	1/2	20	Q500.00
Total, de costos de elaboración			Q1,700.00

10.2. Plan de costos de producción

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Edición de video	3	75	Q1,875
creación de VFX	1	25	Q625
animación de logo	1/2	8	Q200
Costos variables de operación (luz, internet, transporte, equipo)			Q1,200
Artes finales de producción. (exportación)	1/2	6	Q150
Total, de costos de elaboración			Q4,050.00

10.3. Plan de costos de reproducción

El presente proyecto no requiere de costos de reproducción, ya que al ser un video documental será reproducido en conferencias, charlas y reuniones dentro del marco de la Gran Cruzada Nacional.

10.4. Plan de costos de distribución

El presente proyecto no requiere un costo de distribución, ya que será reproducido en medios corporativos como cañoneras en distintas capacitaciones y reuniones dentro del marco de la Gran Cruzada Nacional promovida por UNICEF.

10.5. Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 10% de utilidad sobre los costos.

Costo total = Q5,750.00

Utilidad 10% = Q575.00

10.6. Cuadro con resumen general de costos

Detalle	Total, de costo
Plan de costos de elaboración	Q1,700.00
Plan de costos de producción	Q4,050.00
Plan de costos de reproducción	Q0.00
Plan de costos de distribución	Q0.00
Subtotal I	Q5,750.00
Margen de utilidad 10%	Q575.00
Subtotal II	Q6,325.00
IVA 12%	Q759.00
TOTAL	Q7,084.00

CAPÍTULO XI
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones

11.1. Conclusiones

- Se produjo el video documental para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-. Dirigido a mujeres y hombres, de 25 a 50 años de edad, con un NSE nivel D y E, gustos por actividades sanas y familiares y tendencias a ayudar a la sociedad, para UNICEF.
- Se investigaron a través del marco teórico las referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la producción de un video documental para la creación del proyecto para la empresa.
- A través de entrevistas con el cliente, se recopiló la información necesaria de la empresa para la creación del video documental.
- Se realizaron grabaciones en diferentes escenarios naturales, recreados y con diferentes técnicas de filmación para dar vida al video documental.

11.2. Recomendaciones

- Se recomienda a UNICEF colocar el material en dispositivos con calidad full HD para que no pierda su resolución y se aprecie la calidad del video.
- Se recomienda a UNICEF reproducir el video con un equipo de sonido en el cual se puedan escuchar los efectos y la música que contiene el video ya que es muy importante para transmitir la idea principal del video.
- Se recomienda a UNICEF transferir el video por medio de USB o de páginas como We-transfer para que este no pierda su resolución.
- Se recomienda a UNICEF no tratar de realizar modificaciones en el video aparte, ya que esta realizado con un propósito de diseño y comunicación especial para cumplir con el objetivo del proyecto.

CAPÍTULO XII
CONONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII Conocimiento general

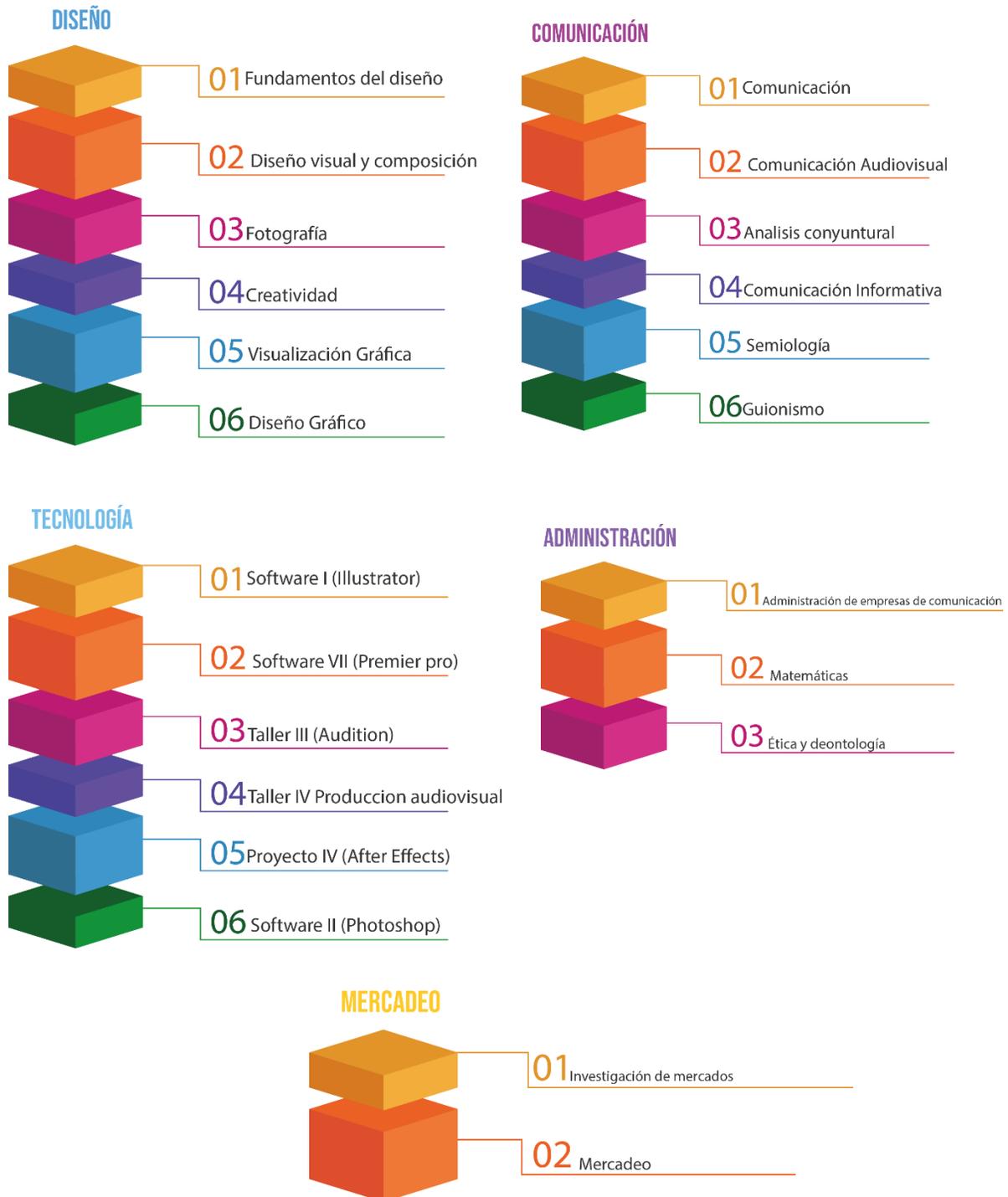
12.1. Demostración de conocimientos

Por medio de este mapa conceptual se presentará los conocimientos adquiridos durante la carrera, para poder desarrollar el presente proyecto, dentro de las 5 principales disciplinas de la carrera, que son el diseño, comunicación, tecnología, mercadeo y administración.



Infografía realizada por el Diseñador Kevin Osoy

12.1 Demostración de conocimientos. Continuación.



Infografía realizada por el Diseñador Kevin Osoy

CAPÍTULO XIII
REFERENCIAS

Capítulo XIII Referencias

13.1 Bibliografía

Dimock, (1947) "The Study of Administration". Los Estados Unidos, The American Political Science Review. p. 31.

Gordillo, Agustín (2013). XII. Órganos del Estado. Tratado de derecho administrativo y obras selectas. Buenos Aires: Fundación de Derecho Administrativo.

Geografía Económica. (S.F) La Enciclopedia del Estudiante. 8. Geografía General. Santillana – La Nación. p. 150.

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2014). “Seguridad”. Diccionario de la lengua española (23.^a edición). Madrid: Espasa. ISBN 978-84-670-4189-7.

Herrera Racionero, Paloma (2010). Del comer al nutrir. La ignorancia ilustrada del comensal moderno. Plaza y Valdés. ISBN 978-84-92751-15-0.

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2014). “salud”. Diccionario de la lengua española (23.^a edición). Madrid: Espasa. ISBN 978-84-670-4189-7

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2014). “comunicación”. Diccionario de la lengua española (23.^a edición). Madrid: Espasa. ISBN 978-84-670-4189-7.

Herrera, José Adolfo (2012). Cap. 6 - Las fases de un proyecto. Administración de La Empresa Constructora. Lulu.com. ISBN 9781300341628.

- Bazin, André, 1918-1958. (2012). ¿Qué es el cine? (10ª ed edición). Rialp. ISBN 978-84-321-4812-5. OCLC 1120283304
- Eckermann, Johann. (SF). Conversaciones con Goethe, Océano, ISBN 84-494-1710-4
- Vivaldi, Romina A “Revista Intercontinental de Psicología y Educación”. (1 de junio del 2015)
ISSN: 0187-7690
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2014). “fotografía”.
Diccionario de la lengua española (23.ª edición). Madrid: Espasa. ISBN 978-84-670-4189-7.
- Ascher, Steven, and Edward Pincus. The Filmmaker's Handbook: A Comprehensive Guide for the
Digital Age. New York: Plume, 1999. p. 214
- Freeman Michael (2008). “El encuadre”. El ojo del fotógrafo. Blume. p. 28.
- Schiffman, Harvey (2001). La Percepción Sensorial. Limusa Wiley. p. 72. ISBN 968-18-5307-5.
- Ribera, Jaume en El guion, base para la historieta en la revista Bruguelandia, Editorial Bruguera,
Barcelona, 29/06/1981, p. 94.
- Hart, John (2008). The Art of the Storyboard. A Filmmaker's Introduction. United States of
America: Elsevier, Inc. pp. 1. ISBN 978-0-240-80960-1.
- Sainz Sánchez, Miguel (1999): "El Productor Audiovisual". Madrid. Síntesis. ISBN
9788477386865
- Bourriaud, Nicolas (2004). Post producción. La cultura como escenario: modos en que el arte
reprograma el mundo contemporáneo. Adriana Hidalgo Editora. ISBN 987-1156-05-7.

Browne, Steven E. (2003). Edición de vídeo. Madrid: Instituto Oficial de Radio Televisión Española. ISBN 9788488788535.

Corbeto, Alberto; Garone, Marina (2015). Historia de la tipografía. Lleida: Milenio Publicaciones. ISBN 9788497436755.

13.2 Biblio web

Art. 1 de la Carta de las Naciones Unidas. (2019) Recuperado de: www.un.org.

Pariante Fragoso, José Luis (1990). "Composición fotográfica. Teoría y práctica". Sociedad Mexicana de Fotógrafos Profesionales. Consultado el 17/11/16.

13.3 e-grafía

Significados.com (30 de mayo de 2020). "Producción". Consultado: 31 de mayo de 2021, Recuperado de: <https://www.significados.com/produccion/>

Fundéu BBVA. (4 de febrero de 2011). vídeo y video son formas correctas. Consultado el 31 de mayo de 2021.

Redacción. (25 de febrero del 2021). Definición de Documental. Consultado el 31 de mayo del 2021 Recuperado de: <https://conceptodefinition.de/documental/>

Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2015. Actualizado: 2017. Definición de actividad. Recuperado de: <https://definicion.de/actividad/>

Real Academia Española. (2010) Agricultura. Diccionario de la lengua española. Consultado el 31 de mayo de 2021. Recuperado de: <https://dle.rae.es/agricultura>

Significados.com (11 de abril del 2018) "Alimentación". Significados.com. Recuperado de: <https://www.significados.com/alimentacion/>

Diccionario de la lengua española. (S.F) Secretaría Recuperado de:
<https://dle.rae.es/secretario?m=form>

Conceptos Básicos Programa Especial para la Seguridad Alimentaria (PESA) (2020)
Centroamérica Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
Recuperado de: www.fao.org.

Asociación Médica Mundial, (2019) “Salud pública”. Recuperado de:
<https://www.wma.net/es/que-hacemos/salud-publica/#:~:text=Por%20Salud%20P%C3%BAblica%20se%20entiende,se%20trata%20de%20salud%20p%C3%BAblica.>

Julián Pérez Porto y Ana Gardey. (2012). “asistencia social” Recuperado de:
<https://definicion.de/asistencia-social/>

Real Academia Española. (2001) Comisión. Diccionario de la lengua española. Consultado el 1 de junio de 2021. Recuperado de: <https://www.rae.es/drae2001/comisi%C3%B3n>

Julián Pérez Porto y María Merino. (2012). Definición de municipalidad Recuperado de:
<https://definicion.de/municipalidad/>

Significados.com. "Municipio". (2018). Recuperado de:
<https://www.significados.com/municipio/>

Velasco, Antonio (29 de diciembre de 2009). Epistemología de la representación del cambio social. EPISTEME NS. VOL.29.

Florencia Ucha (2011) “Comportamiento” Recuperado de:
<https://www.definicionabc.com/social/comportamiento.php>

Significados.com (17 de julio del 2018). “Promoción”. Recuperado de <https://www.significados.com/promocion/>

Ana Gardey. (2009). Definición de “Fondo”. Recuperado de: <https://definicion.de/fondos-de-inversion/>

Julián Pérez Porto y Ana Gardey. (2008). Definicion.de: infancia Recuperado de: <https://definicion.de/infancia/>

Ostalé, Julio. ¿Semiótica o Semiología?. (2020). Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Semiolog%C3%ADa#cite_note-1

Florencia Ucha. (2013). “Comunicación Social” Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/comunicacion/comunicacion-social.php>

Manual de campaña INEP. (2008). “Comunicación Persuasiva”. Recuperado de: <http://manual.inep.org/I/I-III.html>

Carlos Merlo, Experience Marketing. (2011). “Medios de Comunicación Social”. Recuperado de: <https://supprimercompte.fr/reseaux-sociaux/>

Todo sobre comunicación. (30 de agosto del 2020). “Comunicación Informativa”. Recuperado de: <https://todosobrecomunicacion.com/comunicacion-informativa/>

Martínez, Aurora. (20 de marzo del 2021). “Diseño gráfico”. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/diseno-grafico/>.

Raymond Colle. (1 de julio del 2009). “semiología de la imagen”. Recuperado de: <http://visualismo.blogspot.com/2009/07/semiologia-de-la-imagen.html>

Significados.com (2018). “Sociología”. Recuperado de: <https://www.significados.com/sociologia/>

María Estela Raffino. (8 de julio 2020). “Psicología” Recuperado de:
<https://concepto.de/psicologia-3/#ixzz6xX4Jbz2O>

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2014). “Psicología”
Recuperado de: <https://dle.rae.es/psicolog%C3%ADa>

María Merino. (2008). Definición de relaciones públicas Recuperado de:
<https://definicion.de/relaciones-publicas/>

Florencia Ucha. (junio, 2009). “Antropología”. Recuperado de:
<https://www.definicionabc.com/ciencia/antropologia.php>

María Estela Raffino. (25 de junio de 2020). “Cinematografía”. Recuperado de:
<https://concepto.de/cinematografia/>

Historia del cine. (20 enero, 2020). “Tipos de planos en cine” Recuperado de:
<https://historiadeltcine.es/glosario-terminos-cinematograficos/tipos-planos-en-cine/>

FotoNostra. (28 de marzo de 2016.) “Iluminación Fotográfica”. Recuperado de:
<https://www.fotonostra.com/fotografia/>

Thewebphoto. (2020). “Curso de fotografía profesional”. Recuperado de:
<http://www.thewebfoto.com/2-hacer-fotos/211-profundidad-de-campo>

Producciones Audiovisuales Streaming. (2016). “La importancia de preproducción y la
postproducción audiovisual”. Recuperado de: [https://yumagic.com/preproduccion-
postproduccion-audiovisual/](https://yumagic.com/preproduccion-postproduccion-audiovisual/)

César Sánchez Ruiz. (2020). “El guion técnico”. De taller de escritores. Recuperado de:
<https://www.tallerdeescritores.com/el-guion-tecnico>

Nahuel Lissandro Di Torre. (2019). “Teoría del color”. Guía básica del color. Recuperado de:

<https://web.archive.org/web/20190605185041/https://golan-d.com/disenio-grafico/teoria-del-color-guia-basica-del-color/>

Perls, Fritz. (1980). "La terapia gestaltica." Astrolabio, Roma. Recuperado de:

<https://www.psicologia-online.com/que-es-la-teoria-de-la-gestalt-terapia-y-leyes-principales-4062.html>

Paroli, Fiorentina (Octubre de 2014). “Efectos digitales vs. efectos prácticos”.

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/3020.pdf

Dimitri Vieira. (2 de febrero de 2019). “Qué es el Storytelling?”. RockcontentBlog. Recuperado

de: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-storytelling/>

Cecilia Bembibre. (Jul. 2009). “Animación” Recuperado de:

<https://www.definicionabc.com/general/animacion.php>

CAPÍTULO XIV

ANEXOS

Capítulo XIV Anexos

Anexo I

14.1 Brief

Datos del estudiante

Nombre del estudiante	Kevin Imanol Osoy Valiente
No de Carné	18004341
Teléfono	56985548
E-mail	Kevin.osoy@galileo.edu
Proyecto	Producción de un video documental, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-. Guatemala, Guatemala, 2022.

Datos del cliente

Empresa	UNICEF
Nombre del cliente	Eduardo Gularte
Teléfono	52047795
E-mail	egularte@unicef.org
Antecedentes	<p>El Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF- tiene una larga trayectoria de cooperación con el Gobierno de Guatemala. Sólo tres años después de su fundación a nivel mundial (1946), Guatemala fue elegida en 1949 como sede de la Oficina de Área para Centro América y Panamá. En Guatemala, UNICEF comenzó su asistencia con programas de alimentación suplementaria para escolares y el control de insectos para reducir enfermedades, especialmente el paludismo. Hoy, UNICEF trabaja en las áreas de políticas públicas, inversión en la niñez, el cumplimiento de sus derechos y en todas aquellas esferas de la vida política, económica, cultural y social que afectan y favorecen el desarrollo de la infancia.</p>

Oportunidad identificada	Si el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia - UNICEF- no realiza la producción de un video documental, se perderá la oportunidad de mostrar el papel de la Comunicación para el Cambio Social y de Comportamiento dentro del marco de la gran cruzada nacional por la nutrición y por lo tanto la desnutrición sigue siendo un gran problema que recorre el país y al pasar del tiempo más personas sufren de este problema, miles de persona necesitan la atención o la ayuda necesaria para solventar esta dificultad. Es un asunto en el cual se debe hacer conciencia y al carecer de un material audiovisual el cual pueda hacer conciencia en los grupos de apoyo y motivarlos para contribuir a esta causa, este problema seguirá aumentando.
--------------------------	--

Datos de la empresa

Misión	Lograr que los derechos de la infancia se conviertan en principios éticos perdurables y en normas de conducta internacionales siendo considerados parte integrante del progreso de la humanidad.
Visión	Trabajar para conseguir cambios reales en la vida de los niños y transformar la sociedad a través de una organización dinámica, unida y eficiente, que está formada por personas comprometidas que se esfuerzan cada día como defensores de los derechos de la infancia.
Delimitación geográfica	Alrededor de todo el país de Guatemala. En sus 22 departamentos.
Grupo objetivo	El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de 25 a 50 años de edad, con un NSE nivel D y E, gustos por actividades sanas y familiares y tendencias a ayudar a la sociedad.
Principal beneficio al Grupo Objetivo	Al contar con una producción audiovisual, la empresa podrá ayudar a entender la problemática de la desnutrición en el país y como los miembros de las comunidades se pueden unir a la gran cruzada nacional por la nutrición y el papel importante que en ella representan, pondrán sentirse motivados por la idea de generar un cambio de comportamiento en sus comunidades para disminuir el impacto que tiene la desnutrición en muchas familias guatemaltecas. Un video puede generar emociones en las personas dejando un mensaje que las motive a realizar una acción ya que, inspira, enseña y ayuda a tener más energía para alcanzar los objetivos.
Posicionamiento	Reconocimiento a nivel mundial.

Factores de diferenciación	Al ser una organización que ayuda a nivel mundial, a la infancia y que se encuentra en muchos países alrededor del mundo es muy fácil de reconocerla en todas partes.
Objetivo de comunicación	Producir un video documental, para informar acerca de las actividades institucionales que realizan el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación –MAGA-, la Secretaria de Seguridad Alimentaria y Nutricional –SESAN- el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS- y la Comisión de Municipalidades Departamentales –CMD- relacionadas con el cambio social y de comportamiento, enmarcadas en la Gran cruzada Nacional por la Nutrición promovida por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia -UNICEF-.
Mensaje clave a comunicar	La participación de las entidades durante la crisis de desnutrición es muy importante.
Estrategia de comunicación	Recurso Audiovisual.
Trascendencia	Al contar con una producción audiovisual, la empresa podrá ayudar a entender la problemática de la desnutrición en el país y como los miembros de las comunidades se pueden unir a la gran cruzada nacional por la nutrición y el papel importante que en ella representan, pondrán sentirse motivados por la idea de generar un cambio de comportamiento en sus comunidades para disminuir el impacto que tiene la desnutrición en muchas familias guatemaltecas. Un video puede generar emociones en las personas dejando un mensaje que las motive a realizar una acción ya que, inspira, enseña y ayuda a tener más energía para alcanzar los objetivos.
Materiales a realizar	Producción de un video Documental.
Presupuesto	Q. 7,084.00

Datos de la imagen gráfica

Logotipo	
Colores	Celeste.
Tipografía	Univers LT Pro

Fecha: 3 de octubre de 2021

Anexo II

14.2 Tabla NSE.

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E	
Ingreso	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,000.00	Q17,000.00	Q11,800.00	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	Medio completa	Primaria completa	Sin estudios	
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hija menores colegios privados caros, mayores en U local, por 1 grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privada y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios	
Desempeño	Proprietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivo 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, piscina, 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, piscina, 1 estudio, área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala	Casa/departamento, rentado 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, casa, de descanso en lago, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominio cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencia						
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 monetarias y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarias y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarias y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetaria 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 avion-avioneta	Auto de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Auto compacto de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 6-10 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 la/ta	
División	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, estado	CC, parques, estado	Parques		

Anexo III

14.3 Hoja de consentimiento.



FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN DEL SUJETO

UNICEF - FONDO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA INFANCIA

Al firmar este formulario de autorización, otorgo al Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) el derecho a reproducir, exhibir y difundir en todo el mundo y a perpetuidad, en cualquier formato tradicional o electrónico, mi imagen tal como se muestra en las fotografías y videos que se describen a continuación, que son propiedad de UNICEF, con el propósito de promover la paz, la tolerancia y los derechos de los niños, y promover o recaudar fondos o hacer publicidad en favor de UNICEF.

El uso de las fotografías y videos puede ser de carácter editorial, y estos materiales pueden ser publicados en revistas, periódicos, fuentes de noticias en línea, informes y sitios web, etc. Las fotografías y videos también pueden ser utilizados para fines publicitarios de UNICEF en materiales impresos, carteles o en la web. etc. He visto la página siguiente en la que se muestran ejemplos de cómo se podría usar la fotografía.

Además, renuncio a todas las reclamaciones de indemnización o daños que estén basados en el uso de mi imagen por parte de UNICEF. También renuncio a cualquier derecho a inspeccionar o aprobar la fotografía o video terminado.

Las fotografías/videos que contienen mi imagen fueron tomadas el (fecha) _____

en (lugar, incluidos la ciudad y el país) _____

por (nombre del fotógrafo) _____

Además, confirmo que estas imágenes se asemejan verdaderamente a mí, y que fueron tomadas con mi conocimiento y consentimiento.

Nombre del sujeto Edad (si es menor de 18 años) Fecha Firma

Dirección y otra información de contacto

Dirección y otra información de contacto

SI EL SUJETO ES UN NIÑO MENOR DE 18 AÑOS:

Confirmando que soy el tutor legal del niño nombrado arriba y que por lo tanto puedo conceder permiso para este formulario de autorización en nombre del niño:

Nombre del tutor legal/Relación con el niño Fecha Firma del tutor

Nombre del testigo/Organización a la que está afiliado Fecha Firma del testigo

Anexo IV

14.4 Fotos de la producción.



Anexo V

14.5 Validación de expertos.

Validación de tesis Recibidos

Kevin Imanol Osoy Valiente vie, 2 jul 14:13

Buena noches Lic, Le saludó Kevin Osoy de 4to año de FACOM. Le comento que estoy trabajando en mi tesis y me encuentro en la etapa de validación. Mi tesis se ba

David Castillo vie, 2 jul 14:18

CON MUCHO GUSTO. En la noche contesto y veo tu validación

Kevin Imanol Osoy Valiente lun, 5 jul 15:53

Muchísimas gracias Lic. Quedo atento a su respuesta. Feliz tarde. Saludos,

David Castillo lun, 12 jul 14:28

Tendrás el archivo en un Word o en Web, en PDF no me deja escribir sobre él y no tengo impresora para imprimirlo rellenarlo y mandarlo. Así ya puedo contestar t

Kevin Imanol Osoy Valiente lun, 12 jul 14:33

Si Lic, le envío el archivo de word. Gracías!

David Castillo lun, 12 jul 15:17

Excelente trabajo, felicitaciones, ahí hice unas anotaciones, son cosas mínimas, pero muy buen video.
¿Actualmente estás trabajando en alguna de esas instituciones?
Otra pregunta: no necesitas foto o firma para constatar la validación o con el correo es suficiente?
Saludos.
David.
!!!



Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Validación de Tesis Recibidos

Noe Saúl Ramírez Morales mar, 20 jul 21:59

para mí, David

inglés > español Traducir mensaje

Desactivar para inglés

Buena noche Kevin, es un gusto saludarte.
A continuación adjunto la validación del video y una fotografía para adjuntar en tu documento.
Buen trabajo, cualquier cosa estoy a la orden.
Saludos.

2 archivos adjuntos




Kevin Imanol Osoy Valiente jun, 22 jul 14:15

para Noe

Muchísimas Gracias Noe, por tu ayuda y por las observaciones. Nuevamente muchas gracias, le deseo un excelente fin de semana.
!!!

Brenda Alejandra Canel Garcia jun, 15 jul 20:04

para mí

Estimada Kevin! Con mucho gusto.
Antes que nada quiero felicitarte! Está muy bien tu video solo hice una pequeña observación en el word que enviaste.
¿No se si necesitas fotografía como requisito?
Adjunto word.
Saludos,
Brenda.



Kevin Imanol Osoy Valiente jun, 22 jul 14:19

para Brenda

Muchísimas gracias Brenda por el apoyo y las observaciones.
Con respecto a la fotografía solo necesito una de usted de cualquier forma solo para el perfil del validador, si fuera tan amable.
Nuevamente muchas gracias, le deseo un excelente fin de semana.
Saludos,
Kevin Osoy
!!!

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Validación Recibidos x



María Alejandra Rodríguez Pau <alejandra@galileo.edu>

para mí

vie, 3 sept 11:07

Espero poder contribuir. Saludos cordiales

M.Ed. Ma. Alejandra Rodríguez Pau
Administración-FACOM
Universidad Galileo



Kevin Imanol Osay Valiente <kevin.osoy@galileo.edu>

para María

lun, 6 sept 15:37

Muchísimas gracias Lic, por tomarse el tiempo, me servirá mucho!