



**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Producción de un video corporativo para promover los servicios de grabación y edición de video que ofrece el laboratorio de multimedia -Medialab- a las diferentes unidades académicas de Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala 2017.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Brenda Alejandra Canel García
13001760

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción,

Guatemala 12 de diciembre de 2016

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

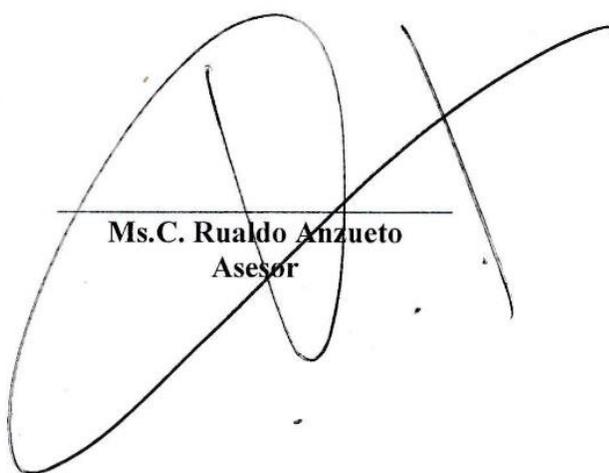
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
PRODUCCIÓN DE UN VIDEO CORPORATIVO PARA PROMOVER LOS SERVICIOS DE GRABACIÓN Y EDICIÓN DE VIDEO QUE OFRECE EL LABORATORIO MULTIMEDIA -MEDIALAB- A LAS DIFERENTES UNIDADES ACADÉMICAS DE UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2017. Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

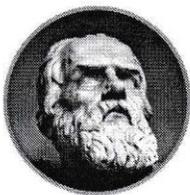
Atentamente,



Brenda Alejandra Canel García
13001760



Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 04 de enero de 2017

Señorita:
Brenda Alejandra Canel García
Presente

Estimada Señorita Canel:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO CORPORATIVO PARA PROMOVER LOS SERVICIOS DE GRABACIÓN Y EDICIÓN DE VIDEO QUE OFRECE EL LABORATORIO MULTIMEDIA –MEDIALAB- A LAS DIFERENTES UNIDADES ACADÉMICAS DE UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Así mismo, se aprueba al Ms.C. Rualdo Anzuetto, 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, 05 de enero de 2017

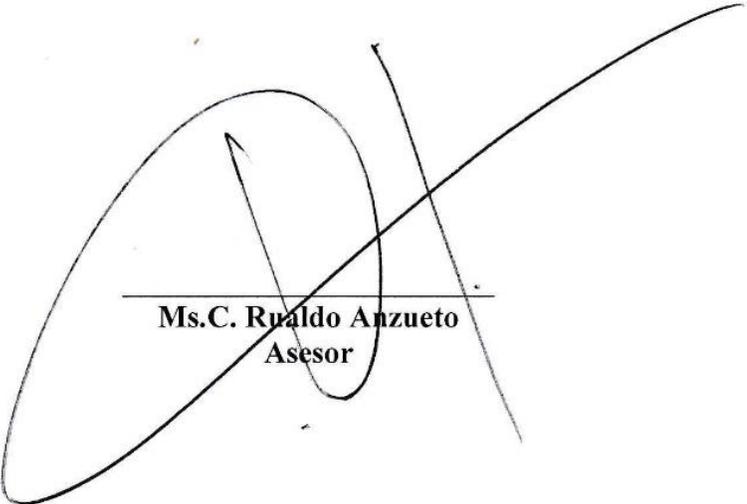
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

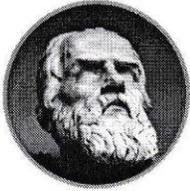
Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO CORPORATIVO PARA PROMOVER LOS SERVICIOS DE GRABACIÓN Y EDICIÓN DE VIDEO QUE OFRECE EL LABORATORIO MULTIMEDIA -MEDIALAB- A LAS DIFERENTES UNIDADES ACADÉMICAS DE UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Presentado por la estudiante: Brenda Alejandra Canel García, con número de carné: 13001760, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 31 de enero de 2017

**Señorita
Brenda Alejandra Canel García
Presente**

Estimada Señorita Canel:

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, 22 de febrero de 2017.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO CORPORATIVO PARA PROMOVER LOS SERVICIOS DE GRABACIÓN Y EDICIÓN DE VIDEO QUE OFRECE EL LABORATORIO MULTIMEDIA-MEDIALAB- A LAS DIFERENTES UNIDADES ACADÉMICAS DE UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2017**, de la estudiante Brenda Alejandra Canel García, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

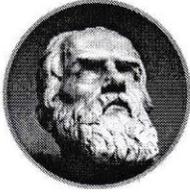
Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 27 de febrero de 2017

**Señorita:
Brenda Alejandra Canel García
Presente**

Estimada Señorita Canel:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO CORPORATIVO PARA PROMOVER LOS SERVICIOS DE GRABACIÓN Y EDICIÓN DE VIDEO QUE OFRECE EL LABORATORIO MULTIMEDIA –MEDIALAB- A LAS DIFERENTES UNIDADES ACADÉMICAS DE UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Presentado por la estudiante: Brenda Alejandra Canel García, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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

Producción de un video corporativo para promover los servicios de grabación y edición de video que ofrece el laboratorio multimedia –Medialab- a las diferentes unidades académicas de Universidad Galileo.

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD GALILEO

Rector:

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora general:

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo:

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario general:

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación:

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación:

Lic. Rualdo Anzueto

Dedicatoria

A Dios: Por ser mi guía en todo momento, por darme la fuerza y voluntad siempre.

A mis padres: Por apoyarme económicamente en mi vida y en mi carrera.

A la familia Suger Cofiño: Por brindarme la oportunidad de estudiar en su casa de estudios y por otorgarme una beca universitaria.

A mi asesor de tesis: Por haberme tenido paciencia en el tiempo de la realización de tesis.

A mis catedráticos: Por todos los conocimientos brindados.

Resumen

El laboratorio de multimedia Medialab no cuenta con un video corporativo que le sirva como presentación para promover los servicios de grabación y edición de video ante las diferentes unidades académicas de la Universidad Galileo.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Producir un video corporativo para promover los servicios de grabación y edición de video que ofrece el laboratorio de Multimedia –Medialab- a las diferentes unidades académicas de Universidad Galileo.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por personas de un nivel socio-económico C y C+ las cuales poseen un nivel de educación primaria, básica y superior, comprendidos en hombres y mujeres entre los 30 a 70 años de edad y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que se logró la producción de un video corporativo para promover los servicios de grabación y edición de video que ofrece el laboratorio de multimedia –Medialab- a las diferentes unidades académicas de Universidad Galileo.

Se recomendó utilizar el video corporativo como carta de presentación para que las autoridades conozcan los servicios de grabación y edición de video que se ofrecen.

Para efectos legales únicamente el autor es responsable del contenido de este proyecto.

Índice

Capítulo I	1
Introducción	1
Capítulo II Problemática	3
2.1 Contexto	3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño	3
2.3 Justificación.....	4
2.3.1. Magnitud.....	4
2.3.2. Vulnerabilidad	5
2.3.3. Trascendencia	5
2.3.4. Factibilidad	5
Capítulo III Objetivos del diseño	7
3.1 Objetivo General	7
3.2 Objetivos Específicos.....	7
Capítulo IV Marco de Referencia.....	8
4.1 Información General del Cliente:.....	8
Capítulo V Definición del grupo Objetivo.....	13
5.1 Perfil Geográfico.....	13

5.2 Perfil demográfico:.....	14
5.3 Perfil Psicográfico:.....	14
5.4 Perfil conductual:	15
Capítulo VI Marco Teórico.....	16
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	16
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y diseño.....	18
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	26
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	31
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:	31
7.2. Conceptualización:	33
7.2.1 Método.....	33
7.2.2 Definición de concepto.....	35
7.3 Bocetaje.....	36
7.4 Propuesta preliminar	45
Capítulo VIII Validación Técnica.....	62
8.1 Población y Muestreo.....	62
8.2 Método e instrumentos	63
8.3 Resultado e interpretación de resultados:.....	69
8.4 Cambios en base a los resultados	84
Capítulo IX: Propuesta gráfica final	86

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución	104
10.1 Plan de costos de elaboración:	104
10.2 Plan de costos de producción	104
10.5. Cuadro con resumen general de costos:	105
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	106
11.1 Conclusiones:	106
11.2 Recomendaciones:.....	107
Capítulo XII: Conocimiento General.....	108
Capítulo XIII: Referencias Bibliográficas	109
13.1 Referencias Físicas	109
13.2 Referencias Digitales.....	112
Capítulo XIV: Anexos	116

CAPÍTULO I

Introducción

Capítulo I

Introducción

El Laboratorio de Multimedia –Medialab- fue creado el 31 de agosto del 2002 por el Dr. Eduardo Suger, bajo la dirección del Ingeniero Miguel Emilio Aparicio. Tras el fallecimiento del Ing. Aparicio, se nombró Director del Laboratorio de Multimedia al Licenciado David Castillo, en el año 2014.

Se crea el laboratorio de multimedia para ayudar a las entidades académicas con los diferentes servicios de grabación y edición de video.

El presente proyecto de graduación surge al analizar e identificar la necesidad que existía en el laboratorio de multimedia al no contar con un video corporativo que les sirva de presentación y que demostrará los servicios que ofrecen.

Por lo que se planteó un proyecto titulado: “Producción de un video corporativo para promover los servicios de grabación y edición de video que ofrece el laboratorio multimedia-Medialab- a las diferentes unidades académicas de Universidad Galileo.

Para llevar a cabo el proyecto, se investigaron, por medio de búsquedas en sitios web, las características actuales de guiones y contenidos corporativos para fundamentar el contenido del audiovisual. Se solicitó información a la Dirección del laboratorio de multimedia Medialab para incluir lo necesario en el video.

Se determinaron los objetivos y se utilizó la metodología de Mapa Mental, del que se creó un concepto para dar inicio a la propuesta del proyecto.

Para afirmar que el proyecto cumplía con lo que se esperaba, se efectuó una herramienta de validación en la que se validó con 1 cliente, 3 expertos y 10 personas del grupo objetivo, de los

cuales eran: Decanos, Vicedecanos y Directores de las diferentes unidades académicas dentro de la Universidad.

Luego de tabular las encuestas, se consideraron las observaciones más apropiadas para que el proyecto cumpla su propósito.

CAPÍTULO II

Problemática



Capítulo II Problemática

El laboratorio de Multimedia -Medialab- no cuenta con un video corporativo para promover los servicios de grabación y edición de video que ofrece a las diferentes unidades académicas de Universidad Galileo.

Se cuenta con poco personal para la producción del video corporativo debido a las diferentes actividades que cada persona tiene en el laboratorio.

2.1 Contexto

El laboratorio de Multimedia se dedica a la grabación y edición de videos, además de ofrecer los servicios de grabación de audio, transmisión en vivo, circuito cerrado, entrevistas, reportajes y utilización del estudio con croma. Existen algunas unidades académicas que desconocen el servicio que presta el laboratorio.

Por lo tanto, la producción del audiovisual permitirá que se den a conocer los diferentes servicios que se brindan en la Universidad. Se le propuso en una reunión al Director del Laboratorio de Multimedia -Medialab- la realización de un video corporativo que permita promover los servicios y a la misma vez que se den a conocer. El Director proporcionará la información necesaria para la producción del mismo en la próxima reunión.

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

Actualmente el laboratorio de multimedia Medialab no cuenta con un video corporativo que le sirva como presentación para promover los servicios de grabación y edición de video ante las diferentes unidades académicas de la Universidad Galileo.

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; d) factibilidad.

2.3.1. Magnitud

Según los datos actualizados y obtenidos de la Prensa Libre, somos 16,771,248 de habitantes en la población guatemalteca. Mientras en la ciudad de Guatemala existen 3,103,685 según la página web del Instituto Nacional de Estadística de Guatemala, C.A. (INE).

Se encontró que existen 14 Universidades en Guatemala, en donde el Grupo Objetivo serán los Decanos, Vicedecanos y Directores de las diferentes Facultades, Escuelas e Institutos de Universidad Galileo.



2.3.2. Vulnerabilidad

Con un video corporativo el laboratorio de Multimedia –Medialab- podrá darse a conocer a más facultades y escuelas de Universidad Galileo. Por medio del audiovisual se apreciará el funcionamiento y los servicios que ofrece. Se espera que este video sirva como una carta de presentación y proporcione toda la información necesaria sobre los servicios.

El Laboratorio de Multimedia -Medialab- se podrá favorecer al aumentar la utilización de los servicios.

2.3.3. Trascendencia

No contar con un video corporativo, el Laboratorio de Multimedia –Medialab- no podrá ofrecer la variedad de servicios que poseen, esto impide que se puedan cubrir actividades de suma importancia para Universidad Galileo.

Al contar con el audiovisual, las diferentes unidades académicas tendrán a su alcance el video que servirá como carta de presentación del Laboratorio de Multimedia –Medialab- y conocerán los diferentes servicios que podrán solicitar.

2.3.4. Factibilidad

Se contará con varios recursos que ayudarán a que este proyecto sea factible, de los que se utilizarán cuatro: Recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos.

2.3.4.1 Recursos Humanos

El laboratorio de Multimedia –Medialab- cuenta con el personal adecuado para hacer posible la producción del video, al igual que la edición.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales

La Dirección del laboratorio de Multimedia –Medialab- tiene la disposición de brindar toda la información necesaria para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos

El laboratorio de Multimedia –Medialab- cuenta actualmente con el equipo necesario que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos

Se cuenta con cámaras profesionales de video, trípodes, luces, micrófonos inalámbricos y todo el equipo adecuado para la producción del video, además de computadoras con programas especiales para la edición.

CAPÍTULO III

Objetivos de diseño

Capítulo III Objetivos del diseño

3.1 Objetivo General

Producir un video corporativo para promover los servicios de grabación y edición de video que ofrece el laboratorio de Multimedia –Medialab- a las diferentes unidades académicas de Universidad Galileo.

3.2 Objetivos Específicos

3.2.1. Investigar a través de búsquedas en sitios web las características actuales de guiones y contenidos corporativos para fundamentar el contenido del audiovisual.

3.2.2. Recopilar la información necesaria para incluirla en el video corporativo a través de la dirección del Laboratorio de Multimedia –Medialab-.

3.2.3. Entrevistar al personal del laboratorio de Multimedia para incluirlos en el video.

3.2.4. Incluir en el video corporativo, la presentación de los servicios de realización de reportajes, entrevistas, grabación de audio, transmisión en vivo y circuito cerrado.

CAPÍTULO IV

Marco de referencia

Capítulo IV Marco de Referencia

4.1 Información General del Cliente:

- Laboratorio de Multimedia –Medialab-
- 4ª. Calle 7ª. Avenida, calle Dr. Eduardo Suger Cofiño
- 7mo. Nivel Torre II de Universidad Galileo
- medialab@galileo.edu
- PBX: (+502) 24238000 Ext. 7373/7374

El Laboratorio de Multimedia –Medialab- fue creado el 31 de agosto del 2002 por el Dr. Eduardo Suger, bajo la dirección del Ingeniero Miguel Emilio Aparicio. Tras el fallecimiento del Ing. Aparicio, se nombró Director del Laboratorio de Multimedia al Licenciado David Castillo, en el año 2014.

Los cambios educativos y tecnológicos donde las tecnologías del diseño, multimedia, radio y televisión presentan avances, se crea el Laboratorio de Multimedia para brindar apoyo a la Universidad y sus Facultades al ofrecer un laboratorio de medios y nuevas tecnologías de la comunicación para ayudar a los estudiantes, catedráticos y entidades administrativas en la creación de todos estos recursos digitales.

4.2 Servicios que Ofrecen a la Universidad

4.2.1 Grabación y edición de videos: Clases, graduaciones, conferencias y toda la materia que se requiera para archivo o publicación.

4.2.2 Producción de Material Audiovisual: Documentales, videos educativos, institucionales, informativos, anuncios o cualquier tipo de material que sirva de apoyo a las diferentes entidades educativas.

4.2.3 Transmisiones en Directo: Transmitir en tiempo real cualquier evento, clases y conferencias.

4.2.4 Grabación de Audio: Cualquier tipo de audio que se necesite para recurso educativo.

4.2.5 Circuito Cerrado: Transmitir eventos en diferentes aulas, pasarelas, convenciones y múltiples pantallas.

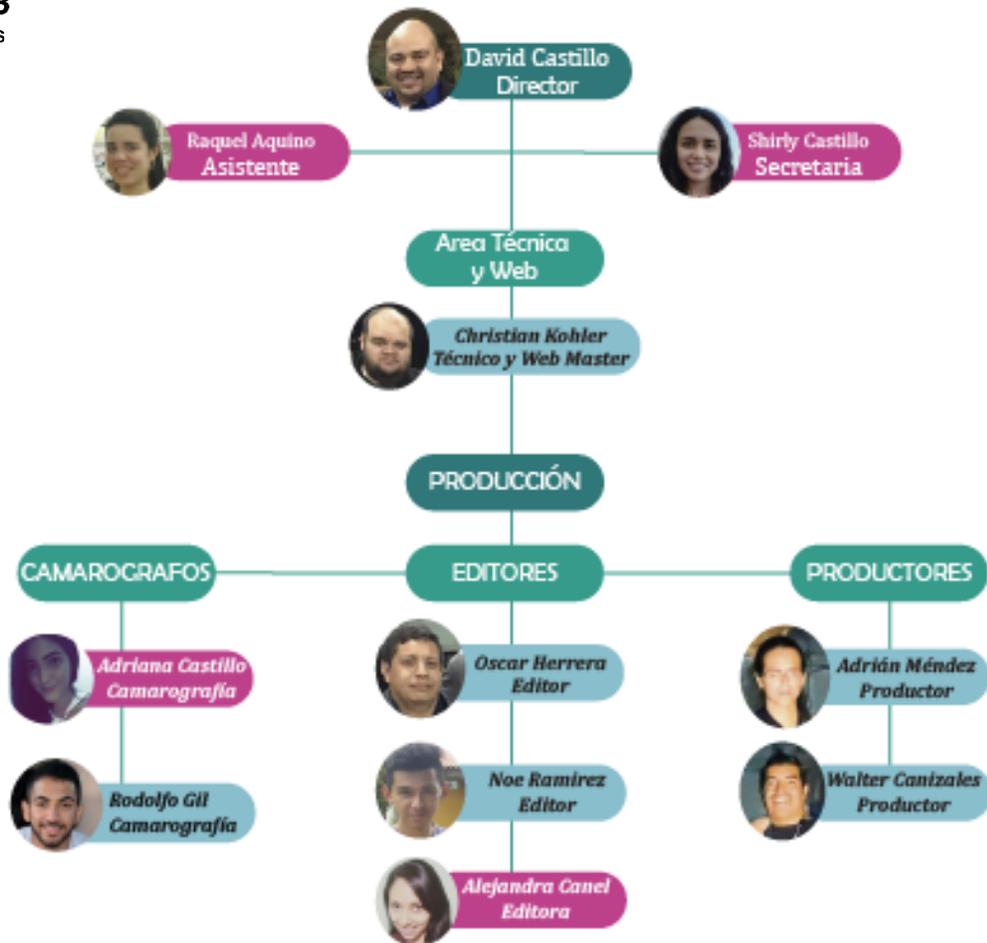
4.2.6 Uso del laboratorio de Medios: Se les brinda apoyo a las diferentes facultades en temas académicos que tengan que ver con publicidad, multimedia, radio, televisión, sonido y tecnología.

4.2.7 Capacitación en materia Audiovisual: Se capacita a diferentes instituciones, empresas, organismos sobre temas de comunicación audiovisual.

4.2.8 Uso del Estudio de Televisión: Grabaciones de material educativo e informativo.

4.2.9 Uso del Estudio de Croma Key: Para montajes y animaciones 3D.

4.3 Organigrama



4.4 Visión

Contribuir al desarrollo del país y a la academia en el ámbito profesional y educativo a través de la implementación de recursos digitales y tecnologías de la comunicación.

4.5 Misión

Satisfacer las necesidades de educación audiovisual de la Universidad y comunicación de sus aliados estratégicos, a través de medios digitales en nuevas plataformas tecnológicas.

4.6. Datos del Imagotipo

Forma: Una claqueta de cine.

Colores: Blanco y Negro.

4.6.1. Colores de la Claqueta y las letras

Negro:

RGB: 0-0-0

CMYK: 84% - 83% - 73% - 80%

WEB: # 000000

Blanco:

RGB: 231-231-231

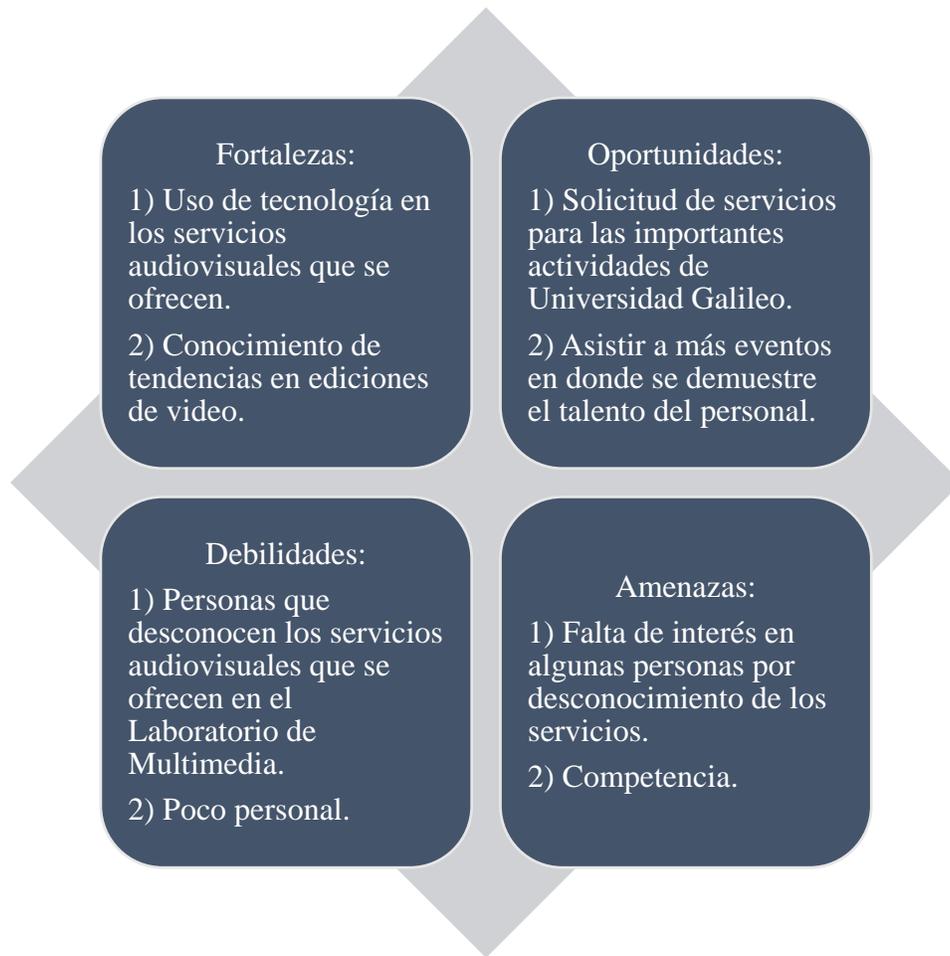
CMYK: 11% - 9% - 10% - 0%

WEB: #E7E7E7

4.6.2. Imagotipo



4.7 FODA



CAPÍTULO V

Definición del grupo objetivo

Capítulo V Definición del grupo Objetivo

Para el presente proyecto se especificará información del grupo objetivo, que permitirá presentar el audiovisual a los profesionales que poseen un cargo importante dentro de la Universidad Galileo.

5.1 Perfil Geográfico

- Guatemala se encuentra localizada en la parte norte del istmo centroamericano; limita al Norte y al Oeste, con la República de México; al Sur con el Océano Pacífico; al Este, con Belice, el Océano Atlántico y las Repúblicas de Honduras y El Salvador. Está comprendida entre los paralelos 13° 44" y 18° 30" latitud Norte y entre los meridianos 87° 24" y 92° 14", al Oeste del meridiano de Greenwich.
- La extensión territorial de la República de Guatemala es de 108,889 kilómetros cuadrados.
- La Ciudad de Guatemala, cuyo nombre oficial es Nueva Guatemala de la Asunción, cuenta con 692 kilómetros cuadrados.
- De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística (INE), el departamento de Guatemala cuenta con 3,103,685 habitantes.
- En el año presentan dos estaciones climáticas, la lluviosa conocida como invierno y la seca, conocida como verano.
- Su topografía es de diverso relieve, creando grandes variaciones de clima que va de cálido al templado o muy frío.
- Su idioma oficial es el español.

5.2 Perfil demográfico

Edad: De 30 a 70 años de edad.

Género: Masculino y femenino.

Ciclo de vida: Solteros (as) y Casados (as) con hijos.

Ingreso: Sus ingresos son aproximados entre los Q. 10,000.00 a Q. 35,000.00 Quetzales.

Nivel Socioeconómico: Se encuentra entre los rangos: Nivel C+ y C.

Ocupación: Trabajadores, Emprendedores, Líderes.

Educación: Poseen estudios universitarios, son personas que ya cuentan con un título, postgrado o maestría y doctorados.

Nacionalidad: guatemaltecos.

5.3 Perfil Psicográfico

Estilo de Vida: Son personas que desempeñan papeles muy importantes para la educación, tienen múltiples actividades, son personas con triunfos que les permite ser exitosas y mantienen un desarrollo profesional y personal.

Hábitos: Compartir conocimientos.

Hobbies: Son personas que les gusta la enseñanza e innovación de las formas educativas, son personas creativas y les gusta mucho las lecturas.

Actividades: Imparten clases, viajan, salen los fines de semana con su familia, asisten a fiestas.

Costumbres: Encontrar una solución a cualquier tipo de problema y educar.

5.4 Perfil conductual

Los profesionales que verán el video corporativo tendrán una actitud positiva del servicio, ya que podrán solicitarlo en cualquier momento, cuando haya una actividad importante dentro de la Universidad Galileo.

CAPÍTULO VI

Marco teórico

Capítulo VI Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1. Universidad: Según (Orozco, 2011) la Universidad es una Institución de enseñanza superior, dividida en facultades según las especialidades de estudio que la misma pueda ofrecer. El término, además, se aplica para el edificio destinado a la enseñanza superior.

La palabra Universidad constituía una abreviatura de la expresión latina universitas magistrorum et scholarium (gremio –o unión- de maestros y estudiantes), organizada para el beneficio mutuo y la protección legal de este colectivo. (Orozco, 2011).

6.1.2. Universidad Galileo: Es una institución con filosofía diferente a la de la educación superior tradicional y es producto de la labor y el esfuerzo inquebrantable de un selecto grupo de profesionales, encabezado por su fundador quien a través del tiempo impulso un lema. (IDEA, 2012)

6.1.3. Unidad Académica: Son los centros e institutos de investigación, escuelas, facultades o cualquier entidad educativa. (USAC, 2012)

6.1.4. Laboratorio de Multimedia Medialab: Es un laboratorio de medios avanzados, es un área que cumple con múltiples propósitos, uno de ellos es la prestación de servicios internos a las diferentes escuelas facultades para documentar las actividades especiales.

6.1.5. Servicio de Grabación: Comprenden los servicios en grabación de producción y distribución de películas, reportajes y documentales. (Comercio, 2016)

6.1.6. Servicio de Edición: Es acompañar a los autores en el proceso de creación, edición, publicación y distribución de lo que se ha grabado. (Comercio, 2016)

6.1.7 Material Audiovisual: Es el que permite cumplir las funciones de convertirse en productor de medio y materiales de enseñanza adaptados al contexto en el cual labora de manera tal que establece nuevo ambiente de aprendizajes. (Espinoza, 2011)

6.1.8. Transmisión en Directo: Las tecnologías requieren de un sistema que distribuya la información a más de un cliente a la vez, a esto se le llama transmisión en tiempo real. (Romo, 2004)

6.1.9. Circuito Cerrado: Es la interconexión de dos o más componentes con una trayectoria cerrada. Implica un conjunto de fuentes en electricidad, el video puede ser transmitido en varias pantallas. (Olvera, 2013)

6.1.10. Estudio de Televisión: Es donde se va a obtener la captura de las imágenes a través de cámaras de video con tecnología y niveles de iluminación adecuados para lograr una mejor calidad. (Suárez, 2013)

6.1.11. Croma Key: Es un método para el recorte de una filmación, donde el fondo es de color verde o azul, la utilizan desde el inicio de la televisión, las aplicaciones son simples. (EcuRed, 2016)

6.1.12. Pre-producción: Según (Tíscar) se tiene que aclarar desde un principio la idea para poder definir como se quiere contar la historia, que escenas se deben grabar y proceder a la realización del guión.

6.1.13. Producción: Es la realización del guión con ayuda de equipo de grabación digital, equipo humano, estilo visual, luz y sonido con los componentes mecánicos que se utilizaran a la hora de grabación. (Roy, 2001)

6.1.14. Post-producción: Es un término utilizado en el mundo de la televisión, el cine y el video. Designa el conjunto de procesos efectuados sobre un material grabado: El montaje, la inclusión de otras fuentes visuales o sonoras, subtítulos, voces en off, efectos especiales. (Bourriaud, 2004)

6.1.15. Iluminación: Crea el ambiente para contar una historia. El contraluz de los actores combinado con la luz de relleno de frente es el comienzo de la iluminación de la figura como técnica independiente de la iluminación general de la escena, y desde el principio fue utilizada para hacer que los actores aparezcan atractivos. (DeMille, 2008)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

6.2.1.1. Comunicación: Según B. F. Lomonosov la comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye el proceso de conducta humana y cómo actúa la conducta de otro ser humano. Esta puede ser verbal o no verbal. (Thompson, 2014)

6.2.1.2. Fuente: Es el lugar de donde emana la información, los datos, el contenido que será enviado. Es en donde nace el mensaje primario. (Martin, 2009)

6.2.1.3. Emisor: Según el modelo de Shannon y Weaver el emisor es una fuente que posee más o menos complejidad mientras que Hevás dice que el emisor es “el que emite el mensaje”. (Mar, 2013)

6.2.1.4. Receptor: Es el destinatario del mensaje, es quien decodifica e interpreta lo comunicado por el emisor. Este puede ser individual o grupal. Este posee conocimientos y se expresa también mediante códigos. (Leal, 2013)

6.2.1.5. Código: Según el modelo de Shannon y Weaver un código es un sistema de significado común para los miembros de una cultura o subcultura. Está compuesto por los signos y reglas que determinan cómo y en qué contexto se utilizan los signos y como estos pueden ser combinados para la formación de mensajes más complejos. Es la manera en que los códigos se desarrollan y relacionan con las culturas. (Fiske, 1985)

6.2.1.6. Mensaje: Es el conjunto de signos expresado por el emisor y va dirigido a un receptor, posee un contenido y un código. (Olano Arias, 2004)

6.2.1.7. Canal: Es un recurso físico por medio del cual se transmite la señal, los canales principales son las ondas de luz, las ondas sonoras, las ondas radiales, los cables telefónicos, el sistema nervioso, entre otros. (Fiske, 1985)

6.2.1.8. Contexto: Está compuesto por el tiempo y el espacio en que sucede algo. Esto produce un conjunto de circunstancias que ayudan a la comprensión del mensaje. Lo que es fundamental para las investigaciones en comunicación. (Zanduetta & Rigueti, 2012)

6.2.1.9. Referente: Es la realidad percibida gracias al mensaje y comprende todo aquello que es descrito por el mensaje, sirve para hacer mención a la persona u objeto que hace referencia o refleja relación en algo. (Hernández, 2008)

6.2.1.10. Proceso de la Comunicación: Según (Berlo, 1960) el proceso forma parte inextricable del punto de vista actual de la ciencia y la realidad física. Los componentes del proceso “interaccionan”, cada uno de ellos influyen sobre los demás.

6.2.1.11. Comunicación Unilateral: Es el acto en donde el emisor emite un mensaje y el receptor lo recibe. Se dice que no existe retroalimentación del mensaje. (Arenas, 2013)

6.2.1.12. Comunicación Bilateral: El emisor emite un mensaje que percibe el receptor, y, posteriormente, ese receptor se convierte en emisor de un nuevo mensaje que captará el antiguo emisor. (Arenas, 2013)

6.2.1.13. Funciones de la Comunicación: Es consustancial al ser humano, que es eminentemente un ser social, las diversas funciones que tiene la comunicación y son básicas para el desarrollo de la persona. (Belloch, 2012)

6.2.1.14. Función Referencial: Es la base de toda la comunicación. Es la que define las relaciones entre el mensaje y el objeto al que hace referencia. Es el objeto de la lógica y de las diversas ciencias que son códigos cuya definición esencial consiste en evitar toda confusión entre el signo, el mensaje y la realidad codificada. (Pierre, 1972)

6.2.1.15. Función Emotiva: Según (Pierre, 1972) es la que define las relaciones entre el mensaje y el emisor. La función referencial y emotiva son las bases a la vez complementarias y concurrentes de la comunicación.

6.2.1.16. Función Fática: Tiene por objeto afirmar, mantener o detener la comunicación. Jakobson distingue con ese nombre a los signos “que sirven esencialmente para establecer, prolongar o interrumpir la comunicación y para verificar si es circuito funciona para atraer la atención del interlocutor o asegurarse de que no decaiga. (Pierre, 1972)

6.2.1.17. Función Poética: Es la que le da mucha importancia al mensaje en sí mismo. En esta función se aplican principios especiales de estilística semiótica, ya que una obra, una escultura, un poema o una obra literaria, son observados o leídos. El mensaje lo da el mismo objeto por lo que puede transmitir. (USAC, 2012)

6.2.1.18. Función Conativa: Es la que define las relaciones entre el mensaje y el receptor, pues toda la comunicación tiene por objeto el obtener una reacción del receptor. Puede dirigirse a la inteligencia o a la efectividad del receptor. (Pierre, 1972)

Esta función ha adquirido una gran importancia con la publicidad, en la cual el contenido referencial del mensaje desaparece ante los signos que apuntan a una motivación del destinatario, ya sea condicionándolo por repetición o desencadenando reacciones afectivas subconscientes. (Pierre, 1972)

6.2.1.19. Función Metalingüística: Tiene por objeto definir el sentido de los signos que corren el riesgo de no ser comprendidos por el receptor. (Pierre, 1972)

6.2.1.20. Comunicación Audiovisual: Según (Martínez, 1997), la producción audiovisual es aquella que tiene contenidos para medios de comunicación audiovisuales; especialmente para cine y televisión; independientemente del soporte utilizado y género.

Es el proceso en el cual existe un intercambio de mensajes a través de un sistema sonoro y visual. Es un lenguaje múltiple con una gran diversidad de códigos, pueden ser analizados tanto por separado como en un conjunto. La comunicación audiovisual está presente en cada aspecto de la vida cotidiana.

La interacción entre la persona que va a recibir el mensaje, se basa en primer lugar en la mirada, en la observación, en lo que ve. Las funciones implicadas en el desarrollo de la interpretación del mensaje y las que están detrás de la creación de un mensaje visual, tienen que ver con varias ciencias que se encargan de la relación entre el desarrollo y la analogía. (Martínez J. , 1997)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1. Producción: Es grabar desde una cámara los hechos reales con el fin de reflejarlos lo fielmente posible y someterlos a análisis. El autor de un video pretende crear un objeto de carácter artístico sin las limitaciones. (Tíscar)

6.2.2.2. Video: Es un sistema de captación y reproducción instantánea de la imagen en movimiento y del sonido por procedimientos electrónicos. Tiene una serie de características que lo distinguen del resto de medios que conforman el ecosistema audiovisual. (Bravo, 2010)

6.2.2.3. Creatividad: Según (Heller, 2004) es la que se compone de un tercio de talento, otro tercio de influencias exteriores que fomentan ciertas dotes y el otro tercio de conocimientos adquiridos sobre el dominio en el que se desarrolla la creatividad.

6.2.2.4. Edición de Video: Es el que respeta la secuencia lógica de la acción: Introducción, nudo y desenlace. No obstante, en producciones de ficción también se puede experimentar con otro tipo de montajes que rompan con la secuencia temporal. (Tíscar)

6.2.2.5. Tipografía: Es escribir/ imprimir utilizando estándares que implican algún tipo de relación modular entre los elementos. Puesto que la relación es bidimensional, es necesario a su vez establecer las proporciones, tanto verticales como horizontales. (Quentin, 2002)

6.2.2.6. Audio: Es la secuencia de sonidos y es muy importante regular su volumen para controlar como se funden entre sí. Existen planos sonoros en donde se mezclan varias pistas de audio existe el formato mp3 y wav. (Tíscar)

6.2.2.7. Guión Audiovisual: Según (Gómez, 2009) es un producto “en construcción”. Esta característica es esencial para entender los procesos por los que pasa y su desarrollo final. Se trata

de un texto nacido para morir, abocado a su utilización como herramienta, efímero; su cambio nunca se detiene, nunca podemos hablar de un “guión final” salvo aquel que se construye a partir de un film terminado.

6.2.2.8. Guión Técnico: Es el film que superpone al menos dos niveles de realidad: lo que se puede llamar lo real diegético (simplemente lo que acontece a los personajes, lo que hacen, lo que son, lo que sucede), y de otra parte lo real cinematográfico, es decir, las relaciones de tiempo, espacio. (Gómez, 2009)

6.2.2.9. Guión Literario: Según (Tíscar) es aquel que describe aquello que se mostrará y escuchará en nuestro video. Involucra división de escenas, acciones de los personajes o eventos, dialogo entre personajes, así como breves descripciones del entorno.

6.2.2.10. Story Board: Según (Gómez, 2009) es el complemento eficaz del guion técnico, que cada vez se elabora con mayor asiduidad. Se trata del desarrollo en forma de cómic del proyecto completo, a partir del guión técnico, con detalle de planificación (encuadres y elementos de puesta en escena), direcciones de mirada y movimientos de cámara.

6.2.2.11. Sinopsis: Según (Tíscar) es la descripción un poco más detallada del tema de la producción audiovisual. Se empieza a introducir a los personajes que aparecerán y aparece en dónde sucederá la acción. Se dan más detalles.

6.2.2.12. Secuencia y escenas: La ordenación de los elementos se lleva a cabo mediante la estructuración de escenas y secuencias, que constituyen el armazón inequívoco del relato y a lo largo de las cuales fluye la historia. (Gómez, 2009)

6.2.2.13. Scouting: Es la locación de los escenarios y personajes, es un proceso posterior al del encuentro de la idea y la historia. El productor genera una lista de su personal de confianza. (Sanders, 2010)

6.2.2.14. Video Corporativo: Es una atractiva y amena forma audiovisual de presentar la filosofía corporativa de una empresa y la aplicación de esta en la práctica del mercado, destacando la capacidad y valores positivos más importantes que marcan la diferencia de la compañía con respecto a la competencia próxima. (Mediaclub, 2010)

6.2.2.15. Videos Testimoniales: Es en donde el personal de la empresa o sus clientes hablan sobre todas las virtudes que según su opinión tiene el producto o servicio. Estos videos hacen una labor de información muy interesante. (Mediaclub, 2010)

6.2.2.16. Encuadre: Es el que selecciona o combina los elementos que se incluirán dentro de un espacio bidimensional. El encuadre no es simplemente un límite físico que separa la ficción de la realidad y funciona de muy diversas maneras. (Gómez M. , 2012)

6.2.2.17. Plano: Según (Tíscar) la cámara se sitúa a la misma altura que los ojos del sujeto que es grabado. Es la altura habitual desde donde se ve a las personas.

6.2.2.18. Plano General: Se puede apreciar la figura humana en su contexto. Sirve para situar al personaje en la escena y dar información al espectador de los elementos y otros personajes que le rodean. (Tíscar)

6.2.2.19. Gran plano general: Es uno de los planos que están muy abiertos en donde la figura humana apenas se puede percibir y donde prevalece el contexto general. Sirve para situar la narración en su espacio. (Tíscar)

6.2.2.20. Plano general Corto: Según (Baccaro & Guzmán, 2013) Cuando la cabeza y los pies del personaje coinciden aproximadamente con los límites superior e inferior de la pantalla. Revela la identificación física de la persona.

6.2.2.21. Plano americano: Se ve la figura humana hasta las rodillas. En este plano es importante el espacio que hay alrededor de sus manos. (Tíscar)

6.2.2.22. Plano Medio: Se aprecia la figura humana hasta la cintura. Este tipo de plano permite un mayor acercamiento sobre el personaje. Es un plano muy utilizado en los diálogos entre personajes. (Tíscar)

6.2.2.23. Primer Plano: Se aprecia al personaje hasta el cuello. Es un tipo de plano donde la fuerza de la imagen recae sobre la cara de la persona y su expresión. En este tipo de plano el contexto desaparece porque no importa tanto dónde está sino como es la persona que nos habla. (Tíscar)

6.2.2.24. Primerísimo Primer Plano: Se observa el detalle del rostro de la persona. Busca un mayor acercamiento a la persona. También se le conoce como Plano Detalle. (Tíscar)

6.2.2.25. Plano Detalle: Es el que encuadra cualquier parte del rostro, las manos, los pies. Tratándose de otro objeto, cualquier parte del todo. Por deformación suele llamarse a estos planos también primer plano, aunque debe evitarse este error para no producir confusiones. (Baccaro & Guzmán, 2013)

6.2.2.26. Plano en Picado: Según (Tíscar) es cuando la cámara se sitúa por encima de los ojos del sujeto grabado. Sirve para establecer una relación de superioridad con respecto al personaje que se está grabando.

6.2.2.27. Plano en Contrapicado: La cámara se sitúa por debajo de los ojos del sujeto grabado. Se establece una relación de inferioridad con respecto al personaje que se grabará. (Tíscar)

6.2.2.28. Plano vista de pájaro o toma cenital: Es cuando la cámara mira en ángulo recto hacia abajo. Genera un efecto de extrañación ya que no es tan frecuente este tipo de mirada en el trato personalizado de la vida cotidiana. (Baccaro & Guzmán, 2013)

6.2.2.29. Vista de piso: Cuando la cámara mira en ángulo hacia arriba. Esta toma no es muy usual y se suele justificar cuando un personaje despierta de una pesadilla o un desmayo o sale del fondo de una profundidad. (Baccaro & Guzmán, 2013)

6.2.2.30. Cámara baja: Aquí la ubicación de la cámara se sitúa cerca al borde del piso y sirve para remarcar una situación en general de detalle. Suele generar un efecto visual interesante ya que es un punto de vista poco usual y puede justificarse cuando el personaje debe deslizarse hacia abajo o esta acostado en el piso. (Baccaro & Guzmán, 2013)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias:

6.3.1.1. Tecnología: Son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas. (Cabero, 2007)

6.3.1.2 Semiología: Según (Pierce, 1972) la semiología es la ciencia que estudia el sistema de los signos lo cuales son: lenguas, códigos y señalizaciones. La semiología fue concebida por

Ferdinand de Saussure como “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”.

6.3.1.3 Semiótica: Según G. Mournin concibe la semiótica como distinta de la lingüística, aunque más extensa que ella y complementaria. Sus objetos de estudio serían los sistemas de comunicación no lingüística; las escrituras de los sordomudos e imágenes.

La semiótica no investiga un campo determinado como extensión fáctica o de dominio empírico, sino una comprensión científica. (Pierce, 1965)

6.3.1.4 Antropología: Según (Moreno, 2003) es la ciencia, la investigación o estudio en que el hombre no solo cuestiona e interroga a las cosas, al mundo, sino que se pone, además y fundamentalmente a sí mismo en cuestión. Es entendido como una realidad compleja, natural, histórica, cultural y social.

6.3.1.5. Sociología: Es el estudio de la vida social humana, de sus grupos y sociedades. Se ocupa del estudio de la realidad social, su unidad de análisis es la sociedad y los individuos en ellas, analiza e interpreta el conjunto de estructuras y relaciones que se hallan en toda la sociedad dentro de un determinado contexto histórico. (Crespo, 2012)

6.3.1.6. Psicología de la Comunicación: Surge de la intersección entre una psicología que se ocupa de la problemática de la comunicación y de una ciencia o teoría de la comunicación que descubre sus implicaciones psicológicas (Mayor, 1977)

Estudia lo conductual de la comunicación y lo comunicacional de la conducta, la influencia mutua entre conducta y comunicación, su estructura y funciones. (Martínez M. , 2012)

6.3.1.7. Psicología del Color: Conocemos más sentimientos que colores, un color puede producir muchos efectos que son distintos. Un mismo color actúa en cada ocasión de manera diferente. Ningún color carece de significado, el efecto de cada color está determinado por su contexto, es decir, por la conexión de significados por los que percibimos el color. (Heller, 2004)

6.3.1.8. Psicología del Consumidor: Es considerada como la evolución de la investigación motivacional, es el estudio científico de los hábitos, actitudes, motivos, personalidad, medio ambiente y percepciones en general, determina la conducta de compra de un producto. (Forero, 1978)

6.3.1.9. Andragogía: Es la responsable del aprendizaje de los adultos, es un proceso de formación a lo largo de la vida, se relaciona estrechamente con el empleo de los avances tecnológicos y la consecuente mejora del nivel económico y social. La andragogía no considera la edad como una restricción para aprender. (Ubaldo, 2009)

6.3.1.10. Cibernética: Es el estudio de funcionamiento de las maquinas, especialmente las electrónicas (Galeano, 1997)

6.3.2. Artes:

6.3.2.1. Cinematografía: Es la técnica que consiste en proyectar fotogramas de forma rápida y sucesiva para crear la impresión de movimiento, mostrando algún video, película o film. (Cinemacia, 2016)

6.3.2.2. Diseño Gráfico: Es la más universal de todas las artes. Nos envuelve comunicando, decorando o identificando: aporta significados y trasfondo a nuestro entorno vital. Lo podemos encontrar en las calles, en todo lo que leemos, en nuestros cuerpos. El diseño gráfico cumple con varias funciones además de clasificar y diferenciar. (Quentin, 2002)

6.3.2.3. Fotografía: Según (Langford, 1990) la fotografía además de ser un arte es una herramienta científica y documental de primera importancia, es un medio creativo por derecho propio. Permite obtener imágenes a cualquiera, toda vez que no es preciso para ello ningún conocimiento científico o de dibujo.

6.3.2.4. Música: Es el arte mediante el cual se expresan sentimientos, circunstancias, pensamientos e ideas que van a conmover la sensibilidad del individuo y a producir una transformación psicológica en la persona. La música comunica, entretiene y ambienta es por ello que en el mundo del cine nace la necesidad de acompañar la imagen con música. (Vargas, 2008)

6.3.3. Teorías:

6.3.3.1. Semiótica de la Imagen: Según (Karam, 2016) Es el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desbordan lo estrictamente pictórico o visual estos pueden ser colores, formas, icono y composición.

6.3.3.2. Semántica: Se considera como el estudio de los signos, su estructura y la relación entre el significante y el concepto de significado; pero ésta no se limita a comprender y explicar

6.3.3.3. Teoría de la Gestalt: Es más que la suma de partes, se utiliza como una etiqueta escolar distintiva. Tiene dos significados además de connotación de forma o manera como atributo de cosas, tiene el significado de unidad concreta por sí misma. (Sambrin, 1986)

6.3.3.4. Lingüística: Es llamada también ciencia del lenguaje, glotología o glosología estudia desde todos los puntos de vista posibles el lenguaje humano articulado, en general y en las formas específicas en que se realiza, es decir, en los actos lingüísticos y en los sistemas de isoglosas que, tradicionalmente o por convención se llaman lenguas. (Coseriu, 1951)

6.3.4. Tendencias:

6.3.4.1. Time-Lapse: Es una técnica utilizada en el mundo del cine y la fotografía para mostrar diferentes movimientos o acciones que suceden a velocidades muy lentas e imperceptibles al ojo humano.

Consiste en que todo lo que se haya registrado se mueva muy rápidamente, como puede ser el movimiento de las nubes o la apertura de una flor. (Whitworth, 2014)

6.3.4.2. Alta definición: Según (Rubio, 2006) se trata de un conjunto de modelos que, a día de hoy, poseen ciertos rasgos comunes. Como el hecho de ser digitales, con píxeles cuadrados y ratio 16:9, pero difieren en las tres características que, desde su nacimiento, se configuraron como los tres ejes tecnológicos de desarrollo, defintorios de los prototipos amparados bajo esa etiqueta.

Tenían la vocación de elevar los estándares en esos tres frentes, el tamaño de la imagen o resolución expresada en píxeles frame, modelo de barrido escaneado y velocidad o cadencia del fotograma.

6.3.4.3. Cámara digital: Según (Rubio, 2006) se ha convertido en un ordenador. La manipulación de datos antes de grabar es similar a la del ordenador y puede ser aplicada al video porque la señal es en formato digital.

6.3.4.4. Transición: Es la más utilizada para las ediciones, es la consecución entre planos sin efectos. Evita que las tomas se vean muy cortadas. (Tíscar)

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:

Para la realización del audiovisual se requiere de conocimiento básico para fusionar todos los elementos clave que se invertirán en el proyecto, para ello se fundamenta con varias ciencias auxiliares de la comunicación.

7.1.1. Ciencias de la comunicación: Son muy importantes en la realización de material audiovisual, ya que se debe poner en común una idea. Un video comunica a un grupo grande de personas, este contiene información importante que debe llegar a un receptor que la intérprete de manera adecuada.

7.1.2. Comunicación Audiovisual: Es fundamental para la realización de este proyecto, ya que la imagen y el sonido son la composición de este. La comunicación audiovisual proporciona referentes que son una representación a la realidad. Gracias al avance de la tecnología, la comunicación audiovisual tiene gran importancia en la actualidad, una imagen vale más que mil palabras.

7.1.3. Tecnología: Es primordial para la elaboración de este proyecto, se contará con el equipo adecuado para la producción y postproducción del video. La tecnología es el punto clave para la realización de cualquier proyecto audiovisual. Se utilizarán los softwares de adobe para la edición del video y la realización de cintillos con los que se identificarán los personajes del video.

7.1.4. Semiología: Los símbolos y signos son muy importantes para desarrollar el proyecto, el significado y significante serán muy útiles para la post-producción, ya que permitirá la correcta implementación de elementos gráficos, colores y textos.

Se debe analizar el tipo de tomas según el guión realizado para que el receptor sea capaz de comprenderlos. Esta ciencia permite la selección adecuada de imágenes y sonidos.

7.1.5. Sociología: Conocer el comportamiento de los humanos en la sociedad es muy importante es por ello que la sociología ayudará a comprender el papel que desempeña el laboratorio de multimedia ante la Universidad Galileo en cuanto a los servicios de producción audiovisual. Permitirá analizar la estructura del guión que sea de acuerdo al grupo objetivo.

7.1.6. Psicología de la comunicación: Según el nivel socioeconómico de las personas, puestos de trabajo, creencias, etc., existen diferentes comportamientos e ideologías, es por ello que se debe analizar al grupo objetivo para que el mensaje sea impactante. Es importante conocer a las personas a quienes va dirigido el audiovisual.

7.1.7. Psicología del consumidor: Se utilizará para interpretar todo sobre el producto que, en este caso, es un video corporativo, ya que este será entregado a las autoridades de las diferentes unidades académicas de la Universidad Galileo. La psicología juega un papel muy importante dentro del proyecto, ya que se trata de cómo puedan reaccionar las personas que vean el video.

7.1.8. Andragogía: Permitirá reforzar el proceso de aprendizaje en las personas adultas, a través del material audiovisual con la finalidad de brindar un mensaje claro y positivo en donde se tomarán en cuenta los elementos importantes que se van a comunicar.

7.1.9. Cinematografía: Es necesario aplicar los conocimientos básicos y avanzados para la realización de planos y encuadres, composición, fotografía, movimiento de cámara, edición y audio.

La composición de la cinematografía es importante para brindar un mensaje claro y conciso. De esa forma se evitará crear confusiones o mensajes equivocados al grupo objetivo.

7.1.10. Fotografía: Es un elemento esencial para la realización del audiovisual en donde se hará una secuencia de imágenes para elegir los mejores planos, encuadres y ángulos, con el fin proceder a la realización de tomas o rushes para el video.

7.1.11. Musicalización: Es un elemento importante en la post-producción del video, ya que reforzará la intención del mensaje, tiene que ser acorde al tipo de audiovisual. El 50% es musical y el otro 50% es visual, de ello se conforma la palabra audio-visual. La música nos provoca el ambiente, los efectos de sonido nos posiciona en el lugar donde está sucediendo la historia.

7.1.12. Teoría de la imagen: Es importante conocer los elementos que conforman nuestro alrededor y poder identificarlos. La visualización de una imagen depende del observador, es por ello que se debe tomar en cuenta el vestuario de las personas que saldrán en el video. Se debe analizar la forma en que las personas hablarán y se expresarán ante la cámara.

7.1.13. Time-Lapse: Servirá de apoyo para la realización del video y a la vez es una tendencia que está últimamente de moda, es agradable a la vista. Se utilizará para una escena en específico.

7.1.14. Transición Acorte: Servirá para entrelazar unos clips con otros al permitir que no queden espacios negros en el video y para que sea más dinámico.

7.2. Conceptualización:

7.2.1 Método

Para este proyecto se tomó en cuenta la técnica de Mapa Mental, que fue popularizada por Tony Buzan, quien es un investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation.

La importancia de los mapas mentales es la expresión que se le da con la forma del pensamiento, es una de las formas gráficas que nos permite acceder al potencial del cerebro. La realización del

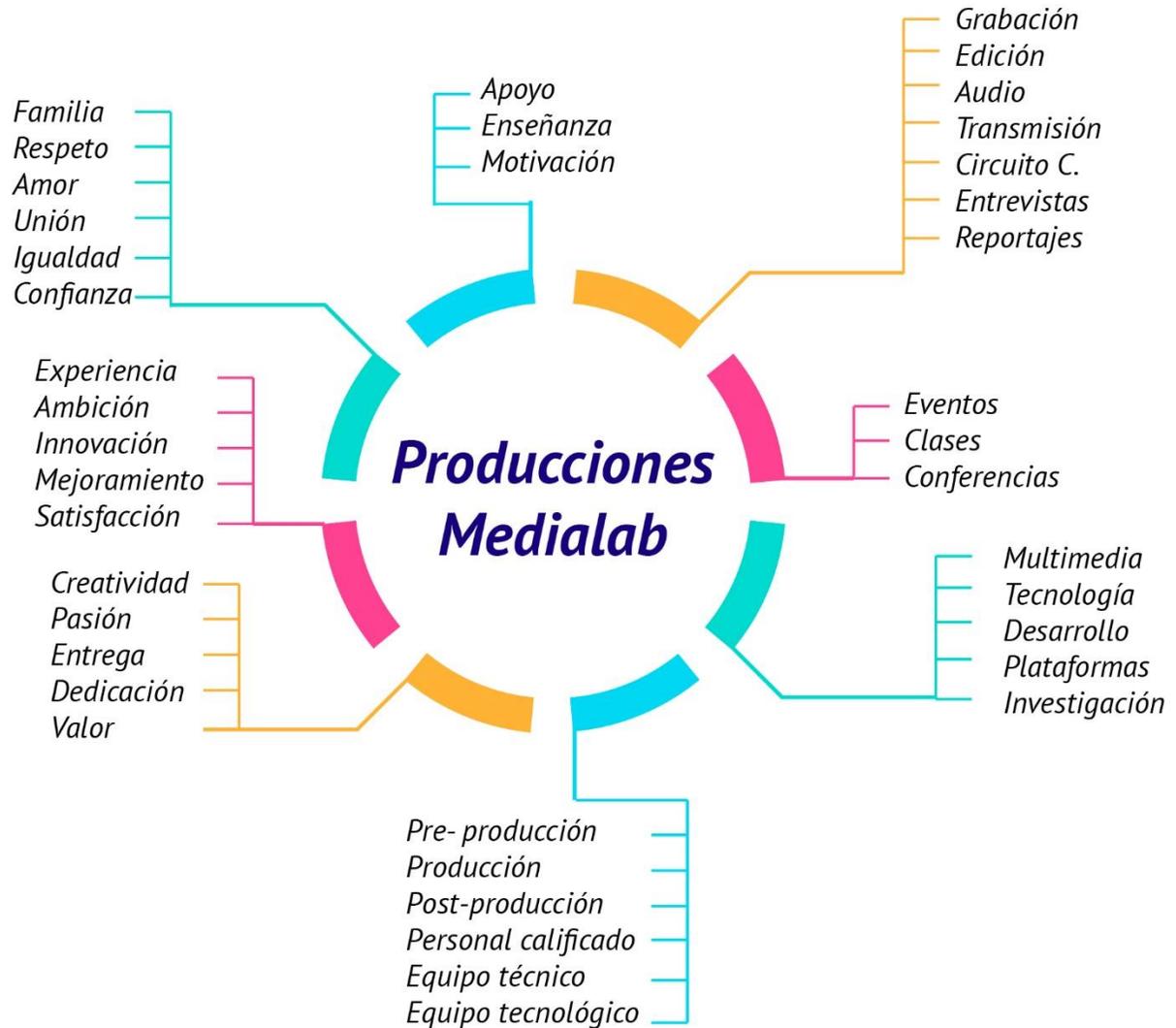
mapa mental requiere plasmar y relacionar la diversidad de ideas sobre una hoja, ya sea de manera individual o grupal para establecer vínculos del tema a tratar.

Para su elaboración se siguen los siguientes pasos:

- Se toma una hoja de papel, grande o pequeña, según sea el tamaño a realizar.
- El problema o asunto más importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja.
- Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada.
- De esos temas parten imágenes o palabras claves que trazamos sobre líneas abiertas, sin pensar, de forma automática pero clara.
- Las ramificaciones forman una estructura nodal.

Los mapas mentales se pueden mejorar y enriquecer con colores, imágenes, códigos y dimensiones que les añaden interés, belleza e individualidad.

Mapa Mental



7.2.2 Definición de concepto

Al realizar el análisis se presentaron distintas propuestas creativas en donde se eligieron las mejores ideas que permitieron responder los objetos planteados de acuerdo al mensaje que se quiere brindar, por medio de la técnica de Mapa Mental se elaboró un concepto creativo.

Propuestas finales desarrolladas a través de la técnica creativa:

- Producción con valor
- Revolucionando la tecnología
- La experiencia de volver a recordar

“Satisfacción e innovación con énfasis en producción”

El análisis realizado con la ayuda del mapa mental permitió obtener propuestas creativas y se eligió el concepto más acorde al tipo de producción ya que en todo trabajo lo primordial es brindar valor a nuestros clientes.

El concepto “La experiencia de volver a recordar” está enfocado en hacer que el grupo objetivo acuda siempre al laboratorio de Multimedia para solicitar los diferentes servicios de producción. Lo anterior con el objetivo de que siempre quede documentado cualquier tipo de actividad en donde esté involucrada la Universidad Galileo y así puedan volver a recordar aquella actividad o evento importante.

7.3 Bocetaje

Se realizó el boceto en una hoja tamaño carta dejando 5 cm de sangría con márgenes de 0.5 a los extremos, la tipografía que se utilizó fue Times New Román tamaño 12.

Storyline:

Video	Audio
<p>Escena 1:</p> <p>Medialab es un laboratorio de multimedia especializado en la grabación y edición de video como soporte a los cambios educativos y tecnológicos que hace uso del diseño, multimedia, radio y televisión. Nuestros elementos clave son: la creatividad y pasión por la producción.</p>	<p>Voz en off por: Rony José Soto</p> <p>SFX música de fondo</p>
<p>Escena 2:</p> <p><i>“Somos un equipo con experiencia y ambición por hacer bien las cosas, cada integrante aporta lo mejor de sí mismo para lograr nuestros objetivos y metas como un equipo de trabajo, investigando y aplicando lo último de la tecnología audiovisual”.</i></p>	<p>El director de Medialab habla ante la cámara y cuenta quiénes somos.</p>

<p>Escena 3:</p> <p>Medialab nace un 31 de agosto del 2002 creado por el Dr. Eduardo Suger, bajo dirección del Ing. Miguel Emilio Aparicio, con el propósito de brindar apoyo a la Universidad Galileo y sus facultades, Cuenta con un laboratorio de medios y nuevas tecnologías de la comunicación para ayudar a las diferentes unidades académicas de la Universidad.</p>	<p>Voz en Off por: Rony José Soto</p> <p>SFX música de fondo</p>
<p>Escena 4:</p> <p>Dr. Eduardo Suger (Entrevista)</p> <p><i>¿Para usted qué significa Medialab?</i></p>	<p>Entrevista con el Dr. Eduardo Suger Cofiño</p> <p>SFX música de fondo</p>
<p>Escena 5:</p> <p>Camarógrafo: Noé Ramírez</p> <p><i>En Medialab ofrecemos los siguientes servicios:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Grabaciones de audio y video.</i> • <i>Reportajes</i> 	<p>Entrevista con Noé Ramírez</p> <p>SFX música de fondo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • <i>Edición de material audiovisual</i> • <i>Transmisiones en tiempo real</i> • <i>Video conferencias</i> • <i>Circuito cerrado</i> <p>Y para ello contamos con equipo técnico, tecnológico, estudio de grabación, un laboratorio de multimedia y, lo más importante, equipo humano.</p>	<p>SFX música de fondo</p>
<p>Escena 6:</p> <p>Reportero: Héctor Chinchilla</p> <p><i>Medialab apoya las siguientes actividades:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Foro de innovación tecnológica –FIT-</i> • <i>Concurso Científico Galileo</i> • <i>Clases presenciales y virtuales</i> • <i>Miss Guatemala Latina</i> • <i>Copa Mundo Maya</i> • <i>Pasarelas infantiles y juveniles del área de visagismo y esteticismo, entre otras.</i> 	<p>Entrevista con Héctor Chinchilla.</p> <p>SFX música de fondo</p>

<p>Escena 7:</p> <p>Productor: Walter Canizales</p> <p><i>Contamos con personal altamente calificado en las áreas de: diseño gráfico, camarografía, edición audiovisual, equipo técnico, web master, productores y reporteros.</i></p>	<p>Entrevista con Walter Canizales.</p> <p>SFX música de fondo</p>
<p>Escena 8:</p> <p>Nuestra visión es contribuir al desarrollo del país y la academia en el ámbito profesional y educativo. A través de la implementación de recursos digitales y tecnologías de la comunicación.</p>	<p>Voz en off por: Rony José Soto</p> <p>SFX música de fondo</p>
<p>Escena 9:</p> <p>Nuestro objetivo es revolucionar la educación por medio de los recursos tecnológicos.</p>	<p>Voz en off por: Rony José Soto</p> <p>SFX música de fondo</p>

<p>Escena 10:</p> <p>Alejandra</p> <p>Nos gustan los retos, es por ello que innovamos y mejoramos nuestros servicios al entregarles un material audiovisual de calidad. Universidad Galileo. La revolución en la educación.</p>	<p>Entrevista con Alejandra</p> <p>SFX música de fondo</p>
---	--

7.3.1. Proceso de bocetaje formal:

En esta etapa se elabora el modelo de la presentación. Debe contener un gran nivel de creatividad para que la persona que grabe y edite pueda entender o tener una idea clara y ordenada del mismo.

El Story Board contiene los datos y descripciones exactas para la creación del material audiovisual de una forma cronológica. El video documental inicia con una animación de Universidad Galileo.

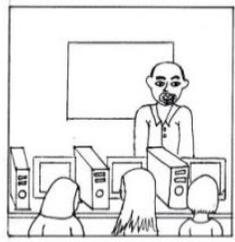
Datos del video

Imagotipo de Medialab

Plano y
encuadres
del
video

Duración

Detalles
del audio

Cliente: Medialab Universidad Galileo Producto: Video corporativo Nombre: Resolución: 1920 x 1080 P Fecha: 2 de agosto de 2016		 Duración: Número de Hoja: 1
Video		Audio
Video		Audio
Video		Audio

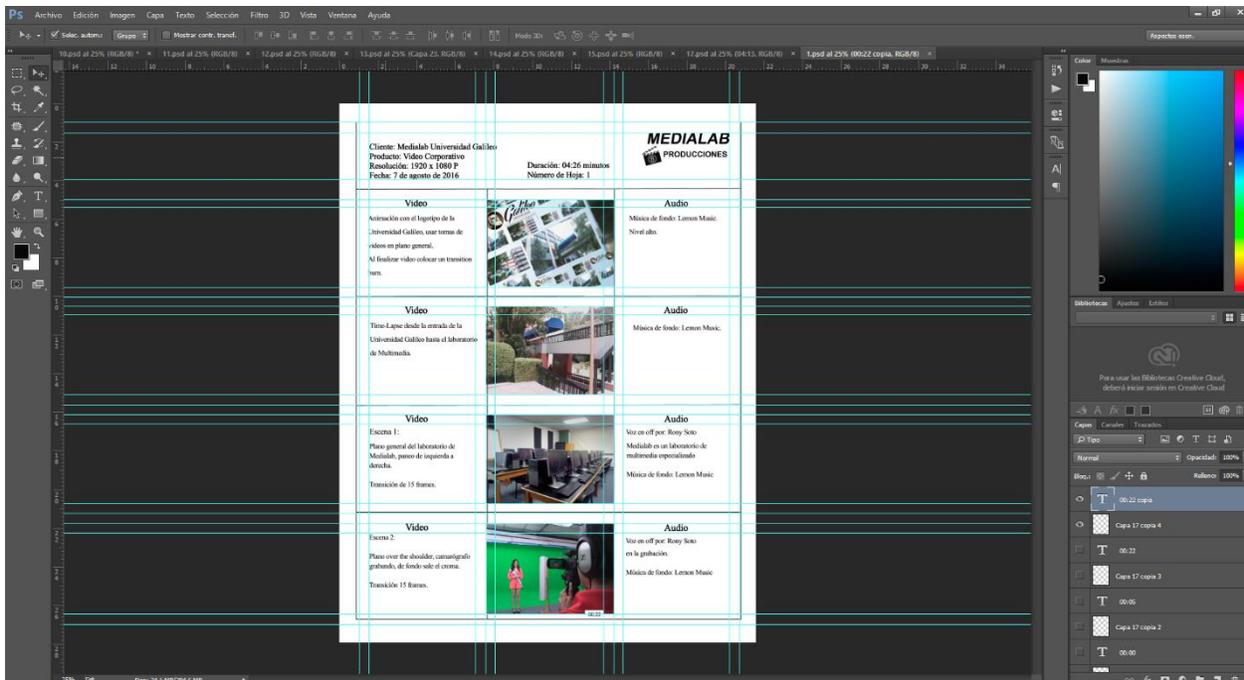
Fotografías

7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos:

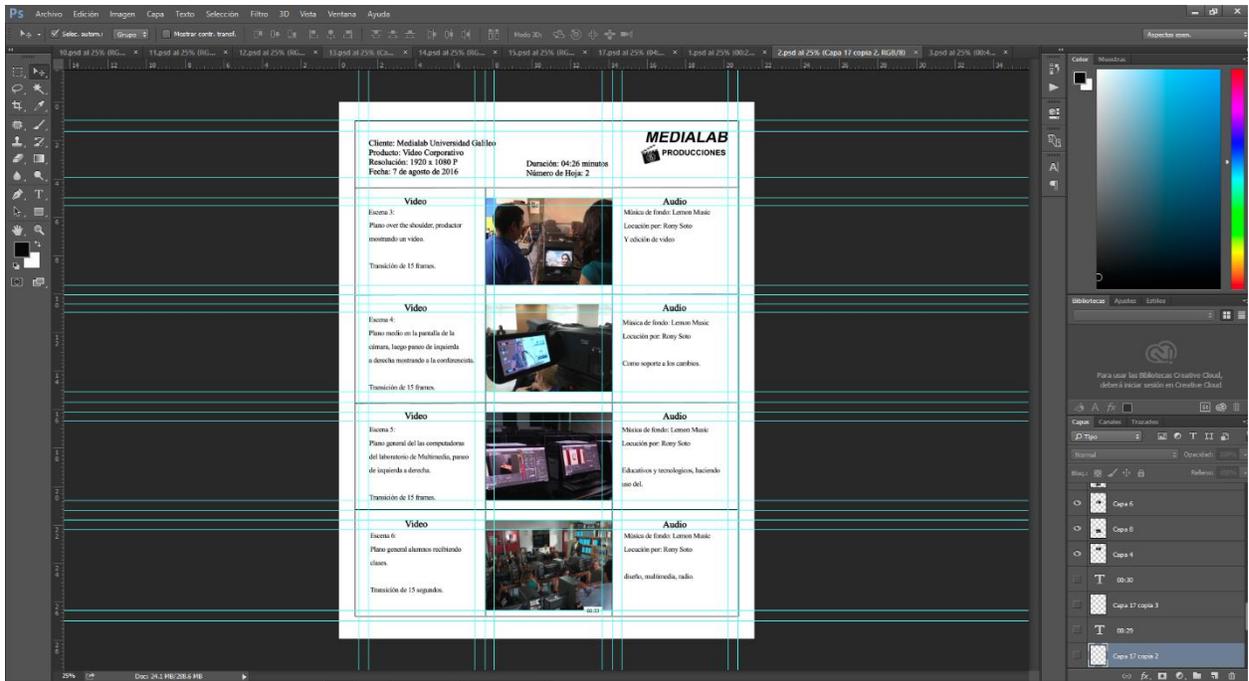
Se realizó la toma de fotografías para documentar el story board en donde se coloca el texto de lo que narran en la locución y el tipo de planos y encuadres, para facilidad de la producción y post-producción.

La tipografía utilizada fue Times New Roman para que sea más legible con tamaño 12. Se colocaron líneas guías con 0.5 de margen en todos los extremos para evitar el desorden, se colocó la información que debe contener para el video corporativo y se especificó el minuto o segundo en donde tienen que aparecer las tomas (rushes) o entrevistas.

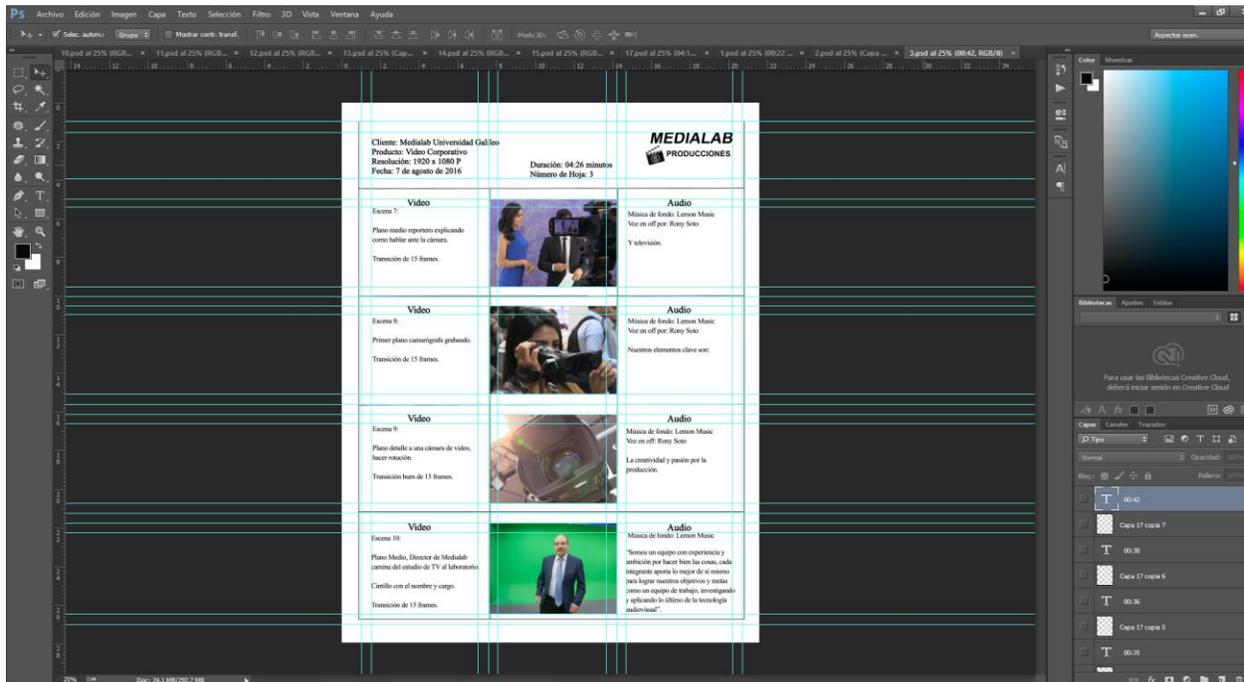
Para la realización de la digitalización de bocetos se utilizó el programa Adobe Photoshop CC, se recortaron las fotografías para que cazaran con el cuadro que estaba predeterminado para colocar la imagen.



Diagramación del story board hoja tamaño carta con tipografía Times New Roman.



Diagramación del story board hoja tamaño carta con tipografía Times New Roman.



Diagramación del story board hoja tamaño carta con tipografía Times New Roman.

7.4 Propuesta preliminar

<p> Ciente: Medialab Universidad Galileo Producto: Video Corporativo Resolución: 1920 x 1080 P Fecha: 7 de agosto de 2016 </p>	<p> Duración: 04:26 minutos Número de Hoja: 1 </p>	
<p> Video Animación con el logotipo de la Universidad Galileo, usar tomas de videos en plano general. Al finalizar video colocar un transition burn. </p>		<p> Audio Música de fondo: Lemon Music. Nivel alto. </p>
<p> Video Time-Lapse desde la entrada de la Universidad Galileo hasta el laboratorio de Multimedia. </p>		<p> Audio Música de fondo: Lemon Music. </p>
<p> Video Escena 1: Plano general del laboratorio de Medialab, panco de izquierda a derecha. Transición de 15 frames. </p>		<p> Audio Voz en off por: Rony Soto Medialab es un laboratorio de multimedia especializado Música de fondo: Lemon Music </p>
<p> Video Escena 2: Plano over the shoulder, camarógrafo grabando, de fondo sale el croma. Transición 15 frames. </p>		<p> Audio Voz en off por: Rony Soto en la grabación. Música de fondo: Lemon Music </p>

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 2



<p>Video</p> <p>Escena 3: Plano over the shoulder, productor mostrando un video.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Locución por: Rony Soto Y edición de video</p>
<p>Video</p> <p>Escena 4: Plano medio en la pantalla de la cámara, luego paneo de izquierda a derecha que muestra a la conferencista.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Locución por: Rony Soto</p> <p>Como soporte a los cambios.</p>
<p>Video</p> <p>Escena 5: Plano general del las computadoras del laboratorio de Multimedia, paneo de izquierda a derecha.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Locución por: Rony Soto</p> <p>Educativos y tecnológicos, haciendo uso del.</p>
<p>Video</p> <p>Escena 6: Plano general alumnos que reciben clases.</p> <p>Transición de 15 segundos.</p>	 <p>00:33</p>	<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Locución por: Rony Soto</p> <p>diseño, multimedia, radio.</p>

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 3



<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 7:</p> <p>Plano medio reportero que explica cómo hablar ante la cámara.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Voz en off por: Rony Soto</p> <p>Y televisión.</p>
<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 8:</p> <p>Primer plano camarógrafa que graba.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Voz en off por: Rony Soto</p> <p>Nuestros elementos clave son:</p>
<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 9:</p> <p>Plano detalle a una cámara de video, hacer rotación.</p> <p>Transición burn de 15 frames.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Voz en off: Rony Soto</p> <p>La creatividad y pasión por la producción.</p>
<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 10:</p> <p>Plano Medio, Director de Medialab camina del estudio de TV al laboratorio.</p> <p>Cintillo con el nombre y cargo.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>“Somos un equipo con experiencia y ambición por hacer bien las cosas, cada integrante aporta lo mejor de sí mismo para lograr nuestros objetivos y metas como un equipo de trabajo, investigando y aplicando lo último de la tecnología audiovisual”.</p>

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 4

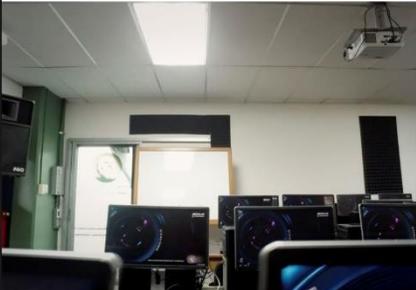


<p>Video</p> <p>Escena 11:</p> <p>Plano medio, paneo de izquierda a derecha con movimiento de cámara.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Músic Voz en off: Rony Soto</p> <p>Medialab nace un 31 de agosto del 2002 creado por el</p>
<p>Video</p> <p>Escena 12:</p> <p>Plano medio, Dr. Eduardo Suger en su oficina.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Músic Voz en off: Rony Soto</p> <p>el Dr. Eduardo Suger, bajo dirección</p>
<p>Video</p> <p>Escena 13:</p> <p>Buscar toma del Ing. Aparicio en plano medio grabado en su oficina.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Músic Voz en off: Rony Soto</p> <p>bajo dirección del Ing. Miguel Emilio Aparicio</p>
<p>Video</p> <p>Escena 14:</p> <p>Plano general de la Universidad Galileo, paneo de derecha a izquierda.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Músic Voz en off: Rony Soto</p> <p>Con el propósito de brindar apoyo a la Universidad Galileo</p>

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 5



<p>Video</p> <p>Escena 15:</p> <p>Plano general de la Universidad Galileo, paneo de izquierda a derecha.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Voz en off por: Rony Soto</p> <p>Y sus facultades.</p>
<p>Video</p> <p>Escena 16:</p> <p>Plano general del laboratorio, cámara en movimiento de izquierda a derecha.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Voz en off por: Rony Soto</p> <p>cuenta con un laboratorio de medios y nuevas tecnologías de la comunicación para ayudar</p>
<p>Video</p> <p>Escena 17:</p> <p>Plano general de la Universidad Galileo puente del tercer nivel, paneo de derecha a izquierda.</p> <p>Transition burn de 15 frames.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Voz en off por: Rony Soto</p> <p>Y sus facultades.</p>
<p>Video</p> <p>Escena 18:</p> <p>Plano general, recorrido del jardín de la Universidad.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Voz en off por: Rony Soto</p>

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 6



<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 19:</p> <p>Plano general, tilt de arriba a abajo en el jardín de la Universidad.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Voz en off por: Rony Soto</p>
<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 20:</p> <p>Plano general, recorrido de derecha a izquierda en la torre III.</p> <p>Transición burn de 15 frames.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Voz en off por: Rony Soto</p>
<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 21:</p> <p>Plano general del laboratorio de Multimedia, zoom out.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Voz en off por: Rony Soto</p> <p>Parte de nuestra misión es satisfacer las necesidades de educación audiovisual</p>
<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 22:</p> <p>Plano general exteriores de la Universidad Galileo, panco de derecha a izquierda.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Voz en off por: Rony Soto</p> <p>de Universidad Galileo y sus aliados estratégicos</p>

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 7



<p>Video</p> <p>Escena 23:</p> <p>Peneo de izquierda a derecha, plano medio.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Voz en of por: Rony Soto</p> <p>a través de medios digitales en nuevas plataformas tecnológicas.</p>
<p>Video</p> <p>Escena 24:</p> <p>Plano medio, camarógrafo hace conteo, luego graba a reportera y voltea a ver a la cámara.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>En Medialab ofrecemos los siguientes servicios:</p>
<p>Video</p> <p>Escena 25:</p> <p>Plano medio, persona que entrevista.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>Reportajes</p>
<p>Video</p> <p>Escena 26:</p> <p>Plano medio, persona que graba locución.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>Edición de audio y video.</p>

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 8



<p>Video</p> <p>Escena 27:</p> <p>Plano medio, persona que transmite en tiempo real.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>Transmisiones en tiempo real.</p>
<p>Video</p> <p>Escena 28:</p> <p>Plano general en la conferencia que se impartirá en el salón 401 con el Dr. Eduardo Suger.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>Circuito Cerrado.</p>
<p>Video</p> <p>Escena 29:</p> <p>Plano over the shoulder, persona que edita.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>Edición de material audiovisual.</p>
<p>Video</p> <p>Escena 30:</p> <p>Plano medio, Director del laboratorio de multimedia que imparte clases.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>Y video conferencias.</p>

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 9



<p>Video</p> <p>Escena 31:</p> <p>Plano medio, camarógrafo que habla a la cámara.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>Y para ellos contamos con equipo técnico y tecnológico y lo más importante el recurso humano.</p>
<p>Video</p> <p>Escena 32:</p> <p>Plano medio, persona que fotografía, movimiento de cámara de derecha a izquierda.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p>
<p>Video</p> <p>Escena 33:</p> <p>Plano general, colaboradores del laboratorio a quienes fotografian.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p>
<p>Video</p> <p>Escena 34:</p> <p>Plano general, Director y editor que ven a la cámara principal.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p>

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 10



Video

Escena 35:

Plano medio, reportero que presenta los servicios.



Audio

Música de fondo: Lemon Music

En Medialab le hemos dado cobertura a eventos variados la mayoría internos y algunos externos por ejemplo:

Video

Escena 36:

Plano medio, alumnas que reciben clases en el laboratorio.



Audio

Música de fondo: Lemon Music

las clases,

Video

Escena 37:

Plano general, Director de Medialab que imparte clases en un salón.



Audio

Música de fondo: Lemon Music

los cursos presenciales y virtuales y también

Video

Escena 38:

Plano detalle a la pantalla de la cámara en donde se vea el Director de Medialab,



Audio

Música de fondo: Lemon Music

seminarios, conferencias y concursos

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 11



<p>Video</p> <p>Escena 39:</p> <p>Plano detalle a la pantalla de la cámara en donde se vea el Director de Medialab,</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>así como el concurso científico Galileo,</p>
<p>Video</p> <p>Escena 40:</p> <p>Plano detalle a la pantalla de la cámara en donde se vea el Director de Medialab,</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>el foro de innovación tecnológica FIT,</p>
<p>Video</p> <p>Escena 41:</p> <p>Plano medio, modelo que camina en la pasarela.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>pasarelas de modelaje</p>
<p>Video</p> <p>Escena 42:</p> <p>Plano medio, modelo que camina en pasarela.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>de visagismo</p>

Cliete: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 12



<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 43:</p> <p>Plano medio, modelo que camina en la pasarela.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music y esteticismo</p>
<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 44:</p> <p>Plano medio, modelo que interpreta a un personaje en la pasarela.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music y los externos como:</p>
<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 45:</p> <p>Plano medio, ganadoras que presentan sus trofeos.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music copa mundo maya</p>
<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 46:</p> <p>Plano general, persona que juega en torneo de Tenis.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music copa Universidad Galileo</p>

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 13



<p>Video</p> <p>Escena 47:</p> <p>Plano medio, ganadora que habla hacia la cámara.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>Miss Guatemala Latina,</p>
<p>Video</p> <p>Escena 48:</p> <p>Plano americano, concursantes sonríen a las cámaras.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>Miss Guatemala Universo,</p>
<p>Video</p> <p>Escena 49:</p> <p>Plano general, concursantes que saludan a la cámara.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>Miss Mundo Guatemala,</p>
<p>Video</p> <p>Escena 50:</p> <p>Plano general, persona que entrevista a conferencista.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>y Telecombreak</p>

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 14



<p>Video</p> <p>Escena 51:</p> <p>Plano medio, reportero que habla a la cámara.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music entre otros.</p>
<p>Video</p> <p>Escena 52:</p> <p>Plano medio, persona que habla a la cámara.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>Contamos con personal altamente calificado en las áreas de: diseño gráfico,</p>
<p>Video</p> <p>Escena 53:</p> <p>Plano medio, camarógrafo que graba.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>camarografía,</p>
<p>Video</p> <p>Escena 54:</p> <p>Plano medio, persona que edita, zoom in a la computadora.</p>		<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>edición audiovisual, web master,</p>

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 15



<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 55:</p> <p>Plano medio, persona que edita, Tilt de abajo para arriba.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music productores,</p>
<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 56:</p> <p>Plano medio, persona que entrevista.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music y reporteros.</p>
<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 57:</p> <p>Plano medio, camarógrafo que graba en el estudio.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Locución por: Rony Soto.</p> <p>Nuestra visión es contribuir</p>
<p style="text-align: center;">Video</p> <p>Escena 58:</p> <p>Plano general, persona que imparte clases.</p>		<p style="text-align: center;">Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Locución por: Rony Soto.</p> <p>al desarrollo del país y a la academia en el ámbito profesional y educativo.</p>

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 16



Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 17



Video

Escena 63:

Plano medio, recorrido de derecha a izquierda.



Audio

Música de fondo: Lemon Music

Video

Escena 64:

Plano general, time lapse de la Universidad, animación del logo de la Universidad y número de teléfono.



Audio

Música de fondo: Lemon Music

Video

Escena 65:

Créditos



Audio

Música de fondo: Lemon Music

Video

Escena 66:

Animación del imagotipo de Medialab.



Audio

Música de fondo: Lemon Music

CAPÍTULO VIII

Validación técnica

Capítulo VIII Validación Técnica

Se realizó una propuesta audiovisual con la que se realizó la pre-validación, con expertos de la Universidad Galileo, Directores, Decanos, Vicedecanos, Catedráticos, Editores, Camarógrafos y Productores.

Para lograr el impacto deseado, se requiere la opinión de varios expertos en el tema. Se tomó en cuenta la información encontrada para la investigación.

El trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará un enfoque cuanti y cualitativo. El primero es una herramienta que servirá para cuantificar los resultados de la encuesta. El enfoque cualitativo servirá para evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta preliminar.

8.1 Población y Muestreo

La herramienta utilizada fue una encuesta de respuestas múltiples y se validó con 1 cliente, 3 expertos y 10 personas del grupo objetivo.

Se realizó un instrumento de validación, enfocado en el área de comunicación y diseño.

- Parte Objetiva
- Parte Semiológica
- Parte Operativa

Con las que se pretende:

- Comprobar que el video corporativo cumpla con las características de video y audio.
- Comprobar que el video corporativo cumpla con los objetivos planteados.

Para la validación del proyecto fue necesario reunir las opiniones de los grupos de personas.

Cliente	1
Expertos	3
Grupo Objetivo	10

En total fueron 14 personas encuestadas, con el fin de verificar el cumplimiento de los objetivos planteados, asimismo los cambios que ayudarán a mejorar el video corporativo.

8.2 Método e instrumentos

Para la validación del video corporativo fue indispensable el apoyo de la encuesta como herramienta de investigación, que permitirá obtener información para la correcta utilización del video corporativo que será útil para el laboratorio de Multimedia –Medialab-. La encuesta está conformada por quince preguntas, que están divididas en tres importantes áreas.

La parte objetiva responde al objetivo general y específicos del proyecto. La parte semiológica está conformada por elementos visuales, auditivos y gráficos. La parte operativa está integrada con el cumplimiento de los objetivos.

8.2.1 Para la validación se utilizó la herramienta Encuesta

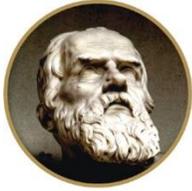
Según Staton, Etzel y Walker, una encuesta consiste en reunir datos entrevistados a la gente, mientras que para Richard L. Sandhusen, las encuestas obtienen información sistemáticamente a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo.

- Las encuestas son una de las escasas técnicas que se dispone para el estudio de actitudes, valores, creencias y motivos.
- Las técnicas de encuestas se adaptan a todo tipo de información y a cualquier población.

- Las encuestas se adaptan a todo tipo de información sobre sucesos acontecidos a los entrevistados.
- Las encuestas permiten estandarizar los datos para un análisis posterior, al obtener gran cantidad de datos a precio bajo y en un periodo de tiempo corto.

Existen diferentes tipos de encuesta y distintos medios para hacerla.

- Encuestas por correo electrónico: Consiste en el envío de un cuestionario a los potenciales encuestados, solicitarles que lo llenen y lo devuelvan completo.
- Encuestas en el centro de trabajo: Se utiliza cuando se desea obtener información de determinado colectivo profesional.
- Encuestas en establecimientos: Se trata de obtener información en tiendas y supermercados, etc.
- Encuestas cara a cara: Consiste en entrevistas directas y personales con cada encuestado.



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

UNIVERSIDAD GALILEO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRÁFICO
PROYECTO DE TESIS

Nombre: _____

Profesión: _____

Puesto: _____

Edad: _____

Género: F

M

Experto:

Cliente:

Grupo Objetivo:

Encuesta de Validación del proyecto de Tesis

Producción de un video corporativo para promover los servicios de grabación y edición de video que ofrece el laboratorio multimedia –Medialab- a las diferentes unidades académicas de Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala 2017.

Antecedentes:

El laboratorio de Multimedia -Medialab- fue creado el 31 de agosto del 2002 por el Dr. Eduardo Suger, bajo la dirección del Ingeniero Miguel Emilio Aparicio, tras el fallecimiento del Ing. Aparicio se nombró Director al Licenciado David Castillo en el año 2014.

Con el material audiovisual se espera que más personas conozcan sobre los servicios de grabación y video que ofrece Medialab para las distintas actividades de Universidad Galileo.

Por favor, marque con una X la respuesta según su consideración

Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario la producción de un video corporativo para el laboratorio de Multimedia, con el objetivo de darse a conocer con las distintas unidades académicas de la Universidad Galileo?

SI _____

NO _____

2. ¿Cree que es importante la recopilación de información y material para la elaboración del audiovisual?

SI _____

NO _____

3. ¿Considera importante entrevistar al personal del laboratorio de Multimedia para incluirlos en el video?

SI _____

NO _____

4. ¿Considera necesario incluir en el video corporativo la presentación de los servicios de realización de reportajes, entrevistas, grabación de audio, transmisión en vivo y circuito cerrado?

SI _____

NO _____

5. ¿Según su criterio el video demuestra el trabajo que realizan en el laboratorio de Multimedia?

SI _____

NO _____

Parte Semiológica:

6. ¿La secuencia y orden del video le parece?

Muy apropiado_____ Poco apropiado_____ Nada apropiado_____

7. ¿Las tomas realizadas para el audiovisual le parecen?

Muy adecuadas_____ Adecuadas_____ Nada adecuadas_____

8. ¿Considera que el tipo de letra utilizado es acorde y legible?

Muy legible_____ Poco legible_____ Nada legible_____

9. ¿Cómo cataloga el color de los cintillos colocados en el video?

Muy adecuado_____ Adecuado_____ Nada adecuado_____

10. ¿La música de fondo le parece?

Buena_____ Regular_____ Mala_____

11. ¿El manejo de cámaras y cortes en las escenas le parece?

Muy conveniente_____ Conveniente_____ Nada conveniente_____

12. ¿El tono de voz en la locución le parece?

Mucha seriedad_____ Seriedad_____ Poca seriedad_____

Parte Operativa

13. ¿La calidad de efectos visuales le parecen?

Adecuados _____

Poco adecuados _____

Nada adecuados _____

14. ¿Los niveles de volumen y mezcla de sonido le parecieron?

Apropiados _____

Poco apropiados _____

Nada apropiados _____

15. ¿Cómo califica el material audiovisual?

Muy bueno _____

Regular _____

Malo _____

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

Observaciones:

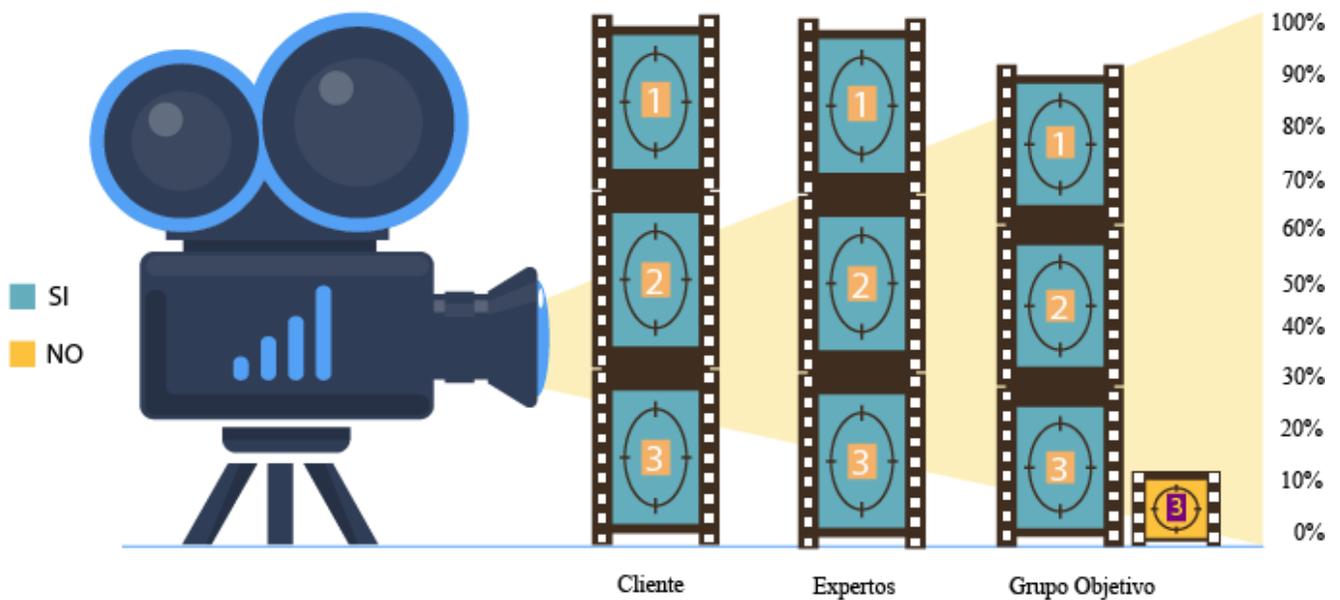
Gracias por contribuir al proyecto de tesis “Producción de un video corporativo para promover los servicios de grabación y edición de video que ofrece el laboratorio de multimedia – Medialab- a las diferentes unidades académicas de Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala 2017”.

Su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

8.3 Resultado e interpretación de resultados

Pregunta 1

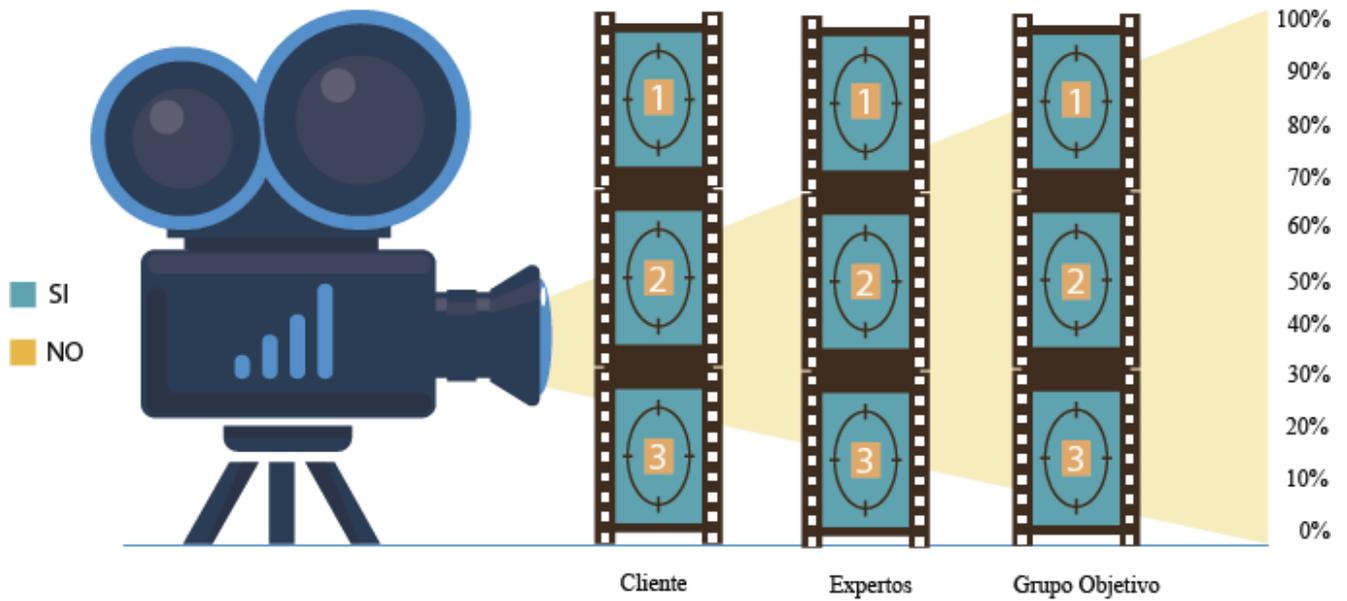
¿Considera necesario la producción de un video corporativo para el laboratorio de Multimedia, con el objetivo de darse a conocer con las distintas unidades académicas de la Universidad Galileo?



Interpretación: La mayoría de encuestados consideran que sí es necesaria la producción de un video corporativo, ya que no cuentan con uno y les servirá para dar a conocer los trabajos audiovisuales realizados.

Pregunta 2

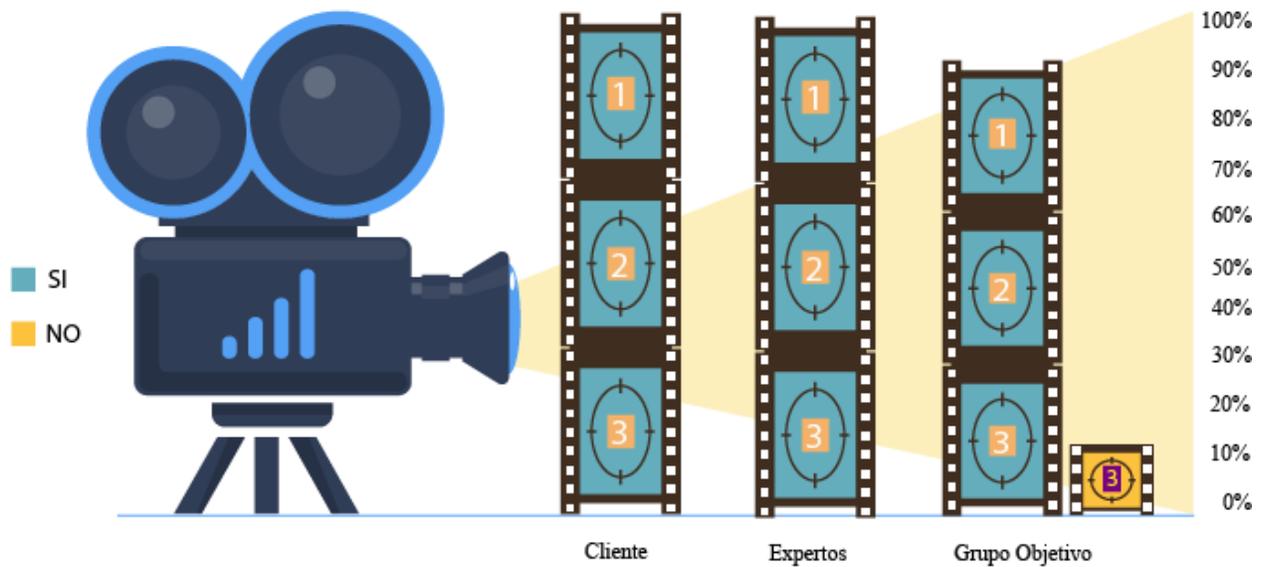
¿Cree que es importante la recopilación de información y material para la elaboración del audiovisual?



Interpretación: El 100% de los encuestados cree que es importante la recopilación de información y material para la elaboración del audiovisual.

Pregunta 3

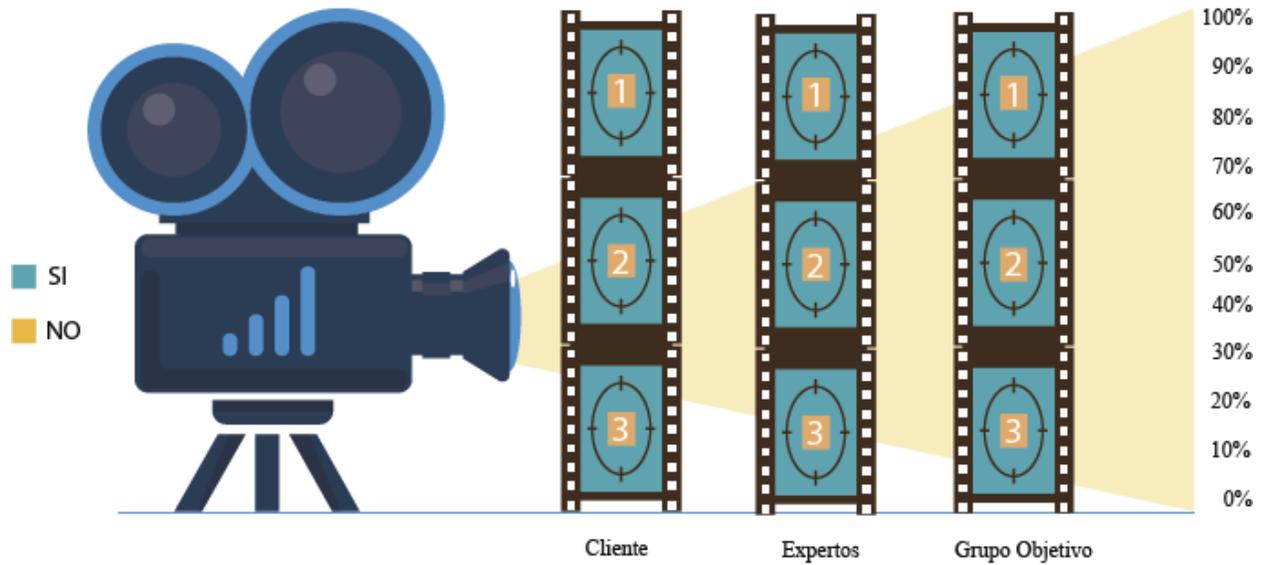
¿Considera importante entrevistar al personal del laboratorio de Multimedia para incluirlos en el video?



Interpretación: La mayoría de personas considera que es importante entrevistar al personal del laboratorio de Multimedia para incluirlos en el video.

Pregunta 4

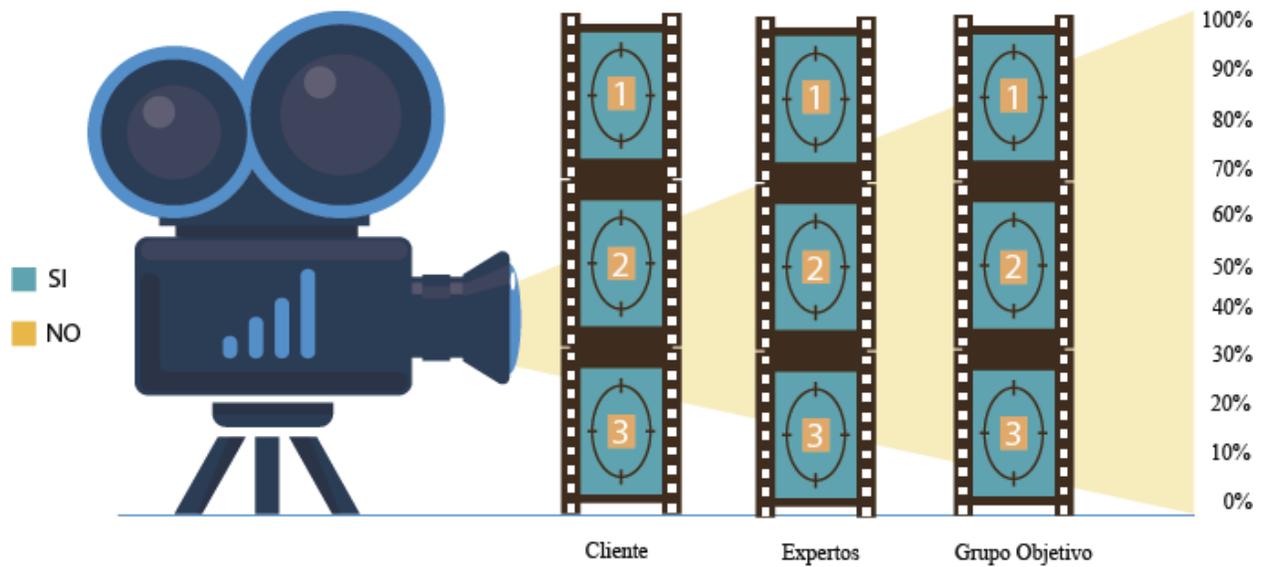
¿Considera necesario incluir en el video corporativo la presentación de los servicios de realización de reportajes, entrevistas, grabación de audio, transmisión en vivo y circuito cerrado?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario incluir en el video corporativo la presentación de los servicios de realización de reportajes, entrevistas, grabación de audio, transmisión en vivo y circuito cerrado.

Pregunta 5

¿Según su criterio el video demuestra el trabajo que realizan en el laboratorio de Multimedia?

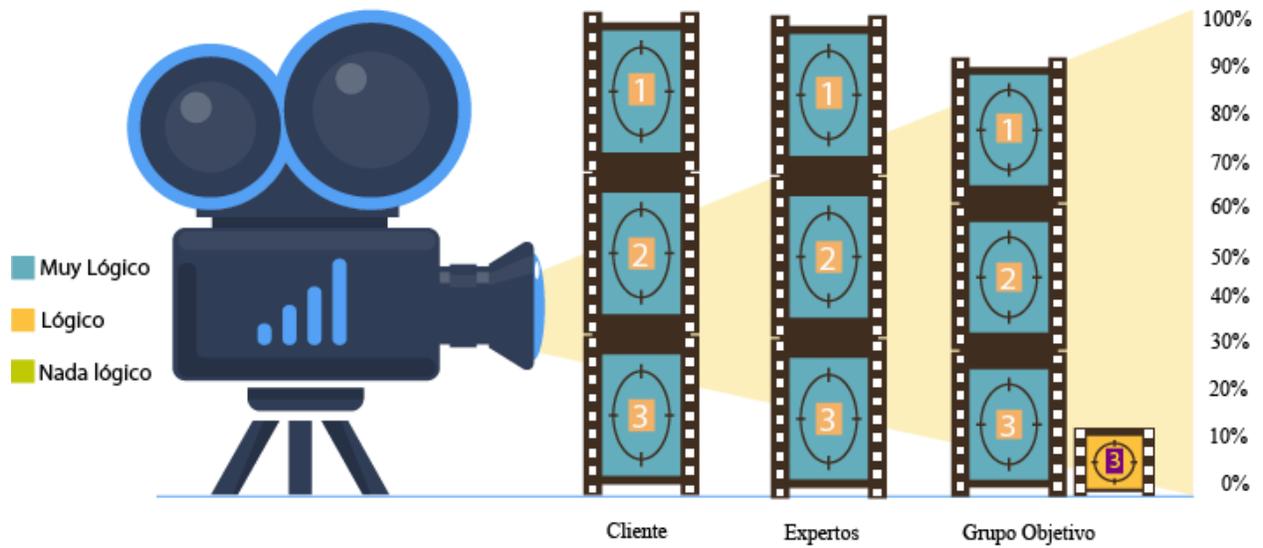


Interpretación: El 100% de las personas afirma que el video demuestra el trabajo que se realiza en el laboratorio de Multimedia.

Parte Semiológica

Pregunta 6

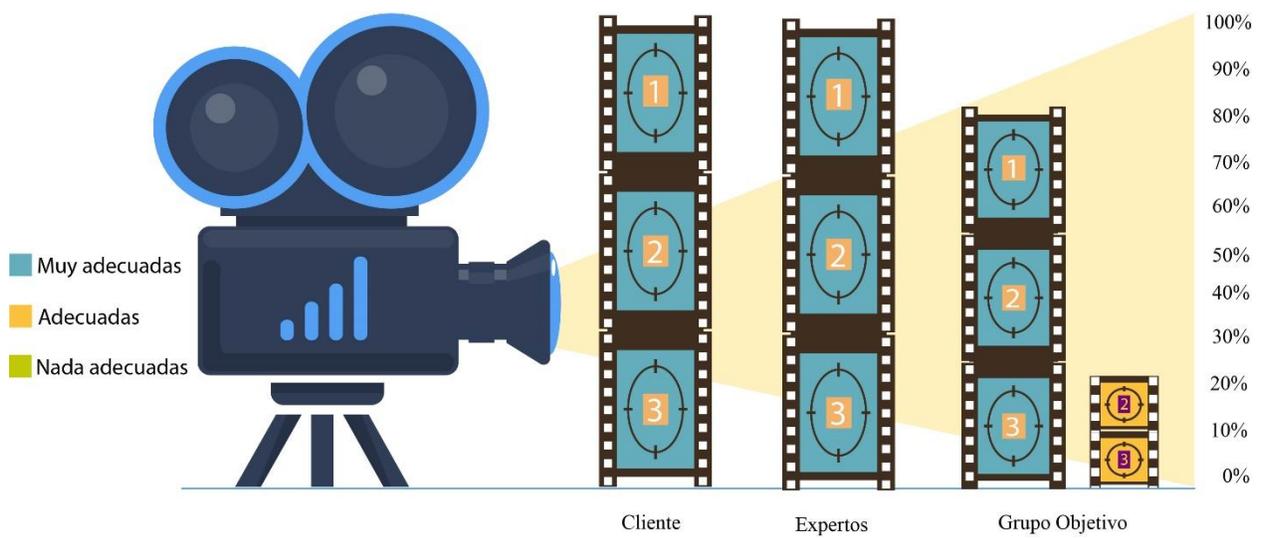
¿La secuencia y orden del video le parece?



El 90% de los encuestados cree que la secuencia y el orden del video es muy lógico.

Pregunta 7

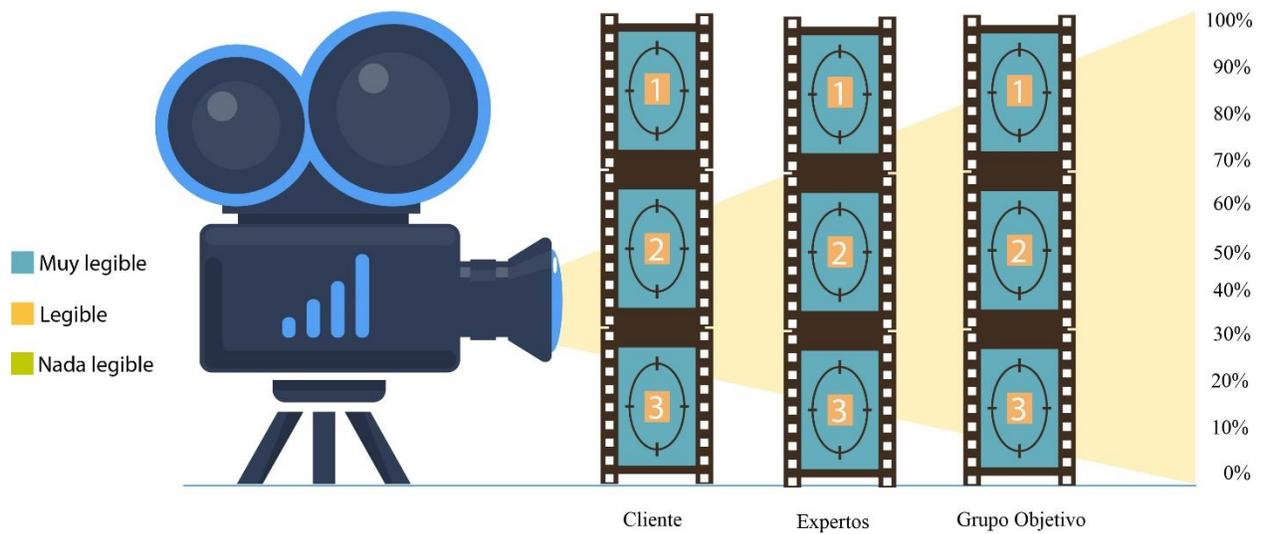
¿Las tomas realizadas para el audiovisual le parecen?



La mayoría de personas considera que las tomas realizadas para el audiovisual son muy adecuadas.

Pregunta 8

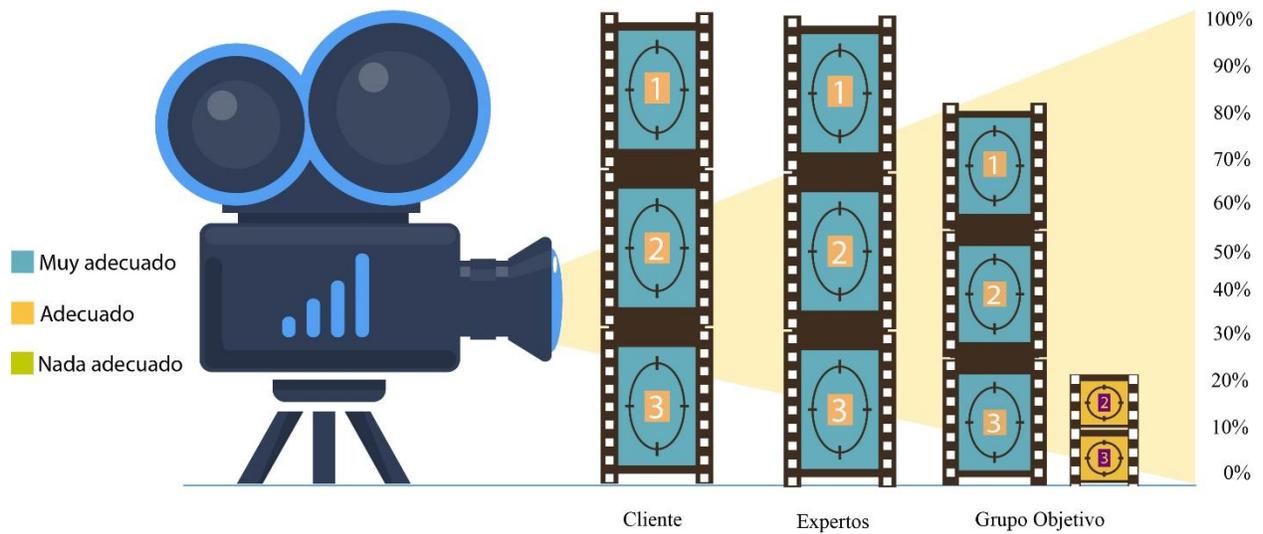
¿Considera que el tipo de letra utilizado es acorde y legible?



El 100% de las personas considera que el tipo de letra utilizado es acorde y legible en el audiovisual.

Pregunta 9

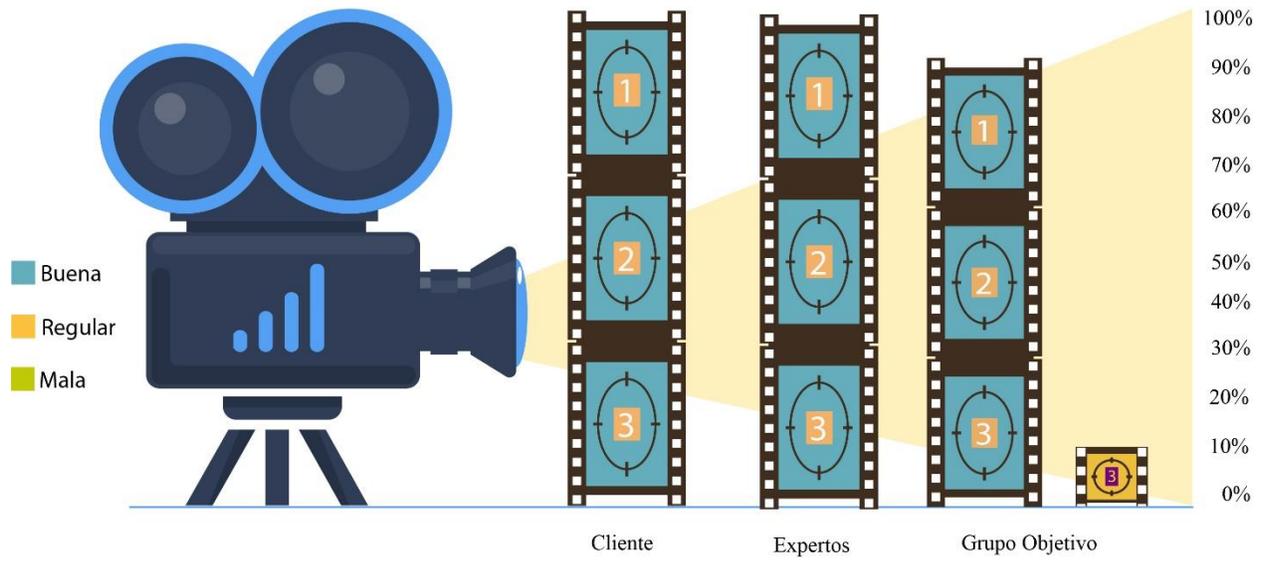
¿Cómo cataloga el color de los cintillos colocados en el video?



La mayoría de personas encuestadas considera que el color de los cintillos colocados en el video son muy adecuados.

Pregunta 10

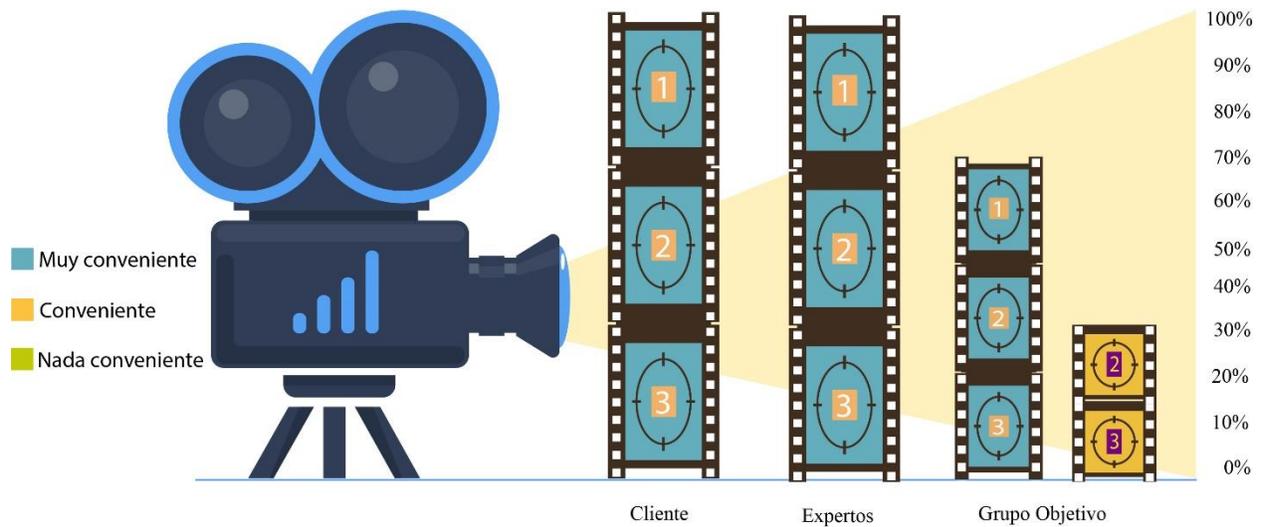
¿La música de fondo le parece?



A la mayoría de personas encuestadas les parece buena la música de fondo.

Pregunta 11

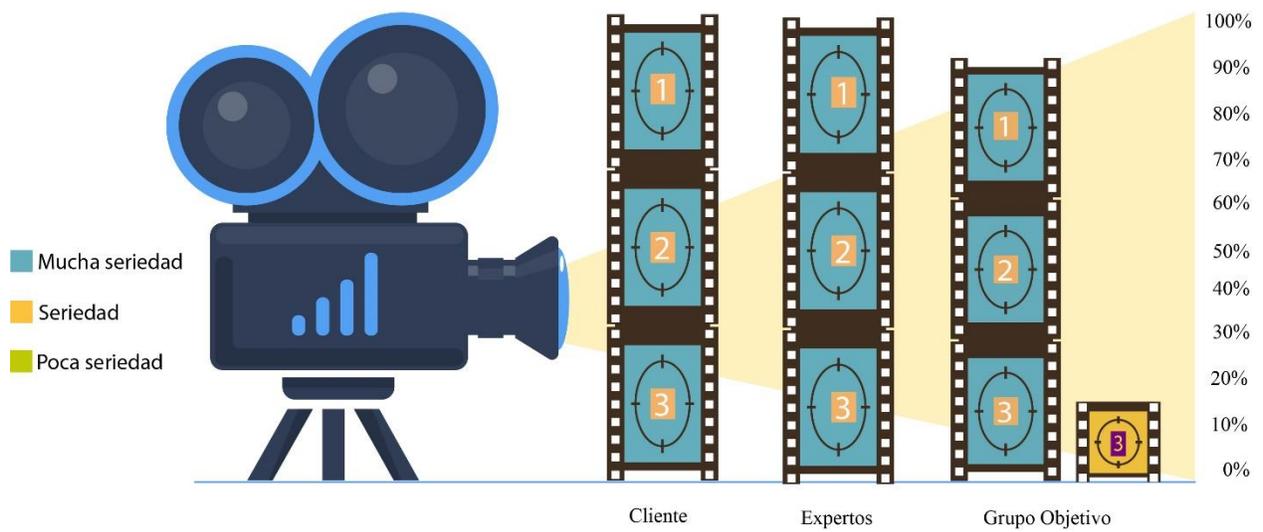
¿El manejo de cámaras y cortes en las escenas le parece?



La mayoría de personas encuestadas considera conveniente el manejo de cámaras y cortes de las escenas, mientras el 30% del grupo objetivo lo considera conveniente.

Pregunta 12

¿El tono de voz del locutor le transmite?

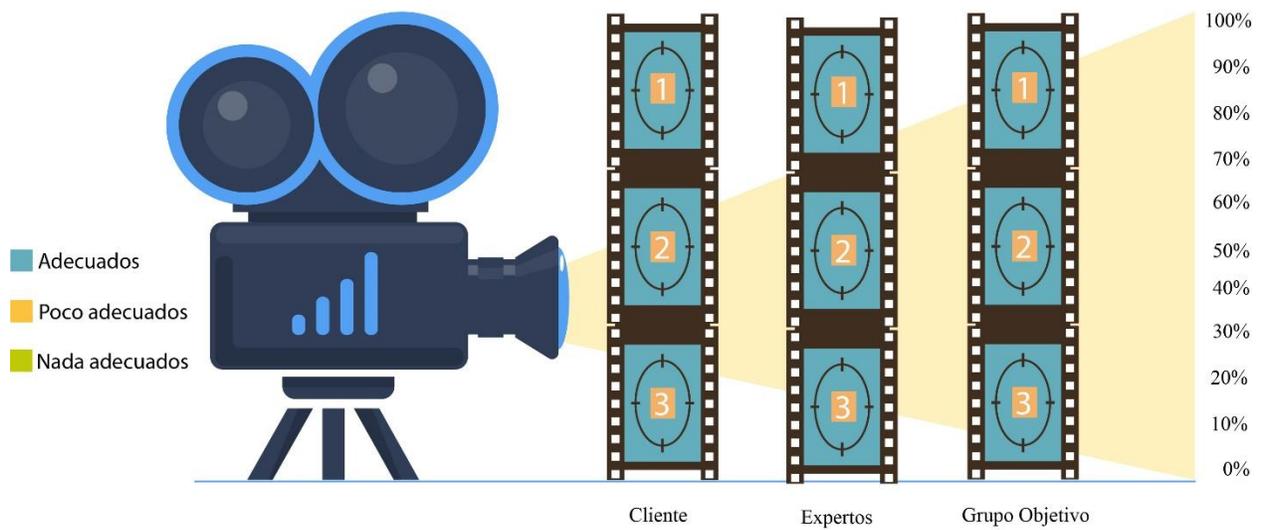


La mayoría de personas encuestadas indica que la voz del locutor le transmite mucha seguridad.

Parte Operativa

Pregunta 13

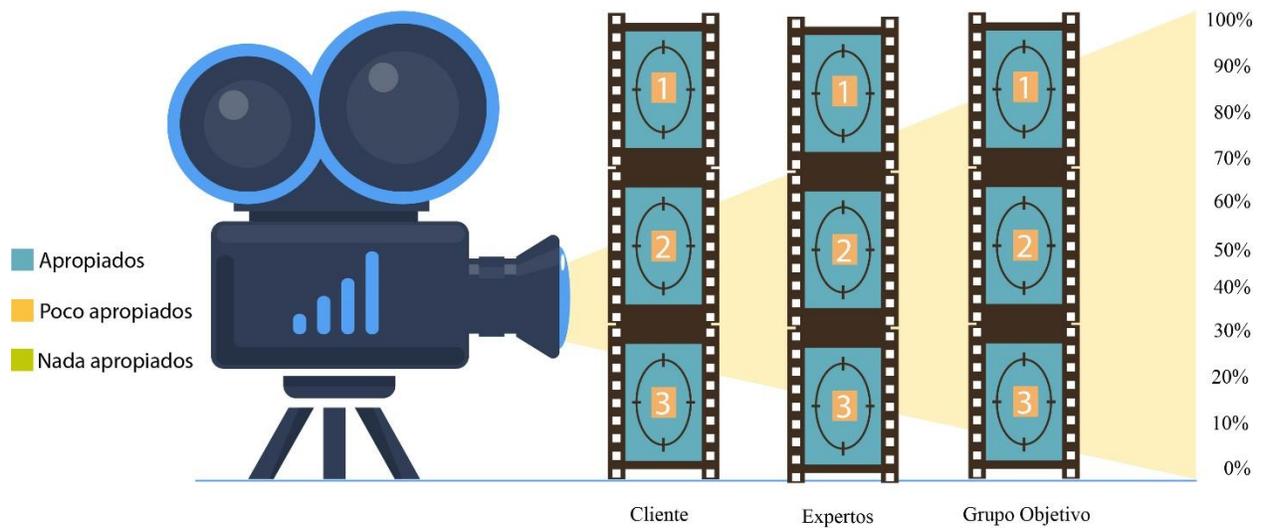
¿La calidad de efectos visuales le parece?



Al 100% de los encuestados, la calidad y efectos visuales les parecen Adecuados.

Pregunta 14

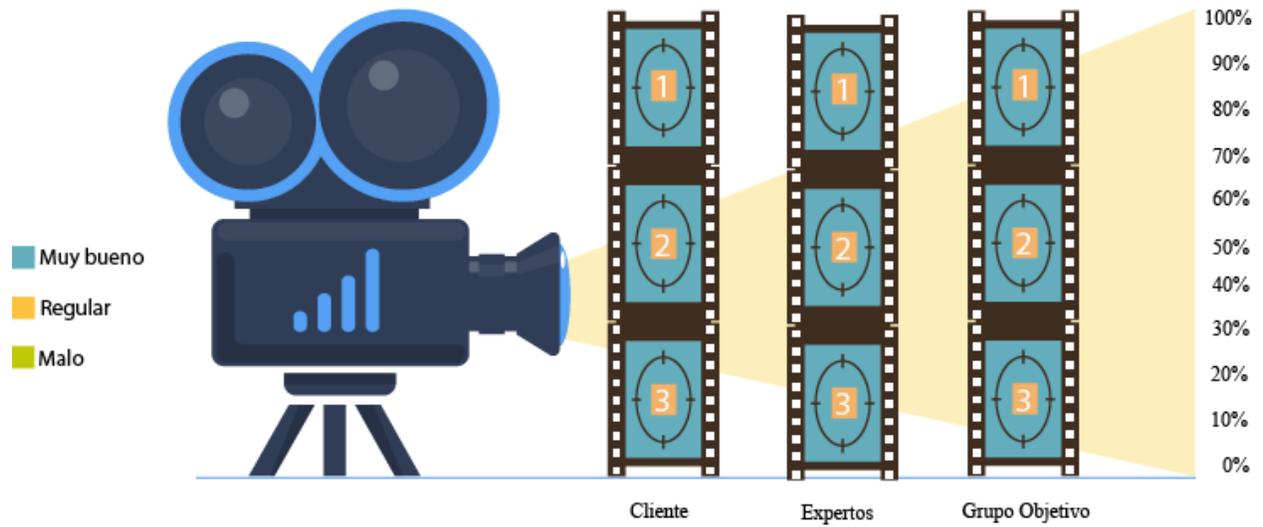
¿Los niveles de volumen y mezcla de sonido le parecieron?



Al 100% de las personas encuestadas los niveles de volumen y mezcla de sonido les pareció apropiados.

Pregunta 15

¿Cómo califica el material audiovisual?



El 100% de las personas encuestas califica muy bueno el material audiovisual.

8.4 Cambios en base a los resultados

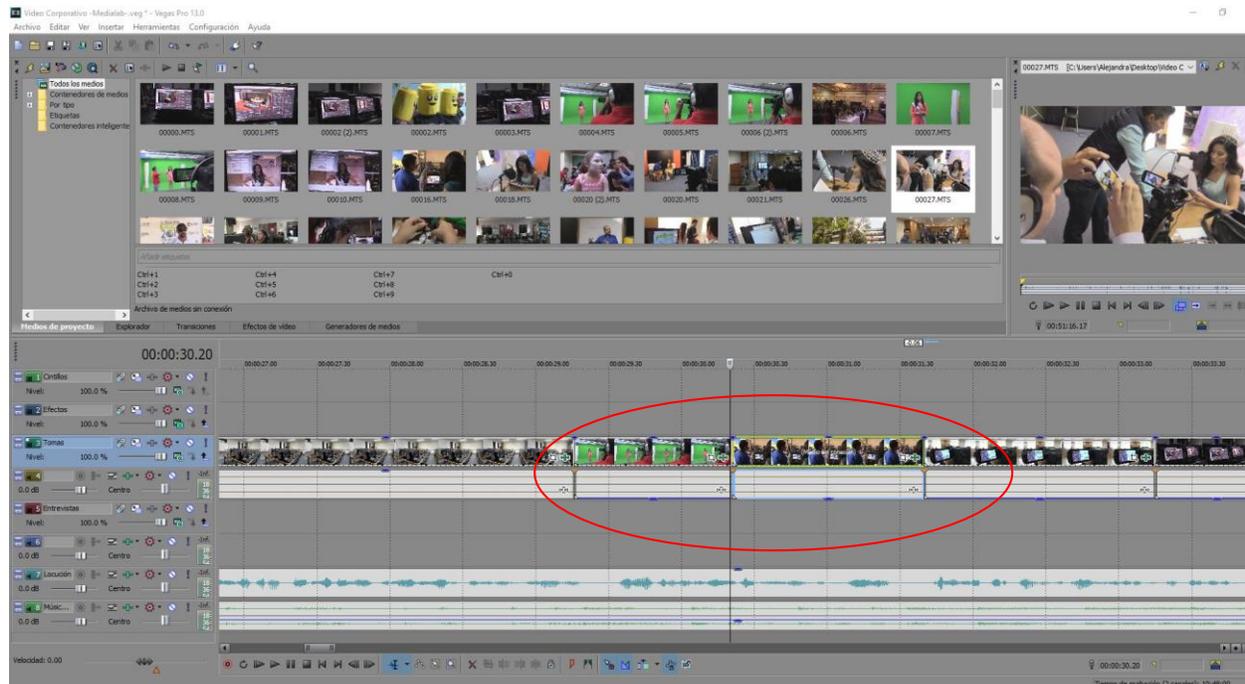
A continuación se presentan algunos de los cambios realizados en el video corporativo. Dichos cambios se realizaron en base a las observaciones y comentarios obtenidos de las encuestas.

8.4.1 Colocación de transiciones en las tomas

El 50% del grupo objetivo sugirió transiciones en los cortes de escena para que no se visualizara muy cortadas.

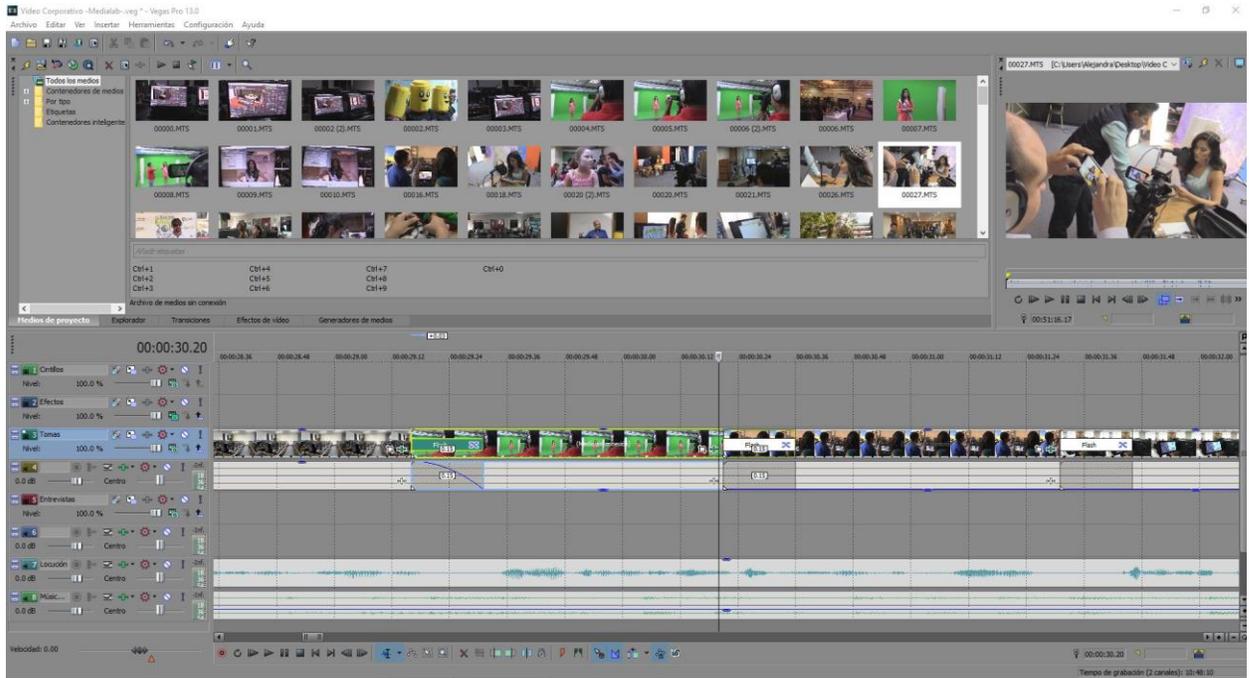
Se hicieron transiciones con efectos en la mayoría de tomas por secciones con la finalidad de hacer más dinámico el audiovisual.

Antes



El video corporativo no contaba con transiciones en las tomas.

Después



Se realizaron transiciones de 15 frames en cada toma con efectos de flash por secciones.

CAPÍTULO IX

Propuesta gráfica final



Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Después de validar el material audiovisual con el cliente, expertos y grupo objetivo, se realizaron los cambios necesarios para obtener un mejor video.

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 1



Video

Animación con el logotipo de la Universidad Galileo, usar tomas de videos en plano general.
Al finalizar video colocar un transition burn.



00:00

Audio

Música de fondo: Lemon Music.
Nivel alto.

Video

Time-Lapse desde la entrada de la Universidad Galileo hasta el laboratorio de Multimedia.



00:05

Audio

Música de fondo: Lemon Music.

Video

Escena 1:
Plano general del laboratorio de Medialab, paneo de izquierda a derecha.
Transición de 15 frames.



00:22

Audio

Voz en off por: Rony Soto
Medialab es un laboratorio de multimedia especializado
Música de fondo: Lemon Music

Video

Escena 2:
Plano over the shoulder, camarógrafo grabando, de fondo sale el croma.
Transición 15 frames.



00:26

Audio

Voz en off por: Rony Soto en la grabación.
Música de fondo: Lemon Music

Ciente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 12 de octubre de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 2



Video

Escena 3:
Plano over the shoulder, productor mostrando un video.

Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Locución por: Rony Soto
Y edición de video

Video

Escena 4:
Plano medio en la pantalla de la cámara, luego paneo de izquierda a derecha que muestra a la conferencista.

Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Locución por: Rony Soto

Como soporte a los cambios.

Video

Escena 5:
Plano general del las computadoras del laboratorio de Multimedia, paneo de izquierda a derecha.

Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Locución por: Rony Soto

Educativos y tecnológicos, haciendo uso del.

Video

Escena 6:
Plano general alumnos que reciben clases.

Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Locución por: Rony Soto

diseño, multimedia, radio.

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 12 de octubre de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 3



<p>Video</p> <p>Escena 7:</p> <p>Plano medio reportero que explica cómo hablar ante la cámara.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>	 <p>00:35</p>	<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Voz en off por: Rony Soto</p> <p>Y televisión.</p>
<p>Video</p> <p>Escena 8:</p> <p>Primer plano camarógrafa que graba.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>	 <p>00:36</p>	<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Voz en off por: Rony Soto</p> <p>Nuestros elementos clave son:</p>
<p>Video</p> <p>Escena 9:</p> <p>Plano detalle a una cámara de video, hacer rotación.</p> <p>Transición burn de 15 frames.</p>	 <p>00:38</p>	<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music Voz en off: Rony Soto</p> <p>La creatividad y pasión por la producción.</p>
<p>Video</p> <p>Escena 10:</p> <p>Plano Medio, Director de Medialab camina del estudio de TV al laboratorio.</p> <p>Cintillo con el nombre y cargo.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>	 <p>00:42</p>	<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music</p> <p>“Somos un equipo con experiencia y ambición por hacer bien las cosas, cada integrante aporta lo mejor de sí mismo para lograr nuestros objetivos y metas como un equipo de trabajo, investigando y aplicando lo último de la tecnología audiovisual”.</p>

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 12 de octubre de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 4



Video

Escena 11:

Plano medio, paneo de izquierda a derecha con movimiento de cámara.

Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Voz en off: Rony Soto

Medialab nace un 31 de agosto del 2002 creado por el

Video

Escena 12:

Plano medio, Dr. Eduardo Suger en su oficina.

Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Voz en off: Rony Soto

el Dr. Eduardo Suger, bajo dirección

Video

Escena 13:

Buscar toma del Ing. Aparicio en plano medio grabado en su oficina.

Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Voz en off: Rony Soto

bajo dirección del Ing. Miguel Emilio Aparicio

Video

Escena 14:

Plano general de la Universidad Galileo, paneo de derecha a izquierda.

Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Voz en off: Rony Soto

Con el propósito de brindar apoyo a la Universidad Galileo

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 5



Video

Escena 15:

Plano general de la Universidad Galileo, paneo de izquierda a derecha.

Transición de 15 frames.



01:12

Audio

Música de fondo: Lemon Music
Voz en off por: Rony Soto

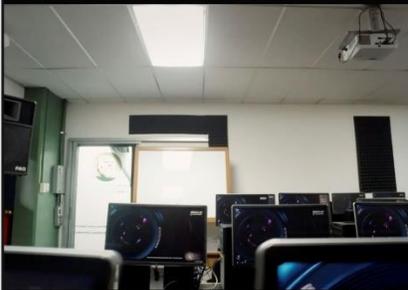
Y sus facultades.

Video

Escena 16:

Plano general del laboratorio, cámara en movimiento de izquierda a derecha.

Transición de 15 frames.



01:14

Audio

Música de fondo: Lemon Music
Voz en off por: Rony Soto

cuenta con un laboratorio de medios y nuevas tecnologías de la comunicación para ayudar

Video

Escena 17:

Plano general de la Universidad Galileo puente del tercer nivel, paneo de derecha a izquierda.

Transition burn de 15 frames.



01:20

Audio

Música de fondo: Lemon Music
Voz en off por: Rony Soto

Y sus facultades.

Video

Escena 18:

Plano general, recorrido del jardín de la Universidad.

Transición de 15 frames.



01:25

Audio

Música de fondo: Lemon Music
Voz en off por: Rony Soto

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 7 de agosto de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 6



Video

Escena 19:

Plano general, tilt de arriba a abajo en el jardín de la Universidad.

Transición de 15 frames.



01:28

Audio

Música de fondo: Lemon Music
Voz en off por: Rony Soto

Video

Escena 20:

Plano general, recorrido de derecha a izquierda en la torre III.

Transición burn de 15 frames.



01:31

Audio

Música de fondo: Lemon Music
Voz en off por: Rony Soto

Video

Escena 21:

Plano general del laboratorio de Multimedia, zoom out.

Transición de 15 frames.



01:36

Audio

Música de fondo: Lemon Music
Voz en off por: Rony Soto

Parte de nuestra misión es satisfacer las necesidades de educación audiovisual

Video

Escena 22:

Plano general exteriores de la Universidad Galileo, paneo de derecha a izquierda.

Transición de 15 frames.



01:41

Audio

Música de fondo: Lemon Music
Voz en off por: Rony Soto

de Universidad Galileo y sus aliados estratégicos

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 12 de octubre de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 7



Video

Escena 23:

Peneo de izquierda a derecha, plano medio.

Transición bum de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Voz en of por: Rony Soto

a través de medios digitales en nuevas plataformas tecnológicas.

Video

Escena 24:

Plano medio, camarógrafo que cuenta, luego graba a reportera y voltea a ver a la cámara.

Transición de 15 frames.

Colocar cintillo a camarógrafo.



Audio

Música de fondo: Lemon Music

En Medialab ofrecemos los siguientes servicios:

Video

Escena 25:

Plano medio, persona que entrevista.

Transición de 15 frames.



Audio

Musica de fondo: Lemon Music

Reportajes

Video

Escema 26:

Plano medio, persona que graba locución.

Transición de 15 frames.



Audio

Musica de fondo: Lemon Music

Edición de audio y video.

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 12 de octubre de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 8



Video

Escena 27:

Plano medio, persona que transmite en tiempo real.

Transición de 15 frames.



01:59

Audio

Musica de fondo: Lemon Música

Transmisiones en tiempo real.

Video

Escena 28:

Plano general en la conferencia que se impartirá en el salón 401 con el Dr. Eduardo Suger.

Transición de 15 frames.



02:00

Audio

Musica de fondo: Lemon Música

Circuito Cerrado.

Video

Escena 29:

Plano over the shoulder, persona que edita.

Transición de 15 frames.



02:01

Audio

Musica de fondo: Lemon Música

Edición de material audiovisual.

Video

Escena 30:

Plano medio, Director del laboratorio de multimedia que imparte clases.

Transición de 15 frames.



02:03

Audio

Musica de fondo: Lemon Música

Y video conferencias.

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 12 de octubre de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 9



Video

Escena 31:

Plano medio, camarografo que habla a la cámara.

Transición de 15 frames con flash.



Audio

Musica de fondo: Lemon Músic

Y para ellos contamos con equipo técnico y tecnológico y lo más importante el recurso humano.

Video

Escena 32:

Plano medio, persona que fotografía, movimiento de cámara de derecha a izquierda.

Transición de 15 frames.



Audio

Musica de fondo: Lemon Músic

Video

Escena 33:

Plano general, colaboradores del laboratorio que se fotografian.

Transición de 15 frames.



Audio

Musica de fondo: Lemon Músic

Video

Escena 34:

Plano general, Director y editor que ve a la cámara principal.

Transición burn de 15 frames.



Audio

Musica de fondo: Lemon Músic

Ciente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 12 de octubre de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 10



Video

Escena 35:

Plano medio, reportero que presenta los servicios.

Transición de 15 frames.

Colocar cintillo.



Audio

Musica de fondo: Lemon Músic

En Medialab le hemos dado cobertura a eventos variados la mayoría internos y algunos externos por ejemplo:

Video

Escena 36:

Plano medio, alumnas que reciben clases en el laboratorio.

Transición de 15 frames.



Audio

Musica de fondo: Lemon Músic

las clases,

Video

Escena 37:

Plano general, Director del Medialab que imparte clases en un salón.

Transición de 15 frames.



Audio

Musica de fondo: Lemon Músic

los cursos presenciales y virtuales y también

Video

Escena 38:

Plano detalle a la pantalla de la cámara en donde se vea el Director de Medialab,

Transición de 15 frames.



Audio

Musica de fondo: Lemon Músic

seminarios, conferencias y concursos

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 12 de octubre de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 11



Video

Escena 39:
Plano detalle a la pantalla de la cámara en donde se vea el Director de Medialab,
Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
así como el concurso científico Galileo,

Video

Escena 40:
Plano detalle a la pantalla de la cámara en donde se vea el Director de Medialab,
Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
el foro de innovación tecnológica FIT,

Video

Escena 41:
Plano medio, modelo que camina en pasarela.
Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
pasarelas de modelaje

Video

Escena 42:
Plano medio, modelo que camina en pasarela.
Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
de visagismo

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 12 de octubre de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 12



<p>Video</p> <p>Escena 43:</p> <p>Plano medio, modelo que camina en pasarela.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>	 <p>02:39</p>	<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music y esteticismo</p>
<p>Video</p> <p>Escena 44:</p> <p>Plano medio, modelo que interpreta a un personaje en pasarela.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>	 <p>02:40</p>	<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music y los externos como:</p>
<p>Video</p> <p>Escena 45:</p> <p>Plano medio, ganadoras que presentan sus trofeos.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>	 <p>02:42</p>	<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music copa mundo maya</p>
<p>Video</p> <p>Escena 46:</p> <p>Plano general, persona que juega en torneo de Tenis.</p> <p>Transición de 15 frames.</p>	 <p>02:43</p>	<p>Audio</p> <p>Música de fondo: Lemon Music copa Universidad Galileo</p>

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 12 de octubre de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 13



Video

Escena 47:

Plano medio, ganadora que habla hacia la cámara.

Transición de 15 frames.



02:45

Audio

Música de fondo: Lemon Music

Miss Guatemala Latina,

Video

Escena 48:

Plano americano, concursantes que sonríen a las cámaras.

Transición de 15 frames.



02:46

Audio

Música de fondo: Lemon Music

Miss Guatemala Universo,

Video

Escena 49:

Plano general, concursantes que saludan hacia la cámara.

Transición de 15 frames.



02:48

Audio

Música de fondo: Lemon Music

Miss Mundo Guatemala,

Video

Escena 50:

Plano general, persona que entrevista a conferencista.

Transición de 15 frames.



02:50

Audio

Música de fondo: Lemon Music

y Telecombreak

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 12 de octubre de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 14



Video

Escena 51:

Plano medio, reportero que habla a la cámara.

Transición burn de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
entre otros.

Video

Escena 52:

Plano medio, persona que habla a la cámara.

Transición de 15 frames.

Colocar cintillo.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Contamos con personal altamente calificado en las áreas de: diseño gráfico,

Video

Escena 53:

Plano medio, camarógrafo que graba.

Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
camarografía,

Video

Escena 54:

Plano medio, persona que edita, zoom in a la computadora.

Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
edición audiovisual, web master,

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 12 de octubre de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 15

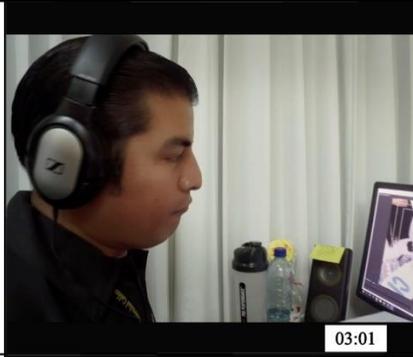


Video

Escena 55:

Plano medio, persona que edita.
Tilt de abajo para arriba.

Transición de 15 frames.



Audio

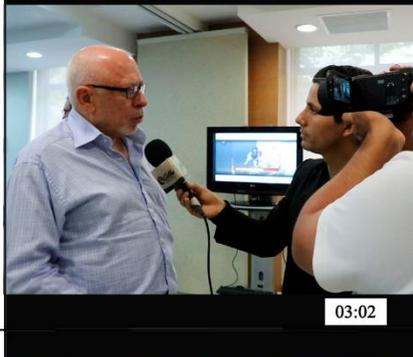
Música de fondo: Lemon Music
productores,

Video

Escena 56:

Plano medio, persona que entrevista.

Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
y reporteros.

Video

Escena 57:

Plano medio, camarógrafo que graba
en el estudio.

Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Locución por: Rony Soto.

Nuestra visión es contribuir

Video

Escena 58:

Plano general, persona que imparte
clases.

Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Locución por: Rony Soto.

al desarrollo del país y a la academia
en el ámbito profesional y educativo.

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 12 de octubre de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 16



Video

Escena 59:

Plano medio, persona que entrevista, over the shoulder.

Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Locución por: Rony Soto.

a través de la implementación de recursos digitales

Video

Escena 60:

Plano detalle en la cámara.

Transición de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Locución por: Rony Soto.

y tecnologías de la comunicación.

Video

Escena 61:

Plano medio, acercamiento al camarógrafo y al director.

Transición burn de 15 frames.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Locución por: Rony Soto.

Nuestro objetivo es revolucionar la educación por medio de los recursos tecnológicos.

Video

Escena 62:

Plano medio, presentadora que habla a la cámara.

Transición de 15 frames pasa a color negro.

Colocar cintillo.



Audio

Música de fondo: Lemon Music
Locución por: Rony Soto.

Nos gustan los retos, es por ello que innovamos y mejoramos constantemente nuestros servicios para ofrecerles un material audiovisual de calidad. Universidad Galileo. La revolución en la educación.

Cliente: Medialab Universidad Galileo
Producto: Video Corporativo
Resolución: 1920 x 1080 P
Fecha: 12 de octubre de 2016

Duración: 04:26 minutos
Número de Hoja: 17



Video

Escena 63:

Plano medio, recorrido de derecha a izquierda.

Transición de 15 frames con flash.



03:34

Audio

Música de fondo: Lemon Music

Video

Escena 64:

Plano general, time lapse de la Universidad, animación del logo de la Universidad y número de teléfono.



03:41

Audio

Música de fondo: Lemon Music

Video

Escena 65:

Créditos.

Transición de 15 frames pasa a color negro.



03:52

Audio

Música de fondo: Lemon Music

Video

Escena 66:

Animación del imago tipo de Medialab.



04:13

Audio

Música de fondo: Lemon Music

CAPÍTULO X

Producción, reproducción y distribución

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Para que el proyecto pueda cumplir su función y terminar de implementarse, es necesario contemplar los siguientes aspectos.

10.1 Plan de costos de elaboración:

Preproducción: En esta fase incluye la recopilación de información y guión.

Grabación de locución: 4 minutos (240 segundos) a Q25.00, cada segundo. Total, Q6,000.00.

Tiempo trabajado, 15 días, 4 horas diarias. Con un total de 120 horas.

Tiempo Trabajado	3 semanas
Días trabajados	15 días trabajando (5 días a la semana)
Horas trabajadas	60 horas (4 horas diarias)
Totalidad en horas	Q1,500.00
Margen de Utilidad	Q750.00
Total	Q 2,250.00

10.2 Plan de costos de producción

Producción: 2 meses, 60 días, trabajando 3 horas al día.

Tiempo Trabajado	5 semanas
Días trabajados	25 días trabajando (5 días a la semana)
Horas trabajadas	375 horas (3 horas diarias)
Total de horas trabajadas	Q. 9,375.00
Margen de Utilidad	Q. 2,343.75
Total	Q. 11,718.75

10.5. Cuadro con resumen general de costos:

Plan de costos	
Plan de costos de elaboración	Q. 2,250.00
Locución	Q. 6,000.00
Plan de costos de producción	Q. 11,718.75
Total	Q. 19,968.75

CAPÍTULO XI

Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones:

- Se logró la producción de un video corporativo para promover los servicios de grabación y edición de video que ofrece el laboratorio de Multimedia –Medialab- a las diferentes unidades académicas de Universidad Galileo.
- Se investigó a través de búsquedas en sitios web las características de guiones y contenidos corporativos para fundamentar el contenido audiovisual.
- Se recopiló la información necesaria para incluirla en el video corporativo a través de la dirección del Laboratorio de Multimedia –Medialab-.
- Se entrevistó al personal del laboratorio para incluir la experiencia que han tenido.
- Se incluyó en el video corporativo, la presentación de los servicios de realización de reportajes, entrevistas, grabación de audio, transmisión en vivo y circuito cerrado.

11.2 Recomendaciones:

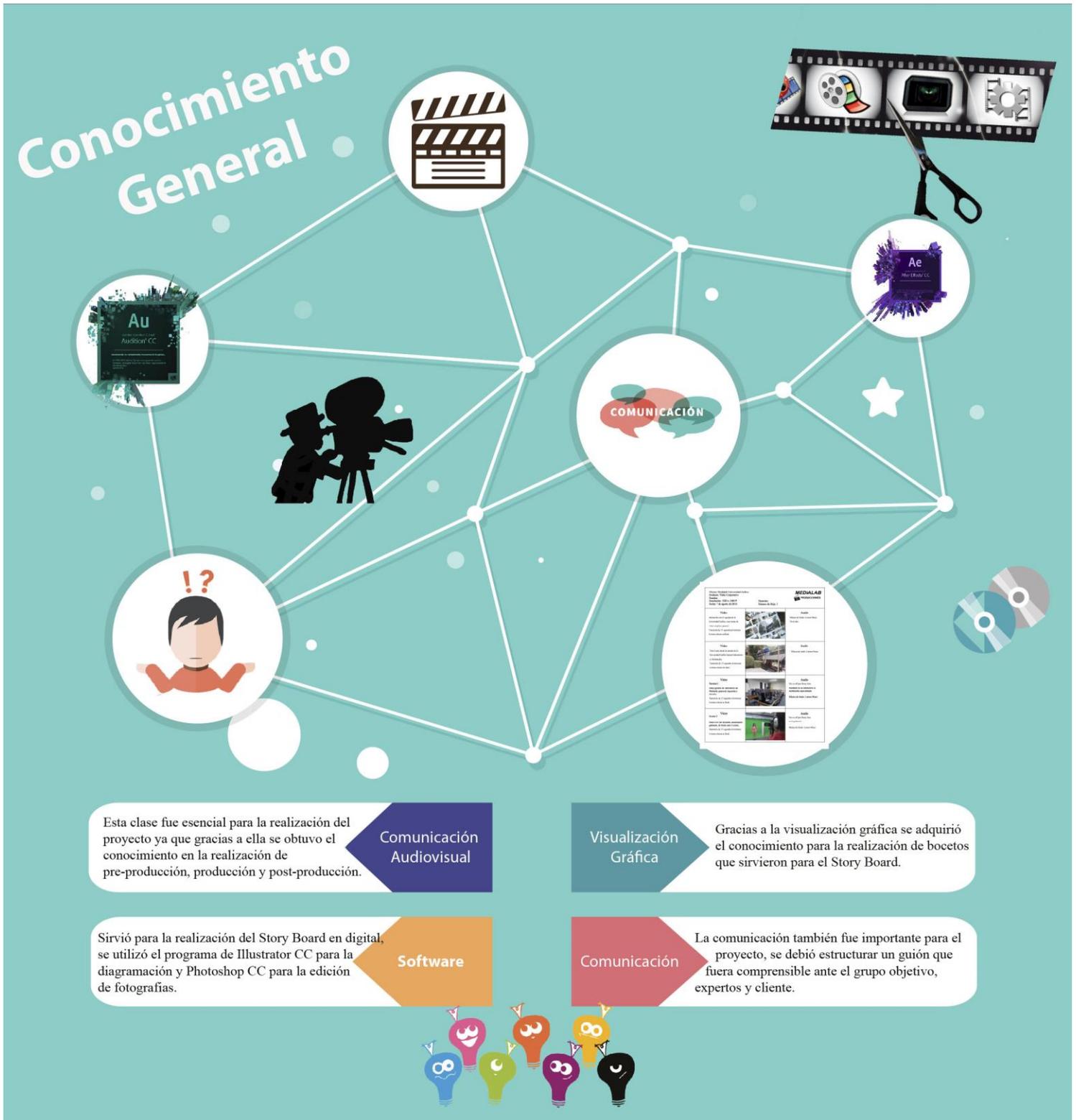
- Utilizar el video corporativo como carta de presentación para que las autoridades conozcan los servicios de grabación y edición de video que se ofrecen.
- Es necesario realizar materiales audiovisuales para la Universidad Galileo, de actividades importantes de una manera informativa.
- Coordinar más el horario del personal que labora para el laboratorio de Multimedia – Medialab- para que se involucren más en la realización de audiovisuales para las diferentes unidades académicas dentro de la Universidad.
- Subir el video a Youtube y el canal de Medialab.

CAPÍTULO XII

Conocimiento general

Capítulo XII: Conocimiento General

12.2 Demostración de conocimientos



CAPÍTULO XIII

Referencias

Capítulo XIII: Referencias Bibliográficas

13.1 Referencias Físicas

B

- Baccaro, A., & Guzmán, S. (2013). *El cine y sus lenguajes*. Quito: ISBN-978-9978-9942-2-1.
- Berlo, D. (1960). *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires: Librería "El Ateneo".
- Bourriaud, N. (2004). *Post producción La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo .

D

- DeMille, C. B. (2008). *La iluminación en el cine*.

F

- Fiske, J. (1985). *Teoría de la comunicación*. Madrid, España: Herder.
- Forero, J. (1978). La psicología del consumidor. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 12.

G

- Galeano, E. C. (1997). *Modelos de Comunicación*. Buenos Aires.
- Gómez, F. (2009). *El guión audiovisual y el trabajo del guionista teoría, técnica y creatividad*. Cantabria: Shangrila Textos Aparte.

H

- Heller, E. (2004). *Psicología del color* . Barcelona: Gustavo Gili, SL.

I

- IDEA. (2012). Información General . *Revista Futuro*, 39.

L

- Langford, M. (1990). *La fotografía paso a paso en curso completo* . Madrid: Tursen, S.A.
- Hermann Blume Ediciones.

M

- Martínez, M. (2012). *Psicología de la Comunicación*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Martínez, J. (1997). Introducción a la tecnología audiovisual Televisión, vídeo, radio.
Barcelona: Paidós Ibérica, S.A.
- Moreno, M. (2003). *Filosofía*. Sevilla: MAD, S.L.
- Mayor, A. (1977). *Psicología de la Comunicación. Monografía del Drp. de Psicología General No. 2*. Madrid: Universidad Complutense.
- Mar, F. M. (2013). Concepto de comunicación y componentes del proceso comunicativo.
efdeportes.com, 1/1.

O

- Olano Arias, O. (2004). *Acopios De Comunicación*. ISBN: 978-1-300-70579-6.

P

- Pierce, C. (1965). *La Ciencia de la Semiotica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Pierre, G. (1972). *La semiología*. México: siglo xxi editores, s.a. de c.v.

Q

- Quentin, N. (2002). *¿QUÉ ES EL DISEÑO GRÁFICO?* Barcelona: Gustavo Gili, SA.

R

- Roy, T. (2001). *Manual de montaje*. Plot Ediciones.

S

- Sambrin, M. (1986). *La Psicología de la "Gestalt"*. Barcelona: Herder.

T

- Tíscar, A. (s.f.). *Producción audiovisual*. España.

U

- Ubaldo, S. (2009). *Modelo Andragógico Fundamentos*. México D.F.: Guadalupe Ambriz

R. .

13.2 Referencias Digitales

A

- Arenas, F. (28 de noviembre de 2013). *Comunicación Unilateral y Bilateral*. Obtenido de <http://bilateralyunilateral.blogspot.com/>

B

- Belloch, C. (22 de octubre de 2012). *Vniversitat D Valencia*. Obtenido de <http://www.uv.es/bellohc/pedagogia/EVA8.wiki?3>
- Bravo, J. (enero de 2010). *El video Educativo*. Obtenido de <http://www.ice.upm.es/wps/jlbr/Documentacion/Libros/Videdu.pdf>

C

- Cabero, J. (julio de 2007). *Las necesidades de las TIC en el ámbito educativo*. Obtenido de <http://tecnologiaedu.us.es/images/stories/jca51.pdf>
- Cinemacia. (10 de Junio de 2016). *Cinemacia*. Obtenido de <http://cinemacia.es.tl/%BFque2--es-cinematografia-o-cine-f-.htm>
- Comercio, O. m. (2016). *Organizacion mundial del Comercio*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/audiovisual_s/audiovisual_s.htm
- Coseriu, E. (1951). *Introducción a la Lingüística*. Obtenido de <http://textosenlinea.com.ar/academicos/Introduccion%20a%20la%20linguistica.pdf>
- Crespo, R. (04 de enero de 2012). *Cisolo ciencia sociológica*. Obtenido de <http://cisolog.com/sociologia/que-es-la-sociologia/>

E

- EcuRed. (10 de junio de 2016). *EcuRed*. Obtenido de http://www.ecured.cu/Croma_key
- Espinoza, C. (03 de octubre de 2011). *Un material audiovisual didáctico para la enseñanza de la estadística*. Obtenido de http://acdc.sav.us.es/pixelbit/images/stories/A11_024-V1-Espinoza-Batanero_espa%C3%B1ol_.pdf

G

- Gómez, M. (12 de julio de 2012). *Encuadre*. Obtenido de <http://elcinenosdejaplanos.blogspot.com/2012/07/que-es-encuadre.html>

H

- Hernández, M. (5 de noviembre de 2008). *PRODUCTO DOCENTE - SorGalim*. Obtenido de <http://sorgalim-delaluz.blogspot.com/2008/11/proceso-de-comunicacin-y-sus-elementos.html>

K

- Karam, T. (03 de 06 de 2016). *Portalcomunicación.com*. Obtenido de http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=23

L

- Leal, D. (23 de agosto de 2013). *La Comunicación*. Obtenido de <http://lacomunicaciondj.blogspot.com/>

M

- Martin, S. (Enero de 2009). *Manual de Comunicación*. Obtenido de http://fernandovallejos.udem.edu.ni/wp-content/uploads/2014/11/MANUEAL_DE_COMUNICACION.pdf
- Mediaclub. (2010). *Mediaclub*. Obtenido de http://www.medioclub.com.mx/Videos_Corporativos_Toluca.html

O

- Olvera, A. (15 de Octubre de 2013). *Esos meros ay, ay, ay, (informatica/ robotica)*. Obtenido de <http://esosmeros.blogspot.com/2013/10/explicacion-del-circuito-cerrado-y-del.html>
- Orozco, D. (28 de 01 de 2011). *Definición de Universidad*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/universidad/>

R

- Romo, F. (10 de Noviembre de 2004). *Revista Digital Universitaria*. Obtenido de http://www.revista.unam.mx/vol.5/num10/art71/nov_art71.pdf
- Rubio, A. (2006). *La postproducción cinematográfica en la era digital: efectos expresivos y narrativos*. Obtenido de <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/10457/rubio.pdf?sequence=1>

S

- Sanders, K. (15 de Febrero de 2010). *Taller de Televisión*. Obtenido de <http://tallerdtelevision.blogspot.com/2010/02/que-es-el-scouting.html>

- Stanley, M. (1929). *Principios fundamentales de la tipografía*. Obtenido de <http://creactivartemental.blogspot.com/2007/10/concepto-de-tipografa.html>
- Suárez, F. (2013). *Manual de Creación de un Set de Televisión*. Obtenido de file:///C:/Users/Alejandra/Downloads/Articulo%20de%20Tesis_Suarez%20Alarcon.pdf

T

- Thompson, I. (11 de febrero de 2014). *Sancocho de saberes*. Obtenido de <https://sancochodesaberescomso2014.wordpress.com/tag/conceptos-de-comunicacion/>

U

- USAC. (4 de mayo de 2012). *Lenguaje Usac*. Obtenido de <http://usaclenguaje.blogspot.com/>

V

- Vargas, C. (Junio de 2008). *Revista de música culta*. Obtenido de <http://www.filomusica.com/cine.html>

W

- Whitworth, R. (16 de diciembre de 2014). *La fotografía y el timelapse*. Obtenido de <https://lafotografiayeltimelapse.wordpress.com/>

Z

Zandueta, L., & Rigueti, A. (agosto de 2012). Obtenido de

<http://www.ice.upm.es/wps/jlbr/Documentacion/Libros/Videdu.pdf>

CAPÍTULO XIV

Anexos

Capítulo XIV: Anexos

14.1 Validación Técnica con el Cliente



Lic. David Castillo

14.2 Validación Técnica con los Expertos



Lic. Manuel Monroy



Lic. Héctor Chinchilla



Lic. César Hernández

14.2 Validación Técnica con el Grupo Objetivo



Ing. Fernando To –Director del
Laboratorio de Telecomunicaciones



Dr. Iván Echeverría
Decano de FACTI



Ing. Melvin García
Director de Gestión y dirección de Proyectos



Dr. Antonio León
Director del departamento de FISICA



Ing. Alberto Marroquín
Director de Ingeniería en Mecatrónica



M. Sc. Paola Castellanos
Directora Operativa IDEA



Dr. Samuel Reyes
Vicedecano de FACTI



Dr. Oscar Rodas
Director de Ingeniería Electrónica



Licda. Laura Reyes
Directora del programa de Desarrollo Humano



Dra. Vilma Chávez de Pop
Decana de FACISA