



**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de una animación digital para ser incluida en los videos que produce el Laboratorio Multimedia de la Universidad Galileo, Guatemala, Guatemala 2019

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Noé Saúl Ramirez Morales

Carné: 15001186

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 26 de febrero de 2019

Proyecto de graduación

Diseño de una animación digital para ser incluida en los videos que produce el Laboratorio Multimedia de la Universidad Galileo, Guatemala, Guatemala 2019.

Noé Saúl Ramirez Morales

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Febrero, 2019

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora general

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Lic. Jorge Retolaza

Secretario general

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Cs.

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación


Guatemala 12 de abril de 2018

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

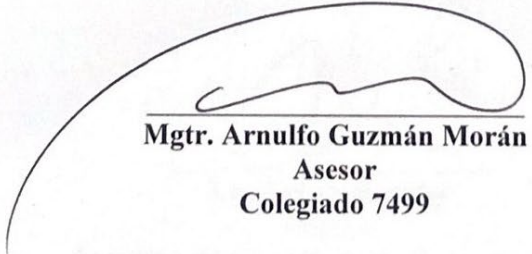
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
**DISEÑO DE UNA ANIMACIÓN DIGITAL PARA SER INCLUIDA EN LOS
VIDEOS QUE PRODUCE EL LABORATORIO DE MULTIMEDIA DE LA
UNIVERSIDAD GALILEO, GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Así mismo
solicito que el Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán sea quién me asesore en la elaboración del
mismo.

Atentamente,



Noé Saúl Ramírez Morales
15001186



Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán
Asesor
Colegiado 7499



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 17 de mayo de 2018

Señor:
Noé Saúl Ramirez Morales
Presente

Estimado Señor Ramirez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UNA ANIMACIÓN DIGITAL PARA SER INCLUIDA EN LOS VIDEOS QUE PRODUCE EL LABORATORIO DE MULTIMEDIA DE LA UNIVERSIDAD GALILEO, GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Así mismo, se aprueba al Lic. Arnulfo Guzmán, 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, 25 de marzo de 2019

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UNA ANIMACIÓN DIGITAL PARA SER INCLUIDA EN LOS VIDEOS QUE PRODUCE EL LABORATORIO DE MULTIMEDIA DE LA UNIVERSIDAD GALILEO, GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Presentado por el estudiante: Noé Saúl Ramírez Morales, con número de carné: *15001186*, 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,

Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor
Colegiado 7499



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 05 de abril de 2019

Señor
Noé Saúl Ramirez Morales
Presente

Estimado Señor Ramirez:

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, 16 de mayo de 2019.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

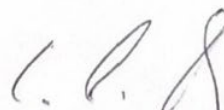
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE UNA ANIMACIÓN DIGITAL PARA SER INCLUIDA EN LOS VIDEOS QUE PRODUCE EL LABORATORIO MULTIMEDIA DE LA UNIVERSIDAD GALILEO, GUATEMALA, GUATEMALA 2019***, del Estudiante Noé Saúl Ramírez Morales, 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



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 21 de mayo de 2019

Señor:
Noé Saúl Ramirez Morales
Presente

Estimado Señor Ramirez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE UNA ANIMACIÓN DIGITAL PARA SER INCLUIDA EN LOS VIDEOS QUE PRODUCE EL LABORATORIO DE MULTIMEDIA DE LA UNIVERSIDAD GALILEO, GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Presentado por el estudiante: Noé Saúl Ramirez Morales, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A Dios, por haberme dado la bendición de poder cursar la universidad, y permitirme
cumplir una meta más.

A mi mamá, aunque ya no esté conmigo, por enseñarme a luchar por mis sueños, metas y
por haber hecho de mí la persona que soy.

A mi papá, a mis hermanos y demás familia porque siempre estuvieron apoyándome
incondicionalmente.

A mis catedráticos, por todos los conocimientos brindados durante estos cuatro años.

A la Universidad, por haberme dado la oportunidad de ser un colaborador y estudiante de
esta gran casa de estudios.

Resumen

El Laboratorio de Multimedia de la Universidad Galileo no cuentan con una animación digital para ser incluida en sus videos.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar una animación digital para ser incluida en los videos que produce el Laboratorio Multimedia de la Universidad Galileo.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo, conformado por estudiantes, conferencista, autoridades de Universidad Galileo y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue diseñar una animación digital para ser incluida en los videos que produce el Laboratorio Multimedia de la Universidad Galileo. Se recomendó utilizar la animación realizada en los videos del Laboratorio Multimedia, ya que cuenta con material gráfico de alta calidad, con imagen adecuada para que pueda ser presentada ante los diferentes grupos de Universidad Galileo.

Para efectos legales únicamente el autor, Noé Saúl Ramírez Morales, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I.....	1
1.1 Introducción.....	1
Capítulo II: Problemática.....	2
2.1 Contexto.....	2
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño	2
2.3 Justificación	2
2.3.1. Magnitud.	3
2.3.2. Vulnerabilidad.....	4
2.3.3. Trascendencia.....	4
2.3.4. Factibilidad.....	4
Capítulo III: Objetivos del diseño	6
3.1 El objetivo general	6
3.2 Los objetivos específicos	6
3.2.1 Investigar referencias	6
3.2.2 Recopilar	6
3.2.3 Animar el material gráfico para la introducción, cintillos, logotipos, redes sociales y salidas de los videos de Producciones Medialab, de Universidad Galileo.	6
Capítulo IV: Marco de referencia.....	7
4.1 Información general del cliente	7
4.1.1 Misión.....	7
4.1.2 Visión.	7
4.1.3 Organigrama del departamento de Producciones Medialab, Universidad Galileo.	8
4.1.4 FODA.....	9
4.1.5 Antecedentes de diseño.	9
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	11
5.1 Perfil geográfico	11
5.2 Perfil demográfico	11
5.3 Perfil psicográfico.....	12

5.4 Perfil conductual	12
Capítulo VI: Marco teórico.....	13
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	13
6.1.1 Crear.....	13
6.1.2 Animación.....	13
6.1.3 Multimedia.....	13
6.1.4 Producción.....	13
6.1.5 Universidad.....	13
6.1.6 Universidad Galileo.....	14
6.1.7 Laboratorio Multimedia.....	14
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	14
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	14
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	19
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	22
6.3.1. Ciencias.....	22
6.3.2. Artes.....	23
6.3.3. Teorías.....	24
6.3.4. Tendencias.....	25
Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar	26
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	26
7.1.1 Ciencias de la Comunicación.....	26
7.1.2 Comunicación Audiovisual.....	26
7.1.3 Antropología.....	26
7.1.4 Sociología.....	26
7.1.5 Psicología de la Comunicación.....	26
7.1.6 Ilustración y Dibujo.....	27
7.1.7 Diseño Gráfico.....	27
7.1.8 Semiología.....	27
7.1.9 Teoría del Color.....	27
7.1.9 Teoría Gestalt.....	27
7.1.10 Minimalista y Abstracto.....	28
7.2 Conceptualización.....	28

7.2.1 Método.	28
7.2.2 Definición de Concepto.....	29
7.3 Bocetaje	29
7.4 Digitalización.....	33
7.5 Propuesta Preliminar.....	40
Capítulo VIII: Validación Técnica	43
8.1 Población y muestreo.....	43
8.2 Método e instrumento	43
8.3 Resultados e interpretación de resultados.....	47
8.4 Cambios en base a los resultados.....	57
Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final	60
Capítulo X: Producción, Reproducción y distribución.....	63
10.1 Plan de costos de elaboración	63
10.2 Plan de costos de producción.....	63
10.3 Plan de costos de reproducción.....	63
10.4 Plan de costos de distribución.....	64
10.5 Cuadro resumen	64
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.....	65
11.1 Conclusiones.....	65
11.2 Recomendaciones	66
Capítulo XII: Conocimiento general	67
12.1 Demostración de conocimientos.....	67
Capítulo XIII: Referencias.....	68
13.1 Referencias Físicas	68
13.2 Referencias Digitales	70
Capítulo XIV: Anexos.....	74
Anexo A, tabla NSE.....	74
Anexo B, validación con el cliente	74
Anexo C, validación con expertos	75
Anexo D, validación con grupo objetivo	77
Anexo E, referencias de tendencia minimalista.....	83

CAP



Introducción

Capítulo I

1.1 Introducción

El Laboratorio Multimedia de la Universidad Galileo, más conocido como Medialab, es creado el 31 de agosto del 2002 por el Dr. Eduardo Suger, bajo la dirección del Ingeniero Miguel Emilio Aparicio. Luego, tras el lamentable fallecimiento del Ing. Aparicio, es nombrado director del Laboratorio Multimedia al Licenciado David Castillo, en el año 2014.

El laboratorio fue creado para brindar servicios a las diferentes facultades de esta casa de estudios tales como: grabación y edición de video, toma de fotografías y diseño gráfico.

Sin embargo, en la actualidad no cuenta con una animación digital adecuada para los videos. Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de una animación digital para ser incluida en los videos que produce el Laboratorio Multimedia de la Universidad Galileo.

Al determinar los objetivos y para crear el concepto creativo se usará el método de “crear en sueños” y a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

A través de herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación se desarrollará el proceso de este proyecto. Los métodos de validación serán encuestas al grupo objetivo, clientes y un grupo de expertos. De esta última herramienta se obtendrán cambios importantes para mejorar el resultado, y dejar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.

CAP ||

P r o b l e m á t i c a

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto

El Laboratorio Multimedia fue creado en el año 2002 por el señor rector Dr. Eduardo Suger, que se dedica a la grabación y edición de videos, además de ofrecer servicios de: fotografía, grabación de audio, transmisión en vivo, circuito cerrado, entrevistas y reportajes.

Actualmente, el Laboratorio Multimedia no cuenta con una animación digital para ser incluida en los videos que produce.

Por tal motivo, se le propuso al director del departamento, el Licenciado David Castillo, el diseño de una animación multimedia que permita estandarizar el material gráfico para la edición de videos.

Por lo que el Licenciado David Castillo se comprometió a proporcionar la información necesaria y requerida para la elaboración de dicho material.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

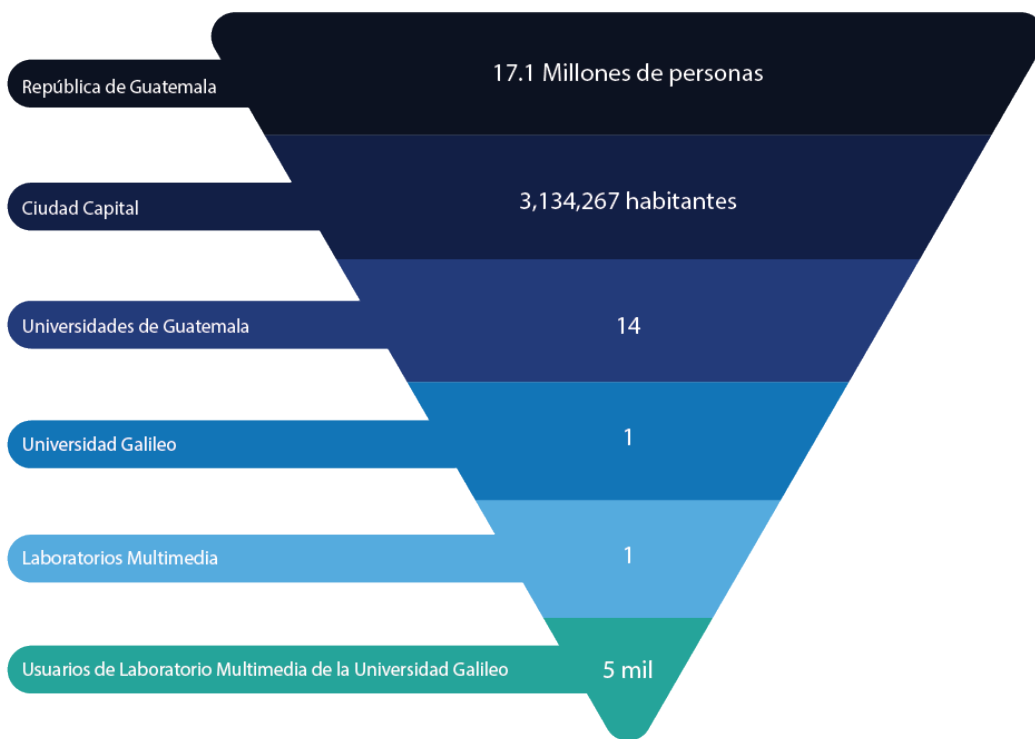
El laboratorio de multimedia Medialab de Universidad Galileo, no cuenta con una animación digital para ser incluida en los videos que produce.

2.3 Justificación

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

2.3.1. Magnitud.

En la República de Guatemala habitan 17.1 millones de personas, y está dividida en 22 departamentos. Entre ellos se encuentra el departamento de Guatemala, que en la actualidad acoge a 3,134,276 habitantes. Dentro de este departamento existen 15 empresas dedicadas a la educación superior, y entre ellas, se encuentra Universidad Galileo que atiende aproximadamente a 50,000 clientes reales.



Grafica de magnitud realizada por Noé Saúl Ramirez Morales.

En Universidad Galileo se promedia que hay 50,000 estudiantes, dato obtenido en entrevista con el Licenciado Estuardo Búrbano, director de Bienestar y Promoción Estudiantil.

2.3.2. Vulnerabilidad.

Si el Laboratorio Multimedia de la Universidad Galileo no realiza una animación digital para ser incluida en sus videos, se perderá la oportunidad de presentar un trabajo profesional, estandarizado, estético y por lo tanto creará mala imagen, tanto para la Universidad Galileo como para el Laboratorio Multimedia, ya que al ser una de las universidades pioneras y tecnológicas de Guatemala, no contar con una línea grafica en la presentación de videos, deja mucho que desear.

2.3.3. Trascendencia.

Al contar con una animación para ser incluida en los videos, el Laboratorio Multimedia de la Universidad Galileo, dará a conocer sus videos con una presentación en su línea gráfica profesional, estandarizada, estética, que transmitirá buena imagen de la Universidad Galileo y del Laboratorio Multimedia.

2.3.4. Factibilidad.

El proyecto “Diseño de animación multimedia para ser incluida en los videos que produce el Laboratorio Multimedia de la Universidad Galileo”, es factible porque cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

2.3.4.1 Recursos Humanos. El Laboratorio Multimedia cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para la creación de dicho material gráfico.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. El Licenciado David Castillo, director del Laboratorio Multimedia, autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. El Laboratorio Multimedia cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. El Laboratorio Multimedia cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el comunicador-diseñador cuenta con las competencias profesionales y el equipo adecuado como: computadora, software de diseño, licencias para dichos softwares.



O b j e t i v o s d e D i s e ñ o

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

Diseñar una animación digital para ser incluida en los videos que produce el Laboratorio Multimedia de la Universidad Galileo.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de animaciones digitales para ser incluidas en los videos que produce el Laboratorio Multimedia de la Universidad Galileo.

3.2.2 Recopilar toda la información necesaria de Universidad Galileo para la creación de una animación digital para ser incluida en los videos que produce el Laboratorio de Multimedia de la Universidad Galileo.

3.2.3 Editar el material gráfico para la introducción y final de los videos, con cintillos y logotipos.

CAP IV

M a r c o d e R e f e r e n c i a

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

El Laboratorio Multimedia es creado el 31 de agosto del 2002 por el Dr. Eduardo Suger, bajo la dirección del Ingeniero Miguel Emilio Aparicio. Luego tras el lamentable fallecimiento del Ing. Aparicio, es nombrado director del Laboratorio Multimedia el Licenciado David Castillo, en el año 2014.

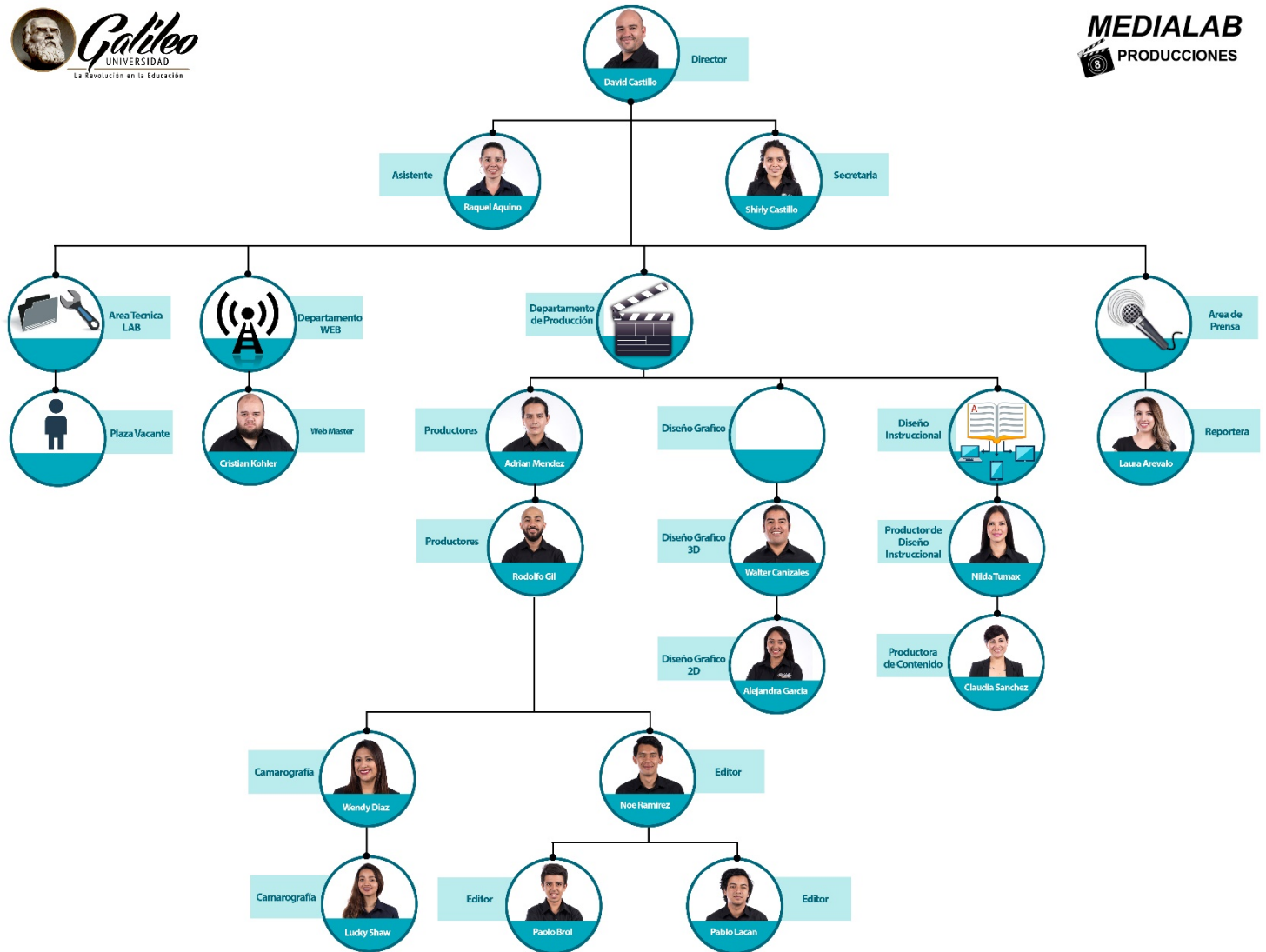
4.1.1 Misión.

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

4.1.2 Visión.

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

4.1.3 Organigrama del departamento de Producciones Medialab, Universidad Galileo.



Organigrama proporcionado por el Laboratorio Multimedia de la Universidad Galileo.

4.1.4 FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. Equipo de última tecnología.2. Personal dispuesto a aprender cada día para estar a la vanguardia de las tecnologías.	<ol style="list-style-type: none">1. Llegar cada día a más personas para que conozcan el trabajo y la calidad con la que se realiza.2. Más solicitudes de los servicios prestados.
DEBILIDADES	AMENANZAS
<ol style="list-style-type: none">1. En temporadas bajas, se desperdicia mucho el tiempo.2. No todo el personal sabe manejar el equipo que se tiene.	<ol style="list-style-type: none">1. Competencias2. Qué la competencia haga el trabajo que se realiza y lo cierren.

4.1.5 Antecedentes de diseño.

El Laboratorio Multimedia de la Universidad Galileo cuenta con la siguiente imagen gráfica:

Imagotipo: Es una forma de claqueta de cine con colores blanco y negro. Esto colores son: **Negro:**

RGB: 0-0-0

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

WEB: # 000000

Blanco:

RGB: 231-231-231

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

WEB: #E7E7E7

Imagotipo:



CAP V

Definición del
Grupo Objetivo

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

Para el presente proyecto se especificará información del grupo objetivo, que está segmentado para mujeres y hombres, de 18 a 45 años, con un NSE “B y C”, quienes tienen gustos por el material audiovisual, información, tendencias a la tecnología, que deseen enriquecer sus conocimientos y, con ellos, mejorar su carrera profesional, estas personas se apoyan mucho de las redes sociales y el internet.

5.1 Perfil geográfico

El grupo objetivo reside en todas las zonas de la ciudad capital, trabajan y estudian, se mueven en el tránsito peatonal o de vehículos. Se entretienen en centros comerciales, cines y redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y Youtube.

5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo está compuesto por mujeres y hombres de 18 a 45 años de edad.

El grupo objetivo tiene un NSE ABC, y contempla las siguientes características

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante
INGRESO	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos
OTRAS PROPIEDADES	Fincas, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con jardín, seguridad y chofer	Sitios/herrenos condominios cerca de costas
PERSONAL DE SERVICIOS	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero
POSESIONES	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero, avion-31et, minimo, cel cada miembro de la familia,	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto
BIENES DE COMODIDAD	Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadoras/miembro, internet porton eléctrico, todos los electrodomesticos	2 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos
DIVERSIÓN	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en USA	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en USA

Ver tabla completa de NSE en anexo A.

5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo cree en Dios, la familia, el gobierno es democrático, se reúne en organizaciones sociales. Cree en el trabajo, la diversión y la tecnología, por lo que frecuenta diferentes sitios web. Rechaza la falta de interés por prosperar y acostumbran a impartir clases, viajar, salir los fines de semana con su familia y asistir a fiestas.

5.4 Perfil conductual

El grupo objetivo que verá este material gráfico tendrá una visibilidad más agradable al momento de ver el proyecto final, con un diseño más simple, estético y acorde a los colores institucionales de la Universidad Galileo a través de Facebook y Youtube.

CAP VI

M a r c o T e ó r i c o

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Diseñar.

Es un proceso creativo en el que se disponen de ideas para solucionar una problemática, que pueda satisfacer las necesidades de las personas y la sociedad. (Mordecki, 2004)

6.1.2 Animación.

Es una técnica que consiste en crear movimiento a través de una secuencia de imágenes con la que se logra dar una ilusión de movimiento. (Aguilar, 2013)

6.1.3 Multimedia.

Es una tecnología, la que permite integrar texto, imágenes, sonidos, música, video, gráficos, para comunicar diferentes tipos de información a través de medios físicos o digitales. (Díaz, 2009)

6.1.4 Producción.

Es la acción de generar, fabricar, elaborar y obtener productos para la realización de un servicio. (Roy, 2001)

6.1.5 Universidad.

Es una institución de enseñanza superior, dividida en facultades según las especialidades de estudio que la misma pueda ofrecer. Además, este término se aplica para la estructura, el edificio destinado para la enseñanza superior. (Orozco,2011)

6.1.6 Universidad Galileo.

Es una institución con filosofía diferente a 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 impulsó un lema. (IDEA, 2012)

6.1.7 Laboratorio Multimedia.

Es un laboratorio de medios avanzados, un área que cumple con múltiples propósitos, uno de ellos es la prestación de servicios internos a las diferentes escuelas y facultades, para documentar diversas actividades.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Concepto de comunicación.

La comunicación es la transmisión de algún tipo de mensaje entre dos o más personas mediante signos, símbolos o señales, la comunicación puede ser verbal o no verbal. (Galeano, 1997)

6.2.1.2 Emisor.

Según el modelo de Shannon y Weaver es una fuente que posee complejidad mientras que Hevás dice que el emisor “es el que emite el mensaje” (Mar, 2013)

6.2.1.3 Receptor.

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

6.2.1.4 Código.

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

6.2.1.5 Mensaje.

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

6.2.1.6 Canal.

Es un recurso físico por medio del que 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)

6.2.1.7 Contexto.

Se compone por el tiempo y el espacio en el que sucede algo que produce un conjunto de circunstancias que ayudan a la comprensión del mensaje, que es fundamental para las investigaciones en comunicación. (Zanduetta & Rigueti, 2012)

6.2.1.8 Esquema de comunicación.

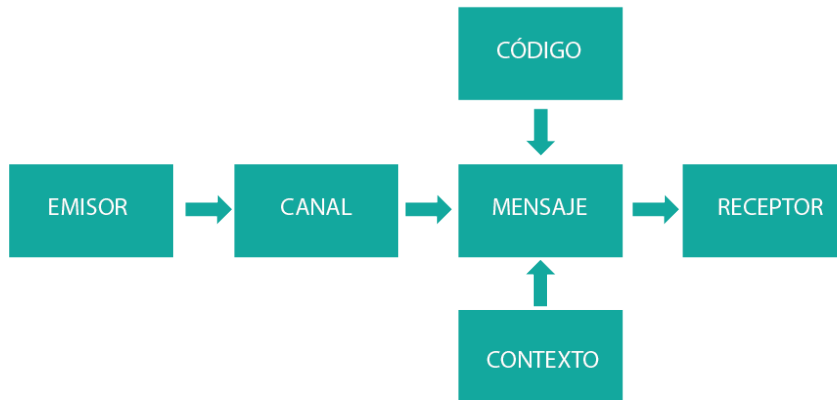


Ilustración por: Noé Saúl Ramirez Morales

6.2.1.9 Principales autores de la comunicación.

- Norbert Wiener: Nace en Columbia, Misuri, Estados Unidos, el 26 de noviembre de 1894 y fallece en Estocolmo, Suecia, el 18 de marzo de 1964. Fue un matemático conocido como el fundador de la cibernética. Acuñó el término en su libro “Cibernética o el control y comunicación en animales y máquinas”, publicado en 1948, en el cual ya empezaba a plantear conceptos nuevos para la Comunicación y también para la Información. Wiener es un precursor de la teoría de la comunicación o la psicología cognitiva. (Trilnick, 1948)
- Claude Elwood Shannon: Nace el 30 de abril de 1916 y fallece el 24 de febrero de 2001. Fue ingeniero electrónico y matemático. Es considerado como el padre de la Teoría de la Información. En el siglo XX no hay trabajo como su Teoría Matemática de la Comunicación. Su teoría es que todas las fuentes y todos los canales de comunicación poseen la misma unidad de medida, que a su vez determina la velocidad máxima de

transferencia o la capacidad del canal. Utilizó el código binario para homogeneizar las formas de información, tanto textos como imágenes o sonidos. Partió de la diferenciación entre el mensaje y el medio por el que se transmite el mensaje. (Foro Histórico de las Telecomunicaciones, 2019)

- Warren Weaver: Nace en Reedsburg, Wisconsin, Estados Unidos, 1894 y fallece en New Milford, 1978. Fue un biólogo e informatólogo, padre de la teoría de la información. En 1949, escribió la Teoría Matemática de la Comunicación con Claude E. Shannon. Promueve la investigación para el desarrollo de sistemas de traducción automática. Los primeros resultados se dieron de ruso e inglés. Tuvo una gran importancia para la culminación y el asentamiento que para el funcionalismo fue la Teoría Matemática de la Comunicación de 1949 que hoy es mundialmente conocida por todos como la Teoría de la Información. (Ecured, 2018)
- Marshall McLuhan: Nace en Edmonton, 21 de julio de 1911 y fallece en Toronto el 31 de diciembre de 1980. Considerado como un visionario y profeta de la comunicación del siglo XX, contribuyó a la divulgación de la reflexión sobre los medios como fenómeno central de la modernidad. Sus reflexiones e intuiciones, sus provocaciones y extravagancias intelectuales estimularon el debate académico y sacaron al espacio público la importancia adquirida por las nuevas extensiones tecnológicas de la comunicación y de los medios. El pensamiento de McLuhan, resiste el paso del tiempo y anticipa muchas de las claves que enunciaron y describieron, la sociedad de la información y el ciberespacio. (Infoamérica, 2018)

- Umberto Eco: Nace en Alessandria, Piamonte, Italia, el 5 de enero de 1932 y fallece en Milán, Lombardía, Italia, el 19 de febrero de 2016. Desentraña el fenómeno comunicativo: aquello que denomina la “comunicación cultural”. Este modelo se muestra en la misma obra de forma sistemática, y fue denominado Modelo del proceso de descodificación de un mensaje poético o estético. (Teorías y Modelos de la Comunicación, 2017)

6.2.1.10 Tipos de comunicación.

- Comunicación Verbal: Se caracteriza por el uso de las palabras en la interacción entre un emisor y receptor. (Corbin, 2018)
- Comunicación Oral: Se realiza a través de signos orales o palabras habladas: los gritos, las risas o el llanto también son comunicación oral. (Corbin, 2018)
- Comunicación Escrita: Se realiza a través de códigos escritos. Los jeroglíficos, alfabetos o logotipos también pertenecen a este tipo de comunicación. (Corbin, 2018)
- Comunicación No verbal: Este tipo de lenguaje se lleva a cabo sin el uso de palabras y en muchos casos de forma inconsciente a través de movimientos corporales, posturas, mirada, forma de sentarse o de andar. (Corbin, 2018)
- Comunicación Masiva: Se refiere a la interacción único o un receptor masivo. El receptor debe ser un grupo grande de personas. (Corbin, 2018)
- Comunicación Visual: Se transmiten mensajes a través de un medio visual y son percibidos a través de la vista. (Corbin, 2018)
- Comunicación Auditiva: Esta comunicación los mensajes y la información se perciben a través del oído. (Corbin, 2018)

- Comunicación Virtual o Digital: Esta se produce gracias al mundo conectado a través de internet. (Corbin, 2018)
- Comunicación Televisiva: Es la que ocurre a través del televisor. (Corbin, 2018)
- Comunicación Cinematográfica: Es la comunicación que se produce a través de las pantallas grandes y gracias a los largometrajes y producciones cinematográficas. (Corbin, 2018)
- Comunicación Publicitaria: Ocurre cuando una empresa envía un mensaje a un grupo de consumidores, para dar a conocer su marca o vender un producto. (Corbin, 2018)
- Comunicación Educativa: Esta comunicación es cuando la información lleva un mensaje con el fin de que las personas aprendan de diferentes temas. (Corbin, 2018)
- Comunicación Organizacional: Se refiere a la comunicación que ocurre dentro de una empresa y de la empresa hacia afuera, también se puede llamar comunicación corporativa. (Corbin, 2018)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Concepto de diseño.

El diseño es una actividad contemporánea que cada vez cobra mayor relevancia en todos los campos de desarrollo de la sociedad. Está presente en los objetos, equipos y herramientas cotidianas en un vaso, una taza, la cama, una casa, el colegio, el pueblo, la ciudad y todos los objetos que idea y construye el hombre; el

diseño necesita de un fin práctico al ser funcional, significativo, concreto y tener un componente social. (Mordecki, 2004)

6.2.2.2 Concepto de diseño gráfico.

Es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. Un diseño gráfico es un objeto creado por esa actividad. (Quentin, 2002)

6.2.2.3 Concepto de Identidad Corporativa.

Es un instrumento estratégico que se utiliza resueltamente en la administración de empresas y que contribuye al éxito o al fracaso de una empresa, define la personalidad, carácter y la actitud de esta. Trata acerca de la forma en que la empresa se ve a sí misma, y también de su capacidad para comunicar interna y externamente sus objetivos. (LN Creatividad y Tecnología, 2018)

6.2.2.4 Tipos de diseño.

- **Diseño Corporativo:** Todo lo relacionado con la creación de logotipos, marcas e identidad visual de compañías, personas, organizaciones y productos. (VISO Comunicación y Mercadotecnia, 2015)
- **Diseño Editorial:** Es la creación de productos impresos como revistas, periódicos, libros, entre otros. (VISO Comunicación y Mercadotecnia, 2015)
- **Diseño Publicitario:** Son objetos de comunicación visual relacionados con la difusión y promoción de mensajes comerciales. (VISO Comunicación y Mercadotecnia, 2015)

- Diseño Digital: Es el desarrollo y la creación de imágenes mediante medios digitales. (VISO Comunicación y Mercadotecnia, 2015)

6.2.2.5 Desarrollo de la teoría y elementos del diseño según cada proyecto.

- Punto: Es una figura geométrica sin dimensión, longitud, área, volumen, ni otro ángulo dimensional. No es un objeto físico y solo describe una posición en el espacio. (Significados, 2014)
- Línea: Es una sucesión de puntos muy unidos, tan unidos, que la percepción visual indicara que se trata de un trazo continuo, sin embargo, en términos geométricos esta es la definición correcta. (Concepto Definición, 2019)
- Balance: Es un principio natural de la forma en que entidades estables e inestables (en relación al equilibrio) se relacionan y comportan creando o anulando tensiones, mismos que pueden convertirse en centros de interés o formas fluidas y armoniosas. (Lennin, 2009)
- Equilibrio: Es una apreciación subjetiva, en la cual, los elementos de una composición no se van a desprender. (Waarket, 2018)
- Armonía: Es la combinación de elementos de forma equilibrada sin que ninguna predomine de forma que inadecuada. (Waarket, 2018)
- Escala: Es cuando se da una relación matemática entre las dimensiones de varios elementos. (Waarket, 2018)
- Composición: Es la distribución o disposición de todos los elementos que se incluyen en un diseño de forma perfecta y equilibrada. (Waarket, 2018)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias.

6.3.1.1 Semiología.

Es la ciencia que estudia el sistema de los signos los cuales son: lenguas, códigos, 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. (Pierce, 1972)

6.3.1.2 Psicología.

Estudia los fenómenos psíquicos que son todas las funciones psicológicas humanas como la percepción, la memoria, inteligencia, pensamiento, motivación, aprendizaje, sexualidad, etapas del desarrollo normal y la conducta en general. (Monlau, 1858)

6.3.1.3 Antropología.

Es la ciencia que estudia como el hombre no solo cuestiona o interroga las cosas, al mundo, sino que se pone, además y fundamentalmente así mismo en cuestión. Es entendido como una realidad, compleja, natural, historia, cultura y social. (Moreno, 2003)

6.3.1.4 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 hayan en toda la sociedad dentro de un determinado contexto histórico. (Crespo, 2012)

6.3.1.5 Deontología.

Es la ciencia que trata sobre el conjunto de deberes y principios éticos que conciernen a cada profesión, oficio o ámbito laboral. (Significados, 2018)

6.3.1.6 Cibernética.

Es el estudio del funcionamiento de las máquinas, especialmente las electrónicas. (Galeano, 1997)

6.3.2. Artes.

6.3.2.1 fotografía.

La fotografía además de ser un arte es una herramienta científica y documental de primera importancia, es un medio creativo por derecho propio. (Langford, 1990)

6.3.2.2 Artes tipográficas.

Es la manifestación visual del lenguaje. Su papel es decisivo a la hora de convertir los caracteres individuales en palabras y palabras en mensajes. Es el equivalente visual de una voz; el enlace tangible entre el escritor y el lector. (Cheng, 2006)

6.3.2.3 Ilustración y Dibujo.

La ilustración es un dibujo, pintura y obra impresa de arte que explica, aclara, ilumina, visualmente representa, o simplemente decora un texto escrito, que puede ser de carácter literario o comercial. (Arteneo Imagen, 2015)

6.3.2.4 Diseño Gráfico.

Es la más universal de todas las artes. Nos envuelve comunicando, decorando o identificando: Aportes significados y trasfondo a nuestro entorno vital. Lo podemos

encontrar en las calles, en lo que leemos, en nuestros cuerpos. El diseño gráfico cumple con varias funciones además de clasificar y diferenciar. (Quentin, 2002)

6.3.2.5 Música.

Es el arte mediante el cual se pueden expresar diversos sentimientos, con los cuales se busca causar un impacto en la sensibilidad de las personas. La música comunica, entretiene, da un ambiente, es por ello que en el cine nace la necesidad de acompañar las imágenes con música. (Vargas, 2008)

6.3.3. Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color.

Es una guía que pretende estandarizar los conocimientos sobre los colores para su aplicación práctica en diversas áreas como puedan ser las artes visuales o el diseño gráfico. (Lasso, 2017)

6.3.3.2 Teoría de la Gestalt.

Es más que la suma de partes, se utiliza como una ética 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)

6.3.3.3 Semiótica de la imagen.

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. (Karam, 2016)

6.3.4. Tendencias.

6.3.4.1 Arte Abstracto.

El arte abstracto es el contrario del figurativo, por tanto, la abstracción no representa cosas concretas de la naturaleza, sino que propone una nueva realidad, propone un arte puro mirando más allá de la realidad. (Canva, 2018)

6.3.4.2 Minimalista y Abstracto.

A diferencia de los estilos más extravagantes inspirados en los años ochenta, esta tendencia se basa en el minimalismo y deconstruyendo y distorsionando formas reconocibles. Este tipo de diseños integran formas geométricas y colores brillantes, pero se realiza de forma simplista con mucho espacio blanco y una forma aparentemente aleatoria. (Preckler, 2003)

Ver ejemplos de tendencia en anexo E.

CAP 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 realizar dicho material es necesario tener conocimientos básicos para poder aplicarlos al proyecto de manera clave, por tal motivo se fundamenta con varias ciencias auxiliares de la comunicación.

7.1.1 Ciencias de la Comunicación.

Estas son muy importantes para la realización de la imagen de los videos, ya que estos deben comunicar a un grupo grande de personas, el que debe ser agradable para que el receptor lo interprete de buena manera.

7.1.2 Comunicación Audiovisual.

Para este proyecto es fundamental, ya que en la actualidad la mayor parte de la comunicación es digital. Es por ello que los videos contienen una imagen enlazada con sonidos los cuales se encargan de dar identidad a la marca.

7.1.3 Antropología.

Permitirá que los elementos que se utilicen en la animación estén relacionados con la cultura, colores de la universidad y del grupo objetivo para que el mensaje pueda llegar eficientemente.

7.1.4 Sociología.

Ayuda a conocer las características de las personas, para así realizar un diseño adecuado que llene las expectativas del grupo objetivo.

7.1.5 Psicología de la Comunicación.

Gracias a la Psicología de la comunicación el material que se realizará para el grupo objetivo será efectivo, ya que, a través de esta, se nos da información sobre el nivel

socioeconómico, creencias, comportamientos e ideologías. Ya que es importante conocer a las personas a quien va dirigido nuestro mensaje.

7.1.6 Ilustración y Dibujo.

La ilustración y el dibujo serán esenciales en este proyecto, ya que a través de ellos se realizarán propuestas adecuadas a la necesidad que se presenta para luego darle una solución.

7.1.7 Diseño Gráfico.

Es una de las herramientas más importantes, a través de este se logrará dar sentido a nuestras ideas y comunicarlas de forma correcta y agradable ante nuestro público objetivo.

7.1.8 Semiología.

Los símbolos y signos son muy importantes para realizar este proyecto, el significado y el significante harán que la implementación de los colores, sonidos, movimientos y letras sean los correctos.

7.1.9 Teoría del Color.

Es muy importantes saber qué colores se deben utilizar en los diseños a realizarse, ya que se debe respetar la imagen de nuestro cliente, ya que para ellos los colores que utilizan tienen significados y además ya están posicionados en la mente de los consumidores. De no ser bien aplicados, se estará confundiendo a nuestro grupo objetivo, y el resultado será negativo.

7.1.9 Teoría Gestalt.

Es importante el producto final vaya con la misma calidad, y que las personas logren identificarlo como un todo y no que sea identificado por partes, es decir que algunos elementos resalten más que otros.

7.1.10 Minimalista y Abstracto.

Esta tendencia, a pesar de ser muy común, es la que mejor se aplica a las necesidades que se presentan, ya que, al ser una institución educativa de alto nivel, y según los resultados del grupo objetivo, el diseño debe ser sencillo pero que a su vez sea estético ordenado, el cual pueda impactar.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método.

Para este proyecto se utilizará la técnica “Crear en Sueños”, que se basa en aprovechar el poder creativo durante el sueño. Numerosos científicos y poetas han recalcado que, en el sueño, en los momentos de sopor, es mayor la probabilidad de que las imágenes surgidas se traduzcan en ideas inéditas y originales.

Para no olvidar los sueños, antes de dormir se debe colocar una mesa con hojas y papel cerca, ya que antes de conciliar el sueño profundo pueden surgir ideas las que se deben anotar para no ser olvidadas, de la misma forma al despertar y recordar los sueños se deben anotar para discutirlos y concretar una idea.



Fotografía de la aplicación de la técnica creativa “Crear en Sueños”.

7.2.2 Definición de Concepto.

Para crear el concepto se realizaron varias propuestas, de las que se eligieron las mejores ideas que permitieron responder los objetos planteados de acuerdo con el mensaje que se quiere dar. A través de la técnica “Crear en Sueños” se elaboró el siguiente concepto creativo.

- Movimientos rápidos y circulares
- Figuras geométricas innovadoras
- Círculos rápidos y entretenidos
- Colores aburridos convertidos en figuras geométricas divertidas
- Movimientos divertidos con alegría a los colores
- Colores formales con movimientos divertidos

Gracias al análisis realizado con la técnica “Crear en Sueños”, se obtuvieron varias propuestas creativas, de las que se eligió la ideal para el proyecto a realizar.

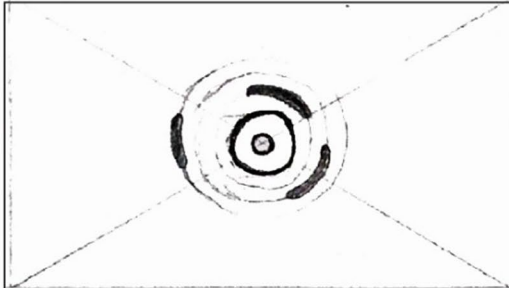
El concepto “**Colores formales con movimiento**” está enfocado en que el grupo objetivo tenga un material visual atractivo al inicio, durante y al final de cada video realizado en Producciones Medialab de Universidad Galileo. El concepto inspirará al diseño y no se usará como eslogan.

7.3 Bocetaje

Se realizaron dos propuestas en bocetaje para toda la imagen de los videos del Laboratorio Multimedia, para luego digitalizar la propuesta final aprobada por el cliente.

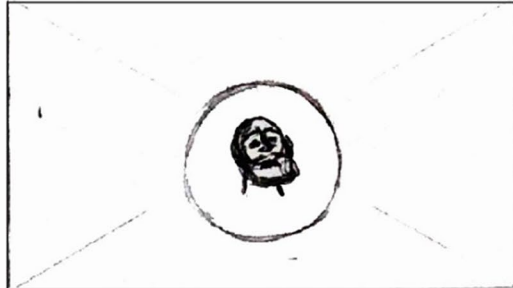
Storyboard: Bocetos 1/3

Secuencia: Boceto de introducción



Propuesta 1

Secuencia: Boceto de introducción



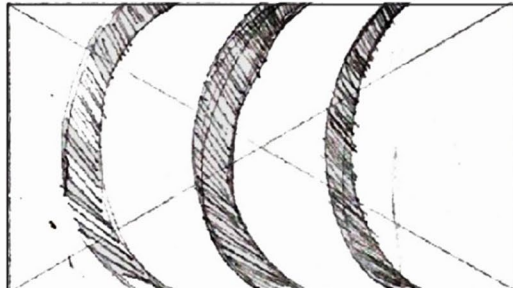
Propuesta 1

Secuencia: Boceto de introducción



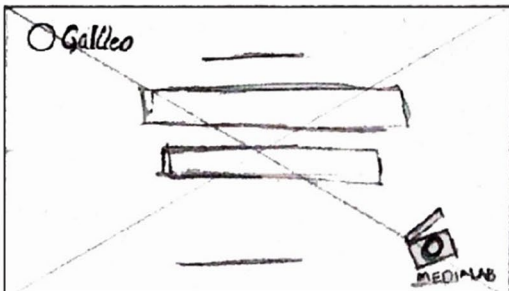
Propuesta 1

Secuencia: Boceto de transición



Propuesta 1

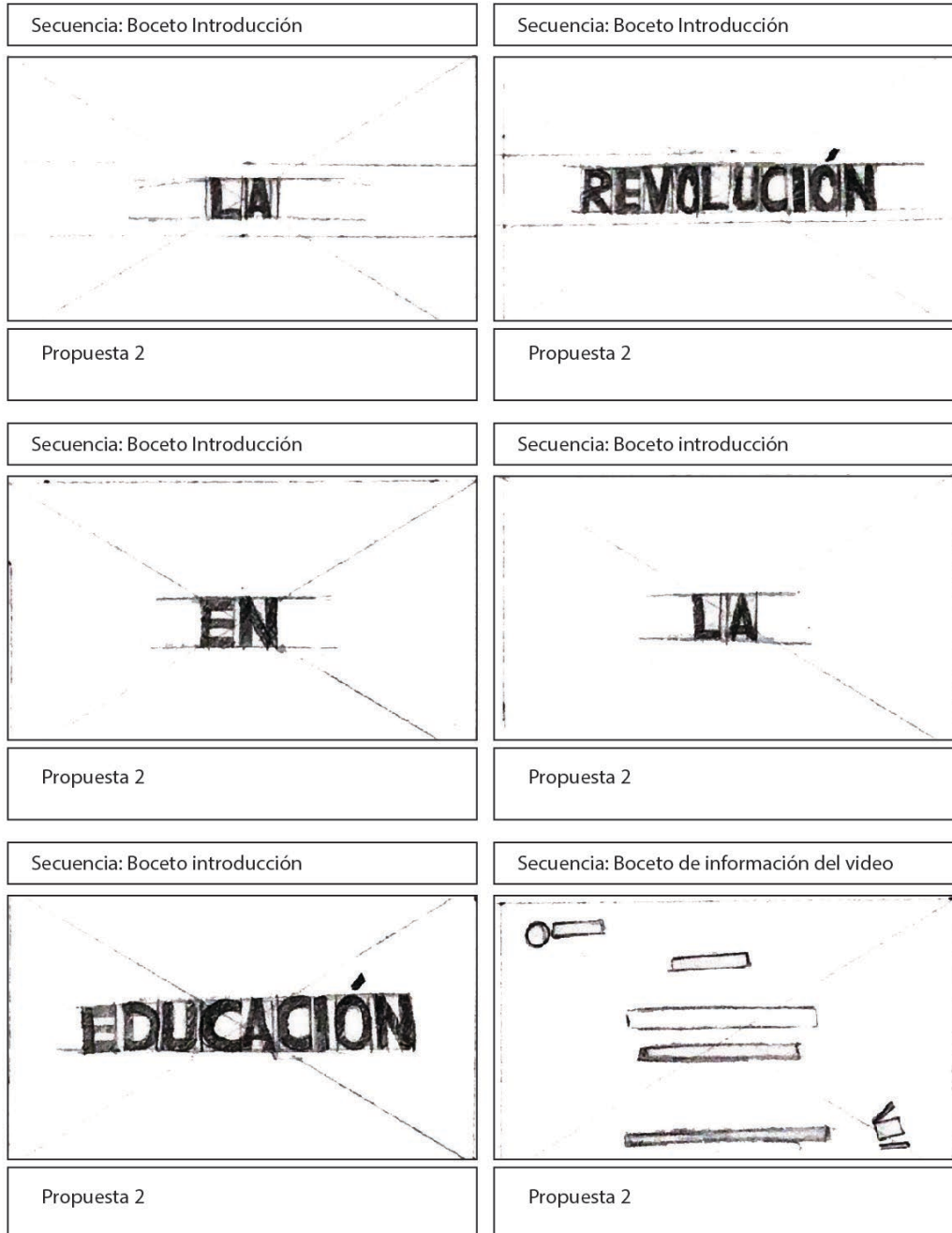
Secuencia: Boceto de información del video



Propuesta 1

Bocetos de la propuesta número uno para la animación digital que será incluida en los videos que produce el Departamento Multimedia de la Universidad Galileo.

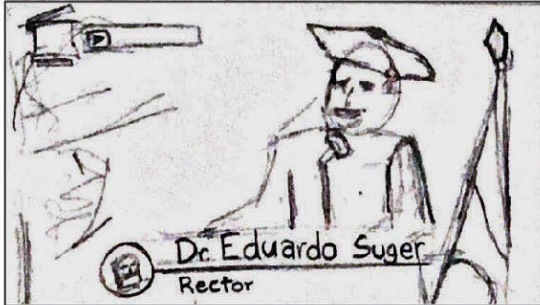
Storyboard: Bocetos 2/3



Bocetos de la propuesta número dos para la animación digital que será incluida en los videos que produce el Laboratorio Multimedia de Universidad Galileo.

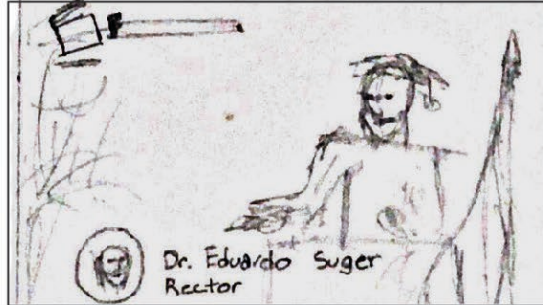
Storyboard: Bocetos 3/3

Secuencia: Boceto de diseño de cintillo



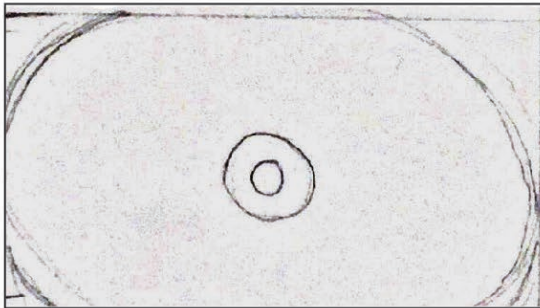
Propuesta 1

Secuencia: Boceto de animación de cintillo

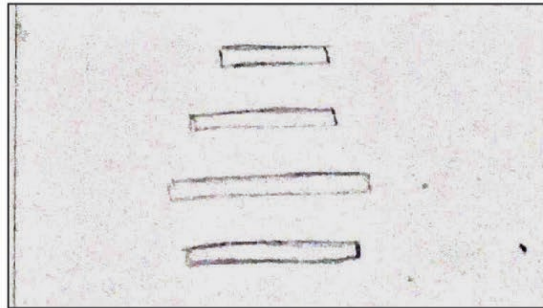


Propuesta 2

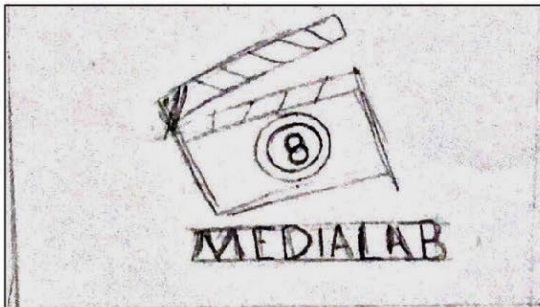
Secuencia: Boceto de transición



Secuencia: Boceto de diagramación de créditos



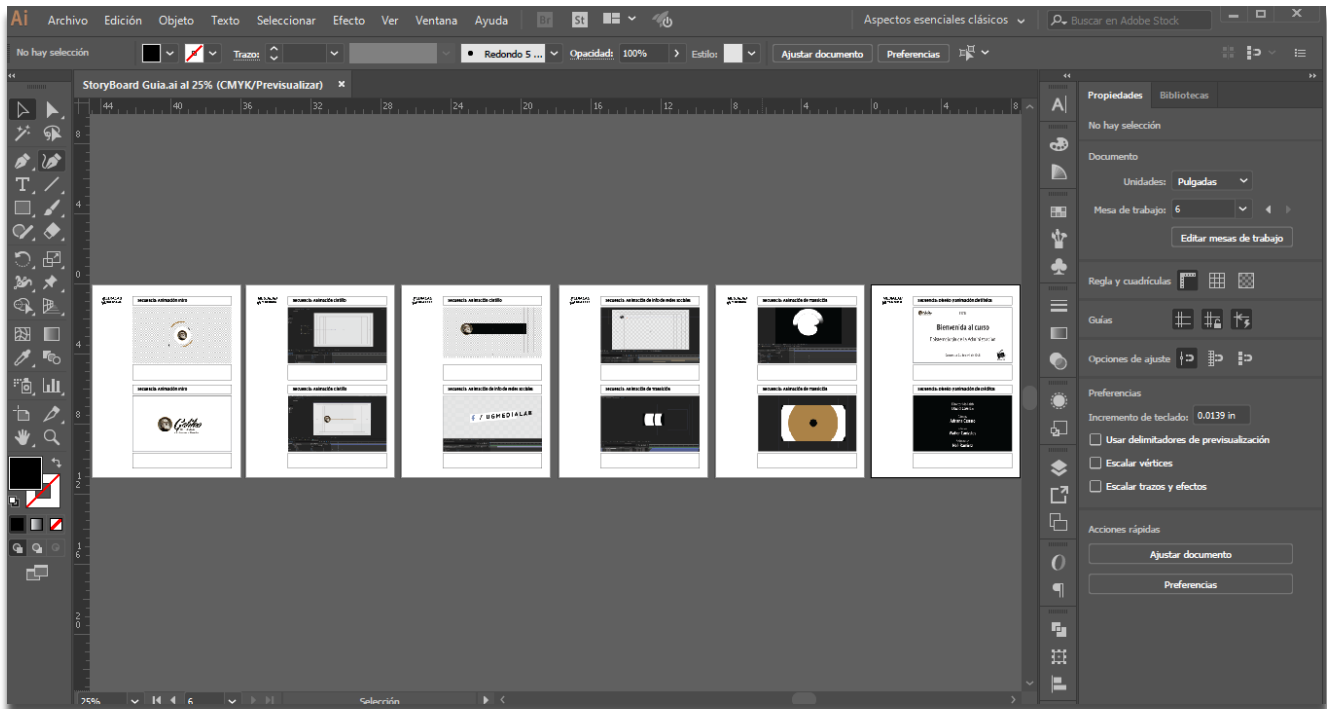
Secuencia: Boceto de outro



Bocetos de cintillo, información de redes sociales y outro para la animación digital que será incluida en los videos que produce el Laboratorio Multimedia de Universidad Galileo.

7.4 Digitalización

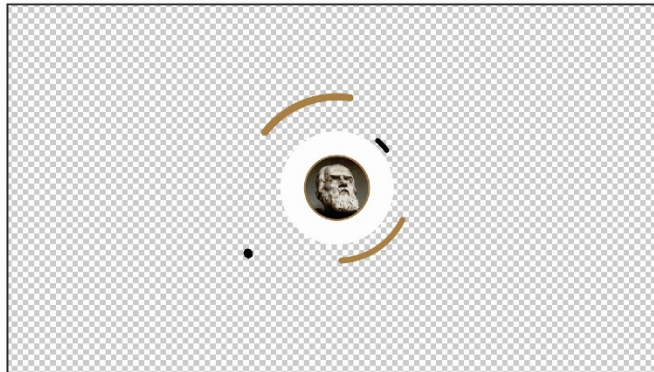
De las propuestas que se realizaron, se digitalizó la más adecuada para el proyecto al utilizar los programas, Ilustrador, Photoshop, After Effects y Premiere Pro.



Proceso de digitalización.

Producción: Animación del Laboratorio Multimedia	Digitalización.	Hoja:
		01/06

Secuencia: Animación Intro



Animación de los elementos circulares, esta animación se realizó en After Effects.

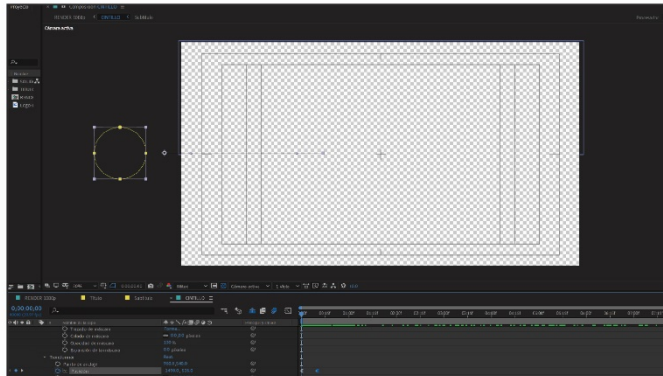
Secuencia: Animación Intro



Tras la animación de los círculos, se anima el logotipo de la Universidad Galileo, dicha animación se realiza en After Effects, en donde además se inserta la música que se utilizará.

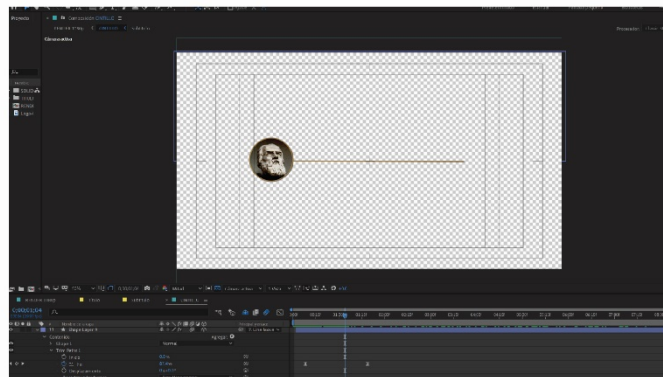
Producción: Animación del Laboratorio Multimedia	Digitalización.	Hoja:
		02/06

Secuencia: Animación cintillo



Para la animación del cintillo se crean máscaras para manipular de mejor forma los elementos y así por darles diferentes movimientos. La herramienta que se utilizo fue After Effects.

Secuencia: Animación Cintillo



Se estipulan los tiempos que debera durar cada movimiento a través de los kyframes . La herramienta que se utilizo fue After Effects.



GUIÓN AUDIOVISUAL O STORYBOARD

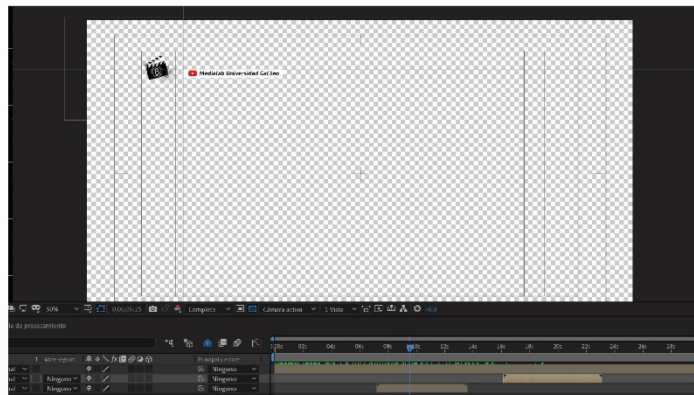
Producción: Animación del Laboratorio Multimedia	Digitalización.	Hoja:
		03/06

Secuencia: Animación de redes sociales



Integración de los iconos y los nombres de las páginas de las redes sociales utilizados por el Laboratorio Multimedia. La herramienta que se utilizó fue After Effects.

Secuencia: Animación de info de redes sociales



Se ubica la información de las redes sociales en la esquina superior izquierda, en el programa After Effects .

Animación de las transiciones que se utilizarán en la intro y outro de los videos que produce el

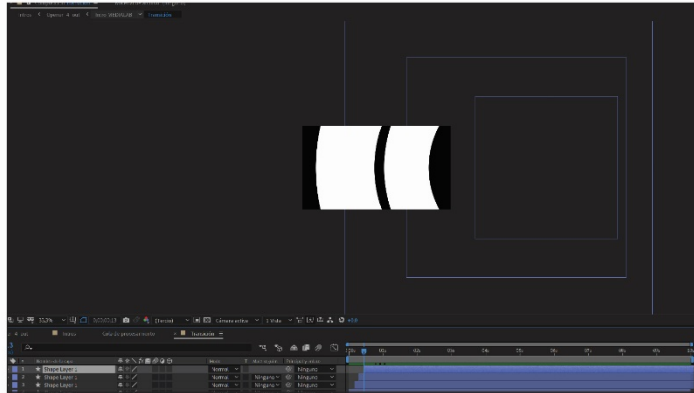
Laboratorio Multimedia.



GUIÓN AUDIOVISUAL O STORYBOARD

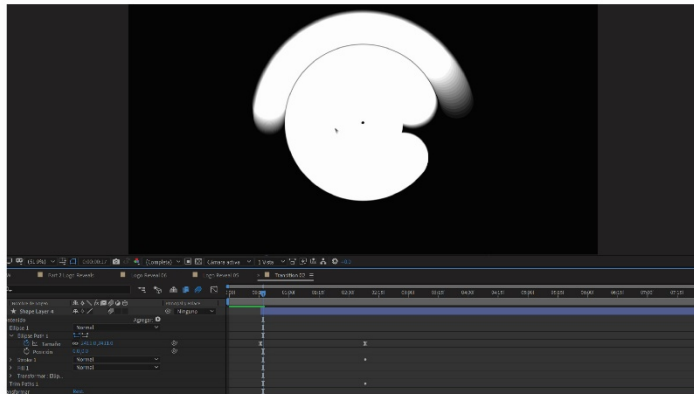
Producción: Animación del Laboratorio Multimedia	Digitalización.	Hoja:
		04/06

Secuencia: Animación de transición



Se realiza la cortinilla con figuras circulares que al unirse crean un sólido. El programa que se utilizo es After Effects.

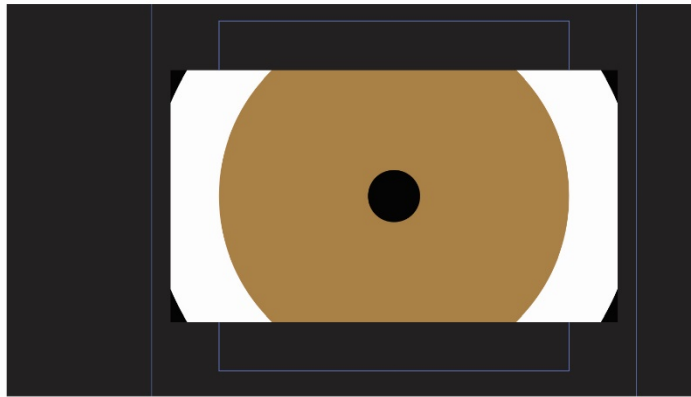
Secuencia: Animación de transición



Se realiza la cortinilla con figuras circulares en forma de espiral que al unirse crean un sólido. El programa que se utilizo es After Effects.

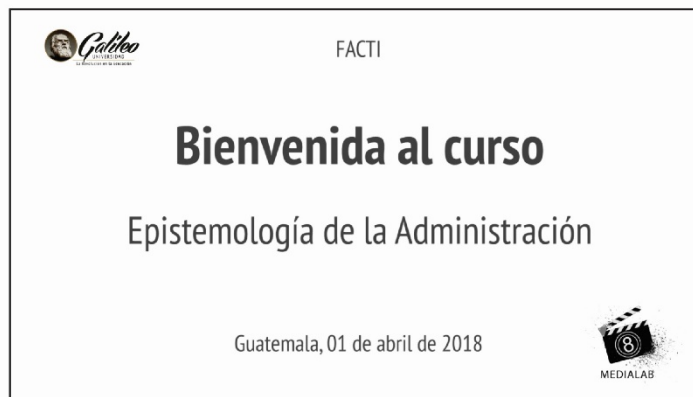
Producción: Animación del Laboratorio Multimedia	Digitalización.	Hoja:
		05/06

Secuencia: Animación de Transición



Se realiza la cortinilla con figuras circulares en escala de menor a mayor que al finalizar pasa a un sólido. El programa que se utilizo es After Effects.

Secuencia: Diseño de los títulos



Plantilla de los títulos de los videos realizada en Photoshop.



Producción: Animación del Laboratorio Multimedia	Digitalización.	Hoja:
		06/06

Secuencia: Diseño y animación de títulos

Director Medialab

David Castillo

Cámara

Adriana Castillo

Edición

Walter Canizales

Animación

Noé Ramirez

Plantilla de créditos para videos realizada en Photoshop.

7.5 Propuesta Preliminar

A continuación, se presenta la propuesta preliminar del proyecto.

<https://www.youtube.com/watch?v=wTuvHkELH0o>

		GUIÓN AUDIOVISUAL O STORYBOARD	
Producción: Animación del Laboratorio Multimedia		Secuencia de la animación digital para el laboratorio Multimedia Medialab.	
		Hoja: 01/03	
Secuencia			
1		2	
			
Acción: Inicia la pantalla en color sólido		Acción: Zoom in de círculos juntos con el imago tipo	
Música: SS_3905 Done Deal Initiative		de UG / Música: SS_3905 Done Deal Initiative	
Tiempo: 1 Segundo		Tiempo: 1 Segundo	
3		4	
			
Acción: Imago tipo se posiciona con secuencia de círculos al rededor / Música: SS_3905 Done Deal Initiative		Acción: Se muestra imago tipo completo	
Tiempo: 1 Segundo		Tiempo: 2 Segundo	
Universidad Galileo - Laboratorio de Multimedia Medialab - PBX: 24238000 Ext, 7373 - 7374 - medialab@galileo.edu - http://medialab.galileo.edu			

Producción: Animación del Laboratorio Multimedia	Secuencia de la animación digital para el laboratorio Multimedia Medialab.	Hoja:
		02/03

5



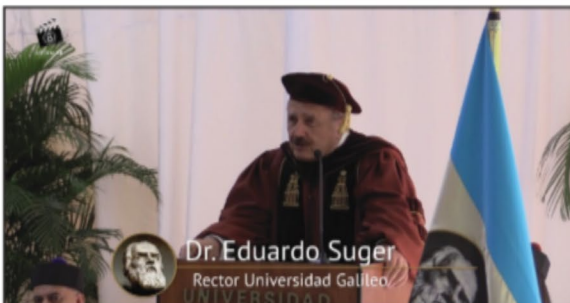
6



Acción: Transición de círculos para pasar a la información del video.
Música: SS_3905 Done Deal Initiative
Tiempo: 1 Segundo

Acción: Disolución cruzada y aparece la información del video.
Música: SS_3905 Done Deal Initiative
Tiempo: 6 Segundos

7



8

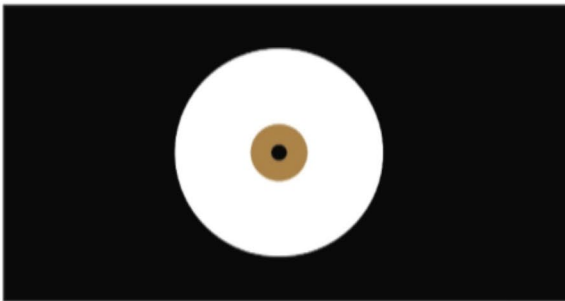


Acción: Cintillo entra de izquierda a derecha.
Tiempo: 7 Segundos

Acción: Imagotipo de Medialab en esquina superior izquierda con las redes sociales utilizadas.
Tiempo: 30 Segundos

Producción: Animación del Laboratorio Multimedia	Secuencia de la animación digital para el laboratorio Multimedia Medialab.	Hoja:
		03/03

9



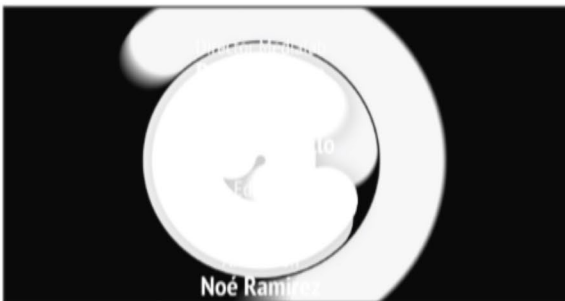
Acción: Transición en círculos para que aparezcan los créditos.
Música: SS_20607 Desire Of Tomorrow
Tiempo: 1 Segundo

10



Acción: Disolución cruzada e inician los créditos
Música: SS_20607 Desire Of Tomorrow
Tiempo: 5 Segundos

11



Acción: Transición en círculos para finalizar con imago tipo de Medialab.
Música: SS_20607 Desire Of Tomorrow
Tiempo: 2 Segundos

12



Acción: Imago tipo de Medialab en escala de menor a mayor / Música: SS_20607 Desire Of Tomorrow
Tiempo: 3 Segundos

CAP VIII

Validación Técnica

Capítulo VIII: Validación Técnica

Se realizó una propuesta de la animación digital, con la que se realizará la pre-validación. Para ello se tomarán en cuenta a expertos de Universidad Galileo y al grupo objetivo.

8.1 Población y muestreo

La herramienta utilizada será una encuesta con ponderación, validada por 1 cliente, 5 expertos y 25 personas del grupo objetivo, siendo un total de 31 personas.

En la encuesta se estará evaluando la parte operativa, semiológica y operativa con las que se pretende comprobar que la animación multimedia realizada cumpla con los objetivos planteados y sea funcional.

8.2 Método e instrumento

Para realizar la validación de la animación multimedia se requiere del apoyo de la encuesta como herramienta de investigación, que permite obtener información acerca del producto realizado que será útil para el Laboratorio de Multimedia de la Universidad Galileo.

La encuesta está conformada por 10 preguntas en las que se evalúan tres áreas importantes que son: objetiva, semiológica y operativa.



Nombre: _____

Profesión: _____

Puesto: _____

GÉNERO:

Femenino

Masculino

Años de experiencia laboral: _____ Perfil: Experto Cliente Grupo Objetivo

Encuesta de Validación del Proyecto de Tesis

Antecedentes:

El laboratorio de Multimedia Medialab es creado el 31 de agosto del 2002 por el Dr. Eduardo Suger, bajo la dirección del ingeniero Miguel Aparicio tras su fallecimiento, se nombra director al Lic. David Castillo en el año 2014.

Con el material audiovisual se busca la creación de una animación para unificar la línea gráfica de Universidad Galileo con la del departamento de Multimedia Medialab.

Introducción:

El objetivo de este proyecto es la creación de una animación multimedia de identidad gráfica para la producción de videos del laboratorio de multimedia Medialab, de Universidad Galileo.

Instrucciones:

A continuación, se le realizará una serie de preguntas referentes al tema en la cuál debe subrayar la respuesta que considere adecuada.

1. ¿Considera necesario que la línea gráfica del laboratorio de multimedia Medialab este enlazada con la línea gráfica de la Universidad Galileo?

- a) Completamente de acuerdo
- b) Ni en acuerdo, ni en desacuerdo
- c) Completamente en desacuerdo

2. ¿Cree que es importante la recopilación de información gráfica para la implementación de este proyecto?

- a) Completamente de acuerdo
- b) Ni en acuerdo, ni en desacuerdo
- c) Completamente en desacuerdo

3. ¿Según su criterio la propuesta realizada demuestra la unificación de la línea gráfica entre el laboratorio multimedia Medialab y la Universidad Galileo?

- a) Completamente de acuerdo
- b) Ni en acuerdo, ni en desacuerdo
- c) Completamente en desacuerdo

4. ¿Considera que el tipo de letra utilizado es legible?

- a) Muy legible
- b) Poco legible
- c) Nada legible

5. ¿Considera que el tipo de música es acorde al material gráfico presentado?

- a) Muy acorde
- b) Poco acorde
- c) Nada acorde

6. ¿Cree que los colores utilizados son apropiados para este proyecto?

- a) Muy apropiado
- b) Poco apropiado
- c) Nada apropiado

7. ¿Considera que la animación de los elementos gráficos es agradable?

- a) Muy agradable
- b) Poco agradable
- c) Nada agradable

8. ¿Considera adecuado la implementación de redes dentro del material gráfico?

- a) Completamente de acuerdo
- b) Ni en acuerdo, ni en desacuerdo
- c) Completamente en desacuerdo

9. ¿Considera que la duración de los cintillos es adecuada?

- a) Muy adecuada
- b) Poco adecuada
- c) Nada adecuada

10. ¿Cómo califica el material audiovisual?

- a) Muy bueno
- b) Poco bueno
- c) Nada bueno

De antemano se agradece el tiempo y la atención brindada para realizar este formulario, si usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede realizarlo en el siguiente espacio:

8.3 Resultados e interpretación de resultados

Pregunta 1: ¿Considera necesario que la línea gráfica del laboratorio de multimedia Medialab este enlazada con la línea gráfica de la Universidad Galileo?



Interpretación: El 90% de las personas encuestadas considera que sí es necesario que la línea gráfica del laboratorio de multimedia Medialab esté enlazada con la línea gráfica de la Universidad Galileo.

Pregunta 2: ¿Cree que es importante la recopilación de información gráfica para la implementación de este proyecto?



Interpretación: El 96% de las personas encuestadas cree que es importante la recopilación de información gráfica para la implementación de este proyecto.

Pregunta 3: ¿Según su criterio la propuesta realizada demuestra la unificación de la línea gráfica entre el laboratorio multimedia Medialab y la Universidad Galileo?



Interpretación: El 90% resultados obtenidos, se dice que la propuesta realizada sí demuestra la unificación de la línea gráfica entre el laboratorio multimedia Medialab y la Universidad Galileo.

Pregunta 4: ¿Considera que el tipo de letra utilizado es legible?



Interpretación: El 97% de las personas encuestadas considera que el tipo de letra sí es legible.

Pregunta 5: ¿Considera que el tipo de música es acorde al material gráfico presentado?



Interpretación: El 95% de las personas encuestadas considera que el tipo de música utilizada para el proyecto sí es acorde para el proyecto.

Pregunta 6: ¿Cree que los colores utilizados son apropiados para este proyecto?



Interpretación: El 100% de las personas consideró que los colores utilizados son apropiados para el proyecto.

Pregunta 7: ¿Considera que la animación de los elementos gráficos es agradable?



Interpretación: El 96% las personas considera que la animación de los elementos gráficos es agradable.

Pregunta 8: ¿Considera adecuado la implementación de redes dentro del material gráfico?



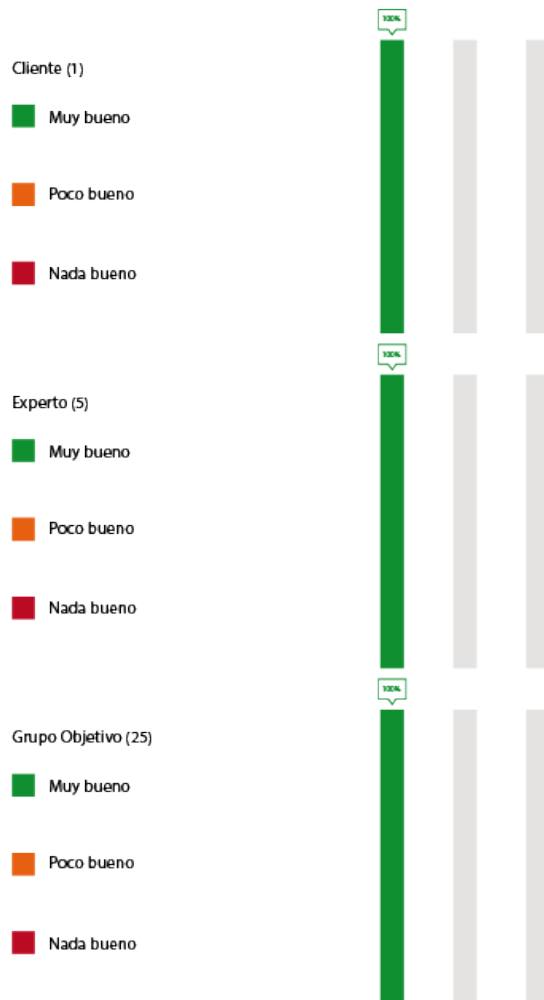
Interpretación: El 94% de las personas encuestadas considera que sí es necesario la implementación de las redes sociales en el material gráfico.

Pregunta 9: ¿Considera que la duración de los cintillos es adecuada?



Interpretación: El 90% de las personas encuestadas considera que la duración del cintillo es adecuada.

Pregunta 10: ¿Cómo califica el material audiovisual?

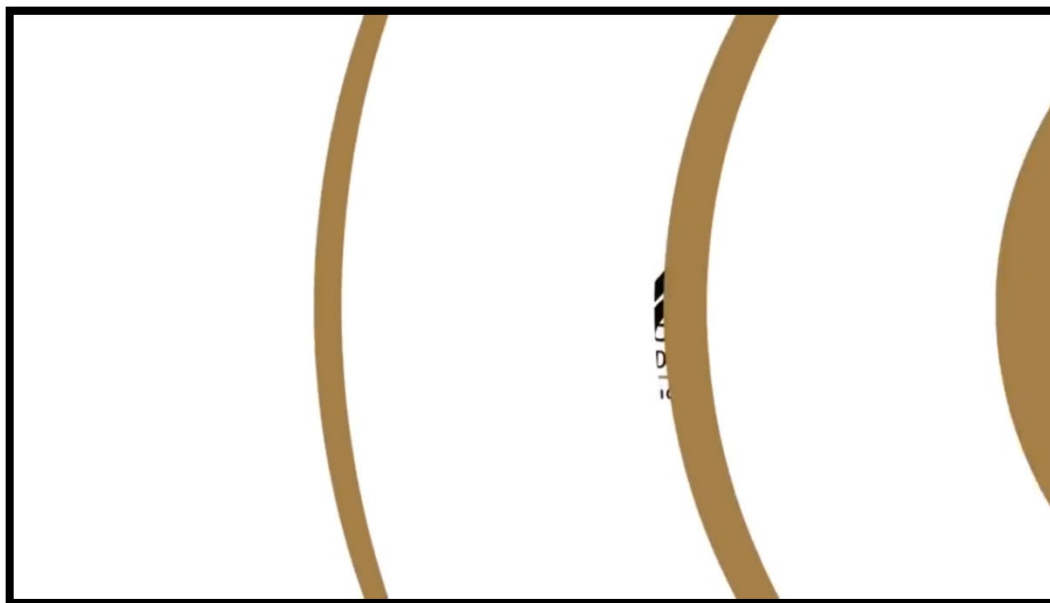


Interpretación: El 100% de las personas encuestadas considera que el material gráfico realizado es muy bueno.

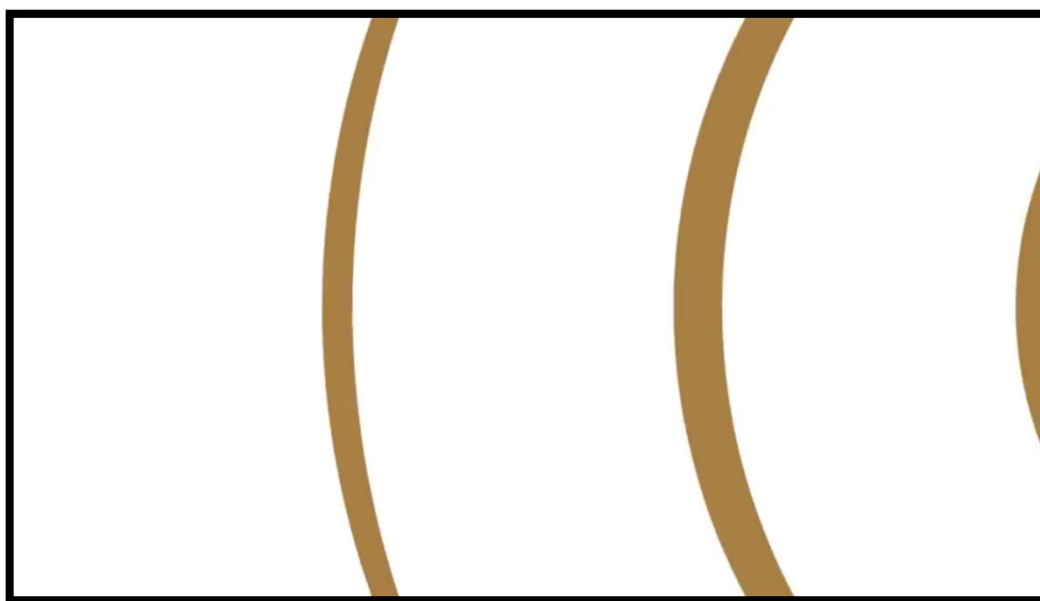
8.4 Cambios en base a los resultados

Se realizaron los cambios con base a los resultados obtenidos a través de las encuestas, los cuales se presentan a continuación:

Antes:

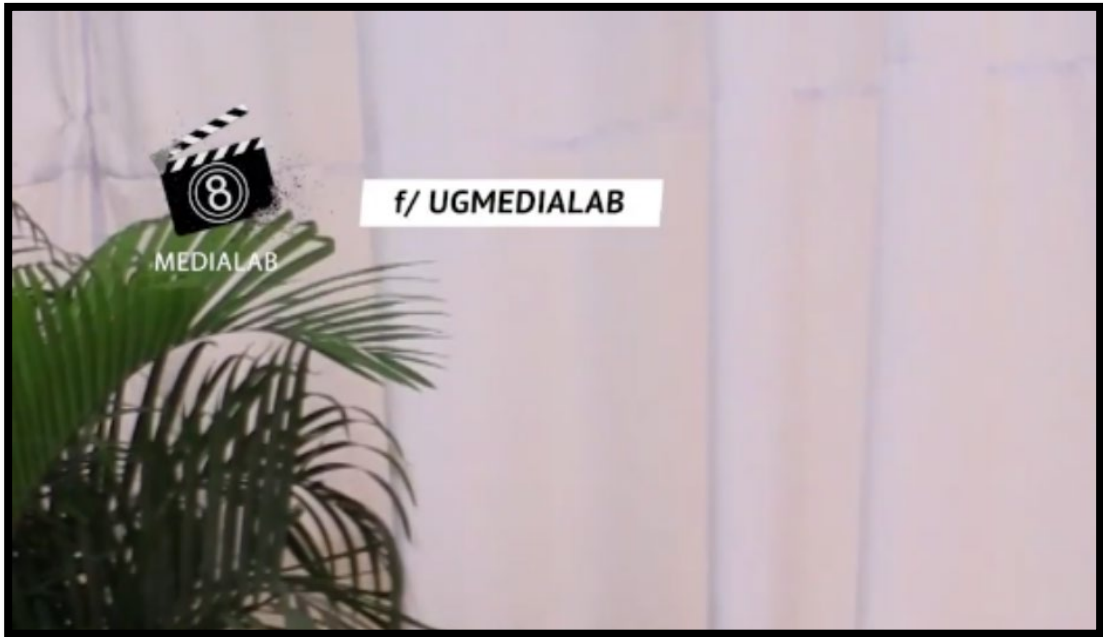


Después:

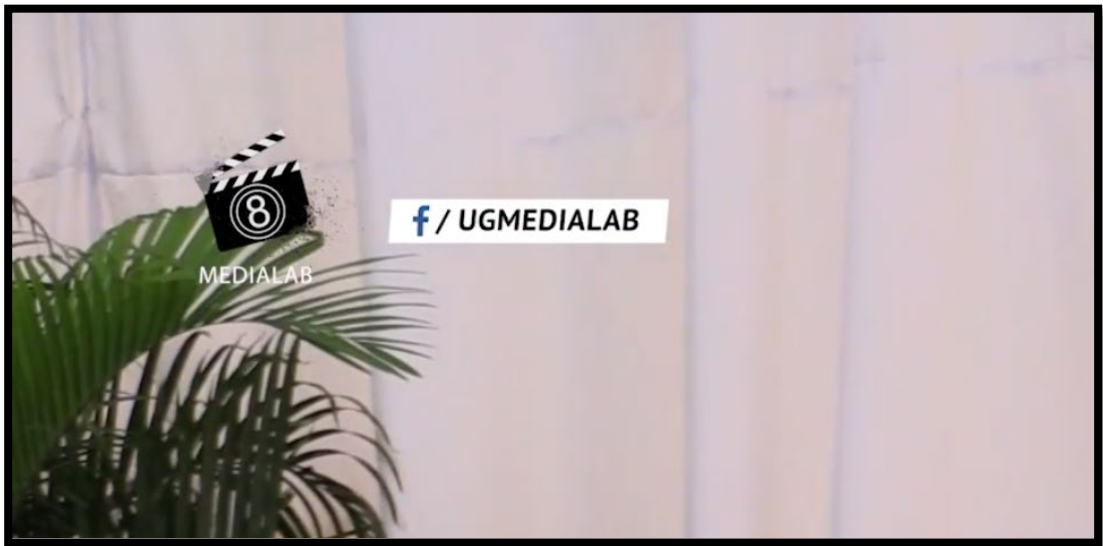


Se retiró el imatotipo de Universidad Galileo al entrar la transición.

Antes:



Después:



Se cambió el color del icono de facebook.

Antes:



Después:



Se colocó una placa negra al cintillo para evitar inconvenientes visuales sobre fondos claros.


CAP IX

Propuesta
Gráfica Final

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

Luego de la validación con el cliente, expertos y grupo objetivo, se hicieron los cambios necesarios para obtener un material con mayor calidad.

https://youtu.be/HsIC_N97yyc




GUIÓN AUDIOVISUAL O STORYBOARD

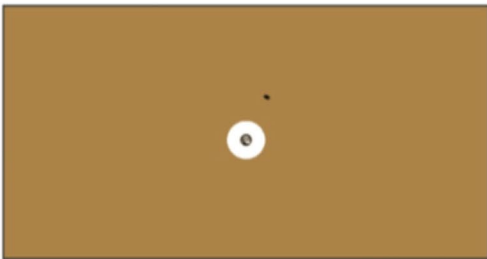
Producción: Animación del Laboratorio Multimedia	Secuencia de la animación digital para el laboratorio Multimedia Medialab.	Hoja: 01/03
--	--	----------------

Secuencia

1




2




Acción: Inicia la pantalla en color sólido
Música: SS_3905 Done Deal Initiative
Tiempo: 1 Segundo

Acción: Zoom in de círculos juntos con el imagotipo de UG / Música: SS_3905 Done Deal Initiative
Tiempo: 1 Segundo

3



4



Acción: Imagotipo se posiciona con secuencia de círculos al rededor / Música: SS_3905 Done Deal Initiative
Tiempo: 1 Segundo

Acción: Se muestra imagotipo completo
Tiempo: 2 Segundo

Universidad Galileo - Laboratorio de Multimedia Medialab - PBX: 24238000 Ext. 7373 - 7374 -
medialab@galileo.edu - <http://medialab.galileo.edu>

Producción: Animación del Laboratorio Multimedia	Secuencia de la animación digital para el laboratorio Multimedia Medialab.	Hoja:
		02/03

5



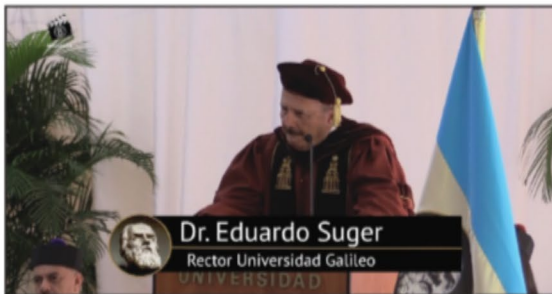
Acción: Transición de círculos para pasar a la información del video.
Música: SS_3905 Done Deal Initiative
Tiempo: 1 Segundo

6



Acción: Disolución cruzada y aparece la información del video.
Música: SS_3905 Done Deal Initiative
Tiempo: 6 Segundos

7



Acción: Cintillo entra de izquierda a derecha.
Tiempo: 7 Segundos

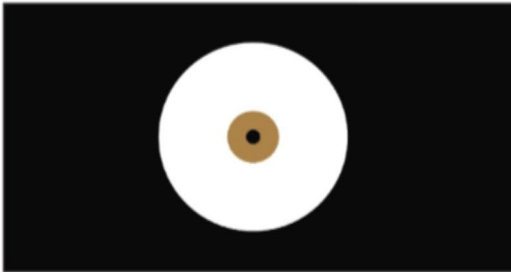
8



Acción: Imagotipo de Medialab en esquina superior izquierda con las redes sociales utilizadas.
Tiempo: 30 Segundos

Producción: Animación del Laboratorio Multimedia	Secuencia de la animación digital para el laboratorio Multimedia Medialab.	Hoja:
		03/03

9



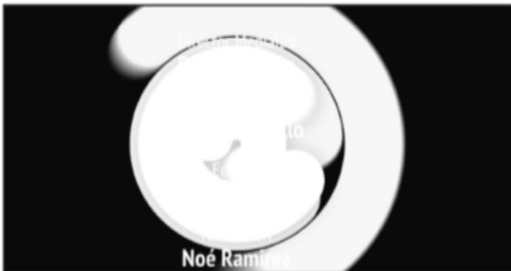
10



Acción: Transición en círculos para que aparezcan los créditos.
Música: SS_20607 Desire Of Tomorrow
Tiempo: 1 Segundo

Acción: Disolución cruzada e inician los créditos
Música: SS_20607 Desire Of Tomorrow
Tiempo: 5 Segundos

11



12



Acción: Transición en círculos para finalizar con imagotipo de Medialab.
Música: SS_20607 Desire Of Tomorrow
Tiempo: 2 Segundos

Acción: Imagotipo de Medialab en escala de menor a mayor / Música: SS_20607 Desire Of Tomorrow
Tiempo: 3 Segundos

La animación esta trabajada a una resolución de 1920*1080, a una velocidad de 30fps.

CAP X

Producción, Reproducción
y Distribución

Capítulo X: Producción, Reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

	Hora	Costo por hora	Subtotal
Visitas con el cliente	9	Q25.00	Q225.00
Creatividad	10	Q25.00	Q250.00
Bocetos	15	Q25.00	Q375.00
	Total		Q850.00

10.2 Plan de costos de producción

	Hora	Costo por hora	Subtotal
Digitalización	20	Q25.00	Q500.00
Proceso de Animación	50	Q25.00	Q1,250.00
	Total		Q1,750.00

10.3 Plan de costos de reproducción

	Hora	Costo por hora	Subtotal
	0	Q25.00	Q0.00
	Total		Q0.00

10.4 Plan de costos de distribución

	Hora	Costo por hora	Subtotal
	0	Q25.00	Q0.00
	0	Q25.00	Q0.00
	0	Q25.00	Q0.00
		Total	Q0.00

10.5 Cuadro resumen

Costos de elaboración	Q850.00
Costos de Producción	Q1,750.00
Costos de Reproducción	Q0.00
Costos de Distribución	Q0.00
Sub total	Q2,600.00
Margen de utilidad	Q520.00
Total	Q3,120.00
Iva	Q374.40
Gran total	Q3,494.40

CAP XI

Conclusiones y
Recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

- Se diseñó una animación digital para ser incluida en los videos que produce el Laboratorio Multimedia de la Universidad Galileo.
- Se investigaron referencias bibliográficas en sitios web acerca de creación de animaciones digitales para la elaboración de dicho material.
- Se recopiló toda la información necesaria de Universidad Galileo para la creación de la animación digital para los videos del Laboratorio de Multimedia.
- Se editó el material gráfico para la introducción y final de los videos con cintillos y logotipos para los videos que produce el Laboratorio Multimedia.

11.2 Recomendaciones

- Utilizar la animación realizada en los videos de Laboratorio Multimedia.
- En los cintillos, colocar únicamente la profesión abreviada, un nombre y un apellido para tener mejor estética.
- El material gráfico es muy importante en la actualidad, es por ello por lo que este material debe refrescarse por lo menos una vez al año para estar a la vanguardia.
- Promocionar el Laboratorio Multimedia en los espacios virtuales de Universidad Galileo para que se dé a conocer más entre las autoridades.

CAP XII

Conocimiento General

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Demostración de conocimientos

CONOCIMIENTOS GENERALES

- + La realización del proyecto fue muy divertida, agradable, en la cual pude poner en práctica lo aprendido en estos años.
- + Todos los cursos fueron muy importantes para mi formación, pero en este proyecto tuve la oportunidad de aplicar cursos como: comunicación, comunicación audiovisual, software, visualización gráfica.
- + Pero para realizar dicho material, tenía que ordenar mis ideas, al llegar a este punto, los cursos de visualización gráfica me ayudaron mucho, ya que con estos pude hacer los bocetos.
- + Finalmente para culminar el proyecto puse en práctica los conocimientos aprendidos en software para poder digitalizar y animar el material audiovisual.
- + Gracias a los conocimientos obtenidos sobre la comunicación, pude crear el material adecuado, de acuerdo al grupo objetivo.
- + Con lo aprendido en la comunicación audiovisual, pude aplicar las herramientas necesarias para lograr que el material audiovisual fuera agradable, sencillo y efectivo.

CAP XIII

R e f e r e n c i a s

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias Físicas

B

- Berlo, D. (1960). *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires: Librería "El Ateneo".
- Bride M. Whelan, (1994). *La armonía del color "Nuevas tendencias"* Primera edición mexicana.

C

- Cheng, K. (2006). *Diseñar Tipografía*. Barcelona: Gustavo Gili, SL.
- Colomer, A. y Rafols R. (2003). *El diseño audiovisual*. Barcelona: Gustavo Gili, SL.

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.

H

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

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.
- Mar, F. M. (2013). Concepto de comunicación y componentes del proceso comunicativo. *efdeportes.com*, 1/1.
- Monlau, P. (1858). *Psicología y Lógica*. España, Madrid.
- Moreno, M. (2003). *Filosofía*. Sevilla: MAD, S.L

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.
- Proyecto FIT Perú MINCETUR AECI (2006). *Sere manuales de diseño año 2 No. 1*
Lima Perú 2006
- Preckler, A. (2003). *Historia del arte universal de los siglos XIX y XX* . Madrid, España.

Q

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

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

- Aguilar, N. (2013). *Animación digital*. Obtenido de <https://tecnoiglesia.com/2013/02/la-animacion-digital/>

C

- Canva, *Minimalista y Abstracta*. Obtenido de https://www.canva.com/es_mx/aprende/9-tendencias-diseno-grafico-imperdibles/
- Carreño, D. (2015) *Dibujo/Ilustración*. Obtenido de <https://waarket.com/la-composicion-en-el-diseno-grafico/>

- Concepto Definición. *Línea*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/linea/>
- Corbin, J. *Tipos de comunicación*. Obtenido de <https://psicologiaymente.com/social/tipos-comunicacion-caracteristicas>
- Crespo, R. (04 de enero de 2012). *Cisolo ciencia sociológica*. Obtenido de <http://cisolog.com/sociologia/que-es-la-sociologia/>

D

- Díaz Noci, J. (2009). *Multimedia*. Obtenido de https://www.revistacomunicar.com/numeros_anteriores/archivospdf/33/c33-2009-03-013.pdf

E

- EcuRed. *Diseño Gráfico*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Elementos_b%C3%A1sicos_del_Dise%C3%B1o_Gr%C3%A1fico
- EcuRed. *Warren Weaver*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Warren_Weaver

F

- Foro histórico de las telecomunicaciones. *Claude Shannon*. Obtenido de <http://forohistorico.coit.es/index.php/personajes/personajes-internacionales/item/shannon>

I

- Infoamérica. *Marshall McLuhan*, Obtenido de <https://www.infoamerica.org/teoria/mcluhan1.htm>

K

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

L

- Lasso, S. (2017). *Teoria de Color*. Obtenido de <https://www.aboutspanol.com/teoria-del-color-180310>
- Lenin, M. (2009). *Balance*. Obtenido de <https://cgsign.blogspot.com/2009/12/principios-basicos-del-diseno-grafico.html>

S

- Significados. (2014). *Punto*. Obtenido de <https://www.significados.com/punto/>

T

- Teorías y Modelos de la Comunicación. *Umberto Eco*. Obtenido de <https://tymdecomunicacion.blogspot.com/p/modelo-de-comunicacion-de-umberto-eco.html>
- Todo sobre comunicación. *Comunicación*. Obtenido de <https://todosobrecomunicacion.com/segun-autores/>

- Trilnick, C. *Norbert Wiener*. Obtenido de <http://proyectoidis.org/norbert-wiener/>

V

- VISO Comunicación y Mercadotecnia (2015). *Tipos de Diseño*. Obtenido de <https://www.visocym.com/2015/06/10/diferentes-tipos-de-dise%C3%B1o-y-sus-categorias/>
- Vargas, C. (Junio de 2008). *Lenguaje Usac.*. Obtenido de <http://usaclenguaje.blogspot.com/>

W

- WordReference, Diccionario de la lengua española, *Crear*. Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/crear>

CAP **XIV**

A n e x o s

Capítulo XIV: Anexos

Anexo A, tabla NSE

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
INGRESO	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q14 mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudio, área de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio, área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/cuanto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor
OTRAS PROPIEDADES	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con	Sitios/herrenos condominios cerca de costas	Sitios/herrenos interior por herencias				
PERSONAL DE SERVICIOS	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual		
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
POSESIONES	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero-avión	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo	
BIENES DE COMODIDAD	3 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direc TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquinas de lavar, secar, platos ropa, computador/miembro, internet por ton eléctrico, todos los electrodomesticos	2 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direc TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 plana o plasma, maquinas de lavar, secar, platos ropa, computadora/familia electrodomesticos básicos	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomesticos básicos	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
DIVERSIÓN	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	CC, parques, estado	CC, parques, estado	Parques
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	3-4otas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y otras en US\$	2-3otas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y otras en US\$	1-2otas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo	Tota Q monetarios y ahorro, 1TC local	Tota Q ahorro, TC local	ota Q ahorro	

Anexo B, validación con el cliente



Lic. David Castillo

Anexo C, validación con expertos



Lic. Karla López



Lic. Alejandra Rodríguez



Lic. Lourdes Donis



Lic. Carlos Jiménez



Lic. Rolando Barahona

Anexo D, validación con grupo objetivo

PREGUNTAS RESPUESTAS 25

Encuesta de Validación del Proyecto de Tesis

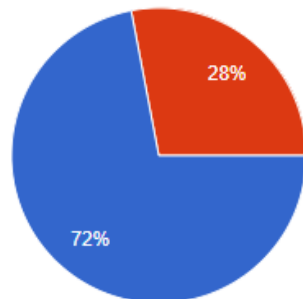
[Video Prototipo](#)

The video player shows a slide with the following content:

- Logo of the institution (UNAH)
- Text: "FACTI"
- Text: "Bienvenida al curso"
- Text: "Epistemología de la Administración"
- Text: "Guatemala, 01 de abril de 2018"
- Small logo in the bottom right corner.

1. ¿Considera necesario que la línea gráfica del laboratorio de multimedia Medialab este enlazada con la línea gráfica de la Universidad Galileo?

25 respuestas

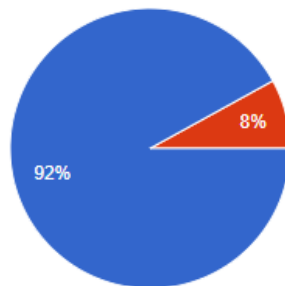


- a) Completamente de acuerdo
- b) Ni en acuerdo, ni en desacuerdo
- c) Completamente en desacuerdo

2. ¿Cree que es importante la recopilación de información gráfica para la implementación de este proyecto?



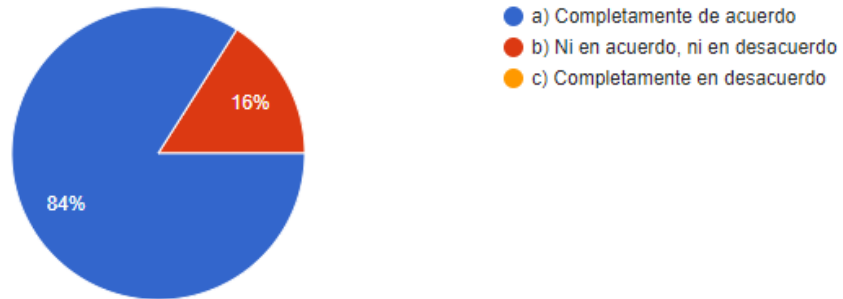
25 respuestas



- a) Completamente de acuerdo
- b) Ni en acuerdo, ni en desacuerdo
- c) Completamente en desacuerdo

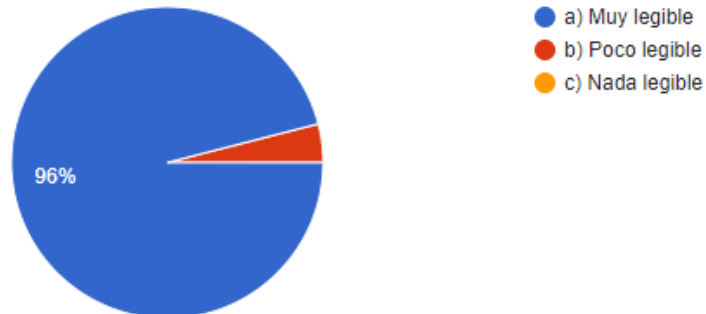
3. ¿Según su criterio la propuesta realizada demuestra la unificación de la línea gráfica entre el laboratorio multimedia Medialab y la Universidad Galileo?

25 respuestas



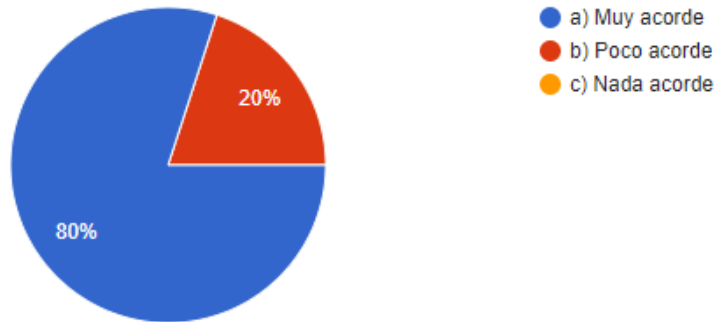
4. ¿Considera que el tipo de letra utilizado es legible?

25 respuestas



5. ¿Considera que el tipo de música es acorde al material gráfico presentado?

25 respuestas



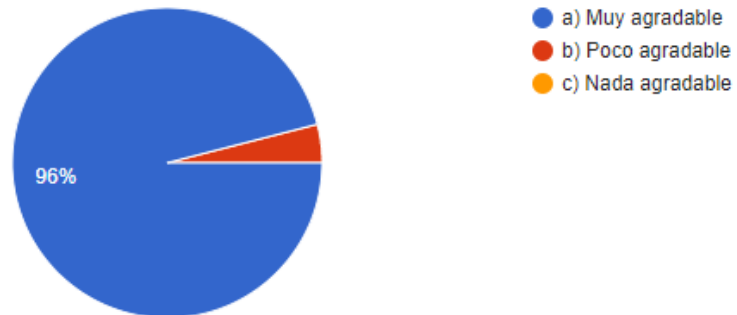
6. ¿Cree que los colores utilizados son apropiados para este proyecto?

25 respuestas



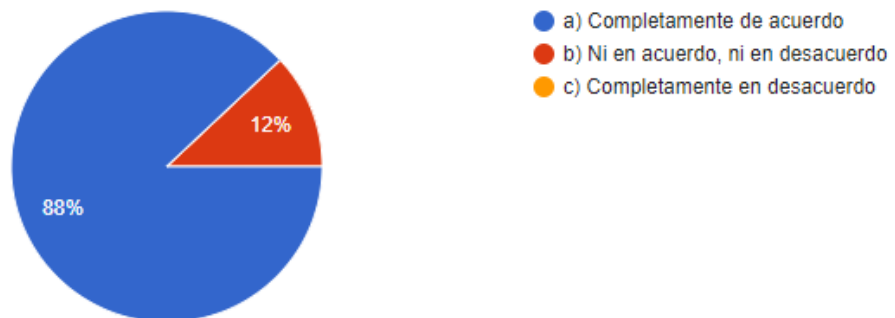
7. ¿Considera que la animación de los elementos gráficos es agradable?

25 respuestas



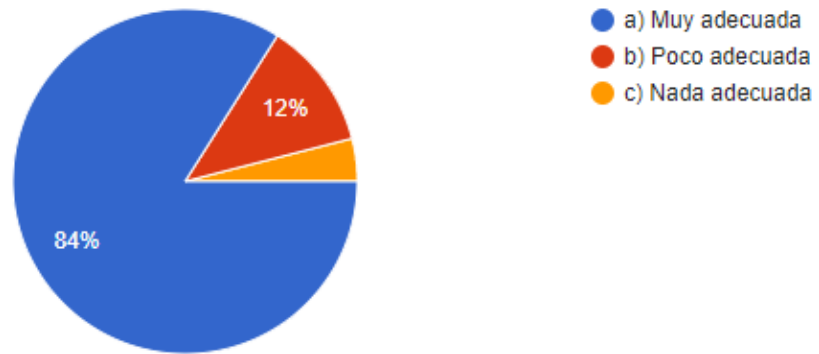
8. ¿Considera adecuado la implementación de redes dentro del material gráfico?

25 respuestas



9. ¿Considera que la duración de los cintillos es adecuada?

25 respuestas



10. ¿Cómo califica el material audiovisual?

25 respuestas



Anexo E, referencias de tendencia minimalista



Don Francisco da a conocer el antes y después del grupo CNCO | Don Francisco Te Invita | Entretenimi

Obtenida de Don Francisco



Live From E! - The Latest on True Thompson and More | E! News

Obtenida de E News



Why Jennifer Garner Is the New Queen of Instagram | E! News

68 visualizaciones

ME GUSTA NO ME GUSTA COMPARTIR

Obtenida de E News



Ricardo Arjona abandona entrevista en vivo de CNN en español

Obtenida de CNN



Zidane y Roberto Carlos rememorarán el gol de Glasgow

Obtenida de Real Madrid



Obtenida de “Qué Chilero”



Obtenida de CNN



TodoDeportes | Guatemala continúa trabajo con selecciones menores | Prensa Libre

Obtenida de Teledeportes



Sergio Hornung - Cómo Dar Fruto En Tiempos De Crisis - Vendimia 17

Obtenida de Vendimia, Casa de Dios