



## TÍTULO

CÁPSULAS EDUCOMUNICATIVAS EN TEMAS TRANSVERSALES DE  
LA EDUCACIÓN

## AUTOR

Jaime Andrés Amado Araujo

Tutor  
Instituciones  
Curso  
©  
©  
Fecha  
documento

**Esta edición electrónica ha sido realizada en 2023**

Dr. D. Antonio Daniel García R.

Universidad Internacional de Andalucía ; Universidad de Huelva

*Máster en Comunicación y Educación Audiovisual*

*Jaime Andrés Amado Araujo*

De esta edición: Universidad Internacional de Andalucía

2022



**Atribución-NoComercial-SinDerivadas  
4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)**

Para más información:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.en>



**A**

## **Capsulas educomunicativas en temas transversales de la educación**

**Master\_ en Educación y Comunicación  
Audiovisual TFP**

**Jaime Andrés Amado Araujo**

**ID** 0000-0002-2688-4620

---

**Dr. Antonio D. Garcia R.**

**ID** 0000-0003-2997-1065

---

**Curso 2021 - 2022**

# 1 INDICE

<b>2</b>	<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>4</b>
2.1	PROYECTO .....	6
<b>3</b>	<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>7</b>
<b>4</b>	<b>CONTEXTO INSTITUCIONAL.....</b>	<b>8</b>
4.1	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL .....	12
4.2	CANAL INSTITUCIONAL UNIA TV.....	14
4.3	REDES SOCIALES.....	14
4.4	SERVICIOS TÉCNICOS Y EQUIPOS EN AULAS.....	14
4.5	COPRODUCCIONES UNIA.....	15
4.6	PROMOCIÓN Y APOYO A PROGRAMAS ACADÉMICOS SOBRE EL AUDIOVISUAL.....	16
4.7	LÍNEAS DE FUTURO.....	16
4.8	EQUIPOS AUDIOVISUALES .....	17
4.9	ESTADO DEL ARTE.....	18
4.10	EDUCACIÓN A TRAVÉS DE VIDEOS EN REDES SOCIALES .....	26
<b>5</b>	<b>PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EDUCOMUNICATIVA.....</b>	<b>29</b>
5.1	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	31
5.2	PLAN DE RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y ECONÓMICOS DE LA PROPUESTA51	
5.3	RECURSOS MATERIALES .....	51
5.4	RECURSOS PERSONALES .....	51

5.5	RECURSOS ECONÓMICOS.....	52
5.6	RESULTADOS PREVISIBLES Y PROSPECTIVA FUTURA .....	52
5.7	LIMITACIONES DE LA PROPUESTA.....	53
5.8	RESULTADOS DEL PROYECTO (ENCUESTA).....	54
6	<i>AUTOVALORACIÓN DE LAS PRÁCTICAS</i> .....	56
7	<i>REFERENCIAS</i> .....	57
8	<i>ANEXOS</i> .....	59
9	<i>DIARIO DE PRÁCTICAS</i> .....	83

## 2 INTRODUCCIÓN

Este trabajo se centra en el potencial que tiene el área del Servicio Audiovisual de la Universidad Internacional de Andalucía (SAV) en conjunto con el área de comunicaciones estas dos entidades tienen como función dar soporte externo a la universidad en todo su ámbito publicitario y comunicativo interna y externamente, es la cara de la universidad hacia afuera.

Por esta razón y partiendo desde su identidad gráfica, sus videos y materiales audiovisuales es que se me encarga la creación de una identidad visual para sus cortinillas de presentación de los materiales audiovisuales como cursos académicos, presentaciones de rectorado, conferencias entre otras, busco la manera de relacionar este material para construir varias capsulas educativas un proyecto didáctico y comunicativo desde la perspectiva audiovisual el cual se trata de crear mediante pequeñas animaciones e ilustraciones explicar temas de vital importancia en la sociedad que puedan ser vistas desde todo tipo de redes sociales adaptando este material según sea necesario con el fin de llegar a todas las plataformas más usadas por los jóvenes.

Este proyecto busca dar a conocer un nuevo espacio donde jóvenes y universidad participen en la creación de nuevos conocimientos aportando así a la alfabetización mediática en la sociedad de manera fácil y rápida y al alcance de todos.

**Palabras Claves:** Educación Alfabetización mediática, animaciones e ilustraciones, identidad gráfica, capsulas educativas, redes sociales, audiovisual.

## INTRODUCTION

This work focuses on the potential of the Audiovisual Service area of the International University of Andalusia (SAV) in conjunction with the communication area, these two entities have the function of providing external support to the university in all its field of advertising and communication internal and externally, it is the face of the university towards the outside.

For this reason and based on their graphic identity, their videos and audiovisual materials, they commission me to create a visual identity for their audiovisual material presentation curtains such as academic courses, rector presentations, conferences, among others, I look for the way of this material to build several educational capsules, a didactic and communicative project from an audiovisual perspective, which is about creating relationships through small animations and explaining illustrations of issues of vital importance in society that can be seen from all kinds of social networks by adapting this material as needed to reach all platforms most used by young people.

This project seeks to publicize a new space where young people and universities participate in the creation of new knowledge, thus contributing to media literacy in society in an easy, fast, and affordable way for everyone.

**Keywords:** Education Media literacy, animations and illustrations, graphic identity, educational capsules, social networks, visual media

## 2.1 PROYECTO

Este proyecto surge de la necesidad y renovación de la imagen de la universidad en sus diferentes proyectos audiovisuales donde el área del servicio audiovisual en conjunto con el área de biblioteca generan diferentes videoclips y cortinillas donde muestran a sus estudiantes las carreras, seminarios, conferencias, proyectos y todo lo relacionado con la universidad, estos pequeños clips audiovisuales cuentan con una imagen audiovisual propia que surge de la apropiación del manual de identidad y se traslada a un ámbito más audiovisual estas animaciones son la representación de la identidad visual de la universidad a sus alumnos principalmente y en ellas se pueden observar su logotipo y una imagen de cada sede de la universidad (sede La Rábida, Baeza, Málaga y Sevilla y una imagen genérica) estas animaciones que sirven como cabeceras audiovisuales tiene como principal fin brindar información acerca de la universidad e incentivar a los alumnos a participar de sus proyectos y potencializar la Universidad Internacional de Andalucía como una institución de calidad y prestigio en España y Latinoamérica, como la universidad es principalmente una entidad privada debe buscar sus recursos en múltiples lugares, debe ser una institución visible y muy atractiva en un sentido gráfico, visual con una identidad llamativa y elegante es por ello que este proyecto se lleva a cabo con ayuda y soporte del área audiovisual quienes me comparten material gráfico y audiovisual de la universidad para poder culminar el proyecto de manera satisfactoria.

Con todo el material proporcionado se busca crear de manera didáctica varios capsulas animadas de aproximadamente un minuto a tres minutos donde se enseñara a los estudiantes un tema en concreto que sea de relevancia en la actualidad estos videoclips serán presentados desde el área de servicios audiovisual de la universidad y se busca que sea mostrados por redes sociales para que los estudiantes puedan compartir contenido interesante de la universidad.



### **3 OBJETIVOS**

#### **OBJETIVO GENERAL**

- Realizar una identidad audiovisual para la universidad internacional de Andalucía UNIA que sirva como soporte para la animación de capsulas audiovisuales para las redes sociales de la universidad, producción realizada desde el área SAV y el área de comunicaciones.

#### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Realizar la animación del logo de la universidad que se ajuste a la identidad creada en el proyecto de la capsula educativa.
- Creación de la primer capsula animada para redes sociales
- Creación de las diferentes cortinillas para el servicio audiovisual de la Universidad Internacional de Andalucía

#### 4 CONTEXTO INSTITUCIONAL

El Servicio Audiovisual (SAV) de la Universidad Internacional de Andalucía, es el encargado de prestar un servicio audiovisual a toda la comunidad universitaria con el fin de llevar aprendizaje y conectividad desde el punto de vista audiovisual en todas las sedes de la Universidad “El servicio tiene como misión promocionar y posibilitar el uso de los Medios y Contenidos Audiovisuales en todas sus potencialidades en la UNIA, en consonancia con el indiscutible protagonismo que disfrutan en la sociedad actual”. (Universidad Internacional de Andalucía, s.f.)

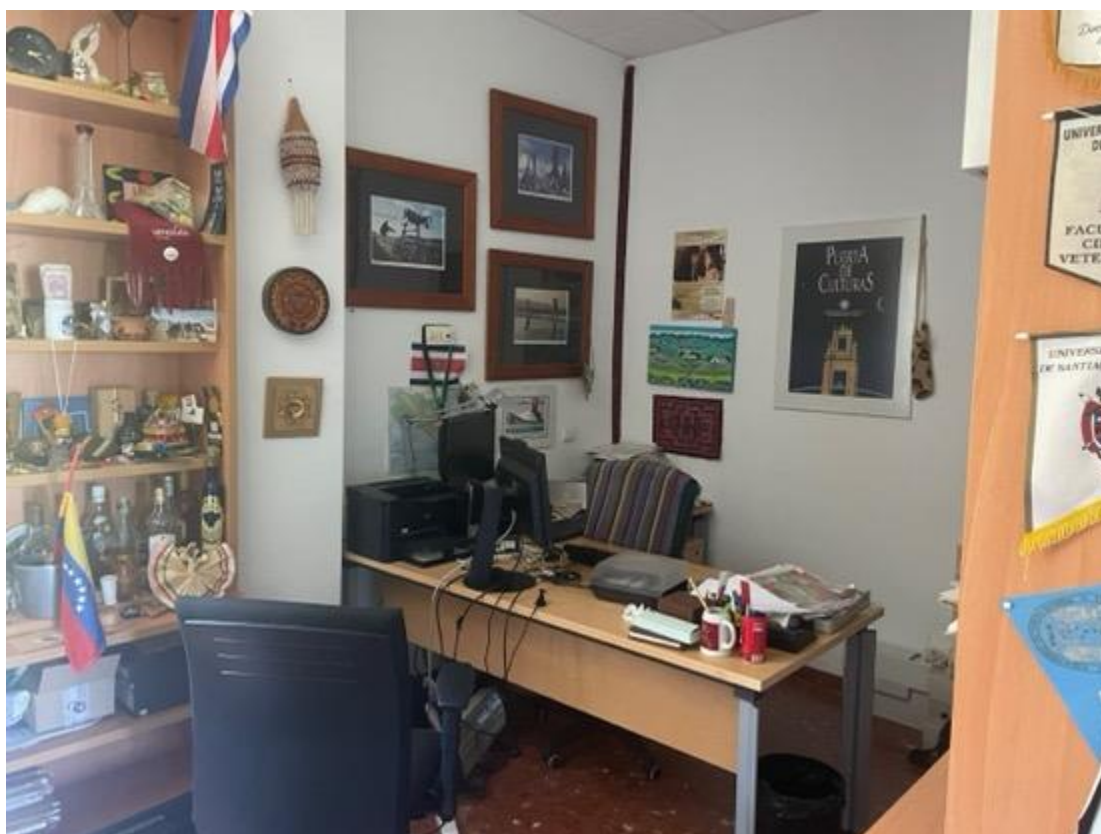
El área Audiovisual en conjunto con el área CRAI (Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación) y a su vez con el área de comunicaciones de la universidad en algunos proyectos estas entidades se encargan de construir un servicio de apoyo para la comunidad universitaria prestando un servicio para todas las sedes de la universidad Sevilla, Granada, Baeza y la Rábida tiene como misión principal el uso y participación de los medios y contenidos audiovisuales en todas áreas de la universidad en conjunto con la biblioteca de la universidad, el área de audiovisual es de vital importancia para la universidad ya que realiza a lo largo del año la grabación de eventos principales como lo son actas institucionales, cursos de verano, videos promocionales, aperturas y cierres de cursos académicos entre otras, cuentan con alrededor de 1500 videos en el portal de Vimeo donde se puede observar todo tipo de contenidos audiovisuales; el área audiovisual en el año 2019 cuando se llevó la pandemia Covid19 estuvo a cargo de actualizar todas la aulas de las sedes de la universidad para realizar clases duales, bimodales y todo tipo de conferencias vía web.

El área de Servicio Audiovisual de la universidad desde el año 1994 año en que se crea la universidad ha venido trabajando en la integración de sus producciones audiovisuales en todo tipo de áreas donde la universidad tenga participación esto con el fin de mostrar una cara moderna y comprometida al público en general.

En la actualidad el área del Audiovisual tiene como sede principal sus instalaciones en la sede de La Rábida y otra sede secundaria en la sede de Sevilla, cuenta con un personal compuesto por 5 personas técnico audiovisual, Daniel González, Jefe del Servicio, Enrique A. Martínez, tres estudiantes de prácticas, estudiante Alejandro Gálvez formación profesional del Instituto Pablo Neruda, Laura Roque Master en Comunicación Audiovisual y Jaime Amado Master en comunicación.

### **Figura 1,2,3,4**

*Fotografías del Área de servicio Audiovisual Sede la Rábida*







El Servicio Audiovisual al día de hoy ha llegado a producir hasta 250 producciones audiovisuales al año, En el ámbito académico y cultural, gracias a la eficiencia de su grupo de trabajo y a su compromiso con la universidad, pero a raíz de la reciente pandemia y el repentino de cierre de algunos programas académicos su producción ha llegado a la cantidad de 200 videos realizados al año.

#### 4.1 PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

La grabación audiovisual de todo tipo de eventos organizados por la Universidad Internacional de Andalucía, permite que el área audiovisual registre, publique y posteriormente se asegure de guardar y cuidar todo el material producido dicho material que realiza el área se encuentra distribuido de la siguiente manera según (Universidad Internacional de Andalucía, 2022)

- Actos inaugurales, presentación de libros y exposiciones y demás actos culturales, quedan reflejados en su integridad o en un amplio resumen según lo requiera.
- Conferencias, Seminarios, Congresos... aportan contenidos académicos y culturales a un número limitado de asistentes presenciales pero, gracias a la grabación completa, la UNIA hace posible un acceso universal a ellos después de su celebración sin ningún tipo de límite.
- En la actividad académica el SAV también responde cuando un programa necesita generar material audiovisual de uso interno, como registro, para revisión y discusión o como conclusión de algún tema.
- Producción audiovisual para programas virtuales, encargados o en colaboración con el del Campus Virtual de la UNIA. Se colabora en los Webinars y en cursos online como “La Alhambra para el profesorado” y “Formación para la docencia innovadora en programas online” elaborando los videos de los módulos y de promoción.
- Difusión y promoción de las actividades académicas, culturales e institucionales de la UNIA en colaboración generalmente con el Área de Comunicación y con Ordenación Académica: se producen noticias, reportajes y spots publicitarios para TV e Internet. En los Cursos de Verano se llega a realizar un spot por cada curso y un resumen de los cursos en la misma semana de celebración en las distintas sedes.

- Con el Servicio de Publicaciones se colabora para incluir en formato DVD o USB los videos de las distintas actividades que han generado libros o memorias de congresos y seminarios.

El área de audiovisual constantemente se encuentra realizando contenidos videográficos es por ello que gracias a esto la UNIA a participado en varios proyectos de la comunidad autónoma de Andalucía y principalmente al canal de cultural contemporáneo CACOCU, en el proyecto ATALAYA.

A nivel nacional español el área audiovisual trabaja en conjunto con diferentes universidades españolas donde surgen proyectos multimedia con la CRUE, para las series emitidas en la 2 de TVE, como lo “La Universidad Responde”, aportando diez capsulas educativas, y en la serie Universo Sostenible, colaborando en diferentes capítulos que brindan la divulgación del trabajo realizado en las universidades demostrando su compromiso con los contextos sociales de la actualidad.

## **4.2 CANAL INSTITUCIONAL UNIA TV**

El servicio audiovisual cuenta con una cuenta profesional en el portal de videos de alta calidad VIMEO desde el año 2013 y cuenta con una cantidad de subida de 20GB a la semana en todos los formatos populares que se usan en la actualidad ejemplo video en calidad Full HD además cuenta con varios servicios de integración FTP y Dropbox, compatibilidad con todo tipo de dispositivos digitales y TV, reproducción personalizable y compatibilidad completa con el lenguaje de programación HTML5, a la fecha de mayo de 2022 el portal de VIMEO, tiene más de 2100 videos en alta definición del área audiovisual de la universidad, en el canal también se puede encontrar material visual de diferentes áreas de la universidad como el innovación y ordenación académica, campus virtual, materiales para posgrados, noticias y emisiones del área de comunicaciones y gracias a la versatilidad que ofrece el canal se puede acceder a todos los contenidos.

## **4.3 REDES SOCIALES**

El área Audiovisual es administrador de la página de la UNIA en Facebook y YouTube de la del CRAI. Están encargados de difundir en las redes sociales numerosos vídeos promocionales y resúmenes de actividades, preferentemente durante los cursos de verano. Estos son videos cortos introductorios y adaptados al formato de video redes sociales que cuentan con gran cantidad de reproducciones hoy en día por los jóvenes que son sus principal target.

## **4.4 SERVICIOS TÉCNICOS Y EQUIPOS EN AULAS**

El servicio audiovisual de la universidad es el encargado de prestar los siguientes servicios principalmente según (Universidad Internacional de Andalucía, s.f.)

- Diseño de sistemas audiovisuales en las aulas según las necesidades, y la selección, adquisición y mantenimiento de los equipos.



- Grabaciones de sonido, y trabajos técnicos de iluminación
- Conversión de video a formatos para Internet, o soportes digitales.
- Apoyo técnico a investigadores.

#### **4.5 COPRODUCCIONES UNIA**

Como se mencionaba anteriormente en el texto el área audiovisual ha realizado diferentes proyectos en conjunto con diferentes universidad y a pesar de su pequeño equipo de trabajo en varias ocasiones la línea de las coproducciones, que posibilitan la viabilidad de proyectos al compartir costos y asegurar una mejor distribución, además de permitir la producción de series completas en un tiempo adecuado dichos proyectos en coproducción que se han realizado según los documentos adjuntados son (Universidad Internacional de Andalucía, s.f.).

Dentro de la comisión de audiovisuales de la CRUE, participa en dos proyectos de producción divulgativa, “La Universidad responde” y “Universo Sostenible” que se emiten en el programa “La Aventura del Saber” en La 2 de Televisión Española.

El SAV ha coproducido con universidades españolas y del área iberoamericana, series como “*Vidas enraizadas*”, “*Andar por su propio pie*” y documentales como “*Andalucía en Cuba*” o “*Galápagos, futuro sostenible*” y también con entidades como ATEI, con el capítulo de Guillermo Pérez Villalta en la serie “CREART”.

#### **4.6 PROMOCIÓN Y APOYO A PROGRAMAS ACADÉMICOS SOBRE EL AUDIOVISUAL**

El medio audiovisual es una línea académica muy interesante para la UNIA, y desde su creación el SAV ha participado y colaborado con los distintos programas académicos de posgrado sobre el audiovisual, maestrías y cursos de experto en producción audiovisual y otras actividades, como las colaboraciones con el Festival de Cine de Huelva.

#### **4.7 LÍNEAS DE FUTURO**

El área audiovisual cuenta con una proyección a futuro que a corto y medio plazo tener siempre una tradicional forma de colaboración con el Área de Comunicación y Prensa, consolidando el canal de noticias en YouTube y ofreciendo servicios de producción y posproducción siempre de la mejor manera en pro de su crecimiento.

Pero sin duda la confluencia estratégica del área es con el Área de Innovación de la UNIA encargada de la Enseñanza virtual. Las nuevas necesidades docentes hacen que ambas áreas deban establecer sistemas de colaboración para desarrollar nuevos modelos que optimicen el uso de la tecnología en los programas académicos

#### 4.8 EQUIPOS AUDIOVISUALES

El servicio SAV cuenta con una gran variedad de material importante para llevar a cabo todo tipo de producciones cinematográficas de alto impacto ya que posee una variedad de productos de alta gama para la producción audiovisual a continuación el listado de equipos obtenidos con el paso del tiempo:

Lista de equipos SAV:

2 Cámaras de Vídeo profesional HD grabación en tarjeta de memoria

3 Cámaras de Vídeo profesional HD grabación en cinta HDV

1 Cámara Canon DSLR 5D, fotografía y vídeo en HD.

1 Cámara de Vídeo profesional 4K

1 Cámara de Cine Digital Blackmagic 6K

5 trípodes profesionales.

2 micrófonos de corbata inalámbricos

6 micrófono de corbata

5 micrófonos de mano

1 foco de luz led portátil

4 focos led portátiles

2 focos de luz fría de estudio

1 croma de 3x5 metros con soporte

2 ordenadores portátiles de edición para desplazamientos

1 workstation portátil de edición

1 ordenador estacionario de edición

1 sistema Blackmagic de grabación y emisión de streaming

1 grabadora de audio profesional Zoom

1 mesa de mezcla Blackmagic de grabación y emisión de streaming

#### 4.9 ESTADO DEL ARTE

Según el ministerio de educación español actualmente existen un total de 82 universidades, que se distribuyen en 50 universidades públicas y 32 universidades privadas, muchas de estas universidades cuentan con una trayectoria en su educación que se remonta a la edad media es por ello que la gran mayoría cuentan con una identidad visual basada principalmente en una gráfica heráldica pero porque usar este estilo tan particular según

Neves et al, (2016). La heráldica ha asumido indudablemente un papel de relieve en las sociedades, por el modo como ha transformado signos en identidad, contribuyendo para la afirmación individual (de personas o familias) y colectiva (de corporaciones y naciones), a través de un lenguaje gráfico, técnico y artístico disperso por todo el globo, gracias a una evolución cultural y afirmación de pertenencia: marcas gráficas de una identidad individual, colectiva o corporativa. (pág. 108).

Las universidades son ese lugar donde la humanidad imparte su conocimiento, es el lugar donde se crea todo tipo de investigación. “Las universidades y su profesorado están abiertos a la innovación, al pensamiento crítico, al progreso y a la búsqueda de rigor y de verdad, pero a la vez son conservadoras, cuidan la tradición y no arriesgan en sus estilos de hacer y de ejercer la docencia” (Martínez et al, 2002, pág. 3).

Según lo anterior pienso que es importante analizar desde el punto de vista la identidad visual y corporativa desde los contextos universitarios para así poder resolver los problemas planteados en el documento y abordar temas que le competen a la investigación principalmente el uso de la imagen corporativa en las universidades o empresas.

Según Pintado & Sánchez, (2013) Hablar hoy en día acerca de la imagen corporativa puede ser muy ambiguo ya que todo lo que rodea a una empresa o a un producto hace referencia a su imagen si es un problema de la compañía, un nuevo

lanzamiento, un público objetivo diferente todas estas variables pueden hacer variar la imagen que las personas tengan acerca de la empresa o institución. (pág. 18).

Que podemos entender por imagen corporativa, cada persona tiene en su imaginario propio una capacidad mental que forma una representación única de cada empresa o compañía es decir que todas las personas tenemos un imaginario propio de una compañía y este se construye con la idea que esa compañía nos brinde según nuestra forma de ser; La idea que una persona tiene acerca de una marca en especifica puede variar según lo que conozca de esta por ejemplo la publicidad que conoce de la marca, la experiencia que ha tenido con la marca, los comentarios que las personas le dicen acerca la marca “El voz a voz”, lo que la persona ven de una marca en la publicad digital o tradicional, la forma en la que observamos una marca y a su competencia, si es un producto que evoca lujo y prestigio o si es una marca sencilla que evoca calidad y precio asequible todas estas ideas generan la imagen que las personas obtienen por su cuenta, todo este acervo de información conlleva a la construcción de la imagen corporativa de una empresa.

La publicidad en las marcas se encarga de brindar ese aspecto de imagen corporativa que busca la marca para generar una buena sensación al espectador, que genere esa sensación de calidad, de admiración de querer hacer parte de ello y más ahora con el uso de las redes sociales, que es un canal de publicidad actual una salida fructífera y medible de contacto con los usuarios.

Uso de la imagen corporativa en contextos universitarios Figura 5

## Figura 5

*Rediseño de la imagen corporativa Australian National University*



Nota. Carteles de la universidad con la nueva imagen Adaptada de behance.net, Australian National University, (<https://n9.cl/dek44>) CC BY 2.0

Las personas suelen confundir la imagen corporativa con la identidad corporativa de una empresa ya que parecen términos muy similares y se tiene una percepción de los conceptos muy similar pero son dos conceptos diferentes, como se explicó anteriormente la imagen corporativa e identidad corporativa

según los autores Pintado & Sánchez, (2013) la identidad corporativa hace referencia a lo que la empresa comunica a sus públicos, partiendo de lo que es. Sin embargo, la imagen corporativa se configura posteriormente, ya que como se ha explicado, se relaciona con lo que los públicos perciben y pasa a formar parte de su pensamiento, haciendo que existan diferencias entre distintas compañías y marcas existentes en el mercado (pág. 20).

La imagen de una organización se construye a través de varios aspectos como lo es su identidad visual que hace alusión a los elementos propios del diseño gráfico y semiótica de la imagen formas, colores, tipografías entre otras, estas configuran así su aspecto propio y único que los diferenciara de otras compañías o marcas, es así como la identidad visual se articula a la comunicación corporativa donde se construye la imagen de una organización evocando mensajes que conforman esa ideas de la marca, pero la identidad visual solamente es una parte

de esa comunicación existente en donde se articula todo el mensaje corporativo no solo es la parte visual, la comunicación corporativa debe crear una imagen a las personas acerca de la marca, que refleje la cultura empresarial los mensajes, sus valores y principios todos esos mensajes y acciones que evocan desde sus trabajadores, clientes, proveedores y accionistas todo tipo de público hace parte de ello y su objetivo principal será difundir los valores de la marca o la compañía para finalmente construir una identidad y así conseguir una comunicación corporativa.

Según Sainz, de Vicuña (2017) Establece de forma clara las relaciones entre identidad corporativa, comunicación corporativa e identidad visual: la identidad corporativa comprende tres grandes zonas: el comportamiento corporativo (muy influenciado por la cultura de la organización), el diseño corporativo, mediante el que se define y materializa la identidad visual de la empresa, y la comunicación corporativa, encargada de comunicar esa identidad. (pág. 128).

La identidad visual de una empresa o marca se constituye con la articulación de diferentes elementos gráficos con lo son el color, imágenes, tipografías, el uso de estos elemento de manera estética y conceptual brindaran así una identidad propia, el elemento principal de la identidad visual es la marca gráfica, ese elemento que puede ser formado por símbolo, logotipo isotipo, imagotipo o isologo donde se suelen confundir con frecuencia los conceptos de cada uno, primero un logotipo o logo se refiere principalmente un nombre propio es fundamentalmente uso principal de una tipografía que puede expresar el nombre de la marca, en cambio un isotipo es un símbolo pictográfico, un dibujo, símbolo, icono que representa algo gráficamente, si convinimos los dos términos como se observa en la figura 3 se puede entender perfectamente su donde proviene su denominación.

## Figura 6

*Diferencia entre los tipos de logos, representación gráfica de una marca.*



Nota. Representación gráfica de una marca, Adaptada de [www.begoromero.com](http://www.begoromero.com)

( <https://cutt.ly/vGAsk1V> ) CC BY 2.0

La combinación del uso de logotipos en el caso de las universidades españolas al usar una o dos identidades suele ser muy dinámica pero finalmente desde el punto de vista de una marca quiere darse a conocer debe fortalecer una sola imagen, que esta sea reconocida por sus estudiantes que son el cliente final de una universidad, estos logotipos suelen ser dos ya que su principal explicación es porque una versión es para actos de carácter formal y se requiere de su identidad heráldica y su versión actual es la que se usa en el resto de aspectos a continuación se puede observar algunos ejemplos de ello.



Figura 7

*Identidades de universidades españolas.*



Nota. Identidades de algunas Universidades españolas, Adaptada de La gestión de la identidad visual corporativa de las universidades españolas. CC BY 2.0

¿Cómo podemos explicar una imagen publicitaria? La forma adecuada es indagando acerca de su mensaje descifrando el significado de lo que quiere evocar su creador, esta serie de ideas complejas que contienen diferentes tipos de lenguajes podremos indagar de una manera más profunda y poder explicar las imágenes de una forma conceptual explicare la imagen según el autor Rolland Barthes y su teoría acerca de la retórica de las imágenes, primero debemos entender que la imagen es una representación de la realidad de lo que podemos observar, un conjunto de significados que conforman un signo y lo traducimos como una imagen según el autor las imágenes proponen tres mensajes principales.

Primero el mensaje lingüístico este hace referencia al mensaje articulado escrito es el mensaje que forma parte de la imagen suele ser principalmente el nombre de la marca, un slogan o una frase; dos el mensaje denotativo: este describe la relación entre los elementos en función de una estructura para entender y poder captarlos se requiere solamente de la percepción de la persona, muestra la significación directa y literal de lo que estamos observando en la imagen y finalmente el mensaje connotado este es un mensaje con mayor profundidad en el que se debe interpretar lo que se puede observar, este mensaje varía según su espectador ya que depende el conocimiento cultural de la persona, su contexto social de la sociedad lo que rodea a la persona, todos los mensajes que se encuentran vinculados a la imagen formando una mensaje estructurado propio del espectador.

Con relación a lo anterior haciendo uso de una imagen publicitaria en contextos universitarios analizaremos la imagen según la teoría del autor Rolland Barthes.

## Figura 8

*Campaña publicitaria para la University of prince Edward Island para el Campus del Cairo*



NOTA. Campaña publicitaria con el fin de traer estudiantes extranjeros a universidad adaptada de behance.net, UPEI Cairo Campus Master Visual Campaing, 2022 ( <https://n9.cl/sxat2> ) CC BY 2.0

Mensaje Lingüístico: El mensaje más importante que se encuentra primero es *UPEI Campus del Cairo*, el segundo al lado derecho de la imagen y por si tamaño tipográfico denota el mensaje que es *Única elección para estudiantes las admisiones para el otoño 2022 se encuentran abiertas aplica ahora*.

Mensaje Denotado: Estudiantes que van a la universidad, iconos adentro de mensajes de texto un cohete, un birrete y unos libros.

Mensaje Connotado: Estudiantes de diferentes nacionalidades por su color de piel y facciones en los rostros se puede pensar que es una universidad multicultural, los iconos llevan a pensar que sus pilares son el estudio, el crecimiento intelectual y graduarse, de la manera en que está construido el montaje fotográfico evoca su Isotipo que es un escudo de carácter heráldico y sus colores que hacen parte de la identidad de marca de la universidad.

#### 4.10 EDUCACIÓN A TRAVÉS DE VIDEOS EN REDES SOCIALES

Como se puede llegar a enseñar a las comunidades universitarias por medio de las redes sociales o por páginas web especializadas en video como Vimeo, YouTube o Flickr entre otras este proyecto busca que por medio de pequeñas animaciones de un minuto hasta máximo tres minutos explicar de forma didáctica y divertida con uso de animaciones de texto e ilustraciones se explique un tema en general.

Es preciso que sean temas interesantes, actuales y de fácil comprensión, temas que son difíciles de comprender explicarlos de una forma pedagógica y de poca duración para que el público no se aburra al verlos, al contrario le sean de su interés hoy en día podemos encontrar todo tipo de videos en las redes sociales con contenidos agradables como desagradables.

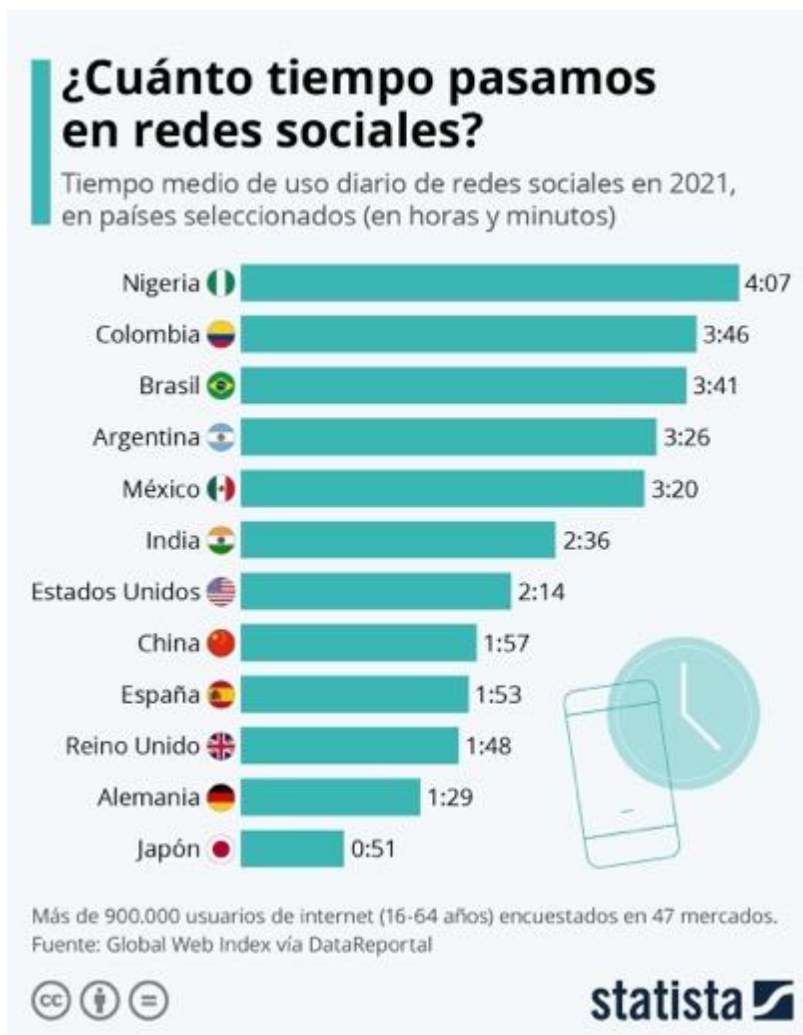
Según Jaramillo et al. (2020) Como investigadores sociales, nuestra responsabilidad es describir, analizar, pero no como ejercicio intelectual hueco y vano, sino para ofrecer pautas prácticas y reales que permitan a la ciudadanía empoderarse en estos nuevos canales de e-comunicación, más allá del encantamiento inicial que estos generan.

Por ello es importante que los contenidos que se realicen en este proyecto sean llevados a cabo por profesionales con una investigación rigurosa de los temas así podrá ser duradero y compartido por los jóvenes de la universidad.

Hoy en día el entretenimiento y los elementos claves de la comunicación se encuentran al alcance de un clic desde niños hasta octogenarios usan móvil y constantemente usan una parte de sus horas al día en el celular. “A nivel global, los usuarios de internet pasan un promedio de dos horas y 27 minutos al día conectados a las plataformas sociales, pero las tendencias varían enormemente de un país a otro”. (Mena Roa, 2022)

**Figura 9**

*Descripción gráfica del tiempo que los seres humanos pasan en internet*



NOTA. Datos del tiempo que pasamos en redes sociales adaptada de es.statista.com,  
( <https://n9.cl/bh4nc> ) CC BY 2.0

Relacionando estos datos podremos establecer que una gran cantidad de jóvenes observaran las capsulas que vamos a generar en este proyecto de investigación.

Estos videoclips generados a manera de capsulas en redes sociales también son video-cápsulas educativas que demuestran ser una herramienta pedagógica que integra el uso de las tecnologías de información y las comunicaciones (TIC) en la generación de recursos o contenidos digitales educativos actuales que tienen como propósito difundir todo tipo de aprendizajes (Bernal, 2021)

La irrupción de los medios comunicación, con la llegada principalmente desde el cine luego a la radio y posteriormente a la televisión y en la actualidad su expansión inconmensurable a las redes sociales suponen esto la consagración de la revolución mediática (Aguaded, 2005)

Estas capsulas educativas están pensadas para ser vistas mediante redes sociales, también son conocidas en España como píldoras educativas y se pueden encontrar en internet algunas asociaciones donde son realizadas mediante la plataforma YouTube un ejemplo de ello es la Asociación Rae, esta se encarga de la defensa de la infancia y la juventud en la sociedad española y niños en el mundo.

En la plataforma YouTube tienen varias píldoras educativas acerca del Ciberbullying, acoso escolar entre otros, La fundación ANAR, Save The Children, YMCA España estas son algunas de las asociaciones que en la recopilación de información he encontrado que realicen este tipo de actividades audiovisuales y tienen como medio de visualización YouTube, y usan como material para su realización a personas reales o animaciones sencillas para realizar sus píldoras.

Este proyecto por costos de producción y tiempo, las capsulas se realizaran desde el Área de servicio Audiovisual, por temas de personal todo será realizado mediante software digital en computador.

La animación de textos e ilustraciones digitales son las herramientas que se usaran principalmente para la primera píldora audiovisual que se creara.

## **5 PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EDUCOMUNICATIVA**

Con toda la información reclutada en el documento a nivel investigativo acerca del lugar donde he realizado mis practicas del master he podido reconocer que en el área de audiovisual de la universidad internacional de Andalucía tiene una gran cantidad de videoclips a nivel informativo y académico en sus redes sociales principales, gran parte de ella cuenta con un estilo propio bien establecido que se adapta a la imagen de la universidad aportando dinamismo y una identidad llamativa desde el punto de vista estético, es por ello que mi propuesta de intervención comunicativa apunta a la creación de unas pequeñas animaciones tipo píldoras educomunicativas para todo el estudiante de la universidad, un target principalmente juvenil ya que es una manera de mostrar temas de suma importancia en la actualidad y de intereses principalmente en los ámbitos académicos.

Se realizaran pequeños videos de máximo 3 minutos y minino 1 minuto esto dependerá del tema que se quiera tratar y la cantidad de información que se encuentre acerca del tema.

Estas capsulas tendrán como preámbulo el logotipo de la universidad y los títulos de entrada que se realizaron a lo largo del proyecto en las prácticas por motivos de identidad que es lo que busca principalmente en el área de audiovisual y por motivos personales para el proyecto de investigación desde un punto de vista de la imagen audiovisual.

Este tipo proyecto es conocido en la actualidad como píldoras educativas las cuales “Consisten en videos didácticos mediante los cuales se explica un concepto concreto o parte de los contenidos de una tema, de este modo, son lecciones cortas de aprendizaje

que pueden ayudar a los estudiantes a una mejor retención de la información y aumentar la motivación del estudiante en su aprendizaje”. (Conopoima et al. 2021)

Las píldoras educativas se han convertido hoy en una gran herramienta para los procesos de educación actual, ya que son un proceso de autoaprendizaje como se usan en los modelos de flipped classroom donde el alumno es el encargado de enseñar, todos juntos se generan preguntas y debaten acerca de un tema, analizan evalúan y toman sus propias conclusiones (Satorre, 2021)

La usabilidad del material gráfico y audiovisual que se usan en estos contenidos combinándolo con las ideas que se quieren transmitir es el resultado de la asimilación y comprensión de los contenidos para los estudiantes. (Martín et al. 2017)

Para realizar este proyecto es necesario tener claro una metodología de trabajo concreta y bien entendida desde todo punto de vista, es por esta razón que se creara cada capsula audiovisual basándonos en una escaleta o guion técnico.

La escaleta o “Step Outline” es una lista donde enumera las escenas que componen el proyecto ya sea para televisión, radio y cine; describiendo generalmente cada elemento dentro de las escenas.

¿Para que sirve?

Esto nos ayuda a tener una idea de lo que se va a desarrollar en un programa de televisión, en un comercia, programa de radio etc. (Espinel Cohen, 2022)

Cada capsula que se quiera desarrollar deberá tener su respectiva escaleta diseñada especialmente para este proyecto.



## 5.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Referenciando el párrafo anterior se ha desarrollado una escaleta de manera gráfica y visualmente llamativa, donde se explicara en brevedad que es la nomofobia un tema muy controversial y visto por los jóvenes y adultos de manera recurrente en las sociedades capitalistas.

Según Quesada Varela & Carballo Pintos, (2017) se tiende a usar el término nomofobia como expresión de la adicción al móvil, el miedo irracional a estar sin tú teléfono inteligente, se simplifica así por ser el dispositivo más usado en la actualidad pero no debería ceñirse solo a él; el termino nace a partir de un estudio demoscópico británico y tiene origen en la contracción del término británico No-mobile-phonephobia, vivimos rodeados de nuevas tecnologías y en nuestro mucho cotidiano impera la comunicación virtual lo que está causando cambios en nuestros hábitos y comportamientos; con lo que una definición más amplia y correcta sería una dependencia de la comunicación a través de entornos virtuales. Nomofobia sería la incomodidad o ansiedad causada por la no disponibilidad de un teléfono móvil, ordenador o cualquier otro dispositivo de comunicación virtual.

Así mismo se ha realizado una pequeña investigación acerca de diferentes temas relevantes en la actualidad para generar un aproximado de diez y seis capsulas desde el mes de mayo hasta finalizar el mes de enero de 2023 realizando el debido seguimiento de las actividades y observando en detalle su viabilidad del proyecto para continuar con el proyecto o cancelarlo según sus resultados.

## NOMOFOBIA

N° CAPSULA: 01

FECHA: 02/05/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 MINUTO

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿SABES QUE ES LA NOMOFOBIA?**

**CONTENIDO: TECNOLOGÍA, FORMACIÓN ESTUDIANTIL**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.

CAPTAR NUEVOS USUARIOS

AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES

### CONTENIDOS

CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA

DATOS IMPORTANTES

EDUCACIÓN, PSICOLOGÍA Y CONDUCTA DE LAS PERSONAS.

### GUION

### DURACIÓN

### TIEMPO

#### *ESCENA UNO*

LA NOMOFOBIA ES UN TÉRMINO QUE PROVIENE DEL INGLÉS "NO-MOBILE-PHONE PHOBIA" PARA REFERIRSE AL MIEDO IRRACIONAL A ESTAR SIN TELÉFONO MÓVIL, YA SEA PORQUE TE LO HAS DEJADO EN ALGUNA PARTE, ESTÁ APAGADO O SIN COBERTURA

#### *ESCENA DOS*

LA NOMOFOBIA PUEDE MANIFESTARSE EN LA PERSONA DE VARIAS MANERAS:

TIENE MIEDO GRAVE A SALIR DE CASA SI EL MÓVIL.

TIENE ANSIEDAD, ESTRÉS Y SUDORACIÓN SI EL MÓVIL NO FUNCIONA.

ANGUSTIA Y FALTA DE CONTROL CUANDO SE QUEDA SIN BATERÍA.

IRRITABILIDAD GRAVE ANTE LA IMPOSIBILIDAD DE HABLAR

AGRESIVIDAD CUANDO SE LE QUITA EL TELÉFONO MÓVIL

#### *ESCENA TRES*

ES IMPORTANTE QUE DESDE PEQUEÑOS/AS SE PROMUEVA UN BUEN USO DEL TELÉFONO MÓVIL, ESTABLECIENDO DÍAS CONCRETOS DE USO Y LÍMITE DE HORAS PARA EVITAR ASÍ QUE DERIVE EN UNA ADICCIÓN.

Como se puede observar en esta primer grafica se encuentra la primera escaleta de las capsulas a realizar, según el cronograma en ella podemos observar los diferentes factores importantes que se pueden analizar y sirven de soporte para la realización de cada uno de las animaciones.

En las gráficas que se presentan según el cronograma, los tiempos estimados semanalmente como deben ser distribuidos basándonos en la pre-producción, producción y post-producción de un proyecto audiovisual



## Cronograma de capsulas de Mayo a Enero 2023

MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
<p><b>Semana 1</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 1</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 1</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>
<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>
<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>
<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>

SEPTIEMBRE	OCTUBRE	DICIEMBRE	ENERO
<p><b>Semana 1</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 1</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 1</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>
<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>
<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>
<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>

## DISLEXIA

N° CAPSULA: 02

FECHA: 27/05/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿SABES QUE ES LA DISLEXIA?**
**CONTENIDO: EDUCACIÓN PRIMARIA, FORMACIÓN ESTUDIANTIL**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

**EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.**

**CAPTAR NUEVOS USUARIOS**

**AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES**

### CONTENIDOS

**CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA**

**DATOS IMPORTANTES**

**EDUCACIÓN, PSICOLOGÍA Y CONDUCTA DE LAS PERSONAS, COMPRENSIÓN DE LECTURA.**

### GUION

**ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL**

### DURACIÓN

### TIEMPO

## XENOFOBIA

N° CAPSULA: 03

FECHA: 10/06/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿SABES QUE ES LA XENOFOBIA?**

**CONTENIDO: FISONOMÍA SOCIAL, GRUPOS ÉTNICOS, POLÍTICA Y CULTURA**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

OBJETIVOS	CONTENIDOS
<p>EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.</p> <p>CAPTAR NUEVOS USUARIOS</p> <p>AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES</p>	<p>CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA</p> <p>DATOS IMPORTANTES</p> <p>EDUCACIÓN, PSICOLOGÍA Y CONDUCTA DE LAS PERSONAS, GRUPOS ÉTNICOS, POLÍTICA Y CULTURA</p>

GUION	DURACIÓN	TIEMPO
<p>ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL</p>		

## CIBERBULLYING

N° CAPSULA: 04

FECHA: 24/06/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿SABES QUE ES EL CIBERBULLYNG?**

**CONTENIDO: INTERNET, SMARTPHONES, PSICOLOGÍA**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.

CAPTAR NUEVOS USUARIOS

AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES

### CONTENIDOS

CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA

DATOS IMPORTANTES

EDUCACIÓN, PSICOLOGÍA, INTERNET, SMARTPHONES

### GUION

ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL

### DURACIÓN

### TIEMPO



## SEXTING

N° CAPSULA: 05

FECHA: 12/07/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES EL SEXTING?**

**CONTENIDO: INTERNET, SMARTPHONES, PSICOLOGÍA**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

**EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.**

**CAPTAR NUEVOS USUARIOS**

**AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES**

### CONTENIDOS

**CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA**

**DATOS IMPORTANTES**

**EDUCACIÓN, PSICOLOGÍA, INTERNET, SMARTPHONES, EDUCACIÓN SEXUAL**

### GUIÓN

### DURACIÓN

### TIEMPO

**ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL**

## PHISHING

N° CAPSULA: 06

FECHA: 28/07/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES EL PHISHING?**

**CONTENIDO: INTERNET, SMARTPHONES, PSICOLOGÍA, CIBERDELINCUENCIA, PROTECCIÓN DE DATOS**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

**EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.**

**CAPTAR NUEVOS USUARIOS**

**AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES**

### CONTENIDOS

**CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA**

**DATOS IMPORTANTES**

**EDUCACIÓN, PSICOLOGÍA, INTERNET, SMARTPHONES, CIBERDELINCUENCIA, PROTECCIÓN DE DATOS.**

### GUIÓN

### DURACIÓN

### TIEMPO

**ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL**

## CRIPTOMONEDAS

N° CAPSULA: 07

FECHA: 12/08/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ SON LAS CRIPTOMONEDAS?**

**CONTENIDO: INTERNET, SMARTPHONES, TRANSACCIÓN DIGITAL, CRIPTODIVISAS**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

OBJETIVOS	CONTENIDOS	
<p>EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.</p> <p>CAPTAR NUEVOS USUARIOS</p> <p>AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES</p>	<p>CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA</p> <p>DATOS IMPORTANTES</p> <p>INTERNET, SMARTPHONES, TRANSACCIONES DIGITALES, CRIPTODIVISAS, ECONOMIA</p>	
GUION	DURACIÓN	TIEMPO
<p>ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL</p>		

NFT		
N° CAPSULA: 08	FECHA: 30/08/2022	DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN
SERVICIO: SAV UNIA		
TÍTULO: ¿QUÉ SON LAS NFT?		
CONTENIDO: INTERNET, SMARTPHONES, TOKEN NO FUNGIBLE, DERECHOS DE AUTOR		
<p>RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.</p>		
OBJETIVOS	CONTENIDOS	
<p>EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.</p> <p>CAPTAR NUEVOS USUARIOS</p> <p>AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES</p>	<p>CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA</p> <p>DATOS IMPORTANTES</p> <p>INTERNET, SMARTPHONES, TOKEN NO FUNGIBLE, DERECHOS DE AUTOR</p>	
GUION	DURACIÓN	TIEMPO
<p>ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL</p>		

## METAVERSO

N ° CAPSULA: 09

FECHA: 14/09/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES EL METAVERSO?**

**CONTENIDO: INTERNET, ESPACIOS VIRTUALES EN 3D, VIDEOJUEGOS VIRTUALES**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

OBJETIVOS	CONTENIDOS
<p><b>EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.</b></p> <p><b>CAPTAR NUEVOS USUARIOS</b></p> <p><b>AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES</b></p>	<p><b>CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA</b></p> <p><b>DATOS IMPORTANTES</b></p> <p><b>INTERNET, SMARTPHONES, CRIPTOMONEDAS, ESPACIOS VIRTUALES EN 3D, VIDEOJUEGOS VIRTUALES.</b></p>

GUIÓN	DURACIÓN	TIEMPO
<p>ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL</p>		

## PROCRASTINACIÓN

N ° CAPSULA: 10

FECHA: 30/09/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES LA PROCRASTINACIÓN?**

**CONTENIDO: RELACIONES PERSONALES, PSICOLOGÍA DEL TRABAJO.**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

OBJETIVOS	CONTENIDOS	
<p>EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.</p> <p>CAPTAR NUEVOS USUARIOS</p> <p>AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES</p>	<p>CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA</p> <p>DATOS IMPORTANTES</p> <p>RELACIONES PERSONALES, PSICOLOGÍA DEL TRABAJO, INTERVENCIÓN SOCIAL, EDUCACIÓN.</p>	
GUION	DURACIÓN	TIEMPO
<p>ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL</p>		

## FAKE NEWS

N ° CAPSULA: 11

FECHA: 14/10/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ SON LAS FAKE NEWS?**

**CONTENIDO: NOTICIAS FALSAS, DESINFORMACIÓN, PERIODISMO, LIBERTAD DE PRENSA**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

OBJETIVOS	CONTENIDOS	
<p><b>EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.</b></p> <p><b>CAPTAR NUEVOS USUARIOS</b></p> <p><b>AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES</b></p>	<p><b>CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA</b></p> <p><b>DATOS IMPORTANTES</b></p> <p><b>NOTICIAS FALSAS, DESINFORMACIÓN, PERIODISMO, LIBERTAD DE PRENSA, ERA DE DE LA POSVERDAD.</b></p>	
GUIÓN	DURACIÓN	TIEMPO
<p>ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL</p>		

## MISOGINIA

N° CAPSULA: 12

FECHA: 28/10/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO:** ¿QUÉ ES LA MISOGINIA?

**CONTENIDO:** SEXISMO, VIOLENCIA MACHISTA Y FEMINISTA, PATRIARCADO

**RECURSOS:** ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.

### OBJETIVOS

EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.

CAPTAR NUEVOS USUARIOS

AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES

### CONTENIDOS

CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA

DATOS IMPORTANTES

DERECHOS DE LA MUJER, SEXISMO, VIOLENCIA MACHISTA Y FEMINISTA, PATRIARCADO.

### GUIÓN

### DURACIÓN

### TIEMPO

ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TÉRMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL



## STEALTHING

N° CAPSULA: 13

FECHA: 14/11/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES EL STEALTHING?**

**CONTENIDO: SEXISMO, VIOLENCIA MACHISTA Y FEMINISTA, VIOLACIÓN, EDUCACIÓN SEXUAL**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

OBJETIVOS	CONTENIDOS	
<p>EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.</p> <p>CAPTAR NUEVOS USUARIOS</p> <p>AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES</p>	<p>CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA</p> <p>DATOS IMPORTANTES</p> <p>SEXISMO, VIOLENCIA MACHISTA Y FEMINISTA, VIOLACIÓN, EDUCACIÓN SEXUAL, ENFERMEDADES ITS</p>	
GUION	DURACIÓN	TIEMPO

ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL

## T'WIRED CANSANCIO EXTREMO

N° CAPSULA: 14

FECHA: 28/11/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES EL T'WIRED CANSANCIO EXTREMO?**

**CONTENIDO: INSOMNIO, APNEA DEL SUEÑO, MEDICINA Y SALUD, DEPRESIÓN**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

OBJETIVOS	CONTENIDOS	
<p>EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.</p> <p>CAPTAR NUEVOS USUARIOS</p> <p>AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES</p>	<p>CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA</p> <p>DATOS IMPORTANTES</p> <p>INSOMNIO, APNEA DEL SUEÑO, MEDICINA Y SALUD, DEPRESIÓN, TRASTORNOS DEL SUEÑO.</p>	
GUIÓN	DURACIÓN	TIEMPO

ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL

## TRASTORNO BIPOLAR

N ° CAPSULA: 15

FECHA: 14/12/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES EL TRASTORNO BIPOLAR?**

**CONTENIDO: PSQUIATRÍA Y PSICOLOGÍA MÉDICA, ANTIDEPRESIVOS, TRASTORNO AFECTIVO BIPOLAR**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

OBJETIVOS	CONTENIDOS	
<p><b>EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.</b></p> <p><b>CAPTAR NUEVOS USUARIOS</b></p> <p><b>AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES</b></p>	<p><b>CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA</b></p> <p><b>DATOS IMPORTANTES</b></p> <p><b>PSQUIATRÍA Y PSICOLOGÍA MÉDICA, ANTIDEPRESIVOS, TRASTORNO AFECTIVO BIPOLAR (TAB)</b></p>	
GUIÓN	DURACIÓN	TIEMPO

ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL

## INCLUSION LGBTI

N° CAPSULA: 16

FECHA:10/01/2023

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES LA INCLUSIÓN LGBTI?**

**CONTENIDO: DERECHOS HUMANOS, CARACTERÍSTICAS SEXUALES,EXPRESIÓN DE GÉNERO**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

OBJETIVOS	CONTENIDOS	
<p>EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.</p> <p>CAPTAR NUEVOS USUARIOS</p> <p>AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES</p>	<p>CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA</p> <p>DATOS IMPORTANTES</p> <p>DERECHOS HUMANOS, CARACTERÍSTICAS SEXUALES,EXPRESIÓN DE GÉNERO, OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE, INDICE DE INCLUSIÓN LGBTI.</p>	
GUION	DURACIÓN	TIEMPO
<p>ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL</p>		

## **5.2 PLAN DE RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y ECONÓMICOS DE LA PROPUESTA**

Para llevar a cabo el proyecto es primordial que para la creación de la animación que se tiene propuesto realizar sea desarrolla por mí en su totalidad.

Gracias a mi perfil como profesional en diseño gráfico y motion graphics puedo finalizar la primera capsula como proyecto piloto, pero para cumplir con todas las capsulas propuestas es necesario contar con una serie de recursos.

Estos recursos se deben clasificar en recursos materiales, personales, digitales en cuanto a software y hardware y finalmente económicos.

### **5.3 RECURSOS MATERIALES**

Las diferentes capsulas realizadas son elaboradas mediante diferentes softwares de edición de video, animación, edición de audio y sonido tanto profesional como de aprendiz.

Los recursos materiales dependerán principalmente de la entidad que se encarga de prestar sus equipos el servicio Audiovisual de la Universidad los cuales disponen de varios equipos profesionales para el desarrollo del proyecto.

### **5.4 RECURSOS PERSONALES**

Para que el proyecto sea finalizado en su totalidad es necesario contar con un pequeño equipo de trabajo que pueden ser sus practicantes con carreras afines a el área audiovisual.

Es necesario un comunicador social o periodista, para realizar toda la investigación acerca del tema que se quiera tratar, un locutor o locutora que se deberá encargar de la voz en off que se usara para animación y finalmente el diseñador y o persona encargada de realizar el montaje para culminar cada capsula.

Una vez finalizada la capsula es necesario una persona que se encargue de recaudar la información y medir su impacto en redes sociales y páginas webs.

## **5.5 RECURSOS ECONÓMICOS**

Este apartado debe ser llevado directamente por el Servicio Audiovisual de la Universidad quien debe predestinar un rubro para el pago de todo el personal nombrado anteriormente, también existe la posibilidad de que las personas sean remuneradas mediante practicas estudiantiles siendo esta una forma muy viable de concretar el proyecto.

## **5.6 RESULTADOS PREVISIBLES Y PROSPECTIVA FUTURA**

A lo largo de este proyecto he ido entendiendo que proponer una serie de actividades desde mi perspectiva profesional como diseñador y aplicarlas junto con todo el conocimiento que he aprendido a lo largo del master y específicamente de compartir con mis compañeros de aula actividades desde el ámbito educativo y llevarlas a contextos sociales y audiovisuales me genera gran interés, y estoy totalmente seguro que el proyecto que he realizado tiene un gran potencial.

Este proyecto es innovador y seguramente puede llegar a implementarse en otras áreas de la universidad para campos específicos.

Como es un proyecto audiovisual y está pensado para que sus medios de salida sean principalmente redes sociales como por ejemplo stories en Instagram, Facebook, publicaciones en twitter entre otras, desde el área audiovisual adaptarse a todo tipo de formatos para su mayor difusión y ser un referente de alfabetización mediática en los jóvenes mediante las redes sociales habituales.

## **5.7 LIMITACIONES DE LA PROPUESTA**

Pienso que si este proyecto no puede llegar a tener los resultados esperados es debido a que los directivos de la universidad encargados del área del servicio audiovisual no están interesados en este tipo de contenidos, esta sería la principal limitación del proyecto.

Otra principal limitación que he podido observar en el proyecto son los aspectos del personal en el área del servicio audiovisual esto debido a que son alrededor de dos personas que hacen parte del área, el técnico audiovisual, Daniel González, y el Jefe del Servicio, Enrique A. Martínez y las demás personas son estudiantes que realizan sus prácticas por ello pienso que sería una limitación para llevar a cabo el proyecto.

## 5.8 RESULTADOS DEL PROYECTO (ENCUESTA)

### ENCUESTA SOBRE LA PROPUESTA EDUCOMUNICATIVA PILDORAS EDUCATIVAS

1. ¿Consideras que el diseño de una capsula audiovisual es pertinente para la enseñanza educomunicativa?

Sí.

No.

2. ¿Consideras que el diseño y la animación es coherente y educativa para usarla en redes sociales?

Sí.

No.

3. ¿Crees que la estructura de investigación y diseño es ideal para la animación realizada?

Muy de acuerdo

De acuerdo

Indiferente

En desacuerdo

Muy en desacuerdo

Temario






Bibliografía






Hashtags






Estetica






4. ¿Consideras que es suficiente informacion para la pildora educativa?

Sí.

No.

5. ¿Crees que los elementos graficos y de imagen son adecuados y facilitan la enseñanza y aprendizaje de los contenidos ?

Muy de acuerdo.

De acuerdo.

Indiferente.

En desacuerdo.

Muy en desacuerdo.



6. ¿El lenguaje utilizado en la capsula es claro y conciso?

- Sí.
- No.

7. ¿El tipo de letra utilizado, asi como el tamaño de la misma son los adecuados?

- Muy de acuerdo.
- De acuerdo.
- Indiferente.
- En desacuerdo.
- Muy en desacuerdo.

8. ¿Crees que son adecuados los colores y su gama tonal para la animación ?

- Muy de acuerdo.
- De acuerdo.
- Indiferente.
- En desacuerdo.
- Muy en desacuerdo.

9. ¿Crees que las pildoras educativas sea bueno usarlas mediante las redes sociales ?

- Sí.
- No.

10. ¿Te gustaria obtener más contenido de este tipo via email (mailings)?

- Sí.
- No.

## 6 AUTOVALORACIÓN DE LAS PRÁCTICAS

Quiero empezar diciendo que haber realizado el master de educomunicación me ha llevado a explorar nuevos caminos de conocimiento en los cuales no tenía conocimiento y gracias a la universidad Internacional de Andalucía y sus diferentes áreas y proyectos que se encuentran realizando por ello conocí el área del servicio audiovisual donde realice unas muy buenas e interesantes prácticas.

Donde pude potenciar mi productividad y creo en mí una relación de cultura laboral fabulosa, igualmente tuve la oportunidad de realizar los proyectos encargados con el manejo de tiempo adecuado.

Algunos días tuve que desplazarme hacia este lugar que está ubicado en la sede del campus de la rábida y otras veces trabaje desde casa.

Específicamente quiero responder a mis resultados de las practicas estudiantiles desde el sentido de la gestión humana que se encuentra en área del servicio audiovisual de la universidad, con un gran equilibrio personal entre mis responsabilidades como profesional pude elevar mis conocimientos y brindarlos a la entidad de la mejor manera posible, desde una perspectiva organizacional pienso que es un área demasiado pequeña en comparación con la cantidad de trabajo que el personal realiza ya que muchas veces tienen varios proyectos al mismo tiempo, quizás en un futuro puedan llegar a considerar la posibilidad de ampliar su personal como sus instalaciones y así obtener mayor visibilidad en la universidad.

Finalmente quiero agradecer a todas las personas con quien trabaje allí y en especial a Enrique Martínez quien es el encargado del área y fue la persona que me dio la oportunidad de poder realizar mis prácticas en este hermoso lugar.

## 7 REFERENCIAS

- Bernal, V. (2021). Video-Cápsulas educativas una estrategia para estimular la creatividad docente. Bogota, Cundinamarca, Colombia.
- Martínez, M., Buxarrais, M. R., & Bara, F. E. (2002). Ética y formación universitaria / Ética e formação universitária. *Revista ibero americana de educación*.
- Pintado, T., & Sánchez, J. (2013). *Imagen corporativa influencia en la gestión empresarial*. Madrid: ESIC business & marketing school.
- Sainz, J. (2017). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid: ESIC Business & Marketing School.
- Neves, J., Raposo, D., & Silva, J. (2016). *Cultura, patrimonio y memoria: de la heráldica a la marca gráfica*. Donostia San Sebastian: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Universidad Internacional de Andalucía. (s.f.). *Universidad Internacional de Andalucía*. Obtenido de unia: <https://www.unia.es/es/servicio-audiovisual/presentacion>
- Universidad Internacional de Andalucía. (2022). *Servicio Audiovisual*. Huelva: Universidad Internacional de Andalucía.
- Espinel Cohen, P. C. (2022). *Escaleta y guion técnico*. Obtenido de Prezi Escaleta y guion técnico: <https://nanourl.org/y7w>
- Quesada Varela, V. J., & Carballo Pintos, I. C. (2017). Nomofobia ¿Qué es? *Xornadas Galegas de medicina familiar e comunitaria*, 67.
- Jaramillo, D., Vizcaíno, A., de-Casas, P., & Baldallo, C. (2020). *Instagramming Temas, Tópicos y tendencias*. Barcelona: Octaedro.
- Mena Roa, M. (2022). *Statista*. Obtenido de La adicción a las redes sociales en el mundo: <https://n9.cl/bh4nc>

- Aguaded, J. I. (2005). Educación en comunicación hacia un currículum iberoamericano. *Comunicar*, 236.
- Conopoima Moreno, Y. C., Ferreira Lorenzo, G. L., . (2021). Las píldoras educativas: colección de herramientas automatizadas para su desarrollo. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 89-98.
- Satorre, S. (2021). *educativos en la enseñanza superior frente al desafío COVID-19*. Barcelona: Octaedro.
- Martín, P., José, G., Dionis, A., Adrian de Ganzo, M., Servando, L., & Rodríguez, S. (2017). Experiencia en nuevas herramientas TIC: las píldoras y vídeos educativos como material docente audiovisual en enseñanzas técnicas. *IV Jornadas Iberoamericanas de Innovación Educativa en el Ámbito de las TIC y las TAC*, (págs. 65-70). Palmas de Gran Canaria.

## 8 ANEXOS

### Anexo 1,4: Fotografías del Área de servicio Audiovisual Sede la Rábida





## Anexo 5: Rediseño de la imagen corporativa Australian National University



## Anexo 6: Diferencia entre los tipos de logos, representación gráfica de una marca

<p><b>LOGOTIPO</b> La palabra con su tipografía, se identifica por el texto.</p> 	<p><b>ISOTIPO</b> El símbolo o dibujo de la marca.</p> 
<p><b>IMAGOTIPO</b> Se combina el símbolo o dibujo con el texto.</p> 	<p><b>ISOLOGO</b> Fusión del símbolo o dibujo con el texto dentro. No pueden dividirse.</p> 

## Anexo 7: Identidades de universidades españolas

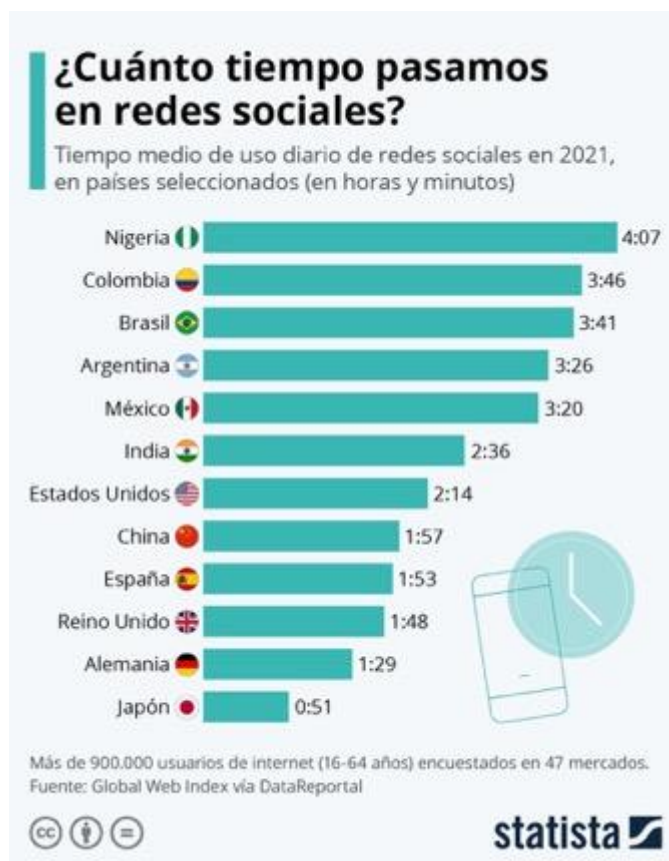




## Anexo 8: Campaña publicitaria para la University of Prince Edward Island para el Campus del Cairo



## Anexo 9: Descripción gráfica del tiempo que los seres humanos pasan en internet



## Anexo 10: Escaleta de capsula audiovisual educomunicativa

NOMOFOBIA		
N° CAPSULA: 01	FECHA: 02/05/2022	DURACIÓN APROXIMADA: 1 MINUTO
SERVICIO: SAV UNIA		
<b>TÍTULO: ¿SABES QUE ES LA NOMOFOBIA?</b>		
<b>CONTENIDO: TECNOLOGÍA, FORMACIÓN ESTUDIANTIL</b>		
<b>RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.</b>		
OBJETIVOS	CONTENIDOS	
<p>EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.</p> <p>CAPTAR NUEVOS USUARIOS</p> <p>AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES</p>	<p>CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA</p> <p>DATOS IMPORTANTES</p> <p>EDUCACIÓN, PSICOLOGÍA Y CONDUCTA DE LAS PERSONAS.</p>	
GUIÓN	DURACIÓN	TIEMPO
<p><b>ESCENA UNO</b> LA NOMOFOBIA ES UN TÉRMINO QUE PROVIENE DEL INGLÉS "NO-MOBILE-PHONE PHOBIA" PARA REFERIRSE AL MIEDO IRRACIONAL A ESTAR SIN TELÉFONO MÓVIL, YA SEA PORQUE TE LO HAS DEJADO EN ALGUNA PARTE, ESTÁ APAGADO O SIN COBERTURA</p>		
<p><b>ESCENA DOS</b> LA NOMOFOBIA PUEDE MANIFESTARSE EN LA PERSONA DE VARIAS MANERAS: TIENE MIEDO GRAVE A SALIR DE CASA SI EL MÓVIL. TIENE ANSIEDAD, ESTRÉS Y SUDORACIÓN SI EL MÓVIL NO FUNCIONA. ANGUSTIA Y FALTA DE CONTROL CUANDO SE QUEDA SIN BATERÍA. IRRITABILIDAD GRAVE ANTE LA IMPOSIBILIDAD DE HABLAR AGRESIVIDAD CUANDO SE LE QUITA EL TELÉFONO MÓVIL</p>		
<p><b>ESCENA TRES</b> ES IMPORTANTE QUE DESDE PEQUEÑOS/AS SE PROMUEVA UN BUEN USO DEL TELÉFONO MÓVIL, ESTABLECIENDO DÍAS CONCRETOS DE USO Y LÍMITE DE HORAS PARA EVITAR ASÍ QUE DERIVE EN UNA ADICCIÓN.</p>		

### Anexo 11: Programación tiempo para cada capsula esquema

		Capsula animada numero 1				
FASES	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	
PRE-PRODUCCIÓN		ESTUDIO INVESTIGATIVO			VOZ EN OFF,	
PRODUCCIÓN		REALIZACIÓN DE LA ANIMACION			FINALIZACIÓN ANIMACION	
POST-PRODUCCIÓN		FINALIZACIÓN ANIMACION		FEEDBACK	SUBIRLA A REDES SOCIALES	
POST-PRODUCCIÓN DATA ANALISIS		SUBIRLA A REDES SOCIALES		RECOPIACIÓN DE DATOS		

PRE-PRODUCCIÓN ● PRODUCCIÓN ● POST-PRODUCCIÓN ● DATA ANALISIS ●

### Anexo 12,13: Cronograma de capsulas mes a mes

MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
<p><b>Semana 1</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 1</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 1</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>
<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>
<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>
<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>

SEPTIEMBRE	OCTUBRE	DICIEMBRE	ENERO
<p><b>Semana 1</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 1</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 1</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>
<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 2</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>
<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>	<p><b>Semana 3</b></p> <p><i>Pre-producción</i></p> <p>Estudio investigativo</p> <p><i>Producción</i></p> <p><i>Realización de la animación y voz en off.</i></p>
<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>	<p><b>Semana 4</b></p> <p><i>Post-producción</i></p> <p><i>Finalización del producto</i></p> <p><i>Resultados y recolección de datos.</i></p>

## Anexo 14,29: Escaleta de cada tema a realizar.

DISLEXIA		
N ° CAPSULA: 02	FECHA: 27/05/2022	DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN
SERVICIO: SAV UNIA		
TÍTULO: ¿SABES QUE ES LA DISLEXIA?		
CONTENIDO: EDUCACIÓN PRIMARIA, FORMACIÓN ESTUDIANTIL		
<p>RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.</p>		
OBJETIVOS	CONTENIDOS	
<p>EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.</p> <p>CAPTAR NUEVOS USUARIOS</p> <p>AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES</p>	<p>CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA</p> <p>DATOS IMPORTANTES</p> <p>EDUCACIÓN, PSICOLOGÍA Y CONDUCTA DE LAS PERSONAS, COMPRENSIÓN DE LECTURA.</p>	
GUION	DURACIÓN	TIEMPO
<p>ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL</p>		

## XENOFOBIA

N° CAPSULA: 03

FECHA: 10/06/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿SABES QUE ES LA XENOFOBIA?**

**CONTENIDO: FISONOMÍA SOCIAL, GRUPOS ÉTNICOS, POLÍTICA Y CULTURA**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

**EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.**

**CAPTAR NUEVOS USUARIOS**

**AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES**

### CONTENIDOS

**CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA**

**DATOS IMPORTANTES**

**EDUCACIÓN, PSICOLOGÍA Y CONDUCTA DE LAS PERSONAS, GRUPOS ÉTNICOS, POLÍTICA Y CULTURA**

### GUIÓN

### DURACIÓN

### TIEMPO

**ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TÉRMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL**

## CIBERBULLYING

N° CAPSULA: 04

FECHA: 24/06/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿SABES QUE ES EL CIBERBULLYNG?**

**CONTENIDO: INTERNET, SMARTPHONES, PSICOLOGÍA**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

**EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.**

**CAPTAR NUEVOS USUARIOS**

**AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES**

### CONTENIDOS

**CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA**

**DATOS IMPORTANTES**

**EDUCACIÓN, PSICOLOGÍA, INTERNET, SMARTPHONES**

### GUIÓN

**ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL**

### DURACIÓN

### TIEMPO



## SEXTING

N° CAPSULA: 05

FECHA: 12/07/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES EL SEXTING?**

**CONTENIDO: INTERNET, SMARTPHONES, PSICOLOGÍA**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

**EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.**

**CAPTAR NUEVOS USUARIOS**

**AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES**

### CONTENIDOS

**CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA**

**DATOS IMPORTANTES**

**EDUCACIÓN, PSICOLOGÍA, INTERNET, SMARTPHONES, EDUCACIÓN SEXUAL**

### GUION

**ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL**

### DURACIÓN

### TIEMPO

## PHISHING

N° CAPSULA: 06

FECHA: 28/07/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES EL PHISHING?**

**CONTENIDO: INTERNET, SMARTPHONES, PSICOLOGÍA, CIBERDELINCUENCIA, PROTECCIÓN DE DATOS**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.

CAPTAR NUEVOS USUARIOS

AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES

### CONTENIDOS

CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA

DATOS IMPORTANTES

EDUCACIÓN, PSICOLOGÍA, INTERNET, SMARTPHONES, CIBERDELINCUENCIA, PROTECCIÓN DE DATOS.

### GUION

### DURACIÓN

### TIEMPO

ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL

## CRIPTOMONEDAS

N ° CAPSULA: 07

FECHA: 12/08/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ SON LAS CRIPTOMONEDAS?**

**CONTENIDO: INTERNET, SMARTPHONES, TRANSACCIÓN DIGITAL, CRIPTODIVISAS**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.

CAPTAR NUEVOS USUARIOS

AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES

### CONTENIDOS

CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA

DATOS IMPORTANTES

INTERNET, SMARTPHONES, TRANSACCIONES DIGITALES, CRIPTODIVISAS, ECONOMIA

### GUIÓN

ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL

### DURACIÓN

### TIEMPO

## NFT

N° CAPSULA: 08

FECHA: 30/08/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ SON LAS NFT?**

**CONTENIDO: INTERNET, SMARTPHONES, TOKEN NO FUNGIBLE, DERECHOS DE AUTOR**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

**EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.**

**CAPTAR NUEVOS USUARIOS**

**AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES**

### CONTENIDOS

**CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA**

**DATOS IMPORTANTES**

**INTERNET, SMARTPHONES, TOKEN NO FUNGIBLE, DERECHOS DE AUTOR**

### GUIÓN

**ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TÉRMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL**

### DURACIÓN

### TIEMPO

## METAVERSO

N ° CAPSULA: 09

FECHA: 14/09/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES EL METAVERSO?**

**CONTENIDO: INTERNET, ESPACIOS VIRTUALES EN 3D, VIDEOJUEGOS VIRTUALES**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

**EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.**

**CAPTAR NUEVOS USUARIOS**

**AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES**

### CONTENIDOS

**CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA**

**DATOS IMPORTANTES**

**INTERNET, SMARTPHONES, CRIPTOMONEDAS, ESPACIOS VIRTUALES EN 3D, VIDEOJUEGOS VIRTUALES.**

### GUIÓN

**ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TÉRMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL**

### DURACIÓN

### TIEMPO

## PROCRASTINACIÓN

N° CAPSULA: 10

FECHA: 30/09/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES LA PROCRASTINACIÓN?**

**CONTENIDO: RELACIONES PERSONALES, PSICOLOGÍA DEL TRABAJO.**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.

CAPTAR NUEVOS USUARIOS

AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES

### CONTENIDOS

CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA

DATOS IMPORTANTES

RELACIONES PERSONALES, PSICOLOGÍA DEL TRABAJO, INTERVENCIÓN SOCIAL, EDUCACIÓN.

### GUIÓN

ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL

### DURACIÓN

### TIEMPO

## FAKE NEWS

N ° CAPSULA: 11

FECHA: 14/10/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ SON LAS FAKE NEWS?**

**CONTENIDO: NOTICIAS FALSAS, DESINFORMACIÓN, PERIODISMO, LIBERTAD DE PRENSA**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

**EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.**

**CAPTAR NUEVOS USUARIOS**

**AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES**

### CONTENIDOS

**CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA**

**DATOS IMPORTANTES**

**NOTICIAS FALSAS, DESINFORMACIÓN, PERIODISMO, LIBERTAD DE PRENSA, ERA DE DE LA POSVERDAD.**

### GUIÓN

ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL

### DURACIÓN

### TIEMPO

## MISOGINIA

N° CAPSULA: 12

FECHA: 28/10/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES LA MISOGINIA?**

**CONTENIDO: SEXISMO, VIOLENCIA MACHISTA Y FEMINISTA, PATRIARCADO**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.

CAPTAR NUEVOS USUARIOS

AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES

### CONTENIDOS

CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA

DATOS IMPORTANTES

DERECHOS DE LA MUJER, SEXISMO, VIOLENCIA MACHISTA Y FEMINISTA, PATRIARCADO.

### GUION

ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL

### DURACIÓN

### TIEMPO



## STEALTHING

N° CAPSULA: 13

FECHA: 14/11/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES EL STEALTHING?**

**CONTENIDO: SEXISMO, VIOLENCIA MACHISTA Y FEMINISTA, VIOLACIÓN, EDUCACIÓN SEXUAL**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.

CAPTAR NUEVOS USUARIOS

AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES

### CONTENIDOS

CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA

DATOS IMPORTANTES

SEXISMO, VIOLENCIA MACHISTA Y FEMINISTA, VIOLACIÓN, EDUCACIÓN SEXUAL, ENFERMEDADES ITS

### GUIÓN

ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TÉRMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL

### DURACIÓN

### TIEMPO

## T'WIRED CANSANCIO EXTREMO

N ° CAPSULA: 14

FECHA: 28/11/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES EL T'WIRED CANSANCIO EXTREMO?**

**CONTENIDO: INSOMNIO, APNEA DEL SUEÑO, MEDICINA Y SALUD, DEPRESIÓN**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.

CAPTAR NUEVOS USUARIOS

AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES

### CONTENIDOS

CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA

DATOS IMPORTANTES

INSOMNIO, APNEA DEL SUEÑO, MEDICINA Y SALUD, DEPRESIÓN, TRASTORNOS DEL SUEÑO.

### GUIÓN

ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL

### DURACIÓN

### TIEMPO

## TRASTORNO BIPOLAR

N° CAPSULA: 15

FECHA: 14/12/2022

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES EL TRASTORNO BIPOLAR?**

**CONTENIDO: PSIQUIATRÍA Y PSICOLOGÍA MÉDICA, ANTIDEPRESIVOS, TRASTORNO AFECTIVO BIPOLAR**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREMIERE POSSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

### OBJETIVOS

EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.

CAPTAR NUEVOS USUARIOS

AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES

### CONTENIDOS

CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA

DATOS IMPORTANTES

PSIQUIATRÍA Y PSICOLOGÍA MÉDICA, ANTIDEPRESIVOS, TRASTORNO AFECTIVO BIPOLAR (TAB)

### GUIÓN

ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TÉRMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL

### DURACIÓN

### TIEMPO

## INCLUSION LGBTI

N° CAPSULA: 16

FECHA:10/01/2023

DURACIÓN APROXIMADA: 1 A 3 MIN

SERVICIO: SAV UNIA

**TÍTULO: ¿QUÉ ES LA INCLUSIÓN LGBTI?**

**CONTENIDO: DERECHOS HUMANOS, CARACTERÍSTICAS SEXUALES,EXPRESIÓN DE GÉNERO**

**RECURSOS: ORDENADORES, MICRÓFONOS, SONIDOS GRATUITOS DE PÁGINAS WEBS, SOFTWARE DE EDICIÓN DE AUDIO ADOBE AUDITION QUE TIENE LA ENTIDAD, SOFTWARE DE EDICIÓN DE VIDEO Y ANIMACIÓN ADOBE PREFIERE POSEE LA ENTIDAD AFTER EFFECTS PARA LA EDICIÓN DE LAS ANIMACIONES, SOFTWARE DE FOTOGRAFÍA ADOBE PHOTOSHOP SI SE NECESITA AJUSTAR IMÁGENES Y ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA CREACIÓN DE ELEMENTOS VECTORIALES O USO DE LA PÁGINA WEB DE USO GRATUITO CANVA.**

OBJETIVOS	CONTENIDOS
<p><b>EXPLICAR A LOS JÓVENES Y PERSONAS QUE VISITEN LAS REDES SOCIALES O LA PÁGINA DE LA UNIVERSIDAD CONOCER ACERCA DEL PROYECTO Y DE ESTE TEMA EN PARTICULAR.</b></p> <p><b>CAPTAR NUEVOS USUARIOS</b></p> <p><b>AUMENTAR EL CONOCIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES</b></p>	<p><b>CONOCIMIENTO ACERCA DEL TEMA</b></p> <p><b>DATOS IMPORTANTES</b></p> <p><b>DERECHOS HUMANOS, CARACTERÍSTICAS SEXUALES,EXPRESIÓN DE GÉNERO, OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE, INDICE DE INCLUSIÓN LGBTI.</b></p>

GUIÓN	DURACIÓN	TIEMPO
<p>ESTA PARTE DEBE SER REALIZADA EN EL TIEMPO ESTABLECIDO PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DEL TERMINO, SE DEBE LLEVAR UNA ÓPTIMA BÚSQUEDA PARA CONCLUIR CON UN EXCELENTE PRODUCTO AUDIOVISUAL</p>		

## 9 DIARIO DE PRÁCTICAS

Hoy es mi primer día de prácticas en las instalaciones del campus de la rábida servicio audiovisual SAV comienzo mi primer día a las 9:00 a.m. horas.

El director que me es asignado Enrique A. Martínez no se encuentra sin embargo él me dice el día anterior que debo llegar y conocer a Daniel González que es la persona encargada de todo el área referente al servicio audiovisual, Daniel me presenta con un joven que se encuentra realizando sus prácticas al igual que yo, pero para obtener su título universitario, junto con el Laura Roque compañera de mi master presentamos nuestras prácticas en este lugar.

Me siento con Daniel en la sala donde se encuentran diferentes souvenirs de varias personas que han participado o trabajado con ellos de varios lugares del mundo principalmente Latinoamérica.

Mi primer proyecto y el más importante o relevante es realizar el cambio de los banners y cortinillas para los videos institucionales de la universidad ya que son demasiado anticuados y quieren brindarle un nuevo aire a la identidad de marca de la universidad desde el ámbito audiovisual principalmente, se puede observar en la figura a continuación.

**Figura 10:**



Con esta imagen se puede evidenciar el estilo gráfico y audiovisual que tiene en este momento la universidad que se lleva usando ya varios años por ello la necesidad de brindarle un nuevo aire a su imagen.

Según los requerimientos de Enrique y Daniel me indican que quieren buscar algo nuevo e innovador que sirva para todos sus videoclips y proyectos a futuro sin embargo no debe alejarse demasiado del estilo propio principalmente los colores ya que quieren mantenerlos.

Con estas indicaciones me doy a la tarea de realizar una amplia búsqueda de información en diferentes páginas webs como nos enseñaron previamente en el master “somos investigadores nuestro trabajo es indagar investigar”

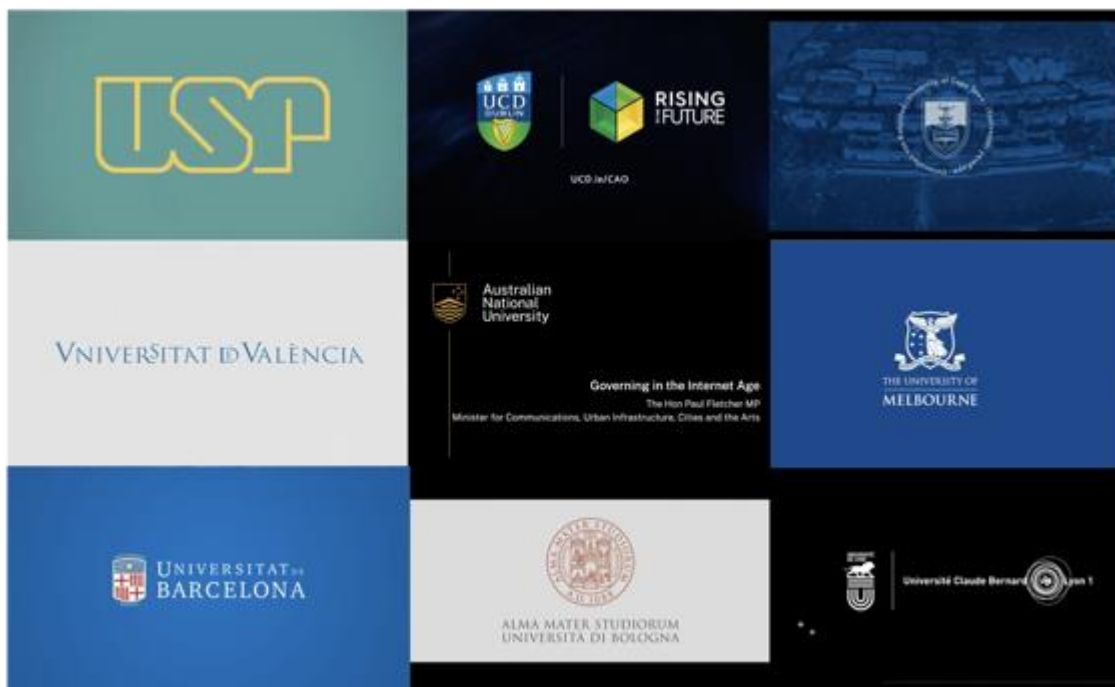
Comienzo mi investigación buscando referentes visuales en todas las mejores universidades del mundo entrando en sus páginas web, observando su parte audiovisual y estética para obtener un panorama de lo que se puede llegar a realizar y lo que no, observe alrededor de 50 o más universidades en el mundo y escogí las que me parecieron más acordes; en la búsqueda de las universidades pude concluir que las universidades son demasiado minimalistas con las animaciones de sus logotipos, cortinillas y banners entre otras.

Mantienen un carácter muy sobrio y aburrido desde mi perspectiva como diseñador, sin embargo en esta búsqueda pude observar que algunas universidades cuentan con identidades de marca muy atractivas y realizan la simplificación de sus logotipos en la gran mayoría.

Muchas de las universidades investigadas tienen más de 100 años de antigüedad esto quiere decir que sus logotipos poseen características principalmente heráldicas por ello se recurre a la simplificación de su imagen lo cual les brinda un carácter actual, vanguardista muy contemporáneo con la actualidad como se puede observar en la figuras.

## Figura 11

*Recopilación gráfica de animaciones en algunas de las universidades en el mundo*



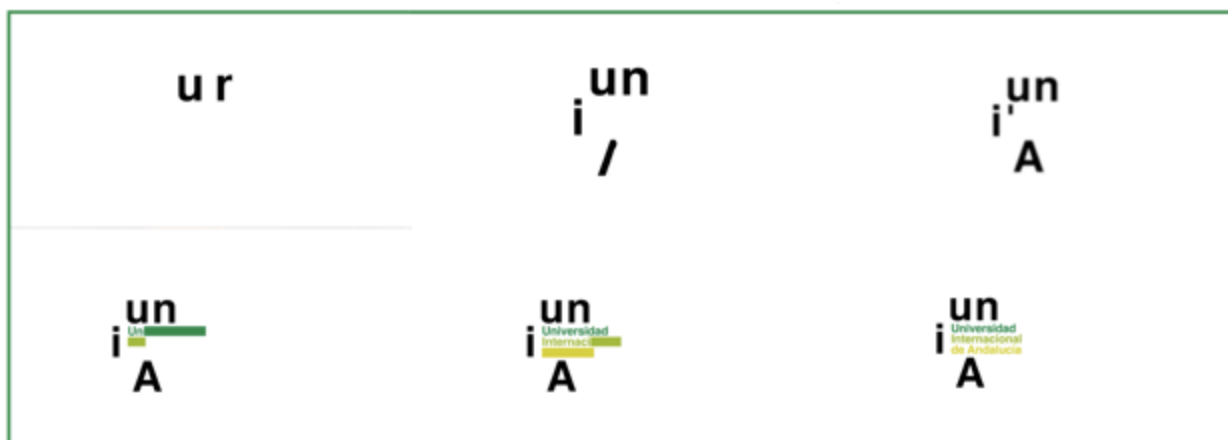
El Día de hoy en mi día de prácticas habiendo realizado las propuestas de imagen para la realización de los cortinillas de los videoclips audiovisuales y terminado la animación del logotipo de la universidad internacional de Andalucía UNIA.

Primero al llegar he realizado algunas preguntas acerca del trabajo fin de master en una pequeña entrevista grabando en audio a la persona encargada de mis practicas Enrique A. Martínez donde le pregunte acerca del área de audiovisual, preguntas como ¿Desde hace cuánto tiempo existe el área de audiovisual ?, ¿Cuáles son las funciones del área de audiovisual? Entre otras, finalmente Enrique me responde las preguntas y me envía información relevante para adjuntar al documento escrito.

Después de la entrevista realizamos una pequeña exposición donde le explico de donde he realizado el trabajo y porque basándome siempre en la identidad de la universidad a continuación comparto las imágenes del trabajo realizado.

**Figura 12**

*Segmento de imágenes donde se observa la animación del logo de la universidad*



Luego de exponer mi trabajo, realizo la edición musical para añadirle audio a la animación del logotipo de la universidad brindando tres opciones de audio y usando la animación principal creada y todo el material lo adjunto a una presentación en PowerPoint donde se encuentra todo el material desarrollado para su elección final que se encargara el área de audiovisual en conjunto con el área de comunicaciones de la universidad la siguiente semana.

En el día de hoy al llegar a mis practicas Enrique me ha solicitado realizar una pequeña animación de introducción para un reportaje realizado por mi compañera de prácticas Laura Roque, este reportaje realizado es acerca del grafitero Víctor Romero más conocido como “Konestilo” donde habla acerca de sus obras artísticas y el contexto del grafiti en Huelva; en la



animación que realice plasme un poco esa esencia con el material brindado junto con unas transiciones de imágenes, movimientos tipográficos y colores relacionados con el tema que plasmo en su obra.

La animación cuenta con un total de 12 segundos de animación, en ella he utilizado por primera vez la animación del logotipo de la Universidad Internacional de Andalucía que se había realizado en días pasados a continuación comparto algunas imágenes del proyecto.

### Figura 13

Segmento de imágenes donde se observa la animación realizada grafiti Konestilo



En el día de hoy he realizado la búsqueda de información y recopilación datos para mi próximo proyecto en las practicas que mi director Enrique me ha pedido realizar y se trata de realizar una animación para los créditos finales de todos los materiales que sean llevados a cabo desde el área audiovisual, hablando con Enrique me ha mostrado como es la plantilla que tienen en ese momento, me ha explicado el motivo por el cual la plantilla cuenta con diferentes logotipos de las redes sociales como Linked in, Facebook, You Tube, entre otras.

También se encuentra el logotipo de CC creative commons que es usado principalmente para demostrar que sus producciones son libres de derechos ya que muchas veces usan material gráfico y de audio libre de derechos en sus producciones.

De esta conversación obtuvimos como retroalimentación buscar la manera de que ni los logotipos ni el logo de libre de derechos debería estar en la animación pero si debería contar con el título de servicio audiovisual ya que es un material para su uso.

En base a esta retroalimentación he decidido que junto con la animación de entrada para las cortinillas deberían ambas tener un mismo sentido gráfico y de imagen, que cada uno sea parte del otro para ver una identidad fuerte y única en su estructuración.

Como lo mencione anteriormente El trabajo principal de mis prácticas es la realización de nuevos títulos de entrada de los videos audiovisuales.

En los días posteriores que no he tenido que ir al centro audiovisual he trabajado alrededor de cuatros días desde mi hogar y he llegado a construir según las especificación de Enrique y principalmente desde mi gusto personal y profesional he optado por la creación de una identidad propia para la universidad.

La base de investigación para la creación de la identidad parte desde su misma imagen visual, desde los elementos propios que tiene el identificador de la universidad, su logotipo modificando desde el diseño básico su estructura y haciendo uso de sus elementos ya consagrados como lo son las líneas de la gama tonal de colores verdes que tienen, los caracteres tipográficos de las iniciales de la universidad unia, el uso de sus fotografías de las principales sedes.

Juntando todos estos elementos descritos y posteriormente obtener una retroalimentación del área audiovisual en conjunto con el área de comunicación, a continuación se observan los diferentes diseños que realice para su creación

#### **Figura 14-28**

*Propuestas de diseño para la creación de las nuevas cortinillas de SAV*



**un**  
i Universidad  
Internacional  
de Andalucía  
**A**

**espe  
cializa  
dos**  
en especializarte.

**un**  
i Universidad  
Internacional  
de Andalucía  
**A**

**espe  
cializa  
dos**  
en especializarte.

**i un**  
Universidad  
Internacional  
de Andalucía  
**A**

**espe  
cializa  
dos**  
en especializarte.

A photograph of a university courtyard with a paved ground, a white building with a red roof, and several people walking. The image is partially overlaid by a green and yellow horizontal bar at the bottom.

**i un**  
Universidad  
Internacional  
de Andalucía  
**A**


**i un**  
**espe  
cializa  
dos**  
en especializarte.  
**A**

A faded version of the same university courtyard photograph as in the top advertisement, with the text and logo overlaid in a semi-transparent manner.

**un**  
i Universidad  
Internacional  
de Andalucía  
**A**

**espe**  
**cializa**  
**dos**  
en especializarte.

**un**



Sede La Rábida

**A**

**un**  
i Universidad  
Internacional  
de Andalucía  
**A**

**espe**  
**cializa**  
**dos**  
en especializarte.

**un**



Sede La Rábida

**A**



**espe  
cializa  
dos**  
en especializarte.  
Sede La Rábida

**un**  
i Universidad  
Internacional  
de Andalucía  
**A**



**espe  
cializa  
dos**  
en especializarte.

**un**  
i Universidad  
Internacional  
de Andalucía  
**A**

**un**  
i  
A  
Universidad  
Internacional  
de Andalucía

**espe  
cializa  
dos**  
en especializarte.

A

**un**  
i  
A  
Universidad  
Internacional  
de Andalucía

**espe  
cializa  
dos**  
en especializarte.

Sede La Rábida

A



**un**  
Universidad  
Internacional  
de Andalucía  
**A**

**Expanding Knowledge**  
Sede La Rábida

**un**  
Universidad  
Internacional  
de Andalucía  
**A**

**espe  
cializa  
dos**  
en especializarte.

Sede La Rábida

**un**  
i  
Universidad  
Internacional  
de Andalucía  
**A**

**espe  
cializa  
dos**  
en especializarte.

Sede La Rábida

**A**

**un**  
i  
Universidad  
Internacional  
de Andalucía  
**A**

**espe  
cializa  
dos**  
en especializarte.

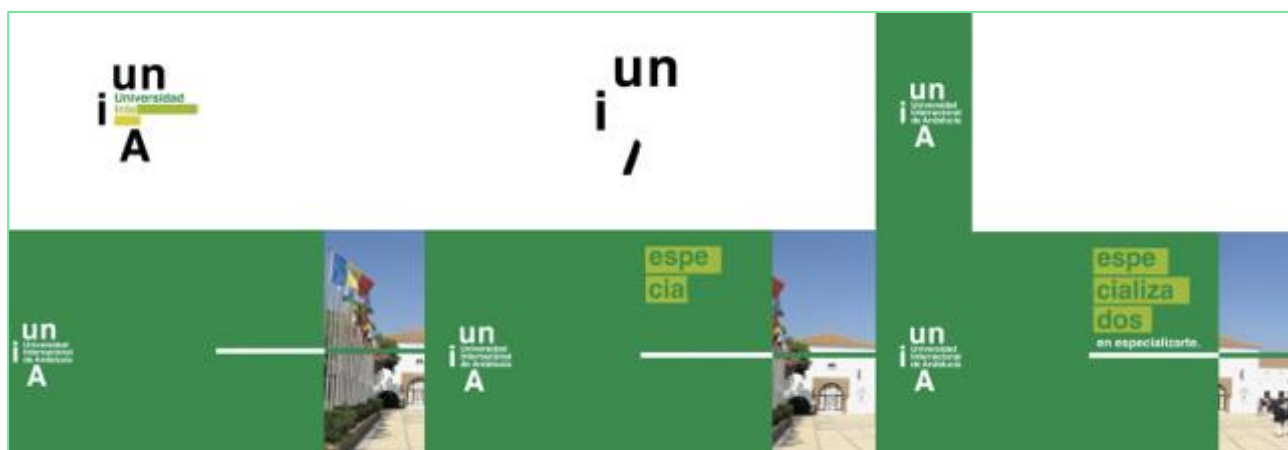
Sede La Rábida

**A**

Como resultado del proceso creativo el personal del área de comunicaciones junto con el área de SAV escogieron dos de las propuestas vistas anteriormente, sobre las cuales se realizó una animación de aproximadamente veinte segundos donde la comparto a continuación.

**Figura 29, 30**

*Propuestas de animación para la creación de las nuevas cortinillas de SAV*



El día de hoy se he trabajado desde mi casa y Enrique me ha solicitado la creación de una cortinilla animada para los cursos de verano del 2022, me envía por correo las imágenes del estilo grafico que se usa y los materiales que debo utilizar como la fotografía y las imágenes de referencia.

Basándome en mis propuestas de identidad visual que he realizado anteriormente decido utilizar las animaciones de manera similar para obtener una secuencia en la misma línea grafica que hemos trabajado a lo largo de las practicas.

### Figura 31

*Propuestas de animación para la creación de las nuevas cortinilla para los cursos de verano 2022*



Ultimo día en mis practicas mi director Enrique me solicita realizar con los dos tipos de identidades para las cortinillas que se pueden observar en el texto anteriormente con cada cortinilla debía realizar una animación para cada sede ejemplo, con la cortinilla uno animación para las sedes en Málaga, Baeza, la Rábida, tres animaciones para la sede del rectorado en Sevilla y una animación genérica donde se encuentran todas las sedes principales.

Gracias a que la marca de la universidad cuenta con una amplia gama tonal de colores verdes hemos decidido usar estos colores para diferenciar cada sede con un color específico y así poder diferenciar sus sedes y obtener una variedad gráfica muy interesante para el espectador de esta manera se han realizado alrededor de 19 animaciones para el servicio audiovisual de la universidad de manera satisfactoria que serán usadas de ahora en adelante surgiendo de este proyecto de investigación del cual estoy muy orgulloso a continuación se puede observar la identidad para cada sede.

**Figura 31**

*Identidad visual para cortinillas por cada sede de la universidad.*

