



ÑUÑO A
MEJOR CON TODOS
MUNICIPALIDAD

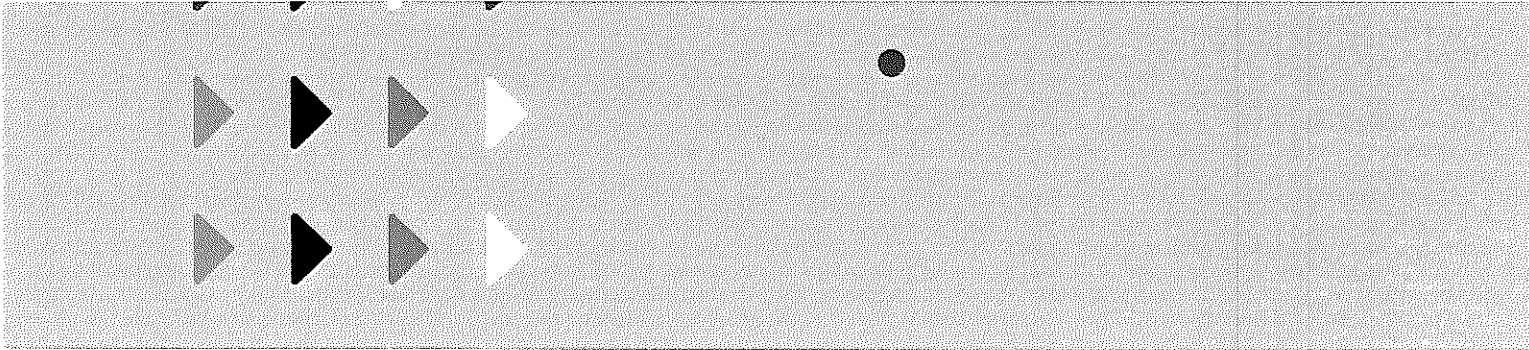
INFORME DE LABORES: MAYO 2026

Pablo González Carcey

Cientista Político, Universidad del Desarrollo

Master en Branding, Universidad de Barcelona

Docente Universitario



Introducción

Servicio consignado en el TDR

Apoyo estratégico, creativo, narrativo, audiovisual y de marca para las distintas campañas y planes de la Municipalidad de Ñuñoa, con énfasis en consolidación identitaria, producción audiovisual de alto estándar y monitoreo estratégico mediante inteligencia digital.

Período evaluado

01 al 31 de mayo de 2026

Formato entregable

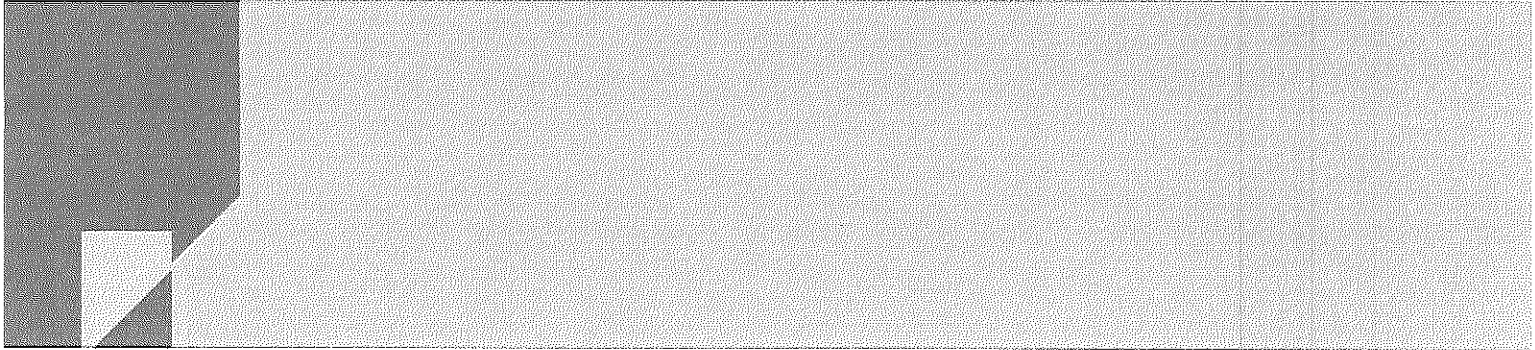
Informe mensual estructurado bajo criterios de desempeño estratégico, creativo y analítico, destacando campañas institucionales, piezas audiovisuales de alto impacto, implementación sectorial del sistema marcario y aplicación del modelo CROSSIG Social.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pablo González Carcey'.

Pablo González Carcey

Cientista Político, Universidad del Desarrollo
Master en Branding, Universidad de Barcelona
Docente Universitario

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'L. M. G.', next to an official circular stamp. The stamp contains the text 'MUNICIPALIDAD DE ÑUÑOA', 'DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES', and 'DIRECCIÓN COMUNICACIONES' around a central emblem.



Glosario

Conceptos clave que estructuran el trabajo estratégico y creativo del mes.

SPP (Sabemos, Pensamos, Proponemos)

Metodología estratégica para conceptualización de campañas y decisiones comunicacionales.

CROSSIG Social

Sistema avanzado de social listening semanal que integra análisis semántico, clipping mediático, evaluación de sentimiento y detección de riesgos reputacionales.

Brandbook

Documento rector que define identidad visual, arquitectura marcaria y lineamientos narrativos institucionales.

GC en Alpha

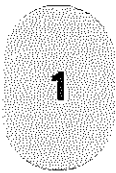
Sistema de generador de caracteres aplicado en transmisión audiovisual en vivo.

Moodboard

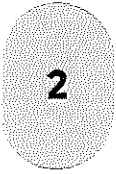
Herramienta conceptual que define atmósfera visual, tono escénico y lineamientos estéticos.

Metodología

Durante mayo el trabajo se organizó en cinco ejes principales, con foco en fortalecer la coherencia institucional en un contexto de alta visibilidad pública.



Campañas identitarias y conmemorativas



Producción audiovisual estratégica para Cuenta Pública



Desarrollo sectorial de marca (DIDECO)



Activación de SPP para campañas futuras



Monitoreo digital semanal mediante CROSSIG Social

1. Carrusel Aniversario de Ñuñoa

Se desarrolló el carrusel oficial del aniversario comunal, diseñado para reforzar el orgullo territorial y la cohesión ciudadana.

Narrativa histórica

Síntesis de la historia comunal con tono emocional y sentido de pertenencia.

Identidad visual

Alineada al Brandbook 2026 con coherencia cromática y tipográfica.

Tono emocional

Diseño orientado a generar conexión ciudadana y sentido de comunidad.

Redes sociales

Adaptación para plataformas digitales con alto potencial de interacción.

2. Video Aniversario Ñuñoa con Inteligencia Artificial



Producción audiovisual de alta factura que integró recursos de IA avanzada para crear una pieza moderna, emotiva y coherente con la narrativa institucional.

→ **Reconstrucción visual histórica**

Recreación de momentos fundacionales de la comuna mediante IA generativa.

→ **Animaciones simbólicas**

Elementos visuales que evocan la identidad y el patrimonio de Ñuñoa.

→ **Estética contemporánea**

Integración de memoria territorial con lenguaje visual de vanguardia.

3. Manual Especial de Marca para DIDECO

Se elaboró un manual específico para la Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO), que adapta el sistema marcario general a sus necesidades operativas, fortaleciendo la coherencia entre áreas municipales.

- 1

Subarquitectura visual

Estructura jerárquica de elementos visuales adaptada al contexto comunitario.
- 2

Aplicación cromática específica

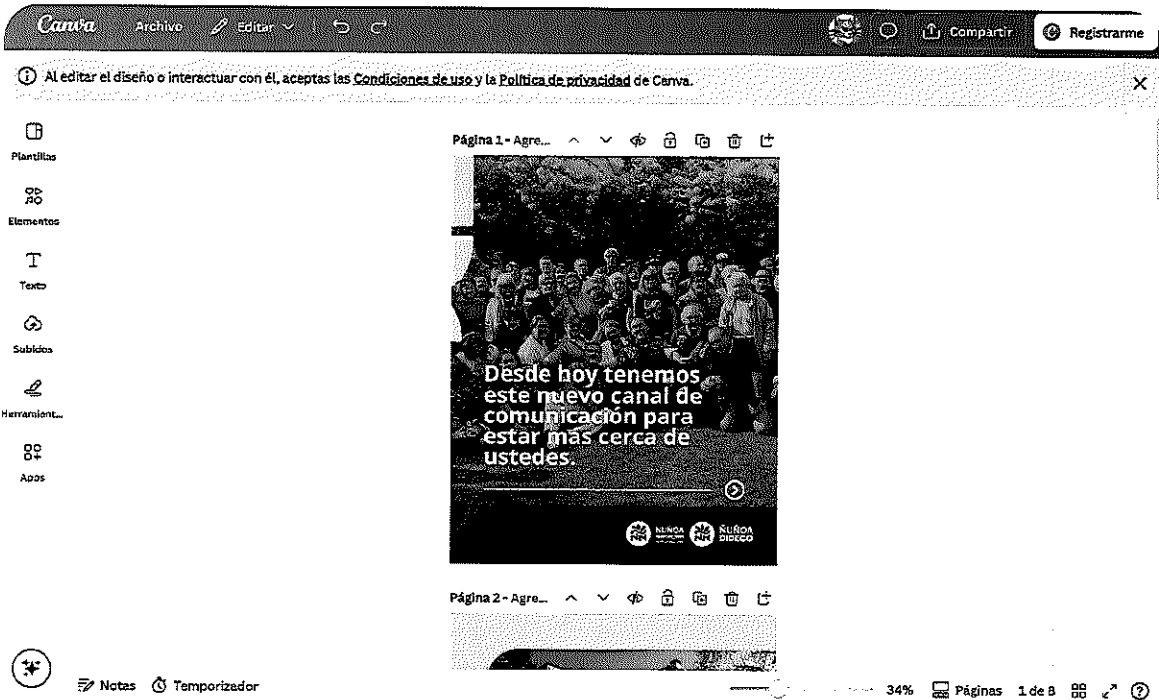
Paleta de colores diferenciada que mantiene coherencia con la identidad municipal.
- 3

Jerarquías de comunicación

Estructura clara para la comunicación comunitaria en distintos niveles.
- 4

Lineamientos para campañas sociales

Guías específicas para el desarrollo de campañas orientadas a la comunidad.



4. Kit Visual para Cuenta Pública

Se diseñó un kit integral para la puesta en escena de la Cuenta Pública, garantizando una experiencia audiovisual profesional y consistente.

Cortina de entrada

Pieza audiovisual que abre la transmisión con identidad institucional consolidada y alto impacto visual.



Cortina de espera

Loop visual coherente con tono sobrio y moderno para los momentos de pausa en la transmisión.



GC en Alpha

Diseño de generadores de caracteres para transmisión en vivo, asegurando coherencia tipográfica y cromática.

Compartidos conmi... > CUENTA PÚBLICA 2... > KIT VISU...    

 Preguntarle a Gemini

Resume, analiza y ponte al día con los archivos de esta carpeta.



Tipo 

Personas 

Modificado 

Fuente 

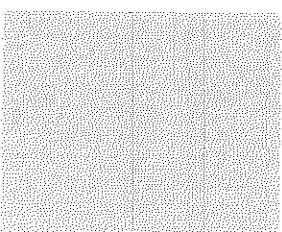
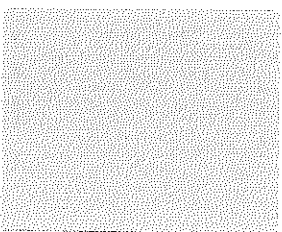
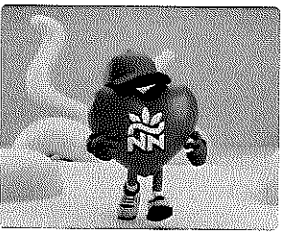
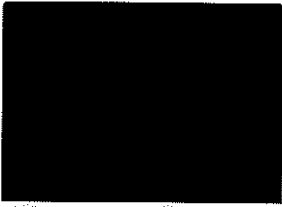
Nombre 

 GC ÑUÑO A CUENT... 

 ÑUÑO A - MEDIDAS... 

 ÑUÑO A 2026 - EN... 

 ÑUÑO A 2026 -... 



5. Video Marca Turística – 5 Versiones (Cuenta Pública)

Se desarrollaron cinco versiones del video de Marca Turística, utilizando técnica mixta que permitió adaptabilidad a distintos momentos de la Cuenta Pública.



Filmación tradicional

Registro audiovisual de alta calidad de los atractivos y espacios emblemáticos de la comuna.



Modelación IA avanzada

Integración de inteligencia artificial para enriquecer la narrativa visual con elementos generativos.



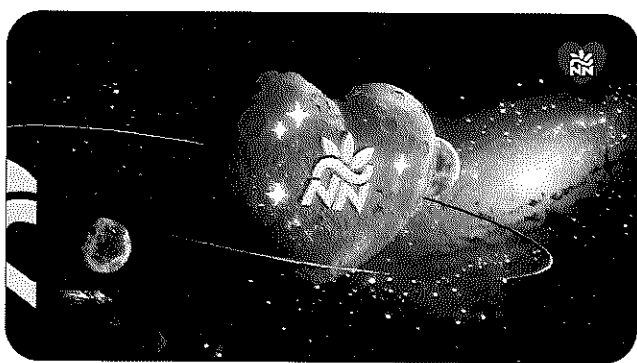
Animaciones híbridas

Combinación de técnicas de animación con material filmado para un resultado dinámico y contemporáneo.



Ajustes de duración

Versiones adaptadas en duración según el bloque narrativo correspondiente dentro de la Cuenta Pública.



6. Video Marca de Gestión – 5 Versiones (Cuenta Pública)

Estructura de producción

Producción de cinco versiones del video institucional de gestión, con dos cortes principales y tres adaptaciones técnicas para distintos momentos de la presentación.



Narrativa por ejes de gestión

Estructura comunicacional organizada en torno a los principales logros y áreas de trabajo municipal.



Integración de métricas visuales

Datos e indicadores de gestión presentados con lenguaje visual claro y de alto impacto.



Ritmo audiovisual coherente

Edición y pacing alineados con la puesta en escena general de la Cuenta Pública.



La pieza funciona como columna vertebral del bloque de gestión dentro de la Cuenta Pública.



7. SPP – Día del Padre

Sabemos

Fecha de alto impacto emocional y visibilidad familiar, con gran potencial de conexión ciudadana y resonancia en redes sociales.

Pensamos

La campaña debe ser cercana sin caer en lugares comunes, evitando clichés y apostando por una narrativa auténtica y significativa.

Proponemos

Concepto centrado en presencia, ejemplo y comunidad, con estética sobria y tono humano que refleje los valores de Ñuñoa.



8. SPP – Vacaciones de Invierno

Sabemos

Periodo clave para activación cultural y familiar, con alta demanda de actividades recreativas y educativas en la comuna.

Pensamos

Debe proyectarse como oportunidad de encuentro local, fortaleciendo el vínculo entre vecinos y espacios municipales.

Proponemos

Campaña dinámica, colorida y participativa, reforzando actividades municipales y espacios culturales disponibles.



9. SPP – Concepto para DIDECO

Se desarrolló una propuesta conceptual que articula el rol comunitario de DIDECO bajo un eje narrativo coherente con la identidad municipal.

10. SPP – Campaña de Orgullo

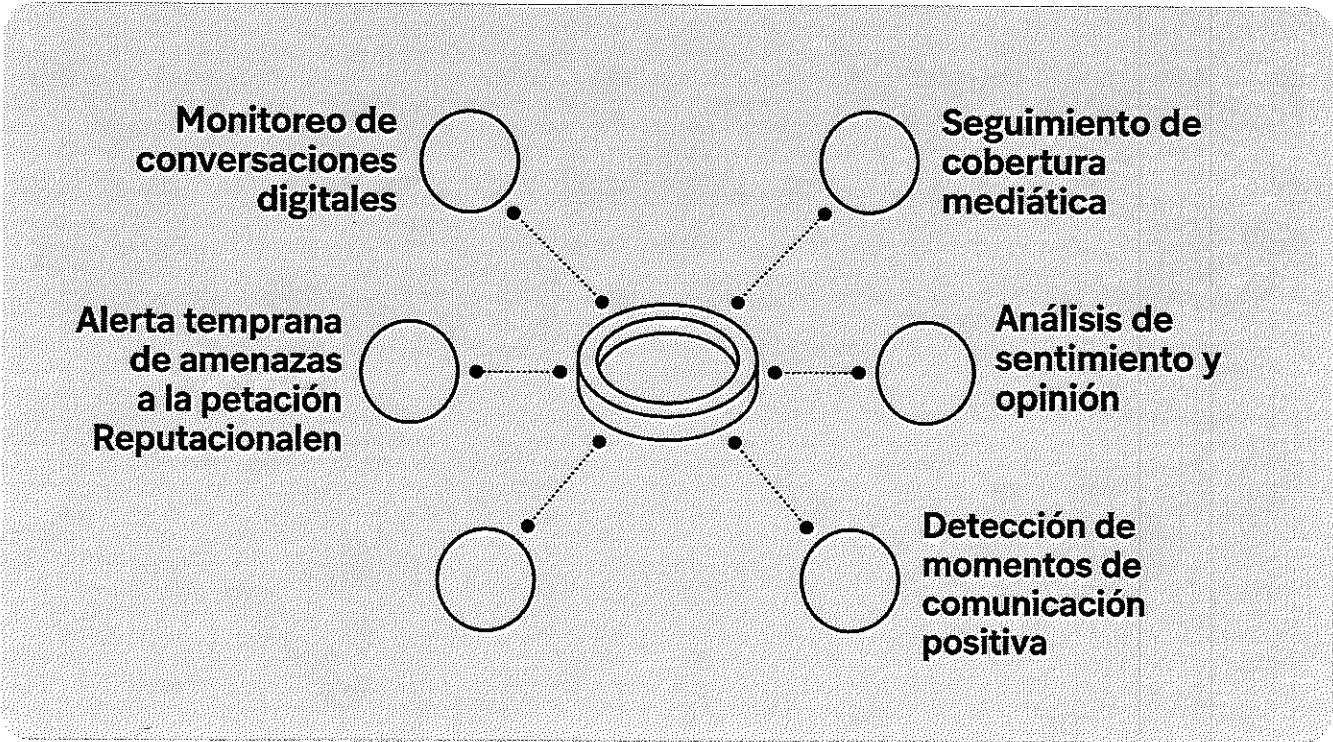
Desarrollo conceptual orientado a reforzar identidad, diversidad y convivencia, trabajado bajo parámetros de respeto institucional, inclusión y coherencia narrativa con el sistema marcarío 2026.

Identidad y diversidad Concepto que celebra la pluralidad de la comunidad de Ñuñoa como fortaleza colectiva.	Respeto institucional Marco comunicacional alineado con los valores y lineamientos de la Municipalidad.	Coherencia marcaria Integración plena con el sistema marcarío 2026 para garantizar consistencia visual y narrativa.
--	---	---



11. CROSSIG Social x4

Durante mayo se realizaron cuatro informes semanales CROSSIG Social, consolidando el modelo como herramienta estructural de soporte estratégico.



- ✓ El modelo CROSSIG Social continúa perfeccionándose conforme a las exigencias del cliente, entregando inteligencia estratégica semana a semana.

Conclusiones

Mayo consolidó una etapa de alta sofisticación audiovisual y coherencia marcaria para la Municipalidad de Ñuñoa.

01

Cuenta Pública de alto estándar
El trabajo alcanzó un nivel técnico elevado mediante la integración de múltiples versiones audiovisuales y un kit visual integral.

02

Descentralización marcaria ordenada
La creación del manual específico para DIDECO refuerza la coherencia entre áreas municipales.

03

Segundo semestre con claridad conceptual
Las campañas conmemorativas y los SPP estratégicos preparan el próximo período con solidez narrativa.

04

CROSSIG Social como pilar estratégico
El modelo continúa siendo una herramienta estructural de soporte para la toma de decisiones comunicacionales.

La Municipalidad de Ñuñoa mantiene un estándar comunicacional **robusto, integrado y altamente profesionalizado.**

