

Galileo
UNIVERSIDAD

La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Producción audiovisual para promover el servicio de los grupos de apostolado de la
Parroquia Madre del Redentor, a la feligresía de la Zona 4 de Mixco,
Guatemala, Guatemala 2022.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Renata María Pérez Cabrera

Carné: 18002002

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, mayo 2022

Producción audiovisual para promover el servicio de los grupos de apostolado de la
Parroquia Madre del Redentor, a la feligresía de la Zona 4 de Mixco,
Guatemala, Guatemala 2022

Renata María Pérez Cabrera

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción, mayo 2022

Autoridades

Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora, Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General, Lic. Jorge Retolaza

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

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

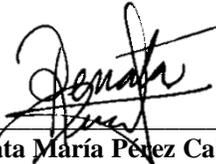
Guatemala 12 de abril de 2021

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado **PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA PROMOVER EL SERVICIO DE LOS GRUPOS DE APOSTOLADO DE LA PARROQUIA MADRE DEL REDENTOR, A LA FELIGRESIA DE LA ZONA 4 DE MIXCO**. Así mismo solicito que la Licda. Lissette Pérez Aguirre sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Renata María Pérez Cabrera
18002002



Licda. Lissette Pérez Aguirre
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 18 de mayo de 2021

Señorita:
Renata María Pérez Cabrera
Presente

Estimada Señorita Pérez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA PROMOVER EL SERVICIO DE LOS GRUPOS DE APOSTOLADO DE LA PARROQUIA MADRE DEL REDENTOR, A LA FELIGRESIA DE LA ZONA 4 DE MIXCO**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Lissette Pérez Aguirre, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM | Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 03 de mayo de 2022

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA PROMOVER EL SERVICIO DE LOS GRUPOS DE APOSTOLADO DE LA PARROQUIA MADRE DEL REDENTOR, A LA FELIGRESIA DE LA ZONA 4 DE MIXCO.** Presentado por la estudiante: Renata María Pérez Cabrera, con número de carné: 18002002, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Lissette Pérez Aguirre
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revelación en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 28 de septiembre de 2022

Señorita
Renata María Pérez Cabrera
Presente

Estimada Señorita Pérez:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 15 de noviembre de 2,022.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA PROMOVER EL SERVICIO DE LOS GRUPOS DE APOSTOLADO DE LA PARROQUIA MADRE DEL REDENTOR, A LA FELIGRESÍA DE LA ZONA 4 DE MIXCO, GUATEMALA***, de la estudiante Renata María Pérez Cabrera, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 25 de noviembre de 2022

Señorita:
Renata María Pérez Cabrera

Estimada Señorita Pérez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA PROMOVER EL SERVICIO DE LOS GRUPOS DE APOSTOLADO DE LA PARROQUIA MADRE DEL REDENTOR, A LA FELIGRESIA DE LA ZONA 4 DE MIXCO. GUATEMALA, GUATEMALA 2022**. Presentado por la estudiante: Renata María Pérez Cabrera, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Tener acceso a la educación en un país donde lastimosamente se ve como un privilegio y solo algunos podemos tener acceso a ella, aprovecharla significa no solo adquirir conocimientos que nos permitirán autorrealizarnos y alcanzar nuestros sueños, sino que más allá de eso, nos permitirá volvernos ciudadanos y profesionales que ayudarán a los demás, que harán de Guatemala un mejor país.

Por lo que alcanzar este peldaño en nuestro camino como profesionales es un logro inmenso y una gran bendición., que no hubiera podido alcanzar sola. Es por ello que quiero agradecer a:

Dios, por ser la inspiración y el motor en cada paso que he dado en mi vida. Porque sin Él, nada sería posible. Toda honra sea para Él.

Mi institución de estudios, Universidad Galileo, por abrirme las puertas y brindarme la oportunidad de crecer como profesional para cumplir uno de mis sueños.

Mi asesora, Aura Lisette Pérez, por ser la guía en el desarrollo de este proyecto, por su ejemplo y esfuerzo admirable.

Mi mamá, a quién tanto admiro, amo y sigo, por su inigualable presencia y apoyo en cada etapa de mi vida para forjar a una mujer ejemplar. Mil gracias mami, por todo lo que siempre has hecho y luchado por mí.

Mi tía Ily y mis abuelitos, por ser piezas fundamentales en mi vida y motivadores para alcanzar todo lo que me proponga. Gracias por su cariño y su fe. Son parte fundamental en mi vida.

Mi novio, Julio Reyes, por ser mi mejor amigo, mi mano derecha y mi equipo. Gracias por tu amor que me inspira y me motiva a seguir avanzando para cumplir todas mis metas.

Resumen

A través del acercamiento con la Parroquia Madre del Redentor se identificó que no cuenta con un audiovisual para promover el servicio de los grupos de apostolado.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Producir un audiovisual para promover el servicio de los grupos de apostolado de la Parroquia Madre del Redentor a la feligresía de la zona 4 de Mixco.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 25 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que fue posible crear un audiovisual para promover el servicio de los grupos de apostolado de la Parroquia Madre del Redentor a su feligresía, por medio de su publicación en su fanpage de Facebook, logrando el concepto propuesto: “Divulgar actividades parroquiales de forma creativa, motivando a la acción”. Se recomendó que este no sea el único audiovisual que se realice para la Parroquia Madre del Redentor, debido a que, ante el gran auge de las redes sociales y su impacto en los usuarios, es necesario que los videos audiovisuales se consideren como recursos constantes para la transmisión de información en la página de Facebook de la Parroquia.

Para efectos legales únicamente la autora, RENATA MARÍA PÉREZ CABRERA, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción	
1.1 Introducción	1
Capítulo II: Problemática	
2.1 Contexto.....	3
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño	4
2.3 Justificación	4
2.3.1. Magnitud.....	4
2.3.1. Magnitud.....	5
2.3.2. Vulnerabilidad.....	5
2.3.3. Trascendencia.....	5
2.3.4. Factibilidad.....	5
Capítulo III: Objetivos de diseño	
3.1 Objetivo general.....	7
3.2 Objetivos específicos	7
Capítulo IV: Marco de referencia.....	
4.1 Información general del cliente	8
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	
5.1 Perfil geográfico.....	11
5.2 Perfil demográfico	11

5.3 Perfil psicográfico	14
5.4 Perfil conductual	14
Capítulo VI: Marco teórico	
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	15
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	17
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	28
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	40
7.2 Conceptualización.....	42
7.3 Bocetaje.....	49
7.3.1 Proceso de bocetaje.....	49
7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos.....	52
7.4 Propuesta Preliminar	59
7.4 Propuesta Preliminar. Storyboard, página 1.	60
7.4 Propuesta Preliminar. Storyboard, página 2.	61
7.4 Propuesta Preliminar. Storyboard, página 3.	62
7.4 Propuesta Preliminar. Storyboard, página 4.	63
7.4 Propuesta Preliminar. Storyboard, página 5.	64
7.4 Propuesta Preliminar. Storyboard, página 6.	65
Capítulo VIII: Validación Técnica.....	

8.1 Población y Muestreo	66
8.2 Método e instrumento	67
8.3 Interpretación de resultados	69
8.4 Cambios en base a resultados	74
Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final	
Propuesta Gráfica Final.....	77
Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución	
10.1 Plan de Costos de Elaboración.....	84
10.2 Plan de Costos de Producción.....	85
10.3 Plan de Costos de Reproducción.....	86
10.4 Plan de Costos de Distribución	86
10.5 Margen de Utilidad	86
10.6 IVA	87
10.7 Cuadro con resumen general de costos	87
Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones	
11.1 Conclusiones	88
11.2 Recomendaciones	89
Capítulo XII: Conocimiento General	
12.1 Demostración de conocimientos	90
Capítulo XIII: Referencias	

13.1 Referencias de libros.....	92
13.3 Referencias de páginas en el Word Wide Web.....	94
13.4 Blogs	99
Capítulo XIV: Anexos.....	
14.1 Anexo A. Brief.....	101
14.1 Anexo A. Brief.....	102
14.1 Anexo A. Brief.....	103
14.2 Anexo B. Tabla de Niveles Socioeconómicos.....	104
14.3 Anexo C. Encuesta.....	105
14.4 Anexo D. Validación con el cliente.....	111
14.5 Anexo E. Validación Grupo Objetivo.....	112
14.6 Anexo F. Validación de los expertos en comunicación.....	112

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

La Parroquia Madre del Redentor, ubicada en la 4ta Calle 12-43 Monte Real Zona 4 del municipio de Mixco, Guatemala, Guatemala, posee la misión de brindar el espacio y las actividades adecuadas para que los fieles del territorio asignado puedan celebrar su fe, acrecentarla y practicarla. Dentro de la comunidad de servidores, algunos integrantes de las pastorales, ministerios y grupos han tenido la iniciativa de implementar recursos y herramientas tecnológicas que ayuden a difundir los avisos, las actividades y los mensajes, incluso de transmitir las eucaristías a través de la página de Facebook. Sin embargo, a pesar de estos intentos, el profesional en comunicación y diseño identifica la carencia de recursos audiovisuales efectivos, por lo que se busca la producción de un audiovisual para fomentar el servicio de las pastorales, los ministerios y los grupos de la iglesia a los feligreses.

El proyecto estará respaldado teóricamente en las áreas de comunicación y diseño que dirijan y den respuesta a los objetivos planteados. Las ciencias que respaldarán a este proyecto son: Semiología, Semiología de la imagen, Marketing digital, Psicología de la comunicación, Teología, Tecnología, así como la fusión e implementación de teorías y tendencias en los ámbitos de la comunicación y el diseño. Adicionalmente, el proyecto estará estructurado desde el proceso de bocetaje de la propuesta preliminar, su digitalización, validación y posteriormente, a la validación, la realización de mejoras para presentar la propuesta final. Cabe mencionar que la investigación al ser mixta, utilizará el enfoque cuantitativo, para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos, y cualitativo, en el que se evaluará el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta preliminar del diseño.

Todo esto será recopilado e interpretado, a partir de la herramienta de la encuesta, que se aplicará al cliente, a los hombres y mujeres del grupo objetivo y, por último, a los expertos en el

área de comunicación y diseño, para ejecutar los cambios identificados y/o solicitados, con el fin de cumplir el objetivo principal del proyecto.

Los resultados y conclusiones más relevantes fueron los siguientes:

Primero, es de suma importancia crear medios audiovisuales para promover el servicio de los grupos de apostolado de la Parroquia Madre del Redentor a su feligresía, aprovechando la plataforma de la fanpage de Facebook, para su publicación y difusión. Así como poner en práctica el concepto propuesto: “Divulgar actividades parroquiales de forma creativa, motivando a la acción.”

De igual forma, recopilar información para que sea tomada en cuenta en la producción del video audiovisual a través de lo que el párroco proporcione por medio del Brief, con el fin de facilitar la transmisión de información a los feligreses.

Investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados con la producción de videos, a través de fuentes bibliográficas que ayuden a respaldar el video audiovisual que se presente a la feligresía.

Y, finalmente animar el logotipo de la Parroquia Madre del Redentor, con los programas de diseño de Adobe, para darle dinamismo al audiovisual y captar la atención del grupo objetivo.

Con la creación del audiovisual se pretende hacer uso correcto de los medios digitales de hoy en día, aplicando la comunicación y el diseño efectivo, para una mejor transmisión de la labor que realiza la parroquia y generar identificación con sus feligreses, así como un llamado a la acción.

CAPÍTULO II: PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

En conjunto con el cliente, se detectó que la Parroquia Madre del Redentor, carece de materiales audiovisuales que promuevan el servicio de las pastorales, los ministerios y grupos que conforman la iglesia.

Por esta razón se determinó crear una producción audiovisual que permita la difusión de las actividades realizadas en la Parroquia Madre del Redentor, hacia los feligreses de la misma.

Este proyecto de graduación tiene como objetivo promover el servicio pastoral que se realiza en la Parroquia Madre del Redentor, a las personas que asisten a las actividades que esta organiza a través de la producción del audiovisual que informe más a detalle la labor que realizan, en todas las áreas de la iglesia.

2.1 Contexto

La Parroquia Madre del Redentor fue fundada en el año de 1995, y el 31 de Julio de 1,999, fue elevada a Parroquia. Asimismo, forma parte del Decanato 13, y pertenece a la Vicaría del Rosario. El territorio parroquial abarca las siguientes colonias:

- Monte Real
- Valle del Sol
- San Ángel y Santiago
- Villas de San José
- La Fontana

El estudiante descubre el requerimiento en comunicación y diseño en la parroquia debido a que este ha sido parte de sus actividades religiosas desde infante hasta la fecha. Esta iglesia tiene más de 15 años de vigencia y actividad, lo que la establece como una parroquia bastante joven.

Algunos integrantes de estas mismas pastorales, ministerios y grupos han tenido la iniciativa de implementar recursos y herramientas tecnológicas que ayuden a difundir los avisos, las actividades y los mensajes, incluso de transmitir las eucaristías. Sin embargo, aunque se cuenta con una fanpage en Facebook, el tráfico de la audiencia y el alcance no es el esperado. Una de las razones principales es por la misma carencia en la creación y uso de recursos tanto gráficos como audiovisuales que posean estética y armonía visual, para no solo llamar la atención de los feligreses, sino también para aumentar la afluencia de usuarios para que se informen de lo que sucede en su parroquia, difundan la información y se involucren.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La Parroquia Madre del Redentor, a la feligresía de la zona 4 de Mixco, no cuenta con un audiovisual para promover el servicio de los grupos de apostolado.

Por ello es fundamental la creación del audiovisual para fomentar el servicio de las pastorales, los ministerios y los grupos de la iglesia a los feligreses.

2.3 Justificación

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

2.3.1. Magnitud. Este proyecto de graduación tiene una magnitud de 8,000 fieles Católicos, que pertenecen a la Parroquia madre del Redentor.

2.3.1. Magnitud.



Gráfica elaborada por Renata Pérez (2021)

2.3.2. Vulnerabilidad. A pesar de que la parroquia tiene bastante recurrencia por parte de sus fieles, la mayoría desconoce los diferentes grupos de trabajo y la proyección que estos poseen, lo que disminuye de sobremanera la oportunidad de acercarse y colaborar.

2.3.3. Trascendencia. A través de la comunicación y el diseño gráfico, se disminuirá la falta de conocimiento, que hay en la comunidad, acerca del servicio que realizan los grupos de servicio de la Iglesia y de igual forma fomentará una mejor integración de los fieles a su congregación.

2.3.4. Factibilidad. El proyecto de graduación sí es factible porque cuenta con el recurso humano, organizacional, económico y tecnológico.

2.3.4.1 Recursos Humanos. La Parroquia Madre del Redentor cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro del templo.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. El párroco de la Iglesia autoriza a los servidores para que estén en disposición de brindar toda la información necesaria de la parroquia para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La Parroquia se maneja a base de ofrendas, por lo tanto, no cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibiliten la realización de este proyecto. El Profesional de la Comunicación y Diseño Renata María Pérez Cabrera donará la creación del video audiovisual, para promover el servicio de los grupos de apostolado de la Parroquia Madre del Redentor, monto que asciende a Q5,625.¹⁵

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. El estudiante cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación.

CAPÍTULO III: OBJETIVOS DE DISEÑO

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1 Objetivo general

Producir un audiovisual para promover el servicio de los grupos de apostolado de la Parroquia Madre del Redentor a la feligresía de la zona 4 de Mixco.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Recopilar información a través de lo que el párroco proporcione por medio del Brief para que se tome en cuenta en la producción y facilite la transmisión a los feligreses.

3.2.2 Investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados con la producción de videos, a través de fuentes bibliográficas que ayudarán a respaldar el audiovisual que se presente a la feligresía.

3.2.3 Animar el logotipo de la Parroquia Madre del Redentor, con los programas de diseño de Adobe para darle dinamismo al audiovisual y captar la atención del grupo objetivo.

CAPÍTULO IV: MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

4.1.1 Antecedentes. La parroquia Madre del Redentor, fue fundada en el año de 1995, y el 31 de Julio de 1,999, fue elevada a Parroquia. Asimismo, forma parte del Decanato 13, y pertenece a la Vicaría del Noroccidente “Nuestra Señora del Rosario”, de la República de Guatemala. Junto con la Parroquia Madre del Redentor, el decanato 13 está compuesta por: La Parroquia Nuestra Señora del Rosario (Zona 19), Parroquia San Juan de la Cruz, Parroquia Nuestra Señora de Montserrat, Parroquia Sagrada Familia, Parroquia Jesús Resucitado, Parroquia San Nicolás de Tolentino y la Parroquia San Marcos Evangelista (Tierra Nueva). El territorio parroquial abarca las siguientes colonias:

- Monte Real
- Valle del Sol
- San Ángel y Santiago
- Villas de San José
- La Fontana

Todas ubicadas en la zona 4 de Mixco.

4.1.2 Visión. Acercar a los feligreses a la palabra de Dios según el evangelio, por medio de actividades de culto, acercamiento y crecimiento con la ayuda de los diferentes grupos parroquiales que brindan su servicio pastoral.

4.1.3 Misión. Brindar el espacio y las actividades adecuadas para que los fieles del territorio asignado a la Parroquia Madre del Redentor puedan celebrar su fe, acrecentarla y practicarla.

4.1.4 Valores. La Parroquia Madre del Redentor trabaja cada día bajo sus siguientes valores: Amor, servicio, honestidad, generosidad, sencillez y alegría.

4.1.5 FODA.

4.1.5.1 Fortalezas. La Parroquia Madre del Redentor tiene una estructura ya definida sobre la forma en la que trabajan y acerca de lo que desean transmitir a los fieles, lo que sienta las bases y facilita el proceso para el profesional en comunicación y diseño para tener claro cómo realizar el proyecto.

4.1.5.2 Oportunidades. Se cuenta con disponibilidad y disposición de parte de todos los integrantes del consejo parroquial, así como del párroco, para compartir toda la información que sea necesaria para desarrollar el audiovisual. Además, la parroquia tiene apertura para aprovechar cualquier medio para fomentar la evangelización.

4.1.5.3 Debilidades. Dado que la parroquia se sostiene en base a ofrendas, no posee un presupuesto significativo para invertir en medios digitales de comunicación que puedan aportar a un mejor alcance en su audiencia en redes sociales. Y, de igual forma, no existe alguien específico encargado de planificar y generar contenido de valor.

4.1.5.4 Amenazas. La existencia de parroquias que tienen desarrollada su línea gráfica en redes sociales, y que poseen constancia en la producción de materiales gráficos y audiovisuales que fomenten sus actividades y mensajes, representa mayor interés y participación de sus feligreses, mientras que para nuestra parroquia genera comparación entre parroquias y eventualmente desinterés.

4.1.6. Organigrama.

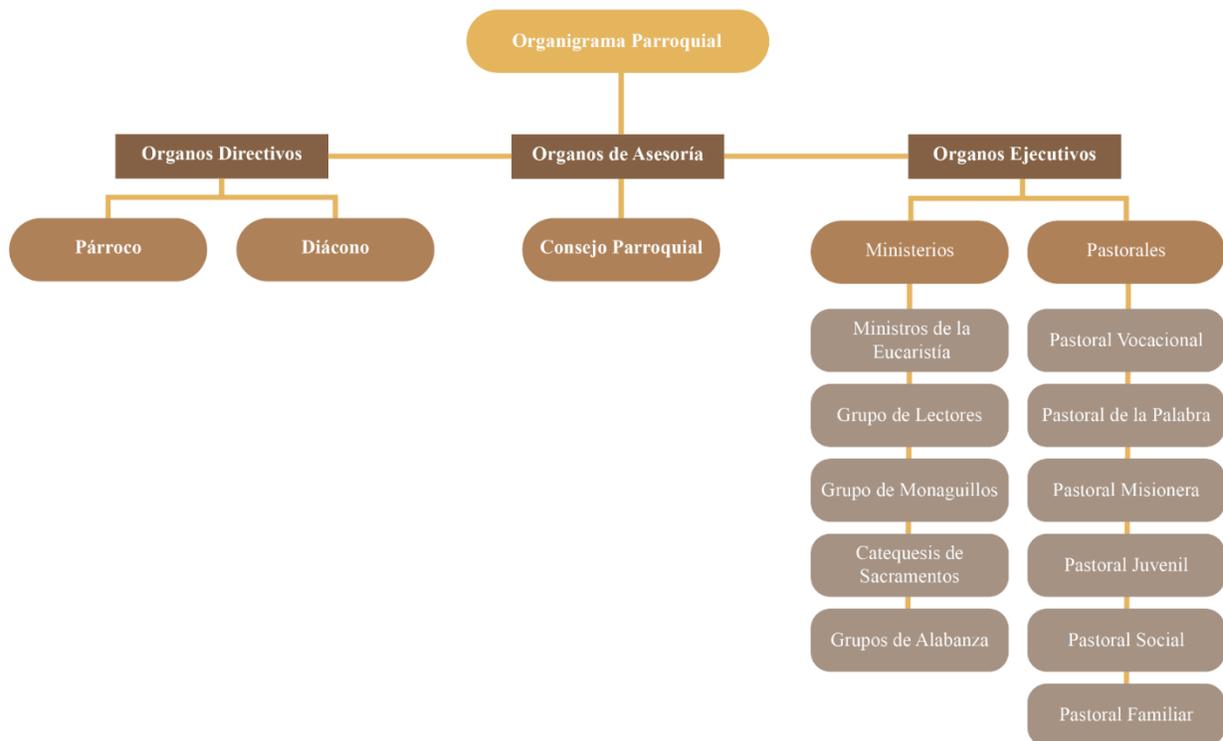


Gráfico proporcionado por el párroco Mario López (2021)

CAPÍTULO V: DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo para este proyecto es extenso y variado, conformado de hombres y mujeres de 15 años en adelante, , NSE C completo, que buscan pertenecer a una parroquia donde participan de actividades con el fin de profesar su fe e incrementar la misma.

5.1 Perfil geográfico

El presente proyecto se desarrollará en el municipio de Mixco, del Departamento de Guatemala, en la República de Guatemala. Territorialmente el municipio está dividido en once zonas, conformadas por colonias, aldeas, cantones y la cabecera municipal. La ciudad está ubicada a 17 km en el extremo oeste de la ciudad capital y tiene un área total de 132 km² y temperatura templada que puede llegar a los 25° máximo y 3° mínimo °C. Así mismo, según información del reporte: Estimaciones de la Población total por municipio. Período 2008-2020, del Instituto Nacional de Estadística, INE, indica que, al 30 de junio de 2020, había 507, 549 habitantes, en la superficie de extensión territorial.

5.2 Perfil demográfico

Los aspectos demográficos por evaluar en este perfil son de hombres y mujeres de 15 años en adelante del municipio Mixco, Departamento de Guatemala, ubicados en los niveles C+, C y C-, quienes residen el territorio parroquial que abarca las siguientes colonias de la zona 4 de Mixco:

- Monte Real
- Valle del Sol
- San Ángel y Santiago
- Villas de San José
- La Fontana

Los adultos cuentan con educación superior y licenciatura, laboran como ejecutivos medio, comerciantes y vendedores. Viven en casas o apartamentos en propiedad rentada o financiada de 1 a 3 recámaras, de 1 a 3 baños, 1 sala de estar, garage y vehículos.

5.2.1 Tabla de Niveles Socioeconómicos.

Características	Nivel C1	Nivel C2	Nivel C3
Ingresos	Q25,600. ⁰⁰	Q17,500. ⁰⁰	Q11,900. ⁰⁰
Educación padres	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Licenciatura
Educación hijos	Hijos menores colegios privados, mayores en universidades privadas y post grado extranjero con beca.	Hijos menores colegios privados, mayores en universidades privadas o estatal.	Hijos menores escuelas, mayores en universidad estatal.
Desempeño	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor.	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente.	Comerciante, vendedor, dependiente.
Vivienda	Casa/ departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos.	Casa/ departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, 1 sala, garage para 2 vehículos.	Casa/ departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, 1 sala.
Otras propiedades	Sitios/ terrenos interior por herencias.	-	-
Personal de servicio	Por día.	Por día, eventual.	Eventual.
Servicios financieros	1-2 cuentas Q monetarios y ahorro, plazo fijo, 1-2 TC intl, seguro colectivo salud.	1 cuenta Q monetarios y ahorro, 1 TC local.	1 cuenta Q ahorro, TC local.
Poseiones	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por financiera.	Autos compactos de 4-5 años, sin seguro	Autos compactos de 8-10 años, sin seguro
Bienes de comodidad	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2TV, máquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo mínimo, 1-2 celulares, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos.
Diversión	Cine, CC, parques temáticos locales.	Cine, CC, parques temáticos locales.	Cine eventual, CC, parques, estadio.

Tabla de Niveles Socio Económicos 2018/Multivex

5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo está conformado de hombres y mujeres de 15 años en adelante que buscan participar de actividades parroquiales, con el deseo de profesar e incrementar su fe.

Disfrutan de la formación en la fe católica, participar de misa tanto los jueves, los domingos, como los días festivos, las horas santas eucarísticas y la participación en cuanto a sus sacramentos.

Les agrada ser parte de las comunidades de la parroquia, son personas caritativas y alegres. Como se menciona con anterioridad, hay una diversidad de personas en este grupo objetivo, desde niños, adolescentes, adultos y adultos mayores. Sin embargo, la mayoría se concentra entre los 15 años hasta aproximadamente los 85 años. Por lo tanto, los hábitos y prácticas varían mucho según las edades. El punto en común que comparten todos es el deseo de crecer en la vida espiritual, en el conocimiento de las sagradas escrituras y en sus virtudes cristianas.

5.4 Perfil conductual

A pesar de que la parroquia lleva una vigencia de más de 15 años, los jóvenes y adultos que integran la comunidad muchas veces desconocen todas las actividades que se realizan. El grupo objetivo no posee un medio por el cual puedan conocer las actividades y las obras de grupos pastorales de una forma más eficiente, por ello es la razón de mucha de la apatía que existe en muchas ocasiones dentro de la parroquia. Se puede decir que participan, pero se quedan únicamente con lo que escuchan en las misas, no indagan más allá. Es tan solo una minoría la que está integrada en los grupos pastorales, accionando el evangelio.

A excepción de los adultos mayores, el grupo objetivo posee acceso a internet, a un teléfono móvil y a computadores para obtener información en la web o bien, por medio de redes sociales.

CAPÍTULO VI: MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Parroquia. Es la división territorial de iglesias cristianas católicas. (DefiniciónDe, 2021) Es decir que esta se refiere a los cristianos que conviven en un determinado territorio y que se organizan en el mismo para las tareas religiosas y la recepción de sacramentos.

Cabe mencionar que una parroquia depende de una diócesis concreta, cuyo líder pastoral se encuentra bajo la autoridad y dirección de un obispo. (Francisco, 2016)

6.1.2 Feligresía. La palabra feligrés está originada en el latín “fili ecclesiae”, con el significado de hijo de la iglesia. Se aplica a los que profesan la fe católica y asisten a una parroquia. Los feligreses son los miembros de una feligresía, entendida como una subdivisión territorial de la iglesia católica, donde las diócesis se separan, teniendo en cada uno de esos lugares, parroquias o cuasiparroquias. (DeConceptos.com, s.f.)

6.1.3 Católico. El término se puede traducir como “universal”, ya que alude a aquello que abarca a todos. Palabra proveniente del griego *katholikós*, que llegó al latín tardío como *catholicus* y luego al castellano como católico. Se utiliza como referencia a la rama del cristianismo que tiene como líder al papa de Roma, el catolicismo. La expresión sugiere también a como se les denomina a los fieles de esta religión. (Pérez y Gardey, 2017)

6.1.3 Religión. Según Marín García, A. (s.f.) Se refiere religión como un conjunto de creencias y costumbres que son fundamentadas en la divinidad con la capacidad de regir la vida de las personas que la siguen. Una religión, a través de su texto sagrado, establece sus principios morales y decide qué está bien, qué está mal y qué objetivos persigue.

6.1.4 Sacerdote. En el catolicismo, se entiende como la persona intermediaria entre la feligresía y Dios. Entre las funciones que estos tienen, se encuentran la dirección y la administración de los ritos, celebrar los sacramentos y la difusión de la palabra divina. Por

otra parte, de acuerdo a su posición en la jerarquía eclesiástica, un sacerdote puede ser obispo, arzobispo, cardenal, Papa, etc. (Pérez y Gardey, 2016)

6.1.5 Ministros de la Eucaristía. “Hay dos tipos de ministros, uno de su consagración y otro de su dispensación o distribución”. (De Santa Teresa, 1808) En el caso de los sacerdotes, constituyen ambas funciones, mientras que un ministro de la eucaristía únicamente la distribución, entre otras responsabilidades de índole social, para apoyar a la feligresía, así como a la comunidad.

6.1.6 Grupo pastoral. Son grupos que brindan diferentes tipos de servicios dentro de la comunidad parroquial, promoviendo la integración y la participación activa dentro de la Iglesia. Según la página de la Catedral de Maracay, la convivencia de los grupos entre sí manifiesta vivamente, por un lado, la unidad, tan esencial en el ser de la Iglesia, así como el fervor misionero con que los laicos, a partir de su condición de bautizados, viven, con toda la Iglesia, como testigos al servicio del Evangelio, es decir de Cristo para el mundo. Entre ellos destacan: la pastoral litúrgica, los ministros extraordinarios de la Sagrada Comunión, servidores del altar, sacristanes, coro parroquial, pastoral social, pastoral familiar, pastoral de catequesis, pastoral juvenil.

6.1.7 Comunidad parroquial. Se refiere a grupos conformado por diversos integrantes de la parroquia que se forman espiritualmente, que se reúnen periódicamente para estudiar la Biblia y diversos temas de crecimiento en torno a la fe católica.

6.1.8 Decanato. “El Código de Derecho Canónico, dio a los obispos la autoridad de reunir parroquias en grupos geográficos más pequeños, dentro de una diócesis bajo el cargo de un decano, y por ende llamados decanatos. Esto debido a que el obispo necesita decanos para ayudar a supervisar las parroquias y garantizar que funcionen correctamente buscando administrar la diócesis de mejor forma” (Kosloski, 2019).

6.1.9 Arquidiócesis. Una arquidiócesis se refiere a una Institución Eclesiástica que jerárquicamente representa una cabeza preeminente en una determinada región. Esta institución tiene como delegado a un arzobispo, el cual ofrece misas, actos litúrgicos y colabora con los obispos de las regiones con las funciones que deben ejercer en las parroquias asignadas (Yirda, 2021).

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. El término se entiende como el proceso de intercambio de mensajes por el que se transmite y recibe una información determinada de parte de un emisor a un receptor, a través de un canal y con un determinado código. En el Diccionario de Lingüística Moderna de Alcaraz Varó, E. y Martínez L, María A. (1997), aparece esta definición de comunicación:

"Llamamos 'comunicación' al proceso mediante el que un mensaje emitido por un individuo, llamado emisor, es comprendido por otro llamado receptor o destinatario, que es la persona o entidad a quien va dirigido el mensaje, gracias a la existencia de un código común. Este proceso abarca dos etapas: la emisión y la recepción del mensaje llamadas respectivamente la codificación y la decodificación."

Así mismo, puede clasificarse de acuerdo con los mecanismos que emplea para transmitir el mensaje, principalmente como:

- Comunicación verbal: aquella que por medio de signos lingüísticos transmite su mensaje.
- Comunicación no verbal: aquella que no necesita de palabras para transmitir un mensaje, sino de gestos.

- Comunicación escrita: es cualquier tipo de interacción que hace uso de la palabra escrita o textual, y que permite transmitir un mensaje sin necesidad de que el emisor y el receptor coincidan en el mismo tiempo y lugar. (Uriarte, 2021)

6.2.1.2 Comunicación institucional. La experta en Comunicación Política María José Canel define Comunicación Institucional como el conjunto de reglas, principios, procedimientos y aplicaciones de la comunicación de intención persuasiva que, con recursos psicológicos e informativos, llevan a cabo las instituciones para influir en los destinatarios con el fin de conseguir en éstos una adhesión permanente para ejercer y distribuir poder, y realizar el bien público. (Prensa NextIBS, 2018)

6.2.1.3 Multimedia. Según la definición de Significados.com (2021), se refiere a la integración de diferentes medios comunicativos que hacen más sencillo la transmisión de la información a través de formatos diversos para que el receptor pueda comprenderla de manera más clara.

6.2.1.4 Redes sociales. Son aquellas plataformas digitales conformadas por diversas comunidades que se diferencian según relación de amistad, parentesco y/o trabajo. Estas permiten que como medio de comunicación el contacto entre los usuarios sea más efectivo y que de igual forma, el intercambio de información sea más rápido. Existen dos tipos de redes sociales como lo es:

Las redes sociales genéricas, como el nombre lo menciona no apuntan a un grupo objetivo en específico sino que tiene focos diversos. Generalmente son plataformas de entretenimiento, como Facebook, Twitter e Instagram.

Las redes sociales verticales, son aquellas que se enfocan en grupos objetivos con características específicas, como Flickr o LinkedIn.

6.2.1.5 Publicaciones. En cuanto a las redes sociales, se refiere como publicación o su versión en inglés, “Post”, a los materiales que se suben a estas plataformas y que se entienden como un método de difusión de contenidos que pueden contener ya sea texto, gráficos, audios o bien, una fusión de dos o más de estos.

6.2.1.6 Audio. Según Porto y Gardey (2016): “El concepto de audio se emplea para nombrar a la técnica que permite grabar, transmitir y reproducir sonidos.” El audio se entiende entonces como los sonidos procesados en transmisión, grabación o reproducción, y un sonido como la transmisión de vibraciones dentro de un medio elástico. El uso del sonido como contenido digital requiere de la mezcla de cuatro elementos básicos: 1) la palabra o la voz humana, 2) la música o las pistas musicales, 3) los efectos sonoros, también entendidos como sonido ambiente o ruidos, y finalmente, 4) el silencio que, aunque más que un sonido es la ausencia del mismo, también tiene un papel preponderante en la narración sonora. (EAFIT, s.f).

6.2.1.7 Audiovisuales. Según Porto y Gardey (2010), se entiende como audiovisual al formato de difusión de contenidos que se vale de imágenes ópticas acompañadas por grabaciones acústicas. Esto quiere decir que el ente receptor de un contenido audiovisual, recibirá tanto información sonora como visual, lo que brindará un mayor soporte como consolidación del mensaje que se transmite. Adicional a esto, “el vocablo audiovisual es un compuesto de las palabras audio y visual que tienen su origen en el latín. Así, la declinación 'audio, vi, tum' significa escuchar y 'video, vidi, visum' ver. Sin embargo, la junción de los vocablos audio y visual es de origen americana, cuando se empiezan a desarrollar las técnicas de sonido e imágenes” (Toledo, 1990, p.244).

6.2.1.8 Fotografía/Imagen. Se refiere al recurso gráfico que a través de la composición de un escenario, en el que se tomen en cuenta elementos tales como la luz, el enfoque, el o los

sujetos, la composición y otros elementos, se transmita un mensaje que impacte al grupo objetivo deseado.

6.2.1.9 Video. “Se refiere a un sistema de grabación y reproducción de imágenes, que pueden estar acompañadas de sonidos y que se realiza a través de una cinta magnética” (Porto y Gardey, 2009). En las redes sociales son recursos que fomentan que haya un mayor alcance y, por lo tanto, que la audiencia sea más activa.

6.2.1.10 Interactividad. “Procede de la palabra interacción y designa a aquella acción que se ejerce de manera recíproca entre dos o más sujetos, objetos, agentes, fuerzas o funciones”. (Ucha, 2009). En complemento, según G. Bedoya (1997), “interactividad es la capacidad del receptor para controlar un mensaje no-lineal hasta el grado establecido por el emisor, dentro de los límites del medio de comunicación asincrónico”.

6.2.1.11 Target. Según su traducción al español significa “objetivo”, y se trata en efecto del público o grupo objetivo al que se desea que llegue el mensaje. El fin de definir un target, es comprender mejor las necesidades, gustos y características del público y que por consiguiente las acciones comunicativas no se desvíen y lleguen efectivamente a su destinatario. Algunos datos para definir al target pueden ser: la edad, el sexo, la ubicación, la educación, el poder adquisitivo, la clase social, entre otros.

Schüler (2020), expresa que: “Conocer el universo de tus clientes y futuros clientes, evita que hables solamente sobre lo que la empresa conoce y dirijas tu enfoque sobre lo que la audiencia busca, generando mucho más identificación con tu marca”.

6.2.1.12 Edición de videos. Se entiende como el proceso por el cual un editor realiza una composición o montaje de recursos audiovisuales como: videos, fotografías, textos, sonidos y/o música. El resultado de esta edición es una integración de los elementos anteriormente mencionados en un solo material audiovisual, es decir un video.

6.2.1.13 Filmación. Es el registro de una secuencia de imágenes que al reproducirse en conjunto proyecta la sensación de movimiento. Sea cual sea el medio audiovisual, la filmación está relacionada e íntimamente unida a la producción, que es el proceso por el cual se reúnen todos los elementos indispensables para la fabricación de una película, un corto, un anuncio, etc.

6.2.1.14 Preproducción. Se entiende como la preparación, la planeación, lo previo a realizar la producción audiovisual de un proyecto. En esta etapa se desarrolla la idea, se redactan los guiones, se escogen los actores (si es que habrán), elección de los props, obtención de permisos, elaboración del plan de trabajo, etc.

6.2.1.15 Post producción. En esta etapa de la producción, se escoge y edita el contenido grabado en la filmación del proyecto. Dentro del montaje que se realiza, se pueden añadir efectos, transiciones, colorización audiovisual, voz superpuesta, sonidos, música y en fin, todos los recursos creativos que permitan que el video final logre transmitir el mensaje planeado en la preproducción.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño gráfico. Es la disciplina que plasma ideas, mensajes, servicios y productos de una forma visual. Según Esneca (2019), el diseño gráfico se sirve de imágenes, vídeos y elementos textuales, todos ellos elementos imprescindibles para la comunicación gráfica y visual. Es, a partir de ellos, como el diseño gráfico consigue transmitir los mensajes e ideas necesarias. Para los diseñadores gráficos es fundamental poseer características tales como: creatividad, competencias tecnológicas, versatilidad, observación y escucha activa.

6.2.2.2 Diseño audiovisual. Es aquella rama del diseño que se centra en la comunicación de imagen y el sonido, en donde no solo se ven aspectos técnicos gráficos-sonoros de las producciones sino que también aspectos artísticos. Tal y como expresan Rafols y Colomer

(2006), “El diseño audiovisual es una realidad que no nos habla de sí misma sino de otra cosa. Es una forma de comunicación instrumental, que nos habla de conceptos o características que están relacionados con aquello que representa. Está siempre en función de alguna otra cosa, y no tiene autonomía.

6.2.2.3 Logotipo. Es definido estrictamente en el área del marketing como el diseño tipográfico, o sea, el diseño del nombre de la marca en sí. “El logotipo en este sentido tiene dimensiones, colores, formas y disposiciones específicas y reguladas del nombre de una empresa o institución” (Significados, 2019). Dado que el logotipo es la representación de la identidad gráfica de una marca, esta se entiende entonces como la máxima conceptualización visual y por ende de fácil memorización para el público objetivo.

Existen varios tipos de logos, como:

- Logotipo: se refiere exclusivamente al diseño tipográfico del nombre.
Isotipo: se refiere a un gráfico que puede acompañar al nombre de la marca, o bien funcionar por separado.
- Imagotipo: combina en la iconografía tanto palabra como imagen. Se caracteriza porque tanto la imagen como la palabra pueden funcionar por separado.
- Isologo: parecido al imagotipo pero con la diferencia que tanto la imagen como la palabra están fusionadas y no funcionan por separado.

6.2.2.4 Línea gráfica. Esta es la representación constante de una identidad visual de alguna marca. Generalmente y de hecho, preferiblemente, para cada marca se debe de tener un manual de identidad visual, para saber todas las especificaciones y preferencias así como errores al hacer uso de la imagen de la marca. Es entonces donde entra en acción la línea gráfica, ya que esta representa en general la armonía y jerarquía visual que deben tener

todos los elementos que hacen que la marca de la que se hable se distinga de las demás, sea original y represente realmente lo que pretende. Se toman en cuenta aspectos importantes como la paleta de colores establecida, la fuente tipográfica, la posición, forma y tamaño en el que se deben distribuir ciertos elementos, entre otros según considere cada marca junto con su equipo de diseño gráfico.

“Cuando los elementos conceptuales se hacen visibles, tienen forma, medida, color, y textura. Los elementos visuales forman la parte más prominente de un diseño, porque son lo que realmente vemos” (Wong, 1991, p.11).

6.2.2.5 Fuente tipográfica. Es la apariencia de un grupo de caracteres, números y símbolos, regidos por un estilo unificado. Cada fuente tipográfica es creada por un tipógrafo, que atiende diversas pautas de armonía visual entre sus rasgos, para no solo asegurar su estética sino también y sobre todo, su legibilidad (Rey, 2017). Y a partir de esto, surgen las familias tipográficas, que es aquel conjunto de fuentes que tienen una raíz en común pero que posee variaciones en cuanto a su grosor, como lo es por ejemplo la fuente tipográfica “Helvetica”, con su familia: Medium, Roman, Thin, Italic, Condensed, Bold.

6.2.2.6 Adobe Creative Suite. En 1982 nace Adobe Systems Incorporated, un empresa creada por Chuck Geschke y Jonh Warnock. Dos antiguos trabajadores de Xerox Palo Alto Reseach Center, que gestaron una increíble idea entorno a la edición y una nueva manera en que las personas pudieran interactuar con la información.

Con el tiempo, la inquietud con la que se formó Adobe, comenzó a dar frutos y por lo tanto, logró extender sus servicios hacia la invención de softwares como Photoshop e Illustrator; cambiando, de este modo, la forma en que se concebía el sector de la edición, el diseño y la impresión.

Si bien ya existían otros programas destinados para la edición gráfica, Adobe comenzó a pensar en la integración de los programas, lo que cambió el concepto de calidad y complejidad en la creación de imágenes; inaugurando, igualmente, nuevos hábitos de edición integrada. Luego, la idea comenzó a expandirse nuevamente hacia otros formatos como el video y el diseño web. Es como nace Adobe Creative Cloud, que surge del exitoso intento por unir todos los programas que antes solo podían adquirirse individualmente, de modo que la inspiración se convirtiera en una creación integrada de programas que brinden solución a necesidades de diseño gráfico, de la edición de videos y audio, del diseño web, de los aplicativos móviles, entre otros. (Giraldo, 2016)

6.2.2.7 Props. Se refiere a la utilería que se utiliza en fotografía para apoyar a que la composición genere el ambiente deseado, para que al final el mensaje o la idea que se desea transmitir llegue a su grupo objetivo de una mejor manera. Los props son elementos que complementan a la marca en cuestión y cuenten la historia visual que se planeó. Es importante para escogerlos, conocer antes la identidad de la marca.

6.2.2.8 Píxel. Bembibre (2009), expresa que el píxel es la unidad más pequeña y diminuta de una imagen digital y está presente en un inmensurable número para formar una imagen completa. Cada píxel es una unidad homogénea de color que en suma y con una importante variación de colores dan como resultado una imagen más o menos compleja. Pueden contar con tres o cuatro elementos de color a elegir: rojo, verde y azul o magenta, amarillo y cian”.

6.2.2.9 Encuadre. El encuadre fotográfico es la selección de escenas y objetos que se utilizan en una fotografía para crear una armonía visual entre el fondo de la foto y la persona o cosa la cual se fotografía. En el encuadre fotográfico se toma en cuenta aspectos como el ángulo, la altura, la línea de corte de sujetos u objetos dentro del plano. Todo esto

con la intención de crear una buena composición en el plano fotográfico, logrando una imagen agradable para la vista. (Metáfora visual, 2019)

6.2.2.10 Plano Fotográfico. En fotografía y en cine, el plano refiere la proporción que tiene el objeto o personaje dentro del encuadre, estos nos indican que sección de la imagen aparecerá en la toma y cuáles son los mejores cortes que se pueden realizar sin que se descuide la proporción adecuada y que la misma conserve la estética de la imagen.

(Bárcena, s.f.) Entre los tipos de planos que se pueden utilizar en la producción audiovisual están:

- Plano general: Este plano consiste en una toma de cuerpo completo de una persona u objeto.
- Primer plano: consiste en tomar solo la zona del rostro y los hombros, puede ser llamado también primer plano mayor o plano retrato.
- Primerísimo plano: busca enfocar toda la zona facial, desde la parte superior de la cabeza hasta la barbilla. Este plano es usado únicamente para transmitir un significado.
- Plano medio: este plano abarca toda la parte superior del cuerpo, desde la punta de la cabeza hasta la cintura, más concretamente hasta la línea del ombligo. Es ideal para situaciones donde se busca destacar la realidad y el cuerpo de dos sujetos. Generalmente es usado en entrevistas.
- Plano medio corto: en esta técnica se enfoca desde la parte superior de la cabeza hasta la altura del pecho. Encerrando así la figura en el recuadro de la toma, tomando toda la atención de la escena y dejando indiferente el fondo.

- Plano detalle: este plano busca enfocar algún detalle, el cual se puede maximizar con actuación, además de enfocar con la máxima cercanía posible. Esta toma no necesariamente tiene que ser en la cara del fotografiado o actor.
- Plano americano: En esta técnica se corta a la persona enfocada desde la parte superior de la cabeza hasta la zona de los glúteos, o incluso más abajo, con un límite hasta las rodillas, con la intención de mostrar a una persona sentada o varias interactuando. (Metáfora visual, 2019)

Cabe mencionar que según C. Sánchez (1970) en su trabajo “Montaje Cinematográfico Arte en Movimiento”, la escala de los planos, sus tipos y sus diferentes interpretaciones, es aún bastante inconsistente, ya que cada cinematógrafo adopta sus propios términos. (p.89) Lo que permite establecer que aunque se tenga una guía básica de los planos cinematográficos, dependerá más de la creatividad y la forma en la que subjetivamente cada creador decida resolver el mensaje de comunicación para su transmisión.

6.2.2.11 Distancia focal. La distancia focal se refiere a la distancia que existe entre el objetivo, es decir el lente que se esté utilizando en la cámara, con el sensor del equipo. “Es la distancia existente entre la zona en la cual la imagen es nítida y la que no” (Noguera, 2014, p.35).

Esta utiliza una medida en milímetros y de esta cifra dependerá también el campo de visión que se tengan como resultado final. Según expresa Zafra (2020): “Cuanto más larga sea la distancia focal, el objetivo será más largo físicamente. Los objetivos con un ángulo de visión más amplio tendrán una distancia focal más corta y serán físicamente más recortados y pegados al sensor en comparación”. Zafra (2020) comenta también que la

longitud focal y la profundidad de campo son propiedades diferentes de cada lente y sensor, pero ambas están relacionadas. La profundidad de campo es la cantidad de una escena que se considera que tiene un enfoque nítido. Que la amplitud de la profundidad de campo sea bien más amplia o más estrecha, es una interacción entre la distancia focal, el tamaño del sensor, la distancia del sujeto y la apertura del diafragma.

6.2.2.12 Triangulo de exposición. Hace referencia a los tres elementos fundamentales para realizar la composición de una fotografía y que determina también su exposición, estos son: el ISO, la apertura y la velocidad de obturación.

Según Tatay (s.f), la apertura del diafragma se refiere al tamaño de la abertura circular de la lente que deja pasar la luz. Entre más grande es este agujero, más luz llegara al sensor. Esta apertura se mide con una escala que se llama número f: 1, 1.4, 2, 2.8, 4, 5.6, 8, 11, 16, 22, 32, 45. Mientras más alto sea el número del diafragma (f), menos luz entrará al sensor de la cámara y por ende, mayor profundidad de campo se obtendrá. Y por el otro lado, mientras más pequeño sea el valor de f, mayor luz entrará al sensor y en cuanto a la profundidad de campo, será menor.

“La velocidad de obturación es la cantidad de tiempo que el obturador está abierto. El obturador se encarga de regular el tiempo durante el que la luz llega hasta el sensor de la cámara y se mide en segundos. Cuanto mayor es la velocidad que escogemos más rápido se abre y se cierra el obturador y menos luz llega hasta el sensor. Mientras que, cuanto menor es la velocidad, más lento se abre y se cierra el obturador y más cantidad de luz llega hasta el sensor” (Tatay, s.f).

Por último, en cuanto al ISO, que se puede definir como la sensibilidad del sensor digital, se entiende que al elegir un valor de sensibilidad ISO concreto, se le indica al sensor qué cantidad de luz debe absorber. Los valores más altos de ISO indican que el

sensor necesita recolectar mayor cantidad de luz, por ejemplo, en lugares con mayor iluminación. Sin embargo, una sensibilidad ISO baja es más funcional cuando no se necesita recolectar luz, como escenas en exterior de un día soleado. Como expresa Tatay (s.f), “El ISO, concretamente, se mide con estos números ISO: 25, 50, 100, 200, 400, 800, 1600, 3200, 6400. Dependerá de la cámara y de sus límites, pero en general, si se usa sensibilidades ISO altas, es muy probable que la imagen se llene de ruido.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias auxiliares.

6.3.1.1 Semiología. Se entiende como una disciplina que estudia los sistemas de signos y de cómo se traducen estos en mensajes específicos a través de un proceso mental y racional. A nivel mental, cada elemento de la realidad es asociado a una idea concreta. Según expresa Gago (2020) “La palabra semiología -que tuvo su primera mención en 1916 por el lingüista suizo Ferdinand de Saussure- alude a una hipotética ciencia que debería estudiar el funcionamiento de los sistemas de signos en el seno de la vida social, y por lo tanto se inscribiría en el marco de la lingüística. Al mismo tiempo y sin conocerlo, el filósofo estadounidense Charles Sanders Peirce trabajaba en una ciencia de los signos que llamó Semiótica”. Esta última, a diferencia de la propuesta de Saussure, no giraba entorno al lenguaje, sino que se enfocaba en la forma en la que el hombre percibe la realidad. Y es que tal cual expresaban Ducrot y Todorov (1974), “Los signos, son entidades creadas para la comunicación y también para referirse a determinados objetos, con los cuales no guardan una relación necesaria, pero permiten la aparición de una imagen mental en el usuario de los signos y, por ende, constituyen una interpretación de la realidad presentada.

6.3.1.2 Semiología de la imagen. Semiología o bien semiótica visual, trata sobre la interpretación de las imágenes u objetos para comprender qué es lo que estamos viendo, ya

sea una pintura, una escultura, una expresión facial o una fotografía. La semiótica visual es de vital importancia para comprender el sentido de una imagen que, aún cuando no nos demos cuenta a primera vista, está llena de signos y elementos. (Huerta, 2014).

Según Alvarado (2020), “El lenguaje visual es aquel en el que el proceso de comunicación se da por el uso de códigos o signos exclusivamente visuales, es decir, cuya sustancia de la expresión es captado por el sentido de la vista, y sus códigos son interpretados bajo los convencionalismos expresivos, perceptuales y formales que una sociedad haya institucionalizado”.

6.3.1.3 Marketing digital. Es la aplicación de estrategias de comercialización a través del uso de medios digitales, tales como: correo electrónico, redes sociales, móviles, etc. Su auge en el siglo XXI se debe al gran impacto que puede tener en un gran número de receptores de la comunicación. Citando las palabras de Filippis *et al.* (2005) “Dentro del marketing digital es importante el uso de la creatividad, porque esta brinda la capacidad de poner a prueba las suposiciones, ver todo desde una perspectiva diferente y para generar ideas tanto novedosas como útiles. Si se aplica adecuadamente, la creatividad puede definir y depurar una estrategia de marketing para lograr, mantener o mejorar la ventaja competitiva”.

6.3.1.4 Psicología. Según expresa Díaz (s.f.) “Se puede definir provisionalmente a la Psicología como la ciencia o disciplina del saber humano que estudia la conducta y los procesos mentales que subyacen bajo ella y la condicionan. Debemos entender por conducta todos aquellos actos de un organismo que pueden ser percibidos (por ejemplo, mediante técnicas neurofisiológicas) y otros no. Deducimos la existencia de estos últimos de manera indirecta: a través de sus efectos sobre las pautas de conducta.”

6.3.1.5 Psicología de la comunicación. “La psicología de la comunicación es una parte de la psicología social que evalúa las relaciones entre los individuos y el medio social. Investiga los rasgos sociales de la conducta y los procesos mentales.” (Tech School of Business Guatemala, 2021) De lo anteriormente descrito se puede sostener que su objeto de estudio radica entonces en las etapas cognitivas, afectivas y conductuales que experimentan las personas durante el proceso de comunicación ayudando a descubrir la forma más efectiva de comunicarse con distintos receptores.

6.3.1.6 Psicología del color. “Dentro de los diferentes campos de estudio de la psicología, la psicología del color se encarga de estudiar el comportamiento de los humanos a través de su relación con los colores. Se ha llegado a la determinación de que los colores pueden provocar distintas emociones, e incluso influir en ellas.” (Peiró, s.f) Por tanto, el conocimiento de esta es imprescindible para aprovecharla como herramienta persuasiva en el campo del diseño y la comunicación para causar el impacto deseado en las audiencias.

6.3.1.7 Antropología. “Este término sirve para designar la ciencia que estudia al ser humano de manera holística, aunando en una sola disciplina metodologías y enfoques propios tanto de las ciencias naturales como de las ciencias sociales y humanas, así como de la filosofía... analiza el origen y la evolución comportamientos sociales a través del espacio y el tiempo, en todas sus dimensiones. De ahí que la lingüística y la arqueología sean disciplinas asociadas a la antropología.” (UNIBA, 2016)

6.3.1.8 Sociología. “La sociología es, dicho de manera muy simple, el estudio sistemático del comportamiento social y de los grupos humanos. Se centra en las relaciones sociales, cómo esas relaciones influyen en el comportamiento de las personas y cómo las sociedades, la suma total de esas relaciones, evolucionan y cambian.” (Schaefer, 2006 P.3)

6.3.1.9 Teología. Para Agustín (354-430) “el término teología comenzó a referirse a disciplinas relacionadas con Dios. Entre los siglos IV y V, con el significado del conocimiento y el conocimiento cristiano sobre Dios.” Respecto a su etimología, Porto y Gardey (2008) explican que “es una palabra que proviene del griego, y está formada por theos, que significa Dios, y por logos que es estudio”. Por lo que se comprende como una ciencia que estudia la naturaleza de Dios y sus atributos, así como el conocimiento que tiene el ser humano sobre la divinidad.

6.3.1.10 Tecnología. Como plantean Rubio y Esparza (2016), “La tecnología sería algo así como el discurso en relación al cómo hacer, y el hacer en dos sentidos, uno artístico y otro artesanal o técnico, pero en cuyas nociones finalmente, se encuentra la idea de transformación, de modificación del medio, del entorno, a través del seguimiento de cierta instrucción previa o planeación y sobre la organización de esto último.” (Rubio y Esparza, 2016, p.10-11) Por lo que se infiere que es en sí, un conjunto de herramientas que surgen a partir de la aplicación del conocimiento científico y cuyo objetivo es resolver problemas concretos, dependiendo también directamente tanto de la investigación como de la experimentación.

6.3.2. Artes.

6.3.2.1 Fotografía. “La fotografía es la práctica en la que se crea una imagen grabando la luz en un material fotosensible. Si bien la fotografía se considera una forma de arte, también se usa en diversas industrias, como la ciencia y la fabricación, para documentar diferentes procesos. Esto se llama fotografía representativa. La fotografía comercial, la fotografía de vida silvestre y el fotoperiodismo son algunos de los usos más populares de la fotografía fuera de la fotografía artística.” (Artlex, s.f.)

6.3.2.2 Cinematografía. La cinematografía es el arte de la fotografía y la narración visual en una película o programa de televisión. Comprende todos los elementos visuales en pantalla, incluida la iluminación, el encuadre, la composición, el movimiento de la cámara, los ángulos, la selección de películas, las opciones de lentes, la profundidad de campo, el zoom, el enfoque, el color, la exposición y la filtración. (toulouselautrec, s.f) De lo anterior se puede definir como la forma de narrar historias en base a una sucesión de imágenes en serie.

6.3.3. Teorías.

6.3.3.1 Teoría de color. Se conoce como Teoría del color a un conjunto de reglas básicas que rigen la mezcla de colores para conseguir efectos deseados, mediante la combinación de colores o pigmentos. Es un principio de gran importancia en el diseño gráfico, la pintura, la fotografía, la imprenta y la televisión, entre otras áreas visuales. (Etecé, 2021)

Existen varias formas básicas de combinar los colores como: monocromática, análoga, complementarios, complementarios divididos, tríada, y tetraédrica.

6.3.3.2 Teoría de Gestalt. La mente configura, a través de ciertas leyes, los elementos que llegan a ella a través de los canales sensoriales (percepción) o de la memoria (pensamiento, inteligencia y resolución de problemas). La Gestalt ha sistematizado estas leyes, las que, en su formulación más simple y básica, podríamos resumir de la siguiente manera:

La Psicología de la Gestalt es una corriente de la psicología moderna, surgida en Alemania a principios del siglo XX, y cuyos exponentes más reconocidos han sido los teóricos Max Wertheimer, Wolfgang Köhler, Kurt Koffka y Kurt Lewin.

El término Gestalt proviene del alemán y fue introducido por primera vez por Christian von Ehrenfels. No tiene una traducción única, aunque se lo entiende generalmente

como forma. Sin embargo, también podría traducirse como figura, configuración e, incluso, estructura o creación. (Lorella, 2016)

6.3.4. Tendencias.

6.3.4.1 *Storytelling*. El storytelling es el término que se usa para referirse a “contar historias”. Es una técnica de marketing en la que cuentas una historia a tu comunidad con el objetivo de lograr una mayor conexión con ellos. En otras palabras, un mayor engagement y fidelidad hacia la marca. Como explica Matus (2019), es equivalente a decir narración [la acción de narrar] o relación [la acción de relatar]. Sin embargo, debido a las complejidades que implica una correcta narración y a los efectos emotivos que se le atribuyen, el storytelling es considerado también un arte. (p.15) Un buen uso de esta tendencia permitirá que la audiencia objetivo tenga más confianza con la marca, mayor conexión emocional, viralidad e identificación usuario-marca. (Diaz, 2017)

Como expresa Truby (2009): “Pero contar una historia no es solo inventar o recordar hechos del pasado. Los hechos solo son descriptivos. Lo que realmente hace el narrador es seleccionar, asociar y construir una serie de momentos intensos”.

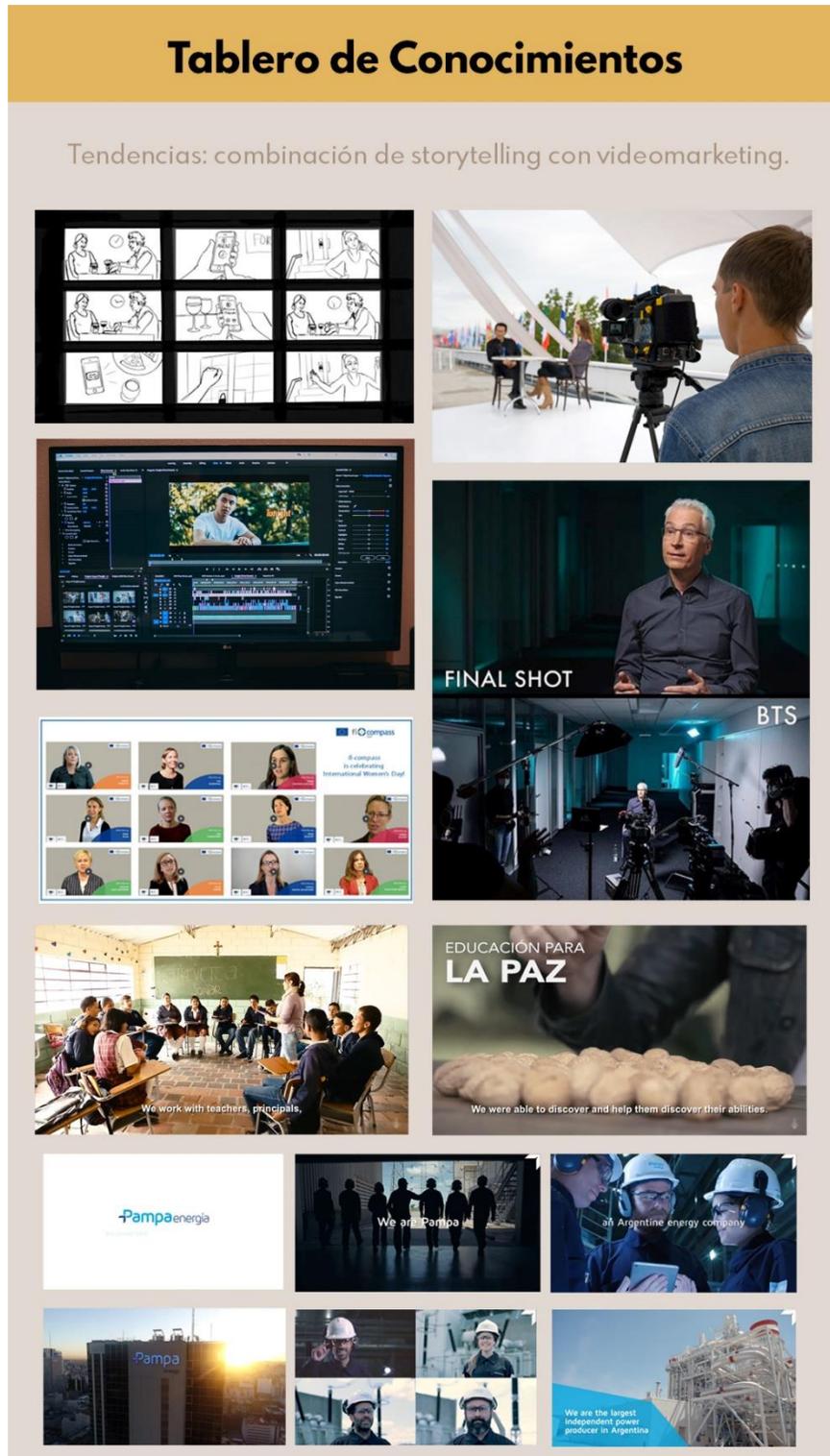
6.3.4.2 *Video marketing*. Se refiere al uso del vídeo con el fin de promocionar un producto o servicio para lograr objetivos dentro de una estrategia de marketing, esto se puede ejecutar tanto en televisión como por medio de las redes sociales.

Según expresa Ramírez en su artículo “El video como herramienta o medio de difusión para tu emprendimiento”, en una campaña de éxito, el contenido y la difusión se combinan para permitir que el individuo pueda aportar valor propio a un contenido y propagarlo así en sus círculos sociales. Se basa en perspectivas del consumismo, la psicología social y la teoría económica alrededor de la psicología de compartir.

6.3.4.3 Minimalismo. El término minimalismo, en su ámbito más general, es la tendencia a reducir a lo esencial, a despojar de elementos sobrantes. La frase que resume la filosofía minimalista es la famosa “menos es más”, atribuida al arquitecto moderno Mies Van der Rohe.

Figura 11

Tablero de Conocimientos



Elaborado por Renata Pérez (2021)

**CAPÍTULO VII: PROCESO DE DISEÑO Y
PROPUESTA PRELIMINAR**

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Para dar respuesta a los objetivos planteados al inicio de esta investigación, así como respaldar la puesta en práctica del proyecto, es importante valerse de ciencias, artes, tendencia, así como de teorías, tales y como las que se definieron en el capítulo anterior.

Es importante mencionar que el profesional en comunicación y diseño gráfico, es en su totalidad un profesional capaz de informar efectivamente diversos mensajes codificados así como un expertos visual. El diseñador gráfico por lo tanto tiene la capacidad de darle solución a problemas de carácter gráfico, plasmando ideas y conceptos en mensajes visuales concretos. Esto lo logra a través de conocimientos tanto teóricos como prácticos que ha adquirido en su carrera, en su ejercicio como profesional y que son consecuencia también de su experiencia en el campo gráfico.

Esta profesión, al igual que las ciencias y la tecnología, se encuentra en constante evolución y es ahora no solo una disciplina asociada puramente a lo visual, sino también a los sistemas audiovisuales y de interacción.

El proyecto de “Creación de video audiovisual para promover el servicio de los grupos de apostolado de la Parroquia Madre del Redentor, a la feligresía de la Zona 4 de Mixco, Guatemala, Guatemala, 2022” requiere la aplicación y uso de ciencias auxiliares como fundamento para sustentar dicho proyecto.

En el presente proyecto de graduación las distintas disciplinas mantienen una relación con el diseño gráfico para brindar a hombres y mujeres de 15 años en adelante de la feligresía perteneciente a la Parroquia Madre del Redentor de la Zona 4 de Mixco, Guatemala, un video audiovisual que incremente su deseo de profesar e incrementar su fe.

7.1.1 Comunicación. La comunicación se entiende como el proceso de intercambio de mensajes por el que se transmite y recibe una información determinada de parte de un emisor a un receptor, a través de un canal y con un determinado código. En este proyecto se necesita de este proceso para que junto con los medios audiovisuales, se transmita un mensaje que promueva el servicio y la participación de los feligreses de la Parroquia Madre del Redentor de la Zona 4 de Mixco, Guatemala y así se difunda más la fe.

7.1.2 Diseño gráfico. Es la disciplina que plasma ideas, mensajes, servicios y productos de una forma visual. Según Esneca (2019), el diseño gráfico se sirve de imágenes, vídeos y elementos textuales, todos ellos elementos imprescindibles para la comunicación gráfica y visual. Es a partir de este que para el proyecto de investigación es fundamental para dar solución de forma visual a los requerimientos que surjan desde el proceso de bocetaje hasta la presentación final de la investigación.

7.1.3 Adobe Creative Suite. Surge del exitoso intento por unir todos los programas que antes solo podían adquirirse individualmente, de modo que la inspiración se convirtiera en una creación integrada de programas que brinden solución a necesidades de diseño gráfico, de la edición de videos y audio, del diseño web, de los aplicativos móviles, entre otros. (Giraldo, 2016) Por lo tanto, para toda la ejecución de la investigación se utilizarán diversos programas de la Suite de Adobe como lo son: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Premiere y Adobe After Effects.

7.1.4 Psicología de la comunicación. En esta rama de la psicología se estudian los comportamientos humanos que conlleva el proceso de comunicación. Es importante recordar que hay distintos niveles en este proceso comunicativo, como el nivel intrapersonal, interpersonal, grupal, intergrupal y sociocultural. Es por ello que en este proyecto la psicología de la comunicación permitirá comprender cómo el video audiovisual

y la presentación de la información que esté presente de las pastorales de la Parroquia Madre del Redentor, provocará un mayor alcance y “engagement” de los feligreses en la red social de Facebook y por consiguiente, su mayor participación en la parroquia.

7.1.5 Cinematografía. La cinematografía consiste en la creación de secuencias de imágenes que simulan movimiento. En el desarrollo del video audiovisual de este proyecto, es fundamental entender la cinematografía y el papel que juega desde la preproducción hasta la edición final, cumpliendo los objetivos comunicativos y estéticos.

7.1.6 Storytelling. Tal y como lo define su traducción del inglés al español, se trata de nada más que de contar una historia. Estas historias se transmiten ya sea por medio de palabras o imágenes y tiene el objetivo de conectar emocionalmente con su audiencia basándose en contar historias entorno a una marca y/o productos. Para el video audiovisual que se producirá para la Parroquia Madre del Redentor, es una estrategia que es fundamental para lograr la atención de las personas que lo vean, así como crear una identificación emocional feligrés-parroquia.

7.1.7 Videomarketing. El videomarketing es una de las aplicaciones de la cinematografía, ya que con este se usa la imagen audiovisual para transmitir un mensaje en pro de cumplir objetivos de marketing. En este caso, dado que se trata de una parroquia, se utilizará esta herramienta no con un fin comercial sino con un fin social, para promover los servicios y apostolados así como para acercar a la feligresía a comprometerse más con su parroquia.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método. En un proyecto de comunicación y diseño, conceptualizar significa definir la o las ideas que permitirán estructurar el mensaje gráfico y textual que sustenten y fundamenten la propuesta. El método que se utilizará para la conceptualización del proyecto se denomina “Método SCAMPER”, creado por Bob Eberlee. Este método se basa

en lograr activar el pensamiento creativo y esto partiendo del principio de que para generar una idea buena y original no debe ser necesariamente nueva sino que se puede desarrollar a partir de cambios o combinaciones de ideas ya existentes.

Para generar estas ideas se utilizan los verbos:

- Substitute (Sustituir)
- Combine (Combinar)
- Adapt (Adaptar)
- Modify (Modificar)
- Put to other uses (Poner en otros usos)
- Eliminate (Eliminar o minimizar)
- Rearrange (Reordenar o Invertir)

Específicamente se definirá cada una de las preguntas adecuadas que se deben realizar con cada una de las letras que conforman la palabra “SCAMPER”, según Rodríguez, (2017). en el sitio IEBS.

S de sustituir

¿Qué podemos sustituir o cambiar para lograr esta serie de objetivos?

¿Qué no podemos sustituir bajo ningún concepto?

¿Qué pasaría si sustituimos el procedimiento?

¿Y si cambiamos la forma, las dimensiones, el color, los proveedores, los distribuidores?

¿Podemos cambiar el segmento al que dirigimos este producto?

C de combinar

¿Se pueden combinar varios proyectos para unificarlos?

¿Puedo mezclar dos productos o servicios?

¿Puedo combinar mis ideas con las de los competidores?

¿Qué pasa si mezclo departamentos distintos de la empresa?

A de adaptar

¿Puedo adaptarme a otro mercado o público objetivo?

¿Puedo adaptar este formato para solucionar este conflicto?

¿Puedo adaptarme a esta nueva ley, norma o principio?

¿Qué puedo adaptar de mis funciones para que otro departamento o trabajador cumpla con las suyas?

M de modificar

¿Qué puedo modificar para mejorar este producto?

¿Puedo mejorar la experiencia de cliente modificando algún aspecto?

¿Puedo modificar la plantilla?

¿Qué modifico para que este producto dure más, sea más fuerte, más veloz, más bonito?

P de proponer

¿Puedo usar estos productos para otra campaña?

¿Qué otros productos puedo crear o para qué se pueden usar otros productos?

¿Puede usarse por otro tipo de usuario?

E de eliminar

¿Qué pasaría si eliminamos este elemento?

¿Qué elimino para que sea más pequeño, más sencillo, más suave?

¿Puedo eliminar alguna parte del proceso sin que se pierda calidad?

¿Puedo eliminar los riesgos o errores?

R de reordenar

¿Puedo reordenar a los trabajadores entre los distintos departamentos para mejorar el rendimiento?

¿Puedo reordenar el calendario de eventos o de proyectos?

¿Puedo reordenar la fecha de una entrega sin causar problemas?

¿Puedo reordenar estrategias, objetivos, técnicas o herramientas?

¿Qué pasaría si reordeno el orden de fabricación del producto?

Y una vez se obtengan las preguntas adecuadas, se empezará a generar muchas respuestas, ideas y cuestionamientos. Todas se deben organizar para luego poder plantear una solución hipotética junto con su aseveración. Luego de esto se podrá ver si lo que se plantea es factible o no, dando como finalizado el proceso del método SCAMPER para generación de ideas.

SCAMPER

SUSTITUIR

- ¿Qué podemos sustituir o cambiar para lograr esta serie de objetivos?
 - Cambiar la forma en la que se está comunicando en las redes sociales de la parroquia.
- ¿Qué no podemos sustituir bajo ningún concepto?
 - No se puede sustituir la información que se desea transmitir, ni el nombre de la parroquia.
- ¿Qué pasaría si sustituyéramos el procedimiento?
 - Se mejorará la imagen y por consiguiente habrá mayor alcance y respuesta de los feligreses.
- ¿Y si cambiamos la forma, las dimensiones, el color?
 - Mejorará de forma contundente la identidad visual de la parroquia.
- ¿Podemos cambiar el segmento al que dirigimos este producto?
 - No, porque ya de por sí es variado. Cambiarlo no daría resultados óptimos.

COMBINAR

- ¿Se pueden combinar varios proyectos para unificarlos?
 - Sí, adicional al video audiovisual, se puede mejorar la línea gráfica, tomar fotografías, hacer material visual.
- ¿Puedo mezclar dos productos o servicios?
 - Sí, en este caso se mezclarán gráficos animados y textos, con audiovisuales.
- ¿Puedo combinar mis ideas con las de los competidores?
 - En este caso no existen competidores como tal, pero sí se pueden buscar referencias de la forma en la que otras iglesias transmiten su información en redes sociales.
- ¿Qué pasa si mezclo departamentos distintos de la empresa?
 - Brindará más valor al audiovisual, fortaleciendo lo que se quiere comunicar.

ADAPTAR

- ¿Puedo adaptarme a otro mercado o público objetivo?
 - En este caso es difícil ya que hablamos de ideologías, por lo que es mejor mantenerse con el grupo objetivo establecido.
- ¿Puedo adaptar este formato para solucionar este conflicto?
 - Sí, la producción del audiovisual dará muchas oportunidades de adaptabilidad en cuanto a diferentes tipos de materiales gráficos que se deseen realizar para la parroquia.
- ¿Puedo adaptarme a esta nueva ley, norma o principio?
 - Sí, es posible.
- ¿Qué puedo adaptar de mis funciones para que otro departamento o trabajador cumpla con las suyas?
 - Con el trabajo que se realice se le brindará un empujón a la página y forma de comunicar al feligrés. Dado que en la parroquia todo se comunica de manera empírica, como profesional de la comunicación y del diseño gráfico, se le brindarán tips al encargado de las redes sociales, para mantener la estética de la página y comunicar mensajes creativos como contundentes, aunque no siempre cuenten con un comunicador y/o diseñador gráfico.

MODIFICAR

¿Qué puedo modificar para mejorar este producto?

- Gráficamente todo. Como no han tenido un diseñador como tal que les trabaje, se tiene posibilidad de ser creativo completamente. Se puede modificar la línea gráfica y con la realización del audiovisual, se mejorará en gran medida el aspecto visual de la parroquia.

¿Puedo mejorar la experiencia de cliente modificando algún aspecto?

- Definitivamente. La comunicación junto con el diseño gráfico buscando dar respuesta a las necesidades de la parroquia, darán como resultado efectos positivos en la comunicación para sus feligreses.

¿Puedo modificar la plantilla?

- Sí, es posible.

¿Qué modifico para que este producto dure más, sea más fuerte, más veloz, más bonito?

- La forma actual de comunicación dentro de la iglesia, no es ni óptima, ni creativa, y esto se nota en la forma en la que no hay mayor interacción entre la feligresía y lo que se sube en redes sociales. Por lo que para que la parroquia sea mejor y llame mucho más la atención lo que comunica, se debe modificar todo material de manera que tenga unidad visual, utilizando una misma fuente tipográfica, colores, gráficos, etc.

PROPONER

¿Puedo usar estos productos para otra campaña?

- Sí. Como se trata de un video de índole institucional, se pueden usar las tomas para otros materiales que la parroquia requiera.

¿Qué otros productos puedo crear o para qué se pueden usar otros productos?

- A pesar de que el enfoque principal es el audiovisual, posteriormente se pueden crear covers, historias, flyers y posts que no solo informen actividades de la parroquia, sino también fechas importantes para la Iglesia Católica, así como cumpleaños de servidores de la parroquia, fotografías de eventos, etc.

¿Puede usarse por otro tipo de usuario?

- Sí, esa es la idea de que se mejore todo en redes sociales, para que sean los feligreses quienes puedan compartir o incluso inspirarse, para generar contenido para la misma parroquia.

ELIMINAR

¿Qué pasaría si eliminamos este elemento?

- Se podría eliminar el audiovisual, pero no sería lo más recomendable ya que es necesario para resumir la labor que se hace en la parroquia.

¿Qué elimino para que sea más pequeño, más sencillo, más suave?

- Lo que se podría eliminar serían tomas muy extensas o algo que no permita que el audiovisual final sea dinámico. Porque a pesar de que es un video institucional, este debe ser claro, concreto y conciso.

¿Puedo eliminar alguna parte del proceso sin que se pierda calidad?

- Se podría eliminar alguna parte pero siempre y cuando no se opaque la línea narrativa de lo que se desea comunicar. Todo lo que no aporte al objetivo del audiovisual, se puede eliminar.

¿Puedo eliminar los riesgos o errores?

- Se pueden evitar al momento de producir el audiovisual, para ello es que se tiene como apoyo el storyboard.

REORDENAR

¿Puedo reordenar a los trabajadores entre los distintos departamentos para mejorar el rendimiento?

¿Puedo reordenar el calendario de eventos o de proyectos?

¿Puedo reordenar la fecha de una entrega sin causar problemas?

¿Puedo reordenar estrategias, objetivos, técnicas o herramientas?

¿Qué pasaría si reordeno el orden de fabricación del producto?

- En este caso que se trata de servidores, es mejor que cada uno se quede en su tarea ya que así son más eficientes.
- De la parroquia no, porque ya tienen fecha definida y no se puede modificar, únicamente acoplar a su calendarización.
- Para la parroquia sí, porque no tienen prisa alguna con la entrega del audiovisual.
- En pro de lograr los objetivos de comunicación que desea la parroquia sí es posible.
- En caso de la producción del video audiovisual, debe tener una estructura para su realización por lo que no es recomendable, ya que se debe hacer un storyboard, planear la grabación, grabar y por último editar.

7.2.2 Definición del concepto. Tras haber aplicado el método SCAMPER de Bob Eberlee, la frase que conceptualiza la idea que se aplicará en la comunicación y el diseño del proyecto es: *“Divulgar actividades parroquiales de forma creativa, motivando a la acción.”*

El significado que tiene dicha frase radica en lo que se desea lograr con el proyecto y su grupo objetivo. El objetivo es promover la labor de cada uno de los grupos pastorales de la Parroquia Madre del Redentor a los feligreses de la misma. Todo esto haciendo un buen uso de la creatividad al momento de presentar la información, para informar, impactar y en retorno lograr mayor participación e integración de los feligreses a las actividades de su iglesia.

Bajo este concepto es que se debe desarrollar tanto el video audiovisual, como la línea gráfica que vista la página de Facebook, con el fin de impactar con la información propia de la parroquia y que trascienda.

7.3 Bocetaje

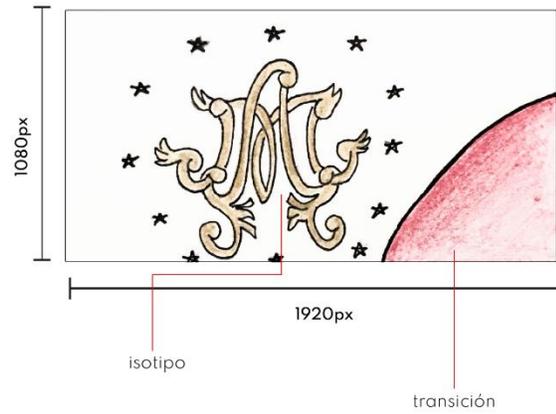
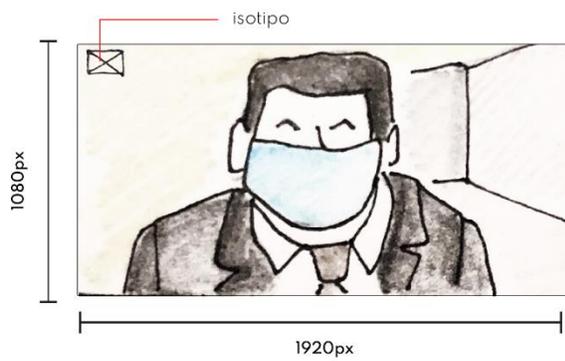
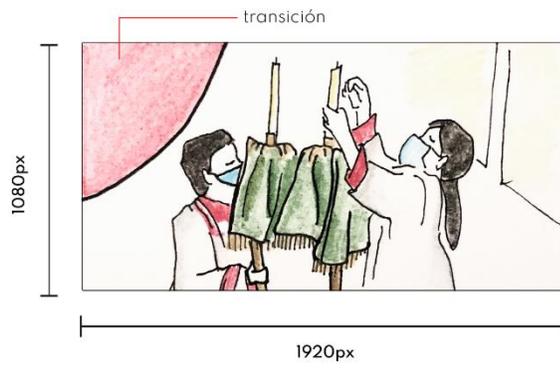
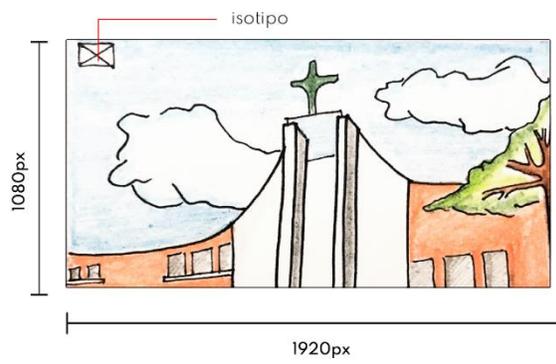
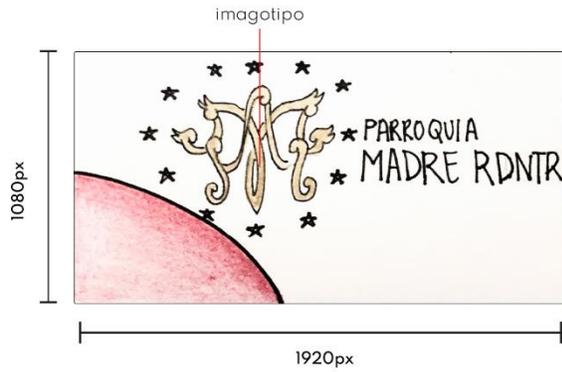
Según lo descrito con anterioridad y tomando en cuenta los objetivos establecidos para este proyecto se procede a elaborar el bocetaje a lápiz del storyboard para el video audiovisual, posteriormente delineándolo a rapidógrafo, colorizándolo y por último digitalizándolo. Para la etapa de digitalización se usaron tomas en crudo que se capturaron específicamente en la etapa de preproducción para brindar una visualización más realista de lo que se pretende presentar como producto final al cliente.

7.3.1 Proceso de bocetaje. Del concepto que se definió a partir del método SCAMPER, se realizaron dos propuestas de storyboard, ambos con 6 escenas de proporción 16:9, es decir 1920x1080 píxeles.

7.3.2 Storyboard

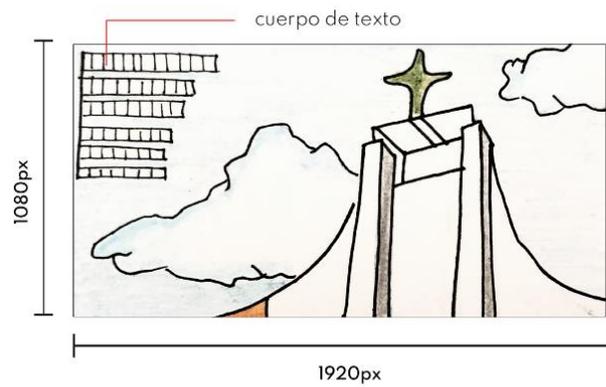
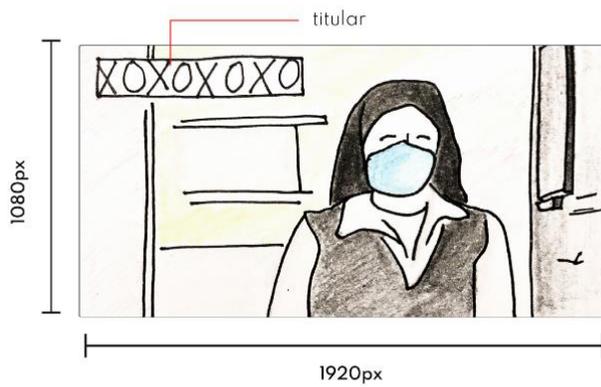
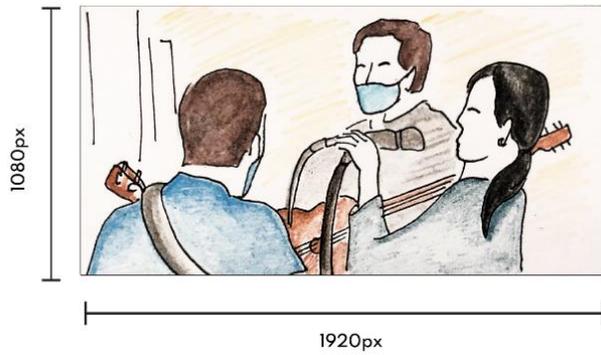
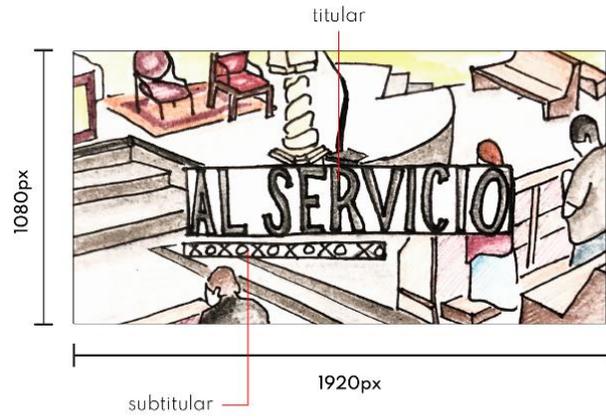
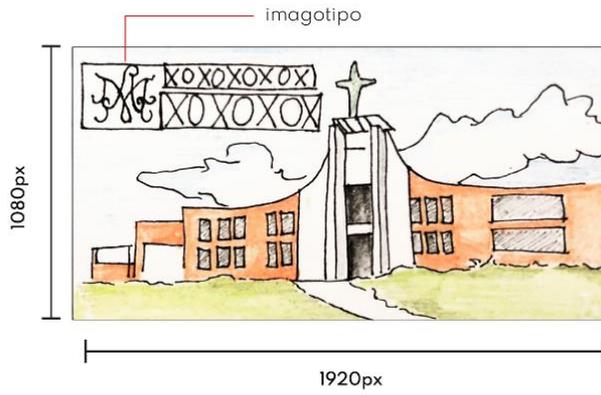
7.3.2.1 Propuesta 1.

opción 1



7.3.2.2 Propuesta 2.

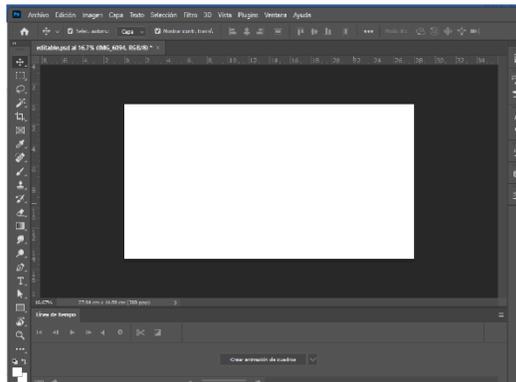
opción 2



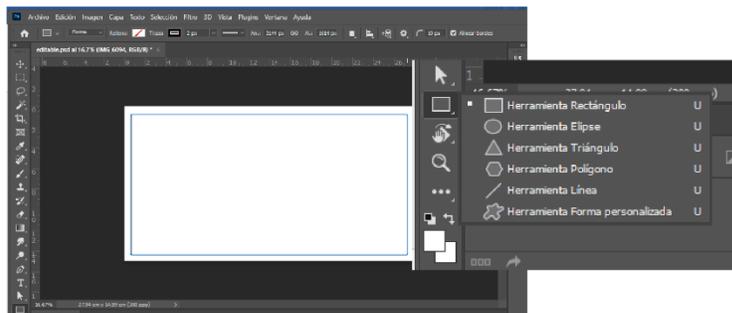
7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos. Digitalización de las dos propuestas del storyboard para el video audiovisual de la Parroquia Madre del Redentor, utilizando el software Adobe Photoshop y Adobe Illustrator.

Para ambas propuestas:

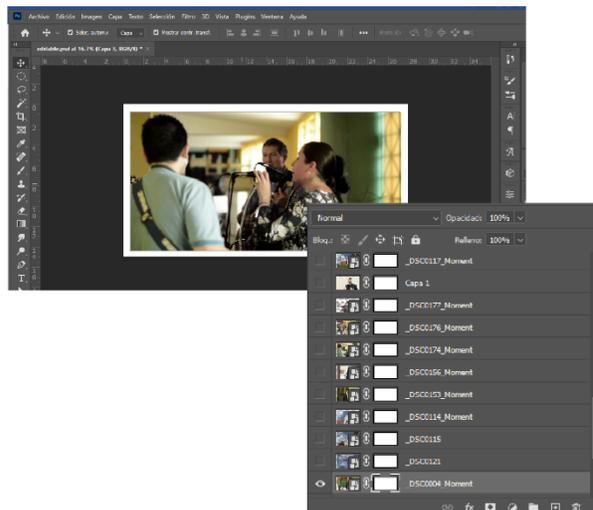
En Adobe Photoshop se abre un archivo nuevo con dimensiones 2058x1198 pixeles.



Con la herramienta de rectángulo se crea un marco con dimensiones 1080x1920 pixeles.

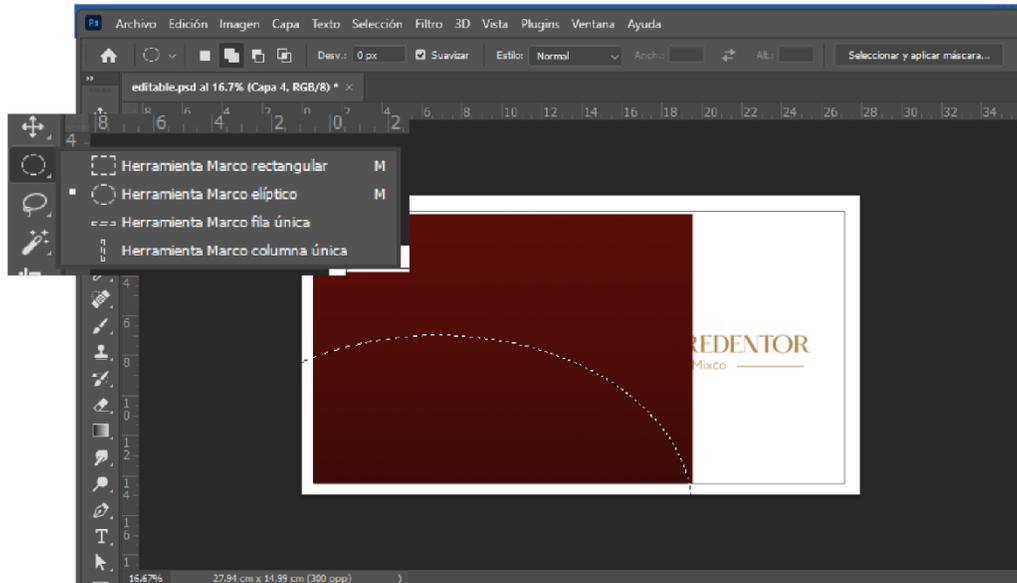


A cada captura de pantalla de los videos que se tomaron, se les aplica una máscara de capa para que tengan el mismo tamaño y luego exportarlos

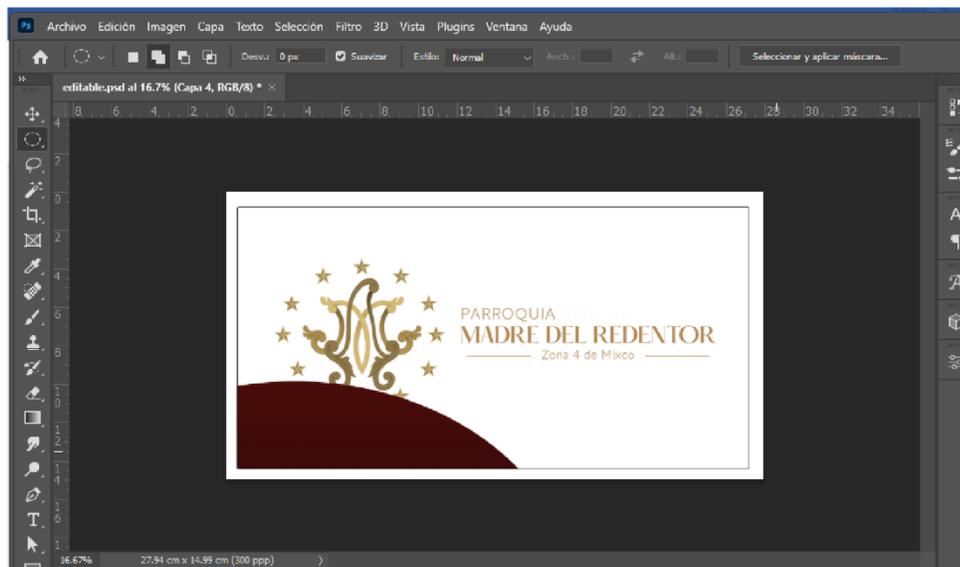


Propuesta 1:

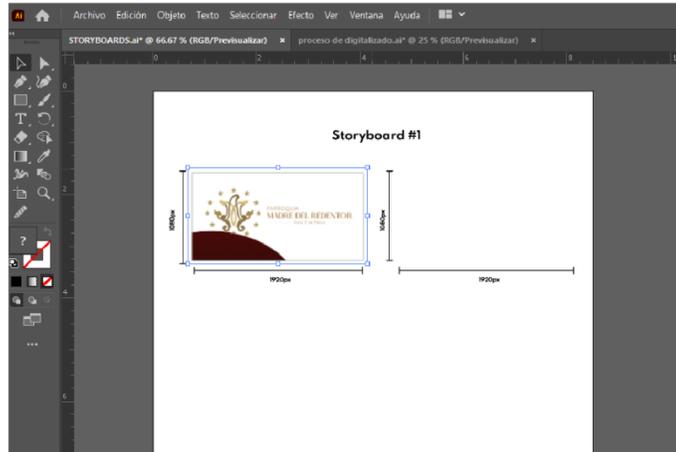
Con un rectángulo de color institucional corinto, se utiliza la herramienta de marco elíptico para trazar una selección circular.



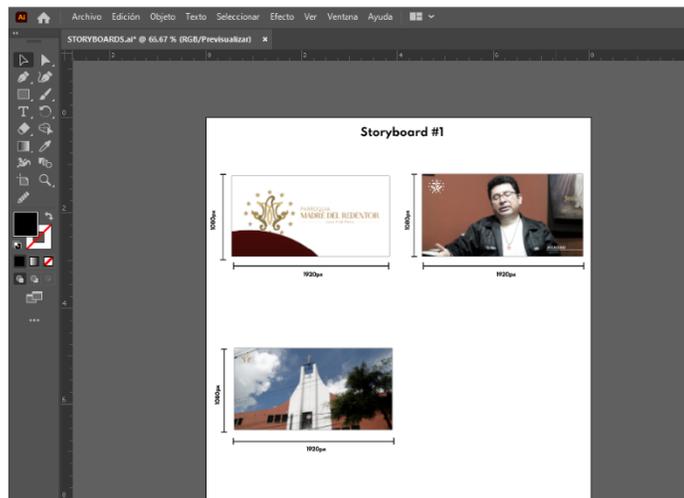
Se procede a aplicar una máscara de capa y solamente se acomoda la figura siguiendo la referencia del boceto para dar a entender que es la transición que se pretende realizar.



Para la realización de los storyboards se trabaja en Adobe Illustrator en una hoja tamaño carta, se colocan las seis escenas correspondientes a cada propuesta de storyboard, con sus respectivas medidas hechas con la herramienta de pluma y texto.

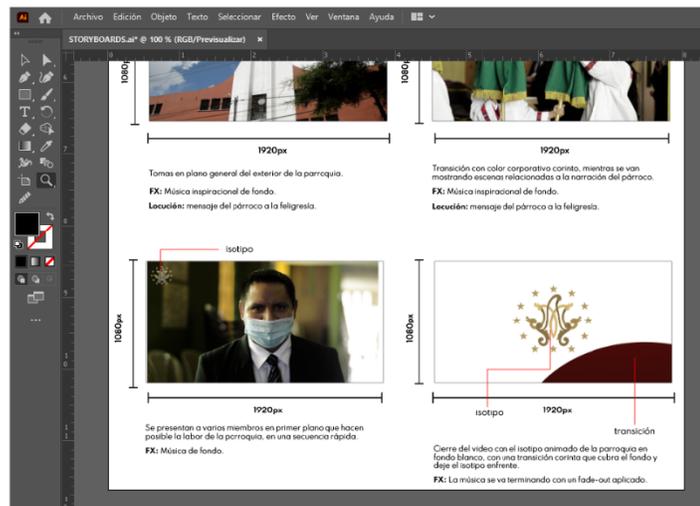


Se acomodan las escenas editadas en Adobe Photoshop con sus medidas.



Se identifican las partes clave de cada escena con el uso de la herramienta de pluma y texto.

Así mismo se agregan las descripciones de cada escena clave con la herramienta de texto.



Storyboard #1



Intro con el imatotipo en fondo blanco, con transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena.

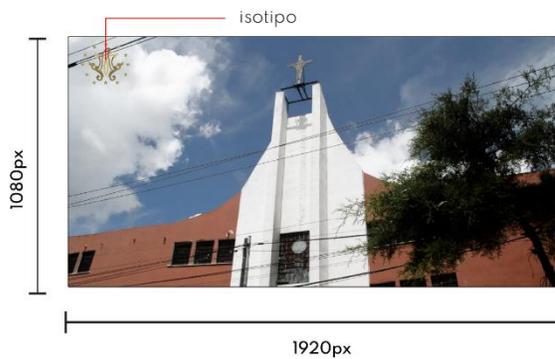
FX: Inicio de música inspiracional.



Toma en plano medio del párroco de la iglesia.

FX: La música disminuye de volumen de manera que predomine la voz del sacerdote.

Locución: Mensaje del párroco a la feligresía.



Tomas en plano general del exterior de la parroquia.

FX: Música inspiracional de fondo.

Locución: mensaje del párroco a la feligresía.



Transición con color corporativo corinto, mientras se van mostrando escenas relacionadas a la narración del párroco.

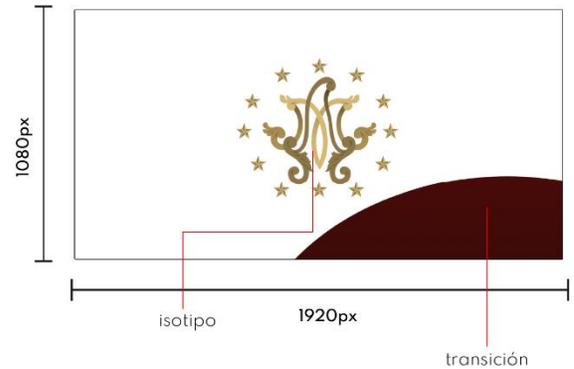
FX: Música inspiracional de fondo.

Locución: mensaje del párroco a la feligresía.



Se presentan a varios miembros en primer plano que hacen posible la labor de la parroquia, en una secuencia rápida.

FX: Música de fondo.

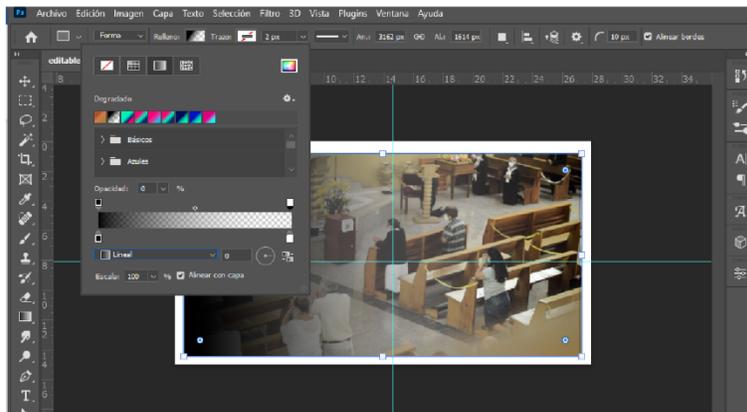


Cierre del video con el isotipo animado de la parroquia en fondo blanco, con una transición corinta que cubra el fondo y deje el isotipo enfrente.

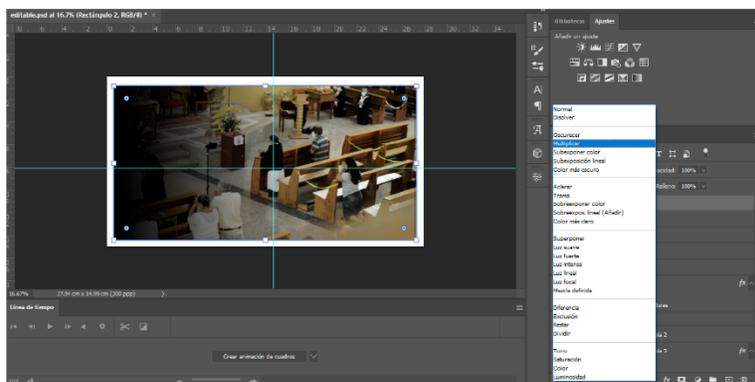
FX: La música se va terminando con un fade-out aplicado.

Propuesta 2:

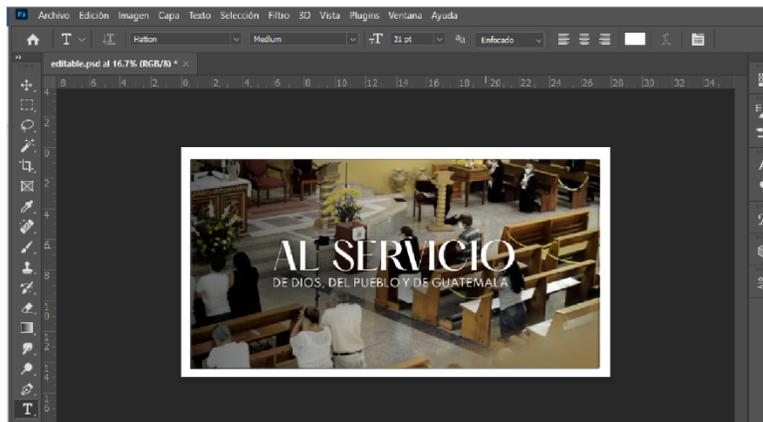
Para aplicar un degradado que permita ver un texto encima de una escena, se crea un rectángulo con relleno de degradado blanco y negro.



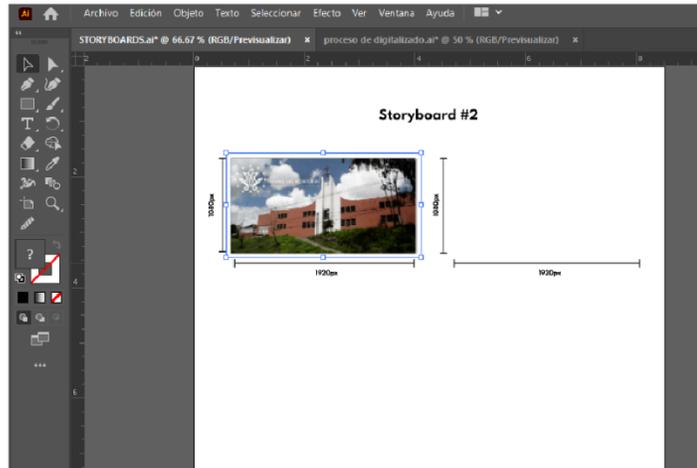
Se le aplica un transparencia de "multiplicar" y se le disminuye el porcentaje de manera que no opaque la imagen que está detrás.



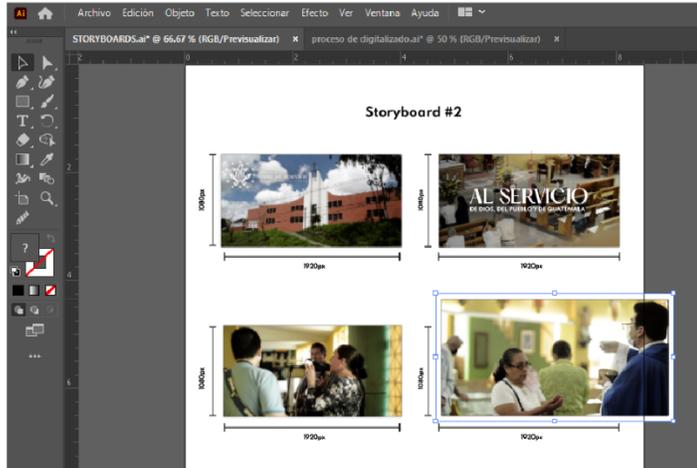
Se le coloca el texto con la herramienta de texto de Adobe Photoshop, tanto titular como subtítular.



Para la realización de los storyboards se trabaja en Adobe Illustrator en una hoja tamaño carta, se colocan las seis escenas correspondientes a cada propuesta de storyboard, con sus respectivas medidas hechas con la herramienta de pluma y texto.

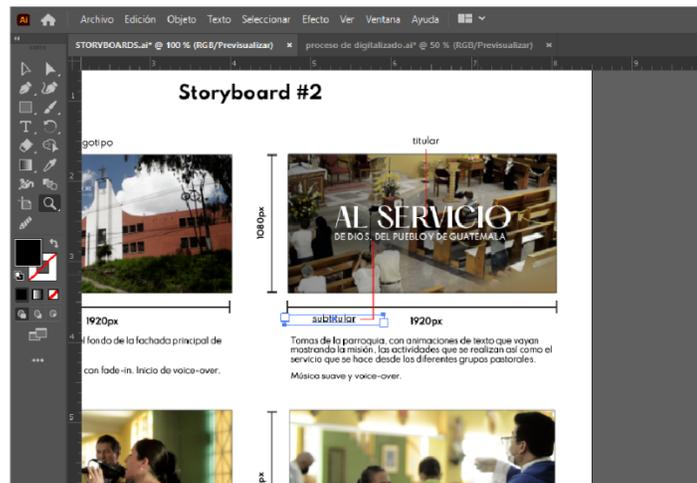


Se acomodan las escenas editadas en Adobe Photoshop con sus medidas.



Se identifican las partes clave de cada escena con el uso de la herramienta de pluma y texto.

Así mismo se agregan las descripciones de cada escena clave con la herramienta de texto.



La propuesta de storyboard escogida por el cliente fue la propuesta n°1, la cual será con la que se procede a realizar la producción del video audiovisual para la propuesta preliminar. (Las propuestas fueron validadas únicamente por el párroco: Mario López.)

7.4 Propuesta Preliminar

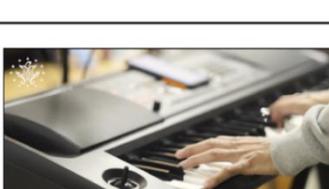
A continuación, se presenta la propuesta preliminar del storyboard del video audiovisual creado para dar a conocer y promover de una forma creativa, la labor y servicio de los grupos pastorales de la Parroquia Madre del Redentor. Cabe mencionar que el video audiovisual se pretende presentar en la página de Facebook de la parroquia, por lo que las medidas del mismo son de 1080x1920 pixeles. En el storyboard se describe la toma, su angulación, su plano, su movimiento, así como los efectos, sonidos, transiciones y locuciones específicas.

El cliente, en este caso el párroco de la iglesia ha tenido una participación activa en la realización del video audiovisual, tomando en cuenta sus opiniones al respecto, para modificar lo que fuera necesario en la producción.

7.4 Propuesta Preliminar. Storyboard, página 1.

 <p>Intro con animación del isotipo. FX: Inicio de música inspiracional con fade-in.</p>	 <p>El isotipo una vez formado se corre hacia la izquierda y surge el texto "Parroquia Madre del Redentor", formando el imagotipo. FX: Música inspiracional.</p>	 <p>Una vez con el imagotipo formado, aparece una transición desde la esquina inferior izquierda hasta cubrir toda la pantalla. FX: Música inspiracional.</p>
 <p>Una vez termina la transición aparece toma del párroco de la iglesia en plano medio. FX: La música disminuye de volumen de manera que predomine la voz del sacerdote. Locución: Saludo inicial y presentación del párroco a la feligresía.</p>	 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara. FX: Música con bajo volumen de forma que predomine la voz del sacerdote. Locución: Saludo inicial y presentación personal del párroco a la feligresía.</p>	 <p>Toma del exterior de la parroquia en plano general de la parroquia, haciendo paneeo de derecha a izquierda. Con zoom principalmente a las plantas y luego enfocando el templo. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Párroco menciona desde cuando se encuentra al mando de la parroquia.</p>
 <p>Toma en plano general de una de las entradas de la parroquia, con paneeo de izquierda a derecha. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del cumplimiento de 22 años de existencia de la parroquia.</p>	 <p>Toma en plano general de toda la parroquia, desde un ángulo picado, con dolly-in. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de la parroquia como parte de la Arquidiócesis de Santiago de Guatemala.</p>	 <p>Toma en plano general de la parroquia a modo de timelapse. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del comienzo de la trayectoria de la parroquia, como cuasi parroquia en 1995.</p>
 <p>Toma en plano entero del cortinaje del interior del templo, con tilt de arriba hacia abajo. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del año en el que se empieza a trabajar como parroquia, es decir el año 1999.</p>	 <p>Toma en plano entero del altar de la iglesia, con tilt de abajo hacia arriba. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del año en el que se empieza a trabajar como parroquia, es decir el año 1999.</p>	 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de que han sido varios los párrocos que han tenido el mando de la parroquia con el transcurso de los años.</p>
 <p>Toma en plano entero de la feligresía de rodillas en el templo, con un paneeo de derecha a izquierdo. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de que el objetivo ha sido construir el reino de Dios en esta parroquia.</p>	 <p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de que el objetivo ha sido construir el reino de Dios en esta parroquia.</p>	 <p>Toma en plano medio corto de una feligrés sentada en el templo, con un paneeo de izquierda a derecha. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de que el objetivo ha sido construir el reino de Dios en esta parroquia.</p>

7.4 Propuesta Preliminar. Storyboard, página 2.

 <p>Toma en plano detalle de unas velas de la parroquia.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de que el objetivo ha sido construir el reino de Dios en esta parroquia.</p>	 <p>Toma en gran plano general del territorio parroquial, desde una angulación cenital.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de las colonias que son parte del territorio parroquial.</p>	 <p>Toma en gran plano general del territorio parroquial, desde una angulación picada con dolly-out.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de las colonias que son parte del territorio parroquial.</p>
 <p>Toma en gran plano general del territorio parroquial, desde una angulación picada con dolly-in.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de las colonias que son parte del territorio parroquial.</p>	 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara.</p> <p>FX: Música con bajo volumen de forma que predomine la voz del sacerdote.</p> <p>Locución: Mención de la formación de grupos pastorales a lo largo de los años.</p>	 <p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de la formación de grupos pastorales a lo largo de los años.</p>
 <p>Toma de una servidora de la liturgia en plano medio, con paneo de izquierda a derecha.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención en primer lugar de la pastoral litúrgica.</p>	 <p>Toma de unos monaguillos encendiendo los cirios de sus ciriales en plano medio, con paneo de izquierda a derecha.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de la conformación de la pastoral litúrgica, con el ministerio de monaguillos.</p>	 <p>Toma de unos monaguillos hincándose. Uno de ellos tocando la campanilla. Primer plano con tilt de arriba hacia abajo.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de la conformación de la pastoral litúrgica, con el ministerio de monaguillos.</p>
 <p>Toma en plano detalle de las manos de uno de los músicos servidores, con paneo de izquierda a derecha.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención del ministerio de alabanza.</p>	 <p>Toma en plano medio de un grupo de alabanza de la parroquia, con paneo de izquierda a derecha.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención del ministerio de alabanza.</p>	 <p>Toma en plano detalle de un lector de la parroquia, leyendo el misal.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención del ministerio de lectores.</p>
 <p>Toma en plano medio de un ministro de la comunión con una lelegrés, con un paneo de izquierda a derecha.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de los ministros de la comunión.</p>	 <p>Toma en plano entero de la procesión de entrada de los servidores en el templo.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de la formación de los servidores para servir mejor a la comunidad.</p>	 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara.</p> <p>FX: Música con bajo volumen de forma que predomine la voz del sacerdote.</p> <p>Locución: Mención de la formación de grupos parroquiales que ayudan a diversos grupos de personas, como el grupo "José Despierto".</p>

7.4 Propuesta Preliminar. Storyboard, página 3.

 <p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de la formación de grupos parroquiales que ayudan a diversos grupos de personas, como el grupo "José Despierto".</p>	 <p>Toma en plano medio de un feligrés rezando en el templo, con paneo de izquierda a derecha. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de los integrantes que conforman el grupo "José Despierto" y su función.</p>	 <p>Toma en plano medio de un feligrés rezando junto a su hijo. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de los integrantes que conforman el grupo "José Despierto" y su función.</p>
 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del grupo "Vida en Abundancia".</p>	 <p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del grupo "Vida en Abundancia".</p>	 <p>Toma en plano entero de una familia escuchando sentada en el templo, con paneo de derecha a izquierda. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de los integrantes que conforman el grupo "Vida en Abundancia" y su función.</p>
 <p>Toma en plano entero de una familia ingresando al templo. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de los integrantes que conforman el grupo "Vida en Abundancia" y su función.</p>	 <p>Toma en plano medio de una pareja de adultos mayores escuchando una misa, con tilt de abajo hacia arriba. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de los integrantes que conforman el grupo "Vida en Abundancia" y su función.</p>	 <p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de las comunidades activas en la parroquia.</p>
 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de las comunidades activas en la parroquia.</p>	 <p>Toma en plano detalle de una persona de una comunidad parroquial en una reunión de Zoom, con un dolly-in. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de la perseverancia de las comunidades a pesar de la situación de la pandemia.</p>	 <p>Toma en plano detalle de una persona de una comunidad parroquial en una reunión de Zoom y leyendo su misal, con un dolly-out. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de la perseverancia de las comunidades a pesar de la situación de la pandemia y su firmeza en la fe.</p>
 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención en el mensaje del párroco que todo esto que se menciona es a manera resumida de los grupos y comunidades pastorales que existen en la parroquia.</p>	 <p>Toma en plano detalle de una biblia en el amón del templo y un micrófono. Tilt de abajo hacia arriba y un pequeño dolly-in. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención en el mensaje del párroco que todo esto que se menciona es a manera resumida de los grupos y comunidades pastorales que existen en la parroquia.</p>	 <p>Toma en plano medio del sacerdote levantando la biblia. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de las misas dominicales y el inicio de la celebración de 4 misas cada domingo.</p>

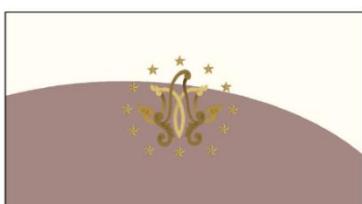
7.4 Propuesta Preliminar. Storyboard, página 4.

 <p>Toma en plano detalle de las bancas del templo.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de las misas dominicales y el inicio de la celebración de 4 misas cada domingo.</p>	 <p>Toma en plano medio corto de un servidor limpiando las bancas del templo.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de las misas dominicales y el inicio de la celebración de 4 misas cada domingo.</p>	 <p>Toma en plano detalle del limpiador y desinfectante con que se limpian las bancas del templo.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de las misas dominicales y el inicio de la celebración de 4 misas cada domingo.</p>
 <p>Toma en plano entero del campanario de la parroquia, con ángulo contrapicado y peneo de derecha a izquierda.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención del horario de las misas dominicales.</p>	 <p>Toma en plano medio del sacerdote de la parroquia tocando la campana, con angulación contrapicada y un peneo de izquierda a derecha.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención del horario de las misas dominicales.</p>	 <p>Toma en plano medio corto de las campanas del templo, en ángulo contrapicado, con tilt de abajo hacia arriba.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención del horario de las misas dominicales.</p>
 <p>Toma en primer plano de una servidora brindando información a un feligrés.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Una exhortación de parte del párroco para unirse como comunidad y sobretodo como parroquia a todos los que son parte de este territorio para seguir construyendo el reino de Dios.</p>	 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara.</p> <p>FX: Música con bajo volumen de forma que predomine la voz del sacerdote.</p> <p>Locución: Una exhortación de parte del párroco para unirse como comunidad y sobretodo como parroquia a todos los que son parte de este territorio para seguir construyendo el reino de Dios.</p>	 <p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena.</p> <p>FX: Música inspiracional con incremento de volumen.</p>
 <p>Toma en primer plano de una lectora viendo hacia la cámara.</p> <p>FX: Música inspiracional.</p>	 <p>Toma en primer plano de un ministro de la eucaristía.</p> <p>FX: Música inspiracional.</p>	 <p>Toma en primer plano de un músico de un grupo de alabanza.</p> <p>FX: Música inspiracional.</p>
 <p>Toma en primer plano de una monaguilla.</p> <p>FX: Música inspiracional.</p>	 <p>Toma en primer plano de una servidora de la liturgia.</p> <p>FX: Música inspiracional.</p>	 <p>Toma en primer plano de la secretaria de la parroquia.</p> <p>FX: Música inspiracional.</p>

7.4 Propuesta Preliminar. Storyboard, página 5.

 <p>Toma en primer plano del sacristán de la parroquia. FX: Música inspiracional.</p>	 <p>Toma en primer plano del encargado de vigilar el parqueo. FX: Música inspiracional.</p>	 <p>Toma en primer plano de una monja. FX: Música inspiracional.</p>
 <p>Toma en primer plano del párroco. FX: Música inspiracional.</p>	 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara. FX: Música inspiracional baja de volumen con fade-out. Locución: Mención en el mensaje del párroco que para que más familias se unan, hace un llamado especial a los jóvenes.</p>	 <p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención en el mensaje del párroco que para que más familias se unan, hace un llamado especial a los jóvenes.</p>
 <p>Toma en plano detalle de un músico de algún grupo de alabanza tocando guitarra. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del espacio, la importancia y el servicio que tienen los jóvenes en la parroquia.</p>	 <p>Toma en plano medio de unos jóvenes cantando, con paneo de derecha a izquierda. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del espacio, la importancia y el servicio que tienen los jóvenes en la parroquia.</p>	 <p>Toma en primer plano de un joven viendo directamente a la cámara. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del espacio, la importancia y el servicio que tienen los jóvenes en la parroquia.</p>
 <p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Llamado a los niños, a integrarse desde primera comunión, pasando como monaguillos, pero también en general, acercándose a los pies de Jesús.</p>	 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Llamado a los niños, a integrarse desde primera comunión, pasando como monaguillos, pero también en general, acercándose a los pies de Jesús.</p>	 <p>Toma en plano detalle de la cruz alta que llevan los monaguillos con paneo de izquierda a derecha. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Llamado a los niños, a integrarse desde primera comunión, pasando como monaguillos, pero también en general, acercándose a los pies de Jesús.</p>
 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Llamado a los niños, a integrarse desde primera comunión, pasando como monaguillos, pero también en general, acercándose a los pies de Jesús.</p>	 <p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Llamado a los niños, a integrarse desde primera comunión, pasando como monaguillos, pero también en general, acercándose a los pies de Jesús.</p>	 <p>Toma en plano medio de una servidora junto con un niño enseñándole a recibir la ofrenda de los feligreses. Paneo de izquierda a derecha. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Llamado a los niños, a integrarse desde primera comunión, pasando como monaguillos, pero también en general, acercándose a los pies de Jesús.</p>

7.4 Propuesta Preliminar. Storyboard, página 6.

 <p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del párroco a la feligresía, que el objetivo es construir el reino de Dios y juntos hacer este camino de fe.</p>	 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del párroco a la feligresía, que el objetivo es construir el reino de Dios y juntos hacer este camino de fe.</p>	 <p>Toma en plano medio, al principio, del párroco celebrando la misa. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Concluye con el mensaje, que en este tiempo de pandemia, a pesar de las limitaciones, se continúe cerca de Jesús y de la Iglesia.</p>
 <p>Luego se enfoca el teléfono donde se está realizando la transmisión de la misa, en un plano detalle, con paneo de derecha a izquierda. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Concluye con el mensaje, que en este tiempo de pandemia, a pesar de las limitaciones, se continúe cerca de Jesús y de la Iglesia.</p>	 <p>Toma en plano detalle del Santísimo expuesto, en angulación contrapicada con un paneo de derecha a izquierda. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Finaliza con la invitación a no alejarnos de Dios.</p>	 <p>Transición aditiva entre la escena del Santísimo expuesto con el isotipo en fondo blanco. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Finaliza con la invitación a no alejarnos de Dios.</p>
 <p>Aparece el isotipo animado y va incrementando un poco su escala hasta detenerse por completo. FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p>	 <p>Aparece una transición con color institucional corinto que cubre todo el fondo. FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p>	 <p>Cierre del video con el isotipo de la parroquia, con fondo de color institucional corinto. Luego 2 segs. se desvanece el isotipo. FX: Música inspiracional con fade-out, hasta quedarse en silencio por completo.</p>

Propuesta preliminar elaborada por Renata Pérez (2021)

Link del audiovisual – Propuesta preliminar

<https://www.youtube.com/watch?v=-RkWiPGrtf8>

CAPÍTULO VIII: VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación Técnica

Al concluir con el proceso de diseño de la propuesta del storyboard 1 y 2, y presentarlas al cliente, este escogió la propuesta n° 1. Una vez escogida la propuesta y tomando en cuenta los comentarios del cliente, se procedió a realizar la propuesta preliminar.

Posteriormente a realizar la propuesta preliminar se procedió a elaborar un proceso de validación en el que se evaluó la percepción de los encuestados con respecto al video audiovisual realizado, con el fin de comprender la efectividad del mismo.

8.1 Población y Muestreo

Concluida la pre validación y la propuesta preliminar del audiovisual, se aplicó por medio de un instrumento de medición mixto, es decir cualitativo y cuantitativo, la validación técnica para evaluar el nivel de aceptación del proyecto.

El instrumento de medición se conforma de tres áreas, conformadas por:

- Parte Objetiva
- Parte Semiológica
- Parte Operativa

Las áreas descritas anteriormente evalúan aspectos relacionados a los objetivos del proyecto, elementos de comunicación y diseño, así como la funcionalidad del audiovisual.

La validación técnica recolectó datos según el criterio y preferencia de tres grupos de personas, las cuales son:

8.1.1 Especialistas de Comunicación y Diseño. El criterio y aporte brindado por parte de los 5 expertos en la rama de comunicación, diseño gráfico y producción de videos, fue muy importante, ya que sus años de experiencia en el campo e incluso en la docencia aportan

recomendaciones a efectuar en el proyecto que lo harán más efectivo y funcional según los objetivos y necesidades del cliente.

Ciente. La validación por parte del cliente fue realizada por el párroco de la Parroquia Madre del Redentor, el presbítero Mario López. La retroalimentación que brindó el cliente es de suma importancia porque es el que mejor conoce las necesidades de comunicación y diseño que se requieren en la parroquia.

Grupo Objetivo. La validación por parte del grupo objetivo se realizó en el departamento de Guatemala, municipio de Mixco, a hombres y mujeres de 15 años en adelante, , NSE C completo, que buscan pertenecer a una parroquia donde participan de actividades con el fin de profesar su fe e incrementar la misma. El grupo objetivo hace uso de la red social de Facebook como medio informativo religioso.

8.2 Método e instrumento

El enfoque de la investigación se llevará a cabo por medio de la encuesta, ya que a través de este instrumento de validación se obtiene información real y específica por parte del cliente, del grupo de expertos y del grupo objetivo, en base a la efectividad del audiovisual para promover el servicio de los grupos de apostolado de la Parroquia Madre del Redentor a la feligresía de la zona 4 de Mixco, Guatemala, Guatemala.

La encuesta. La encuesta está compuesta por 11 preguntas, segmentadas en tres áreas diferentes para identificar mejor los resultados, los cuales son: la parte objetiva, semiológica y operativa.

En la parte objetiva se evalúan aspectos relacionados al objetivo general planteado para la creación del audiovisual así como los objetivos específicos del proyecto. En segundo lugar, la parte semiológica que evalúa los aspectos de comunicación y diseño, como lo serían los colores, la tipografía, las transiciones, los elementos gráficos utilizados

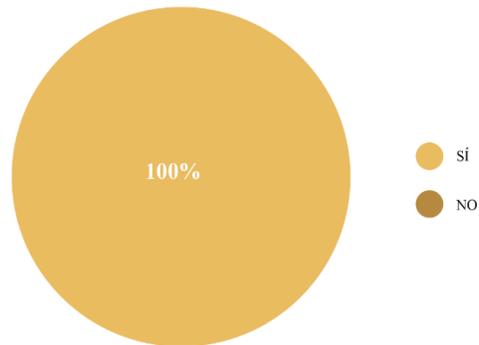
así como las escenas producidas para acompañar la narración del video, que en su conjunto respaldan el concepto del proyecto.

Y, por último, la parte operativa, que tiene como objetivo principal evaluar la funcionalidad del video audiovisual en su totalidad, desde su calidad de video, sus dimensiones, compresión como dinamismo.

8.3 Interpretación de resultados

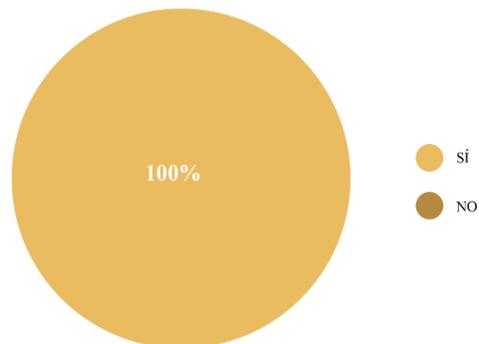
Parte Objetiva

Pregunta 1: ¿Considera que es funcional elaborar un video audiovisual para dar a conocer y promover el servicio que realizan los grupos de apostolado de la Parroquia Madre del Redentor a sus feligreses?



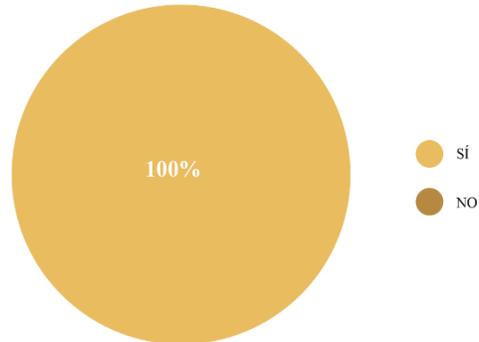
Interpretación y resultado: El 100% de la población encuestada considera funcional la elaboración de un video audiovisual para dar a conocer y promover el servicio que realizan los grupos de apostolado de la Parroquia Madre del Redentor a sus feligreses.

Pregunta 2: ¿Cree que se debe recopilar información con el cliente a través de un brief, para que estos datos se tomen en cuenta en la producción y se facilite así la transmisión a la feligresía?



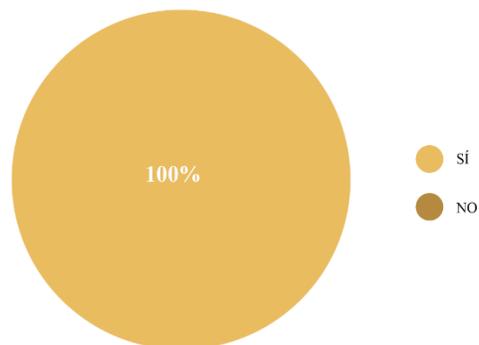
Interpretación y resultado: La totalidad de la población encuestada, es decir el 100%, cree que se debe recopilar información con el cliente a través de un brief para que estos datos se tomen en cuenta en la producción y se facilite así la transmisión a la feligresía.

Pregunta 3: ¿Considera necesario investigar información relevante acerca de producción de videos, como términos, conceptos y/o tendencias para así realizar de una forma correcta la producción audiovisual del video a presentar a la feligresía?



Interpretación y resultado: El 100% de la población encuestada considera que sí es necesario investigar información relevante acerca de producción de videos, como términos, conceptos y/o tendencias para así realizar de una forma correcta la producción audiovisual del video a presentar a la feligresía.

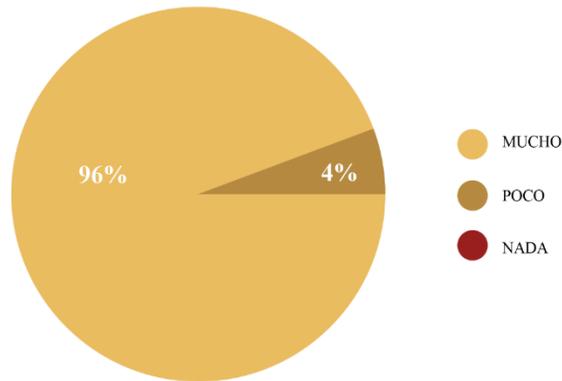
Pregunta 4: ¿Considera importante que en base al video audiovisual, se establezca una línea gráfica para la fanpage de Facebook de la parroquia y que esta se estandarice mes con mes?



Interpretación y resultado: Se observa en la gráfica que el 100% de las personas encuestadas consideran importante que en base al video audiovisual, se establezca una línea gráfica para la fanpage de Facebook de la parroquia y que esta se estandarice mes con mes.

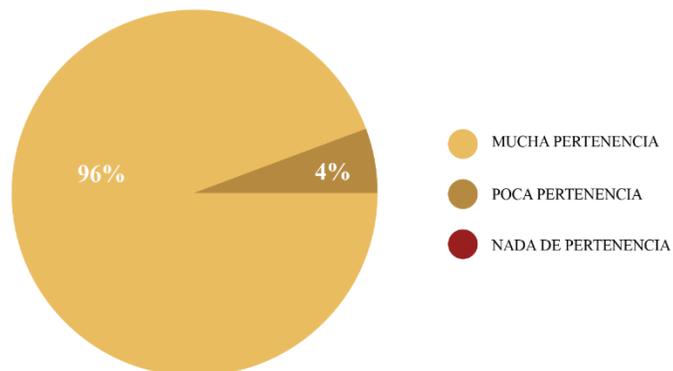
Parte Semiológica:

Pregunta 5: ¿Considera que las escenas producidas para el video brindan soporte a la información que se brinda con el mensaje del párroco?



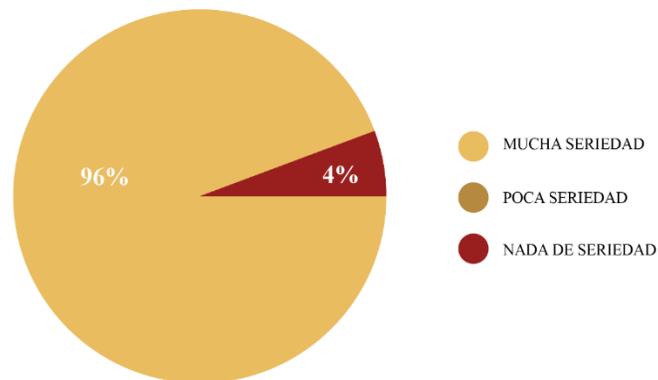
Interpretación y resultado: La gráfica expone que un 96% de la población encuestada considera que las escenas producidas para el video brindan mucho soporte a la información que se brinda con el mensaje del párroco, mientras que un 4% cree que es poco el soporte brindado al mensaje.

Pregunta 6: Considera usted que la cantidad de veces utilizada del imagotipo, así como del isotipo de la parroquia, da un sentimiento de:



Interpretación y resultado: El 96% de las personas encuestadas considera que la cantidad de veces utilizada del imagotipo, así como del isotipo de la parroquia, da un sentimiento de mucha pertenencia, mientras que el 4% restante opina que transmite poca pertenencia.

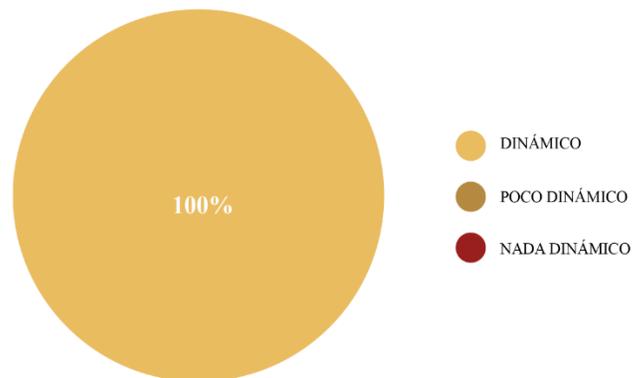
Pregunta 7: Considera que los colores así como la tipografía utilizada en el video audiovisual transmiten:



Interpretación y resultado: En la gráfica se expresa que un 96% de la población encuestada considera que los colores así como la tipografía utilizada en el video audiovisual transmiten mucha seriedad, mientras que un 4% de ellos perciben que no transmiten seriedad alguna.

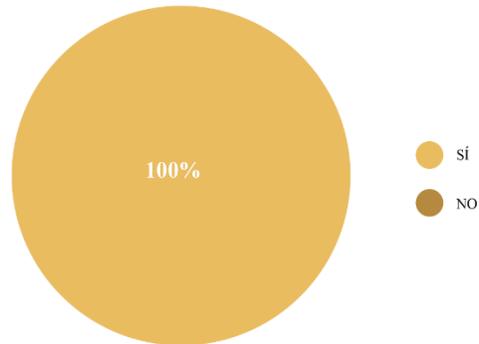
Parte Operativa:

Pregunta 8: Al momento de observar la edición en su totalidad del video audiovisual, este le parece:



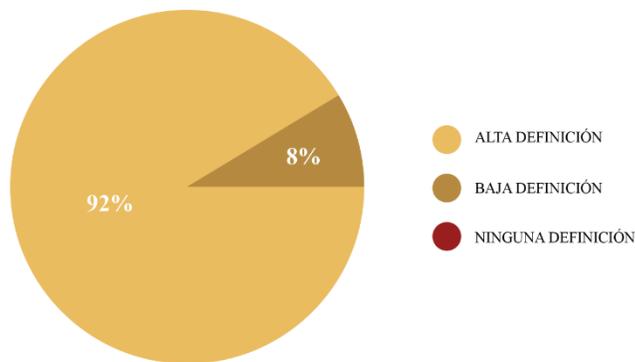
Interpretación y resultado: La gráfica muestra que el 100% de las personas encuestadas al momento de observar en su totalidad el video audiovisual, este les parece dinámico.

Pregunta 9: Según su criterio, ¿el tamaño 1080x1920px del video, permite visualizar con claridad el contenido en dispositivos móviles?



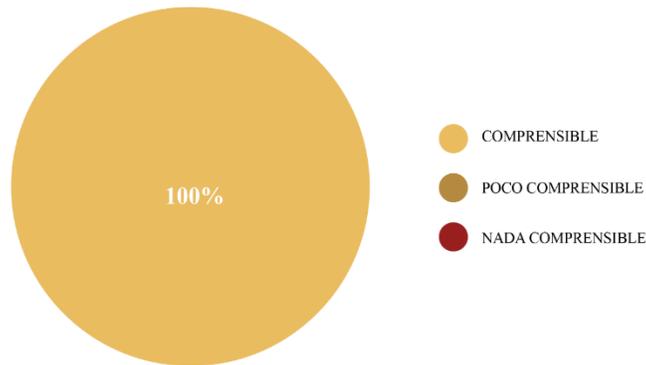
Interpretación y resultado: El 100% de la población encuestada expone que el tamaño 1080x1920px del video, sí permite visualizar con claridad el contenido en dispositivos digitales.

Pregunta 10: Considera que las escenas que apoyan la locución del párroco, en cuanto a calidad visual, poseen:



Interpretación y resultado: En la gráfica se expone que el 92% de las personas encuestadas considera que las escenas que apoyan la locución del párroco, en cuanto a calidad visual poseen alta definición, mientras que un 8% opina que tiene una baja definición.

Pregunta 11: Cree que en general la información brindada en el transcurso del video audiovisual, es:



Interpretación y resultado: El 100% de la población encuestada cree que en general la información brindada en el transcurso del video audiovisual es comprensible.

8.4 Cambios en base a resultados

Según el proceso de validación realizado por medio del cliente, el grupo objetivo y grupo de expertos se identificaron las siguientes observaciones:

El cliente compartió su opinión respecto al video audiovisual, indicando que aprobaba el resultado, únicamente comentando si se podía sustituir una toma del cortinaje del interior de la parroquia.

En cuanto al grupo objetivo, se obtuvieron comentarios positivos con respecto al resultado del video audiovisual, indicando de forma clara lo bien resumido y contundente de la información manifestada, así como la síntesis de trayectoria de la parroquia.

Por último, el grupo de expertos brindó comentarios tanto positivos como puntos de mejora, tales como el arreglo de reverberación de sonido, la sugerencia de uso de cintillo de color para el identificador del párroco de la parroquia, así como el recorte de tiempo para hacer más contundente el video. Dichas opiniones y recomendaciones fueron clave y de mucho valor para mejorar el video audiovisual dando una mejor respuesta a los objetivos planteados.

Se realizaron los siguientes cambios:

1. Se quitó un poco la reverberación del audio del párroco, para que se escuchara sin tanto eco.
2. En algunas escenas donde había transición de color corinto institucional, se optó por hacer una transición cinemática en la que la escena en cuestión se fusione con la siguiente. Esto con el motivo de hacer variadas las transiciones.
3. Para la animación del nombre del párroco, se agregó un cintillo de color corinto institucional.

ANTES



DESPUÉS



4. Se sustituyeron dos tomas. Primero, una que solicitó el párroco en cuanto al cortinaje de la parroquia y la otra toma, una en la que el párroco al mencionar al grupo “José despierta” en su mensaje, se muestren hombres saludándose en la iglesia.

ANTES



DESPUÉS



ESCENA AGREGADA



5. Se hicieron algunos cambios en el orden de las escenas, al momento en el que el sacerdote exhorta a los niños a ser parte de la parroquia. Específicamente cuando enlista a los niños de primera comunión y monaguillos, se coloca ahí la escena de la cruz alta y las velas, seguido de la escena del niño siendo guiado para recibir ofrenda de los feligreses, finalizando con una transición.
6. A pesar de que en algunos comentarios se sugería el recorte de la duración total del

CAMBIO DE ORDEN DE ESCENAS

ANTES



DESPUÉS



video, al consultarle al cliente su opinión, este mencionó que él estaba satisfecho con el resultado final del video y que no consideraba necesario el recorte de la duración del mensaje, por lo tanto, en cuanto a duración no se recortó.

CAPÍTULO IX: PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

Posteriormente a los cambios realizados por el cliente, así como las observaciones tomadas en cuenta de parte del grupo objetivo como del grupo de expertos, se presenta el video audiovisual para fundamentar el proyecto de graduación que tiene por nombre:

“Creación de video audiovisual para promover el servicio de los grupos de apostolado de la Parroquia Madre del Redentor, a la feligresía de la Zona 4 de Mixco, Guatemala, Guatemala.”

Este video audiovisual tendrá como objetivo promover el servicio pastoral que se realiza en la Parroquia Madre del Redentor, a hombres y mujeres de 15 años en adelante, , NSE C completo, que buscan pertenecer a una parroquia donde participan de actividades con el fin de profesar su fe e incrementar la misma.

El video audiovisual está conformado por una breve presentación de la trayectoria y territorio que abarca la misión de la parroquia, la mención de las pastorales y grupos parroquiales que existen, la invitación a las misas presenciales y finalmente, una exhortación a la población más joven para ser parte de la labor de la parroquia.

En el storyboard se describe la toma, su angulación, su plano, su movimiento, así como los efectos, sonidos, transiciones y locuciones específicas. Las medidas de cada escena del video son de 1080x1920 pixeles, para poder ser apreciado en una orientación horizontal en cualquier dispositivo móvil.

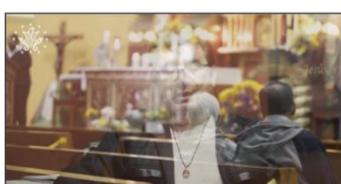
9.1 Propuesta final. Storyboard, página 1.

		
<p>Inicio con animación del isotipo. FX: Inicio de música inspiracional con fade-in.</p>	<p>El isotipo una vez formado se corre hacia la izquierda y surge el texto "Parroquia Madre del Redentor", formando el imagotipo. FX: Música inspiracional.</p>	<p>Una vez con el imagotipo formado, aparece una transición desde la esquina inferior izquierda hasta cubrir toda la pantalla. FX: Música inspiracional.</p>
		
<p>Una vez termina la transición aparece toma del párroco de la iglesia en plano medio. FX: La música disminuye de volumen de manera que predomine la voz del sacerdote. Locución: Saludo inicial y presentación del párroco a la feligresía.</p>	<p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara. FX: Música con bajo volumen de forma que predomine la voz del sacerdote. Locución: Saludo inicial y presentación personal del párroco a la feligresía.</p>	<p>Toma del exterior de la parroquia en plano general de la parroquia, haciendo paneo de derecha a izquierda. Con zoom principalmente a los plantas y luego enfocando el templo. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Párroco menciona desde cuando se encuentra al mando de la parroquia.</p>
		
<p>Toma en plano general de una de las entradas de la parroquia, con paneo de izquierdo a derecha. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del cumplimiento de 22 años de existencia de la parroquia.</p>	<p>Toma en plano general de toda la parroquia, desde un ángulo picado, con dolly-in. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de la parroquia como parte de la Arquidiócesis de Santiago de Guatemala.</p>	<p>Toma en plano general de la parroquia a modo de timelapse. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del comienzo de la trayectoria de la parroquia, como casi parroquia en 1995.</p>
		
<p>Toma en plano entero del cortinaje del interior del templo, con paneo de izquierda a derecha. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del año en el que se empieza a trabajar como parroquia, es decir el año 1999.</p>	<p>Toma en plano entero del altar de la iglesia, con tilt de abajo hacia arriba. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del año en el que se empieza a trabajar como parroquia, es decir el año 1999.</p>	<p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de que han sido varios los párrocos que han tenido el mando de la parroquia con el transcurso de los años.</p>
		
<p>Toma en plano entero de la feligresía de rodillas en el templo, con un paneo de derecha a izquierda. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de que el objetivo ha sido construir el reino de Dios en esta parroquia.</p>	<p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de que el objetivo ha sido construir el reino de Dios en esta parroquia.</p>	<p>Toma en plano medio corto de una feligrés sentado en el templo, con un paneo de izquierda a derecha. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de que el objetivo ha sido construir el reino de Dios en esta parroquia.</p>

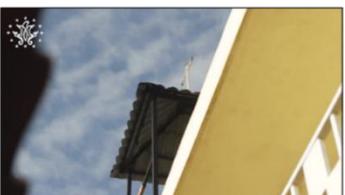
9.1 Propuesta final. Storyboard, página 2.

 <p>Toma en plano detalle de unas velas de la parroquia.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de que el objetivo ha sido construir el reino de Dios en esta parroquia.</p>	 <p>Toma en gran plano general del territorio parroquial, desde una angulación cenital.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de las colonias que son parte del territorio parroquial.</p>	 <p>Toma en gran plano general del territorio parroquial, desde una angulación picada con dolly-out.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de las colonias que son parte del territorio parroquial.</p>
 <p>Toma en gran plano general del territorio parroquial, desde una angulación picada con dolly-in.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de las colonias que son parte del territorio parroquial.</p>	 <p>Transición cinemática de fusión para pasar a la siguiente escena.</p> <p>FX: Música con bajo volumen de forma que predomine la voz del sacerdote.</p> <p>Locución: Mención de la formación de grupos pastorales a lo largo de los años.</p>	 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara.</p> <p>FX: Música con bajo volumen de forma que predomine la voz del sacerdote.</p> <p>Locución: Mención de la formación de grupos pastorales a lo largo de los años.</p>
 <p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de la formación de grupos pastorales a lo largo de los años.</p>	 <p>Toma de una servidora de la liturgia en plano medio, con paneo de izquierda a derecha.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención en primer lugar de la pastoral litúrgica.</p>	 <p>Toma de unos monaguillos encendiendo los cirios de sus cinales en plano medio, con paneo de izquierda a derecha.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de la conformación de la pastoral litúrgica, con el ministerio de monaguillos.</p>
 <p>Toma de unos monaguillos hincándose. Uno de ellos tocando la campanilla. Primer plano con tili de arriba hacia abajo.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de la conformación de la pastoral litúrgica, con el ministerio de monaguillos.</p>	 <p>Toma en plano detalle de las manos de uno de los músicos servidores, con paneo de izquierda a derecha.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención del ministerio de alabanza.</p>	 <p>Toma en plano medio de un grupo de alabanza de la parroquia, con paneo de izquierda a derecha.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención del ministerio de alabanza.</p>
 <p>Toma en plano detalle de un lector de la parroquia, leyendo el misal.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención del ministerio de lectores.</p>	 <p>Toma en plano medio de un ministro de la comunión con una feligrés, con un paneo de izquierda a derecha.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de los ministros de la comunión.</p>	 <p>Toma en plano entero de la procesión de entrada de los servidores en el templo.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de la formación de los servidores para servir mejor a la comunidad.</p>

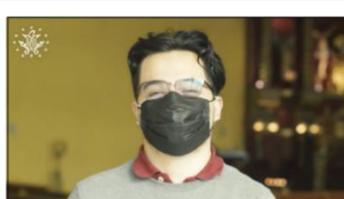
9.1 Propuesta final. Storyboard, página 3.

		
<p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara.</p> <p>FX: Música con bajo volumen de forma que predomine la voz del sacerdote.</p> <p>Locución: Mención de la formación de grupos parroquiales que ayudan a diversos grupos de personas, como el grupo "José Despierto".</p>	<p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de la formación de grupos parroquiales que ayudan a diversos grupos de personas, como el grupo "José Despierto".</p>	<p>Toma en plano medio de un feligrés rezando en el templo, con paneo de izquierda a derecha.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de los integrantes que conforman el grupo "José Despierto" y su función.</p>
		
<p>Toma en plano medio de un feligrés rezando junto a su hijo.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de los integrantes que conforman el grupo "José Despierto" y su función.</p>	<p>Toma de feligreses hombres saludándose entre ellos.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de los integrantes que conforman el grupo "José Despierto" y su función.</p>	<p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención del grupo "Vida en Abundancia".</p>
		
<p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención del grupo "Vida en Abundancia".</p>	<p>Toma en plano entero de una familia escuchando sentada en el templo, con paneo de derecha a izquierda.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de los integrantes que conforman el grupo "Vida en Abundancia" y su función.</p>	<p>Toma en plano entero de una familia ingresando al templo.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de los integrantes que conforman el grupo "Vida en Abundancia" y su función.</p>
		
<p>Toma en plano medio de una pareja de adultos mayores escuchando una misa, con tilt de abajo hacia arriba.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de los integrantes que conforman el grupo "Vida en Abundancia" y su función.</p>	<p>Transición cinemática de fusión para pasar a la siguiente escena.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de los integrantes que conforman el grupo "Vida en Abundancia" y su función.</p>	<p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de las comunidades activas en la parroquia.</p>
		
<p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de las comunidades activas en la parroquia.</p>	<p>Toma en plano detalle de una persona de una comunidad parroquial en una reunión de Zoom, con un dolly-in.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de la perseverancia de las comunidades a pesar de la situación de la pandemia.</p>	<p>Toma en plano detalle de una persona de una comunidad parroquial en una reunión de Zoom leyendo su misal, con un dolly-out.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención de la perseverancia de las comunidades a pesar de la situación de la pandemia y su firmeza en la fe.</p>

9.1 Propuesta final. Storyboard, página 4.

 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención en el mensaje del párroco que todo esto que se menciona es a manera resumida de los grupos y comunidades pastorales que existen en la parroquia.</p>	 <p>Toma en plano detalle de una biblia en el amfón del templo y un micrófono. Tit de abajo hacia arriba y un pequeño dolly-in. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención en el mensaje del párroco que todo esto que se menciona es a manera resumida de los grupos y comunidades pastorales que existen en la parroquia.</p>	 <p>Toma en plano medio del sacerdote levantando la biblia. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de las misas dominicales y el inicio de la celebración de 4 misas cada domingo.</p>
 <p>Toma en plano detalle de las bancas del templo. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de las misas dominicales y el inicio de la celebración de 4 misas cada domingo.</p>	 <p>Toma en plano medio corto de un servidor limpiando las bancas del templo. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de las misas dominicales y el inicio de la celebración de 4 misas cada domingo.</p>	 <p>Toma en plano detalle del limpiador y desinfectante con que se limpian las bancas del templo. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención de las misas dominicales y el inicio de la celebración de 4 misas cada domingo.</p>
 <p>Toma en plano entero del campanario de la parroquia, con ángulo contrapicado y paneo de derecha a izquierda. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del horario de las misas dominicales.</p>	 <p>Toma en plano medio del sacristán de la parroquia tocando la campana, con angulación contrapicada y un paneo de izquierda a derecha. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del horario de las misas dominicales.</p>	 <p>Toma en plano medio corto de las campanas del templo, en ángulo contrapicado, con tilt de abajo hacia arriba. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del horario de las misas dominicales.</p>
 <p>Toma en primer plano de una servidora brindando información a un feligrés. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Una exhortación de parte del párroco para unirse como comunidad y sobrellevar como parroquia a todos los que son parte de este territorio para seguir construyendo el reino de Dios.</p>	 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara. FX: Música con bajo volumen de forma que predomine la voz del sacerdote. Locución: Una exhortación de parte del párroco para unirse como comunidad y sobrellevar como parroquia a todos los que son parte de este territorio para seguir construyendo el reino de Dios.</p>	 <p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena. FX: Música inspiracional con incremento de volumen.</p>
 <p>Toma en primer plano de una lectora viendo hacia la cámara. FX: Música inspiracional.</p>	 <p>Toma en primer plano de un ministro de la eucaristía. FX: Música inspiracional.</p>	 <p>Toma en primer plano de un músico de un grupo de alabanza. FX: Música inspiracional.</p>

9.1 Propuesta final. Storyboard, página 5.

 <p>Toma en primer plano de una monaguillo. FX: Música inspiracional.</p>	 <p>Toma en primer plano de una servidora de la liturgia. FX: Música inspiracional.</p>	 <p>Toma en primer plano de la secretaria de la parroquia. FX: Música inspiracional.</p>
 <p>Toma en primer plano del sacristán de la parroquia. FX: Música inspiracional.</p>	 <p>Toma en primer plano del encargado de vigilar el parqueo. FX: Música inspiracional.</p>	 <p>Toma en primer plano de una monja. FX: Música inspiracional.</p>
 <p>Toma en primer plano del párroco. FX: Música inspiracional.</p>	 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara. FX: Música inspiracional baja de volumen con fade-out. Locución: Mención en el mensaje del párroco que para que más familias se unan, hace un llamado especial a los jóvenes.</p>	 <p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención en el mensaje del párroco que para que más familias se unan, hace un llamado especial a los jóvenes.</p>
 <p>Toma en plano detalle de un músico de algún grupo de alabanza tocando guitarra. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del espacio, la importancia y el servicio que tienen los jóvenes en la parroquia.</p>	 <p>Toma en plano medio de unos jóvenes cantando, con paneo de derecha a izquierda. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del espacio, la importancia y el servicio que tienen los jóvenes en la parroquia.</p>	 <p>Toma en primer plano de un joven viendo directamente a la cámara. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Mención del espacio, la importancia y el servicio que tienen los jóvenes en la parroquia.</p>
 <p>Transición cinemática de fusión para pasar a la siguiente escena. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Llamado a los niños, a integrarse desde primera comunión, pasando como monaguillos, pero también en general, acercándose a los pies de Jesús.</p>	 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Llamado a los niños, a integrarse desde primera comunión, pasando como monaguillos, pero también en general, acercándose a los pies de Jesús.</p>	 <p>Toma en plano detalle de la cruz alta que llevan los monaguillos con paneo de izquierda a derecha. FX: Música inspiracional con bajo volumen. Locución: Llamado a los niños, a integrarse desde primera comunión, pasando como monaguillos, pero también en general, acercándose a los pies de Jesús.</p>

9.1 Propuesta final. Storyboard, página 6.

 <p>Toma en plano medio de una servidora junto con un niño enseñándole a recibir la alreuda de los feligreses. Paneo de izquierda a derecha.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Llamado a los niños, a integrarse desde primera comunión, pasando como monaguillos, pero también en general, acercándose a los pies de Jesús.</p>	 <p>Transición de color institucional corinto para pasar a la siguiente escena.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención del párroco a la feligresía, que el objetivo es construir el reino de Dios y juntos hacer este camino de fe.</p>	 <p>Toma del párroco en plano medio viendo directamente a la cámara.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Mención del párroco a la feligresía, que el objetivo es construir el reino de Dios y juntos hacer este camino de fe.</p>
 <p>Toma en plano medio, al principio, del párroco celebrando la misa.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Concluye con el mensaje, que en este tiempo de pandemia, a pesar de las limitaciones, se continúe cerca de Jesús y de la Iglesia.</p>	 <p>Luego se enfoca el teléfono donde se está realizando la transmisión de la misa, en un plano detalle, con paneo de derecha a izquierda.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Concluye con el mensaje, que en este tiempo de pandemia, a pesar de las limitaciones, se continúe cerca de Jesús y de la Iglesia.</p>	 <p>Toma en plano detalle del Santísimo expuesto, en angulación contrapicada con un paneo de derecha a izquierda.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Finaliza con la invitación a no alejarnos de Dios.</p>
 <p>Transición aditiva entre la escena del Santísimo expuesto con el isotipo en fondo blanco.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p> <p>Locución: Finaliza con la invitación a no alejarnos de Dios.</p>	 <p>Aparece el isotipo animado y va incrementando un poco su escala hasta detenerse por completo.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p>	 <p>Aparece una transición con color institucional corinto que cubre todo el fondo.</p> <p>FX: Música inspiracional con bajo volumen.</p>
 <p>Cierre del video con el isotipo de la parroquia, con fondo de color institucional corinto. Luego 2 segs, se desvanece el isotipo.</p> <p>FX: Música inspiracional con fade-out, hasta quedarse en silencio por completo.</p>		

Propuesta final elaborada por Renata Pérez (2021)

Link del audiovisual – Propuesta Final.

<https://youtu.be/nYccnX2ma9g>

CAPÍTULO X: PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución

En la elaboración de este proyecto, es necesaria la proyección a mediano plazo de los recursos técnicos, económicos y tecnológicos de los que se debe disponer para que la creación del audiovisual de la Parroquia Madre del Redentor tenga un respaldo y una dirección bien fundamentada para su desarrollo. Para ello es necesario tomar en cuenta los siguientes elementos:

Plan de costos de elaboración: ayudará a definir las bases del proceso creativo y la elaboración de la propuesta.

Plan de costos de producción: permitirá establecer el costo de la producción final.

Plan de costos de reproducción: permitirá visualizar gastos de reproducción y/o difusión del video.

Plan de costos de distribución: ayudará a definir los costos necesarios para la publicación en medios de comunicación alternativos y virtuales.

Margen de utilidad: se implementó el 17.65% de utilidad sobre el subtotal del plan de costos de elaboración, producción y distribución.

IVA: Indicará el monto en base al porcentaje del 12.5% en base al plan de costos de elaboración, producción y distribución.

10.1 Plan de Costos de Elaboración

Dentro de este plan se elaboran las propuestas iniciales presentadas al cliente, que en este caso serían los storyboards del video audiovisual para definir la línea narrativa y visual. Para así después, realizar la propuesta preliminar.

Costo de Elaboración

Total de semanas elaboradas	4 semanas
Total de días laborados	20 días (5 días a la semana)
Total de horas laboradas	100 horas (5 horas al día)
Total del costo de elaboración: 100 horas por Q25 cada hora	Q2,500.00

Elaborado por Renata Pérez (2021)

10.2 Plan de Costos de Producción

La finalidad del plan de costos de producción corresponde a la elaboración de la propuesta final, es decir, ya realizados los cambios.

Costo de Producción

Total de semanas elaboradas	2 semanas
Total de días laborados	10 días (5 días a la semana)
Total de horas laboradas	50 horas (5 horas al día)
Total del costo de elaboración: 50 horas por Q25 cada hora	Q1,250.00

Renta de dron

Total del costo de dron por hora de vuelo	Q500.00
--------------------------------------------------	----------------

Elaborado por Renata Pérez (2021)

10.3 Plan de Costos de Reproducción

Cotización realizada con el equipo de “Kevin Gálvez Fotografía” para el alquiler de vuelo de drone.

Costo de Reproducción	
Total del costo de reproducción	Q0.00

Elaborado por Renata Pérez (2021)

10.4 Plan de Costos de Distribución

La distribución del audiovisual no tendrá costo alguno, ya que este será publicado en la Fanpage de Facebook de la Parroquia Madre del Rendentor, sitio que es gratuito y de fácil acceso al grupo objetivo.

Costo de Distribución	
Total del costo de distribución	Q0.00

Elaborado por Renata Pérez (2021)

10.5 Margen de Utilidad

El porcentaje de margen de utilidad es del 17.65%.

Margen de Utilidad	
Subtotal	Q4,250.00
Total margen de utilidad (17.65%)	Q750.13

Elaborado por Renata Pérez (2021)

10.6 IVA

El monto del impuesto sobre la renta se obtiene del 12% del plan de costos de elaboración, producción y distribución. Así como, con el timbre de prensa que representa un 0.5%.

IVA + timbre de prensa	
Subtotal	Q5,000.13
Total IVA + timbre de prensa (12.5%)	Q625.02

Elaborado por Renata Pérez (2021)

10.7 Cuadro con resumen general de costos

En el siguiente cuadro se detalla el resumen general de costos, que incluye los costos de: elaboración, producción, reproducción, distribución, margen de utilidad e IVA.

Detalle	Costo
Plan de costos de elaboración	Q2,500.00
Plan de costos de producción	Q1,750.00
Plan de costos de reproducción	Q0.00
Plan de costos de distribución	Q0.00
<i>Subtotal</i>	Q4,250.00
Margen de utilidad 20%	Q750.13
<i>Subtotal</i>	Q5,000.13
IVA + timbre de prensa	Q625.02
Gran Total	Q5,625.15

Elaborado por Renata Pérez (2021)

CAPÍTULO XI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1 Conclusiones

11.1.1 Se creó un audiovisual para promover el servicio de los grupos de apostolado de la Parroquia Madre del Redentor a su feligresía, por medio de su publicación en su fanpage de Facebook, logrando el concepto propuesto: “Divulgar actividades parroquiales de forma creativa, motivando a la acción.”

11.1.2 Se recopiló información para que fuera tomada en cuenta en la producción del video audiovisual a través de lo que el párroco proporcionó por medio del Brief, con el fin de facilitar la transmisión de información a los feligreses.

11.1.3 Se investigó términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados con la producción de videos, a través de fuentes bibliográficas que ayudaron a respaldar el video audiovisual que se presentó a la feligresía.

11.1.4 Se animó el logotipo de la Parroquia Madre del Redentor, con los programas de diseño de Adobe, para darle dinamismo al audiovisual y captar la atención del grupo objetivo.

11.2 Recomendaciones

11.2.1 Principalmente se sugiere que este no sea el único audiovisual que se realice para la Parroquia Madre del Redentor, debido a que, ante el gran auge de las redes sociales y su impacto en los usuarios, es necesario que los videos audiovisuales se consideren como recursos constantes para la transmisión de información en la página de Facebook de la parroquia.

11.2.2 Es importante que se platique con el párroco de la iglesia antes de realizar cualquier producción audiovisual para recopilar información por medio de un brief, facilitando la coordinación de detalles, conocer qué es lo que se desea comunicar y que por ende sea más efectiva la transmisión del mensaje a los feligreses.

11.2.3 Mantener en constante investigación los términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados con la producción de videos, para que se tenga conocimiento de todo lo que se está utilizando en el momento en el mundo de las redes, esto para no quedarse atrás y buscar la actualización.

11.2.4 Actualizar la animación del audiovisual para que este se mantenga atractivo y dinámico hacia los feligreses.

CAPÍTULO XII: CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII: Conocimiento General

12.1 Demostración de conocimientos

CONOCIMIENTO GENERAL



COMUNICACIÓN

Junto con el diseño gráfico, la comunicación **permitió que el proceso de transmisión, recepción, así como de retroalimentación del mensaje, fuera correcto y efectivo**. Y por tratarse de un video, la comunicación audiovisual fue de soporte en el transcurso de la elaboración del mismo, ya que esta contribuyó a no perder el objetivo del proyecto y por ende, a que cada elemento y código utilizado, fuera el indicado.

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

En conjunto con la comunicación audiovisual, la producción audiovisual permitió dar **estructura** al proyecto en general, desde:

La planificación, es decir la pre-producción,
La ejecución, es decir la producción y
El montaje y edición, es decir la post-producción.

DISEÑO GRÁFICO

Fue de los principales pilares en la realización del proyecto, sobretodo en la elaboración de elementos gráficos tanto para el video audiovisual como tal, como para los artes que se realizaron para vestir la página de Facebook. El diseño gráfico **permitió comunicar y transmitir el mensaje deseado al grupo objetivo a través de la tipografía, la imagen, el color, entre otros elementos**.

CREATIVIDAD

Para lograr la innovación, es necesaria la creatividad, porque esta **permite tener procesos mentales que generen ideas y conceptos originales y únicos**. Para la creación del concepto del video audiovisual y del proyecto en general, se basó en una técnica creativa que se denomina "SCAMPER", la cual en base a la formulación y respuesta de diversas preguntas se generan ideas y se elimina el bloqueo.

MEDIOS TECNOLÓGICOS

Los conocimientos adquiridos en la carrera acerca de los **softwares de diseño** tales como: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Premiere y Adobe After Effects, fueron puestos en práctica en la realización de este proyecto. Desde materiales para el trabajo escrito hasta para toda la producción audiovisual.

ÉTICA PROFESIONAL

Tal y como se aprendió en el curso de "Deontología", tener conocimiento de los **principios de la ética profesional** son de suma importancia dentro del desarrollo de las habilidades tanto técnicas como interpersonales del profesional en comunicación y diseño gráfico, **para alcanzar un ejercicio pleno y efectivo de la profesión**.

VISUALIZACIÓN GRÁFICA

Desde el primer año de la carrera, hasta el cuarto y último, se adquirieron conocimientos que fueron de mucha ayuda en el transcurso de este proyecto. **Se aplicaron conocimientos adquiridos de los cursos de "Visualización", "Taller" y "Proyectos"**. Esto es verificable desde los bocetas, storyboards, esquemas e incluso animaciones.



CAPÍTULO XIII: REFERENCIA

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias de libros

A

Alcaraz Varó, E. y Martínez L, María A. (1997). *Diccionario de Lingüística Moderna*. Editorial Ariel, S.A.

Aluma, Reynel A. (2020). *Semiótica II: Libro Docente*. Universidad de Cuenca.

B

Bron, Maximiliano. (2012). *Palabras Clave: Conceptos Esenciales para la Comunicación Multimedia*. Universidad Nacional de la Rioja.

D

De Santa Teresa, Marcos. (1808). *Compendio Moral Salmaticense: Según la Mente del Angélico Doctor. Tomo II*. Imprenta de la Calle de la Greda.

Ducrot, O. y Todorov, T. (1974). *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. Buenos Aires: Siglo XXI.

F

Filippis, Jorge et al. (2005). *Glosario del diseño*. Buenos Aires: Nobuko.

Francisco, P. (2016). *De Concordia Inter Codices*. Acta Apostolicae Sedis.

G

Gago, M. P. (2020). *Semiología: de los signos a las mediatizaciones*. Eudeba.

M

Matus, Pablo. (2019). *Storytelling: Cómo Crear y Contar Buenas Historias*. Maletín Editores.

N

Noguera, José. (2014). *Manual de Fotografía*. Editorial CreateSpace.

R

Rafols, Rafael y Colomer, Antoni. (2006). *Diseño Audiovisual*. Editorial Gustavo Gil, SL.

S

Sánchez, Rafael C. (1970). *Montaje Cinematográfico: Arte en Movimiento*. Editorial Pomaire.

Schaefer, Richard. (2006). *Introducción a la sociología*. MCGRAW-HILL.

T

Toledo de Araujo, W. (1990). *Los Medios Audiovisuales y la Lectura*. Departamento de Biblioteconomía y Documentación Universidad Federal de Paraiba (Brasil).

Truby, John. (2009). *Anatomía del Guión: El Arte de Narrar en 22 pasos*. Alba Editorial.

W

Wong, Wucius. (1991). *Fundamentos del Diseño Bi- y Tri-dimensional*. Editorial Gustavo Gili, S.A.

13.2 Referencias de revistas

R

Rubio, Julio E. y Esparza, Rodrigo. (2016). *Revista humanidades*. Enero-junio. Volumen 6, número 1. ¿Qué es Tecnología? Una aproximación desde la Filosofía: Disertación en dos movimientos, 10-11, 1-43.

13.3 Referencias de páginas en el Word Wide Web

B

Bárcena Díaz, Leticia. (s.f.). *Planos, encuadres y composición fotográfica*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Recuperado de:

<https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa4/n1/p3.html>

Bembibre, Victoria. (2009). *Definición de Píxel*. Definición ABC. Recuperado de:

<https://www.definicionabc.com/tecnologia/pixel.php>

Breve Historia del Arzobispado de Santiago de Guatemala. (s.f.). Arzobispado de Guatemala. Recuperado de:

<https://m.arzobispadodeguatemala.com/arquidiocesis/c/0/i/30257458/breve-historia-del-arzobispado-de-santiago-de-guatemala>

C

Concepto de feligreses. (s.f.). DeConceptos.com. Recuperado de:

<https://deconceptos.com/ciencias-sociales/feligreses>

Chaman Expierence. (s.f.). *Tiempo de exposición* [Fotografía]. Recuperado de:

<https://www.chamanexperience.com/fotografia/que-es-la-velocidad-de-obturacion-en-fotografia/>

D

Definición de Parroquia. (2021). ConceptoDefinición. Recuperado de:

<https://conceptodefinition.de/parroquia/>

E

Equipo editorial, Etecé. (2021). *Redes sociales*. Concepto.de. Recuperado de:

<https://concepto.de/redes-sociales/>.

Equipo editorial, Etecé. (2021). *Teoría del color*. Concepto.de. Recuperado de:

<https://concepto.de/teoria-del-color/>

G

G. Bedoya, Alejandro. (1997). *¿Qué es Interactividad?* Revista Electrónica. Recuperado

de: <http://www.sinpapel.com/art0001.shtml>

K

Kosloski, Philip. (2019). *¿Qué es un decanato en la Iglesia católica?* Aleteia. Recuperado

de: <https://es.aleteia.org/2019/08/18/que-es-un-decanato-en-la-iglesia-catolica/>

L

Locución de audios. (2018). Universidad EAFIT. Recuperado de:

<https://www.eafit.edu.co/proyecto50/contenidos/Paginas/locuci%C3%B3n-de-audios.aspx>

Las claves para entender qué es la antropología. (2016). UNIBA Centro Universitario

Internacional de Barcelona. Recuperado de:

<https://www.unibarcelona.com/int/actualidad/informacion-y-sociedad/que-es-la-antropologia>

M

Marín García, A. (s.f.). *Religión*. Economipedia: Haciendo Fácil la Economía. Recuperado

de: <https://economipedia.com/definiciones/religion.html>

Multimedia. (2021). Significados.com. Recuperado de:

<https://www.significados.com/multimedia/>

P

Pérez, J. y Gardey, A. (2017). *Definición de Audio*. Definición.de. Definición de católico.

Recuperado de: <https://definicion.de/audio/>

- Pérez, J. y Gardey, A. (2016). *Definición de Sacerdote*. Definición.de. Definición de sacerdote. Recuperado de: <https://definicion.de/audio/>
- Pérez, J. y Gardey, A. (2013). *Definición de Audiovisual*. Definición.de. Definición de audiovisual. Recuperado de: <https://definicion.de/audiovisual/>
- Pérez, J. y Gardey, A. (2021). *Definición de Video*. Definición.de. Definición de video. Recuperado de: <https://definicion.de/video/>
- Pérez, J. y Gardey, A. (2008). *Definición de Teología*. Definición.de. Definición de teología. Recuperado de: <https://definicion.de/teologia/>
- Prensa NextIBS. (2018). *¿Qué es la Comunicación Institucional y por qué es importante?* Next International Business School. Recuperado de: <https://www.nextibs.com/que-es-la-comunicacion-institucional-y-por-que-es-importante/>
- Psicología de la comunicación*. (2021) Tech School of Business Guatemala. Recuperado de: <https://www.techtitude.com/gt/escuela-de-negocios/blog/psicologia-de-la-comunicacion>
- Peiró, Rosario. (s.f.). *Psicología del color*. Economipedia. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/psicologia-del-color.html>
- Photography*. (s.f.). Artlex. Recuperado de: <https://www.artlex.com/art-terms/p/photography/>

Q

- ¿Qué es la cinematografía y en qué consiste?* (s.f.). Toulouse Lautrec. Recuperado de: <https://www.toulouselautrec.edu.pe/blogs/que-es-cinematografia>

R

- Ramírez, María José. (s.f.). *El video como herramienta o medio de difusión para tu emprendimiento*. Crece Mujer de Banco Estado. Recuperado de:

<https://www.crecemujer.cl/capacitacion/quiero-mejorar-mi-negocio/el-video-como-herramienta-o-medio-de-difusion-para-tu>

S

Significado de Logotipo. (2021). Significados.com. Recuperado de:

<https://www.significados.com/logotipo/>

T

Tatay, Tina. (s.f.). *El Triángulo de Exposición: Conoce los Tres Elementos Esenciales para Dominar la Luz en el Modo Manual.* dzoom. Recuperado de:

<https://www.dzoom.org.es/los-tres-elementos-que-afectan-a-la-exposicion-en-tus-fotos/>

U

Ucha, Florencia. (2009). Definición de *Interactivo*. Definición ABC. Recuperado de:

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

Uriarte, Julia M. (2021). *Definición y Características: Comunicación Escrita.*

Características.co. Recuperado de: <https://www.caracteristicas.co/comunicacion-escrita/>

Y

Yirda, Adrián. (2021). *Definición de Arquidiócesis.* Recuperado de:

<https://conceptodefinicion.de/arquidiocesis/>

Z

Zafra, Dan. (2020). *¿Qué Es La Distancia Focal Y El Campo De Visión En Fotografía?*

Capture The Atlas: Photography, Travel, Adventure. Recuperado de:

<https://capturetheatlas.com/es/que-es-la-distancia-focal/>

Zafra, Dan. (2020). *Profundidad de campo y distancia focal* [Fotografía]. Capture The Atlas: Photography, Travel, Adventure. Recuperado de:

<https://capturetheatlas.com/es/que-es-la-distancia-focal/#que>

Zafra, Dan. (2020). *Apertura de diafragma* [Fotografía]. Capture The Atlas: Photography,

Travel, Adventure. Recuperado de: <https://capturetheatlas.com/es/que-es-la-apertura-de-diafragma-en-fotografia/>

13.4 Blogs

D

Díaz, Cova. (26 de julio de 2017). ¿Qué es el Storytelling? Ejemplos de cómo las historias sirven para ganar clientes. *Raiola Networks*. Recuperado de:

<https://raiolanetworks.es/blog/que-es-el-storytelling-y-ejemplos/>

E

Esneca. (19 de junio de 2019). ¿Qué es diseño gráfico y para qué sirve? *Esneca Business School*. Recuperado de: <https://www.esneca.com/blog/que-es-diseno-grafico/>

G

Giraldo, Valentina. (26 de octubre de 2016). Adobe Creative Suite: qué es y para qué sirve. *Rockcontent: blog*. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/adobe-creative/>

H

Huerta, Jorge Luis. (24 de noviembre de 2014). Semiótica de la imagen: depende del ojo con que se mire. *Forbes México*. Recuperado de:

<https://www.forbes.com.mx/semiotica-de-la-imagen-depende-del-ojo-con-que-se-mire/>

L

Lorella. (20 de mayo de 2016). ¿Qué es la teoría de la Gestalt? *Stampaprint: creativity blog*.

Recuperado de: <https://www.stampaprint.net/es/blog/acerca-de-la-impression/la-teoria-la-gestalt>

M

Metáfora Visual. (s.f.). ¿Qué es el encuadre fotográfico? *Metáfora Visual*. Recuperado de:

<https://metaforavisual.com/blog/que-es-el-encuadre-fotografico/>

R

Rey, Raúl. (3 de mayo de 2017). Conceptos Tipográficos: Tipo, fuente y familia.

Reydefine: Comunicación, diseño y vida digital. Recuperado de:

<https://reydefine.com/conceptos-tipograficos/>

Rodríguez Álvarez, Eva. (13 de octubre de 2017). El método SCAMPER: cómo activar el pensamiento creativo. *IEBS*. Recuperado de:

<https://www.iebschool.com/blog/metodo-scamper-agile-scrum/>

S

Schüler, Lia. (25 de mayo de 2020). Público objetivo, cliente ideal y buyer persona: ¿cuáles son las diferencias? *Blog de Marketing Digital de Resultados*. Recuperado de:

<https://www.rdstation.com/es/blog/publico-objetivo-cliente-ideal-buyer-persona/>

CAPÍTULO XIV: ANEXOS



14.1 Anexo A. Brief.

Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Este instrumento sirve como plataforma para definir los objetivos de mercado y de comunicación que requiere la organización.

Datos del estudiante

Nombre del estudiante	Renata María Pérez Cabrera
No de Carné	18002002
Teléfono	4195-7932
E-mail	renata.perez@galileo.edu
Proyecto	Creación de video audiovisual para promover el servicio de los grupos de apostolado de la Parroquia Madre del Redentor, a la feligresía de la Zona 4 de Mixco, Guatemala, Guatemala.

Datos del cliente

Misión	Brindar el espacio y las actividades adecuadas para que los fieles del territorio asignado a la Parroquia Madre del Redentor puedan celebrar su fe, acrecentarla y practicarla.
Visión	Acercar a los feligreses a la palabra de Dios según el evangelio, por medio de actividades de culto, acercamiento y crecimiento con la ayuda de los diferentes grupos parroquiales que brindan su servicio pastoral.
Delimitación geográfica	El territorio parroquial abarca las siguientes colonias: <ul style="list-style-type: none"> • Monte Real • Valle del Sol • San Ángel y Santiago • Villas de San José • La Fontana De la zona 4 de Mixco, Guatemala, Guatemala.
Grupo objetivo	Es bastante extenso y variado, conformado de hombres y mujeres de 15 años en adelante, , NSE C completo, que buscan pertenecer a una parroquia donde participan de actividades con el fin de profesar su fe e incrementar la misma.

14.1 Anexo A. Brief.

Oportunidad identificada	Se detectó que la Parroquia Madre del Redentor, carece de materiales audiovisuales que promuevan el servicio de las pastorales, los ministerios y grupos que conforman la iglesia. Por esta razón se determinó crear una producción audiovisual que permita la difusión de las actividades realizadas en la Parroquia Madre del Redentor, hacia los feligreses de la misma.
--------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Datos de la empresa

Misión	Brindar el espacio y las actividades adecuadas para que los fieles del territorio asignado a la Parroquia Madre del Redentor puedan celebrar su fe, acrecentarla y practicarla.
Visión	Acercar a los feligreses a la palabra de Dios según el evangelio, por medio de actividades de culto, acercamiento y crecimiento con la ayuda de los diferentes grupos parroquiales que brindan su servicio pastoral.
Delimitación geográfica	El territorio parroquial abarca las siguientes colonias: <ul style="list-style-type: none"> • Monte Real • Valle del Sol • San Ángel y Santiago • Villas de San José • La Fontana De la zona 4 de Mixco, Guatemala, Guatemala.
Grupo objetivo	Es bastante extenso y variado, conformado de hombres y mujeres de 15 años en adelante, , NSE C completo, que buscan pertenecer a una parroquia donde participan de actividades con el fin de profesar su fe e incrementar la misma.
Principal beneficio al Grupo Objetivo	Promover el servicio pastoral que se realiza en la Parroquia Madre del Redentor, a las personas que asisten a las actividades que esta organiza a través de la producción de audiovisuales que informen más a detalle la labor que realizan, en todas las áreas de la iglesia.

14.1 Anexo A. Brief.

Competencia	Dado que se trata de una institución religiosa, no existe una competencia como tal, ya que sus objetivos no son comerciales sino de fines sociales y espirituales.
Posicionamiento	-
Factores de diferenciación	Dentro del decanato en el que se encuentra la parroquia, únicamente se podría indicar que la infraestructura que posee así como forma de trabajar en conjunto con todas las comunidades y ministerios, se diferenciará de la forma en la que trabajan las otras iglesias del decanato 13.
Objetivo de mercado	Evangelizar por medio de la palabra de Dios, desde sus actividades religiosas, ministerios y servicios.
Objetivo de comunicación	Evangelizar la palabra y enseñanza de Dios.
Mensaje clave a comunicar	Que la feligresía de la Parroquia Madre del Redentor se motive y entusiasme al ver todo el servicio que se realiza en la parroquia.
Estrategia de comunicación	Enseñar y difundir la fe católica a través de las eucaristías, las actividades pastorales, de los grupos y comunidades.
Reto del diseñador	Lograr conmovir y motivar a los usuarios que vean el video audiovisual para que se identifiquen más con la parroquia.
Trascendencia	Captar nuevos feligreses y fidelizar aún más a los actuales.
Materiales a realizar	Video audiovisual de las actividades que realizan los grupos pastorales de la Iglesia.
Presupuesto	Q5,625. ¹⁵ que será donado por la profesional en Comunicación y Diseño Gráfico Renata Pérez.

Datos de la imagen gráfica

Logotipo	Si se posee.
Colores	No se tiene, o al menos no se utiliza correctamente.
Tipografía	No se tiene.
Forma	No se tiene.

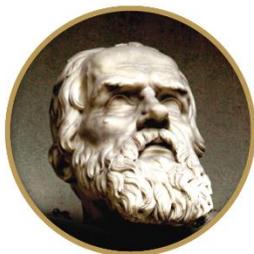
Fecha: 26/06/2021

14.2 Anexo B. Tabla de Niveles Socioeconómicos.

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E	
Ingreso	+ de Q100.000,00	Q50.000,00	Q25.000,00	Q17.000,00	Q11.000,00	Q7.200,00	Q3.400,00	- de Q1.000,00	
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Licenciatura	Medio completa	Primaria completa	Sin estudios	
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, o en 1 grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores en escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios	
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad	
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, piscina, estudio, área de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, piscina, 1 estudio, área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala	Casa/casero, rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor	Casa/casero, rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Fincas, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias						
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual				
Servicios financieros	3-4 cts Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y cts en US\$	2-3 cts Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y cts en US\$	1-2 cts Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro			
Poseciones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero, avionaviones	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo			
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras, miembro seguridad domiciliar, todos los electrodomésticos, Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras, internet, porton eléctrico y todos los electrodomésticos, Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular, cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estudio	Radio, cocina de baño.	
División	Clubs privados, vacaciones en el exterior	Clubs privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques		

Fuente: Tabla de Niveles Socio Económicos 2018/Multivex

14.3 Anexo C. Encuesta.



Universidad Galileo
Facultad de Comunicación (FACOM)
Licenciatura en Comunicación
Proyecto de tesis

Edad:

Nombre: _____

Género: F M

Profesión: _____

Cliente Experto Grupo Objetivo

Puesto: _____

Años de experiencia: _____

Encuesta de validación de proyecto

Creación de video audiovisual para promover el servicio de los grupos de apostolado de la Parroquia Madre del Redentor, a la feligresía de la Zona 4 de Mixco, Guatemala.

Antecedentes

La parroquia Madre del Redentor, fue fundada en el año de 1995, y el 31 de Julio de 1,999, fue elevada a Parroquia. Así mismo, forma parte del Decanato 13, y pertenece a la Vicaría del Rosario. El territorio parroquial abarca las siguientes colonias:

- Monte Real
- Valle del Sol
- San Ángel y Santiago

14.3 Anexo C. Encuesta.

- Villas de San José
- La Fontana

El estudiante descubre el requerimiento en comunicación y diseño en la parroquia debido a que este ha sido parte de sus actividades religiosas desde infante hasta la fecha. Esta iglesia tiene más de 15 años de vigencia y actividad, lo que la establece como una parroquia bastante joven. Algunos integrantes de estas mismas pastorales, ministerios y grupos han tenido la iniciativa de implementar recursos y herramientas tecnológicas que ayuden a difundir los avisos, las actividades y los mensajes, incluso de transmitir las eucaristías. Sin embargo, aunque se cuenta con una fanpage en Facebook, el tráfico de la audiencia y el alcance no es el esperado. Y una de las razones principales es por la misma carencia en la creación y uso de recursos tanto gráficos como audiovisuales que posean estética y armonía visual, para no solo llamar la atención de los feligreses, sino también para aumentar la afluencia de usuarios para que se informen de lo que sucede en su parroquia, difundan la información y se involucren.

Instrucciones:

Con base a la información anterior, observe la propuesta del video audiovisual que se le presenta y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, marcando su respuesta con una “X”.

14.3 Anexo C. Encuesta

Parte Objetiva

1. ¿Considera que es funcional elaborar un video audiovisual para dar a conocer y promover el servicio que realizan los grupos de apostolado de la Parroquia Madre del Redentor a sus feligreses?

SI

NO

2. ¿Cree que se debe recopilar información con el cliente a través de un brief, para que estos datos se tomen en cuenta en la producción y se facilite así la transmisión a la feligresía?

SI

NO

3. ¿Considera necesario investigar información relevante acerca de producción de videos, como términos, conceptos y/o tendencias para así realizar de una forma correcta la producción audiovisual del video a presentar a la feligresía?

SI

NO

14.3 Anexo C. Encuesta

4. ¿Considera importante que en base al video audiovisual, se establezca una línea gráfica para la Fanpage de Facebook de la parroquia y que esta se estandarice mes con mes?

SI

NO

Parte Semiológica:

5. ¿Considera que las escenas producidas para el video brindan soporte a la información que se brinda con el mensaje del párroco?

Mucho

Poco

Nada

6. Considera usted que la cantidad de veces utilizada del imatotipo, así como del isotipo de la parroquia, da un sentimiento de:

Mucha pertenencia

Poca pertenencia

Nada de pertenencia

14.3 Anexo C. Encuesta

7. Considera que los colores así como la tipografía utilizada en el video audiovisual transmiten:

Mucha seriedad

Poca seriedad

Nada de seriedad

Parte Operativa:

8. Al momento de observar la edición en su totalidad del video audiovisual, este le parece:

Dinámico

Poco dinámico

Nada dinámico

9. Según su criterio, ¿el tamaño 1080x1920px del video, permite visualizar con claridad el contenido en dispositivos móviles?

SI

NO

10. Considera que las escenas que apoyan la locución del párroco, en cuanto a calidad visual, poseen:

14.3 Anexo C. Encuesta

Alta definición

Baja definición

Ninguna definición

11. Cree que en general la información brindada en el transcurso del video audiovisual,
es:

Comprensible

Poco comprensible

Nada comprensible

Observaciones: _____

¡Gracias por completar la encuesta

14.4 Anexo D. Validación con el cliente.

Párroco Mario López



Proporcionado por Renata Pérez (2021)



14.5 Anexo E. Validación Grupo Objetivo.



Proporcionado por Renata Pérez (2021)

14.6 Anexo F. Validación de los expertos en comunicación.

Validación Licenciado Antonio Gutiérrez

15/9/21 2:02

Correo de Universidad Galileo - Validación Propuesta Preliminar - Proyecto de Graduación Renata Pérez



Renata María Pérez Cabrera <renata.perez@galileo.edu>

Validación Propuesta Preliminar - Proyecto de Graduación Renata Pérez

4 mensajes

Renata María Pérez Cabrera <renata.perez@galileo.edu>
Para: ragutierrez Galileo <ragutierrez@galileo.edu>

12 de septiembre de 2021, 22:45

Buenas noches Licenciado Antonio,

Es de mi agrado dirigirme a usted, le saluda la estudiante Renata María Pérez Cabrera, con el motivo de solicitarle su apoyo para optar a la revisión y validación de mi proyecto de graduación.

Adjunto link tanto de mi propuesta preliminar como de la encuesta.

De igual forma, le solicitaría de ser posible me adjuntara dos fotografías para evidenciar la validación en mi tesis. Una donde se encuentre observando mi proyecto y la otra, contestando la encuesta.

Desde ya, ¡infinitas gracias por ayudarme a culminar mi proceso!
Quedo pendiente, saludos cordiales.

Link de mi propuesta preliminar: <https://youtu.be/-RkWiPGrtI8>

Link de la encuesta: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc6_Hnl87cPmkX0llg7P5XU7sOiaEn6iuWqkvrgHzEBIpmBFA/viewform?usp=st_link

Rafael Antonio Gutierrez Herrera <ragutierrez@galileo.edu>
Para: Renata María Pérez Cabrera <renata.perez@galileo.edu>

13 de septiembre de 2021, 6:45

Buenos días Apreciable Srta. Renata María,

Dios le bendiga.

Muchas gracias por considerarme para la validación de su proyecto de graduación. Felicitaciones, lindo proyecto dedicado a esta joven Obra de Dios.

Adjunto, le envío una fotografía de evidencia. Ya participé en la encuesta digital.

Ánimo y adelante. Fraternalmente.



Proporcionado por Lic. Antonio Gutiérrez (2021)

Validación Licenciado Carlos Franco

15/9/21 1:42 Correo de Universidad Galileo - Re: Validación Propuesta Preliminar - Proyecto de Graduación Renata Pérez

 Renata María Pérez Cabrera <renata.perez@galileo.edu>

Re: Validación Propuesta Preliminar - Proyecto de Graduación Renata Pérez
2 mensajes

Carlos Franco <carlosofranco@galileo.edu> 11 de septiembre de 2021, 13:49
Para: Renata María Pérez Cabrera <renata.perez@galileo.edu>

con todo gusto, ya resuelto, saludos

El sáb, 11 sept 2021 a las 13:14, Renata María Pérez Cabrera (<renata.perez@galileo.edu>) escribió:



Renata María Pérez Cabrera <renata.perez@galileo.edu> 13:10 (hace 3 minutos)

Buenas tardes Licenciado,

Es de mi agrado dirigirme a usted, le saluda la estudiante Renata María Pérez Cabrera, con el motivo de solicitarle su apoyo para optar a la revisión y validación de mi proyecto de graduación.

Adjunto link tanto de mi propuesta preliminar como de la encuesta.

De igual forma, le solicitaría de ser posible me adjuntara dos fotografías para evidenciar la validación en mi tesis. Una donde se encuentre observando mi proyecto y la otra, contestando la encuesta.

Desde ya, ¡infinitas gracias por ayudarme a culminar mi proceso!
Quedo pendiente, saludos cordiales.

Link de mi propuesta preliminar: <https://youtu.be/-RkWPGrtf6>
Link de la encuesta: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc6_Hnl87cPmKX0Ilg7P5XU7sOiaEn6iuWqkvrgHzEBIpmBfA/viewform?usp=sf_link

Renata María Pérez Cabrera <renata.perez@galileo.edu> 12 de septiembre de 2021, 11:02
Para: Carlos Franco <carlosofranco@galileo.edu>

Proporcionado por Lic. Carlos Franco (2021)

Validación Licenciado Guillermo García



Renata María Pérez Cabrera <renata.perez@galileo.edu>

Validación Propuesta Preliminar - Proyecto de Graduación Renata Pérez

3 mensajes

Renata María Pérez Cabrera <renata.perez@galileo.edu>
Para: Guillermo García <gletona@galileo.edu>

11 de septiembre de 2021, 13:12

Buenas tardes Licenciado,

Es de mi agrado dirigirme a usted, le saluda la estudiante Renata María Pérez Cabrera, con el motivo de solicitarle su apoyo para optar a la revisión y validación de mi proyecto de graduación.

Adjunto link tanto de mi propuesta preliminar como de la encuesta.

De igual forma, le solicitaría de ser posible me adjuntara dos fotografías para evidenciar la validación en mi tesis. Una donde se encuentre observando mi proyecto y la otra, contestando la encuesta.

Desde ya, ¡infinitas gracias por ayudarme a culminar mi proceso!
Quedo pendiente, saludos cordiales.

Link de mi propuesta preliminar: <https://youtu.be/-RkWiPGrtt8>

Link de la encuesta: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc6_HnI87cPmKX0Ilg7P5XU7sOiaEn6uWqkvrgHzEBIpmBfA/viewform?usp=sf_link

Guillermo García <gletona@galileo.edu>
Para: Renata María Pérez Cabrera <renata.perez@galileo.edu>

14 de septiembre de 2021, 12:33

Listo, saludos
[El texto citado está oculto]

Renata María Pérez Cabrera <renata.perez@galileo.edu>
Para: Guillermo García <gletona@galileo.edu>

14 de septiembre de 2021, 15:05

Muchas gracias Lic!
[El texto citado está oculto]

Proporcionado por Lic. Guillermo García (2021)

Validación Licenciada Lourdes Donis



Renata María Pérez Cabrera <renata.perez@galileo.edu>

Validación Propuesta Preliminar - Proyecto de Graduación Renata Pérez

3 mensajes

Renata María Pérez Cabrera <renata.perez@galileo.edu>
Para: Lourdes Donis <lourdesdonis@galileo.edu>

11 de septiembre de 2021, 13:15

Buenas tardes Licenciada,

Es de mi agrado dirigirme a usted, le saluda la estudiante Renata María Pérez Cabrera, con el motivo de solicitarle su apoyo para optar a la revisión y validación de mi proyecto de graduación.

Adjunto link tanto de mi propuesta preliminar como de la encuesta.

De igual forma, le solicitaría de ser posible me adjuntara dos fotografías para evidenciar la validación en mi tesis. Una donde se encuentre observando mi proyecto y la otra, contestando la encuesta.

Desde ya, jirifinitas gracias por ayudarme a culminar mi proceso!
Quedo pendiente, saludos cordiales.

Link de mi propuesta preliminar: <https://youtu.be/-RkWiPGrtI8>

Link de la encuesta: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc6_Hni87cPmKX0tIq7P5XU7sOiaEn6iuWqkvGhzEBIpmBfA/viewform?usp=sf_link

Lourdes Donis <lourdesdonis@galileo.edu>
Para: Renata María Pérez Cabrera <renata.perez@galileo.edu>

13 de septiembre de 2021, 22:21

Hola Renata,
listo validación llena.
[El texto oculto está oculto]
--
Saludos cordiales,

Lourdes L. Donis S., M.Sc.
www.about.me/lourdesdonis



foto para validar proyectos Lourdes Donis.jpg
9K

Renata María Pérez Cabrera <renata.perez@galileo.edu>
Para: Lourdes Donis <lourdesdonis@galileo.edu>

14 de septiembre de 2021, 15:04

Muchísimas gracias Lic!
[El texto oculto está oculto]

Proporcionado por Lcda. Lourdes Donis (2021)

Validación Licenciada Ma. Alejandra Rodríguez

← 📅 ⌚ 🗑️ 📧 ⌚ ↻ 📎 🗑️ ⋮ 1 de 11 < >

Validación Propuesta Preliminar - Proyecto de Graduación Renata Pérez 🖨️ 📄

R **Renata María Pérez Cabrera** <renata.perez@galileo.edu> para María, María ▾ sáb, 11 sept 13:13 ★ ↶ ⋮

Buenas tardes Licenciada,

Es de mi agrado dirigirme a usted, le saluda la estudiante Renata María Pérez Cabrera, con el motivo de solicitarle su apoyo para optar a la revisión y validación de mi proyecto de graduación.

Adjunto link tanto de mi propuesta preliminar como de la encuesta.

De igual forma, le solicitaría de ser posible me adjuntara dos fotografías para evidenciar la validación en mi tesis. Una donde se encuentre observando mi proyecto y la otra, contestando la encuesta.

Desde ya, ¡infinitas gracias por ayudarme a culminar mi proceso!
Quedo pendiente, saludos cordiales.

Link de mi propuesta preliminar: <https://youtu.be/-RkWiPGrtI8>
Link de la encuesta: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc6_HnI87cPmKX0tIq7P5XU7sOiaEn6iuWqkvrGhzEBIpmBfA/viewform?usp=sf_link



Preguntas **Respuestas** 25 Configuración

Cliente
 Experto
 Grupo Objetivo

Nombre *
Ma. Alejandra Rodríguez

Género *
 Femenino
 Masculino

Proporcionado por Lcda. Ma. Alejandra Rodríguez