



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Producción de un video educativo para publicarlo en la página web de la Organización no gubernamental ONG denominada La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días con el fin de dar a conocer a hombres y mujeres comprendidos entre 20 y 30 años de edad que residen en la ciudad de Guatemala acerca de la forma de cómo prepararse ante una erupción volcánica.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

Elaborado por:

Andrea Sofía Díaz Hernández

21002102

Para obtener el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción,

Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Proyecto de graduación:

Producción de un video educativo para publicarlo en la página web de la Organización no gubernamental ONG denominada La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días con el fin de dar a conocer a hombres y mujeres comprendidos entre 20 y 30 años de edad que residen en la ciudad de Guatemala acerca de la forma de cómo prepararse ante una erupción volcánica.

Guatemala, Guatemala

Elaborado por:

Andrea Sofía Díaz Hernández

Nueva Guatemala de la Asunción

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora General

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza, M.Sc.

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 15 de abril de 2024

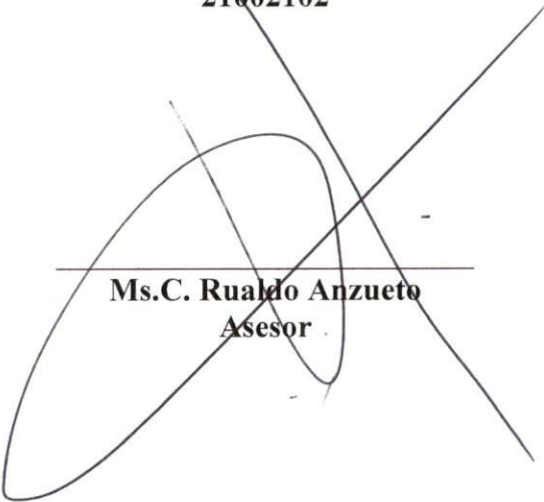
Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO EDUCATIVO PARA PUBLICARLO EN LA PÁGINA WEB DE LA ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL ONG DENOMINADA LA IGLESIA DE JESUCRISTO DE LOS SANTOS DE LOS ÚLTIMOS DÍAS CON EL FIN DE DAR A CONOCER A HOMBRES Y MUJERES COMPRENDIDOS ENTRE 20 Y 30 AÑOS DE EDAD QUE RESIDEN EN LA CIUDAD DE GUATEMALA ACERCA DE LA FORMA DE CÓMO PREPARARSE ANTE UNA ERUPCIÓN VOLCÁNICA.** Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Andrea Sofía Díaz Hernández
21002102

Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2024

Señorita:
Andrea Sofía Díaz Hernández
Presente

Estimada Señorita Díaz:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO EDUCATIVO PARA PUBLICARLO EN LA PÁGINA WEB DE LA ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL ONG DENOMINADA LA IGLESIA DE JESUCRISTO DE LOS SANTOS DE LOS ÚLTIMOS DÍAS CON EL FIN DE DAR A CONOCER A HOMBRES Y MUJERES COMPRENDIDOS ENTRE 20 Y 30 AÑOS DE EDAD QUE RESIDEN EN LA CIUDAD DE GUATEMALA ACERCA DE LA FORMA DE CÓMO PREPARARSE ANTE UNA ERUPCIÓN VOLCÁNICA.** Así mismo, se aprueba al Ms.C. Rualdo Anzueto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 07 de enero de 2025

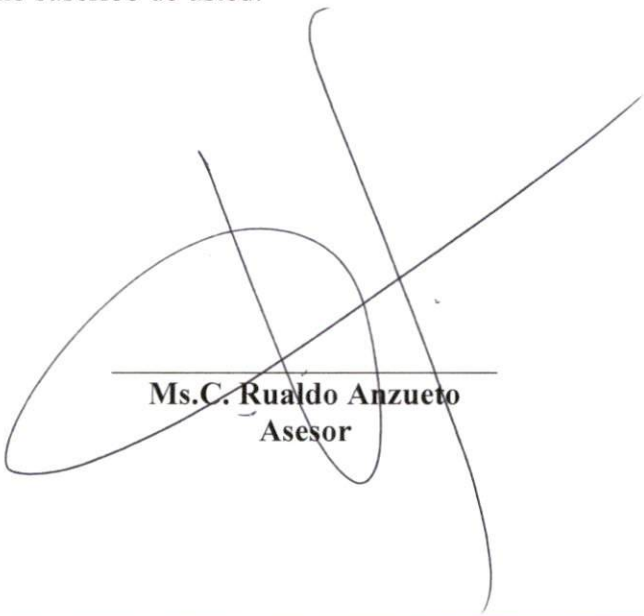
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO EDUCATIVO PARA PUBLICARLO EN LA PÁGINA WEB DE LA ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL ONG DENOMINADA LA IGLESIA DE JESUCRISTO DE LOS SANTOS DE LOS ÚLTIMOS DÍAS CON EL FIN DE DAR A CONOCER A HOMBRES Y MUJERES COMPRENDIDOS ENTRE 20 Y 30 AÑOS DE EDAD QUE RESIDEN EN LA CIUDAD DE GUATEMALA ACERCA DE LA FORMA DE CÓMO PREPARARSE ANTE UNA ERUPCIÓN VOLCÁNICA.** Presentado por la estudiante: Andrea Sofía Díaz Hernández, con número de carné: 21002102, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de abril de 2025

Señorita
Andrea Sofía Díaz Hernández
Presente

Estimada Señorita Díaz:

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, 24 de junio de 2025.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO EDUCATIVO PARA PUBLICARLO EN LA PÁGINA WEB DE LA ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL ONG DENOMINADA LA IGLESIA DE JESUCRISTO DE LOS SANTOS DE LOS ÚLTIMOS DÍAS CON EL FIN DE DAR A CONOCER A HOMBRES Y MUJERES COMPRENDIDOS ENTRE 20 Y 30 AÑOS DE EDAD QUE RESIDEN EN LA CIUDAD DE GUATEMALA ACERCA DE LA FORMA DE CÓMO PREPARARSE ANTE UNA ERUPCIÓN VOLCÁNICA**, de la estudiante Andrea Sofía Díaz Hernández, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 26 de junio de 2025

Señorita:
Andrea Sofía Díaz Hernández
Presente

Estimada Señorita Díaz:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO EDUCATIVO PARA PUBLICARLO EN LA PÁGINA WEB DE LA ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL ONG DENOMINADA LA IGLESIA DE JESUCRISTO DE LOS SANTOS DE LOS ÚLTIMOS DÍAS CON EL FIN DE DAR A CONOCER A HOMBRES Y MUJERES COMPRENDIDOS ENTRE 20 Y 30 AÑOS DE EDAD QUE RESIDEN EN LA CIUDAD DE GUATEMALA ACERCA DE LA FORMA DE CÓMO PREPARARSE ANTE UNA ERUPCIÓN VOLCÁNICA.** Presentado por la estudiante: Andrea Sofía Díaz Hernández, 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

Resumen

A través de la iniciativa de la organización no gubernamental La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días, se identificó la necesidad de producir un video educativo que instruya a la población guatemalteca sobre cómo actuar ante una erupción volcánica.

Este proyecto tiene como objetivo general la creación y difusión de un recurso audiovisual que proporcione a hombres y mujeres de entre 20 y 30 años, residentes en la Ciudad de Guatemala, la información necesaria para prepararse ante este tipo de desastres naturales, teniendo en cuenta factores culturales, lingüísticos y socioeconómicos.

El enfoque metodológico de esta investigación es mixto, ya que se utilizó el método cualitativo para analizar la percepción y efectividad del video propuesto y el método cuantitativo para evaluar su impacto en la audiencia meta.

Los resultados indicaron que el formato animado del video, con una estructura visual dinámica, facilitó la comprensión y retención de los conceptos clave, logrando un alto nivel de interés y motivación en el público objetivo.

Las revisiones de expertos y del cliente confirmaron la efectividad del contenido y de su presentación gráfica, lo cual generó una respuesta positiva sin requerir modificaciones significativas. Además, el proyecto demostró un alto potencial de replicabilidad para futuras iniciativas de preparación ante desastres.

Se recomendó optimizar la difusión del video mediante estrategias de marketing digital en plataformas como Instagram, YouTube y TikTok, así como considerar actualizaciones periódicas del contenido. También se sugirió desarrollar materiales complementarios, como guías imprimibles e infografías.

Para efectos legales únicamente la autora, ANDREA SOFÍA DÍAZ HERNÁNDEZ, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta y utilidad por estudiantes y profesionales.

La autora también se compromete a hacer el seguimiento respectivo de todo el proceso administrativo y cumplir con todos los requisitos de titulación y graduación para obtener así, el título de licenciado en Comunicación y Diseño.

Índice

Capítulo I: Introducción

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
2.3.2 Vulnerabilidad.....	6
2.3.3 Factibilidad.....	6

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 Objetivo general	7
3.2 Objetivos específicos.....	7

Capítulo IV: Marco de Referencia

4.1 Información general del cliente.....	8
4.1.1. Nombre del cliente (empresa)	8
4.1.2 Dirección	8

4.1.3 Email	8
4.1.4 Teléfono	8
4.1.5 Contacto.	8
4.1.6 Antecedentes	8
4.2 Misión	8
4.3 Visión	8
4.4. FODA.....	9

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

5.1 Perfil geográfico.....	11
5.2 Perfil demográfico.....	11
5.3 Perfil psicográfico	13
5.4 Perfil conductual	13

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	14
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	17
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	30

Capítulo VII: Proceso y propuesta preliminar

7.1 Aplicación y razonamiento de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	37
7.2 Conceptualización	40
7.3 Bocetaje.....	42
7.4 Propuesta preliminar	56

Capítulo VIII: Validación técnica

8.1 Población y muestreo	62
8.2 Método e instrumentos	63
8.3 Resultados e interpretación de resultados	70
8.4 Cambios en base a los resultados	81

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Propuesta final.....	82
--------------------------	----

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración.....	87
10.2 Plan de costos de producción	87
10.3 Plan de costos de reproducción	88
10.4 Plan de costos de distribución	88

10.5 Cuadro con resumen general de costos	88
---	----

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones.....	89
------------------------	----

11.2 Recomendaciones	90
----------------------------	----

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Demostración de conocimientos	92
--	----

Capítulo XIII: Referencias

Referencias	93
-------------------	----

Capítulo XIV: Anexos

14.1 Anexos	100
-------------------	-----

Capítulo I

Introducción

Capítulo I: Introducción

Desde hace varios años, la ONG La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días ha trabajado activamente en el ámbito humanitario y educativo en diversas comunidades alrededor del mundo. La organización se dedica a prestar servicios de apoyo en casos de emergencia, ofrecer recursos para el fortalecimiento de las familias, realizar programas educativos, así como promover iniciativas de autosuficiencia y bienestar comunitario.

En Guatemala, la Iglesia ha colaborado con entidades gubernamentales y otras ONGs para asistir en momentos de crisis, como desastres naturales, mediante la entrega de suministros, programas de capacitación y asistencia directa a las comunidades afectadas.

En el año 2024, la ONG ha lanzado la iniciativa "Prepárate Ya", que ofrece recursos educativos y prácticos en caso de desastres naturales. Este proyecto ha sido impulsado por la necesidad de informar y preparar a la comunidad de Guatemala, específicamente a jóvenes entre 20 y 30 años residentes en la ciudad, ante el riesgo de erupciones volcánicas.

Para cumplir este objetivo, se desarrolló un video educativo que proporciona pautas claras sobre cómo actuar ante una emergencia volcánica. Este video incluye información detallada sobre preparación de kits de emergencia, rutas de evacuación y medidas de seguridad, con el fin de fortalecer la resiliencia comunitaria ante desastres.

La presente investigación planteó como objetivo general producir un video educativo inclusivo que permita capacitar a la comunidad guatemalteca sobre las acciones necesarias para enfrentar una erupción volcánica. Los objetivos específicos también se cumplieron exitosamente mediante la entrevista a 5 expertos en comunicación de desastres, 5 miembros de la comunidad y 30 personas del grupo objetivo.

Las encuestas de validación aplicadas a este último grupo se estructuraron en tres partes: 1) Objetiva, 2) Semiológica y 3) Operativa. Las respuestas confirmaron la efectividad de los contenidos y la necesidad de accesibilidad inclusiva.

La investigación empleó métodos cualitativos y cuantitativos; el primero para evaluar la calidad de la comunicación en el video, y el segundo para analizar datos numéricos en forma de gráficos sobre la percepción de los participantes. Los resultados indican que el 100% de los encuestados consideró que el video cubre adecuadamente las necesidades informativas sobre cómo prepararse ante desastres naturales.

Con la producción de este video educativo, se logró crear un material accesible que contribuye a la misión de La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días de promover la preparación comunitaria ante desastres, al brindar una herramienta esencial para la población guatemalteca y fortalecer el impacto de la iniciativa "Prepárate Ya" en el país.

Capítulo II

Problemática

Capítulo II: Problemática

La organización no gubernamental -ONG- denominada La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días se encuentra ante la iniciativa de crear un video educativo acerca de cómo actuar ante una erupción volcánica, dadas las condiciones geográficas de Guatemala.

La principal problemática radica en la necesidad de ofrecer información precisa y útil que pueda ser comprendida y aplicada por hombres y mujeres guatemaltecos de 20 a 30 años, considerando sus particularidades culturales, lingüísticas y socioeconómicas.

2.1 Contexto

La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días es una organización sin fines de lucro con una trayectoria de más de 65 años en Guatemala, dedicada a apoyar a la sociedad guatemalteca en aspectos sociales, económicos y espirituales. Reconociendo la importancia de brindar ayuda tanto en tiempos de estabilidad como de crisis, la iglesia ha lanzado la iniciativa "Prepárate Ya", con el objetivo de proporcionar recursos educativos y prácticos en casos de desastres naturales.

Esta iniciativa comprende una serie de videos educativos que ofrecen orientación sobre cómo actuar frente a situaciones de emergencia, siendo las erupciones volcánicas el tema principal del primer video, que servirá como modelo para los siguientes. El Departamento de Bienestar y Autosuficiencia, dirigido por el Licenciado Daniel Hernández, es responsable de llevar a cabo esta campaña en beneficio de hombres y mujeres de entre 20 y 30 años que residen en la ciudad de Guatemala.

Uno de los principales desafíos que enfrenta el departamento en el marco de la iniciativa "Prepárate Ya" es la recopilación de información necesaria para la producción del video educativo. La obtención de datos precisos y relevantes es crucial para garantizar la efectividad y utilidad de los recursos ofrecidos.

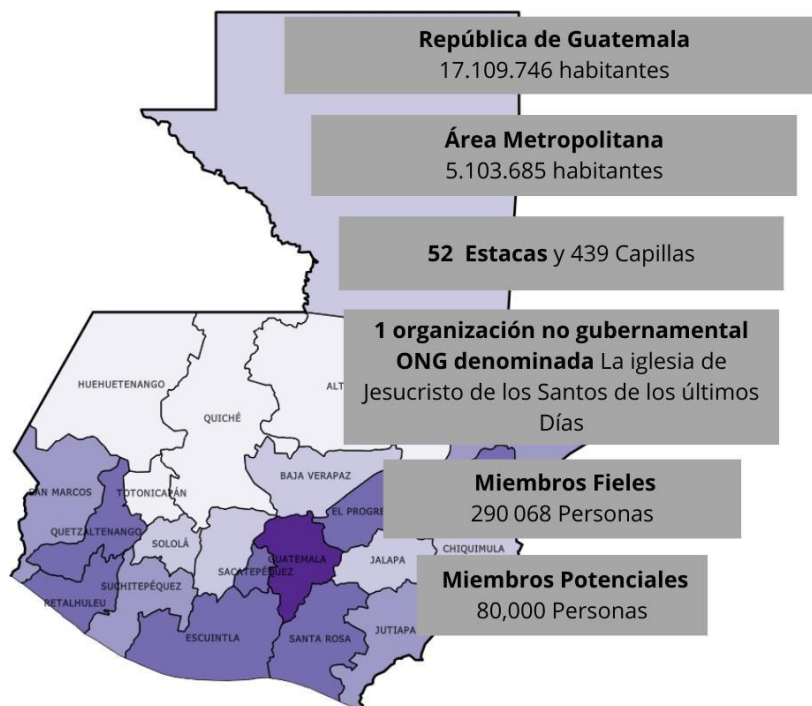
2.2 Requerimiento de Comunicación y diseño

La organización no gubernamental -ONG- denominada La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días no cuenta con un video educativo acerca de cómo actuar ante una erupción volcánica. El video educativo está dirigido a hombres y mujeres comprendidos entre 20 y 30 años de edad que residen en la ciudad de Guatemala.

2.3 Justificación

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

2.3.1 Magnitud



La Organización no gubernamental ONG denominada La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días está ubicada en la República de Guatemala, donde hay 17,109,746 habitantes y una superficie de 108,889 km. 2. En el Área metropolitana hay 5,103,685 habitantes (Instituto Nacional de Estadística INE, 2020).

La cantidad de iglesias similares que existen en la Ciudad de Guatemala es de 52 Estacas y 439 Capillas. La Organización no gubernamental ONG denominada La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días cuenta con 290,068 miembros fieles y 80,000 miembros potenciales.

Figura 1. Realizada por Andrea Sofía Díaz. Gráfica de magnitud.

2.3.2 Vulnerabilidad

La carencia de un video educativo que instruya sobre cómo actuar ante una erupción volcánica conlleva a la falta de conocimiento entre las personas sobre las medidas adecuadas a tomar en caso de este tipo de desastre natural. Por otro lado, un video educativo representa una herramienta eficaz para difundir esta información crucial, lo que puede prevenir que más personas resulten afectadas durante dicho suceso.

2.3.3 Trascendencia

El alcance que tiene el proyecto a realizarse es que el video educativo puede ser utilizado como herramienta de información útil y precisa para hombres y mujeres guatemaltecos de 20 a 30 años en el perímetro de la ciudad.

2.3.4 Factibilidad

La producción del video es factible ya que la organización no gubernamental -ONG- denominada La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días cuenta con recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos.

Recursos Humanos. La iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días 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 de la organización.

Recursos Organizacionales. Los ejecutivos de La iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

Recursos Económicos. La iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

Recursos tecnológicos. La estudiante Sofía Díaz cuenta con el equipo de grabación profesional, hardware de alta tecnología y softwares especializados (Adobe Premiere Pro, Adobe After Effects, Adobe Audition, Adobe Media Encoder, Adobe Illustrator,) para la edición, manipulación estratégica y renderización de la producción audiovisual del proyecto de graduación.

Capítulo III

Objetivos del diseño

Capítulo III - Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

Producir un video educativo para publicarlo en la página oficial de la Organización no gubernamental ONG denominada La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días, con el fin de dar a conocer a hombres y mujeres comprendidos entre 20 y 30 años de edad que residen en la ciudad de Guatemala, acerca de cómo prepararse ante una erupción volcánica.

3.2 Los objetivos específicos

1. Recopilar datos históricos y estadísticas relevantes sobre erupciones volcánicas en Guatemala de manera de obtener una comprensión profunda y completa de la actividad volcánica en el país a lo largo del tiempo.
2. Investigar términos, conceptos y tendencias de producción de videos por medio de fuentes bibliográficas y sitios web, que respaldan científicamente la propuesta de producción de video que será entregado al grupo objetivo.
3. Encontrar referencias audiovisuales a las regiones afectadas por erupciones volcánicas con el fin de obtener una comprensión detallada de las consecuencias de estos eventos, y así contribuir al análisis de los impactos sociales, económicos y ambientales que surgen a raíz de dichos desastres naturales.

Capítulo IV

Marco de referencia

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

Nombre del cliente (Organización). Organización no gubernamental ONG denominada La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Dirección. Vista Hermosa 23-71, Cdad. de Guatemala

Email. hernandezrd@churchofjesuschrist.org

Tel. + 502 2327-2300

Contacto. Daniel Hernández

Celular. +502 4004-8679

Antecedentes. La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días además de ser una entidad religiosa es una organización no lucrativa con más de 100 años de existir en Guatemala. Cuenta con 15 empleados en el departamento de Bienestar y Autosuficiencia, departamento que solicitó el video.

Oportunidad identificada. Producir un video educativo para saber cómo actuar ante una erupción volcánica.

Misión. Buscar el camino para el establecimiento final del reino de Dios en la tierra. Su objeto es, primero, cultivar los atributos de Cristo en el hombre; y segundo, transformar a la sociedad de manera que el mundo sea un lugar mejor y más pacífico para habitar

Visión. Preparamos el camino para la obra de salvación y exaltación al proveer las enseñanzas del Evangelio, recursos y servicios esenciales a los hijos de Dios.

Delimitación geográfica. Ciudad Capital, Guatemala, Guatemala.

Grupo objetivo. Hombres y mujeres guatemaltecos de 20 a 30 años

Principal beneficio al grupo objetivo. Saber qué medidas tomar ante una erupción volcánica

Competencia. Otras religiones

Posicionamiento. La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días ha subido su posicionamiento en los últimos años dándose a conocer a través de obras de caridad y bienestar para la sociedad Guatemalteca

Factores de diferenciación. Servicio sin fines lucrativos y evangelización constante.

Objetivo de mercadeo. Dar a conocer el Regnum Christi a través de la plataforma audiovisual.

Objetivo de comunicación. Enseñar la manera correcta de actuar ante una erupción volcánica.

Mensajes claves a comunicar. Medidas de prevención ante una erupción volcánica.

Estrategia de comunicación. Realizar un video educativo para llegar al público objetivo

Reto del diseño y trascendencia. Un audiovisual atractivo y que logre enseñar de manera clara y sencilla las medidas preventivas ante una erupción volcánica.

Materiales a realizar. Producción audiovisual.

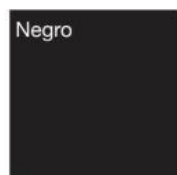
Foda.

Fortalezas	Oportunidades
1. Tiene programas de bienestar que ayudan a sus miembros en tiempos de necesidad, proporcionando alimentos, empleo y otras formas de apoyo. 2. Enfatiza la importancia de la educación y ofrece programas educativos a través de instituciones como BYU (Brigham Young University).	1. Utilización de la tecnología moderna para llegar a más personas a través de transmisiones en línea, redes sociales y otras plataformas digitales. 2. Desarrollo de programas específicos para jóvenes que los involucren más activamente en la iglesia y en actividades positivas.

Debilidades	Amenazas
1. Enfrenta críticas externas en áreas como sus creencias, prácticas y su historia, lo que puede afectar su imagen y reputación. 2. El crecimiento de la entidad puede ser desigual en diferentes regiones del mundo, lo que puede llevar a desafíos en la gestión y la atención pastoral.	1. La competencia con otras denominaciones religiosas y la creciente secularización pueden dificultar el crecimiento y la retención de miembros. 2. Puede enfrentar desafíos legales en áreas como derechos civiles, libertad religiosa y disputas de propiedad.

Ver brief completo en Anexo 1

Datos del logotipo.



Cuatricromía
C0 M0 Y0 K0
 Pantalla
R255 G255 B255
 HTML
#FFFFFF

Cuatricromía
C100 M100 Y100 K100
 Pantalla
R0 G0 B0
 HTML
#000000

Tipografía. Museo Slab y Proxima Nova

Forma. Logotipo

Logotipo.

LA IGLESIA DE
JESUCRISTO
 DE LOS SANTOS
 DE LOS ÚLTIMOS DÍAS

Capítulo V

Definición del grupo objetivo

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

Para diseñar y producir un video educativo sobre cuál es la forma de comportarse durante una erupción volcánica es importante conocer al grupo objetivo a quién va dirigido, siendo ellos hombres y mujeres entre 20 y 30 años de edad que residen en la ciudad de Guatemala, con nivel socioeconómico C2 y C3.

5.1 Perfil geográfico

Región: República de Guatemala, Ciudad de Guatemala, Región Metropolitana.

El nombre oficial de Guatemala es Nueva Guatemala de la Asunción. El país cuenta con una superficie total de 108,889 km². La Región Metropolitana de Guatemala cuenta con 3,573,179 habitantes y el Municipio de Guatemala cuenta con 995,393 (Instituto Nacional de Estadística, 2018).

En el año se presentan dos estaciones climáticas, la lluviosa conocida como invierno y la seca, conocida como verano, su topografía es de diverso relieve (montañas, volcanes ríos), creando grandes variaciones de clima que va de cálido a templado o muy frío, Idioma: español.

5.2 Perfil demográfico

Grupo objetivo: Miembros activos y potenciales de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días Género: Masculino y femenino, el universo de edad para esta investigación, son personas entre 20 a 30 años, nivel socioeconómico. C2 y C3, con ingresos mensuales entre Q.12,000 – Q17,000 todos poseen títulos universitarios.

Ver tabla de NSE Anexo 3

Características	Nivel C2	Nivel C3
Ingresos	Q17,500.00	Q11,900.00
Educación Padres	Superior, Licenciatura	Licenciatura
Educación Hijos	Hijos menores en colegios privados, mayores en U privadas y estatales	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal
Desempeño	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente
Vivienda	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala
Otras Propiedades		
Personal de Servicio	Por día, eventual	Eventual
Servicios Financieros	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local
Posesiones	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro
Bienes de Comodidad	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
Diversión	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio

La tabla socioeconómica proporciona una descripción detallada de los diferentes niveles socioeconómicos presentes en el grupo objetivo. Esta tabla incluye información sobre los ingresos salariales, las actividades laborales, el nivel educativo, el estilo de vida y las posesiones materiales de cada segmento socioeconómico.

Estos datos son fundamentales para comprender las características de nuestro grupo objetivo que es C2 y C3 lo que nos permitirá adaptar nuestra comunicación de manera efectiva para establecer un vínculo con ellos.

Figura 2. Tabla de Niveles Socio Económicos 2018/Multivex

5.3 Perfil psicográfico

Son personas muy responsables en su que hacer profesional, con deseos de superación y actualización constante, suelen leer, escuchar música, usan plataformas de streaming como Netflix, Amazon HBO y Disney Plus. Entre sus hobbies incluyen salir a pasear, ir al cine, a los centros comerciales, leer y ver televisión. Les agrada las redes sociales y mantenerse actualizados con la tecnología.

5.4 Perfil conductual

Creen estar preparados ante cualquier circunstancia y para lograrlo se mantienen en constante actualización, por lo que el video educativo acerca de qué hacer ante una erupción volcánica les permitirá mantenerse preparados.

Capítulo VI

Marco teórico

Capítulo VI: Marco teórico

6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

En este capítulo se incluyen los conceptos relacionados con el cliente o institución, para la que se está realizando el proyecto.

6.1.1 Iglesia. El concepto de "iglesia" como el "cuerpo de creyentes" se refiere a una noción teológica que se encuentra en el Nuevo Testamento de la Biblia. Según esta perspectiva, la iglesia no es simplemente un edificio o una institución, sino más bien una comunidad espiritual formada por todos los creyentes en Jesucristo, sin importar su afiliación denominacional específica.

En este sentido, la iglesia se considera como el conjunto de personas que han aceptado a Jesucristo como su Salvador y Señor, y que están unidas por una relación de fe y amor compartido. Esta comunidad de creyentes se entiende como un cuerpo en el que cada miembro desempeña un papel importante y contribuye al bienestar y crecimiento espiritual de los demás.

La metáfora del "cuerpo" resalta la interconexión y la interdependencia de los creyentes entre sí, así como la importancia de trabajar juntos en armonía para cumplir con los propósitos de Dios en la tierra. Este concepto subraya la idea de que la iglesia no se limita a un lugar físico o a una estructura organizativa, sino que trasciende las fronteras geográficas y denominacionales, y se basa en una relación viva y activa con Jesucristo y entre los creyentes.

6.1.2 Jesucristo. Jesucristo es una figura central en la fe cristiana y es considerado por los cristianos como el Hijo de Dios y el Salvador del mundo. Según las enseñanzas cristianas, Jesucristo nació en Belén, una pequeña ciudad de la región de Judea, alrededor del año 4 a.C. Su vida y enseñanzas están registradas en los Evangelios del Nuevo Testamento de la Biblia.

Para los cristianos, Jesucristo es la encarnación de Dios en la forma humana, que vino al mundo para redimir a la humanidad del pecado y restaurar la relación entre Dios y el ser humano. Su ministerio terrenal estuvo marcado por la predicación del amor, la compasión, la justicia y el perdón, así como por la realización de milagros que demostraron su poder divino.

Según la fe cristiana, Jesucristo fue crucificado, murió y resucitó al tercer día, lo que se conmemora en la celebración de la Pascua. Su muerte se considera un sacrificio voluntario para expiar los pecados de la humanidad y abrir el camino hacia la reconciliación con Dios. La resurrección de Jesucristo es vista como la victoria sobre el pecado y la muerte, y como la promesa de vida eterna para aquellos que creen en Él.

6.1.3 Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días. La Iglesia de Jesucristo es una institución religiosa que se fundamenta en la creencia en Jesucristo como el Hijo de Dios y Salvador del mundo. Se considera que fue establecida por Jesucristo mismo durante su ministerio terrenal y se basa en sus enseñanzas y principios. La comprensión y la práctica de la fe varían entre las diferentes denominaciones cristianas que se autodenominan como la Iglesia de Jesucristo.

En general, la Iglesia de Jesucristo enfatiza la importancia de seguir los mandamientos de Cristo, el amor hacia Dios y hacia el prójimo, y la salvación a través de la fe en Jesucristo y su expiación. Las prácticas y doctrinas específicas pueden variar entre las diferentes ramas o denominaciones de la Iglesia de Jesucristo, como la Iglesia Católica, la Iglesia Ortodoxa, las Iglesias Protestantes y otras denominaciones cristianas.

6.1.4 Ayuda social. La ayuda social consiste en luchar contra todo aquello que se considera en contra de cualquier derecho de las personas. La ayuda social lucha en contra de las desigualdades, de la pobreza, de la violencia y, al fin y al cabo, de las injusticias en general. Se puede llevar a cabo esta ayuda, a través de donaciones o colaboraciones con

entidades que realicen trabajos con estos objetivos o bien por cuenta propia, aunque esto suele ser más complicado.

Por ayuda social entendemos aquí, la profesión, materia de estudios especializados, que mediante una actividad de ayuda y de vinculación, presta asistencia a los individuos o a los grupos, y los estimula a efecto de que puedan utilizar sus propias potencialidades y los recursos de la comunidad, para satisfacer sus necesidades y solucionar los problemas de orden individual o colectivo, que los afectan (Campos,1956).

6.1.5 Erupción Volcánica. Una erupción volcánica es un evento geológico en el cual el magma, junto con gases y fragmentos de roca, es expulsado a la superficie terrestre desde el interior de un volcán. Estas erupciones pueden variar en su magnitud y estilo, desde flujos de lava relativamente tranquilos hasta explosiones catastróficas que lanzan grandes cantidades de ceniza y gases a la atmósfera.

Las características de una erupción incluyen la liberación de lava, ceniza, piedras pómez y gases como dióxido de azufre y dióxido de carbono. Además, pueden desencadenar fenómenos secundarios como flujos piroclásticos, lahares (flujos de lodo) y tsunamis si el volcán está situado cerca de una masa de agua.

Las erupciones ocurren debido a la acumulación de presión en la cámara magmática debajo del volcán, la cual se llena de magma procedente del manto terrestre. Esta presión puede aumentar hasta el punto en que la roca circundante no puede contenerla, resultando en una fractura que permite que el magma y los gases ascienden a la superficie.

Este proceso está estrechamente ligado al movimiento de las placas tectónicas, ya que las zonas de subducción, las dorsales oceánicas y los puntos calientes son áreas comunes donde se forman volcanes.

La frecuencia de las erupciones varía ampliamente entre diferentes volcanes y regiones.

Algunos volcanes, como los de Hawái, pueden erupcionar de manera continua o frecuente a lo largo de años o incluso décadas.

Otros, como el Monte Santa Helena en Estados Unidos, pueden permanecer inactivos durante siglos antes de una erupción significativa. Además, la actividad volcánica no es constante; un volcán puede experimentar períodos de alta actividad seguidos de largos intervalos de reposo. En resumen, la variabilidad en las características, causas y frecuencia de las erupciones volcánicas subraya la complejidad y diversidad de estos fenómenos naturales.

6.1.6 Ministerio. Es una actividad o función dentro de una comunidad religiosa que se lleva a cabo con el propósito de servir a Dios y a los demás, así como de fortalecer la fe y la conexión espiritual de los creyentes. Estos ministerios pueden abarcar una amplia gama de actividades, como la enseñanza de la doctrina religiosa, el liderazgo espiritual, el cuidado pastoral, la adoración, la evangelización, el servicio comunitario, entre otros.

Los ministerios religiosos pueden ser liderados por clérigos como pastores, sacerdotes, rabinos, imanes, o por laicos comprometidos con su fe. Su objetivo es ayudar a los creyentes a vivir de acuerdo con sus convicciones religiosas y a contribuir positivamente a su comunidad y al mundo en general desde una perspectiva espiritual.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

Se incluyen todos aquellos conceptos de comunicación y diseño relacionados directa e indirectamente con el desarrollo del proyecto. Los cuales se presentan en el siguiente orden:

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación. Se tomarán en cuenta los siguientes conceptos sobre la comunicación y su relación en la producción de video institucional.

6.2.2 Comunicación Visual. Es una forma de transmitir ideas, información y mensajes mediante el uso de elementos visuales como imágenes, tipografía, color, diseño gráfico, símbolos e íconos, infografías, animaciones y videos. Aprovecha la capacidad de los elementos visuales para captar la atención, evocar emociones y facilitar la comprensión rápida y clara de conceptos complejos.

La organización y disposición de estos elementos en un espacio, utilizando principios de diseño gráfico como líneas, formas, espacios en blanco y balance, crea composiciones armoniosas y efectivas que pueden influir en el tono y la percepción del mensaje.

Esta forma de comunicación es esencial en numerosos campos, incluyendo publicidad y marketing, diseño editorial, diseño web y de interfaces, señalización y diseño ambiental, educación y formación, y periodismo y comunicación informativa. En publicidad y marketing, por ejemplo, se crean anuncios visuales y campañas que capturan la atención del público y comunican el valor de un producto o servicio.

En educación, se desarrollan materiales didácticos y presentaciones que facilitan el aprendizaje y la retención de información. Los profesionales en comunicación visual combinan creatividad, psicología del color, teoría del diseño y habilidades técnicas para integrar de manera efectiva los diferentes elementos visuales y transmitir el mensaje deseado.

6.2.3 Comunicación Audiovisual. Es el proceso de transmitir información, ideas y mensajes a través de medios que combinan elementos visuales y sonoros. Esta forma de comunicación utiliza imágenes en movimiento, gráficos, sonidos, música y voz para crear un mensaje que puede ser difundido por televisión, cine, internet, videojuegos y otras plataformas digitales.

La comunicación audiovisual se caracteriza por su capacidad para captar la atención del espectador y facilitar la comprensión de conceptos complejos mediante el uso de recursos visuales y auditivos que pueden ser más impactantes y efectivos que el texto escrito o el audio por sí solos.

Este tipo de comunicación es fundamental en diversas áreas como la educación, el entretenimiento, la publicidad y el periodismo, ya que permite una transmisión más dinámica y envolvente de la información.

6.2.4 Comunicación Educativa. Es el proceso mediante el cual se intercambia información, conocimientos, valores y habilidades con el objetivo de promover el aprendizaje y el desarrollo de las personas. Este tipo de comunicación se utiliza en diversos contextos educativos, como escuelas, universidades, programas de educación a distancia, formación profesional y otros entornos de aprendizaje.

Los elementos clave de la comunicación educativa incluyen el emisor (el educador o fuente de información que transmite el mensaje), el mensaje (el contenido educativo que se quiere transmitir, que puede ser verbal, escrito, visual o multimedia), el receptor (el estudiante o audiencia que recibe y procesa el mensaje), el canal (el medio a través del cual se transmite el mensaje, como libros, videos, internet, aplicaciones móviles, etc.),

y la retroalimentación (la respuesta del receptor al mensaje, que permite al emisor ajustar y mejorar el proceso de comunicación).

En la comunicación educativa, es fundamental que el mensaje sea claro, comprensible y relevante para el receptor, y que el canal utilizado sea accesible y efectivo. La interacción y la participación activa de los estudiantes también son esenciales para facilitar un aprendizaje significativo y duradero.

6.2.5 Comunicación Social. Es el proceso mediante el cual se intercambia información, ideas, opiniones y mensajes entre individuos, grupos o instituciones en el contexto de una sociedad.

Su objetivo es influir en la opinión pública, promover el entendimiento mutuo, y facilitar la cohesión social y la participación ciudadana. Este tipo de comunicación se lleva a cabo a través de diversos medios, como la prensa, la radio, la televisión, internet y las redes sociales, y abarca tanto la comunicación interpersonal como la comunicación masiva.

Los elementos clave de la comunicación social incluyen el emisor (quien transmite el mensaje), el mensaje (la información o idea que se desea comunicar), el receptor (quien recibe e interpreta el mensaje), el canal (el medio utilizado para la transmisión del mensaje) y el contexto (el entorno social, cultural y temporal en el que se produce la comunicación).

Además, la retroalimentación es un componente importante, ya que permite al emisor conocer la reacción del receptor y ajustar el mensaje si es necesario. La comunicación social es fundamental para el funcionamiento de una sociedad democrática, ya que facilita el debate público, la formación de la opinión pública y la toma de decisiones informadas.

6.2.6 Comunicación Digital. Es el proceso de intercambio de información, ideas y mensajes a través de medios electrónicos y tecnológicos. Este tipo de comunicación se realiza a través de una variedad de plataformas y dispositivos digitales, incluyendo correos electrónicos, redes sociales, sitios web, aplicaciones móviles, blogs, y plataformas de mensajería instantánea.

La comunicación digital ha transformado la manera en que las personas interactúan y se comunican, permitiendo una conectividad global instantánea y la posibilidad de compartir información de manera rápida y eficiente. Los elementos clave de la comunicación digital

incluyen el contenido digital (texto, imágenes, videos, audio), los canales digitales (redes sociales, correos electrónicos, aplicaciones), y las herramientas de análisis y métricas que permiten evaluar el alcance y la efectividad de los mensajes.

Además de facilitar la comunicación interpersonal y organizacional, la comunicación digital también juega un papel crucial en marketing y publicidad, donde se utilizan estrategias como el marketing de contenidos, la publicidad en redes sociales, el email marketing y la optimización de motores de búsqueda (SEO) para llegar a audiencias específicas.

Las interacciones en línea, tanto sincrónicas (en tiempo real) como asincrónicas (en momentos diferentes), ofrecen flexibilidad y accesibilidad, permitiendo una comunicación efectiva a pesar de las barreras geográficas y temporales.

La comunicación digital también ha dado lugar a nuevas formas de participación y colaboración, como el trabajo remoto, la educación en línea, y las comunidades virtuales, cambiando radicalmente cómo las personas colaboran y comparten conocimientos en la era digital.

6.2.7 Multimedia. Se refiere al uso integrado de diferentes formas de contenido como texto, audio, imágenes, animaciones y video en un mismo medio o plataforma. Su objetivo es ofrecer una experiencia interactiva y enriquecedora al usuario, permitiéndole acceder y consumir información de manera simultánea o secuencial.

La combinación de múltiples tipos de medios en un solo contexto permite una comunicación más efectiva y dinámica, facilitando la comprensión y el entretenimiento. Ejemplos comunes de multimedia incluyen sitios web interactivos, presentaciones digitales, aplicaciones educativas y contenido en redes sociales, donde la variedad de medios enriquece la experiencia del usuario y mejora la retención de la información.

6.2.8 Narrativa Visual. Es el arte de contar historias o transmitir mensajes a través del uso de imágenes, secuencias visuales y elementos gráficos en lugar de depender principalmente de texto o diálogo. En el contexto audiovisual, como la televisión, la animación y los videojuegos, la narrativa visual utiliza técnicas de composición, encuadre, iluminación, color y movimiento para comunicar emociones, ideas y conceptos de manera efectiva y memorable.

Al centrarse en cómo se presenta visualmente la historia, la narrativa visual juega un papel crucial en la creación de atmósferas, la construcción de personajes y la evocación de respuestas emocionales en el público.

6.2.9 Guión. Es un documento escrito que detalla la estructura, la trama, los diálogos y las acciones de una obra audiovisual, como películas, programas de televisión, videos o animaciones. Es una herramienta esencial en la preproducción, ya que guía a los creadores en la planificación y ejecución de la producción.

Un buen guión no solo proporciona un marco narrativo claro, sino que también asegura la coherencia en el tono, el desarrollo de los personajes y la progresión de la historia. Además, permite a los directores, actores y equipo técnico visualizar cómo se desarrollará la obra en la pantalla antes de comenzar la filmación o animación.

6.2.10 Storytelling. Es una técnica que busca transmitir mensajes, valores o enseñanzas de manera convincente y emocionalmente atractiva. Más allá de simplemente relatar eventos, el storytelling se centra en crear conexiones emocionales con el público mediante una estructura narrativa bien definida.

Utiliza elementos como personajes memorables, conflictos interesantes, puntos de giro emocionales y un desenlace satisfactorio para captar y mantener el interés del espectador.

En el contexto de la producción audiovisual, el storytelling es fundamental para crear contenido que no solo informe o entretenga, sino que también inspire y motive a la audiencia.

6.2.11 Técnicas de Animación 2D y 3D. Son métodos para crear movimiento y efectos visuales en dos y tres dimensiones, respectivamente. La animación 2D implica la creación de imágenes bidimensionales que se mueven en un plano, utilizando técnicas como el dibujo a mano o el uso de software especializado como Adobe Animate. Es ideal para estilos artísticos más tradicionales y simplificados.

En contraste, la animación 3D utiliza software para modelar y animar objetos y personajes en un espacio tridimensional, permitiendo movimientos más realistas y complejos. Esta técnica es ampliamente utilizada en la producción de películas animadas, videojuegos, efectos visuales y simulaciones. Ambas técnicas ofrecen herramientas poderosas para la creatividad visual y son fundamentales en la creación de contenido educativo, publicitario y de entretenimiento.

6.2.12 Comunicación. Para hablar de comunicación es importante conocer de qué La palabra proviene y qué significa, (Delgado I. , 2021) manifiesta que “deriva del latín communicatio que significa compartir, participar en algo o poner en común”.

Es pues la acción de comunicar o comunicarse, se entiende que es el proceso por el que se transmite y recibe una información; para ello interviene, un emisor que es el que transmite el mensaje a un receptor y este lo recibe, pero debe existir un código que ambos entiendan y debe ser común para decodificarlo y ser transmitido a través de un medio o canal.

Se concluye que la comunicación es esencial para la vida en sociedad, ya que a través de ella se establecen relaciones, pues diariamente las personas comparten e intercambian ideas, mensajes o información, ya sea con gestos, movimientos de brazos y manos, contacto

visual, palabras escritas o por el tono de la voz expresando sentimientos, opiniones, ideas, hechos y valores llegando a acuerdos para una convivencia sana.

6.2.13 Elementos de comunicación. Los elementos de la comunicación son:

Comunicación Interpersonal: Ocurre entre dos o más personas, ya sea de manera presencial o a distancia. Es bidireccional, lo que significa que implica una interacción entre emisor y receptor.

Comunicación Intrapersonal: Es la comunicación que ocurre dentro de la mente de una persona consigo misma. Involucra pensamientos, reflexiones, evaluaciones y procesos internos de autoconocimiento.

Comunicación Oral: Se refiere a la transmisión de mensajes a través del habla y el oído. Incluye conversaciones, discursos, presentaciones y cualquier interacción verbal directa.

Comunicación Escrita: Implica la transmisión de mensajes a través de la escritura. Incluye cartas, correos electrónicos, mensajes de texto, informes, notas, entre otros.

Comunicación Corporativa: Es aquella que se lleva a cabo dentro de una organización, entre sus miembros y con el público externo. Incluye comunicación interna (entre empleados) y comunicación externa (con clientes, proveedores, medios de comunicación, etc.).

Comunicación Masiva: Se refiere a la difusión de mensajes a un gran número de personas a través de medios de comunicación de masas como la televisión, la radio, los

periódicos, internet, las redes sociales, entre otros.

Comunicación Interactiva: Es aquella en la que los participantes pueden interactuar entre sí en tiempo real. Incluye conversaciones cara a cara, videoconferencias, chats en línea y redes sociales.

Comunicación Unidireccional: Ocurre cuando la información se transmite de un emisor a un receptor sin posibilidad de retroalimentación. Ejemplos incluyen anuncios publicitarios, conferencias, libros, entre otros.

6.2.14 Tipos de comunicación. Existen varios tipos de comunicación, pero las más importantes a considerar para el presente proyecto, son las siguientes:

Comunicación verbal. Es el tipo de comunicación más utilizado, según (Jiménez A. , 2017) “la comunicación emplea unos signos para transmitir la información, cuando los signos son palabras, estamos hablando de comunicación verbal. La comunicación verbal puede ser de dos tipos, comunicación escrita y comunicación oral”.

Es escrita, cuando se percibe a través de la visión, ya que se utilizan símbolos o signos que se pueden leer, los que pueden ser elaborados a mano o impresos como; Jeroglíficos, alfabetos, logotipos, gráficos, cartas, memorandos, tablero de avisos, correo electrónico, páginas de internet.

Es oral, cuando se percibe a través del canal auditivo, utilizando la palabra en entrevistas, juntas, conversaciones o por algún dispositivo electrónico como teléfono, radio, televisión o videos por internet. También pueden ser gritos, silbidos, llanto, risa, pues transmiten un mensaje.

Comunicación no verbal. Cuando las personas se comunican con otras sin pronunciar palabras, ni escribir alguna cosa o con movimientos y gestos, están utilizando la comunicación no verbal, (Baeza, 2017) indica que “Las acciones son actividades de comunicación no verbal que tienen igual importancia que la palabra y las ilustraciones”

. Este tipo de comunicación se manifiesta por medio de expresiones faciales (gestos), movimiento corporal (postura, ademanes), un apretón de manos, la manera de sentarse, la forma como se visten, aún los olores son una forma de comunicación no verbal.

Comunicación gráfica. Este tipo de comunicación es considerado como un complemento de la comunicación verbal y se expresa a través de gráficas e ilustraciones, (Baeza, 2017) indica, “la comunicación gráfica se refiere a los apoyos gráficos que se utilizan tanto para apoyar un mensaje como para transmitir una idea completa”.

Entre estos gráficos se pueden mencionar los diagramas de avance, logotipos, íconos, mapas, señales de tránsito, carteles publicitarios, empaques de productos, fotografías, pinturas y obras de arte, entre otros.

Comunicación audiovisual. Para Hernández, Huri, (2019), la comunicación audiovisual “implica sensorialmente al receptor a través de dos sentidos: Visual y auditivo”. Es importante hacer notar que los mensajes se transmiten a través de medios tecnológicos que integran figuras, esquemas, sonido, ruido, silencio, textos, pero predomina la comunicación no verbal.

Es el tipo de comunicación que trasciende fronteras pues llega a personas que hablan distintos idiomas y también a personas con discapacidad visual o auditiva. Gracias a los avances tecnológicos como las radiofrecuencias, las ondas electromagnéticas y las señales de los satélites que se encuentran en el espacio, se facilita la difusión de mensajes o información,

a través de plataformas.

6.2.15 Diseño. Las definiciones sobre diseño son tantas y tan variadas, pero la que más se asemeja al objeto de estudio es la de (Porto Perez, 2008) ya que “se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades”.

En resumen, el diseño es un proceso en el que se crea, desarrolla y ordena de forma estética, los dibujos (bocetos) o esquemas en diferentes escenas a través de métodos y técnicas para su producción y transmitir el mensaje que se desea llegue a los receptores.

6.2.16 Elementos del diseño. Para la creación de un diseño es necesario conocer cuáles son los elementos básicos (Sánchez, 2021) “distingue 4 tipos de elementos: conceptuales, visuales, de relación y prácticos”. Considera que los conceptos no son visibles, pero existen dentro del diseño entre ellos están: el punto, la línea, el plano y el volumen los cuales se hacen visibles a través de la forma, la medida, el color y su textura.

Los de relación son los que indican la dirección y posición, estos son percibidos, mientras que el espacio y la gravedad, son sentidos. Los elementos prácticos incluyen la representación, el significado y la función. Todos estos elementos aplicados correctamente permiten el éxito del diseño.

6.2.17 Diseño audiovisual. Es el diseño que transmite información a través de imágenes, texto y sonido difundidos por grabaciones de videos. Para (Avalos, 2017), el diseño gráfico audiovisual es “la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones audiovisuales de carácter gráfico-sonoro y en movimiento, producidas normalmente por medios tecnológicos, y destinadas a transmitir mensajes específicos a

grupos determinados por los medios de comunicación audiovisual”.

Este tipo de diseño se centra en proyectar imágenes a través de técnicas audiovisuales, específicamente por videos.

6.2.17 Producción audiovisual. Según (Hernández, 2019) la producción audiovisual es el arte de crear un producto para medios de comunicación audiovisuales, como el cine o la televisión”, menciona que para dicha producción es necesario contar con el capital, los medios y el trabajo diario. Es importante agregar que la producción audiovisual es el proceso que inicia con una idea hasta la realización del producto final.

6.2.18 Fases de la producción audiovisual. Una producción audiovisual consta de 3 fases o etapas: Preproducción o planificación del video, producción o ejecución y postproducción montaje y edición del video.

- Preproducción (planificación)

“Es una de las fases más importantes, ya que en ella es donde nace la idea y se establecen todos los preparativos para comenzar a rodar la idea” (Prodisa, 2018) De acuerdo con esta definición, es la fase de la planificación del video donde se elabora el guion literario, guion técnico, el storyboard, el plan de rodaje, el presupuesto, el financiamiento y se establecen las tareas a realizar por el equipo técnico, vestuario, maquillaje, entre otros.

- Producción o rodaje (ejecución)

Para (Prodisa, 2018) es la fase donde “se pone en práctica todo lo establecido en el guión técnico y el plan de trabajo” o sea lo planificado se ejecuta, es la fase donde el equipo técnico de sonido e imagen y el equipo artístico realizan las tareas asignadas para la producción del video.

- Postproducción (Montaje y edición)

Es el momento de edición de video, (Prodisa, 2018) indica que “es la última fase de una producción audiovisual, aquí se selecciona de entre todo el material grabado, las tomas que servirán para la producción final”. En esta fase también se agrega la música, efectos de audio, efectos especiales y corrección de imágenes.

6.2.19 Animación. Es una técnica que crea la ilusión de movimiento mediante la visualización secuencial de una serie de imágenes estáticas que difieren ligeramente entre sí. Estas imágenes, llamadas cuadros o fotogramas, se muestran a una velocidad rápida, generalmente entre 24 y 30 cuadros por segundo, lo que permite al ojo humano percibir un movimiento continuo.

La animación puede realizarse de diversas maneras, incluyendo animación tradicional (dibujando cada fotograma a mano), animación por computadora (utilizando software 3D), stop motion (moviendo objetos físicos y fotografiándose cuadro por cuadro).

La animación se utiliza en múltiples contextos, como películas, series de televisión, videojuegos, anuncios publicitarios y educación. Su capacidad para representar situaciones y mundos de manera visualmente atractiva permite contar historias de forma creativa y efectiva, haciendo posible la creación de escenarios y personajes que serían difíciles de capturar con técnicas de filmación en vivo.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias auxiliares. Son todos aquellos conceptos de comunicación y diseño relacionados directa e indirectamente con el desarrollo del proyecto.

Semiología. La Semiología para (Equipo Editorial Etecé, 2020) “es la disciplina que se encarga del estudio de los signos, es decir, las ideas que asociamos en nuestra mente con diferentes elementos de la realidad. Los signos, en el proceso comunicativo, son utilizados por un emisor para transmitir un significado a un receptor”. Es decir, es la ciencia responsable del análisis de los sistemas de signos en los que transcurre la vida social, puede ser una imagen, un gesto, un objeto o un conjunto de palabras.

Semiótica de la imagen. Según (Huertas, 2014) la semiótica de la imagen “es la disciplina que estudia los signos y su interpretación, explicando cómo percibe el ser humano su entorno y qué significado le otorga”. La interpretación de las imágenes u objetos nos permite comprender qué es lo que estamos viendo, ya sea una pintura, una escultura, una expresión facial o una fotografía. Es pues la interpretación de lo que la persona percibe de su entorno y el significado que le dé al mismo, el concepto (significado) y la imagen (significante).

Psicología de la comunicación. La psicología de la comunicación para (Generate Press, 2021) es la que “se encarga de estudiar y analizar el proceso de comunicación a partir de los mecanismos biopsicosociales, inconscientes y conscientes que lo conforman”. Es la que se encarga de investigar los rasgos sociales de la conducta y la comunicación de las personas en el medio en que se desenvuelve.

Psicología del color. Según (Peiró, 2021) la psicología del color “se encarga de estudiar e investigar cómo afectan los colores al comportamiento humano y las percepciones

que tiene un individuo sobre estos”. Es pues la ciencia que analiza los efectos que el color produce en las personas y cómo esto influye al tomar decisiones. Es importante valorar el significado de los colores ya que algunos pueden ser irritantes, estimulantes, deprimentes o relajantes y esto es decisivo a la hora de escoger el color para el diseño y la publicidad.

Psicología de la imagen. Se refiere a los cambios que realiza una persona o institución para mejorar su imagen. Según (Espino, 2021) la psicología de la imagen es “el saber científico necesario para crear, desarrollar, mantener una imagen pública”.

Estos cambios pueden ser de actitudes, sentimientos, creencias, estilos, servicios que ofrece como institución, entre otros, para ello utiliza técnicas de exploración y emisión de estímulos que provocan esos cambios de imagen o modo de vida que promueva el beneficio personal y de los demás.

6.3.2 Artes.

Cinematografía. “Es la técnica y el arte de capturar, almacenar y retransmitir imágenes en movimiento a menudo provistas de un soporte auditivo” (Equipo Editorial Etecé, 2021), según esta definición, la cinematografía proyecta fotogramas en forma rápida y secuencial, dando la impresión de movimiento, los cuales se presentan a través de videos o filmes.

Fotografía. La Real Academia Española (RAE) define que la fotografía es el “procedimiento o técnica que permite obtener imágenes fijas de la realidad mediante la acción de la luz sobre una superficie sensible o sobre un sensor”. (Real Academia Española, 2020) Es decir, es el arte de capturar imágenes que digan o reflejan algo del sujeto u objeto, utilizando una cámara fotográfica, cámara digital o dispositivo móvil.

Tipografía. Se puede definir la tipografía como “el arte de diseñar las letras”. (Llasera, 2021), es decir, transmitir el mensaje a través de la palabra impresa con estilo y característica en común que genere buena impresión. Existen catálogos tipográficos que permiten cualquier tipo de edición de textos.

Dibujo o boceto. Para (Equipo Editorial Etecé, 2021) un boceto, bosquejo, esbozo, estudio, croquis, borrador o sketch, en arte, literatura, arquitectura y en otras disciplinas, engloba las pruebas o intentos previos que se realizan de un proyecto antes del diseño definitivo”, es decir son dibujos realizados a mano alzada, tentativos, sencillos, sin muchos detalles, es el borrador de lo que se desarrollará como diseño final.

Sonido. El sonido no es un tema menor en la producción de un video, ya que es una herramienta fundamental para construir la conexión con la audiencia y los hechos. Entre los elementos sonoros que pueden tomarse en cuenta en el material visual están: la música, la cual debe ser seleccionada para que llegue a la mente y corazón de los espectadores; la voz en off, debe grabarse muy bien con un micrófono que permita captar el sonido con precisión.

Los efectos sonoros son los que crean la atmósfera y ubican dentro la acción, ayudan a contar mejor la historia; el silencio o las pausas son importantes para mantener la atención de la audiencia. (Cerdeña, 2021)

6.3.3 Teorías.

Teoría del color. Para (Tatay, 2021) la teoría del color es “un conjunto de principios que sirven para elegir las mejores combinaciones del color”. Es decir, el arte de pintar usando como herramienta básica el círculo cromático, que contiene colores cálidos y fríos que al mezclarlos producen otros colores y el efecto deseado para un diseño determinado.

El color capta la atención del espectador de forma inmediata, por eso es importante conocer el significado de cada color y sus combinaciones para lograr la armonía en el diseño.

Teoría de la Gestalt. “Para la Gestalt, el ser humano organiza sus percepciones como totalidad, como forma o configuración, y no como simple suma de sus partes. De allí que lo percibido pase de ser un conjunto de manchas a convertirse en personas, objetos o escenas”. (Significados, 2021).

Es decir que a través de lo que los ojos perciben, la mente configura todos los elementos y le da una forma al sujeto u objeto observado, pero para ello hace uso de las diferentes leyes o principios de esta teoría. Es de suma importancia recordar dichas leyes o principios a la hora de crear o producir un audiovisual.

Teoría del recorrido visual. Para (Arte y diseños Jhero Mont, 2013) el recorrido visual, “es el movimiento que se hace con los ojos para poder apreciar una obra, se fijan los ojos en un punto de la pintura y luego el camino que trazan los ojos naturalmente para ver la totalidad de la obra”.

Mientras que (LeslyDayane.wordpress.com, 2021) considera que “mediante el recorrido visual se establecen relaciones entre los elementos plásticos de la composición y define una serie de direcciones visuales”. Estas direcciones pueden ser de escena, que se encuentra en el interior del encuadre o de lectura de los vectores direccionales presentes en la propia composición.

6.3.4 Tendencias.

Video educativo. Es un medio audiovisual diseñado con el propósito de enseñar, informar o instruir a su audiencia sobre un tema específico. Estos videos son utilizados en

entornos educativos formales e informales para facilitar el aprendizaje y la comprensión de conceptos, habilidades o conocimientos.

Los videos educativos pueden abarcar una amplia variedad de formatos, incluyendo lecciones grabadas, demostraciones prácticas, documentales, animaciones y tutoriales. Están estructurados para ser didácticos y atractivos, utilizando elementos visuales y auditivos para mejorar la retención de la información y hacer el aprendizaje más accesible y entretenido.

6.3.5 Tablero de Tendencias



En el video educativo, se incorporarán las últimas tendencias para garantizar un impacto visual y narrativo significativo. Se utilizarán animaciones 3D para ofrecer una experiencia inmersiva y realista. El audio, generado por inteligencia artificial, proporcionará una calidad auditiva de vanguardia que complementará la narrativa socialmente consciente

que abordará temas relevantes y estimulará la reflexión.

En cuanto a las tendencias del color, se optará por un contraste de alto impacto para resaltar los elementos clave y mantener la atención del espectador. Además, en el aspecto tipográfico, se empleará tipografía 3D para agregar profundidad visual y combinar y contrastar diferentes estilos para enfatizar mensajes clave y facilitar la comprensión.

Figura 2. Realizada por Andrea Sofia Díaz. Tablero de tendencias.

6.4 Tecnologías.

6.4.1 Software

Adobe Illustrator. Un programa de diseño gráfico vectorial. Es usado para crear logotipos, ilustraciones y gráficos escalables que pueden ajustarse sin perder calidad. Es ideal para la creación de ilustraciones precisas y material promocional.

Adobe Premiere Pro. Un software de edición de video. Permite editar y montar videos de manera profesional, agregando efectos, transiciones y corrección de color. Es fundamental en la producción audiovisual, especialmente en la postproducción de videos educativos.

Adobe After Effects. Es un programa de composición y efectos visuales. Se utiliza para añadir efectos especiales y animaciones a videos, haciendo posible la creación de gráficos en movimiento o efectos complejos como títulos animados o visualizaciones explicativas.

Bunny Studio. Es una plataforma en línea que ofrece servicios creativos bajo demanda, especializada en soluciones de producción de contenido multimedia. A través de su

red global de profesionales freelance, Bunny Studio permite a empresas y particulares acceder a una amplia gama de servicios creativos de manera rápida y eficiente.

Google Drive. Un servicio de almacenamiento en la nube. Google Drive permite almacenar y compartir archivos de manera segura, lo que facilita la colaboración entre los creadores del video animado. Los miembros del equipo pueden acceder a archivos de guión, storyboard, videos y otros recursos necesarios para el proyecto.

6.4.2 Hardware

Computadora. Un equipo de cómputo de alto rendimiento, ya sea un PC de escritorio o una laptop. Una computadora potente es fundamental para manejar programas de animación, renderizado 3D, y edición de video. Para videos animados, es esencial que el equipo cuente con buena capacidad de procesamiento, gráficos y memoria RAM.

Monitor de Alta Resolución. Un monitor de alta definición con una resolución de 3840 x 2160 píxeles. Ofrece una calidad visual excelente, necesaria para trabajos de edición de video y animación detallada. Ayuda a visualizar con claridad cada detalle de la animación, lo que es crucial para el trabajo en gráficos en movimiento y efectos visuales complejos.

Auriculares. Auriculares de referencia ampliamente utilizados en la industria audiovisual. Permiten escuchar el audio con gran precisión durante la fase de postproducción, ayudando a los editores a hacer ajustes en el volumen, calidad y mezcla de sonido.

Discos Duros Externos. Un dispositivo de almacenamiento externo de gran capacidad. Sirve para almacenar y hacer copias de seguridad de los archivos del proyecto. Los archivos de video animado pueden ser muy grandes, y es esencial contar con un disco externo para mantener los proyectos seguros y organizados.

Capítulo VII

Proceso de diseño y propuesta preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

Para iniciar con la producción del video educativo sobre cómo estar preparados ante las erupciones volcánicas es indispensable poner en práctica los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera. A continuación, se presenta el proceso de diseño y la propuesta preliminar en base a la investigación realizada en el marco teórico y el perfil del cliente.

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Método

Comunicación. El video transmite información a un grupo de personas sobre cómo estar preparados ante una erupción volcánica. En él se incluyeron los elementos básicos de la comunicación, con los que se pretende que la información tenga significado para el receptor. Además, se utilizan los tipos de comunicación verbal y visual a través de la locución al dar la información sobre qué hacer en caso de una erupción volcánica. La comunicación audiovisual se aplica en la integración de transiciones y sonidos que, ordenados por escenas, transmiten la información.

Diseño. Se aplicó el diseño al elaborar los bocetos y el esquema de lo que se va a desarrollar en el video educativo, ordenando las tomas en diferentes escenas y adaptando los colores y la tipografía para convencer al usuario con elementos visuales. El diseño audiovisual fue fundamental en la producción del video ya que se logró difundir el mensaje en forma gráfica a través de animaciones, textos y sonora a través de grabaciones de audios.

Entre los elementos del diseño (conceptuales, visuales, de relación y prácticos) van inmersos en el mensaje visual a través de las gráficas, la tipografía, el sonido, la locución, la música de fondo, los bocetos, las fotografías, los cintillos, los programas de Microsoft y

adobe, elementos en línea que fortalecen el contenido del diseño del video.

Para la producción del video se realizaron las tres fases o etapas, en la preproducción surge la idea y se establecen los preparativos para comenzar seleccionando el contenido como el guión gráfico (bocetos), guión literario (lo que narrará el locutor) crear el guión técnico, utilización de planos y movimientos de cámara, elegir vestuario de los personajes, sonido para establecer el camino a seguir para la producción del video.

En la producción se puso en práctica todo lo planificado en la etapa anterior, comenzando por desarrollar los personajes y escenarios en Adobe Animate y After Effects, seguido de la creación de las escenas animadas, la grabación de las voces de los personajes.

En la postproducción o montaje se seleccionó todo el material grabado, organizándolo por escenas para su edición y producción final, utilizando el equipo de edición, Adobe Audition, para la edición de sonido, inserción del recuadro en la pantalla donde aparece el intérprete de la lengua de señas y

Ciencias auxiliares. Las ciencias auxiliares aplicadas en el presente proyecto fueron: La Semiología a través de la implementación de elementos gráficos, colores, textos y tipografía que presentan el significado y el significante adecuado; la Semiótica de la imagen para que el receptor sea capaz de comprender las imágenes y gráficos presentados en el video institucional.

La Psicología de la Comunicación se aplicó al estudiar y analizar al grupo objetivo, ya que es importante conocer a las personas a quienes va dirigido el video; La Psicología del color se aplicó en el análisis y selección de los colores a utilizar en las imágenes del video; mientras que la Psicología de la imagen se aplicó al incluir personajes con características físicas parecidas al público guatemalteco para que se puedan sentir identificados.

Artes. Dentro de las artes utilizadas en la producción del video educativo está la cinematografía animada, ya que se realizó la captura, almacenamiento y transmisión de imágenes en movimiento, utilizando planos, encuadres, ángulos y tomas de fotos que permitieron hacer la secuencia de imágenes.

La tipografía se utilizó en el diseño de las letras para que fueran legibles y adecuadas y generen buena impresión visual. Los bocetos fueron la base para desarrollar el diseño final, los dibujos se realizaron a mano alzada y se utilizaron para ordenar las escenas a incluir en la producción del video. También se incluyó el sonido, la música, la voz en off para construir la conexión con la audiencia y los hechos, para reforzar la intención del mensaje.

Teorías. Para la realización del video se tomaron en cuenta aspectos importantes de varias teorías, entre ellas, la teoría del color que permitió conocer el significado de cada color y sus combinaciones para su aplicación en las imágenes del video educativo; la teoría de la Gestalt que permite percibir o visualizar la imagen en los bocetos y tipografía utilizada en cada escena.

Por último y no la menos importante, la teoría del recorrido visual, ya que a través de ella se establecieron las relaciones entre los elementos plásticos de la composición y las direcciones visuales.

Tendencias. En la producción del video institucional, se consideraron importantes utilizar las siguientes tendencias:

Videos Educativos, ya que esto permite que el público pueda aprender algo nuevo de manera sencilla.

La tendencia 4K, la adopción de la tecnología 4K en la producción de videos educativos permite capturar imágenes con mayor resolución y detalle. Esta alta calidad visual

es esencial para mantener el interés del espectador y para facilitar una mejor comprensión de los elementos visuales presentados.

La transición, implementar transiciones suaves entre planos sin efectos abruptos es una práctica importante para mantener la fluidez del video. Esto evita que las tomas se vean cortadas y ayuda a mantener una narrativa coherente, mejorando la experiencia de aprendizaje y manteniendo la atención del espectador.

7.2 Conceptualización

La conceptualización servirá de referencia para la elaboración de los elementos importantes que serán colocados en la producción del video educativo.

Método: Identificación o empatía. El método creativo Identificación o empatía es usado principalmente para obtener otra percepción, otro punto de vista sobre un asunto. El método Identificación o empatía funciona de la siguiente manera: Tras la definición del objetivo creativo y de haber generado nuevas ideas buscamos una nueva percepción que abra caminos diferentes.

Elijo una persona, personaje, animal, vegetal, objeto, elemento... que esté o no relacionado con el objetivo creativo o campo sobre el que trabajo.

Ejemplos:

- Busco cómo reducir la contaminación en los ríos de los vertidos de una empresa e imagino que soy un pez.
- Imagino que soy mi cliente.
- Soy arquitecto y recorro mi edificio en una silla de ruedas para empatizar con las personas con discapacidad.

Definición del concepto. El método Identificación o empatía funciona de la siguiente manera: Tras la definición del objetivo creativo y de haber generado nuevas ideas, buscamos una nueva percepción que abra caminos diferentes. Elijo una persona, personaje, animal,

vegetal, objeto, elemento... que esté o no relacionado con el objetivo creativo o campo sobre el que trabajo.

Elijo una persona, personaje, animal, vegetal, objeto, elemento... que esté o no relacionado con el objetivo creativo o campo sobre el que trabajo. A continuación se presenta el método puesto en práctica.

¿Qué es?

Un video educativo para dar a conocer a hombres y mujeres comprendidos entre 20 y 30 años de edad que residen en la ciudad de Guatemala acerca de cómo prepararse ante una erupción volcánica.

¿Para qué sirve?

Sirve para que las personas que vean el video estén informadas y sepan cómo estar preparadas ante una erupción volcánica, reduciendo así riesgos y aumentando su seguridad.

¿Cómo?

A través de un video educativo que explique cómo estar preparados ante una erupción volcánica. El video incluirá instrucciones claras y concisas sobre las medidas preventivas. Utilizará animaciones, gráficos y ejemplos prácticos para asegurar una mejor comprensión y retención de la información por parte de los espectadores.

Opciones:

- Prepárate Ya
- Prepárate Hoy
- Mantente alerta y preparado

El concepto elegido "Prepárate Hoy" enfatiza la idea de que la preparación no debe posponerse, ya que los desastres naturales pueden ocurrir en cualquier momento sin previo aviso. Al destacar la necesidad de actuar ahora, la frase intenta generar una respuesta emocional y práctica, impulsando a los espectadores a informarse y estar listos para cualquier

eventualidad. Además, su brevedad y claridad hacen que sea fácil de recordar y efectiva para campañas de concientización y educación.

7.3 Bocetaje

Con base al concepto: “Prepárate Hoy”, se desarrolló la propuesta de bocetaje en un guión técnico, en donde se elaboró previamente la diagramación de los elementos, se procedió a los bocetos digitalizados para desarrollar la propuesta final que se presentará al cliente.

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 24 / 07/ 2024

Storyline

Script	Descripción	Tiempo
Carátula: Prepárate para las actividades volcánicas	Escena 1: Animación de texto y un volcán que hace erupción.	5 seg
- Voz de hombre: Vivir cerca de un volcán puede presentar ciertos riesgos, pero con la preparación adecuada puedes protegerte. - Voz de mujer: Aquí te daremos algunos consejos sencillos para que te prepares de manera segura	Escena 2: Los expertos hablan en primer plano mientras en el fondo se ven las viviendas construidas cerca de las faldas del volcán. Luego zoom in a los expertos.	8 seg

para enfrentar las actividades volcánicas.		
---	--	--

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 24 / 07/ 2024

Página 2

Storyline

- Voz de hombre: Mantente informado sobre la actividad volcánica en tu área a través de los boletines y alertas emitidas por las autoridades.	Escena 3: Televisión proyectando las noticias sobre la actividad del volcán con personas de espaldas viendo la tv.	8 seg
- Voz de mujer: Conoce las rutas de evacuación designadas y sigue las instrucciones de evacuación si se emiten.	Escena 4: Mapa con las rutas de evacuación y lugares seguros: Iglesia, Albergues, hospitales, Cruz roja etc...	8 seg
- Voz de mujer: Asegura tu hogar protegiendo las aberturas, como ventanas y puertas, con materiales	Escena 5: Plano detalle de la puerta, con unas manos que llegan a tapar con un trapo húmedo y enrollado.	8 seg

resistentes a la ceniza volcánica.		
---------------------------------------	--	--

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 24 / 07/ 2024

Página 3

Storyline

- Voz de hombre: Planea formas de comunicarte con tu familia y decide un punto de reunión en caso de que se separen durante una evacuación.	Escena 6: Mano con teléfono celular y se envía un mensaje de texto a sus familiares: “Familia ¿Todos se encuentran bien?” “Nos encontramos en nuestro punto de reunión acordado.”	8 seg
- Voz de mujer: Evita áreas bajas y valles durante una erupción volcánica, ya que la ceniza y los flujos piroclásticos pueden ser peligrosos.	Escena 7: Plano general de una comunidad donde se ve el volcán que ya hizo erupción, y el flujo asomándose desde atrás y dirigiéndose a la aldea.	8 seg

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 24 / 07/ 2024

Página 4

Storyline

- Voz de hombre: Después de una erupción volcánica, sigue las instrucciones de las autoridades y no regreses a tu hogar hasta que se declare seguro.	Escena 8: Plano medio. Experto dando una conferencia de prensa.	8 seg
- Voz de mujer: Recuerda tener listo tu plan de emergencia familiar y tu mochila de 72 horas	Escena 9: Fondo de la sala de estar. Plano medio. Familia con la mochila de 72 hrs y un plan familiar en las manos.	5 seg
- Voz de mujer: Para obtener más información sobre la preparación y respuesta ante actividades volcánicas, visita nuestro sitio web: centroamerica.laiglesiadejesucristo.org/preparatehoy	Escena 10: Personajes expertos en un fondo liso y texto animado del URL de la página web.	5 seg

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 24 / 07/ 2024

Página 5

Storyline

Slogan: Recuerda, la preparación hace la diferencia ¡Prepárate hoy!	Escena 11: Zoom in de la escena anterior con los personajes expertos. Animación de texto en fondo liso.	5 seg
---	---	-------

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

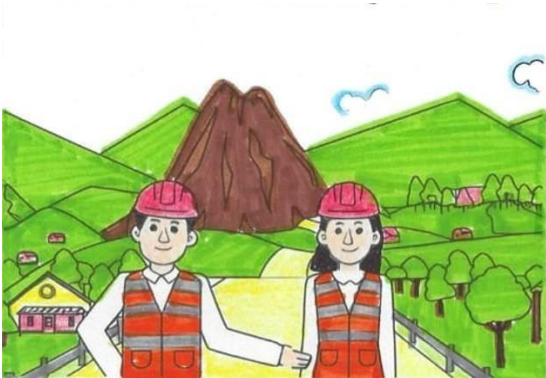
Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 28 / 07/ 2024

Página 1

Storyboard

Script	Descripción	Tiempo
Carátula: Prepárate para las actividades volcánicas	Escena 1, Plano General  An illustration of a volcano erupting with red lava and grey smoke. In the foreground, there are green hills with small houses. The text 'Prepárate ante las erupciones VOLCÁNICAS' is written in green and black.	5 seg
- Voz de hombre: Vivir cerca de un volcán puede presentar ciertos riesgos, pero con la preparación adecuada puedes protegerte. - Voz de mujer: Aquí te daremos algunos consejos sencillos para que te prepares de manera segura para enfrentar las actividades volcánicas.	Escena 2, Plano Americano  An illustration of two people, a man and a woman, wearing red safety vests and hard hats. They are standing in front of a volcano and some green hills. The man is pointing towards the volcano.	8 seg

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

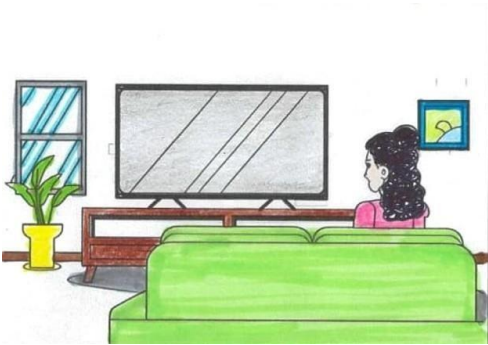
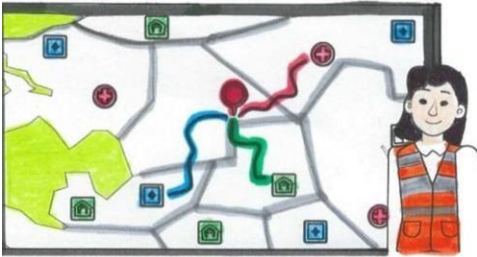
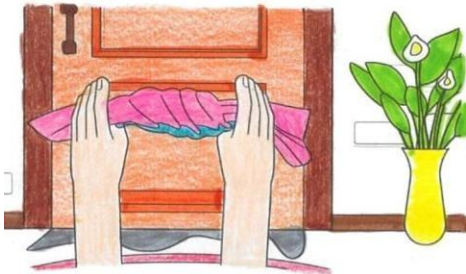
Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 28 / 07/ 2024

Página 2

Storyboard

- Voz de hombre: Mantente informado sobre la actividad volcánica en tu área a través de los boletines y alertas emitidas por las autoridades.	Escena 3, Plano General 	8 seg
- Voz de mujer: Conoce las rutas de evacuación designadas y sigue las instrucciones de evacuación si se emiten.	Escena 4, Plano Americano 	8 seg
- Voz de mujer: Asegura tu hogar protegiendo las aberturas, como ventanas y puertas, con materiales resistentes a la ceniza volcánica.	Escena 5, Plano Detalle 	8 seg

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 28 / 07/ 2024

Página 3

Storyboard

- Voz de hombre: Planea formas de comunicarte con tu familia y decide un punto de reunión en caso de que se separen durante una evacuación.	Escena 6: Plano Detalle 	8 seg
- Voz de mujer: Evita áreas bajas y valles durante una erupción volcánica, ya que la ceniza y los flujos piroclásticos pueden ser peligrosos.	Escena 7, Plano General 	8 seg

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 28/ 07/ 2024

Página 4

Storyboard

- Voz de hombre: Después de una erupción volcánica, sigue las instrucciones de las autoridades y no regreses a tu hogar hasta que se declare seguro.	Escena 8, Plano General 	8 seg
- Voz de mujer: Recuerda tener listo tu plan de emergencia familiar y tu mochila de 72 horas	Escena 9, Plano Americano 	5 seg

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 28/ 07/ 2024

Página 5

Storyboard

- Voz de mujer: Para obtener más información sobre la preparación y respuesta ante actividades volcánicas, visita nuestro sitio web: centroamerica.laiglesiadejesucristo.org/preparateho y	Escena 10, Plano Detalle 	8 seg
Slogan: Recuerda, la preparación hace la diferencia ¡Prepárate hoy	Escena 11, Plano Americano 	5 seg

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

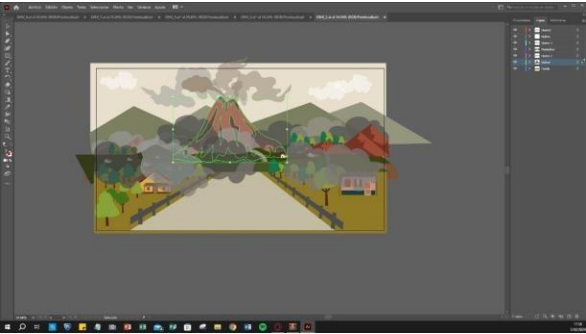
Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 28/ 07/ 2024

Página 1

Digitalización

Descripción	Imagen	Tiempo
Creación de todos los escenarios y elementos importantes del video		15 horas
Creación de los personajes del video		10 horas

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 28/ 07/ 2024

Página 2

Digitalización

Descripción	Imagen	Tiempo
Creación de los movimientos de los personajes y elementos esenciales		6 horas
Creación de la tipografía del video		3 horas

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

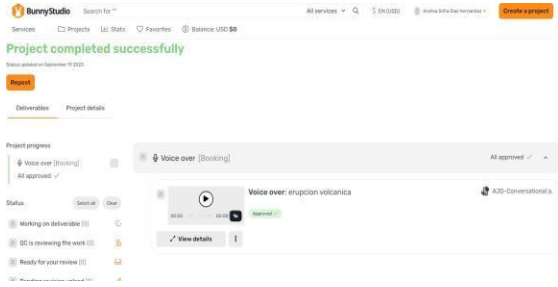
Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 28/ 07/ 2024

Página 3

Digitalización

Descripción	Imagen	Tiempo
Creación de las voces de los personajes	 A screenshot of the BunnyStudio web interface. At the top, it says "Project completed successfully" in green. Below that, there's a "Project progress" section with a "Voice over [Booking]" item. The status is "All approved ✓". There's a play button icon and the text "Voice over: erupcion volcanica".	4 horas
Importar todas las escenas animadas al editor del video	 A screenshot of an animation software interface. It shows a 3D landscape with a large volcano in the background, green hills, and a body of water. There are various controls and panels visible around the central scene view.	5 horas

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 28/ 07/ 2024

Página 4

Digitalización

Descripción	Imagen	Tiempo
Editar el video		3 horas
Agregar las voces y efectos de sonido y al mismo tiempo conectarlo con el movimiento de los personajes.		10 horas

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 31 / 07/ 2024

Página 1

Propuesta Preliminar

Script	Descripción	Tiempo
Carátula: Prepárate para las actividades volcánicas	Escena 1, Plano General 	5 seg
- Voz de hombre: Vivir cerca de un volcán puede presentar ciertos riesgos, pero con la preparación adecuada puedes protegerte. - Voz de mujer: Aquí te daremos algunos consejos sencillos para que te prepares de manera segura para enfrentar las actividades volcánicas.	Escena 2, Plano Americano 	8 seg

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 31 / 07/ 2024

Página 2

Propuesta Preliminar

- Voz de hombre: Mantente informado sobre la actividad volcánica en tu área a través de los boletines y alertas emitidas por las autoridades.	Escena 3, Plano General 	8 seg
- Voz de mujer: Conoce las rutas de evacuación designadas y sigue las instrucciones de evacuación si se emiten.	Escena 4, Plano Americano 	8 seg
- Voz de mujer: Asegura tu hogar protegiendo las aberturas, como ventanas y puertas, con materiales resistentes a la ceniza volcánica.	Escena 5, Plano Detalle 	8 seg

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 31 / 07/ 2024

Página 3

Propuesta Preliminar

- Voz de hombre: Planea formas de comunicarte con tu familia y decide un punto de reunión en caso de que se separen durante una evacuación.	Escena 6: Plano Detalle 	8 seg
- Voz de mujer: Evita áreas bajas y valles durante una erupción volcánica, ya que la ceniza y los flujos piroclásticos pueden ser peligrosos.	Escena 7, Plano General 	8 seg

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

Medio: Correo Electrónico

Duración: 2 minutos

Fecha: 31 / 07/ 2024

Página 4

Propuesta Preliminar

- Voz de hombre: Después de una erupción volcánica, sigue las instrucciones de las autoridades y no regreses a tu hogar hasta que se declare seguro.	Escena 8, Plano General 	8 seg
- Voz de mujer: Recuerda tener listo tu plan de emergencia familiar y tu mochila de 72 horas	Escena 9, Plano Americano 	5 seg

Cliente: La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Producto/Servicio: Prevención de desastres.

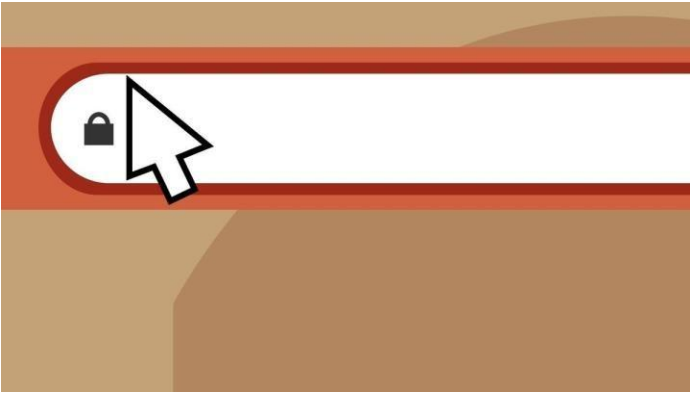
Medio: Correo Electrónico

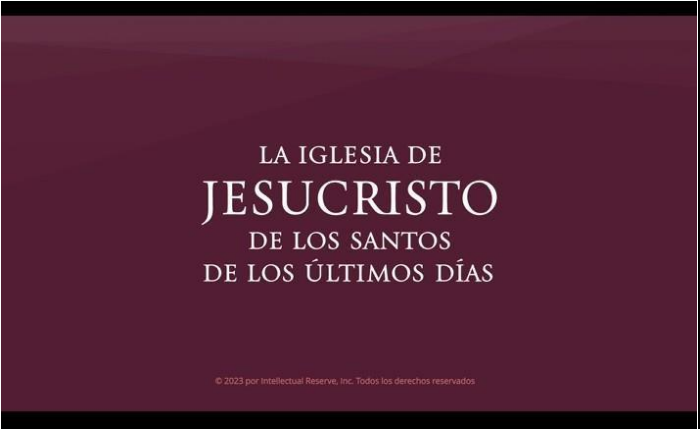
Duración: 2 minutos

Fecha: 31/ 07/ 2024

Página 5

Propuesta Preliminar

- Voz de mujer: Para obtener más información sobre la preparación y respuesta ante actividades volcánicas, visita nuestro sitio web: centroamerica.laiglesiadejesucristo.org/preparateho y	Escena 10, Plano Detalle 	8 seg
Slogan: Recuerda, la preparación hace la diferencia ¡Prepárate hoy	Escena 11, Plano Americano 	5 seg

Colocar la cortinilla de cierre de la organización	 LA IGLESIA DE JESUCRISTO DE LOS SANTOS DE LOS ÚLTIMOS DÍAS © 2023 por Intellectual Reserve, Inc. Todos los derechos reservados	2 seg
---	---	--------------

El video se encuentra en el siguiente link: [https://youtu.be/ NZhCnTCbx8](https://youtu.be/NZhCnTCbx8)

Capítulo VIII

Validación técnica

Capítulo VIII: Validación técnica

El trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se evaluará el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta preliminar del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a 15 de las personas, hombres y mujeres que conforman el grupo objetivo y a 4 expertos en el área de comunicación, diseño y producción audiovisual.

8.1 Población y muestreo

Población. Es un conjunto que está formado por personas que viven en un determinado lugar.

Muestreo. Es una técnica para la selección de una muestra a partir de una población estadística.

Cliente. Daniel Hernández (Gerente del departamento de Autosuficiencia de la Organización no gubernamental ONG denominada La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días)

Grupo Objetivo. 15 hombres y mujeres entre 20 y 30 años de edad que residen en la ciudad de Guatemala con nivel socioeconómico C2 y C3.

Profesionales.

Lic. Wilfredo Hernández (Diseñador Gráfico)

Lic. Kimberly de León (Experta en desastres naturales)

Lic. Troody Campos (Licenciada en Marketing y Comunicación)

Lic. Aura Lissette Perez (Experta en Comunicación Audiovisual)

8.2 Método e instrumentos

Para la validación del video educativo fue indispensable el apoyo de la encuesta como herramienta de investigación, que permitirá obtener información para la correcta utilización del video educativo que será útil para La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos días.

La encuesta está conformada por catorce preguntas, que están divididas en tres importantes áreas. La parte objetiva consiste en evaluar si los objetivos del proyecto están relacionados con la propuesta. El área semiológica califica los elementos gráficos, auditivos y visuales utilizados en el material.

La parte operativa se encarga de evaluar la funcionalidad del proyecto. Cada pregunta contiene tres variables para que el evaluador califique si considera que el proyecto cumple con las características descritas. La encuesta será distribuida a través de Google Forms.

Encuesta de Validación:



Encuesta de validación del proyecto

Producción de un Video Educativo sobre Preparación ante Erupciones Volcánicas para la ONG La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días. Ciudad de Guatemala, Guatemala, 2024.

Antecedentes:

La organización no gubernamental (ONG) La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días, con más de 65 años de presencia en Guatemala, se dedica a apoyar a la sociedad guatemalteca en aspectos sociales, económicos y espirituales. Ante las condiciones geográficas de Guatemala, la ONG ha identificado la necesidad de crear un video educativo que oriente a los jóvenes guatemaltecos sobre cómo actuar en caso de una erupción volcánica.

Instrucciones:

Basado en la información proporcionada, revise el contenido gráfico relacionado con la producción del video educativo y, utilizando su criterio, responda las siguientes preguntas de validación.

Link del Video:

https://youtu.be/_NZhCnTCbx8?si=u1Ey_kNJNF2nL62h

sofiadiaz9910@gmail.com [Cambiar cuenta](#)


 No compartido

Herramienta de validación parte objetiva:

Nombre

Tu respuesta

Grupo

- ☐ Experto
- ☐ Cliente
- ☐ Grupo Objetivo

Parte Objetiva

¿Considera usted importante producir un video educativo para dar a conocer a jóvenes de 20 a 30 años que residen en la ciudad de Guatemala cómo prepararse adecuadamente ante una erupción volcánica, como lo plantea la iniciativa "Prepárate Ya" de La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días?

- ☐ Sí
- ☐ No

Herramienta de validación parte objetiva:

¿Considera importante recopilar información necesaria sobre las condiciones geográficas y socioeconómicas de Guatemala para incluir datos relevantes en el video educativo sobre cómo actuar ante una erupción volcánica, como parte de la iniciativa "Prepárate Ya" de La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días?

- ☐ Sí
- ☐ No

¿Considera usted que es importante investigar términos, conceptos y tendencias relacionados con desastres naturales para desarrollar el diseño del video educativo que el grupo objetivo de jóvenes de 20 a 30 años en la ciudad de Guatemala utilizará?

- ☐ Sí
- ☐ No

¿Considera que los colores y transiciones del video educativo, incluyendo la edición del tono, contraste y saturación, para que las imágenes y elementos visuales sean impactantes y atractivos para el grupo objetivo de jóvenes de 20 a 30 años en la ciudad de Guatemala?

- ☐ Sí
- ☐ No

Herramienta de validación parte semiológica:**Parte Semiológica**

Según su criterio, los colores utilizados en el video educativo son:

- ☐ Muy adecuados
- ☐ Medianamente adecuados
- ☐ Nada adecuados

Según su criterio, la tipografía utilizada en el video educativo es:

- ☐ Muy legible
- ☐ Medianamente legible
- ☐ Nada legible

Según su criterio, los personajes representados en el video educativo son:

- ☐ Muy idóneo
- ☐ Medianamente idóneo
- ☐ Nada idóneo

Herramienta de validación parte operativa:

Según su criterio el vídeo educativo es:

- ☐ Comprensible
- ☐ Medianamente comprensible
- ☐ Nada comprensible

Parte operativa

Considera que el video educativo es de:

- ☐ Mucha utilidad
- ☐ Poca utilidad
- ☐ Nada de utilidad

Estima que la orientación horizontal del video educativo es

- ☐ Muy adecuado
- ☐ Medianamente adecuado
- ☐ Nada adecuado

Herramienta de validación observaciones:

Considera usted que la duración del video educativo es:

☐ Muy apropiada

☐ Medianamente apropiada

☐ Nada apropiada

Observaciones

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta, es de mucho valor para el proyecto. Si usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal, puede hacerlo en el siguiente espacio:

Tu respuesta

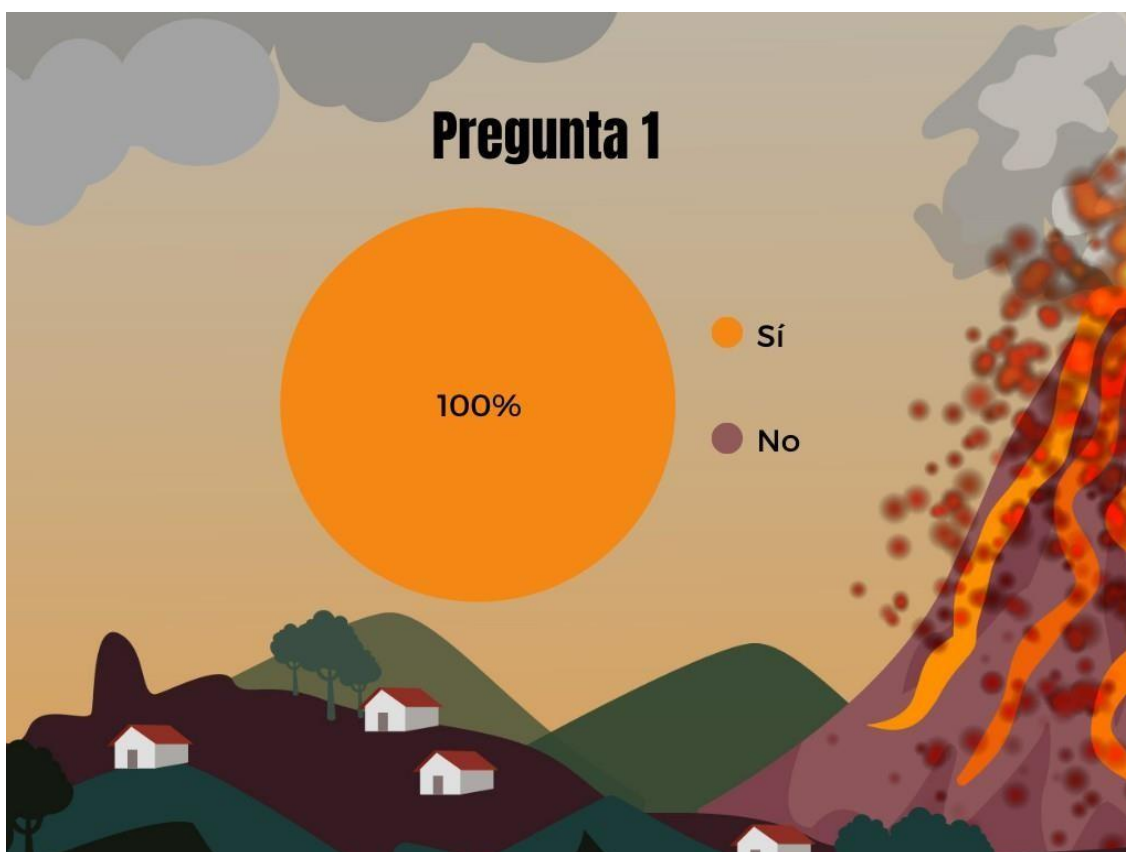
Enviar

Borrar formulario

8.3 Resultado e interpretación de resultados

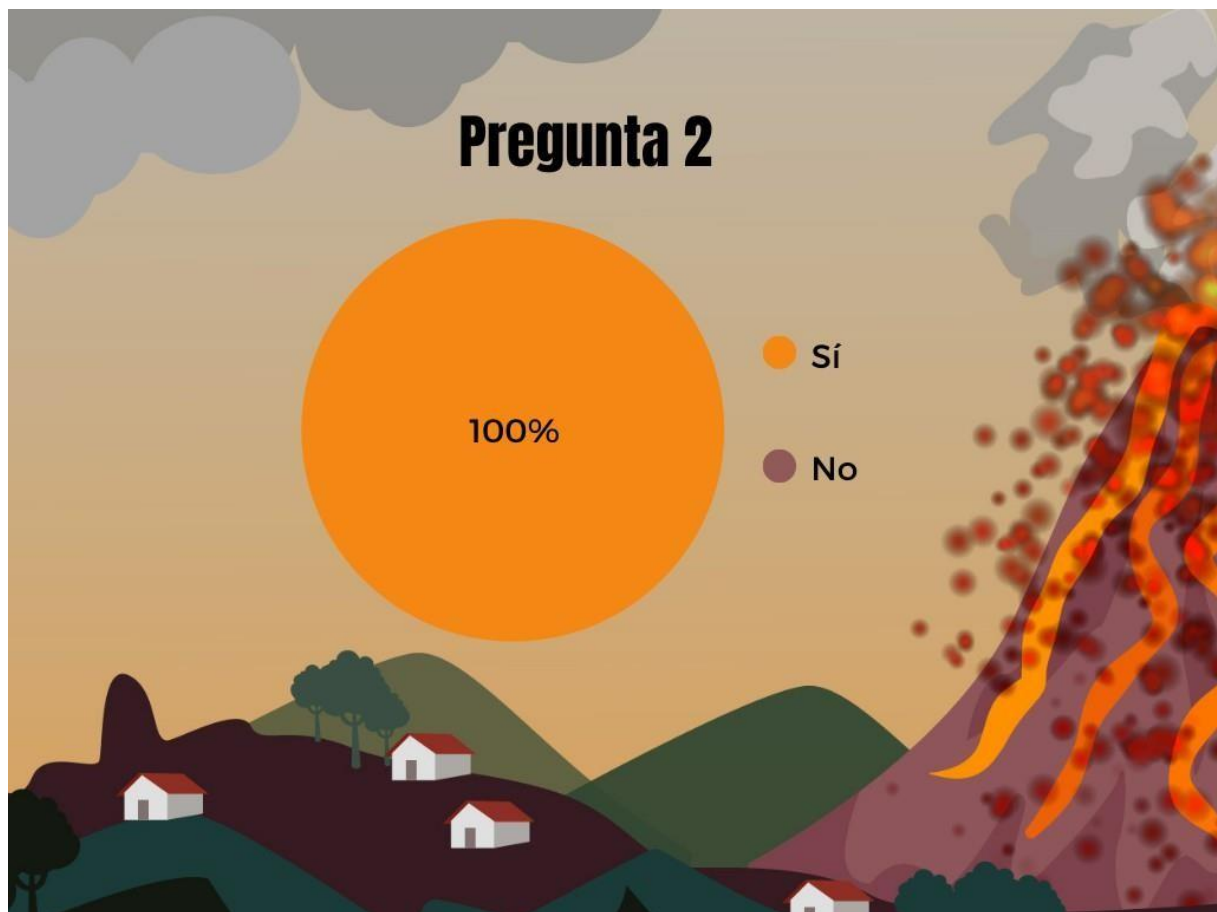
Parte Objetiva

1. ¿Considera usted importante producir un video educativo para dar a conocer a jóvenes de 20 a 30 años que residen en la ciudad de Guatemala cómo prepararse adecuadamente ante una erupción volcánica, como lo plantea la iniciativa "Prepárate Ya" de La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días?



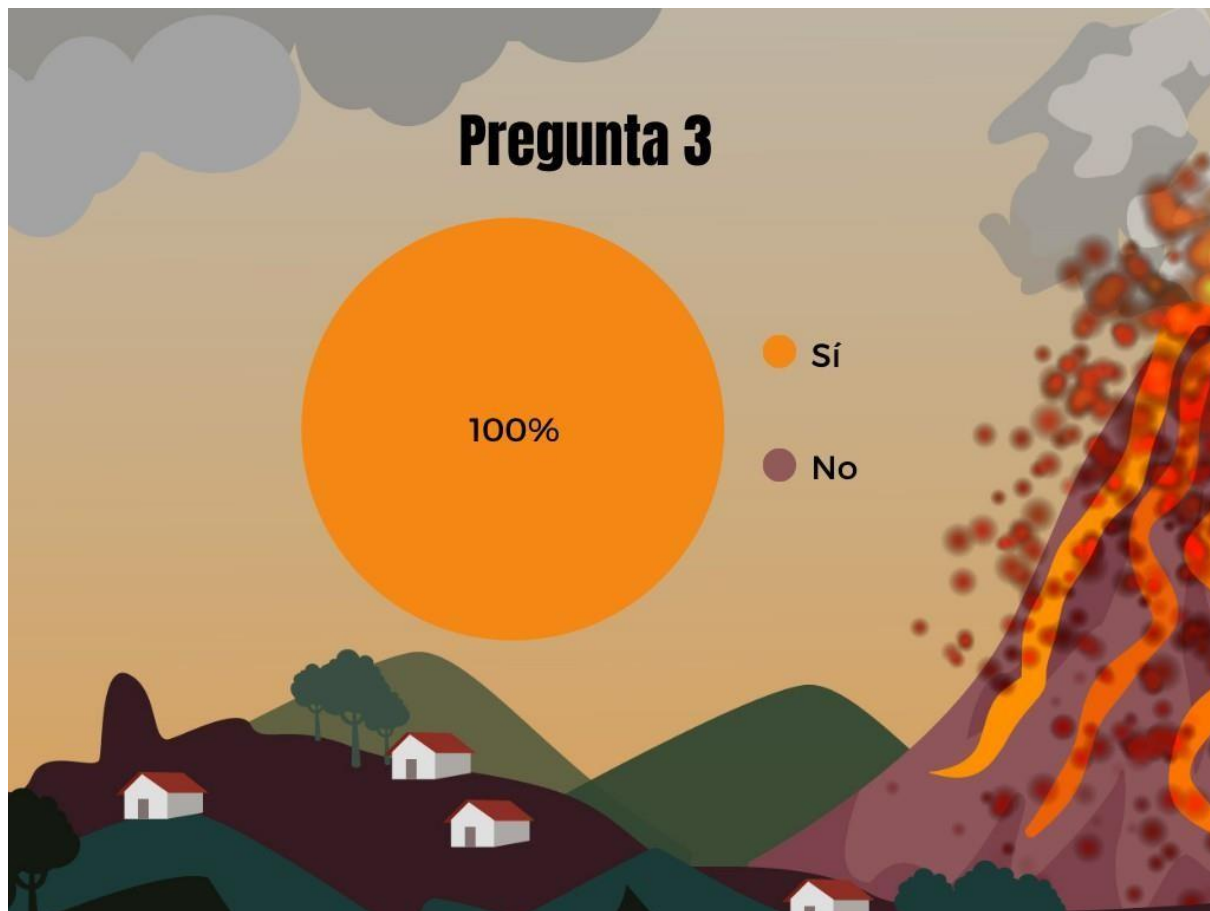
El 100% de los encuestados considera importante la producción de un video educativo para informar a jóvenes de 20 a 30 años que residen en la ciudad de Guatemala sobre cómo prepararse adecuadamente ante una erupción volcánica, como lo plantea la iniciativa "Prepárate Ya" de La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días. Por lo tanto, se cumple con el objetivo general de este proyecto.

2. ¿Considera importante recopilar información necesaria sobre las condiciones geográficas y socioeconómicas de Guatemala para incluir datos relevantes en el video educativo sobre cómo actuar ante una erupción volcánica, como parte de la iniciativa "Prepárate Ya" de La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días?



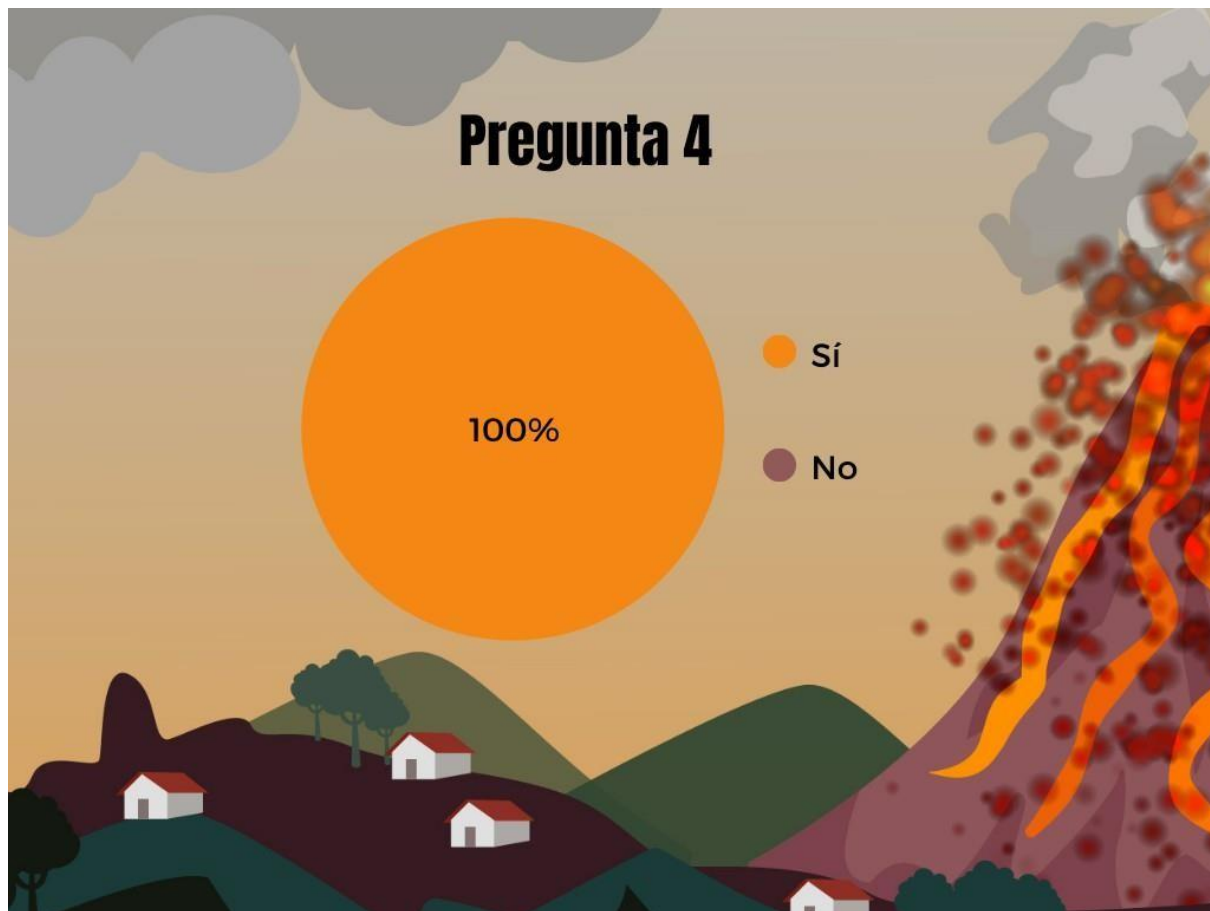
El 100% de los encuestados considera importante recopilar información necesaria sobre las condiciones geográficas y socioeconómicas de Guatemala para incluir datos relevantes en el video educativo sobre cómo actuar ante una erupción volcánica, como parte de la iniciativa "Prepárate Ya" de La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días. De esta manera se cumple el primer objetivo específico planteado en la presente investigación.

3. ¿Considera usted que es importante investigar términos, conceptos y tendencias relacionados con desastres naturales para desarrollar el diseño del video educativo que el grupo objetivo de jóvenes de 20 a 30 años en la ciudad de Guatemala utilizará?



El 100% de los encuestados considera importante investigar términos, conceptos y tendencias relacionados con desastres naturales para desarrollar el diseño del video educativo que el grupo objetivo de jóvenes de 20 a 30 años en la ciudad de Guatemala utilizará. Por lo que se cumple con el segundo objetivo específico de la presente investigación.

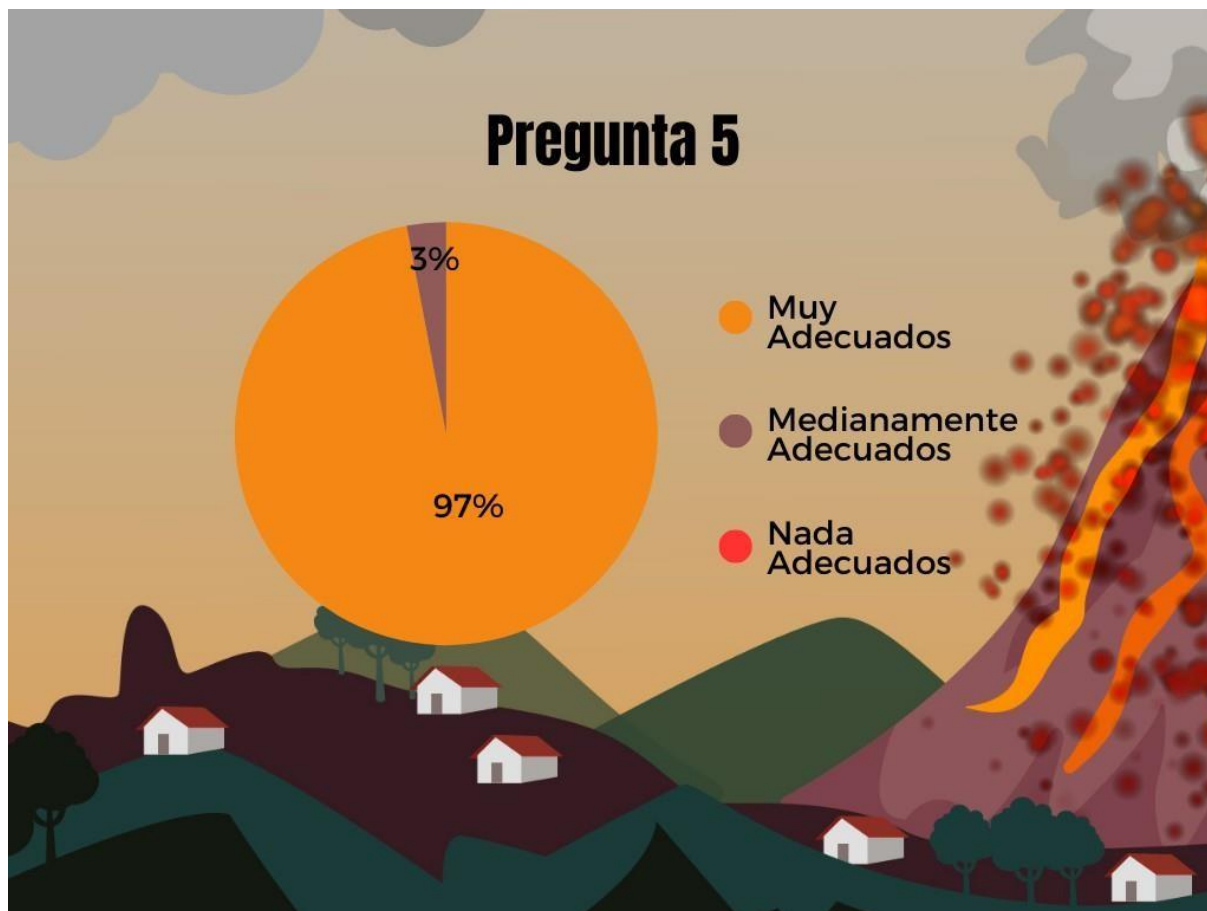
4. ¿Considera que los colores y transiciones del video educativo, incluyendo la edición del tono, contraste y saturación, para que las imágenes y elementos visuales sean impactantes y atractivos para el grupo objetivo de jóvenes de 20 a 30 años en la ciudad de Guatemala?



El 100% de los encuestados considera que es importante cuidar los colores y transiciones del video educativo, incluyendo la edición del tono, contraste y saturación, para que las imágenes y elementos visuales sean impactantes y atractivos para el grupo objetivo de jóvenes de 20 a 30 años en la ciudad de Guatemala. Por lo tanto se cumple el tercer objetivo específico de este proyecto.

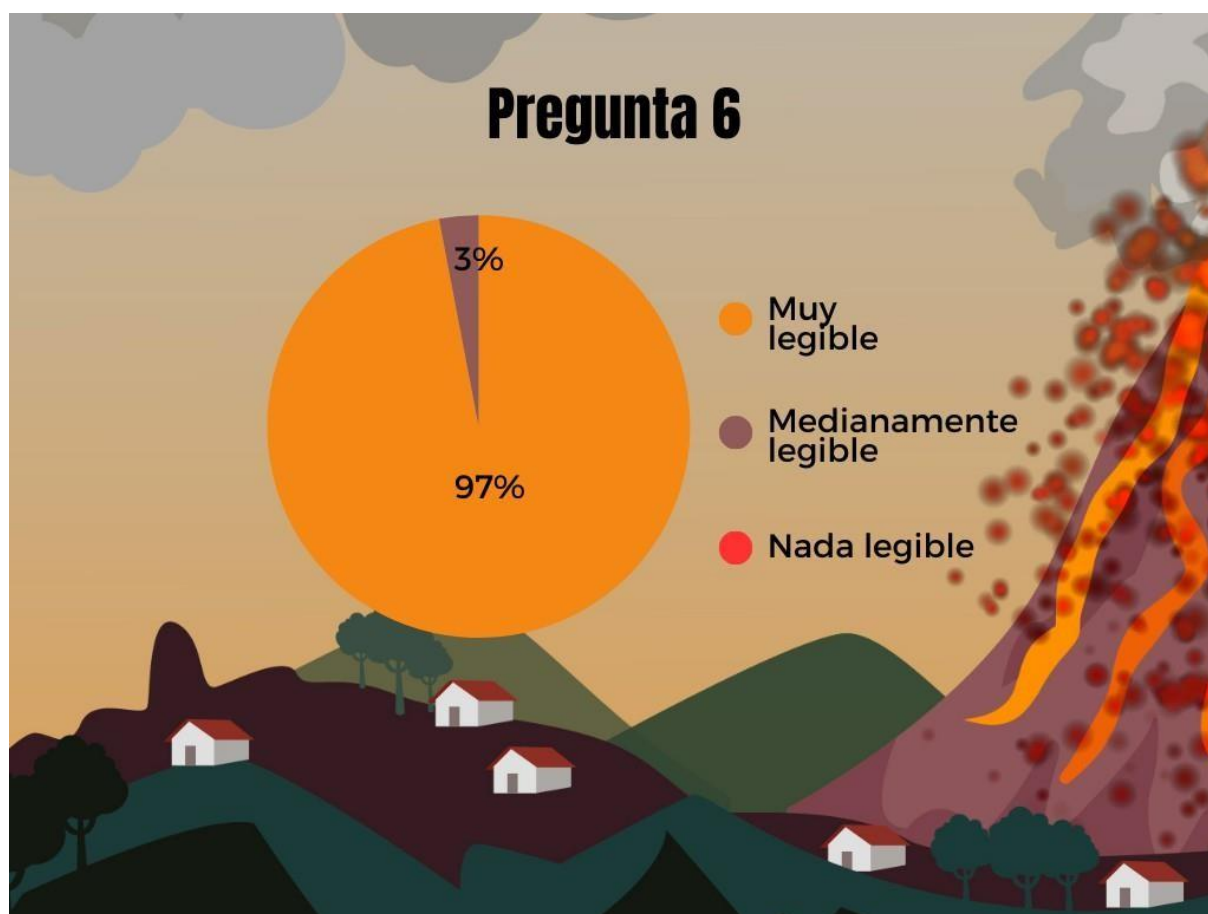
Parte Semiológica

5. Según su criterio, los colores utilizados en el video educativo son:



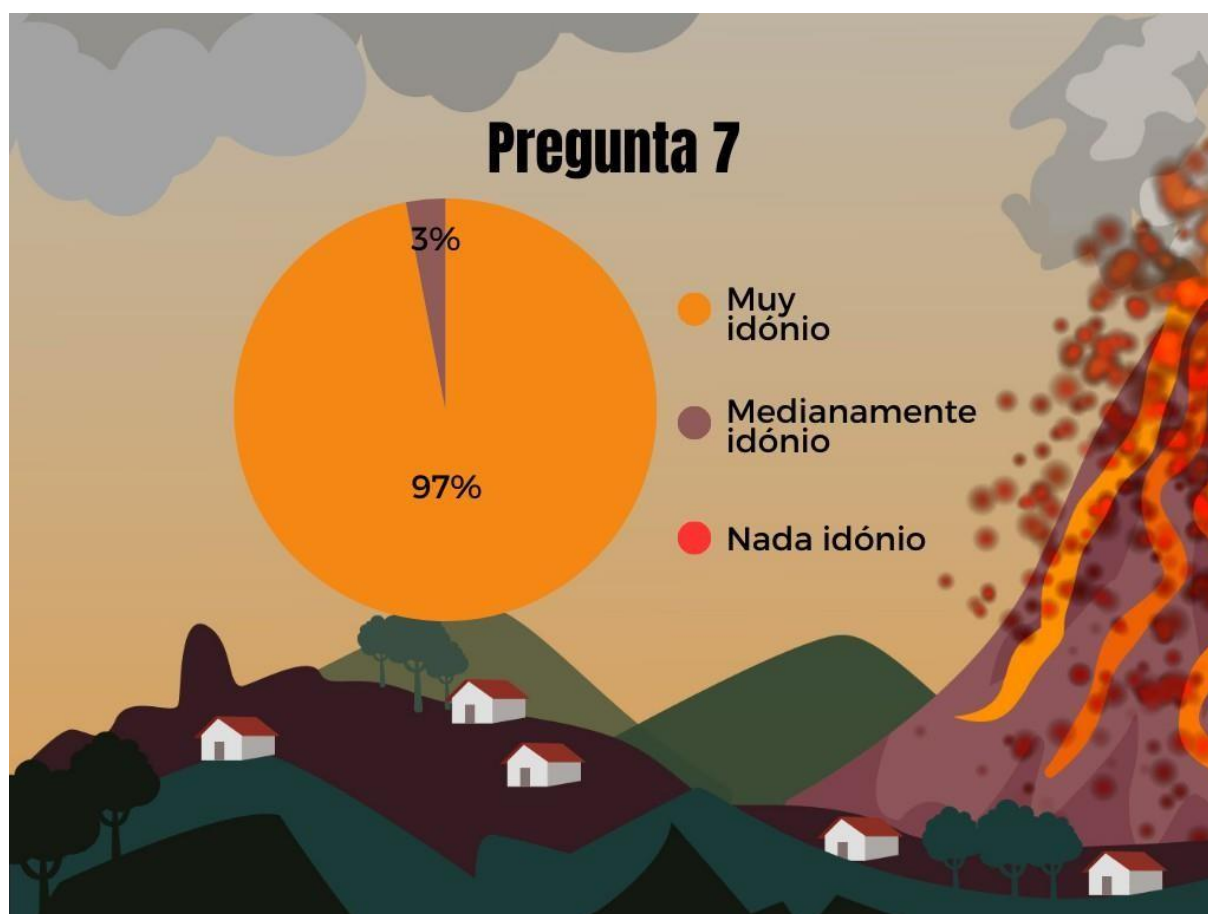
El 97% de los encuestados considera que los colores utilizados en el video educativo son muy adecuados, un 3% los considera medianamente adecuados, y ninguno los considera nada adecuados.

6. Según su criterio, la tipografía utilizada en el video educativo es:



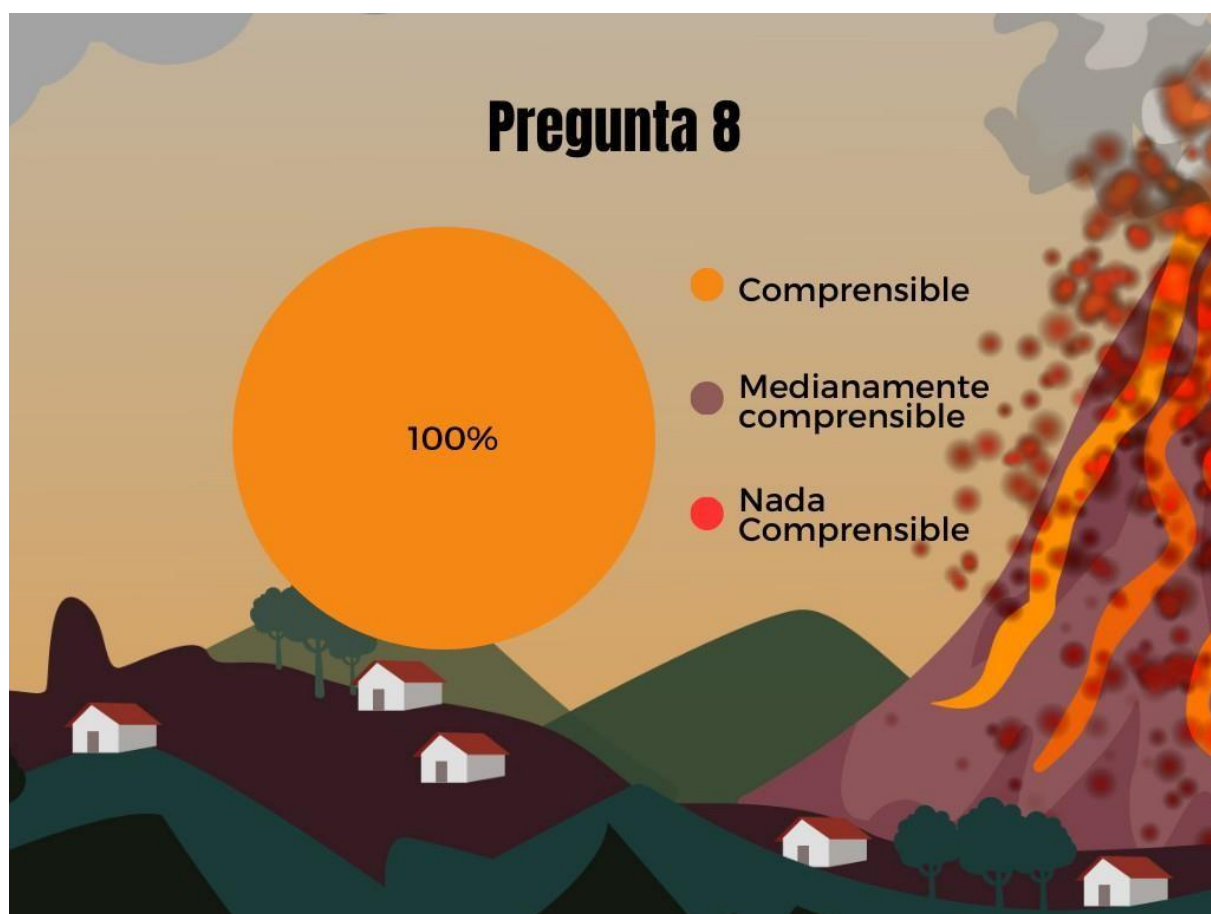
El 97% de los encuestados considera que la tipografía utilizada en el video educativo es muy legible, un 3% la considera medianamente legible, y ninguno la considera nada legible.

7. Según su criterio, los personajes representados en el video educativo son:



El 97% de los encuestados considera que los personajes representados en el video educativo son muy idóneos, un 3% lo considera medianamente idóneo y ninguno lo considera nada idóneo.

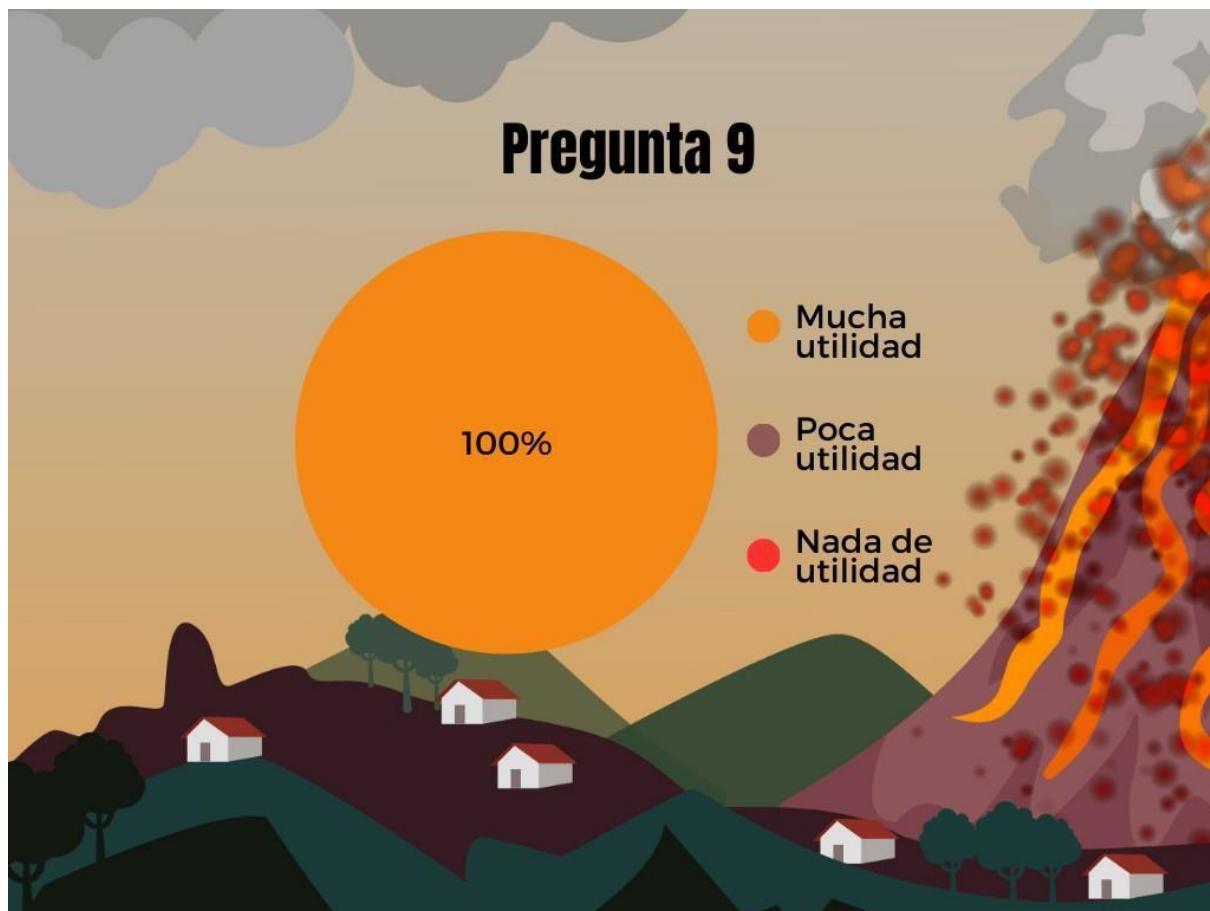
8. Según su criterio el vídeo educativo es:



El 100% de los encuestados considera que el video educativo es comprensible.

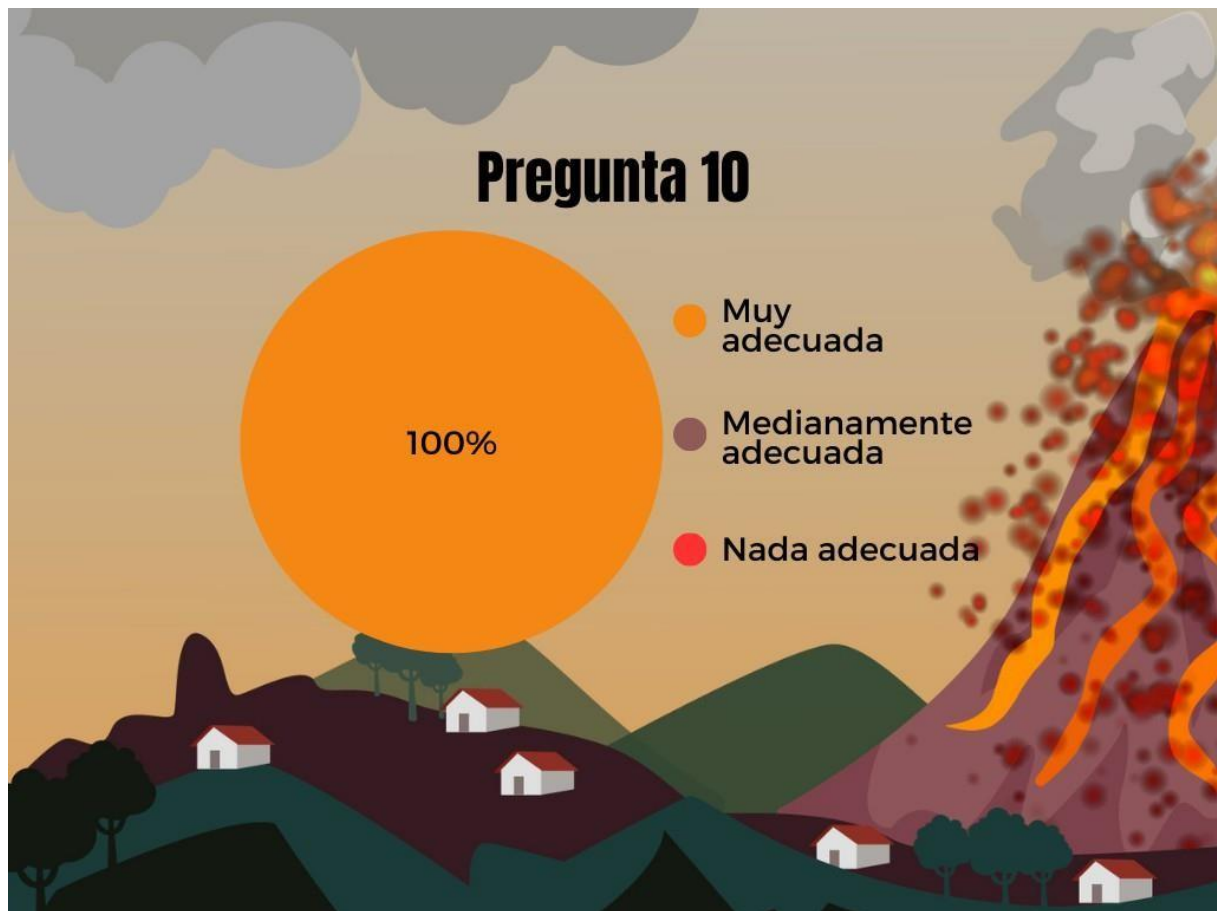
Parte Operativa

9. Considera que el video educativo es de:



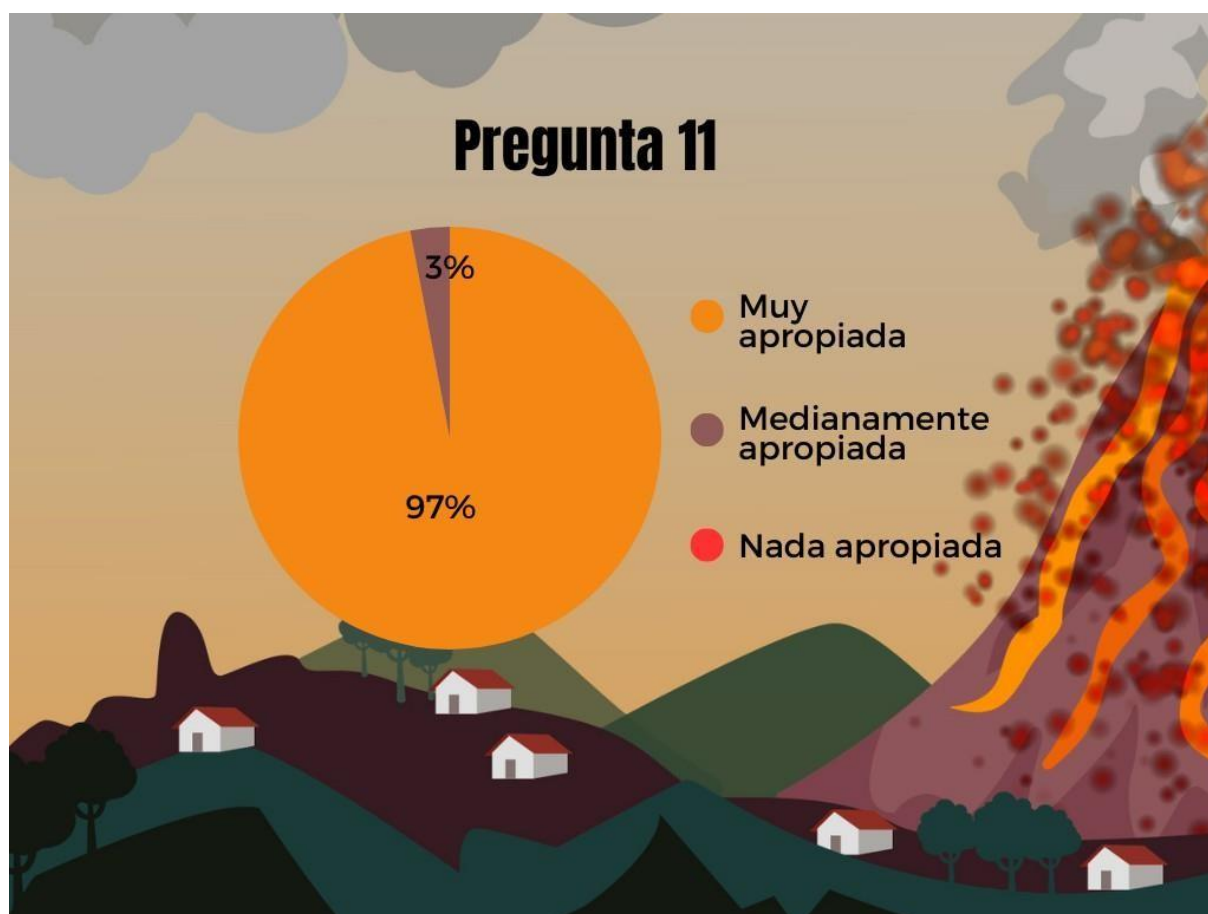
El 100% de los encuestados considera que el video educativo es de mucha utilidad.

10. Estima que la orientación horizontal del video educativo es:



El 100% de los encuestados considera que la orientación horizontal del video educativo es muy adecuada.

11. Considera usted que la duración del video educativo es:



El 97% de los encuestados considera que la duración del video educativo es muy apropiada, un 3% considera que es medianamente apropiada y ninguno lo considera nada apropiada.

8.4 Cambios con base a los resultados:

En vista de las respuestas exitosas recibidas por parte de los expertos, así como de la positiva retroalimentación proporcionada tanto por el cliente como por el grupo objetivo, se concluye que el video educativo cumple con los objetivos planteados. Por lo tanto, no se requieren modificaciones adicionales al contenido.

Capítulo IX

Propuesta gráfica final

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

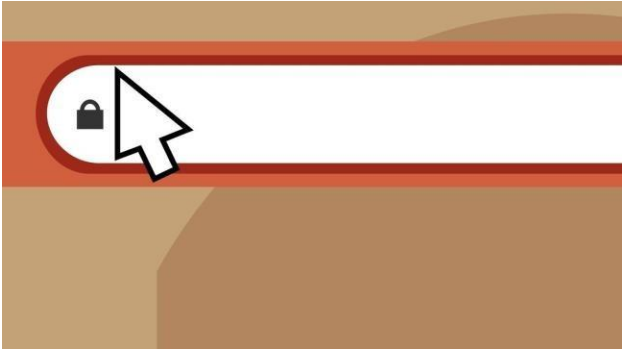
Proyecto: Video educativo sobre cómo estar preparados ante una erupción volcánica como parte de la campaña de medidas ante desastres naturales llamada “Prepárate hoy”.

Script y Audio	Descripción	Tiempo
Carátula: Prepárate para las actividades volcánicas	Escena 1, Plano General 	5 seg
- Voz de hombre: Vivir cerca de un volcán puede presentar ciertos riesgos, pero con la preparación adecuada puedes protegerte. - Voz de mujer: Aquí te daremos algunos consejos sencillos para que te prepares de manera segura para enfrentar las actividades volcánicas.	Escena 2, Plano Americano 	8 seg

- Voz de hombre: Mantente informado sobre la actividad volcánica en tu área a través de los boletines y alertas emitidas por las autoridades.	Escena 3, Plano General 	8 seg
- Voz de mujer: Conoce las rutas de evacuación designadas y sigue las instrucciones de evacuación si se emiten.	Escena 4, Plano Americano 	8 seg
- Voz de mujer: Asegura tu hogar protegiendo las aberturas, como ventanas y puertas, con materiales resistentes a la ceniza volcánica.	Escena 5, Plano Detalle 	8 seg

- Voz de hombre: Planea formas de comunicarte con tu familia y decide un punto de reunión en caso de que se separen durante una evacuación.	Escena 6: Plano Detalle 	8 seg
- Voz de mujer: Evita áreas bajas y valles durante una erupción volcánica, ya que la ceniza y los flujos piroclásticos pueden ser peligrosos.	Escena 7, Plano General 	8 seg
- Voz de hombre: Después de una erupción volcánica, sigue las instrucciones de las autoridades y no regreses a tu hogar hasta que se declare seguro.	Escena 8, Plano General 	8 seg

- Voz de mujer: Recuerda tener listo tu plan de emergencia familiar y tu mochila de 72 horas	Escena 9, Plano Americano 	5 seg
---	---	--------------

- Voz de mujer: Para obtener más información sobre la preparación y respuesta ante actividades volcánicas, visita nuestro sitio web: centroamerica.laiglesiadejesucristo.org/preparatehoy	Escena 10, Plano Detalle 	8 seg
--	---	--------------

Slogan: Recuerda, la preparación hace la diferencia ¡Prepárate hoy	Escena 11, Plano Americano 	5 seg
---	--	--------------

Colocar la cortinilla de cierre de la organización		2 seg
---	--	--------------

Link del video final: [https://youtu.be/ NZhCnTCbx8?si=V2MrrAoJvgf-He06](https://youtu.be/NZhCnTCbx8?si=V2MrrAoJvgf-He06)

Capítulo X

Producción, reproducción y distribución

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Para la elaboración del video educativo, se especifican todos los requerimientos económicos, técnicos y tecnológicos de la propuesta: medios impresos, audiovisuales, virtuales, alternativas, cantidad y costo de producción y reproducción del material presentado.

10.1 Plan de costos de elaboración

Se elabora el proceso creativo y elaboración de propuesta.

Actividad	Horas Totales	Costo por hora	Subtotal
Visitas con el cliente	4	Q25.00	Q 100.00
Recopilación de información	16	Q25.00	Q 400.00
Elaboración de la propuesta	20	Q25.00	Q 500.00
Total:			Q1,000.00

10.2 Plan de costos de producción

Se realizan artes finales, digitalización, producción de audio y vídeo, prototipos visuales.

Actividad	Horas Totales	Costo por hora	Subtotal
Bocetajes	24	Q25.00	Q600.00
Realización de arte final	15	Q25.00	Q375.00
Cambios Solicitados	35	Q25.00	Q875.00
Licencias de aplicaciones de edición y creación de personajes	50	Q25.00	Q1,250.00
Total			Q3,100.00

10.3 Plan de costos de reproducción

El video educativo será entregado de manera digital por medio de Drive, por lo que no tendrá un costo de reproducción.

10.4 Plan de costos de distribución

El video educativo será publicado en el sitio web oficial de la organización, por lo que no tendrá un costo de distribución.

10.5 Cuadro con resumen general de costos

Se presenta un cuadro con el resumen general de costos de elaboración, producción, reproducción, distribución, margen de utilidad, IVA y el monto total.

Costos de elaboración	Q1,000.00
Costos de producción	Q3,100.00
Costos de reproducción	Q0,000.00
Costos de distribución	Q0,000.00
Subtotal	Q4,100.00
Margen de utilidad (20%)	Q 820.00
Subtotal	Q 4,920.00
IVA (12%)	Q 590.40
Gran Total	Q 5,510.40

Capítulo XI

Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

1. Tras el desarrollo del video animado educativo, se concluyó que la herramienta fue efectiva para cumplir los objetivos de enseñanza, brindando a los jóvenes de 20 a 30 años, de manera clara y visualmente atractiva, la información necesaria para prepararse ante una erupción volcánica.

La estructura visual y dinámica facilitó la comprensión y retención de los conceptos clave, lo que reafirmó el valor del formato animado en la comunicación de temas complejos a audiencias jóvenes.

2. Los resultados obtenidos a partir de las revisiones de los expertos y del cliente indicaron que no se requirieron cambios significativos al video educativo, lo que validó que tanto el contenido como la presentación gráfica fueron adecuados y eficaces. La retroalimentación positiva recibida confirmó que el mensaje se transmitió con la claridad y el impacto deseados.

3. Se observó que el público objetivo, conformado por hombres y mujeres jóvenes residentes en la ciudad de Guatemala, mostró una adecuada apropiación del contenido presentado en el video. A través de la retroalimentación recolectada en grupos de prueba, se concluyó que el material educativo no solo despertó interés, sino que también motivó acciones concretas relacionadas con la preparación ante desastres naturales.

4. El formato animado se reveló como una elección estratégica exitosa para captar la atención de una audiencia joven y tecnológicamente activa. Se concluyó que el uso de animaciones no solo facilitó el aprendizaje, sino que también aumentó la interacción y el compromiso de los espectadores con la información presentada, superando las expectativas de los objetivos planteados inicialmente.

5. Finalmente, se concluyó que el contenido del video educativo posee un alto potencial de replicabilidad para futuras iniciativas de la ONG y otras organizaciones que busquen educar sobre la preparación ante desastres naturales. La claridad del mensaje, junto con el enfoque práctico y accesible del contenido, posicionó al video como un recurso valioso para campañas similares, destacando su aplicabilidad en diferentes contextos y audiencias.

11.2 Recomendaciones

1. Se recomienda optimizar la difusión del video animado educativo a través de una estrategia de marketing digital en redes sociales y plataformas multimedia, como Instagram, YouTube y TikTok, donde la audiencia objetivo está más activa. La promoción segmentada y el uso de herramientas como anuncios pagados y colaboraciones con influencers relacionados con temas de educación y preparación ante desastres naturales podrían aumentar significativamente el alcance del proyecto y su impacto.

2. Dado que las recomendaciones de preparación ante desastres naturales pueden cambiar con el tiempo debido a avances tecnológicos o modificaciones en los protocolos de emergencia, se recomienda realizar actualizaciones periódicas del contenido del video. Incluir nuevos datos o recomendaciones basadas en investigaciones más recientes garantizará que el material siga siendo relevante y útil para futuras audiencias.

3. Para optimizar el aprendizaje y reforzar los mensajes clave del video, se sugiere desarrollar materiales complementarios, como guías imprimibles, infografías y aplicaciones móviles interactivas que permitan a los usuarios profundizar en la información presentada. Estos recursos adicionales brindarán opciones tangibles para que el público pueda poner en práctica los conocimientos adquiridos de manera más efectiva y personalizada.

4. Con el fin de maximizar el impacto del proyecto, se recomienda adaptar el contenido del video para diferentes públicos fuera del rango de edad inicialmente previsto. Por ejemplo, versiones del video orientadas a niños y adolescentes o incluso a adultos

mayores podrían permitir una mayor penetración en la población general, creando una cultura de prevención ante desastres naturales más amplia y sólida.

5. Considerando el rápido avance de las tecnologías interactivas, se recomienda explorar el uso de realidad aumentada (RA) como una herramienta adicional para involucrar aún más a los usuarios. La incorporación de esta tecnología permitiría crear simulaciones interactivas de escenarios de desastres, facilitando una experiencia de aprendizaje inmersiva que podría aumentar la comprensión y la preparación del público ante situaciones de emergencia.

Capítulo XII

Conocimiento general

Capítulo XII: Conocimiento general

Demostración de conocimientos

Para la producción del video educativo se pusieron en práctica todos los conocimientos y destrezas adquiridos en la carrera de Ciencias de la Comunicación y Diseño Gráfico.



Capítulo XIII

Referencias

Capítulo XIII: Referencias

A

Adrian, Y. (26 de Julio de 2020). Concepto de Definición. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/disenio/>

Arado, B. P. (16 de junio de 2011). Cultura Sorda. Obtenido de <https://cultura-sorda.org/lenguade-senas/>

Arte y diseños Jheromont. (02 de Septiembre de 2013). Arte y diseños Jheromont S.L.P.S. Obtenido de <http://jheromont.blogspot.com/>

Avalos, C. (26 de Julio de 2017). Definición de diseño. Obtenido de <https://cristhianavalosblog.wordpress.com/2017/07/26/definicion-de-diseno-audiovisual/>

B

Baeza, J. (18 de enero de 2017). josebaeza. Obtenido de <http://josebaeza10.blogspot.com/2017/01/tipos-de-comunicacion.html> Berruecos, P. (30 de septiembre de 2020). Published. Obtenido de <https://www.revistagadgets.com/2020/09/30/grabar-video-en-4k-sabes-realmente-quesignifica/>

C

cca.org. (18 de junio de 2021). Obtenido de http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/contenido_tiposcom.htm

Cerda, A. (23 de Septiembre de 2021). Yamube. Obtenido de <https://yamuve.com/el-audio-es-el-50-del-video/>

Cristhianavalosblog. (26 de Julio de 2017). Definición de diseño. Obtenido de <https://cristhianavalosblog.wordpress.com/2017/07/26/definicion-de-diseno-audiovisual/>

Consejo de Enseñanza Privada Superior. (2007). ceps.edu.gt. Obtenido de <http://www.ceps.edu.gt>

D

Definición.de. (09 de Septiembre de 2019). Conceptodefinición.de. Obtenido de Concepto de educación superior: <https://conceptodefinicion.de/educacion-superior/> Delgado, i. (20 de enero de 2021). Significados.com. Obtenido de <https://www.significados.com/comunicacion/>

Delgado, I. (20 de enero de 2021). Significados.com. Obtenido de <https://www.significados.com/comunicacion/>

Delgado, I. (20 de enero de 2021). Significados.com. Obtenido de <https://www.significados.com/comunicacion/> educación.pdf, U. p. (01 de Septiembre de 2019). wikipedia Educación. Obtenido de <https://www.mineduc.gob.gt/DIGECADE/documents/Telesecundaria/Recursos%20Digitales/3o%20Recursos%20Digitales%20TS%20BYSA%203.0/PROYECTOS%20INTEGRADOS/U12%20proyecto%2012%20educaci%C3%B3n.pdf>

E

Equipo Editorial Etecé. (06 de Septiembre de 2020). Conceptode/semiologia/. Obtenido de <https://concepto.de/semiologia/>.

Equipo Editorial Etecé. (05 de Agosto de 2021). Concepto de. Obtenido de <https://concepto.de/cinematografia/>.

Equipo Editorial Etecé. (16 de Septiembre de 2021). Concepto de. Obtenido de <https://concepto.de/boceto/>

Equipo Editorial Etecé. (05 de Agosto de 2021). Concepto.de. Obtenido de <https://concepto.de/inclusion/#ixzz6xzlIOYUp>

Espino, J. (2021). QDOC.TIPS. Obtenido de <https://qdoc.tips/unidad-2-imagologia-pdf-free.html>

Espinosa, R. (2019). Roberto Espinosa. Obtenido de
<https://robertoespinosa.es/2020/11/15/elementos-de-la-comunicacion/>

Espinosa, R. (15 de Noviembre de 2020). Roberto Espinosa. Obtenido de
<https://robertoespinosa.es/2020/11/15/elementos-de-la-comunicacion/>

F

Fuera de Campo Films. (19 de abril de 2018). Producción Audiovisual. Obtenido de
<https://www.fueradecampofilms.com/las-fases-de-una-produccion-audiovisual>

G

Generate Press. (2021). Definición.xyz. Obtenido de
<https://definicion.xyz/psicologia-de-lacomunicacion/>

GES. (26 de noviembre de 2010). Universidad Galileo. Obtenido de
<https://www.galileo.edu/medialab/historias-de-exito/medialab/>

GES. (26 de noviembre de 2010). Universidad Galileo. Obtenido de
<https://www.galileo.edu/medialab/historias-de-exito/medialab/>

Gregori, V. (05 de febrero de 2021). Bau comunicación. Obtenido de
https://www.blaucomunicacion.es/el-blog-de-blau/produccion_audiovisual/5-tendenciasdel-video-corporativo/

H

Hernández, A. (2019). Obtenido de
<http://huribroadcast.com/que-es-la-produccion-audiovisual/>

Hernández, A. (2019). Huri. Obtenido de
<http://huribroadcast.com/en-que-consiste-lacomunicacion-audiovisual/>

Huerta, J. L. (24 de Noviembre de 2014). Red Forbes. Obtenido de
<https://www.forbes.com.mx/semiotica-de-la-imagen-depende-del-ojo-con-que-se-mire/>

Huertas, J. L. (24 de noviembre de 2014). Forbes.com. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/semiotica-de-la-imagen-depnde-del-ojo-con-que-se-mire/>

I

Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos días. (2020). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_de_los_Santos_de_los_%C3%9Altimos_D%C3%AAs#:~:text=El%20Movimiento%20de%20los%20Santos.el%20estadounidense%20Joseph%20Smith%20en

Instituto Nacional de Estadística. (30 de junio de 2020). oj.gob.gt. Obtenido de [http://www.oj.gob.gt/estadistica/reportes/poblacion-total-por-municipio\(1\).pdf](http://www.oj.gob.gt/estadistica/reportes/poblacion-total-por-municipio(1).pdf)

Instituto Nacional de Estadística INE. (30 de junio de 2020). oj.gob.gt. Obtenido de [http://www.oj.gob.gt/estadistica/reportes/poblacion-total-por-municipio\(1\).pdf](http://www.oj.gob.gt/estadistica/reportes/poblacion-total-por-municipio(1).pdf)

J

Jiménez, A. (07 de Junio de 2017). El Blog Salmón. Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/marketing-y-publicidad/todo-lo-que-necesitas-sabersobre-comunicacion-verbal-y-no-verbal>

Jiménez, A. (07 de Junio de 2017). El Blog Salmón. Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/marketing-y-publicidad/todo-lo-que-necesitas-sabersobre-comunicacion-verbal-y-no-verbal>

Julián Pérez Porto y María Merino. (30 de agosto de 2008). <https://definicion.de/semiologia/>.

Julián Pérez Porto y María Merino. (2012). Definición de Diseño. Obtenido de <https://definicion.de/disenio/>

L

Leslydayane.wordpress.com. (22 de septiembre de 2021).

Leslydayane.wordpress.com. Obtenido de

<https://leslydayane.wordpress.com/teoria-de-la-imagen/>

Llasera, J. P. (11 de mayo de 2021). Imborrable. Obtenido de

<https://imborrable.com/blog/tipografias-que-son/> Lluminga, M. (6 de Mayo de 2014).

Slideshare.net. Obtenido de

https://es.slideshare.net/rociomaribel/3-elementos-del-diseo-34364705?next_slideshow=1

Lo mejor. (23 de diciembre de 2021). lo-mejor.com. Obtenido de <https://www.lomejor.com/electronica/las-ultimas-tendencias-en-camaras-de-fotos/>

M

Machuca, F. (14 de octubre de 2021). Crehana.com. Obtenido de

<https://www.crehana.com/co/blog/diseño-gráfico/tendencias-diseño-gráfico/>

María, L. S. (17 de enero de 2016). staffdigital. Obtenido de

<https://www.staffdigital.pe/blog/tendencias-diseño-web-alta-definición/>

Mariana, P. (20 de Marzo de 2021). Concepto Definición. Obtenido de

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

Marketing Digital. (23 de Marzo de 2021). Marketingdigital.blog. Obtenido de

<https://marketingdigital.blog/uncategorized/tendencias-de-producción-audiovisual-más-importantes-antes-para-2021/>

Méndez, M. J. (09 de septiembre de 2021). vogue.es. Obtenido de

<https://www.vogue.es/moda/articulos/colores-tendencia-otoño-invierno-2021-2022>

N

Neuronilla. (27 de abril de 2008). Neuronilla Creatividad Integral. Obtenido de

<https://neuronilla.com/mapas/>

Nivar, A. (22 de diciembre de 2020). Aulainsitu.com. Obtenido de <https://aulainsitu.com/tendencias-2021/>

P

Peiró, R. (10 de enero de 2021). Economipedia.com. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/psicologia-del-color.html>

Pérez, M. (20 de Marzo de 2021). Concepto Definición. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/universidad/>.

Pérez, M. (11 de Julio de 2021). Concepto.Definición. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/musica/>

Pérez, M. (11 de Julio de 2021). definición. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/musica/>

Porto Perez, J. (2008). Definición de Diseño. Obtenido de <https://definicion.de/disenio/>

Prodisa . (28 de septiembre de 2018). Prodisa Comunicación. Obtenido de https://prodisacomunicacion.com/es/noticias/produccion_audiovisual_que_es_y_que_fases_tiene/
Pública, S. d. (16 de junio de 2021). Glosario Educación Superior. Obtenido de http://dsia.uv.mx/cuestionario911/material_apoyo/glosario%20911.pdf

R

Raffino, M. E. (29 de marzo de 2021). Concepto.de. Obtenido de <https://concepto.de/inclusion/#ixzz6xzrIOYUp>

Raffino, M. E. (29 de marzo de 2021). Concepto.de. Obtenido de <https://concepto.de/inclusion/#ixzz6xzrIOYUp>

Real Academia Española. (2020). Diccionario de la lengua española. Obtenido de <https://dle.rae.es/fotograf%C3%ADa>

Rocío, M. (6 de Mayo de 2014). Slideshare.net. Obtenido de https://es.slideshare.net/rociomaribel/3-elementos-del-diseo-34364705?next_slideshow=1

S

Sánchez, M. D. (16 de septiembre de 2021). Ed.team. Obtenido de <https://ed.team/blog/disenashablemos-de-los-elementos-del-diseno>

Significados. (22 de septiembre de 2021). Significados.com. Obtenido de <https://www.significados.com/gestalt>/Slideshare.net. (18 de junio de 2021). Obtenido de [https://es.slideshare.net/rociomaribel/3- elementos-del-diseo-34364705?next_slideshow=1](https://es.slideshare.net/rociomaribel/3-elementos-del-diseo-34364705?next_slideshow=1)

Superior, C. d. (2007). ceps.edu.gt. Obtenido de <http://www.ceps.edu.gt>

T

Tatay, T. (21 de Septiembre de 2021). Dzoom. Obtenido de <https://www.dzoom.org.es/psicologiacolor-fotografia/>

Y

Yirda, A. (20121 de marzo de 16). Conceptodefinición. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/comunicacion/>

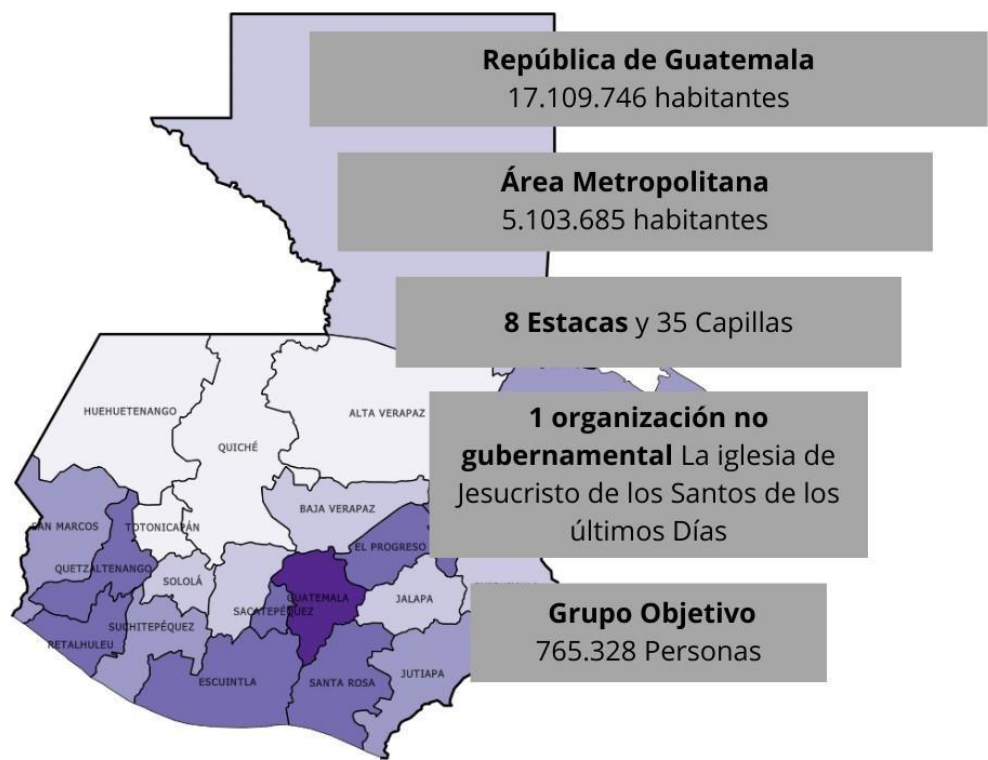
Capítulo XIV

Anexos

Capítulo XIV: Anexos

Anexo 1

Tabla de Magnitud



Anexo 2

Tabla NSE

Tabla de Niveles Socioeconómicos 2015/Multivex

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media 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, post 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 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, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area 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 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, 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 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas 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		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero, avion-avioneta	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, computadora, 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, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Anexo 3

Herramienta de Validación



Encuesta de validación del proyecto

Producción de un Video Educativo sobre Preparación ante Erupciones Volcánicas para la ONG La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días. Ciudad de Guatemala, Guatemala, 2024.

Antecedentes:

La organización no gubernamental (ONG) La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días, con más de 65 años de presencia en Guatemala, se dedica a apoyar a la sociedad guatemalteca en aspectos sociales, económicos y espirituales. Ante las condiciones geográficas de Guatemala, la ONG ha identificado la necesidad de crear un video educativo que oriente a los jóvenes guatemaltecos sobre cómo actuar en caso de una erupción volcánica.

Instrucciones:

Basado en la información proporcionada, revise el contenido gráfico relacionado con la producción del video educativo y, utilizando su criterio, responda las siguientes preguntas de validación.

Link del Video:

https://youtu.be/_NZhCnTCbx8?si=u1Ey_kNJNF2nL62h

sofiadiaz9910@gmail.com [Cambiar cuenta](#)

 No compartido 

Nombre

Tu respuesta

Grupo

- ☐ Experto
- ☐ Cliente
- ☐ Grupo Objetivo

Parte Objetiva

¿Considera usted importante producir un video educativo para dar a conocer a jóvenes de 20 a 30 años que residen en la ciudad de Guatemala cómo prepararse adecuadamente ante una erupción volcánica, como lo plantea la iniciativa "Prepárate Ya" de La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días?

- ☐ Sí
- ☐ No

¿Considera importante recopilar información necesaria sobre las condiciones geográficas y socioeconómicas de Guatemala para incluir datos relevantes en el video educativo sobre cómo actuar ante una erupción volcánica, como parte de la iniciativa "Prepárate Ya" de La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días?

☐ Sí

☐ No

¿Considera usted que es importante investigar términos, conceptos y tendencias relacionados con desastres naturales para desarrollar el diseño del video educativo que el grupo objetivo de jóvenes de 20 a 30 años en la ciudad de Guatemala utilizará?

☐ Sí

☐ No

¿Considera que los colores y transiciones del video educativo, incluyendo la edición del tono, contraste y saturación, para que las imágenes y elementos visuales sean impactantes y atractivos para el grupo objetivo de jóvenes de 20 a 30 años en la ciudad de Guatemala?

☐ Sí

☐ No

Parte Semiológica

Según su criterio, los colores utilizados en el video educativo son:

- ☐ Muy adecuados
- ☐ Medianamente adecuados
- ☐ Nada adecuados

Según su criterio, la tipografía utilizada en el video educativo es:

- ☐ Muy legible
- ☐ Medianamente legible
- ☐ Nada legible

Según su criterio, los personajes representados en el video educativo son:

- ☐ Muy idóneo
- ☐ Medianamente idóneo
- ☐ Nada idóneo

Según su criterio el vídeo educativo es:

- ☐ Comprensible
- ☐ Medianamente comprensible
- ☐ Nada comprensible

Parte operativa

Considera que el video educativo es de:

- ☐ Mucha utilidad
- ☐ Poca utilidad
- ☐ Nada de utilidad

Estima que la orientación horizontal del video educativo es

- ☐ Muy adecuado
- ☐ Medianamente adecuado
- ☐ Nada adecuado

Considera usted que la duración del video educativo es:

- ☐ Muy apropiada
- ☐ Medianamente apropiada
- ☐ Nada apropiada

Observaciones

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta, es de mucho valor para el proyecto. Si usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal, puede hacerlo en el siguiente espacio:

Tu respuesta

Enviar

Borrar formulario

Anexo 4

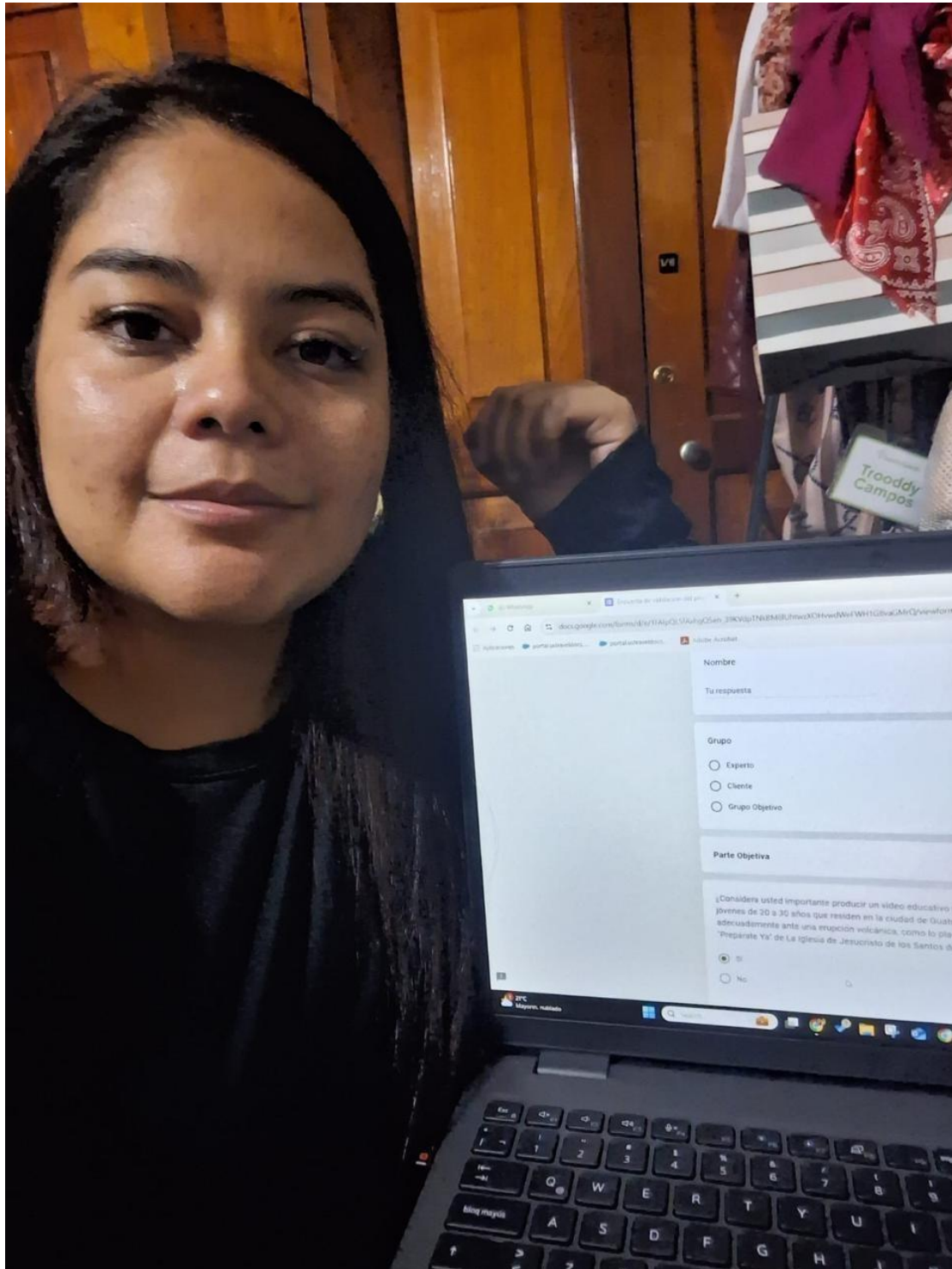
Enlace de encuesta de validación

<https://forms.gle/5j32TTzGUf5tKiuLA>

Anexo 5

Fotografías de validación

Expertos.



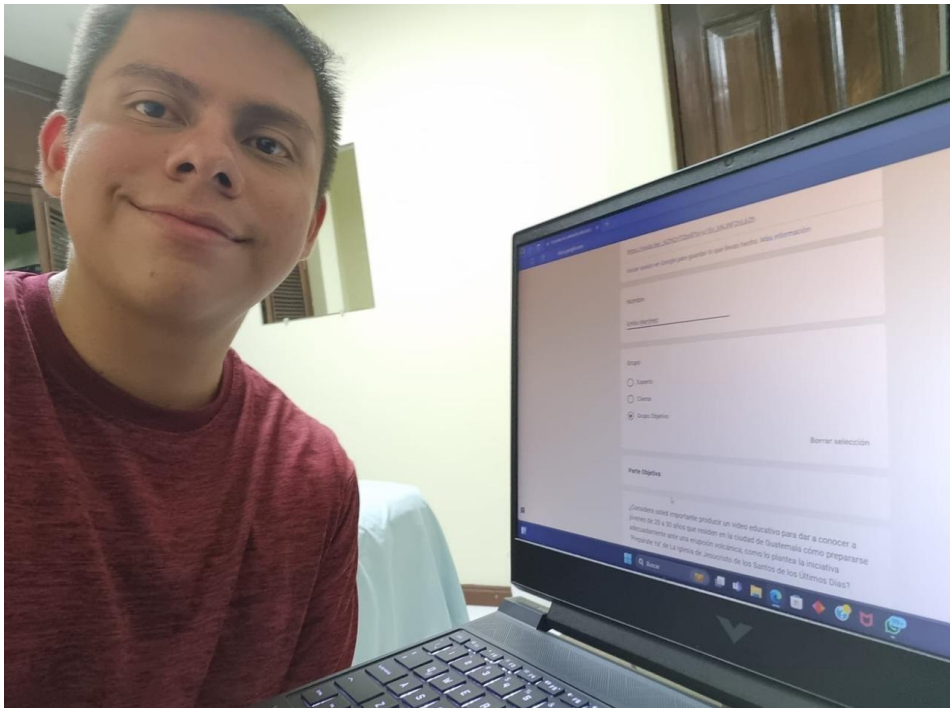
Licenciada Trooddy Campos (Marketing)

Fotografías de validación



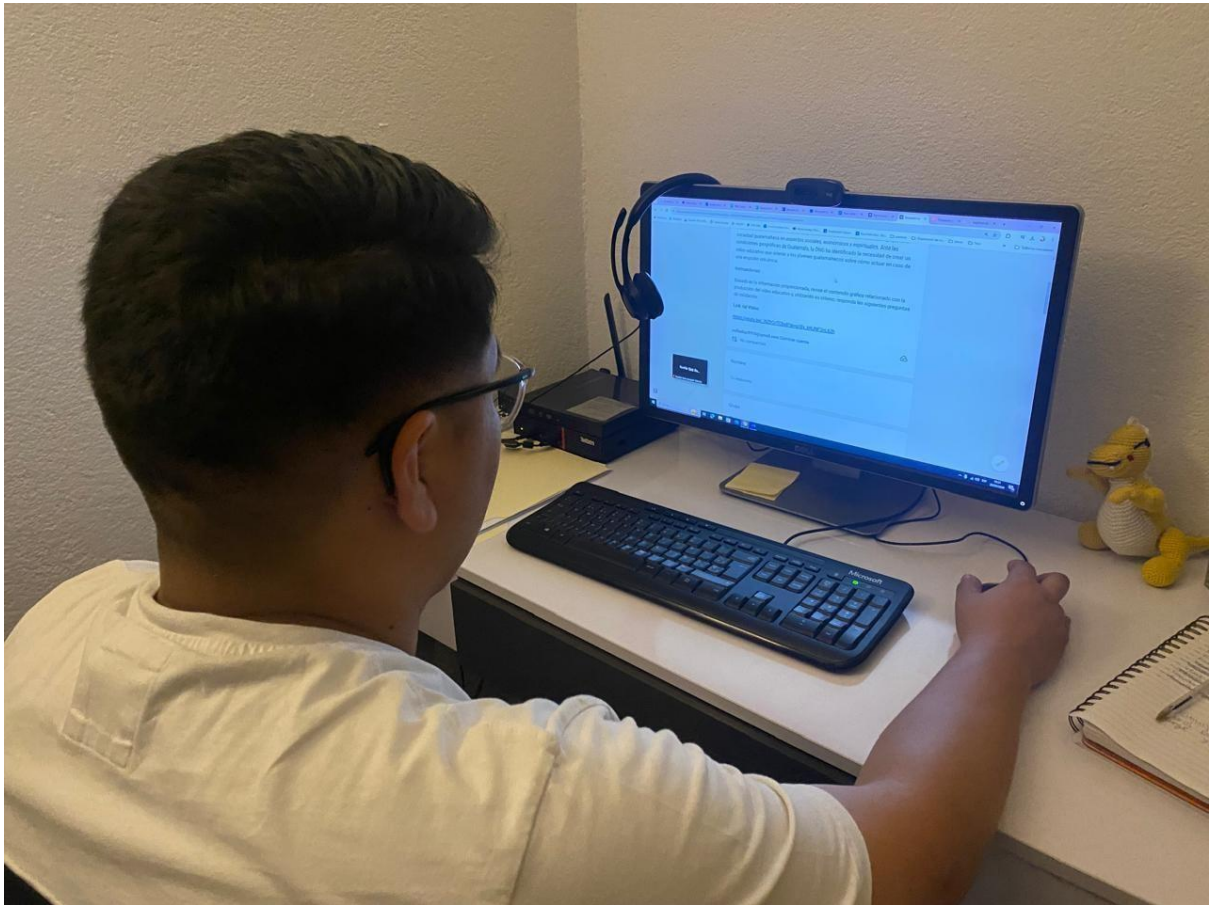
Ruben Samayoa (Comunicación y Diseño)

Grupo Objetivo.



Emilio Martínez

Fotografías de validación



Keneth Poncio

Anexo 6

Investigación.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Tesis

Rualdo Ibne Anzueto



Investigación sobre tendencia 2024

Sofia Díaz - 21002102

Sección E4

Nueva Guatemala de la Asunción, 5 de marzo del 2024

Introducción

En el dinámico mundo del diseño y los videos en 2024, las tendencias están marcando un cambio notable. Desde la fusión de estilos retro con una estética futurista hasta la aparición del minimalismo emocional que busca provocar respuestas emocionales profundas con la menor cantidad de elementos posible, la creatividad está floreciendo.

Además, la realidad aumentada y virtual están transformando la narrativa visual, mientras que la sostenibilidad y la conciencia social están siendo abrazadas como principios fundamentales. La animación en 3D y el CGI avanzado están llevando la narración visual a nuevas alturas. En resumen, el diseño y los videos en 2024 son un crisol de innovación tecnológica, expresión artística y compromiso con el cambio positivo.

Tendencias 2024 en la creación de videos animados

Animación 3D Hiperrealista

Definición: La animación 3D hiperrealista se refiere a la técnica de animación que busca crear imágenes y personajes digitales que sean prácticamente indistinguibles de la realidad.

Referencias: Este estilo de animación ha sido impulsado por avances en tecnología de renderizado, tales como Ray Tracing y técnicas de captura de movimiento.

Ejemplo: La película "The Lion King" (2019) de Disney utiliza animación 3D hiperrealista para recrear los personajes animales con un alto grado de realismo.



Narrativas Interactivas

Definición: Las narrativas interactivas permiten a los espectadores participar activamente en el desarrollo de la historia, tomando decisiones que afectan el curso de los eventos.

Referencias: Esta tendencia ha sido popularizada por la industria del videojuego, pero está siendo adoptada cada vez más en la animación, especialmente en plataformas de streaming interactivas como Netflix.

Ejemplo: La serie de Netflix "Black Mirror: Bandersnatch" ofrece a los espectadores la oportunidad de tomar decisiones que determinan el resultado de la historia.



Estilo de Arte Nostálgico

Definición: El estilo de arte nostálgico en la animación se refiere a la adopción de estéticas visuales que evocan recuerdos de épocas pasadas, como los años 80 y 90.

Referencias: Este estilo se ha vuelto popular en parte debido a la nostalgia cultural y al deseo de evocar una sensación de familiaridad en el público. **Ejemplo:** La serie animada "Stranger Things: The Animated Series" podría adoptar un estilo de arte nostálgico para complementar la estética de la serie de televisión original.



Animación y Audio Generada por IA

Definición: La animación generada por inteligencia artificial implica el uso de algoritmos de IA para automatizar o mejorar el proceso de creación de animaciones.

Referencias: Las técnicas de animación generadas por IA incluyen la animación basada en datos, la generación automática de movimientos y la interpolación de fotogramas clave.

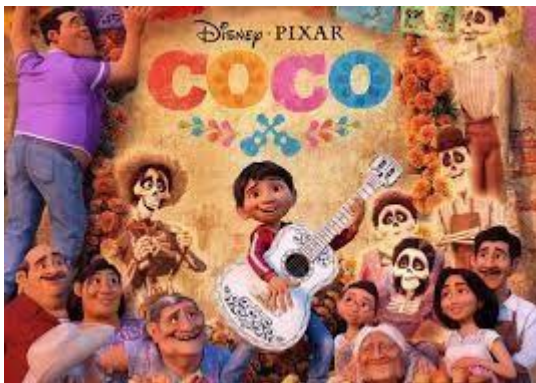
Ejemplo: Adobe Character Animator utiliza inteligencia artificial para sincronizar automáticamente la animación facial con la voz del actor en tiempo real.



Compromiso Social y Ambiental

Definición: El compromiso social y ambiental en la animación implica la representación de diversidad, la promoción de mensajes positivos y la conciencia de problemas sociales y ambientales en la narrativa animada. **Referencias:** Esta tendencia refleja una creciente demanda del público por contenido que refleje sus valores y preocupaciones.

Ejemplo: La película animada "Coco" de Disney-Pixar aborda temas de cultura, familia y memoria cultural mexicana, ganando elogios por su representación auténtica y sensible.



Tendencias en el Color

Colores Vibrantes y Neón: Los colores vibrantes y neón son tonos audaces y llamativos que atraen la atención del espectador. Estos colores eléctricos son especialmente efectivos en entornos digitales, donde pueden destacarse entre la multitud. Se utilizan comúnmente en anuncios publicitarios, videos musicales y contenido de redes sociales para crear impacto visual. Un ejemplo sería un video animado promocional para una marca de ropa juvenil que utiliza colores neón para resaltar sus productos de moda.

Minimalismo Cromático: El minimalismo cromático implica el uso de una paleta de colores reducida, a menudo centrada en un solo color o tonos similares. Esta técnica crea una estética limpia y elegante, sin distracciones visuales innecesarias. Se puede aplicar en diseños de marca, sitios web y presentaciones para transmitir simplicidad y sofisticación. Por ejemplo, un video animado para una empresa de diseño gráfico podría utilizar una paleta de grises y blancos para resaltar la creatividad y la profesionalidad de la marca.



Contraste de Alto Impacto: El contraste de alto impacto implica la combinación de colores opuestos o diferentes para crear un efecto visual dramático. Esta técnica se utiliza para resaltar elementos clave en un diseño y captar la atención del espectador de manera efectiva. Por ejemplo, un video animado para una campaña de concienciación sobre seguridad vial podría utilizar colores brillantes sobre fondos oscuros para resaltar la importancia del mensaje.

Tendencia en Tipografía

Tipografía Cinética: La tipografía cinética combina texto y movimiento para crear secuencias de títulos dinámicas y emocionantes en videos animados. Esta técnica se utiliza ampliamente en intros de películas, videos musicales y anuncios publicitarios para agregar interés visual y narrativo. Un ejemplo icónico de tipografía cinética es el intro de la película "Catch Me If You Can", donde el texto se mueve y se transforma en formas creativas mientras presenta los créditos iniciales.

Tipografía en 3D: La tipografía en 3D utiliza técnicas de renderizado tridimensional para crear letras y caracteres con profundidad y realismo. Esta técnica se utiliza en videos animados, juegos y gráficos en movimiento para agregar impacto visual y dimensionalidad. Un ejemplo de tipografía en 3D es el logo de la película "Jurassic Park", donde las letras parecen estar talladas en piedra y tienen una apariencia tridimensional.

Tipografía Variable: La tipografía variable permite ajustar dinámicamente diferentes aspectos de una fuente, como el peso, la inclinación y el espaciado, en tiempo real. Esta flexibilidad brinda a los diseñadores una mayor libertad creativa y les permite adaptar la tipografía a diferentes contextos y dispositivos. Por ejemplo, la fuente variable "Decorar" permite ajustar el peso y la decoración de las letras para crear estilos de tipografía únicos y personalizados.

Combina y Contrasta: La combinación y el contraste de diferentes estilos tipográficos se utilizan para crear composiciones visuales interesantes y dinámicas. Esta técnica implica mezclar fuentes serif y sans serif, así como variar el tamaño, el peso y el espaciado del texto para crear jerarquías visuales y transmitir emociones. Por ejemplo, en un póster de cine, se pueden combinar una fuente serif clásica para el título con una fuente sans serif moderna para los créditos, creando un contraste visual que llama la atención del espectador.

Conclusiones

1. La animación en el 2024 está experimentando un cambio significativo hacia una mayor diversidad y representación en los personajes y narrativas. Esto refleja una respuesta a la demanda del público por contenido más inclusivo y auténtico.
2. Los avances tecnológicos, como la animación generada por inteligencia artificial y el renderizado hiperrealista, están ampliando las posibilidades creativas para los creadores de videos animados. Esto está impulsando la innovación y permitiendo la creación de experiencias visuales más inmersivas.
3. Existe una creciente conciencia sobre el potencial de la animación para abordar problemas sociales y ambientales importantes. En el 2024, vemos un mayor compromiso por parte de los creadores de contenido animado para transmitir mensajes positivos y promover el cambio social

Recomendaciones

1. Se recomienda a los creadores de videos animados deben asegurarse de representar una variedad de perspectivas y experiencias en sus obras. Esto no solo refleja la realidad del mundo, sino que también amplía la base de audiencia y conecta con una gama más amplia de espectadores.
2. Es crucial que los estudios y creadores de animación estén al tanto de las últimas tecnologías y herramientas disponibles. La inversión en software y hardware avanzados puede mejorar la calidad de la animación y agilizar el proceso de producción.
3. La clave para el éxito en la animación del 2024 será la creación de historias convincentes y significativas. Los creadores deben buscar temas relevantes y emocionalmente resonantes que resuenen con el público y los mantengan comprometidos con la narrativ

Referencias

Butterick, M. (2022). Typography for Lawyers. Retrieved from <https://typographyforlawyers.com/>

Just My Type. (2022). A Blog About Typography. Retrieved from <https://justmytype.co/>

Kuler, A. (2022). Adobe Color Trends. Retrieved from <https://color.adobe.com/es/trends>

Pantone Color Institute. (2022). Pantone Color of the Year. Retrieved from <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2024>

TypeWolf. (2022). Typography Inspiration. Retrieved from <https://www.typewolf.com/>

<https://showspot.com/tendencias-animacion-video-2024/>

<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/las-tendencias-mas-increibles-de-video-marketing-para-2024>

<https://growthdigital.biz/novedad/rumbo-a-2024-con-las-4-tendencias-en-video-que-pueden-cambiar-tu-negocio/>

<https://90seconds.com/es/blog/video-marketing-trends-for-2024-summed-up/>