



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Producción de un vídeo informativo para presentar las actividades religiosas que realiza la iglesia Ministerios Palabra Fiel, a los nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18, de la ciudad de Guatemala, 2025

PROYECTO DE GRADUACIÓN

ELABORADO POR:

Jonathan Moises Hernández Orozco

Carné: 21001838

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

Proyecto de graduación

Producción de un vídeo informativo para presentar las actividades religiosas que realiza la iglesia Ministerios Palabra Fiel, a los nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18, de la ciudad de Guatemala.

Jonathan Moisés Hernández Orozco

Carné: 21001838

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación - FACOM

Nueva Guatemala de la Asunción

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora General

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 15 de abril de 2024

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

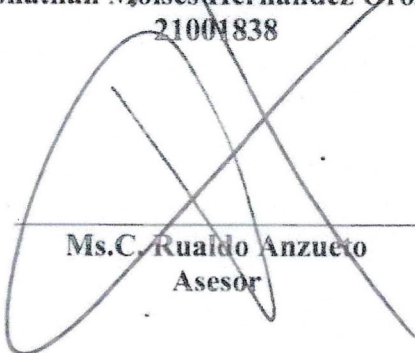
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VÍDEO INFORMATIVO PARA PRESENTAR LAS ACTIVIDADES RELIGIOSAS QUE REALIZA LA IGLESIA MINISTERIOS PALABRA FIEL, A LOS NUEVOS Y POSIBLES CREYENTES QUE RESIDEN EN LAS CERCANÍAS DE LA ZONA 18, DE LA CIUDAD DE GUATEMALA.** Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Jonathan Moisés Hernández Orozco
21001838



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

Señor:

Jonathan Moisés Hernández Orozco

Presente

Estimado Señor Hernández:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VÍDEO INFORMATIVO PARA PRESENTAR LAS ACTIVIDADES RELIGIOSAS QUE REALIZA LA IGLESIA MINISTERIOS PALABRA FIEL, A LOS NUEVOS Y POSIBLES CREYENTES QUE RESIDEN EN LAS CERCANÍAS DE LA ZONA 18, DE LA CIUDAD DE GUATEMALA.** 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 VÍDEO INFORMATIVO PARA PRESENTAR LAS ACTIVIDADES RELIGIOSAS QUE REALIZA LA IGLESIA MINISTERIOS PALABRA FIEL, A LOS NUEVOS Y POSIBLES CREYENTES QUE RESIDEN EN LAS CERCANÍAS DE LA ZONA 18, DE LA CIUDAD DE GUATEMALA.** Presentado por el estudiante: Jonathan Moisés Hernández Orozco, con número de carné: 21001838, 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, 20 de mayo de 2025

Señor
Jonathan Moisés Hernández Orozco
Presente

Estimado Señor Hernández:

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

2025 Mayo 20 a las 10:00 AM
2025 Mayo 20 a las 10:00 AM

Ciudad de Guatemala, 02 de julio de 2025.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

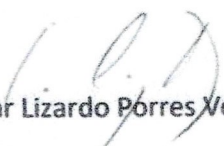
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **PRODUCCIÓN DE UN VÍDEO INFORMATIVO PARA PRESENTAR LAS ACTIVIDADES RELIGIOSAS QUE REALIZA LA IGLESIA MINISTERIOS PALABRA FIEL, A LOS NUEVOS Y POSIBLES CREYENTES QUE RESIDEN EN LAS CERCANÍAS DE LA ZONA 18, DE LA CIUDAD DE GUATEMALA.** Del alumno Jonathan Moises Hernández Orozco, 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, 18 de julio de 2025

Señor:
Jonathan Moisés Hernández Orozco
Presente

Estimado Señor Hernández:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VÍDEO INFORMATIVO PARA PRESENTAR LAS ACTIVIDADES RELIGIOSAS QUE REALIZA LA IGLESIA MINISTERIOS PALABRA FIEL, A LOS NUEVOS Y POSIBLES CREYENTES QUE RESIDEN EN LAS CERCANÍAS DE LA ZONA 18, DE LA CIUDAD DE GUATEMALA.** Presentado por el estudiante: Jonathan Moisés Hernández Orozco, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Jonathan Moisés Hernández Orozco
22/7/22 210012

Dedicatoria

A Dios, por proveerme de lo necesario, en cada aspecto en mi vida, para emprender y finalizar mis estudios. A mi mamá, papá y hermano; por apoyarme y creer en mí y en mis habilidades cuando dudaba. Fueron y serán mi motivación para seguir adelante y mejorar. A mis amigos y demás familiares, aunque no estaban al tanto de mis aflicciones, su compañía me permitía despejar mi mente, relajarme y así continuar con un nuevo día.

Resumen

A través del acercamiento con Ministerios Palabra Fiel se identificó que la iglesia Ministerios Palabra Fiel zona 18 no cuenta con un vídeo informativo para presentar las actividades religiosas que realiza a los nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18 de la ciudad de Guatemala.

Por lo que se planteó producir un vídeo informativo para presentar las actividades religiosas que realiza la iglesia Ministerios Palabra Fiel a los nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18 de la ciudad de Guatemala.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto. La herramienta de investigación se aplicó a 32 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que, luego de varios meses de planificación, grabación y edición se finaliza la producción del vídeo informativo para presentar las actividades religiosas que realiza la iglesia Ministerios Palabra Fiel a los nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18 de la ciudad de Guatemala. Junto a los resultados obtenidos de la herramienta de validación, se confirma la importancia de este proyecto para el cliente, para las personas que son miembros de la iglesia, especialmente, para el público objetivo.

Se recomendó que, para aumentar la utilidad de este proyecto, se podrían realizar diferentes vídeos sobre cada actividad mostrada, profundizando más en cada una. Definir fechas, programas generales, entrevistas con miembros organizadores y participantes; todo esto de la mano con una narración en off y subtítulos.

Para efectos legales, únicamente el autor, JONATHAN MOISÉS HERNÁNDEZ OROZCO, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

El autor 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

Tabla de contenido

Capítulo I: Introducción.....	1
1.1. Introducción.....	1
Capítulo II: Problemática.....	2
2.1. Contexto.....	2
2.2. Requerimiento de Comunicación y Diseño.....	2
2.3. Justificación.....	3
2.3.1. Magnitud.....	3
2.3.2. Vulnerabilidad.....	4
2.3.3. Trascendencia.....	4
2.3.4. Factibilidad.....	4
2.4. Recursos humanos.....	4
2.5. Recursos organizacionales.....	4
2.6. Recursos económicos.....	5
2.7. Recursos tecnológicos.....	5
Capítulo III: Objetivos del diseño.....	6
3.1 Objetivo general.....	6
3.2 Objetivos específicos.....	6
Capítulo IV: Marco de referencia.....	7
4.1. Información general del cliente (Brief).....	7
4.2 Datos de la empresa.....	7
4.3 Datos de la imagen gráfica.....	9
4.4 FODA.....	10
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	11
5.1. Perfil geográfico.....	11
5.2. Perfil demográfico.....	12
5.3. Perfil psicográfico.....	13
5.4. Perfil conductual.....	13
Capítulo VI: Marco teórico.....	14
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	14
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	16
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	16

6.2.2. Conceptos fundamentales relacionados con el diseño	19
6.3. Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	23
6.3.1. Ciencias auxiliares.....	23
6.3.2. Artes	25
6.3.3. Teorías.....	26
6.3.4. Tendencias.....	27
6.3.5. Tecnologías	29
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	30
7.1. Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	30
7.2. Conceptualización	32
7.3. Definición del concepto	32
7.4. Bocetaje	38
7.5. Producción	42
7.6. Postproducción	42
7.7. Storyboard de la propuesta preliminar	49
7.8. Propuesta preliminar.....	52
Capítulo VIII: Validación técnica	53
8.1. Población y muestreo.....	53
8.2. Método e instrumento.....	55
8.2.1. Modelo de la encuesta	56
8.3. Resultados e interpretación de resultados.....	62
8.4. Cambios en base en resultados.....	75
Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....	80
9.1. Storyboard de la propuesta final.....	80
9.2. Propuesta gráfica final.....	84
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.....	85
10.1. Plan de costos de elaboración	85
10.2. Plan de costos de producción	86
10.3. Plan de costos de reproducción	86
10.4. Plan de costos de distribución.....	86
10.5. Margen de utilidad	87
10.6. Impuestos	87
10.7. Resumen general de costos del proyecto.....	88
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.....	89
11.1. Conclusiones.....	89

11.2. Recomendaciones	89
Capítulo XII: Conocimiento general.....	91
12.1. Infografía de conocimiento general.....	91
Capítulo XIII: Referencias	92
13.1. Referencias documentos físicos.....	92
13.2. Referencias electrónicas	95
Capítulo XIV: Anexos	101
14.1. Anexos.....	101
A.1. Investigación tendencias	101
A.2. Fotografías de la validación del proyecto	111
A.3. Brief del cliente	116

Capítulo 1

Introducción

Capítulo I: Introducción

1.1. Introducción

La iglesia Ministerios Palabra Fiel es una iglesia cristiana evangélica ubicada en la colonia Kennedy, zona 18, ciudad de Guatemala. Al asistir a dicha iglesia como miembro recurrente, se identificó que esta no cuenta con material informativo que presente sus actividades religiosas cuando se realizan eventos de alcance o se da la bienvenida a nuevos creyentes. Por lo que se abordó al Pastor Fredy Molina y se le presentó la idea del proyecto, la cual le pareció oportuna y útil.

Por lo que, se acordó la “producción de un vídeo informativo para presentar las actividades religiosas que realiza la iglesia Ministerios Palabra Fiel, a los nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18, de la ciudad de Guatemala.”

Habiendo definido que se realizará un video informativo, se hará uso de las técnicas creativas “El porqué de las cosas” y “La flor de loto” para definir las ideas que permitirán estructurar el mensaje general del proyecto. Y, a través de investigaciones, se creará un marco teórico con la intención de recopilar información que será de utilidad para fundamentar el proyecto.

Luego de haber establecido las bases teóricas del proyecto, se realizará la parte práctica. Esta consistirá en la grabación y edición de escenas que transmitirán la información necesaria para cumplir con el objetivo del proyecto. Surgiendo así una propuesta preliminar. Para poder evaluar dicha propuesta se creará una herramienta de validación, por medio de Google Forms, que sirva para que el cliente, expertos y el grupo objetivo califiquen el proyecto; y así identificar cómo mejorar la propuesta para entregar un proyecto más efectivo.

Y así, entregarle un vídeo informativo a la Iglesia Ministerios Palabra Fiel para que presente sus actividades a los nuevos y posibles miembros en las cercanías de la zona 18.

Capítulo 2

Problemática

Capítulo II: Problemática

La iglesia Ministerios Palabra Fiel zona 18 no cuenta con un vídeo informativo para presentar las actividades religiosas que realiza a los nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18 de la ciudad de Guatemala.

Debido a que la iglesia realiza diferentes actividades para aumentar sus miembros, como actividades de alcance, actividades de evangelismo e invitaciones; un vídeo informativo podría servir como una tarjeta de presentación para conocer la iglesia y saber las actividades religiosas que realiza.

2.1. Contexto

Al asistir a la iglesia Ministerios Palabra Fiel zona 18 como miembro de la iglesia, se identificó que esta no cuenta con material informativo que presente sus actividades religiosas cuando se realizan eventos de alcance o se da la bienvenida a nuevos creyentes. Por lo que se abordó al Pastor Fredy Molina y se le presentó la idea del proyecto, la cual le pareció oportuna y útil.

Por lo que la producción de un vídeo informativo permitirá a los nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18, ciudad de Guatemala, conocer a la iglesia y a las distintas actividades religiosas que esta lleva a cabo regularmente.

2.2. Requerimiento de Comunicación y Diseño

La iglesia Ministerios Palabra Fiel zona 18 no cuenta con un vídeo informativo para presentar las actividades religiosas que realiza a los nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18 de 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; y d) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

2.3.1. Magnitud

Según los datos encontrados en diferentes fuentes, la población actual del país es de 18,303,574 habitantes (Population Today). Mientras que en el departamento de Guatemala habitan 3,015,081 personas (INE) y en la zona 18 habitan 205,204 personas.

Aunque hay varias iglesias de diferentes denominaciones alrededor de toda la zona 18, la iglesia Ministerios Palabra Fiel solo tiene una sede en la zona 18.

Gráfico de magnitud de Guatemala

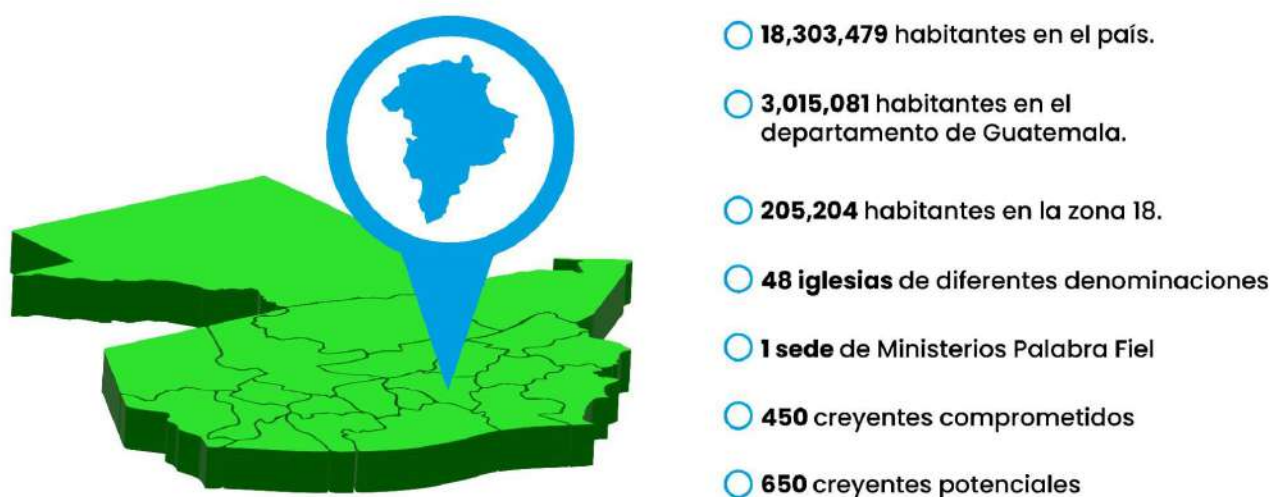


Figura 1. Gráfica de magnitud del país de Guatemala que brinda información relevante para el proyecto. El país tiene 18,303,479 habitantes y en el departamento de Guatemala hay 3,015,081 habitantes. Ya que el proyecto abarca la zona 18 se investigó también los habitantes en dicha zona, los cuales son 205, 204. También, en dicha zona hay 48 iglesias de diferentes denominaciones, pero solo hay una sede de Ministerios Palabra Fiel. Esta iglesia cuenta con 450 miembros actuales y 650 miembros potenciales. Gráfica realizada por Jonathan Orozco.

2.3.2. Vulnerabilidad

Si la iglesia no cuenta con un vídeo informativo no se tendrá un recurso, en este caso audiovisual, que pueda servir para presentar las actividades religiosas que la iglesia realiza de forma clara y directa en eventos que busquen atraer a nuevos miembros.

Por lo que, al no contar con este material audiovisual se desaprovecha la oportunidad que se tiene de introducir e informar a las personas sobre lo que es y lo que hace Ministerios Palabra Fiel.

2.3.3. Trascendencia

Al contar con un vídeo informativo se podrá mostrarlo a los nuevos y posibles creyentes para que tengan mejor conocimiento sobre la iglesia y las actividades religiosas que realiza. Por lo que, este recurso audiovisual servirá como una herramienta de presentación e introducción de la iglesia.

2.3.4. Factibilidad

Para producir el proyecto audiovisual se necesitarán de distintos recursos (humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos) que permitirán hacerlo posible y así solucionar una necesidad.

2.4. Recursos humanos

La iglesia Ministerios Palabra Fiel cuenta con personas que, por devoción, sirven en diferentes áreas de la iglesia, y estas tienen la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que desempeñan, según el ministerio en el que sirven dentro de la organización.

2.5. Recursos organizacionales

El apóstol/pastor general Fredy Molina tiene la disposición de brindar toda la información necesaria de la iglesia para llevar a cabo este proyecto, además se trabajará juntamente con su hija, Diana Molina de Arana y Howard Morales.

2.6. Recursos económicos

La iglesia Ministerios Palabra Fiel cuenta actualmente con los recursos necesarios para desarrollar el proyecto.

2.7. Recursos tecnológicos

Se cuenta con una cámara profesional Canon modelo EOS Rebel T7 con lente de 18-55 mm, y una Mac Mini equipada con programas de la marca Adobe para realizar el proceso de producción y post producción.

Capítulo 3

Objetivos del diseño

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 Objetivo general

Producir un vídeo informativo para presentar las actividades religiosas que realiza la iglesia Ministerios Palabra Fiel a los nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18 de la ciudad de Guatemala.

3.2 Objetivos específicos

1. Recopilar información sobre las actividades religiosas que la iglesia realiza, así como términos y conceptos relacionados con la religión cristiana evangélica, a través de la información que proporcione el cliente en el brief para brindar información relevante a los nuevos y posibles creyentes.
2. Investigar términos, conceptos y tendencias de videos informativos a través de fuentes bibliográficas para respaldar la propuesta audiovisual que será presentada al grupo objetivo.
3. Publicar el recurso audiovisual en las redes sociales de la iglesia para que la información se encuentre en un lugar accesible para los nuevos y posibles creyentes.

Capítulo 4

Marco de referencia

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1. Información general del cliente (Brief)

Datos del cliente

- **Empresa:** Ministerios Palabra Fiel.
- **Nombre del cliente:** Fredy Molina.
- **Dirección:** 4a. Avenida y 8a. Calle, Lote 13 "A" Colonia Kennedy, Zona 18, Ciudad de Guatemala, Guatemala.
- **Descripción general:** Palabra Fiel es una gran familia, deseamos rescatar los valores espirituales y morales que Dios establece en su Palabra; queremos vivir en amor y en armonía los unos con los otros como en el inicio de la iglesia primitiva, todos unánimes, en un mismo sentir. Proclamamos que el centro de nuestro corazón lo ocupa nuestro Señor Jesús; que Él reina en Palabra Fiel, que su Palabra está siendo esparcida en cada rincón, en cada callejón de las colonias de la zona.

4.2 Datos de la empresa

- **Misión:** Predicar el evangelio.
- **Visión:** Mateo 28:19-20 ¹⁹ Por tanto, id, y haced discípulos a todas las naciones, bautizándolos en el nombre del Padre, y del Hijo, y del Espíritu Santo; ²⁰ enseñándoles que guarden todas las cosas que os he mandado; y he aquí yo estoy con vosotros todos los días, hasta el fin del mundo. Amén.
- **Delimitación geográfica:** Guatemala, Guatemala, Guatemala.
- **Grupo objetivo:** Familias de la zona 18.
- **Principal beneficio al grupo objetivo:** Restauración de las familias disfuncionales y soporte a familias tradicionales.
- **Competencia:** Otras iglesias de diferentes denominaciones alrededor de la zona 18 (iglesias católicas, otras iglesias evangélicas e iglesias mormonas).

- **Posicionamiento:** 31 años sirviendo a las familias de la zona 18 y ser una de las iglesias más grandes de la zona.
- **Factores de diferenciación:** Programas de ayuda social, evangelización, grupos familiares, servicios y actividades especiales para niños, jóvenes, adultos y adultos mayores.
- **Oportunidad identificada:** Producción de un vídeo informativo para dar a conocer las actividades religiosas que realiza la iglesia.
- **Objetivo de mercado:** Llegar a más personas (nuevos y posibles creyentes) por medio de un recurso audiovisual.
- **Objetivo de comunicación:** Brindar información sobre las actividades religiosas que se realizan en la iglesia.
- **Mensaje clave a comunicar:** Presentación de las actividades religiosas de la iglesia Ministerios Palabra Fiel.
-
- **Estrategia de comunicación:** Producción de un vídeo informativo.
- **Reto del diseñador:** Producir un producto audiovisual informativo y llamativo que logre transmitir la esencia de la iglesia y de sus actividades religiosas.
- **Trascendencia:** Producto audiovisual semejante a una tarjeta de presentación para la iglesia, que puede ser mostrado a nuevos y posibles nuevos creyentes.
- **Materiales a realizar:** Vídeo informativo.

4.3 Datos de la imagen gráfica



Colores:



Pantone
2028C

Cuatricromía
C0 / M98 / Y95 / K0

Pantalla
R238 / G51 / B17

HTML
#ee3311



Pantone
130C

Cuatricromía
C0 / M39 / Y95 / K0

Pantalla
R247 / G168 / B6

HTML
#f7a806



Pantone
3597C

Cuatricromía
C100 / M82 / Y21 / K6

Pantalla
R25 / G60 / B126

HTML
#193c7e



Pantone
Cool Gray 2C

Cuatricromía
C22 / M18 / Y17 / K1

Pantalla
R206 / G204 / B206

HTML
#ceccce



Cuatricromía
C1 / M1 / Y1 / K0

Pantalla
R252 / G252 / B252

HTML
#fcfcfc

Tipografía:

Futura PT & Vivaldi Standard

Forma:

Imagotipo

Figura 2. Resumen de los elementos gráficos de la iglesia. Realizada por Jonathan Orozco

4.4 FODA



Figura 3. Se identifica que la fortaleza principal es una estructura organizacional definida y enfocada en cumplir objetivos. Se identifica que la oportunidad principal es la posibilidad de poder ser escuchados en otras zonas, departamentos o países. Se identifica que la principal debilidad es la dificultad para poder brindar apoyo y atención personalizada a cada miembro. Se identifica que la principal amenaza es la falta de interés de las personas por el evangelio. **Realizada por Jonathan Orozco**

Capítulo 5

Definición del grupo objetivo

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El vídeo informativo sobre las actividades religiosas que realiza la iglesia Ministerios Palabra Fiel va dirigido a nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18, ciudad de Guatemala. Por lo que, estamos hablando de habitantes de Guatemala en una región específica, pero que comparten características comunes.

Estas personas, hombres y mujeres, se encuentran en un rango de edad entre 21 y 70 años. Personas que ya son conscientes de sus acciones, por lo que pueden tomar decisiones que afecten el rumbo de su vida, como es involucrarse en una religión. Dichas personas se encuentran entre los niveles socioeconómicos C3, D1 y D2.

Las motivaciones de cada grupo varían, ya que se consideran a jóvenes adultos, adultos y ancianos; cada uno tiene una razón por la cual quisiera asistir a una iglesia. Pero, la mayoría busca una iglesia o religión para darle un rumbo diferente a su vida y vivir bajo la guía de un ser superior conocido como Dios.

5.1. Perfil geográfico

El proyecto se realizará en Guatemala (del náhuatl: Quauhtlemallan, "lugar de muchos árboles"), también conocido como el país de la eterna primavera. Su nombre oficial es República de Guatemala, siendo un estado soberano, libre e independiente localizado en Centroamérica. Esta república diplomática está conformada por 22 departamentos. Su capital es Guatemala, ubicada en el departamento de Guatemala, y el grupo objetivo se encuentra específicamente en la zona 18 de dicho departamento.

La población actual del país es de 18,303,574 habitantes. Mientras que en el departamento de Guatemala habitan 3,015,081 personas y en la zona 18 habitan 205,204 personas.

5.2. Perfil demográfico

El grupo objetivo está conformado por personas nacidas en Guatemala, hombres y mujeres que habitan en las cercanías de la zona 18. Son personas comprendidas entre los 21 a los 70 años, pues se busca predicar el evangelio a aquellas personas que puedan tomar la decisión de involucrarse voluntariamente en la iglesia, es decir: jóvenes adultos, adultos, padres y madres de familia y adultos de la tercera edad. Los niveles socioeconómicos que se abarcan son el C3, D1 y D2.

Características	Nivel C3	Nivel D1	Nivel D2
Ingresos	Q.11,900.00	Q.7,200.00	Q.3,400.00
Educación padres	Licenciatura	Media completa	Primaria completa
Educación hijos	Menores en escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
Desempeño	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero dependiente	Obrero dependiente
Vivienda	Casa/Depto, rentada o financiado	Casa/Depto, rentada o financiado	Casa/Cuarto, rentada
Otras propiedades			
Personal de servicio	Eventual		
Servicios financieros	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	
Posesiones	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	Moto, por trabajo	
Bienes de comodidad	Teléfono fijo, celulares, cable, TV electrodomésticos básicos	celular, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	celular, radio, TV, estufa
Diversión	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques

Figura 4: Tabla de niveles socioeconómicos, actualización de 2018. Este fragmento de la tabla muestra los niveles de las personas que se consideran dentro del grupo objetivo, y dichos niveles son del C3, D1 y D2. Ya que las características de estas categorías encajan con las personas a las cuales el proyecto se beneficiará.

Diagramación por Jonathan Hernández, obtenida de recursos de la Universidad Galileo.

5.3. Perfil psicográfico

Los adultos jóvenes que quieren conocer a más personas y aprender de la religión cristiana evangélica; adultos que quieran buscar herramientas para enderezar sus caminos; padres y madres de familia que quieran obtener herramientas para dirigir a su familia; adultos de la tercera edad que quieran continuar con sus creencias.

Por lo que, en resumen, son personas que llevan vidas cotidianas, que buscan darle un rumbo diferente a su caminar y así llevar una vida influenciada por las enseñanzas de la iglesia cristiana evangélica.

5.4. Perfil conductual

Son personas que están interesadas en actividades religiosas por diversos factores, ya sea por un sentimiento de redención, perdón, agradecimiento, compromiso o por curiosidad.

Capítulo 6

Marco teórico

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

- **Creyentes:** Que cree. Especialmente a quien profesa una determinada fe religiosa. (RAE).
- **Pastor:** Persona que desempeña el cargo de guía y orientador espiritual en la iglesia cristiana evangélica. Instructor de la palabra de Dios, también es visto como un consejero familiar, un mentor y mediador que busca brindar ánimo y consolación a los creyentes bajo su cargo. (Pérez, J.).
- **Evangelio:** Mensaje que predica la iglesia cristiana que habla sobre la muerte y resurrección de Jesús, con el fin de salvar y redimir a la humanidad y que esta tenga oportunidad de recibir la vida eterna en el reino de Dios. (Gustafson, R.).
- **Familia:** La familia es la célula principal de la sociedad donde las personas adquieren valores educación y desarrollan su personalidad, que luego serán aplicados para el desarrollo y progreso de la sociedad. También, es el grupo de personas con las cuales un individuo se siente protegido, amado y feliz. (Hábitat para la humanidad).
- **Valores espirituales:** Principios y creencias que guían la conducta y las decisiones de las personas en relación con su sentido de propósito y significado en la vida, y en la búsqueda de una conexión con algo mayor que ellos mismos. Estos valores se pueden relacionar con la espiritualidad y la religión, pero no están limitadas a ellas.

Algunos ejemplos son: amor, compasión, honestidad, humildad, gratitud, generosidad, paz, armonía, servicio, solidaridad, perdón y respeto por la vida y la naturaleza. Estos valores influyen el comportamiento individual, pero también llegan a impactar positivamente en la sociedad. (Chat GPT).
- **Iglesia primitiva:** Nombre que se le da al principio del movimiento cristiano en los tres primeros siglos (después de Cristo). Se destacaba por ser una contracultura que

permitía a las personas a elegir su propia religión, independientemente de su raza, sexo, clase social o nacionalidad; ya que, ante Cristo, todas las personas eran iguales ante Cristo. (Keller, T).

- **Iglesia Local:** “Grupo aislado de creyentes que se reúnen en un edificio.” (Molina, F. 2010)
- **Dios.:** Ser supremo que en las religiones monoteístas es considerado hacedor del universo. (RAE).
- **Jesús:** Según la biblia, en 1 Juan 5:20 (NTV 1996), Jesús es descrito de la siguiente manera: Y sabemos que el Hijo de Dios ha venido y nos ha dado entendimiento, para que podamos conocer al Dios verdadero. Y ahora vivimos en comunión con el Dios verdadero porque vivimos en comunión con su Hijo, Jesucristo. Él es el único Dios verdadero y él es la vida eterna.
- **Espíritu Santo:** Según la Biblia, en Juan 15:26 (TLA 2003), el espíritu santo es descrito de la siguiente manera: Yo les enviaré al Espíritu que viene del Padre, y que les enseñará lo que es la verdad. El Espíritu los ayudará y les hablará bien de mí.
- **Nacer de Nuevo:** “Lógicamente no está refiriéndose a nacer otra vez, nacer de nuevo significa: 1 Corintios 15:47 – 49 “nacer de arriba” es la esperanza para el hombre que recibe a Jesucristo en su corazón. Juan 3:3 la vida cristiana empieza con un nacimiento espiritual por fe en el Señor Jesucristo.” (Molina, F. 2010)
- **Vida Cristiana:** “La vida cristiana es una relación diaria de compromiso con Cristo. Es un compromiso de obediencia del discípulo hacia Cristo. Es una relación que se vive por fe. La fe es confianza. Confiamos nuestras vidas al cuidado y dominio de Cristo porque Él a través de su vida, muerte y resurrección, ha demostrado ser digno de nuestra confianza.” (Molina, F. 2010)

- **Bautismo:** “El bautismo se compara con la sepultura, es una muerte simbólica. Es aquí en el bautismo donde se consuma nuestra muerte para el mundo y nuestra resurrección de una vida nueva dedicada para Dios. El bautismo debe hacerse en el nombre del Padre, del Hijo y del Espíritu Santo. Mateo 28:19.” (Molina, F. 2010)
- **Diezmo:** “El diezmo es la décima parte de todos nuestros ingresos, sea en dinero, en granos, en ganado, tiempo o en otro fruto. Y es lo primero a entregar de nuestro presupuesto o negocio” (Molina, F. 2010)
- **Ofrenda:** “La ofrenda es la entrega a Dios de nuestro dinero o bienes materiales para satisfacer cualquier necesidad en la obra de Dios, que es la Iglesia.” (Molina, F. 2010)
- **La cena del señor:** “Al comer y beber lo hacemos en memoria del Señor, recordando lo que Él hizo por nosotros en la cruz.” (Molina, F. 2010)
- **Bautismo del Espíritu Santo:** “Esto es lo que conocemos como el Bautismo del Espíritu Santo, una manifestación de poder que genera fe, virtud, conocimiento, dominio propio, perseverancia, piedad, fraternidad y amor, 2ª Pedro 1:3-7.” (Molina, F. 2010)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

Son todos aquellos conceptos de comunicación y diseño relacionados directa e indirectamente con el desarrollo del proyecto. Se presentan en este orden:

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

- **Comunicación:** La comunicación es una acción que lleva a la relación, una forma en que dos o más participantes intercambian un mensaje mediante un lenguaje o forma de expresión. Este proceso es interactivo y social (McGraw Hill, Unidad 1, p. 8).
- **Contexto comunicativo:** El contexto comunicativo son los elementos, factores, circunstancias (ya sean ambientales, sociales, personales, afectivas, etc), que hacen

que el proceso comunicativo se desarrolle de una determinada manera. (McGraw Hill, Unidad 1, p. 8).

- **Lenguaje:** La RAE define el lenguaje como la “Facultad del ser humano de expresarse y comunicarse con los demás a través del sonido articulado o de otros sistemas de signos.”
- **Expresión humana:** Euroinnova define la expresión humana como “un conjunto de acciones por medio de las que el ser humano transmite sus pensamientos, emociones, sentimientos e ideas. Estas expresiones se hacen generalmente con toda libertad y de forma espontánea.”

También establecen que existen diferentes tipos de expresión humana, ya que la conexión entre personas puede darse de diferentes maneras, entre las cuales están:

- **Expresión oral:** Forma de comunicación verbal, en la cual se utiliza la palabra hablada, conformada por un conjunto de códigos fonológicos convencionales; con los cuales se busca expresar sentimientos, ideas, solicitudes, mandamientos y conocimientos a otros mediante un diálogo.
- **Expresión corporal:** Según Verde (2024) es la forma más antigua de comunicación entre los seres humanos. Es el medio por el cual se pueden expresar sensaciones, sentimientos, emociones y pensamientos. Por lo que, el cuerpo se convierte en un instrumento de comunicación.
- **Expresión artística:** Medio de comunicación visual por el cual se combinan elementos artísticos para transmitir un punto de vista, pensamientos, sentimientos, recuerdos e ideas.
- **Comunicación informativa:** La comunicación informativa es la transmisión de información objetiva, precisa y relevante de manera clara y comprensible (FACOM).

Su único propósito es informar, sin buscar influir en las opiniones o actitudes de los receptores, por medio de datos, hechos, noticias o detalles sobre un tema específico.

Este tipo de comunicación fundamenta sus bases en la imparcialidad y en la objetividad, ya que el emisor presenta la información de manera neutral sin incluir sus opiniones.

- **Comunicación social:** Este tipo de comunicación busca transmitir información a un grupo masivo de personas a las cuales esta les sea relevante. La información debe de verificarse con anterioridad, debido al impacto que puede tener, y genera temas aplicables a la sociedad, generando más conocimiento y provocando un cambio social.

Este tipo de comunicación facilita la comprensión, el análisis, y la interpretación de la realidad por medio de la exposición de los hechos relevantes para ese contexto. Se nutre de otras disciplinas como la antropología, sociología, filosofía, psicología, periodismo; lo que la hace interdisciplinaria. (Prieto, E.)

- **Comunicación audiovisual:** La comunicación audiovisual es aquella donde se utilizan el sonido y las imágenes para transmitir información por diferentes canales de comunicación; algunos de estos canales pueden ser el cine, programas de televisión y publicidad.

Esta forma de comunicación permite crear y transmitir emociones, logrando una conexión con los espectadores.

Utilizar imágenes y vídeos permite crear un contenido llamativo, pero debe de ser completado con un contenido que resulte relevante para el público objetivo, ya que esto permitirá captar mejor su atención.

Por lo que, los elementos sonoros y visuales se complementan entre sí, junto a la información que contiene, y ya que es relevante para los espectadores; se puede entregar un mensaje potenciado y llamativo. (Martínez, E.)

- **Relaciones públicas:** Las relaciones públicas es una disciplina de la comunicación estratégica que busca gestionar y mantener la percepción pública de una organización para construir relaciones sólidas con todos sus públicos (cliente, empleados, inversores, medios de comunicación, gobierno y la sociedad en general).

Su objetivo principal es construir, mantener y fortalecer una imagen positiva y una reputación sólida para la organización. Esto permitirá tener un impacto significativo en el éxito y sostenibilidad a largo plazo. Están presentes, por ejemplo, cuando se lanza un nuevo producto o servicio, se debe de dar respuesta a una crisis y cuando se deben de hacer campañas de responsabilidad social. (GES comunicación).

6.2.2. Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

- **Diseño gráfico:** El diseño gráfico es una disciplina creativa que utiliza imágenes, texto y elementos visuales para poder comunicar un mensaje o una idea; que puede distribuirse por varios canales. Buscar cumplir con un fin específico, al mismo tiempo que muestra la información de manera clara y atractiva.

Sobre el alcance del diseño gráfico, “Quizá esta disciplina sea más amplia de lo que asumimos en una primera impresión, ya que tiene puntos de contacto con la moda, la publicidad y hasta la psicología: todo aquello que emplee la comunicación gráfica”. (Citado por FACOM en 2024).

Bertín (2011) Habla sobre el diseño gráfico como una profesión, en la cual la principal tarea es la de crear una comunicación visual, que logre enviar un mensaje con algún fin en específico. El diseño cumple la crucial tarea de comunicar una idea específica, la cual debe ser bien recibida por el público al cual nos dirigimos.

Frascara (2000) Define al diseñador como el responsable del desarrollo de una estrategia comunicacional, de la creación de elementos visuales para implementarla y por contribuir a la identificación y a la creación de otras acciones de apoyo destinadas a alcanzar los objetivos propuestos; en resumen, la creación de una realidad deseada.

Ya que, el diseño se ocupa de la construcción de mensajes visuales con el propósito de afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente; transformando la realidad existente en una realidad deseada.

- **Principios del diseño:** Estos principios se crearon y establecieron para servir como pautas con el fin de que las composiciones gráficas funcionaran a la perfección a nivel estético y de comunicación; con el fin de cumplir el objetivo de desarrollar y transmitir una idea a través de una pieza. (Zorro, A.).
 - Los principios del diseño son:
 - Balance o equilibrio: distribución visual de los elementos de una pieza gráfica.
 - Simplicidad: eliminar los elementos innecesarios para dejar únicamente lo esencial.
 - Ritmo y movimiento: guía visual para interpretar la lectura correcta de un diseño.
 - Énfasis o punto de enfoque: se busca centrar la atención sobre un elemento en el diseño por medio de diferentes recursos visuales.
 - Armonía y unidad: unión entre los elementos de una pieza gráfica.
 - Proporción y escala: distribución de los elementos dentro de una pieza gráfica en relación con su tamaño y cantidad.
- **Contenido multimedia:** Es la combinación de distintos elementos o formatos para la comunicación y transmisión de un mensaje que se puede adaptar a diferentes medios,

gracias a la utilización de texto, imágenes, vídeos y sonidos. Estos elementos enriquecen la experiencia del usuario, capta con mayor facilidad la atención del público, aumenta la retención de información y hace al mensaje más llamativo. (Universidad Europea).

- **Diseño Audiovisual:** Según San Cornelio (2011), el diseño audiovisual, que, gracias a su naturaleza híbrida, proporciona un espacio abierto para la experimentación; al mismo tiempo aporta a la nutrición del lenguaje audiovisual. Busca poder solucionar problemas comunicativos en medios de comunicación que utilizan la imagen como su forma principal de transmisión de contenidos. Por lo que, el diseño audiovisual está al servicio de la comunicación, al ofrecer soluciones por medio de signos gráficos y audiovisuales.
- **Producción audiovisual:** Producción de contenidos para medios de comunicación audiovisuales, como el cine y la televisión; independientemente del soporte o el género. (The Core). Algunos ejemplos de las producciones son:
 - Spot publicitario
 - Videoclips
 - Producción cinematográfica
 - Películas, series o documentales
 - Entrevistas
 - Videos corporativos
 - Producciones institucionales
- **Vídeo:** “Sistema de grabación y reproducción de imágenes, acompañadas o no de sonidos, mediante cinta magnética u otros medios electrónicos.” (RAE).
- **Guión:** Este escrito puede representar un diálogo, monólogo o describir como debe ocurrir una determinada escena. Sirve para que la puesta en escena se realice

correctamente y exista un orden, es aplicado en diferentes producciones donde se necesite interpretar una idea. (Euroinnova).

- **Storyboard:** Un storyboard es una herramienta que permite representar, por medio de viñetas, como se desarrollará una escena. Esta debe de ser fácil de entender, simple, clara y flexible. Para llevarla a cabo se necesita establecer una línea del tiempo para ordenar los acontecimientos, luego se debe identificar los momentos claves y cada uno debe de llevar una descripción o información que permita saber lo que está ocurriendo en la escena. (Pérez, A.).
- **Tipografía:** Alberich, Gómez y Ferrer (2013), la tipografía tiene un doble papel en las composiciones; ya que, es texto y es imagen. Al utilizarla, se establece un compromiso entre su presencia gráfica junto a los otros elementos visuales de la composición, sin perder sus capacidades de legibilidad. También se debe de tomar en cuenta la sintonía entre su forma y el contenido.
- **Vídeo informativo:** Los videos informativos tienen el propósito de transmitir un mensaje claro y eficaz. Este tipo de video se utiliza para informar sobre un tema, servicio, producto o información que se quiera dar a conocer. Su forma más conocida es la noticia, pero existen más formas de realizar este tipo de contenido.

Es uno de los formatos de video más buscados en Google, y es el segundo tipo de contenido más utilizado en las redes sociales para aumentar la interacción con la audiencia. Estos vídeos son de carácter educativo, de corta duración, están basadas en fuentes confiables, llevan un formato descriptivo y son adaptables a cualquier lugar y dispositivo. (We are content).

- **Métodos creativos:** Según Marín (2011), un método creativo es una herramienta que busca ayudarnos haciendo que el proceso creativo sea más eficaz. Este proceso debe

beneficiar la creación de nuevas ideas, la comunicación y la transformación del medio en alguno de sus múltiples aspectos.

- **Estilos y conceptos:** Al hablar de los estilos y conceptos en el diseño gráfico, Combes (2015) define al “estilo” como el marco que agrupa las características visuales que llevará el arte, es decir, la línea gráfica. Mientras que el concepto es una línea de pensamiento que rige las decisiones de los elementos gráficos que se utilizarán.
- **Bocetos:** El Pequeño diccionario del diseñador, publicado por Reimers Design (2011), define al boceto como un dibujo hecho a mano alzada de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar ideas, lugares, personas u objetos.
- **Retículas:** Ya que en cualquier diseño busca resolver una serie de problemas a nivel visual y organizativo, sus elementos deben reunirse con el fin de poder comunicar. Por lo que Martínez (2013) describe a las retículas como una forma de presentar juntas todas las piezas del diseño. Al mismo tiempo que pueden ser flexibles y orgánicas, pueden ser rigurosas y mecánicas. Aporta a la maquetación un orden sistematizado, que permite distinguir los diversos tipos de información facilitando la navegación del usuario a través del contenido.

6.3. Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias auxiliares

- **Semiología:** Ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social, ya sean lingüísticos (relacionados con la semántica y la escritura) o semióticos (relacionados con los signos humanos y de la naturaleza). (Porto, Merino).
- **Semiótica visual:** También conocida como semiología de la imagen, está ligada a la comunicación visual, que es la forma por la cual se transmiten ideas que son

percibidas por la vista. Por lo que la semiótica visual nos permite interpretar objetos, imágenes y expresiones para comprender una idea.

- También está presente al analizar un mensaje de manera visual en ilustraciones, fotografías y pinturas; por lo que se puede decir que esta herramienta es utilizada para que un mensaje sea entendido de manera correcta por medio de los elementos visuales que se proveen. (Universitat Carlemany).
- **Sociología:** Disciplina que analiza lo que ocurre o ha ocurrido en una sociedad, pues se encarga del estudio de la vida social humana, de los grupos y sociedades. Se busca poder identificar, describir y explicar los hechos que se dan en una sociedad y las relaciones y conflictos sociales desde diferentes puntos de vista. (Universidad Nacional de Colombia).
- **Deontología:** La deontología es la disciplina que establece cómo actuar correctamente y lo que debe de ser en un trabajo, una profesión u oficio. Su objetivo es determinar normas, preceptos y reglas que regulen la conducta y desempeño de las personas profesionales hacia lo que es recto y apropiado.

Por lo que se podría decir que la deontología determina los deberes mínimamente exigibles y máximamente alcanzables para un profesional al ejercer su profesión. Aunque también puede aplicarse en el ámbito escolar o educativo. (LEIC).

- **Psicología del color:** Disciplina que estudia la manera en la cual el cerebro humano percibe los colores y la forma en la que estos influyen en las emociones y conductas. La mayoría de las decisiones que las personas toman están basadas en sentimientos, y la menor parte en la racionalidad. Es por ello que los colores, y sus efectos sobre los sentimientos, afectan las decisiones que se puedan tomar. (Equipo de expertos en ciencias de la salud).

- **Tecnología:** La palabra “tecnología” viene del griego τέχνη (que se pronuncia “téchnē”) y quiere decir “arte, oficio o destreza”. Por lo que, la tecnología es un proceso, capacidad o acción de combinar algo ya existente para construir algo nuevo o darle otra función. Esa capacidad de transformación puede ser intuitiva o inspirada por el campo de las ciencias. (Universidad Nacional del Litoral).
- **Teología:** El término teología proviene del griego "Dios" y "estudio" (theos y logo) o "ciencia de dios". Por lo que, es un discurso que posee sus propias condiciones, reglas, métodos, estructura y normas fundamentales y se enfoca en el estudio de Dios y la relación de los seres humanos con ese Dios.

La teología estudia diferentes aspectos, como la biblia, las sagradas escrituras, la relación con Jesucristo de la fe evangélica y la fe católica y la naturaleza divina de Dios. También existen diferentes ramas, como la teología pastoral, moral, sistemática, entre otras. (edX).

6.3.2. Artes

- **Música:** La música es una mezcla de sonidos y silencios considerada una de las bellas artes. Es capaz de transmitir emociones, sentimientos, ideas y recuerdos; así como también produce diferentes estados de ánimo. También es capaz de transmitir placer, ya que escucharla favorece la producción del neurotransmisor llamado dopamina.

Es una práctica artística rica y compleja, donde existen diferentes maneras de realizarla, así como géneros musicales. (Dirección General de Comunicación Social-UNAM).

- **Cinematografía:** Es el arte de la fotografía y la narración visual en una película o programa de televisión. Esto comprende elementos visuales en pantalla, como la iluminación, el encuadre, la composición, el movimiento de la cámara, los ángulos,

los lentes, profundidades de campo, zoom, enfoque, color, la exposición y la filtración.

Cada elemento visual que aparece en pantalla, conocido como la puesta en escena de un material audiovisual, puede aportar y mejorar a la historia; por lo que todos los elementos deben ser cohesivos y aportar a la historia. (Toulouse Lautrec).

- **Ilustración:** La ilustración es una forma de representación de la realidad y de las ideas por medio de un dibujo, ya sea de manera tradicional o digital, y con un propósito y una técnica específica. Las ilustraciones se utilizan para potenciar un mensaje y captar la atención del espectador. (Palacios, A).
- **Fotografía:** Es el arte y la técnica de capturar imágenes empleando la luz sobre una superficie completa. La fotografía permite representar la realidad de una forma más precisa y capturar un momento específico en el tiempo y en un momento determinado. Este tipo de comunicación visual, debido a su capacidad de transmitir mensajes, ideas e historias; también es un medio reproducible en diferentes formatos. (Instituto Europeo de periodismo y comunicación).

6.3.3. Teorías

- **Teoría de la Gestalt:** La teoría o psicología de la Gestalt fue un movimiento que empezó en 1920, en Berlín, Alemania. Esta palabra significa “patrón, figura o forma”. Este movimiento buscaba encontrar un sentido a cómo nuestras mentes perciben las cosas como un todo, en lugar de individualmente cada elemento.

La relación que tiene esta teoría con el diseño radica en considerar los elementos visuales como parte de un todo, y no por separado, para lograr comunicar una idea por medio de una composición visual. (Llasera, J.).

- **Teoría del color:** Esta teoría comprende las reglas básicas que determinan cómo combinar los colores para obtener un efecto específico. Los colores pueden transmitir

mensajes y variaciones en sus tonalidades pueden evocar reacciones o emociones distintas, por lo que es necesario tener una noción de lo que cada color evoca y así utilizarlo para transmitir el mensaje correcto. (Flores, A).

- **Teoría del recorrido visual:** También llamada jerarquía visual, es la forma en la que se puede conseguir guiar al ojo del espectador y hacerle ver que elementos son los más importantes y cuales son complementarios en una pieza.

Para poder comunicar se debe de tener un orden. Mediante la jerarquía visual se pueden establecer señales y contrastes visuales que indicarán a los espectadores hacia dónde deben dirigir su atención primero y el camino que deben seguir después. Por lo que, se utilizan recursos y los elementos visuales para ordenar, organizar y otorgar prioridad al contenido visual.

Algunos elementos, recursos o técnicas que se utilizan para generar énfasis y contraste son: el tamaño, el color, la tipografía, espacio en blanco, alineación y la disposición de los elementos. (Llaser, J).

6.3.4. Tendencias

Entre las tendencias que se investigaron, se encuentra la incorporación del Microlearning, que busca poder informar y enseñar de manera clara y concisa un tema específico. También está la personalización del contenido, la cual consiste en colocar elementos visuales con animaciones para acompañar a la propuesta base. Así como también tratar temas importantes para la sociedad, en un formato corto y que pueda ser consumido en dispositivos inteligentes móviles con o sin audio. (Anexo 1)

TENDENCIAS

para los vídeos informativos

Incorporación del Microlearning

Vídeos informativos cortos, lógicos y específicos que cubren un **solo** un tema o concepto. Ya que se busca que el usuario aprenda en poco tiempo.



Narración Visual

Utilizar elementos gráficos estáticos y animados, junto a visualizaciones de datos para presentar la información de forma comprensible y atractiva.

Personalización y segmentación

Contenido basado en los intereses y comportamientos del grupo objetivo, con el fin de ser más atractivos para ellos.



Sostenibilidad y responsabilidad

Contenido que aborde temas relacionados al planeta y a la sociedad resultan más atractivos hoy en día.

Formatos verticales y cuadrados

Formatos que pueden visualizarse fácilmente en dispositivos móviles.



Vídeos de formato corto

Vídeos que no sobrepasen los 5 minutos, aunque mientras más corto mejor, son los preferidos de los usuarios.

Figura 5. Infografía que resume las tendencias investigadas para ser aplicadas en el proyecto. Estas 7 tendencias son: el microlearning, la narración visual por medio de elementos estáticos y animados, personalización del contenido, tratar temas relacionados al planeta y a la sociedad, la utilización de formatos verticales y cuadrados, realizar vídeos cortos y la utilización de subtítulos. Realizado por Jonathan Orozco.

6.3.5. Tecnologías

- **Adobe Premiere Pro:** Este software se utiliza para editar los vídeos que formarán parte de la composición final, por lo que es un editor de vídeos. “Premiere Pro te ayuda a organizar las secuencias, editarlas juntas, añadir clips y música de Stock, sincronizar el audio y corregir el color.” (Adobe)
- **Adobe After Effects:** After Effects es un software que permite crear gráficos animados y diferentes efectos visuales. Con After effects “se pueden animar textos, gráficos e ilustraciones; desde unos créditos sencillos hasta una sofisticada secuencia de título. Creando efectos visuales impresionantes para películas, televisión, videos y web.” (Adobe)
- **Adobe Illustrator:** Adobe Illustrator es un software que se basa en la creación de vectores, con esta herramienta se pueden crear “desde logotipos e íconos hasta gráficos e ilustraciones, y personalizarlo con una precisión de talla profesional.” (Adobe)

Capítulo 7

Proceso de diseño y propuesta preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1. Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Entender que la comunicación es un proceso en el que dos o más participantes intercambian información, y que esta interacción puede verse afectada por el contexto donde se lleva a cabo; permitirá buscar el momento adecuado para transmitir un mensaje, y así este se entienda completamente de la forma en la cual fue concebida. También es importante resaltar que la expresión humana es caracterizada por ser enriquecida por lo que las personas dicen y no dicen (lenguaje verbal y no verbal).

La comunicación informativa será útil en este proyecto, ya que se busca llevar un mensaje de forma objetiva, precisa y relevante para un público objetivo; por lo que también debe ser fácil de comprender, sin dejar de lado buscar presentar la información de forma llamativa.

Por lo que, para transmitir dicha información de una forma atractiva para los espectadores, es necesario de una producción audiovisual que contenga un audio claro, música acorde a la información, gráficos en movimiento e imágenes y vídeos que sean relevantes e informativos.

Y, debido a que se realizará una producción audiovisual para transmitir la información de una forma clara y llamativa, se deberá hacer uso de la semiótica visual. Ya que es la forma por la cual se transmiten ideas que son percibidas por la vista. Se debe considerar que los elementos visuales que se coloquen en el vídeo también transmitirán información que aportará a la construcción de un mensaje mayor.

Para esto se hará uso de los principios del diseño gráfico, que ayudarán a crear composiciones visuales que funcionen y sean estéticas, con el fin de desarrollar y transmitir la idea central del proyecto. Y para esto también se hará uso de la psicología del color, porque los colores a utilizar en toda la producción afectarán la percepción de los receptores.

Otro elemento útil para poder transmitir la información del proyecto es la teoría del recorrido visual. Esta busca guiar la vista del espectador y mostrarle cuales son los elementos importantes y cuáles son los complementarios en una producción visual.

Para asegurar que el contenido del proyecto sea relevante y atractivo también se hará uso de diferentes tendencias relacionadas a la producción de materiales audiovisuales. Como la incorporación del microlearning, que busca ser un contenido informativo corto en el cual el usuario aprenda en poco tiempo.

Le sigue la narración visual por medio de gráficos estáticos y animados. También está la personalización y la segmentación, porque se busca crear contenido relevante para un grupo objetivo. Se debe mencionar también la sostenibilidad y responsabilidad social, ya que se tratará un tema que puede ser beneficioso para un grupo específico en una locación específica.

Para facilitar su visualización se utilizará un formato cuadrado, que permitirá tener una mejor visualización de las escenas debido a la relación de aspecto. Gracias al auge de las redes sociales, los vídeos de formato corto son los formatos que más destacan. Todo forma parte de la teoría y la planeación, pero es gracias a los softwares de diseño que se puede poner en marcha el proyecto. Con la utilización de Premiere Pro se editan los clips de vídeo, con After Effects se realizan los motion graphics y con Illustrator se realizan diagramaciones y elementos gráficos que se aplican en los dos programas mencionados anteriormente

Para concluir con la aplicación del conocimiento adquirido se utilizará la deontología como base para el proyecto. Debido a que esta ciencia establece como un profesional debe actuar al ejercer su profesión. Porque se buscará ser una persona recta que busque utilizar sus conocimientos para poder ayudar a los demás.

7.2. Conceptualización

- **Método 1.** El porqué de las cosas (La Brújula), es una técnica de generación de ideas. Inventada por Arthur Van Goundy, esta técnica utiliza principalmente los porqués como pregunta. Esto permite orientar el objetivo creativo, pero no ofrece soluciones a las preguntas planteadas.

El funcionamiento de esta técnica es la siguiente:

- Se define el objetivo creativo.
 - Se hace una pregunta inicial y se responde.
 - Se vuelve a preguntar el “¿por qué?” y se responde a las preguntas.
- **Método 2.** La flor de loto o técnica MY, es una técnica de creatividad que consiste en identificar ideas o temas de un concepto inicial que se encuentra en el centro. Las ideas surgen a partir del eje, como los pétalos de una flor. Su autor es Yasuo Matsumara, presidente de Clover Management Research, y el nombre alternativo “Técnica MY”, proviene de las iniciales de su creador.

El funcionamiento de esta técnica es la siguiente:

- Se inicia con una matriz en forma de flor.
- Se escribe en el centro de la flor el tema inicial u objetivo creativo.
- Se escriben en los pétalos que lo rodean las ideas relacionadas al tema.
- Si surge la necesidad, pueden realizarse más matrices para profundizar en alguna idea específica o ideas secundarias relevantes al tema inicial.

7.3. Definición del concepto

- **Método 1.** Para el proyecto “Producción de un vídeo informativo para presentar las actividades religiosas que realiza la iglesia Ministerios Palabra Fiel, a los nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18, de la ciudad de

Guatemala”; se aplicó la técnica creativa El porqué de las cosas. Se desarrollaron los siguientes pasos:

1. **Se definió el objetivo creativo:** Se debe producir un vídeo informativo para presentar las actividades religiosas de Ministerios Palabra Fiel.

2. **Se realiza la pregunta inicial:**

-¿Por qué se debe de hacer un vídeo informativo?

Para presentar las actividades religiosas de la iglesia a nuevos y posibles creyentes en las cercanías de la zona 18.

3. **Se realizan más preguntas:**

-¿Por qué se deben presentar las actividades religiosas?

Para que las personas puedan conocer todas las actividades que se realizan en la iglesia con el fin de que puedan animarse a participar en ellas.

-¿Por qué el grupo objetivo son nuevos creyentes?

Porque se busca que las personas que tengan poco tiempo de estar en la iglesia puedan conocer de las actividades en las que pueden participar, involucrarse más en la congregación y conocer a los miembros de la iglesia.

-¿Por qué el grupo objetivo también incluye a posibles creyentes?

Porque se busca presentar las actividades a personas que no pertenezcan a una iglesia, con el fin de que puedan conocer en qué actividades pueden participar al congregarse en dicha iglesia.

¿Por qué se busca la participación de nuevas personas en actividades de la iglesia?

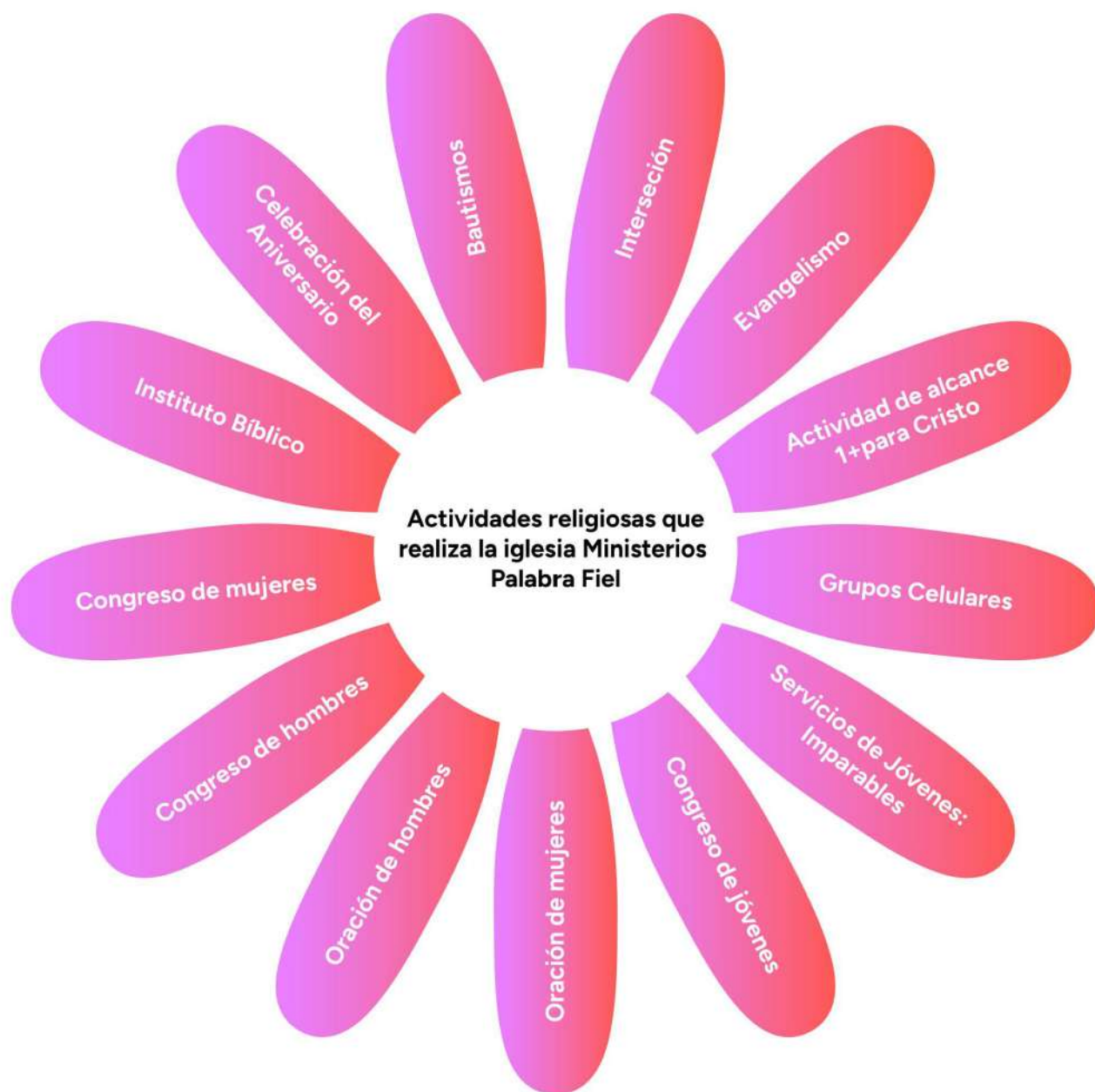
Porque esto les permitirá involucrarse más en la congregación y les permitirá conocer a otras personas, haciendo a la iglesia un ambiente donde dichas personas se sientan cómodas, seguras, amadas y aceptadas.

¿Por qué se debe de realizar un video informativo?

-Porque este formato audiovisual permite transmitir información que puede resultar relevante para el público objetivo de forma clara y objetiva. Ya que su único objetivo es informar.

- **Método 2.** Para el proyecto “Producción de un vídeo informativo para presentar las actividades religiosas que realiza la iglesia Ministerios Palabra Fiel, a los nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18, de la ciudad de Guatemala”; se utilizó otra técnica creativa, llamada La flor de loto. Se desarrollaron los siguientes pasos:
 - Se inició la técnica con una matriz en forma de flor.
 - En el centro de la flor se colocó el tema central del proyecto.
 - En los pétalos se escribieron ideas relacionadas con el tema.
 - Se realizó una segunda matriz con menor cantidad de pétalos con una idea que puede complementar el tema central del proyecto.

Representación gráfica del método 2



Representación gráfica del método 2

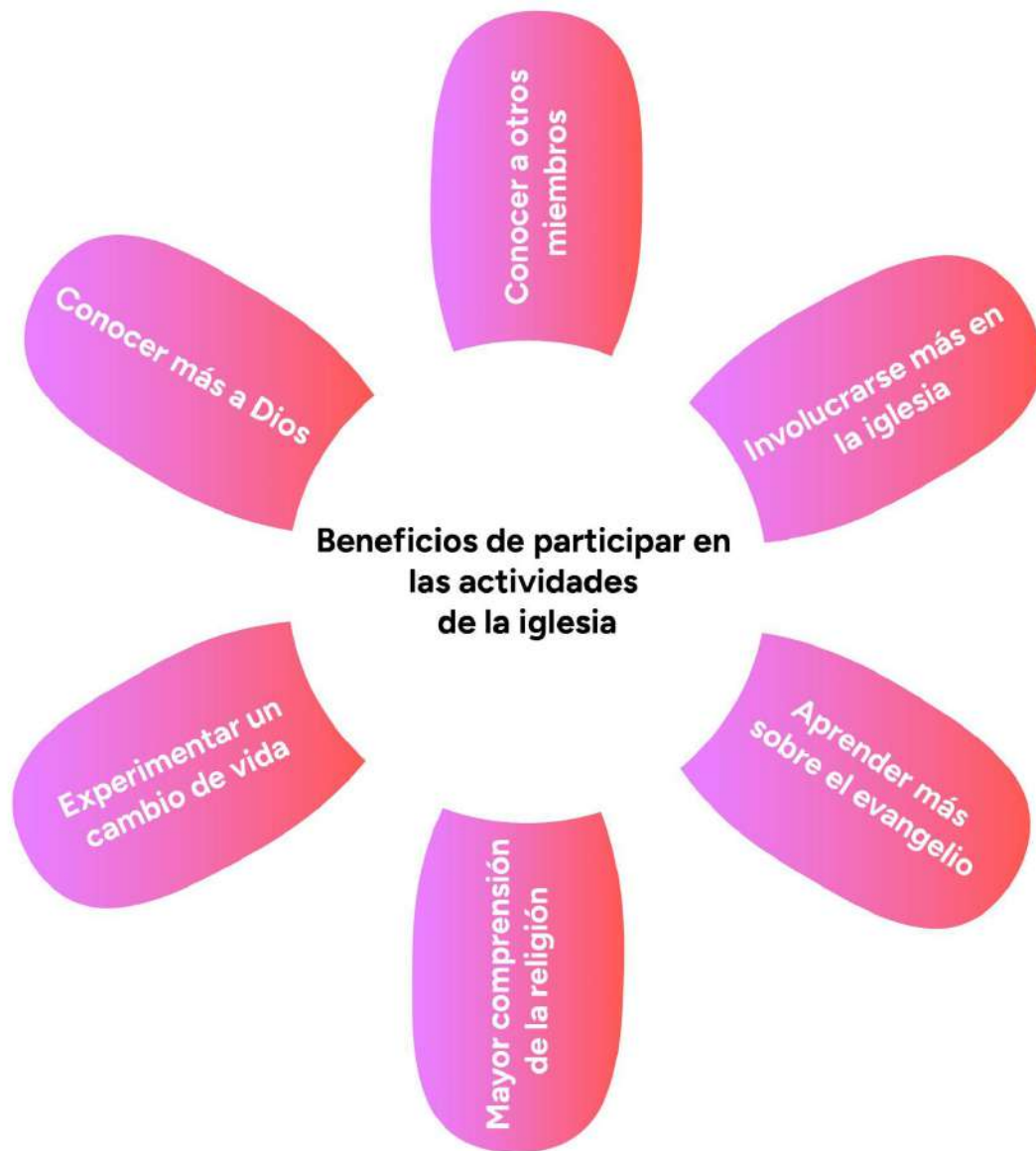


Figura 6. Aplicación de la técnica creativa La flor de loto. Estas dos matrices tienen como eje central frases clave para la creación de una idea central sobre la cual se basará la comunicación y diseño del material. Realizado por Jonathan Orozco.

Gracias a la utilización de las diferentes técnicas creativas se llegó a un concepto que puede convertirse en una frase conceptual o idea central para el proyecto. La frase es:

“Mientras más conoces, más amas.” Esta frase surge bajo la premisa de que mientras las

personas se involucren más en las actividades de la iglesia, podrán conocer y entender de mejor manera la razón de sus acciones y cómo estas pueden afectar su vida y la de los demás.

Además, al estar participando en dichas actividades, la persona podrá experimentar en carne propia una relación con Dios. Esto provocará un cambio, es su percepción del mundo, sus palabras, acciones y comportamientos; un cambio de vida. Por lo que, mientras más se conozca de Dios, más se le amará; volviendo a la frase conceptual del proyecto.

7.4. Bocetaje

Planeación de las escenas

Escena	Encuadre	Descripción	Sonido
001	Pantalla completa	Motion graphics que presentan el vídeo con el título "Actividades en Ministerios Palabra Fiel".	Música de fondo
002	Plano general	Vídeo. Se observa la parte interior de la iglesia. Las personas están sentadas escuchando la prédica.	Música de fondo
003	Plano medio corto	Vídeo. Se observan personas cantando alabanzas durante el servicio.	Música de fondo
004	Plano medio	Vídeo. Se muestra a una persona predicando en el lugar designado por la iglesia.	Música de fondo
005	Plano medio largo	Vídeo. Se muestra al grupo de alabanza dirigiendo la alabanza y adoración del servicio.	Música de fondo
006	Pantalla completa	Motion graphics con el siguiente texto: Estas son las actividades en las cuales puedes participar en la iglesia.	Música de fondo
007	Pantalla completa	Motion graphics. Se presenta el primer conjunto de actividades con el título: Congresos. Aquí se coloca texto para identificar los congresos de hombres, mujeres y de jóvenes.	Música de fondo
008	Plano medio corto	Vídeo. Se muestran a personas adultas participando del congreso de hombres.	Música de fondo
009	Plano medio corto	Vídeo. Se muestran a personas adultas participando del congreso de mujeres.	Música de fondo
010	Plano medio corto	Vídeo. Se muestran a personas jóvenes participando del congreso de jóvenes.	Música de fondo
011	Pantalla completa	Motion graphics. Se presenta el segundo conjunto de actividades con el título: Oración. Aquí se coloca texto para identificar las actividades de oración, las cuales son: servicios de oración de mujeres, de hombres y grupos de intercesión.	Música de fondo
012	Plano medio corto/Primer plano	Vídeo. Se muestran a personas orando.	Música de fondo
013	Pantalla completa	Motion graphics. Se presenta el tercer conjunto de actividades con el título: Acercate más a Dios. Aquí se coloca texto para identificar diferentes actividades que permitirán a las personas conocer más de Dios. Las actividades son: servicio de jóvenes (Imparables), grupos celulares, Actividades de alcance, evangelismo, Bautismos, servicio de aniversario y el instituto bíblico.	Música de fondo

Escena	Encuadre	Descripción	Sonido
014	Plano general	Vídeo. Se muestra el servicio de jóvenes (Imparables).	Música de fondo
015	Plano medio	Vídeo. Se muestra el bautismo de personas en el lugar designado por la iglesia para dicha actividad.	Música de fondo
016	Plano general	Vídeo. Se muestran personas participando en el servicio 1+ para Cristo.	Música de fondo
017	Plano medio largo	Vídeo. Se muestran personas participando en el servicio 1+ para Cristo.	Música de fondo
018	Plano medio	Vídeo. Se muestran personas participando en el servicio 1+ para Cristo.	Música de fondo
019	Plano medio corto	Vídeo. Se muestran personas participando en el servicio 1+ para Cristo.	Música de fondo
020	Pantalla completa	Motion graphics. Se muestra el logo de la iglesia para cerrar el vídeo.	Música de fondo

Figura 7. Guión para el proyecto audiovisual, donde se observan las escenas, el tipo de plano para cada una, descripciones de lo que estará ocurriendo en cada escena y la música que estará sonando en ese momento. **Realizado por Jonathan Orozco.**

Storyboard

Escena	Descripción	
001	Motion graphics que presentan el vídeo con el título "Actividades en Ministerios Palabra Fiel".	Actividades en Ministerios Palabra Fiel
002	Vídeo. Se observa la parte interior de la iglesia. Las personas están sentadas escuchando la prédica.	
003	Vídeo. Se observan personas cantando alabanzas durante el servicio.	
004	Vídeo. una persona se encuentra dando la prédica.	
005	Vídeo. Se muestra al grupo de alabanza dirigiendo la alabanza y adoración del servicio.	
006	Motion graphics con el siguiente texto: Estas son las actividades en las cuales puedes participar en la iglesia.	Estas son las actividades en las que puedes Participar en la iglesia
007	Motion graphics. Se presenta el primer conjunto de actividades con el título: Congresos. Aquí se coloca texto para identificar los congresos de hombres, mujeres y de jóvenes.	Congresos ▶ XOXOXO XOXO ▶ XOOXOX XOXOXO ▶ XOXOXOX OXOXO
008	Vídeo. Se muestran a personas adultas participando del congreso de hombres.	
009	Vídeo. Se muestran a personas adultas participando del congreso de mujeres.	
010	Vídeo. Se muestran a personas jóvenes participando del congreso de jóvenes.	

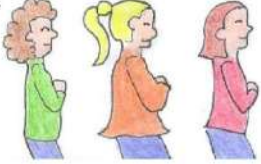
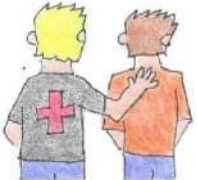
Escena	Descripción	
011	Motion graphics. Se presenta el segundo conjunto de actividades con el título: Oración. Aquí se coloca texto para identificar las actividades de oración, las cuales son: servicios de oración de mujeres, de hombres y grupos de intercesión.	Oración ▶ XO XO XO XO XO XO XO ▶ XO XO XO XO XO XO XO ▶ XO XO XO XO XO XO XO
012	Vídeo. Se muestran a personas orando.	
013	Motion graphics. Se presenta el tercer conjunto de actividades con el título: Acercate más a Dios. Aquí se coloca texto para identificar diferentes actividades que permitirán a las personas conocer más de Dios. Las actividades son: servicio de jóvenes (Imparables), grupos celulares, Actividades de alcance, evangelismo, Bautismos, servicio de aniversario y el instituto bíblico.	Acercate más a Dios ▶ XO XO XO XO XO XO XO ▶ XO XO XO XO XO XO XO ▶ XO XO XO XO XO XO XO ▶ XO XO XO XO XO XO XO ▶ XO XO XO XO XO XO XO ▶ XO XO XO XO XO XO XO ▶ XO XO XO XO XO XO XO ▶ XO XO XO XO XO XO XO
014	Vídeo. Se muestra el servicio de jóvenes (Imparables).	
015	Vídeo. Se muestra el bautismo de personas en el lugar designado por la iglesia para dicha actividad.	
Escena	Descripción	
016-019	Vídeo. Se muestran personas participando en el servicio 1+ para Cristo.	
020	Motion graphics. Se muestra el logo de la iglesia para cerrar el vídeo.	

Figura 8. Guión resumido con storyboard para el proyecto audiovisual, donde se observan descripciones y propuestas para las escenas. **Realizado por Jonathan Orozco.**

7.5. Producción

La producción se llevó a cabo en la iglesia Ministerios Palabra Fiel zona 18. Para grabar se agendó asistir a diferentes eventos planificados por la iglesia para realizar las tomas necesarias, por lo que el rodaje duró algunos días.

También se procede a crear los motion graphics que son necesarios para armar el vídeo. Además, se consulta con la iglesia para solicitar material audiovisual sobre eventos pasados para agregarlos en el vídeo.

7.6. Postproducción

Al tener grabadas las escenas necesarias, creados los motion graphics y los vídeos proporcionados por la iglesia; se procede a realizar el proceso de postproducción. Para esto se utilizaron dos softwares de Adobe: Premiere Pro y After Effects.

En el software de Premiere Pro se realiza la edición y montaje de los clips de vídeo, así como la colorización y corrección de cada uno. En el software de After Effects se realizaron los motion graphics que contienen texto necesario para el desarrollo de la narrativa del vídeo.

Edición en Adobe Premiere Pro



Captura de pantalla del software Premiere Pro. En la imagen se muestra parte de la interfaz con el espacio de trabajo principal del proyecto. Se puede apreciar la línea de tiempo que contiene clips, capas de ajuste y transiciones, junto a una previsualización de los cambios.

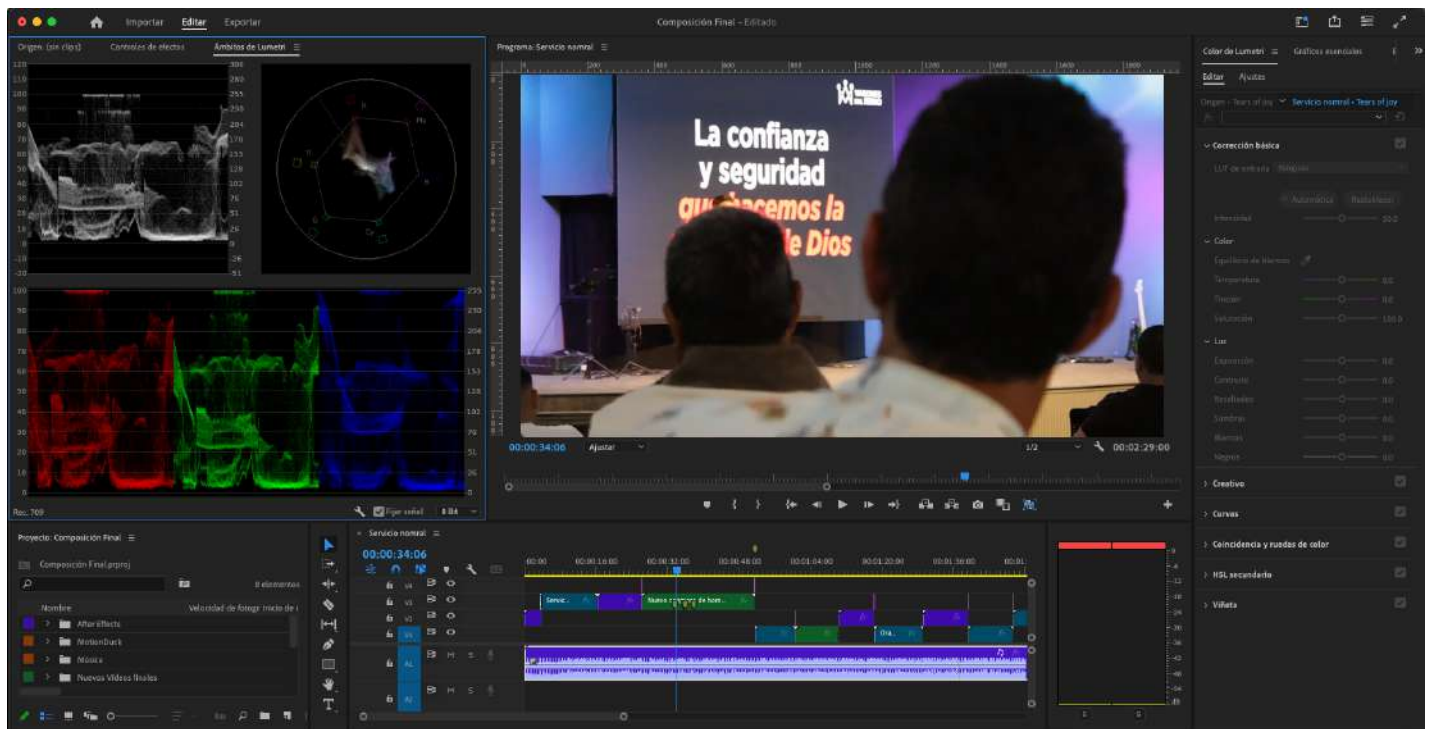
En este software de edición de vídeo se realizó parte de la postproducción. Gracias a las herramientas del programa, se realizaron la selección de clips, colorización de escenas, balance de luces y sombras y la musicalización del proyecto.

Edición en Adobe Premiere Pro

Recientes			
Filtrar: Filtrar archivos recientes			
NOMBRE	RECIENTE ↓	TAMAÑO	TIPO
Composición Final	hace 4 días	34 KB	Proyecto de Premiere Pro
Congreso de hombres	hace 5 días	45 MB	Proyecto de Premiere Pro
Congresos jóvenes	hace 5 días	56 KB	Proyecto de Premiere Pro
Bautismo	hace 6 días	289 KB	Proyecto de Premiere Pro
Servicio normal	hace 6 días	46 MB	Proyecto de Premiere Pro
1 más para Cristo	hace 11 días	23 MB	Proyecto de Premiere Pro
Servicio de jóvenes (Imparables)	hace 12 días	27 MB	Proyecto de Premiere Pro
Evangelismo	hace 12 días	12 MB	Proyecto de Premiere Pro
Congreso de mujeres	hace 12 días	13 MB	Proyecto de Premiere Pro
Oración	hace 12 días	27 MB	Proyecto de Premiere Pro

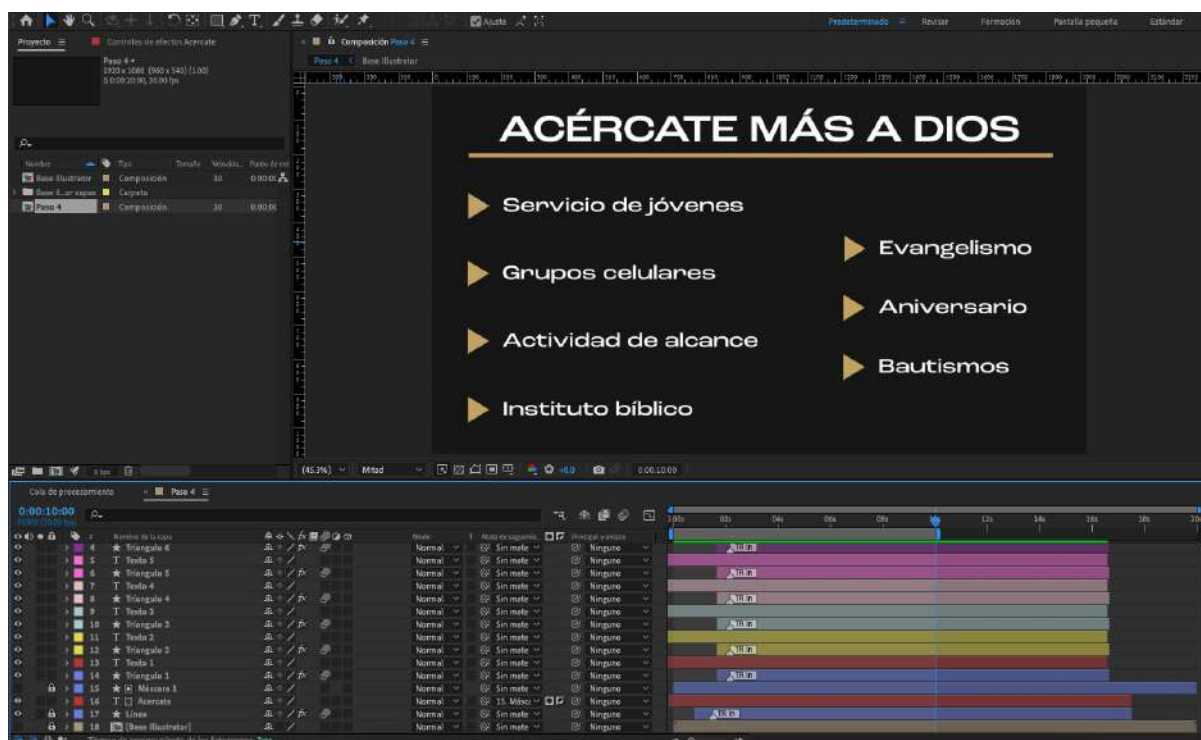
Se trabajaron varios proyectos de forma individual, esto para tener un flujo de trabajo más ordenado. Los vídeos se agruparon y editaron según la temática a la cual pertenecían, para crear así composiciones ordenadas.

Edición en Adobe Premiere Pro



Dichas composiciones temáticas fueron unidas en una composición final, donde se ordenaron según el storyboard (incluyendo las composiciones de After Effects), se agregaron transiciones en momentos claves y se hizo la musicalización del vídeo.

Edición en Adobe After Effects



Captura de pantalla del software After Effects. En la imagen se muestra parte de la interfaz con el espacio de trabajo principal del proyecto. Se pueden apreciar varias líneas de tiempo, que representan la duración de cada uno de los elementos gráficos en la composición.

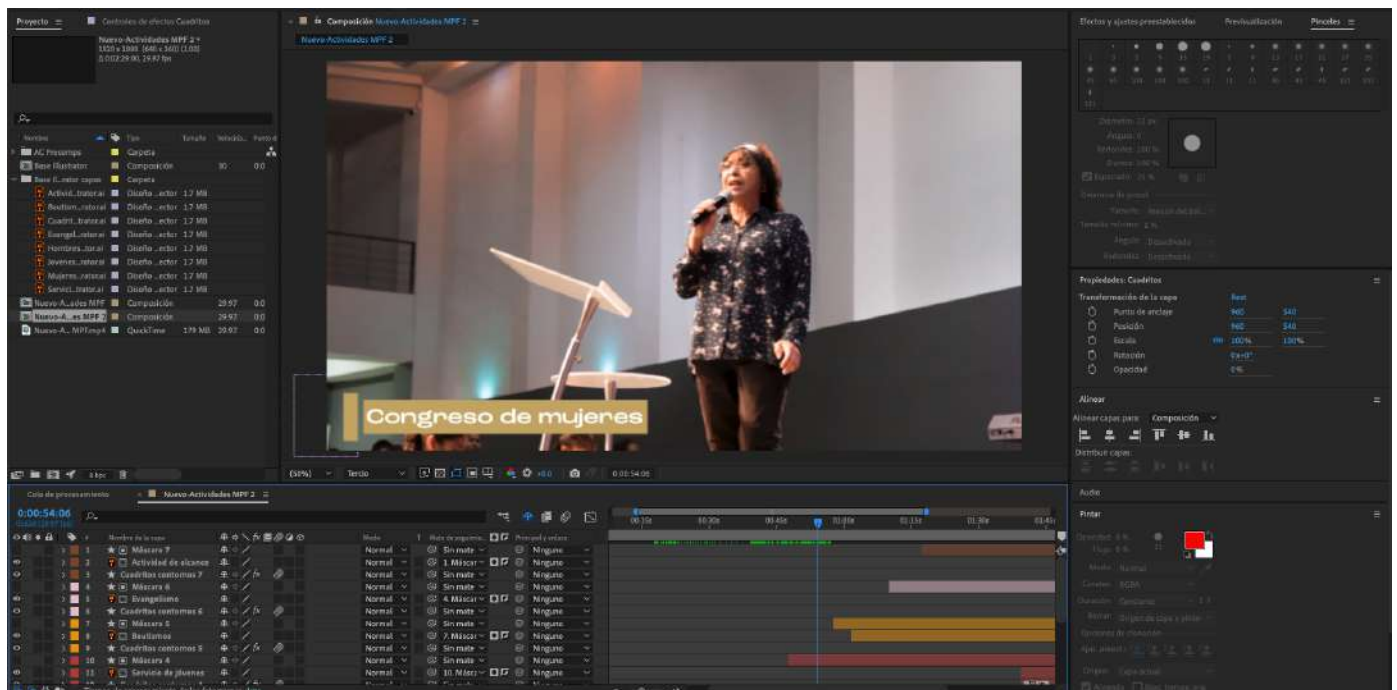
En este software especializado en la realización de gráficos en movimiento, o motion graphics, se realizó parte de la postproducción. Gracias a las herramientas del programa, se realizaron animaciones y transiciones de textos y elementos gráficos. Los motion graphics realizados forman parte de la composición final.

Edición en Adobe After Effects

Recientes			
NOMBRE	RECIENTE ↓	Filtrar <i>Filtrar archivos recientes</i>	
		TAMAÑO	TIPO
Composición Final	hace 5 días	865 KB	AEP
Animación logo	hace 6 días	887 KB	AEP
Paso 4	hace 6 días	705 KB	AEP
Paso 3	hace 6 días	433 KB	AEP
Paso 2	hace 6 días	520 KB	AEP
Paso 1	hace 7 días	42 MB	AEP
P1	hace 7 días	257 KB	AEP

De la misma manera que se realizó en la edición en Premiere, el proceso de creación de los motion graphics se realizó por partes, esta vez, se dividieron en “pasos”. Cada uno se trabajó de forma individual, para luego ser ordenado en una composición final, la cual se trabajó en Premiere Pro.

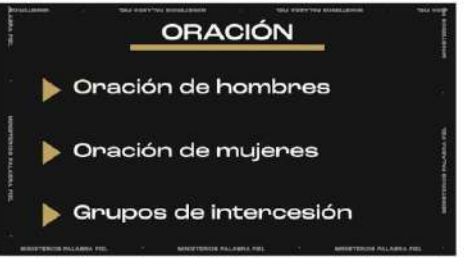
Edición en Adobe After Effects



Luego de terminar la composición que unía cada elemento, se realizó una última composición, pero esta vez en After Effects. Esto para incluir cintillos en momentos clave del vídeo. Siendo esta la composición que unió todo el trabajo realizado, se agregaron unos detalles, llevando a la finalización del proceso de edición del vídeo.

7.7 Storyboard de la propuesta preliminar

Escena	Descripción	
001	Motion graphics que presentan el vídeo con el título "Actividades en Ministerios Palabra Fiel".	
002	Vídeo. Se observa la parte interior de la iglesia. Las personas están sentadas escuchando la prédica.	
003	Vídeo. Se observan personas cantando alabanzas durante el servicio.	
004	Vídeo. una persona se encuentra dando la prédica.	
005	Vídeo. Se muestra al grupo de alabanza dirigiendo la alabanza y adoración del servicio.	
006	Motion graphics con el siguiente texto: Estas son las actividades en las cuales puedes participar en la iglesia.	

007	Motion graphics. Se presenta el primer conjunto de actividades con el título: Congresos. Aquí se coloca texto para identificar los congresos de hombres, mujeres y de jóvenes.	
008	Vídeo. Se muestran a personas adultas participando del congreso de hombres.	
009	Vídeo. Se muestran a personas adultas participando del congreso de mujeres.	
010	Vídeo. Se muestran a personas jóvenes participando del congreso de jóvenes.	
011	Motion graphics. Se presenta el segundo conjunto de actividades con el título: Oración. Aquí se coloca texto para identificar las actividades de oración, las cuales son: servicios de oración de mujeres, de hombres y grupos de intercesión.	
012	Vídeo. Se muestran a personas orando.	

013	Motion graphics. Se presenta el tercer conjunto de actividades con el título: Acercate más a Dios. Aquí se coloca texto para identificar diferentes actividades que permitirán a las personas conocer más de Dios. Las actividades son: servicio de jóvenes (Imparables), grupos celulares, Actividades de alcance, evangelismo, Bautismos, servicio de aniversario y el instituto bíblico.	
014	Vídeo. Se muestra el servicio de jóvenes (Imparables).	
015	Vídeo. Se muestra el bautismo de personas en el lugar designado por la iglesia para dicha actividad.	
016-019	Vídeo. Se muestran personas participando en el servicio 1+ para Cristo.	 
020	Motion graphics. Se muestra el logo de la iglesia para cerrar el vídeo.	

Figura 9. Guión resumido con imágenes extraídas del vídeo del proyecto audiovisual, donde se observan descripciones e imágenes finales de las escenas. **Realizado por Jonathan Orozco.**

7.8. Propuesta preliminar

La propuesta preliminar es un vídeo con una duración de dos minutos con 29 segundos, en MP4 en el formato H.264. Se presenta en formato estéreo, en una resolución de 1920x1080. Se adjunta una captura de pantalla del procesamiento del proyecto para albergar en YouTube de forma privada, en la cual solo aquellas personas con el link pueden acceder a verlo, y así agilizar y facilitar la visualización del proyecto en la etapa preliminar. El link solo se compartirá con personas específicas.

Enlace de visualización: <https://youtu.be/3FZRO5BQqIE>

Actividades en Ministerios Palabra Fiel-2nda Propuesta Preliminar

Guardado como privado!×

Detalles

Elementos de video

Verificaciones

Visibilidad

Reutilizar detalles

Título (obligatorio) ?

Actividades en Ministerios Palabra Fiel-2nda Propuesta Preliminar

Descripción ?

Segunda propuesta preliminar del vídeo que muestra las actividades que se realizan en Ministerios Palabra Fiel. Proyecto de graduación.

Miniatura

Establece una miniatura que se destaque del resto y llame la atención de los usuarios. [Más información](#)



Vínculo del video

<https://youtu.be/3FZRO5BQqIE>

Nombre del archivo

2nda Propuesta Preliminar.mp4



Capítulo 8

Validación técnica

Capítulo VIII: Validación técnica

Al haber concluido con la propuesta preliminar del vídeo informativo para Ministerios Palabra Fiel, se iniciará el proceso de validación técnica. Esta fase consiste en mostrar el proyecto a los dos clientes, a expertos y a personas del grupo objetivo para obtener datos cualitativos y cuantitativos; utilizando una herramienta de validación.

Dicha herramienta de validación será una encuesta personal digital de Google Forms, armada con preguntas dicotómicas y otras basadas en la escala de Likert. Esta se aplicará a los dos clientes, a 20 profesionales (relacionados a la comunicación y el diseño y a miembros que ocupan un lugar en la iglesia) y a 10 personas del grupo objetivo. Resultando un total de 32 personas encuestadas.

El trabajo de investigación tendrá un carácter mixto, ya que se utilizarán enfoques cuantitativos y enfoques cualitativos. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a las personas y por medio del enfoque cualitativo se evaluará el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta preliminar del diseño.

8.1. Población y muestreo

Las encuestas a realizar se presentarán a un grupo de 32 personas divididas en tres grupos diferentes:

Cliente: Fredy Molina y Diana Molina

Expertos:

- Lic. Arnulfo Guzmán
- Licda. Lourdes Donis
- Lic. Noé Ramírez
- Lic. Carlos Franco
- Lic. Rolando Barahona Cifuentes
- Licda. Claudia Ruiz Marchena

- Lic. Antonio Gutiérrez Herrera
- Licda. Amy Olivares
- Licda. Shirley González
- Licda. Sofia Díaz
- Licda. Gilda Hernández

Expertos relacionados a la iglesia:

- Nancy Queché
- Javier Barreda
- Walter Cárdenas
- Wendy del Cid
- William Ordóñez
- Sandra Carrillo
- Carolina Toledo
- Rubani Granados
- Howard Morales

Grupo objetivo: El muestreo de este instrumento de evaluación fue conformado por hombres y mujeres, que se encuentran en un rango de edad entre 21 y 70 años. Personas que ya son conscientes de sus acciones, por lo que pueden tomar decisiones que afecten el rumbo de su vida, como lo es involucrarse en una religión. Dichas personas se encuentran entre los niveles socioeconómicos C3 y D1.

Las motivaciones de cada grupo varían, ya que se abarcan adolescentes, jóvenes adultos, adultos y ancianos; cada uno tiene una razón por la cual quisiera asistir a una iglesia. Pero, la mayoría busca una iglesia o religión para darle un rumbo diferente a su vida y vivir bajo la guía de un ser superior conocido como Dios.

8.2. Método e instrumento

La herramienta que se utilizará para la validación del proyecto es una encuesta virtual realizada por Google Forms. Con dicha herramienta se busca conocer la opinión de los tres grupos principales sobre la propuesta preliminar.

Link de la propuesta de herramienta de validación: <https://forms.gle/YiFq6bHkYQYh35wV6>

En los anexos, en el apartado “A.2. Fotografías de la validación del proyecto”, se pueden encontrar fotografías y capturas de pantalla de algunos profesionales y miembros del grupo objetivo, mientras contestan o al finalizar la herramienta de validación.

8.2.1. Modelo de la encuesta

Primera sección de la herramienta de validación de proyecto.



Validación de proyecto,
Guatemala, 2024.

Sección 1 de 4

Producción de un vídeo informativo para presentar las actividades que realiza la iglesia Ministerios Palabra Fiel.

B **I** **U**  

Descripción del formulario

Objetivo de la investigación

Buen día, el presente cuestionario pretende realizar una evaluación de la propuesta preliminar del vídeo informativo para presentar las actividades religiosas de la iglesia Ministerios Palabra Fiel.

Instrucciones

Se le brindará el link de visualización de la propuesta preliminar del vídeo.
Link del vídeo: <https://youtu.be/3FZRO5BQqIE>
A continuación, se le presentará una serie de enunciados y preguntas. Por favor, responda cada uno eligiendo la opción que mejor se ajuste a su propio criterio. De antemano, se agradece su colaboración.

Nombre del participante *

Texto de respuesta breve

.....

Perfil *

☐ Cliente

☐ Experto

☐ Grupo objetivo

Si usted es un profesional, por favor, indique su profesión. (De lo contrario, omita este apartado y continúe con el siguiente.)

Texto de respuesta breve

.....

Rango de edad *

☐ 21-35

☐ 36-50

☐ Mayor de 50

Figura 10. En esta primera sección de la herramienta de validación se observan los datos generales de la universidad, el objetivo de la validación, las instrucciones y recolección de datos de la persona encuestada. Realizado por Jonathan Orozco.

Segunda sección de la herramienta de validación de proyecto.

Sección 2 de 4

Parte objetiva

Descripción (opcional)

1. ¿Considera usted necesario la producción de un video informativo para presentar las actividades religiosas que realiza la iglesia "Ministerios Palabra Fiel" a los nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18 de la ciudad de Guatemala? *

☐ Sí

☐ No

2. ¿Cree que es adecuado recopilar información sobre las actividades religiosas que la iglesia realiza, así como términos y conceptos relacionados con la religión cristiana evangélica para brindar información relevante a los nuevos y posibles creyentes? *

☐ Sí

☐ No

3. ¿Le parece correcto investigar términos, conceptos y tendencias de videos informativos a través de fuentes bibliográficas para respaldar la propuesta audiovisual que será presentada al grupo objetivo? *

☐ Sí

☐ No

4. ¿Considera que es adecuado publicar el recurso audiovisual en las redes sociales de la iglesia para que la información se encuentre en un lugar accesible para los nuevos y posibles creyentes? *

☐ Sí

☐ No

Figura 11. En esta segunda sección de la herramienta de validación se observa la parte objetiva. Aquí, el objetivo general y los objetivos específicos se transformaron en preguntas para evaluar si estos fueron alcanzados. Realizado por Jonathan Orozco.

Tercera sección de la herramienta de validación de proyecto.

Sección 3 de 4

Parte semiológica

Descripción (opcional)

5. Las secuencia del vídeo es: *

☐ Muy comprensible

☐ Poco comprensible

☐ Nada comprensible

6. Los colores de las escenas son: *

☐ Muy agradables

☐ Poco agradables

☐ Nada agradables

7. La música que acompaña al vídeo es: *

☐ Muy adecuada

☐ Poco adecuada

☐ Nada adecuada

8. Los textos que aparecen en el vídeo son: *

- ☐ Muy legibles
- ☐ Poco legibles
- ☐ Nada legibles

9. Los cintillos de texto, que aparecen en las escenas de las actividades para identificarlas, son: *

- ☐ Muy legibles
- ☐ Poco legibles
- ☐ Nada legibles

10. Las animaciones de los textos son: *

- ☐ Muy llamativos
- ☐ Poco llamativos
- ☐ Nada llamativos

11. Las animaciones y transiciones de las escenas son: *

- ☐ Muy llamativos
- ☐ Poco llamativos
- ☐ Nada llamativos

Figura 12. En esta tercera sección de la herramienta de validación se observa la parte semiológica. Aquí, se evalúan los elementos visuales de la propuesta preliminar. Realizado por Jonathan Orozco.

Cuarta sección de la herramienta de validación de proyecto.

Sección 4 de 4

Parte operativa

Descripción (opcional)

12. La duración del vídeo es: *

☐ Muy adecuada

☐ Poco adecuada

☐ Nada adecuada

13. La propuesta preliminar del vídeo es: *

☐ Muy informativa

☐ Poco informativa

☐ Nada informativa

Observaciones:

Texto de respuesta largo

Agradecimiento y despedida

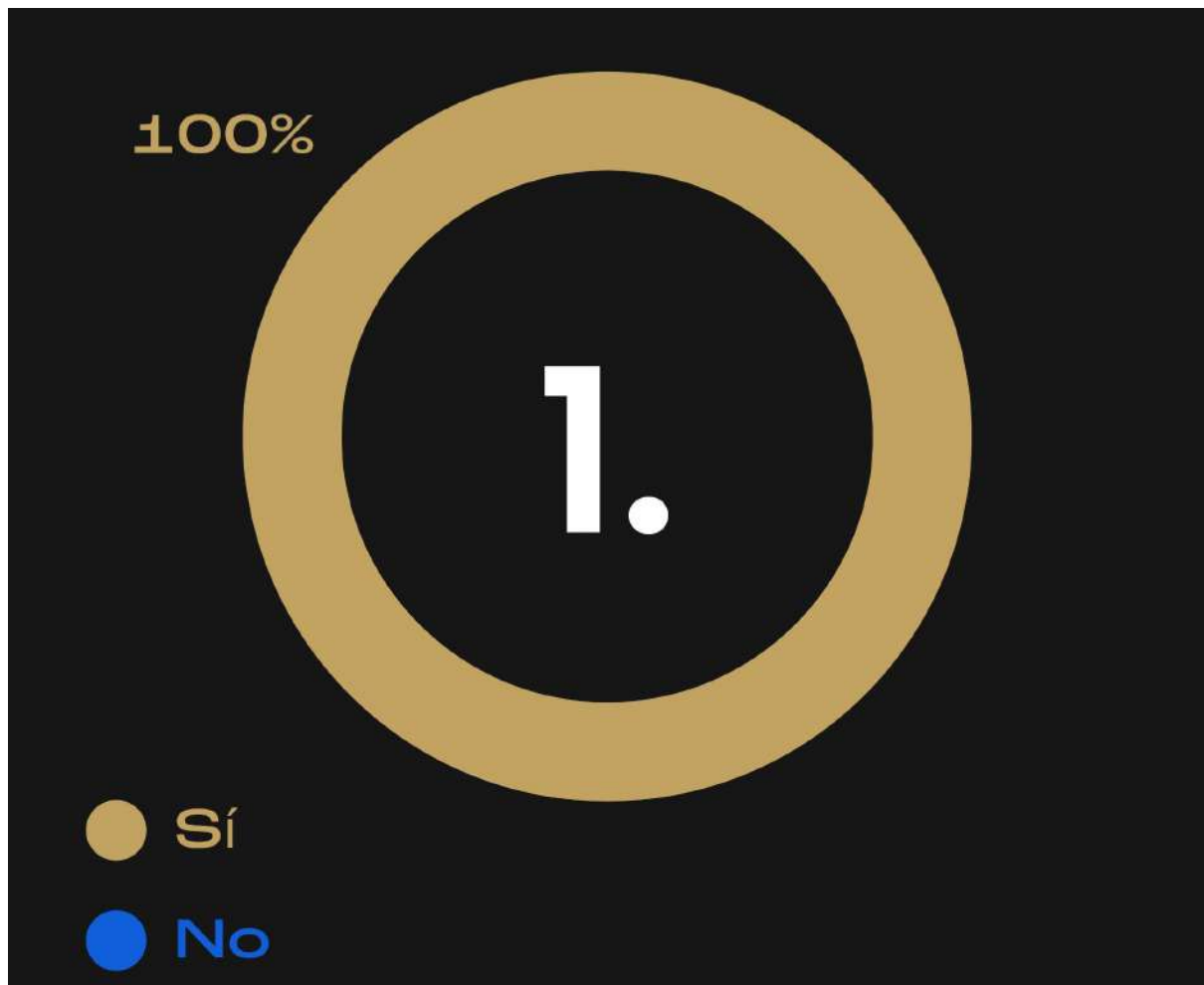
Gracias por tomarse el tiempo de realizar este cuestionario. Sus observaciones serán tomadas en cuenta.

Figura 13. En esta cuarta y última sección de la herramienta de validación se observa la parte operativa, las observaciones de la persona sobre el la propuesta preliminar y un agradecimiento y despedida. Realizado por Jonathan Orozco.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

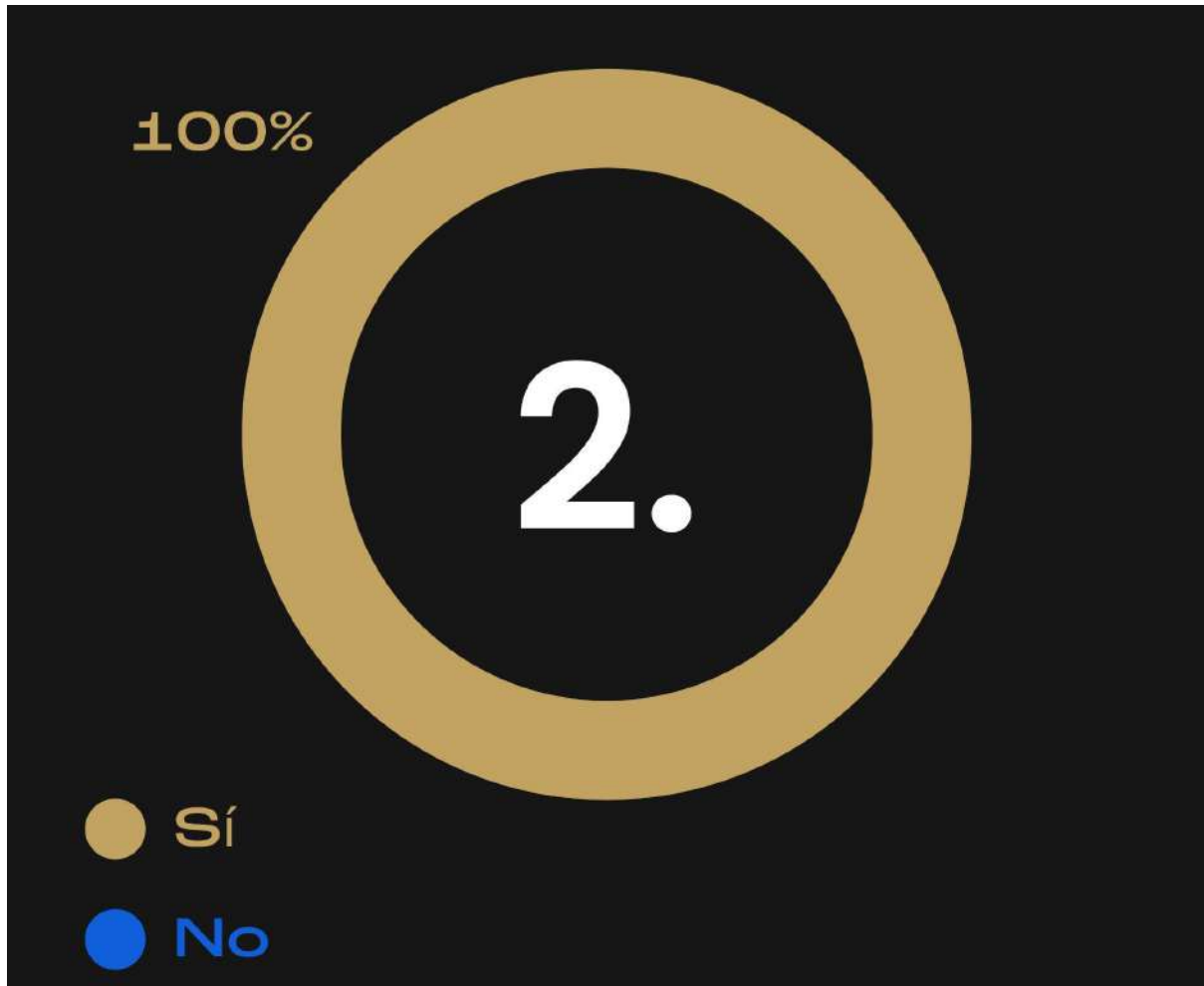
Parte objetiva

1. ¿Considera usted necesario la producción de un video informativo para presentar las actividades religiosas que realiza la iglesia "Ministerios Palabra Fiel" a los nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18 de la ciudad de Guatemala?



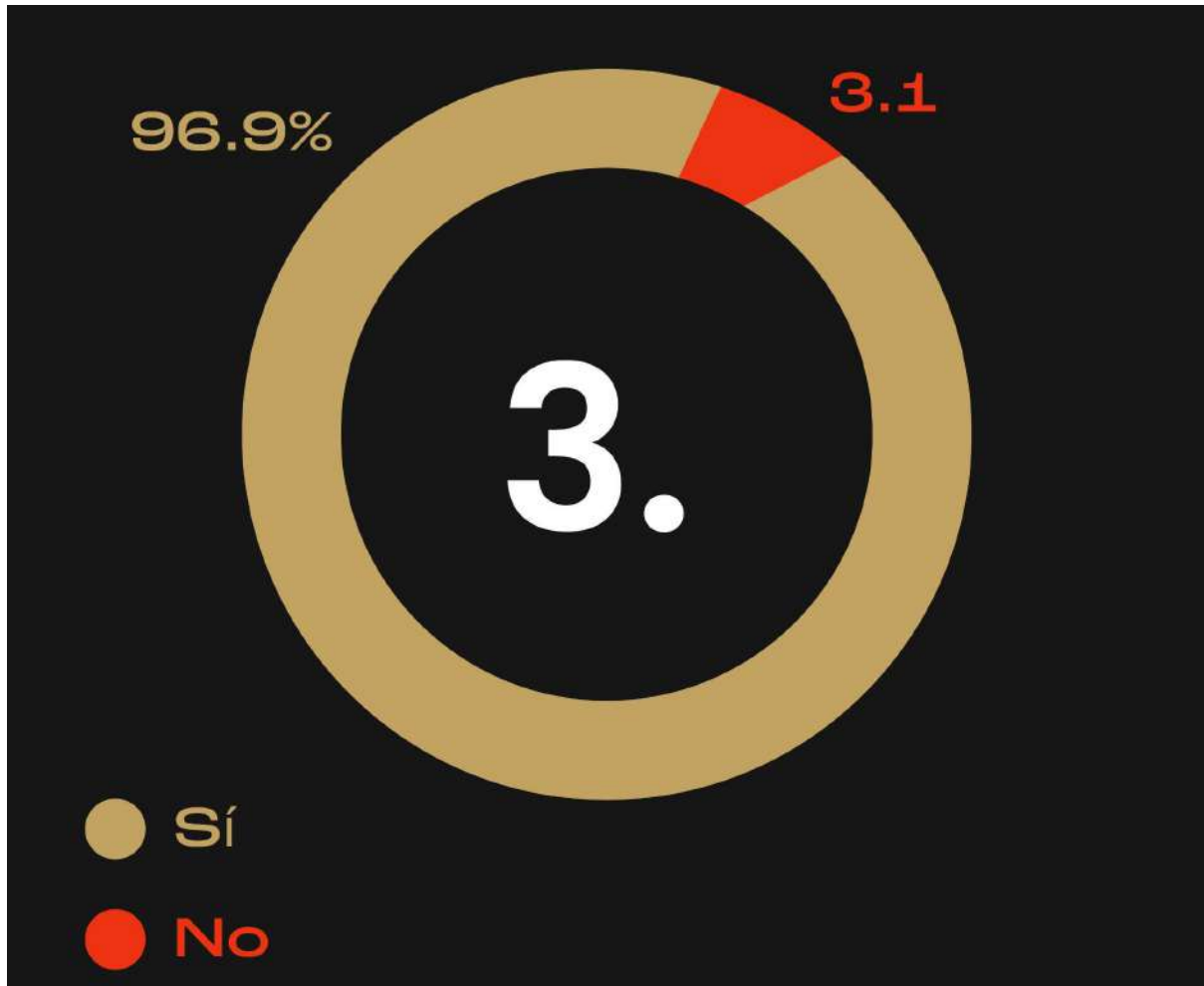
Interpretación de resultados. El 100% de los encuestados considera que es necesario la producción de un vídeo informativo para presentar las actividades religiosas de la iglesia Ministerios Palabra Fiel.

2. ¿Cree que es adecuado recopilar información sobre las actividades religiosas que la iglesia realiza, así como términos y conceptos relacionados con la religión cristiana evangélica para brindar información relevante a los nuevos y posibles creyentes?



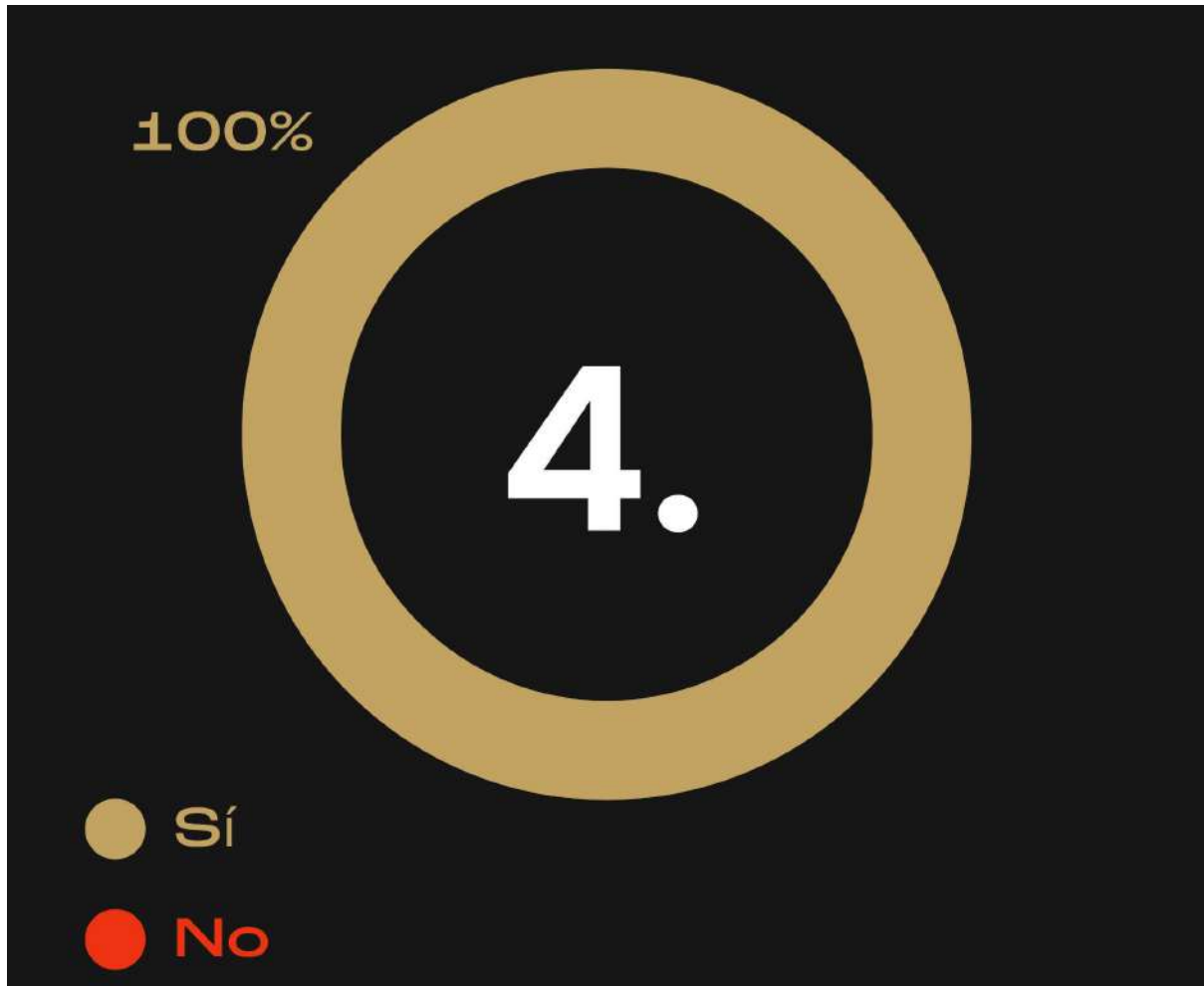
Interpretación de resultados. El 100% de los encuestados considera que es adecuado recopilar información sobre las actividades religiosas que la iglesia Ministerios Palabra Fiel

3. ¿Le parece correcto investigar términos, conceptos y tendencias de vídeos informativos a través de fuentes bibliográficas para respaldar la propuesta audiovisual que será presentada al grupo objetivo?



Interpretación de resultados. Al 96.9% de los encuestados le parece correcto investigar términos, conceptos y tendencias de vídeos informativos a través de fuentes bibliográficas para respaldar la propuesta audiovisual.

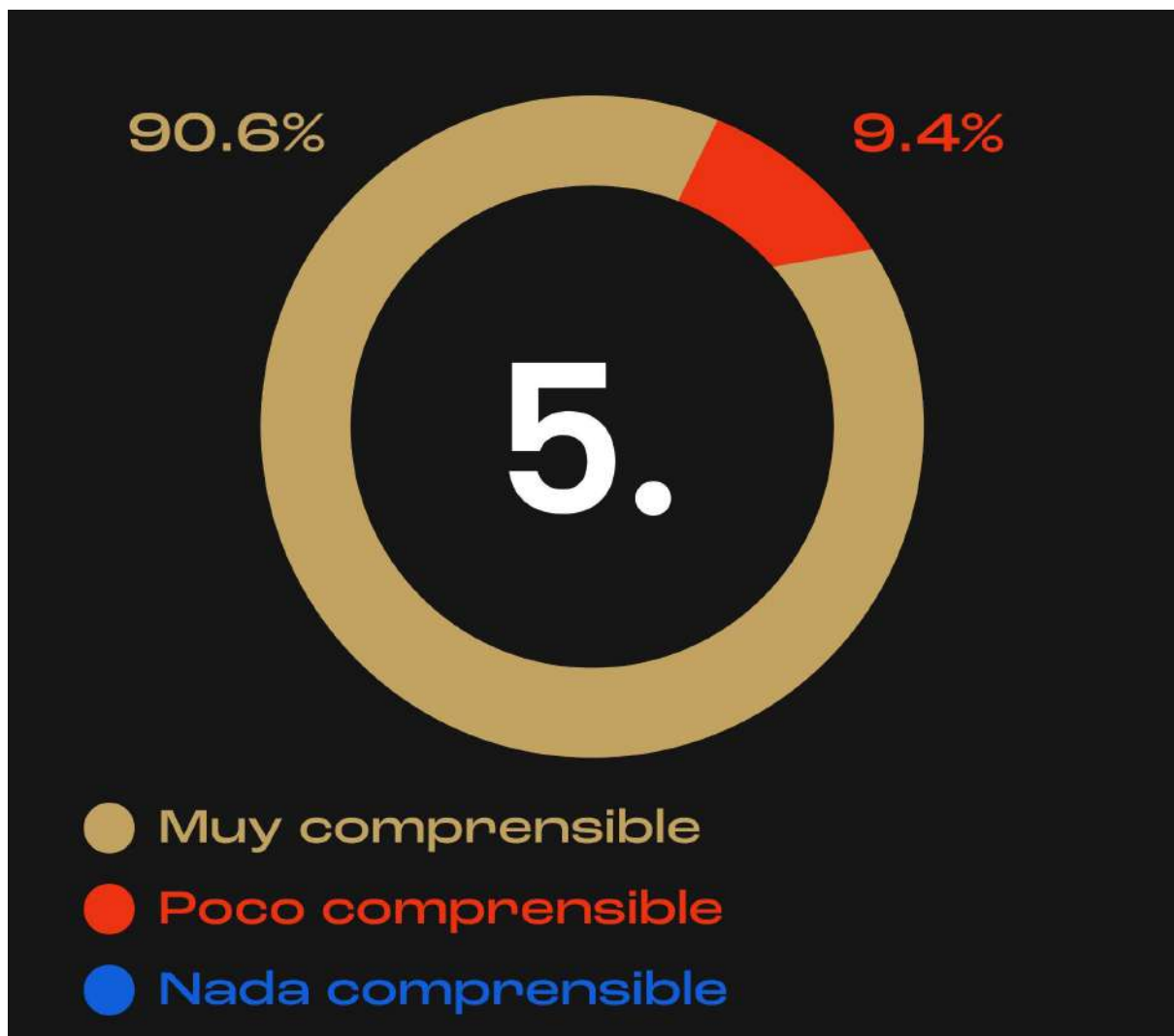
4. ¿Considera que es adecuado publicar el recurso audiovisual en las redes sociales de la iglesia para que la información se encuentre en un lugar accesible para los nuevos y posibles creyentes?



Interpretación de resultados. El 100% de los encuestados considera que es adecuado publicar el recurso audiovisual en las redes sociales de la iglesia para que la información se encuentre en un lugar accesible para los nuevos y posibles creyentes.

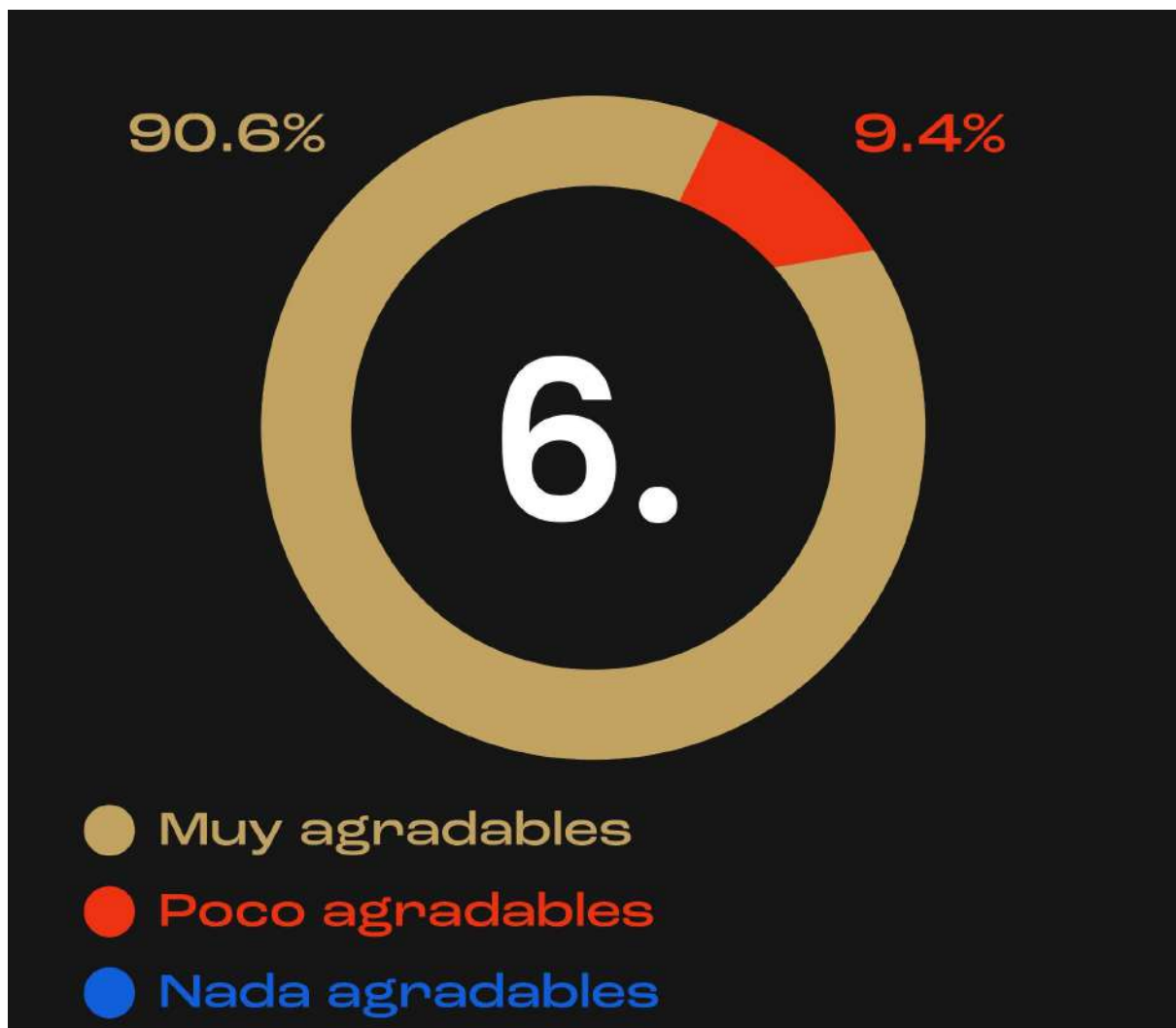
Parte semiológica

5. La secuencia del vídeo es:



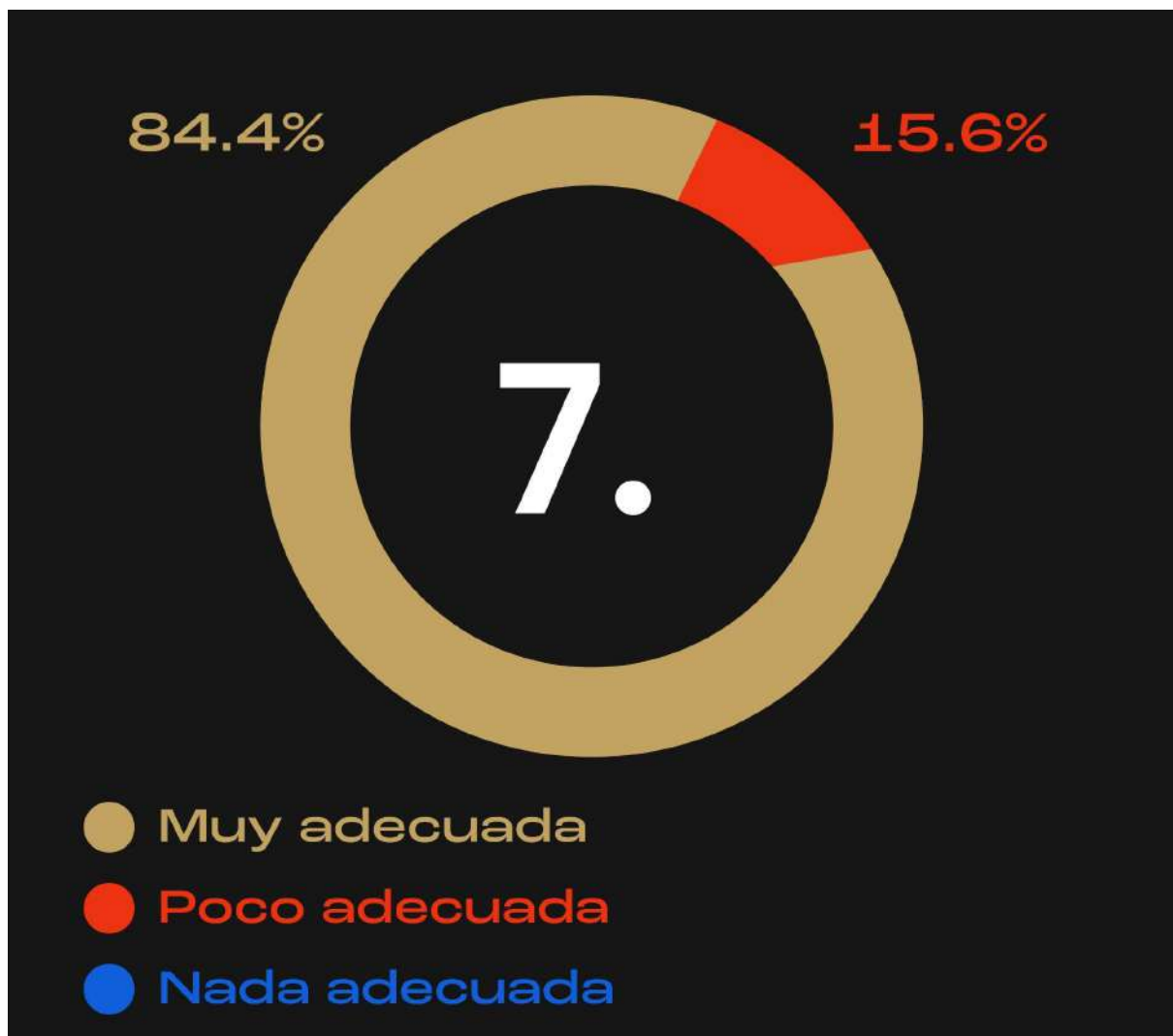
Interpretación de resultados. El 90.6% de las personas encuestadas considera que la secuencia propuesta del vídeo es muy comprensible.

6. Los colores de las escenas son:



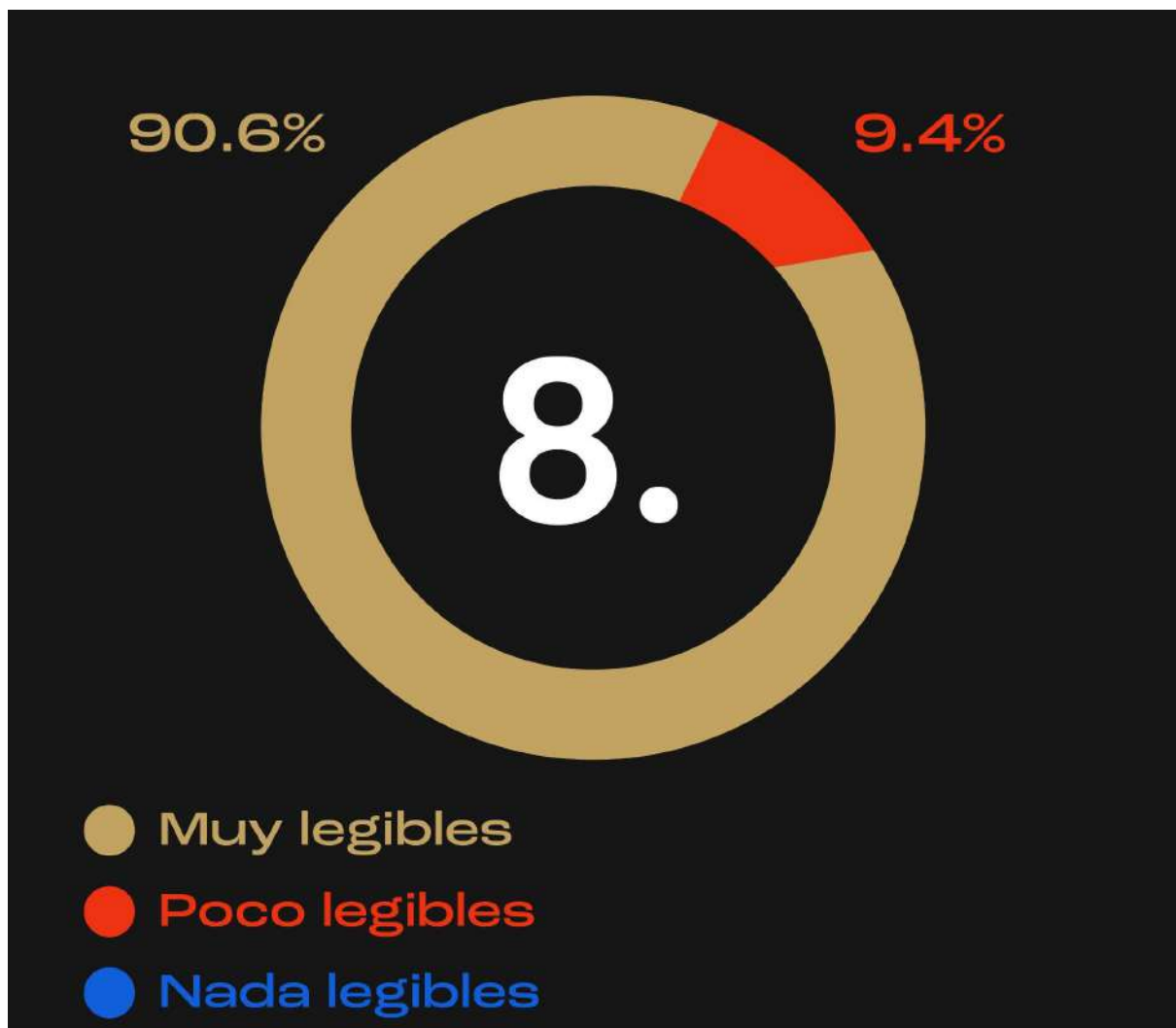
Interpretación de resultados. Al 90.6% de los encuestados los colores propuestos en las escenas le parece muy agradables.

7. La música que acompaña al vídeo es:



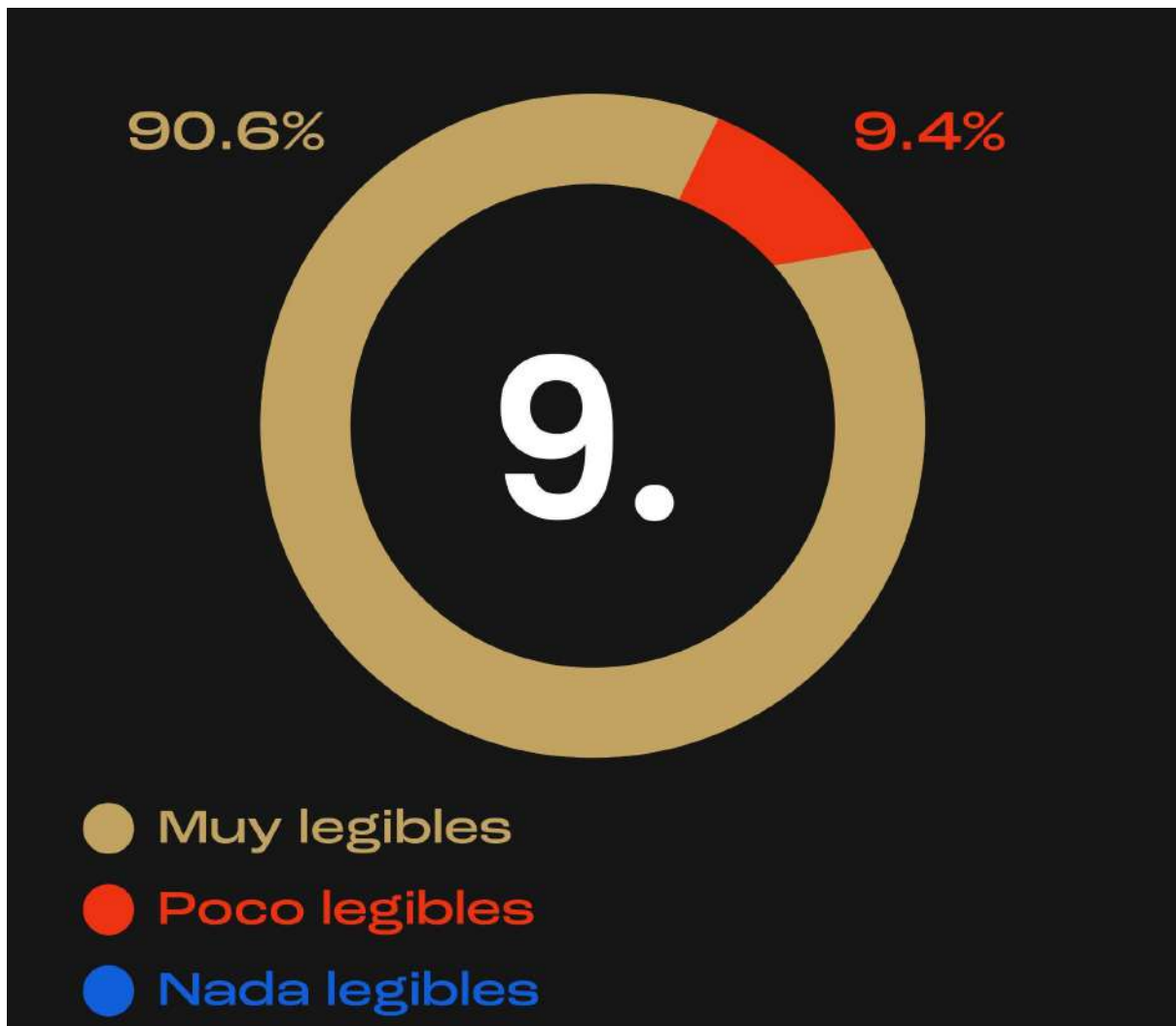
Interpretación de resultados. La música propuesta en el vídeo le parece muy adecuada al 84.4% de las personas encuestadas.

8. Los textos que aparecen en el vídeo son:



Interpretación de resultados. El 90.6% de las personas encuestadas encuentra los textos que aparecen en el vídeo muy legibles.

9. Los cintillos de texto, que aparecen en las escenas de las actividades para identificarlas, son:



Interpretación de resultados. Los cintillos que aparecen en las escenas de las actividades para identificarlas son muy legibles, según el 90.6% de las personas encuestadas.

10. Las animaciones de los textos son:



Interpretación de resultados. Las animaciones que tienen los textos son muy llamativos, según el 84.4% de las personas encuestadas.

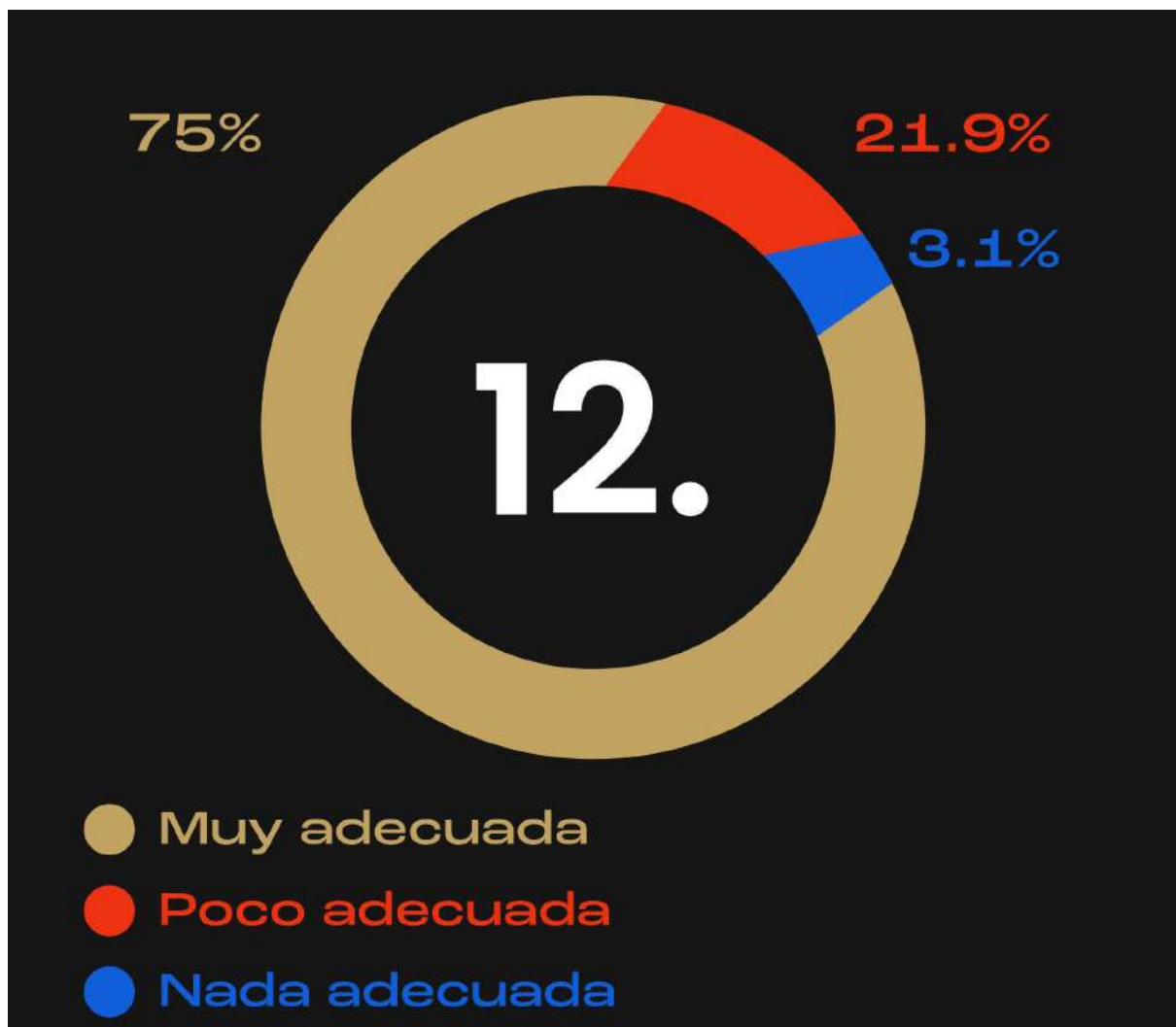
11. Las animaciones y transiciones de las escenas son:



Interpretación de resultados. Las animaciones y transiciones de las escenas propuestas en el vídeo son muy llamativas, según el 90.6% de las personas encuestadas.

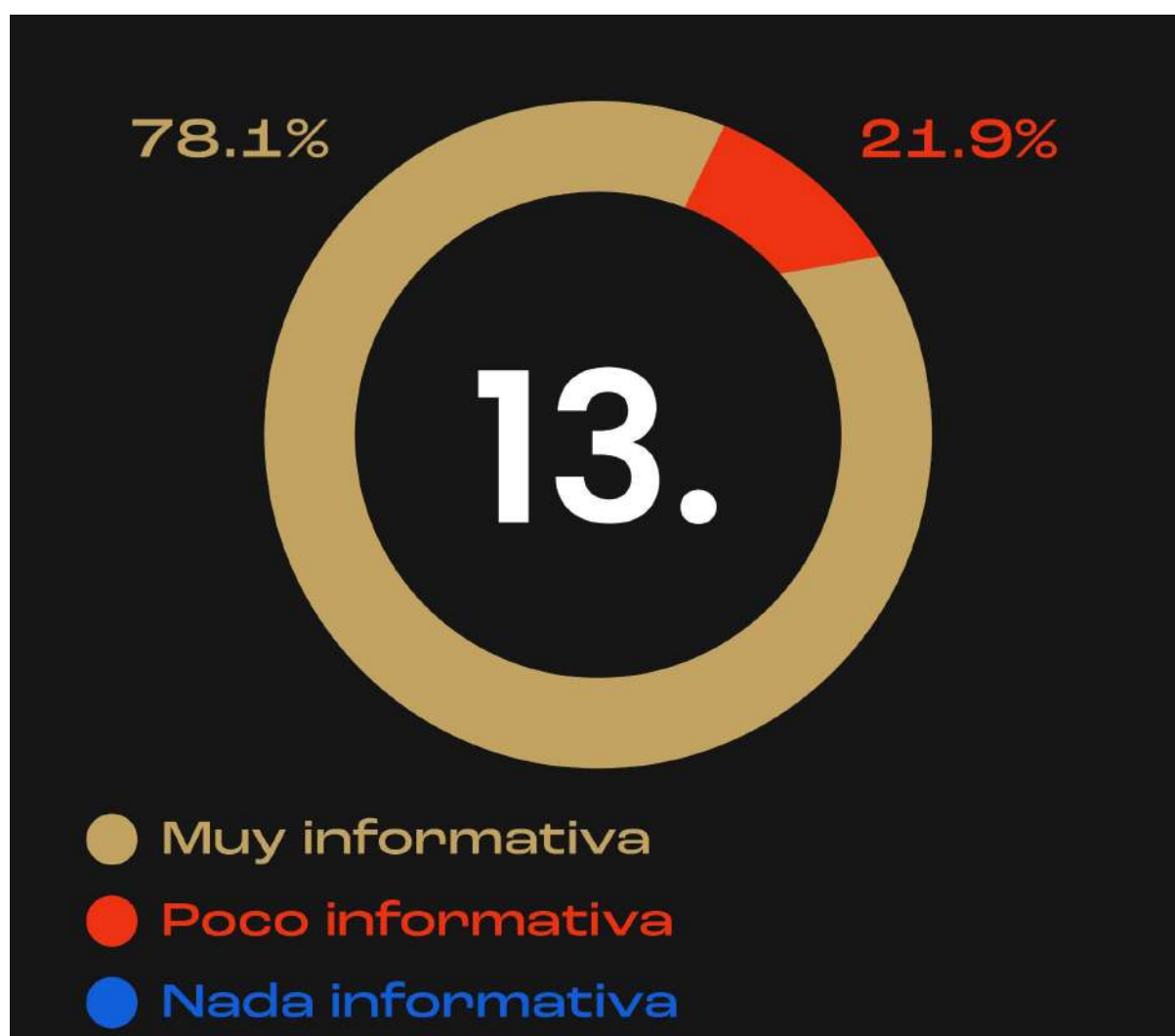
Parte operativa

12. La duración del vídeo es:



Interpretación de resultados. Según el 75% de las personas encuestadas, la duración del vídeo es muy adecuada, mientras que 21.9% considera que la duración es poco adecuada; y solo 3.1% califica la duración del vídeo como nada adecuada.

13. La propuesta preliminar del vídeo es:



Interpretación de resultados. El 78.1% de las personas encuestadas califica la propuesta preliminar del vídeo como muy informativa.

8.4. Cambios en base en resultados

Con base a los datos, información y comentarios obtenidos de a la herramienta de validación de proyecto, se puede concluir que:

- La propuesta preliminar cumple con su objetivo general, que es “producir un vídeo informativo”. Ya que, el 78.1% de los encuestados considera que esta primera versión es muy informativa.
- La propuesta preliminar cumple con todos los objetivos específicos planteados al inicio del proyecto.
- La duración del vídeo es muy adecuada para el 75% de las personas encuestadas.
- Hace falta la información sobre los horarios y días en los que la iglesia está activa; así como mejorar la visualización de los datos de contacto de la iglesia.

Cambios en la visualización de datos de la iglesia

Antes



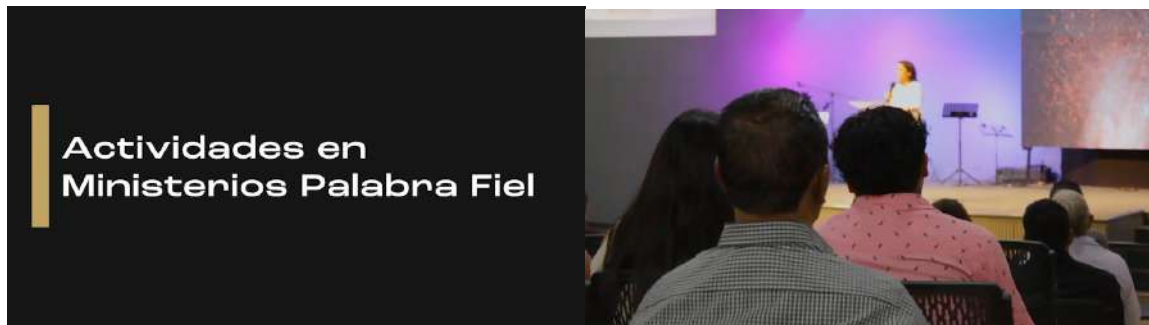
Después



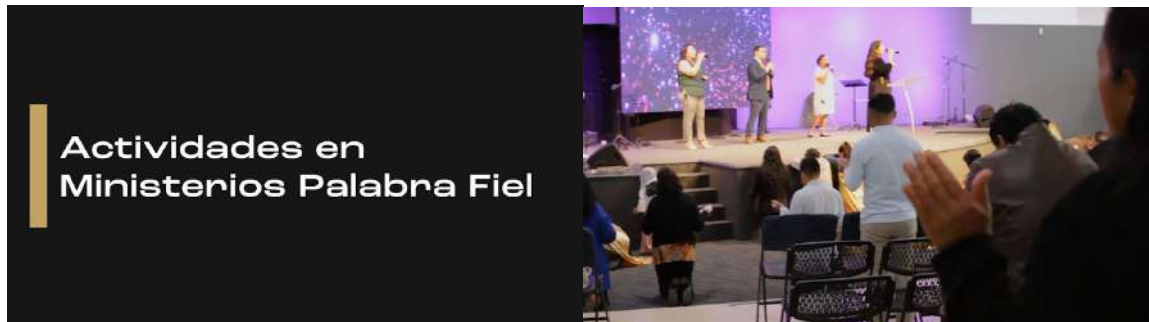
Justificación. Los datos eran difíciles de visualizar, y faltaba información sobre los horarios, por lo que se agregaron 3 escenas más: una donde se visualizan los horarios, otra con los datos en mayor tamaño para mejorar legibilidad y una última con el logo de la iglesia.

Eliminación de escenas

Antes



Después



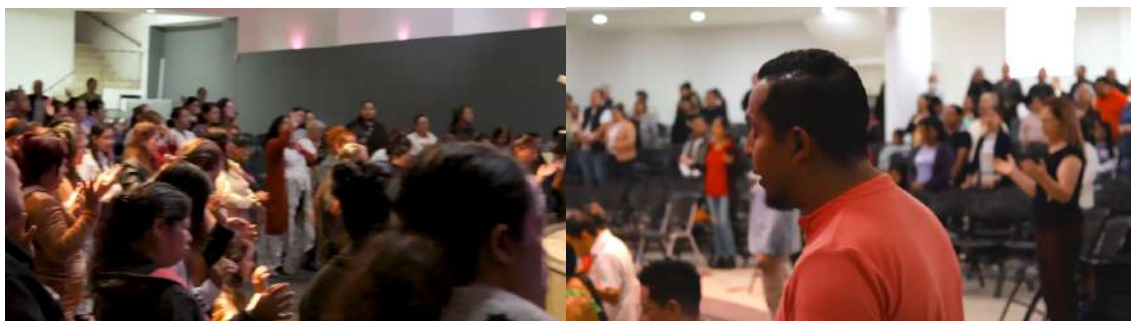
Justificación. Se eliminaron algunas escenas que no eran demasiado relevantes, esto para reducir la duración del vídeo. Ya que, al agregar los cambios en la visualización de datos de la iglesia (apartado anterior) el tiempo aumentaba; pero, al eliminar dichas escenas la duración se mantuvo en el tiempo que al 75% de los encuestados les pareció muy adecuada.

Eliminación de escenas

Antes



Después



Justificación. Se eliminaron algunas escenas que no eran demasiado relevantes, esto para reducir la duración del vídeo. Ya que, al agregar los cambios en la visualización de datos de la iglesia (apartado anterior) el tiempo aumentaba; pero, al eliminar dichas escenas la duración se mantuvo en el tiempo que al 75% de los encuestados les pareció muy adecuada.

Eliminación de escenas

Antes



Después



Justificación. Se eliminaron algunas escenas que no eran demasiado relevantes, esto para reducir la duración del vídeo. Ya que, al agregar los cambios en la visualización de datos de la iglesia (apartado anterior) el tiempo aumentaba; pero, al eliminar dichas escenas la duración se mantuvo en el tiempo que al 75% de los encuestados le pareció muy adecuada.

Capítulo 9

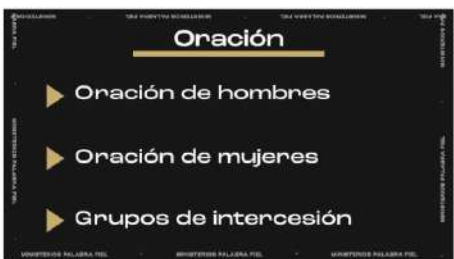
Propuesta gráfica final

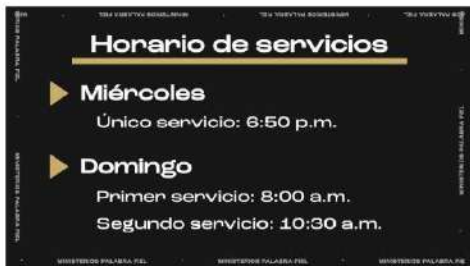
Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1. Storyboard de la propuesta final

Escena	Descripción	
001	Motion graphics que presentan el vídeo con el título "Actividades en Ministerios Palabra Fiel".	
002	Vídeo. Se observa la parte interior de la iglesia. Las personas están sentadas escuchando la prédica.	
003	Vídeo. Se observan personas cantando alabanzas durante el servicio.	
004	Vídeo. una persona se encuentra dando la prédica.	
005	Vídeo. Se muestra al grupo de alabanza dirigiendo la alabanza y adoración del servicio.	
006	Motion graphics con el siguiente texto: Estas son las actividades en las cuales puedes participar en la iglesia.	

007	Motion graphics. Se presenta el primer conjunto de actividades con el título: Congresos. Aquí se coloca texto para identificar los congresos de hombres, mujeres y de jóvenes.	
008	Vídeo. Se muestran a personas adultas participando del congreso de hombres.	
009	Vídeo. Se muestran a personas adultas participando del congreso de mujeres.	
010	Vídeo. Se muestran a personas jóvenes participando del congreso de jóvenes.	

011	Motion graphics. Se presenta el segundo conjunto de actividades con el título: Oración. Aquí se coloca texto para identificar las actividades de oración, las cuales son: servicios de oración de mujeres, de hombres y grupos de intercesión.	
012	Vídeo. Se muestran a personas orando.	

013	Motion graphics. Se presenta el tercer conjunto de actividades con el título: Acércate más a Dios. Aquí se coloca texto para identificar diferentes actividades que permitirán a las personas conocer más de Dios. Las actividades son: servicio de jóvenes (Imparables), grupos celulares, Actividades de alcance, evangelismo, Bautismos, servicio de aniversario y el instituto bíblico.	
014	Vídeo. Se muestra el servicio de jóvenes (Imparables).	
015	Vídeo. Se muestra el bautismo de personas en el lugar designado por la iglesia para dicha actividad.	
016-019	Vídeo. Se muestran personas participando en el servicio 1+ para Cristo.	
020	Motion graphics. Se muestran los horarios de los servicios.	

021	Motion graphics. Se muestran la información de contacto de la iglesia.	
022	Motion graphics. Se muestra el logo de la empresa.	

Figura 10. Guión resumido con imágenes extraídas de la propuesta final del proyecto audiovisual, donde se observan descripciones e imágenes de las escenas. **Realizado por Jonathan Orozco.**

9.2. Propuesta gráfica final

La propuesta final es un vídeo con una duración de dos minutos con 29 segundos, en MP4 en el formato H.264. Se presenta en formato estéreo, en una resolución de 1920x1080. En las imágenes se presentan una capturas de pantalla del procesamiento del proyecto para albergarse en YouTube de forma privada, en la cual solo aquellas personas con el link pueden acceder a verlo.

Enlace de visualización para la propuesta final: <https://youtu.be/SNGjdmPjnZo>

Propuesta Final - Palabra Fiel

Guardado como privado!×

Detalles

Elementos de video

Verificaciones

Visibilidad

Descripción ?

Propuesta final del vídeo producido para Ministerios Palabra Fiel para dar a conocer a nuevos y posibles miembros las actividades que realiza la iglesia.

Miniatura

Establece una miniatura que se destaque del resto y llame la atención de los usuarios. [Más información](#)



Playlists

Agrega tu vídeo a una o más playlists para organizar el contenido para los usuarios. [Más información](#)

Seleccionar



Vínculo del vídeo
<https://youtu.be/SNGjdmPjnZo>

Nombre del archivo
Nueva Propuesta Final.mp4



Se completaron las verificaciones. No se encontraron problemas.

Siguiente

Capítulo 10

Producción, reproducción y distribución

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Para el desarrollo de este proyecto es necesario la implementación de un presupuesto para poder cubrir los gastos que se generan y generar una ganancia del trabajo realizado. Por lo que, se detalla los siguientes planes de costos del proyecto:

- Plan de costos de elaboración.
- Plan de costos de producción.
- Plan de costos de reproducción.
- Plan de costos de distribución.

10.1. Plan de costos de elaboración

A continuación se detalla la planificación de los costos para la elaboración del proyecto. Se incluyen los pasos que se siguieron para obtener la idea principal del proyecto y el material audiovisual necesario para la edición.

Descripción	Horas	Costo x hora	Subtotal
Storyline	4	Q.25.00	Q.100.00
Storyboard	2	Q.25.00	Q.50.00
Grabación	15	Q.25.00	Q.375.00
Costos variables de operación (luz, internet, transporte)			Q.600.00
Total			Q.1,125.00

10.2. Plan de costos de producción

A continuación, se detalla la planificación de los costos de la producción del proyecto. Aquí se detalla el costo por hora por la edición de los clips de vídeo y la animación de los motion graphics; dentro de la edición se encuentra el momento en que se unen ambos en una composición final.

Descripción	Horas	Costo x hora	Subtotal
Edición	36	Q.25.00	Q.900.00
Animación	18	Q.25.00	Q.450.00
Total			Q.1,350.00

10.3. Plan de costos de reproducción

Este proyecto no requiere una planificación para los costos de reproducción, pues no generará un costo reproducirlo ante el grupo objetivo. Ya que este se colocará en las redes sociales de la iglesia, un lugar accesible a cualquiera que posea internet y un dispositivo que se pueda conectar a la red.

10.4. Plan de costos de distribución

Este proyecto no requiere una planificación para los costos de distribución, pues no generará un costo distribuirlo ante el grupo objetivo. Ya que este se colocará en las redes sociales de la iglesia, un lugar accesible a cualquiera que posea internet y un dispositivo que se pueda conectar a la red.

10.5. Margen de utilidad

Se aplica para el presente proyecto un 30% sobre los costos generales para tener una ganancia. Se detallan los subtotales a continuación:

Costo Total	Q.2,475.00
Utilidad del 30%	Q.3,217.50

10.6. Impuestos

Se aplica para el presente proyecto un 12% que representa el IVA sobre el proyecto realizado:

Total	Q.3,217.50
Total con Impuestos (IVA)	Q.3,603.60

10.7 Resumen general de costos del proyecto

Descripción	Costo
Costos de elaboración	Q.1,125.00
Costos de producción	Q.1,350.00
Costos de reproducción	Q.0.00
Costos de distribución	Q.0.00
Sub total 1	Q.2,475.00
Márgen de utilidad (30%)	Q.742.50
Sub total 2	Q.3,217.50
Impuestos (IVA 12%)	Q.386.10
TOTAL	Q.3,603.60

Capítulo 11

Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1. Conclusiones

Luego de varios meses de planificación, grabación y edición se finaliza la producción del vídeo informativo para presentar las actividades religiosas que realiza la iglesia Ministerios Palabra Fiel a los nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18 de la ciudad de Guatemala. Y, junto a los resultados obtenidos de la herramienta de validación, se confirma la importancia de este proyecto para el cliente, para las personas que son miembros de la iglesia y, especialmente, para el público objetivo.

Gracias a la recopilación de información sobre las actividades religiosas que la iglesia realiza, así como términos y conceptos relacionados con la religión cristiana evangélica; se pudo realizar el vídeo informativo de forma objetiva y eficaz.

Al investigar términos, conceptos y tendencias en la producción de vídeos informativos se pudo respaldar la propuesta audiovisual con un formato corto, efectivo, claro y adecuado para las redes sociales de la iglesia.

Al tener un vídeo informativo corto y adecuado para las redes sociales este proyecto es apto para poder publicarse en las redes sociales de la iglesia. De esta forma, estará en un lugar accesible para el público objetivo, y para los miembros de la iglesia a los cuales este recurso les pueda ayudar a presentar la iglesia y sus actividades a otras personas.

11.2. Recomendaciones

Para aumentar la utilidad de este proyecto se podrían realizar diferentes vídeos sobre cada actividad mostrada, profundizando más en cada una. Definiendo fechas, programas generales, entrevistas con miembros organizadores y participantes; todo esto de la mano con una narración en off y subtítulos.

En este proyecto se mostraron las actividades que la iglesia realiza, pero también se podría crear otro proyecto mostrando las características de la iglesia, así como los servicios

que ofrece, como: servicio de sala cuna, escuela dominical, parqueo, grabación de las prédicas y los espacios dentro de las instalaciones.

Aparte de los vídeos profundizando en cada actividad, se podrían realizar diferentes vídeos invitando a las personas a unirse a los diferentes ministerios o áreas de servicio, como los son sala cuna, evangelismo, alabanza, producción, diaconado, etc; juntamente con una descripción y material audiovisual de las tareas que se realizan en dichas áreas.

Se recomienda que, si se llegase a realizar algunos de los vídeos como los que se mencionan anteriormente, se mantenga la misma línea de diseño presentada en este proyecto. Esto ayudará a mantener una coherencia visual y de estilo entre los contenidos. Mostrando así profesionalismo, unidad y compromiso.

Capítulo 12

Conocimiento general

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1. Infografía de conocimiento general

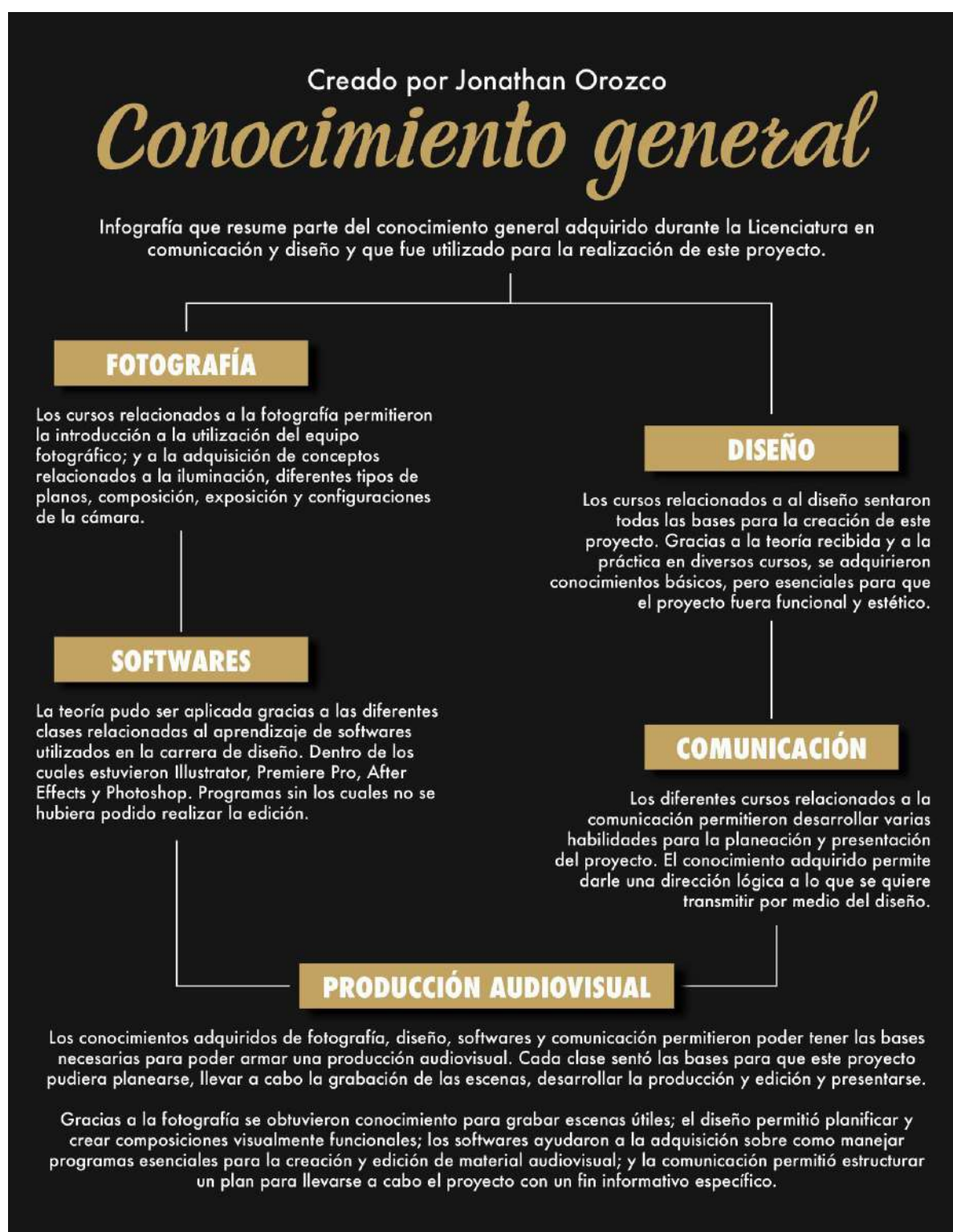


Figura 12. Creado por Jonathan Orozco. Infografía que resume parte del conocimiento durante la licenciatura.

Se divide en cuatro áreas esenciales para la realización de una producción audiovisual.

Capítulo 13

Referencias

Capítulo XIII: Referencias

13.1. Referencias documentos físicos

A

Alberich, J; Gómez, D; Ferrer, A. (2011). Conceptos básicos de diseño gráfico. Recuperado de: <https://infolibros.org/pdfview/conceptos-basicos-de-diseno-grafico-jordi-alberich-david-gomez-fontanills-y-alba-ferrer-franquesa-265/>

B

Biblia Nueva Traducción Viviente. 1996. 1 Juan 5:20.

Biblia Traducción en Lenguaje Actual. 2003. Juan 15:26

Bertín, R. (2011). Introducción al Diseño Gráfico. Recuperado de:

<https://capacitacionifad.com/libros/MANUAL-diseno-grafico-IFAD.pdf>

C

Combes, J. (2015). Manual introducción al diseño gráfico. Recuperado de:

<https://infolibros.org/pdfview/manual-introduccion-al-diseno-grafico-sdq-training-center-265/>

D

Design, R. (2011). Pequeño diccionario del diseñador: diccionario de términos, biografías y usos del diseño gráfico. Recuperado de:

https://issuu.com/eduardo3/docs/peque_o_diccionario_del_dise_ador

F

Frascara, J. (2000). Diseño gráfico para la gente. Recuperado de:

https://www.fadu.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno_grafico_para_la_gente_frascara.pdf

M

Molina, F. (2010). Lección 2: La seguridad del cristiano. Manual de consolidación para nuevos convertidos. (Páginas 10-11). Guatemala, Guatemala. Editorial Ministerios Palabra Fiel.

Molina, F. (2010). Lección 3: La vida cristiana. Manual de consolidación para nuevos convertidos. (Páginas 12-13). Guatemala, Guatemala. Editorial Ministerios Palabra Fiel.

Molina, F. (2010). Lección 5: El bautismo en agua.. Manual de consolidación para nuevos convertidos. (Páginas 16-17). Guatemala, Guatemala. Editorial Ministerios Palabra Fiel.

Molina, F. (2010). Lección 6: Mayordomía cristiana. Manual de consolidación para nuevos convertidos. Páginas (18, 19, 20 y 21) Guatemala, Guatemala. Editorial Ministerios Palabra Fiel.

Molina, F. (2010). Lección 8: Lo qué es la iglesia. Manual de consolidación para nuevos convertidos. (Páginas 24 y 25). Guatemala, Guatemala. Editorial Ministerios Palabra Fiel.

Molina, F. (2010). Lección 9: La cena del señor.. Manual de consolidación para nuevos convertidos. (Páginas 26 y 27). Guatemala, Guatemala. Editorial Ministerios Palabra Fiel.

Molina, F. (2010). Lección 11. La llenura del Espíritu Santo. Manual de consolidación para nuevos convertidos. (Páginas 30 y 31). Guatemala, Guatemala. Editorial Ministerios Palabra Fiel.

Marín, T. (2011). Arte, Creatividad y Diseño. Recuperado de:

<https://www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/Arte%2C%20creatividad%20y%20diseño.pdf>

Martinez, L. (2013). Retículas. Recuperado de:

https://issuu.com/omillode/docs/pdf_interactive

S

San Cornelio, G. (2011). Diseño Visual y Expresión Gráfica: Módulo 1 Diseño Audiovisual.

Recuperado de:

https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/13083/7/Diseño%20visual%20y%20expresión%20gráfica_Módulo1_Diseño%20audiovisual.pdf

13.2. Referencias electrónicas

A

Adobe. (s.f.) El futuro del diseño de animaciones. After Effects. Recuperado de:

<https://www.adobe.com/gt/products/aftereffects.html>

Adobe. (s.f.) Edición de videos de una calidad siempre superior. Premier Pro. Recuperado de:

<https://www.adobe.com/gt/products/premiere.html>

Adobe. (s.f.) Diseña unos gráficos espectaculares. Illustrator. Recuperado de:

<https://www.adobe.com/gt/products/illustrator.html>

D

Dirección General de Comunicación Social- UNAM. (20 de noviembre de 2021). Además de un arte, la música es una forma de vivir. Recuperado de:

https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2021_988.html

C

Chat GPT (GPT-4o). ¿Qué son los valores espirituales? Recuperado de: <https://chatgpt.com>

E

Euroinnova. (s.f.). Conoce lo que es una expresión humana. Recuperado de:

<https://www.euroinnova.cr/blog/que-es-un-expresion>

Euroinnova. (s.f.). Aprende con nosotros ¿Qué son los guiones?. Recuperado de:

<https://www.euroinnova.gt/blog/que-son-los-guiones#que-es-un-guion-y-sus-tipos>

Equipo de expertos en ciencias de la salud. (13 de julio de 2022). ¿Sabes qué es la psicología del color y cómo influye en el desarrollo de nuestra mente? Universidad Internacional de Valencia. Recuperado de: <https://www.universidadviu.com/co/actualidad/nuestros-expertos/psicologia-del-color>

edX. (s.f.). ¿Qué es la teología? Recuperado de: <https://www.edx.org/es/aprende/teologia>

F

FACOM. (16 de junio de 2023). Productos de comunicación: Conoce la comunicación informativa. Recuperado de: <https://www.galileo.edu/facom/historias-de-exito/productos-de-comunicacion-conoce-la-comunicacion-informativa/#:~:text=La%20comunicaci3n%20informativa%20se%20refiere,o%20actitudes%20de%20los%20receptores.>

FACOM. (30 de abril del 2024). ¿Qué es diseño gráfico? Recuperado de: <https://www.galileo.edu/facom/historias-de-exito/que-es-diseno-grafico/>

Flores, A. (14 de agosto de 2021). ¿Qué es la teoría del color? Todos los conceptos básicos para crear diseños irresistibles. Crehana. Recuperado de: <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/que-es-teoria-color/>

G

Gustafson, R. (25 de octubre de 2011). ¿Qué es el evangelio? Billy Graham Evangelistic Association. Recuperado de: <https://es.billygraham.org/articulos/que-es-el-evangelio/>

GES Comunicación. (22 de septiembre de 2023). Relaciones Públicas: Una disciplina de comunicación estratégica. Universidad Galileo. Recuperado de: <https://www.galileo.edu/facom/historias-de-exito/relaciones-publicas-una-disciplina-de-comunicacion-estrategica/>

H

Hábitat para la humanidad México. (26 de enero de 2018). La familia como base de la sociedad. Recuperado de: <https://www.habitatmexico.org/article/la-familia-como-base-de-la-sociedad>

I

Instituto Europeo de Periodismo y Comunicación. (23 de enero del 2023). Tipos de fotografías y características. Recuperado de: <https://ieperiodismo.com/tipos-fotografias-caracteristicas-generos/>

K

Keller, T. (14 de agosto de 2020). 5 Características de la iglesia primitiva que la hicieron única. TGC Coalición por el evangelio. Recuperado de:

<https://www.coalicionporelevangelio.org/articulo/5-caracteristicas-iglesia-primitiva-unica/>

L

Llasera, J. (9 de febrero de 2021). La Teoría de la Gestalt y sus leyes aplicadas al Diseño Gráfico. Imborrable. Recuperado de: <https://imborrable.com/blog/teoria-de-la-gestalt/>

LEIC. (s.f.). Deontología profesional. Recuperado de:

<https://lic.dgb.unam.mx/index.php/integridad-academica/deontologia-profesional>

Llasera, J. (22 de marzo de 2023). Jerarquía visual: qué es y cómo aplicarla bien. Imborrable. Recuperado de: <https://imborrable.com/blog/jerarquia-visual/>

Leonard, M; Kavanaugh, T. (s.f.). Enseña e informa con vídeos explicativos. Adobe.

Recuperado de: <https://www.adobe.com/es/creativecloud/video/discover/explainer-video.html#:~:text=Un%20vídeo%20explicativo%20es%20una,o%20servicios%20de%20una%20empresa.>

M

McGraw Hill España. Unidad 1: La comunicación humana. [Archivo PDF]. Recuperado de: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448171527.pdf>

Martínez, E. (9 de febrero de 2023). ¿Conoces los beneficios de la comunicación audiovisual? LinkedIn. Recuperado de: <https://linkedin.com/pulse/conoces-los-beneficios-de-la-comunicación-audiovisual-enrique/>

P

Prieto, E. (26 de agosto de 2023). ¿Qué es la comunicación social? Southern New Hampshire University. Recuperado de: <https://es.snhu.edu/noticias/que-es-la-comunicacion-social>

Pérez, J. (29 de abril de 2022). La función social del Pastor evangélico. El Consell Evangèlic de Catalunya. Recuperado de: <https://consellevangelic.cat/es/comunicacio/bloc/la-funcion-social-del-pastor-evangelico/>

Pérez, A. (17 de enero de 2022). ¿Qué es y cómo crear un storyboard? Escuela superior de diseño de Barcelona. Recuperado de: <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenografico/que-es-y-como-crear-un-storyboard>

Porto, J; Merino, M. (29 de junio de 2021). Semiología - Qué es, definición, referentes y ramas. Definición de. Recuperado de: <https://definicion.de/semiologia/>

Palacios, A. (2 de mayo de 2021). ¿Qué son las ilustraciones? La guía que te enamorará de la ilustración. Crehana. Recuperado de: <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/que-son-ilustraciones/>

R

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.7 en línea]. dios,sa. Recuperado de: <https://dle.rae.es/creyente> [2/6/24].

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.7 en línea]. dios,sa. Recuperado de: <https://dle.rae.es/dios>. [26/5/24].

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.7 en línea]. lenguaje. Recuperado de: <https://dle.rae.es/lenguaje>. [27/5/24].

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.7 en línea]. lenguaje. Recuperado de: <https://dle.rae.es/video> [3/6/24].

T

The Core, escuela superior de audiovisuales. (s.f.). ¿Qué es una producción audiovisual?

¿Qué tipo de producciones hay? Recuperado de: <https://www.thecoreschool.com/blog/que-es-una-produccion-audiovisual-exactamente-y-que-tipo-de-producciones-hay/>

Toulouse Lautrec. (26 de enero de 2021). ¿Qué es la cinematografía y en qué consiste?

Recuperado de: <https://www.toulouselautrec.edu.pe/blogs/que-es-cinematografia>

U

Universidad Europea. (30 de noviembre de 2023). Contenido multimedia: qué es y tipos.

Recuperado de: [https://universidadeuropea.com/blog/que-es-contenido-](https://universidadeuropea.com/blog/que-es-contenido-multimedia/#:~:text=El%20contenido%20multimedia%20hace%20referencia,envolvente%20al%20receptor%20del%20mensaje.)

[multimedia/#:~:text=El%20contenido%20multimedia%20hace%20referencia,envolvente%20al%20receptor%20del%20mensaje.](https://universidadeuropea.com/blog/que-es-contenido-multimedia/#:~:text=El%20contenido%20multimedia%20hace%20referencia,envolvente%20al%20receptor%20del%20mensaje.)

Universitat Carlemany. (s.f.). ¿Qué es la semiótica visual en Diseño Gráfico y por qué es tan importante? Recuperado de:

<https://www.universitatcarlemany.com/actualidad/blog/semiotica-visual-diseno-grafico/>

Universidad Nacional de Colombia. (s.f.). ¿Qué es la Sociología? Recuperado de:

[https://www.humanas.unal.edu.co/2017/unidades-](https://www.humanas.unal.edu.co/2017/unidades-academicas/departamentos/sociologia/programas/pregrado/que-es-la-sociologia)

[academicas/departamentos/sociologia/programas/pregrado/que-es-la-sociologia](https://www.humanas.unal.edu.co/2017/unidades-academicas/departamentos/sociologia/programas/pregrado/que-es-la-sociologia)

Universidad Nacional del Litoral. (s.f.). ¿Qué es la tecnología? Recuperado de:

<http://www.unl.edu.ar/ingreso/cursos/cac/21ot/#1512365703798-83332232-bd79>

V

Verde, F. (2024). ¿Qué es la expresión corporal? Educaweb. Recuperado de:

<https://www.educaweb.com/noticia/2005/03/28/expresion-corporal-movimiento-creatividad-comunicacion-juego-364/>

W

We are Content. (5 de julio de 2023). Videos informativos: 5 características que deben tener.

Recuperado de: [https://www.wearecontent.com/blog/videos-](https://www.wearecontent.com/blog/videos-informativos#:~:text=Los%20videos%20informativos%20tienen%20el,realizar%20este%20ti)

[informativos#:~:text=Los%20videos%20informativos%20tienen%20el,realizar%20este%20ti](https://www.wearecontent.com/blog/videos-informativos#:~:text=Los%20videos%20informativos%20tienen%20el,realizar%20este%20ti)
[po%20de%20video.](https://www.wearecontent.com/blog/videos-informativos#:~:text=Los%20videos%20informativos%20tienen%20el,realizar%20este%20ti)

Z

Zorro, A. (25 de marzo de 2022). ¿Cuáles son los 6 principios del diseño y por qué debes aplicarlos en tus composiciones? Crehana. Recuperado de:

<https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/principios-diseno/>

Capítulo 14

Anexos

Capítulo XIV: Anexos

14.1. Anexos

A.1. Investigación tendencias



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Tesis II

Mg. Rualdo Ibne Anzueto Talento

Investigación de tendencias

Jonathan Moisés Hernández Orozco

Carné: 21001838

D3

Introducción

La presente investigación fue realizada con la necesidad de profundizar mucho más en el tema acerca del cual se realizará el proyecto de graduación: un vídeo informativo para presentar las actividades religiosas de la iglesia Ministerios Palabra Fiel zona 18.

Al indagar más en el tema se descubrieron productos que permitirán nutrir con sus características al proyecto, pero también se necesitan tendencias que se encuentren en auge para poder respaldar la propuesta audiovisual. Esto con el fin de poder presentar el contenido, la investigación, y la información de forma atractiva para el público objetivo.

Lo que es un vídeo informativo

Los videos informativos tienen el propósito de transmitir un mensaje claro y eficaz. Este tipo de video se utiliza para informar sobre un tema, servicio, producto o información que se quiera dar a conocer. Su forma más conocida es la noticia, pero existen más formas de realizar este tipo de contenido.

Es uno de los formatos de video más buscados en Google, y es el segundo tipo de contenido más utilizado en las redes sociales para aumentar la interacción con la audiencia. Estos vídeos son de carácter educativo, de corta duración, están basadas en fuentes confiables, llevan un formato descriptivo y son adaptables a cualquier lugar y dispositivo.

Existen diferentes formatos con características propias que se adecuan a los objetivos que se quieran alcanzar, los cuales son:

- **Vídeo demostrativo o explicativo:** utilizado para explicar un tema que lleva consigo cierta complejidad, mayor mente utilizado al lanzar nuevos productos, en el vídeo se explica como funciona. Este tipo de vídeo ayuda a mejorar la comprensión del público.

- **Vídeo corporativo o institucional:** útil para publicitar nuevos servicios y productos, actividades, eventos y triunfos. Es un recurso ideal para poder fidelizar a los clientes y promocionar la marca al público objetivo.
- **Vídeo tutorial:** permite explicar conceptos que no puedan entenderse fácilmente. Va desde el funcionamiento de aparatos complejos, a una presentación de un profesional, o el uso de un programa informático.
- **Vídeo catálogo:** utilizado para mostrar nuevas colecciones de productos o servicios. Permite hacer la oferta de estos de manera más atractiva para la audiencia.

Esta herramienta de marketing es útil para ofrecer a los consumidores una experiencia de contenido de alta calidad y marcar la diferencia ante la competencia, además, ofrece ciertas ventajas que se detallan a continuación:

- **Preferencia de las audiencias por contenido audiovisual:** las personas prefieren consumir contenidos audiovisuales en comparación de textos largos. Esto es debido a que este recurso es más llamativo y ofrece información y referencias visuales. Es por eso que también se debe de hacer una versión apta para dispositivos móviles.
- **Informan al consumidor:** este recurso permite mantener al día a los clientes de las novedades, curiosidades e información relevante sobre los productos y servicios de la empresa.
- **Es breve y conciso:** no son muy largos, por lo que el contenido debe ser claro y directo, no se puede desviar del tema principal porque el tiempo es reducido; así como la atención de los consumidores.

- **Videos todoterreno:** con el formato ideal este tipo de vídeos puede distribuirse por medio de las redes sociales y diferentes canales digitales, por lo que tendrá mayor posibilidad de alcanzar al público objetivo.
- **Humaniza a la marca:** gracias a que se ofrecen soluciones prácticas e información puntual para los clientes, la marca es percibida de manera positiva. Se crea un mayor grado de cercanía y permite que los potenciales clientes sientan que se busca hacer de sus vidas algo más fácil.

Vídeo explicativo

Debido a que es un producto de los vídeos informativos, se considera relevante para la investigación profundizar un poco más en este tipo de contenido.

Este recurso audiovisual es una forma eficaz de responder a las preguntas de los clientes. Es un vídeo breve y expositivo que trata temas específicos o poco frecuentes para ayudar a los espectadores a entender mejor determinados aspectos de los productos o servicios de una empresa.

Este tipo de vídeo va dirigido a clientes actuales y potenciales. A diferencia de los videos de marketing, que buscan generar entusiasmo, el video explicativo busca informar, ayudar y mantener satisfechos a los clientes por medio de información útil.

Este tipo de vídeos debe ser claro y conciso.

Al realizarlo, el contenido no debe de irse por las ramas, ya que las personas van buscando información específica. Por lo que esta se debe de presentar de forma clara y ordenada. Se puede empezar explicando los puntos que se tratarán en el vídeo y brindándoles información relevante con un lenguaje sencillo; y se debe de terminar con un resumen de la información.

Los mejores vídeos explicativos aprovechan los elementos visuales para poder explicar el tema en cuestión. Los vídeos que combinan gráficos animados para permitir

ilustrar mejor la información son muy populares. Por lo que, si se tienen tomas de voz en off y personas hablando a cámara, es recomendable algunos gráficos para hacer hincapié en los puntos más importantes.

Los elementos gráficos más comunes son las ventajas emergentes, los gráficos y elementos visuales que ilustran lo que el espectador tiene que saber; y es recomendable que estos sean motion graphics.

Elementos básicos en un vídeo explicativo

- Debe de tener un Call to action.
- Debe ser corto y atractivo.
- Debe centrarse en resolver problemas.
- Debe ser de calidad.
- Debe motivar a ser compartido-
- Debe estar alineado con la marca y con su audiencia.
- Debe llevar subtítulos.

Vídeo institucional

Debido a que también es un producto de los vídeos informativos, se considera relevante para la investigación profundizar un poco más en este tipo de contenido.

El vídeo institucional es un recurso audiovisual que ayuda a fortalecer la imagen de una empresa para poder conectar con su público objetivo. Es una herramienta potente que puede desarrollarse por medio de distintos formatos en función de lo que se quiere transmitir y del impacto que se busca conseguir.

Lo que se busca es diferenciarse de la competencia y que la empresa sea percibida de manera distinta a las demás. Sus principales beneficios son:

- **Fortalece la imagen corporativa:** muestra los beneficios y puntos fuertes a sus potenciales clientes.

- **Muestra responsabilidad social:** crea impacto social al concienciar sobre un tema en concreto y se gana el cariño y el respeto del público.
- **Refuerza la filosofía de la empresa:** ayuda a los empleados a sentirse identificados con la filosofía corporativa.

Tendencias emergentes para vídeos informativos en 2024

Incorporación del Microlearning

Los vídeos informativos que utilizan el microlearning se caracterizan por ser cortos y específicos, ya que cubre un solo tema o concepto. Este formato es ideal para la educación y formación, ya que permite a los usuarios aprender rápidamente sin invertir mucho tiempo.

Estas son algunas de las recomendaciones para realizar vídeos educativos:

- Se debe identificar los puntos débiles específicos o temas de interés para el público objetivo.
- Se debe estructurar el contenido en una secuencia lógica y fácil de seguir para lograr una mejor comprensión.
- Se deben de incorporar elementos visuales, animaciones y gráficos para mejorar la comprensión y la retención.
- Se deben utilizar ejemplos de la vida real y estudios de casos para ilustrar aplicaciones prácticas de los conceptos.

Narración visual

El uso de gráficos, animaciones y visualizaciones de datos para contar historias es una tendencia emergente para este tipo de vídeos. Esto es debido a que se vuelve más efectivo para explicar conceptos complicados al mostrarlos de una forma comprensible y atractiva.

Personalización y segmentación

La personalización del contenido debe estar basado en los intereses y comportamientos del usuario, ya que estos se sienten más atraídos y mantendrán su atención en vídeos relevantes para ellos.

Sostenibilidad y responsabilidad social

El contenido que aborda temas de sostenibilidad, cambio climático y responsabilidad social está cobrando más auge. Esto es porque las audiencias están cada vez más interesadas en temas que impactan al planeta y a la sociedad.

Formatos verticales y cuadrados

Con el auge de plataformas como TikTok y los Reels de Instagram, los formatos de vídeos vertical y cuadrado también están tomando mayor relevancia, especialmente porque se visualizan fácilmente en dispositivos móviles.

Pero, la mayoría de las plataformas están optimizadas para la visualización de los formatos verticales, por lo que los creadores de contenido deben de adaptar sus estrategias de narración y composición visual para lograr contenidos concisos y atractivos para los usuarios móviles.

Vídeos de formato corto

Los vídeos cortos, normalmente de 60 segundos, dominan el mundo digital. Le siguen los vídeos de 1 a 3 minutos y luego los de 5 a 30 minutos. Este formato es ideal para que las marcas elaboren contenidos rápidos que llamen la atención; al contar historias relevantes en pocos segundos. Además, se debe percibir la autenticidad y espontaneidad en el vídeo.

Este formato es efectivo para captar la atención rápidamente, por lo que el contenido debe ser conciso y entretenido; además, es ideal para compartir mensajes claros y directos.

Estas son algunas de las recomendaciones para realizar vídeos cortos eficaces:

- El contenido debe centrarse en un mensaje o Call to action único y claro.

- Se debe optimizar la visualización en dispositivos móviles y garantizar imágenes de alta calidad.
- Se deben utilizar imágenes cautivadoras, superposición de texto y subtítulos.

La clave en este tipo de contenidos es poder sintetizar la información, pero sin perder claridad en el tema y lograr enganchar al usuario desde los primeros segundos para que permanezca en el vídeo.

Conclusiones y recomendaciones

Gracias a la investigación realizada se obtuvo un concepto más profundo sobre lo que es el vídeo informativo. Este recurso audiovisual permite poder transmitir información sobre un tema, de forma clara, sencilla y eficaz para un grupo de personas específico.

También, como ramas del vídeo informativo, se identificaron dos recursos audiovisuales con los cuales se puede complementar la creación del contenido multimedia. Esto es debido al enfoque y características de cada uno. Las otras dos formas de comunicación a las cuales se hace referencia son: vídeos institucionales y los explicativos.

Los vídeos explicativos, que son una forma eficiente de buscar darle respuesta a las preguntas y necesidades del público objetivo; y los vídeos institucionales, que su principal objetivo es fortalecer la imagen de una empresa.

Por último, se identificaron tendencias en la forma de crear contenido para vídeos que tengan como función transmitir información. Esto permitirá que el contenido audiovisual sea atractivo y efectivo en el público objetivo, debido a que se le implementarán características que se encuentran en auge.

Entre las tendencias que se investigaron se encuentran la incorporación del Microlearning, que busca poder informar y enseñar de manera clara y concisa un tema específico. También está la personalización del contenido, la cual consiste en colocar elementos visuales con animaciones para acompañar a la propuesta base. Así como también

tratar temas importantes para la sociedad, en un formato corto y que pueda ser consumido en dispositivos inteligentes móviles con o sin audio.

Es debido a esto que se recomienda investigar las tendencias actuales y decidir cuales se acoplan al contenido que se esté realizando. Dichas tendencias servirán como base sobre las cuales armar el contenido, pero este debe de tener su propia esencia para poder destacar de los demás contenidos que tengan la misma temática y que sigan las mismas tendencias.

Bibliografía

Chat GPT (GPT-4o). Tendencias para vídeos informativos para el 2024. Recuperado de: <https://chatgpt.com>

FewStones. (24 de noviembre de 2023). Las 6 principales tendencias de vídeos corporativos para 2023. Hackernoon. Recuperado de: <https://hackernoon.com/es/las-6-principales-tendencias-de-video-corporativo-para-2023>

Leonard, M; Kavanaugh, T. (s.f.). Enseña e informa con vídeos explicativos. Adobe. Recuperado de: <https://www.adobe.com/es/creativecloud/video/discover/explainer-video.html#:~:text=Un%20vídeo%20explicativo%20es%20una,o%20servicios%20de%20una%20empresa.>

Martín, B. (s.f.). Tipos de vídeos informativos: ¿qué son y cuáles son sus ventajas? Videocontent. Recuperado de: <https://videocontent.es/blog/videos-explicativos/tipos-de-videos-informativos/>

Martín, B. (s.f.). Qué es un vídeo institucional y cómo crearlo. Videocontent. Recuperado de: <https://videocontent.es/blog/video-institucional/que-es-video-institucional-como-crearlo/>

Rubina. (Enero 2024). Resumen de las 12 tendencias del vídeo marketing para 2024. 90 Segundos. Recuperado de: <https://90seconds.com/es/blog/video-marketing-trends-for-2024-summed-up/>

We are Content. (5 de julio de 2023). Videos informativos: 5 características que deben tener.

Recuperado de: [https://www.wearecontent.com/blog/videos-](https://www.wearecontent.com/blog/videos-informativos#:~:text=Los%20videos%20informativos%20tienen%20el,realizar%20este%20ti)

[informativos#:~:text=Los%20videos%20informativos%20tienen%20el,realizar%20este%20ti](https://www.wearecontent.com/blog/videos-informativos#:~:text=Los%20videos%20informativos%20tienen%20el,realizar%20este%20ti)
[po%20de%20video.](https://www.wearecontent.com/blog/videos-informativos#:~:text=Los%20videos%20informativos%20tienen%20el,realizar%20este%20ti)

<https://www.kiwop.com/blog/tendencias-video-marketing-2024>

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

<https://hackernoon.com/es/las-6-principales-tendencias-de-video-corporativo-para-2023>

[https://storimake.com/tendencias-en-video-marketing-para-pymes-en-](https://storimake.com/tendencias-en-video-marketing-para-pymes-en-2024#:~:text=Las%20tendencias%20en%20video%20marketing,shoppable%20y%20tecnologías%20AR%20FVR.)

[2024#:~:text=Las%20tendencias%20en%20video%20marketing,shoppable%20y%20tecnolo](https://storimake.com/tendencias-en-video-marketing-para-pymes-en-2024#:~:text=Las%20tendencias%20en%20video%20marketing,shoppable%20y%20tecnologías%20AR%20FVR.)
[gías%20AR%20FVR.](https://storimake.com/tendencias-en-video-marketing-para-pymes-en-2024#:~:text=Las%20tendencias%20en%20video%20marketing,shoppable%20y%20tecnologías%20AR%20FVR.)

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

A.2. Fotografías de la validación del proyecto

Fotografías de los expertos



Captura de pantalla del Lic. Antonio Guitierrez

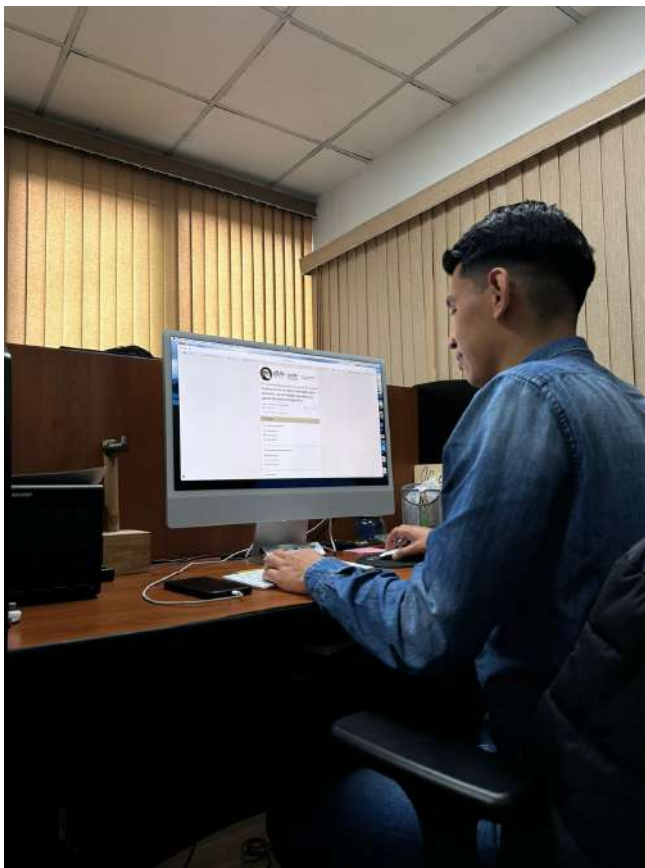


Fotografías de los expertos

Fotografía del Lic. Rolando Barahona



Fotografía del Lic. Carlos Franco



Fotografía del Lic. Noé Ramirez

Fotografías de los expertos

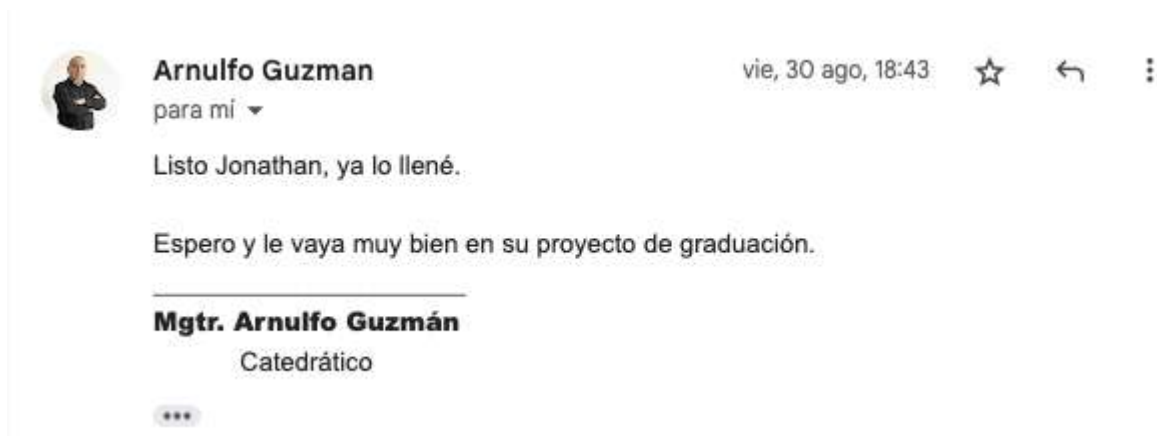


Fotografía del ingeniero Javier Barreda

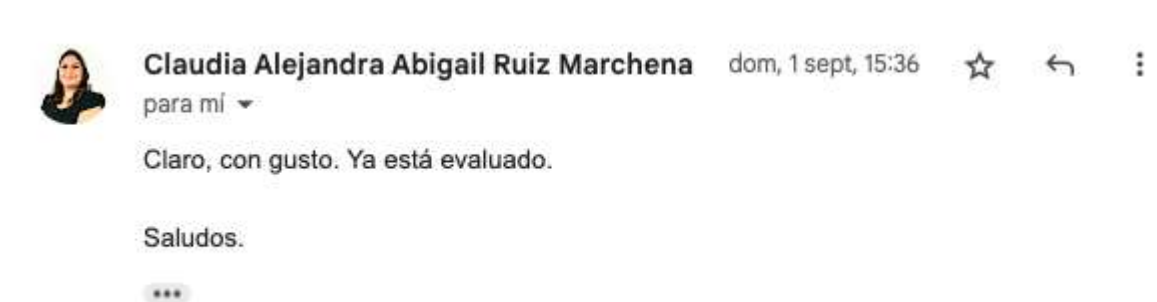


Fotografía de la Licda. Nancy Queché

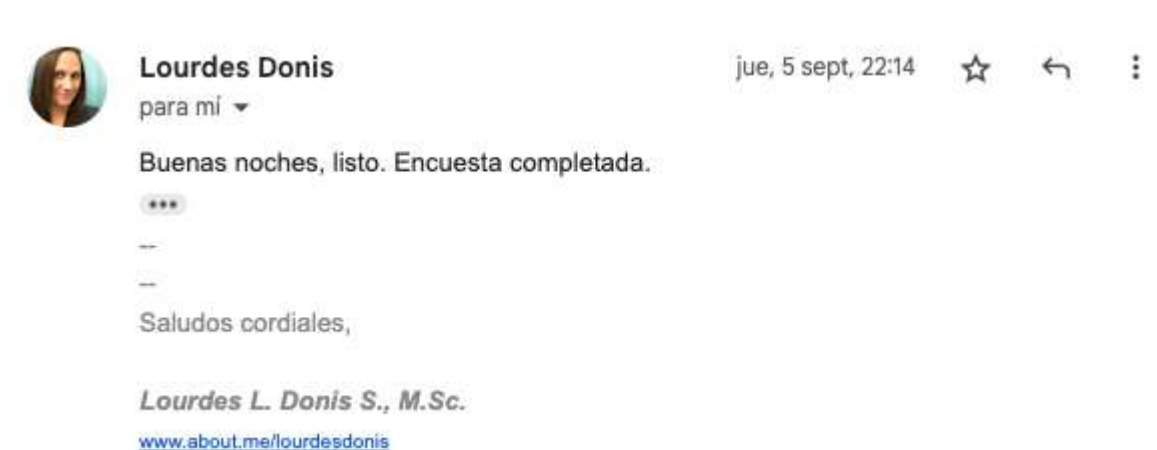
Capturas de pantalla de la respuesta de los expertos



Captura de pantalla del Lic. Arnulfo Guzman



Captura de pantalla de la Licda. Claudia Ruiz



Captura de pantalla de la Licda. Lourdes Donis

Fotografías del grupo objetivo



Fotografía de una mujer, miembro del grupo objetivo, llenando la encuesta.



Fotografía de un hombre, miembro del grupo objetivo, llenando la encuesta.

A.3. Brief del cliente



BRIEF – Ministerios Palabra Fiel

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

Datos del estudiante

Nombre del estudiante	Jonathan Moisés Hernández Orozco
No de Carné	21001838
Teléfono	33364600
E-mail	Jonathanorozco189@gmail.com
Proyecto	Creación de un video informativo para presentar a la iglesia Ministerios Palabra Fiel y las actividades religiosas que realiza a nuevos y posibles creyentes que residen en las cercanías de la zona 18 de la ciudad de Guatemala.

Datos del cliente

Empresa	Ministerios Palabra Fiel
Nombre del cliente	Fredy Molina
Teléfono	palabrafiel@hotmail.com
Dirección	4a. Avenida y 8a. Calle, Lote 13 "A" Colonia Kennedy, Zona 18, Guatemala City, Guatemala
E-mail	
Descripción general	Palabra Fiel es una gran familia, deseamos rescatar los valores espirituales y morales que Dios establece en su Palabra; queremos vivir en amor y en armonía los unos con los otros como en el inicio de la iglesia primitiva, todos unánimes, en un mismo sentir. Proclamamos que el centro de nuestro corazón lo ocupa nuestro Señor Jesús; que El reina en Palabra Fiel, que su Palabra está siendo esparcida en cada rincón, en cada callejón de las colonias de la zona. Texto recuperado de la página de Facebook.
Oportunidad identificada	Creación de un video informativo para dar a conocer a la iglesia y las actividades religiosas que realiza.

Datos de la empresa

Misión	Predicar el evangelio
--------	-----------------------



Visión	Mateo 28:19-20 19 Por tanto, id, y haced discípulos a todas las naciones, bautizándolos en el nombre del Padre, y del Hijo, y del Espíritu Santo; 20 enseñándoles que guarden todas las cosas que os he mandado; y he aquí yo estoy con vosotros todos los días, hasta el fin del mundo. Amén.
Delimitación geográfica	Guatemala, Guatemala, Guatemala
Grupo objetivo	Familias de la zona 18
Principal beneficio al Grupo Objetivo	Restauración de las familias disfuncionales y soporte a familias tradicionales.
Competencia	Otras iglesias de diferentes denominaciones alrededor de la zona 18 (iglesias católicas, otras iglesias evangélicas e iglesias mormonas).
Posicionamiento (Relevancia actual en su entorno)	Una de las iglesias más grandes de la Zona 18.
Factores de diferenciación (Actividades, prácticas, características u otros elementos que distinguen a la iglesia y la hacen destacar)	Programas de ayuda social, evangelización, grupos familiares, servicios y actividades especiales para niños, jóvenes, adultos y adultos mayores.
Debilidades (Carencias o puntos débiles que posee la iglesia)	Por ser una iglesia grande, mantener el control y apoyo de todos los miembros.
Fortalezas (Puntos fuertes, atributos y elementos diferenciadores de la iglesia).	Estructura organizacional fortalecida, enfocada en cumplimiento de objetivos.
Oportunidades (Posibilidades de las cuales la iglesia puede beneficiarse)	Ser escuchados en otras zonas, departamentos u otros países.
Amenazas (Problemas, desafíos, obstáculos o dificultades que presenta la iglesia)	Que las personas no quieran congregarse a escuchar el evangelio.



Objetivo de mercado	Poder llegar a más personas por medio de un recurso audiovisual.
Objetivo de comunicación	Brindar información sobre las actividades religiosas que se realizan en la iglesia.
Mensaje clave a comunicar	Presentación de la iglesia Ministerios Palabra Fiel y de sus actividades religiosas.
Estrategia de comunicación	Realización de un vídeo informativo
Reto del diseñador	Realizar un producto audiovisual informativo y llamativo que logre transmitir la esencia de la iglesia y de sus actividades religiosas.
Trascendencia	Producto audiovisual semejante a una tarjeta de presentación para la iglesia, que puede ser mostrado a nuevos y posibles nuevos creyentes.
Materiales a realizar	Producción audiovisual

Datos de la imagen gráfica

Logotipo		
Colores	Naranja, amarillo, azul, gris y blanco	
Tipografía	Futura PT, Vivaldi Standard	
Forma	Logotipo	

Fecha: 5 de mayo de 2024