



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de Kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel. Guatemala, Guatemala 2023.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la comunicación, Guatemala C.A.

ELABORADO POR:

Josué Benjamín Velásquez Soberanis

Carné: 19003732

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción 2023

Proyecto de graduación

Diseño de kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital
de Iglesia Palabra Fiel. Guatemala, Guatemala.

Josué Benjamín Velásquez Soberanis

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Febrero 2023

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora General

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Dr. Jorge Retolaza

Secretario General

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 11 de abril de 2022

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 **DISEÑO DE KIT PARA ESTANDARIZAR LAS PRESENTACIONES AUDIOVISUALES DIRIGIDAS A LA COMUNIDAD DIGITAL DE IGLESIA PALABRA FIEL**. Así mismo solicito que la Licda. Lissette Pérez Aguirre sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Josué Benjamín Velásquez Soberanis
19003732



Licda. Lissette Pérez Aguirre
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2022

Señor:
Josué Benjamín Velásquez Soberanis
Presente

Estimado Señor Velásquez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE KIT PARA ESTANDARIZAR LAS PRESENTACIONES AUDIOVISUALES DIRIGIDAS A LA COMUNIDAD DIGITAL DE IGLESIA PALABRA FIEL**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Lissette Pérez Aguirre, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

RECIBIDO - 13 de mayo de 2022 - Josué Benjamín Velásquez Soberanis



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 05 de febrero de 2023

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: **DISEÑO DE KIT PARA ESTANDARIZAR LAS PRESENTACIONES AUDIOVISUALES DIRIGIDAS A LA COMUNIDAD DIGITAL DE IGLESIA PALABRA FIEL**. Presentado por el estudiante: Josué Benjamín Velásquez Soberanis, con número de carné: 19003732, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Lissette Pérez Aguirre
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 22 de agosto de 2023

Señor
Josué Benjamín Velásquez Soberanis
Presente

Estimado Señor Velásquez:

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

1900735 - Josué Benjamín Velásquez Soberanis
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 16 de noviembre de 2023.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

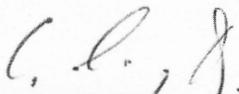
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE KIT PARA ESTANDARIZAR LAS PRESENTACIONES AUDIOVISUALES DIRIGIDAS A LA COMUNIDAD DIGITAL DE IGLESIA PALABRA FIEL**, del estudiante Josué Benjamín Velásquez Soberanis, 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, 01 de diciembre de 2023

Señor:

Josué Benjamín Velásquez Soberanis

Estimado Señor Velásquez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE KIT PARA ESTANDARIZAR LAS PRESENTACIONES AUDIOVISUALES DIRIGIDAS A LA COMUNIDAD DIGITAL DE IGLESIA PALABRA FIEL. GUATEMALA, GUATEMALA 2023**. Presentado por el estudiante: Josué Benjamín Velásquez Soberanis, 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

3EFS0001 - Josué Benjamín Velásquez Soberanis
Docente F. Ciencias 2023

Dedicatoria

Al mejor diseñador: Dios, por otorgarme la vida y permitirme cumplir mis metas y sueños.

A mi familia, que siempre me apoyó y confió en mí, en cada circunstancia y a pesar de las adversidades.

A mis compañeros de estudio, con quienes pude conformar increíbles equipos de trabajo que siempre me retaron a esforzarme más.

A muchos catedráticos que abrieron mi mente a través del conocimiento, me forjaron para ser parte de un entorno laboral competitivo y me invitaron a dar siempre más del cien por ciento en cada proyecto.

A cada persona que contribuyó en mi introducción al mundo de la comunicación y el diseño, en aumentar mi pasión por esta profesión y por cada una de sus ramas; de la cual hoy me siento orgulloso.

A la Universidad, que me permitió el valioso tesoro del conocimiento y me brindó las herramientas necesarias para enfrentarme a un mundo cambiante.

Resumen

A través del acercamiento con la Iglesia Palabra Fiel, se identificó que esta no cuenta con un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a su comunidad digital.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel.

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

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

El principal hallazgo, entre otros, es que se diseñó un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel y se recomendó la actualización periódica y utilización constante de los recursos del kit, esto para mantener el estándar audiovisual desarrollado en sus presentaciones audiovisuales.

V.

Para efectos legales únicamente el autor, JOSUÉ BENJAMÍN VELÁSQUEZ SOBERANIS, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción.

1.1 Introducción.....	1
-----------------------	---

Capítulo II: Problemática.

2.1 Contexto.....	3
-------------------	---

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	4
---	---

2.3 Justificación.....	4
------------------------	---

2.3.1 Magnitud.....	5
---------------------	---

2.3.2 Vulnerabilidad.....	5
---------------------------	---

2.3.3 Trascendencia	6
---------------------------	---

2.3.4 Factibilidad.....	6
-------------------------	---

Capítulo III: Objetivos de diseño.

3.1. Objetivo general.....	8
----------------------------	---

3.2. Objetivos específicos.....	8
---------------------------------	---

Capítulo IV: Marco de referencia.

4.1 Información general del cliente.....	9
--	---

Capítulo V: Definición del grupo objetivo.

5.1 Perfil geográfico.....	12
----------------------------	----

5.2 Perfil demográfico.....	12
-----------------------------	----

5.3 Perfil psicográfico.....	13
------------------------------	----

5.4 Perfil conductual.....	14
----------------------------	----

Capítulo VI: Marco teórico.

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	15
--	----

6.2	Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	18
6.3	Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.....	21

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.

7.1	Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	36
7.2	Conceptualización.....	41
7.3	Bocetaje.....	47
7.4	Propuesta preliminar.....	54

Capítulo VIII: Validación técnica.

8.1	Población y muestreo.....	66
8.2	Método e Instrumentos.....	67
8.3	Resultados e Interpretación de resultados.....	68
8.4	Cambios con base en los resultados.....	78

Capítulo IX: Propuesta gráfica final.

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

10.1	Plan de costos de elaboración.....	89
10.2	Plan de costos de producción.....	90
10.3	Plan de costos de reproducción.....	90
10.4	Plan de costos de distribución.....	90
10.5	Cuadro resumen.....	91

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.

11.1	Conclusiones.....	93
11.2	Recomendaciones.....	94

Capítulo XII: Conocimiento general.

12.1 Demostración de conocimientos.....	95
---	----

Capítulo XIII: Referencias.

13.1 Bibliografía.....	96
------------------------	----

13.2 e-grafía.....	97
--------------------	----

Capítulo XIV: Anexos.

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

Capítulo I

1.1 Introducción

Iglesia Palabra Fiel ha ofrecido a su congregación una comunidad para practicar la fe cristiana desde año que inició operaciones. A lo largo de los años, ha evolucionado en la forma en la que comparte el mensaje de la palabra de Dios y la fe hacia las familias e individuos, creciendo cada vez más en número de miembros y seguidores.

A pesar del crecimiento de la congregación, la crisis sanitaria de 2020 obligó a instituciones de todo tipo, incluyendo las iglesias, a renovarse y ser parte de las plataformas digitales para continuar cumpliendo su misión y permitiendo a sus miembros congregarse en línea.

Sin embargo, en la actualidad Iglesia Palabra Fiel no cuenta con un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a su comunidad digital. Por esta razón se propondrá resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel.

Para crear el concepto creativo se usará el método de lluvia de ideas y a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

A través de herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación se desarrollará el proceso de este proyecto. Los métodos de validación serán encuestas al grupo objetivo, clientes y un grupo de expertos. De esta última herramienta se obtendrán cambios

importantes para mejorar el resultado, y dejar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.

Los principales hallazgos de la investigación muestran que el 100% de los encuestados considera que es necesario el diseño de kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel; y que el 100% de estos está de acuerdo en que la ejecución audiovisual del proyecto cumple con los objetivos de este.

En consecuencia, se concluyó mediante los resultados positivos mostrados en la encuesta, que fue posible el diseño de un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel; esto gracias a la recopilación de información a través de entrevistas con la junta directiva de Iglesia Palabra Fiel. También a la investigación de referencias bibliográficas y de sitios web acerca de los temas involucrados en el proyecto y por último, al desarrollo técnico audiovisual de los elementos del kit mediante diseño audiovisual y técnicas de animación.

CAPÍTULO II
PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

Iglesia Palabra Fiel es una comunidad cristiana protestante que busca ayudar a las familias en su caminar en la fe cristiana, y aportar al desarrollo de la comunidad con educación, apoyo monetario y donaciones a los sectores que más lo necesitan. Últimamente, esta ha llevado su difusión de la palabra de Dios y la fe cristiana a entornos digitales, lo cual ha sido recibido por parte de su público objetivo de una forma positiva y la comunidad digital ha crecido relativamente rápido debido al inicio de una inversión de tiempo y recursos dedicada a producir contenido digital, principalmente en formato de transmisiones en vivo de eventos y cultos. Mediante investigación se identificó que Iglesia Palabra Fiel carece de un kit de recursos audiovisuales para estandarizar la producción de sus presentaciones, la mayoría de estas en vivo.

2.1 Contexto

Iglesia Palabra Fiel (Ministerios Palabra Fiel) fue creada el año 1993 por el Pastor Fredy Molina, y actualmente se dedica principalmente a guiar a las familias en su caminar en la fe cristiana y contribuir al desarrollo de la comunidad local con ayuda social y donaciones.

A raíz de la pandemia del COVID-19, las iglesias en Guatemala y el mundo se vieron obligadas a conectar con su congregación únicamente a través de plataformas digitales, debido a la limitación del aforo y restricciones en las reuniones en templos.

La iglesia cuenta con una comunidad digital en estas plataformas desde hace más de una década, sin embargo, esta tuvo un crecimiento exponencial a raíz del contexto de la crisis sanitaria. A raíz de esto, se ha invertido tiempo y recursos para mejorar e incrementar la cantidad y calidad del contenido en plataformas digitales como Facebook, YouTube e Instagram.

El contenido principal desarrollado y el que genera mayor interacción es el de las producciones en vivo de los eventos, en las que los miembros de la comunidad digital pueden ser parte de la congregación

activa de la iglesia y escuchar mensajes positivos y de fe, además de estar al tanto de todas las actividades e información relevante de la congregación.

Mediante la investigación y análisis, se ha detectado que, para lograr un incremento en la calidad y la estandarización propia de una producción en vivo de carácter profesional, la iglesia necesita un kit de recursos audiovisuales que formen parte de un universo gráfico armónico; que, mediante un diseño estético y funcional, estilice y aporte en el proceso de comunicación del mensaje a través de la producción de video y audio en vivo de cada evento transmitido.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

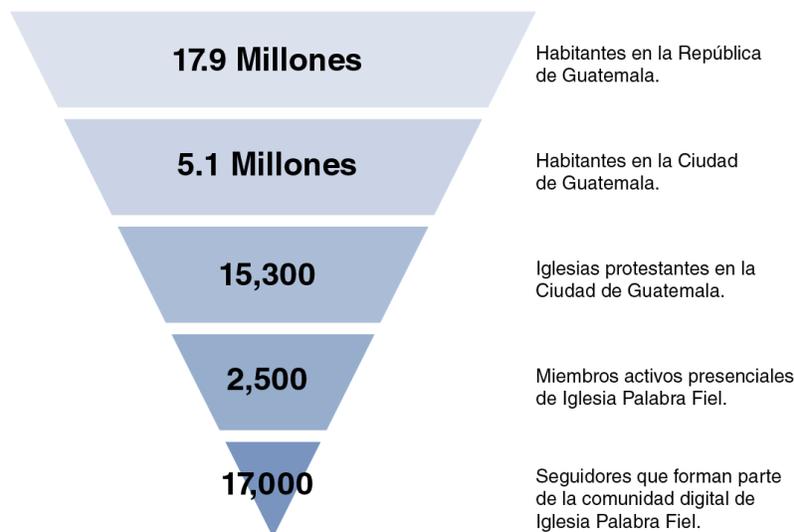
Iglesia Palabra Fiel no cuenta con un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel.

2.3 Justificación

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

2.3.1. Magnitud. La magnitud de este proyecto de graduación es factible, y alcanza a 17,000 miembros activos y seguidores de redes sociales.

En la República de Guatemala habitan 17.9 millones de personas, está dividida en 22 departamentos. Entre ellos se encuentra Ciudad de Guatemala, que en la actualidad acoge a 5.1 millones de habitantes. Dentro de este departamento existen 15,300 iglesias protestantes, y entre ellas, se encuentra Iglesia Palabra Fiel que cuenta con 2,500 miembros activos, y 17,000 seguidores en su comunidad digital.



Gráfica de magnitud realizada por Josué Benjamín Velásquez Soberanis

2.3.2. Vulnerabilidad. Si Iglesia Palabra fiel no realiza un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a su comunidad digital, se perderá la oportunidad de contar con producciones en vivo estandarizadas y con una identidad audiovisual única y diferenciadora y por lo tanto, las producciones perderán peso y diferenciación dentro de las de otras iglesias y serán más difíciles de identificar por parte de su comunidad.

Además, el no contar con recursos como estos perjudica la calidad de las producciones, genera la percepción de que la organización no se ha actualizado y adaptado a los cambios tecnológicos y

no obtiene el mayor partido de los recursos tecnológicos con los que hoy en día esta y otras congregaciones similares cuentan.

2.3.3. Trascendencia. Al contar con un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a su comunidad digital, Iglesia Palabra Fiel disminuirá la falta de estandarización en su imagen audiovisual de sus presentaciones en vivo, a manera de construir positivamente una imagen de marca e incrementar el posicionamiento de esta en todos sus públicos, principal y específicamente en su comunidad digital de congregantes y seguidores.

Además, contar con una imagen audiovisual estandarizada otorgará coherencia, peso y mayor relevancia a sus producciones en vivo, y permitirá a la congregación diferenciarse con una línea gráfica visualmente atractiva, funcional, que amplíe el universo de recursos audiovisuales con los que la organización dispone.

2.3.4. Factibilidad. El proyecto Diseño de kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel es factible, porque cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

2.3.4.1 Recursos Humanos. Iglesia Palabra Fiel cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones directivas y creativas, artísticas y de diseño que se desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Los ejecutivos de Iglesia Palabra Fiel autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. Iglesia Palabra Fiel cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto, por un monto de 5,240 quetzales anuales para el alojamiento de los recursos del proyecto, servicios de internet y energía eléctrica. El Profesional de la Comunicación y Diseño, Josué Benjamín Velásquez Soberanis, donará el proyecto a la organización, por la cantidad de 8,911.87 quetzales.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Iglesia Palabra Fiel cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para alojar y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el comunicador-diseñador cuenta con las competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Computador portátil Lenovo Ideapad Y700. Intel i7-6700HQ, Memoria RAM de 12gb, y GPU dedicada de 4gb.
- Cámara fotográfica tipo DSLR Nikon D3300
- Programas de diseño y producción de video: Adobe Photoshop CC 2022, Adobe Illustrator CC 2022, Adobe After Effects CC 2022, Adobe Premiere CC 2022, Adobe Audition CC 2022, Adobe Media Encoder CC 2022, Maxon Cinema 4D R19, Blender, BlackMagic DaVinci Resolve.

CAPÍTULO III
OBJETIVOS DEL DISEÑO

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

Diseñar un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel.

3.2 Los objetivos específicos

3.2.1 Recopilar toda la información necesaria de Iglesia Palabra Fiel para la creación del kit de recursos audiovisuales.

3.2.2 Investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de recursos audiovisuales. para la creación del kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales de Iglesia Palabra Fiel.

3.2.3 Animar digitalmente los elementos gráficos, que forman parte del kit audiovisual, para estandarizar las presentaciones audiovisuales de Iglesia Palabra Fiel.

CAPÍTULO IV
MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

Iglesia Palabra Fiel (Ministerios Palabra Fiel) fue creada el año 1993 por Fredy Molina, y actualmente se dedica principalmente a guiar a las familias en su caminar en la fe cristiana y contribuir al desarrollo de la comunidad local con ayuda social y donaciones.

El proceso de desarrollo de este proyecto se llevó a cabo de la mano de Diana Molina de Arana, Pastora y encargada de comunicación de Iglesia Palabra Fiel. Tel. (+502) 40057999.

Email: d8.molina@gmail.com.

4.1.1 Misión. Palabra Fiel es una gran familia, deseamos rescatar los valores espirituales y morales que Dios establece en su palabra.

4.1.2 Visión. Proclamar a Jesús como Dios y como fuente de amor verdadero, a través del esparcimiento de su palabra en cada rincón del territorio local de la zona 18, y a través del apoyo incondicional y honesto a la comunidad local.

4.1.3 FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Palabra Fiel es la iglesia más grande e influyente de la zona.• Cuenta con instalaciones amplias y adecuadas para todas las actividades que se desarrollan en ella.• Cuenta con un gran equipo de voluntarios y personal que	<ul style="list-style-type: none">• Cuenta con un alto nivel de atención por parte de su audiencia presencial y digital.• Los miembros pueden ser un canal de difusión de información y comunicación más grande de lo

<p>contribuye a que hacer iglesia sea posible.</p>	<p>que ya es, al engancharlos a la comunidad digital.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evangelizar mediante plataformas digitales nunca ha sido más práctico y funcional.
<p>DEBILIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Una parte de la comunidad digital está desconectada o son seguidores que no interactúan, ya que, en el pasado, se utilizó una estrategia para conseguir seguidores sin importar si estos estaban interesados en el contenido o no. • Una parte de los miembros de Iglesia Palabra Fiel pertenecen a edades avanzadas, por lo que no cuentan con canales digitales para interactuar y enterarse de lo que sucede en la comunidad digital. • El público está en un estado en el que el contenido que consume es de carácter repetitivo y lleva mucho 	<ul style="list-style-type: none"> • Las comunidades digitales de congregaciones de mayor magnitud cuentan con kits de recursos audiovisuales para sus presentaciones en vivo y por ende, lucen más profesionales y llaman más la atención del público objetivo de Palabra Fiel. • La diversificación de estilos visuales en subgrupos congregacionales como jóvenes, mujeres, hombres, etc. Otras congregaciones hacen la experiencia dentro de la comunidad digital más personalizada e inmersiva.

<p>tiempo acostumbrado a los mismos formatos y recursos visuales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Otras congregaciones están mejor posicionadas con sus presentaciones en vivo, debido a su trayectoria e inversión en sus comunidades digitales.
---	---

Tabla elaborada por el Profesional de la Comunicación Y Diseño Benjamín Soberanis.

Ver Brief completo en anexo I.

4.1.4 Competencia. Palabra Fiel es una iglesia grande, sin embargo, no se encuentra situada dentro de la categoría de mega iglesia. Por lo anterior, sus competidores son iglesias grandes, que suelen ser las de mayor influencia en su círculo local.

Los competidores directos que cuentan características similares a Iglesia Palabra Fiel son Ministerios Ebenezer, Iglesia de Dios Evangelio Completo, Iglesia Vida Real, Iglesia del Nazareno, Ministerios Bethel.

Mientras que su competencia indirecta que, debido a su gran magnitud e influencia, a menudo acapara la atención del grupo objetivo mediante eventos especiales en particular son: Iglesia La Familia de Dios, Casa de Dios, Fraternidad Cristiana de Guatemala.

CAPÍTULO V
DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de 16 a 40 años, con un NSE C completo y D, gustos por la diversión sana, convivencia entre familia, amigos, y tienden a formar parte de un grupo social, ya sea religioso, de amistad, ayuda comunitaria voluntaria o educativo.

5.1 Perfil geográfico

El grupo objetivo reside en zonas urbanas de la ciudad capital, principalmente en zona 18 y sectores aledaños, trabaja en puestos administrativos de todo tipo de organizaciones, transita por zonas de tránsito peatonal y de vehículos. Se entretiene en centros comerciales, plazas y parques locales. Puntualmente, el proyecto se ubicará en zona 18 de la ciudad capital; una de las regiones geográficas más grandes y pobladas del municipio de Guatemala.

5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo está compuesto por mujeres y hombres de 16 a 40 años de edad con un NSE C+, C, C- D, y contempla las expresadas en la tabla de NSE Multivex 2018.

NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1
Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00
Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa
Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela
Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente
Casa/ departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/ departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/ departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/ departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala

Sitios /terrenos interior por herencias			
Por día	Por día, eventual	Eventual	
1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro
Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo
1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos
Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio

Ver tabla completa de NSE en anexo 2.

5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo cree en Dios, en mayoría pone su fe en la religión cristiana, le importa la familia, se reúne en organizaciones como iglesias, grupos de apoyo, grupos religiosos en casa con familia y/o amigos. Cree en el trabajo y en la diversión sana y familiar, por lo que frecuenta centros comerciales, parques locales, residencias de amistades, plataformas de redes sociales más populares como Facebook, Instagram y Youtube; y plataformas de contenido bajo demanda, como Netflix. Rechaza las actividades nuevas que considera fuera de su concepto de moralidad y generalmente las que involucran excesos o vicios; por el contrario, acostumbra a hacer actividades laborales, familiares, sociales y educativas.

5.4 Perfil conductual

El grupo objetivo se comporta de forma positiva ante el contenido de carácter cristiano, motivacional y positivo, y reacciona ante este al compartir y aplicar sus principios en su vida cotidiana. Está acostumbrado a ver contenido con estas características en sus secciones de noticias e inicio de sus redes sociales favoritas, y si no lo están, tienden a reaccionar positivamente ante la aparición de este. Reconoce la calidad audiovisual de cualquier tipo de contenido y aunque no de una forma estricta, si categoriza e identifica el de mayor y el de menor calidad, ante lo cual reacciona e interactúa al que tiene mayor calidad audiovisual o un mayor impacto del mensaje, o ambos atributos. Sigue a páginas similares, de iglesias cristianas, frases bíblicas, frases de motivación, inspiración, autoayuda y tiende a verlo de una forma emocional y/o de carácter educativo cuando se trata de producciones en vivo acerca de temáticas cristianas.

CAPÍTULO VI
MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Diseño. Es la acción de proyectar el aspecto, función, producción o estructura; ya sea de un objeto bidimensional, tridimensional o de algo intangible como una idea o una estrategia. A su vez, también se refiere al resultado de dicha proyección en las características perceptibles de un objeto animado, inanimado o de un concepto. (Significados.com, 2022.)

En el mundo de la comunicación, el diseño es una poderosa herramienta que apoya el lenguaje escrito en una manera visual, y hace posible que ideas y productos de la imaginación se conviertan en una realidad que el receptor puede percibir, comprender de forma práctica, funcional y estética.

6.1.2 Estandarización. La estandarización es el proceso de ajustar o adaptar características en un producto, servicio o procedimiento; con el objetivo de que éstos se asemejen a un tipo, modelo o norma en común. (Secretaría de Economía, 2015.)

La estandarización es una herramienta de calidad que permite establecer normas que dictan las características en común que deben poseer todos los productos o servicios de un conjunto determinado. Mediante esta, se puede asegurar una calidad y cualidades uniformes para homogeneizar la percepción y aumentar el grado de satisfacción en general del grupo al que un producto o servicio va dirigido.

6.1.3 Audiovisual. Es un tipo de lenguaje que se sirve de dos vehículos para la transmisión del mensaje del emisor al receptor: la imagen y el sonido. El mundo audiovisual se conforma por mensajes contruidos a partir de elementos visuales y auditivos.

El lenguaje audiovisual ha cambiado con el paso del tiempo. Primero por la constante aparición de nuevas herramientas que trae consigo incorporar nuevas técnicas y segundo por la experiencia o educación audiovisual del público que lo consume. En sus orígenes, el cine no tenía sonidos y los encuadres eran limitados. Ahora vemos tantos productos audiovisuales que los realizadores deben hacer nuevas propuestas para mantenernos interesados en sus productos. (PROCINECDMX, 2020.)

6.1.4 Comunidad. Conjunto de personas que se construye por la agrupación de seres humanos u otro tipo de seres vivos que tienen elementos en común, como idioma, costumbres, ubicación geográfica, gustos, corrientes de pensamiento, entre otros. (Padilla, 2015.)

Las comunidades surgen como resultado del compromiso emocional de un grupo de personas con cualidades o situaciones similares; y su afinidad por causa de una o más características y objetivos en común, que les hacen agruparse, formar parte y construir un círculo social.

6.1.5 Digital. El término digital puede hacer referencia a múltiples conceptos, sin embargo, para efectos de síntesis se desarrollarán los que se relacionan con la comunicación, el diseño y el proyecto a desarrollar.

Se usa comúnmente el término digital para referirse a todos aquellos sistemas que representan, almacenan o usan la información en un sistema de tipo numérico, principalmente el sistema binario, que se utiliza en casi todos los aparatos electrónicos e informáticos que le facilitan la vida al ser humano en la actualidad. (Sistemas.com, 2018.)

Digital es el antónimo de analógico; ya que, al contrario de poseer características infinitas, orgánicas y naturales, posee cualidades finitas y limitadas por las variaciones que le permita realizar el sistema numérico en el que se basa.

6.1.6 Plataforma Digital. Se conoce como plataforma digital a una infraestructura digital que posibilita la interacción entre dos o más grupos o partes; por lo que se posicionan como intermediarios que reúnen a diferentes usuarios, como clientes, anunciantes, prestadores de servicios, productores, proveedores y hasta objetos físicos”. (Vega, 2021.)

Existen múltiples tipos de plataformas digitales, como las orientadas al entretenimiento, consumo de contenidos diversos, redes sociales, educativas, de comercio electrónico, bancarias, entre otras.

Las plataformas digitales más populares y utilizadas son las que mezclan la función social con el consumo de contenido, como Facebook, Instagram, YouTube, Whatsapp y TikTok; las plataformas digitales han pasado de ser una forma más de comunicarse a ser una de las más importantes, a que las personas dependan de estas para socializar y consumir contenido de diferentes tipos, en video, música o en formato de podcast. Las posibilidades que las plataformas digitales otorgan son sumamente amplias, y su capacidad de construir y enganchar audiencias con contenido de calidad hoy es más grande que nunca.

6.1.7 Iglesia. La Biblia llama iglesia al conjunto de cristianos. De modo general, se refiere como iglesia a una asamblea o congregación, un grupo de personas que profesan la fe cristiana. (Peletay, 2020.)

Dentro del círculo cristiano, y fuera de este, se utilizan múltiples palabras y analogías que describen lo que la iglesia representa, como congregación, pueblo, familia, vid, entre otras; esto

no hace más que confirmas que uno de los pilares principales de la iglesia es esta es una comunidad. Esta comunidad busca la edificación colectiva y personal de cada uno de sus miembros a través del apoyo mutuo, con base en los escritos bíblicos de la fe cristiana.

A lo largo de la historia, han existido múltiples denominaciones, corrientes de pensamiento y ramas de la iglesia que rigen sus comunidades locales, las más influyentes, y de las cuales normalmente parten todas las demás son la iglesia católica y la iglesia protestante.

6.1.8 Cristiano. Es toda aquella persona que decidió acatar los preceptos que implica la religión cristiana. Esta creencia adopta un solo Dios o deidad, es decir que es monoteísta. Quien practica el cristianismo tiene la creencia y su fe puesta en Dios y Jesucristo como punto central de la doctrina, de allí su nombre. (Antonacci, 2021.)

Durante el siglo I se inició a denominar “cristianos” a los primeros seguidores de Jesucristo y fundadores de la iglesia cristiana; el significado de esta forma de referirse a ellos era “pequeños cristos”, esto debido a su manera de vivir que imitaba y seguía los pasos de su maestro Jesucristo.

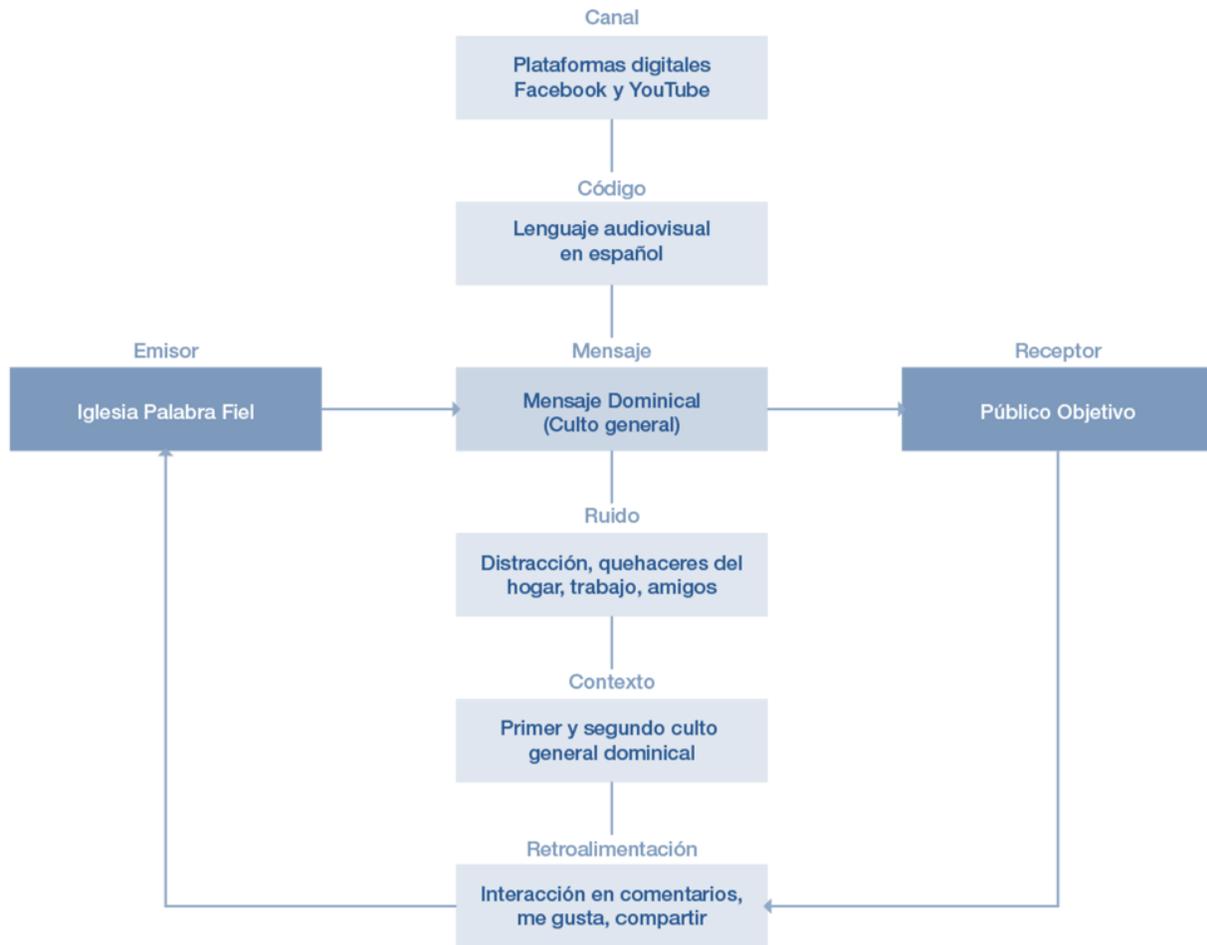
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. Llamamos “comunicación” al proceso mediante el que un mensaje emitido por un individuo, llamado emisor, es comprendido por otro llamado receptor o destinatario, que es la persona o entidad a quien va dirigido el mensaje, gracias a la existencia de un código común. Este proceso abarca dos etapas: la emisión y la recepción del mensaje llamadas respectivamente la codificación y la decodificación." (Álvarez y Martínez 1997.)

El concepto de comunicación es complejo de definir, ya que abarca fenómenos comunes en distintos contextos; sin embargo, se puede acordar que en cualquier contexto esta es vital para que exista un buen entendimiento y el correcto intercambio de información entre dos seres vivos o máquinas.

6.2.1.2 Esquema de Comunicación.



Esquema elaborado por el Profesional de la Comunicación y Diseño Josué Benjamín Velásquez Soberanis.

6.2.1.3 Comunicación Audiovisual. Es la transmisión de mensajes audiovisuales a través de medios tecnológicos, que integra imágenes figurativas, esquemáticas o abstractas y elementos sonoros tales como la música, los sonidos, los ruidos y el silencio. (Huribroadcast.com, 2019.)

La comunicación audiovisual posee un lenguaje propio, fundamentado en dos tipos de elementos morfológicos: los visuales y los sonoros; que a través de códigos específicos transmite los mensajes de una manera más inmersiva, directa y llamativa al público al que está dirigida.

La comunicación audiovisual es una poderosa herramienta, que cumple muchas posibles funciones, como la informativa, testimonial, formativa, recreativa, persuasiva y expresiva.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. Es la acción de proyectar el aspecto, función, producción o estructura; ya sea de un objeto bidimensional, tridimensional o de algo intangible como una idea o una estrategia. A su vez, también se refiere al resultado de dicha proyección en las características perceptibles de un objeto animado, inanimado o de un concepto. (Significados.com, 2022.)

En el mundo de la comunicación, el diseño es una poderosa herramienta que apoya el lenguaje escrito en una manera visual, y hace posible que ideas y productos de la imaginación se conviertan en una realidad que el receptor puede percibir, comprender de forma práctica, funcional y estética.

6.2.2.2 Diseño gráfico. Es una disciplina social y humanística; el arte de concebir, planear y realizar las comunicaciones visuales que son necesarias para resolver y enriquecer las situaciones humanas. (Tapia, 2014.)

El diseño gráfico no debe ser confundido con el arte, ya que son disciplinas distintas, que a pesar de estar basadas en la expresión, el diseño gráfico se sirve del arte para cumplir una

función, normalmente esta es solucionar un problema de comunicación. Un buen diseño gráfico es aquel que cumple y responde a las funciones estética y comunicativa a través de los elementos y recursos, tanto visuales como verbales, que utiliza.

6.2.2.3 Diseño audiovisual. Es la integración de productos, recursos, herramientas y elementos propios del diseño gráfico dentro de una pieza o producción de carácter audiovisual.

El inicio del diseño audiovisual se remonta como casi todos los productos de carácter audiovisuales al nacimiento del cine; en el que se utilizaban elementos propios del diseño gráfico para desarrollar los créditos y las secuencias de entrada de una película en la década de 1950.

La presencia de los elementos del diseño gráfico en la producción de piezas de ficción es tan evidente que ha conducido a incentivar su reflexión; elementos como el color, la tipografía y el grafismo ya son recursos narrativos en la práctica audiovisual (Bohórquez, 2011.) y tal ha sido su influencia, que se han creado múltiples términos para hacer referencia a este como “gráficos animados”, “diseño en movimiento” o “grafismo televisivo”.

El uso de recursos gráficos dentro de un producto audiovisual apoya y otorga soporte y refuerzo del mensaje de una manera estilizada directa o indirecta, y le provee de recursos que aportan de manera positiva a la narrativa de la pieza.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias auxiliares.

6.3.1.1 Semiología. Es una ciencia derivada de la filosofía, una forma de definirla es como el estudio de los principios generales que rigen el funcionamiento de los sistemas constituidos por señales susceptibles de interpretación y que, entonces, pasan a llamarse signos. Para los seres humanos el más relevante de esos sistemas de signos es la lengua.

La semiología abarca un campo sumamente amplio, y ya que tiene como objeto el estudio de los signos, a esta le corresponde el estudio y análisis de los signos de diversos tipos; visuales, sonoros, fonéticos, verbales, entre otros; que poseen propiedades como lo designado, el intérprete y la interpretación.

6.3.1.2 Sociología. La sociología tiene como objetivo estudiar la sociedad humana, los comportamientos que existen a nivel social, cómo se estructuran las organizaciones, los comportamientos humanos más habituales, así como las estructuras sociales y grupales que existen. (Peiró, 2020.)

La sociología se consolidó académicamente hablando después de la revolución francesa, sin embargo, sus principios se remontan a la antigua Grecia, donde los grandes pensadores y filósofos se percataron de la importancia del estudio del comportamiento humano y de sus sociedades.

La sociología abarca múltiples ámbitos: como el político, laboral, económico, educativo, familiar e incluso comunicativo; es por ello, que sus principios son parte de los fundamentos del comportamiento humano y su estudio realizado en la comunicación y sus diversas ramas.

6.3.1.3 Psicología. Se centra en estudiar la mente humana; Su objetivo es el estudio, investigación y tratamiento de la conducta del ser humano y sus procesos mentales. Tiene en cuenta los aspectos sociales, biológicos o culturales para valorar los problemas que tienen las personas y poner en práctica el tratamiento oportuno. (Peiró, 2021.)

El campo de estudio de la psicología es amplio y diverso, sin embargo, este siempre está enraizado en la mente humana y los procesos que en esta ocurren; desde emociones, trastornos mentales, hasta el simple comportamiento humano en diversas situaciones y contextos, la

psicología es la ciencia por excelencia para descifrar y determinar razones de comportamientos, patrones de conducta y las motivaciones principales del ser humano.

La parte analítica de la psicología es uno de los principales apoyos para la comunicación y el diseño, ya que arroja claridad y datos relevantes de los comportamientos del ser humano, como este reacciona ante diversos estímulos, qué es lo que le hace tomar decisiones, sentir bien, mal, satisfecho o insatisfecho. Las teorías psicológicas son puntos de partida realmente funcionales para la toma de decisiones influyentes que aportan positivamente al proceso de desarrollo de productos de comunicación y diseño.

6.3.1.4 Antropología. Estudia la diversidad de las realizaciones socioculturales del ser humano, incluida la emergencia misma de los humanos en sus entornos ecológicos. La antropología no está limitada en su objeto específico. Toda realidad pertinente para la comprensión de lo humano puede formar parte de su campo de investigación. (Asociación de Antropología, 2020.)

La antropología, a diferencia de la sociología, abarca un mayor campo de tiempo y espacio, ya que no está limitada a los factores contemporáneos de las sociedades humanas, y en muchas ocasiones, debe ir más allá, a escenarios teóricos y teorizar las características de la existencia del ser humano, su comportamiento y su existencia integral en contextos hipotéticos.

Se conoce a la antropología como la ciencia de otras sociedades, por lo que su estudio y la integración de sus preceptos y estudios en el proceso de comunicación, como referencia de la reacción del ser humano en distintos contextos socioculturales a determinados mensajes.

6.3.1.5 Teología. Estudia todo lo relacionado con Dios, tanto su palabra como sus hechos y su legado. (Marín, 2021.). La teología estudia la relación de la divinidad con el mundo y del

mundo con esta; por lo que esta está presente y estudia básicamente todas las religiones, ya que en su mayoría, todas cuentan con deidades características y escritos sagrados.

La principal religión estudiada a profundidad por la teología es el cristianismo, ya que existen corrientes teológicas dedicadas al estudio principal de la fe cristiana desde diferentes puntos de vista, como el histórico, sistemático, dogmático, moral, práctico o pastoral; todos estos enfoques teológicos forman parte del estudio académico del conocimiento de Dios.

La teología tiene grandes raíces en la educación, ya que su objetivo principal es el estudio de Dios, el conocimiento correcto de este y la correcta interpretación objetiva de los textos sagrados.

6.3.1.6 Andragogía. En la presente búsqueda se ha hallado que la UNESCO propone el concepto de Andragogía como un neologismo para designar la ciencia de la formación de los hombres, en sustitución del vocablo clásico Pedagogía, de manera que no se haga referencia a la formación del niño, sino a la educación permanente. (Vidal y Fernández, 2003.)

La andragogía es el equivalente de la pedagogía, con la variante de ser la educación para los adultos, por lo que se caracteriza por métodos distintos a los propuestos para enseñar a los niños.

Se vale de métodos de enseñanza de carácter más participativo y crítico, para mejorar no solo la absorción del conocimiento sino la genuina comprensión y aplicación de este para solucionar los problemas que se presenten y lo requieran por parte del estudiante.

6.3.1.7. Cibernética. Es la ciencia por la cual se lleva a cabo un desarrollo artificial de imitación en el funcionamiento de un ser vivo. (Llamas, 2021.)

La cibernética, busca alcanzar y desarrollar de forma artificial las acciones y capacidades orgánicas del ser humano, para delegar tareas, facilitar la vida día a día, automatizar procesos, o alcanzar mayor capacidad de pensamiento o velocidad de procesamiento de datos.

En muchos casos, la cibernética ha logrado que las máquinas alcancen y superen la capacidad humana, y en otras, aún se sigue en el intento; sin embargo, lo que es seguro es que para ello se vale de métodos como la programación, computación, robótica, informática y de sistemas de comunicación artificial y lenguajes específicos para alcanzar sus objetivos.

6.3.1.8 Publicidad. La publicidad es una disciplina que usa la comunicación para difundir mensajes patrocinados e impersonales, esto para promocionar o vender un producto marca o servicio.

El corazón de la publicidad es la persuasión, y esta sirve a la estrategia de mercadeo mediante la difusión del mensaje con objetivos claramente definidos con anterioridad. Las funciones de la publicidad son amplias, y se aplican acorde a lo que el producto, servicio o marca necesite comunicar; puede ser útil para dar a conocer, recordar, vender, posicionar el producto como el mejor en la mente del consumidor, construir valor de marca, entre otras, pero siempre usando la comunicación persuasiva como vehículo principal. David Ogilvy, un gigante del mundo publicitario y precursor de la publicidad como se conoce hoy en día, aclara que no es una forma de arte o de diversión, sino un medio de información; en el que lo relevante no es que se piense que una pieza publicitaria es creativa, sino que esta genere los resultados deseados de persuadir al consumidor.

6.3.1.9 Relaciones públicas. Son una herramienta que forma parte generalmente de la variante de promoción de la mezcla de marketing. Su uso es cada vez más importante y necesario

en un mundo que otorga gran relevancia a la imagen positiva de las marcas que consume y organizaciones a las que apoya.

Las relaciones públicas (RRPP) se definen como una serie de acciones estratégicas desarrolladas en un determinado tiempo con el objetivo de crear vínculos, relaciones y comunicación entre los distintos grupos de personas a los que van dirigidas. (Peiró, 2017.)

Son una herramienta de comunicación empresarial, y mediante esta herramienta, se busca que la organización pueda crear relaciones con su entorno, caracterizadas por ser mutuamente positivas y de beneficio para ambas partes.

Mediante esto, la empresa u organización genera una mejor imagen de marca, construye una percepción positiva en la mente de sus públicos y principalmente, cierra la brecha entre lo que la marca desea que se piense de ella y lo que los consumidores y públicos interesados realmente piensan que es y las características que le atribuyen cuando ven algo de la marca o se les menciona.

6.3.2. Artes.

6.3.2.1 Animación. Es el proceso que da movimiento a dibujos u objetos inanimados por lo general. Esto es posible gracias a una secuencia de dibujos o fotografías que al estar ordenadas consecutivamente logran generar un movimiento creíble ante nuestros ojos, los cuales se prestan al juego de la ilusión visual. (PixelCreativo.com, 2012.)

La animación en sí, es un arte fundamentado en la ilusión, y sus orígenes se remontan al zoótropo que, utilizando los principios del cine, mediante la combinación de imágenes distintas con intervalos de tiempo en cada giro, daba la ilusión de ver dibujos animados. A partir de esta premisa, y con la llegada de múltiples avances tecnológicos, la animación llegó a las pantallas

grandes de los cines y a la televisión, gracias a muchos artistas que pintaban fotograma a fotograma los movimientos de sus dibujos animados.

Actualmente, el proceso de la animación es distinto, y suele estar apoyado por herramientas digitales, sin embargo, su esencia sigue siendo la misma. A lo largo de la existencia de la animación, han surgido múltiples variantes o tendencias de esta; identificadas por el método en el que es ejecutada, como el *stop motion*, animación tradicional, animación bidimensional, animación tridimensional, rotoscopio, entre otras.

6.3.2.2 Cinematografía. Es el arte de hacer películas, también se conoce como el séptimo arte. El cine es el arte de la fotografía y la narración visual en una película o programa de televisión. Comprende todos los elementos visuales en pantalla, incluida la iluminación, el encuadre, la composición, el movimiento de la cámara, los ángulos, la selección de películas, las opciones de lentes, la profundidad de campo, el zoom, el enfoque, el color, la exposición y la filtración. (Toulouse Lautrec, 2022.)

El cine fue una sensación al momento de su aparición, a las personas les parecía relevante, curioso y hasta mágico el hecho de que pudieran observar la realidad encajonada en una pantalla, como un portal hacia una memoria que ya no existe más; y eso es el cine en cuestión, un portal de una realidad ficticia, hipotética, o incluso real; mediante el que la audiencia se ve inmersa en la historia que disfruta.

El cine se vale de muchos recursos narrativos de carácter audiovisual para llevar a cabo su objetivo, y la inserción de la tecnología en el desarrollo del mismo le ha hecho crecer y llegar a un sin número de público.

La cinematografía no se limita a productos únicamente exhibidos como películas, también toma parte en cualquier tipo de producción de carácter audiovisual que involucre la captura de la realidad para su presentación posterior a cualquier audiencia sin importar su objetivo, que más que artístico o entretenido, puede ser de informativo, persuasivo e incluso educacional.

6.3.2.3 Ilustración. Es el arte de representar visualmente la realidad mediante dibujos, y con esto explicar, aclarar, iluminar o simplemente decorar un producto de comunicación o expresión, que puede ser de carácter comercial o literario. (Arteneo, 2015.)

La ilustración se remonta a los orígenes de la humanidad, en los que esta, a manera de signos, representaba la realidad con dibujos primitivos en paredes. A lo largo de toda su historia, el ser humano ha representado lo que no puede explicar, o lo que le parece relevante mediante dibujos.

La ilustración hoy en día tiene múltiples ramas, corrientes y estilos; es por eso que, muchos artistas se dedican a ella. La ilustración contribuye a los mensajes publicitarios o persuasivos mediante la ejemplificación de conceptos más complejos, como un apoyo visual o para reforzar el mensaje enviado al receptor.

Los principales tipos y estilos de ilustración utilizados en la actualidad se enlistan a continuación:

- Ilustración tradicional
- Ilustración editorial
- Ilustración Digital
- Ilustración 3D

- Humor gráfico
- Ilustración para arte de concepto
- Ilustración publicitaria

6.3.2.4 Modelado 3D. El modelado 3D consiste en utilizar software para crear una representación matemática de un objeto o forma tridimensional. El objeto creado se denomina modelo 3D y se utiliza en distintas industrias. (Autodesk, 2022.)

El modelado y la realización de diseños tridimensionales abre el campo a su exploración y visualización de contenido en múltiples nuevos formatos; desde una imagen de forma bidimensional mediante técnicas de renderizado computacional, hasta experiencias de realidad aumentada.

El diseño tridimensional utiliza como base fundamental las coordenadas, similar al diseño vectorial, con la adición de un eje z que representa la profundidad en un espacio tridimensional simulado.

El modelado y diseño 3D ha aportado grandes avances en flujos de trabajo, principalmente en el campo de la producción audiovisual; ya que, si algo no puede ser captado en cámara, el modelado 3D junto con efectos visuales lo hacen posibles.

Al igual que con la ilustración tradicional, el modelado 3D también se ve influenciado por múltiples corrientes estilísticas, como el *voxel art*, fotorrealismo, arte de concepto tridimensional, modelado industrial e incluso de carácter médico.

6.3.3. Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. Es un conjunto de normas que propone la utilización del color en ciertas combinaciones armónicas y su uso con relación a lo que se desea expresar. (Gràffica, 2021.)

El color no es un atributo existente como tal en los objetos que rodean al ser humano, sino que este nace a través de la percepción y la luz. La forma en la que la luz rebota sobre los objetos, y diversos factores como el índice de refracción, longitud de onda, entre otros, son los factores que hacen que los objetos reflejen colores.

La teoría del color parte del estudio psicológico de este, y propone como base que este tiene distintos efectos en la percepción humana en cada forma en la que se combina con otros.

Una herramienta clave de esta teoría es la rueda de color, también llamada círculo cromático, que muestra los colores en un orden lógico y gradual, y los subdivide en primarios, secundarios, terciarios.

La teoría del color propone esquemas de combinación para el uso armónico del color en una pieza visual de cualquier tipo, los principales de estos son los colores complementarios, la tríada de color, complementario doble; entre otros. La correcta armonía y selección de colores representa una gran parte de la calidad visual de una pieza gráfica.

Existen dos modos de generar color que propone esta teoría, por adición y sustracción. El color por adición también se llama color luz, y es el utilizado en entornos y ecosistemas digitales; este genera los colores mediante la sumatoria de estos, que completa en partes iguales origina el blanco. El color sustractivo es el utilizado en el “mundo material” y también suele

llamarse color pigmento; este genera el color mediante tintas, por lo que la mezcla de estas genera la ausencia de luz, en otras palabras, el color negro.

6.3.3.2 Teoría de la Gestalt. La Teoría o psicología de la Gestalt, fue un movimiento que se inició en la década de 1920 en Berlín, Alemania. Gestalt es una palabra alemana que 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. (Llasera, 2021.)

La corriente estudiaba cómo nuestra mente configura, mediante ciertas leyes o principios básicos, los elementos que llegan a ella a través de los canales sensoriales o de la memoria. Demostraron que nuestro cerebro siempre va a intentar simplificar y organizar imágenes complejas, porque está preparado para comprender mejor el mundo que nos rodea. (Llasera, 2021.)

La teoría de la Gestalt propone que el ser humano, bajo ciertos preceptos enlistados más adelante, tiende y prefiere percibir elementos de una composición visual orgánica o artificial como parte de un todo en lugar de como elementos independientes.

Las bases de la teoría de la Gestalt poseen raíz en la psicología, disciplina que tiene como parte de su campo de estudio el pensamiento humano y su interpretación mental ante los estímulos externos.

La teoría de la Gestalt propone que el ser humano se ve inclinado a percibir los elementos de una composición gráfica como un todo mediante las leyes de aparición, cosificación, multiestabilidad e invariabilidad.

Los principios de la Gestalt proponen qué es lo que ocurrirá cuando elementos en una composición visual se agrupan en posición, rotación y escala en determinadas formas.

- Principio de semejanza
- Principio de continuidad
- Principio de cierre
- Principio de proximidad
- Principio de simetría y orden
- Principio de dirección común

6.3.3.3 Teorías de recorrido visual. El recorrido visual es el camino que recorren los ojos al ver por primera vez una imagen. Cada persona puede tener un recorrido visual diferente. (Fornós, 2022.)

A pesar de que el recorrido visual es en parte subjetivo, existen estudios y teorías que presentan los principales y más populares recorridos visuales mediante los cuales una persona examina los elementos de una composición visual.

El conocer la trayectoria visual mediante la cual se examinas diversos tipos de piezas gráficas, ayuda al profesional del diseño y la comunicación a crear composiciones más ajustadas a lo que se desea que sea visto con prioridad y lo que no; a través de una jerarquía visual y una composición fundamentada en el recorrido visual, se puede obtener el mayor provecho de la atención del público objetivo que ve un producto de comunicación visual.

El recorrido visual puede ser rápido y detallado, y dependiendo de ello, el público analizará la pieza de una forma elíptica o lineal, respectivamente.

Las zonas de atracción son las áreas donde se percibe la mayor cantidad de atención, normalmente donde se debe centrar el peso visual y conceptual en la pieza gráfica, estas también tienen sus particularidades. Algunos puntos de mayor atracción son:

- La parte más baja de la obra
- La diagonal que empieza arriba a la izquierda
- Las zonas más luminosas
- Las formas grandes
- Los elementos aislados

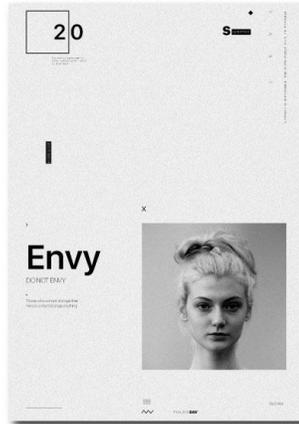
El recorrido visual de una pieza gráfica no es a ciencia cierta preciso, pero se recomienda hacer estudios de lectura y los ajustes necesarios para la correcta percepción y percepción de la pieza por parte de la audiencia.

6.3.4. Tendencias.

6.3.4.1 Minimalismo. Es una tendencia que propone la eliminación de todo lo que, mediante un análisis resulte innecesario, o que aporte poco o nada. El minimalismo es parte de muchos ámbitos, como el diseño, la literatura e incluso muchos lo adoptan como un estilo de vida por el cual regirse; sin embargo, donde el minimalismo es mayormente apreciado y se encuentra en tendencia es en el diseño y sus diversas ramas.

El diseño gráfico no es la excepción, El diseño gráfico minimalista es un estilo que proporciona una experiencia visual caracterizada por diseños sencillos, con colores neutros y propuestas sobrias. (Pérez, 2020.)

El diseño gráfico minimalista contribuye a la pieza gráfica a través de la premisa de “menos es más” y centra su atención únicamente en lo que es indispensable para la comprensión del producto visual.



Diseño de portada minimalista. Gráfico Recuperado de esdesignbarcelona.com

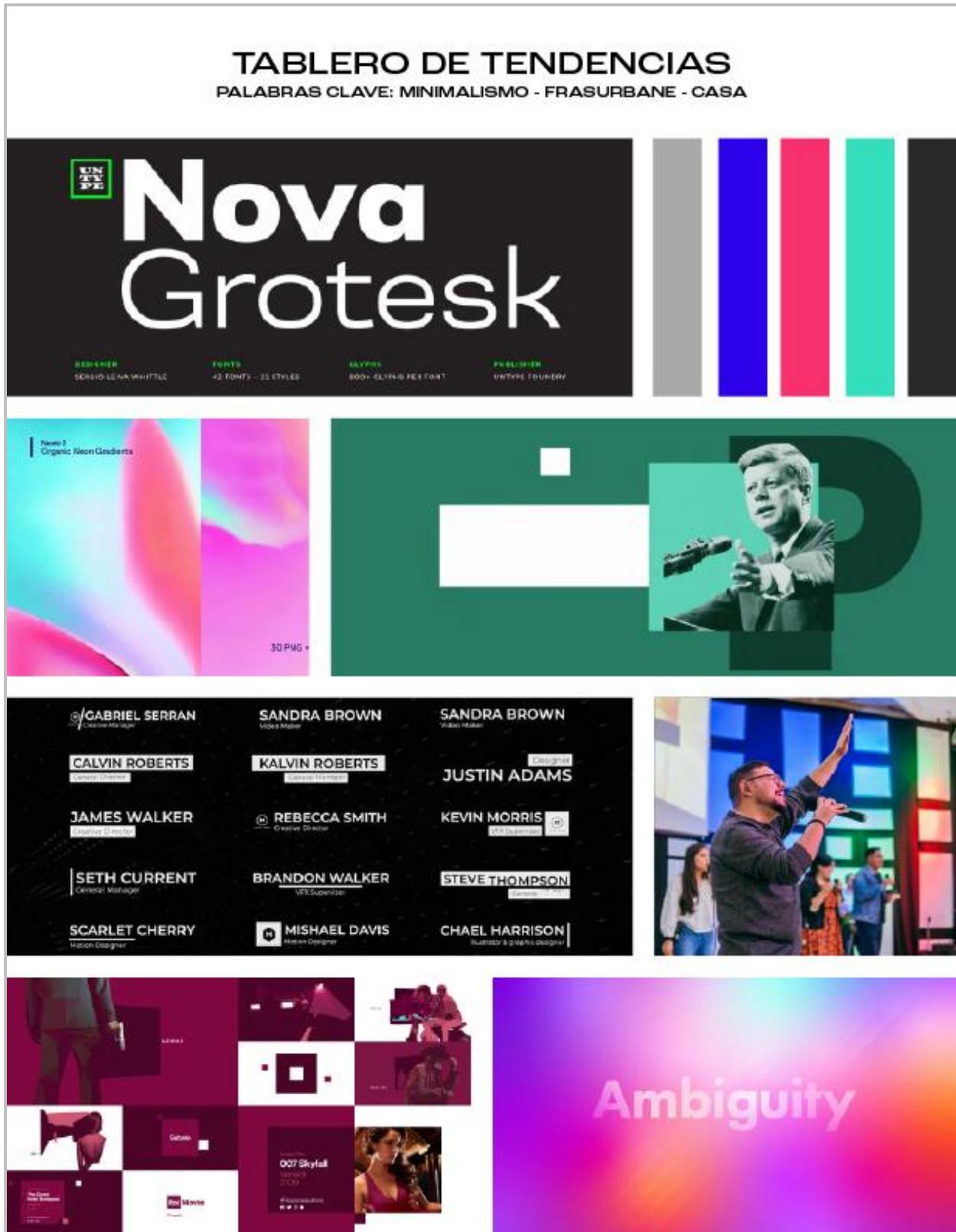
6.3.4.2 Frasurbane. Es el minimalismo urbano, esta tendencia se desarrolla en los años 90, y está inspirada en los programas televisivos y el contenido popular de dicha época. Es más atrevido que el minimalismo tradicional y se permite experimentar con tipografía, más siempre conserva la idea de que menos es más, eso sí; sin tomárselo tan literal.

Llevado al universo del diseño gráfico, este estilo, originalmente vinculado al diseño de interiores, se traduce en elegantes serifas, colores apagados y elementos cuidadosamente colocados.



Ejemplo de tendencia Frasurbane en empaque. Gráfico recuperado de marketingdirecto.com

6.3.4.3 Tablero de tendencias.



CAPÍTULO VII
PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Comunicación. En el proyecto se incluirán los conceptos principales de la comunicación, así como también las formas específicas de comunicación audiovisual; ya que la comunicación de carácter audiovisual influye en el grupo objetivo mediante la retención de su atención; ya que, a través de recursos audiovisuales, desempeña las funciones de soporte y refuerzo del mensaje o concepto narrativo difundido al público objetivo.

7.1.2 Diseño. El proyecto requiere para su desarrollo óptimo, conocimiento acerca de los conceptos principales del diseño, específicamente diseño gráfico y diseño audiovisual; ya que a través de esta disciplina se llevará el mensaje de forma audiovisual al grupo objetivo.

El diseño es un pilar fundamental en la creación del proyecto; ya que es un vehículo que, a través de una planificación y el uso de técnicas, teorías y estrategias de diseño, lleva el mensaje a la audiencia, impregnado de características estéticas.

7.1.3 Semiología. La semiología forma parte integral del conocimiento necesario para llevar a cabo el proyecto, ya que mediante el análisis semiológico, se toman decisiones de comunicación y de diseño, o se corrigen posibles interpretaciones erróneas o fallos en la principal función de los signos empleados en los recursos audiovisuales a desarrollar: ser un soporte comunicacional del mensaje y llevar este al grupo objetivo de una manera clara, entendible, estética e impregnada de la identidad corporativa y visual de la institución.

7.1.4 Psicología. La psicología, como ciencia que dedica sus esfuerzos al estudio de la mente humana, contribuye en el desarrollo del proyecto mediante el análisis de los impulsos y estímulos provocados durante las presentaciones audiovisuales en la mente de la audiencia.

El conocimiento de ideas y conceptos que forman parte de la psicología, como la retención de atención, distractores, lo que los diferentes tipos de figuras hacen sentir a la audiencia, y el uso adecuado del color en relación al grupo objetivo son herramientas que contribuyen al óptimo desarrollo de cada uno de los recursos audiovisuales y a la creación de la línea gráfica para la estandarización de estos.

7.1.5 Andragogía. Debido a que la mayor parte del grupo objetivo está en una etapa de vida de adultez, y que el propósito de las presentaciones en vivo de Iglesia Palabra Fiel es educar en la fe al grupo objetivo; se deben tomar en cuenta las necesidades de educación de este grupo objetivo: la existencia de un autoconcepto y de experiencia en la audiencia; la prisa que esta tiene en aprender; su necesidad de orientación y motivación en el proceso de aprendizaje.

El conocer estas necesidades contribuirá al desarrollo de recursos audiovisuales que soporten y fomenten la satisfacción de estas, y sirvan como un apoyo durante las presentaciones en vivo de la iglesia.

7.1.6 Cibernética. El conocimiento de los fundamentos de la cibernética es parte importante para el desarrollo técnico de los recursos audiovisuales que conforman el kit. Para la creación del kit se debe tener la habilidad de mediante software, convertir la entrada de información en una acción, en este caso, la representación de esta a través de recursos audiovisuales. El tomar en cuenta los principios cibernéticos y de la tecnología, como sus posibilidades y limitaciones es un punto de partida base para desarrollar técnicamente el kit audiovisual, de forma que este sea compatible con los programas informáticos y equipos tecnológicos utilizados para llevar a cabo las presentaciones en vivo.

7.1.7 Publicidad. La publicidad forma parte de las ciencias que auxilian el desarrollo de este proyecto, que a pesar de tener un enfoque primordialmente educativo más que comercial, busca integrar principios de comunicación persuasiva en algunos recursos incluidos en el kit audiovisual.

El uso de técnicas publicitarias en recursos del kit audiovisual para difundir información de próximos eventos, actividades y de formas de cómo los miembros pueden contribuir en participación o económicamente al sostenimiento y crecimiento de la iglesia es una forma en la que la comunicación persuasiva forma parte del proyecto.

7.1.8 Relaciones públicas. Las relaciones públicas son una parte esencial de los objetivos de este proyecto, ya que a través de este se busca además de otorgar un soporte audiovisual a las presentaciones de la iglesia, que el material desarrollado funcione como un identificador de la marca en las distintas plataformas digitales en las que esta hace presencia.

La calidad de la producción audiovisual dice mucho de una comunidad digital, y el interés en el aprendizaje y el apoyo a sus seguidores mediante el desarrollo de un kit audiovisual que estilice las producciones y haga agradable a los sentidos el aprendizaje de la fe cristiana es un punto positivo y un diferenciador para Iglesia Palabra Fiel de las distintas comunidades similares o afines.

7.1.9 Animación. La animación es una de las artes más importantes para el desarrollo de este proyecto y de los recursos audiovisuales que conforman el kit audiovisual.

La animación otorga dinamismo y fluidez a la integración de los recursos audiovisuales en las presentaciones en vivo de la iglesia, y mediante esta arte, se hace que el contenido sea más claro, se pueda connotar a este con características que reflejen la personalidad de la marca y que

los contenidos puedan contener menor cantidad de información en cada fotograma, ya que otorga flexibilidad debido a la capacidad de animar la información y mostrarla secuencialmente.

La animación busca sumar al proyecto y debe evitar la distracción de la audiencia; por lo que el uso de animaciones sobrias y acordes a la marca y que conecten con el grupo objetivo es el objetivo primordial en el proceso de desarrollo de los recursos audiovisuales animados.

7.1.10 Cinematografía. La Cinematografía forma parte de las artes esenciales para el desarrollo de este proyecto, ya que indirectamente en relación con los principios de la cinematografía, el kit audiovisual funciona como un soporte visual y sonoro de la mezcla de vídeo en vivo.

Los recursos para incluir en el kit audiovisual forman parte de un universo audiovisual que en la práctica se vuelve parte de productos audiovisuales en vivo de carácter cinematográfico; por lo que el conocimiento del cine y los fundamentos de este arte son relevantes y deben tomarse en cuenta en la creación del proyecto.

El conocimiento de planos, ángulos, y operación técnica de equipos de producción cinematográfica contribuirá a la toma asertiva de decisiones creativas y de diseño, ya que se debe recordar que el kit audiovisual es un soporte al mensaje, y no debe robar protagonismo al trabajo cinematográfico desarrollado por el equipo de producción en vivo.

7.1.11 Tipografía. La rama tipográfica del diseño gráfico tiene una relevancia significativa para el desarrollo de este proyecto; esto debido a que muchos recursos audiovisuales involucran el uso de cuerpos de texto para proporcionarle al grupo objetivo información adicional, reforzar una parte clave del mensaje o para hacer llamadas a la acción dentro de la producción audiovisual.

La importancia del estudio tipográfico y la correcta elección de una familia tipográfica principal y familias para usos secundarios es una parte clave del proceso del diseño y creación del kit audiovisual para Iglesia Palabra Fiel.

7.1.12 Teoría de la Gestalt. El conocimiento y aplicación de lo que la teoría de la Gestalt propone dentro del proceso de desarrollo gráfico del kit audiovisual para Iglesia Palabra Fiel, contribuirá en el entendimiento del rendimiento visual de la composición y retículas creadas.

Con base en los principios de esta teoría, se puede saber si la audiencia percibe elementos como unidades individuales, como grupos de figuras o como parte de un todo; esto para tomar óptimas decisiones de diseño acordes a lo que se desea transmitir de manera estilística a través de la línea gráfica a desarrollar para estandarizar los recursos audiovisuales del kit.

7.1.13 Teoría de recorrido visual. El estudio de los patrones de recorrido visual predeterminados o populares del grupo objetivo es parte importante de la información a recopilar previamente al desarrollo de composiciones y retículas

La adaptación y aplicación de la información acerca de las composiciones con los recorridos visuales más eficientes, que faciliten la comprensión del mensaje y eliminen barreras y posible ruido generado a través del diseño.

El recorrido visual también es relevante para el orden de aparición o acciones de los elementos en recursos animados, ya que mediante el uso de una composición adaptada a un recorrido visual eficiente y fluido, se encuentran puntos de mejora para llevar a cabo el proceso de animación y que este contribuya a los esfuerzos de composición y diseño en la misión de llevar el mensaje a la audiencia.

7.1.14 Minimalismo. La tendencia del minimalismo es uno de los pilares o fundamentos del desarrollo del proyecto; ya que el principio del minimalismo de “menos es más” es un reto de diseño a superar.

El que los recursos audiovisuales sirvan de apoyo y soporte al contenido audiovisual emitido en directo hace que estos se conviertan en un elemento adicional en la composición; es por esto, que el principio “menos es más” debe ser aplicado, mediante el análisis y el uso de únicamente elementos necesarios, que aporten a compartir el mensaje y eviten distraer a la audiencia.

El minimalismo forma parte integral de todas las fases de desarrollo del proyecto, desde la planeación, el desarrollo de composiciones reticulares, la fase de diseño y la animación de los recursos que así lo requieran.

7.2 Conceptualización

La conceptualización servirá de referencia para la elaboración de todos los elementos que irán colocados en el proyecto Diseño de kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel.

7.2.1 Método. Brainwriting. El método creativo “*brainwriting*” o lluvia de ideas escrita, fue creado por Bernd Rohrbach en 1968, y es usada principalmente para facilitar el desarrollo de ideas individuales para luego compartirlas al grupo y desarrollar un proceso común de lluvia de ideas. El *brainwriting* se diferencia de la lluvia de ideas tradicional en que este posee un enfoque más individualista, otorgando al participante la posibilidad de meditar sus respuestas sin ser influenciadas por la conciencia colectiva o guiarse por ideas comunes en el grupo.

El método del *brainwriting*, funciona de la siguiente forma: Se otorga un papel en blanco a los participantes individualmente, y se les pide escriban ideas; sin importar lo útiles o no que estas puedan parecer para resolver el problema. Posteriormente, se discuten las ideas en grupo, o se hace una revisión personal de estas en caso de desarrollar la técnica creativa de manera individual. A partir de las ideas generadas se crea el concepto clave que responda a la problemática y cumpla con las características creativas necesarias. Se debe llevar el siguiente esquema:

- Paso 1. Generación de ideas en forma abundante en papel o en bloque de notas electrónico; se deben generar ideas sin importar que tan útiles o no estas parezcan, o que tan cercanas o alejadas estén de resolver el problema; esto con la finalidad de dejar que la capacidad creativa fluya y no se vea impedida por el descartar ideas vagas o fuera de línea.
- Paso 2. Descartar las ideas que no sean útiles y las entradas múltiples de conceptos idénticos; salvando el sinónimo que más se apegue a las necesidades creativas del proyecto.
- Paso 3. Filtrar las ideas principales y tomarlas como base para generar conceptos o frases como fundamentos creativos del proyecto
- Paso 4. Seleccionar el concepto más adecuado para el desarrollo óptimo del proyecto, revisar si se desea cambiar algo o cómo este puede ser optimizado hasta su mejor versión.

Con estos pasos, se debe completar la solución del problema planteado.

7.2.2 Definición del concepto. Para el proyecto Diseño de kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel, se

aplicó la técnica de creatividad titulada *brainwriting*. Se desarrollaron los siguientes pasos:

- Paso 1. Se generaron x ideas en papel, que posteriormente se trasladaron a un formato electrónico para su presentación a continuación, sin importar su grado de relación o funcionalidad para resolver el problema.

Casa	Presencial	Nueva experiencia	Digital	Tecnología
Educación	Iglesia interactiva	Comunidad	Interacción	Familia
Accesibilidad	Replay	Redes sociales	Alternativa	Incluyente
Para todos	Audiovisual	Hogar	Música	Importancia
Potencia	Energía	Entretenido	Alabanza	Adoración
Dios	Jesús	Tiempo con Dios	Biblia	Estás en casa
Versículo	Palabra Fiel	Bienvenido	Aquí hay un lugar para ti	Gracias por conectarte
Palabra Fiel es Esta	Iglesia desde donde quieras	Día del Señor	Domingo en casa	Adoremos juntos a Jesús

- Paso 2. Se descartaron las ideas que no se consideraron útiles o que aportarían a solucionar el problema; específicamente las relacionadas a una experiencia completamente nueva y separada de la experiencia presencial. Esto debido a que el propósito de la comunidad digital es integrar a personas a la congregación en general, por lo que mediante la estandarización gráfica se busca connotar que estas son parte de la comunidad digital, y que esta forma una parte importante de la congregación.

- Paso 3. A través de una filtración de ideas, se identificaron como mensajes importantes las ideas relacionadas con una experiencia relacionada a la experiencia presencial, la bienvenida e inclusión de la comunidad digital a todas las actividades generales de la congregación, es por esto que se valoraron como más efectivos los conceptos de comunidad, casa, para todos y la idea que así como la congregación busca hacer sentir a sus miembros como en casa, se estandarizará sobre estos conceptos el kit audiovisual.
- Paso 4. Se identificaron dos conceptos ideales para estandarizar el kit audiovisual acorde a lo que se desea transmitir mediante el diseño de los recursos. Los conceptos elegidos para generar un mensaje a partir de estos son “Bienvenido” y “Estás en casa”, mediante los cuales se llegó al concepto: “Bienvenido a casa”

De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase **“Bienvenido a casa”**.

Sin embargo, como la compañía ya cuenta con un eslogan, esta frase se usará únicamente como fuente de inspiración para el proyecto.

7.3 Bocetaje

Con base en la frase “Bienvenido a casa” se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: Tabla de requisitos, bocetaje de diagramación o bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

7.3.1 Tabla de requisitos.

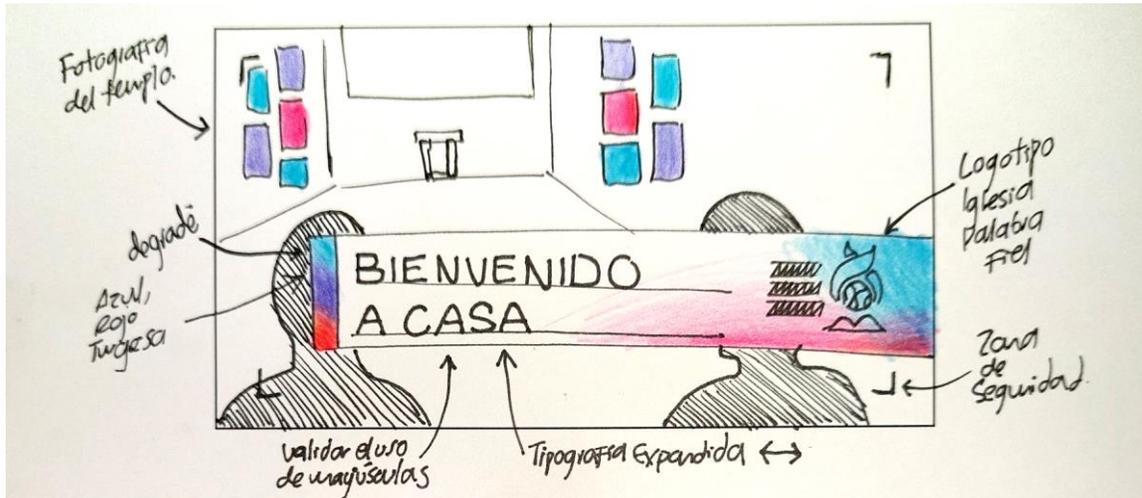
Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Identificar a la empresa, evocar la sensación de estar en la congregación de forma presencial a través de los colores clave de la iluminación del templo y la comunicación corporativa de Iglesia Palabra Fiel.	Adobe Color: Elegir paleta de colores básica para aplicar en los elementos del kit audiovisual. Se buscará un esquema de colores de tipo tríada para fomentar el contraste.	Alegría, paz, modernidad.
Tipografía	Mostrar jerarquías de forma visual. Facilitar e incentivar la lectura de los textos, evitar la distracción con tipografías muy ornamentales o decorativas.	Selección de una familia tipográfica minimalista y versátil en cuanto estilos, para diversificar los textos manteniendo la estandarización tipográfica en todos los cuerpos de texto.	Minimalismo, cercanía, legibilidad.
Fotografías	Conectar a la audiencia digital con experiencias presenciales, y hacerle sentir identificado con la comunidad; y otorgar el factor humano a las producciones en vivo a través de los elementos del kit.	Edición fotográfica a través de Adobe Photoshop CC, con los esquemas de color y estilo propio del apartado fotográfico de la congregación, con contraste cromático entre iluminaciones y sombras.	Familia, comunidad, hogar, cercanía, identificación, pertenencia, calidez.

Diagramación	Organizar los elementos visuales de la composición a través de retículas, que aporten a la estética y funcionalidad de los elementos del kit de recursos audiovisuales, mediante el uso de composiciones simples, que respeten los márgenes de seguridad y respondan a zonas de interés en el recorrido visual.	Diagramación de retículas y márgenes para identificar las zonas de seguridad visual y las áreas de interés. Diseño de retículas como guías en Adobe Illustrator CC.	Orden, apoyo, complemento, aportación, contribución, nuevo aprendizaje, inclusión.
Elementos gráficos	Contribuir a la comprensión y reforzar el mensaje mediante iconografía; estilizar y transmitir el estilo visual de la marca a la audiencia.	Diseño de elementos visuales en Adobe Illustrator CC.	Nuevo aprendizaje, educación, estética, orden, llamada a la acción, inclusión.

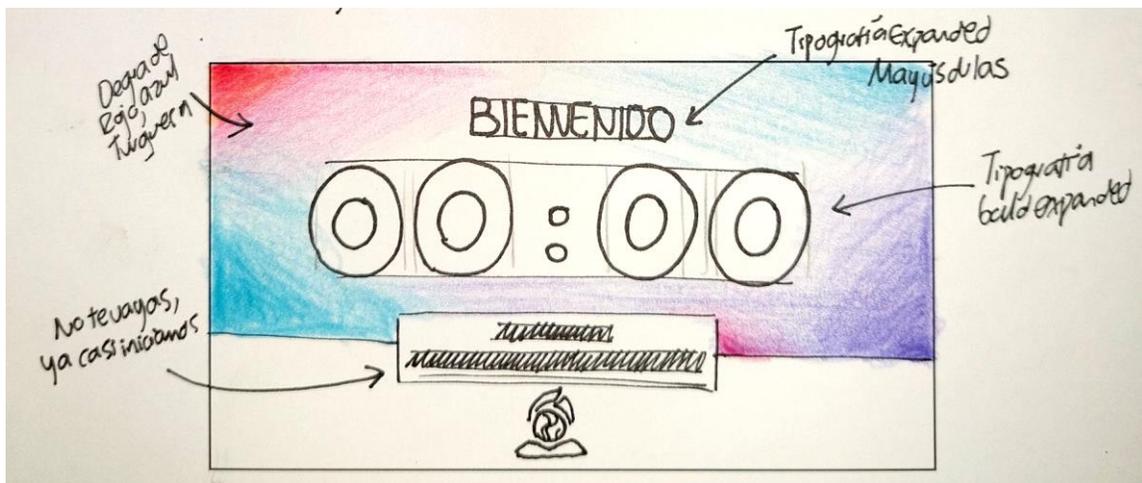
7.3.2 Bocetaje.

Propuesta 1

Cintillo. 1920px X 1080px.



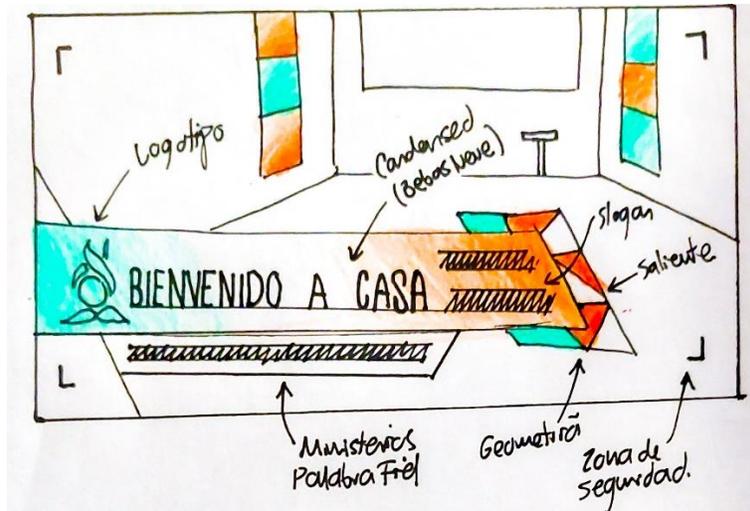
Conteo regresivo. 1920px X 1080px.



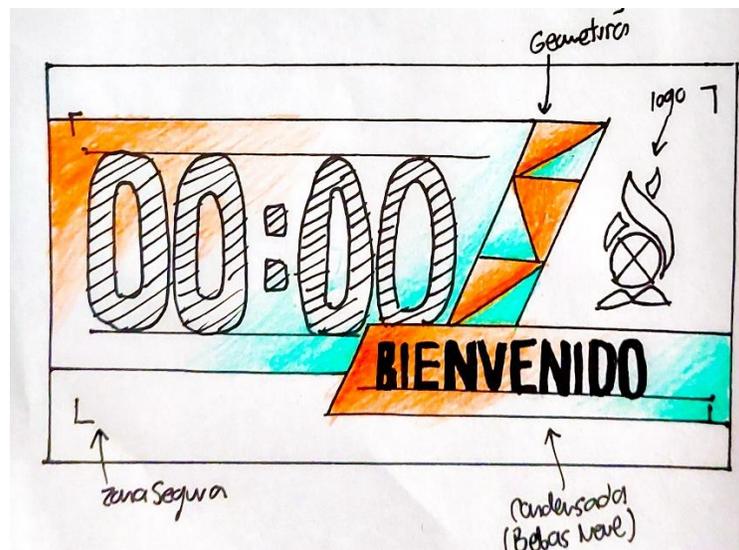
Uso de colores similar a una tríada, fundamentada en el esquema de iluminación tradicional del interior del templo. Utilización de un degradado con aspecto orgánico y compuesto utilizando los colores de la paleta cromática elegida; familia tipográfica escogida con características bold y extendida.

Propuesta 2

Cintillo. 1920px X 1080px.



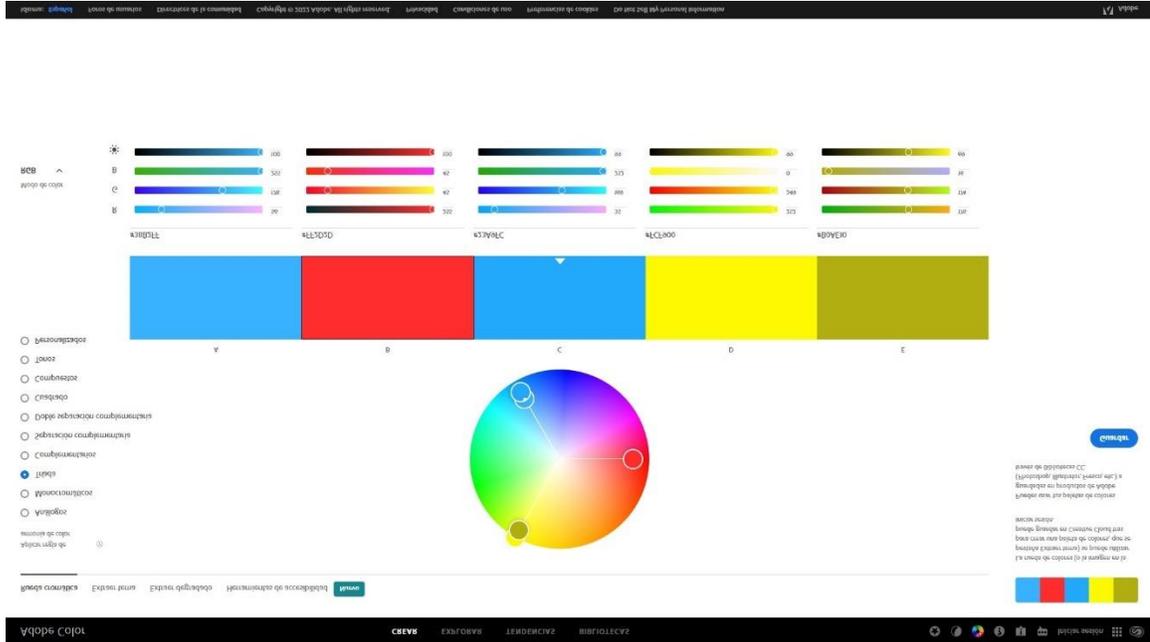
Conteo regresivo. 1920px X 1080px.



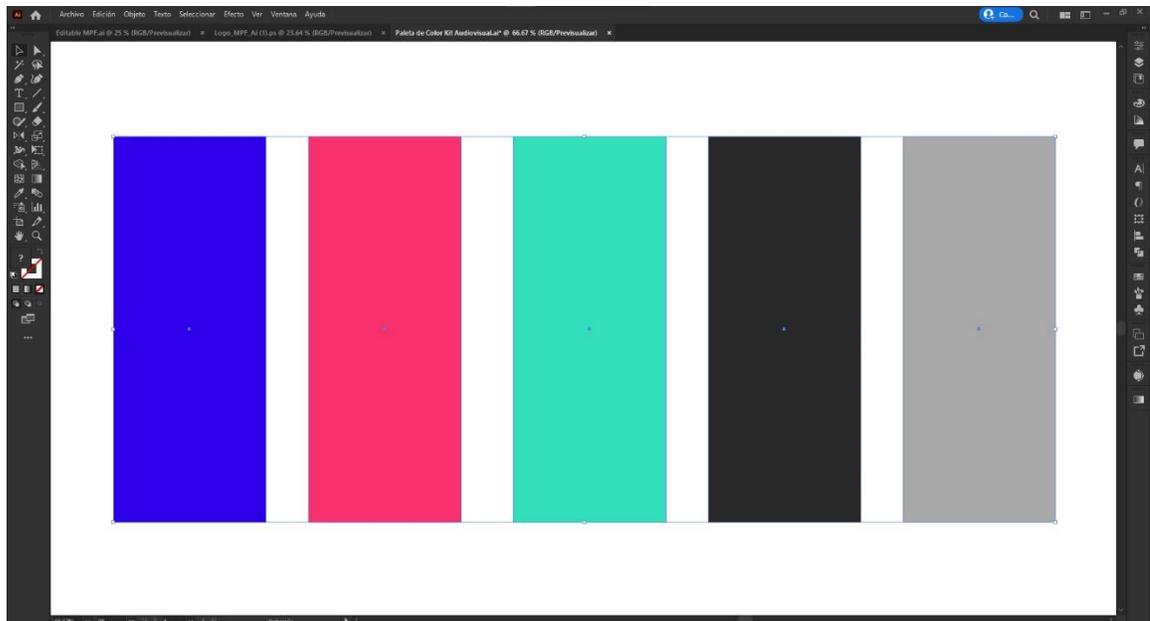
Uso de una paleta de color complementaria con algunos ajustes. Uso de figuras geométricas triangulares para expresar modernidad. Familia tipográfica elegida con características bold y condensada.

7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos.

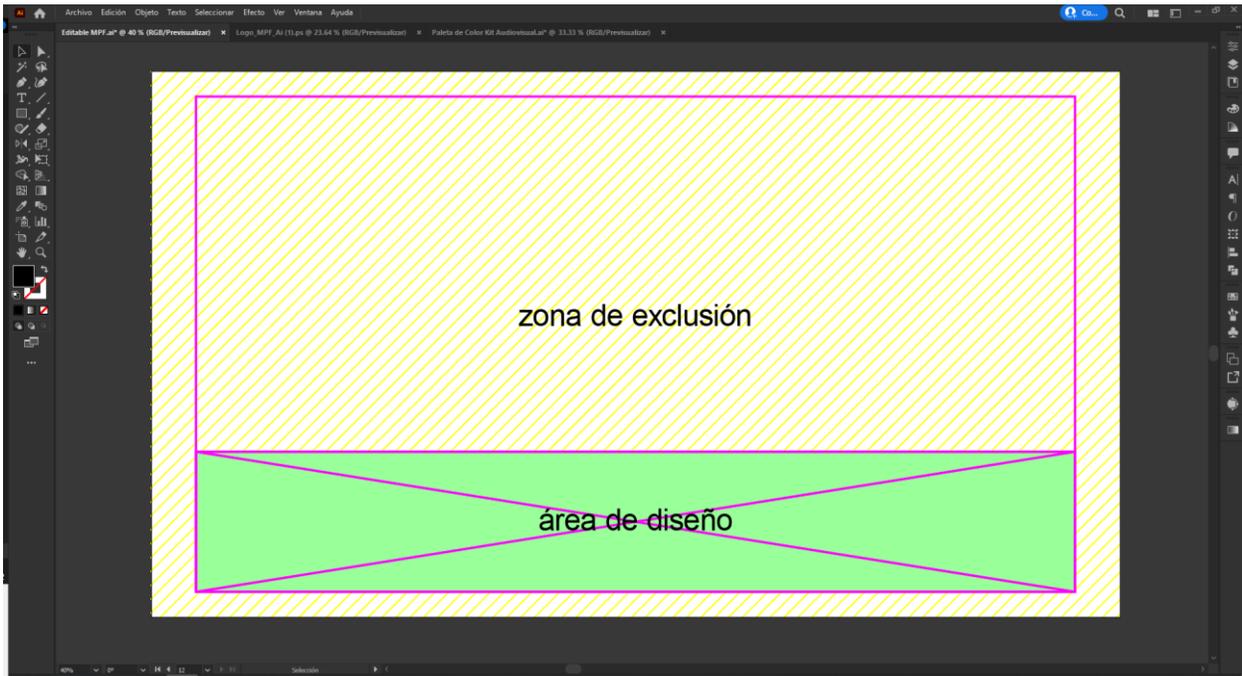
Se creó una triada de colores preliminar en Adobe Color.



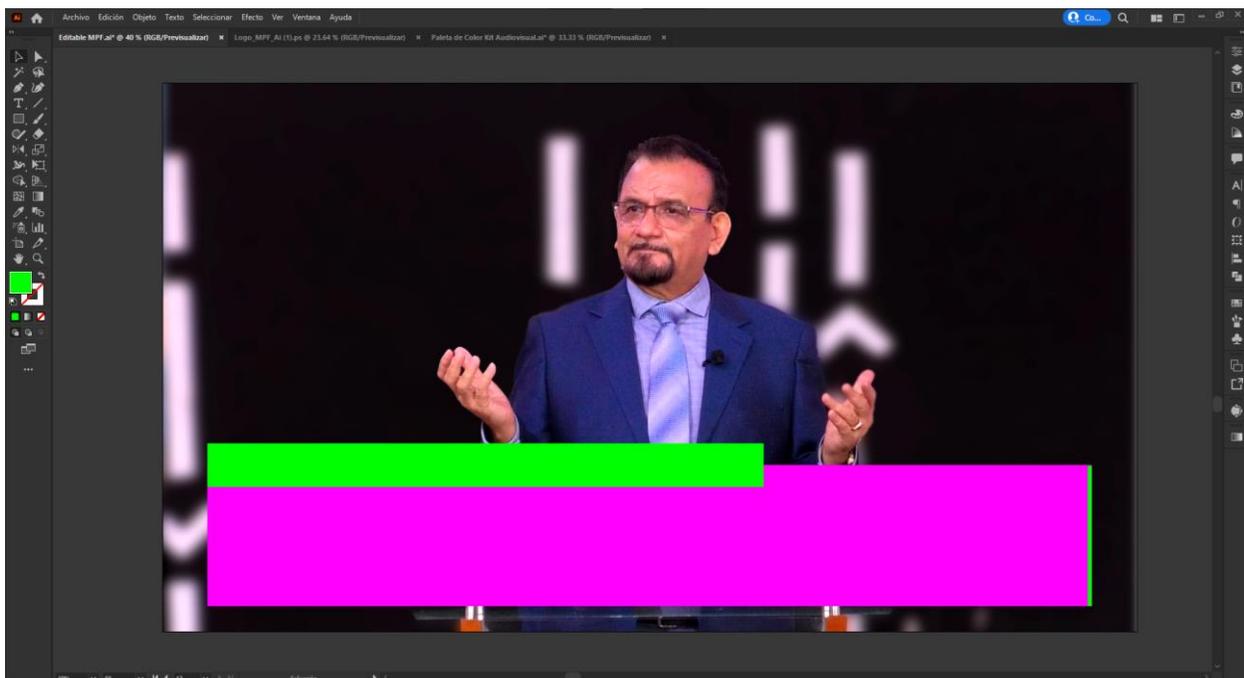
Se ajustó la tríada de color, por una que se apega más a los colores recurrentes de iluminación del templo y al esquema de color principal del contenido de redes sociales.



Se diseñó la retícula principal de cintillos con base en la retícula preliminar del bocetaje.



Se diseñó la base de los cintillos sin esquema de color, se usó como referencia de la zona segura una fotografía de un plano medio utilizado en las producciones en vivo.



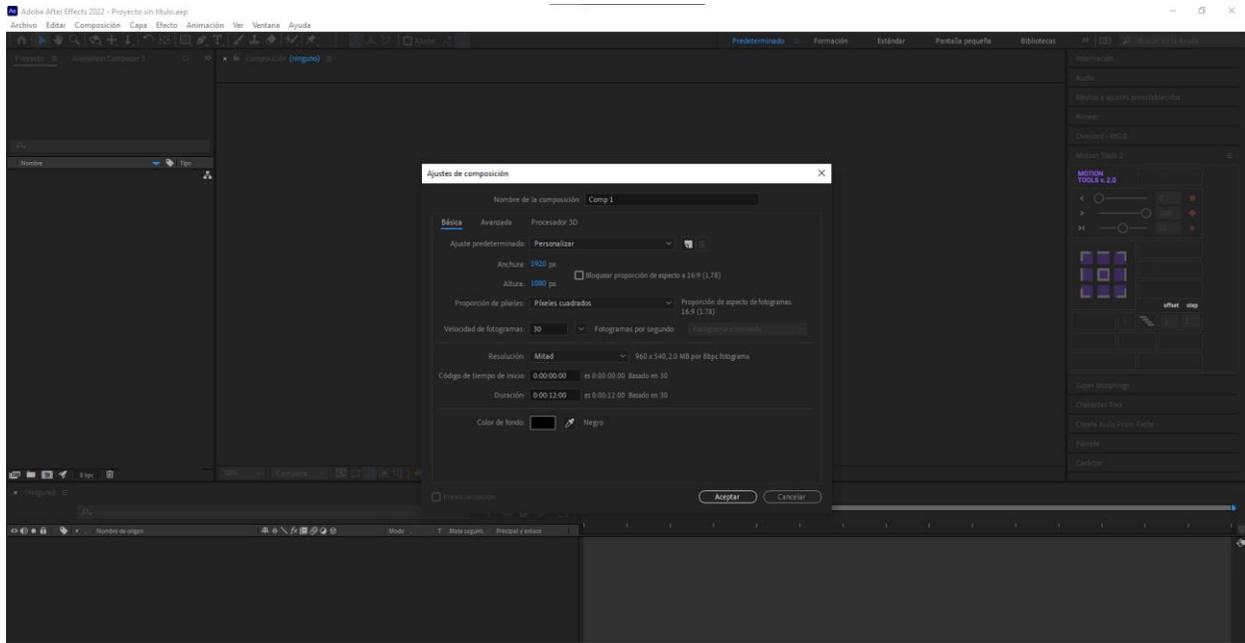
Se aplicó el esquema de color a la geometría base de los elementos, se agregaron íconos de apoyo al mensaje y se incluyó un versículo bíblico a manera de ejemplificación y referencia.



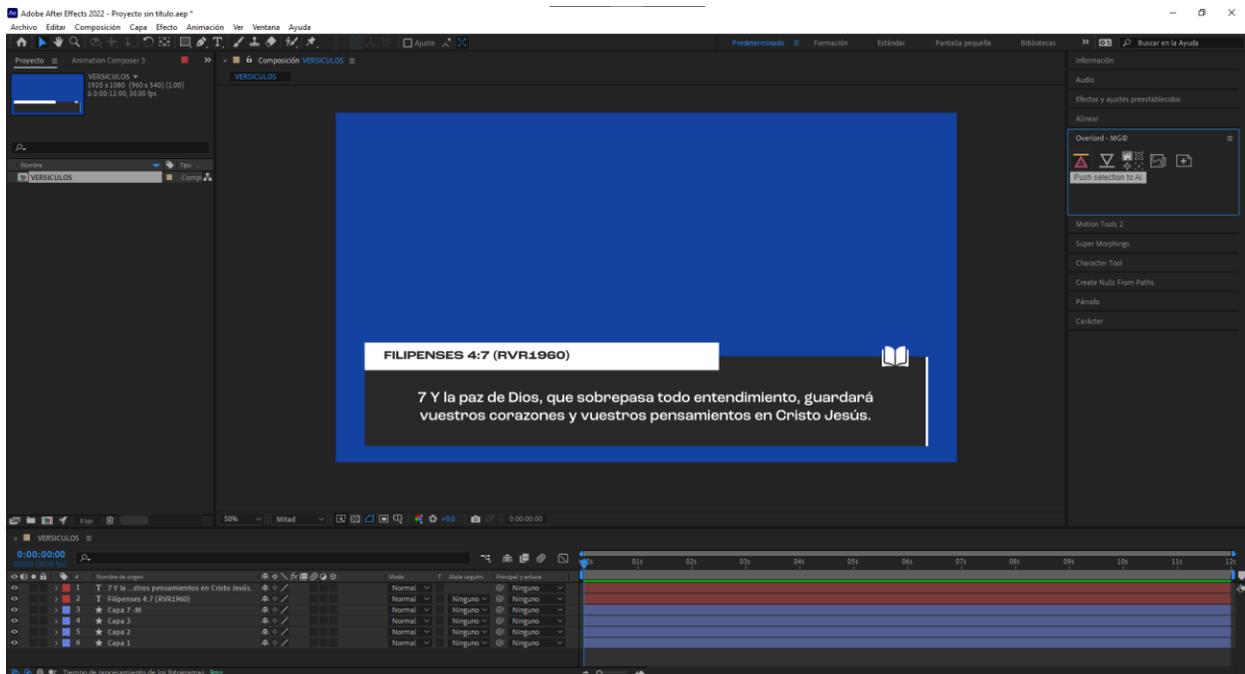
Se diseñaron los elementos gráficos con diagramaciones específicas como introducciones, salidas y cintillos más pequeños, siguiendo la línea gráfica y la paleta de color.



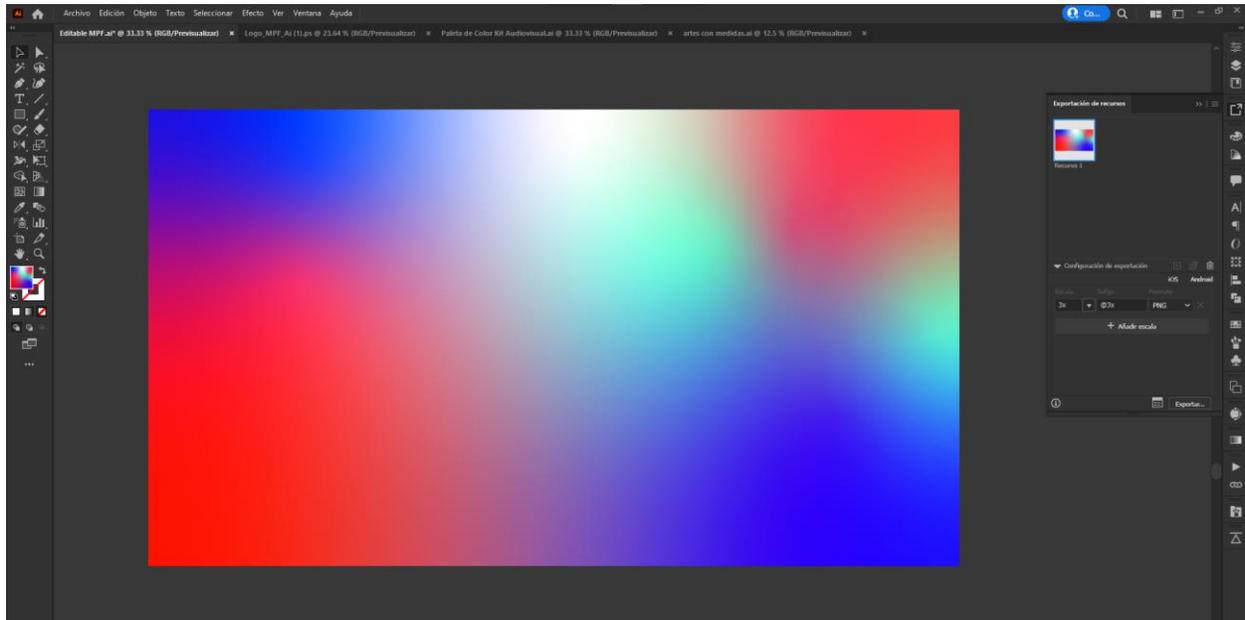
Se crearon nuevas composiciones en blanco en Adobe After Effects para importar los elementos estáticos desde Adobe Illustrator y poder animarlos.



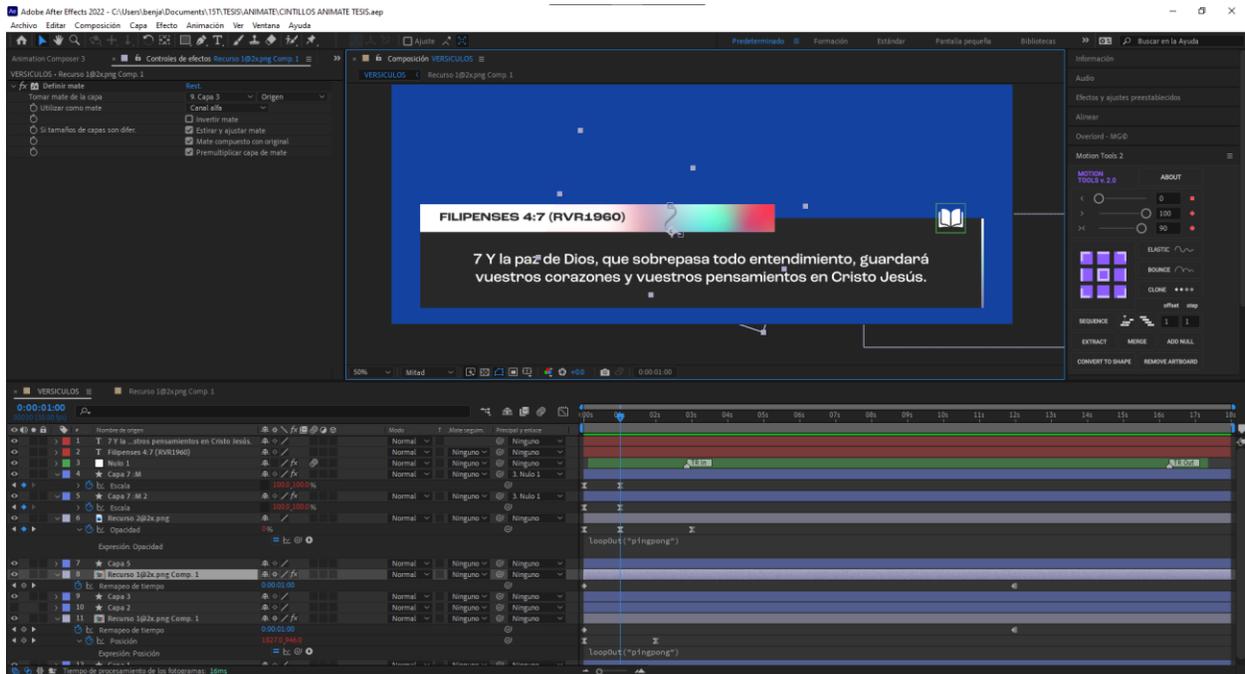
Se importaron los elementos de los recursos diseñados desde Adobe Illustrator utilizando la extensión Overlord de Battle Axe.



Se exportó por separado el esquema de color en degradado para animarlo y poder utilizarlo en los elementos que se conforman a partir de este.



Se animaron los elementos en Adobe After Effects, a través de máscaras de capas, definición de mates y uso de expresiones.



7.4 Propuesta preliminar

Pieza 1: Introducción de bienvenida.

Tamaño 1920x1080 píxeles, formato .PNG.



Mensaje de introducción con el mensaje clave, conformada por fotografía, logotipo de Iglesia. Potencia el poder comunicativo con un texto corto y otorga la pauta inicial para que la audiencia conozca el estilo visual de todo el kit.

Pieza 2. Cintillo para versículos, conceptos clave.

Tamaño 1920x1080 píxeles, formato .MOV.



Cintillo con cajas de texto personalizable para mostrar versículos y textos de apoyo que complementen el mensaje audiovisual de la grabación en vivo.

Pieza 3. Cintillo síguenos en redes sociales.

Tamaño 1920x1080 píxeles, formato .PNG.



Cintillo con íconos de las principales plataformas de redes sociales donde se encuentra Iglesia Palabra Fiel, tiene como objetivo hacer la llamada a la acción de seguir a la iglesia en sus redes sociales para estar al pendiente de cada evento y contenido.

Pieza 4. Cintillo presentación de predicador.

Tamaño 1920x1080 píxeles, formato .MOV.



Cintillo con el nombre del predicador que expone el mensaje bíblico durante el culto en vivo. Tiene como objetivo presentar al encargado de exponer la palabra de Dios a la comunidad de fe el día de hoy. Se elaborarán los de los predicadores principales y frecuentes de la congregación hasta la fecha.

Pieza 5. Cintillo presentación alabanza.

Tamaño 1920x1080 píxeles, formato .MOV.



Cintillo con el nombre de la banda musical de la congregación, se puede alternar con los nombres del cantante principal, quien apertura la transmisión en vivo con un saludo y el inicio del tiempo musical.

Pieza 6. Cintillo necesitas oración.

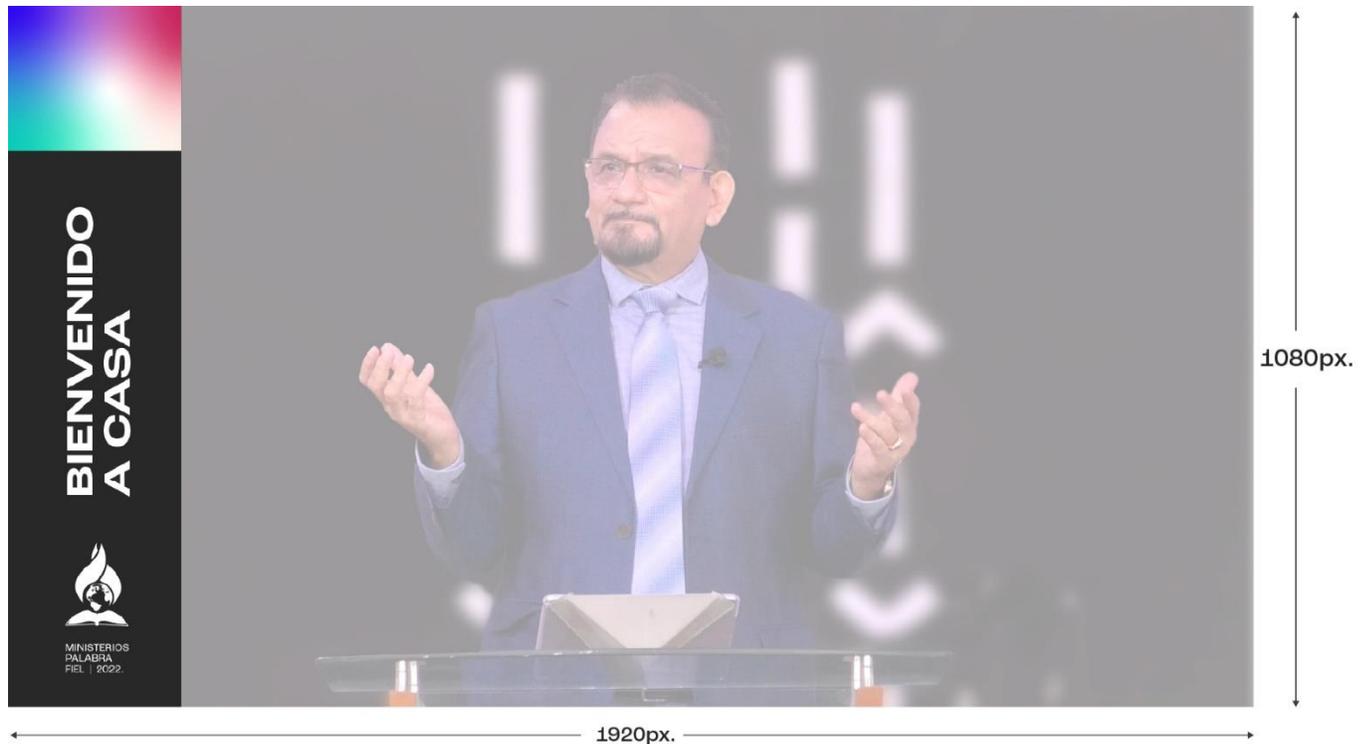
Tamaño 1920x1080 píxeles, formato .MOV.



Cintillo con una llamada a la acción, a que el miembro de la comunidad digital pueda interactuar dejando en un comentario peticiones de oración personales o de amigos, familiares, entre otros; esto a través del chat en vivo de las plataformas de Facebook y YouTube, donde se emite la transmisión en directo de Iglesia Palabra Fiel.

Pieza 7. Cintillo lateral, bienvenido a casa.

Tamaño 1920x1080 píxeles, formato .MOV.



Cintillo con el mensaje principal del kit audiovisual, “Bienvenido a Casa”, sirve como apoyo en saludos que no inician con el líder de la banda musical. Es un cintillo con una diagramación “fuera de la caja” que llama la atención y refuerza el mensaje principal de bienvenida e invitación a quedarse en la transmisión en vivo de los conectados de la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel.

Pieza 8. Cortina de emergencia para problemas técnicos.

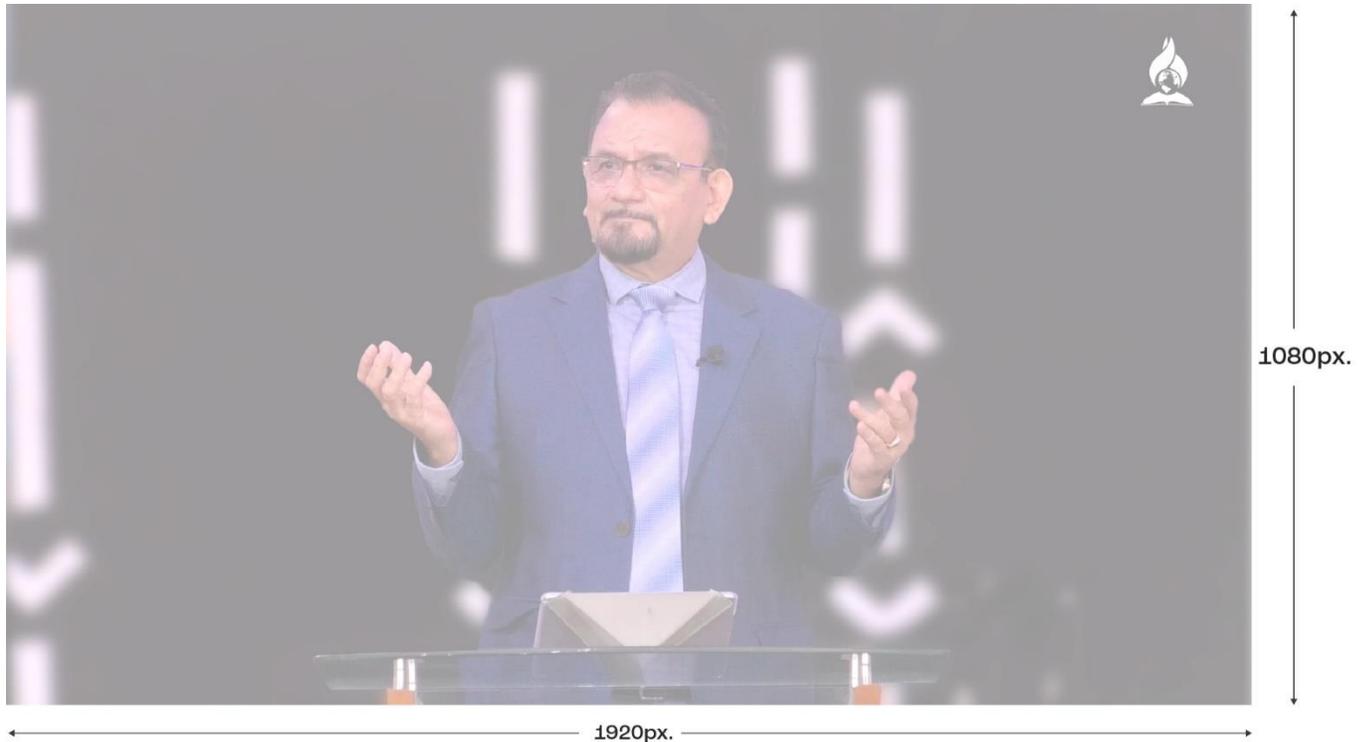
Tamaño 1920x1080 píxeles, formato .PNG.



Imagen estática, permite al productor comunicar un mensaje de error y aporta a la retención de la audiencia en caso de que existan problemas técnicos de cualquier tipo durante la transmisión en vivo. El mensaje “Recuperando señal...” genera el sentido de espera y expectativa a la solución del problema en la audiencia, y el agradecimiento interno por parte de los seguidores de la comunidad digital por la búsqueda de soluciones ante la caída de una transmisión en directo.

Pieza 9. Logotipo animado de la congregación.

Tamaño 1920x1080 píxeles, formato .MOV.



Logotipo de Iglesia Palabra Fiel animado estilo canal televisivo. Aporta en la instalación del símbolo de la congregación y a estandarizar el estilo visual de las transmisiones en vivo a lo largo del tiempo. Es un elemento efímero, que cuenta con una animación de entrada y salida, y no debe utilizarse en sobremanera para evitar que resulte monótono.

Pieza 10. Cintillo personalizable con llamada a la acción a través de QR.

Tamaño 1920x1080 píxeles, formato .MOV.



Cintillo personalizable, permite incluir una llamada a la acción y redirigir a la audiencia a un enlace externo a través de un código QR, como a un sitio de donaciones, información acerca de un evento, registro a futuras actividades, contenido exclusivo del tema del día, entre otros.

Pieza 11. Cortina de salida, nos vemos pronto.

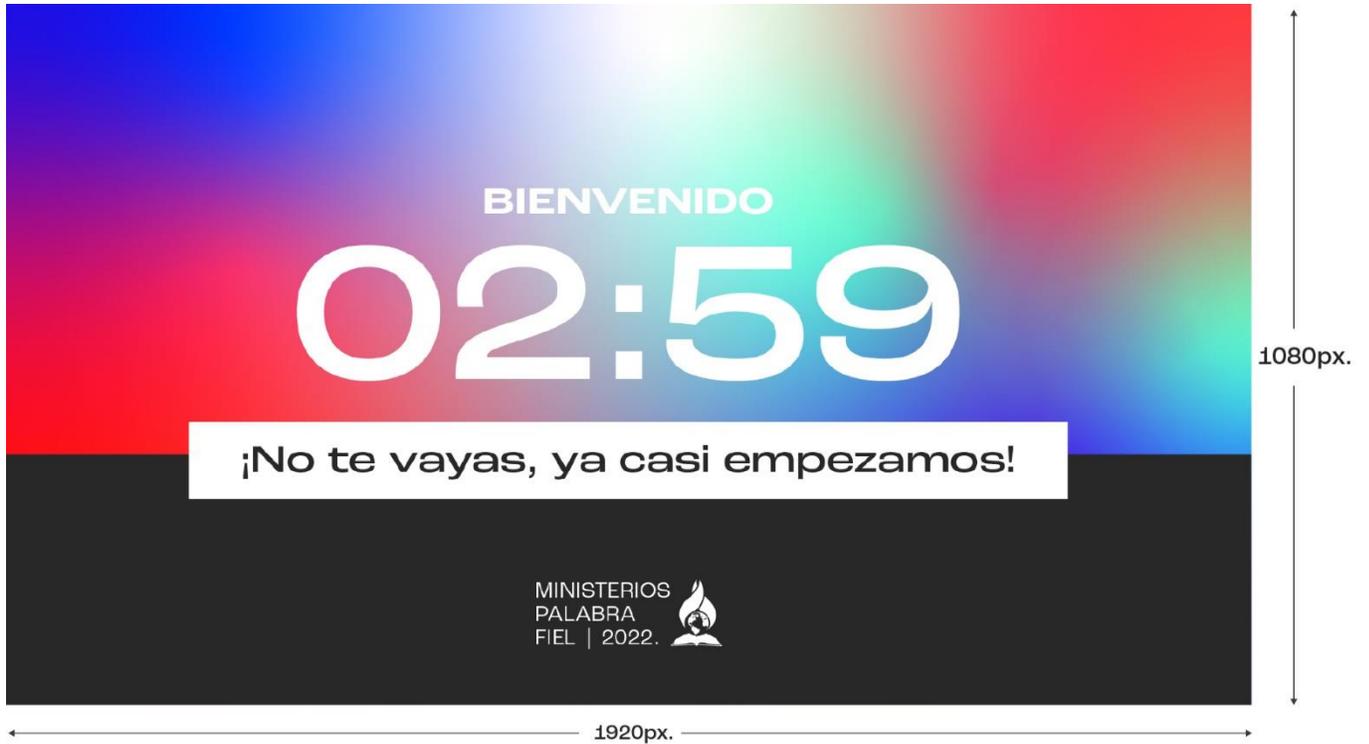
Tamaño 1920x1080 píxeles, formato .PNG.



Cortina animada de salida, indica el final de la producción en vivo mediante el agradecimiento de la atención a la audiencia, y una invitación a seguir siendo parte de la comunidad en línea en vivo cada miércoles y domingo a través de las producciones en vivo de Iglesia Palabra Fiel.

Pieza 11. Conteo pre-transmisión, ya casi empezamos.

Tamaño 1920x1080 píxeles, formato .MOV.



Conteo animado de entrada, tiene la función de retrasar el inicio de la transmisión en vivo para otorgar tiempo a conectarse a una mayor cantidad de audiencia sin que esta se pierda el inicio del culto en línea. Va seguido por la introducción.

CAPÍTULO VIII
VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación técnica

Al finalizar la propuesta preliminar de Diseño de kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel, se dará inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizarán de dos maneras: de forma virtual a través de Google Forms para clientes y grupo objetivo, e impresas para expertos.

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

La herramienta por utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a quince (15) personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco (5) expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

Las encuestas se realizaron a una muestra de 21 personas divididas en tres grupos:

Clientes: Ministerios Palabra Fiel, representado por Pastora Diana Molina de Arana, encargada del departamento de producción de la congregación.

Expertos: Profesionales en distintas áreas de la comunicación y el diseño, la publicidad y producción audiovisual.

Mg. Rolando Barahona Cifuentes

Lic. Ana Gabriela Cabrera Conde

Lic, Arnulfo Guzmán

Lic. Carlos Antonio Jiménez

Lic. Lourdes Donis

Lic. Juan Daniel De León

Lic. Wilson Paz

Grupo objetivo: Mujeres y hombres, de 16 a 40 años, con un NSE C completo y D, gustos por la diversión sana, convivencia entre familia, amigos, y tienden a la búsqueda por formar parte de un grupo social, ya sea religioso, de amistad, ayuda comunitaria voluntaria o educativo.

8.2 Método e instrumentos

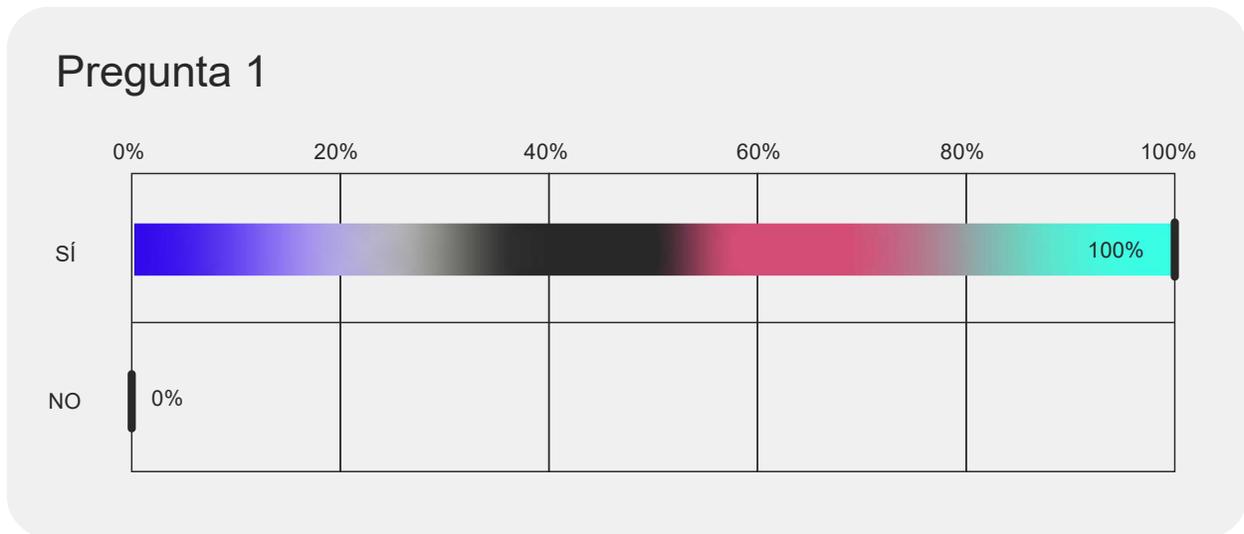
La herramienta que se usará es la encuesta. La encuesta consiste en un procedimiento a través del que se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Dentro de la encuesta se usará el método de la escala tipo Likert. Esta escala consiste en una forma psicométrica usada comúnmente en cuestionarios. Se colocan distintos grados o niveles en los que el encuestado estará de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem y posteriormente se procesan los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo y produce datos descriptivos.

Así mismo se hará uso de preguntas dicotómicas en las que el encuestado responderá “sí” o “no”, según considere.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte objetiva:

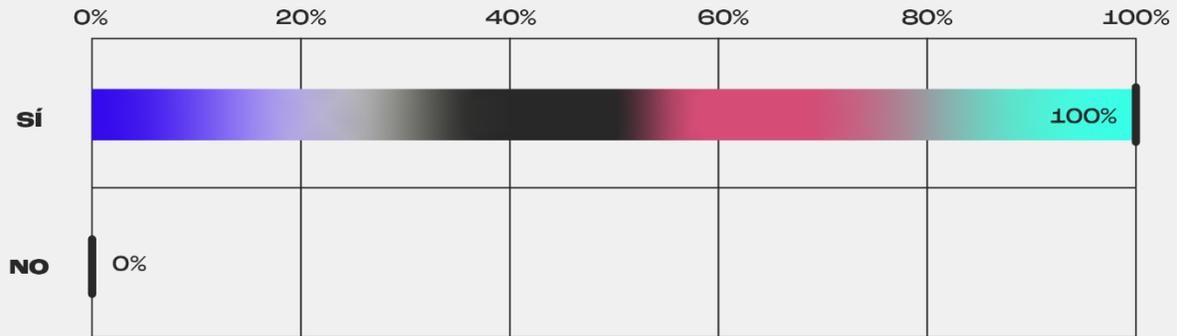
1. ¿Considera usted necesario diseñar un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel?



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que es necesario diseñar un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel; mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que el proyecto está basado en una necesidad real del cliente que debe ser satisfecha.

2. ¿Considera importante recopilar toda la información necesaria de Iglesia Palabra Fiel para la creación del kit de recursos audiovisuales?

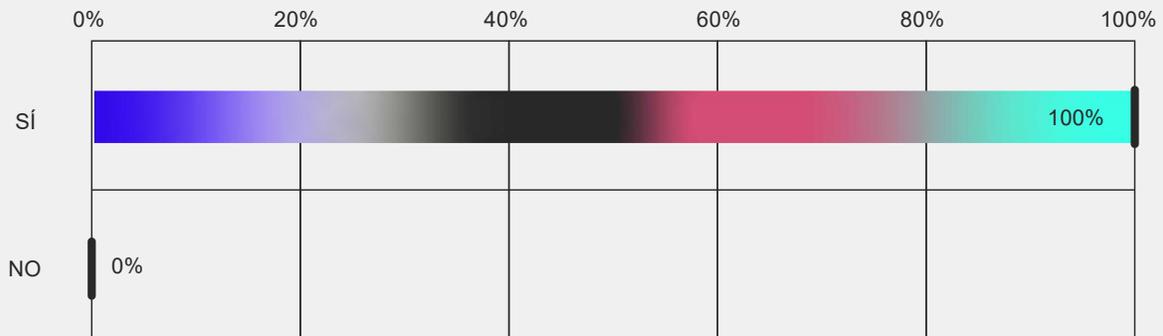
Pregunta 2



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que es necesario recopilar toda la información necesaria de Iglesia Palabra Fiel para la creación del kit de recursos audiovisuales para la institución; mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que la investigación de las características del cliente y su marca es relevante para el desarrollo del proyecto.

3. ¿Considera adecuado investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de recursos audiovisuales, para la creación del kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales de Iglesia Palabra Fiel?

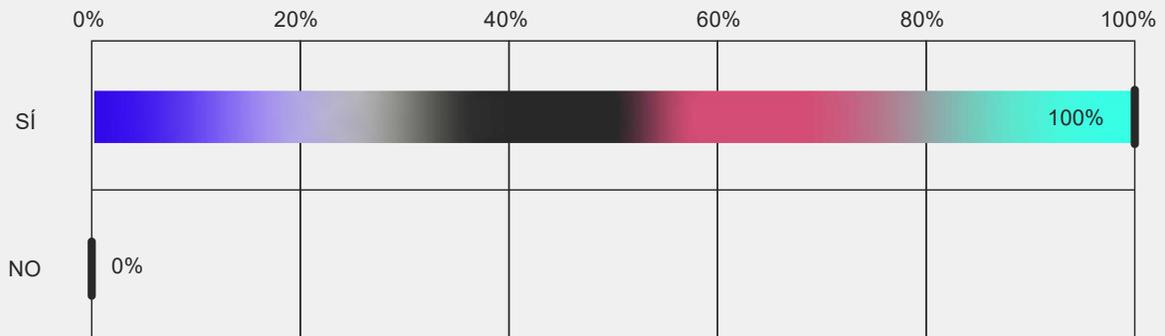
Pregunta 3



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que es necesario investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de recursos audiovisuales para la creación del kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales de Iglesia Palabra Fiel; mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que la investigación de los conceptos, técnicas y herramientas fundamentales para el desarrollo de los recursos del proyecto es relevante y aporta al desarrollo de este.

4. ¿Considera adecuado animar digitalmente los elementos gráficos que forman parte del kit audiovisual para estandarizar las presentaciones audiovisuales de Iglesia Palabra Fiel?

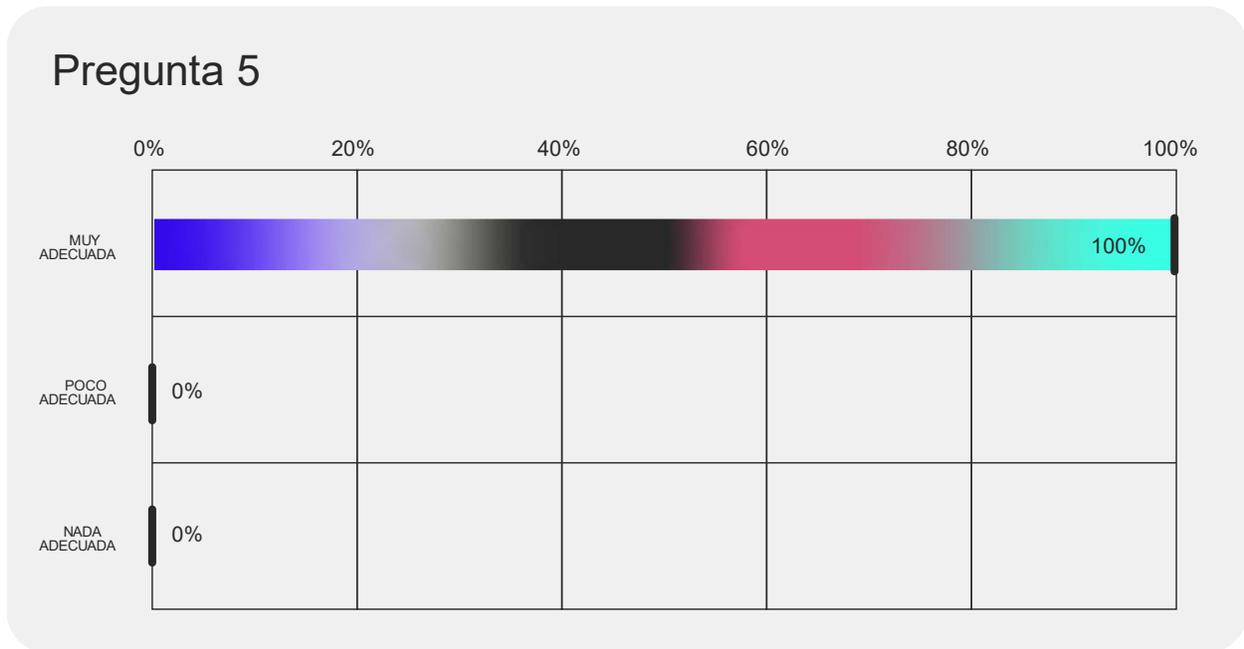
Pregunta 4



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que es necesario investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de recursos audiovisuales para la creación del kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales de Iglesia Palabra Fiel; mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que la investigación de los conceptos, técnicas y herramientas fundamentales para el desarrollo de los recursos del proyecto es relevante y aporta al desarrollo de este.

Parte semiológica:

5. ¿Considera adecuados a Iglesia Palabra Fiel los colores propuestos en el diseño?



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que los colores propuestos en el diseño son muy adecuados a Iglesia Palabra Fiel; mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que la selección de la paleta cromática realizada es funcional, ya que se adecua e identifica con la identidad de Iglesia Palabra Fiel.

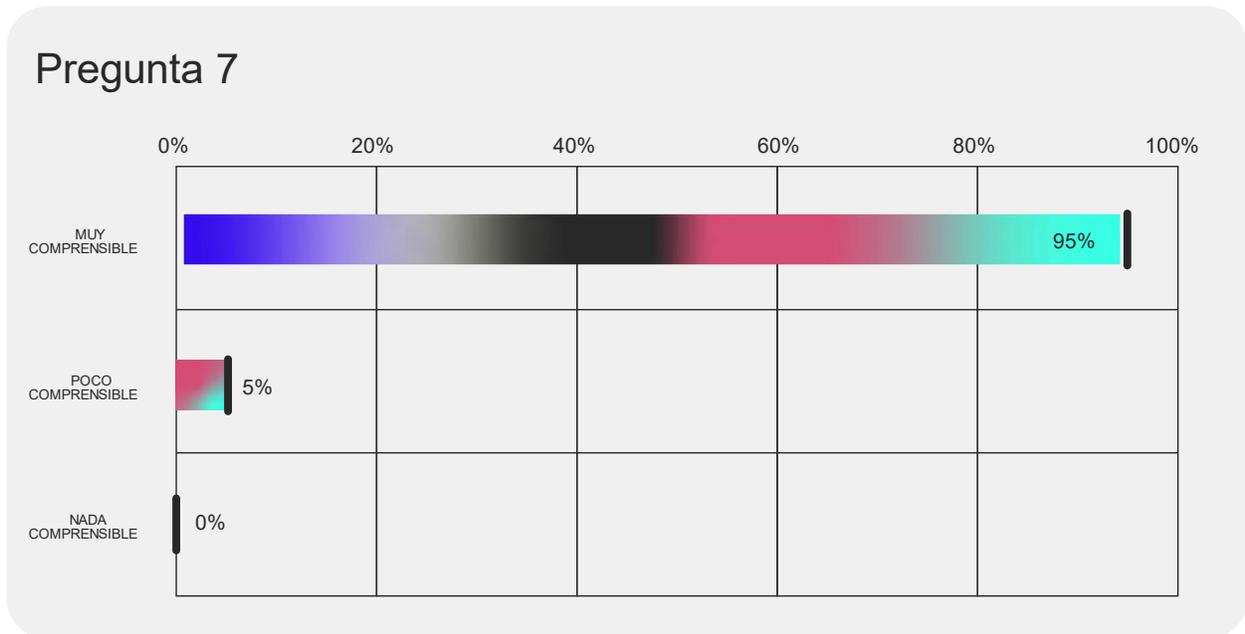
6. ¿Cree que la tipografía usada es adecuada para un grupo objetivo de mujeres y hombres de 16 a 40 años, con un nivel socioeconómico C completo y D, gustos por la diversión sana, convivencia entre familia, amigos y que tiende a la búsqueda de formar parte de un grupo social religioso, de amistad, ayuda comunitaria voluntaria o educativo?

Pregunta 6



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que la familia tipográfica utilizada (Roc Grotesk) es muy adecuada para el grupo objetivo del proyecto; mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que la selección tipográfica es certera y funcional, ya que se adecúa al grupo objetivo y a la identidad de Iglesia Palabra Fiel.

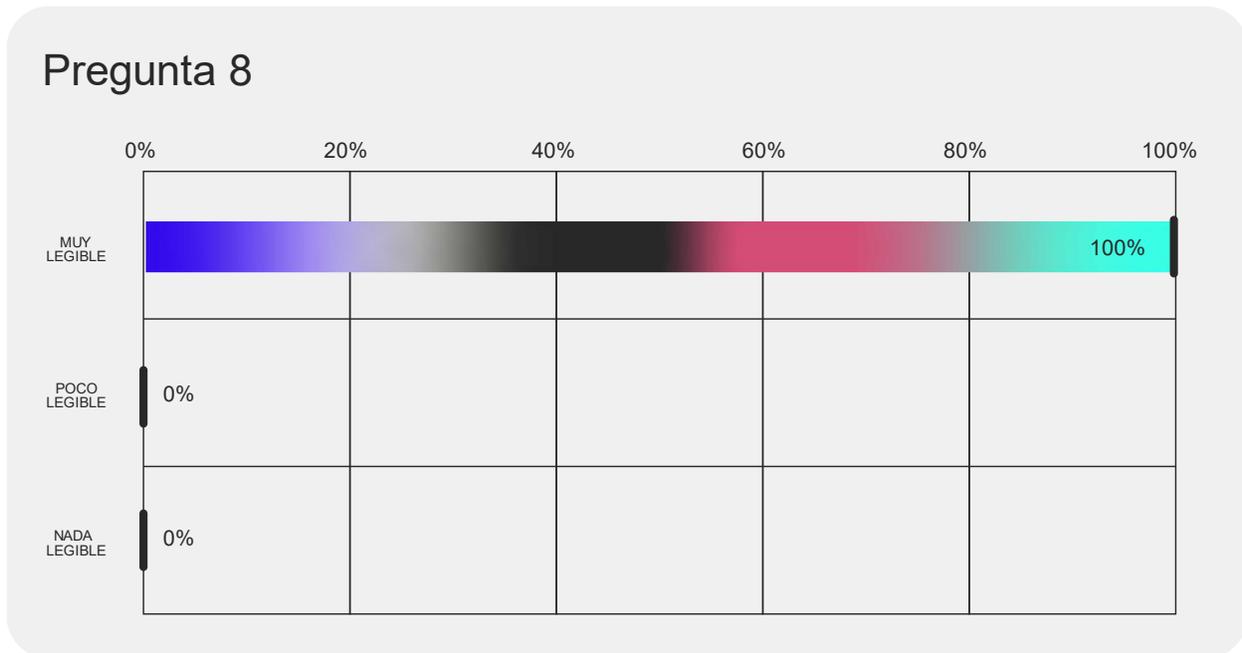
7. ¿Los diseños, ilustraciones, y animaciones de la propuesta gráfica son comprensibles, y evocan el sentido de pertenencia a la comunidad de Iglesia Palabra Fiel a la audiencia que observa sus transmisiones en directo?



Interpretación. El 95% de los encuestados indicaron que los diseños, ilustraciones, y animaciones de la propuesta gráfica son muy comprensibles, y evocan el sentido de pertenencia a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel; mientras el 5% indicaron que los diseños, ilustraciones y animaciones de la propuesta gráfica son poco comprensibles. Por consiguiente, esto demuestra que el proceso de diseño, animación y desarrollo en general de la propuesta gráfica es ideal y muy adecuado al grupo al que está dirigido.

Parte operativa:

8. ¿Considera que la tipografía utilizada en el diseño de los elementos del kit audiovisual es legible?



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que la familia tipográfica utilizada (Roc Grotesk) es muy legible; mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que la selección tipográfica es legible en todas las múltiples aplicaciones y diversas escalas utilizadas en los recursos del kit audiovisual.

9. ¿Cree visibles los elementos decorativos como degradados, líneas e íconos en la propuesta gráfica presentada?

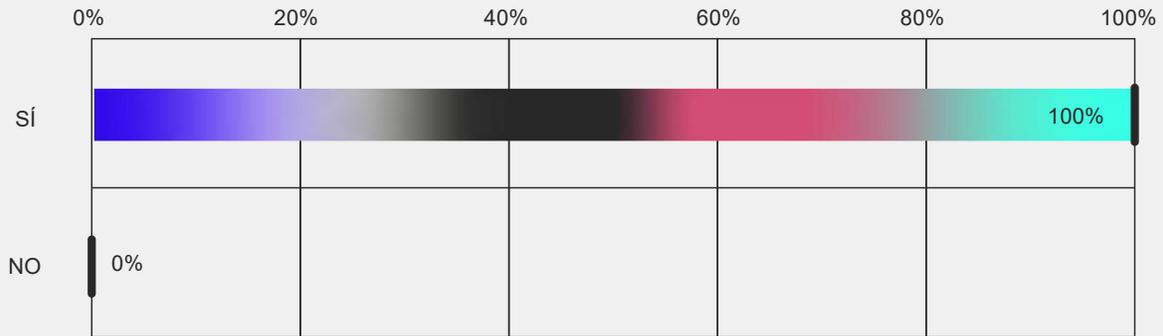
Pregunta 9



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que los elementos como degradados, líneas e íconos incluidos en la propuesta gráfica si son visibles; mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que la integración de este tipo de elementos gráficos en la propuesta es de carácter positivo para este caso, y otorga una mayor calidad visual a los recursos desarrollados para conformar el kit audiovisual.

10. Según su criterio, ¿El tamaño virtual de la propuesta es ideal para ver en dispositivos móviles y televisiones?

Pregunta 10



Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que el tamaño virtual de la propuesta es ideal para ver en dispositivos móviles y televisiones; mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que la escala y la distribución de pesos visuales de cada elemento integrado en los recursos audiovisuales de la propuesta son legibles, y comprensibles para los usuarios de múltiples dispositivos móviles y televisiones sin importar el tamaño de estos.

8.4. Cambios con base en los resultados

Con base en los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Es necesario cambiar elementos con errores de espaciado, interlineado o que generan un conflicto de atención en la pieza audiovisual.
- Es necesario corregir errores de animación, como desaparición repentina de elementos, ajustar tiempos de inicio y final de animaciones; y añadir recursos sonoros para desarrollar el apartado sonoro de la propuesta.

Antes:



Después:



1. Sustitución de color en las barras de problemas técnicos, por un esquema más sutil con tonalidades degradadas y atenuadas por una sombra negra.

2. Alteración en color de fondo por gris oscuro para destacar el texto “Recuperando Señal”.

Antes:



Después:



1. Reducción de 20% en la escala del texto de la cortinilla de salida.

Antes:



Después:



1. Ajuste de brillo del fondo degradado a través de niveles, para asegurar la legibilidad.
2. Ajuste de interlineado y reducción en la escala del texto “¡Qué alegre tenerte con nosotros de nuevo” para enfatizarlo.

Antes:



Después:



1. Ajuste de posición de elementos para centrarlos perfectamente en el lienzo.
2. Ajuste de color y textos para evitar la competencia visual entre los elementos.

Antes:



Después:



1. Corrección de tiempo de presencia de logotipo, ya que desaparece en la mitad del conteo.

Antes:



Después:

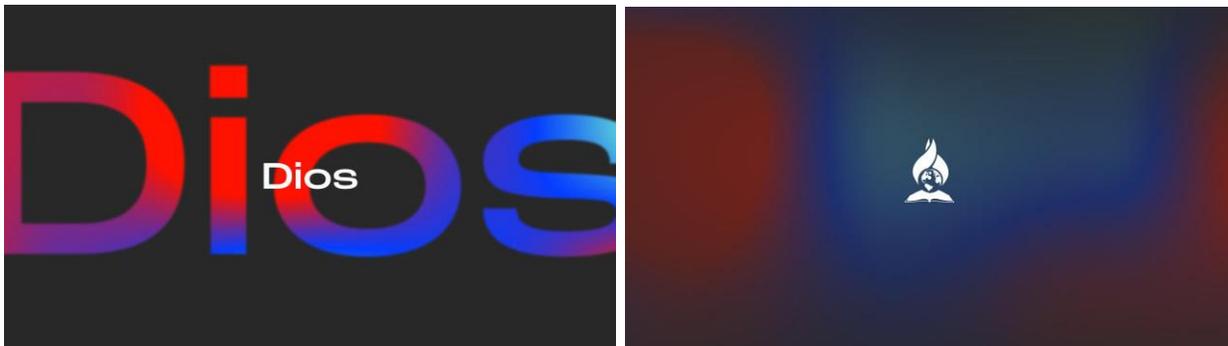


1. Adición de logotipo en el cintillo personalizable de llamada a la acción para potenciar la presencia de marca.

CAPÍTULO IX
PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX Propuesta gráfica final

Pieza 1: Cortinilla de introducción. 1920px. x 1080px. mp4.



Pieza 2: Cortinilla de salida o cierre. 1920px x1080px. mp4.



Pieza 3. Conteo regresivo (un minuto). 1920x1080. mov rgb+alpha.



Pieza 4. Cintillo para versículos. 1920px x 1080px. mov rgb+alpha.



Pieza 5. Cintillo nombre de predicador. 1920px x 1080px. mov rgb+alpha.



Pieza 6. Cintillo nombre de grupo de alabanza. 1920px x 1080px. mov rgb+alpha.



Pieza 7. Cintillo síguenos en redes sociales. 1920px x 1080px. mov rgb+alpha.



Pieza 8. Cintillo vertical bienvenido a casa. 1920px x 1080px. mov rgb+alpha.



Pieza 9. Cintillo ¿necesitas oración? 1920px x 1080px. mov rgb+alpha.



Pieza 10. Cintillo personalizable con código QR. 1920px x 1080px. mov rgb+alpha.



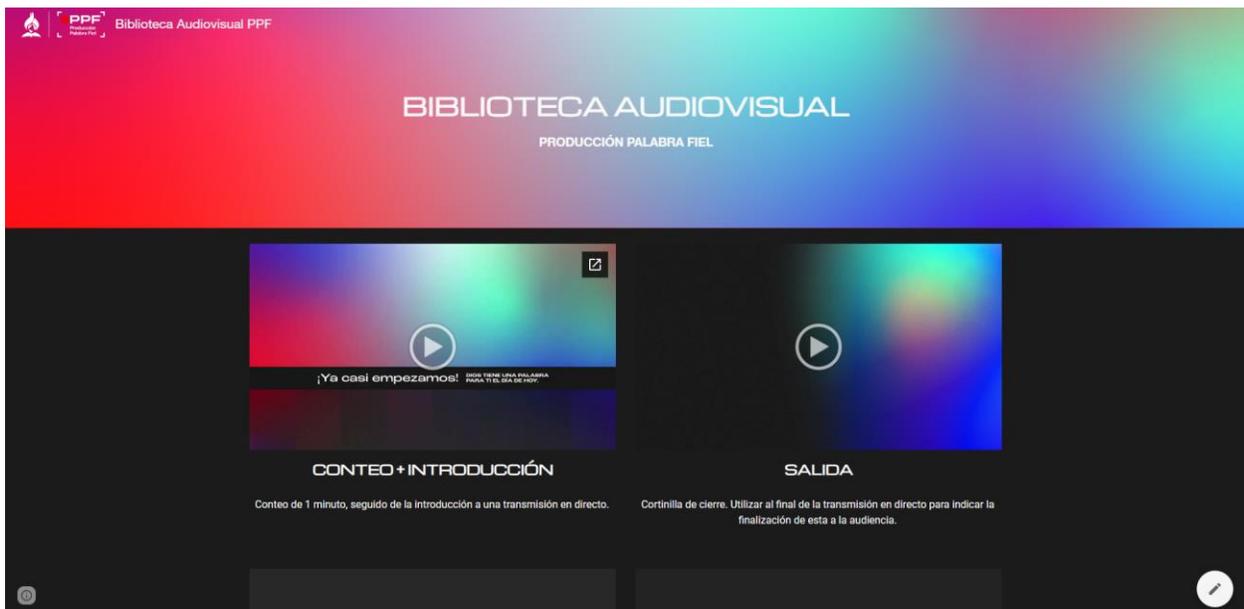
Pieza 11. Logotipo animado esquina superior derecha. 1920px x 1080px. mov rgb+alpha.



Pieza 12. Cortina problemas técnicos. 1920px. x 1080px. jpeg.



Pieza 13. Plataforma web de alojamiento para descarga del kit. Dimensiones responsive.



Plataforma con el kit audiovisual: <https://sites.google.com/view/bibliotecaaudiovisualppf>

CAPÍTULO X
PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Capítulo X Producción, Reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del Kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel, es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

- 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

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 6,000.00 el pago del día trabajado es de Q. 200.00 y la hora se estima en un valor de Q. 25.00.

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente	1	10	Q250.00
Recopilación de información	1	20	Q500.00
Bocetaje	1.5	20	Q500.00
Total de costos de elaboración			Q1,250.00

10.2. Plan de costos de producción

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica	3	80	Q1,500.00
Costos variables de operación (luz, internet, software)			Q500.00
Cambios en la propuesta	1	30	Q750.00
Artes finales de los recursos	½	30	Q750.00
Desarrollo de portal web para alojar los recursos del kit audiovisual	1	30	Q750.00
Total de costos de producción			Q4,250.00

10.3. Plan de costos de reproducción

El proyecto no conlleva costos de reproducción, ya que se necesita una única copia virtual de los recursos del kit audiovisual; ya que este será utilizado en un entorno de plataformas digitales gratuitas como YouTube y Facebook.

10.4. Plan de costos de distribución

El presente proyecto tendrá un costo de distribución de Q5,240.00 por conceptos de servicios de alojamiento de los recursos en la nube y funcionamiento de la plataforma de descarga, electricidad para el uso del equipo de cómputo e internet mensuales; recursos

indispensables para la difusión de las presentaciones en vivo en las cuales se implementará el kit audiovisual desarrollado para Iglesia Palabra Fiel.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
100 gb de almacenamiento en la nube a través de Google Drive, 1 mes.	12	Q20.00	Q240.00
Servicio de internet simétrico de 30mbps/s y electricidad para equipo de computo, 1 mes.	12	Q.416.60	Q5,000.00
Total			Q5,240.00

10.5. Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 17.65% de utilidad sobre los costos.

Costo total = Q10,740.00

Utilidad 17.65% = Q1,895.60

10.6. Cuadro con resumen general de costos

Detalle	Total de costo
Plan de costos de elaboración	Q1,250.00

Plan de costos de producción	Q4,250.00
Plan de costos de reproducción	Q0.00
Plan de costos de distribución	Q5,240.00
Subtotal I	Q10,740.00
Margen de utilidad 17.65%	Q1,895.00
Subtotal II	Q12,635.60
IVA 12%	Q1,516.27
TOTAL	Q14,151.87

CAPÍTULO XI
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones

11.1. Conclusiones

- Se diseñó un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel.
- A través de entrevistas con la junta directiva de Iglesia Palabra Fiel, se recopiló la información necesaria de la organización para la creación del kit para estandarizar sus presentaciones audiovisuales.
- Se investigó, a través del marco teórico, referencias bibliográficas y de sitios web acerca de la creación de un kit de recursos audiovisuales para la creación del kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel.
- Se animaron digitalmente los elementos gráficos que forman parte del kit audiovisual para estandarizar las presentaciones audiovisuales de Iglesia Palabra Fiel.

11.2. Recomendaciones

- Se recomienda a Iglesia Palabra Fiel la actualización periódica y utilización constante de los recursos del kit, esto para mantener el estándar audiovisual desarrollado en sus presentaciones audiovisuales.
- Se recomienda a Iglesia Palabra Fiel la constante comunicación con el profesional del diseño acerca los cambios y/o adiciones de personal a su estructura y de los próximos eventos, para la actualización progresiva del kit audiovisual.
- Se recomienda a Iglesia Palabra Fiel la búsqueda de nuevas tendencias de comunicación audiovisual dentro del medio, para generar nuevos elementos que enriquezcan el kit en el ámbito técnico y audiovisual.
- Se recomienda a Iglesia Palabra Fiel la utilización constante y renovación periódica del estilo de animación de los recursos del kit; para innovar y otorgar dinamismo a estos, y a la vez apoyar a la construcción y enriquecimiento de los estándares audiovisuales de la marca.

CAPÍTULO XII
CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII Conocimiento general

12.1. Demostración de conocimientos

CONOCIMIENTOS GENERALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO
JOSUÉ BENJAMÍN VELÁSQUEZ SOBERANIS | 19003732

	<h3>1 COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL</h3>	<p>Rama de la comunicación dedicada a la emisión del mensaje a través de formatos conformados por imagen y sonido. Presente en los nuevos formatos de contenido digital, como videos, podcast, entre otros.</p>
<p>Rama de la comunicación encargada de la generación de mensajes que tienen como objetivo influir en la forma de pensar y en las decisiones de la audiencia. Es de esta que surge la publicidad y la propaganda.</p>	<h3>2 COMUNICACIÓN PERSUASIVA</h3> 	
	<h3>3 SOFTWARE DE DISEÑO</h3>	<p>La creación de piezas gráficas y audiovisuales a través de software técnico especializado en diseño es de gran importancia. Softwares como Photoshop, Illustrator, After Effects, Premiere, InDesign, blender; son fundamentales para el diseñador gráfico.</p>
<p>Rama del diseño encargada de la producción de generar soluciones gráficas a problemas, principalmente de carácter comunicacional, encontrando un balance ideal entre funcionalidad y estética.</p>	<h3>4 DISEÑO GRÁFICO</h3> 	
	<h3>5 PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL</h3>	<p>Se encarga de llevar a la realidad las ideas creadas por la comunicación audiovisual. Mediante el uso de equipo, tecnología, capital humano y diversos recursos, crea el contenido audiovisual previamente planificado.</p>
<p>Surge a raíz de la animación tradicional, y otorga las mismas características y libertades de esta a través del uso de programas y técnicas computarizadas para crear productos visuales animados mediante fotogramas.</p>	<h3>6 ANIMACIÓN COMPUTARIZADA</h3> 	
	<h3>7 TIPOGRAFÍA</h3>	<p>Arte que se encarga del estudio y creación de glifos de escritura. Actualmente predomina la tipografía digital, y esta hace posible que la escritura cuente con características estéticas más allá de funcionales.</p>
<p>Estudio de las emociones y reacciones psicológicas que son provocadas por los estímulos visuales del color en los seres humanos. Su estudio es de gran ayuda para la toma de decisiones respecto al color en el diseño.</p>	<h3>8 PSICOLOGÍA DEL COLOR</h3> 	

FACOM, Universidad Galileo, 2022.

CAPÍTULO XIII
REFERENCIAS

Capítulo XIII Referencias

13.1 Bibliografía

A

Álvarez y Martínez. (1997). *Diccionario de lingüística moderna*. Editorial Ariel, S.A.

B

Bassat, L. (1993). *El libro rojo de la publicidad*. Random House Mondadori, S.A.

D

De la torre, G. (1992). *Lenguaje de los signos*. México: Editorial LIMUSA, Grupo Noriega editores.

Díez y Abadía. (1999). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Editorial Paidós.

M

Marín, F. (2018). *Humanidades Hispánicas: Lengua, Cultura y Literatura en los Estudios Graduados*. Nueva York: Peter Lang Publishing.

Muller-Brockmann, J. (1982). *Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.

N

Noordzij, G. (2009). *El trazo. Teoría de la escritura*. Valencia, editorial Campgràfic.

P

PROCINECDMX. (2020). *Introducción al Lenguaje Audiovisual*. Fideicomiso para la Promoción y Desarrollo del Cine Mexicano en la Ciudad de México.

S

Soler, L. (1988). *La televisión. Una metodología para su aprendizaje*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, S.A.

W

Williams, R. (2001). *The animator's survival kit*. Estados Unidos. Faber and Faber.

13.3 e-grafía

A

Antonacci, M. (2021). *Cristiano*. La definición. Recuperado de:

<https://ldefinicion.com/cristiano/>

Arteneo. (2015). *Definición de ilustración y tipos de ilustraciones*. Recuperado de:

<https://www.arteneo.com/blog/definicion-de-ilustracion-y-tipos-de-ilustraciones/>

Asociación de antropología del estado español. (2020) *¿Qué es la antropología?*. Recuperado de:

<https://asaee-antropologia.org/antropologia/que-es-la-antropologia/>

Autodesk. (2022.) *¿Qué es el modelado 3d?*. Recuperado de:

<https://www.autodesk.mx/solutions/3dmodelingsoftware#:~:text=E1%20modelado%203D%20consiste%20en,se%20utiliza%20en%20distintas%20industrias.>

B

Bohórquez, M. (s.f.). *Diseño Audiovisual*. Recuperado de:

<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/2247/DISENO%20AUDIOVISUAL.pdf>

Bustios, M. (2020). *Recorrido visual, definición y ejercicios*. Recuperado de:

<https://mxfex.medium.com/recorrido-visual-15b93e8016a0>

G

García, S. (2019). *La composición en pintura*. Recuperado de:

<https://www.artemiranda.es/blog/index.php/la-composicion-en-pintura/>

Gràffica. (2021). *Teoría del color. Guía definitiva para comprenderla*. Recuperado de:

<https://graffica.info/teoria-del-color-guia-definitiva/>

H

Huri broadcast. (s.f.). *¿En qué consiste la comunicación audiovisual?*. Recuperado de:

<https://huribroadcast.com/en-que-consiste-la-comunicacion-audiovisual/>

L

Lastra, E. (2021). *12 sabrosas tendencias de diseño que estarán hasta en la sopa en 2022*.

Recuperado de: <https://www.marketingdirecto.com/marketinggeneral/tendencias/sabrosas-tendencias-diseno-estaran-sopa>

Llamas, J. (2021). *Cibernética*. Recuperado de:

<https://economipedia.com/definiciones/cibernetica.html>

Llasera, J. (2021). *La teoría de la Gestalt y sus leyes aplicadas al diseño gráfico*. Recuperado de:

<https://imborrable.com/blog/teoria-de-la-gestalt/>

López, J. (2015). *Publicidad*. Recuperado de:

<https://economipedia.com/definiciones/publicidad.html>

M

Marín, A. (2021). *Teología*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/teologia.html>

Ministerio de Educación y Ciencia.

P

Padilla, E. (2015). *Ensayo sobre el concepto de comunidad*. Recuperado de:

<https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/2502/Ensayo%20sobre%20el%20Concepto%20de%20Comunidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Peiró, R. (2020). *Sociología*. Recuperado de:

<https://economipedia.com/definiciones/sociologia.html>

Peiró, R. (2021). *Psicología*. Recuperado de:

<https://economipedia.com/definiciones/psicologia.html>

Peiró, R. (2017). *Relaciones públicas*. Recuperado de:

<https://economipedia.com/definiciones/relaciones-publicas.html>

Peletay, M. (2020). *¿Qué es la iglesia de Cristo?*. Coalición por el Evangelio. Recuperado de:

<https://www.coalicionporelevangelio.org/articulo/que-es-la-iglesia-de-cristo-preguntas-biblicas/>

Pérez, A. (2020). *¿Por qué el diseño gráfico minimalista está en auge?*. Recuperado de:

<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/por-que-el-diseno-grafico-minimalista-esta-en-auge>

Pixel Creativo. (2012). *¿Qué es animación*. Recuperado de:

<https://pixel-creativo.blogspot.com/2012/09/que-es-animacion.html>

S

Sistemas.com (2018). *Definición de digital*. Recuperado de: <https://sistemas.com/digital.php>

Secretaría de Economía. (Diciembre de 2015). *¿Qué es la estandarización*. Gobierno de México.

Recuperado de: <https://www.gob.mx/se/articulos/que-es-la-estandarizacion>

T

Toulouse Lautrec. (2021). *¿Qué es la cinematografía y en qué consiste?*. Recuperado de:

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

U

Unayta. (2018). *Teoría del color: guía básica del color*. Recuperado de:

<https://unayta.es/teoria-del-color/>

V

Vega, E. (2021). *¿Qué es una plataforma digital y qué tipos existen?*. Gestión. Recuperado de:

<https://gestion.pe/tendencias/que-es-una-plataforma-digital-y-que-tipos-existen-noticia/>

Vidal y Fernández. (2003). *Andragogía*. Recuperado de:

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412003000400011#cargo

CAPÍTULO VIV

ANEXOS

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Palabra Fiel es una gran familia, deseamos rescatar los valores espirituales y morales que Dios establece en su palabra.

Visión: Proclamar a Jesús como Dios y como fuente de amor verdadero, a través del esparcimiento de su palabra en la zona 18, y a través del apoyo incondicional y honesto a la comunidad local.

Delimitación geográfica: Zona 18 de la ciudad capital, Guatemala.

Grupo objetivo: 16-40 años, NSE C completo y D, gustos familiares, convivencia sana. religión.

Principal beneficio al grupo objetivo: Mejor experiencia durante las presentaciones en vivo.

Competencia: Lluvias de gracia, Vida Real, Ebenezer, Evangelio Completo.

Posicionamiento: La congregación más numerosa e innovadora de la zona.

Factores de diferenciación: Comunidad digital activa, producción audiovisual profesionalizada, creación de contenido de fe en redes sociales, experiencia presencial con mucho esfuerzo.

Objetivo de mercadeo: Incrementar la estandarización de la imagen de marca en las presentaciones en directo de Iglesia Palabra Fiel.

Objetivo de comunicación: Facilitar la comprensión del mensaje mediante recursos de apoyo audiovisual que refuercen el mensaje y comuniquen mensajes secundarios de forma efectiva.

Mensajes claves a comunicar: Eres parte de la comunidad, sentido de pertenencia, refuerzo de imagen de marca, unidad, estandarización, bienvenido a la iglesia.

Estrategia de comunicación: Comunidad digital activa, producción audiovisual profesionalizada, creación de contenido de fe en redes sociales, experiencia presencial con mucho esfuerzo.

Reto del diseño y trascendencia: Apoyar el mensaje audiovisual mediante recursos que sumen y no resten atención del mensaje principal, que sean legibles y estandarizados estéticamente.

BRIEF

Materiales a realizar: Cortinillas, conteo regresivo, cintillos informativos, imágenes.

Presupuesto: - _____

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: El logotipo de Iglesia Palabra Fiel es monocromático, debe utilizarse en colores sólidos, de preferencia en blanco o negro.

Tipografía: Iglesia Palabra Fiel no cuenta con una tipografía oficial, proponer una tipografía sobria, legible y formal.

Forma: - _____

LOGOTIPO



14.2 Tabla de niveles socioeconómicos Multivex, 2015.

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q81,200.00	Q25,600.00	Q17,600.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios área de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC Intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuaticas, moto, helicóptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomésticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomésticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

14.3 Cotizaciones

14.3.1 Plan de alojamiento para los recursos en la nube mediante suscripción a Google One, incluye la posibilidad de alojarlos mediante una plataforma web a través de Google Sites:

Precio con descuento

Básico
100 GB

~~USD 1.99~~
USD 0.99/mes durante
1 mes
USD 1.99/month después

[Obtener oferta](#)

Cancel anytime. [Se aplican condiciones](#)

Google One incluye

- ✓ 100 GB de almacenamiento
- ✓ Expertos de Google
- ✓ Comparte el plan con hasta 5 personas
- ✓ Beneficios adicionales para miembros

La Oferta

Con esta oferta de suscripción a Google One ("Oferta"), puedes disfrutar de las ventajas de este servicio sin coste durante un periodo de prueba de un mes a partir del día en que canjees la Oferta (el "Periodo de la Oferta"). Durante el Periodo de la Oferta, la suscripción estará sujeta a los [Términos del Servicio de Google One](#). En la [Política de Privacidad de Google](#) se describe cómo se tratan los datos personales en este servicio.

Duración

Después de canjear la Oferta, puedes confirmar la fecha de finalización del Periodo de la Oferta en la página de tus suscripciones de Google Play Store. Esta Oferta está disponible durante un periodo limitado.

Requisitos de participación

Para poder aprovechar la Oferta, debes tener una cuenta de pagos de Google con una forma de pago válida al registrarte. Esta Oferta está limitada tanto a nuevos usuarios de Google One como a aquellos que ya tengan una suscripción y quieran cambiar a un plan superior de Google One en los [países en los que está disponible este servicio](#), y no se puede combinar con otras ofertas de Google One.

Facturación recurrente y cancelaciones

El día en que venza el Periodo de la Oferta, empezará tu suscripción y se cobrará automáticamente el precio de la suscripción mensual o anual a Google One estándar utilizando tu forma de pago hasta que canceles dicha suscripción. Puedes cancelar la suscripción en cualquier momento. No se emiten reembolsos por periodos de facturación parciales. Si no quieres pagar la suscripción, cancelala antes de que termine el Periodo de la Oferta. Si cancelas la suscripción durante el Periodo de la Oferta, es posible que siga activa hasta que finalice dicho periodo.

Límites de almacenamiento

Si cancelas la suscripción y has superado el límite de espacio de almacenamiento de tu cuenta de Google durante el Periodo de la Oferta, no podrás [guardar nada nuevo](#) hasta que [liberes espacio](#) o [te suscribas a Google One](#). Consulta más información en el [Centro de Ayuda](#).

14.3.2 Plan de alojamiento para los recursos en la nube mediante suscripción a Dropbox.

Facturación mensual Facturación anual

 Para personas

Plus

11,99 US\$ por mes

2 TB (2000 GB) • 1 usuario

[Comprar ahora →](#)

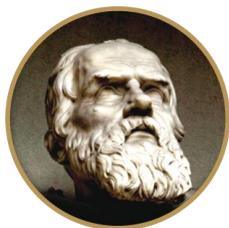
- ✓ Vinculación ilimitada de dispositivos
- ✓ Historial de cuentas y archivos durante 30 días
- ✓ Entrega de archivos grandes con Dropbox Transfer (hasta 2 GB)
- ✓ 3 firmas electrónicas gratuitas al mes

Características básicas de Dropbox

		2000 GB	2000 GB	3000 GB	5000 GB	Todo el espacio que necesitas, una vez adquirido el plan
Almacenamiento 		2000 GB	2000 GB	3000 GB	5000 GB	Todo el espacio que necesitas, una vez adquirido el plan
Usuarios 		1 usuario	Hasta 6 usuarios	1 usuario	+3 usuarios	+3 usuarios
La mejor tecnología de sincronización 		✓	✓	✓	✓	✓
Acceso en todo momento, estés donde estés 		✓	✓	✓	✓	✓
Uso compartido fácil y seguro 		✓	✓	✓	✓	✓
Cifrado AES de 256 bits y SSL/TLS 		✓	✓	✓	✓	✓

14.4 Encuesta

14.4.1 Modelo de la encuesta



Facultad de Ciencias de la Comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Género F	<input type="checkbox"/>	Experto	<input type="checkbox"/>	Nombre	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente	<input type="checkbox"/>	Profesión	<input type="text"/>
Edad	<input type="text"/>	Grupo Objetivo	<input type="checkbox"/>	Puesto	<input type="text"/>

Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel.

Antecedentes:

Iglesia Palabra Fiel (Ministerios Palabra Fiel) fue creada el año 1993 por el Pastor Fredy Molina, y actualmente se dedica principalmente a guiar a las familias en su caminar en la fe cristiana.

Al visitar la organización, se pudo observar que no cuenta con un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a su comunidad digital.

Por lo que se ha planteado el objetivo de Diseñar un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel.

Instrucciones:

Con base en lo anterior, observe la propuesta de kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a su comunidad digital, y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una "X" en los espacios en blanco.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario Diseñar un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel?

SI ___ NO ___

2. ¿Considera importante recopilar toda la información necesaria de Iglesia Palabra Fiel para la creación del kit de recursos audiovisuales?

SI ___ NO ___

3. ¿Considera adecuado investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de recursos audiovisuales, para la creación del kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales de Iglesia Palabra Fiel?

SI ___ NO ___

4. ¿Considera adecuado animar digitalmente los elementos gráficos, que forman parte del kit audiovisual, para estandarizar las presentaciones audiovisuales de Iglesia Palabra Fiel?

SI ___ NO ___

Parte Semiológica:

5. ¿Considera adecuados a Iglesia Palabra Fiel los colores propuestos en el diseño?

Muy adecuada ___ Poco adecuada ___ Nada adecuada ___

6. ¿Cree que la tipografía usada es adecuada para un grupo objetivo de Mujeres y hombres, de 16 a 40 años, con un NSE C completo y D, gustos por la diversión sana, convivencia entre familia, amigos, y que tiende a la búsqueda por formar parte de un grupo social, ya sea religioso, de amistad, ayuda comunitaria voluntaria o educativo?

Muy adecuada ___ Poco adecuada ___ Nada adecuada ___

7. ¿Los personajes, diseños, ilustraciones fotografías de la propuesta gráfica son comprensibles, y evocan el sentido de pertenencia a la comunidad de Iglesia Palabra Fiel a la audiencia que observa sus transmisiones en vivo?

Muy comprensibles ____ Poco comprensibles ____ Nada comprensibles ____

Parte Operativa:

8. Considera que la tipografía utilizada en el diseño de señales es de forma:

Muy legible ____ Poco legible ____ Nada legible ____

9. ¿Cree visible los elementos decorativos como degradados o íconos en la propuesta gráfica presentada?

Muy visible ____ Poco visible ____ Nada visible ____

10. Según su criterio ¿El tamaño virtual de la propuesta es ideal para ver en dispositivos móviles y televisiones?

SI ____ NO ____

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o critica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

4.4.2 Formulario de encuesta

Enlace al formulario digital de encuesta: <https://forms.gle/Q9mZv5J7gW4V9aRE7>

Propuesta de Kit Audiovisual
PARA ESTANDARIZAR LAS PRESENTACIONES EN DIRECTO DE IGLESIA PALABRA FIEL.
BENJAMIN VELÁSQUEZ SOBERANIS | 19003732
UNIVERSIDAD GALILEO | FACOM D4 | TESIS IIL



ENCUESTA DE VALIDACIÓN

Diseño de kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel.

Antecedentes:

Iglesia Palabra Fiel (Ministerios Palabra Fiel) fue creada el año 1993 por el Pastor Fredy Molina, y actualmente se dedica principalmente a guiar a las familias en su caminar en la fe cristiana.

Al visitar la organización, se pudo observar que no cuenta con un kit actualizado para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a su comunidad digital; que consisten en su mayoría en la transmisión en directo de sus cultos a través de Facebook y YouTube.

Es por esto que se ha planteado el objetivo de **Diseñar un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel.**

19003732@galileo.edu [Cambiar de cuenta](#) 

*Obligatorio

Correo *

Tu dirección de correo electrónico

 Esta pregunta es obligatoria

[Siguiente](#)  Página 1 de 5 [Borrar formulario](#)

Instrucciones

Con base en lo anterior, observe la propuesta de kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a su comunidad digital, y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, seleccionando la viñeta de la respuesta de su elección.

A continuación se presenta la propuesta del proyecto desarrollada:

[- VER LA PROPUESTA DE DISEÑO -](#)

Género *

- Femenino
- Masculino

Grupo al que pertenece *

- Grupo Objetivo
- Cliente
- Experto

Nombre *

Tu respuesta _____

Profesión *

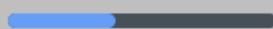
Tu respuesta _____

Edad *

Tu respuesta _____

Atrás

Siguiente



Página 2 de 5 Borrar formulario

Parte objetiva

¿Considera usted necesario Diseñar un kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales dirigidas a la comunidad digital de Iglesia Palabra Fiel? *

- Sí
- No

¿Considera importante recopilar toda la información necesaria de Iglesia Palabra Fiel para la creación del kit de recursos audiovisuales? *

- Sí
- No

¿Considera adecuado investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de recursos audiovisuales, para la creación del kit para estandarizar las presentaciones audiovisuales de Iglesia Palabra Fiel? *

- Sí
- No

¿Considera adecuado animar digitalmente los elementos gráficos que forman parte del kit audiovisual para estandarizar las presentaciones audiovisuales de Iglesia Palabra Fiel? *

- Sí
- No

Atrás

Siguiente

 Página 3 de 5 [Borrar formulario](#)

Parte semiológica

¿Considera adecuados a Iglesia Palabra Fiel los colores propuestos en el diseño? *

- Muy adecuados
- Poco adecuados
- Nada adecuados

¿Cree que la tipografía usada es adecuada para un grupo objetivo de mujeres y hombres de 16 a 40 años, con un nivel socioeconómico C completo y D, gustos por la diversión sana, convivencia entre familia, amigos; y que tiende a la búsqueda de formar parte de un grupo social religioso, de amistad, ayuda comunitaria voluntaria o educativo? *

- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

¿Los diseños, ilustraciones, y animaciones de la propuesta gráfica son comprensibles, y evocan el sentido de pertenencia a la comunidad de Iglesia Palabra Fiel a la audiencia que observa sus transmisiones en directo? *

- Muy comprensibles
- Poco comprensibles
- Nada comprensibles

Atrás

Siguiente

 Página 4 de 5 [Borrar formulario](#)

Parte operativa

¿Considera que la tipografía utilizada en el diseño de los elementos del kit audiovisual es legible? *

- Muy legible
- Poco legible
- Nada legible

¿Cree visibles los elementos decorativos como degradados, líneas e íconos en la propuesta gráfica presentada? *

- Muy visibles
- Poco visibles
- Nada visibles

Según su criterio, ¿El tamaño virtual de la propuesta es ideal para ver en dispositivos móviles y televisiones? *

- Sí
- No

De antemano, se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal; puede hacerlo en el siguiente espacio: *

Tu respuesta

Atrás

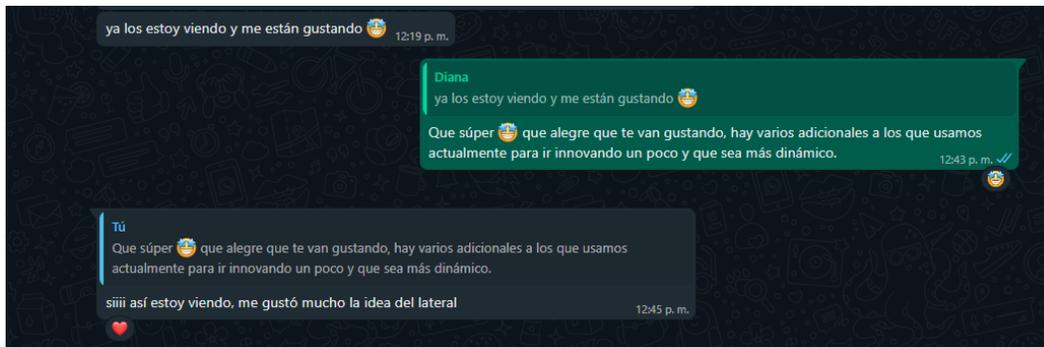
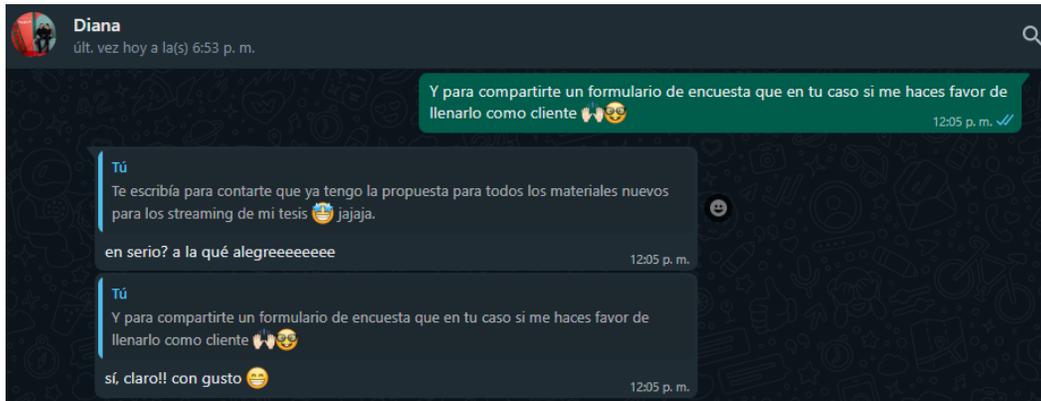
Enviar

Página 5 de 5

Borrar formulario

14.5 Validación

14.5.1 Validación del cliente



Género	Femenino
Nombre	Diana Molina de Arana
Profesión	Economista
Edad	33
Pregunta 2	Sí
Pregunta 3	Sí
Pregunta 4	Sí
Pregunta 5	Sí
Pregunta 6	Muy adecuados
Pregunta 7	Muy adecuada
Pregunta 8	Muy comprensibles
Pregunta 9	Muy legible
Pregunta 10	Muy visibles
Pregunta 11	Sí
Retroalimentación	Los únicos colores que cambiaría son los de las barras de problemas técnicos, por algo más sutil y tonalidades más suaves.

14.5.2 Validación de expertos

Lic. Carlos Antonio Jimenez.



Josué Benjamín Velásquez Soberanis <19003732@galileo.edu>
para Rolando ▾

Súper, mil gracias Lic por su tiempo y conocimientos, se aprecian y valoran mucho. Ya descargué la foto.
Que pase un buen día.



Carlos Antonio Jimenez Ramirez
para mí ▾

Buen día, ya he evaluado su proyecto.
Saludos.



—
Lic. Carlos Antonio Jiménez Ramírez
Diseñador Gráfico
cjimenez@galileo.edu



Lic. Rolando Barahona Cifuentes.



Rolando Barahona Cifuentes <rolandobarahona@galileo.edu>
para mi ▾

Claro que si Benya.



Josué Benjamín Velásquez Soberanis

Súper lic, mil gracias. Y si me hace favor de sacarse una foto mientras valida la encuesta jajaja. Estos son los enlaces. Propuesta preliminar proyecto:<https://>



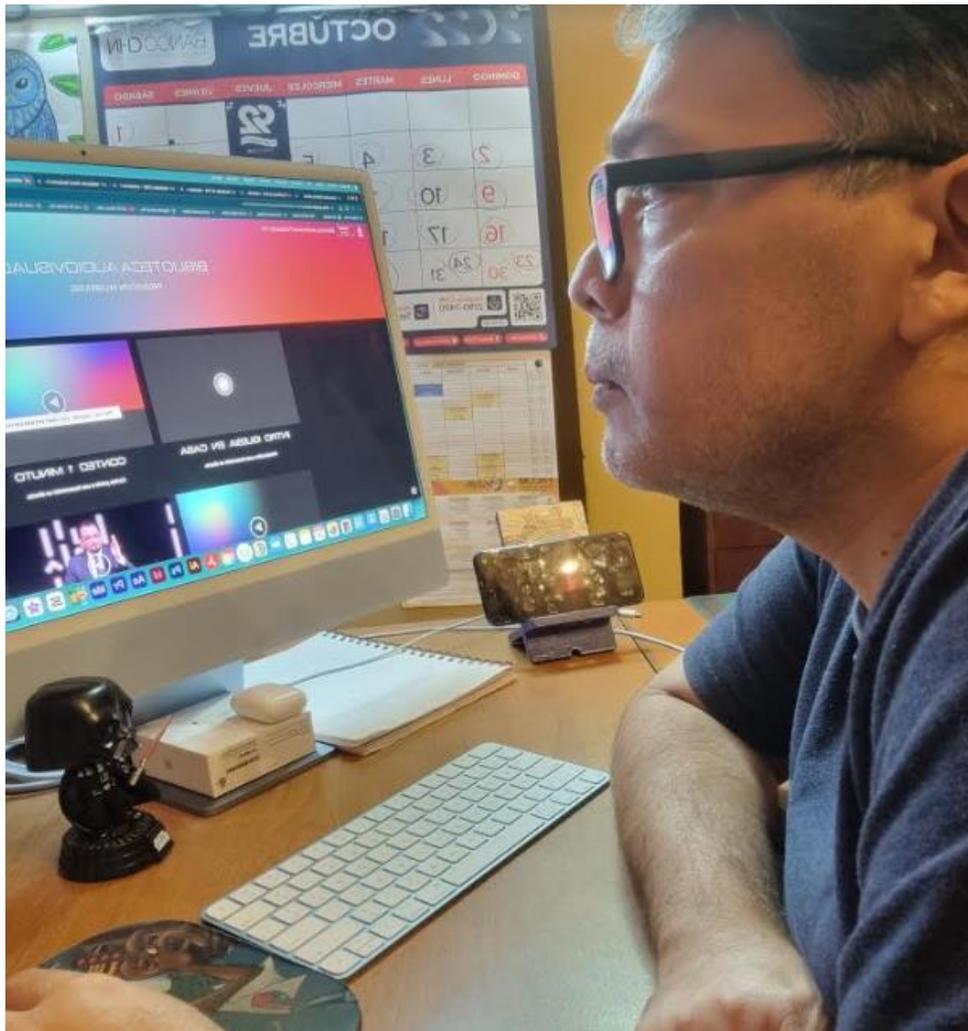
Rolando Barahona Cifuentes

LISTOI Te adjunto la fotita



Josué Benjamín Velásquez Soberanis

Súper, mil gracias Lic por su tiempo y conocimientos, se aprecian y valoran mucho. Ya descargué la foto. Que pase un buen día. :D



Lic. Ana Gabriela Cabrera Conde.



Josué Benjamín Velásquez Soberanis

Hola Licenciada Ana. Espero se encuentre súper bien, que bueno saludarla. No sé si me recuerda, soy Benjamín Soberanis y estuve en algunos de sus cursos de dise



Ana Gabriela Cabrera Conde

Hola Benjamín, Claro que si, con mucho gusto. Quedo a la espera del material para validar su proyecto. Saludos.



Josué Benjamín Velásquez Soberanis

Súper lic, qué alegre; mil gracias desde ya. Y también la molestaría con lo de sacarse la foto que nos piden adjuntar para anexos mientras valida la encuesta. A



Ana Gabriela Cabrera Conde

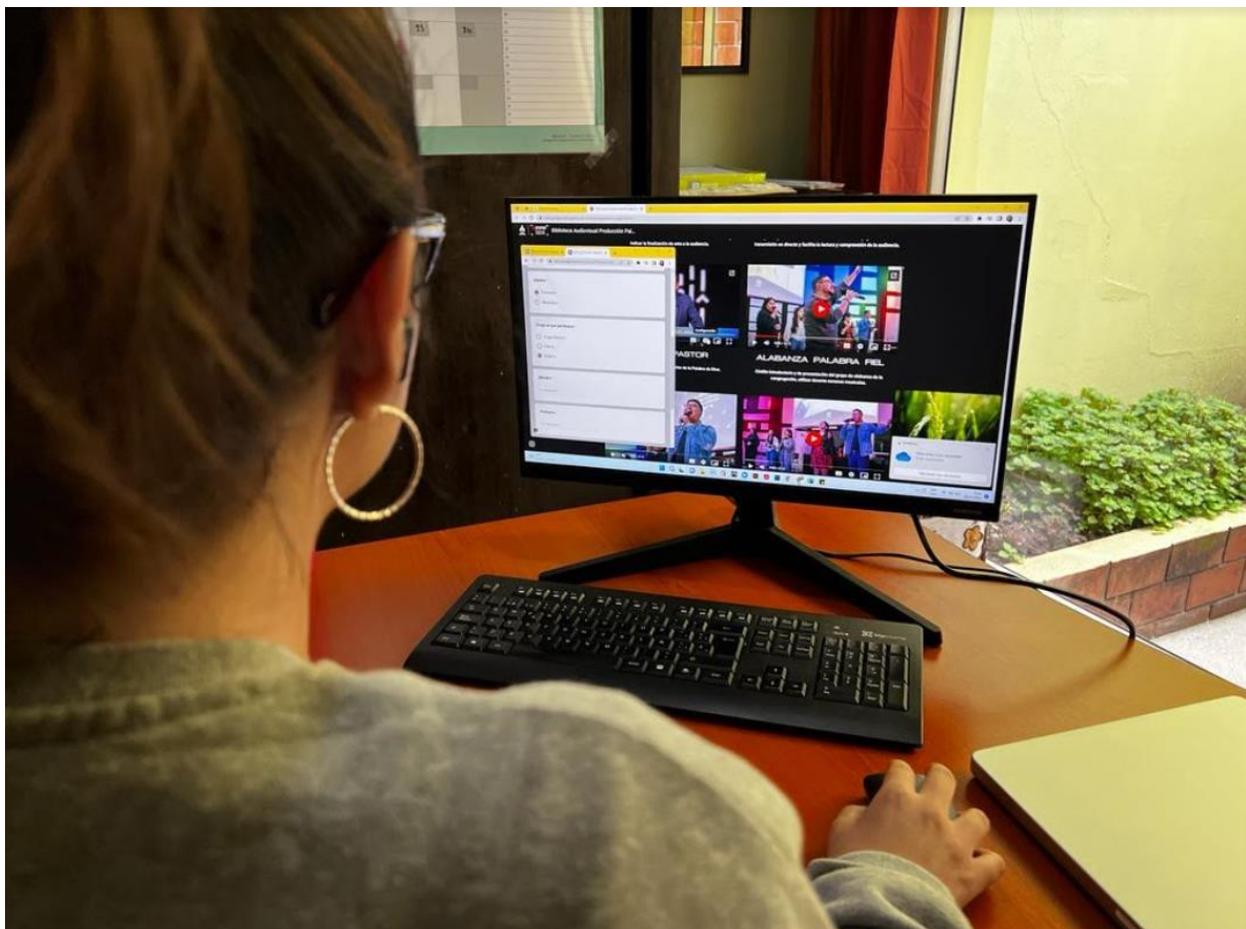
Buen día Josué, Le comento que ya completé la encuesta de validación, ¡excelente proyecto! Adjunto la fotografía para que pueda colocarla en anexos. Saludos.



Josué Benjamín Velásquez Soberanis <19003732@galileo.edu>

para Ana ▾

¡Mil gracias Lic por su tiempo para validarlo! Que tenga una feliz tarde. :D



Lic. Lourdes Donis



Josué Benjamín Velásquez Soberanis <19003732@galileo.edu>
para Lourdes ▾

Hola Lic Lourdes. Espero que se encuentre súper bien, que bueno saludarla.
Le saluda Benjamín Soberanis y estuve en algunos de sus cursos de foto y comunicación. :D

Le escribo para preguntarle si desea y puede ser de los expertos que valide mi proyecto de tesis. Es un kit de recursos audiovisuales para videos en directo.

En caso de que sí pueda, le comparto de una vez los enlaces al proyecto y al formulario de validación.

Preview de proyecto

<https://sites.google.com/galileo.edu/bibliotecaaudiovisualppf/inicio>

Encuesta de validación

<https://forms.gle/NPgTWGSPZF3j8SA>

Gracias de antemano siempre por su tiempo y atención.

Benjamín Velasquez Soberanis
19003732 | FACOM D4



Lourdes Donis
para mí ▾

Hola Benjamín,
listo, su validación está llena. Muy buen proyecto.

Saludos cordiales,

...

Lic. Arnulfo Guzmán



Josué Benjamín Velásquez Soberanis <19003732@galileo.edu>
para Arnulfo ▾

jue, 3 nov, 8:11 ☆

Hola Lic Arnulfo. Espero que se encuentre súper bien, que bueno saludarlo, jajaja.
Le saluda Benjamín Soberanis y estuve en algunos de sus cursos de comunicación. :D

Le escribo para preguntarle si desea y puede ser de los expertos que valide mi proyecto de tesis. Es un kit de recursos audiovisuales para videos en directo.

En caso de que sí pueda, le comparto de una vez los enlaces al proyecto y al formulario de validación.

Preview de proyecto

<https://sites.google.com/galileo.edu/bibliotecaaudiovisualppf/inicio>

Encuesta de validación

<https://forms.gle/NPgTWGSPZF3j8SA>

Gracias de antemano siempre por su tiempo y atención.

Benjamín Velasquez Soberanis
19003732 | FACOM D4



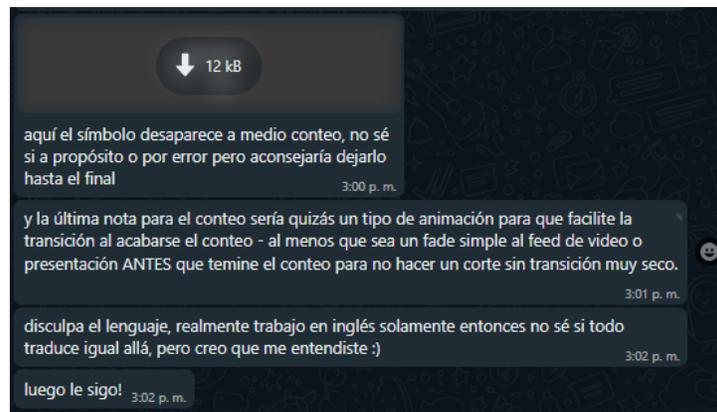
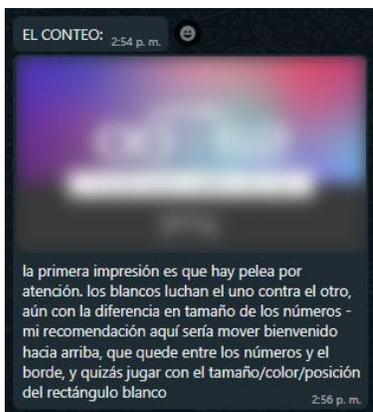
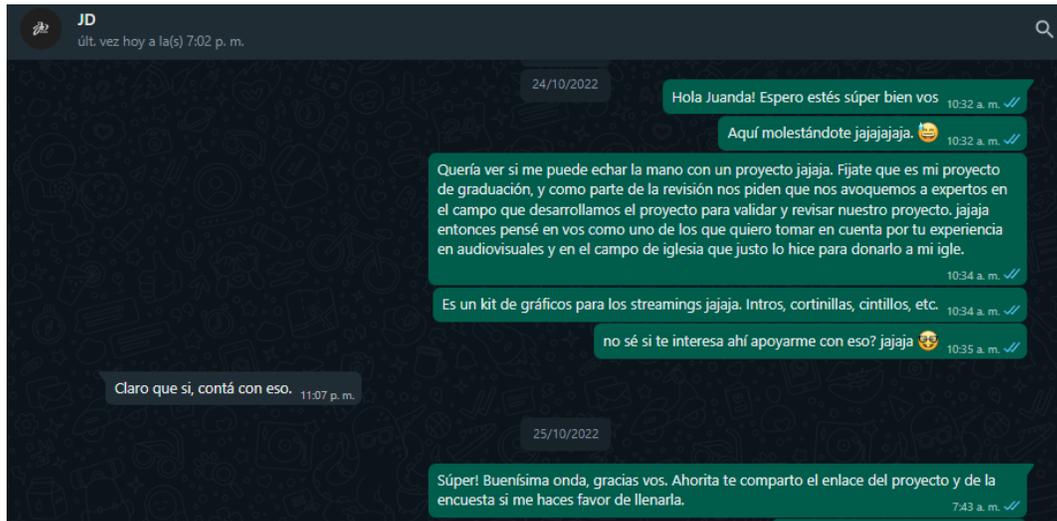
Arnulfo Guzman
para mí ▾

vie, 4 nov, 8:21 ☆

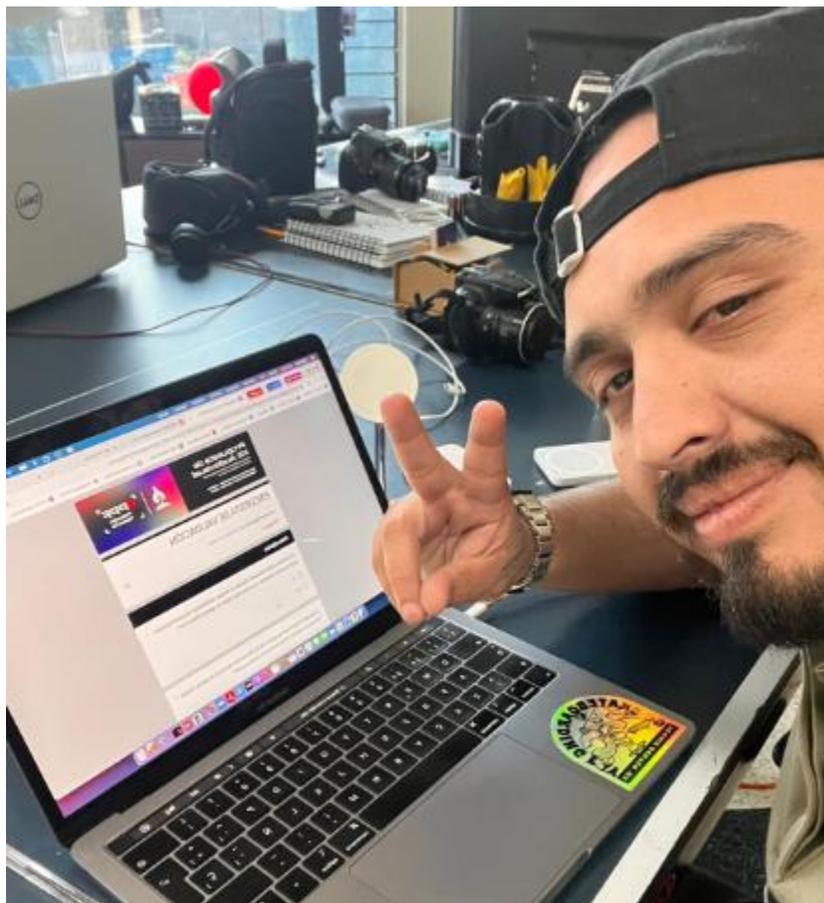
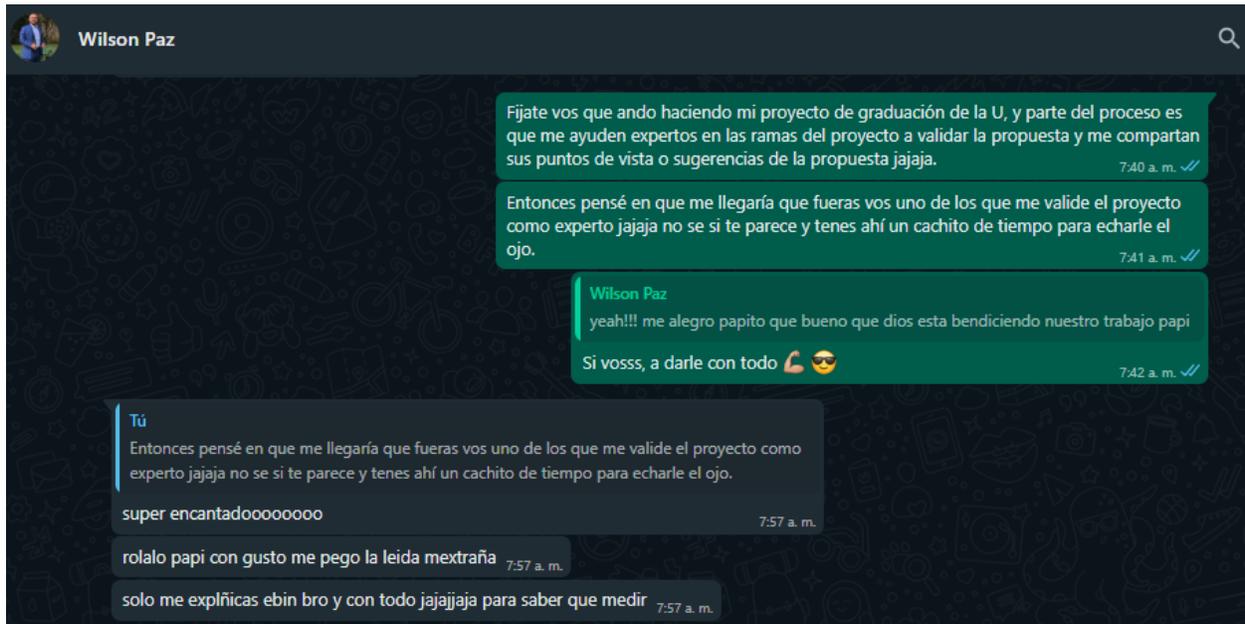
Listo Benjamín, ahí estamos.

...





Lic. Wilson Paz



14.5.3 Validación del grupo objetivo

Respuestas de una muestra del grupo objetivo

Género	Nombre	Profesión	Edad	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Comentarios
Femenino	Katherine Castillo	Lic en administración de hoteles turismo y restaurantes	23	Sí	Sí	Sí	Sí	Muy adecuados	Muy adecuada	Muy comprensibles	Muy legible	Muy visibles	Sí	Excelente
Femenino	Angie Durán	Estudiante	20	Sí	Sí	Sí	Sí	Muy adecuados	Muy adecuada	Muy comprensibles	Muy legible	Muy visibles	Sí	N/A
Masculino	Norvin	Abogado	32	Sí	Sí	Sí	Sí	Muy adecuados	Muy adecuada	Muy comprensibles	Muy legible	Muy visibles	Sí	No
Masculino	Ricardo Mendoza	Docente	26	Sí	Sí	Sí	Sí	Muy adecuados	Muy adecuada	Poco comprensibles	Muy legible	Muy visibles	Sí	Es importante que se siga la línea gráfica en todo la multimedia para que se cree el sentimiento de pertenencia en la audiencia
Masculino	Henry	Comunicador Social / Publicista	28	Sí	Sí	Sí	Sí	Muy adecuados	Muy adecuada	Muy comprensibles	Muy legible	Muy visibles	Sí	N/A
Femenino	Katherine Véliz	Estudiante	18	Sí	Sí	Sí	Sí	Muy adecuados	Muy adecuada	Muy comprensibles	Muy legible	Muy visibles	Sí	Sin sugerencias

