



## **Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Producción de un video informativo para dar a conocer a los miembros actuales y potenciales, las distintas actividades evangelizadoras que realiza el Movimiento Regnum Christi.

Guatemala, Guatemala 2019.

## **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

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

### **ELABORADO POR:**

Alvaro Sebastian Arrivillaga Campos

15002708

Para optar al título de:

## **LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2019

Producción de un video informativo para dar a conocer a miembros actuales y potenciales  
las distintas actividades que ofrece el Movimiento Regnum Christi.

Guatemala, Guatemala 2019.

**Álvaro Sebastián Arrivillaga Campos**

**15002708**

**Universidad Galileo**

**FACOM**

Guatemala, Guatemala 2019

## **Autoridades**

- Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño
- Vicerrectora General, Dra. Mayra de Ramírez
- Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo
- Secretario General, Lic. Jorge Retolaza
- Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler
- Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto,  
M.Sc.

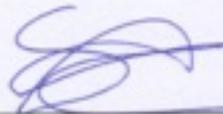
Guatemala 09 de abril de 2018

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

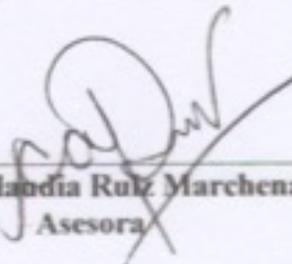
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INFORMATIVO PARA DAR A CONOCER A LOS MIEMBROS ACTUALES Y POTENCIALES, LAS DISTINTAS ACTIVIDADES EVANGELIZADORAS QUE REALIZA EL MOVIMIENTO REGNUM CHRISTI. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruíz Marchena sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Alvaro Sebastian Arrivillaga Campos  
15002708



Licda. Claudia Ruiz Marchena  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 11 de mayo de 2018

**Señor:**  
**Alvaro Sebastian Arrivillaga Campos**  
**Presente**

Estimado Señor Arrivillaga:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INFORMATIVO PARA DAR A CONOCER A LOS MIEMBROS ACTUALES Y POTENCIALES, LAS DISTINTAS ACTIVIDADES EVANGELIZADORAS QUE REALIZA EL MOVIMIENTO REGNUM CHRISTI. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Ruíz Marchena, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**

**Decano**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

**Guatemala, 07 de enero de 2019**

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INFORMATIVO PARA DAR A CONOCER A LOS MIEMBROS ACTUALES Y POTENCIALES, LAS DISTINTAS ACTIVIDADES EVANGELIZADORAS QUE REALIZA EL MOVIMIENTO REGNUM CHRISTI. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Presentado por el estudiante: Alvaro Sebastian Arrivillaga Campos, con número de carné: 15002708, 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. Claudia Ruiz Marchena**  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 05 de junio de 2019

**Señor**  
**Alvaro Sebastian Arrivillaga Campos**  
**Presente**

Estimado Señor Arrivillaga:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**

**Decano**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Ciudad de Guatemala, 30 de julio de 2019.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INFORMATIVO PARA DAR A CONOCER A LOS MIEMBROS ACTUALES Y POTENCIALES, LAS DISTINTAS ACTIVIDADES EVANGELIZADORAS QUE REALIZA EL MOVIMIENTO REGNUM CHRISTI GUATEMALA, GUATEMALA 2019**, del estudiante Alvaro Sebastian Arrivillaga Campos, 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, 30 de julio de 2019

**Señor:**  
**Alvaro Sebastian Arrivillaga Campos**  
**Presente**

Estimado Señor Arrivillaga:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INFORMATIVO PARA DAR A CONOCER A LOS MIEMBROS ACTUALES Y POTENCIALES, LAS DISTINTAS ACTIVIDADES EVANGELIZADORAS QUE REALIZA EL MOVIMIENTO REGNUM CHRISTI. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Presentado por el estudiante: Alvaro Sebastian Arrivillaga Campos, 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**

¡VTR!

P.R.C.A.L.G.D

## Resumen

A través del acercamiento con el Movimiento Regnum Christi se identificó que no cuenta con un video informativo para dar a conocer los distintos apostolados que ofrece a miembros actuales y potenciales. Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Realizar la producción de un video informativo para dar a conocer a los miembros actuales y potenciales las distintas actividades que ofrece el Movimiento Regnum Christi.

El enfoque de la investigación es mixto, ya que se utilizaron los métodos cuantitativo y cualitativo. El primero cuantifica 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 ellos, al grupo objetivo, cliente y a expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se realizó la producción de un video informativo para dar a conocer los distintos apostolados que ofrece el Movimiento Regnum Christi, a miembros actuales y potenciales. Se recomendó tener fácil acceso al video informativo para que los miembros potenciales conozcan los apostolados que existen dentro del Movimiento Regnum Christi en Guatemala, a qué se dedican y cómo pueden integrarse a él.

Para efectos legales, únicamente el autor, Álvaro Sebastián Arrivillaga Campos, 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**

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

## **Capítulo II: Problemática**

2.1. Contexto .....	2
---------------------	---

2.2. Requerimiento de Comunicación y Diseño .....	2
---	---

2.3. Justificación.....	2
-------------------------	---

2.3.1. Magnitud. ....	3
-----------------------	---

2.3.2. Vulnerabilidad.....	4
----------------------------	---

2.3.3. Trascendencia.....	4
---------------------------	---

2.3.4. Factibilidad.....	4
--------------------------	---

## **Capítulo III: Objetivos del diseño**

3.1. Objetivo general .....	5
-----------------------------	---

3.2. Objetivo específico.....	5
-------------------------------	---

## **Capítulo IV: Marco de referencia**

4.1. Información general del cliente.....	6
---	---

## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

5.1. Perfil geográfico .....	9
------------------------------	---

5.2. Perfil demográfico.....	9
------------------------------	---

5.3. Perfil psicográfico .....	10
--------------------------------	----

5.4. Perfil conductual.....	10
-----------------------------	----

## **Capítulo VI: Marco Teórico**

6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio .....	11
--	----

6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño .....	15
---	----

6.3. Ciencias Auxiliares.....	20
-------------------------------	----

## **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

7.1. Aplicación de la información obtenida en el Marco Teórico .....	26
--	----

7.2. Conceptualización .....	27
------------------------------	----

7.3. Bocetaje .....	29
---------------------	----

7.4. Propuesta preliminar .....	49
---------------------------------	----

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

8.1. Población y muestreo .....	49
---------------------------------	----

8.2. Método e instrumentos .....	49
----------------------------------	----

8.3. Resultados e interpretación de resultados.....	50
---	----

8.4. Cambios con base a los resultados .....	60
--	----

## **Capítulo IX: Propuesta gráfica final**

## **Capítulo X: Producción, reproducción y distribución**

10.1. Plan de costos de elaboración.....	65
--	----

10.2. Plan de costos de producción. ....	65
--	----

10.3. Plan de costos de reproducción. .... 65

10.4. Plan de costos de distribución. .... 65

10.5. Cuadro resumen. .... 66

## **Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

11.1. Conclusiones..... 67

11.2. Recomendaciones ..... 68

## **Capítulo XII: Conocimiento general**

## **Capítulo XIII: Referencias**

## **Capítulo XIV: Anexos**

# Capítulo I

# Capítulo I: Introducción

## 1.1. Introducción

El Regnum Christi es un movimiento eclesial católico que tiene más de 75 años de existir, en Guatemala tiene alrededor de 20 años, cuenta con apostolados tales como: Search, Soñar Despierto, Juventud y Familia Misionera, Soñar Despierto, ECyD, entre otros; estos son de ayuda social y de apoyo a los miembros en distintas actividades formativas, apostólicas y evangelizadoras.

En este proyecto se trabajará la producción de un video informativo para dar a conocer más a fondo el Movimiento Regnum Christi. Las dificultades que se presentarán es recopilar suficiente información acerca de la organización y de los apostolados que se desean exponer para dar a conocer. Por esta razón se propuso resolver este problema a través de la elaboración del siguiente proyecto: Producción de video informativo para dar a conocer los distintos apostolados que ofrece el Movimiento Regnum Christi a miembros actuales y potenciales.

Se realizará mediante herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación. 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.

## **Capítulo II**

## **Capítulo II: Problemática**

La relación de la demanda de comunicación visual que se identificó, es que el Movimiento Regnum Christi quiere dar a conocer los distintos apostolados a miembros actuales y potenciales que estén interesados, pero no cuentan con el material necesario. Este proyecto de investigación ayudará a recopilar información importante para realizar el material audiovisual.

### **2.1. Contexto**

El Regnum Christi es un movimiento eclesial católico que tiene más de 75 años de existir, en Guatemala tiene alrededor de 20 años, cuenta con apostolados tales como: Search, Soñar Despierto, Juventud y Familia Misionera, Soñar Despierto, Discípulos, ECyD, estos son de ayuda social y de apoyo a los miembros en distintas actividades formativas, apostólicas y evangelizadoras.

En este proyecto se trabajará la producción de un video informativo para dar a conocer más a fondo el Movimiento Regnum Christi. Las dificultades que se presenta es que se debe recopilar suficiente información acerca de la organización y de los apostolados que se desean exponer.

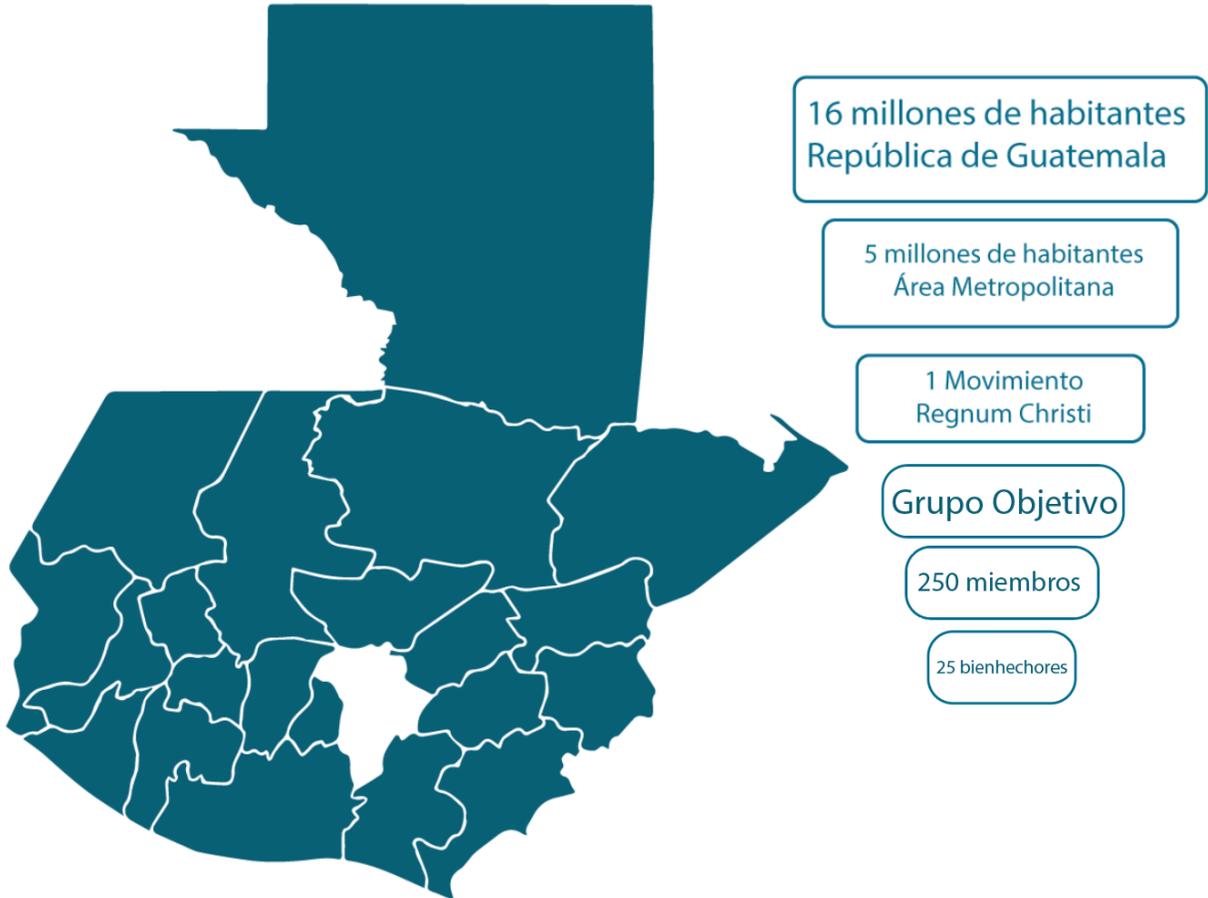
### **2.2. Requerimiento de Comunicación y Diseño**

El Movimiento Regnum Christi no cuenta con un video informativo para dar a conocer las distintas actividades que ofrece a miembros actuales y potenciales.

### **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.

### 2.3.1. Magnitud.



**2.3.2. Vulnerabilidad.** La carencia de un video informativo para dar a conocer el Regnum Christi es que este movimiento ofrece los distintos apostolados a miembros actuales y potenciales, al mismo tiempo el video informativo es una herramienta que da a conocer la organización de forma más atractiva, utilizando videos de la actividad siendo realizada.

**2.3.3. Trascendencia.** El alcance que tiene el proyecto a realizarse, es que el video informativo puede ser utilizado como herramienta informativa para el que el Movimiento Regnum Christi se dé a conocer a miembros potenciales de la ciudad de Guatemala.

**2.3.4. Factibilidad.**

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

**2.3.4.2. Recursos Organizacionales.** Javier Cabrera, asistente de la sección de jóvenes, está en la disposición de brindar la información necesaria de la organización y autoriza al estudiante Sebastián Arrivillaga para llevar a cabo este proyecto.

**2.3.4.3. Recursos Económicos.** La organización actualmente no cuenta con los recursos necesarios que posibilita la realización de este proyecto, debido a que se sostiene a base de donaciones y recaudación.

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

## **Capítulo III**

## **Capítulo III: Objetivos del diseño**

### **3.1. Objetivo general**

Producir un video informativo para dar a conocer a los miembros actuales y potenciales, las distintas actividades evangelizadoras que realiza el Movimiento Regnum Christi.

### **3.2. Objetivo específico**

3.1.1. Investigar términos y conceptos relacionados con la producción de videos a través de fuentes bibliográficas que respalden la propuesta, que será visto por miembros actuales y potenciales.

3.1.2. Recopilar información acerca de los distintos apostolados del Movimiento Regnum Christi por medio del Brief, para que sea integrado al video informativo y que los miembros actuales y potenciales estén informados.

3.1.3. Editar el material audiovisual para facilitar visualmente el contenido del video informativo al grupo objetivo.

## **Capítulo IV**

## Capítulo IV: Marco de referencia

### 4.1. Información general del cliente.

#### 4.1.1 Brief

**4.1.2. Nombre del cliente (empresa).** Regnum Christi Guatemala

**4.1.3. Dirección.** Km. 16.5 Carretera a El Salvador, Residencial Los Diamantes, Lote 50 C

**4.1.4. Email.** regnumchristiguate@gmail.com

**4.1.5. Tel.** +502 6634 2827

**4.1.6. Contacto.** Javier Cabrera

**4.1.7. Celular.** +502 5834 4922

**4.1.8. Antecedentes.** El Regnum Christi es un movimiento eclesial católico que tiene más de 75 años de existir, en Guatemala tiene alrededor de 20 años, cuenta con más de 15 apostolados de ayuda social y de apoyo a los miembros en distintas actividades formativas, apostólicas y evangelizadoras.

**4.1.9. Oportunidad identificada.** Producir un video informativo para darse a conocer.

**4.1.10. Misión.** Somos un movimiento eclesial internacional católico que busca la instauración del Reino de Cristo en los corazones y en la sociedad. Ponemos al servicio de la vida y misión de la Iglesia su carisma propio que compartimos fieles laicos, solteros y casados, hombres y mujeres consagrados y sacerdotes diocesanos y religiosos.

**4.1.11. Visión.** Buscamos que las personas tengan un encuentro personal con Jesucristo a través del Evangelio, la vida de oración y sacramental, la experiencia de la comunión y la entrega a los demás en el apostolado. Estamos convencidos de que Jesucristo transforma la vida de quien

lo experimenta en la fe y lo transforma en apóstol de una civilización de la justicia y el amor cristianos.

**4.1.12. Delimitación geográfica.** Ciudad Capital, Guatemala, Guatemala.

**4.1.13. Grupo objetivo.** Jóvenes universitarios, colegios, señoras y señores.

**4.1.14. Principal beneficio al grupo objetivo.** Acercamiento a la Iglesia

**4.1.15. Competencia.** Opus Dei, grupos parroquiales

**4.1.16. Posicionamiento.** El Movimiento Regnum Christi ha subido su posicionamiento en los últimos años dándose a conocer a través de varios apostolados.

**4.1.17. Factores de diferenciación.** Vida apostólica y acompañamiento personal

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

**4.1.19. Objetivo de comunicación.** Dar a conocer el movimiento a más personas.

**4.1.20. Mensajes claves a comunicar.** Movimiento que ofrece actividades para todo tipo de personas.

**4.1.19. Estrategia de comunicación.** Realizar un video informativo para llegar al público.

**4.1.20. Reto del diseño y trascendencia.** Un audiovisual atractivo y que logre transmitir lo que se realiza en los distintos apostolados.

**4.1.21. Materiales a realizar.** Producción audiovisual.

#### 4.1.22. Foda.

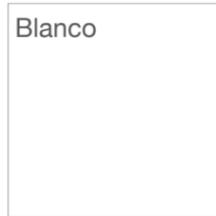
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
- Movimiento con 78 años de existir.	- Personas con necesidades.
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
- No cuenta con una plataforma visual para darse a conocer	- Movimientos o grupos similares externos.

#### 4.1.23. Datos del logotipo.

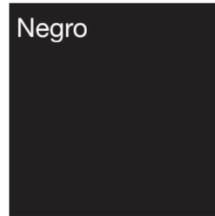
Colores:



Rojo 187



Blanco



Negro



Cool Gray 11

##### **Pantone 187 C**

Cuatricromía  
**C7 M100 Y82 K26**

Pantalla  
**R166 G25 B46**

HTML  
**#91152b**

Cuatricromía  
**C0 M0 Y0 K0**

Pantalla  
**R255 G255 B255**

HTML  
**#FFFFFF**

Cuatricromía  
**C100 M100 Y100 K100**

Pantalla  
**R0 G0 B0**

HTML  
**#000000**

##### **Pantone Cool Gray 11**

Cuatricromía  
**C15 M0 Y0 K85**

Pantalla  
**R71 G75 B80**

#### 4.1.24. Tipografía. Trajan Pro

#### 4.1.25. Forma. Imagotipo

#### 4.1.26. Logotipo.



REGNUM CHRISTI

## **Capítulo V**

## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

El video producido va dirigido a los miembros actuales y potenciales del Movimiento Regnum Christi y bienhechores. Estas personas se verán beneficiadas de tal forma que podrán conocer acerca de la organización, que con solo ver el video les ayudará a entender el propósito del Movimiento y en la forma en que se pueden involucrar.

### **5.1. Perfil geográfico.**

La ubicación donde se sitúa el proyecto es en la ciudad de Guatemala, tamaño del área: 108.889 km<sup>2</sup>, tamaño de la ciudad: 996 km<sup>2</sup>, tipo de población: urbana. La ciudad se encuentra rodeada de montañas y llena de vegetación. Tiene una superficie de 996 km<sup>2</sup>. Una población de 5 millones de personas y un clima promedio de 23 grados centígrados. Sus alturas varían entre los 1500-1600 (msnm) y las temperaturas medias oscilan entre los 12 y 28 °C. Guatemala se encuentra situada en el trópico de cáncer, razón por la que no existen cuatro estaciones definidas como en los hemisferios norte o sur, sin embargo por las horas de luz a lo largo del año las que tienen una variación de únicamente dos horas; es más semejante con las estaciones del hemisferio norte.

### **5.2. Perfil demográfico.**

El grupo objetivo es de nacionalidad guatemalteca de género masculino y femenino, el nivel socio-económico que abarca son B y C+. Viven en casas o apartamentos propios o alquilados. Poseen cuenta de banco y tarjeta de crédito. En sus viviendas cuentan con refrigeradora, estufa, televisión y teléfono. También son dueños de carros nuevos de último modelo o carros usados. Ver tabla NSE en anexo A.

### **5.3. Perfil psicográfico.**

El grupo objetivo son personas con forma de ser íntegras, sociables; con personalidad de líderes, filántropos y emprendedores. Sus hobbies incluyen salir a pasear, ir al cine, a los centros comerciales, leer y ver televisión. Dentro de sus gustos incluyen:

- Carros último modelo
- Ropa de marca
- Carros de Agencia
- Seguros de accidente
- Actividades sociales
- Actividades de ayuda social
- Formación integral

### **5.4. Perfil conductual**

El grupo objetivo son personas positivas, entusiastas, la expectativa es tener un video informativo para dar a conocer el Movimiento Regnum Christi y el beneficio que tendrá es usar el video para promover actividades a distintas personas.

# **Capítulo VI**

## Capítulo VI: Marco Teórico

### 6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

Son aquellos conceptos relacionados con la organización, marca, producto o servicio que auspician el proyecto. En esta parte se aclaran todos los términos descritos en el capítulo IV.

**6.1.1. Apostolado.** La palabra griega *apostoloi* significa enviado. Hace referencia a la llamada que hace Jesucristo a los apóstoles para que continúen con su propia misión: anunciar el reino de Dios por todo el mundo.

Para el apostolado se necesitan almas que se entusiasmen por una idea y se consagran al triunfo de un principio. La realización de esta idea ha de ser sobre naturalizada por el espíritu interior, y nuestro celo, en todos sus aspectos, fin, medios y ardor, debe estar animado del espíritu de Jesús, para que nuestra vida sea lo más perfecta posible, la vida por excelencia, la cual es preferida por los teólogos a la simple contemplación (Chautard, 1912).

**6.1.2. Iglesia Católica.** Es la congregación de los fieles al cristianismo que se encuentra regida por el Papa. Es la Iglesia más grande del mundo, reúne en su seno a más de 1.200 millones de fieles en todo el planeta.

Según la doctrina, fue fundada por Jesucristo y dirigida por los apóstoles en sus primeros tiempos. Por esta razón, se autoproclama a sí misma como la única Iglesia cristiana auténtica. Su misión principal, aparte de elaborar, impartir y propagar las enseñanzas de Cristo y preservar la unidad de los fieles, es ayudar a recorrer el camino espiritual hacia Dios.

Según el Catecismo de la Iglesia Católica “Iglesia se designa al pueblo que Dios convoca y reúne desde todos los confines de la tierra, para constituir la asamblea de todos aquellos

que, por la fe y el Bautismo, han sido hechos hijos de Dios, miembros de Cristo y templo del Espíritu Santo.”

**6.1.3. Ayuda social.** La ayuda social consiste en luchar contra todo aquello que se considere en contra de cualquier derecho de las personas. La ayuda social lucha en contra de las desigualdades, de la pobreza, de la violencia y, al fin y al cabo, de las injusticias en general. Se puede llevar a cabo esta ayuda, a través de donaciones o colaboraciones con entidades que realicen trabajos con estos objetivos o bien por cuenta propia, aunque esto suele ser más complicado.

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

**6.1.4. Sacerdote.** Sacerdote es aquel hombre que, de acuerdo a los preceptos y a los rituales de la Iglesia católica, intermedia entre los fieles y Dios. Entre las funciones del sacerdote, se encuentran la dirección y la administración de los ritos y la difusión de la palabra divina.

La misión del sacerdote se dirige a que toda la humanidad se convierta en Eucaristía, acción de gracias y alabanza, culto a Dios y caridad hacia el prójimo. El Papa actual ha aludido, en este contexto, a san Juan Crisóstomo cuando relaciona el sacramento del altar con el «sacramento del hermano» necesitado o del pobre, como dos aspectos del mismo misterio. El sacerdocio es como un don inmenso que pide humildad, caridad universal y servicio infatigable y generoso. No obstante, para hablar del sacerdote hay que hablar

primero de Cristo, y luego -como ha señalado el Cardenal Walter Kasper- ante todo del sacerdocio común de los bautizados. El servicio de los sacerdotes a los cristianos y a todos los hombres, radica, según Benedicto XVI, en su pertenencia a Cristo: «Precisamente porque pertenece a Cristo, el sacerdote está radicalmente al servicio de los hombres: es ministro de su salvación, de su felicidad, de su auténtica liberación...». El sacerdote - escribía el entonces Cardenal Karol Wojtyla en un importante texto sobre la santidad sacerdotal- se encuentra, por así decirlo, en el centro mismo del misterio de Cristo, que abraza constantemente a toda la humanidad y al mundo, más aún a toda la creación visible e invisible (Pellitero, 2011).

**6.1.5. Laicos consagrados.** Los laicos consagrados son personas que sin ser sacerdotes se sienten llamadas a una consagración esponsal a Dios, y para responder y estar totalmente disponibles se vinculan a los consejos evangélicos de pobreza, obediencia y castidad.

El laico es aquel fiel (i.e. bautizado) que permanece en el siglo, tratando los asuntos temporales según Dios de manera que el mundo -la cultura en la que vive- se vaya impregnando y perfeccionando con el espíritu evangélico y encuentre en Cristo su plenitud. Esta vocación va acompañada de un don del Espíritu Santo (podríamos decir, un carisma) en orden a hacer presente el Reino de Dios en el mundo, actuando desde dentro del mundo. Mundo entendido como obra de Dios -por tanto bueno en sí mismo y ámbito de encuentro con su Creador y con sus hermanos, por más que esté herido por el pecado- y a la vez llamado a ser ordenado, recapitulado en Cristo, según el designio divino (López, 2017).

**6.1.6. Voluntarios.** Como sustantivo, voluntario refiere al sujeto que decide prestar un servicio o realizar un trabajo por voluntad propia, sin que esté obligado a hacerlo por motivos legales, contractuales o económicos.

La acción de un ciudadano que, una vez cumplidos sus deberes de estado (estudios, familia, profesión) y civiles (vida administrativa, política o sindical) se pone a disposición desinteresada de la comunidad, promoviendo la solidaridad. Para ello ofrece energías, capacidades de su tiempo y, eventualmente, los medios de que dispone, como respuesta creativa a las necesidades emergentes del territorio y, prioritariamente a aquéllas que corresponden a los marginados. Todo ello, preferiblemente, mediante la acción de un grupo que suministre la formación permanente y la continuidad del servicio en colaboración con las instituciones públicas y las fuerzas sociales (Tavazza, 1995).

**6.1.7. Bienhechores.** Aquel individuo que se dedica a realizar el bien al prójimo y a su entorno, a través de la práctica de acciones caritativas y benéficas. Por tal cuestión es que también se lo considerará como el protector de aquella comunidad, grupo, al cual asiste. Un benefactor es una persona que es solidaria, por lo que siempre se encuentra buscando la manera de contribuir con su prójimo, generalmente son personas que realizan donaciones de dinero o aportan con su trabajo a una causa social (Castillo, 2018).

**6.1.8 Movimiento.** Se trata de movimientos en rápida expansión capaces de penetrar en todos los ámbitos más difíciles y secularizados: la juventud, las universidades, el mundo laboral y de la empresa. Se presentan en nuevos "areópagos", y actúan en ambientes surgidos recientemente y donde aún debe oírse el anuncio del Evangelio, definidos en la encíclica *Redemptoris Missio*: los medios de comunicación, la cultura, la investigación científica, las relaciones internacionales, la economía. Algunos movimientos responden

con modos nuevos y originales, respetando fuertemente a la jerarquía de la Iglesia, a los grandes desafíos planteados a la Iglesia: el diálogo ecuménico, el diálogo interreligioso, el diálogo con el mundo laico. (Sacarafoni,2004)

## **6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño**

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

### **6.2.1. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.**

**6.2.1.1. Comunicación.** La palabra Comunicación proviene del latín communis que significa común. Tanto el latín como los idiomas romances han conservado el especial significado de un término griego, el de “Koinoonia”, que significa a la vez comunicación y comunidad (Lomonosov,1989).

**6.2.1.2. Esquema de comunicación. Los elementos que intervienen en el proceso de comunicación son los siguientes:**

- Emisor: Es aquel que transmite la información (un individuo, un grupo o una máquina).
- Receptor: Es aquel, individual o colectivamente, que recibe la información. Puede ser una máquina.
- Código: Conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.
- Canal: Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales. Se denomina canal tanto al medio natural (aire, luz) como al medio técnico empleado (impresión, telegrafía, radio, teléfono, televisión, ordenador, etc.) y se perciben a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto).

- Los medios o canales, de comunicación son el método de difusión que se emplea para enviar el mensaje. Estos pueden dividirse a grandes rasgos: mediatizados y directos. Los canales mediatizados son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor o receptores, no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo. Los canales directos dependen de la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otros cara a cara. Por ejemplo, hablar, escuchar, indicios no verbales, etc (Muriel, R., 1980).
- Mensaje: La propia información que el emisor transmite.
- Contexto: Circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida.

**6.2.1.3. Comunicación social.** Un proceso en el que intervienen dos o más seres o comunidades humanas que comparten experiencias, conocimientos, sentimientos; aunque sea a distancia, a través de medios artificiales. En este intercambio los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria (López, 2007).

## **6.2.2. Conceptos fundamentales relacionados con el diseño**

**6.2.2.1. Diseño.** Es un proceso el cual consiste en desarrollar soluciones prácticas para solucionar problemas. Es una forma de integrar métodos y técnicas para llegar a un resultado.

Diseñar es un acto humano fundamental: diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida. Ello significa que casi todas nuestras actividades tienen algo de diseño: lavar platos, llevar una contabilidad o pintar un cuadro (Gillam, 2012).

**6.2.2.2. Diseño gráfico.** Como forma de comunicación humana que se inmiscuye en todos los aspectos de la vida social, el diseño gráfico es una herramienta útil y compleja conectada a múltiples elementos que se están demostrando fundamentales para la producción cultural, tanto de ámbito global como local, en la actualidad: sostenibilidad, ética, identidad, tecnología, interdisciplinaridad, comunicación multimedia (Twemlow, 2007). El diseño gráfico consiste en proyectar un tipo de comunicación visual que es destinada a transmitir mensajes a grupos sociales. Es una actividad que ayuda a optimizar la forma de comunicación de una manera gráfica.

Es una actividad creativa, técnica y analítica, cuyo fin consiste en determinar, anticipadamente a su producción y divulgación, las características finales de un mensaje visual y su modo de elaboración, para que cumpla con una serie de requisitos: funcionales, formales, estéticos, simbólicos, informativos, identificadores, materiales, persuasivos, económicos, etc. Definidos de antemano y de común acuerdo entre el cliente o empleador y el diseñador (Belluccia, 2015).

### **6.2.2.3. Principales autores del diseño gráfico**

**6.2.2.3.1. Miguel de Lorenzi.** Se convierte en diseñador gráfico antes de llamarse así la disciplina, al inicio fue un dibujante publicitario y se dedicó varios años a las artes. Laboró en talleres de diferentes agencias de publicidad y fue director de arte, ilustrador, diseñador (Segre, 2015).

**6.2.2.3.2. Rubén Fontana.** Director del estudio Fontanadiseño la cual desarrolla actividad profesional desde Argentina y Latinoamérica, encargado de implementar la enseñanza de la tipografía para la carrera de diseño gráfico y su especialización es de identidad corporativa e imagen institucional (Fontana, 1942).

El aporte de la tipografía permite la selección adecuada y legibilidad del texto según el tipo de contenido. Permite dimensionar correctamente y utilizarla como complemento del diseño.

#### **6.2.3.4. Tipos de diseño**

**6.2.2.4.1. Diseño de experiencia de usuario.** Los diseñadores de experiencia se dedican a crear nuevas aplicaciones móviles, sitios web, software, juegos o vídeos que logran cautivar al usuario virtual.

La experiencia de usuario (UX) es el conjunto de factores y elementos que hacen referencia al nivel de satisfacción total de usuarios cuando utiliza un producto o sistema. El resultado de la UX es la generación de una percepción positiva o negativa de dicho servicio, producto o dispositivo. Es decir, si gusta o no a los usuarios.

Esta percepción depende no sólo de los factores relativos al diseño sino además de aspectos relativos a las emociones, sentimientos, confiabilidad del producto, etc (Quer, 2016).

**6.2.2.4.2. Diseño fotográfico.** Los fotógrafos usan su habilidad y creatividad para poder capturar las mejores fotografías que logren alcanzar un tráfico excelente en las redes sociales.

Para mí, la fotografía representa la vida misma. Es comunicación y permite el intercambio de experiencias. Nos permite mostrar a otros lo que vemos, las cosas que nos fascinan, las personas y los lugares que amamos y apreciamos (Leibovitz, 2013).

**6.2.2.4.3. Diseño industrial.** Este tipo de diseño comprende desde los tornillos hasta grandes piezas mecánicas, los dispositivos prefabricados para la reconstrucción y el mobiliario de cada tipo de máquina también conforman el diseño industrial. A través de grandes ingenieros especializados se logran diseñar y ejecutar cualquier dispositivo tecnológico. Dando vida a los electrodomésticos, celulares, bicicletas, autos entre muchos objetos más.

Hablando teóricamente cualquier concepto se define analizando todo tipo de rasgo característico principal que posee. Entonces el objeto relacionado con el conocimiento de la teoría del diseño, como también el de las actividades prácticas del mismo, terminan siendo el lenguaje del producto final. La afirmación reciente demuestra que las relaciones entre el hombre y el producto son transmitidas por los sentidos; el producto posee un lenguaje que a su vez se separa en tres tipos de funciones: las estético-formales, las indicativas y las simbólicas (Bürdek, 1994).

**6.2.2.4.4. Producción de un video informativo.** La producción de un video consiste en el arte de crear un producto para medios de comunicación en un formato audiovisual, como por ejemplo el cine o la televisión. Este tipo de material ayuda a la empresa a poder darse a conocer y expandir su nivel de alcance a más personas del grupo objetivo. Es una herramienta muy útil para las empresas para poder brindar un material audiovisual para que las personas del grupo objetivo puedan darse una idea acerca de que se trata la institución y como se puede involucrar.

La producción audiovisual es el proceso completo de creación de un contenido audiovisual. Dependiendo de la complejidad del producto audiovisual, la duración y la preparación del mismo será diferente (Abellán, 2018).

### 6.3.1.1 Ciencias Auxiliares

**6.3.1.1. Semiología.** Es la ciencia que estudia los sistemas de comunicación dentro de la sociedad humana, estudia más a fondo las propiedades de los sistemas de signos.

Se entiende por un signo a un objeto o evento que está presente en lugar de otro objeto ausente.

La semiología es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etc. De acuerdo con esta definición, la lengua sería una parte de la semiología. En realidad, se coincide generalmente en reconocer al lenguaje un status privilegiado y autónomo que permite definir a la semiología como el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos. (Guiraud, 1972).

**6.3.1.4 Semiología de la imagen.** Se refiere al mensaje publicitario de una forma visual, analizando e interpretando todos los elementos y el concepto principal que se quiere transmitir partiendo de la base que todo anuncio tiene un significado, el concepto, y un significante, la imagen.

El estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen (Santaella, 2003).

**6.3.1.3 Sociología.** Es la ciencia que se ocupa del estudio de las relaciones entre los individuos y las leyes que regulan a la sociedad en el marco de las sociedades humanas.

Es la ciencia que pretende entender, interpretándose la acción social para explicarla causalmente en su desarrollo y efectos, entendiendo por acción como una conducta humana en la que el individuo o individuos de la acción la enlacen con un sentido subjetivo. La acción social estaría referida a la conducta de otros. Pero lo que interesa al autor es el sentido de la acción susceptible de ser comprendida. Weber destaca en la investigación sociológica la intersubjetividad o el cúmulo de relaciones entre sujetos movidos por la intencionalidad, relaciones dotadas de un sentido que las hace comprensibles. Así trata de captar la lógica que subyace a los fenómenos sociales, con lo que establecer inferencias causales y modelos tipológicos. Así pues trata de rastrear tendencias previsible a partir de la comprensión de orientaciones sociales (Weber).

**6.3.1.4 Psicología.** Es una ciencia que trata el estudio y el análisis de la conducta y proceso mental de personas y grupos humanos en distintas situaciones. Su campo de trabajo abarca aspectos de experiencia humana, se hacen para fines de investigación como docentes y laborales.

El estudio y tratamiento de los trastornos mentales, del comportamiento y los problemas escolares es, sin duda, un ámbito de ocupación importante, pero no el único, ya que se debe considerar la promoción de la salud mental de las personas sanas, la prevención, el uso de la misma en la mejora del rendimiento a distintos niveles (laboral, escolar, deportivo, etc.). Esto es psicología —psicología

aplicada—, pero no es toda la psicología aplicada ni es el único modo de entenderla (Prieto, 1995).

**6.3.1.5 Tecnología.** Es una ciencia aplicada a la resolución de problemas, constituye un conjunto de conocimientos que ayudan al individuo diseñar y crear bienes o servicios que facilitan la adaptación al entorno en donde se desenvuelve la persona.

La tecnología es el resultado del saber que permite producir artefactos o procesos, modifica el medio, incluyendo las plantas y animales, para generar bienestar y satisfacer las necesidades humanas (Calderón).

**6.3.1.6 Relaciones públicas.** Son un conjunto de acciones de comunicación coordinadas, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándoles y persuadiéndolos para lograr fidelidad y apoyo en distintas ocasiones.

Las relaciones públicas aportan a las organizaciones la capacidad de participar en la dinámica social ya sea informando sobre lo que hacen o percibiendo lo que la sociedad demanda de ellas. Si abrimos un periódico, escuchamos la radio, vemos la televisión o navegamos por internet, podemos conocer lo que hacen las organizaciones y esa información viene esencialmente de sus responsables de relaciones públicas, que son los encargados de gestionar todo lo que se comunica sobre esa organización (Castillo, 2009).

**6.3.1.7 Teología.** Es una ciencia que estudia las propiedades y características de la divinidad. Se trata de un conjunto de técnicas de filosofía que generan conocimientos sobre Dios y las entidades calificadas como divinas.

Trata del intelecto divino como de la causa eficiente y de la causa formal y sobre el mismo, en cuanto es ciencia plena de las razones de todas las cosas que existen. Por esta razón también es ciencia que trata sobre Dios en cuanto fin (Moraga, 2011).

### **6.3.2. Artes**

**6.3.2.1 Fotografía.** Durante el último siglo y medio, la fotografía se ha utilizado para registrar todos los aspectos de la vida y las actividades del ser humano. Durante esta historia, relativamente corta, el medio ha ampliado sus capacidades de registrar el tiempo y el espacio humano, permitiendo así que la visión humana sea capaz de captar un momento efímero o visualizar tanto lo muy grande como lo minúsculo (Wright, 2011).

**6.3.2.2 Cinematografía.** Es la creación de imágenes en movimiento. Tiene una gran gama de posibilidades de creatividad y surgen cuando la cámara y los elementos de la escena están en movimiento.

Su labor crítica se centra en dos aspectos principales, el espacio cinematográfico y la estructura de la trama. Esta premisa implica una especial atención a los aspectos formales del cine: escenografía, iluminación, composición de la imagen, disposición de los actores, la continuidad entre escenas, tipos de planos, el actor como centro y el espectador como reconstructor de la historia, las convenciones de los géneros cinematográficos, las idiosincrasias culturales de cada país y los mecanismos de distribución. El crítico debe analizar el mayor número de estos aspectos para comprender mejor la película. El mensaje, los temas, se presentan explícitamente en la trama pero también integrados en las técnicas (si se ha hecho un buen trabajo), al

final, cada espectador reconstruye el texto cinematográfico en su complejidad estética y formal (Bordwell, 2015).

### **6.3.3. Teorías.**

**6.3.3.1 Teoría del color.** Son un conjunto de reglas básicas en la mezcla de colores para así poder conseguir un efecto deseado combinando colores pigmento o de luz. Como por ejemplo, la luz blanca se puede producir combinando el rojo, el verde y el azul, mientras que combinando cian, magenta y amarillo se produce el color negro. Se debe de tener claro el uso del color para transmitir un mensaje adecuado. Otras propiedades de los objetos son: matriz es la característica que distingue al color y por la que designamos colores, la saturación o intensidad es la cantidad de luz de un objeto, así como la oscuridad y claridad, el brillo es la cantidad de luz producida o reflejada por una superficie. Es un conjunto de reglas básicas en la mezcla de percepción de colores para conseguir el efecto deseado combinando colores de luz o combinando colores reflejados en pigmentos (Goethe, 1991).

**6.3.3.2 Teoría del recorrido visual.** Mediante el recorrido visual establecemos una serie de relaciones entre los elementos plásticos de la composición. El orden en la lectura de los elementos visuales viene determinado por la propia organización interna de la composición, que define una serie de direcciones visuales.

- Por un lado, las direcciones de escena, internas a la composición, estarían creadas por la organización de los elementos plásticos presentes en el interior del encuadre que, a su vez, pueden estar representadas gráficamente (mediante elementos gráficos como la representación del movimiento, la presencia de brazos o dedos que señalan

direcciones concretas o la presencia de formas y objetos puntiformes) o inducidas por las miradas de los personajes presentes en el encuadre.

- Por otro lado, las direcciones de lectura, en ocasiones, vienen determinadas por la existencia de los vectores direccionales presentes en la propia composición. También en este caso podemos sentir el peso de la tradición cultural occidental, en la que la lectura se realiza de izquierda a derecha y de arriba abajo.

Con frecuencia, el recorrido visual puede hacerse de varias formas en la lectura de una fotografía, cuando nos hallamos ante imágenes de compleja factura o deliberadamente *abiertas*, como ocurre con las prácticas artísticas (Villafane, 2006).

#### **6.3.4. Tendencias.**

**6.3.4.1 Video explicativo.** son vídeos cortos en los que se explica el servicio de una empresa o el uso de un producto. El objetivo de estos vídeos es que el usuario entienda en unos minutos cómo funciona algo de una forma sencilla. El video explicativo facilita la comprensión del producto servicio y muestra sus principales funcionalidades. El principal objetivo de un video explicativo es transformar un mensaje complicado en un discurso entendible para todos. El video explicativo se caracteriza por tener tomas abiertas, que no tengan tanta duración, se coloque el logotipo institucional, información de contacto y tomas sin guion, es decir que las personas del video no están actuando.

Ejemplos de video explicativo:

Tomas abiertas:



Tomas sin guión:



Toma con el logotipo institucional:



## **Capítulo VII**

## Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

### 7.1. Aplicación de la información obtenida en el Marco Teórico

- 7.1.1. Comunicación.** La comunicación utilizada en este proyecto fue empleada para dar a transmitir un mensaje, en este caso está siendo transmitido a través de un video audiovisual.
- 7.1.2. Comunicación visual.** El tipo de comunicación utilizada es visual, ya que es un video que transmite ideas e información que es percibida a través del sentido de la vista. La comunicación visual tiene más impacto, ya que el grupo objetivo puede ver de qué se tratan las actividades que se dan a conocer.
- 7.1.3. Diseño.** El diseño fue utilizado para plasmar gráficamente el video y utilizar un software de edición de video para crear el material audiovisual informativo.
- 7.1.4. Diseño fotográfico.** El diseño fotográfico será utilizado para lograr un encuadre ideal en las tomas del video informativo, para que sea atractivo y la persona que lo vea.
- 7.1.5. Arte.** La cinematografía es el arte que se utilizó en este proyecto, ya que siendo un video fue necesario saber acerca de encuadres y tomas de video, y se viera visualmente atractivo el grupo objetivo.
- 7.1.6. Teoría.** La teoría utilizada fue la de recorrido visual, ya que era necesario poder plasmar gráficamente una estructura al video y que tuviera una fluidez de acuerdo a las tomas seleccionadas.
- 7.1.7. Tendencia.** El minimalismo será utilizado para tener la menor cantidad de tiempo en el video y un texto legible para que la persona que mire el video tenga toda su atención al audiovisual.

## 7.2. Conceptualización

La conceptualización servirá de referencia para la elaboración de todos los elementos que irán colocados en el proyecto. Producción de un video informativo para dar a conocer los distintos apostolados que ofrece el Movimiento Regnum Christi, a miembros actuales y potenciales en Guatemala.

**7.2.1. Método: Identificación o empatía.** El método creativo Identificación o empatía es usado principalmente para obtener otra percepción, otro punto de vista sobre un asunto.

El método Identificación o empatía funciona de la siguiente manera: Tras la definición del objetivo creativo y de haber generado nuevas ideas buscamos una nueva percepción que abra caminos diferentes. Elijo una persona, personaje, animal, vegetal, objeto, elemento... que esté o no relacionado con el objetivo creativo o campo sobre el que trabajo.

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

Ejemplos:

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

**7.2.2. Definición del concepto.** Identificación o empatía: El método creativo Identificación o empatía es usado principalmente para obtener otra percepción, otro punto de vista sobre un asunto.

El método Identificación o empatía funciona de la siguiente manera: Tras la definición del objetivo creativo y de haber generado nuevas ideas, buscamos una nueva percepción que abra caminos diferentes. Elijo una persona, personaje, animal, vegetal, objeto, elemento... que esté o no relacionado con el objetivo creativo o campo sobre el que trabajo.

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

### **¿Qué es?**

Un video informativo para dar a conocer los distintos apostolados que ofrece el Movimiento Regnum Christi.

### **¿Para qué sirve?**

Sirve para que personas al ver el video estén informados y tengan una idea de lo que se hace en cada apostolado.

### **¿Cómo?**

A través de un video informativo que explique más a detalle el objetivo de cada apostolado, y que la persona al verlo pueda estar informado acerca de la organización y pueda avocarse para participar de alguno de ellos.

### **Opciones:**

- **Descubre el apostolado que hay en ti**
- El apostolado te llama
- Muchas opciones de apostolados para todo tipo de personas
- Déjate sorprender por nuestras opciones

El concepto elegido “Descubre el apostolado que hay en ti”, hace un llamado a toda persona que mire el video informativo para el Movimiento Regnum Christi, ya que en el video se expondrán distintos apostolados para que la persona pueda elegir uno de ellos para participar en él.

### 7.3. Bocetaje

Con base en la frase “Descubre el apostolado que hay en ti”, se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: Bocetaje de diagramación, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

#### 7.3.1. Proceso de bocetaje inicial y formal

Tamaño del video: 1920x1080 px

Diapositiva 1

1920 px

1080 px

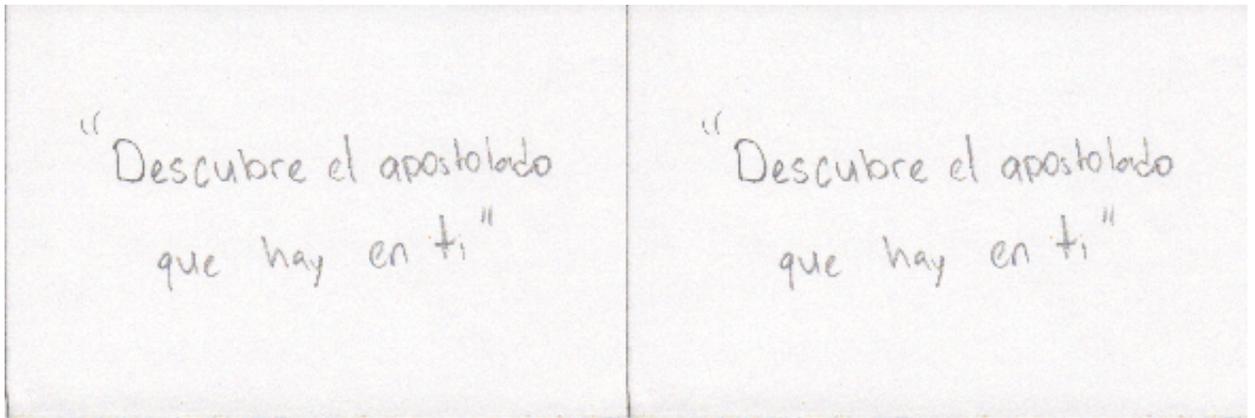


Logo institucional del Movimiento Regnum Christi

Diapositiva 2

1920 px

1080 px

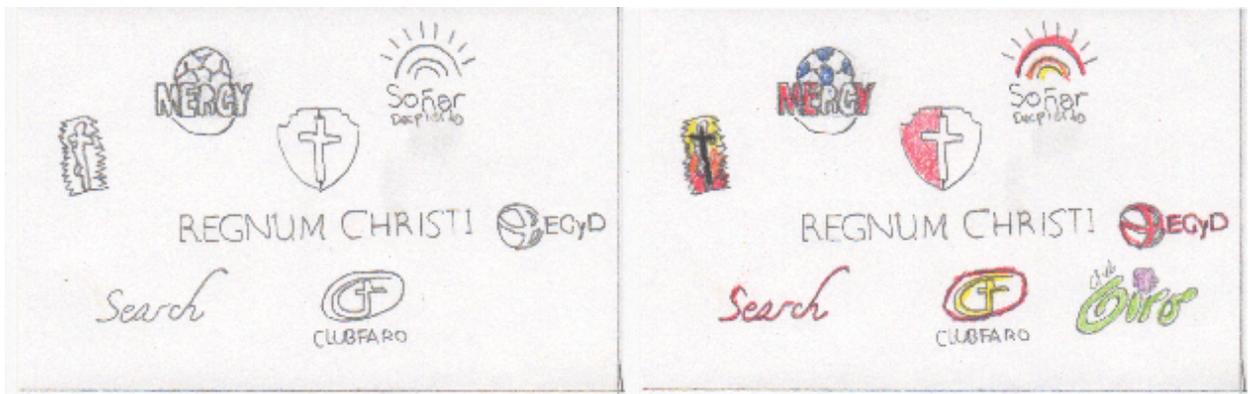


Frase conceptual elegida a través de la técnica de identificación o empatía

Diapositiva 3

1920 px

1080 px



Presentación de las organizaciones que contiene el video informativo

1920 px

1080 px

Diapositiva 4

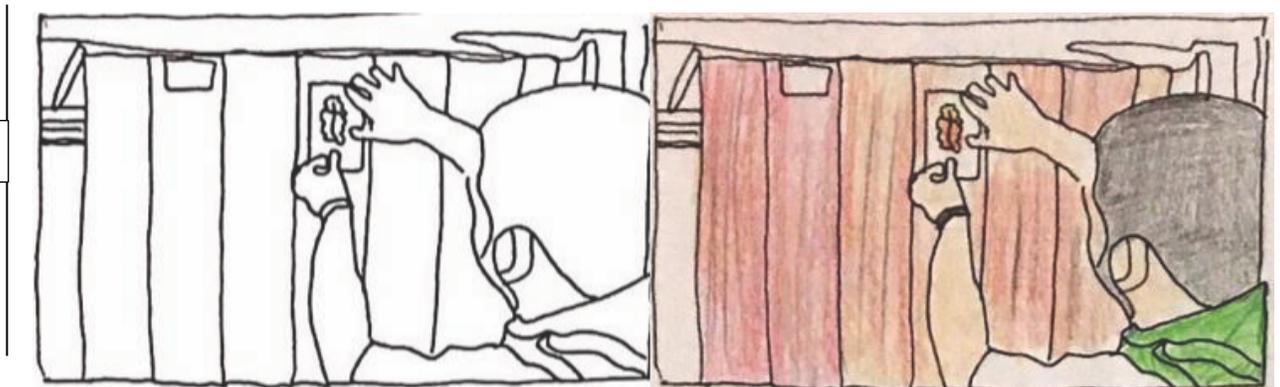


Logotipo institucional de Juventud y Familia Misionera

Diapositiva 5

1920 px

1080 px

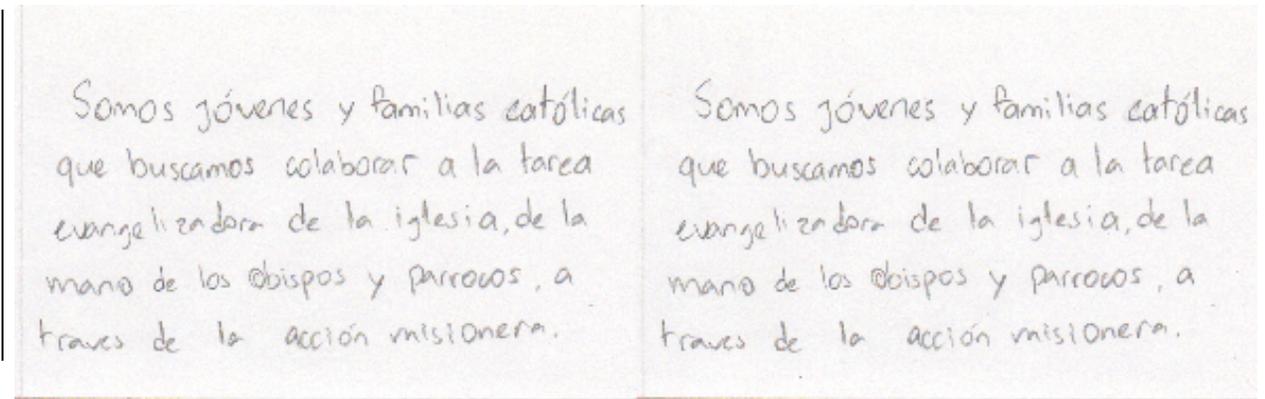


Video de actividades en Juventud y Familia Misionera

Diapositiva 6

1920 px

1080 px

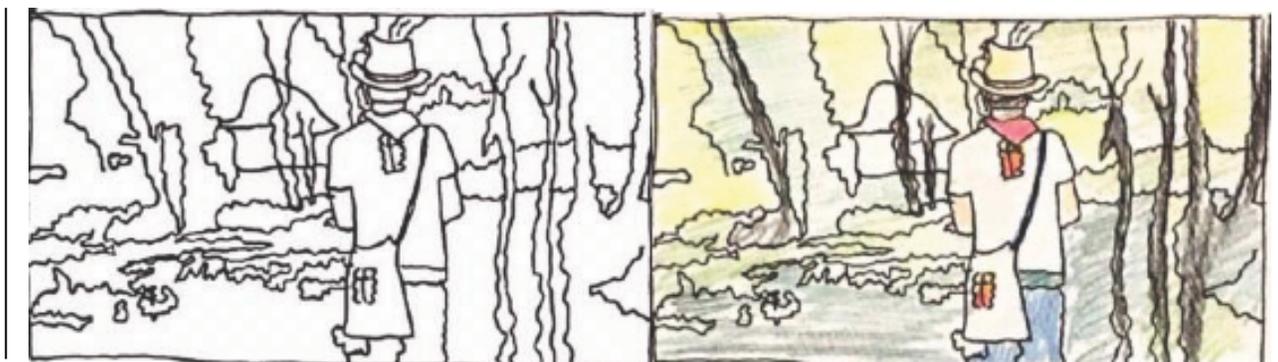


Texto con explicación acerca de Juventud y Familia Misionera

Diapositiva 7

1920 px

1080 px



Video de actividades en Juventud y Familia Misionera

Diapositiva 8

1920 px

1080 px



Logotipo institucional de Search

Diapositiva 9

1920 px

1080 px



Video de actividades en Search

Diapositiva 10

1920 px

1080 px

Search es una experiencia distinta a lo que estamos acostumbrados. Es una experiencia muy vivencial y dinamica. ¡Te aseguramos que es algo inolvidable! Simplemente, el mejor fin de semana

Search es una experiencia distinta a lo que estamos acostumbrados. Es una experiencia muy vivencial y dinamica. ¡Te aseguramos que es algo inolvidable! Simplemente, el mejor fin de semana

Texto con explicación acerca de Search

Diapositiva 11

1920 px

1080 px



Video de actividades Search

Diapositiva 12

1920 px

1080 px

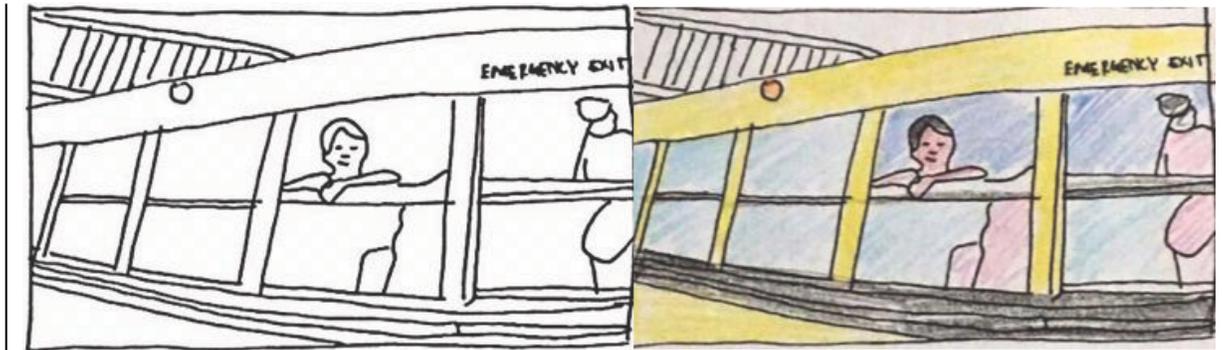


Logotipo institucional de Soñar Despierto

Diapositiva 13

1920 px

1080 px



Video de actividades Soñar Despierto

Diapositiva 14

1920 px

1080 px

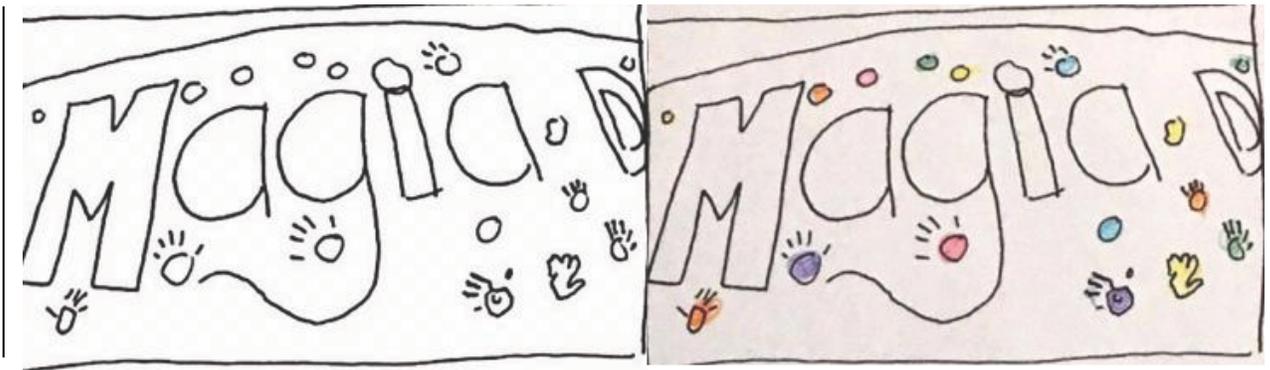
Soñar Despierto es una organización  
apolítica, dirigida por jóvenes que,  
soñamos promover y vivir la solidaridad  
y la generosidad transformando la vida  
que se encuentran más desprotegidos.  
los niños

Texto con explicación acerca de Soñar Despierto

Diapositiva 15

1920 px

1080 px



Video de actividades Soñar Despierto

Diapositiva 16

1920 px

1080 px

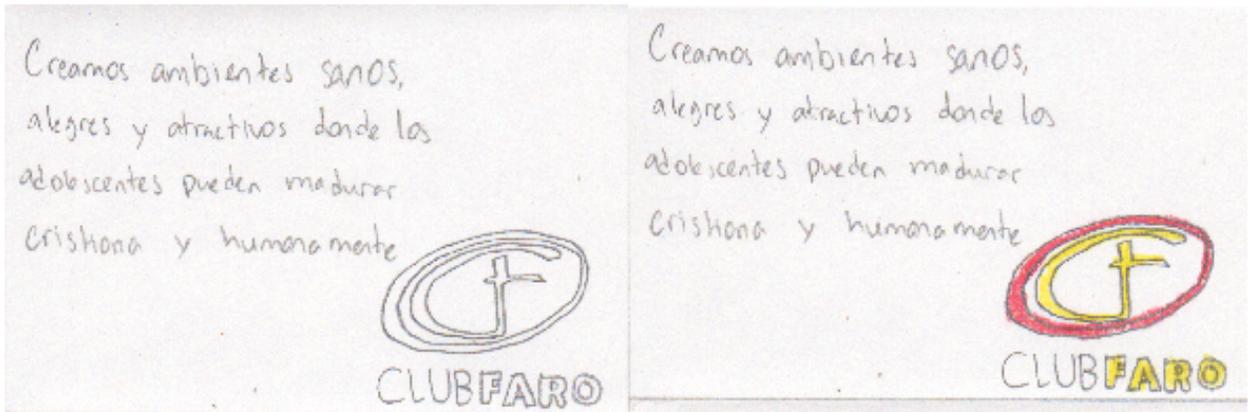


Logotipo institucional de EcyD, Club Faro y Club Giro

Diapositiva 17

1920 px

1080 px

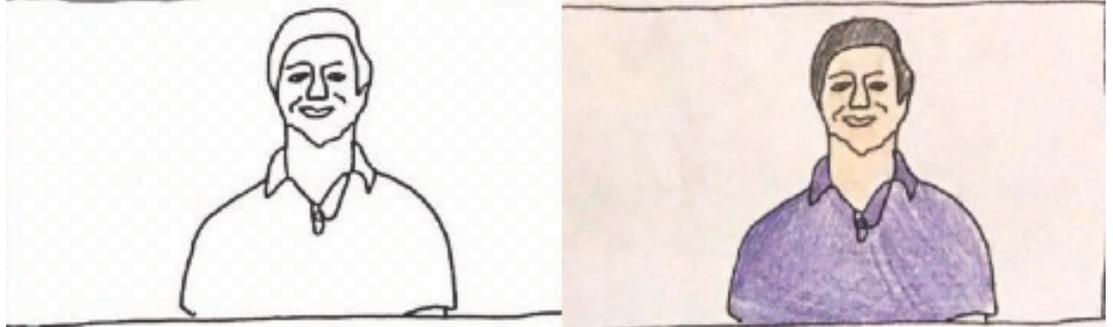


Texto con explicación acerca de Club Faro

Diapositiva 18

1920 px

1080 px



Video de actividades Club Faro

Diapositiva 19

1920 px

1080 px

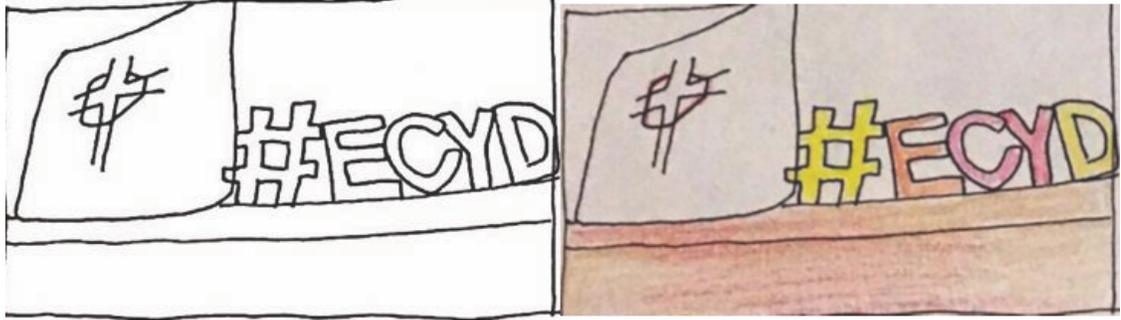


Texto con explicación acerca de Club Giro

Diapositiva 20

1920 px

1080 px

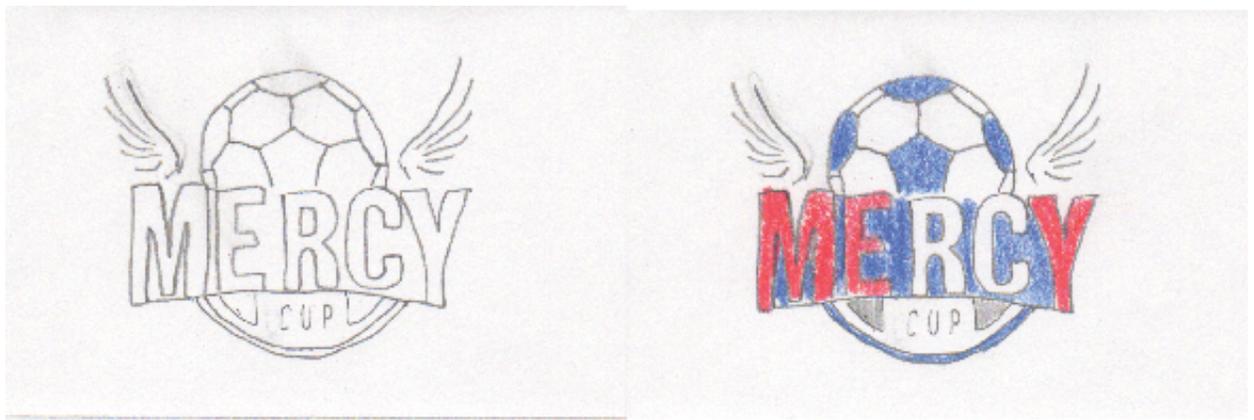


Video de actividades Club Giro

Diapositiva 21

1920 px

1080 px

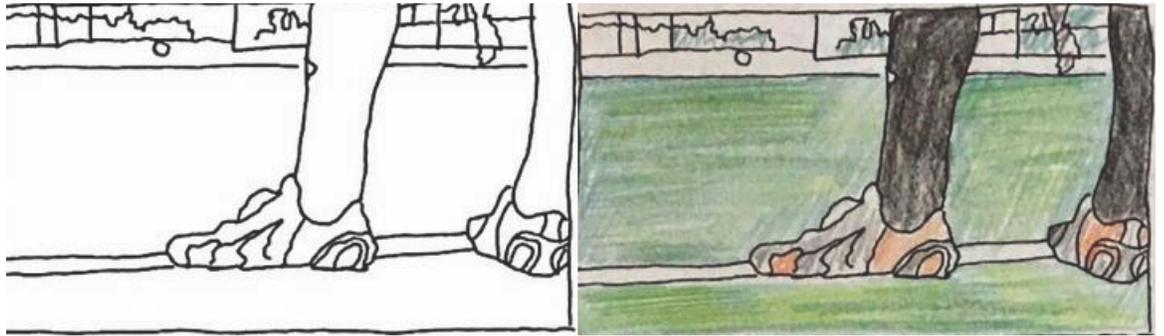


Logotipo institucional de Mercy Cup

Diapositiva 22

1920 px

1080 px



Video de actividades Mercy Cup

Diapositiva 23

1920 px

1080 px

Mercy Cup es un torneo de futbol  
de un día, que se realiza para  
recaudar fondos para instituciones  
benéficas

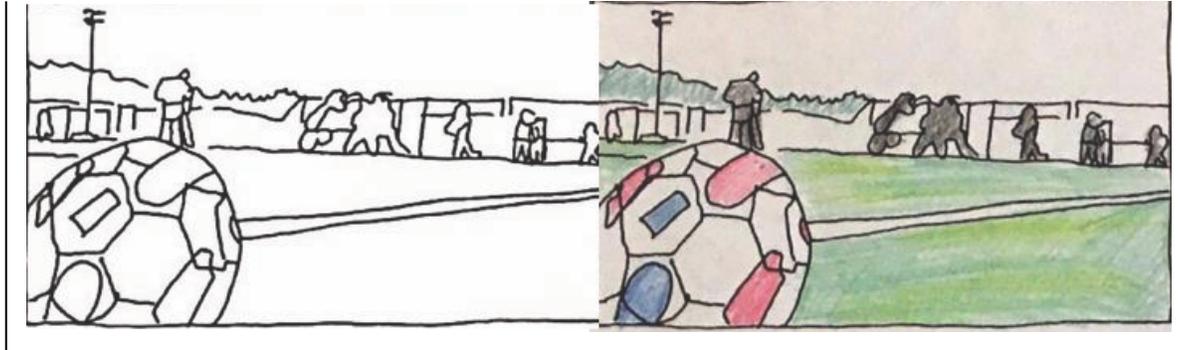
Mercy Cup es un torneo de futbol  
de un día, que se realiza para  
recaudar fondos para instituciones  
benéficas

Texto con explicación acerca de Mercy Cup

Diapositiva 24

1920 px

1080 px

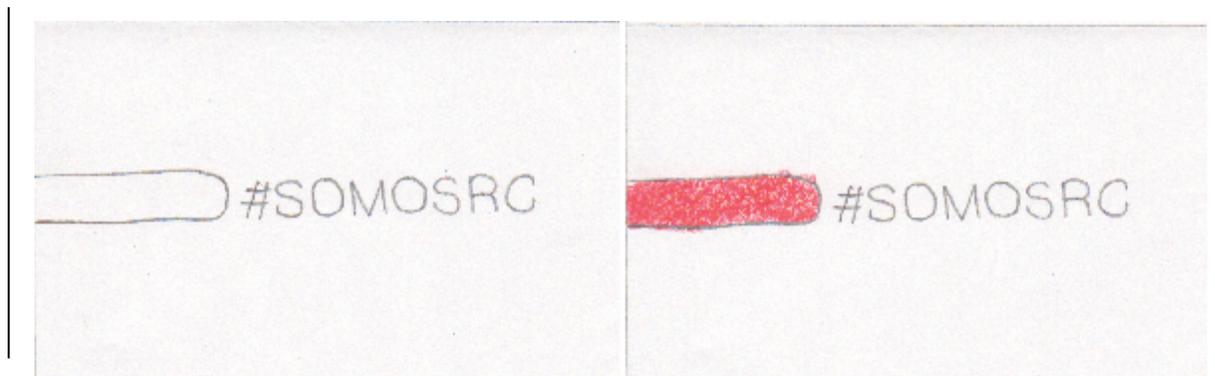


Video de actividades de Mercy Cup

Diapositiva 25

1920 px

1080 px

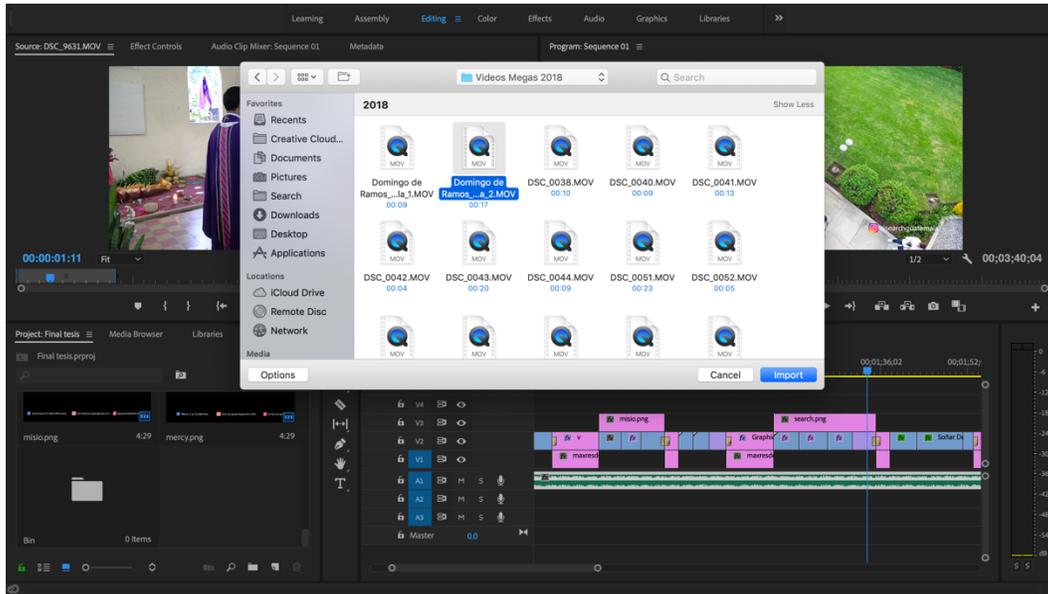


Cierre de video informativo con Hashtag institucional

### 7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.

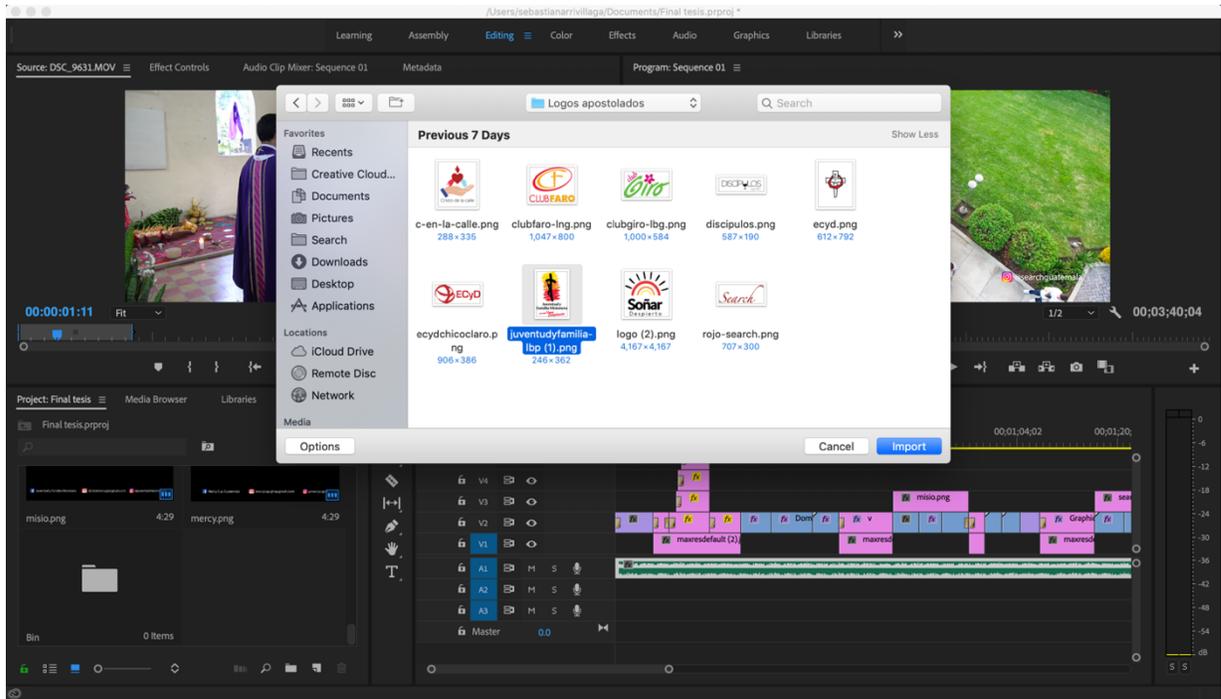
#### Proceso de edición:

Importación de material para el video:

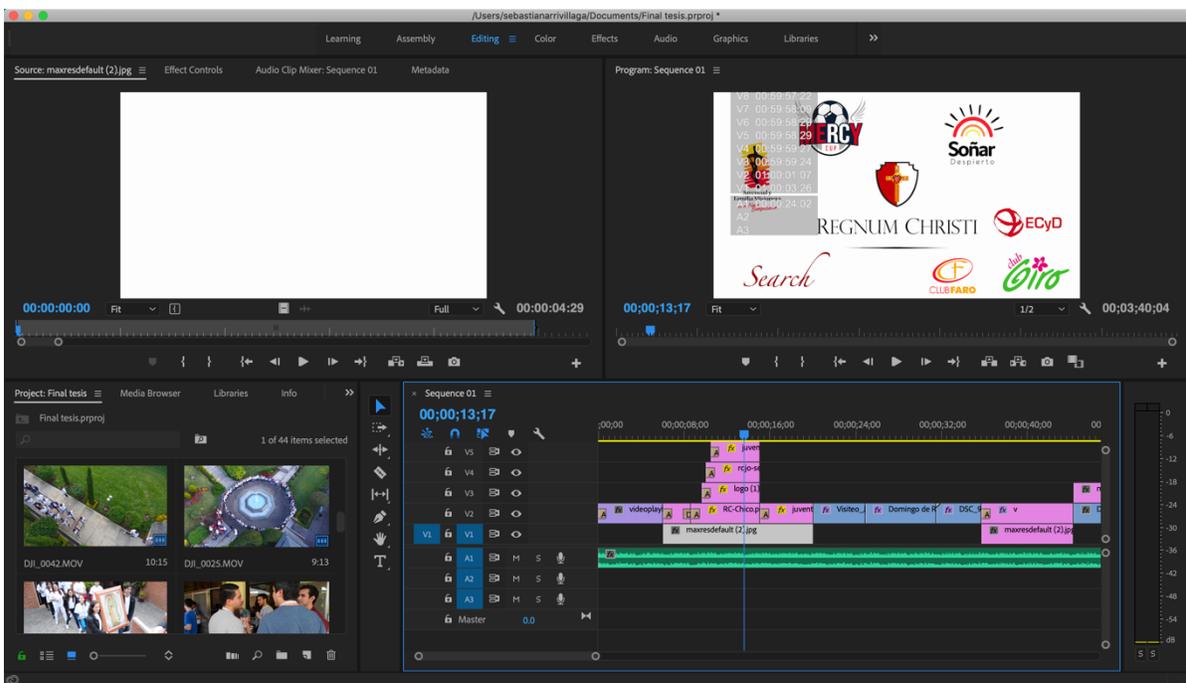


Se seleccionaron los videos a realizarse y luego se fue haciendo la edición de cada toma seleccionada.

## Importe de logotipos a utilizar

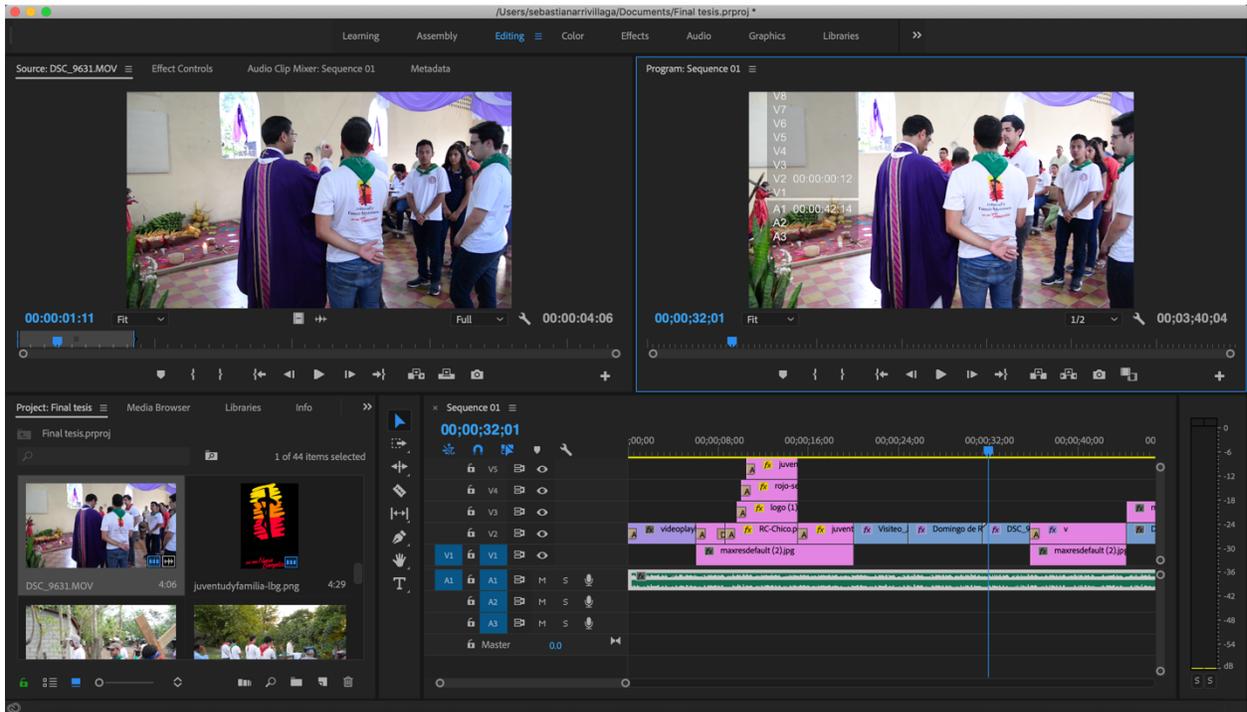


Se seleccionaron los logotipos para luego integrarlos al video y presentar todas las actividades que ofrecen.

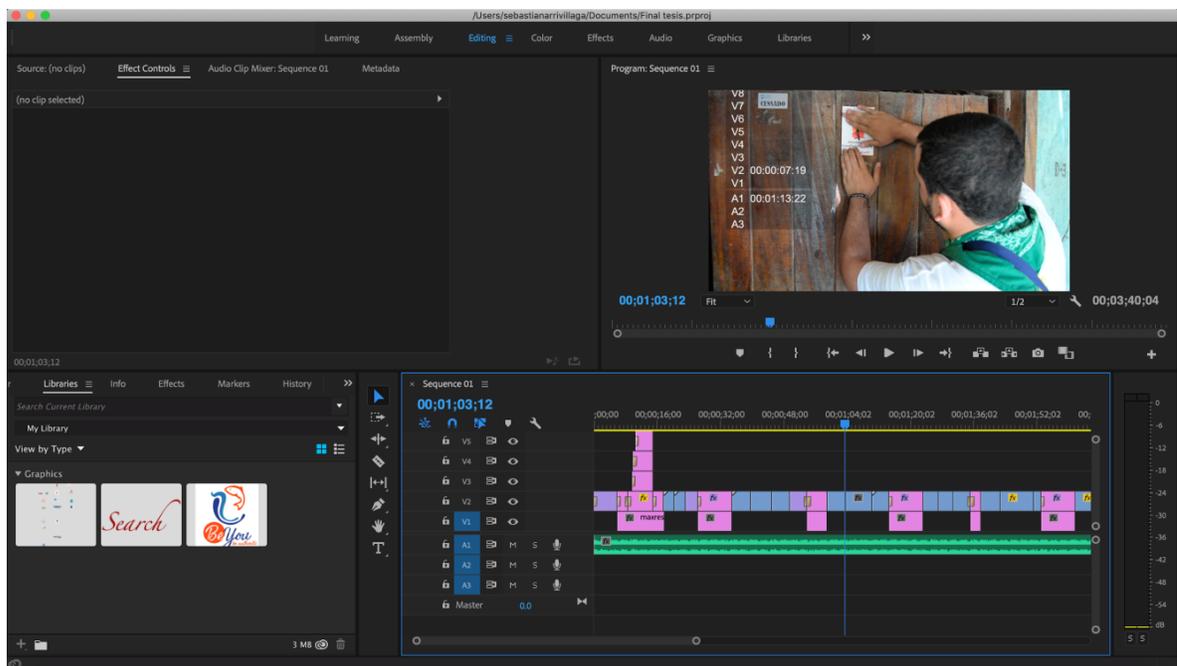


Una vez los logotipos estaban dentro de programa se procedió a incluirlos en el área de trabajo.

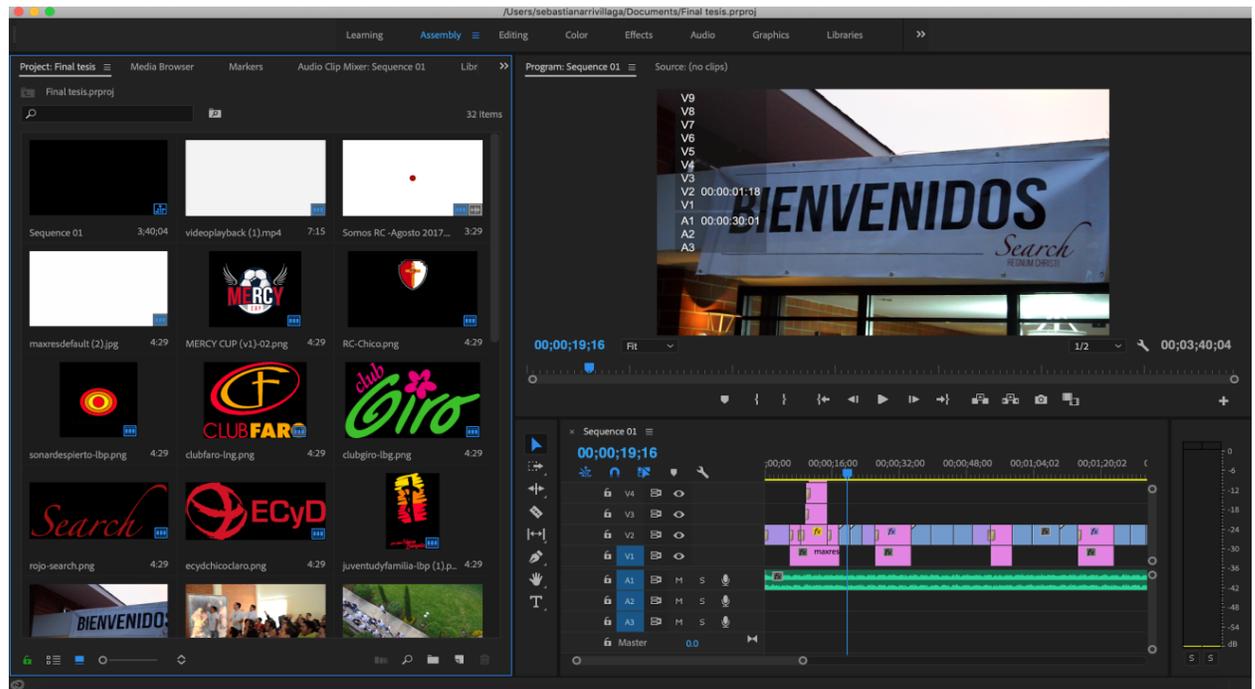
### Proceso de corte



De cada video se cortó a la toma seleccionada y luego se importó a la mesa de trabajo

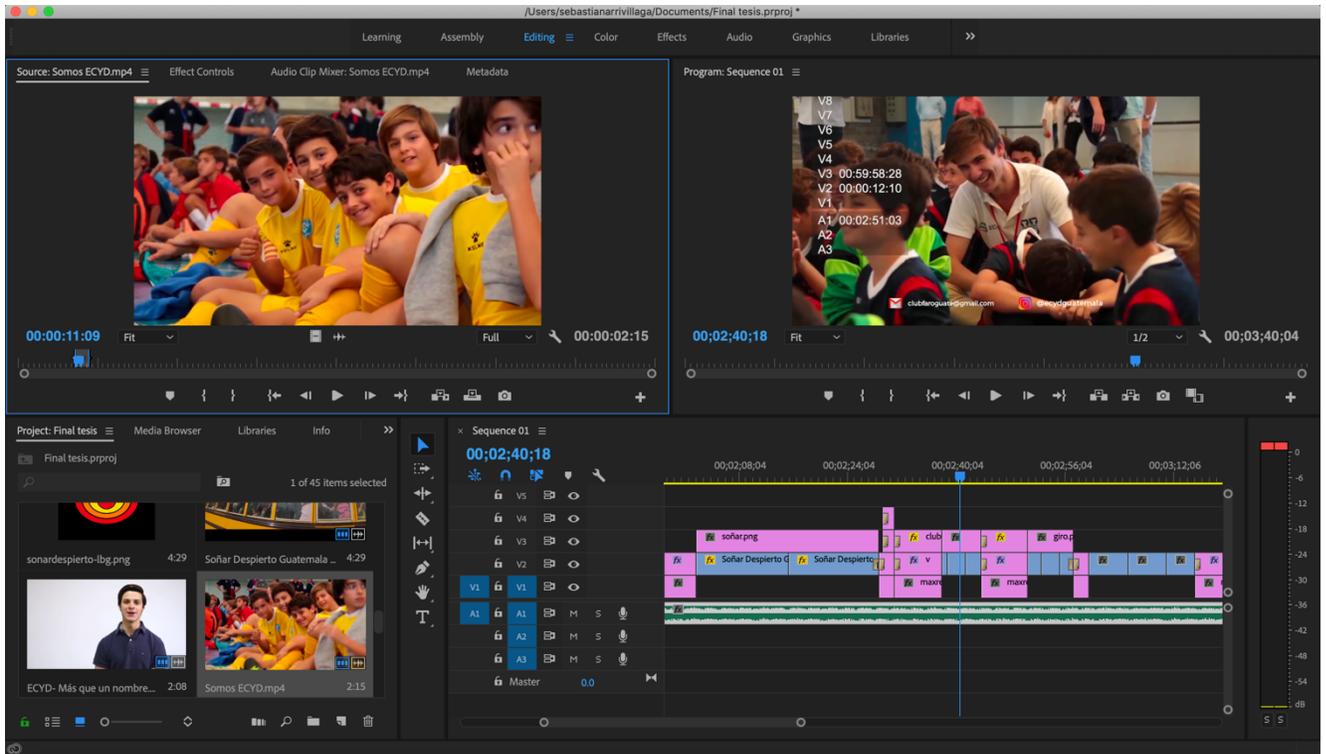


De cada video se corto a la toma seleccionada y luego se importo a la mesa de trabajo

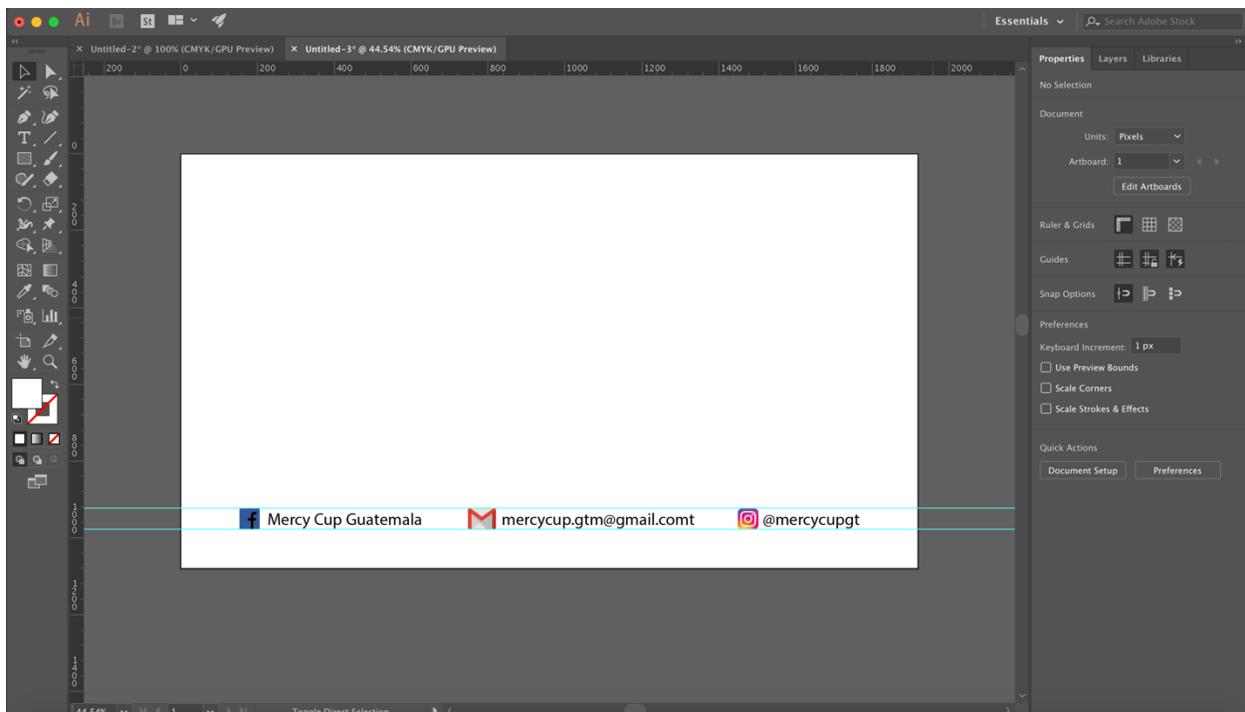


De cada video se cortó a la toma seleccionada y luego se importó a la mesa de trabajo





Creación de cintillo con información de cada organización.



Se recopiló información de contacto de cada organización para luego incluirla en el cintillo para contacto en distintos canales de comunicación.

## 7.4. Propuesta preliminar

El video se encuentra en el siguiente link: [bit.ly/tesisfacom](http://bit.ly/tesisfacom)

<p>Toma:</p> 	<p>Toma:</p> 
<p>Escena: Introducción al video informativo con logotipo institucional</p>	<p>Escena: Presentación de las organizaciones que se darán a conocer en el video</p>
<p>Toma:</p> 	<p>Toma:</p> 
<p>Escena: Misionero coloca sticker en puerta de casa visitada</p>	<p>Escena: Misioneros atienden a Misa con personas del pueblo</p>
<p>Toma:</p> 	<p>Toma:</p> <p>Search es una experiencia distinta a lo que estamos acostumbrados. Es una experiencia muy vivencial y dinámica. ¡Te aseguramos que es algo inolvidable! Sencillamente, el mejor fin de semana de tu vida.</p>
<p>Escena: Participantes del retiro saludan hacia el dron</p>	<p>Escena: Texto con explicación acerca del retiro Search</p>

<p>Toma:</p>	<p>Toma:</p>
	
<p>Escena: Participantes del evento de Soñar Despierto acuden a la mesa de registro</p>	<p>Escena: Niños que participan del evento disfrutan de los juegos</p>
<p>Toma:</p>	<p>Toma:</p>
	
<p>Escena: Introducción a las organizaciones de: ECyD, Club Faro y Club Giro</p>	<p>Escena: Premiación en categoría femenil en evento de Mercy Cup</p>
<p>Toma:</p>	<p>Toma:</p>
	
<p>Escena: Desarrollo de un partido de fútbol en evento de Mercy Cup</p>	<p>Escena: Toma final con Hashtag institucional de Regnum Christi</p>

## **Capítulo VIII**

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

El proceso de validación consiste en evaluar cualitativamente y cuantitativamente la efectividad que presenta el material diseñado en función de dar respuesta a los requerimientos del cliente, los objetivos del proyecto y la funcionalidad del proyecto.

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

### **8.1. Población y muestreo**

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a 20 números de personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco (5) expertos en el área de comunicación y diseño.

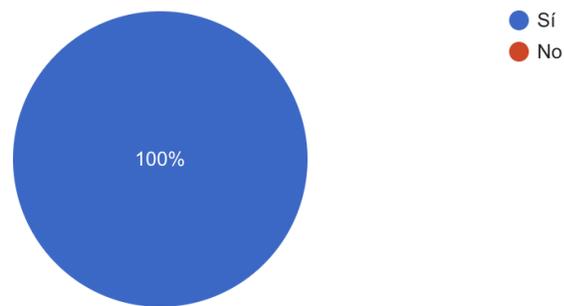
### **8.2. Método e instrumentos**

La herramienta que se usará es la encuesta, que 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. Ver encuesta en anexo (4)

### 8.3. Resultados e interpretación de resultados

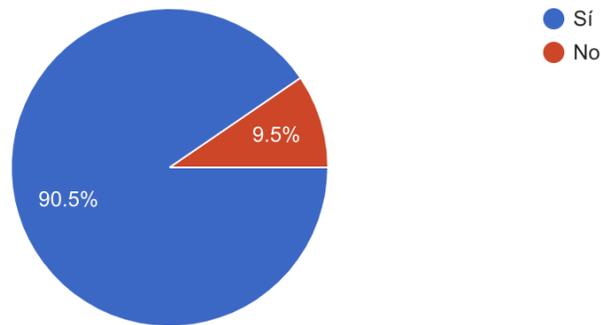
#### Parte objetiva

1. Considera usted necesaria la producción de un video informativo para dar a conocer a los miembros actuales y potenciales, las distintas actividades evangelizadoras que realiza el Movimiento Regnum Christi.



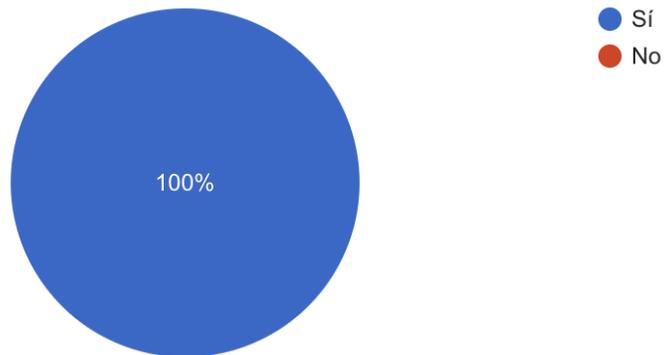
Interpretación: El 100% de los encuestados considera la producción de un video informativo para dar a conocer a los miembros actuales y potenciales, las distintas actividades evangelizadoras que realiza el Movimiento Regnum Christi.

2. Considera usted que es importante investigar términos y conceptos, relacionados con la producción de videos informativo a través de fuentes bibliográficas que respalden la propuesta que será visto por miembros actuales y potenciales.



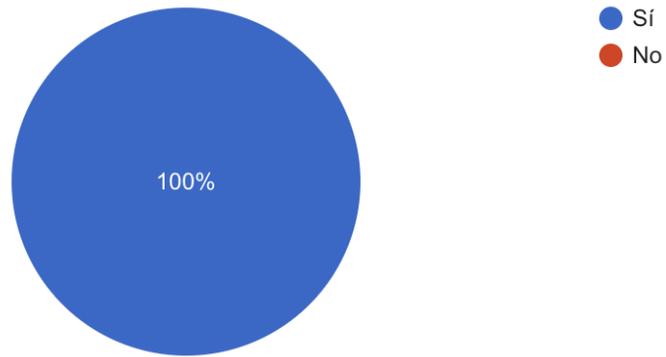
Interpretación: El 90.5% de los encuestados considera que es importante investigar términos y conceptos, relacionados con la producción de videos informativo a través de fuentes bibliográficas que respalden la propuesta que será visto por miembros actuales y potenciales. El 9.5% de los encuestados considera que no. Por lo tanto, se cumple con el primer objetivo específico de este proyecto.

3. Considera usted necesario recopilar información de los distintos apostolados del Movimiento Regnum Christi por medio del Brief para que sea integrado al video informativo y que los miembros actuales y potenciales estén informados.



Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario recopilar información de los distintos apostolados del Movimiento Regnum Christi por medio del Brief para que sea integrado al video informativo y que los miembros actuales y potenciales estén informados. Por lo tanto, se cumple el segundo objetivo específico de este proyecto.

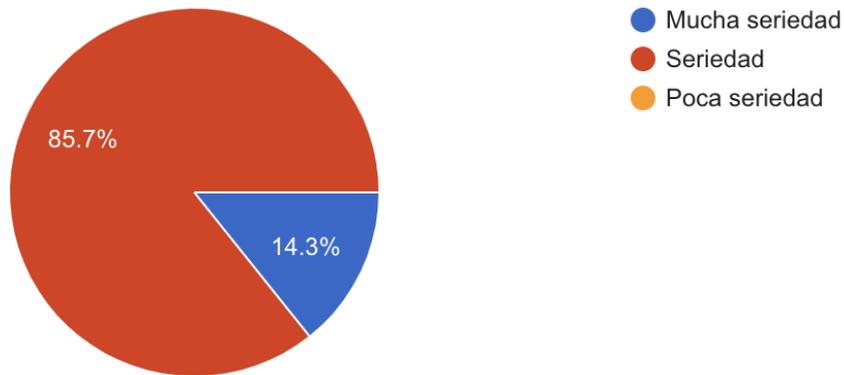
4. Considera usted importante editar el material audiovisual para facilitar visualmente el contenido del video informativo al grupo objetivo.



Interpretación: El 100% de los encuestados considera importante editar el material audiovisual para facilitar visualmente el contenido del video informativo al grupo objetivo. Por lo tanto, se cumple el tercer objetivo específico de este proyecto.

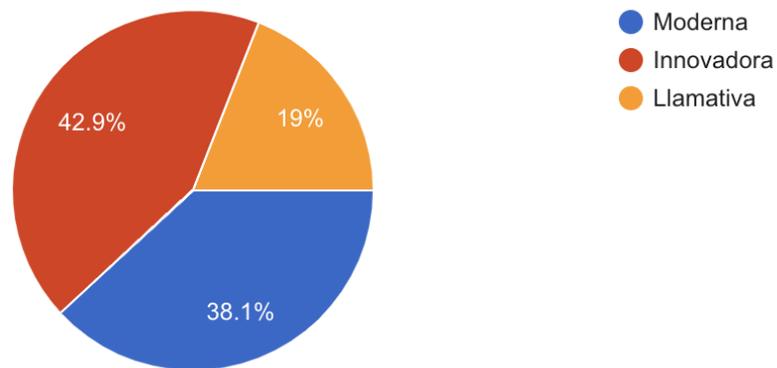
**Parte semiológica:**

5. ¿Considera que la tipografía utilizada en el video transmite?



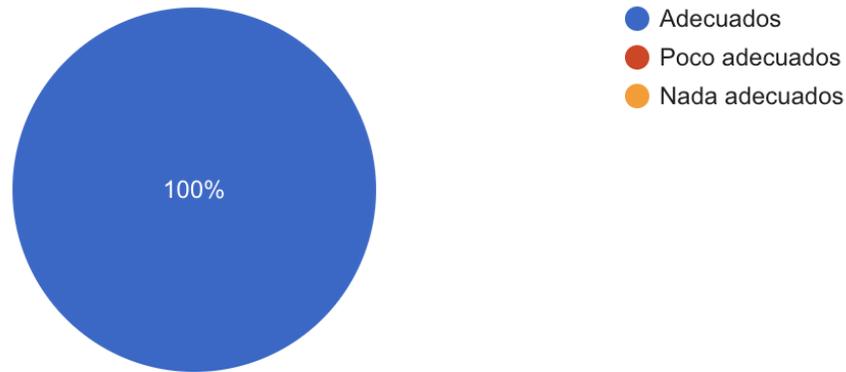
Interpretación: El 85.7% de los encuestados considera que la tipografía utilizada en el video transmite seriedad. El 14.3% considera que transmite mucha seriedad.

6. Considera que la estructura utilizada para el video informativo es?



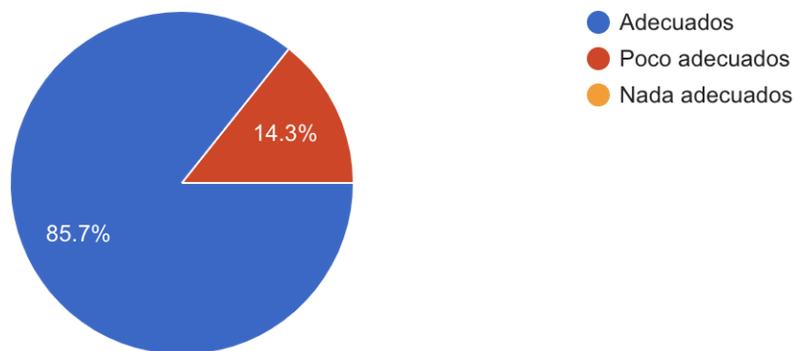
Interpretación: El 42.9% de los encuestados considera que la estructura utilizada para el video informativo es innovadora. El 38.1% considera la estructura moderna y el 19%, llamativa.

7. ¿Considera la utilización de los videos de los apostolados?



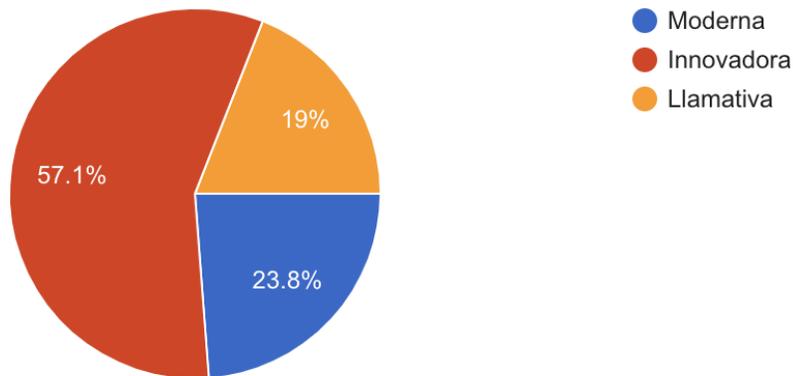
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que la utilización de los videos de los apostolados son adecuados.

8. Considera el tamaño de los textos de cada apostolado del video?



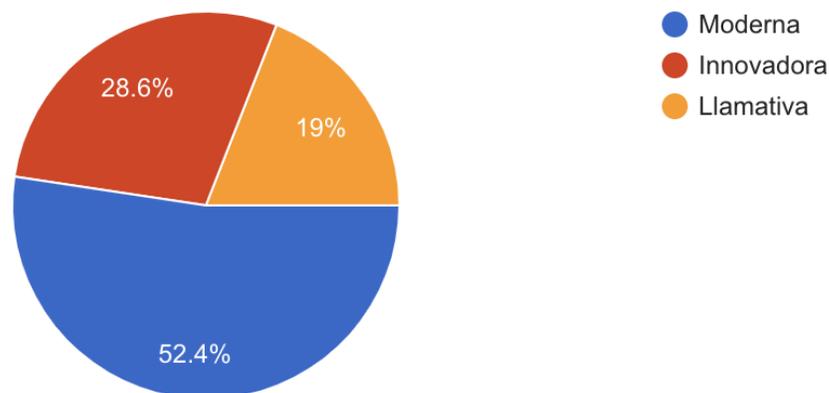
Interpretación: El 85.7% de los encuestados considera el tamaño de los textos de cada apostolado del video adecuados. El 14.3% considera los textos poco adecuados.

9. Considera usted que la tendencia del minimalismo utilizada en el video es:



Interpretación: El 57.1% de los encuestados considera que la tendencia del minimalismo utilizada en el video es innovadora. El 23.8% considera la tendencia moderna y el 19%, llamativa.

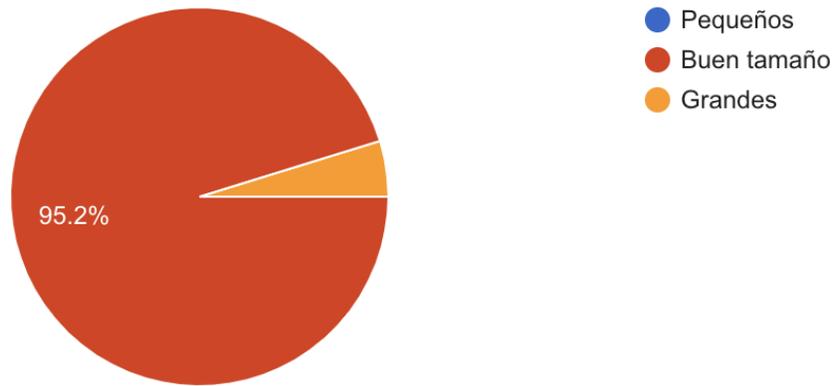
10. Considera buena la frase conceptual del video informativo “Descubre el apostolado que hay en ti”



Interpretación: El 52.4% de los encuestados considera la frase conceptual del video informativo “Descubre el apostolado que hay en ti”, moderna. El 28.6% considera la frase conceptual innovadora y el 19%, llamativa.

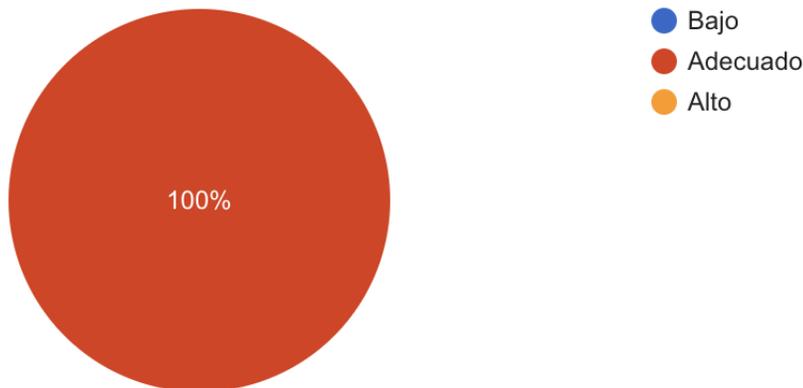
**Parte operativa:**

11. Considera el tamaño de los logotipos del video informativo son?



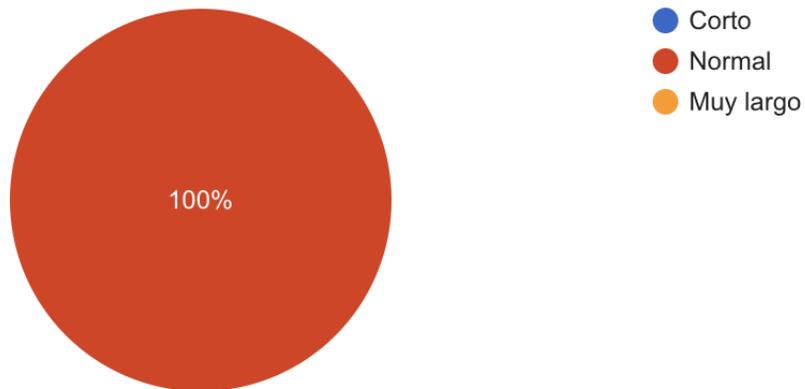
Interpretación: El 95.2% de los encuestados considera el tamaño de los logotipos del video de buen tamaño. El 4.8% considera el tamaño de los logotipos grandes.

12. Considera que el volumen de la canción del video informativo es?



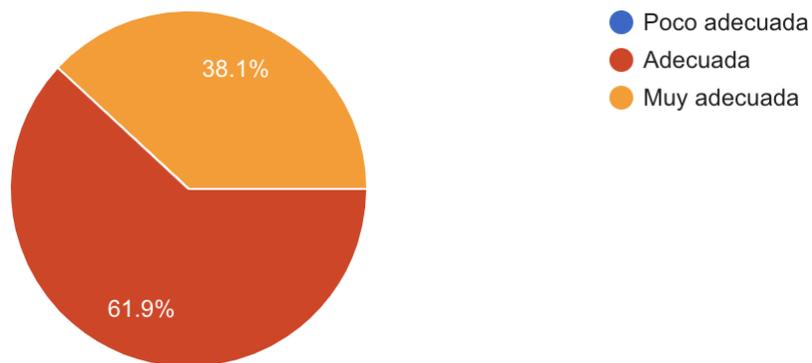
Interpretación: El 100% de los encuestados considera el volumen de la canción del video informativo adecuado.

13. Considera la longitud (3:40) del video informativo?



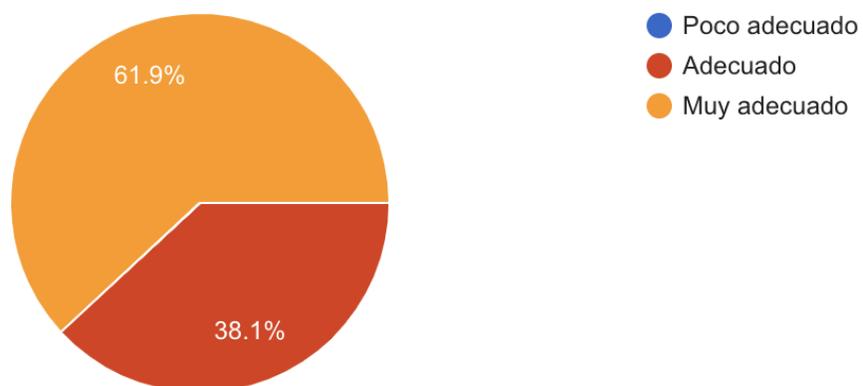
Interpretación: El 100% de los encuestados considera la longitud (3:40) del video informativo normal.

14. Considera la canción (Good Life, de One Republic) utilizada para el video informativo?



Interpretación: El 61.9% de los encuestados considera la canción (Good Life, de One Republic) utilizada para el video informativo adecuada. El 38.1% considera la canción muy adecuada.

15. Considera la orientación horizontal del video?



Interpretación: El 61.9% de los encuestados considera la orientación vertical del video muy adecuada. El 38.1% considera la orientación adecuado.

#### **8.4. Cambios con base a los resultados**

En base al resultado obtenido al realizar las encuestas al grupo objetivo, los resultados fueron positivos, asimismo dichas encuestas y del material digital fue analizado por expertos en diseño y comunicación, opiniones y sugerencias, que se aplicaron los cambios para una mejoría del video informativo.

**SOMOS JÓVENES Y FAMILIAS CATÓLICAS  
QUE BUSCAMOS COLABORAR A LA TAREA  
EVANGELIZADORA DE LA IGLESIA, DE LA MANO  
DE LOS OBISPOS Y PÁRROCOS, A TRAVÉS DE LA  
ACCIÓN MISIONERA**

Se eligió una tipografía mas sencilla, legible y fácil de entender.

Somos jóvenes y familias católicas  
que buscamos colaborar a la tarea  
evangelizadora de la iglesia, de la mano  
de los obispos y párrocos, a través de la  
acción misionera

Se agregó un cintillo con información de contacto de cada apostolado:



## **Capítulo IX**

## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

La propuesta final del video informativo tiene un tamaño de 1920x1080 píxeles, tiene una duración de 3 minutos con 40 segundos, la canción utilizada fue: Good Life del artista: One Republic. A continuación, se presentan el story board del video final:

El video se encuentra en el siguiente link: [bit.ly/tesisfacom](http://bit.ly/tesisfacom)

<p>Toma 1:</p> 	<p>Toma 2:</p> <p>“Descubre el apostolado que hay en ti”</p>
<p>Escena: Introducción al video informativo con logotipo institucional</p>	<p>Escena: Frase conceptual elegida a través de la técnica de identificación y empatía</p>
<p>Toma 3:</p> 	<p>Toma 4:</p> 
<p>Escena: Presentación de las organizaciones que contiene el video informativo</p>	<p>Escena: Logotipo institucional de Juventud y Familia Misionera</p>
<p>Toma 5:</p> 	<p>Toma 6:</p> <p>Somos jóvenes y familias católicas, que buscamos colaborar a la tarea evangelizadora de la iglesia, de la mano de los obispos y parrocos, a través de la acción misionera.</p>
<p>Escena: Video de actividades de Juventud y Familia Misionera</p>	<p>Escena: Texto con explicación de Juventud y Familia Misionera</p>

Toma 7:	Toma 8:
	
Escena: Video de actividades de Juventud y Familia Misionera	Escena: Logotipo institucional de Search
Toma 9:	Toma 10:
	<p>Search es una experiencia distinta a lo que estamos acostumbrados:  Es una experiencia muy vivencial y dinámica.  ¡Te aseguramos que es algo inolvidable!  Sencillamente, el mejor fin de semana de tu vida.</p>
Escena: Video de actividades de Search	Escena: Texto con explicación de Search
Toma 11:	Toma 12:
	
Escena: Video de actividades de Search	Escena: Logotipo institucional de Soñar Despierto

Toma 14:	Toma 15:
	<p>Soñar Despierto es una organización apolítica, dirigida por jóvenes que, soñamos promover y vivir la solidaridad y la generosidad transformando la vida de aquellos que se encuentran mas desprotegidos, los niños</p>
Escena: Video de actividades de Soñar Despierto	Escena: Presentación de las organizaciones que se darán a conocer en el video
Toma 16:	Toma 17:
	
Escena: Video de actividades de Soñar Despierto	Escena: Logotipo institucional de ECyD, Club Faro y Club Giro
Toma 18:	Toma 19:
<p>Creamos ambientes sanos, alegres y atractivos donde los adolescentes pueden madurar cristiana y humanamente</p> 	
Escena: Texto con explicación de Club Faro	Escena: Video de actividades de Club Faro

<p><b>Toma 20:</b></p> <p>Acompañamos de manera integralmente a las adolescentes a un encuentro profundo de amistad con Cristo, mediante las sesiones de conciencia y formación entre amigos</p> 	<p><b>Toma 21:</b></p> 
<p>Escena: Texto con explicación de Club Giro</p>	<p>Escena: Video de actividades de Club Giro</p>
<p><b>Toma 22:</b></p> 	<p><b>Toma 23:</b></p> 
<p>Escena: Logotipo institucional de Mercy Cup</p>	<p>Escena: Video de actividades de Mercy Cup</p>
<p><b>Toma 24:</b></p> <p>Mercy Cup es un torneo de fútbol, de un día, que se realiza para recaudar fondos para instituciones benéficas.</p>	<p><b>Toma 12:</b></p> 
<p>Escena: Texto con explicación de Mercy Cup</p>	<p>Escena: Toma final con Hashtag institucional de Regnum Christi</p>

# Capítulo X

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Para conocimientos de nuestro grupo objetivo se realizó un planteamiento de costo de producción.

### 10.1. Plan de costos de elaboración.

- La producción del video informativo se elaboró en un periodo de:
- Total de semanas trabajadas: 5 semanas
- Total de días trabajados: 30 días
- Total de horas trabajadas: 90 horas (3 horas por día)

Descripción	Costo unitario	Total
Proceso creativo y elaboración de propuesta	Q25.00	Q2,250.00

### 10.2. Plan de costos de producción.

Producción de audio y video para el video informativo.

- Total de horas trabajadas: 30 horas

Descripción	Costo unitario	Total
Horas trabajadas	Q25.00	Q750.00

### 10.3. Plan de costos de reproducción.

El video informativo será entregado digital, por lo que no tendrá un costo de reproducción.

### 10.4. Plan de costos de distribución.

El video informativo será entregado digital, por lo que no tendrá un costo de distribución.

### 10.5. Cuadro resumen.

Costos de elaboración	Q2,250.00
Costos de producción	Q750.00
Costos de reproducción	Q0,000.00
Costos de distribución	Q0,000.00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>Q3,000.00</b>
Margen de utilidad 20%	Q600.00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>Q3,600.00</b>
IVA (12%)	Q720.00
<b>TOTAL</b>	<b>Q4,320.00</b>

# **Capítulo XI**

## **Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

### **11.1. Conclusiones**

Se realizó la producción de un video informativo para dar a conocer a los miembros actuales y potenciales, las distintas actividades evangelizadoras que realiza el Movimiento Regnum Christi.

- Se investigó acerca de términos y conceptos, relacionados con la producción de un video informativo a través de fuentes bibliográficas que respalden la propuesta que será visto por miembros actuales y potenciales.
- Se recopiló información acerca de los distintos apostolados del Movimiento Regnum Christi por medio del Brief, para que sea integrado al video informativo y que sean informados los miembros actuales y potenciales.
- Se editó el material audiovisual para facilitar visualmente el contenido del video informativo al grupo objetivo.

## **11.2. Recomendaciones**

**11.2.1.** Presentar el video informativo a los miembros potenciales para que conozcan acerca de los apostolados que ofrece el Movimiento Regnum Christi.

**11.2.2.** Tener acceso fácil al video informativo para que los miembros potenciales sepan qué apostolados existen dentro del Regnum Christi en Guatemala y sepan a qué se dedican y cómo se pueden integrar a él. El video debe estar en las plataformas de las redes sociales para que cuando una persona se esté integrando pueda verlo y acudir a las actividades que más le llamen la atención.

**11.2.3.** Dar a conocer el video informativo a las personas encargadas y que ellas lo den a conocer a más personas, e integrar nuevos apostolados al video para que las personas interesadas puedan avocarse y formar parte de algún apostolado.

## **Capítulo XII**

## Capítulo XII: Conocimiento general

# Licenciatura en Comunicación y Diseño

Aprendizaje de cursos de primer año a cuarto año

**Comunicación 1**  
El estudio de la semiología y la relación con la comunicación, como comunicar una idea

**Software 1**  
Manejo de Adobe Illustrator para la creación de vectores y textos

**Psicología del Consumidor**  
Conocer al cliente y saber sus gustos y preferencias

**CURSOS 01**



**Fotografía Básica**  
Aprender a manejar la cámara, conocer los encuadres y diferentes tipos de tomas

**Creatividad 1**  
Saber poner en práctica la habilidad de generar nuevas ideas o conceptos

**Comunicación Audiovisual**  
Saber generar contenido en formato audiovisual y la estructura que debe llevar



**Técnicas de Investigación**  
Recopilar información para construir un marco teórico

**Comunicación Social**  
Saber comunicar un mensaje de forma agradable para todo tipo de audiencia

**Globalización**  
Saber crear contenido para la creciente comunicación en distintos lugares

**CURSOS 03**



**Practica Supervisada**  
Salir al campo y tener experiencias de diseño con clientes y consumidores

**Taller IV**  
Aprender acerca de la edición de video

**Mercadeo**  
Poder saber como comunicar una idea y saber venderla al grupo objetivo



**CURSOS 04**

## **Capítulo XIII**

## Capítulo XIII: Referencias

### Referencias documentos físicos

#### A

Arana, J., & Meilán, J., & Pérez, E. (2006). *El concepto de psicología. Entre la diversidad conceptual y la conveniencia de unificación. Apreciaciones desde la epistemología.* Revista Intercontinental de Psicología y Educación, 8 ISBN: 0187-7690

#### B

Bordwell, D., (2015). *El cine según David Bordwell: Neoformalismo y el concepto de totalidad,* Estados Unidos. American Association of Teachers of Spanish and Portuguese. ISSN: 0018-2133

Bürdek, B., (1994) *Diseño: Historia, Teoría y práctica del diseño industrial.* Barcelona, España. Editorial Gili. ISBN: 9788425216190

#### C

Castillo, A., (2009) *Relaciones públicas. Teoría e historia,* Barcelona, España. Editorial UOC, S.L. ISBN: 978-84-9788-817-2

Chautard, J., (1912) *El alma de todo apostolado,* Madrid, España. Editorial Palabra. ISBN: 978-84-9840-085-4

Campos, C., (1956) "Organización y desarrollo de la Comunidad para el Bienestar Social"- Ministerio de Educación. Dirección General de Desarrollo Socio-Educativo Rural - Guatemala.

## **G**

Guiraud., (1972), *La semiología*, Buenos Aires, Argentina, Siglo XXI. ISBN 968-23-0135-1.

## **I**

Iglesia Católica. (2012). *Catecismo de la Iglesia Católica*. Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana.

## **L**

López, L., (2007) *Comunicación Social*. La Habana, Cuba, Editorial Ciencias Médicas, ISBN: 978-959-212-268-0.

## **M**

Moraga, J., (2011), *Teología: una ciencia admirable*, Valparaíso, Chile. ISBN 0717-4675

## **P**

Pellitero, R., (2011) *La misión del sacerdote en la iglesia*. Navarra, España. Editorial S.A. Eunsa. Ediciones Universidad de Navarra. ISBN: 9788431327545

## **S**

Santaella, L y W., (2003) *Imagen: comunicación, semiótica y medios*, Editorial Reichenberger. ISBN: 3935004540

## **T**

Twemlow, A., (2007) *¿Qué es el diseño gráfico? 2 Manual de diseño*, Editorial Gustavo Gili, S.L.,  
ISBN: 8425221455

Tavazza, L., (1995) *El nuevo rol del voluntariado social*, Buenos Aires, Argentina. Editorial  
Lumen Argentina. ISBN: 9789507244926

## V

Villafane, Minguez, J y N., *Principios de teoría general de la imagen*. Editorial Pirámide,  
Madrid, España. ISBN: 9788436810042

## W

Wright, T., (2001) *Fotografía*, Madrid, España, ediciones akal, ISBN: 84-460-1344-4

## Referencias electrónicas

### A

Abellán., A (2018), *Producción audiovisual, definición y etapas*, Recuperado de:

<https://productoravideomarketing.es/produccion-audiovisual-definicion-etapas>

### B

Belluccia., R (2015), *Definición de “Diseño” y de “Diseño gráfico”*, Recuperado de:

<http://catedrabeluccia.com.ar/definicion-de-diseno-y-de-diseno-grafico/>

### C

Castillo., M (2018), *Que es un benefactor?*, Recuperado de :

<http://facilpedia.com/que-es-un-benefactor/>

## G

Glamm, R., (2015) *Concepto de diseño*. Recuperado de:

<https://maytesantana.wordpress.com/2012/08/21/concepto-de-diseno-a-partir-de-tres-autores/>

Goethe, F., *Teoría de colores*, Recuperado de: [https://www.ecured.cu/Teor%C3%ADa\\_del\\_color](https://www.ecured.cu/Teor%C3%ADa_del_color)

Gimenez, M. (2018) *El presente y futuro del video online*. Recuperado de:

<https://www.hiberus.com/crecemos-contigo/el-presente-y-el-futuro-del-video-online-tendencias-en-video-marketing/>

## J

Jiménez., C (2008). *El concepto de la tecnología*, Recuperado de:

<https://www.gestiopolis.com/concepto-tecnologia/>

## L

Lomonosov., B (1989). *Conceptos de comunicación*. Recuperado de:

<https://www.apuntesgestion.com/b/concepto-de-comunicacion/>

Leibovitz., A, (2013). *Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades*.

Recuperado de:

[http://www.rtve.es/contenidos/documentos/discurso\\_leibovitz\\_principes\\_asturias\\_2013.pdf](http://www.rtve.es/contenidos/documentos/discurso_leibovitz_principes_asturias_2013.pdf)

López., J, (2017) *¿Qué es un Laico Consagrado?*. Recuperado de:

<http://laicosconsagradosrc.org/que-es-un-laico-consagrado/>

## M

Muriel, R (1980) *Canales de comunicación*. Recuperado de:

[https://www.ecured.cu/Canal\\_de\\_Comunicaci%C3%B3n](https://www.ecured.cu/Canal_de_Comunicaci%C3%B3n)

## N

Neuronilla (2018) *Recuperado de:*

<https://www.neuronilla.com/identificacion-empatia/>

## Q

Quer, F. (2016) *10 conceptos clave para entender la experiencia de usuario*. Recuperado de:

<https://kingeclient.com/blog/10-conceptos-clave-para-entender-la-experiencia-de-usuario>

## S

Segre, C., (2015) *Miguel de Lorenzi*, recuperado de:

[http://www.animafestival.com.ar/forum/files/2015/01/08\\_fiorenza\\_segre.pdf](http://www.animafestival.com.ar/forum/files/2015/01/08_fiorenza_segre.pdf)

Sacarafoni., P (2004) *Los movimientos y las nuevas comunidades eclesiales*, recuperado de:

<http://es.catholic.net/op/articulos/19816/cat/753/los-movimientos-y-las-nuevas-comunidades-eclesiales.html#modal>

## W

Weber, M., *La sociología comprensiva : Max Weber*, recuperado de:

<http://www.sociologicus.com/clasicos/weber3.htm>

## **Capítulo XIV**

## Capítulo XIV: Anexos

### Anexo A: Tabla NSE Guatemala

#### Tabla de Multivex

#### Niveles Socioeconómicos 2009

CARACTERÍSTICAS	Nivel A	Nivel B	Nivel C+	Nivel C	Nivel C-	Nivel D	Nivel E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura Maestría Doctorado	Superior Licenciatura	Superior Licenciatura	Superior Licenciatura	Media Completa	Primaria Completa	Primaria Incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director, Profesional Exitoso	Empresario, Ejecutivo de alto nivel, Profesional Comerciante	Ejecutivo medio, Comerciante vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
INGRESO	Piso Q 70 mil	Piso Q 45 mil	Piso Q20 mil	Piso Q12 mil	Piso Q 8 mil	Piso Q 4 mil	Piso Q 1.4mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad 5-6 recámaras, 4 a 6 baños 3-4 salas, pantry, alacena, estudios, area de servicio separada garaje para 5-6 vehículos	Casa/departamen tode lujo, en propiedad financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena , 1 estudio, area de servicio separada, garaje para 2-4 vehículos	Casa/departamen to rentada o financiada, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio garaje para 2 vehículos	Casa/departamen to rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garaje para 2 vehículos	Casa/departamen to rentado o financiado 1-2 recámaras, 1- 2baños, sala	Casa/departamen to rentada o financiada 1-2 recámaras 1 baño, sala	Casa/cuart o rentando, 1-2 recámaras, 1 baño, sala- comedor
OTRA PROPIEDAD	Finca, casa de descanso en lagos, mar, Antigua	Sitios/terrenos condominios 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	Por día	Por día eventual	Eventual		
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U	Hijos menores en colegios privados caros, mayores U	Hijos menores colegios privados, mayores U	Hijos menores colegios privados mayores en U	Hijos menores en escuelas, mayores U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela

## Anexo B: Herramienta de validación



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN  
(FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Genero:  Femenino  Masculino Edad

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil:  Experto  Cliente  Grupo objetivo

Encuesta de validación del proyecto  
PRODUCCIÓN DE VIDEO INFORMATIVO PARA DAR A CONOCER A LOS  
MIEMBROS ACTUALES Y POTENCIALES LAS DISTINTAS ACTIVIDADES QUE  
OFRECE EL MOVIMIENTO REGNUM CHRISTI. GUATEMALA, GUATEMALA  
2019

Antecedentes:

El Regnum Christi es un movimiento eclesial católico que tiene más de 75 años de existir, en Guatemala tiene alrededor de 20 años, cuenta con apostolados tales como: Search, Soñar Despierto, Juventud y Familia Misionera, Soñar Despierto, Mercy Cup, ECyD, estos son de ayuda social y de apoyo a los miembros en distintas actividades formativas, apostólicas y evangelizadoras.

En este proyecto se trabajará en la producción de un video informativo para dar a conocer más a fondo el Movimiento Regnum Christi. Las dificultades que se presentarán serán que se deberá recopilar mucha información acerca de la organización y de los apostolados que se desean exponer y dar a conocer. El Movimiento Regnum Christi no cuenta con la producción de video

informativo para dar a conocer los distintos apostolados que ofrece a miembros actuales y potenciales.

**Instrucciones:**

Con base a la información anterior, observe la propuesta de la producción del video informativo y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “x” en los espacios designados.

Considera usted necesaria la producción un de video informativo para dar a conocer a los miembros actuales y potenciales las distintas actividades que ofrece el Movimiento Regnum Christi.

**Parte objetiva:**

1. Considera usted necesaria la producción de un video informativo para dar a conocer a los miembros actuales y potenciales, las distintas actividades evangelizadoras que realiza el Movimiento Regnum Christi.  
 Si       No
2. Considera usted que es importante investigar términos y conceptos, relacionados con la producción de videos informativo a través de fuentes bibliográficas que respalden la propuesta que será visto por miembros actuales y potenciales.  
 Si       No
3. Considera usted importante recopilar información acerca de los distintos apostolados del Movimiento Regnum Christi por medio del Brief para que sea integrado al video informativo y que sean informados los miembros actuales y potenciales.  
 Si       No
4. Considera usted importante editar el material audiovisual para facilitar visualmente el contenido del video informativo al grupo objetivo.  
 Si       No

**Parte semiológica:**

5. Considera que la tipografía utilizada en el video transmite?  
 Mucha Seriedad       Seriedad       Poca Seriedad
6. Considera que la estructura utilizada para el video informativo es?  
 Moderna       Innovadora       Llamativa
7. Considera la utilización de los videos de los apostolados?  
 Adecuados       Poco Adecuados       Nada Adecuados
8. Considera el tamaño de los textos de cada apostolados del video?  
 Adecuados       Poco Adecuados       Nada Adecuados

9. Considera usted que la tendencia del minimalismo utilizada en el video es  
 Moderna                       Innovadora                       Llamativa
10. Considera buena la frase conceptual del video informativo “Descubre el apostolado que hay en ti”  
 Moderna                       Innovadora                       Llamativa

Parte operativa:

11. Considera el tamaño de los logotipos del video informativo son?  
 Pequeños                       Buen tamaño                       Grandes
12. Considera que el volumen de la canción del video informativo es?  
 Muy Bajo                       Adecuado                       Alto
13. Considera la longitud (3:40) del video informativo?  
 Corto                       Normal                       Muy Largo
14. Considera la canción (Good Life, de One Republic) utilizada para el video informativo?  
 Poco Adecuada                       Adecuada                       Muy Adecuada
15. Considera la orientación horizontal del video?  
 Poco Adecuado                       Adecuado                       Muy Adecuado

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

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

Gracias por contribuir al proyecto “PRODUCCIÓN DE VIDEO INFORMATIVO PARA DAR A CONOCER A LOS MIEMBROS ACUTLAES Y POTENCIALES LAS DISTINTAS ACTIVIDADES QUE OFRECE EL MOVIMIENTO REGNUM CHRISTI. GUATEMALA, GUATEMALA 2019” su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

**Anexo C: Fotografías de validación:**

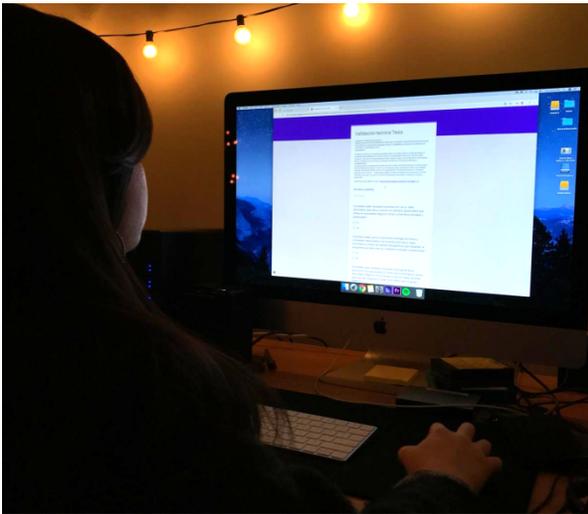
**Expertos en el área de Comunicación y Diseño**



Licenciada Andrea Aguilar



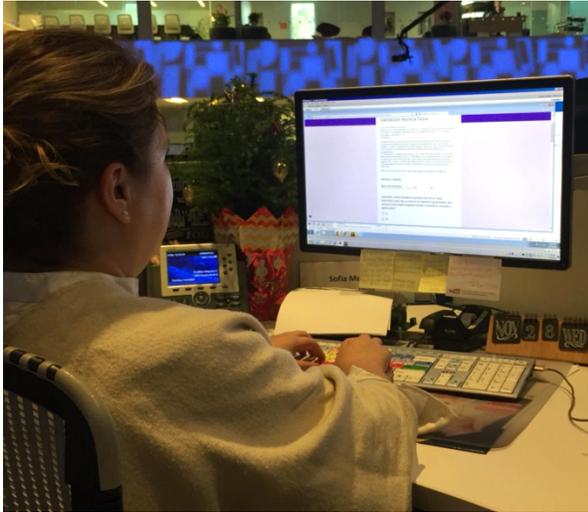
Licenciada Alejandra Rodríguez



Licenciada Alejandra Menéndez



Licenciado David Castillo



Licenciada Sofia Menéndez