



**TRABAJO DE GRADO**  
**Opción Práctica y Pasantía.**

Proyecto social  
Puente Largo Chía

Corporación Universitaria Remington.  
Facultad de Diseño.  
Profesional Diseño Gráfico

Laura Camila Mancilla Lozano.  
Elizabeth Betancur Rios.  
Pasantía Por Proyección Social  
Chía/Cundinamarca  
2025

El trabajo de grado Proyecto social Puente Largo Chía es propiedad de la Corporación Universitaria Remington. Las imágenes fueron tomadas de diferentes fuentes que se relacionan en los derechos de autor y las citas en la bibliografía. El contenido del trabajo de grado está protegido por las leyes de derechos de autor que rigen al país. Este material tiene fines educativos y no puede usarse con propósitos económicos o comerciales.

## **AUTORES**

**Laura Camila Mancilla Lozano**

[laura.mancilla.7693@miremington.edu.co](mailto:laura.mancilla.7693@miremington.edu.co)

dirección CvLAC del autor:

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0002378340](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002378340)

**Nota: el(los) autor(es) certificó(aron) (de manera verbal o escrita) No haber incurrido en fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario eximió de toda responsabilidad a la Corporación Universitaria Remington, y se declaró el único responsable.**

## **TUTORÍA**

**Elizabeth Betancur Rios**

Diseñadora Visual

[elizabeth.betancur@uniremington.edu.co](mailto:elizabeth.betancur@uniremington.edu.co)

dirección CvLAC del tutor

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0001980680](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001980680)

### **Agradecimientos**

Gracias a Dios, a mi esposo por su gran apoyo, a mi familia, a mi Papá que si no hubiera sido por el nada de esto sería real, a los docentes de la institución por todo el apoyo y todo lo que me enseñaron, a mi tutora del proyecto por su gran ayuda y a todos los que me acompañaron en este camino. Filipenses 3:7-9

## Tabla de contenido

Resumen.....	5
Palabras clave.....	5
Abstract.....	6
Keywords.....	6
Problemática abordada en la práctica o pasantía.....	7
Objetivos.....	10
Objetivo General.....	10
Objetivos específicos.....	10
Metodología.....	11
Línea de investigación.....	13
Alcance.....	14
Tipo de pasantía.....	15
Grupos de interés.....	17
Presentación de resultados.....	18
Cronograma.....	33
Conclusiones.....	34
Fortalezas.....	36
Logros.....	36
Oportunidades.....	37
Retos (Dificultades).....	37
Referencias.....	39

## Resumen

Este proyecto de grado se desarrolla mediante una pasantía por proyección social en la iglesia cristiana Puente Largo. EL objetivo principal fue fortalecer la comunicación visual a través del diseño gráfico, optimizando su presencia en medios digitales y físicos. Durante la pasantía, se han creado diversas piezas gráficas como invitaciones para los distintos grupos, fondos para pantallas, miniaturas para *YouTube*, afiches, *posters* y *stickers* imprimibles.

Además, se ha trabajado en la gestión de redes sociales, incluyendo la publicación de historias, *reels* y *posts*, la actualización gráfica de redes sociales y la edición de videos para mejorar el alcance y la interacción de la comunidad. También se han desarrollado identidades visuales para grupos específicos dentro de la iglesia, acompañadas de sus respectivos manuales de marca. La labor realizada no solo ha mejorado la identidad visual y comunicación de la iglesia, sino que también ha permitido aplicar conocimientos de diseño gráfico en un contexto real, fortaleciendo la experiencia profesional en el manejo de imagen institucional.

## Palabras clave

Diseño gráfico, comunicación visual, Identidad de marca, redes sociales y producción audiovisual

## **Abstract**

This degree project is carried out through a social projection internship at the Puente Largo Christian church. Its main objective is to strengthen the organization's visual communication through graphic design, optimizing its presence in digital and physical media. During the internship, various graphic pieces have been created, such as invitations for different groups, screen backgrounds, YouTube thumbnails, posters, and printable stickers.

Additionally, social media management has been carried out, including publishing stories, reels, and posts, updating profiles, and editing videos to improve community engagement. Visual identities have also been developed for specific groups within the church, accompanied by their respective brand manuals.

The work done has not only enhanced the church's visual identity and communication but has also allowed the application of graphic design knowledge in a real context, strengthening professional experience in institutional image management.

## **Keywords**

Graphic design, Visual communication, Brand identity, Social media and Audiovisual production

## **Problemática abordada en la práctica o pasantía**

En la actualidad, la comunicación visual juega un papel fundamental en la consolidación de cualquier organización, incluyendo aquellas con un enfoque social y religioso (Branda, 2014). En Colombia, el 97% de la población se identifica con alguna religión, y más del 60% de los creyentes participan activamente en comunidades religiosas (Dane, 2022). Sin embargo, muchas de estas instituciones carecen de una estrategia de comunicación visual efectiva, lo que limita su alcance y conexión con sus seguidores.

La iglesia cristiana puente largo Chía, identificó la necesidad de fortalecer su imagen institucional para mejorar la difusión de sus actividades y alcanzar a un público más amplio, incluyendo jóvenes y nuevas familias que buscan integrarse.

Uno de los principales problemas detectados fue la falta de coherencia en sus piezas gráficas y la ausencia de una identidad visual definida para sus diferentes grupos.

Además, la gestión de redes sociales y la producción de contenido digital no contaban con una estrategia estructurada, lo que reducía su impacto en plataformas como *Instagram, Facebook, Youtube y WhatsApp* donde actualmente poseen una baja interacción y alcance.



Gráfico 1. Por fundación iglesia cristiana puente largo chía. 2025.

Según estudios sobre el impacto del diseño gráfico en la comunicación organizacional, una identidad visual clara y profesional aumenta la credibilidad y mejora el reconocimiento de marca (Palma et al., 2021). En el contexto de las iglesias, una adecuada gestión de la imagen y redes sociales permite fortalecer la conexión con la comunidad, atraer nuevos miembros y generar mayor participación en actividades espirituales y sociales. “Como señala (Leon, 2023), el diseño gráfico en el contexto cristiano no solo embellece, sino que facilita la comunicación del mensaje, mejora la conexión con los miembros y fortalece la identidad institucional.”

Ante esta problemática, la pasantía se enfocó en el desarrollo de una estrategia visual integral, con los siguientes propósitos:

Creación de un manual de identidad visual, que establezca colores, tipografías y otros logotipos coherentes con la visión de la iglesia.

Diseño de plantillas para redes sociales, facilitando la comunicación uniforme y profesional de eventos y mensajes.

Producción de videos cortos y *posts* para redes sociales con el fin de aumentar la interacción y difusión de las actividades con la comunidad.

Con estas acciones, el proyecto busca mejorar la percepción de la iglesia puente largo Chía, permitiéndole consolidarse como una comunidad con una identidad visual fuerte y efectiva en su comunicación digital y presencial.

## Objetivos

### Objetivo General

Diseñar material de comunicación visual para la iglesia cristiana puente largo Chía, orientadas al fortalecimiento de su identidad mediante recursos de diseño gráfico y producción audiovisual, mejorando su presencia en medios impresos y digitales, para así mejorar el impacto de la iglesia asegurando una comunicación clara y coherente con la comunidad.

### Objetivos específicos

- Analizar el estado actual de la comunicación visual y digital de la iglesia, identificando fortalezas y oportunidades de mejora en su identidad gráfica y estrategia digital.
- Diseñar un manual de identidad visual que incluya logotipos, tipografías, colores y lineamientos gráficos, asegurando coherencia en la comunicación institucional.
- Crear plantillas y piezas gráficas (invitaciones, afiches, *posters*, miniaturas para *YouTube*, *stickers*, entre otros) adaptadas a los diferentes segmentos de la comunidad, priorizando contenidos para jóvenes y familias.
- Implementación de estrategia para contenido en redes con publicaciones estructuradas, uso de diseño gráfico atractivo y programación de publicaciones para aumentar la interacción y el alcance.

- Producir material audiovisual como videos cortos para redes sociales, intros para *YouTube* y contenido multimedia para pantallas de la iglesia, con el fin de mejorar la difusión de mensajes clave y actividades.

### **Metodología**

El presente trabajo de grado se enmarca en una pasantía por proyección social, donde se aplicaron estrategias de diseño gráfico y producción audiovisual para fortalecer la identidad visual y la comunicación digital de la iglesia cristiana puente largo Chía. La metodología utilizada sigue un enfoque cualitativo, basado en la observación, análisis y diseño de soluciones visuales. Para ello, se desarrolló un proceso metodológico estructurado en cuatro fases: diagnóstico, diseño, implementación y evaluación.

En esta línea metodológica resulta pertinente traer como referente el libro. *The worship architect* (Cherry, 2021), el cual aborda la manera en que se pueden “diseñar” experiencias de adoración que sean culturalmente relevantes y bíblicamente fundamentadas. Cherry (2021) propone principios que incluyen la planificación estructurada, la coherencia en los elementos comunicativos y la importancia de conectar con las diversas generaciones de la comunidad. Estos aspectos se acoplan directamente con el proyecto, ya que, al igual que en la construcción de un servicio de adoración, la consolidación de una identidad visual y comunicacional en la iglesia Puente Largo requiere lineamientos claros, creatividad y un enfoque que responda a las necesidades espirituales y sociales de su público.

"La consolidación de una identidad visual requiere lineamientos claros y estructurados, lo que coincide con los principios de planificación propuestos en el diseño de la adoración cristiana" (Cherry, 2021).

#### 1. Fase de Diagnóstico:

Se realizó un análisis situacional de la comunicación visual y digital de la iglesia, utilizando herramientas como entrevistas semiestructuradas con líderes y miembros, observación directa de los canales de difusión y revisión de los materiales gráficos existentes. Se identificaron las principales problemáticas, como la falta de coherencia visual y la baja interacción en redes sociales.

#### 2. Fase de Diseño:

Con base en los hallazgos del diagnóstico, se desarrolló un manual de identidad visual, estableciendo lineamientos gráficos y tipográficos para unificar la imagen de la iglesia. Además, se diseñaron plantillas para redes sociales, piezas gráficas y material audiovisual para mejorar la presentación de contenidos digitales. Como señala Ábrego (2025), la definición de lineamientos visuales claros dentro de una iglesia garantiza coherencia comunicativa y una representación moderna y relevante para sus diferentes grupos.

### 3. Fase de Implementación:

Se aplicaron los diseños desarrollados en los diferentes medios de comunicación de la iglesia, incluyendo redes sociales, pantallas en servicios religiosos y material impreso. Se optimizó la gestión de redes con un calendario de publicaciones, estrategias de contenido visual y producción de videos cortos para difusión digital.

### 4. Fase de Evaluación:

Para percibir el impacto del proyecto, se establecieron indicadores de desempeño como el aumento de interacciones en redes sociales, la cantidad de descargas y uso del material gráfico, y la percepción de los miembros de la comunidad mediante preguntas a la comunidad. Este proceso de evaluación permitió determinar el grado de efectividad de las estrategias implementadas.

La metodología aplicada permitió consolidar un sistema de comunicación visual efectivo y alineado con las necesidades de la iglesia puente largo Chía, logrando fortalecer su identidad y mejorando su presencia digital.

### Línea de investigación

El proyecto de pasantía se articula principalmente con la línea de investigación “Comunicación creativa de la ciencia y el conocimiento”, dado que su propósito central es transmitir mensajes institucionales y comunitarios a través del diseño gráfico y la producción audiovisual, utilizando recursos visuales que potencien la comprensión y el

alcance del mensaje y así mismo dar a conocer que la pasantía constituye un ejercicio de proyección social que aporta al fortalecimiento institucional de una organización comunitaria. Mediante la creación de una identidad visual coherente y el diseño de estrategias digitales, se generan impactos positivos en la participación, conexión e integración de los diferentes grupos de interés, contribuyendo al desarrollo social desde la comunicación visual.

Esta línea reconoce la importancia del arte y el diseño como medios para interpretar y comunicar de forma efectiva, lo cual se ajusta plenamente a los objetivos de la pasantía, que busca fortalecer la comunicación visual y digital de la iglesia cristiana puente largo para lograr un mayor impacto en su comunidad.

### **Alcance**

El presente proyecto tiene un alcance descriptivo, ya que busca analizar y documentar la situación actual de la identidad visual y la comunicación digital de la iglesia cristiana puente largo Chía, con el propósito de diseñar estrategias de mejora mediante la aplicación de diseño gráfico y producción audiovisual.

El enfoque descriptivo se justifica porque el estudio:

1. Analiza las características de la comunicación visual de la iglesia antes de la intervención, identificando fortalezas y debilidades en su identidad gráfica y presencia digital.

2. Documenta la implementación de estrategias de diseño gráfico y producción audiovisual, detallando el proceso de creación de un manual de identidad visual, material gráfico y contenido digital.
3. Describe el impacto de las estrategias aplicadas en la percepción de la comunidad y en la interacción en redes sociales, con base en observaciones y encuestas.

Este tipo de alcance permite comprender el estado de la comunicación visual de la iglesia y proponer soluciones estructuradas sin enfocarse en relaciones causales profundas o variables cuantificables, características propias de estudios correlacionales o explicativos.

### **Tipo de pasantía**

La presente pasantía se desarrolla bajo la modalidad de proyección social, según lo establecido en el Acuerdo 05 del 4 de agosto de 2021. Esta modalidad permite que el estudiante aplique sus conocimientos y habilidades en diseño gráfico y comunicación visual para aportar soluciones a una organización con impacto social, en este caso, la iglesia cristiana puente largo Chía.

Como pasante, mi rol ha consistido en:

- Diagnosticar las necesidades de comunicación visual de la iglesia.
- Diseñar y reestructurar una identidad visual coherente a través de la creación de un manual de marca, plantillas para redes sociales y material gráfico.
- Mejorar la presencia digital, gestionando redes sociales, publicando contenido visual atractivo y mejorando la interacción con la comunidad.

- Producir contenido audiovisual, incluyendo la edición de videos y la creación de intros para *YouTube*.
- Evaluar el impacto de las estrategias implementadas en la difusión de actividades de la iglesia y la percepción de sus miembros.

A través de esta pasantía, he contribuido al fortalecimiento de la comunicación visual de la iglesia, asegurando que su mensaje llegue de manera efectiva a su comunidad y público objetivo.

## Grupos de interés

Grupos	Descripción	Desempeño
 <p><b>Líderes y coordinadores de la iglesia</b></p>	<p>Son los responsables de organizar y difundir las actividades de los diferentes ministerios dentro de la iglesia. Su participación es clave para garantizar que el diseño gráfico y la estrategia digital sean coherentes con los valores y objetivos de la institución.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se les proporcionó un manual de identidad visual y plantillas de diseño, facilitando la creación de contenido visual uniforme y profesional.</li> <li>• Se mejoró la gestión de redes sociales, permitiéndoles mayor alcance y efectividad en la comunicación de eventos y actividades.</li> <li>• Se diseñaron piezas gráficas específicas para cada grupo, mejorando la claridad y atractivo de la información.</li> </ul>
 <p><b>Miembros de la comunidad</b></p>	<p>Incluye a jóvenes, adultos, familias y personas mayores que asisten a la iglesia y consumen su contenido en redes sociales y medios impresos. Son el público objetivo principal del rediseño comunicacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se crearon afiches, posters, miniaturas para YouTube y stickers que facilitan el acceso a la información de eventos y actividades.</li> <li>• Se diseñó contenido visual atractivo y dinámico en redes sociales para mejorar la interacción y participación de los miembros.</li> <li>• Se implementó una estrategia de producción audiovisual, incluyendo videos informativos y promocionales, aumentando el compromiso y la retención del mensaje.</li> </ul>
 <p><b>Público externo y posibles nuevos asistentes</b></p>	<p>Son personas que aún no forman parte de la comunidad, pero que pueden sentirse atraídas por la iglesia a través de su presencia digital y visual.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se mejoró la identidad gráfica en redes sociales, aumentando la credibilidad y atractivo visual de la iglesia.</li> <li>• Se mejoró la difusión de contenido en redes, ampliando el alcance y visibilidad del mensaje institucional.</li> <li>• Se implementaron estrategias de diseño que transmiten una imagen profesional, facilitando la atracción de nuevos asistentes.</li> </ul>

*Tabla 1.* Grupos de interés, por Laura Camila Mancilla Lozano. 2025.

En el desarrollo de la pasantía, se han identificado diferentes grupos de interés que se ven directamente impactados por la optimización de la comunicación visual de la iglesia cristiana puente largo Chía. Estos grupos han sido definidos con base en su nivel de interacción con las piezas gráficas y estrategias implementadas, así como en su relevancia dentro de la comunidad.

El trabajo realizado en la pasantía ha impactado de manera significativa en la comunicación visual de la iglesia puente largo Chía, beneficiando tanto a sus líderes como a sus miembros y al público externo. A través del diseño gráfico y la producción audiovisual, se ha fortalecido la identidad institucional, mejorado la difusión de actividades y aumentado la interacción, alineándose con los objetivos de la iglesia y su misión de conectar con la comunidad.

### **Presentación de resultados**

La pasantía en la iglesia cristiana puente largo Chía, generó una serie de resultados tangibles e intangibles, centrados en el fortalecimiento de la comunicación visual de la organización. Estos resultados incluyen la producción de piezas gráficas, el diseño de estrategias comunicativas y la implementación de soluciones visuales alineadas con la identidad institucional de la iglesia. Esto respalda lo planteado por Petrosini (2024), quien afirma que las instituciones religiosas requieren sistemas gráficos coherentes y sensibles a su identidad espiritual para generar confianza y fortalecer su conexión con la comunidad.

### **Resultados tangibles**



Gráfico 2. Manual de identidad visual, por Laura Camila Mancilla Lozano. 2025.

1. Manual de identidad visual y nuevos logotipos: documento estructurado con lineamientos de diseño, colores corporativos, tipografía y aplicaciones para garantizar coherencia visual y diseños nuevos de logos de las diferentes áreas o grupos de la iglesia.



Gráfico 3. Logotipos, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.



Gráfico 4. Logotipos, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.

2. Plantillas para redes sociales: creación de carruseles y post con diseños reutilizables para publicaciones en *WhatsApp*, *Instagram* y *Facebook*, mejorando así el impacto visual y la interacción de los miembros de la iglesia.

Gráfico 5. Invitaciones para redes sociales, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.



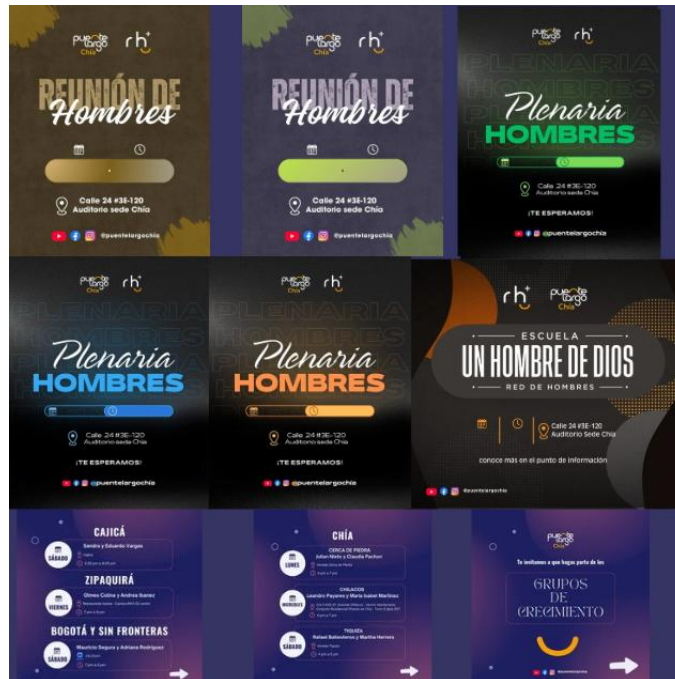


Gráfico 6. Invitaciones redes sociales, por Laura Camila Mancilla .2025.



Gráfico 7. Invitaciones para redes sociales, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.



Gráfico 8. Invitaciones y post, por Laura Camila Mancilla L.2025.

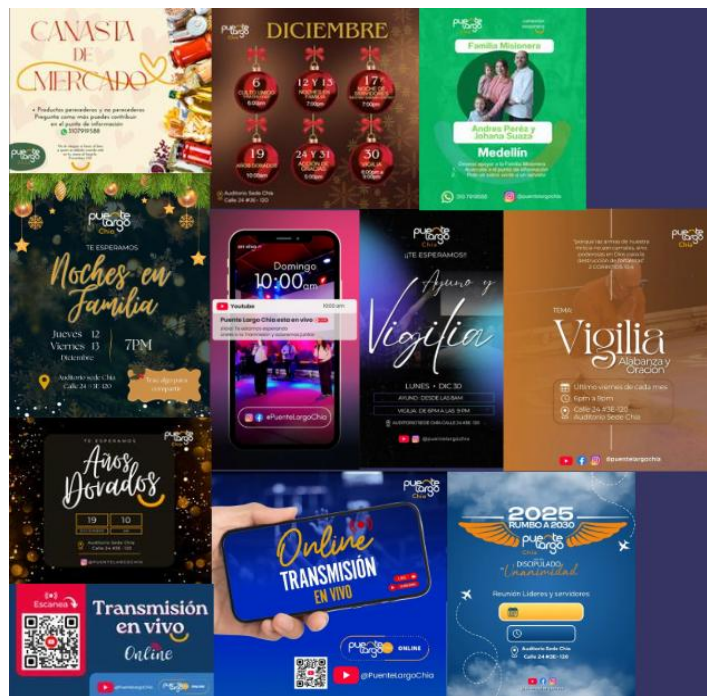


Gráfico 9. Invitaciones y posts informativos, por Laura Camila Mancilla L.2025.

3. Piezas gráficas: afiches, *posters*, diplomas, miniaturas para videos, *stickers*, portadas para historias destacadas de *Instagram* o fotos de perfil para grupos de *WhatsApp*, presentaciones e imprimibles.



Gráfico 10. Piezas informativas y diplomas, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.



Gráfico 11. Piezas informativas, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.



Gráfico 12. Portadas para YouTube, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.



Gráfico 13. Piezas informativas, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.



Gráfico 14. Imprimibles, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.



Gráfico 15. perfiles grupos de WhatsApp, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025



Gráfico 16. Plantilla para presentaciones, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.

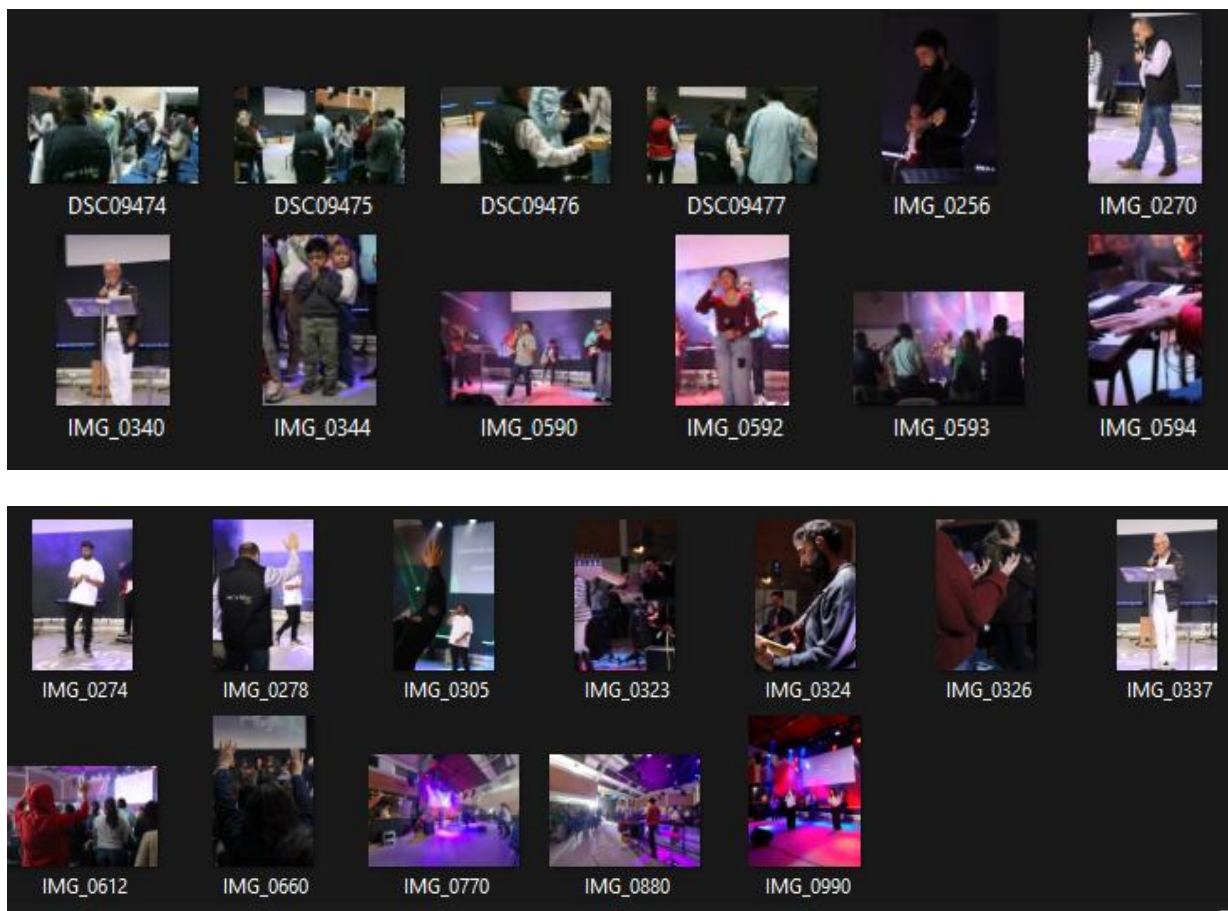


Fotografía 1. Imprimibles, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.

4. Producción audiovisual: edición de videos promocionales, *intros* y *outros* para *YouTube*, así como videos cortos de difusión en redes sociales y toma de fotografías de cada evento o reunión.



Fotografía 2, Intros, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.



*Fotografía 3.* Fotos de cada evento, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.

5. Reestructuración del contenido: mejoras en los perfiles de redes sociales mediante diseño estratégico y programación de contenido visual.

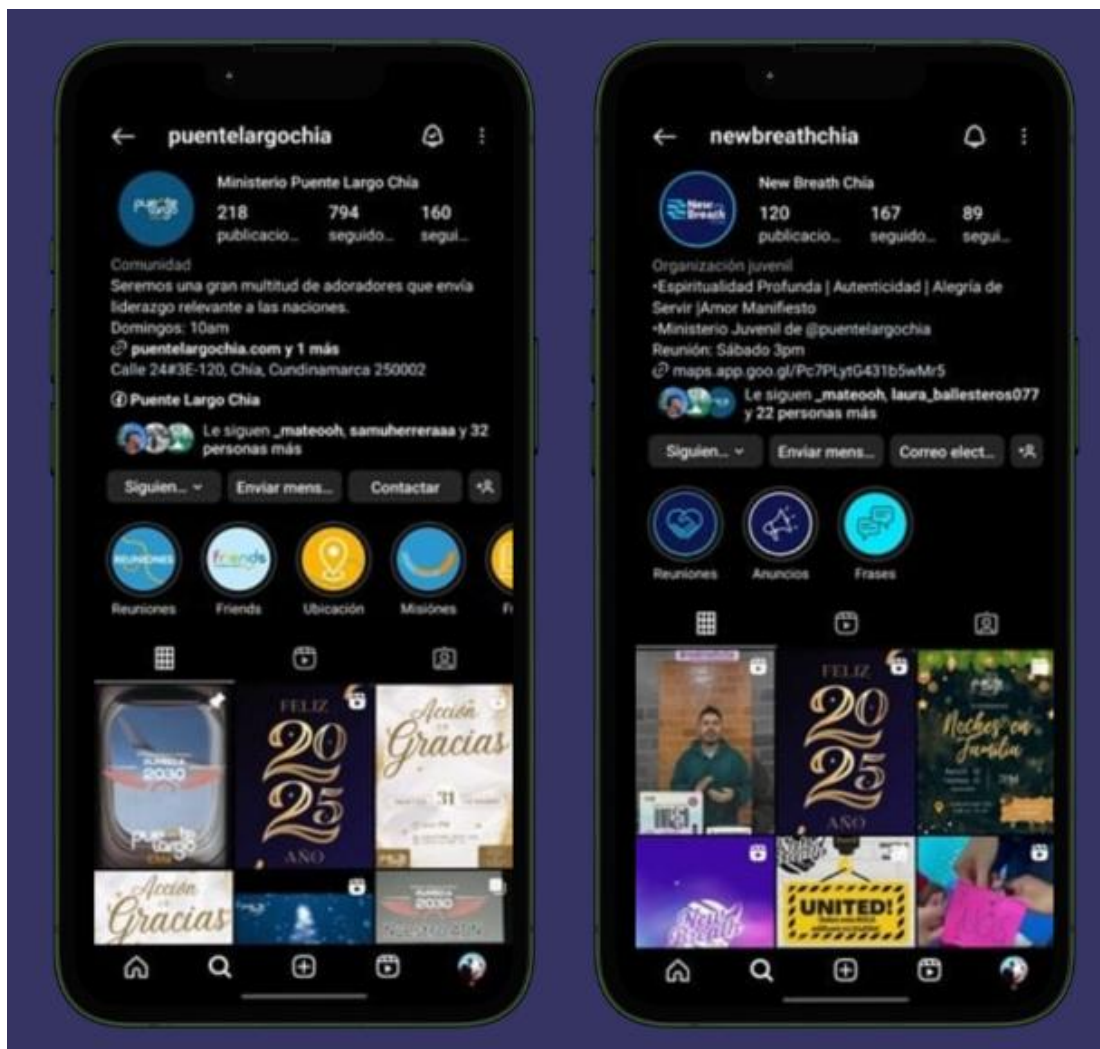


Gráfico 15. Mockups de redes sociales, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.

### Resultados intangibles

- Fortalecimiento de la identidad visual: implementación de una imagen corporativa coherente y reconocible para la iglesia.
- Aumento en la interacción digital: mejora en la participación y el alcance en redes sociales gracias a la aplicación de estrategias visuales estructuradas.
- Capacitación y transferencia de conocimientos: formación de los responsables de comunicación en la iglesia sobre el uso del manual de marca y las plantillas diseñadas.
- Organización estructurada de la comunicación: creación de un cronograma visual para la planificación de contenido digital y eventos.

### Registro en el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (CvLAC)

Según las categorías establecidas en el sistema nacional, los productos de esta pasantía pueden clasificarse en:

	Registro en el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (CvLAC)	
<b>Diseño y desarrollo de producto visual:</b> El manual de identidad visual y las piezas gráficas pueden registrarse como productos de diseño con impacto institucional.	<b>Contenido digital y multimedia:</b> La producción de videos e imágenes para redes sociales puede catalogarse dentro de la generación de contenido audiovisual con aplicación en medios digitales.	<b>Estrategias de comunicación visual:</b> La estructuración de identidad corporativa y la optimización de redes sociales pueden considerarse aportes en comunicación digital.

Tabla 2. CvLAC, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.

## Cronograma

El cronograma de la pasantía en la iglesia cristiana puente largo Chía ha sido estructurado para garantizar el cumplimiento eficiente de cada una de las etapas del proyecto. Se establecieron cuatro fases clave: diagnóstico, diseño, implementación y evaluación, cada una con actividades específicas, plazos definidos y responsables asignados.

	Cronograma
<b>1. Fase de Diagnóstico (Diciembre 2024)</b>	En esta primera etapa, se realizaron actividades orientadas a analizar el estado actual de la comunicación visual y digital de la iglesia. Se llevaron a cabo entrevistas con líderes y miembros de la comunidad, revisión de materiales previos y análisis de la gestión de redes sociales. Este proceso permitió identificar necesidades específicas y establecer las bases para el diseño de una nueva estrategia de comunicación visual.
<b>2. Fase de Diseño (Diciembre -enero - Febrero 2025)</b>	Basado en los hallazgos del diagnóstico, se desarrollaron diversas piezas gráficas y audiovisuales alineadas con la identidad institucional de la iglesia. Durante esta fase, se creó el manual de identidad visual, que incluye lineamientos para tipografía, colores y logotipos. Además, se diseñaron plantillas para redes sociales, miniaturas para YouTube, afiches y material impreso. También se inició la producción de videos cortos destinados a la difusión en plataformas digitales.
<b>3. Fase de Implementación (Enero-febrero 2025)</b>	Durante este período, se aplicaron los diseños creados en distintos medios de comunicación. Se optimizó la gestión de redes sociales mediante un calendario de publicaciones estructurado y la inclusión de contenido visual atractivo. También se introdujeron los diseños en pantallas y eventos en vivo de la iglesia, asegurando una comunicación efectiva y uniforme con la comunidad.
<b>4. Fase de Evaluación (Febrero 2025)</b>	Para medir el impacto de las estrategias implementadas, se establecieron indicadores de desempeño, como el incremento en interacciones en redes sociales y la percepción de la comunidad a través de encuestas. Se analizaron los resultados y se elaboró un informe final documentando la efectividad de la nueva identidad visual y comunicación digital de la iglesia.

Tabla 3. Cronograma, por Laura Camila Mancilla Lozano.2025.

El cronograma permitió organizar de manera eficiente todas las actividades de la pasantía, asegurando que cada fase se desarrollara en el tiempo adecuado. Gracias a este esquema de trabajo, se logró una implementación efectiva de estrategias de diseño gráfico y producción audiovisual, impactando positivamente en la comunicación visual de la iglesia cristiana puente largo Chía.

### **Conclusiones.**

De acuerdo con el alcance del objetivo general, el diseño del material de comunicación visual para la iglesia cristiana puente largo Chía ha servido para posicionar su identidad institucional y mejorar su presencia en medios impresos y en soporte digital. La aplicación de las estrategias de diseño gráfico y la producción audiovisual contribuirán a una comunicación más clara, coherente y estética, que permita conseguir un mayor impacto en la misma comunidad y provocar una conexión eficaz con sus tipos de públicos.

En cuanto al primero de los objetivos específicos que se definieron, el análisis del estado actual de la comunicación ha permitido obtener fortalezas como el compromiso de los líderes y de la comunidad y oportunidades de mejora en la coherencia de la imagen institucional y en la estrategia digital, lo que ha valido como diagnóstico para orientar las decisiones de diseño y formular lineamientos visuales adecuados a la identidad y los valores de la iglesia.

Cumpliendo con lo que se planteaba como segundo objetivo, se elaboró el manual de identidad visual que integraba logotipos, tipografías, paleta cromática y lineamientos gráficos unificados, el cual permitió garantizar la coherencia del conjunto de la comunicación institucional y fue un documento que sirvió de herramienta de orientación para la elaboración de nuevas piezas, pero que también reforzó y aportó a la imagen de la iglesia ante su comunidad interna y externa.

Con respecto al tercer objetivo, la elaboración de plantillas y piezas gráficas variadas como invitaciones, afiches, posters, miniaturas y *stickers* propició la segmentación de la comunicación y la generación de contenidos visuales más atractivos, los cuales estaban especialmente dirigidos a jóvenes y familias, lo que facilitaba la incorporación de distintos grupos en el ámbito comunitario y reforzaban el sentido de pertenencia.

Con respecto al cuarto objetivo, la incorporación de estrategias para redes sociales a través de publicaciones con una estructura adecuada y unos diseños atractivos incrementó de forma muy notable el impacto, el alcance y la visibilidad de la iglesia en el entorno digital. La planificación del contenido y la coherencia de la identidad visual que se utilizaron contribuyeron a ofrecer una presencia digital más sólida y formal.

Finalmente, en relación con el último objetivo, la producción de material audiovisual tal como videos cortos, *intros* para *YouTube* y material para las pantallas internas impulsó la difusión de los mensajes institucionales y de las actividades religiosas. Estos soportes audiovisuales no solo mejoraron la comunicación, sino que también proyectaron una imagen moderna y cercana, lo cual estableció una mayor conexión con la comunidad y generó un impacto positivo en la representación de la iglesia.

En resumidas cuentas, el proyecto de pasantía en la iglesia cristiana puente largo Chía puso de manifiesto como el diseño gráfico y la producción audiovisual se pueden llegar a convertir en herramientas de vital importancia para reforzar la identidad institucional, mejorar la comunicación y fomentar la participación dentro de una comunidad de fe.

### **Fortalezas**

Durante la pasantía se identificaron diversas fortalezas que contribuyeron significativamente al éxito del proyecto. El diseño gráfico y producción audiovisual permitieron crear piezas visuales de alta calidad, adaptadas a los diferentes medios de difusión, fortaleciendo la identidad de la iglesia. De igual manera, la gestión eficiente de redes sociales optimizó el contenido digital, lo que se reflejó en un aumento en la interacción y el alcance de las publicaciones. A esto se sumó la capacidad de adaptación y resolución de problemas, que facilitó el ajuste de diseños y estrategias frente a las necesidades emergentes de la comunidad. Finalmente, el trabajo en equipo y la comunicación efectiva con líderes y miembros de la iglesia posibilitaron la implementación de estrategias visuales coherentes y alineadas con los objetivos institucionales.

### **Logros**

Los principales logros alcanzados durante la pasantía incluyen el desarrollo e implementación de un manual de identidad visual que permitió consolidar una comunicación coherente y profesional dentro de la iglesia. Asimismo, se diseñaron

plantillas gráficas y contenidos audiovisuales que fortalecieron la difusión de las actividades, logrando una mayor interacción en redes sociales, evidenciada en el incremento de comentarios, compartidos y reproducciones de las publicaciones. A esto se suma una mejor organización en la gestión de la comunicación, alcanzada gracias a la aplicación de estrategias de diseño estructuradas y alineadas con los objetivos.

### **Oportunidades**

La experiencia de la pasantía abrió diversas oportunidades para el crecimiento académico y profesional. Entre ellas se destaca la ampliación del portafolio con proyectos aplicados en una organización real, lo que refuerza la experiencia práctica del diseño gráfico y la comunicación digital. De igual manera, se aprecia la posibilidad de vinculación laboral en áreas relacionadas con el diseño y la gestión de redes sociales en instituciones religiosas o sociales. También se generó una valiosa red de contactos con líderes y coordinadores de la iglesia, lo que puede traducirse en futuras colaboraciones o proyectos profesionales. Finalmente, la experiencia evidenció la necesidad y oportunidad de continuar con procesos de formación en marketing digital y diseño para redes sociales, con el fin de potenciar el impacto de la comunicación visual en entornos comunitarios.

### **Retos (Dificultades)**

Durante el desarrollo de la pasantía se enfrentaron varios retos que exigieron creatividad y adaptación. Uno de los principales fue la ausencia de una estrategia previa de comunicación visual, situación que se resolvió mediante la creación del manual de

identidad y la capacitación de los encargados de la comunicación. Otro desafío estuvo relacionado con las limitaciones en el manejo de herramientas digitales por parte de algunos miembros de la comunidad, lo que requirió la elaboración de tutoriales y sesiones de formación para facilitar el uso de los materiales diseñados. Finalmente, los plazos ajustados para la entrega de piezas gráficas y contenido audiovisual representaron una dificultad, pero fueron superados mediante una planificación detallada y el cumplimiento riguroso del cronograma establecido.

## Referencias.

1. Branda, M. J. (2014). *Didáctica específica*. -1a ed.- Universidad Nacional de La Plata, 2014. Comunicación Visual Reflexión Y Práctica de La Enseñanza.  
[https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/35993/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/35993/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
2. Cherry M. C. (2021). *The worship architect: A Blueprint for Designing Culturally Relevant and Biblically Faithful Services*. Baker Academic.  
<https://nimer.ca/review-of-the-worship-architect-a-blueprint-for-designing-culturally-relevant-and-biblically-faithful-services-2nd-ed-2021/>
3. DANE. (2022). *Encuesta de Cultura Política 2021*.  
[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/ecpolitica/Presen\\_rueda\\_de\\_prensa\\_ECP\\_21.pdf?utm\\_source](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/ecpolitica/Presen_rueda_de_prensa_ECP_21.pdf?utm_source)
4. Leon, J. (2023). *¿Es importante el diseño gráfico para la iglesia cristiana?*.  
<https://cristolab.app/es-importante-el-diseno-grafico-para-la-iglesia-cristiana/>
5. Ábrego L. (2025). *Diseño gráfico en la Iglesia*.  
<https://directorcreativo.pro/articulo/diseno-grafico-en-la-iglesia>
6. Petrosini, L. (2024). *Diseño Gráfico para el Sector Religioso*. Estudio Eurisco.  
[https://estudioeurisco.com/sectores/diseno-para-el-sector-religioso/?utm\\_source](https://estudioeurisco.com/sectores/diseno-para-el-sector-religioso/?utm_source)
7. Palma, H. G. H. H., Redondo, R. C. P., & Zapata, S. E. B. (2021). *Impacto del marketing digital a las empresas colombianas emergentes*. Revista Universidad y Empresa. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9114>