



Producción de Video Institucional

Creando historias que
conectan con la
audiencia.

Objetivos de Aprendizaje

Diferenciar los tipos de publicidad audiovisual.

Definir qué es un video institucional y su propósito.

Identificar los elementos de un guion y las etapas de producción.



Vocabulario Clave

VOCABULARIO



Storytelling

El arte de contar una historia para conectar emocionalmente.



Guion

Documento escrito que detalla diálogos, escenas y acciones.



Narrativa

La forma en que se estructura y presenta el relato.



¿Por qué un video?

¿Alguna vez has sentido una conexión real con una marca después de ver un video de 2 minutos?

Ese es el poder de la **narrativa visual**. No se trata de vender un producto, sino de contar quiénes somos.



Punto Clave

La narrativa es el corazón del video. Debe mostrar el origen, los desafíos y los valores de la empresa.

El Poder del Storytelling



El video institucional no es un catálogo, es tu relato. La narrativa debe ser clara.

Conexión Emocional: Usa historias para que el público comparta tus valores.

Humanización: Muestra el origen y los retos superados por el equipo.



Punto Clave

Tu historia genera lealtad de marca.

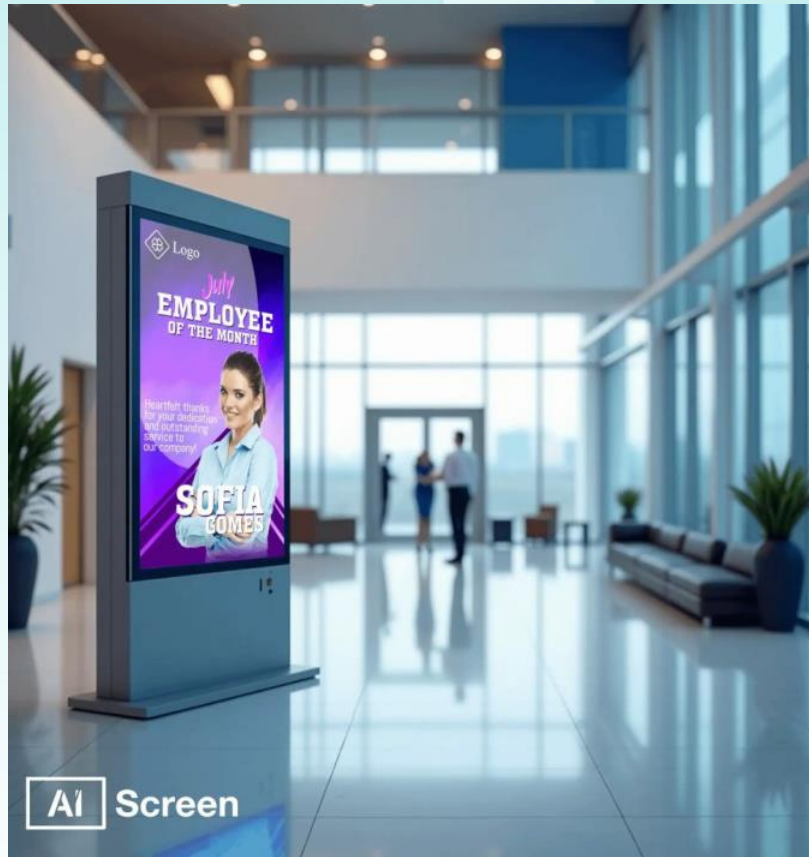
Tipos de Publicidad Audiovisual

Existen diferentes formas de llegar al público según el objetivo:

Spot Comercial: Breve, busca la venta directa.

Video Institucional: Enfocado en la identidad y valores de la organización.

Infomercial: Educativo y detallado sobre un uso específico.



Elementos del Guion Audiovisual

El guion es el mapa de nuestra producción. Sin él, el mensaje se pierde.

Lo Visual (Imagen)

- Planos y ángulos
- Acciones de personajes
- Escenografía

Lo Sonoro (Audio)

- Diálogos y voz en off
- Música de fondo
- Efectos de sonido

Imagen	Audio
	



Recuerda

Un mal audio arruina la calidad profesional de cualquier video.

Etapas de Producción

PROCESO



Preproducción

Planificación, guion, casting y búsqueda de locaciones.

Producción

El rodaje. Se captura toda la imagen y el sonido planificado.

Postproducción

Montaje, edición de color, sonido y efectos finales.

Calidad Visual y Técnica

PROFESIONALISMO

Un mensaje excelente puede perderse si la producción es deficiente. La calidad técnica es el reflejo directo de la **seriedad y profesionalismo** de la institución.

Imagen y Sonido

Uso de cámaras de alta resolución y audio impecable para evitar distracciones.

Dinamismo

Inclusión de *motion graphics* y animaciones para mantener el interés visual.



Lecciones de un Video Efectivo

Un video institucional debe ser:

Auténtico: Mostrar el lado humano de la empresa.

Conciso: Una duración óptima de entre 2 y 3 minutos.

Directo: Incluir un 'Call to Action' (CTA) claro.



Poniendo en orden el proceso

Ordena cronológicamente las tareas de realización audiovisual:

Respuestas en la
siguiente diapositiva...

Editar el material y añadir música

Escribir el guion y planificar locaciones

Publicar el video en redes sociales

Grabar las escenas con los actores

Poniendo en orden el proceso



Ordena cronológicamente las tareas de realización audiovisual:

Escribir el guion y planificar locaciones

1.

Grabar las escenas con los actores

2.

Editar el material y añadir música

3.

Publicar el video en redes sociales

4.

Reto Final: Análisis Crítico



Si una empresa peruana de tecnología quiere mostrar que es innovadora pero también cercana a su gente, ¿qué elementos debería priorizar en su video institucional?

Reto Final: Análisis Crítico



Podrías haber dicho...

**Use storytelling con historias reales de colaboradores.
Calidad visual alta para reflejar innovación tecnológica.
Evite lenguaje corporativo para sonar auténtica y cercana.
Duración máxima de 3 minutos para mantener el impacto.**