



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Programa de Diseño Gráfico



*Audiovisual del
Museo de Los Niños de Guatemala
dirigido a patrocinadores y donantes*

D.G. Silvia Angelita Zetina de León
previo a optar el grado de Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, noviembre de 2005





*Audiovisual del
Museo de Los Niños de Guatemala
dirigido a patrocinadores y donantes*

Proyecto realizado en la ciudad de Guatemala, en el período de agosto a octubre del año 2005.



● ● ● ● *Índice*



Nómina de autoridades	_____	i
Dedicatoria	_____	ii
Presentación	_____	iv
CAPÍTULO 1		1
1.1 Antecedentes	_____	2
1.2 El problema	_____	3
1.3 Justificación	_____	4
1.4 Objetivos	_____	5
1.4.1 Objetivos generales	_____	5
1.4.2 Objetivos específicos	_____	5
CAPÍTULO 2		
2.1 Perfil del cliente	_____	7
2.2 Historia	_____	7
2.2.2 Organización del Museo de los Niños	_____	7
2.2.3 Propósitos y actividades del Museo de los Niños	_____	8
2.2.4 Visión del Museo de los Niños	_____	8
2.2.5 Misión del Museo de los Niños	_____	8
2.2.6 Áreas del Museo de Los Niños	_____	9
2.3 Necesidad de comunicación gráfica	_____	9
2.3.1 Comercialización del Museo	_____	10
2.3.2 Comercialización del Teatro	_____	10
2.4 Grupo objetivo	_____	11
2.4.1 Papás	_____	11
2.4.2 Superpadrinos	_____	11
2.4.3 Padrinos	_____	12
2.4.4 Amigos	_____	12

● ● ● ● ...índice



CAPÍTULO 3

3.1 Museo	14
3.1.1 Historia de los museos	15
3.2 Museo para niños	16
3.2.1 Los beneficios de una visita al museo	17
3.2.2 Características con las que cuentan los museos para niños	17
3.2.3 Características de las exhibiciones de los Museos para niños	18
3.2.4 Exhibiciones con las que cuenta el Museo de Los Niños de Guatemala	19
Galería mi País	19
Galería salud, higiene y nutrición	20
Galería de las Ciencias	21
3.3 La esponsorización	22
3.3.1 La importancia de comercializar productos o servicios	22
3.3.2 Empresas no lucrativas	23
3.3.3 Promoción empresarial	23
3.3.4 La comercialización internacional	24
3.4 Producción audiovisual	25
3.4.1 Formatos narrativos	25
3.4.2 Las modalidades narrativas	26
El documental	26
El drama	27
3.5 Elementos para realizar una producción audiovisual	27
La producción	27
3.5.1 Pre-producción	27
La idea o concepto	27
Sinópsis o anteproyecto	27
El guión	27
Storyboard	28
3.5.2 Producción o rodaje	31
3.5.3 Post-producción	32



● ● ● ● ...índice

CAPÍTULO 4

4.1 Conceptos creativos	34
4.2 Bocetaje	42
4.2.1 Primeros cambios	42
4.2.2 Segundos cambios	51

CAPÍTULO 5

5.1 Comprobación de la eficacia del audiovisual	66
5.1.1 Gráficas obtenidas de la validación del audiovisual	69
5.2 Justificación del audiovisual	74
Conclusiones	89
Lineamientos para el audiovisual	91
Bibliografía	94
Glosario	96
Anexos	101



Nómina de Autoridades



Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano

Arq. Jorge Arturo González Peñate
Vocal I

Arq. Raúl Estuardo Monterroso Juárez
Vocal II

Arq. Jorge Escobar Ortíz
Vocal III

Arq. José Manuel Barrios Recinos
Vocal IV

Arq. Herberth Manuel Santizo Rodas
Vocal V

Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Secretario

Tribunal examinador y asesores del proyecto

Lic. Rualdo Anzueto
Lic. Carlos Barnéond
Lic. Roberto Pérez



Dedicatoria a:



Dios y la Virgen María

Por guiarme en mi camino y estar siempre en mi corazón.

mis padres

Elva Nivia de León Rodas de Zetina e Iván Salvador Zetina Puga, gracias, porque sin su amor y apoyo, no hubiese sido posible este triunfo.

mis hermanos

Iván, Jorge y Zindy, por sus palabras de aliento y fraternal apoyo en todo momento.

mis sobrinos

Zindy Alejandra, Luis Eduardo y Nancy Lili, por su cariño incondicional.

mis primos

en especial a *Mónica, Silvia Nicté, Alitza, Estelita, Gehankarlo, Oscar René y Ramiro Alberto*, gracias por sacrificar sus fines de semana para realizar mis locos proyectos.

mi familia en general

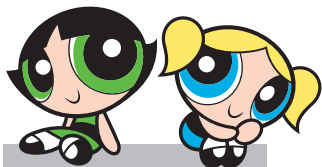
Gracias por brindarme siempre su apoyo y cariño.

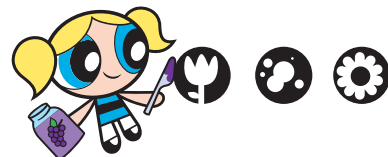
el equipo de Avance Epsilon

Por su comprensión y compañerismo durante este tiempo de estudio, además, por estar siempre brindandome su apoyo para seguir adelante y culminar con éxito mi carrera universitaria.

las Chicas Super Poderosas

Olga Girón, Kenya Chávez y Milhiam García, gracias por todos los buenos y malos momentos que compartimos juntas y, sobre todo, por brindarme su valiosa amistad en todo momento.





...dedicatoria a:

mis amigas y amigos

en especial a; *Victoria López, Leyla Vega, María José, Angélica, Doris, Pablito, Juan Pablo Porres y Fernando Armar*, por sus palabras de apoyo y amistad en todo momento.

José Acevedo, por darme consejos para mejorar nuestros proyectos.

Ruth Posadas, por cantar en un video clip, en el cementerio.

Evelyn Chávez, por el cafesito de todos los domingos.

Hugo Mente, por su paciencia en nuestros proyectos.

Licda. Andrea Leal y Lic. Rualdo Anzueto

Por guiarme y orientarme para relizar este proyecto.

ustedes

Respetuosamente.





Presentación

El Museo de Los Niños es una institución no lucrativa y su principal objetivo es hacer el Museo accesible a todos los niños de nuestro país, en esta institución se aprende a través de juegos, con las diferentes actividades y galerías con las cuales se puede interactuar.

Actualmente, el museo no contaba con un material de presentación adecuado para generar nuevos patrocinadores, es por eso que se hace difícil visitar a más empresas para lograr su ayuda.

Al hacer un material audiovisual, se creará una herramienta para el departamento de Comercialización del Museo de Los Niños, porque este audiovisual le servirá de apoyo, para vender los beneficios que dá esta institución a la niñez guatemalteca, gracias a las aportaciones recibidas tanto de empresas nacionales como internacionales.

Con este audiovisual se podrá conseguir más patrocinadores y donantes, los cuales con su aporte económico podrán brindar la entrada gratiuta a 60,000 niños de escuelas públicas, 5,000 niños de orfanatos, guarderías e instituciones de educación especial de la Ciudad de Guatemala, como de sus departamentos.



Capítulo 1

INTRODUCCIÓN



1.1 ANTECEDENTES

El Museo de Los Niños es una institución no lucrativa y su principal objetivo es hacer el Museo accesible a todos los niños de nuestro país, por ello, los recursos económicos que se recaudan son utilizados para cubrir el ingreso de forma gratuita a escuelas públicas, guarderías y orfanatos.

Dicha institución, realiza sus actividades y promociones a base de amistades y favores, puesto que, no cuentan con un ingreso fijo.

Asimismo, ha contribuido a la educación de la niñez guatemalteca durante los últimos cinco años, y no cuentan con un departamento de diseño gráfico y audiovisual que los apoye para la realización de actualización de materiales y nuevos proyectos.

Al carecer de este tipo de materiales el Museo no puede generar nuevos ingresos, pues los pocos patrocinadores que están no son suficientes para el mejoramiento y creación de nuevas áreas dentro del mismo.

Debido a las necesidades de comunicación que hay dentro de esta institución, se contactó y apoyó al departamento de Comercialización del Museo de Los Niños que son los encargados de promover el ingreso y mantenimiento de los nuevos patrocinadores y donantes, además de poner a disposición el alquiler del Teatro y La Plazoleta, donde se realizan celebraciones de cumpleaños, convivios, seminarios y clausuras.

Dentro del Museo no se ha hecho publicidad específica para apoyar estas áreas, ni para conseguir y mantener a nuevos patrocinadores y donantes, tanto extranjeros como nacionales, para generar más ingresos al mismo.



1.2 EL PROBLEMA

Desde que, El Museo de Los Niños de Guatemala, abrió sus puertas a la población guatemalteca, no ha contado con material audiovisual que los apoye para obtener y mantener a los patrocinadores y donantes ya existentes.

La falta de información acerca de los patrocinios y donativos, a dado como resultado que no se hayan generado nuevas empresas que colaboren con esta institución, tanto nacionales e internacionales.

Al no tener ningún material que los apoye para patrocinadores y donantes, no podrá dar a conocer los beneficios que darán a la niñez guatemalteca, a través del Museo de los Niños.

Al crear un material audiovisual, el museo podrá dar a conocer a nuevas empresas, los beneficios que obtiene la niñez guatemalteca de escasos recursos al visitar esta institución, con el apoyo económico de patrocinadores y donantes, dicho proyecto será realizado durante los meses de julio a noviembre del 2005.



1.3 JUSTIFICACIÓN

El Museo de los Niños cuenta con un departamento de comercialización, en el que se detectó la necesidad de atraer y mantener a los patrocinadores. Actualmente el museo no cuenta con un material adecuado para generar nuevos patrocinadores, es por ello que se hace difícil visitar a más empresas para lograr su patrocinio. Sin este material se dificulta brindar la entrada gratuita a 60,000 niños de escuelas públicas, 5,000 niños de orfanatos, guarderías e instituciones de educación especial de Guatemala.

Para tener una mejor sociedad se deben fomentar principios y valores desde la niñez, misma con la cual el Museo se ha comprometido desde hace cinco años, ya que, ellos buscan una formación educativa que se verá reflejada en el desarrollo de un mejor país.

Si el Museo no consigue más patrocinadores y donantes, se retrasará más en llegar a las escuelas públicas, guarderías y orfanatos de Guatemala, que soliciten el ingreso gratuito a esta institución, puesto que los recursos que obtienen no son suficientes para agilizar estas solicitudes.

Al hacer un material audiovisual para patrocinadores y donantes, se creará una herramienta para el departamento de comercialización del Museo de Los Niños, pues, no cuentan con ningún material audiovisual de apoyo, que los ayude a vender los beneficios que da esta institución a la niñez guatemalteca, gracias a las aportaciones recibidas, tanto de empresas nacionales e internacionales.

El audiovisual será posible, gracias a la supervisión, información e instalaciones proporcionada por el departamento de comercialización del Museo de Los Niños de Guatemala, ubicado en la 5ª. Calle 10-00, zona 13, ciudad de Guatemala.

La elaboración del proceso del guión, bocetos, story board, pre-producción, producción y edición, llevarán una revisión y evaluación previa a la ejecución del mismo que se llevará a cabo con la ayuda de la institución y los asesores a cargo del proyecto.

Además, para la pre-producción, producción y edición, se contratarán a empresas que den el soporte técnico para la realización del audiovisual.



1.4 OBJETIVOS

General

- Generar y mantener más patrocinadores y donantes para el Museo de Los Niños de Guatemala.

Específicos

- Generar más utilidades para el Museo de Los Niños.
- Generar ayuda nacional e internacional.
- Ayudar a escuelas públicas, orfanatos y guarderías de escasos recursos tanto en los departamentos como en la ciudad capital de Guatemala.



Capítulo 2

PERFIL DEL CLIENTE Y
GRUPO OBJETIVO



2.1 PERFIL DEL CLIENTE

Datos Generales:

Institución:

Museo de Los Niños de Guatemala

Dirección:

5a. Calle 10-00 Zona 13, ciudad de Guatemala.

Tipo de institución:

No lucrativa

Finalidad:

Educar y entretener

2.2 HISTORIA

El Museo de Los Niños de Guatemala, abrió sus puertas el 1 de febrero del año 2,000 como una iniciativa de apoyo a la educación de la niñez guatemalteca durante el gobierno del Presidente Alvaro Arzú y La Fundación para La Educación, La Cultura y el Desarrollo Integral del Niño, FUNDECI.

Es el primer museo interactivo del país, creado con la finalidad de contribuir en la formación integral de la niñez donde los niños aprenden jugando, donde no sea una tarea más, sino que, además de ver y escuchar las explicaciones, las entiendan con la práctica y que mejor que experimentar con ellos.

Este Museo se especializa en niños, pero puede ser visitado por adolescentes y adultos de todas las edades, porque, en este lugar, se pueden experimentar todo tipo de sensaciones y vivencias nuevas, tanto para los niños como para los adultos.

2.2.1 Organización del Museo de los Niños

El museo esta organizado de la siguiente manera

- Dirección general: asistente de dirección, recepcionista y secretarias.
- Dirección de educación: tiene a su cargo directores de proyectos y servicios educativos, talleres, investigación, coordinadores de piso y guías.



- Dirección de mercadeo: tiene a su cargo comercialización, reservaciones y auxiliares de mercadeo.
- Dirección de operaciones: tiene a su cargo jefe de mantenimiento, seguridad, auxiliares administrativos, contabilidad, informática, taquilla, porteros, limpieza y auxiliares de mantenimiento.

2.2.2 Propósitos y actividades del Museo de los Niños

- Contribuir al fortalecimiento del desarrollo educativo de todos los niños y niñas de Guatemala.
- Ofrecer a la población un contacto con experiencias interactivas que le ayudarán a comprender y aplicar conceptos de cultura, ciencia y tecnología en forma innovadora y divertida.
- Despertar y fomentar la creatividad, la imaginación y el descubrimiento, estimulando el desarrollo de habilidades investigativas, curiosidad intelectual y nuevos intereses.
- Facilitar un espacio de convivencia para la integración de los diferentes grupos visitantes.
- Apoyar a la formación de valores universales para incidir en forma edificante en cada persona que participe de esta experiencia.

2.2.3 Visión del Museo de Los Niños

Generar un cambio positivo en el desarrollo intelectual, social y cultural de las futuras generaciones, apoyando la formación de valores universales para el beneficio de toda la sociedad.

2.2.4 Misión del Museo de Los Niños

Apoyar a la formación integral de los niños de una manera innovadora al ofrecer experiencias interactivas y divertidas, facilitadas por un equipo humano comprometido con la cultura de servicio y un conjunto de ambientes en constante actualización.

El Museo de los Niños es diversión y aprendizaje donde las puertas están abiertas para disfrutar de una vivencia única, entre juegos, conocimiento, curiosidad e imaginación, éste es un nuevo espacio de convivencia para toda la familia.



Contribuir en la formación integral de la niñez y a la vez ser un apoyo, didáctico a la labor docente que realizan los maestros.

Los niños y niñas que lo visitan desarrollan habilidades para el aprendizaje de los distintos aspectos que componen las distintas áreas del Museo.

2.2.5 Áreas del Museo de Los Niños

El Museo está compuesto por áreas interactivas, los niños y niñas que los visitan desarrollan habilidades para el aprendizaje de los distintos aspectos que componen la ciencia y la tecnología, así como para intercambiar valores, conocimientos y saberes propios de su familia y de su cultura, todo ello de manera vivencial, participativa y divertida por medio de diferentes juegos en las más de 35 exhibiciones que componen las Galerías de Mi País, Galería Salud, Higiene y Nutrición, Galería de las Ciencias, Galería de la Paz, juego de pelotas, sala Lego, El paseo del Café, agiliza tu mente, Talleres educativos y Cuenta cuentos.

Características generales del público que visitan el Museo:

- de martes a viernes, niños y niñas de 3 a 12 años, de colegios y escuelas públicas de todos los niveles socioeconómicos de la ciudad y los diferentes departamentos del país;
- los fines de semana, familias de todos los niveles socioeconómicos, principalmente de la ciudad de Guatemala;
- escuelas públicas que gracias a la colaboración de instituciones públicas, privadas, nacionales y multinacionales, que con su aporte patrocinan la visita gratuita de niños y niñas que asisten a escuelas públicas del sistema educativo nacional, guarderías y orfanatos.

2.3 NECESIDAD DE COMUNICACIÓN GRÁFICA

En el departamento de comercialización del museo de los Niños, no se cuenta con material adecuado para presentarse con los nuevos patrocinadores y donantes, ellos tienen la necesidad de crear un material audiovisual que los apoye cuando realizan sus presentaciones, es por ello que se realizarán un documental informativo, el cual tendrá la información necesaria donde se mostraran las actividades que realiza el museo con las donaciones y aportaciones de las diferentes empresas que integran el grupo de patrocinio, este material será dinámico y breve, ya que, el tiempo que ofrecen las empresas son bastante reducidos.



En el departamento de Comercialización tiene a su cargo las siguientes funciones.

2.3.1 Comercialización del Museo

Se pone a disposición el alquiler del Museo para la celebración de convivios. Esta actividad consiste en cerrar el Museo al público y funciona únicamente para la empresa que lo contrató. Se realiza para evento a partir de 250 personas y el costo está sujeto al número de invitados y las actividades que deseen realizar.

2.3.2 Comercialización del Teatro

Cuenta con un auditorium con capacidad para 206 personas, éste se alquila para Seminarios, Clausuras, Presentaciones especiales, etc.

La comercialización tanto del museo como del teatro, se ofrecen a todos los visitantes y, luego de cinco años, ya se cuenta con clientes fijos entre estos están: Pepsi, Procter & Gamble, Kellogg's, Central de Alimentos, Empacadora Toledo, Avícola Villalobos, Café León, Quaker, Pan Europa, Azúcar Caña Real, Agua Pura Salvavidas y de un grupo de personas que colaboraron del programa de Amigos del Museo de los Niños, hasta la fecha, ha sido posible que más de 275,000 niños y niñas de guarderías y escuelas del sistema educativo nacional visiten el Museo.

Esta institución tiene la satisfacción de haber colaborado para que todos estos niños, no sólo de la ciudad sino también de todas partes del interior de la república como: Sololá, Huhuetenango, Retahuleu, Escuintla, Mazatenango, Zacapa, El Progreso, Sacatepéquez, Chiquimula, Chimaltenango, Santa Rosa, Quetzaltenango, Totonicapán, Baja Verapaz, San Marcos, Izabal y Quiché

Los planes para el futuro son alentadores, se tiene planificado el montaje de nuevas exhibiciones entre las que podemos mencionar:

- el laboratorio de computación
- la Historia de la Banca
- milenio de la electricidad
- la biblioteca



2.4 GRUPO OBJETIVO

Empresas tanto nacionales como extranjeras que se les ofrecerá la posibilidad de participar en el programa de patrocinios o bien de realizar alguna donación al Museo.

Las empresas patrocinadoras realizan una aportación monetaria que se utiliza para que niños y niñas de escasos recursos puedan visitar el Museo y el donante colaborará con materia prima, insumos, o el montaje de una exhibición.

Las empresas que patrocinan la visita de niños y niñas de escuelas públicas, guarderías y orfanatos forma parten del Programa de Patrocinios, entre ellas:

2.4.1 Papás

Empresas que, durante un año, realizan una donación mensual de Q20, 000. 00 para patrocinar la visita de 800 niños y niñas, además, invierten en el montaje de una exhibición dentro de las instalaciones del Museo.

Beneficios: derecho a colocar mantas e inflables en la plaza de ingreso al museo el día de la visita de los niños patrocinados.

Derecho a realizar degustaciones o muestreo durante su mes.

Presencia en la valla, rótulo y pared de agradecimientos.

Derecho a distribuir un gafete a los niños patrocinados.

Cartas de agradecimientos de los niños patrocinados.

Recibo deducible de impuestos o por publicidad.

2.4.2 Superpadrinos

Empresas que patrocinan la visita de 2,000 niños una vez al año a través de un aporte de Q 50,000.00.

Estas empresas pueden incluir sus productos en la exhibición del "Mini Supermercado", con el pago adicional de Q 10,000.00 por producto.

Beneficios: derecho a colocar mantas e inflables en la plaza de ingreso al museo el día de la visita de los niños patrocinados.

Derecho a realizar degustaciones o muestreo durante su mes.

Presencia en la valla, rótulo y pared de agradecimientos.

Derecho a distribuir un gafete a los niños patrocinados.

Cartas de agradecimientos de los niños patrocinados.

Recibo deducible de impuestos o por publicidad.

Presencia en el Supermercado durante un año.



2.4.3 Padrinos

Empresas que patrocinan la visita de niños una vez al año a través de un aporte de Q50,000.00 patrocinan la visita de 2,000 niños.

Beneficios: derecho a colocar mantas e inflables en la plaza de ingreso al museo el día de la visita de los niños patrocinados.

Derecho a realizar degustaciones o muestreo durante su mes.

Presencia en la valla, rótulo y pared de agradecimientos.

Derecho a distribuir un gafete a los niños patrocinados.

Cartas de agradecimientos de los niños patrocinados.

Recibo deducible de impuestos o por publicidad.

2.4.4 Amigos

Personas que patrocinan el ingreso de 35 niños una vez al año, a través de un aporte de Q1,000.00.

Beneficios: presencia en la pared de agradecimientos.

Cartas de agradecimientos de los niños patrocinados.

Recibo deducible de impuestos.



Capítulo 3

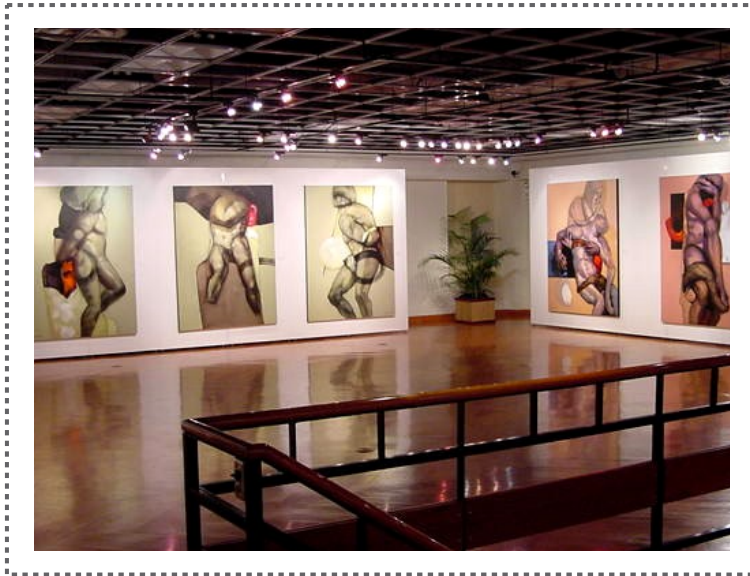
CONCEPTOS
FUNDAMENTALES



3.1 MUSEO

Los museos son lugares en que se guardan colecciones de objetos artísticos, científicos o de otro tipo y, en general, de valor cultural, convenientemente colocados para que sean examinados.
- *Diccionario de la lengua española / Vigésima segunda edición* -.

También son institución, sin fines de lucro, abierta al público, cuya finalidad consiste en la adquisición, conservación, estudio y exposición de los objetos que mejor ilustran las actividades del hombre o, culturalmente, importantes para el desarrollo de los conocimientos humanos, además son lugar donde se exhiben objetos o curiosidades que pueden atraer el interés del público, con fines turísticos.



Museo del Canal Interoceánico PANÁMA



Museo del Canal Interoceánico PANÁMA



3.1.1 Historia de los Museos

En su origen, un museo fue un templo de Musas, un lugar sagrado que ellas frecuentaban, las Musas eran las diosas de la memoria. Más tarde, en la época de la dinastía Ptolemaica, Ptolomeo II Filadelfo mandó construir en Alejandría un edificio al que llamó Museo. Estaba dedicado al desarrollo de todas las ciencias y servía, además, para las tertulias de los literatos y sabios que vivían allí, bajo el patrocinio del Estado. En aquel museo se fue formando poco a poco una importante biblioteca.

En la época actual, un museo es un lugar, un edificio donde se conserva todo tipo de colecciones de arte y científicas, siempre con un valor cultural y expuestas, adecuadamente, para que se puedan contemplar o estudiar. Este tipo de colecciones, casi siempre valiosas, existió desde la Antigüedad. En los templos se guardaban objetos de culto u ofrendas que, de vez en cuando, se exhibían al público para que pudiera contemplarlos y admirarlos. Es en el Renacimiento cuando se da el nombre de museo, tal y como se entiende actualmente a los edificios, expresamente, dedicados a tales exposiciones. Por otra parte, están las galerías de arte, donde se muestran pinturas y esculturas. Su nombre deriva de las galerías de los palacios en las que sus dueños tenían la costumbre de colgar a lo largo de las paredes sus cuadros y de colocar las esculturas a modo de ornamento.

“Los museólogos afirman que el verdadero objetivo de los museos es la divulgación de la cultura, la investigación, las publicaciones al respecto y las actividades educativas”
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Museo/> 5.09.05 -.



Museo Grecoromano, Alejandría



Museo Viejo Havana Cuba



3.2 MUSEOS PARA NIÑOS

A diferencia de los museos tradicionales, los museos dirigidos a niños no se dedican a la exhibición de colecciones de valor histórico o artístico, sino que sus exposiciones y actividades están destinadas a desarrollar un proceso de aprendizaje a través del juego.

Los museo para niños son una *“institución educativa donde chicos y grandes aprenden jugando, un lugar que despierta la curiosidad, la imaginación y la participación de todos sus visitantes, además, es una propuesta diferente para la visita de grupos escolares y una novedosa experiencia familiar para el tiempo libre.”*

-<http://members.fortunecity.es/tallerabracadabra/links.html> /5.09.05-.

Los museos de niños se han extendido y crecido, aceleradamente, durante las tres últimas décadas: existen hoy alrededor de 400 museos de niños en el mundo.

En los museos para los niños, las actividades que promueven es la participación, ya que están programadas según los objetivos de los programas de educación primaria.



Museo de Los Niños de Guatemala

Estas instituciones permiten en los niños libertad de acción en la realización de la actividad de su preferencia, como lo es la observación visual, manipulación, exploración u otros y la expresión sin inhibición de sus reacciones, a través de respuestas gestuales o manuales, propicia el aprendizaje a través de la recreación. Esto significa que la adquisición de alguna destreza, produce aprendizaje.

Los Museo cuentan con dos tipos de recursos: materiales y humanos. Entre los primeros: la exhibición, que es el medio a través del cual se transmite el mensaje. Y el segundo: los humanos, el cual lo conforman el personal fijo del Museo y los Amigos-guías. Los primeros, tienen la responsabilidad de crear, diseñar, construir y mantener las exhibiciones; y los Amigos-guías, son los encargados de facilitar la participación de los visitantes en todas las experiencias que el Museo les brinda.



Muchos museos diseñan actividades para que los padres participen al lado de sus hijos y, así no sólo los niños se divierten sino, también, los padres.

Los museos ofrecen un ambiente seguro y divertido para aprender, *"los museos para niños son un puente entre el mundo formal de la escuela y el mundo informal de aprender fuera de ella"*

-CAPLAN, Jeremy / <http://www.timeforkids.com/tfk/class/lur/article/0.17585.589445.00html->.

3.2.1 Los beneficios de una visita al museo

Una visita, correctamente, programada a una exposición que resulte interesante, da una serie de beneficios que se guardarán en la mente, puesto que, los museos resultan ser un almacén de cultura, conocimientos y curiosidades, del que se puede llevar cuanto quepa en las manos, pues, los museos no se reducen al arte. Existen museos de ciencias, de historia, museos vivos, para niños, entre otros; estas instituciones ponen a su disposición todo el saber y tradición humanas.

Todo lo que repercute sobre la mente afecta al corazón, y viceversa. De esta manera, una visita al museo vuelve más tolerantes al público, porque al poder observar, en directo, las maravillas de las que se componen el mundo y el planeta.

El beneficio para los niños es cuando se ven influidos por el museo de una forma muy particular. Dado el contacto directo con la realidad, su interés por ciertos temas aumenta y, por ello, es una manera indirecta de mejorar su rendimiento escolar, siempre y cuando disfruten con ello.

3.2.2 Características con las que cuentan los museos para niños

Los museos para niños deben contar con ciertas cualidades o características, por el público que lo visita, entre las más principales estas:

- **un departamento educativo**, pues, es importante la organización de actividades para sus usuarios, fomentando de forma permanente el interés y el descubrimiento. Una intensa programación cultural es uno de los principales indicadores de calidad del museo;

- **profesionales calificados para tratar con niños**, por lo regular son educadores infantiles, animadores socioculturales, educadores, pedagogos, con los perfiles profesionales que garantizarán un buen trato a los niños y un interesante aprendizaje;



- **actividades programadas para niños**, los niños son muy diferentes a los adultos. Es por ello que requieren un trato especial, al que en un museo se materializa en una programación de actividades para niños y familias;

- **una exposición adecuada**, cualquier exposición no puede ser disfrutada por los niños. Las exposiciones de animales, máquinas, curiosidades, etc. facilitan mucho la atención y el interés infantil;

- **una zona de descanso**, ya que a los niños les cuesta más que a los adultos mantener la atención sobre una misma cosa. Por ello, es importante que un museo para niños, goce de zonas de recreo y esparcimiento para que los pequeños se puedan relajar.

3.2.3 Características de las exhibiciones de un museo para niños

Otra forma y quizás la principal manera, de atender al público, es ofreciéndole exhibiciones atractivas y que satisfagan sus necesidades de conocimientos. Con tal fin, se realiza la evaluación de exhibiciones. En ellas se evalúan los siguientes aspectos:

- **aporte cognoscitivo**, es la información captada por el niño, durante su interacción con la exhibición. El niño puede acceder a esta información por medio del texto explicativo o por la simple interacción con la exhibición. Por lo que contar con una exhibición bien diseñada, en buen funcionamiento y acompañada por textos claros, cobra relevancia para el logro del aprendizaje-recreación;

- **aporte conductual**, está dado por la figura del amigo-guía, quién es un joven con una serie de características físicas y conductuales que lo hacen modelo digno de imitar por el niño.



*Profesionales calificados
Museo de Los Niños de Guatemala*



*Actividades programadas
Museo de Los Niños de Guatemala*



*Exposición adecuada
Museo de Los Niños de Guatemala*



Su función es la de ser un facilitador del aprendizaje, él tiene el compromiso de transmitir el conocimiento que imparte de manera que motive al niño y despierte su curiosidad. Por otro lado, debe transmitir una imagen positiva, un trato cordial y cálido que genere en el niño confianza;

- **poder atractivo**, se refiere al poder que posee la exhibición para atrapar la atención del niño visitante, haciendo que éste se acerque e interactúe con ella hasta culminar la actividad;

- **textos**, son un complemento de las exhibiciones, a través de los cuales se amplía el mensaje que se desea transmitir y a su vez le indican al niño una serie de instrucciones que le permiten hacer uso adecuado de las mismas.

3.2.5 Exhibiciones con las que cuenta el museo de los Niños de Guatemala

El Museo de Los niños de Guatemala cuenta con las siguientes exhibiciones que estan clasificadas de la siguiente forma.

Galería Mi País

El Objetivo de está galería es, conocer y entender los principales aspectos socio-culturales de la Guatemala del pasado y la actual y fomentar la preservación de nuestros recursos naturales como un acto de responsabilidad. Esta galería la conforman las siguientes exhibiciones: construye un edificio, mapa en la alfombra, números mayas, marimba, la vida en la ciudad y el campo, nuestra herencia, cancha del juego de pelota maya y la bandera de Guatemala. En cada área se desarrollan las siguientes habilidades:

- **construye un edificio:** desarrolla concentración, coordinación, habilidad motriz gruesa, pensamiento lógico y capacidad de pensar en tres dimensiones;
- **mapa en la alfombra:** desarrollar un pensamiento lógico, porque los niños tienen que observar, concentrar su atención, comparar, discriminar, elegir y armar;
- **números mayas:** ejercita la inteligencia lógica matemática a través del manejo de números y enseña a decodificar información gráfica;
- **marimba:** desarrolla la capacidad de pensar, discriminar, transformar y expresar las formas musicales, así como la sensibilidad al ritmo, tono y al timbre;
- **la vida en la ciudad y en el campo:** desarrolla la capacidad de distinguir, clasificar el ambiente urbano y rural, se adquieren habilidades de observación, reflexión y cuestionamiento de su entorno;
- **nuestra herencia:** estimula la capacidad de audición al discriminar sonidos. Esta actividad implica percepción y participación;
- **cancha del juego de pelota maya:** desarrolla habilidades de coordinación, destreza, equilibrio, flexibilidad, fuerza y velocidad;



▪ **bandera de Guatemala:** a través de la observación y atención, se fomentan los valores cívicos.

Galería salud, higiene y nutrición

Tiene como objetivo, fomentar los buenos hábitos alimenticios y de higiene personal para prevenir enfermedades y conservar una vida saludable. En esta galería se puede aprender sobre: el esboso de hospital y ambulancia, el equilibrio, el mercado y supermercado, los cinco sentidos, la bicicleta y la jungla de los gérmenes. Estas exhibiciones desarrollan las siguientes habilidades:

- **esboso de hospital y ambulancia:** desarrolla atención, concentración, coordinación de ojos y manos y motricidad gruesa, al utilizar las pinzas gigantes para operar, al igual que una estructura espacial;
- **equilibrio:** Desarrolla la capacidad de mejorar el equilibrio del cuerpo;
- **mercado y supermercado:** se enseña sobre nutrición y dieta balanceada, economía y uso del dinero, la interacción permite ejercitar su inteligencia lógico matemática, con el manejo de números, relaciones, cantidades y medidas;
- **los cinco sentidos:** se estimulan los sentidos al ver, tocar y sentir diferentes aromas, adivinando lo que es por medio de relación e inferencia;
- **bicicleta:** desarrolla la habilidad de usar el propio cuerpo, al coordinar movimientos cuando se pedalea, además observar de manera atenta los movimientos del personaje que pedalea junto a quien maniobra el juego;
- **la jungla de los gérmenes:** por medio de la observación y experimentación, se fomentan buenos hábitos de higiene personal y limpieza en el hogar.



Galería Mi País
Museo de Los Niños de Guatemala



Galería Salud, Higiene y nutrición
Museo de Los Niños de Guatemala



Galería de las Ciencias

Se persigue que los niños, aprendan y experimenten sobre las características del mundo natural, relacionándolas con el entorno para mejorar el mundo en que se vive. En esta galería se puede observar y experimentar con : el globo de aire caliente, el disector del habla, el rayo, la caminata en la luna, la pirueta, el zootropo, la electricidad estática y las burbujas. En cada área se desarrollan las siguientes habilidades:

- **globo de aire caliente:** al oprimir un botón para que el globo se eleve, se desarrollan habilidades de atención, concentración, motricidad manual y estructura espacial;
- **disector del habla:** desarrolla la capacidad de discriminar, percibir y transformar sonidos;



Galería De Las Ciencias
Museo de Los Niños de Guatemala

- **rayo:** desarrolla la capacidad de observar, distinguir y comprender fenómenos naturales;
- **caminata en la luna:** permite desarrollar habilidades de espacio y temporales, dominio en la habilidad de movimiento, lo que favorece el equilibrio emocional y autoconfianza, al experimentar algo poco usual, como es elevarse y sentir la pérdida de gravedad;
- **pirueta:** se experimentan una combinación de movimientos organizados, según una disposición espacio-temporal, poniendo en práctica el equilibrio, lo cual tiene una transferencia positiva en otros aprendizajes;
- **zootropo:** permite percibir imágenes, recrearlas, transformarlas y producir información gráfica.
- **electricidad estática:** brinda estímulos que desarrollan el sentido del tacto y todo el sistema sensorial, proporcionando madurez y aprendizaje;
- **burbujas:** desarrolla una rigurosa y completa oportunidad de movimiento, poniendo en práctica una estructura espacial, lo cual beneficia otros aprendizajes, estimula la seguridad personal, al poder hacer por sí mismo burbujas gigantes, más durables y con más elasticidad.

Además en este museo cuenta con otras exhibiciones que son: la sala de juego de pelotas, la galería de La Paz, sala Lego, el paseo del café, agiliza tu mente, talleres educativos y cuenta cuentos, en todas estas salas se desarrolla la imaginación y se crea en el niño las diferentes habilidades de coordinación, destreza y experimentación con todo lo que se encuentra en su entorno.



3.3 LA ESPONSORIZACIÓN

A través de la esponsorización, el patrocinio supone una relación comercial, aceptada mutuamente entre dos o más partes, en la cual una de ellas -patrocinador-, busca promover la imagen de su empresa, sus productos o servicios asociándose con una persona individual, ya con su acontecimiento, sujeto o evento patrocinado.

En conclusión, la esponsorización, es financiar o ayudar económicamente a alguien para que pueda llevar a cabo una actividad, de carácter deportivo, científico o cultural con la finalidad de que se sepa.

Desde un punto de vista técnico-jurídico, lo ha definido como "*el contrato por el que un empresario, espónsor, con la finalidad de aumentar la notoriedad de sus signos distintivos, entrega una cantidad de dinero, o de bienes y servicios, al organizador de*

manifestaciones deportivas o de iniciativas culturales, de espectáculos televisivos, o de un personaje individual del deporte, del espectáculo, -esponsorizado-, para que éste publicite, en el modo previsto en el contrato, los productos o la actividad del empresario". - SILVA CUEVA, José Luis /Concepto y encuadre sistemático del contrato de esponsorización -.

A través de la esponsorización, el espónsor busca crear y afirmar una imagen favorable, ya que, su empresa o sus productos, estarán en otra empresa la cual ofrecera un bien social.

3.3.1 La importancia de comercializar productos o servicios

Para conseguir la eficacia y eficiencia en la comercialización de los productos o servicios, se debe conocer la empresa, el mercado y establecer lineamientos de tecnología, como las bases de datos que, a través de la investigación, minimicen costos de pérdidas en servicios o productos comercializados.

Para poder comercializar ciertos productos en determinadas áreas geográficas, tanto en el panorama nacional como en el internacional, es de suma importancia el análisis de información histórica para poder conocer las tendencias, características de demanda, requerimientos egales, barreras comerciales, entre otros factores que pueden ser de gran ayuda en el éxito o fracaso de la comercialización de los productos.



Niños esponsorizados del Museo de Los Niños de Guatemala



Para comercializar un producto determinado es importante la negociación a la que se pueda llegar, la cual es *“un conjunto de causas y condiciones que, repetidamente, coinciden para transformar los intereses iniciales en términos finales con el objetivo de mejorar las posiciones en tiempo, costo y alcance de las partes.”* - CHAMOUN-NICOLAS, Habib /El arte de la ciencia y la negociación -.

La sensibilidad de saber cuando el cliente está a punto de tomar la decisión final de cierre, el carisma, la astucia, la personalidad, la comunicación escrita y verbal, el lenguaje corporal, la química y el liderazgo son necesarios para llevar a cabo una negociación exitosa que llevará a la empresa a lograr los proyectos que esté realizando.



Museo de Los Niños de Guatemala

3.3.2 Empresas no lucrativas

Las organizaciones no lucrativas, generalmente, son de carácter privado como asociaciones religiosas, científicas, deportivas, etc. El producto que se entrega es en su mayoría un servicio y no existe un precio como tal al adquirir el mismo.

Estas empresas subsisten con donaciones o cuotas que son entregadas por contribuyentes quienes, también, pueden contribuir con recursos o materias primas para el buen funcionamiento de la organización.

La idea principal es que se dejen un bienestar humano que satisfaga a personas que necesitan ayuda o colaboración con la finalidad de generar una disciplina y una conciencia que beneficie a toda la sociedad.

3.3.3 Promoción empresarial

La empresa, para colocar sus productos en el mercado, debe poner en marcha un proceso de comunicación con el fin de informar y persuadir a los clientes potenciales, para dar a conocer su producto o servicio, porque, estos están a disposición de un cliente.

La promoción empresarial tiene por objeto comunicar la existencia del producto, dar a conocer sus características, ventajas y las necesidades que satisface.



La publicidad se concibe como un proceso de comunicación con una finalidad comercial. Para la eficacia de este proceso de comunicación, la empresa deberá planificar su actividad publicitaria; deberá identificar el público al que quiere dirigirse, construir, adecuadamente, los mensajes que quiere transmitir, elegir los medios más adecuados para lograrlos.

Al igual que ocurre con la publicidad, existen múltiples definiciones de la promoción de ventas que es como un conjunto de instrumentos de incentivos, generalmente, a corto plazo, diseñados para estimular, rápidamente, la compra de determinados productos o servicios por los consumidores o los comerciantes. Las técnicas utilizadas para este fin son muy variadas, pudiendo consistir en rebajas o descuentos en los precios, entrega de muestras gratuitas, regalos, premios, demostraciones, etc.



*Niños esponsorizados
Museo de Los Niños de Guatemala*

Con el término “relaciones públicas” se alude al conjunto de actividades llevadas a cabo por las organizaciones; con el fin genérico de conseguir, mantener o recuperar la aceptación, confianza y el apoyo de una diversidad de públicos, no siempre relacionados con los productos o actividades que desarrolla la empresa o entidad .

3.3.4 La comercialización internacional

Cada vez, existe una mayor competencia no sólo nacional sino extranjera y aquellas empresas que no estén preparadas para salir y dar la pelea, no triunfarán.

Aquellas compañías que se sentían seguras en sus países, están viendo cómo llegan otras extranjeras a su mercado y esto las obliga a competir de una mejor forma para no quedarse atrás y, en corto tiempo, desaparecer. Sin embargo, el salir a comercializar productos, también, es una tarea muy riesgosa pero que vale la pena.



3.4 PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

La producción audiovisual es la unión de imágenes y sonido que nos permiten representar de una forma armoniosa un determinado tema, el cual llevará un mensaje o contará una historia de determinada época o representada en la realidad.

Todos los objetos o acciones que representan a dicha realidad y al hacerla, conllevan modalidades de observación. El proceso pasa desde el acto de ver, de presenciar, de producir empleando mediaciones narrativas, es decir, una forma de contar, de representar, de aprovechar las posibilidades informativas de la realidad esto nos lleva a definir algunos de sus componentes:

- **testimonial**, porque pueden ser una representación de las actividades humanas en la construcción de lo cotidiano crea o ayuda a encontrar un ambiente de síntesis que facilita la lectura y la evaluación de los acontecimientos;

- **memoria**, porque al ser el cine y el video, recursos de preservación de los signos de la realidad, la información puede ser catalogada, sistematizada para prevalecer organizada - *documental* y *drama* -, en el tiempo. Los nuevos signos vienen a ser originales y sedimental algunos patrones culturales;

- **producto comunicativo**, la consideración de que el audiovisual es un reflejo de la realidad en que se produce marca una evidencia acerca del modo en que una sociedad determinada comunica manifiesta o, inconscientemente, los imaginarios sociales que le sirven para construir o sostener su realidad.

3.4.1 Formatos narrativos

Los audiovisuales sustentan sobre dos formatos narrativos como el drama y el documental. Cuando se refiere a las mismas señalamos como formas de organización de sentido a la vez de ser parte de estrategias discursivas que las sociedades productoras tienen para interactuar.

El documental y el drama tienen correlación con formas narrativas más comunes a la vivencia humana cotidiana. las cuales son: la memoria oral y el relato.



Todo audiovisual cuenta con un conflicto que es, básicamente, al analizar los enunciados anteriores y al aplicarlo al audiovisual, encontramos que éste es básicamente el desarrollo de un conflicto del cual se parte. Este supone el desarrollo de acciones que son hechas a voluntad por uno o varios personajes con intenciones concretas las cuales se tratan de cumplir. Todas ellas desencadenan una tensión dramática que hace emerger intereses y pasiones que se oponen a la meta principal y a las cuales se deben enfrentar.

En esa situación emerge el clímax que es el punto donde hay un cambio radical que es producto de la crisis vivida y que conduce a la solución del hecho. Está claro que en este esquema, lo que se muestra como elementos vitales que mueve a la acción del personaje, conforma la emoción, fundamento para que toda obra, finalmente, logre la identificación con el interlocutor.

3.4.2 Las modalidades narrativas

Se conforma en tres modalidades narrativas: el documental y el drama.

- **El documental**, se puede definir como, la exposición de un tema que pide, que exige, una interpretación, la cual abre paso a una investigación.

Técnicamente, el documental contiene variaciones las cuales son:

- **El reportaje**, que es un documental respecto de hechos concretos, presentados de manera natural y sin entrar en explicaciones sobre sus causas o consecuencias, este formato es más, comúnmente, desarrollado en la televisión. El testimonio de una o varias personas prevalece para explicar y desarrollar el tema que se presenta.

- **El documental creativo**, que es, básicamente, una interpretación imaginativa de un hecho real donde se preserva sobre todo la espontaneidad. En este tipo de trabajo, además, prevalece la intención artística del realizador: todo tiene un control de calidad.

- **El documental de ideas**, tiene que ver con la elaboración de materiales audiovisuales mediante el uso creativo y acertado de otros materiales para desarrollar un tema. El uso de un comentario en off es evidente y la solución práctica para llegar a conclusiones asimilables.

A diferencia del documental, el drama es uno de los formatos narrativos que se emparenta más con el relato por tener ambos casi el mismo principio: el representar una historia.



• **El drama**, es una construcción, inicialmente, literaria en la que la acción y conflicto se presentan como elementos indispensables. La acción dramática en cuanto a movimiento interior cargado de subjetividad, en cuanto a tensión, a impulso dentro de una pieza, como resultado de una misma y constante voluntad creciente, sería el hilo conductor de la obra dramática. En este tipo de producto comunicativo, existe lo narrativo que se da por el tejido de situaciones, donde hay hechos operados por personajes que desarrollan hábitos en determinado tiempo. En el drama, el conflicto humano se basa en la polaridad del tener y no tener lo que lleva al desarrollo de estrategias o hábitos. Su variante es la ficción.

3.5 Elementos para realizar una producción audiovisual

La producción es una unidad, la cual es presupuestada, planeada y programada, la producción se divide en tres fases principales que son los siguientes.

3.5.1 Pre-producción

Todas las actividades previstas que conciernen a la producción de la película antes de que empiece el rodaje real -producción-. Al momento de realizazr un documental es necesario seguir algunos pasos, los cuales daran un mejor resultado, cuando este se ralice.

La idea o concepto

La producción de audiovisuales puede dividirse en un proceso de tres fases, precedido por una fase de creación. Primero, antes de la preproducción, hay una idea, un punto de arranque o visión para la producción. Esta visión se adapta en un guión.

El guión

Es un plan para rodar una película. Entre más detallado el plan más, efectivamente, se pueden realizar la producción misma y el rodaje.

El guión se escribe por etapas. Un guión puede estar basado en una historia, novela o en un cuento corto, en una idea, otra película, en un evento histórico, etc. El guión se escribe usualmente en las siguientes etapas.

• **Sinópsis o anteproyecto**, es un resumen del contenido de una película. Es una clase de boceto: un documento que muestra los contenidos y la forma de la película o programa. El lector puede, también, hacerse a una idea del enfoque y estilo del temal que se va a desarrollar.



La sinópsis no presenta soluciones visuales ni detalladas de ningún tipo. Estas sólo restringirían el posterior proceso de escritura. Una sinopsis es importante para el financiero, el productor, el grupo de trabajo y el guionista mismo.

• **Tratamiento, o lista de escenas**, en este paso se colocaran las posibles escenas que se puedan necesitar para hacer la grabación.

• **Guión real**, es el documento donde irá contada la historia o relato que se quiere realizar, aquí ya se cuenta más detallada la historia. Según el libreto del director si fuera necesario y su producción lo necesitar se pueden hacer varias versiones del guión.

• **Story board**, es el recuento visual o escrito de la clase de imágenes visuales que se utilizarán en el audiovisual. La forma escrita usualmente incluye la relación, los personajes en el rodaje, la duración del rodaje y breve recuento de lo que está sucediendo en la toma. El story board tendrá indicaciones del estilo de la película, movimientos, duración de cada escena en cuadros y sonidos.

En una forma visual, o story board, las tomas son presentadas como unas historietas, de tal manera que los movimientos que suceden en la toma se puedan visualizar.

El story board se basa en el guión y su idea básica es que, antes del rodaje, las líneas principales de la película sean planeadas, los detalles a discutir se deciden y la duración de cada secuencia se estime.

Dentro del story board se debe incluir un lenguaje apropiado, en el cual se describen los planos de las tomas, las angulaciones, los movimientos de cámara como, también, la musicalización, entre los tipos de planos los más utilizados son:



Story Board ●●● Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
Título: *Resistencia indígena* etc.
Tiempo: 4:30 seg.

Tiempo	Cuadro	Vídeo	Imagen	Audio
13 seg.	3	Presentación con el logotipo del Museo en la esquina inferior izquierda. Plano general: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños.		Voz del narrador: el Museo de los Niños de Guatemala. ¿Qué es la resistencia indígena? La resistencia indígena es una forma de lucha que se da en contra de la explotación y el abuso de los recursos naturales.
19 seg.	6	Presentación con el logotipo del Museo en la esquina inferior izquierda. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños.		Voz del narrador: el Museo de los Niños de Guatemala. ¿Qué es la resistencia indígena? La resistencia indígena es una forma de lucha que se da en contra de la explotación y el abuso de los recursos naturales.
30 seg.	7	Presentación con el logotipo del Museo en la esquina inferior izquierda. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños.		Voz del narrador: el Museo de los Niños de Guatemala. ¿Qué es la resistencia indígena? La resistencia indígena es una forma de lucha que se da en contra de la explotación y el abuso de los recursos naturales.

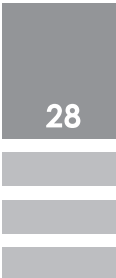
Story Board ●●● Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
Título: *Resistencia indígena* etc.
Tiempo: 4:30 seg.

Tiempo	Cuadro	Vídeo	Imagen	Audio
18 seg.	8	La familia se desmorona y aparece un niño abandonado en la calle. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños.		Voz del narrador: el Museo de los Niños de Guatemala. ¿Qué es la resistencia indígena? La resistencia indígena es una forma de lucha que se da en contra de la explotación y el abuso de los recursos naturales.
18 seg.	9	Presentación con el logotipo del Museo en la esquina inferior izquierda. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños.		Voz del narrador: el Museo de los Niños de Guatemala. ¿Qué es la resistencia indígena? La resistencia indígena es una forma de lucha que se da en contra de la explotación y el abuso de los recursos naturales.
30 seg.	10	Plano general: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños.		Voz del narrador: el Museo de los Niños de Guatemala. ¿Qué es la resistencia indígena? La resistencia indígena es una forma de lucha que se da en contra de la explotación y el abuso de los recursos naturales.

Story Board ●●● Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
Título: *Resistencia indígena* etc.
Tiempo: 4:30 seg.

Tiempo	Cuadro	Vídeo	Imagen	Audio
8 seg.	1	Presentación con el logotipo del Museo en la esquina inferior izquierda. Plano general: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños.		Voz del narrador: el Museo de los Niños de Guatemala. ¿Qué es la resistencia indígena? La resistencia indígena es una forma de lucha que se da en contra de la explotación y el abuso de los recursos naturales.
11 seg.	2	Presentación con el logotipo del Museo en la esquina inferior izquierda. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños.		Voz del narrador: el Museo de los Niños de Guatemala. ¿Qué es la resistencia indígena? La resistencia indígena es una forma de lucha que se da en contra de la explotación y el abuso de los recursos naturales.
27 seg.	3	Presentación con el logotipo del Museo en la esquina inferior izquierda. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños.		Voz del narrador: el Museo de los Niños de Guatemala. ¿Qué es la resistencia indígena? La resistencia indígena es una forma de lucha que se da en contra de la explotación y el abuso de los recursos naturales.
16 seg.	4	La familia se desmorona y aparece un niño abandonado en la calle. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños. Plano medio: el grupo de niños.		Voz del narrador: el Museo de los Niños de Guatemala. ¿Qué es la resistencia indígena? La resistencia indígena es una forma de lucha que se da en contra de la explotación y el abuso de los recursos naturales.

Ejemplo de story board





• **el Plano**, es la unidad básica de expresión fílmica. Por ir de un corte a otro, independientemente de tamaño y tiempo, equivale a la toma o shot y puede encerrar diversos propósitos. A continuación se hará un breve recorrido por los distintos planos existentes según su encuadre, posición, desplazamiento y movimientos de cámara o lente.

-Long Shot o Plano Largo

Es una vista muy amplia donde lo que predomina es el paisaje, los edificios, el cielo, las particularidades de un inmueble visto en su totalidad, etc., como de sus funciones emotivas con que éste plano puede cumplir. Su objetivo principal es contribuir a la construcción del contexto ubicando físicamente la acción.

-Full Shot o Plano General

Este plano se encuentra determinado por su altura que cubre al personaje o los personajes completos de la cabeza a los pies. Este plano permite apreciar algunas características del personaje, como su estatura, su complexión, la ropa que usa y, al mismo tiempo, permite apreciar el espacio en que se mueve.

-American Shot o Plano Americano

Va desde un poco arriba de la cabeza hasta la parte inferior o superior de la rodilla. Este es un plano que sirve para detallar aún más al personaje permitiéndolo apreciar mejor su expresión corporal.

-Medium Shot o Plano Medio

Detalla cada vez más al personaje. Aquí el entorno empieza a perderse porque el personaje incrementa su presencia al ocupar un mayor espacio en la pantalla. Este plano abarca desde un poco arriba de la cabeza, hasta el nivel de la cintura más o menos.

-Medium Close up

Abarca desde arriba de la cabeza hasta el pecho del personaje, y empieza a detallarlo minuciosamente hasta el grado en que casi impide ver su entorno. Este es un plano de detalle que brinda cierta soltura, pues, el personaje todavía puede trabajar con cierto rango de movimiento sin correr el riesgo de salir de cuadro.

-Close up o acercamiento

En el Close-up abarca del cabello a los hombros. Es un plano muy cerrado que detalla con minuciosidad los rostros y las miradas, por lo que tiende a meterse al mundo interior del personaje.



Este es un plano difícil y riesgoso que casi impide el movimiento al personaje y precisa de un manejo focal exacto para evitar indefiniciones que empobrecerían la toma.

-Big Close-up o Gran Acercamiento

Es el plano más cerrado. Puede ser de los ojos o de una parte de uno de ellos, de una mano o de una uña. Este es un plano que detalla partes muy específicas de un rostro o de un objeto y omite, en lo absoluto, aspectos del entorno.

-Insert o Plano Detalle

Básicamente, éste plano es igual que el interior, si acaso la única diferencia consiste en que el insert se avoca más a los objetos o pequeñas acciones que al rostro del personaje.

• **Las angulaciones para las diferentes toma, crean una expectativa en el audiovisual, las mas utilizadas son:**

- 1 *normal*: de pie mirando horizontalmente, punto de vista normal;
- 2 *picado*: por encima de lo considerado como corriente o normal;
- 3 *contrapicado*: por debajo de lo considerado como corriente o normal.

• **Otro aspecto importante son los movimientos de cámara, las cuales pueden ser:**

- Sobre un punto fijo, -Panorámicas-, descriptivos;
A derecha, izquierda, ascendentes, descendentes. Barridos, -Panorámica vertiginosa-.

- Sobre un eje móvil, -Travelling-;

En paralelo, ascendente, descendentes, circulares, aproximación-alejamiento
- sustituibles por Zoom-.

Otro elemento importante es la música, para que, es un elemento indispensable de fondo en cualquier audiovisual, a no ser por su omisión para obtener algún efecto determinado, ya que, puede ser un recurso dramático para las imágenes o de la banda de diálogos.

• **La luz**

Hay tres elementos que condicionan la iluminación fílmica: el movimiento de los actores y objetos delante de la cámara, la sucesión de un plano a otro y la continuidad de luz entre ambos y la rapidez de la sucesión de los planos exige a la luz el papel de dar a conocer con precisión lo que sucede e interesa más de cada plano.



-Clases de luz

Natural, proporcionada por la misma luminosidad del día.

Artificial, proporcionada por la iluminación artificial. La luz difusa se obtiene por medio de difusores y no produce sombras, distribuyéndose de forma uniforme. Imita o refuerza efectos naturales de la luz ambiente.

La luz directa produce sombras en los objetos y sombras proyectadas por éstos. Se consigue el modelado de los volúmenes de los objetos produciendo sombras, convenientemente, estudiadas en su superficie, el dibujo de los contornos de los objetos con haces de luz directa que caen desde arriba y en dirección contraria al ángulo de la cámara y el contraluz situando la cámara encarada hacia los haces luminosos.

-Estilos de iluminación

De manchas, consiste en distribuir por las superficies y perfiles del decorado, escasamente iluminado con una débil luz difusa, todo un conjunto de manchas luminosas. De zonas, consiste en crear una serie escalonada de zonas de luz de mayor a menor luminosidad. Este sistema centra la atención, ayuda a expresar la distancia y crea un ambiente. De masas, imita el efecto natural de la luz. No es preciso que el motivo esté, constantemente, iluminado.

3.5.2 Producción o rodaje

El rodaje viene después de la pre-producción y es la parte más visible de la producción de un audiovisual.

El grupo de rodaje incluye profesionales en varios campos, cuya dirección artística recae en el director, este lleva un scrip que es donde se anota como se quedan los planos o escenas para que tenga continuidad.

El liderazgo de producción viene del productor, él toma la iniciativa y asume las responsabilidades y cargas de la realización industrial de la producción; él selecciona y contrata el equipo técnico y humano, además de establecer los contactos previos y presupuestos aproximados de la producción, también, supervisará todas las actividades acerca de la película. Entre el equipo humano que ayudará al productor está el jefe de producción, quién organizará y planteará la totalidad de la producción, además, tendrá bajo su responsabilidad el plan de trabajo, el cual es el desglose



detallado de toda la producción, él será apoyado por los ayudantes de producción, los cuales reforzarán los recursos administrativos como solicitud de permisos, preparación del trabajo para el siguiente día, alquiler, compras o prestamos de utilería, así como su cuidado y devolución del mismo, además, serán encerrgados de que todo el equipo de efectos especiales funcione bien.

Otro aspecto que se tiene que tener en cuenta dentro de la producción es la escenografía la cual incluye decoradores, ambientadores, figuristas y props, que son los elementos o detalles necesarios para la grabación, como también la iluminación, sonido, transporte, localizaciones - camerinos, números de secuencias, permisos, almacenes de vestuario, suministros de alimentos o catering, toma corrientes, etc.-, documentación para el rodaje como ordenes de trabajo, - se datalla la hora, vestuario y accesorios que necesita cada actor- , vales de figuración - vestuario de cada actor o personaje -, hojas de montaje - recibos, documentos contables -, entre otros.

3.5.3 Post-producción

Un proceso en la producción de la película que se inicia, usualmente, después del rodaje. Por otro lado, planear la post-producción está directamente relacionado con la definición, en la pre-producción, del presupuesto general del audiovisual, así como, también, con los recursos de trabajo de acabado y los equipos. Luego de estos pasos, se realiza el procedimientos para terminar el rodaje en el cual se tiene que editar, esto es poner en orden todas las escenas grabadas, incluye todos los sonidos, trucos o efectos y ajuste de color que puedan ayudar al audiovisual y, así, tener un buen resultado.



Capítulo 4

CONCEPTOS DE DISEÑOS
Y BOCETAJE



4.1 CONCEPTOS CREATIVOS

El audiovisual deberá transmitir el mensaje de una forma clara y sencilla, ya que, el tiempo que se tiene con los patrocinadores es muy corto. El objetivo es que las personas a quienes se les presenta el audiovisual, se únan al grupo de patrocinadores del Museo de Los Niños. Este audiovisual deberá durar entre tres y medio o cuatro minutos.

Al recopilar toda la información necesaria para realizar el audiovisual, se realizará la sinópsis, la cual mostrará un resumen del contenido del audiovisual, en esta parte el lector podrá darse una idea general.

Sinópsis para el Audiovisual



El Museo de los Niños de Guatemala, es una institución que cuenta con un departamento de Comercialización, el cual se encarga de conseguir más patrocinadores y donantes para brindarle a la niñez guatemalteca la entrada gratuita a esta institución, además de ser una institución no lucrativa es el primer Museo interactivo del país, el cual apoya a la educación de una forma dinámica.

Aquí se informará de forma general la historia, actividades y beneficios que los niños adquiere visitando el museo, las cuales irán acompañadas de cortes de las exhibiciones y galerías que lo componen como: Mi País, La Paz, Las Ciencias, Salud, Higiene y Nutrición; salas de juego de pelotas, sala Lego, el Paseo del Café, Agiliza tu mente y Cuenta Cuentos.

Además hablará sobre las actividades que se realiza el museo con los fondos recaudados y la forma en que se invierten en, escuelas públicas, orfanatos, guardería y escuelas especiales de la ciudad de Guatemala y del interior del país.

También se invitará, a que las personas y empresas nacionales e internacionales, formen parte el grupo de patrocinadores y donante del Museo de Los Niños de Guatemala.

Este proyecto se realizará en las instalaciones del museo y se realizará a base cortes y frases celebres para dar el mensaje. Se producirá cuando lleguen niños patrocinados para que el material sea real y convincente.



*Sinópsis
para el audiovisual*



Luego de la sinópsis, se realizará la organización y redacción del guión, en el cual se describirá el mensaje que se quiere transmitir al grupo objetivo, esta parte no incluye imágenes, ya que, es un documento textual, en el cual el cliente podrá aportar o sugerir si esta de acuerdo con la información que se quiere plasmar en el audiovisual.

Guión Comercialización



El Museo de los Niños abrió sus puertas gracias al apoyo y esfuerzo de un grupo de empresas y amigos, que permitieron el desarrollo del primer Museo interactivo del país, convirtiéndolo en una institución dinámica para la educación.

El Museo, es una institución sin fines de lucro, que se ha comprometido a fomentar el desarrollo de exhibiciones y actividades que combinen entretenimiento y aprendizaje, para la niñez guatemalteca.

Esta institución ofrece un ambiente seguro y divertido para aprender, ya que cuenta con exposiciones, galerías y actividades que están destinadas a despertar la curiosidad, la imaginación y la participación de todos sus visitantes, a través de juegos.

Al visitar el Museo de los Niños se aprende de una manera innovadora y divertida sobre: ciencia, tecnología y valores humanos; además, es importante hacer un recorrido por las diferentes galerías como : Ciencia, Mi País, La Paz, Ciencias Naturales, Salud, Higiene y Nutrición; también hay que visitar las salas de juego de pelotas, sala Lego, el Paseo del Café, Agiliza tu mente y Cuenta Cuentos; todas estas áreas crean en el niño una conciencia indirecta de mejorar su rendimiento escolar.

Guión Comercialización



Es la niñez de escasos recursos la que nos motiva a seguir adelante, pero ellos no podrían gozar de todo esto si no contáramos con el apoyo de personas y empresas de buena voluntad que, con el afán de brindarles un momento de educación y recreación, les patrocinan su visita al Museo.

A través de los programas de patrocinio, el Museo de los Niños ha podido traer gratuitamente a más de 275,000 niños y niñas de escuelas públicas, guarderías y orfanatos, tanto de la ciudad capital, como de los departamentos de Guatemala.

Pero aún faltan muchos niños por recibir; su empresa puede integrarse al equipo de patrocinios, para que de esta manera ellos nos puedan visitar y así el Museo no sea sólo un sueño, sino una hermosa realidad para toda la niñez guatemalteca, además de una experiencia de la cual se beneficiarán muchas generaciones.

Esperamos su ayuda.

Guión original para el audiovisual

Dentro del guión se incluirán frases célebres, las cuales se seleccionarán de un listado previo el cual contendrá las posibles frases a utilizar en el audiovisual, estas serán sobre niños y ayuda humanitaria, las cuales apoyarán y transmitirán los mensajes. El objetivo de estas, será separar un tema de otro; aparecerán con letras blancas sobre fondo negro para que sean más legible al espectador. Las frases serán seleccionadas y aprobadas, previamente, con el departamento de comercialización del Museo de los Niños, esto será con el fin de continuar, correctamente, el proceso de la elaboración del story board final del audiovisual.



Las frases célebres aprobadas y elegidas por el cliente serán las siguientes.

1. “ Nuestra alegría es, la mirada limpia y llena de amor de un niño feliz”.
2. “ El mejor medio para hacer buenos niños, es hacerlos felices”, Oscar Wilde.
3. “ La ayuda no es una sola cosa. Es un millón de pequeñas cosas”, Mónica.
4. “ La bondad es la única inversión que nunca quiebra”, Henry David Thoreau.
5. “ Nunca estaré solo, mientras tú estés conmigo”.

Otro elemento que ayudará al guión, será la intervención de dos testimoniales, uno del director o autoridad del establecimiento que recibirá la ayuda del patrocinador y el otro de un niño patrocinado.

Cuando se tenga aprobado el guión, se procederá a la elaboración del story board, el cual será el recuento visual y escrito de las clases de imagenes visuales más adecuadas que se utilizarán para un mejor desarrollo del audiovisual. En este se describirán los planos más adecuados para cada parte del texto que se va a representar, además, incluirá un orden lógico que explicará el mensaje.

El story board, empezará y finalizará con la animación del logotipo del Museo de Los Niños. Ya que este audiovisual es para patrocinadores, el día que se tenga que grabar, se harán los gafetes para los niños patrocinados de ese día, puesto que, ellos a veces, no llevan los gafetes que los identifiquen.




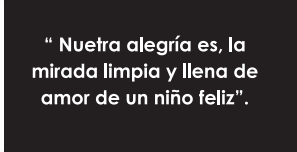

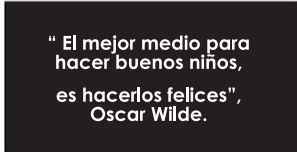
Carné para el audiovisual



Los planos que se sugieren para este audiovisual, serán un plano general de las exhibiciones, luego, un plano medio de la actividad que se este realizando y, por último, un acercamiento de niños, donde se mire que estan disfrutando la visita al museo.

La iluminación que se tendrá, será la de cada exhibición, puesto que, el museo posee en algunas galerías ciertos reflectores y luces para crear en el visitante ambientes diferentes y al dejarlas así, se reflejará su verdadero ambiente.

La locución de este material, será en su mayoría locución off, la cual realizará un locutor profesional con voz institucional, porque, el audiovisual estará dirigido a empresarios.

<i>Story Board</i> ●●●● Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala Versión: Nuestra alegría es... Tiempo: 3.5 seg.			
Tiempo	Video	Imagen	Audio
	Animación del logo del Museo.		
	La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto " Nuestra alegría es; la mirada limpia y llena de amor de un niño feliz.", Esto aparecera en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.		Música de fondo
	Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha. • Plano general del frente del museo. • Corte, medio plano del frente del museo, a partir del área de descanso hacia la entrada. • Corte, plano general del área de juego de pelota hacia la entrada del museo. • Corte, plano medio del área de la Plazoleta, hacia el interior del museo. • Corte, plano medio de la entrada principal del museo (entrando niños) • Corte, plano general, de la entrada hacia el área de mi país.		Música de fondo Locutor off (voz institucional): El Museo de los Niños abrió sus puertas gracias a la iniciativa de la Señora Patricia de Arzú y el apoyo de la Fundación para la educación, la cultura y el desarrollo integral de los niños, FUNDECI, como también un grupo de empresas y amigos, que permitieron el desarrollo del primer Museo interactivo del país, convirtiéndolo en una institución dinámica para la educación.
	La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto " El mejor medio para hacer buenos niños, es hacerlos felices, Oscar Wilde.", Esto aparecera en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.		Música de fondo

N 1

Story board original para el audiovisual



Story board original para el audiovisual

Story Board

Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
 Versión: Nuestra alegría es...
 Tiempo: 3.5 seg.

Tiempo	Video	Imagen	Audio
	<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plano medio del área de la Paz. Donde un guía este con un grupo de niños. • Close up, de la expresión de un niño que este poniendo atención a la explicación del guía, o que se este riendo. En el área del paseo del café. • Plano medio , del área del taller, donde abran niño que este realizando algo, con expresiones de alegría. Aquí pueden también estar un maestro. • Corte, close up, de niños asombrados, en el área de las estrellas. 		<p>Música de fondo Locutor off (voz institucional): El Museo, es una institución sin fines de lucro, que se ha comprometido a fomentar el desarrollo de exhibiciones y actividades que combinen entretenimiento y aprendizaje, para la niñez guatemalteca.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Plano general del área de Ciencia, donde se mire actividad en la mayoría de las exposiciones. • Plano medio del área de la pirueta. • Close up de un niño cuando este dentro de la burbuja de jabón, y otros niños jugando en esa área. • Corte, close up de un niño que esta mirando en el zootropo. • Medio plano, de la elaboración de papel reciclado. 		<p>Música de fondo Locutor off (voz institucional): Esta Institución ofrece un ambiente seguro y divertido para aprender, ya que cuenta con exposiciones, galerías y actividades que están destinadas a despertar la curiosidad, la imaginación y la participación de todos sus visitantes, a través de juegos.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Plano medio del área de la Ciencia, del globo hacia la plataforma del temblor. • Close up de niños pintando los gifos, detras de la ruina. • Medio plano del área de electricidad (donde se le este parando el pelo a algún niño). • Close up de un grupo de niños en el disector del habla. • Corte del mi país • Corte del área de Ciencia. • Corte del área de la galería de la Paz. • Corte de un niño operando. • Corte del área de pelotas. • Corte del área de lego. • Corte del área del paseo del café. • Corte del área de cuenta cuentos. • Plano general de agiliza tu mente. • Close up de niño en agiliza tu mente 		<p>Música de fondo Locutor off (voz institucional): Al visitar el Museo de los Niños se aprende de una manera innovadora y divertida sobre: ciencia, tecnología y valores humanos; además, es importante hacer un recorrido por las diferentes galerías que son : Mi País, Las Ciencias, La Paz, Salud, Higiene y Nutrición; también hay que visitar las sala del Paseo del Café, juego de pelotas, sala Lego, Cuenta Cuentos y Agiliza tu mente; todas esta áreas crean en el niño una conciencia indirecta para mejorar su rendimiento escolar.</p>



Story board original para el audiovisual

Story Board

Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
 Versión: Nuestra alegría es...
 Tiempo: 3.5 seg.

Tiempo	Vídeo	Imagen	Audio
	<p>La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto " La ayuda no es una sola cosa. Es un millón de pequeñas cosas". Mónica.", Esto aparecera en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.</p>		<p>Música de fondo</p>
	<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha. • Plano medio del área de gérmenes. • Close up de un niño bajando en el resvaladero en el área de gérmenes. • Close up de niños en el área del café, donde están los granos rojos. • Plano medio de niños en el área de café, donde se esta tostando el café. • Close up de niños asombrados en el área de las burbujas</p>		<p>Música de fondo Locutor off (voz institucional): Es la niñez de escasos recursos la que nos motiva a seguir adelante, pero ellos no podrían gozar de todo esto si no contáramos con el apoyo de personas y empresas de buena voluntad que, con el afán de brindarles un momento de educación y recreación, les patrocinan su visita al Museo.</p>
	<p>La toma se va a negro y aparece un, • Plano medio, donde darán un testimonial, esto será en el área donde queda de fondo el juego de pelota, o en la entrada de la galería de la Paz. Luego del testimonial se desvanece la toma.</p>		<p>Música de fondo</p>



Story board original para el audiovisual

Story Board

Cliente: **Museo de Los Niños de Guatemala**
 Versión: **Nuestra alegría es...**
 Tiempo: **3.5 seg.**

Tiempo	Video	Imagen	Audio
	<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plano medio de la galería del supermercado, donde niños, estén con sus carretillas. • Close up donde se mire que los niños toman algunos productos del supermercado, de marcas participantes. • Plano medio de niños atacando a los germenos, donde se mirén marcas patrocinadoras. • Close up de niños en el área del mercadito y de los cinco sentidos. 		<p>Música de fondo Locutor off (voz institucional): A través de los programas de patrocinio, el Museo de los Niños ha podido traer gratuitamente a más de 275,000 niños y niñas de escuelas públicas, guarderías y orfanatos, tanto de la ciudad capital, como de los departamentos de Guatemala.</p>
	<p>La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto " La bondad es la única inversión que nunca quiebra." Henry David Thoreau. Esto aparecera en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.</p>		<p>Música de fondo</p>
	<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plano medio, donde se miren que los niños están entrando al museo. • Plano medio de niños corriendo en el área de pelotas. • Close up de la cara de niños asombrados en el área de cuenta cuentos. • Close up de niños saltando en sacos en el área del café. • Medio plano de guías divirtiéndose con los niños en el área de sala de operaciones. 		<p>Música de fondo Locutor off (voz institucional): Pero en algún lugar de Guatemala, hay un niño o niña que nos esta esperando, para venir a divertirse y aprender jugando, unase a nuestro grupo de patrocinadores del Museo de los Niños de Guatemala.</p>



Story board original para el audiovisual



Story Board ● ● ● Cliente: **Museo de Los Niños de Guatemala**
 Versión: **Nuestra alegría es...**
 Tiempo: **3.5 seg.**

Tiempo	Vídeo	Imagen	Audio
	<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha. *Close up de un niño que dice la frase final "Nunca estaré solo, mientras tú estes conmigo". se abre la toma y estan varios niños diciendo adiós, se aleja la toma, ellos salen corriendo para las diferentes exhibiciones, esto podría ser en el área de la ciencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aparecen créditos de izquierda a derecha, donde dice " Museo de Los Niños de Guatemala • Audiovisual donado por Silvia Angellita Zetina de León * Diseño Gráfico * USA C 		<p>Música de fondo Niño, dice "Nunca estaré solo, mientras tú estes conmigo"</p>
	<p>Animación del logo del Museo. Y desaparece.</p>		<p>Se desvanece la música de fondo.</p>

N 5

Antes de ejecutar la grabación, se hará el shot list, el cual sirve para llevar un orden de tomas al pasar por cada galería.

Luego de hacer la grabación, se hará la selección de tomas aprobados, para ordenarlas según el story board, al mismo tiempo se realizará la locución y la musicalización, al terminar este procedimiento se editara para la grabación final.



1.2 BOCETAJE



4.2.1 Primeros cambios en el story board #1

Al revisar el story board, con el departamento de comercialización del Museo de Los Niños y el asesor, se determinó, que el audio, en algunos cuadros, contenía bloques de texto muy extensos, lo cual podría crear en el locutor confusión a la hora de ser grabado, por lo que se procedió a separarlo, quedando en bloques de 4 a 5 líneas dependiendo del texto en cada párrafo, los cuadros que se modificaron fueron los siguientes:

Corrección del audio del story board #1, para el texto

N. de cuadro	Audio, story board original	Audio, story board1, corregido
3	<p>Música de fondo Locutor off (voz institucional): El Museo de los Niños abrió sus puertas gracias a la iniciativa de la Señora Patricia de Arzú y el apoyo de la Fundación para la educación, la cultura y el desarrollo integral de los niños, FUNDECI, como también un grupo de empresas y amigos, que permitieron el desarrollo del primer Museo interactivo del país, convirtiéndolo en una institución dinámica para la educación.</p>	<p>Música de fondo, de Gabriel's Oboe. Locutor off (voz institucional): El Museo de los Niños de Guatemala abrió sus puertas en el año 2,000 gracias a la iniciativa de la Señora Patricia de Arzú y el apoyo de la Fundación para la educación, la cultura y el desarrollo integral de los niños, FUNDECI, como también un grupo de empresas y amigos, que permitieron el desarrollo del primer Museo interactivo del país, convirtiéndolo en una institución dinámica para la educación.</p>
7	<p>Música de fondo Locutor off (voz institucional): Al visitar el Museo de los Niños se aprende de una manera innovadora y divertida sobre: ciencia, tecnología y valores humanos; además, es importante hacer un recorrido por las diferentes galerías que son : Mi País, Las Ciencias, La Paz, Salud, Higiene y Nutrición; también hay que visitar las sala del Paseo del Café, juego de pelotas, sala Lego, Cuenta Cuentos y Agiliza tu mente; todas esta áreas crean en el niño una conciencia indirecta para mejorar su rendimiento escolar.</p>	<p>Música de fondo, de Gabriel's Oboe, desaparece. Locutor off (voz institucional): Al visitar el Museo de los Niños se aprende de una manera interactiva y divertida sobre: ciencia, tecnología y valores humanos; además, es importante hacer un recorrido por las diferentes galerías que son : Mi País, Las Ciencias, La Paz, Salud, Higiene y Nutrición; también hay que visitar las sala del Paseo del Café, juego de pelotas, sala Lego, Cuenta Cuentos y Agiliza tu mente; todas esta áreas crean en el niño una conciencia indirecta para mejorar su rendimiento escolar.</p>



Corrección del audio del story board #1, para el texto

N. de cuadro	Audio, story board original	Audio, story board #1, corregido
9	<p>Música de fondo Locutor off (voz institucional): Es la niñez de escasos recursos la que nos motiva a seguir adelante, pero ellos no podrían gozar de todo esto si no contáramos con el apoyo de personas y empresas de buena voluntad que, con el afán de brindarles un momento de educación y recreación, les patrocinan su visita al Museo.</p>	<p>Música de fondo, Fredance. Locutor off (voz institucional): Es la niñez de escasos recursos la que nos motiva a seguir adelante, pero ellos no podrían gozar de todo esto si no contáramos con el apoyo de personas y empresas de buena voluntad que, con el afán de brindarles un momento de educación y recreación, les patrocinan su visita al Museo.</p>
13	<p>Música de fondo Locutor off (voz institucional): Pero en algún lugar de Guatemala, hay un niño o niña que nos esta esperando, para venir a divertirse y aprender jugando, únase a nuestro grupo de patrocinadores del Museo de los Niños de Guatemala.</p>	<p>Entra música de fondo, Pista 07, Gabel's Oboe Locutor off (voz institucional): Pero en algún lugar de nuestro país, hay un niño o niña que nos está esperando, para venir a divertirse y aprender jugando; y esto solo se puede lograr con el apoyo de un patrocinador. únase a nuestro grupo de patrocinadores del Museo de los Niños de Guatemala</p>

Se observó que dentro de las indicaciones de los cuadros del audio, los texto del **locutor Off**, no estaban correctamente señalados, porque, estos deben de ir en bold **-negritas-**, y subrayado, con el objetivo de que él sepa donde es necesaria su intervención dentro del audiovisual, por lo que se procedió a corregir los cuadros 3, 5, 6, 7, 9, 11 y 13.

Ejemplo de indicación correcta para el locutor off

Locutor off -voz institucional-

El Museo de los Niños de Guatemala abrió sus puertas...



Cuadros donde se corrigió el locutor off, dentro del story board #1

N. de cuadro	Audio, story board original	Audio, story board #1, corregido
3	Música de fondo Locutor off (voz institucional): El Museo de los Niños abrió sus puertas	Locutor off (voz institucional): El Museo de los Niños de Guatemala abrió sus puertas en el año 2,000
5	Música de fondo Locutor off (voz institucional): El Museo, es una institución sin fines de lucro.	Música de fondo Locutor off (voz institucional): El Museo, es una institución no lucrativa.
6	Música de fondo Locutor off (voz institucional): Esta institución ofrece un ambiente seguro y	Música de fondo Locutor off (voz institucional): Esta institución ofrece un ambiente seguro y
7	Música de fondo Locutor off (voz institucional): Al visitar el Museo de los Niños	Locutor off (voz institucional): Al visitar el Museo de los Niños se aprende de una manera interactiva y divertida sobre: ciencia, tecnología y valores humanos;
9	Música de fondo Locutor off (voz institucional): Es la niñez de escasos recursos	Música de fondo Locutor off (voz institucional): A través de los programas de patrocinio,
11	Música de fondo Locutor off (voz institucional): A través de los programas de patrocinio,	Música de fondo Locutor off (voz institucional): Pero en algún lugar de nuestro país,
13	Música de fondo Locutor off (voz institucional): Pero en algún lugar de Guatemala,	Música de fondo Locutor off (voz institucional): Es la niñez de escasos recursos



También, se determinó que la frase final de cierre que dice una niña, no contenía el mensaje que se quería transmitir a los patrocinadores, ya que, está frase era muy rebuscada y no cumplía con el cierre adecuado para el audiovisual, por lo que se procedió a eliminarla, lo que dio lugar a una nueva frase que era más sencilla y acorde al mensaje de ayuda, quedando la misma de la siguiente manera:

Cuadro 14, story board original

Frase original “Nunca estaré solo, mientras tú estés conmigo”

Story Board			
Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala Versión: Nuestra alegría es... Tiempo: 3.5 seg.			
Tiempo	Video	Imagen	Audio
	Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha. *Close up de un niño que dice la frase final "Nunca estaré solo, mientras tú estés conmigo". se abre la toma y están varios niños diciendo adiós, se aleja la toma, ellos salen corriendo para las diferentes exhibiciones, esto podría ser en el área de la ciencia. • Aparecen créditos de izquierda a derecha, donde dice " Museo de Los Niños de Guatemala • Audiovisual donado por Silvia Angella Zelina de León * Diseño Gráfico * USAC		Música de fondo Niño, dice "Nunca estaré solo, mientras tú estés conmigo"

Cuadro 14, story board #1, corregido

Frase nueva “Solo con tú apoyo más niños, aprenderan jugando, gracias”

Story Board				
Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala Versión: Nuestra alegría es... Tiempo: 4 seg.				
Tiempo	Cuadro	Video	Imagen	Audio
15 seg.	14	Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha. *Close up de un niño que dice la frase final "Solo con tu apoyo, más niños aprenderan jugando, gracias". se abre la toma y están varios niños diciendo adiós, se aleja la toma, ellos salen corriendo para las diferentes exhibiciones, esto podría ser en el área de la ciencia.		Música de fondo Una niña, dice: "Solo con tu apoyo, más niños aprenderan jugando, gracias"



Otro aspecto que enriqueció el audiovisual fué la incorporación de una frase final que fué emotiva y cerrará el mensaje de ayuda, está, también, ayudaría con la secuencia que traía el audiovisual para que empezará y terminará de la misma forma. Está frase irá ubicada después de la frase de la niña, por lo que se tubo que añadir un cuadro más al story board.

Frase nueva:

**“ Si la ayuda y la salvación han de llegar sólo puede ser a través de los niños. Porque los niños son los creadores de la humanidad”,
María Montessori.**

Cuadro 15, story board #1, ubicación de la nueva frase.

Tiempo		Cuadro	Vídeo	Imagen	Audio
15 seg.	14	<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha. *Close up de un niño que dice la frase final "Solo con tu apoyo, más niños aprenderán jugando, gracias". se abre la toma y están varios niños diciendo adios, se aleja la toma, ellos salen corriendo para las diferentes exhibiciones, esto podría ser en el área de la ciencia.</p>		<p>Música de fondo Una niña, dice: "Solo con tu apoyo, más niños aprenderán jugando, gracias"</p>	
20 seg.	15	<p>La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto " Nuestra alegría es, la mirada limpia, y llena de amor de un niño feliz." Esto aparecera en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.</p>		<p>Música de fondo Si la ayuda y la salvación han de llegar sólo puede ser a través de los niños. Porque los niños son los creadores de la humanidad. María Montessori</p>	





Al añadir el cuadro anterior, se tubo que correr el logotipo del museo, quedando en el cuadro número 16, al agregar estos cuadros, se trasladaron los créditos finales que estaban en el cuadro 14 para el cuadro 17, puesto que, no tenia objeto que aparecieran cuando salia la niña al decir la frase de cierre; por estos cambios se implementaron treinta segundos más al story board, quedando con un nuevo tiempo de 4 minutos.

Cuadros agregados al story board #1

Story board original

Story Board ●●● Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
Versión: Nuestra alegría es...
Tiempo: 3.5 seg.

Tiempo	Video	Imagen	Audio
	Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha. *Close up de un niño que dice la frase final "Nunca estaré solo, mientras tú estes conmigo" se abre la toma y estan varios niños diciendo cosas, se aleja la toma, ellos salen corriendo para las diferentes exhibiciones, esto podría ser enel area de la ciencia. *Aparecen créditos de izquierda a derecha, donde dice " Museo de los Niños de Guatemala * Audiovisual donado por Silvia Angelita Zetina de León * Diseño Gráfico * USAC		Música de fondo Niño, dice "Nunca estaré sob, mientras tú estes conmigo"
	Animación del logo del Museo. Y desaparece.		Se desvanece la música de fondo.

Story board #1, con cambios

Story Board ●●● Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
Versión: Nuestra alegría es...
Tiempo: 4 seg.

Tiempo	Cuadro	Video	Imagen	Audio
15 seg.	14	Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha. *Close up de un niño que dice la frase final "Solo con tu apoyo, más niños aprenderan jugando, gracias" se abre la toma y estan varios niños diciendo cosas, se aleja la toma, ellos salen corriendo para las diferentes exhibiciones, esto podría ser enel area de la ciencia.		Música de fondo Una niña, dice: "Solo con tu apoyo, más niños aprenderan jugando, gracias"
20 seg.	15	La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto "Nuestra alegría es, la mezcla final y llena de amor de un niño feliz." * Esto aparece en letras blancas y con una tipografía centufy gothic. Y luego desaparece.		Música de fondo Si la ayuda y la salvación han de llegar sólo puede ser a través de los niños. Porque los niños son los creadores de la humanidad. María Montessori
7 seg.	16	Animación del logo del Museo. Y desaparece.		Se desvanece la música de fondo.
4 seg.	17	* Aparecen créditos de izquierda a derecha, donde dice " Museo de Los Niños de Guatemala * Audiovisual donado por Silvia Angelita Zetina de León * Diseño Gráfico * USAC		

Iconografía

- Traslado de texto
- Traslado de cuadro
- Nuevo texto



En el área de imagen del story board, se observó que el logotipo del museo estaba ubicado del lado derecho en la esquina superior de la pantalla, la cual era una mala posición porque la vista humana, incocientemente, hace un recorrido de lectura en forma de "S" o de "Z", por lo cual se cambió de lugar al extremo inferior derecho de la pantalla, además, en story original nunca apareció esta imagen. Estos cambios se realizaron en todos los cuadros donde aparecen imágenes en movimiento, (cuadros 3, 5, 6, 7, 9, 11, 13 y 14 del story board).

Cuadros corregido en el story board #1

Story board original

	<ul style="list-style-type: none"> ● Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha. • Plano general del frente del museo. • Corte, medio plano del frente del museo, a partir del área de descanso hacia la entrada. • Corte, plano general del área de juego de pelota hacia la entrada del museo. • Corte, plano medio del área de la Plazoleta, hacia el interior del museo. • Corte, plano medio de la entrada principal del museo (entrando niños) • Corte, plano general, de la entrada hacia el área de mi país. 		<p>Música de fondo Locutor off (voz institucional): El Museo de los Niños abrió sus puertas gracias a la iniciativa de la Señora Patricia de Arzú y el apoyo de la Fundación para la educación, la cultura y el desarrollo integral de los niños, FUNDECI, como también un grupo de empresas y amigos, que permitieron el desarrollo del primer Museo Interactivo del país, convirtiéndolo en una institución dinámica para la educación.</p>	
--	--	--	--	--

Story board #1, con corregido

29 seg.	<p>3</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina inferior derecha. • Plano general del frente del museo. • Corte, medio plano del frente del museo, a partir del área de descanso hacia la entrada. • Corte, plano general del área de juego de pelota hacia la entrada del museo. • Corte, plano medio del área de la Plazoleta, hacia el interior del museo. • Corte, plano medio de la entrada principal del museo (entrando niños) • Corte, plano general, de la entrada hacia el área de mi país. 		<p>Música de fondo Locutor off (voz institucional): El Museo de los Niños de Guatemala abrió sus puertas en el año 2,000 gracias a la iniciativa de la Señora Patricia de Arzú y el apoyo de la Fundación para la educación, la cultura y el desarrollo integral de los niños, FUNDEC como también un grupo de empresas y amigos, que permitieron el desarrollo del primer Museo interactivo del país, convirtiéndolo en una institución dinámica para la educación.</p>
---------	---	--	---

Iconografía

- Cambio de texto
- Agregar logotipo



Un aspecto técnico que faltaba en el formato del story board, era que no estaba el cuadro donde se indica el número de escenas o secuencias, esto se realiza para llevar un orden a la hora de editarlo; como también se incluyó el tiempo aproximado de cada cuadro o escena, para determinar la duración del audiovisual.

Formato original del story board

Story Board ● ● ● ● Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
Versión: Nuestra alegría es...
Tiempo: 3.5 seg.

Tiempo	Video	Imagen	Audio
	Animación del logo del Museo.		
	La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto "Nuestra alegría es: la mirada limpia y llena de amor de un niño feliz." Esto aparecerá en letras blancas y con una tipografía century gothic. Y luego desaparece.		Música de fondo
	Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha. • Plano general del frente del museo. • Corte, medio plano del frente del museo, a partir del área de descanso hacia la entrada. • Corte, plano general del área de juego de pelota hacia la entrada del museo. • Corte, plano medio del área de la Plazaola, hacia el interior del museo. • Corte, plano medio de la entrada principal del museo (entrando niños). • Corte, plano general, de la entrada hacia el área de mi país.		Música de fondo Lector off (voz institucional): El Museo de los Niños abrió sus puertas gracias a la iniciativa de la Señora Patricia de Arzu y el apoyo de la Fundación para la educación, la cultura y el desarrollo integral de los niños, FUNDEC, como también un grupo de empresas y amigos, que permitieron el desarrollo del primer Museo interactivo del país, convirtiéndolo en una institución dinámica para la educación.
	La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto "El mejor medio para hacer buenos niños, es hacerlos felices." Oscar Wilde. Esto aparecerá en letras blancas y con una tipografía century gothic. Y luego desaparece.		Música de fondo

Formato corregido del story board #1

Story Board ● ● ● ● Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
Versión: Nuestra alegría es...
Tiempo: 4 seg.

Tiempo	Cuadro	Video	Imagen	Audio
6 seg.	1	Animación del logo del Museo.		Música de fondo
11 seg.	2	La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto "Nuestra alegría es: la mirada limpia y llena de amor de un niño feliz." Esto aparecerá en letras blancas y con una tipografía century gothic. Y luego desaparece.		Música de fondo "Nuestra alegría es, la mirada limpia y llena de amor de un niño feliz"
29 seg.	3	Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina inferior derecha. • Plano general del frente del museo. • Corte, medio plano del frente del museo, a partir del área de descanso hacia la entrada. • Corte, plano general del área de juego de pelota hacia la entrada del museo. • Corte, plano medio del área de la Plazaola, hacia el interior del museo. • Corte, plano medio de la entrada principal del museo (entrando niños). • Corte, plano general, de la entrada hacia el área de mi país.		Música de fondo Lector off (voz institucional): El Museo de los Niños de Guatemala abrió sus puertas en el año 2000 gracias a la iniciativa de la Señora Patricia de Arzu y el apoyo de la Fundación para la educación, la cultura y el desarrollo integral de los niños, FUNDEC, como también un grupo de empresas y amigos, que permitieron el desarrollo del primer Museo interactivo del país, convirtiéndolo en una institución dinámica para la educación.
16 seg.	4	La pantalla se desvanece y aparece un plano medio de un guía explicando a unos niños especiales, y sobre la toma aparece en la parte inferior el texto "El mejor medio para hacer buenos niños, es hacerlos felices." Oscar Wilde. Esto aparecerá en letras blancas y con una tipografía century gothic. Y luego desaparece.		Música de fondo "El mejor medio para hacer buenos niños, es hacerlos felices" Oscar Wilde

Iconografía

Nuevo texto



Nuevo cuadro



Formato corregido del story board #1

Iconografía

Nuevo texto

Nuevo cuadro

Agregar logotipo



Tiempo		Cuadro	Video	Imagen	Audio
13 seg.	5		<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha.</p> <ul style="list-style-type: none"> Plano medio del área de la Paz. Donde un guía este con un grupo de niños. Close up de la expresión de un niño que está prestando atención a la explicación del guía, o que se este riendo. En el área del pasaje del café. Plano medio del área del taller, donde están niños que este realizando algo, con expresiones de asombro. Aquí pueden también estar un maestro. Corte close up de niños asombrados en el área de las estrellas. 		<p>Música de fondo</p> <p>Lector off (voz institucional): El Museo es una institución no lucrativa, que se ha comprometido a fomentar el desarrollo de emociones y actividades que combinen entretenimiento y aprendizaje, para la niñez guatemalteca.</p>
			<p>Plano general del área de Ciencia, donde se mira actividad en la mayoría de las exposiciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> Plano medio del área de la piqueta. Close up de un niño cuando este dentro de la actividad de la piqueta, y otros niños jugando en esa área. Corte close up de un niño que está mirando en el botapero. Medio plano de la elaboración de papel reciclado. 		<p>Música de fondo</p> <p>Lector off (voz institucional): Esta institución ofrece un ambiente seguro y divertido para aprender, ya que cuenta con exposiciones, galerías y actividades que están destinadas a despertar la curiosidad, la imaginación y la participación de todos sus visitantes, a través de juegos.</p>
			<p>Plano medio del área de la Ciencia, del gobo hacia la plataforma del temblor.</p> <ul style="list-style-type: none"> Close up de niños mirando las pallas, dejas de la ruina. Medio plano del área de electricidad (donde se le este parando el pelo a algún niño). Close up de un grupo de niños en el disector del habla. Corte del mi país. Corte del área de Ciencia. Corte del área de la galería de la Paz. Corte de un niño capotero. Corte del área de pelotas. Corte del área del lega. Corte del área del juego de cartas. Corte del área de cuento cuentos. Plano general de agilita tu mente. Close up de niño en agilita tu mente 		<p>Música de fondo</p> <p>Lector off (voz institucional): Al visitar el Museo de los Niños se aprende de una manera interactiva y divertida sobre: ciencia, tecnología y valores humanos; además, es importante hacer un recorrido por las diferentes galerías que son: Mi País, Las Ciencias, La Paz, Salud, Higiene y Nutrición.</p> <p>también hay que visitar las sala del Paseo del Café, Juego de pelotas, sala Lego, Cuenta Cuentos y Agilita tu mente. Todas esta áreas crean en el niño una conciencia indirecta para mejorar su rendimiento escolar.</p>

Tiempo		Cuadro	Video	Imagen	Audio
18 seg.	8		<p>La pantalla se desvanece y aparece un plano medio de un guía explicando a unos niños especiales, y sobre la forma aparece en la parte inferior el texto</p> <p>" La ayuda no es una sola cosa. Es un millón de pequeñas cosas."</p> <p>Un millón de pequeñas cosas."</p> <p>Esto aparece en letras blancas y con una tipografía century gothic. Y luego desaparece.</p>		<p>Música de fondo</p> <p>Lector off (voz institucional): " La ayuda no es una sola cosa. Es un millón de pequeñas cosas." Mónica."</p>
			<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha.</p> <ul style="list-style-type: none"> Plano medio del área de gómenes. Close up de un niño jugando en el resvaladero en el área de gómenes. Plano medio del niño en el área del café, donde están los granos rojos. Close up de niños mirando en el área del café, donde se está tostando el café. Close up de niños asombrados en el área de las botellas. 		<p>Música de fondo</p> <p>Lector off (voz institucional): Es la niñez de escasos recursos la que nos motiva a seguir adelante, pero ellos no podrían gozar de todo esto si no contáramos con el apoyo de personas y empresas de buena voluntad que, con el afán de brindarnos un momento de educación y recreación, les patrocinan su visita al Museo.</p>
			<p>La forma se va a negro y aparece un plano medio, donde están un testimonial, esto está en el área donde queda de fondo el juego de pelota, o en la entrada de la galería de la Paz. Luego del testimonial se desvanece la forma.</p>		<p>Música de fondo</p> <p>testimonio maestra.</p>

Tiempo		Cuadro	Video	Imagen	Audio
17 seg.	11		<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha.</p> <ul style="list-style-type: none"> Plano medio de la galería del supermercado, donde niños, estén con sus carretillas. Close up donde se mire que los niños toman algunos productos del supermercado, de marcas participantes. Plano medio de niños discutiendo a los gómenes, donde se miran marcas patrocinadoras. Close up de niños en el área del mercado y de los cinco sentidos. 		<p>Música de fondo</p> <p>Lector off (voz institucional): A través de los programas de patrocinio, el Museo de los Niños ha podido traer gratuitamente a más de 275,000 niños y niñas de escuelas públicas, guarderías y orfanatos, tanto de la ciudad capital, como de los departamentos de Guatemala.</p>
			<p>La pantalla se desvanece y aparece un plano medio de un guía explicando a unos niños especiales, y sobre la forma aparece en la parte inferior el texto</p> <p>" La bondad es la única inversión que nunca quiebra."</p> <p>Henry David Thoreau.</p> <p>Esto aparece en letras blancas y con una tipografía century gothic. Y luego desaparece.</p>		<p>Música de fondo</p> <p>Lector off (voz institucional): " La bondad es la única inversión que nunca quiebra." Henry David Thoreau</p>
			<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha.</p> <ul style="list-style-type: none"> Plano medio, donde se miran que los niños están entrando al museo. Plano medio de niños corriendo en el área de pelotas. Close up de la cara de niños asombrados en el área de cuento cuentos. Close up de niños saltando en sacos en el área de cartas. Medio plano de guías divirtiéndose con los niños en el área de sala de operaciones. 		<p>Música de fondo</p> <p>Lector off (voz institucional): Pero en algún lugar de nuestro país, hay un niño o niña que nos está esperando, para venir a divertirse y aprender Jugando; y esto solo se puede lograr con el apoyo de un patrocinador.</p> <p>y esto solo se puede lograr con el apoyo de un patrocinador.</p> <p>Unidos a nuestro grupo de patrocinadores del Museo de los Niños de Guatemala</p>

Tiempo		Cuadro	Video	Imagen	Audio
15 seg.	14		<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha.</p> <ul style="list-style-type: none"> Close up de un niño que dice la frase final "Solo con tu apoyo, más niños aprenderán jugando, gracias". Se abre la forma y están varios niños diciendo datos, se alija la forma, ellos están diciendo para los diferentes exhibiciones, esto podría ser en el área de la ciencia. 		<p>Música de fondo</p> <p>Una niña, dice: "Solo con tu apoyo, más niños aprenderán jugando, gracias"</p>
			<p>La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto</p> <p>" Nuestra alegría es, la mano limpia y llena de amor de un niño feliz."</p> <p>Esto aparece en letras blancas y con una tipografía century gothic. Y luego desaparece.</p>		<p>Música de fondo</p> <p>Si la ayuda y la salvación han de llegar sólo puede ser a través de los niños. Porque los niños son los creadores de la humanidad. María Montessori</p>
			<p>Animación del logo del Museo. Y desaparece.</p>		<p>Se desvanece la música de fondo.</p>



4.2.2 Segunda revisión el story board #2

Nuevamente, se revisó el story board, y se detectó que el audiovisual no incluía la dirección y teléfono del Museo de Los Niños, lo cual es importante, para las personas que estén interesadas en integrarse al grupo de patrocinadores de esta institución.

Cuadro 17 del story board #1

	4 seg.	17	<ul style="list-style-type: none"> • Aparecen créditos de izquierda a derecha, donde dice" Museo de Los Niños de Guatemala , Audiovisual donado por Silvia Angelita Zetina de León • Diseño Gráfico • USAC 		
--	--------	----	---	--	--

Cuadro 17 corregido del story board #2

	4 seg.	17	<ul style="list-style-type: none"> • Aparecen créditos de izquierda a derecha, donde dice" Museo de Los Niños de Guatemala , 5a. Calle 10-00 zona 13, teléfono: (502) 2475 - 50776 • Audiovisual donado por Silvia Angelita Zetina de León • Diseño Gráfico • USAC 		
--	--------	----	---	--	--

Iconografía

Nuevo texto



En esta parte ya se definió el tipo de música que debería de llevar el audiovisual; esta tendría el objetivo de ir separando los temas del audiovisual, - información general, información patrocinio e integración al grupo de patrocinadores-, la música más adecuada para el audiovisual sería clásica ya que el grupo objetivo se identifica y conoce este género de música. Las tres pistas que se incluyan serán:

- Gabriel's Oboe
- Firedance
- Pista 07, Gabriel's Oboe



Storyboard #1, sin música.

po	Cuadro	Video	Imagen	Audio
g.	1	Animación del logo del Museo.		Música de fondo

Primera parte información general del museo, pista de Gabel's Oboe, storyboard #2

Tiempo	Cuadro	Video	Imagen	Audio
6 seg.	1	Animación del logo del Museo.		Música de fondo, de Gabel's Oboe. 

Se mantiene esta música en los cuadros 2, 3, 4, 5, 6 y 7.

Segunda parte información sobre patrocinadores del museo, pista de Firedance, storyboard #2

Tiempo	Cuadro	Video	Imagen	Audio
18 seg.	8	La pantalla se desvanece y aparece un plano medio de un guía explicando a unos niños especiales, y sobre la toma aparece en la parte inferior el texto " La ayuda no es una sola cosa. Es un millón de pequeñas cosas.". Mónica." Esto aparecera en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.		Entra música de fondo, Firedance. 

Se mantiene está música en los cuadros 8, 9, 10, 11 y12.

Iconografía

Nuevo texto





Tercera parte información sobre integración al grupo de patrocinadores del museo, pista de 07 Gabel's Oboe, story board #2

seg.	13	<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plano medio, donde se miren que los niños están entrando al museo. • Plano medio de niños corriendo en el área de pelotas. • Close up de la cara de niños asombrados en el área de cuenta cuentos. • Close up de niños saltando en sacos en el área del café. • Medio plano de guías divirtiéndose con los niños en el área de sala de operaciones. 		<p>Entra música de fondo, Pista 07, Gabel's Oboe</p> <p>Locutor off (voz institucional): Pero en algún lugar de nuestro país, hay un niño o niña que nos está esperando, para venir a divertirse y aprender jugando;</p> <p>y esto solo se puede lograr con el apoyo de un patrocinador. únase a nuestro grupo de patrocinadores del Museo de los Niños de Guatemala</p>
------	----	---	--	---

Se mantiene está música en los cuadros 13, 14, 15, 16 y 17.

Iconografía Nuevo texto

También, se determinó, que el logotipo del Museo de los niños que se había ubicado en la esquina inferior derecha de las imágenes en movimiento se perdía entre las misma, por lo que se decidió agregar dos franjas negras en los extremos superior e inferior para resaltar el logotipo del museo, además con este efecto panorámico se logra centralizar la vista del espectador al centro de la pantalla, (cuadros, 3, 5, 6, 7, 9,11, 13 y 14).

Imágen de Story board #1



Iconografía Franjas negras

Imágen corregida de Story board #2





Otro aspecto que se corrigió dentro del story board fué que del área de audio de las frases célebres no debería de ir texto, pues, estas solo aparecerían graficamente y no en locución, por lo que fueron eliminadas, ya que, hubieran causado confusión cuando se realizará la locución. Estó se eliminó de los cuadros, 2, 4, 8, 12 y 15 del story board #1.

Story board #1

Tiempo		Cuadro	Video	Imagen	Audio
6 seg.	1		Animación del logo del Museo.		Música de fondo
11 seg.	2		La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto "Nuestra alegría es, la mirada limpia y llena de amor de un niño feliz." Esto aparecera en letras blancas y con una tipografía century gothic. Y luego desaparece.		Música de fondo "Nuestra alegría es, la mirada limpia y llena de amor de un niño feliz"
29 seg.	3		Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina inferior derecha. • Plano general del frente del museo. • Corte, medio plano del frente del museo, a partir del área de descanso hacia la entrada. • Corte, plano general del área de juego de pelota hacia la entrada del museo. • Corte, plano medio del área de la Pazoleta, hacia el interior del museo. • Corte, plano medio de la entrada principal del museo (entrando niños). • Corte, plano general, de la entrada hacia el área de mi país.		Música de fondo Locutor off (voz institucional): El Museo de los Niños de Guatemala abrió sus puertas en el año 2000 gracias a la iniciativa de la Señora Patricia de Arzu y el apoyo de la Fundación para la educación, la cultura y el desarrollo integral de los niños, FUNDEC, como también un grupo de empresas y amigos que permitieron el desarrollo del primer Museo interactivo del país, convirtiéndolo en una institución dinámica para la educación.
16 seg.	4		La pantalla se desvanece y aparece un plano medio de un guía explicando a unos niños especiales, y sobre la forma aparece en la parte inferior el texto "El mejor medio para hacer buenos niños, es hacerlos felices." Oscar Wilde. Esto aparecera en letras blancas y con una tipografía century gothic. Y luego desaparece.		Música de fondo "El mejor medio para hacer buenos niños, es hacerlos felices" Oscar Wilde

Story board #2 corregido

Tiempo		Cuadro	Video	Imagen	Audio
6 seg.	1		Animación del logo del Museo.		Música de fondo, de Gabriel's Oboe.
11 seg.	2		La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto "Nuestra alegría es, la mirada limpia y llena de amor de un niño feliz." Esto aparecera en letras blancas y con una tipografía century gothic. Y luego desaparece.		Música de fondo, de Gabriel's Oboe.
29 seg.	3		Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina inferior derecha. • Plano general del frente del museo. • Corte, medio plano del frente del museo, a partir del área de descanso hacia la entrada. • Corte, plano general del área de juego de pelota hacia la entrada del museo. • Corte, plano medio del área de la Pazoleta, hacia el interior del museo. • Corte, plano medio de la entrada principal del museo (entrando niños). • Corte, plano general, de la entrada hacia el área de mi país.		Música de fondo, de Gabriel's Oboe. Locutor off (voz institucional): El Museo de los Niños de Guatemala abrió sus puertas en el año 2000 gracias a la iniciativa de la Señora Patricia de Arzu y el apoyo de la Fundación para la educación, la cultura y el desarrollo integral de los niños, FUNDEC, como también un grupo de empresas y amigos que permitieron el desarrollo del primer Museo interactivo del país, convirtiéndolo en una institución dinámica para la educación.
16 seg.	4		La pantalla se desvanece y aparece un plano medio de un guía explicando a unos niños especiales, y sobre la forma aparece en la parte inferior el texto "El mejor medio para hacer buenos niños, es hacerlos felices." Oscar Wilde. Esto aparecera en letras blancas y con una tipografía century gothic. Y luego desaparece.		Música de fondo, de Gabriel's Oboe.

Iconografía

- Nuevo texto
- Texto eliminado
- Franjas negras



Story board #2 corregido






Story Board

Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
 Versión: Nuestra alegría es...
 Tiempo: 4 seg.

Tiempo	Cuadro	Video	Imagen	Audio
6 seg.	1	Animación del logo del Museo.		Música de fondo, de Gabriel's Oboe. 
11 seg.	2	La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto " Nuestra alegría es, la mirada limpia y llena de amor de un niño feliz.", Esto aparecerá en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.		Música de fondo, de Gabriel's Oboe.  
29 seg.	3	Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina inferior derecha. • Plano general del frente del museo. • Corte, medio plano del frente del museo a partir del área de descanso hacia la entrada.  • Corte, plano general del área de juego de pelota hacia la entrada del museo. • Corte, plano medio del área de la Piazoleta hacia el interior del museo. • Corte, plano medio de la entrada principal del museo (entrando niños)  • Corte, plano general, de la entrada hacia el área de mi país.		Música de fondo, de Gabriel's Oboe.  Locutor off (voz institucional): El Museo de los Niños de Guatemala abrió sus puertas en el año 2,000 gracias a la iniciativa de la Señora Patricia de Arzú y el apoyo de la Fundación para la educación, la cultura y el desarrollo integral de los niños, FUNDECI, como también un grupo de empresas y amigos, que permitieron el desarrollo del primer Museo Interactivo del país, convirtiéndolo en una institución dinámica para la educación.
16 seg.	4	La pantalla se desvanece y aparece un plano medio de un guía explicando a unos niños especiales, y sobre la toma aparece en la parte inferior el texto " El mejor medio para hacer buenos niños, es hacerlos felices", Oscar Wilde.", Esto aparecerá en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.		Música de fondo, de Gabriel's Oboe.  

Iconografía

- Nuevo texto 
- Texto eliminado 
- Franjas negras 



Story board #2 corregido



Story Board

Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
 Versión: Nuestra alegría es...
 Tiempo: 4 seg.

Tiempo	Cuadro	Video	Imagen	Audio
13 seg.	5	<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plano medio del área de la Paz. Donde un guía este con un grupo de niños. • Close up, de la expresión de un niño que este poniendo atención a la explicación del guía, o que se este riendo. En el área del paseo del café. • Plano medio, del área del taller, donde abran niños que este realizando algo, con expresiones de alegría. Aquí pueden también estar un maestro. • Corte, close up, de niños asombrados, en el área de las estrellas. 		<p>Música de fondo, de Gabriel's Oboe.</p> <p>Locutor off (voz institucional): El Museo, es una institución no lucrativa, que se ha comprometido a fomentar el desarrollo de exhibiciones y actividades que combinen entretenimiento y aprendizaje, para la niñez guatemalteca.</p>
18 seg.	6	<ul style="list-style-type: none"> • Plano general del área de Ciencia, donde se mire actividad en la mayoría de las exposiciones. • Plano medio del área de la pirueta. • Close up de un niño cuando este dentro de la burbuja de jabón, y otros niños jugando en esa área. • Corte, close up de un niño que esta mirando en el zoolitro. • Medio plano, de la elaboración de papel reciclado. 		<p>Música de fondo, de Gabriel's Oboe.</p> <p>Locutor off (voz institucional): Esta institución ofrece un ambiente seguro y divertido para aprender, ya que cuenta con exposiciones, galerías y actividades que están destinadas a despertar la curiosidad, la imaginación y la participación de todos sus visitantes, a través de juegos.</p>
36 seg.	7	<ul style="list-style-type: none"> • Plano medio del área de la Ciencia, del globo hacia la plataforma del temblor. • Close up de niños pintando los giflos, detrás de la ruina. • Medio plano del área de electricidad (donde se le este parando el pelo a algún niño). • Close up de un grupo de niños en el dsector del habla. • Corte del mi país • Corte del área de Ciencia. • Corte del área de la galería de la Paz. • Corte de un niño operando. • Corte del área de pelotas. • Corte del área de lego. • Corte del área del paseo del café. • Corte del área de cuenta cuentos. • Plano general de agliza tu mente. • Close up de niño en agliza tu mente 		<p>Música de fondo, de Gabriel's Oboe, desaparece.</p> <p>Locutor off (voz institucional): Al visitar el Museo de los Niños se aprende de una manera interactiva y divertida sobre: ciencia, tecnología y valores humanos; además, es importante hacer un recorrido por las diferentes galerías que son : MI País, Las Ciencias, La Paz, Salud, Higiene y Nutrición;</p> <p>también hay que visitar las sala del Paseo del Café, juego de pelotas, sala Lego, Cuenta Cuentos y Agliza tu mente; todas esta áreas crean en el niño una conciencia indirecta para mejorar su rendimiento escolar.</p>

Iconografía

- Nuevo texto
- Texto eliminado
- Franjas negras



Story board #2 corregido



Story Board

Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
 Versión: Nuestra alegría es...
 Tiempo: 4 seg.

Tiempo	Cuadro	Video	Imagen	Audio
18 seg.	8	<p>La pantalla se desvanece y aparece un plano medio de un guía explicando a unos niños especiales, y sobre la toma aparece en la parte inferior el texto " La ayuda no es una sola cosa. Es un millón de pequeñas cosas.", Mónica."</p> <p>Esto aparecerá en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.</p>		<p>Entra música de fondo, Fredance.</p> <p>N</p> <p>A</p>
18 seg.	9	<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Plano medio del área de gérmenes. •Close up de un niño bajando en el resvaladero en el área de gérmenes. •Close up de niños en el área del café, donde estan los granos rojos. •Plano medio de niños en el área de café, donde se esta tostando el café. •Close up de niños asombrados en el área de las burbujas 	<p>F</p> <p>F</p>	<p>Música de fondo, Fredance.</p> <p>N</p> <p>Locutor off (voz institucional): Es la niñez de escasos recursos la que nos motiva a seguir adelante, pero ellos no podrían gozar de todo esto si no contáramos con el apoyo de personas y empresas de buena voluntad que, con el afán de brindarles un momento de educación y recreación, les patrocinan su visita al Museo.</p>
30 seg.	10	<p>La toma se va a negro y aparece un,</p> <ul style="list-style-type: none"> •Plano medio, donde darán un testimonial, esto será en el área donde queda de fondo el juego de pelota, o en la entrada de la galería de la Paz. Luego del testimonial se desvanece la toma. 		<p>Música de fondo, Fredance.</p> <p>Testimonial directora de escuela beneficiada.</p> <p>N</p>

Iconografía

- Nuevo texto
- Texto eliminado
- Franjas negras



Story board #2 corregido



Story Board

Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
 Versión: Nuestra alegría es...
 Tiempo: 4 seg.

Tiempo	Cuadro	Video	Imagen	Audio
17 seg.	11	<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha.</p> <ul style="list-style-type: none"> Plano medio de la galería del supermercado, donde niños, estén con sus carretillas. Close up donde se mire que los niños toman algunos productos del supermercado, de marcas participantes. Plano medio de niños atacando a los germenés, donde se mirén marcas patrocinadoras. Close up de niños en el área del mercadito y de los cinco sentidos. 		<p>Música de fondo, Fredance.</p> <p>Locutor off (voz institucional): A través de los programas de patrocinio, el Museo de los Niños ha podido traer gratuitamente a más de 275,000 niños y niñas de escuelas públicas, guarderías y orfanatos, tanto de la ciudad capital, como de los departamentos de Guatemala.</p>
19 seg.	12	<p>La pantalla se desvanece y aparece un plano medio de un guía explicando a unos niños especiales, y sobre la toma aparece en la parte inferior el texto " La bondad es la única inversión que nunca quiebra.". Henry David Thoreau, Esto aparecera en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.</p>		<p>Música de fondo, Fredance y desaparece.</p>
15 seg.	13	<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha.</p> <ul style="list-style-type: none"> Plano medio, donde se miren que los niños están entrando al museo. Plano medio de niños corriendo en el área de pelotas. Close up de la cara de niños asombrados en el área de cuenta cuentos. Close up de niños saltando en sacos en el área del café. Medio plano de guías divirtendose con los niños en el área de sala de operaciones. 		<p>Entra música de fondo, Pista 07, Gabel's Oboe</p> <p>Locutor off (voz institucional): Pero en algún lugar de nuestro país, hay un niño o niña que nos está esperando, para venir a divertirse y aprender jugando; y esto solo se puede lograr con el apoyo de un patrocinador. únase a nuestro grupo de patrocinadores del Museo de los Niños de Guatemala</p>

Iconografía

- Nuevo texto
- Texto eliminado
- Franjas negras



Story board #2 corregido



Story Board

Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
 Versión: Nuestra alegría es...
 Tiempo: 4 seg.

Tiempo	Cuadro	Video	Imagen	Audio
15 seg.	14	<p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha. *Close up de un niño que dice la frase final "Solo con tu apoyo, más niños aprenderán jugando, gracias". se abre la toma y están varios niños diciendo adiós, se aleja la toma, ellos salen corriendo para las diferentes exhibiciones, esto podría ser en el área de la ciencia.</p>		<p>Música de fondo, Pista 07, Gabriel's Oboe</p> <p>Testimonial 2 Una niña, dice: "Solo con tu apoyo, más niños aprenderán jugando, gracias"</p>
20 seg.	15	<p>La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto " Nuestra alegría es, la mirada limpia y llena de amor de un niño feliz.", Esto aparecerá en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.</p>		<p>Música de fondo, Pista 07, Gabriel's Oboe.</p>
7 seg.	16	<p>Animación del logo del Museo. Y desaparece.</p>		<p>Música de fondo, Pista 07, Gabriel's Oboe y desaparece.</p>
4 seg.	17	<p>• Aparecen créditos de izquierda a derecha, donde dice" Museo de Los Niños de Guatemala , 5a. Calle 10-00 zona 13, teléfono: (502) 2475 - 50776 • Audiovisual donado por Silvia Angelita Zetina de León • Diseño Gráfico • USA C</p>		

N 5

Iconografía

- Nuevo texto
- Texto eliminado
- Franjas negras



Al tener aprobado el story board # 2, se procedió a realizar el shot list, el cual se realiza antes de ir a grabar el audiovisual; tiene como objetivo llevar una ordenada secuencia de las tomas que se necesitan, para armar el documental.

Shot list para el story board #2

Shot list ● ● ● Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
 Versión: Nuestra alegría es...
 Tiempo: 3.5 seg.

	Tiempo	Area	imagen
Cuadro		Afuera museo	 3  3  3
Cuadro		En la puerta de entrada	 3  11  11  3  11
Cuadro		El taller	 5  5
Cuadro		Auditorium	 7  13  13
Cuadro		Puerta juego de pelota	 10  3  3
























Shot list para el story board #2



Shot list



Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
 Versión: Nuestra alegría es...
 Tiempo: 3.5 seg.

Tiempo	Area	imagen
Cuadro	Mi país	 3  7  7  6  6
Cuadro	Mi país	  la ciudad o el campo reciclado
Cuadro	Ciencia	 5  6  6  6  6
Cuadro	Ciencia	 6  7  7  9  9
Cuadro	Ciencia	  olas o playa 14 final
Cuadro	sala pelotas	 7  7  13  13

N 2









Shot list para el story board #2

Shot list



Cliente: **Museo de Los Niños de Guatemala**
 Versión: **Nuestra alegría es...**
 Tiempo: **3.5 seg.**

	Tiempo	Area	imagen
Cuadro		Café	 5  7  9  9  13
Cuadro		Café	 7 Moliendo el cafe
Cuadro		La paz	 5  7
Cuadro		agilizaz tu mente	 7  7  7
Cuadro		Lego	 7  7

N 3



Shot list para el story board #2

Shot list



Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
 Versión: Nuestra alegría es...
 Tiempo: 3.5 seg.

	Tiempo	Area	imagen
Cuadro		Salud e higiene germenes	 7  9  9  11  7
Cuadro		germenes	 9
Cuadro		sala de operaciones	 13  7
Cuadro		mercadito	 11  11
Cuadro		Super mercado	 11  11  11  11  11

N 4



Entre los aspectos que se tomaron en cuenta para coordinar la grabación y producción del audiovisual fueron:

- definir el día de grabación con el departamento de comercialización;
- reunión con el personal del museo, - administración, comercialización, técnicos, coordinadores de piso y guías educativos-;
- la realización de los 420 carné con el logotipo de la empresa que patrocinaba a los niños y el establecimiento que llegaría, además de marcadores para poner el nombre de los niños;
- solicitud de permisos para ingresar al museo y realizar las pruebas previas de iluminación y ambientación con la productora;
- coordinación con las directoras de las escuelas patrocinadas;
- coordinación del catering;
- preparación y vestuario de la niña que dice la frase final del audiovisual;
- pre producción con la empresa que llegaría a grabar el audiovisual;
- coordinación de estilista para escenas específicas;
- transporte para las personas invitadas.

Ya con la producción realizada, se procedió a la post producción, donde se definieron y seleccionaron las escenas finales para armar el audiovisual. También, se hizo la locución en el estudio de audio, junto con la musicalización del mismo. Ya con con audio terminado, se unieron las imágenes y animaciones en la productora, donde se editó y terminó el audiovisual.



Capítulo 5

COMPROBACIÓN DE EFICACIA
Y LA PROPUESTA GRÁFICA FINAL



5.1 COMPROBACIÓN DE EFICACIA DEL AUDIOVISUAL PARA PATROCINADORES DEL MUSEO DE LOS NIÑOS DE GUATEMALA

Para el audiovisual de patrocinadores y donantes del Museo de Los Niños de Guatemala ya editado, se buscó una técnica de validación, para comprobar si el material propuesto contaba con la información y elementos necesarios para conseguir e informar a más patrocinadores.

La técnica elegida para realizar esta comprobación fué la encuesta; ya que, es un método de recolección de información donde se selecciona un grupo pequeño representativo del grupo objetivo al cual se quiere llegar con este audiovisual.

Está es una técnica utilizada en investigaciones institucionales, generalmente, con fines de monitoreo o retroalimentación de alguna actividad expuesta.

En la encuesta, se utiliza un cuestionario o boleta donde se formulan preguntas acerca del tema que se expuso, en este caso son relacionadas con el contenido o información del audiovisual, como también sobre los elementos empleados para formar el mismo.

Además, se escogieron preguntas semicerradas en la encuesta, porque el resultado de la misma refleja con fidelidad lo que piensa el encuestado, como, también, explica de forma breve el motivo de su elección por la respuesta proporcionada.

Las encuestas para validar el audiovisual para patrocinadores y donantes, contaban con un encabezado que identificaba claramente la Universidad, Facultad, Programa, el tema del proyecto que se estaba validando, además el nombre de la institución y datos psicográficos como sexo, edad y fecha, todo esto para determinar un mejor resultado del material expuesto.

A continuación, se presentá la encuesta utilizada para validar el audiovisual del departamento de Comercialización del Museo de Los Niños de Guatemala.



Universidad de San Carlos de Guatemala,
Facultad de Arquitectura, Programa de Diseño Gráfico
**Encuesta para la comprobación de la eficacia del audiovisual
del departamento de Comercialización para patrocinadores y donantes,
del Museo de Los Niños de Guatemala**



Edad Sexo M F Fecha

Institución

A continuación se le presentan unas preguntas sobre el audiovisual que acaba de ver, marque con una X la respuesta que a su criterio evalúe mejor cada aspecto que se cuestiona.

1 ¿La animación es adecuada para el audiovisual?

SI No

Por qué

2 ¿Las frases célebres, tienen el tiempo suficiente para ser leídas?

SI No

Por qué

3 ¿Las frases célebres, son de fácil comprensión?

SI No

Por qué

4 ¿La tipografía, para las frases célebres es legible?

SI No

Por qué

5 ¿La musicalización del audiovisual es?

Aburrida Adecuada

Por qué

6 ¿La locución, del audiovisual es?

Muy lenta Adecuada Muy rápida

7 ¿Las imágenes apoyan lo que se está diciendo en el audiovisual ?

SI No

Por qué

8 ¿Cuál es el mensaje del audiovisual?

Visitar el museo Buscar patrocinadores

Por qué

9 ¿El audiovisual contiene suficiente información para unirse al grupo de patrocinadores?

SI No

Por qué

10 ¿La duración del audiovisual es?

Muy corta Adecuada Muy larga

*Encuesta utilizada
para validar el audiovisual de
Patrocinadores y donantes
del Museo de Los Niños de Guatemala.*



La encuesta fué realizada entre el 17 y 21 de octubre del 2005 en la ciudad de Guatemala, y estuvo conformada por posibles empresas que en el futuro puedan formar parte del grupo de patrocinadores del Museo de Los Niños.

La muestra del grupo objetivo, la integraban 6 empresas, lo que contituyó un total de 50 personas encuestadas, dando los siguientes resultados:

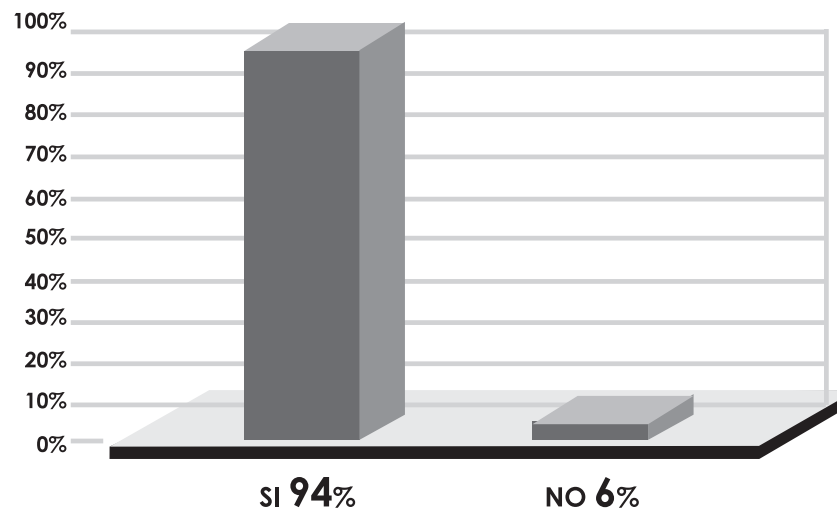
EMPRESA	MASCULINO	FEMENINO	EDAD
Avance Epsilon	4	6	25 - 42
IMESA	6	3	29 - 35
Super Tiendas Paiz	3	4	25 - 42
Hiper Mercados	1	3	30 - 35
La Superior	5	5	30 - 40
Museo de Los Niños	7	3	28 - 45



5.1.1 GRÁFICAS OBTENIDAS DE LA VALIDACIÓN DEL AUDIOVISUAL

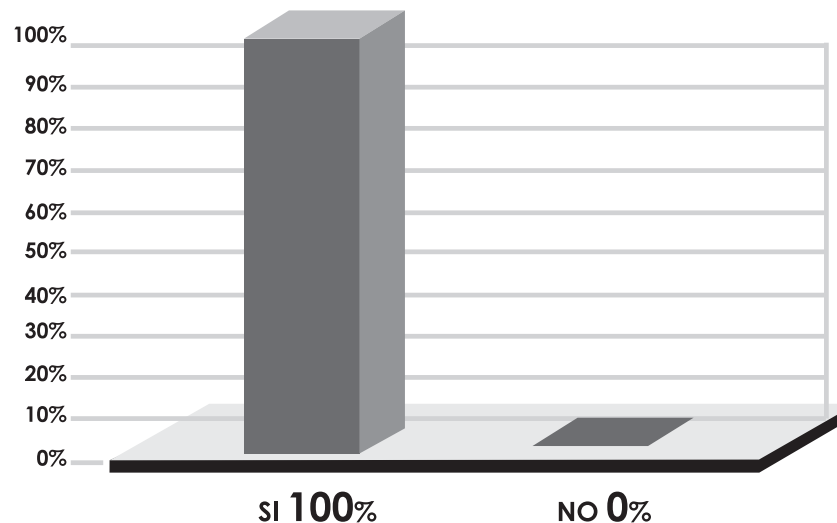
1 ¿La animación es adecuada para el audiovisual?

El audiovisual cuenta con dos animaciones que son del logotipo del museo, estas aparecen al principio y al final. La respuesta a esta pregunta tubo un 94% de aceptación, ya que es dinámica y representativa de la institución.



2 ¿Las frases célebres, tienen el tiempo suficiente para ser leídas?

Dentro de este material, el espectador interactua con el audiovisual, ya que hay frases que tiene que leer para informarse de todo el mensaje. Se obtuvo una respuesta aceptada, ya que los textos eran pequeños y de fácil lectura para el grupo objetivo, aquí se obtuvo un 100% de aceptación.

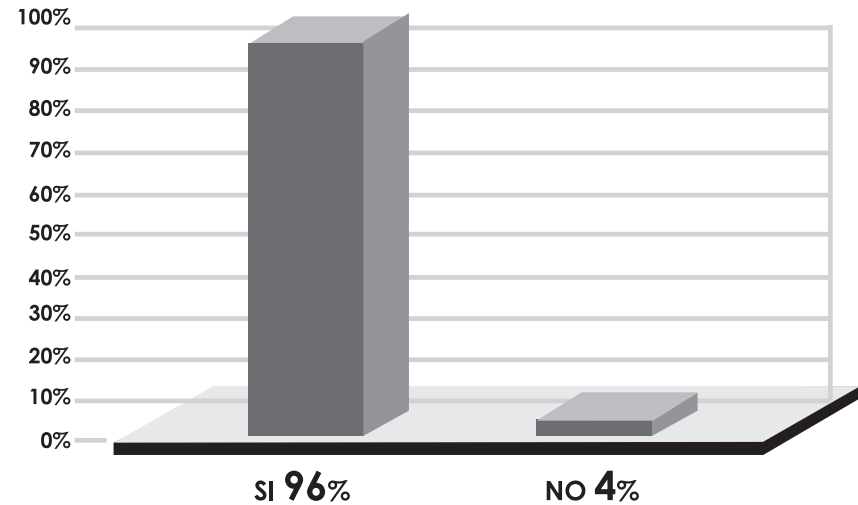




GRÁFICAS OBTENIDAS DE LA VALIDACIÓN DEL AUDIOVISUAL

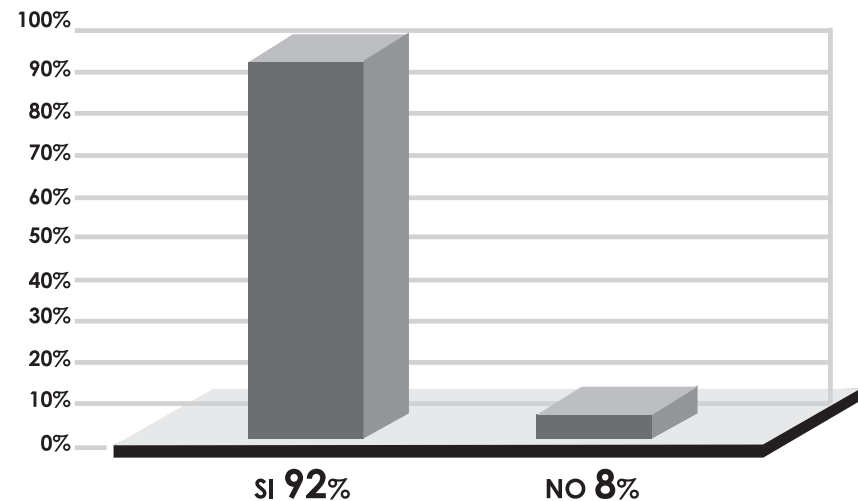
3 ¿Las frases célebres, son de fácil comprensión?

Otro aspecto que se evaluó, fué que si las frases eran de fácil comprensión, aquí se obtuvo un 96% de aceptación ya que estas dan los mensajes claros y son apropiadas al tema del audiovisual.



4 ¿La tipografía, para las frases célebres es legible?

La tipografía, resulto ser de tamaño adecuado, clara y legible para tener las frases, ya que las misma sobresale en el fondo negro. Se obtuvo un 92% de aceptación por parte del grupo objetivo.

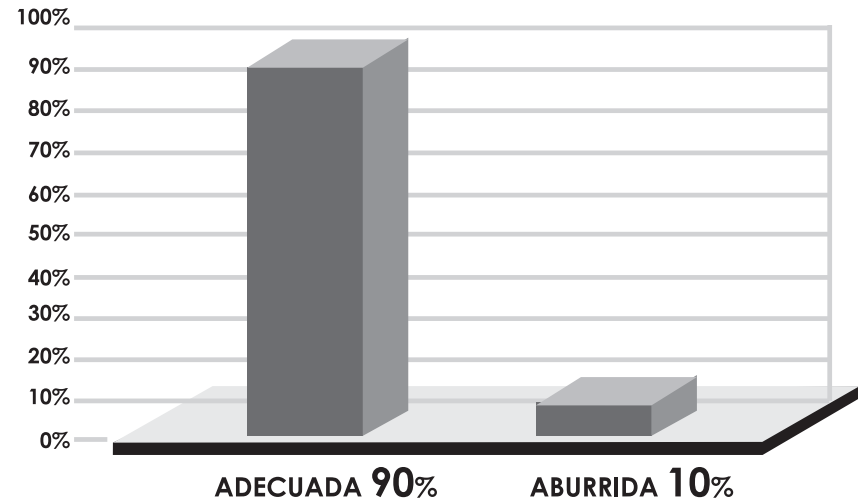




GRÁFICAS OBTENIDAS DE LA VALIDACIÓN DEL AUDIOVISUAL

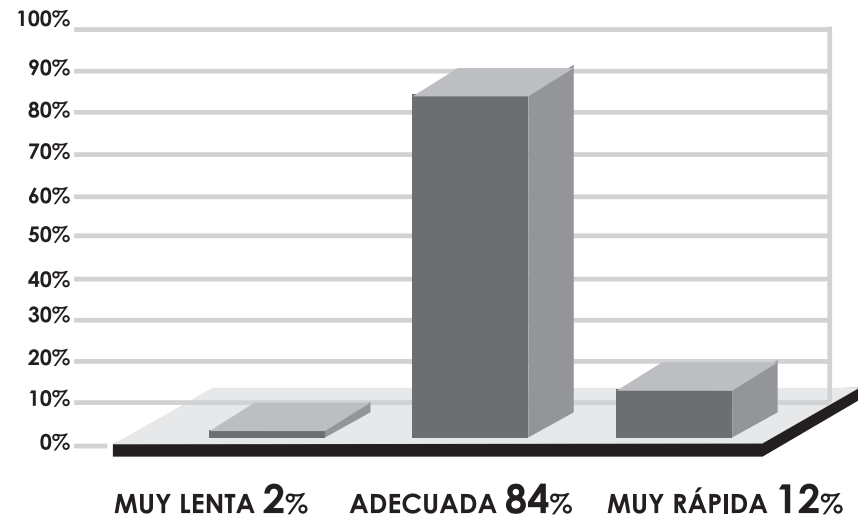
5 ¿La musicalización del audiovisual es?

Para dar emotividad al mensaje se utilizó música clásica, la cual dió un 90% de aceptación, ya que refuerza el sentimentalismo del audiovisual.



6 ¿La locución, del audiovisual es?

La locución dió un resultado positivo ya que se obtuvo un 84% de aceptación, ya que fué muy coloquial y de forma sencilla hacia el público objetivo.

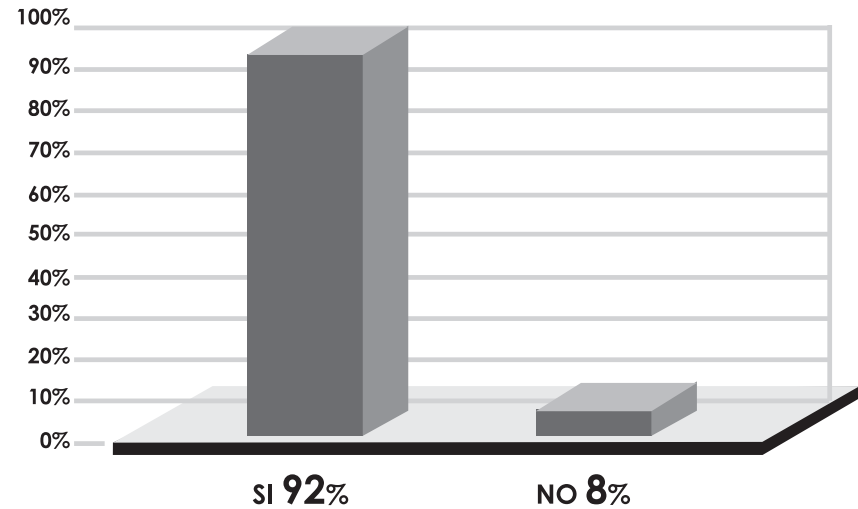




GRÁFICAS OBTENIDAS DE LA VALIDACIÓN DEL AUDIOVISUAL

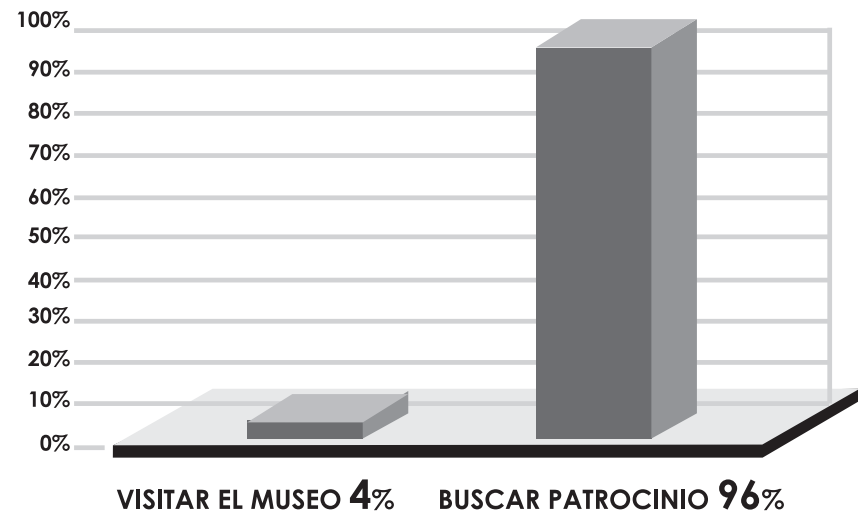
7 ¿Las imágenes apoyan lo que se está diciendo en el audiovisual ?

Con las imágenes se obtuvo un 92% de aceptación, ya que las mismas ilustran las áreas de las que se habla además de ser sencillas.



8 ¿Cuál es el mensaje del audiovisual?

El mensaje plasmado en el audiovisual, llegó al grupo objetivo de una forma sencilla y clara, ya que se obtuvo un 96% de aceptación y comprensión del mismo.

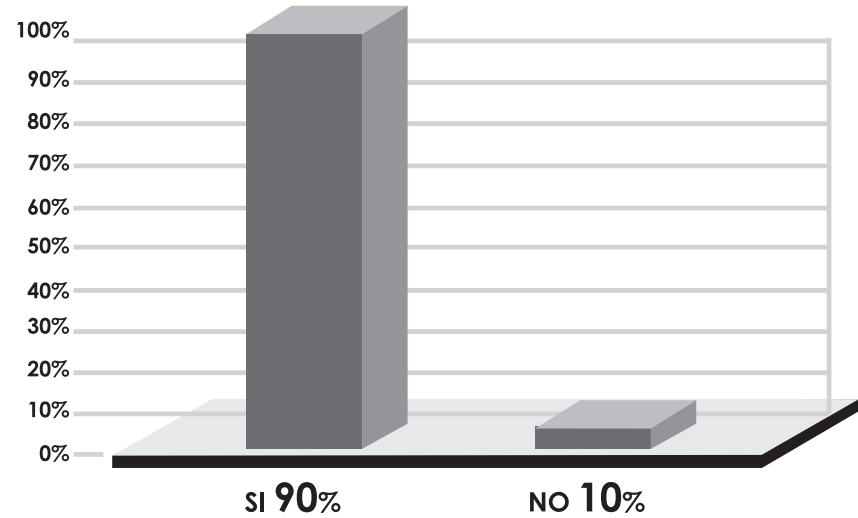




GRÁFICAS OBTENIDAS DE LA VALIDACIÓN DEL AUDIOVISUAL

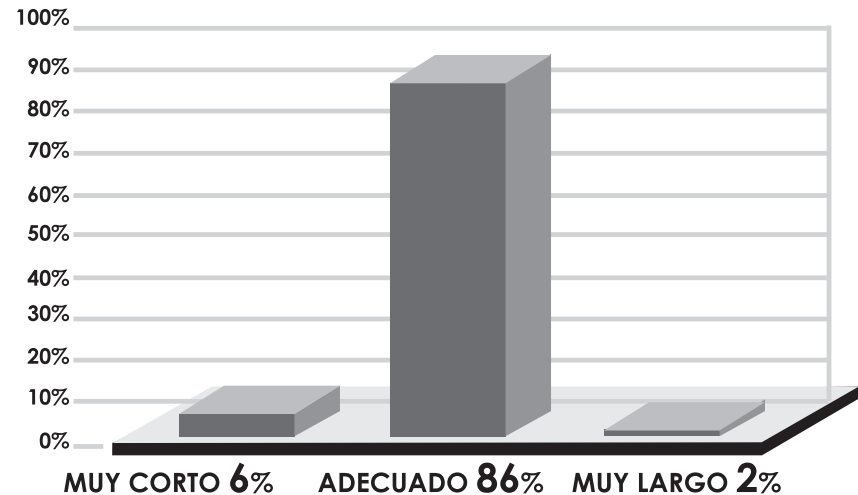
9 ¿El audiovisual contiene suficiente información para unirse al grupo de patrocinadores?

Con esta gráfica se obtuvo un 90% de aceptación, ya que se dió a conocer de una forma clara, sobre la inversión que se hace con los recursos obtenidos, para los niños de escasos recursos.



10 ¿La duración del audiovisual es?

Aquí se obtuvo que el audiovisual tiene el tiempo adecuado para su transmisión ya que se obtuvo un 86% de aceptación, quedando con el tiempo justo para dar toda la información al grupo objetivo.





5.2 JUSTIFICACIÓN DEL AUDIOVISUAL PARA PATROCINADORES Y DONANTES

Se realizó un audiovisual para patrocinadores y donantes del departamento de comercialización del Museo de los Niños de Guatemala, porque es un medio donde se pueden representar, de una forma armoniosa, la unión de imágenes y sonidos los cuales transmitirán de manera ordenada el mensaje que se quiso transmitir al grupo objetivo.

El contenido del audiovisual está dividido y ordenado en tres partes que son:

1. información general del Museo;
2. información sobre patrocinadores;
3. mensaje para integrarse al programa de patrocinadores.

Se realizó en este orden porque, es importante que el espectador conozca sobre la historia de esta institución, además de las actividades que se realizan dentro de sus instalaciones, ya que algunas empresas no conocen el museo.

El segundo segmento, muestra claramente la forma en que son utilizados los recursos económicos que recauda esta institución y los invierte en la niñez guatemalteca.

Por último, se incluyó la información donde se da a conocer que dentro del museo hay un grupo de patrocinadores que ayudan a esta institución, por lo que se les invita a las nuevas empresas a integrarse al grupo de patrocinadores del Museo de Los Niños.

Para la realización de este audiovisual fueron necesarios varios elementos como animaciones, frases célebres, locuciones, testimoniales, musicalización, utilización de diferentes planos, elementos complementarios e imagen gráfica para la identificación del DVD, todo esto para apoyar el mensaje de ayuda al Museo de Los Niños de Guatemala.

A continuación, se describe la utilidad de cada uno de los elementos empleados.

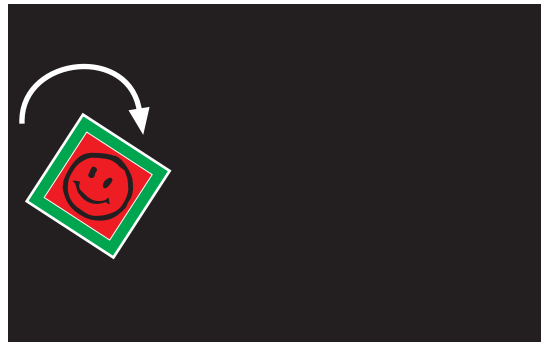
Animaciones

Las animaciones son recursos dinámicos y llamativos para el público, por lo que se utilizaron

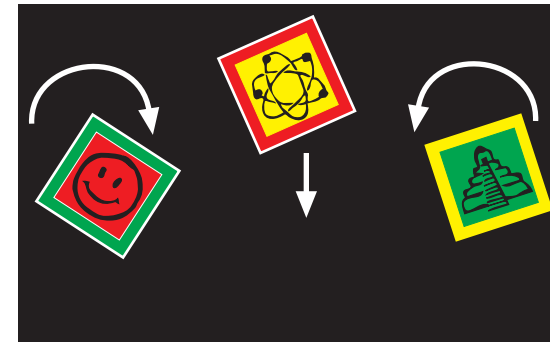


al principio y final del audiovisual, además de esta forma se da a conocer el nombre de la empresa sobre la cual se va hablar. Estas animaciones son del logotipo del Museo de Los Niños, el cual está formado por cuadros de colores rojo, amarillo, verde y azul; para destacar estos elementos se sobrepusieron en fondo negro, de manera que resaltaran y en ningún momento se pierdan. Las animaciones del logotipo entrará en forma desarmada y se formara en el centro de la pantalla para captar la atención del espectador.
- Cuadros 1 y 6 de story board final -.

Paso 1, para la animación



Paso 2, para la animación



Paso 3, para la animación



Animación final





Frases célebres

Se utilizaron frases célebres porque es un recurso metafórico para dar mensajes, por lo que dentro del audiovisual se encuentran cinco de ellas, las cuales fueron seleccionadas, por su contenido, previamente, con el departamento de comercialización, por medio de un listado de frases, de donde se obtuvieron y abrobaron las siguientes frases, además, estas sirven para separar los tres segmentos de este material.

Las primeras están ubicadas al principio del audiovisual donde se da la información general del museo, estas dos frases hablan sobre la importancia de la niñez feliz, estas frases son:

“Nuestra alegría es, la mirada limpia y llena de amor de un niño feliz”

“El mejor medio para hacer buenos niños, es hacerlos felices” Oscar Wilde.

- Ver cuadros 2 y 4 del story board final -.

Las frases de contenido, se encuentran en la parte media del audiovisual donde se habla de los patrocinadores, estas son para reflexionar acerca de la ayuda humanitaria hacia el prójimo quedando de la siguiente manera:

“La ayuda no es una sola cosa, es un millón de pequeñas cosas” Mónica

“La bondad es la única inversión que nunca quiebra” Henry David Thoreau

- ver cuadros 8 y 12 del story board final -.

La frase final, es el cierre del audiovisual, con ella se da el último mensaje emotivo para que el espectador se una al grupo de patrocinadores del museo, esta frase es:

“Si la ayuda y la salvación han de llegar sólo puede ser a través de los niños.

Porque los niños son los creadores de la humanidad” María Montessori

- ver cuadro 15 de story board final -.

Las frases célebres se encuentran sobre fondo negro, con tipografía Century gothic en color blanco para destacarlas; este tipo de letra es muy sencillo y legible para textos, además de estar justificado al centro de la pantalla para tener la atención del espectador y, de esta forma, el captará el mensaje que se está dando.



Locución off

Dentro del audiovisual se utilizó una locución off, porque las imágenes y el audio son suficientemente, llamativas, y no es necesario un animador que refleje la imagen del museo, por ello se agregó, un locutor profesional el cual posee los conocimientos y experiencia para narra el guión con voz institucional de forma coloquial y sencilla, para darle seriedad a la información que se está presentando en este material.

Otro aspecto importante de la locución off es que el audio no contiene ruidos externos que lo ensucien y de esta forma el mensaje se escucha con claridad. - Ver cuadros 3,5,6,7,9,11 y 13 de story board final, donde se encuentra la intervención del locutor off -.

Musicalización del audiovisual

Esta es una parte importante del audiovisual ya que con ella se puede transporta al espectador de una área a otra, en este material se utilizó para separar los tres segmentos del mismo - información general del museo, información de patrocinadores y unirse al grupo de patrocinios-. La música que contiene es clásica, esto fue con el objetivo de crear emotividad en la información que se esta dando. Las tres pistas utilizadas fueron mezcladas en la edición de audios, estas son de Gabriel's Oboe, firedance y pista 7, las cuales inician por determinado tiempo en el story board y desaparecen cuando empieza el siguiente tema, hasta concluir el audiovisual. - Ver cuadros donde se hacen los cambios de música en el story board final -.

Testimoniales

Se añadieron testimoniales al audiovisual, porque son recursos donde se dan a conocer los acontecimientos de actividades cotidianas dentro del museo, estas muestran claramente la forma en que se invierten los recursos de los patrocinadores con empresas de escasos recursos económicos de Guatemala. Por lo que se decidió la intervención de dos testimoniales, el primero lo realizó la directora de una escuela pública beneficiada, ya que con su agradecimiento, se confirmará la adecuada utilización de los recursos económicos de los patrocinadores. El otro fué dicho por una niña guatemalteca que tuvo la oportunidad de aprender jugando en el Museo de Los Niños; este se ubicó al final del audiovisual para cerrar de una forma emotiva el mismo. - Ver cuadros de ubicación en los cuadros 10 y 14 del story board final -.



Planos de las tomas utilizados

Los planos utilizados dentro del audiovisual permitieron visualizar de forma armoniosa las secuencias de las imágenes que se estaban proyectando del mismo. Se mezclaron tres tipos de planos, los primeros fueron generales, ya que, con estos se muestra, un porcentaje general que se estaba grabando para poder apreciar el tamaño real de las exhibiciones del Museo y con ello se consiguió que el espectador se diera cuenta del espacio que ocupan las mismas dentro de esta institución. Estos planos mostraron los exteriores del Museo, las galerías de Mi País, Las Ciencias, Salud Higiene y Nutrición.

El plano más utilizado dentro del audiovisual fué el medio; pues, con él se da un enfoque más detallado de las galerías, centrandose en las actividades que se hacen en cada una de ellas, además con el se puede apreciar mejor la expresión corporal de los niños que visitaban el museo.

También se incluyeron close up, para algunas tomas porque con ellos se resaltaron algunas expresiones o detalles importantes que se observaron cuando los niños estaban interactuando con alguna exhibición.

Los planos anteriores, se fueron intercalando de manera que el espectador estuviera siempre viendo algo diferente y en movimiento para que no perdiera la atención del mismo.

Elementos complementarios para el audiovisual

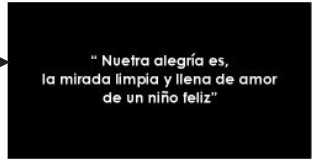


Estos son elementos gráficos que ayudan a la composición visual del audiovisual. Para crear estabilidad en las imágenes en movimiento se agregaron unas franjas negras de color negro para centrar la vista del espectador al centro de la pantalla y, de esta manera, no tenga distractores a su alrededor, además sobre estas se colocó el logotipo del Museo de los Niños en la esquina inferior derecha, pues, de esta forma, siempre se identificará el nombre de la institución de la que se habla. - Ver franjas en las fotografías en el story board final -.



Story board final


Story Board

Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
 Versión: Nuestra alegría es...
 Tiempo: 4.30 seg.

Tiempo	Cuadro	Video	Imagen	Audio
6 seg.	1	Animación del logo del Museo, sobre fondo negro, entra desarmado y se forma en el centro de la pantalla, y desaparece.		Música de fondo, de Gabriel's Oboe.
11 seg.	2	La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto " Nuestra alegría es, la mirada limpia y llena de amor de un niño feliz.", Esto aparecera en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.		Música de fondo, de Gabriel's Oboe.
29 seg.	3	Panorámica con el logotipo del Museo en la esquina inferior derecha. Plano general, fachada del museo (paneo) Plano medio, fachada del museo (zoom out) Plano medio, niños entrando hacia el museo Plano medio, niños entrando en la puerta principal Plano medio, niños entrando en la puerta (contra picada) Plano medio, niños entrando (toma del el piso) Plano general de la galería Mi País (paneo)		Música de fondo, de Gabriel's Oboe. Locutor off (voz institucional): ¡El Museo de los Niños de Guatemala el año 2.000, abrió sus puertas! Gracias a la iniciativa de la Señora Patricia de Arzú, al apoyo de la Fundación para la educación, la cultura y el desarrollo Integral de los niños, FUNDECI. Como también, a un grupo de empresas y amigos, que permitieron el desarrollo del primer Museo interactivo del país, convirtiéndolo en una institución dinámica para la educación.
16 seg.	4	La pantalla se desvanece y aparece un plano medio de un guía explicando a unos niños especiales, y sobre la toma aparece en la parte inferior el texto " El mejor medio para hacer buenos niños, es hacerlos felices. Oscar Wilde.", Esto aparecera en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.		Música de fondo, de Gabriel's Oboe.

N 1

Iconografía

Animación		Musicalización		Planos	
Frases célebres		Testimonial		Franjas negras	



Story board final

Story Board

Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
 Versión: Nuestra alegría es...
 Tiempo: 4.30 seg.

Tiempo	Cuadro	Video	Imagen	Audio
13 seg.	5 P	Panorámica con el logotipo del Museo en la esquina inferior derecha. Plano general, de la Paz (contra picada) Plano general, galería del café Plano medio, operando (zoom out) Plano medio, estanque de olas		Música de fondo, de Gabriel's Oboe. Locutor off (voz institucional): El museo de los Niños, es una institución no lucrativa, que se ha comprometido a fomentar, el desarrollo de exhibiciones y actividades, que combinen el entretenimiento y aprendizaje de la niñez guatemalteca.
18 seg.	6	Panorámica con el logotipo del Museo en la esquina inferior derecha. Plano general, mercadillo (zoom in) Plano medio, burbujas Plano medio, alfombra de mapa (zoom in) Plano medio, supermercado en la caja Close up, de agliza tu mente Plano general, galería de la Ciencia (zoom out)		Música de fondo, de Gabriel's Oboe. Locutor off (voz institucional): Esta institución ofrece, un ambiente seguro y divertido para aprender, ya que cuenta con exposiciones, galerías y actividades que están destinadas a despertar la curiosidad, la imaginación y la participación de todos sus visitantes.
36 seg.	7	Panorámica con el logotipo del Museo en la esquina inferior derecha. Plano medio, electricidad estática Plano general, teatro Plano medio, corredor museo Plano medio, alfombra mapa (contrapicado) Plano medio, burbujas Plano medio, galería la Paz Plano medio, equilibrio Plano medio, gérmenes Plano medio, galería del café resbaladero Plano general, juego de pelotas Plano medio, sala Lego Close up, niños teatro Close up, agliza tu mente Plano general, salud, higiene Plano medio, plataforma del temblor		Música de fondo, de Gabriel's Oboe, desaparece. Locutor off (voz institucional): Al visitar el Museo de los Niños se aprende de una manera interactiva y divertida sobre: ciencia, tecnología y valores humanos; Es importante e interesante, hacer un recorrido por las galerías de : Mi País, Las Ciencias, La Paz, Salud, Higiene y Nutrición. También hay que visitar las salas del Paseo del Café, Juego de pelotas, Lego, cuenta Cuentos y Agliza tu mente. Todas estas áreas crean en el niño, una conciencia indirecta para mejorar su rendimiento escolar.

N 2

Iconografía

Animación	A	Musicalización	M	Planos	P
Frases célebres	Fc	Testimonial	Ts	Franjas negras	F



Story board final

Story Board

Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
 Versión: Nuestra alegría es...
 Tiempo: 4.30 seg.

Tiempo	Cuadro	Video	Imagen	Audio
18 seg.	8	La pantalla se desvanece y aparece un plano medio de un guía explicando a unos niños especiales, y sobre la toma aparece en la parte inferior el texto " La ayuda no es una sola cosa. Es un millón de pequeñas cosas.", Mónica.", Esto aparecerá en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.		Entra música de fondo, Fredance.
18 seg.	9	Panorámica con el logotipo del Museo en la esquina inferior derecha. Close up, niño resbalándose en lengua gérmenes Plano medio, gérmenes resbaladero lengua Plano medio, gérmenes colgando Plano medio, mercadillo Plano medio, entrada teatro Close up, niños en el teatro Plano medio, en el supermercado, niños con carretas Plano medio, galería del café, tostandose		Música de fondo, Fredance. Locutor off (voz institucional): Es la niñez de escasos recursos la que nos motiva a seguir adelante, pero ellos no podrían gozar de todo esto si no contáramos con el apoyo de personas y empresas de buena voluntad, que, con el afán de brindarles un momento de educación y recreación, les patrocinan su visita al Museo.
30 seg.	10	Plano general del área de Mi País, donde darán un testimonial, esto será en el área de Mi País. Luego del testimonial se desvanece la toma.		Música de fondo, Fredance. Testimonial directora de escuela beneficiada.

Iconografía

Animación



Musicalización



Planos



Frases célebres



Testimonial



Franjas negras







Story board final

Story Board

Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
 Versión: Nuestra alegría es...
 Tiempo: 4.30 seg.

Tiempo	Cuadro	Video	Imagen	Audio
17 seg.	11	<p>P</p> <p>Panorámica con el logotipo del Museo en la esquina inferior derecha. Plano medio, en el supermercado, con carretas Close up, en el supermercado, niños tomando productos Plano medio, en el supermercado, niños tomando productos Plano medio, en el supermercado, niños en la caja Close up, en el supermercado, marcas patrocinadoras Plano medio, en el supermercado, niños tomando productos Close up, en el supermercado, pagando en la caja</p>	<p>F</p>  <p>M</p>	<p>Música de fondo, Fredance. Locutor off (voz Institucional): A través de los programas de patrocinio, el Museo de los Niños ha podido traer gratuitamente a más de 275,000 niños y niñas de escuelas públicas, guarderías y orfanatos, tanto de la ciudad capital, como de los departamentos de Guatemala.</p>
19 seg.	12	<p>La pantalla se desvanece y aparece un plano medio de un guía explicando a unos niños especiales, y sobre la toma aparece en la parte inferior el texto " La bondad es la única inversión que nunca quiebra." Henry David Thoreau. Esto aparecera en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.</p>	<p>Fc</p> 	<p>Música de fondo, Fredance y desaparece.</p>
15 seg.	13	<p>Plano medio, gérmenes , cepillandose Plano medio, mercadito Plano medio, agliza tu mente Plano medio, sala del café, moliendo Plano medio, pirueta Plano medio, saliendo del teatro Plano medio, sala de pelotas, contenedor de pelotas (fill down - fill out)</p>		<p>Entra música de fondo, Flsta 07, Gabel's Oboe Locutor off (voz Institucional): Pero en algún lugar de nuestro país, hay un niño o niña que nos está esperando, para venir a divertirse y aprender jugando; y esto solo se puede lograr con el apoyo de un patrocinador. ¡Únase, a nuestro grupo de patrocinadores del Museo de los Niños de Guatemala!</p>

Iconografía

Animación	A	Musicalización	M	Planos	P
Frases célebres	Fc	Testimonial	Ts	Franjas negras	F



Storyboard final

Storyboard

Cliente: Museo de Los Niños de Guatemala
 Versión: Nuestra alegría es...
 Tiempo: 4.30 seg.

Tiempo	Cuadro	Video	Imagen	Audio
15 seg.	14	<p>P</p> <p>Posicionamiento del logotipo del Museo en la esquina superior derecha. *Close up de un niño que dice la frase final "Solo con tu apoyo, más niños aprenderán jugando, gracias". se abre la toma y están varios niños diciendo adiós, se aleja la toma, ellos salen corriendo para las diferentes exhibiciones, esto podría ser en el área de la ciencia.</p>	<p>F</p> <p>Ts</p> <p>M</p>	<p>Música de fondo, Pista 07, Gabriel's Oboe</p> <p>Testimonial 2 Una niña, dice: "Solo con tu apoyo, más niños aprenderán jugando, gracias"</p>
20 seg.	15	<p>La pantalla se va a negro, y aparece centrado el texto " Si la ayuda y la salvación han de llegar sólo puede ser a través de los niños. Porque los niños son los creadores de la humanidad." <i>María Montessori</i>. Esto aparecerá en letras blancas y con una tipografía centuty gothic. Y luego desaparece.</p>	<p>Fc</p>	<p>Música de fondo, Pista 07, Gabriel's Oboe.</p>
7 seg.	16	<p>Animación del logo del Museo, sobre fondo negro, entra desarmado y se forma en el centro de la pantalla, y desaparece.</p>	<p>A</p>	<p>Música de fondo, Pista 07, Gabriel's Oboe y desaparece.</p>
4 seg.	17	<p>• Aparecen créditos de izquierda a derecha, donde dice " Museo de Los Niños de Guatemala , 5a. Calle 10-00 zona 13, teléfono: (502) 2475 - 50776 • Audiovisual donado por Silvia Angelita Zetina de León • Diseño Gráfico • USAC</p>	<p>" Museo de Los Niños de Guatemala , 5a. Calle 10-00 zona 13, teléfono: (502) 2475 - 50776</p> <p>• Audiovisual donado por Silvia Angelita Zetina de León • Diseño Gráfico • USAC</p>	

N 5

Iconografía

Animación	A	Musicalización	M	Planos	P
Frases célebres	Fc	Testimonial	Ts	Franjas negras	F



Identificación gráfica del DVD

Esta es una parte importante del audiovisual, ya que, forma parte de la imagen corporativa de esta empresa. Para esta parte se utilizaron los muñequitos representativos de La Galería de La Paz del Museo de Los Niños de Guatemala, los cuales fueron escogidos por cada departamento de esta identidad, pues, estos también forman parte de otros dos audiovisuales: - educativo e institucional - y el sitio web del Museo, quedando distribuidos de la siguiente manera: para el departamento de Comercialización, se eligió a la muñequita de vestido rosado, el departamento educativo, la muñequita indígena y el departamento institucional aprobó un niño para la portada; en el sitio web, se encuentran todos los muñequitos de esta galería.

Con los asesores se determinó, que en las portadas y discos de los DVD'S, tenían que llevar una frase célebre que apoyara cada audiovisual, esto con el fin de dar un mensaje acorde a cada tema - comercialización, educación e institucional-, estas frases son un medio metafórico el cual ayuda a dar un mensaje de forma sutil, ya que, de esta forma se capta el interés del espectador que reciben este material; además, fueron aprobadas por cada departamento del Museo, en las cuales se presentó un listado de donde fueron seleccionadas las siguientes:

1. para el audiovisual de Patrocinadores de donates, del departamento de comercialización, fué seleccionada la frase:

“El único símbolo de superioridad
que conozco es la bondad”
Van Beethoven

Se eligió esta frase, debido a que contiene un valor que es la bondad, el cual invita a reflexionar para hacer un bien o complacer en justa medida a todas las personas y en todo momento, además de que ayuda y refuerza el mensaje del audiovisual para conseguir más patrocinadores.



2. Para el audiovisual de Colegios y Escuelas, del departamento educativo, se utilizará la frase:

“La enseñanza que deja huella
es la que se hace de corazón a corazón”
Howard G. Hendricks

Para esta frase célebre, se tomó en cuenta la palabra enseñanza, puesto que, es el proceso mediante el cual se comunican o transmiten conocimientos especiales o generales respecto de una materia, además apoyar el mensaje del audiovisual.

3. En el audiovisual Institucional, se eligió la frase:

“El futuro pertenece a quienes creen
en la belleza de sus sueños”
Eleanor Roosevelt

En este audiovisual el mensaje es más general y fue enfocado hacia los sueños, porque, con ellos se puede alcanzar nuevos propósitos para el futuro.

En la portada y contraportada del DVD, fue utilizado el muñequito y frase célebre correspondiente de cada departamento, además de tener en la esquina inferior derecha el logotipo del Museo de Los Niños; en la contraportada, también, se incluyó el crédito de quién realizó el guión y producción de cada audiovisual.

La identificación gráfica de los DVD'S - discos-, llevan la misma información de la portada, solo que se añadió a cada uno de los audiovisuales la persona que lo realizó y una franja de color que corresponde a los colores del logotipo del Museo; además cada departamento eligió el color que los identifica, quedando de la siguiente manera:

1. audiovisual para Patrocinadores y Donantes, color verde;
2. audiovisual para Colegios y Escuelas, color amarillo;
3. audiovisual Institucional, color rojo.



- a Identificación gráfica para la portada del DVD del audiovisual de Patrocinadores y donantes del Museo se Los Niños de Guatemala.
- b Identificación gráfica para la contraportada.
- c Identificación gráfica para el DVD -disco - franja de color verde.



c



Identificación gráfica para el
Audiovisual de colegios y escuelas.
Identificación gráfica para el DVD - disco -
franja de color amarilla.

Identificación gráfica para el
Audiovisual institucional
Identificación gráfica para el DVD -disco -
franja de color rojo.





Estrategia del departamento de comercialización con los patrocinadores

La estrategia es un patrón de movimientos de la empresa y de los enfoques de la dirección que se usa, para lograr los objetivos organizacionales y para luchar por la misión de la empresa. El departamento de comercialización del Museo de Los Niños, juega un papel muy importante dentro de esta institución, ya que, ellos son los profesionales capacitado y encargado de mantener, buscar e integrar a nuevas empresas, tanto nacionales como extranjeras, para que se únan al grupo de patrocinadores y donantes, pues, con ello se podrán alcanzar las nuevas metas y objetivos planeados de esta empresa.

Para conseguir un nuevo patrocinador ellos realizaran una cita previa con la gerencia de la empresa que vaya a visitar, de esta manera, se logra llegar con certeza a personas que pueden tomar una decisión para realizar una inversión dentro del Museo, además, de esta forma, el material audiovisual y tarifas del patrocinio, siempre seran entregadas a las personas indicadas que puedan dar una respuesta a la solicitud que ellos hacen.

Al tener una cita establecida con una empresa, se realizan una presentación breve donde se da a conocer el audiovisual, luego, la explicación del costo de patrocinio o de la donación de algún insumo hacia el Museo, esto con el objetivo de que la empresa a la que visiten los pueda ayudar de alguna forma, debido a que todo el beneficio es para la niñez guatemalteca de escasos recurso del país.



Conclusiones



Se creó, desarrolló y validó el audiovisual dirigido a patrocinadores y donantes, con el objetivo de que se utilice como herramienta de presentación del departamento de Comercialización, para buscar nuevos patrocinadores y donantes, puesto que, este material contiene la información adecuada y necesaria que convencerá a las nuevas empresas, a unirse al grupo de patrocinadores del Museo de Los Niños de Guatemala.

Con este audiovisual se generarán más utilidades, pues, las nuevas empresas verán de que forma son utilizados los recursos económicos que proporcionan los actuales patrocinadores, dándoles confianza para poder hacer sus aportaciones en el futuro al Museo.

Teniendo este material en formato DVD, se puede llegar más rápido, con la información a instituciones y empresas tanto a nivel nacional como internacional, debido a que, su reproducción es de bajo costo, además de ser fácil de manejar.

Con el audiovisual se conseguirán más patrocinios y donantes, con los cuales se podrán traer a más de 65,000 niños guatemaltecos de escasos recursos de escuelas públicas, orfanatos, guarderías y escuelas especiales, tanto de la ciudad capital como de los departamentos de Guatemala, para que tengan la oportunidad de aprender jugando en el Museo de Los Niños.



Lineamientos para el uso del audiovisual



Para presentar el audiovisual de patrocinadores y donantes del departamento de Comercialización del Museo de Los Niños, se recomienda:

1. para poder presentar este material es necesario que el departamento de comercialización, cuente con un aparato para DVD'S o que la computadora que llevan a las reuniones lea este formato, de esta forma no se arriesgaran a la hora de ir con un cliente que no cuente con estos recursos;

2. es importante que dentro del museo se cuente con un área específica donde se pueda presentar este material, ya que, los clientes pueden llegar en cualquier momento a esta institución y de esta manera estarán preparados;

3. es necesario que esta institución cuente con 50 copias del audiovisual, pues, podrán enviar el audiovisual sin ningún contratiempo a las empresas que lo soliciten. El costo promedio de reproducción de un DVD es de Q5.00;

4. este audiovisual se recomienda que se copie en DVD y no en VCD ya que este baja la calidad del mismo;

5. las copias del audiovisual, siempre tienen que estar bien identificadas, ya que, la presentación forma parte de la imagen corporativa de esta empresa. La portada, contraportada y del disco DVD, tiene que estar con la información correspondiente de cada departamento y audiovisual ya que el Museo cuenta con tres audiovisuales, los cuales están identificados de la siguiente manera:

A. el departamento de Comercialización, le corresponde el audiovisual para patrocinadores y donantes, este tiene gráficamente a una muñequita de color rosado de la Galería de La Paz, del Museo, además el DVD -disco- cuenta con una franja de color verde.

Lineamientos para el uso del audiovisual



B. el departamento de Educación, le corresponde el audiovisual para Colegios y Escuelas, este tiene graficamente a una muñequita indígena de la Galería de La Paz, del Museo, además el DVD -disco- cuenta con una franja de color amarillo;

C. el departamento Institucional del Museo, le corresponde el audiovisual Institucional, este tiene graficamente a un muñequito con overol de la Galería de La Paz, del Museo, además el DVD - disco - cuenta con una franja de color rojo.

La impresión sobre un DVD es de Q5.00, aproximadamente.

6. Para modificar este audiovisual es necesario que se tengan en cuenta los costos de producción y edición, puesto que, su costo es elevado. El audiovisual para el departamento de Comercialización se realizó con dos empresas que prestaron el soporte técnico para la elaboración del mismo. La parte de imagen y edición, se realizó con Huella Films , incluyendo dentro del presupuesto los siguientes aspectos:

Costos de edición y filmación del audiovisual

Filmación	Q 1,500.00
Iluminación	Q 500.00
Animación de créditos	Q 400.00
Edición	Q 1,600.00
Total	Q 4,000.00

- Ver cotizaciones en anexos -.



Lineamientos para el uso del audiovisual



El audio, se realizó con la empresa 30 Segundos , incluyendo dentro del presupuesto los siguientes aspectos:

Utilización de estudio para audio, musicalización y locutor para audiovisual con un costo de **Q 4,000.00.** - Ver cotizaciones en anexos -.

Al realizar este material también se tubo un presupuesto de varios que incluía:

Catering	Q 300.00
Props - carné -	Q 200.00
Total	Q 500.00

La realización y ejecución del audiovisual tubo un costo total de Q 8.500.00, el cual fué donado, para el Departamento de Comercialización del Museo de Los Niños de Guatemala.



Bibliografía

Bibliografía Impresa

Autores Varios, APA Asociación Psicológica Americana

Quinta edición 2001

FRASCARA, Jorge, Diseño Gráfico para la gente

Buenos Aires, Argentina. Editorial Infinito 2000. p 105 - 134

O'TOOLE, John, La gran idea

2da. Edición New York Times Books 1985 p. 63

Elena Hurtado, Verónica M. de Palma, Magda Fisher,
Técnicas para validar materiales educativos,

2005



Sitios WEB consultados

CAPLAN, Jeremy

<http://www.timeforkids.com/tfk/class/lur/article/0.17585.589445.00.html>

CHAMOUN-NICOLAS, Habib, "El arte de la ciencia y la negociación"

12.9.05 / <http://www.gestiopolis.com/canales4/mkt/artenego.htm>

SILVA CUEVA, José Luis, "Concepto y encuadre sistemático del contrato de esponsorización"

12.9.05 / <http://www.monografias.com/trabajos12/capuno/capuno.shtml>

Diccionario de la lengua española / Vigésima segunda edición

5.09.05 / <http://buscon.rae.es/diccionario/drae.htm>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Museo>

5.09.05

<http://members.fortunecity.es/tallerabracadabra/links.html>

5.09.05

Glosario



AGENCIA DE PUBLICIDAD.- Es una empresa especializada en prestarles servicios publicitarios a los anunciantes en todas las fases de promoción, asesoramiento y/o realización en investigación de mercado, servicios de producción gráfica y audiovisual, y piezas publicitarias para la venta de un producto o servicio, tales como: relaciones públicas e institucionales, marketing directo y de relación, estrategia de comunicación, creatividad y planificación y compra de medios, para: televisión, cine, diarios, revistas, radio, vía pública, material de punto de venta y promocional, impresos, folletos y papelería, entre otros.

ALTA FIDELIDAD.- Es la técnica de grabación, retransmisión y reproducción de sonidos que mejor reproduce las características del sonido original. Para conseguir una reproducción de alta fidelidad, el sonido debe estar libre de distorsiones e incluir toda la gama de frecuencias que percibe el oído humano.

ANÁLISIS DE CONTENIDO.- Es el conjunto de técnicas empleadas en materia de comunicación con el fin de investigar mediante la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa, del contenido manifiesto de la comunicación, sobre la base del análisis de mensajes escritos y expresiones orales, tales como emisiones radiales o televisadas, fotografías y filmes, dirigidas a la cuantificación y clasificación de las ideas mediante categorías preestablecidas.

ANÁLISIS SEMÁNTICO.- Término proveniente del griego *shmantikov*: lo significativo, consistente en una técnica que analiza detalladamente la forma y estudia las propiedades del significado de las palabras utilizadas en contextos específicos de una manera sistemática y objetiva, haciendo referencia a una gama de expresiones y lenguas tan extensa como sea posible, descomponiendo los *lexemas* en una serie de rasgos semánticos o componentes.

ANGULAR.- Lente que abarca mucho más que un lente normal o el teleobjetivo. La posición angular de un lente zoom es abierta.

ANGULOS DE TOMA:

A.- Cámara Normal, cuando la cámara registra a un sujeto de su misma altura teniendo como referencia el nivel de sus ojos.

B.- Cámara Alta o Picada, La cámara registra al sujeto desde arriba, esta posición tiende a disminuir la importancia de un sujeto u objeto.

C.- Cámara Baja o Contrapicada, La cámara registra desde el nivel inferior al sujeto u objeto tiende a aumentar la importancia del sujeto u objeto desde abajo.



Glosario



ARGUMENTO O SINOPSIS.- Es el story line desarrollado en un texto, debe tener los siguientes datos: temporalidad, localización, desarrollo, acción, perfil del personaje.

AUDIENCIA.- Número estimado de personas que concurren en un determinado momento ante un programa de radio o de televisión, compuesto por los radioyentes o telespectadores, como receptores de la información o espectáculo vertidos a través de los medios de comunicación, así como también el número de lectores de una publicación periódica.

AUDIO.- Con este nombre se identifica la señal sonora una vez transformada en señal eléctrica.

AUDIO DUB.- Utilizado en la edición. Este sistema de grabación nos permite grabar solamente el audio que queremos utilizar en la edición de videos.

AUDIO IN.- Entrada para señal de sonido.

AUDIO OUT.- Salida para señal de sonido.

BACK GROUND.- Porción de la escena más lejana de la cámara.

BACK LIGHT.- Iluminación por detrás del sujeto opuesta a la cámara. Luz de separación

BALANCE DE BLANCO.- Es el ajuste de los circuitos electrónicos de una cámara que adapta la temperatura de color del tubo al tipo de luz dominante en la escena. Debe realizarse cada vez que se alteren las condiciones lumínicas o las fuentes de luz.

BALANCE GENERAL.- Consiste en una relación detallada de todo cuanto una persona o un negocio posee (activo) y de lo que debe (pasivo) a otros. Cualquier persona puede establecer su propio balance, por Ej. , Una ama de casa puede hacer un balance en el que se reflejan por un lado todas sus pertenencias o activo y por el otro cuanto debe a los demás, por consiguiente, el balance general es esencialmente una clara exposición del activo y del pasivo de una empresa en una fecha determinada

BARRAS DE COLOR.- Señal de vídeo para prueba y ajuste de monitores que presenta una serie de barras verticales de color: blanca, amarilla, cyan, verde, roja, azul y negro.

BARRIDO.- Movimiento rápido de la cámara, que puede emplearse como transición.

BETA (Betamax). - Formato de grabación en 1/2", doméstico, patentado por la casa Sony.

Glosario



BETACAM.- Sistema de cassette de tipo profesional que emplea cinta de 1/2". Muy empleado en trabajos de reportaje por su fácil operatividad, ya que la cámara y el magnetoscopio que usa este sistema están integrados en un solo cuerpo.

BOCETO.- Borrón o apunte que hace el artista antes de empezar una obra, se utiliza también en publicidad para dar la primera idea de lo que puede ser un spot publicitario.

CABINA DE CONTROL.- De donde los programas de televisión empiezan o siguen su viaje a los receptores. Desde esta cabina el director dirige las grabaciones, transmisiones en vivo y transmisiones de control remoto, asistido por una serie de técnicos especializados.

CÁMARA DE CINE.- Aunque el propósito fundamental de la cámara de cine, la toma de fotografías fijas, es básicamente similar al de una cámara fotográfica, la necesidad de hacer muchas fotografías por segundo conlleva la necesidad de un mecanismo específico que permita el transporte rápido de la película dentro de la cámara. De este modo, a 24 fotogramas por segundo, un minuto emplea más de 27 metros de película de 35 milímetros, por lo que los chasis de las cámaras llevan entre 122 y 305 metros. Para sacar suavemente la película de rollos tan largos, y para guardarla una vez impresionada, la película tiene que correr continuamente dentro de la cámara. Sin embargo, para sacar fotografías, la película avanza de toma, en toma según se van impresionando los sucesivos fotogramas.

CÁMARA DE TELEVISIÓN.- La cámara de televisión constituye la unidad elemental básica de todo el sistema de análisis en el vídeo comunicación. Tal y como se conoce en la actualidad, una vídeo cámara consta, esencialmente, de tres bloques o módulos un sistema óptico; Un cuerpo electrónico, donde tiene lugar el fenómeno de grabación de las imágenes reales situadas frente al sistema óptico y un sistema de visionado o motorizado para el control de la grabación de las imágenes captadas.

La cámara de televisión se asemeja a una cámara fotográfica normal por cuanto va equipada con una o varias lentes y un mecanismo de enfoque de la imagen formada por la lente sobre una superficie sensible. Estas superficies forman parte de tubos electrónicos llamados tubos tomavistas, capaces de transformar las variaciones de la intensidad de la luz en variaciones de la carga o corriente eléctrica. El tubo tomavistas original fue el iconoscopio, utilizado durante mucho tiempo para televisar películas. En el caso de escenas con un nivel de luminosidad bajo, como en las salas o habitaciones normalmente iluminadas, se utiliza el orticón de imagen de alta sensibilidad o vidicón.

CAMPO CONTRA CAMPO.- Es el plano contrario al que se acaba de hacer; por ejemplo: si dos personas están hablando y en la primera toma vemos a la que habla de frente y a la que escucha de lado, el "campo contra campo" es en el que vemos a la persona que escuchaba de frente y a la que hablaba de lado.



Glosario



CINEMATOGRAFIA.- Arte y oficio de hacer películas. Aunque Thomas Edison hubiera patentado el kinetoscopio en 1891, el cine propiamente dicho no se conoció hasta el lanzamiento en 1895 por los hermanos Louis y Auguste Lumière en París, del cinematógrafo, capaz de proyectar películas sobre una pantalla para una gran audiencia. Así apareció un nuevo espectáculo de masas, bautizado como el séptimo arte. Sólo hacía falta añadir el sonido a las imágenes. Esto se consiguió con la invención de los sistemas de sincronización sonido-imagen por la Vitaphone (1926) y la Movietone (1931) para que fuese tal y como hoy lo conocemos.

CLIMAX.- Momento culminante de una escena o secuencia, nudo o desenlace de la acción.

CLOSE UP.- Toma que muestra un detalle del sujeto, comúnmente la cara y los hombros.

CODIGO.- Es un elemento del conjunto de signos producto del convencionalismo que permite transmitir las ideas y experiencias.

COMERCIALIZACIÓN.- Es el conjunto de actividades cuyo objetivo es la producción de acuerdo a las necesidades de los consumidores. Técnicas de investigación de mercado, segmentación de mercado, estrategias publicitarias, de precios, promocionales etc. Son elementos básicos de la comercialización, es importante la elaboración de un pronóstico de ventas lo más ajustado a la realidad, con el objeto de evitar la producción de artículos que no han de ser aceptados por el cliente con la consiguiente pérdida económica.

COMERCIO.- Es la actividad económica que consiste en comprar mercaderías para volverlas a vender, percibiendo una utilidad o ganancia.

CONSOLA DE AUDIO.- También se le denomina mezclador de audio, este artefacto sirve para combinar diferentes audios, también se puede controlar el volumen de cada artefacto por intermedio de la consola.

CONSOLA DE EDICIÓN.- Dispositivo compuesto por diferentes circuitos electrónicos y sus mandos, que permiten el manejo de varios magnetoscopios simultáneamente durante el proceso de montaje electrónico.

EDICIÓN: Se llama así al montaje cuando se hace en vídeo o sistemas informáticos. En sentido amplio, editar es montar.

EDICIÓN DIGITAL: Montaje elaborado mediante equipos informáticos, ya sea basado en hardware o software.

● ● ● ● *Glosario*



EFFECTOS ESPECIALES (FX). Todo el cine está repleto de efectos especiales, ya sean difíciles o complicados, aunque generalmente se les asigna más a los que son peligrosos o complicados. Lo que sí es característico de ellos es que siempre responden a técnicas de trabajo, algunas muy sofisticadas. Pueden ser mecánicos, sonoros, físicos, químicos, cinéticos... La lluvia, la niebla, los terremotos, el fuego, los cristales trucados, la nieve la sangre falsa, etc.

GUIÓN. Es la idea de lo que va a ser la película plasmada por escrito, con narración, diálogos, descripción de personajes y escenarios.

PLANO. Es lo filmado de una sola vez. No obstante, plano también se llama el espacio que recoge la filmación en relación con la figura humana: plano general, plano entero, plano americano, plano medio, primer plano, plano detalle.

STORY BOARD. Es como un cómic con la historia dibujada de la película, expuesta plano a plano por medio de dibujos que señalan el encuadre a realizar y van acompañados de los textos con los diálogos correspondientes. Es muy útil en el momento del rodaje, pues facilita el trabajo de los técnicos sobre todo en secuencias de acción. Es imprescindible donde hay efectos especiales que posteriormente han de superponerse.

VOZ EN OFF. Es la voz de alguien que no está en escena. Puede ser narrador, un pensamiento de alguien que está en escena, una canción desde fuera de campo, etc.



Anexos





Universidad de San Carlos de Guatemala,
Facultad de Arquitectura, Programa de Diseño Gráfico
**Encuesta para la comprobación de la eficacia del audiovisual
del departamento de Comercialización para patrocinadores y donantes,
del Museo de Los Niños de Guatemala**



Edad Sexo M F Fecha

Institución

A continuación se le presentan unas preguntas sobre el audiovisual que acaba de ver, marque con una X la respuesta que a su criterio evalúe mejor cada aspecto que se cuestiona.

1 ¿La animación es adecuada para el audiovisual?

SI No

Por qué

2 ¿Las frases célebres, tienen el tiempo suficiente para ser leídas?

SI No

Por qué

3 ¿Las frases célebres, son de fácil comprensión?

SI No

Por qué

4 ¿La tipografía, para las frases célebres es legible?

SI No

Por qué

5 ¿La musicalización del audiovisual es?

Aburrida Adecuada

Por qué

6 ¿La locución, del audiovisual es?

Muy lenta Adecuada Muy rápida

7 ¿Las imágenes apoyan lo que se está diciendo en el audiovisual ?

SI No

Por qué

8 ¿Cuál es el mensaje del audiovisual?

Visitar el museo Buscar patrocinadores

Por qué

9 ¿El audiovisual contiene suficiente información para unirse al grupo de patrocinadores?

SI No

Por qué

10 ¿La duración del audiovisual es?

Muy corta Adecuada Muy larga

*Encuesta utilizada
para validar el audiovisual de
Patrocinadores y donantes
del Museo de Los Niños
de Guatemala.*