

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

"VIDEO INSTITUCIONAL PARA LA ONG NIÑOS DE GUATEMALA."
TESIS DE GRADO

RODRIGO MARIO JOSE GARCIA CHAPETON
CARNET 11529-10

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, MAYO DE 2015
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

"VIDEO INSTITUCIONAL PARA LA ONG NIÑOS DE GUATEMALA."

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR

RODRIGO MARIO JOSE GARCIA CHAPETON

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, MAYO DE 2015
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, S. J.

VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO

VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: DR. CARLOS RAFAEL CABARRÚS PELLECEER, S. J.

VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS

SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANA: MGTR. MARIA HILDA CABALLEROS ALVARADO DE MAZARIEGOS

VICEDECANO: MGTR. HOSY BENJAMER OROZCO

SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY

DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. NANCY AVENDAÑO MASELLI

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

MGTR. LAZARO ESTEBAN VALDESPINO CRUZ

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. JEFFREE ROLANDO CARVAJAL VILLALOBOS

Guatemala 2 de Marzo de 2015

A Consejo de la Facultad
de Humanidades

Presente

Hago llegar un respetuoso saludo a todo el colectivo de la Facultad de Humanidades, deseándoles logros diarios en su importante labor educativa.

Remito la presente para poner al conocimiento del consejo la aprobación del material de tesis entregado por el estudiante Rodrigo Mario José García Chapetón, con No. de carne 1152910, la cual propone y sustenta el título de tesis "Video Institucional para la ONG Niños de Guatemala". Por lo anteriormente expuesto, **pongo a su conocimiento que el material de tesis fue aprobado a ésta instancia de asesoría, solicitando que continúe con los pasos requerido.** Para tal efecto hago entrega de la presente para que se realicen los trámites pertinentes, como parte del proceso académico establecido.

Sin otro particular y agradeciendo de antemano su gentil y fina atención, me suscribo a usted,

Atentamente


Lic. Lázaro Valdespino Cruz
Asesor
CAT 12832
Catedrático de Dedicación
(medio tiempo)



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
No. 05896-2015

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado del estudiante RODRIGO MARIO JOSE GARCIA CHAPETON, Carnet 11529-10 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 05211-2015 de fecha 20 de marzo de 2015, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"VIDEO INSTITUCIONAL PARA LA ONG NIÑOS DE GUATEMALA."

Previo a conferírsele el título y grado académico de LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 8 días del mes de mayo del año 2015.



Irene Ruiz Godoy
MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar

AGRADACIMIENTOS

Mi familia: por el apoyo y amor que me han brindado.

A la Organización Niños de Guatemala por todo el apoyo y las facilidades que dieron para realizar la investigación y el video institucional.

A las demás personas que aportaron y apoyaron a la investigación.

Al laboratorio de comunicación (LTC) de la Universidad Rafael Landívar por prestar el equipo de edición.

Mis amistades que siempre estuvieron.

ÍNDICE

I.	Introducción.....	1
1.1.	Antecedentes.....	2
1.2.	Marco teórico.....	10
1.2.1	Comunicación.....	11
1.2.2	Producción audiovisual.....	13
1.2.3	Video institucional.....	14
1.2.4	Internet.....	24
1.2.5	Mercadeo social.....	25
1.2.6	Marketing.....	26
1.2.7	Relaciones públicas.....	27
1.2.8	Patrocinio.....	29
1.2.9	Voluntariado.....	30
1.2.10	ONG.....	31
1.2.11	Niños de Guatemala.....	32
II.	Planteamiento del problema.....	35
2.1.	Objetivos.....	36
2.1.1	Objetivos general.....	36
2.1.2	Objetivos específico.....	36
2.2.	Público Objetivo.....	37
2.3.	Medios a utilizar.....	37
2.4.	Elementos de contenido.....	37
2.5.	Alcances y límites.....	39
2.6	Aporte.....	39
III.	Método.....	41
3.1.	Fuentes y sujetos.....	42
3.2.1	Sujetos.....	42
3.1.2	fuentes de información.....	43
3.2.	Técnica e instrumentos.....	44
3.2.1	Entrevista estructurada dirigida a Padres de familia, maestros y voluntarios.....	45

3.2.2 Entrevista semi-estructurada a profesionales.....	46
3.2.3 Guión Literal.....	46
3.3. Perfil del proyecto.....	47
3.4. Diagnóstico.....	48
3.5. Procedimiento.....	48
3.6. Cronograma.....	50
3.7. Presupuesto.....	51
IV. Resultados.....	52
V. Diagnóstico de Resultados.....	53
VI. Recomendaciones.....	55
VII. Referencia Bibliográfica.....	56
Anexos.....	64

RESUMEN

La organización Niños de Guatemala fue fundada por dos hermanos holandeses y un grupo de guatemaltecos en el año 2006 con la idea de que los niños a través de la educación tengan más oportunidades en la vida. También realizan varias actividades con la comunidad para generar fondos.

El objetivo principal del proyecto de investigación fue llevar a cabo un video institucional para la Organización No Gubernamental Niños de Guatemala como apoyo en la búsqueda de patrocinio y voluntariado. Para ello se trabajó con los expertos que trabajan en la organización como son la directora de educación, gerente del programa de padrinos, una de las fundadoras, maestras y la gerente de voluntariado entre otros. Esta organización se encuentra en la Antigua, Sacatepéquez y trabaja directamente con dos escuelas que son Nuestro Futuro y el Porvenir.

El tipo de investigación es descriptiva y cualitativa, porque describe las características del estudio de manera sistemática y no aborda elementos numéricos. Los instrumentos utilizados en el presente trabajo fueron las entrevistas y guiones con los cuales fueron la base de la producción audiovisual. Una de las recomendaciones es que se trabaje la pre producción, producción y la post producción al momento de realizar un proyecto audiovisual.

El vídeo institucional es una herramienta de mercadeo social que permite fortalecer la imagen de una institución, en el cual se explica la historia, la misión y las actividades que realizan. Este vídeo se desea difundir a personas o empresas que estén interesadas en apoyar a la organización a través de patrocinio, en el voluntariado o en apadrinar a un niño. Se publicará en el internet, redes sociales y en la página de la organización para obtener ayuda tanto en la sociedad civil como en la internacional.

I. Introducción

La ONG Niños de Guatemala es una organización fundada en el año 2006, con el apoyo de Niños de Guatemala Holanda que tiene como propósito construir un mejor futuro a través de diversos proyectos comunitarios con base en la educación. La organización está ubicada en la Antigua Guatemala, Sacatepéquez y consta de tres pilares principales que son la Auto- suficiencia, la comunidad y el mejor futuro por medio de la educación.

En Guatemala cada vez, es menos el presupuesto para educación, la colegiatura aumenta y la violencia se apodera de los jóvenes. Niños de Guatemala ayuda a las familias con pocos recursos a darles una educación de calidad a sus hijos, en los dos establecimientos educativos que son: Escuela Nuestro Futuro y Escuela El Porvenir. Niños de Guatemala siempre está en búsqueda de donantes, de voluntariado, de padrinos y de diferentes métodos de ayuda, con el fin subsistir y seguir adelante con el proyecto.

Por esa razón con la realización de un vídeo institucional se ayudará a las personas que se enteren y se interesen en la organización para realizar donaciones y apadrinar a los niños. Se utilizará para que las personas conozcan como es el trabajo que realizan, la misión, objetivos, el funcionamiento y reconocer los resultados en la comunidad de Sacatepéquez. Es fundamental la utilización de la herramienta del internet y difundir el mensaje de una manera masiva con el trabajo audiovisual tanto para la comunidad internacional como la nacional. La sociedad civil se debe integrar y aportar a la causa para el futuro de los niños a través de la institución. Por lo tanto el objetivo del presente estudio es elaborar un vídeo institucional para la ONG Niños de Guatemala, como apoyo en la búsqueda de patrocinio y voluntariado.

1.1 Antecedentes

En la presente investigación se consultaron diversas producciones que se han trabajado en Guatemala para anteceder a este proyecto audiovisual. Se utilizaron como base tesis de diferentes universidades. A continuación se presentaran aquellos trabajos que tocan el tema de los vídeos institucionales así como otros en la creación de la producción audiovisual.

Schostak (2013) se fijó como objetivo principal elaborar un vídeo institucional para el Hogar Madre Anna Vitiello con atención a niños que viven con VIH/SIDA, presentado las necesidades del hogar con el objetivo de conseguir ayuda y definir las formas y métodos para que la sociedad se involucre en el hogar. La muestra la conformaron la Sor Ana María y un grupo de Monjas del hogar, a quienes se les aplicó la encuesta y la entrevista. Es un vídeo institucional que se elaboró con el fin de ser utilizado en eventos y actividades internas del hogar y difundirlo de manera electrónica. Como principal conclusión se encontró que por medio de un video institucional, se puede transmitir mensajes y crear conciencia acerca de los diferentes temas. También concluye que permite comunicar y fortalecer la imagen de una institución.

Ordóñez (2010) realiza una tesis con un video institucional que contribuya a promover el apoyo y adquisición de fondos para la manutención de la Asociación ANINI. La muestra la conformaron terapeutas, médicos, enfermeras, directora y una fundadora de ANINI, a quienes se les aplicó dos diferentes entrevistas de quince y trece preguntas. La elaboración del vídeo refleja el amor y la ayuda de las personas en ANINI. A través de los diagnósticos realizados en la investigación se determina que el video institucional debe estar actualizado con la propuesta de atención. Se concluye que la comunicación es importante para cualquier organización, esto permiten mostrar a las personas y empresas la labor que realizan.

Díaz (2012) en su estudio Video educativo sobre nutrición para mujeres en período de gestación en el Municipio de Momostenango, departamento de Totonicapán, cuyo objetivo principal es desarrollar un video educativo, de tipo narrativa, que promueva una adecuada alimentación y nutrición en mujeres en periodo de gestación, para el desarrollo nutricional adecuado de sus futuros hijos. Se aplicó como instrumento la entrevista grupal, la entrevista estructurada, grupo focal, diagnóstico y validación a las mujeres en periodo de gestación. Concluye que es un vídeo educativo desarrollado con base en un diagnóstico previo y se recomienda que en el centro de salud utilicen el video en sus reuniones y capacitaciones con el fin de mejorar la nutrición materna. Que esté acompañado de una charla del personal de centro de salud, para reforzar las ideas y producir un mejor aprendizaje y concepción a las mujeres embarazadas.

Nájera (2010) en su tesis Video Institucional para promover el programa de reciclaje en San Marcos la Laguna del proyecto social Pura Vida, presenta como objetivo principal el dar a conocer el movimiento Pura vida, su programa de reciclaje y los beneficios que representa para las comunidades a través de un video institucional. La población de estudio estuvo conformada por la fundadora de Pura Vida, habitantes de la comunidad de San Marcos la laguna y los líderes. Para esta investigación se utilizó la entrevista semi-estructurada. Concluye que la creación del video institucional sirve para promover e informar a las comunidades que rodean el lago y se da conocer su labor. Con la finalización de que el proyecto crezca y aporte a las comunidades del área.

Recinos (2011) en su tesis video reportaje sobre la vida y obra de Joaquín Orellana, con el objetivo de observar la influencia artística desde la oferta cultural para la sociedad guatemalteca. Para esta investigación se realizó la entrevista a diferentes sujetos como Joaquín Orellana, Delia Quiñonez, Alejandra Privado Catalán, Isabel Ruiz, Gustavo Berganza, Paulo Alvarado en la cual se recurrió a la entrevista semi-esctructurada basado en preguntas abiertas. Es un video reportaje que enlaza los diferentes puntos de vista de los artistas y sociólogos en relación

con la propuesta musical de Joaquín Orellana. También concluye que se tocaron temáticas que se consideran oportunas para continuar esta problemática en otros proyectos audiovisuales.

Rivera-Cabezas (2012) en su tesis proyecto educativo para los centros de atención integral –CAI- con enfoque a docentes, presenta el objetivo de contar con lineamientos administrativos y metodologías estructuradas que le permiten a los Centros de Atención Integral CAI desarrollar un mejor servicio de beneficio de la niñez. Se trabajó con el método científico que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos, el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación. También se trabajó con el método inductivo de la observación repetida de objetos o acontecimientos de la misma naturaleza. Un proyecto educativo institucional dentro de los centros educativos que las capacitaciones estén dentro de las prioridades y compromisos, de las instituciones que velan la educación en la búsqueda de calidad. Concluye que las metodologías y herramientas que se incluyen en un proyecto educativo tiene que ser innovadoras, actualizadas y con fundamentos.

Salguero (2012) se fijó como objetivo principal elaborar un reportaje audiovisual acerca de los distintos clubes landivarianos y su aporte al desarrollo integral del estudiante, presentando la manera que han influido y aportado al desarrollo del alumno. La muestra la conformaron 15 estudiantes que participan en los clubes landivarianos como Salsa, bachata, canto, coreografía, fotografía, guitarra, astronomía y Glowsticking. A quienes se les aplicó entrevistas y guía de preguntas. Los resultados indican que los clubes fueron creados con el fin de proporcionar al estudiante un espacio en el cual pudiera desarrollar diferentes destrezas aportando a su desarrollo integral. Concluyen que la principal razón que los estudiantes deciden unirse a los clubes Landivarianos es para conocer amigos y hacer amigos. Son los mismos estudiantes que integran y coordinan los clubes.

Vides (2010) en su tesis Video documental para promover a la Asociación Centro de Atención Multidisciplinario de Espina Bífida (ASCAMEB), cuyo objetivo fue producir un video documental que informe y promueva las labores científicas y humanitarias de la asociación Centro de Atención Multidisciplinario de Espina Bífida (ASCAMEB) en la prevención y tratamiento de la enfermedad de Espina Bífida. La muestra están conformado por el equipo de ASCAMEB y distintos testimonios de personas directamente relacionadas con la enfermedad, a quienes se les aplicó una entrevista periodística. A través de la presente investigación se estableció de manera formal las causas y consecuencias del padecimiento de la misma, determinando que hay poca información sobre esta anomalía congénita y además que son pocas las instituciones que apoyan la erradicación anímica. Concluye que el desarrollo de materiales educativos, son de gran utilidad pedagógica y de difusión para las instituciones que se dedican a actividades relacionadas con la salud y la prevención de enfermedades.

Crispín (2008) en su tesis Creación de un vídeo documental institucional para dar a conocer los movimientos básicos del deporte de Andinismo en la Institución de andinismo de Cobán, Alta Verapaz, cuyo objetivo principal fue diseñar material multimedia que pueda ser distribuido de forma efectiva, el cual ayude a informar, promocionar e incentivar a los que practican el deporte del andinismo en Cobán, Alta Verapaz. La muestra estuvo conformada por atletas de Andinismo y diseñadores gráficos. Para esta investigación se realizó dos diferentes encuestas de diez preguntas. La creación del Video Documental institucional es una nueva herramienta para utilizar como medio educativo en pro de los jóvenes que practican este deporte. Se encontró como principal conclusión que el proyecto cumple con los altos estándares de calidad en cuanto a imagen, sonido, color y forma, para alcanzar al grupo objetivo trazado y afectar de manera positiva.

Juárez (2011) en su estudio Creación y diseño de un vídeo institucional para el Instituto Geográfico Nacional (IGN), presenta el objetivo de crear y diseñar

un videos institucional, para dar a conocer la nueva imagen del Instituto Geográfico Nacional y mostrar el trabajo que realiza. La muestra la conformaron por 25 profesionales entre ellos Ingenieros, Arquitectos y Agrónomos, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y trabajadores del IGN. A quienes se les aplicó una encuesta. El proyecto del vídeo institucional contribuye de manera positiva, promoviendo los servicios y productos del instituto, es una herramienta que genera nuevos clientes y posiciona la nueva imagen. Se concluyó que el video forma parte del archivo histórico del Instituto Geográfico Nacional, en el futuro dará a conocer los avances y el desarrollo.

Cuellar (2005) se fijó como objetivo desarrollar una estrategia para la captación de patrocinios en los medios de comunicación para la Asociación Eduquemos a la Niña. La muestra la conformaron hombres y mujeres, Directores, Gerentes de Relaciones Públicas, Gerente de Mercadotecnia, encargado del departamento de medios entre los 33 a 55 años de edad que laboraban en empresas de medios de comunicación dentro de la ciudad de Guatemala. A quienes se les aplicó el como instrumento entrevistas a profundidad. Una estrategia promocional para conseguir patrocinios a la AEN en medios de comunicación que la beneficiará en poder transmitir diversas actividades que empleará, con respaldo de medios importantes, así como reducir su presupuesto y obtener posibilidad de obtener mayores fondos para un mejor futuro. Concluye que la investigación refleja que para poder captar patrocinio por parte de los medios, es necesario tener diálogos con los patrocinadores para comunicar qué es la Asociación y qué desean obtener por parte de ellos.

Rodríguez (2003) se fijó como objetivo determinar qué estrategias promocionales debe utilizar la Biblioteca Nacional de Guatemala, que le permita obtener fondos de patrocinio, para mejorar su funcionamiento. La población del estudio fueron el Director General de la Biblioteca Nacional, personas que hacen uso de los servicios de la biblioteca entre los años 12 -25 años, de sexo masculino y femenino. Las herramientas que se utilizaron fueron la guía de observación,

cuestionario estructurado y se realizó una entrevista estructurada formada por 20 preguntas. Dentro de su resultado señalan que la estrategia promocional es un modelo para una institución, por medio de un canal eficiente que transmita un mensaje con facilidad y claridad. Concluye que La Biblioteca Nacional debe tener un emblema o logotipo para una mejor identificación y que es necesario realice actividades de recaudación de fondos, con un tema central enfocado a la educación.

Todos los estudios anteriores presentan, diversas experiencias y producciones audiovisuales, que servirán como antecedentes de este trabajo de investigación con el fin de encontrar nuevas ideas para la conceptualización y producción del vídeo institucional. En el ámbito internacional se encontraron antecedentes que demuestran la utilización del video institucional como una herramienta de comunicación esencial para dar a conocer la realidad de un tema específico.

Lizcano (2004) en su tesis Aplicación institucional del vídeo, cuyo objetivo fue presentar un video institucional como herramienta para comunicar mensajes o proyectos que incluyan contenidos responsables, dinámicos y creativos, que contribuyan al desarrollo de las empresas y en general de la sociedad, de Colombia. La muestra la conformaron los accionistas, directivos, empleados, trabajadores, contratistas, proveedores, distribuidores. Se aplicó como instrumento la encuesta. Dentro de su resultado señalan que el video es un medio para transmitir ideas y conceptos, con la importancia de convertirse en una herramienta de comunicación. Concluye que un video corporativo nunca puede concentrarse tanto en las funciones y características de la empresa. También que la labor del productor consistirá en expresar con imágenes el mensaje que se quiera dar.

Díaz (2003) en su estudio Elaboración de un manual de apoyo para la producción de un video institucional y producción de video realizado en Ecuador, presenta como objetivo servir de guía a estudiantes de comunicación y personas en general que se interesen en la realización de un video. La población de estudio

fue el público en la presentación del video. Se aplicó los instrumentos de entrevista informales, los cuestionarios y las encuestas. El proceso de formación en el campo de la producción audiovisual debe pasar de la teoría a la práctica, para poder juzgar la utilidad de este tipo de manuales. También concluye de diferenciar, las distintas etapas en dimensiones conceptuales dentro el proceso y de las técnicas del video, para precisar el nivel alcanzado en la producción del video propuesto.

Ruiz (2009) se fijó como objetivo principal: desarrollar, producir y realizar un video institucional – promocional que apoye el proceso de Acreditación en Alta Calidad del Programa de Comunicación Publicitaria, en Colombia. La muestra la conformaron docentes de tiempo completo y hora cátedra, alumnos y egresados. El instrumento a utilizar fue la entrevista. El elemento más importante de innovación fue tratar temas académicos importantes con diferentes personajes de la universidad. Se concluye que la idea del vídeo, el tema y todo el manejo que se le dio, da como resultado un trabajo que refleja frescura y emotividad, que abarca temas académicos de importancia para el programa de Comunicación Publicitaria.

Bustamante, López y Villegas (2010) en su tesis Propuesta de desarrollo de video institucional para la Fundación Paz y Esperanza, cuyo objetivo principal es difundir la existencia de la fundación, que a través de sus servicios busca mejorar la calidad de vida de mujeres y niños afectados por delitos en contra de su integridad física y emocional, y al mismo tiempo, sensibilizar y movilizar al liderazgo eclesial y en general a los habitantes de Guayaquil en la lucha contra la violencia sexual y familiar. La población del estudio fueron jueces, médicos, psicólogos y personas que están actualmente recibiendo ayuda de Fundación Paz y Esperanza. Para esta investigación se utilizó la entrevista para obtener un mejor enfoque en el problema a tratar y la encuesta para aportar datos informales sobre las opiniones de personas relacionadas en casos de violencia. El video institucional pretende que las personas tengan mayor conocimiento de los entes de apoyo en los casos de agresión tanto por violencia intrafamiliar como por abuso

sexual, específicamente de la fundación en cuestión. También se concluye que de esta manera se asegura una continua interacción con el público objetivo, tratando así de mejorar la situación en que se encuentra la ciudad en relación a este tipo de crímenes, como son el maltrato y el abuso sexual.

Granda (2013) en su estudio Video documental de la historia y situación actual de la cámara de artesanos de Pichincha, Quito. Cuyo objetivo principal es reivindicar la imagen de los artesano de Pichincha y percibirlos como profesionales que han logrado sobrevivir frente al acelerado crecimiento poblacional y las diferentes concepciones artísticas que se exponen en Quito. Para esta investigación se realizó la entrevista a diferentes sujetos como Jorge Freile, Joaquín Tinta, Xavier Anchapaxi, Luis Nieto, José Serrano, Miltón Guamba y Tito Heredia. La investigación demostró la importancia y reivindicación de las artesanías de Pichinca a partir de la Teoría Crítica, una modalidad teórica que fue plasmada de forma práctica en un producto comunicacional. Concluye en reivindicar la historia de los artesanos como actores sociales y políticos dentro de la modernidad quiteña y reconocerlos como autores de productos de calidad.

Arevena (2004) se fijó como objetivo principal en describir el voluntariado, desde la experiencia de las y los voluntariados de Fundación GESTA, Chile. La muestra la conformaron voluntarios de los Grupos de Servicio de Fundación Gesta que fueron miembros activos y que tuvieran más de un año de experiencia. A quienes se les aplicó una entrevista semi-estructurada. Las y los voluntarios de Fundación Gesta señalan las motivaciones en las áreas de expresión de valores, comprensión del mundo, desarrollo personal y fortalecimiento de la autoestima personal y desde la propuesta de los colaboradores, se distinguen motivaciones de orden profesional y social, así como de crecimiento personal. Concluyen que la principal razón del voluntariado responde a una amplia serie de motivaciones y necesidades; y que además, éstas no siempre corresponden a motivos altruistas o solidarios propiamente tales, sino que gran parte se relaciona con anhelos y búsquedas personales.

Femenía (2012) en sus tesis *La Gestión del Patrocinio Múltiple en el Ámbito Deportivo: Perspectiva Relacional y de Red*, cuyo objetivo principal fue averiguar cómo desarrollan los profesionales del patrocinio la gestión del patrocinio múltiple, en España. La muestra estuvo conformada por un grupo de profesionales del marketing deportivo, en el área del patrocinio comercial del deporte. Para esta investigación se aplicó las entrevistas en profundidad individual, monotemáticas, no estructuradas. Se establece un vínculo bidireccional en patrocinador y patrocinado, como un aspecto a considerar por una marca a la hora de seleccionar un patrocinio, elemento que sólo tienen en cuenta entre la marca y propiedad patrocinada. Concluye que la relación en patrocinio, sea entre patrocinador-patrocinado, son los más referidos por los protagonistas analizados de la implicación y compromiso.

A través de los diferentes estudios se observa la importancia de los mismos, al dar a conocer las diversas instituciones, empresas, organizaciones entre otros en las sociedades o al grupo objetivo. Ya que un vídeo institucional que se utiliza como una herramienta de comunicación, puede difundir un mensaje a los diferentes públicos en distintos momentos. Por ese motivo se realizó la propuesta de un video institucional para la ONG Niños de Guatemala, con el objetivo de dar a conocer las diferentes actividades, la participación del voluntariado e invite a la sociedad a involucrarse, en este proyecto de tanta importancia.

1.2 Marco Teórico

El producto audiovisual que se busca realizar como complemento a esta investigación involucra diversos pilares como lo son: la comunicación, producción audiovisual, video institucional, internet, mercadeo social, marketing, publicidad, relaciones públicas, patrocinio, voluntariado, ONG y la organización niños de Guatemala. A continuación, se desarrolla cada uno de estos temas para demostrar que son vitales en este proyecto, en la búsqueda de patrocinio y voluntariado para la organización.

1.2.1 Comunicación

Según Martin, Piñuel, Gracia y Arias (1982) “la comunicación es una actividad muy antigua: la aptitud para servirse de la información en la interacción la poseen especies animales que han antecedido al hombre en millones de años. Reconocerá la aptitud para comunicar en todo ser vivo capaz de relacionarse con otro ser vivo, recurriendo a un comportamiento comunicativo. Este enunciado tan simple remite a un campo de reflexiones muy complejo.” (p.19).

Se completa con Valenzuela (2004) que la comunicación está sujeta a la ambigüedad de la información o señales y a las connotaciones personales, como culturales y sociales. Donde existen dos grupos de mensaje el referencial que la información es totalmente real y la connotativo es donde se aprecia todas las características como la entonación de la voz, los gestos y acciones con varios significativos.

También Fonseca (2005) mencionó que la comunicación cumple con cuatro funciones esenciales que son: Control, motivación, expresión y emoción e información. La comunicación sirve para controlar de varias maneras la conducta de los miembros. Concluye que una buena comunicación motiva a las personas en hacer bien las cosas. La comunicación puede ser oral, escrita o no lingüística también conocida como no verbal.

- La comunicación oral, es considerado como el primer canal de comunicación para transmitir un mensaje. Desde los encuentros formales de personas hasta informales, las primeras características de estas son la velocidad y la retroalimentación. De manera corta es posible transmitir un mensaje y recibir la respuesta de la misma forma. El receptor duda del mensaje inmediatamente el emisor los corrige.

- La comunicación escrita tiene varias maneras de plasmar el mensaje con letras o signos desde una carta, correo electrónico, noticias entre otros. Esto puede ser más tangibles y verificado convertirse en una referencial. El mensaje dura más tiempo, se realizó con más meditación, lógica y clara.
- La comunicación no verbal es todo el mensaje que se realiza con un signo, sonrisa mirada o todo movimiento de cuerpo, que al final es un complemento del mensaje. Para definir que todo movimiento tiene un significado y ninguno es por accidente.

La comunicación está conformada por varios elementos que son:

- Emisor: es el individuo que envía el mensaje al receptor.
- Codificación: es el proceso de expresar el pensamiento en forma de símbolos.
- Mensaje: es el conjunto de símbolos que transmite el emisor.
- Medios: son los canales en los cuales se mueve el mensaje del emisor a receptor.
- Descodificación: es el proceso por el cual el receptor asigna un significado al símbolo.
- Receptor: es la parte que recibe el mensaje del emisor.
- Respuesta: es la contestación del receptor al emisor después de recibir el mensaje.
- Retroalimentación: es la parte del receptor que este comunica al emisor.
- Ruido: es la estadística o distribución no planeada en el proceso de comunicación. (Fonseca, 2005)

Es un proceso que se desarrolla a través de emisiones de sonidos, gestos, olores, signos entre otros. Con el objetivo de dar a conocer un mensaje, para que dé como resultado una acción o reacción de las personas que lo reciben. Es un

acto donde una persona establece un contacto con otro con el fin de transmitir información, compartir ideas, la manifestación de pensamientos, datos, opiniones y actitudes para la comprensión. Es un elemento que es básico para crear sociabilidad, es allí donde el ser humano se nutre, moldea su carácter en la convivencia entre los diferentes grupos.

La comunicación es un medio esencial para la convivencia del ser humano, en el cual contiene varios elementos que difunde y capta información clara. Para transmitir un mensaje o dar a conocer un producto las instituciones, empresas u Organizaciones No Gubernamentales (ONG) utilizan varias técnicas y canales, una de las principales es la creación de una producción audiovisual. Este material audiovisual se conforma por tres etapas esenciales para la producción de un video que son: la pre producción, la producción y la post producción.

1.2.2 Producción Audiovisual

En la industria de la cinematografía como en la televisiva la previa planificación que se realiza es conocida como producción audiovisual. Según Corcuera (2010) es de vital importancia el proceso de producción ya que en esta etapa se trabaja la planificación y la organización del proyecto audiovisual, para que el resultado sea satisfactorio. La producción audiovisual se considera de tal manera como arte porque es un conjunto de características que conforma la especialización, la adquisición y el dominio de las diferentes técnicas, desde lo más esencial como es el manejo de los planos de cámara, tipo de enfoque, la musicalización, el sonido natural, la iluminación y de los conceptos más básicos como el montaje, diseño, el vestuario, el staff, los tiempos de narración y la actuación de los autores.

El autor del presente trabajo opina que es fundamental realizar este proceso de planificación y de organización con los elementos principales de la producción audiovisual, tanto con el equipo humano y el equipo tecnológico para desarrollar

un proyecto audiovisual de calidad. Para la elaboración de cualquier material que se mezcle imágenes y sonidos, es necesario controlar las técnicas de las cámaras, las luces, el diseño de la escenografía, el sonido entre otras cosas. Conlleva un trabajo de producción, de tal modo de planificar los diferentes horarios y organizar el equipo de trabajo. Es un proceso que se tiene que trabajar con el director y sus productores para conseguir los espacios de grabación, crear el ambiente para contextualizar el mensaje que se quiere transmitir. A continuación se describirá las características principales de un vídeo institucional.

1.2.3 Vídeo Institucional

Según Freixas (s.f.) el video institucional es la variable de un proyecto audiovisual, dirigido a las instituciones comerciales, industriales, corporativas, políticas, sociales, ONG, cooperativas, burocráticas, sindicales y todo lo que sea una organización o empresa. También existen videos institucionales exclusivos para una persona que se le considera una marca o institución y si fuera un video enfocado a la política se le considera como propaganda. Este tipo de video abarca las diferentes características de promoción y publicidad que existen, pero no son considerados como spot publicitario televisivo. Las principales características de un video corporativo o institucional que se deben considerar son lo informativo, ilustrativo y comunicacional. “El video representa concepciones de cómo se quiere que los demás conozcan la identidad. Es algo que está controlado por el impulsor de las ideas” (Cebrián, 1998, p.279).

El video es un canal de comunicación directo entre la institución que tiene dirigido el mensaje a un grupo o un individuo. Esto se convierte en el primer contacto que tiene el receptor con la identidad. Para realizar este tipo de videos se tiene que realizar una producción audiovisual basada en la investigación de la organización que se va trabajar, para estar informado del mensaje principal o el enfoque que se va enseñar. El video institucional es una herramienta de comunicación que permite promocionar y da a conocer los objetivos, la misión y

las diversas actividades de una compañía o institución. Se proyectara a base de imágenes y de información con el fin de fortalecer y comunicar de forma correcta la imagen de la empresa, para que el receptor reciba el mensaje de manera concisa y clara, lo recomendable es que el video tenga una duración entre 5 a 10 minutos. Es una herramienta de marketing excelente y servirá en el futuro como una referencia de trabajo de lo que sea realizado a través de los años. A continuación se explicará las tres etapas principales que deben conformar un proyecto audiovisual, la preproducción, la producción y la postproducción.

a) Etapa de la Idea

Según Lara y Piñeiro (s.f.) la idea es el motor que genera el interés y la necesidad del director de plasmar una historia. Es la que anima, provoca e incita a compartir los temas, el drama, el suspenso todo lo que está en nuestra cabeza con las demás personas. La idea se puede traducir a un mensaje audiovisual, como es el video y sus diversos tipos. Hay una gran posibilidad de plasmar nuestras ideas en la producción del video, existen tres grandes categorías que son fundamentales para contar un idea: Producción de ficción (dramatización), Producción documental (captura de la realidad), Producción de videocreación.

La idea es la base principal del vídeo, donde se va empezar a trabajar en los diversos guiones. Dependiendo del proyecto que se trabajara, se ira estructurando la producción que sea la más adecuada. La idea se ira transformando o adaptando con los diversos cambios que se estará dependiendo del material disponible para trabajar.

b) Etapa de Preproducción

Según Sierra (2011) “La preproducción es la etapa más trascendental en el proceso de producción audiovisual. En este momento del proceso se fijan los elementos estructurales del trabajo de filmación y se define el equipo técnico y

artístico que será parte del proyecto. Es cuando más minuciosamente se deben preparar todos los elementos que conformarán una película, dado que, mientras mejor previstos estén, menores serán los riesgos que se corran, tanto artísticos como económicos”. (p.1). Si se realiza una buena preproducción se puede evitar varios problemas, desde los permisos para grabar o los días hábiles con las personas que participaran en la filmación. Se tendrá que realizar un presupuesto para tener un control económico con los gastos que se van a tener en la compra de materiales o en el pago del equipo de trabajo.

Es la parte más importante en el momento de filmar un proyecto audiovisual, es la etapa donde se define las localidades, el equipo de trabajo, las cámaras, se realiza un horario y todo lo necesario para la organización. La preproducción está basada en cinco herramientas esenciales, tales como: la idea principal, el guion, el cronograma, el presupuesto y el story line.

- **Guion**

Boluda (2006) menciona que “el guión es el punto de partida que tiene el productor, el organizador para realizar su trabajo, el director para crear su obra y el resto del personal que interviene para efectuar cada uno su trabajo. El guión es un trabajo previo a cualquier tarea de planificación, tanto de la organización como del presupuesto. El guión es un trabajo de creación artística que puede partir de una idea a partir de la cual se desarrolla o de una obra literaria existente (novela, obra de teatro, narración breve o cuento). Las fases de creación de un guión pueden seguir los siguientes pasos: Sinopsis, Escaleta, Tratamiento, Guión literario, Guión técnico y Guión de trabajo”. (p.1).

El guion es el instrumento principal del director para organizar y estructurar el trabajo que se va a realizar. Donde el tendrá que definir el trabajo del equipo técnico y el papel que tendrá los artistas en la producción. Todo lo que es previo de la filmación y el uso correcto del equipo técnico. Tendrá el dialogo de los

personajes principales como los extras del proyecto audiovisual. El guion es el complemento de la idea, donde se trabaja de una manera más formal y se desarrolla a partir de los recursos que se tiene. Existen dos tipos de guion el técnico y el descriptivo.

✓ **Guion técnico**

El guion técnico es una guía sobre los planos de cámara que se utilizara en el proyecto audiovisual, tiene que estar estructurado por las secuencias y planos. Contiene la escena, la planificación técnica como encuadre, decoración, sonido, efectos especiales, iluminaciones, cámaras. Es fundamental para realizar todas las indicaciones que el director desea.

✓ **Guion Descriptivo**

Este tipo de guion está compuesto por texto que demuestra los diálogos y acciones de los personajes, que conforman el contenido y la historia de un trabajo audiovisual para televisión y cine, radio y obras de teatro.

Tiene todos los elementos esenciales de literarios.

El siguiente paso después de tener un guión es la realización del cronograma el cual ayudará, para estar organizado y tener control sobre las actividades que se van realizar en los días previstos.

• **Cronograma**

“En el plan de trabajo o un plan de actividades, que muestran la duración del proceso investigativo. El tipo de Cronograma recomendado para presentar el plan de actividades que orienten un trabajo de investigación es el de GANTT. Las actividades aquí indicadas no son definitivas. La especificación de las actividades depende del tipo de estudio que se desea realizar” (Ortiz, 2009, p.10)

El cronograma es esencial para fijar el tiempo y los recursos que se utilizaran en el proyecto audiovisual, en la que incluye la elaboración del diseño, las diferentes fases de recolección de materiales para finalizar con el proyecto terminado. Es una herramienta importante para la gestión, para ordenar el tiempo con las actividades, se utiliza dos columnas. Para tener un control de los gastos en la producción es importante tener un control del presupuesto, este se realiza al momento que se trabaje el guión y cronograma.

- **Presupuesto**

Según Bebe (1999) el presupuesto en los proyectos audiovisuales pequeños como los cinematográfico es una herramienta indispensable para el productor ejecutivo ya que permite realizar una estimación para el rodaje en el futuro o los costos que habrán en el proceso de producción. Es una hipótesis de los gastos que se va realizar en toda producción, desde la experiencia profesional del productor para cumplir el objetivo. Esta herramienta tiene que ser una de las primeras tareas que se tiene que realizar.

De acuerdo con Gómez (2009) el presupuesto que sea más detallado es fundamental para tener un control durante el rodaje, dependiendo del guion este procedimiento se puede elaborar de manera eficaz o lenta para la realización del presupuesto y puede afectar el resultado final.

El presupuesto es un plan de acción para prevenir en determinado tiempo, los problemas que se puede crear en un futuro, como son los gastos alimenticios o como es el alquiler de los espacios de grabación. Es una herramienta fundamental para el desarrollo de la producción audiovisual. El siguiente paso de la pre producción es la creación de la story line.

- **Story line**

Según Gómez (2009) el story line es un breve relato de la historia que se está describiendo en la idea con unas cuantas líneas. Responde varias preguntas como ¿el qué? ¿Quién? Que se incluye en el desenlace. Es la fase donde se desarrolla el acontecimiento, genera solo un detalle, sin olvidar el criterio que se utiliza como guía. Es menos sistemático pero al inicio es algo anárquico, con la recolección de datos y la elaboración de las posibilidades. Comparato (1988) mencionó “es el término que designa la trama de una historia. Como una -story-line- debe tener como máximo 5 líneas, se deduce que es la síntesis de la historia. Por lo tanto, tiene que abarcar todo lo que la historia normalmente contendría, o sea: Presentación del conflicto, Desarrollo del conflicto, Solución del conflicto” (p. 25).

Debe corresponderse con los elementos de la narrativa tradicional, la exposición, nudo de nudos desarrollados y desenlace. Son los tres puntos clave de la historia. Que da como resultado que sea el punto de partida en los proyectos, en el cual se debe contar: lo que sucede, lo que realizan algunos personajes. Esta fase cuenta lo fundamental de la historia que se estará realizando y con ella los elementos esenciales como lo son: tener en la mente el final de la historia, para que tenga sentido. El segundo elemento que se establezca la segunda articulación de drama, el tercero las relaciones de causa – efecto que surgen antes de eso se debe establecer el punto de no retorno. La última es identificar correctamente la primera articulación de drama y que este acompañado del punto de ataque. A continuación se explicara lo que es el plano y sus diferentes tipos.

- **Plano**

Según Corcuera (2010) la obra audiovisual tiene su unidad para expresar que es el plano, se basa en la sucesión y concatenación. Son diferentes los tipos

de planos en que se encuadra y cada tipo encuadre determina el centro de atención y posee unas determinadas para detallar una emoción. Complementan Lara y Piñeiro (s.f.) “La elección de un tipo de plano u otro tiene implicaciones en cuanto al grado de proximidad e intimidad que establece la cámara con respecto al sujeto y la cantidad de información que quiera dar sobre el mismo, primando el contexto” (p.7).

Los planos son referencias a la tomas de filmación de las cámaras, que son plasmadas en papel con una fotografía o se registra una acción o un dibujo. Es considerado como la unidad mínima del proyecto audiovisual. Existen diferentes tipos de planos como lo son:

- Plano de detalle (P.D.) es el que filma un acercamiento a un objeto, animal o persona, cuyo objetivo es que no pase de desapercibido en el público.
- Primer Plano (P.P.) se encuadra el rostro de los personajes y parte de los hombros. Existen dos tipos el primero es Primer plano corto y el segundo el Primer plano largo. En el primero solo se filma la cara y en el segundo es donde se amplía hasta los hombros.
- Plano medio (P.M.) enmarca al personaje desde la cintura para arriba, dando la oportunidad de ampliar la toma e identificar otros elementos. Es utilizado bastante en la televisión.
- Plano americano (P.A.) También conocido como plano 3/4, el plano empieza desde las rodillas hasta la cabeza del actor. El nombre surge por las viejas películas de vaqueros, donde encuadra el momento de la batalla de los pistoleros.

- Plano general (P.G.) es el encuadre donde el personaje aparece de cuerpo entero y se observa todo el fondo o el escenario que hay. Se puede utilizar para expresar un sentimiento o destacar una escena de combate.

Esta es la última técnica de la Pre producción y que da paso a la segunda etapa de un proyecto audiovisual que es la producción o rodaje, donde se empieza a trabajar con todo el equipo de trabajo, desde los productores, cámaras, sonidos, iluminación y actores.

c) Etapa de Producción

“Es la puesta en práctica de todas las ideas pensadas en la fase de preproducción. En esta etapa de la producción se incorporan el equipo de cámaras, los técnicos de sonido, el equipo de dirección artística y decoración, los iluminadores, etc” (Corcuera, 2010, p.3)

Según Bebe (1999) esta etapa se enfoca en los mayores esfuerzos, compromisos y riesgos de todo el equipo de trabajo, porque cada uno realiza de manera correcta su trabajo en la producción. Donde existirán traslados del personal, materiales y equipos técnicos, la organización es fundamental en esta etapa porque se manejarán los gastos como en el alimento del grupo, la gasolina, la vestimenta entre otros. La primera semana de trabajo se utiliza para analizar y observar el funcionamiento de todas las áreas en la etapa producción.

Es necesario llevar un control sobre los gastos que se están realizando tener un control sobre las planillas, papeles, facturas de la producción. El director tiene que trabajar directamente con el jefe de producción, para que los planes previstos sigan su paso. Si existe un problema es necesario solucionar con la mayor rapidez y eficacia para continuar el rodaje. Es esencial tener un ambiente agradable para que se todo un éxito la filmación. Esta es la etapa del video donde

se filma y se trabaja de manera minuciosa con todo el equipo de trabajo, la última etapa es la postproducción donde se revisa todo lo que se grabó.

d) Etapa de Post Producción

Según Corcuera (2010) en la post producción es la fase donde se trabaja con el material grabado, donde pasaran por los procesos de la edición y el montaje del proyecto. Aquí es donde se obtiene el producto final, después de que pasara por el master de grabación y para terminar en la distribución. Es esencial que existan plazos de la postproducción de la imagen, controlar la sala de edición y sonorización, como otros trabajos como el de los efectos o doblaje.

En este espacio se necesitan de tres personas específicamente que es el producto, el directo y el editor, quienes van a decidir que tomas sirve y cuáles no. En donde el editor, hará el trabajo de seleccionar, cortar y adjuntar las escenas que el directo acepto como producto final. Con el audio será el encargado de trabajar con las diferentes pistas de audio para final hacer la mezcla. En este proceso hay tres técnicas fundamentales que son: la edición, el montaje y la sonorización para completar el trabajo audiovisual.

- **Edición**

Según Burrows, Gross, Foust y Wood (2003) es el proceso de combinar elementos de video y de sonidos de las diferentes fuentes en un sentido coherente. A través de la edición se combinan los videos y se crea en uno, para desechar o incluir material que no sean útiles.

Es un proceso en el cual se utiliza mucho tiempo para seleccionar material que combine varias fuentes, el editor pasara bastante tiempo en esta fase para crear un producto audiovisual terminado, que puede durar solo unos minutos. También incluye una planificación, las consideraciones estéticas y las diferentes

técnicas que se estará utilizando. En la mayoría de los casos se incluye audio que puede ser música o el diálogo de personajes, pero también existen ediciones donde no se usa el audio y únicamente se utilizan medios visuales. La principal herramienta de la edición es una computadora donde se le puede agregar diversos efectos, transiciones, filtros, textos, la edición del sonido o del color. Hay varios estilos de edición tanto como los caseros, vidding o las diferentes ramas de la cinematografía. La otra parte esencial de la post producción es la sonorización. La edición va acompañada del montaje de planos y de los diferentes cuadros.

- **Montaje**

Para Delgadillo (2011) “Técnicamente es el proceso por el cual se unen los distintos planos para formar una continuidad de escenas dotada de cierta duración. Pero también es un proceso creativo, gracias al cual el temperamento de un artista se expresa, a través de la sucesión deliberada de escenas, del ritmo que determinan los planos y de la cadencia con que suceden las imágenes” (p. 70).

Según Pinel (2004) el montaje es la reunión de diversos fragmentos que puede ser dispares o de una serie de cuadros con algo común. Es una operación de síntesis realizada al terminar de filmar, se ordenan las imágenes y el sonido que están materializados.

Es el proceso para el ordenamiento de los planos y secuencias del proyecto audiovisual, con el objetivo que el público observe el deseo del director. Si el orden de los planos es afectado o cambiado se podrá apreciar otro mensaje. Tal vez no sea la técnica más importante en la filmación pero aporta a la organización de la misma, con los planos y la secuencia que tendrá seguir en la estructuración narrativa. Y la última importante de la post producción es la edición de audio o la sonorización.

- **Sonorización**

“La construcción de la sonora de una película cinematográfica o de un programa es una de las facetas más creativas del proceso de realización audiovisual. A su concurso contribuye la existencia de una cuidadosa planificación y el mantenimiento de un síntoma entre el trabajo de toma de sonido y posterior, llevado a cabo en la fase de postproducción o final del programa” (Martínez, 2010, P. 87).

La sonorización en el mundo de los audiovisuales, es el proceso donde se graba un sonido y se completa con una imagen que puede tener sonido o no. No es lo mismo que realizar un doblaje. En este proceso también se le puede agregar efectos sonoros. Se puede considerar como el soundtrack de cualquier proyecto audiovisual, que se mezcla con el ambiente sonoro, también se le puede modificar el sonido tanto bajarle los graves o los agudos en la mejora de la calidad sonora.

La producción audiovisual es una herramienta útil para cualquier institución o personaje público, pero estas tiene que estar acompañada por alguna técnica o método de comunicación mercantil. A continuación se explicarán algunas herramientas o técnicas que son utilizadas como un canal de comunicación, en la difusión del mensaje en diferentes plataformas como son la escrita, sonora y visual. En la cual se puede utilizar de manera gratuita o pagada.

1.2.4 Internet

“La red Internet surge a partir de una necesidad de expandir los recursos de conectividad de redes a nivel mundial. Parte incluso de la idea de brindar conectividad a personas en sus hogares para que acceda a todo tipo de recursos y servicios. Rompe con el concepto y la realidad existente en la década de los 70 y principios de los 80 del siglo 20 en el que la conectividad global y nacional es un privilegio exclusivo de las grandes empresas e instituciones” (Villa, 2012, p. 13).

Según López (2007) es la mayor red de redes en el mundo, donde conecta a millones de usuarios entre sí para intercambiar información y ofrecer múltiples servicios. Se realiza por la cooperación de las redes que tiene su propio enlace. Es un sistema de comunicación homogénea, que utiliza diversos equipamientos y tecnología, para crear una infraestructura unificada de redes interconectadas, todo el proceso de transmisión y funcionamiento es transparente.

El internet es una gran herramienta comunicacional que presenta diversos servicios a los usuarios en distintos lados del planeta para contactarse como son los chat o por vía correo electrónico. Todo esto está conectado con los ordenadores que se convierten en servidores. Internet es un espacio donde se puede encontrar todos los medios como radio, televisión, todo lo escrito y más, se convierte en una gran fuente de información. Es un gran universo donde se encuentra todo lo que se desee y con el tiempo se convirtió en el único canal para expresar libremente. Internet es un medio fundamental para realizar un mercadeo social, aprovechando las aplicaciones que nos ofrece, de un modo sin tanto costo como en otros casos. Diversas instituciones como organizaciones utilizan el internet como medio de difusión de un mensaje en diferentes plataformas dirigido para un grupo objetivo.

1.2.5 Mercadeo Social

“El Marketing Social parece reflejar la condición actual del marketing, que más que nunca hace posible llevar a las empresas a niveles de relación más concretos y duraderos con su público interno y externo y con la sociedad en general. En este sentido, la confianza que la sociedad deposita en relación con cada empresa a través del marketing social hasta puede llevar a que sea comprendido como un tipo de herramienta con potencial para promover transformaciones sociales significativas” (Giuliani, Monteiro, Zambon, Betanho y Lima, 2012, p.13).

Según Pérez (2004) el marketing social implica el cambio de actitudes, de creencias y del comportamiento entre los individuos o de la organización que está recibiendo los beneficios de la sociedad con el objetivo de alcanzar una transformación social.

El marketing social es un proceso que contiene diversas técnicas como son la investigación, análisis, planificación, control, ejecución, diseño y la evaluación de programas. Con el único fin de promover un cambio que sea positivo en lo social que es dirigido para un individuo o a las masas. Donde se implementa el control de programas con la realización de un producto para la incitación de aceptar las ideas sociales, mediante varios factores como la planeación, comunicación y la distribución. Cada vez que los clientes consumen un producto, se está creando una conciencia y se mejora la calidad de vida en las comunidades a través del comportamiento humano.

1.2.6 Marketing

Para Kotler y Armstrong (2007) el marketing es un proceso social y administrativo donde las personas y los diferentes grupos objetivos adquieren sus necesidades y lo que desean, así consiguen los productos, bienes, servicios y valores para intercambiar con terceros. Es un proceso que contiene diversas herramientas y estrategias para conseguir los objetivos que la empresa tiene en mente. Donde tiene como fin alcanzar crear una buena fuerte relación con el consumidor que con lleva a los beneficios. Así De Juan (2012) agrega que los últimos años en el Marketing es entendido desde el punto de vista que al consumidor se tiene que satisfacer sus necesidades y que contiene una diversidad de instrumentos para lograr el fin.

Es considerado como un estudio de procedimientos y recursos, que se basa en los principios y técnicas para el aumento del comercio de un producto y así el

crecimiento de la demanda en sus grupos objetivos. Según Monteferrer (2013) “el marketing se mantiene como el marketing no es de aplicación para las pequeñas empresas. Sin embargo, el marketing resulta fundamental para todo tipo de organización, cualquiera que sea su tamaño, su enfoque de negocio (desde los mercados de bienes de consumo a los mercados de bienes industriales, el sector servicios e, incluso, el ámbito no lucrativo) y su contexto nacional” (p. 16).

Explica que el marketing es esencial para cualquier empresa sin importar el tamaño si es grande o pequeña, lo trascendental es darle un enfoque en los mercados en un mundo globalizado que necesita estar rompiendo barreras tanto en el contexto nacional como en el internacional y busca estrategias para que el producto siga expandiéndose de una manera positiva. Lo esencial es encontrar una satisfacción de ambas partes tanto del lado de la empresa como en la del consumidor que adquiere el servicio o producto. La publicidad es un medio de comunicación para difundir un producto o servicio, en la cual se quiere dar a conocer o se quiere relanzar.

1.2.7 Relaciones Públicas

“Las Relaciones Públicas van siendo una ciencia, arte y técnica que, a través de un sistema estratégico y táctico de acciones de comunicación institucional integradora, tienen como objetivo crear, mantener o modificar la imagen de entes públicos o privados, buscando conseguir una opinión favorable en los diferentes grupos de interés con los que las organizaciones interactúan”. (Avilia,1999, p.7.)

Según Castillo (2010) las relaciones públicas es una disciplina necesaria y esencial en cualquier seno de las organizaciones sin importar el tipo o estilo de la misma, para que colabore y asista en la gestión de las estrategias de comunicación. Se profundizan en dos importantes perspectivas en el momento de realizar su labor correctamente: la primera es en la investigación práctica sobre la

actividad profesional y la segunda es en la investigación básica donde se realiza las teorías. Este es el punto de partida en las tipologías investigadoras para perfeccionar y profundizar tanto las técnicas como las teorías en las relaciones públicas.

Las relaciones publicas tanto las internas como las externas son esenciales para que exista un buen ambiente de trabajo. Es una herramienta que todas las empresas deberían existir para que las actividades de comunicación tengan un flujo claro y directo de la información en lo que está realizando la organización. Es un canal de comunicacional entre las empresas con clientes y con la empresa con los trabajadores, que utiliza diferentes técnicas, herramientas y estrategias para lograr el objetivo.

De acuerdo con lo anterior se concluye que las estrategias comunicacionales de manera coordinada, con los años han tomado más fuerza e importancia en las organizaciones. Donde tiene como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, para escuchar, informar y persuadir cuyo objetivo es lograr una fidelidad hacia la empresa, que participe en los consenso y que este enterado de las acciones. Las diversas técnicas de comunicación y promoción como es el marketing, mercadeo social, publicidad, relaciones públicas y con la utilización del internet son esenciales para que una empresa u organización crezca y siga expandiéndose con otros públicos.

Una herramienta que es fundamental para la comunicación de una empresa es el patrocinio hacia una organización, institución, persona u otro. En el cual se busca de una empresa o de una persona que esté interesado en la organización o institución, que conlleva un proceso de diálogo y negociación entre las dos partes interesadas.

1.2.8 Patrocinio

“Definimos al patrocinio como una técnica de comunicación de la empresa patrocinadora que se basa en la generación de un mensaje comercial indirecto a través de la relación entre el nombre de la empresa o marca del producto con un equipamiento, evento, artista o una organización a quien apoya financieramente y que resulta de interés para un público objetivo común y/o conjunto de valores comunes. Recordemos que el patrocinio es para nosotros un recurso financiero pero para el patrocinador forma parte de su estrategia de comunicación. Escuchar a la empresa y sus necesidades comunicativas es vital para llegar a buen puerto en esta materia”. (Gómez, 2011, p.27).

Explica Palencia (2007) si se tiene el mismo objetivo que la publicidad, la promoción y las relaciones públicas, el patrocinio es una técnica claramente para la comunicación. Los resultados son claramente muy eficaces, pero siempre cuando responda a las necesidades determinadas y que se utilicen de manera útil en las estrategias de conjunto. Es una herramienta de comunicación flexible, en las diversas funciones para conseguir los objetivos promocionales o publicitarios de las empresas. Observan en esta sociedad una oportunidad para conseguir nuevos clientes para expandir su producto. Con el público concreto se encuentran espacios para la comunicación y donde tiene como objetivo principal dar a conocer un producto, servicio o empresa para dicho público, en el cual va generar un pensamiento permanente de la empresa. El patrocinio es una estrategia de comunicación que rompe barreras en un sentido más amplio y no está solamente ligado con la publicidad.

El patrocinio es una herramienta comunicacional y de negocio, que tiene como fin alcanzar un acuerdo en el cual ayude a las dos partes involucradas tanto al patrocinador como al patrocinado. El segundo recibirá el apoyo y al patrocinador empezara a darse a conocer a un nuevo público que no estaba como objetivo o concreto. Cada parte tiene que saber lo que se quiere y explicarle a la otra parte

las necesidades que se tiene. La idea principal del patrocinio es mantener en el consumidor el producto lo más que se pueda en la mente. El patrocinio para una institución o para un evento puede convocar a las personas a participar en los voluntariados.

1.2.9 Voluntariado

Alianza Mundial para la Participación Ciudadana [CIVICUS] (2008) mencionó que el voluntariado anima y genera el cambio social, no solamente influyendo sobre los diversos procesos políticos como en la conclusión de la agenda pública o en la elaboración de procesos políticas, en la estructura de decisiones o la representación, sino también porque puede incluir, crear y transformar las relaciones entre distintas divisiones dentro de una sociedad. El voluntariado es capaz de generar procesos de transformación en los cuales las personas adquieren y transforman las creencias, perspectivas o conductas cotidianas al momento de ampliar su conocimiento y conciencia en el cual se viene estructurando en una opinión llena de conocimientos y seguridad para una situación

Según la federación Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja [IFRC] (2011) el servicio voluntario es un elemento importante para la consolidación de una comunidad, en la cual se alienta y se fomenta los valores en las personas para que se conviertan en unos ciudadanos responsables, para mejorar el entorno donde viven a través de la participación y contribución para mejorar la situación. Uno de los principales pilares es la solidaridad social, que trae como resultados la mejora de calidad de vida y aumenta la capital en la sociedad. También se puede convertir en un proceso de integración social y de inclusión.

El voluntariado es una de las principales fuente de crecimiento para las organizaciones no gubernamentales que necesitan de personal para difundir y

ampliar el mensaje a otros grupos de personas, donde también se realizan diferentes actividades para cumplir los objetivos. A continuación se explicara sobre las Organizaciones no gubernamentales (ONG).

1.2.10 ONG

Según Brinder- Avilés (2012) “Son entidades independientes tanto del gobierno como del sector empresarial. Su mandato consiste en promover el interés público y servir al bien público en lugar de obtener un beneficio o promover los intereses de un pequeño grupo de individuos. Por último, su independencia del gobierno, los partidos políticos y las instituciones religiosas les permite crear una visión compartida para la comunidad. Las ONG movilizan voluntarios y otros recursos para lograr su visión” (p.3).

Son organizaciones privadas con identidad jurídica, con fines y objetivos humanitarios, sociales que realizan acciones de beneficencia, promoción de la protección de los derechos humanos. El financiamiento de dichas organizaciones proviene de fondos privados, donaciones o recursos públicos que se han conseguido a través de actividades, estudios, proyectos. Que busca como resultado el desarrollo económico, social, cultural y ambiental de las diferentes organizaciones. “El llamado Tercer Sector se ha visto enriquecido, tanto a nivel organizativo nacional e internacional, incrementando su número y los recursos canalizados desde fuentes privadas y públicas” (Peris, 2000, p.2)

El trabajo que realizan las diferentes ONG, no delegan las acciones del Estado ni de las Organizaciones Internacionales, sino tiene el fin de alcanzar la cobertura estatal o las insatisfacciones que existen la sociedad, para ayudar a este grupo de personas. Una Organización no gubernamental involucra a los ciudadanos para que se convierta en voluntarios, tiene su propio patrimonio con los recursos de instituciones nacionales o internacional. I Peris agrega (2000) “Se confía en las ONG por su rapidez en movilizar recursos y llegar a los sectores más

necesitados de la población. Otro factor a destacar es el alto índice de motivación del personal que trabaja en estas organizaciones” (p.2). A continuación se dará a conocer sobre las características y funciones de la Organización Niños de Guatemala.

1.2.11 Niños de Guatemala

Niños de Guatemala (NDG) es una Organización No Lucrativa (ONG) que se fundó en el 2006 con el objetivo de contribuir en la creación de un mejor futuro para los habitantes de Guatemala a través de diversos proyectos comunitarios. En los programas que realizan estimulan a la comunidad local para involucrarse en las actividades. Con su lema “Tu talento, su futuro” es el punto de partida para dar educación a los más necesitados. La organización se caracteriza por el trabajo profesional con los niños y familias de las comunidades aledañas de Antigua, Sacatepéquez. A continuación la misión y los principios que conforman la Organización:

a) Misión:

Contribuir a formar un mejor futuro para los habitantes de Guatemala, desarrollando proyectos comunitarios con la base principal que es la educación.

b) Principios:

- Auto-suficiencia: los proyectos que se desarrollan en la organización deben ser capaces de organizar, fijar y alcanzar las metas y obtener una estabilidad financiera con el fin de centrarse en los objetivos finales.
- Comunidad Local: es indispensable involucrar a la comunidad para alcanzar los proyectos, con el objetivo de que tenga una incidencia significativa y que funcione con las necesidades de la sociedad.

- **Mejor Futuro por Medio de la Educación:** es la fase donde se enseña a los alumnos a ser mejores personas, fomenta los valores y se crea el espacio para la creatividad con talleres artísticos y actividades prácticas.

La organización Niños de Guatemala está conformada por dos establecimientos educativos: La escuela primaria Nuestro Futuro que se encuentra en la Ciudad Vieja, Sacatepéquez. La construcción del primer nivel se realizó en el año 2008 y se inauguró en el 2009, mientras el segundo nivel se trabajó en el 2009 y en el 2010 fue su inauguración. Este establecimiento tiene tres grados: párvulos, preparatoria y primer primaria.

La segunda escuela es El Porvenir, que se encuentra en San Lorenzo el Cubo, inaugurada en el 2012. Este establecimiento contiene cinco grados: párvulos, preparatoria y los grados de primero, segundo y tercero. Cada año se aumenta un grado, al llegar al 2017 se tendrá la primera promoción. Por el momento se está construyendo la segunda etapa de la escuela. (Organización Niños de Guatemala, 2006)

c) NDG en Holanda

Es la fundación holandesa sin fines de lucro que apoya a Niños de Guatemala. Su principal objetivo es apoyar en la creación de un mejor futuro para los habitantes de Guatemala. Esta fundación se encarga en recaudar fondos, busca en sensibilizar a la sociedad sobre el desarrollo y educación. Tiene tres programas para obtener recursos y fondos como son: el programa de amigos, que son donaciones periódicas. El segundo es el Programa Padrino en el cual apadrinar a los niños y niñas de las escuelas. Y el último es el programa maestro que aporta el salario de un maestro.

Los temas tratados dentro del marco teórico son los elementos que se dan a conocer para la realización del trabajo de investigación. Se investigó sobre la importancia de tener una buena comunicación y la utilización de varias técnicas como medios para que las empresas, instituciones y Organizaciones No Gubernamentales (ONG) puedan transmitir un mensaje o un producto. Por esa razón se realiza un vídeo institucional, que cumple las tres etapas de producción audiovisual y se plasmen los conceptos de comunicación. El video será acerca de las funciones y actividades que realiza la Organización Niños de Guatemala (NDG). En el cual explica su misión, los objetivos, las áreas que trabajan, el voluntariado e invita a las personas a participar, para contribuir en el trabajo que se realiza en los centros educativos y en favor de la niñez guatemalteca.

II. Planteamiento del Problema

En Guatemala existen aún deficiencias en el sistema educativo, como comenta la UNICEF (2009) en su página web “A pesar de los rezagos en Guatemala en materia de educación, es uno de los países que menos invierte en esta importante área. El gasto en educación como porcentaje de Producto Interno Bruto (PIB), de Guatemala es de aproximadamente 2.4%, en comparación al 4.4% del promedio en América Latina”. Se observa que los gobiernos cada vez más pierden el interés en la educación y da como resultado la falta de oportunidades para las personas de bajos recursos con el estudio de sus hijos. Con el tiempo surgieron diversas instituciones que permite a las personas más necesitadas recibir una educación de calidad. Existe en Guatemala Organizaciones No Gubernamentales (ONG) que se preocupan por la educación de los niños y buscan apadrinar a aquellos que se encuentran en situaciones desfavorables, una de ella es Niños de Guatemala. La organización se basa en tres factores fundamentales para trabajar con los niños más necesitados del país, esas son: mejor futuro por medio de la educación, la comunidad local y la auto- suficiencia. El problema es que a veces necesita el apoyo de donaciones y las personas no están enteradas sobre el trabajo que realizan. La organización tiene la posibilidad de contar con voluntarios, apadrinar niños o la donación de dinero.

La Organización ha trabajado con los niños de bajos recursos en la región de Guatemala desde el año 2006, fundada con el objetivo de buscar un mejor futuro en los habitantes de la región. La organización Niños de Guatemala (2006) señala “Nuestra misión es contribuir a forjar un mejor futuro para Guatemala y sus habitantes, iniciando y desarrollando pequeños proyectos comunitarios allí donde sean necesarios, mediante la educación. Es parte muy importante de nuestra misión que la comunidad pueda involucrarse y formar parte de los proyecto”.

La Organización Niños de Guatemala involucra a la comunidad local con las actividades de la institución y da como resultado un buen desempeño en los

programas educativos. Siempre con trabajo profesional, transparencia, la relación con las familias y los alumnos para quienes trabajan. Es fundamental que las personas se enteren y quieran seguir apoyando esta organización que a pesar de ser joven, con el tiempo han creado dos establecimientos educativos que son: La escuela “Nuestro Futuro” y La escuela “El Porvenir”. Tiene un vínculo con la Organización Niños de Guatemala Holanda (NDG NL) que se encarga de recaudar fondos.

De acuerdo a lo anterior, se plantea la siguiente pregunta de investigación ¿Qué elementos deben considerarse para elaborar un vídeo institucional sobre la organización Niños de Guatemala como apoyo en la búsqueda de patrocinio y voluntariado?

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo General

- Elaborar un vídeo institucional para la ONG Niños de Guatemala, como apoyo en la búsqueda de patrocinio y voluntariado.

2.1.3 Objetivo Específicos

- Mostrar cuales son las diferentes actividades y acciones que realiza la Organización Niños de Guatemala.
- Identificar los mensajes que se desean reforzar para promover el apoyo y patrocinio a la institución.
- Establecer que elementos motivan al voluntariado y al patrocinio que actualmente beneficia a la organización.
- Identificar los grupos objetivos a los que se desea transmitir el vídeo.
- Establecer los elementos de contenido y técnicos para desarrollar el vídeo.

2.2 Público al que va dirigido

Con la sociedad general y sociedad internacional entre las edades de 20 a 50 años, tanto particulares como profesionales, que esté interesada en el voluntariado. Instituciones, empresas o personas con posibilidades económicas que puedan convertirse en patrocinio.

Padres de familia de bajos recursos que tiene inscritos a sus hijos en las instalaciones educativas de la Organización Niños de Guatemala, ubicada en el área rural de Antigua Guatemala, Sacatepéquez. Dichos padres trabajan en el caso de las mujeres como empleadoras domésticas y en el caso de los hombres en la siembra y corte de café.

2.3 Medios a utilizar

Un vídeo institucional con una duración de 10 a 15 minutos el cual se difundirá por medio del internet, en las principales páginas como son Youtube, Vimeo, en las redes sociales y página oficial de la Organización Niños de Guatemala.

2.4 Elementos de Contenido

- **Organización No Gubernamental.** Para Pineda citado en Pérez, Arango & Sepulveda (2011) el nombre de ONG proviene en principio de organismos multilaterales tales como: el Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo –PNUD-, el Banco Mundial –BM-, el Fondo Monetario Internacional - FMI-, que son instituciones que operan con el aporte de sus integrantes, normalmente con objetivos relacionados con la promoción de programas de desarrollo, quienes tomaron el término, especialmente de Gran Bretaña, con el fin de describir aquellas organizaciones socias en países que tienen diferentes trayectorias de desarrollo.

Son grupos autónomos e independientes del Estado y de los partidos políticos, que se organizan para influir en las decisiones políticas, económicas y sociales de un gobierno, lo que demarca la ONG como un organismo que cumple una función política. (Coss & Zúñiga citado por Pérez, Arango & Sepulveda 2011).

- **Video Institucional.** Para García (2011) al realizarlo para una empresa, institución, corporación y cualquier organización dedicada a la producción, prestación de servicios, apoyo o ayuda, cuyos fines se consideren lucrativos o no. Los propósitos con que éstos son impulsados pueden ser múltiples aunque, en general, se utilizan como una herramienta de marketing, permitiendo proyectar la imagen institucional hacia espacios donde sus actividades son desconocidas o poco difundidas y sectores evaluados como atractivos para determinados fines.

Se trata de un vehículo excepcional para mostrar y comunicar la verdadera realidad en la que se vive en los países en desarrollo, a la vez que es capaz de generar conciencia, gracias a unas ilimitadas posibilidades comunicativas. (Camarero, 2008).

- **Patrocinio.** Para Palencia (2007) es una técnica exclusivamente de comunicación, que resulta muy eficaz siempre y cuando responda a las necesidades específicas y se integre de manera armoniosa en una estrategia de conjunto. En este sentido, es una herramienta extremadamente flexible, modulable en función de los objetivos propagandísticos de la empresa, que ven la sociedad del ocio como una oportunidad y un espacio de comunicación con unos públicos concretos.

El apoyo o la contribución económica a una actividad, fundamentalmente deportiva —aunque puede ser de otro tipo— que se sirve de técnicas de

publicidad para hacer eco de la denominación o el nombre del producto o servicio de la empresa patrocinadora. (Parés, citado por Palencia, 2007).

2.5 Alcances y límites

Por medio del video institucional se centrará el trabajo que realiza la Organización Niños de Guatemala en el área de Antigua Guatemala, y su atención a niños de bajos recursos. Se mostrará el trabajo que realizan en los establecimientos educativos con el fin que los alumnos sean auto-suficientes, la unión de la comunidad local y que la educación sea un mejor futuro. Se apoyara en entrevistas al personal que colabora para la institución, padres de familia y turistas que vienen a conocer las instalaciones y actividades de la organización.

En el video se abordarán temáticas como: los procesos educativos, la unificación de la sociedad y las necesidades que existen en la organización. El vídeo se limita especialmente para la Organización Niños de Guatemala, es decir que se proyectará únicamente la realidad que vive los niños y las familias en esta organización en la Antigua Guatemala.

2.6 Aporte

El presente vídeo sobre la Organización Niños de Guatemala con atención en los niños de bajos recursos de la región de Antigua de Guatemala, Sacatepéquez se desarrollará con el objetivo de que la organización cuente con una herramienta comunicacional y así conseguir más apoyo, tanto del público nacional como internacional, dando a conocer la educación que reciben los niños y la ayuda adicional que reciben a través de la organización.

Se realizará con el propósito de concientizar y de difundir en la población sobre las ventajas, lo auténtico y los beneficios de los objetivos de la organización. Así el vídeo exhibe por qué la Organización Niños de Guatemala es una Ente No

Gubernamental (ONG) que ayuda a los niños con bajos recursos a través de las diferentes actividades educativas, deportivas y de arte. Que involucra a los padres de familia al desarrollo de la comunidad.

El vídeo aspira a persuadir e incluir a la población nacional e internacional que apoye a la organización tanto con donaciones, apadrinamientos y con voluntariados, con el propósito de que estos niños sigan soñando con un buen desarrollo educativo en las diferentes ramas y crear un mejor futuro para ellos como para sus familias.

Este vídeo puede ser un aporte para otras instituciones u organizaciones no gubernamentales educativas que pueden tomarlo como ejemplo para utilizarlo como una herramienta para darse a conocer, recaudar fondos, incrementar el apoyo y seguir a ayudando a la población más necesitada.

III. Método

El presente estudio se desarrollará mediante una investigación de tipo descriptiva y cualitativa que se elaborará por medio de un vídeo institucional dirigido a la Organización Niños de Guatemala. Se recopilará información a través de entrevista a los principales actores: padres de familia, voluntarios, personal de los establecimientos educativos: Nuestro Futuro y El Porvenir y de la organización Niños de Guatemala. Según Flick (2012) la investigación cualitativa es un proceso constante de proliferación con la aparición de nuevos enfoques y métodos. Cada vez más son las disciplinas que la adopta como el centro de sus actividades. Con el tiempo se ha establecido en las ciencias sociales, tiene a su disponibilidad diversos métodos específicos para alcanzar los diferentes objetivos. Lo complementa Sandoval (2002) indicando que “son las ópticas que se han desarrollado para concebir y mirar las distintas realidades que componen el orden de lo humano, así como también comprender la lógica de los caminos, que se han construido para producir, intencionada y metódicamente conocimiento sobre ellas” (p.27).

Ruiz (2012) señala que una investigación descriptiva, contiene características interesantes y apropiadas al momento que se aborda un tema que no es muy conocido y tampoco estudiado, que conlleva descubrir y orientarse basado en una descripción general del fenómeno a estudiar. Se complementa con Tamayo (1999) quien indica que “Se propone este tipo de investigación para describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Este tipo de estudio busca únicamente describir situaciones o acontecimientos; básicamente no está interesado en comprobar explicaciones, ni en probar determinadas hipótesis, ni en hacer predicciones. Con mucha frecuencia las descripciones se hacen por encuestas (estudios por encuestas), aunque éstas también pueden servir para probar hipótesis específicas y poner a prueba explicaciones” (p.44).

Dicha investigación se realizará por medio de un video, de acuerdo con Rincón (2002) el vídeo revoluciona el tratamiento de las imágenes, se le considera como una manifestación de la televisión, que asimila todos los géneros y crea uno. Ha significado la reinvención de la libertad en la creación de lo audiovisual utilizando la herramienta de la cámara para transmitir una visión propia. El vídeo no es un arte pero es un medio que puede ser utilizado para crear un producto artístico, que da como resultado ser la producción cultural de lo actual.

3.1 Sujetos o fuentes de información

3.1.1. Sujetos

Los sujetos que se tomarán en cuenta para la presente investigación se presentan a continuación.

Los sujetos de esta investigación estarán formados por seis (6) personas, hombres y mujeres, distribuidos de la siguiente forma: tres personas serán padres de familia de niños que estudian en la escuela El porvenir y Nuestro Futuro. Son padres de familias que han tenido a sus hijos por más de dos años en las escuelas y tienen más de un hijo estudiando en los establecimientos educativos. Los otros dos serán voluntarios extranjeros, que hablen en español y que lleven más de un mes como voluntario. Una coordinadora académica que trabaje en la escuela Nuestro futuro, que lleve en el puesto más de seis meses. Es indispensable que estén involucradas en la Organización Niños de Guatemala entre las edades de 20 a 40 años de edad que residen en la Antigua, Sacatepéquez. Los sujetos seleccionados a la investigación están relacionados de manera directa y otorgan información de los diferentes puntos de vista sobre la Organización Niños de Guatemala. Los sujetos A están conformados por los padres de familia, los sujetos B por los voluntarios y el sujeto C por la coordinadora académica.

Características de los sujetos:

Sujeto	Edad	Género	Actividad	Origen
A	39	Mujer	Madre de familia	Nacional
A	33	Hombre	Padre de familia	Nacional
A	40	Mujer	Madre de familia	Nacional
B	23	Hombre	Voluntariado	Extranjera
B	23	Mujer	Voluntariado	Extranjera
C	26	Mujer	Coordinadora académica	Nacional

3.1.2 Fuentes de información:

A continuación se contará con un grupo de expertos quienes serán las fuentes de información en la investigación. Entre ellos se encuentran profesionales en las diversas ramas de las ciencias sociales, maestros, directoras de los dos establecimientos educativos, licenciadas en trabajo social, licenciado en administración de empresas y licenciadas en pedagogía. Cada uno aportará su punto de vista sobre la situación educativa en los niños y el apoyo económico para las organizaciones no gubernamentales (ONG).

- a) Licenciada Maribel Duarte: Directora del establecimiento educativo Nuestro Futuro, es de San Juan del Obispo, cerca de la Antigua y de Ciudad Vieja. Es licenciada en Trabajo Social y ha trabajado con otras ONGs dirigiendo programas educativos.
- b) Sandra Flores: Directora del establecimiento educativo El Porvenir, ubicada en San Lorenzo el Cubo. Trabajan con los grados: párvulos, preparatoria, y los

grados primero, segundo y tercero. Es Licenciada en Pedagogía administrativa y trabajó como maestra de primaria y básicos.

- c) Carmen Paniagua: Presidenta y vocal de la Organización Niños de Guatemala, ubicada en la Antigua Guatemala, Sacatepéquez. Desde el año 2006 ha estado trabajando con la organización. Es Licenciada en Pedagogía y Administración de la Universidad San Carlos de Guatemala y trabajó como maestra de idioma español en primaria y básicos.
- d) Gustavo Ernesto Reyes Morales: es Asistente Administrativo Financiero del Instituto de Estudios Humanísticos en la Universidad Rafael Landívar (campus central). Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Rafael Landívar. Posee un diplomado de Asociación de Gerentes de Guatemala en Servicio al Cliente, otro sobre como obtener un impacto en ventas y Marketing Empresarial. Se eligió como fuente debido a su conocimiento en el campo de la administración y consultoría de los proyectos educativos, de las contrataciones laborales y de la logística de eventos, así como la administración económica en las diferentes áreas y la importancia de los patrocinios.

3.2 Técnicas e instrumento

Para realizar esta investigación se utilizará las entrevistas de tipo semiestructurada y estructurada como instrumento, por medio de ellas se obtendrá información de la organización Niños de Guatemala, sobre las diferentes actividades que realizan y la metodología de trabajo. Ambos instrumentos se utilizaran en las fuentes de información y sujetos.

Según Romeo y Domenech (2009) la entrevista es una actividad de comunicación oral en la cual se establece entre dos o más personas (el entrevistado y entrevistador) con el fin de obtener información, opinión o conocer sobre alguien. Estas entrevistas serán de opinión, según García y Gutiérrez

(2012) lo central en este tipo de entrevistas es informar cuál es la opinión del entrevistado sobre el tema tratado. Predomina la experticia, la trayectoria del personaje en el área o tema de consulta. Para la presente investigación se utilizará dos tipos de entrevistas que respaldaran los resultados del estudio, los cuales a continuación se detallara:

3.2.1 Entrevista estructurada dirigida a Padres de familia, maestros y voluntarios

Se utilizará como instrumento una entrevista estructurada para definir los aspectos más importantes de la organización Niños de Guatemala y así poder desarrollar el vídeo institucional. Con el objetivo principal de la búsqueda de aumento del voluntariado, de patrocinadores y el apoyo tanto de la comunidad nacional como internacional.

De acuerdo con Ruiz (2007) la entrevista estructurada se refiere a la situación que el entrevistador pregunta a cada entrevistado, es decir, una serie de preguntas que ha sido establecida con una serie limitada de categorías de respuesta, de una manera rígida. Las preguntas suelen ser cerradas, proporcionando a las personas alternativas de respuesta acompañado de ordenar y expresar sobre el grado de acuerdo o desacuerdo. Se puede clasificar como un cuestionario administrativo de manera oral.

La entrevista estructurada estará formada por 10 preguntas y se aplicará de manera individual a padres de familia, maestros y voluntarios, con el objeto de obtener información sobre la relación de las actividades de la Organización Niños de Guatemala. Asimismo es importante para este estudio contar con una visión de las metodologías que utilizan para dar a conocer las actividades y objetivos con el fin de validar los resultados de la investigación, las necesidades y la experiencia que se ha vivido en la organización. (Ver anexos 5, 6, 7)

3.2.2 Entrevista semi-estructurada a profesionales

Según Corbetta (2007) el entrevistador tiene un guión, que recoge los temas que se trabajaran. Se pueden distinguir tres motivos que el entrevistador utiliza en este tipo de entrevista, la primera es la singularidad extrema de las situaciones, complejidad de dimensiones, cultura del entrevistado. Aunque él puede decidir el orden de las preguntas también puede formular las conversaciones en la forma que desee, plantear preguntas oportunas y realizarlo de la manera conveniente. Le puede pedir al entrevistado que aclare algo que sea confuso o lo puede profundizar.

Las entrevistas se aplicarán a profesionales en el tema de educación, administración de empresas y a las directoras de los establecimientos El Porvenir y Nuestro Futuro. Se consultara a los expertos en trabajo social, pedagogía, psicología, administración en empresas y administración educativa. Las entrevistas se realizaran de forma personal y cada una tendrá 10 preguntas, que podrá variar dependiendo del desarrollo de la misma con el fin de profundizar en los temas. Con la posibilidad de formular otras preguntas, para indagar sobre determinados aspectos y conocer más sobre el tema de interés. (Ver anexos 1,2, 3, 4)

Las entrevistas buscarán obtener información importante que valide y confirmen los resultados obtenidos en la búsqueda de patrocinio y del voluntariado. Tiene como objetivo validar la importancia de un video institucional que contendrá el proceso de las actividades que se realizan. También se dará a conocer sobre los diferentes puntos de vista de los profesionales con el fin de fortalecer la investigación.

3.2.3 Guión literal

Según Benítez, Rodríguez y Utray (2013) el guion es la forma escrita del proyecto audiovisual y describe los contenidos y los elementos necesarios para la

ejecución del mismo. El guión de dos columnas es un documento que sirve para establecer un acercamiento a lo que se proyectará. Se separa en dos columnas que describen lo que se ve y lo que se oye. Las columnas representan las primeras aproximaciones, los planos y los detalles. El orden representa la organización que tendrá el proyecto audiovisual.

El guión se utilizará para definir los detalles, los planos y el orden que se estará proyectando. Tiene como objetivo la organización de la producción y el orden de la imagen con el sonido. La presentación de los entrevistados y la utilización de las tomas de relleno para dar a conocer las instalaciones de los centros educativos, la importancia del voluntariado y del patrocinio.

3.3 perfil del proyecto

Tipo de Proyecto	Vídeo Institucional
Formato a utilizar	High Definition MPEG 1920 x 1080
Tiempo	10 minutos
Equipo Técnico	Computadora Firewire B94 4 de memoria de ram Disco duro externo e interno Windows 7 64 bit Tarjeta de video de 4 gigas
Software	Adobe premiere cs6, after effect cs6 Audition CS6
Cámara equipo	Digital HD video Canon T4i Micrófono unidireccional

3.4 Diagnóstico

Según Cardona, Chiner y Lattur (2010) el diagnóstico es un conocimiento científico que se obtiene de la información recogida a través de la acumulación de datos procedentes de la experiencia y de los medios técnicos, lo cual implica una labor de síntesis de toda la información.

Para llevar a cabo el diagnóstico y posteriormente el desarrollo de la propuesta, se utilizarán las entrevistas semi-estructuradas y estructuradas realizadas a las fuentes de información y sujetos. Con el fin de analizar las necesidades de la Organización Niños de la Comunidad y de las familias de los estudiantes, obteniendo datos que se utilizaron en la creación del video institucional. Se indagarán temas como la búsqueda de voluntariado, de patrocinio, la importancia de la educación de calidad en los niños y las actividades que realizan la organización.

3.5 Procedimiento

El procedimiento que se lleva a cabo en la investigación, estuvo formado por la elección del tema y la aprobación del perfil de investigación. También se trabajó en el planteamiento del problema, los antecedentes y marco teórico. En la última parte se describió la metodología de trabajo donde da a conocer a los sujetos y fuentes de información, los instrumentos que se van utilizar y el procedimiento en el desarrollo del trabajo. Se presentará a las autoridades del Departamento en Ciencias de la Comunicación la propuesta que se ha realizado para la aprobación del anteproyecto. Luego de la aprobación, se empezará a realizar el trabajo de campo con determinados pasos a seguir de manera ordenadamente, los que se presentan a continuación:

- Contactar a los sujetos y las fuentes de información que fueron previamente elegidos para fortalecer y profundizar lo que consistirá el proyecto del video institucional.
- Planificar los días en que se aplicaran los instrumentos a los sujetos y fuentes de información.
- Aplicar las entrevistas a los padres de familia, voluntarios y maestros de la organización Niños de Guatemala.
- Realizar las entrevistas a los expertos o profesionales sobre los temas educativos y de administración.
- Se trabajará en la pre producción, producción y post producción del video institucional.
- Se validará el video institucional con el asesor para la revisión del video institucional y se realizaran los cambios necesarios.
- Elaborar un análisis de los resultados obtenidos de las entrevistas aplicadas.
- Con los resultados obtenidos, se trabajara en la creación del video institucional para la Organización Niños de Guatemala.
- Se procederá a elaborar la discusión de resultados.
- Se desarrollarán las conclusiones y recomendaciones.
- Se integrará el informe final de la investigación.

3.6 Cronograma

Actividad Programada	Agosto 2014			Septiembre 2014			Octubre 2014			Noviembre 2014		
	P	M	F	P	M	F	P	M	F	P	M	F
Planificar los citas con sujetos y fuentes												
Aplicar las entrevistas a los sujetos												
Realizar las entrevistas para los profesionales												
Trabajar en la pre producción, producción y post producción												
Creación del video institucional												
Validar el video institucional												
Elaborar análisis de los resultados												
Elaborar la discusión de resultados												
Desarrollar las conclusiones y recomendaciones												
Se integrará el informe final de la investigación												

*P= Principios

* M= Medios

*F = Finales

3.7 Presupuesto

Servicios	Detalles	Precio
Teléfono	Se comunicó a las personas con el teléfono.	Q.200.00
Viáticos	Vivienda, alimentos y gasolina	Q. 1,500.00
Impresiones	Se imprimirá las entrevistas, la caratula del DVD y el anteproyecto	Q. 300.00
Memorias SD de 8gb	Se compró dos memorias SD de 8gb	Q. 200.00
Equipo de trabajo	Se utilizaron luces, micrófonos y equipo propio.	Q. 3,100.00
Edición	Horas de edición	Q. 2,500.00
DVD	10 dvd Maxell	Q. 100.00
Energía	Se registró el uso de la computadora y cargar la batería de la cámara y se sacó el promedio de la energía eléctrica.	Q. 400.00
Total		Q.8,300

IV Resultados

El objetivo principal del proyecto de investigación fue realizar un vídeo institucional para la ONG Niños de Guatemala como apoyo en la búsqueda de patrocinios y voluntariado. En la cual se demuestra la historia y las actividades que se realizan para conseguir fondos e invita a la sociedad civil y extranjera para involucrarse con la organización. Se entrevistó al personal de la organización, de los establecimientos educativos, voluntarios y padres de familia, para que dieran a conocer sus puntos de vistas sobre las actividades, las experiencias y la relación que tienen con la organización Niños de Guatemala.

Se realizó un vídeo institucional que es una herramienta de comunicación entre la institución y la sociedad. Dicha herramienta permite fortalecer la imagen de la Organización. Se presenta la historia, la misión, la visión y las diferentes actividades que realizan o todo tipo de información que se quiere dar a conocer.

Se siguió el proceso de la etapa de la idea, pre- producción, producción y post producción y la creación de los instrumentos como los guiones y las entrevistas para recolectar información, que ha sido la base fundamental para la elaboración del proyecto audiovisual.

Niños de Guatemala es una organización que tiene como objetivo en contribuir en la creación de un mejor futuro para los habitantes de Antigua, Sacatepéquez a través de la educación. Se sustenta por las actividades que realizan con la comunidad, el voluntariado y los diferentes paquetes de apadrinamientos para recolectar fondos. También existen diversas actividades como la escuela de español que dona todo el dinero recaudado a la organización y el tour por la Antigua, Sacatepéquez.

Al terminar de realizar el vídeo se pudo observar de la importancia de los canales de comunicación en una institución, también es importante que se aprovechen para dar a conocer sus objetivos y que las personas se involucren a la misma.

V Discusión de Resultados

A través del diagnóstico realizado en esta investigación se puede determinar que la principal necesidad de la Organización Niños de Guatemala era elaborar un video institucional que demostrará las propuestas educativas que ofrecen las escuelas El Porvenir y Nuestro Futuro, también las diferentes actividades que tienen para recaudar dinero.

La investigación teórica se fundamenta con los temas de comunicación, producción audiovisual, video institucional, internet, mercadeo social, patrocinio, voluntariado, y la historia de la Organización No Gubernamental Niños de Guatemala. Se logró realizar un vídeo institucional para presentar y poder evidenciar los aportes e impacto de esta práctica.

Se estableció comunicación con Niños de Guatemala a través de correo electrónico y a veces por teléfono, se empezó a realizar el cronograma y el programa de las entrevistas y las visitas para las escuelas el Porvenir y Nuestro Futuro.

Las entrevistas se realizaron en tres días en la Antigua, Sacatepéquez. El primer día fueron en las oficinas de la organización, el segundo en la escuela Nuestro Futuro y el tercer día en El Porvenir. Las entrevistas fueron realmente interesantes, cada persona tiene un punto de vista diferente respecto a la organización. También se pudo observar que personas de diferentes culturas y etnias, trabajan en un ambiente agradable por un objetivo que es la educación de los niños.

El vídeo presenta las entrevistas que se realizaron a los trabajadores de la organización y son acompañadas con imágenes de los niños en las instalaciones de las escuelas El Porvenir y Nuestro Futuro, en las cuales están realizando diferentes actividades educativas.

De las entrevistas a los padres de familia y a los voluntarios, ellos comentaron que se habían enterado de la ONG de manera oral, que les habían

contado sobre ella. También los padres de familia comentaron que sus hijos han estado desde el primer grado y esperan que abran la secundaria. Participan en las actividades que realizan la organización para recaudar dinero como son las mañanas deportivas, actos cívicos o fiestas.

Las personas que fueron entrevistadas creen que si es necesario la creación de un vídeo institucional para promocionar la organización y conseguir nuevos voluntarios, padrinos y patrocinios para sustentar la educación de los niños en el futuro y la creación de los básicos. Uno de los objetivos específicos es identificar los mensajes que serán reforzados para la promoción del apoyo y patrocinio. También es importante establecer los elementos que motivan a los voluntariados y a los padrinos que benefician a la organización.

En el vídeo se proyectará los diversos métodos y formas que la sociedad civil e internacional puede involucrarse en las actividades de la ONG con el fin de ayudar a las familias y a los niños de estas comunidades. El objetivo del vídeo institucional está enfocado en la búsqueda de patrocinios y del voluntariado tanto de personas, grupos o empresas que colaboren con la organización.

Niños de Guatemala, se fundamenta por tres principios, el primero es la educación para que los niños mejoren su futuro y el de su familia. El segundo es la comunidad local, a través de la educación pueden transformarla y hacer desarrollo en el país. El tercero es la auto suficiencia, los estudiantes reciben diferentes programas de nutrición, salud dental y psicología. También aprenden sobre computación, inglés y las diferentes artes.

El presente video institucional se elaboró con el fin que se utilice en eventos de la organización Niños de Guatemala, de manera electrónica como las redes sociales, página de internet, correo y en los cables locales.

VI Recomendaciones

- A los encargados de Niños de Guatemala se les recomienda difundir este vídeo no solamente en redes sociales, sino también a grupos de personas o empresas que puedan ayudar económicamente o con recursos.
- Utilizar el vídeo para concientizar y motivar a los jóvenes a ser parte del voluntariado y también para divulgar el mensaje con otras personas.
- Se recomienda a las autoridades de la Universidad Rafael Landívar que sigan con los proyectos de servicios sociales y a los universitarios que trabajen sus investigaciones con organizaciones no gubernamentales o instituciones, que no tenga los recursos necesarios para realizarlos.
- A los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se les recomienda que dediquen tiempo para los procesos de pre producción, producción y post producción. También deben estar comprometidos de respetar los tiempos establecidos para las entregas.

VIII. Referencias Bibliográficas

- Alianza Mundial para la Participación Ciudadana. [CIVICUS] (2008). Voluntariado y activismo social: Formas de participación en el desarrollo humano. Naciones Unidas.
- Arevena, M. (2004). Significados de la experiencia del voluntariado para las y los voluntariados de fundación gesta. Tesis inédita, Universidad de Chile. Chile
- Avilia, R. (1999). Relaciones públicas: Estrategias y tácticas de comunicación integradora. (3ª. Ed.). Buenos Aires: Real
- Bebe, K. (1999). Introducción a la producción cinematográfica. Buenos Aires: Centro de Investigación cinematográfica.
- Benítez , A. Rodríguez , V. y Utray, F. (2013) Guion técnico y planificación de la realización. España: Universidad Carlos III de Madrid
- Boluda, C. (2006) Organización de la producción. Disponible en:
http://www.tucamon.es/archives/0000/1348/tallerTV_El_proceso_de_produccion_y_sus_elementos.pdf
- Brinder-Avilés, H. (2012). ¿Qué es una ONG? Estado Unidos: La Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de Estado. Estados Unidos.
- Burrows, T., Gross, L., Foust, J. y Wood, D. (2003). Producción de video disciplina, técnicas y aplicaciones. México: McGraw – Hill.

- Bustamante, L. López, J. & Villegas, S. (2010). Propuesta de desarrollo de video institucional para la fundación paz y esperanza. Tesis inédita, Escuela superior politécnica del litoral. Ecuador.
- Camarero, E. (2008). Investigación y Docencia sobre el documental cinematográfico al servicio de la cooperación y el desarrollo. Pozos y Bicicletas, un ejemplo práctico. España.
- Cardona, M. Chiner, E. y Lattur, M. (2010). Diagnóstico Psicopedagógico. España: Editorial Club Universitario.
- Castillo, A. (2010). Introducción a las relaciones públicas. España: Bely digital.
- Cebrián, M. (1998). Información audiovisual: Concepto, técnica, expresión y aplicaciones. Madrid: Síntesis.
- Comparato, D. (1988). El guión arte y técnica de escribir para cine y televisión. Instituto Oficial de Radio y Televisión (TVE). Madrid.
- Corcuera, M. (2010). Producción Audiovisual 1. Disponible en:
<http://www.docentesinnovadores.net/Archivos/5925/Manual%20Produccion%20audiovisual.pdf>
- Corbetta, P. (2007). Metodología y técnicas de Investigación Social. Madrid: Mc Graw Hill,
- Crispín, H. (2008). Creación de un video documental institucional para dar a conocer los movimientos básicos del deporte de andinismo en la Institución de Andinismo de Cobán Alta Verapaz. Tesis inédita, Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala

- Cuellar, P. (2005). Estrategia para la captación de patrocinios en los medios de comunicación para la Asociación Eduquemos a la Niña. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- De Juan, M. (2012). Fundamentos de Marketing: Introducción al Marketing. Disponible en http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20592/1/Tema1_marketing_STUD.pdf
- Delgadillo, R. (2011). Teorías sobre el montaje audiovisual. La Paz: Universidad Católica Boliviana.
- Díaz, J. (2012). Vídeo educativo sobre nutrición para mujeres en período de gestación en el Municipio de Momostenango, Departamento de Totonicapán. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Díaz, M. (2003). Elaboración de un manual de apoyo para la producción de un video institucional y producción del video. Tesis inédita, Universidad Internacional SEK. Ecuador
- Femenía, S. (2012). La Gestión del Patrocinio Múltiple en el Ámbito Deportivo: Perspectiva Relacional y de Red. Tesis inédita, Universidad Cardenal Herrera – CEU. España.
- Flick, U. (2012). Introducción a la investigación cualitativa. (3ª. Ed.). España: Ediciones Morata, S.L
- Freixas, D. (s.f.). “El video institucional”. Disponible en: http://www.palermo.edu/dyc/opendc/opendc2010_2/apuntes/El%20video%20institucional069.pdf
- Fonseca, S. (2005). Comunicación oral y escrita. México: Pearson Educación.

- García, A. (2011). "Video Institucional – Guía y sugerencias para su realización". Disponible en: <http://arielgarciaestudio.wordpress.com/2011/01/24/video-institucional-guia-y-sugerencias-para-su-realizacion-2/>
- García, V. & Gutiérrez, C. (2012). Manual de géneros periodísticos. Universidad La Sabana: Bogotá
- Giuliani, A. Monteiro, T. Zambon, M. Betanho, C. & Lima, L. (2012). El Marketing social, el marketing relacionado con causas sociales y la responsabilidad social empresarial. Rosario: Universidad del Centro Educativo Latinoamericano.
- Gómez, F. (2009). El guion audiovisual y el trabajo del guionista. Santander: Shangrilla textos aparte.
- Gómez, R. (2011). Manual práctico para la búsqueda de patrocinio. Vitoria-Gasteiz: Atalaya.
- Granda, D. (2013). Video documental de la historia y situación actual de la cámara de artesanos de Pichincha. Tesis inédita, Universidad Politécnica Salesiana. Ecuador.
- Juárez, L. (2011). Creación y diseño de un video institucional Caso: Instituto Geográfico nacional – IGN-. Tesis inédita, Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2007). Marketing, versión para Latinoamérica. México: Pearson, prentice hall.
- La Federación Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja. [IFRC] (2011). El valor de los voluntarios. Ginebra: Organización IFRC.

- Lara, T. & Piñeiro, A. (s.f.). Apuntes para la formación producción audiovisual. Disponible en http://www.airecomun.com/sites/all/files/imce/PUBLICACIONES/ProduccionAudiovisual_AndresTiscar.pdf
- Lizcano, G. (2004). Aplicación institucional del video. Tesis inédita, Universidad de la Sabana. Colombia.
- López, J. (2007). Internet: servicios básicos. Cuba: Editorial Universitaria.
- Martín, M. Piñuel, J. Gracia, J. y Arias, M. (1982). Teoría de la comunicación. Madrid: Graficas Valencia.
- Martínez, J. (2010). Manuel del productor audiovisual. España: Editorial UOC.
- Monteferrer, D. (2013). Fundamentos de marketing. Castellón: Universitat Jaume.
- Nájera, A. (2010). Video Institucional para promover el programa de reciclaje de San Marcos la Laguna del proyecto social Pura Vida. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Palencia, M. (2007). Donación, mecenazgo y patrocinio como técnicas de relaciones públicas al servicio de la responsabilidad social corporativa. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra.
- Pérez, G. Arango, M. & Sepulveda, L. (2011). Las organizaciones no gubernamentales –ONG–: hacia la construcción de su significado. Medellín.
- Pérez, L. (2004). Marketing Social. México: Pearson Prentice Hall.

- Peris, P. (2,000). Comunicación e imagen de la ONG. Castellón: Universidad Jaume
- Pinel, V. (2004). El Montaje. Barcelona: Paidós.
- Ordóñez, P. (2010). Video institucional para la Asociación del Niño por el niño, ANINI. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala
- Organización Niños de Guatemala. (2006). Misión y principios. Disponible en: <http://ninosdeguatemala.org>
- Ortiz, N. (2009). La elaboración de los proyectos de investigación. Argentina: El Cid Editor.
- Recinos, M. (2011). Vídeo reportaje sobre la vida y obra de Joaquín Orellana. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Rincón, O. (2002). Televisión, vídeo y subjetividad. Bogotá: Grupo editorial Norma
- Rivera - Cabezas, A. (2012). Proyecto educativo para los centros de atención integral – CAI- con enfoque a docentes. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Rodríguez, L. (2003). Estrategias Promocionales para la obtención de fondos de patrocinio para la Biblioteca Nacional de Guatemala. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar. Guatemala
- Romeo, A. & Domenech, L. (2009). La Entrevista. Materiales de lengua y literatura, PUÇA. Disponible en:

http://www.materialesdelengua.org/EXPERIENCIAS/PRENSA/f_entrevista_web.pdf

- Ruiz, F. (2007). Cómo elaborar una entrevista. Disponible en: http://www.suagm.edu/umet/biblioteca/reserva_profesores/linna_irizarry_educ_173/como_elaborar_entrevistas.pdf
- Ruiz, J. (2012). Teoría y práctica de la investigación cualitativa. Publicaciones de la Universidad de Deusto: España.
- Ruiz, R. (2009). Desarrollo de video institucional, promocional para apoyar el proceso de acreditación en alta calidad del programa de comunicación publicitaria. Tesis inédita, Universidad autónoma de Occidente. Colombia.
- Salguero, C. (2012). Reportaje audiovisual: los clubes landivarianos y su aporte al desarrollo integral del estudiante. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Sandoval, C. (2002). Investigación Cualitativa. Bogotá: ARFO
- Schostak, P. (2013). Video institucional para el Hogar Madre Anna Vitiello con atención a niños que viven con VIH/SIDA. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar. Guatemala
- Sierra, G. (2011). Colección Fascículos digitales competencias en TIC: Producción audiovisual. Disponible en: http://escritorioalumnos.educ.ar/datos/recursos/produccion_audiovisual_3.pdf
- Tamayo, C. (1999). Serie Aprender Investigar. Módulo 2: La investigación. Bogotá: Instituto colombiano para el fomento de la educación superior (ICFES)

- UNICEF. (2009). “La educación en Guatemala.” Disponible en: http://unicef.org/guatemala/spanish/resources_2562.htm
- Valenzuela, C. (2004). La enseñanza del lenguaje un nuevo enfoque. Guatemala: editorial Piedra Santa.
- Vides, J. (2010). Video documental para promover a la Asociación Centro de Atención Multidisciplinario de Espina Bífida (ASCAMEB). Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Villa, J. (2012). Internet servicios avanzados. Cuba: Editorial Universitaria.

Anexo

Anexo 1

Universidad Rafael Landívar Rodrigo García, carnet: 11529-10

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Tesis de Grado: Vídeo Institucional para la ONG Niños de Guatemala

Entrevista dirigida a Directora Licenciada Maribel Duarte del establecimientos “Nuestro Futuro”

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la Organización Niños de Guatemala?
2. ¿Cuál es la función principal de la Organización Niños de Guatemala?
3. ¿Me podría nombrar unos de los mayores retos de la Organización Niños de Guatemala?
4. ¿Usted que aporta a la Organización Niños de Guatemala?
5. ¿Cuál es el plan de educación del establecimiento que tiene a su cargo?
6. ¿Cuáles son las características principales del establecimiento educativo que usted dirige?
7. La escuela cuenta con algún programa de voluntariado o algún patrocinio como apoyo a las actividades educativas?
8. ¿Qué actividades realiza la Organización Niños de Guatemala que estén relacionadas con la labor educativa que ustedes llevan a cabo?
9. ¿De qué manera la Organización Niños de Guatemala se relaciona con la comunidad?

10. ¿Cómo se podría motivar a la comunidad para que participe en las actividades de la Organización Niños de Guatemala?

11. ¿Cuál considera usted que sea la forma más adecuada para dar a conocer a la Organización Niños de Guatemala?

12. ¿De todas las actividades que se realizan cuales podrían aprovecharse para promover apoyo y patrocinio para la organización?

Anexo 2

Universidad Rafael Landívar Rodrigo García, carnet: 11529-10

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Tesis de Grado: Vídeo Institucional para la ONG Niños de Guatemala

Entrevista dirigida a Directora Sandra Torres del establecimientos “El Porvenir”

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la Organización Niños de Guatemala?

2. ¿Cuál es la función principal de la Organización Niños de Guatemala?

3. ¿Me podría nombrar unos de los mayores retos de la Organización Niños de Guatemala?

4. ¿Usted que aporta a la Organización Niños de Guatemala?

5. ¿Cuál es el plan de educación del establecimiento que tiene a su cargo?

6. ¿Cuáles son las características principales del establecimiento educativo que usted dirige?

7. La escuela cuenta con algún programa de voluntariado o algún patrocinio como apoyo a las actividades educativas?

8. ¿Qué actividades realiza la Organización Niños de Guatemala que estén relacionadas con la labor educativa que ustedes llevan a cabo?

9. ¿De qué manera la Organización Niños de Guatemala se relaciona con la comunidad?

10. ¿Cómo se podría motivar a la comunidad para que participe en las actividades de la Organización Niños de Guatemala?

11. ¿Cuál considera usted que sea la forma más adecuada para dar a conocer a la Organización Niños de Guatemala?

12. ¿De todas las actividades que se realizan cuales podrían aprovecharse para promover apoyo y patrocinio para la organización?

Anexo 3

Universidad Rafael Landívar Rodrigo García, carnet: 11529-10

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Tesis de Grado: Vídeo Institucional para la ONG Niños de Guatemala

Entrevista dirigida a la Presidenta y Vocal de la Organización Niños de Guatemala Carmen Paniagua

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la Organización Niños de Guatemala?
2. ¿Cuál es la función principal de la Organización Niños de Guatemala?
3. ¿Me podría nombrar uno de los mayores retos de la Organización Niños de Guatemala?
4. ¿Cuáles son las claves para tener una buena comunicación en la Organización Niños de Guatemala?
5. ¿La Organización cuenta con algún programa de voluntariado como apoyo a las actividades?
6. ¿Qué características debe tener la persona interesada en el voluntariado?
7. ¿Qué actividades han realizado con el fin de conseguir fondos?
8. ¿Cree que un vídeo institucional pueda ayudar para conseguir más patrocinios y voluntariado?
9. ¿Qué tan importante es un patrocinio para la Organización Niños de Guatemala?
10. ¿De qué manera motivaría a la comunidad que participe en la Organización Niños de Guatemala?
11. ¿Quiénes creen que son los más interesados en el apoyo de la Organización Niños de Guatemala?

Anexo 4

Universidad Rafael Landívar Rodrigo García, carnet: 11529-10

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Tesis de Grado: Vídeo Institucional para la ONG Niños de Guatemala

Entrevista dirigida administrador financiero Gustavo Reyes

1. ¿Cuáles considera que son los principales aspectos que se deben tomar en cuenta para conseguir patrocinios?
2. ¿Cuál es el proceso en la negociación de los patrocinios?
3. ¿Qué elementos básicos se deben de tener en cuenta en el presupuesto de una ONG?
4. ¿Qué factores deben ser fundamentales en la administración de una ONG?
5. ¿Qué actividades se podrían realizar con el fin de conseguir fondos?
6. ¿Cree que un vídeo institucional pueda ayudar para conseguir más patrocinios? ¿Por qué?
7. ¿Qué tan importante es un patrocinio para un proyecto educativo?
8. Desde su experiencia ¿Cuánto tiempo considera que se debe trabajar en la logística de un evento?
9. ¿Quiénes creen que son los más interesados en los proyectos educativos para el patrocinio?
10. ¿Qué tipos de patrocinio existen?

Anexo 5

Universidad Rafael Landívar

Rodrigo García, carnet: 11529-10

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Tesis de Grado: Vídeo Institucional para la ONG Niños de Guatemala

Entrevista dirigida a los Padres de Familia (Sujetos A)

Sujeto A.1= Carmen Quish Ramírez

Sujeto A.2= Rosa María Pérez Yac

Sujeto A.3= Hugo Rodolfo Santos Cox

1. ¿Cómo conoció la ONG Niños de Guatemala?
2. ¿Cuánto tiempo llevan sus hijos participando en los programas de la ONG?
3. ¿Qué tipo de beneficios han tenido como familia al tener a sus hijos siendo parte de los programas educativos de la ONG?
4. ¿Cómo ayuda la ONG a sus hijos?
5. ¿Cómo padres de familia participan en algunas actividades que promueva la ONG? ¿Cuál?
 - ¿Esta participación es de manera voluntaria o los condicionan por tener a sus hijos en sus programas?
6. ¿Qué piensa de las actividades que realiza la Organización Niños de Guatemala?
7. ¿Conoce la actividad del voluntariado? ¿de qué se trata?
8. ¿Le gustaría ser voluntario? ¿Por qué?
9. ¿Cree que se debería reforzar la relación de la ONG con la comunidad? ¿Por qué? ¿de qué manera?
10. ¿Qué le mejoraría al programa educativo que la ONG le brinda a sus hijos?

Anexo 6

Universidad Rafael Landívar

Rodrigo García, carnet: 11529-10

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Tesis de Grado: Video Institucional para la ONG Niños de Guatemala

Entrevista dirigida a los Voluntariados (Sujetos B)

Sujeto B.1= Mariam Romeu

Sujeto B.2= Ignacio Lavirrey

1. ¿Cómo se enteró de la ONG Niños de Guatemala?
2. ¿Cómo contacto a la ONG?
3. ¿Qué lo motivo para participar en el programa de voluntariado?
4. ¿Cuánto tiempo ha sido parte del voluntariado?
5. ¿Qué piensa de las actividades que realiza la ONG Niños de Guatemala?
6. Considera que la participación del voluntariado es clave para el desarrollo de las actividades que realiza la ONG?
7. ¿Cree que un video institucional puede ayudar a promover a la ONG? ¿Por qué?
8. ¿De acuerdo a las actividades de la ONG, cuál considera usted que debe ser el grupo objetivo que debe participar como parte del voluntariado?
9. ¿De todas las actividades que se realizan cuales podrían aprovecharse para promover apoyo y patrocinio para la organización?
10. ¿Cree que un vídeo institucional pueda ayudar para conseguir más patrocinios y voluntariado? ¿Por qué?

Anexo 7

Universidad Rafael Landívar Rodrigo García, carnet: 11529-10

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Tesis de Grado: Vídeo Institucional para la ONG Niños de Guatemala

Entrevista dirigida a los Coordinara de educación (Sujeto C)

Sujeto C.1= Jessica Marinelli

1. ¿Cuánto tiempo llevan trabajando en la ONG Niños de Guatemala?
2. ¿Cómo se enteró de la ONG Niños de Guatemala?
3. ¿Qué lo motivo a trabajar en la ONG Niños de Guatemala?
4. ¿Se identifica con los objetivos de la ONG Niños de Guatemala?
5. ¿Participa en las actividades de la ONG Niños de Guatemala?
6. ¿De qué manera la ONG Niños de Guatemala se promueve en la comunidad?
7. ¿Cree que un video institucional puede ayudar a promover a la ONG Niños de Guatemala? ¿Por qué?
8. ¿Cómo la ONG Niños de Guatemala ayuda a los niños?
9. ¿Qué elementos deben tomarse en cuenta para mostrar en el video?
10. ¿Usted como promovería la ONG?

Anexo 8

Guion Literal

Director: Rodrigo García

Productor: Rodrigo García.

Título: Vídeo Institucional para Niños de Guatemala

Tiempo: 5-6 minutos.

Formato: Digital

Imagen	Sonido
ESCENA 1 TRANCISIÓN NEGRA Y APARECE EL LOGO DE NIÑOS DE GUATEMALA CON FONDO AZUL Y OTRA VEZ CON LA TRANSICIÓN NEGRA PARA QUE APAREZACE LAS DIFERENTES TOMAS DE LA CIUDAD DE LA ANTIGUA GUATEMALA COMO: LAS CALLES, EL VOLCAN DE FONDO, LAS IGLESIAS, EL PARQUE, LA CATEDRAL. UNA TRANSICIÓN PARA QUE APAREZCA LA PRIMERA TOMA DE LAS ESCUELAS PLANO GENERAL	Canción de fondo: Jazzafari – Unit

ESCENA 2 DIVERSAS IMÁGENES DE LOS NIÑOS EN LAS INSTALACIONES DE LAS ESCUELAS A LA HORA DEL REGREO JUGANDO EN EL PATIO DE UN LADO PARA EL OTRO, CON LA CUARDA PARA SALTAR O TENTA, ALGUNOS ESTAN JUGANDO CON JUEGOS DE MESAS O DIBUJANDO. PLANO MEDIO	Canción de fondo: Jazzafari - Unit Voz en off de la encargada general de la ONG Sobre la historia de la ORGANIZACIÓN NIÑOS DE GUATEMALA
ESCENA 3 EN UN FONDO AMARILLO PALIDO, SE REALIZA LA ENTREVISTA A LA COORDINADORA GENERAL DEL PROYECTO PARA COMENTAR SOBRE LA HISTORIA DE LA ONG, LA HISTORIA DE LAS DOS ESCUELAS, LOS TRES PRINCIPIOS FUNDAMENTALES Y LA RECAUDACIÓN MONETARIA. PLANO GENERAL, PLANO MEDIO	Canción de fondo: Jazzafari – Unit Continúa hablando sobre la historia de la ORGANIZACIÓN NIÑOS DE GUATEMALA y se pasa a la historia de las dos escuelas.
ESCENA 4 TOMAS SOBRE LAS DIFERENTES INSTALACIONES DE LAS DOS ESCUELAS DE NIÑOS DE GUATEMALA. LOS ESTUDIANTES ESTUDIANDO, JUGANDO A LA PELOTA Y REALIZANDO SUS PLANAS. LAS TOMAS DE LA ESCUELA EL PORVENIR SE OBSERVAN EL VOLCÁN HACIENDO	Canción de fondo: Jazzafari - Unit Voz en off: sobre la historia de las escuelas

ERUPCIÓN. EN LA ESCUELA NUESTRO FUTURO SE OBSERVA LAS CASAS QUE CONFORMAN LA COMUNIDAD DE CIUDAD VIEJA. PLANO GENERAL	
ESCENA 5 CON UNA TRANSCISIÓN DE PELICULA SE REGRESA A LA ENTREVISTA DE LA COORDINADORA GENERAL. LLEVA PUESTO UNA CAMISA BLANCA CON NEGRA Y EL PELO AJUSTADO, EXPLICA LAS MANERAS DE RECAUDACIÓN DE DINERO Y COMO AYUDA A LOS NIÑOS.	Canción de fondo: Jazzafari - Unit Habla sobre el manejo del dinero y las diferentes maneras de recaudación de fondos para apoyar a los niños.
ESCENA 6 IMÁGENES DE LOS VOLUNTARIOS TRABAJANDO Y APOYANDO A LOS ALUMNOS DE LAS ESCUELAS EL PORVENIR Y NUESTRO FUTUROS EN SUS ESTUDIOS. ENSEÑÁNDOLES A ESCRIBIR Y LEER. DIFERENTES TOMAS DE LAS DIVERSAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN CON LOS NIÑOS, EN LAS ESCUELAS, TANTO EDUCATIVAS, COMO DEPORTIVAS Y CULTURALES. IMÁGENES DE LOS NIÑOS COMPARTIENDO CON SUS MAESTROS EN LOS JUEGOS DIDACTIVOS. PLANO MEDIO, PLANO GENERAL Y PLANO DETALLE	Canción de fondo: Jazzafari - Unit

ESCENA 7 EN UN FONDO VERDE LIMON, ENTREVISTA A LA ABUELA DE UNO DE LOS ESTUDIANTES PARA COMENTAR SOBRE SU EXPERIENCIA CON LA EDUCACIÓN DE SUS NIETOS. LLEVA PUESTO UNA CAMISA DE COLOR ROSADA, Y EL PELO AGARRADO. PLANO MEDIO	Canción de fondo: Jazzafari - Unit Entrevistador: ¿Cómo ha sido la experiencia de los niños al estudiar en Niños de Guatemala?
ESCENA 8 TOMAS DE LOS VOLUNTARIADOS Y DEL PERSONAL QUE TRABAJA EN LOS ESTABLECIENDO, EN LOS DOS ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS. PLANO GENERAL, PLANO MEDIO Y PLANO DETALLE	Canción de fondo: Jazzafari - Mensagem
ESCENA 9 TOMA DE LOS DIFERENTES DE LOS ESTUDIANTES EN LOS DOS ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS, QUE PARTICIPAN EN LA ORGANIZACIÓN. TOMAS DE LAS CLASES, DE LAS INSTALACIONES. SERIE DE IMÁGENES DE LOS NIÑOS RECIBIENDO LA REFACCIÓN EN LAS GRANDES MESAS DE COLORES, DESDE LOS MÁS PEQUEÑOS HASTA LOS MÁS GRANDE, DE DIFERENTES LADOS, CADA UNO TIENE SU PLATO Y VASO DE COLOR PROPIO. OTRAS IMÁGENES DE LOS ALUMNOS RECIBIENDO CLASES EN LAS DOS	Canción de fondo: Jazzafari - Mensagem Voz en off: La importancia de los voluntarios en la ONG.

ESCUELAS, COMO ADENTRO DE LA CLASE Y AFUERA EN LAS MESAS O PUPITRE. PLANO MEDIO, DETALLE Y GENERAL.	
ESCENA 10 SUCESIÓN DE IMÁGENES DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS VOLUNTARIOS DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN CON LOS NIÑOS Y CON LOS MAESTROS. LOS NIÑOS EN SU HORA DE REFACCIÓN DE DIFERENTES PUNTOS. PLANO MEDIO, GENERAL Y DETALLE	Canción de fondo: Jazzafari - Mensagem Voz en off: sobre el apadrinamiento de los estudiantes de las escuelas de Niño de Guatemala y las diversas formas de convertirse en padrinos.
ESCENA 11 CON UN FONDO BLANCO Y ADORNOS ARTESANALES ESTA CON SU CAMISA AZUL Y EL LOGO DE NIÑOS DE GUATEMALA EL PRIMER VOLUNTARIO. PARADO DE MANERA FRONTAL COMENTANDO SOBRE SUS EXPERIENCIAS CON LA ONG NIÑOS DE GUATEMALA TOMA MEDIO	Canción de fondo: Jazzafari - Mensagem El entrevistador le pregunta: ¿Cómo ha sido la experiencia en la ONG?
ESCENA 12 TRANSICIÓN DE PÉLICULA SE CONTINUA CON LA SIGUIENTE VOLUNTARIADA, CON UN FONDO DE PARED BLANCA Y UNA BANCA EN FORMA DE FUENTE. ELLA LLEVA	Canción de fondo: Jazzafari - Mensagem

PUESTA UNA BLUSA BLANCA Y EL PELO SUELTO PARA COMENTARNOS SOBRE SU EXPERIENCIA EN NIÑOS DE GUATEMALA E INVITAR A LAS DEMÁS PERSONAS PARA QUE SEAN VOLUNTARIOS. PLANO MEDIO	El entrevistador le pregunta: ¿Cómo ha sido la experiencia en la ONG?
ESCENA 13 IMÁGENES DE LOS VOLUNTARIOS TRABAJANDO Y APOYANDO A LOS ALUMNOS DE LAS ESCUELAS EL PORVENIR Y NUESTRO FUTUROS EN SUS ESTUDIOS. ENSEÑÁNDOLES A ESCRIBIR Y LEER. PLANO MEDIO Y DETALLES	Canción de fondo: Jazzafari-Mensagem Voz en off: Como dice el slogan de Niños de Guatemala: todos podemos hacer algo.
ESCENA 14 DIVERSAS IMÁGENES DE LOS NIÑOS QUE ESTUDIAN EN DIFERENTES AULAS Y REALIZANDO SUS CLASE DE FISICA ACOMPAÑADAS CON LA INFORMACIÓN SOBRE SUS REDES SOCIALES PARA CONTACTARLOS, COMO LO SON FACEBOOK, TWITTER, YOUTUBE, LINKEDIN Y SU PAGINA WEB. PLANO GENERAL, MEDIO Y DETALLE	Canción de fondo: Jazzafari - Mensagem Voz en off: Para más información, búscanos en
ESCENA 15 DIVERSAS TOMAS DE LA CIUDAD DE ANTIGUA GUATEMALA COMO DEL	Canción de fondo: Canción de fondo:

PARQUE, DEL PORTAL, EL PARQUE, Y CALLES IMPORTANTES. CON LAS LOS CREDITOS Y LOS AGRADECIMIENTOS CORRESPONDIENTES DEL VIDEO INSTITUCIONAL PLANO: GENERAL	Jazzafari – Mensagem
ESCENA 16 TRANSICIÓN DE NEGRO A FONDO CELESTE Y APARECE EL LOGO DE LA ORGANIZACIÓN NIÑOS DE GUATEMALA, OTRA TRANSICIÓN DE NEGRO PARA DESPEDIR EL VIDEO INSTITUCIONAL	Canción de fondo: Jazzafari – Mensagem

Guión Financiero

Programa: Video Institucional para la ONG niños de Guatemala

Director: Rodrigo García

Productor: Rodrigo García
minutos

Formato: Digital

Tiempo 6-10

Día	Alquiler de Set (interior)	Contrato de transporte	Contrato creativo	Costo de alimentos y viáticos	Contrato de cámara	Costo de Memorias	Costo de sonido	Otros gastos	Total
Martes	-----	Q. 200.00	Q.500.00	Q.150.00	Q.300.00	Q.200.00	Q.250.00	Q.200.00	Q.1,800.00
Miércoles	-----	-----	Q.500.00	Q.150.00	Q.300.00	-----	Q.250.00	Q.200.00	Q.1,400.00
Jueves	-----	-----	Q.500.00	Q.150.00	Q.300.00	-----	Q.250.00	Q.200.00	Q. 1,400.00
Viernes	-----	Q.200.00	-----	Q.150.00	Q.300.00	-----	Q.250.00	Q.200.00	Q. 1,100.00

Total en grabación	Q. 5,700.00
Edición y post producción	Q.2,500.00
Total	Q.8,300.00

Nota: 1) Estos 4 días solo es para la producción de campo (grabación)
2) Posterior se comienza el proceso de edición – Post producción.