

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

EDCOM

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

TEMA:

“TELEVISIÓN EDUCATIVA: PUKI QUIERE SABER”

AUTORES

**JORGE RAFAEL CRESPO LOMAS
MARÍA JOSÉ LÓPEZ GILER
NOELIA DOMINIQUE VANEGAS RIPALDA**

DIRECTOR

LCDO. ALEX ESPINOZA

AÑO

2010

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis compañeras y amigas Noelia Vanegas y María José López, quienes a lo largo de este tiempo han puesto a prueba sus capacidades y conocimientos en el desarrollo de este tema. A mis padres quienes durante toda mi vida me han apoyado y motivado en mi formación académica, creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades. A mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

Jorge Rafael Crespo Lomas

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios y a mis padres por darme la oportunidad de vivir, y a mis compañeros de tesis por recorrer este camino a mi lado y compartir el triunfo de ser profesionales.

María José López Giler

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por ser el impulso de mi vida, a mis padres por guiar mi camino y hacer de mí la persona que ahora soy, a mis hermanos por ser la mejor compañía de cada día, y a mis verdaderos amigos por ser la familia que la vida me ha permitido elegir.

Noelia Dominique Vanegas Ripalda

DEDICATORIA

A Dios, nuestros padres, profesores, compañeros y amigos por su apoyo incondicional.

Jorge Rafael Crespo Lomas

María José López Giler

Noelia Dominique Vanegas Ripalda

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

**FIRMAS DE LOS MIEMBROS
DEL TRIBUNAL DE GRADO**

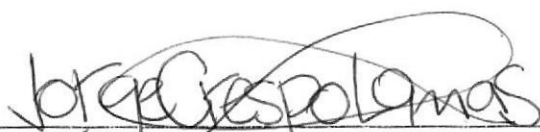


LIC. ALEX ESPINOZA
Director del Proyecto

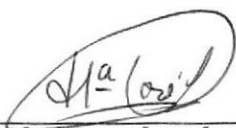


DELEGADO

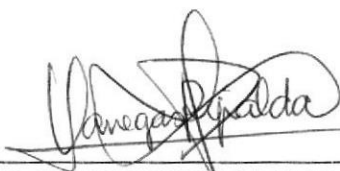
AUTORES



JORGE RAFAEL CRESPO LOMAS



MARÍA JOSÉ LÓPEZ GILER



NOELIA DOMINIQUE VANEGAS RIPALDA

RESUMEN

En esta época tecnológica, la televisión ocupa el lugar central en el diseño del hogar. Es el punto de referencia obligado en la organización de la vida familiar. Está siempre disponible, ofrece su compañía a todas las horas del día y de la noche. En muchas familias condiciona tanto la organización del tiempo como del espacio. De la televisión depende cuándo se acuestan, cuándo se levantan, cuándo comen y cenan, entre otras actividades.

Siendo la televisión una de las actividades a la que más tiempo dedica la familia, en especial los niños y jóvenes, es importante reflexionar cuán saludable e instructiva es la programación que se recibe por parte ésta.

Hablar de televisión en nuestro país es un tema complicado, y más aún si se refiere a televisión educativa. Hoy por hoy, la producción nacional da mucho que desear en cuanto a programas con contenido formativo o de carácter instructivo.

El presente documento pretende establecer la ausencia de programas de corte educativo dentro del país, y como consecuencia la influencia negativa de la televisión en niños y jóvenes. Siendo más específicos, el proyecto propuesto se enfoca en cultivar una cultura televisiva encaminada a potenciar información, mejorar el estándar moral y optimizar los bajos niveles de la educación actual del público infantil.

De esta manera, se pretende, bajo la creación de un programa piloto, la aportación de un proyecto educativo de televisión, con miras a un crecimiento positivo en la formación académica y moral de los niños y jóvenes. Además de la concientización masiva de los medios de comunicación, para conseguir de una manera divertida y entretenida, que la televisión se vuelva un medio de información eficaz y de contenido pedagógico.

INDICE GENERAL

CAPÍTULO 1	17
1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	18
1.1 GENERALIDADES	18
1.2 ANTECEDENTES	19
1.3 IMPORTANCIA DEL ESTUDIO	21
1.3.1 MISIÓN	22
1.3.2 VISIÓN	22
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO	23
1.4.1 OBJETIVOS GENERALES	23
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	23
CAPÍTULO 2	24
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	25
2.1 PERSPECTIVA DE LA INVESTIGACIÓN	25
2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	25
2.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	26
2.3.1 OBJETIVO GENERAL	26
2.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	26
2.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR O PÚBLICO OBJETIVO	27
2.5 PLAN DE MUESTREO	27
2.5.1 DISEÑO DE MUESTRA	27
2.5.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA	30
2.5.3 DISEÑO DEL CUESTIONARIO	31
2.5.4 MODELO DE ENCUESTA	32
2.6 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	35
2.6.1 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS ENCUESTA TIPO 1 (PARA ADULTOS)	35
2.6.2 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS ENCUESTA TIPO 2 (PARA NIÑOS)	49

2.7 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN	57
2.7.1 ENCUESTA DE TIPO 1 (PARA ADULTOS)	57
2.7.2 ENCUESTA DE TIPO 2 (PARA NIÑOS).....	57
CAPÍTULO 3	58
3. PLAN DE MARKETING	59
3.1 ANTECEDENTES	59
3.2 OBJETIVOS	59
3.2.1 OBJETIVOS FINANCIEROS.....	59
3.2.2 OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA	59
3.3 ANÁLISIS ESTRÁTEGICO	60
3.3.1 CONCEPTO ESTRÁTEGICO	60
3.4 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	60
3.5 POSICIONAMIENTO.....	61
3.6 MARKETING MIX.....	61
3.6.1 PRODUCTO.....	61
3.6.2 PROMOCIÓN	62
3.6.3 PLAZA.....	62
3.6.4 PRECIO	62
3.6.5 PUBLICIDAD	63
3.6.5.1 MERCHANDISING	63
CAPÍTULO 4	65
4. IDENTIDAD CORPORATIVA	66
4.1 IDENTIFICACIÓN	66
4.2 DESARROLLO DEL ISOTIPO	66
4.2.1 ICONOTIPO.....	67
4.2.2 TIPOGRAFIA.....	68
4.2.3 GRAFIMETRÍA	69
4.2.4 DIMENSIONES	70
4.2.5 CROMÁTICA	71
4.2.6 VARIACIONES	73
4.2.7 RESTRICCIONES.....	74

4.2.8 APLICACIONES EN TELEVISIÓN.....	75
4.3 APLICACIONES GRÁFICAS.....	76
4.3.1 APLICACIONES PARA PRENSA Y REVISTA.....	76
4.3.2 APLICACIONES PARA MATERIAL P.O.P.....	79
4.3.3 APLICACIONES PARA VÍA PÚBLICA.....	82
4.3.4 APLICACIONES PARA WEB.....	87
CAPÍTULO 5	89
5. ESTUDIO TÉCNICO	90
5.1 ESTRUCTURA DEL PROGRAMA.....	90
5.1.1 ELEMENTOS DEL CONTENIDO.....	90
5.1.2 DESCRIPCIÓN	90
5.2 ARGUMENTO	91
5.3 ESCALETA	91
5.4 CREACIÓN DE PERSONAJES	92
5.5 DESARROLLO DEL GUIÓN	94
5.5.1 CREACIÓN DEL GUIÓN	94
5.5.1.1 GUIÓN LITERARIO	95
5.5.1.2 GUIÓN TÉCNICO	95
5.5.1.3 GUIÓN GRÁFICO O STORYBOARD	95
CAPÍTULO 6	96
6. EQUIPO DE TRABAJO DEL PROYECTO.....	97
6.1 PERSONAL NECESARIO PARA LA REALIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO.....	97
6.2 EQUIPO DE TRABAJO	98
CAPÍTULO 7	99
7. INGRESOS Y EGRESOS.....	100
7.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN, COSTOS Y GASTOS	100
7.1.1 PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN DEL PROYECTO POR ADQUISICIÓN DE EQUIPOS.....	101

7.1.2 PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN DEL PROYECTO POR ALQUILER DE EQUIPOS	103
7.2 COSTO FINAL DEL PROYECTO.....	105
7.2.1 COSTO FINAL DEL PROYECTO POR ADQUISICIÓN DE EQUIPOS. 105	
7.2.2 COSTO FINAL DEL PROYECTO POR ALQUILER DE EQUIPOS.....	105
CAPÍTULO 8	106
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	107
8.1 CONCLUSIONES	107
8.2 RECOMENDACIONES.....	107
BIBLIOGRAFÍA	108
ANEXOS.....	109
ANEXO 1	110
ANEXO 2	111
ANEXO 3	112
ANEXO 4 - CONTENIDO DEL PILOTO - FORMATO ESCALETA	113
ANEXO 5 - CONTENIDO DEL PILOTO - GUIÓN LITERARIO	114
ANEXO 6 - CONTENIDO DEL PILOTO – GUIÓN TÉCNICO.....	132
ANEXO 7 - CONTENIDO DEL PILOTO – STORYBOARD.....	140

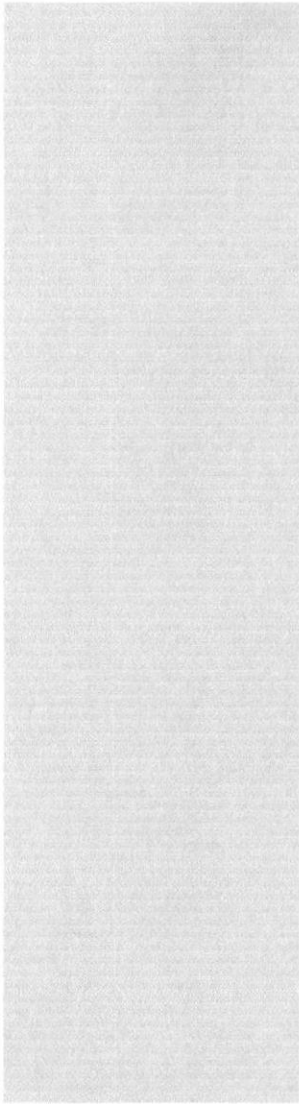
INDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO 2.....	24
FIGURA 2.1: ENCUESTA T1 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 1. ...	35
FIGURA 2.2: ENCUESTA T1 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 2. ...	36
FIGURA 2.3: ENCUESTA T1 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 3. ...	37
FIGURA 2.4: ENCUESTA T1 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 4. ...	38
FIGURA 2.5: ENCUESTA T1 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 5. ...	39
FIGURA 2.6: ENCUESTA T1 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 6. ...	40
FIGURA 2.7: ENCUESTA T1 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 7. ...	41
FIGURA 2.8: ENCUESTA T1 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 8. ...	42
FIGURA 2.9: ENCUESTA T1 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 9. ...	43
FIGURA 2.10: ENCUESTA T1 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 10.	44
FIGURA 2.11: ENCUESTA T1 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 11.	45
FIGURA 2.12: ENCUESTA T1 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 12.	46
FIGURA 2.13: ENCUESTA T1 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 14.	48
FIGURA 2.14: ENCUESTA T2 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 1. .	49
FIGURA 2.15: ENCUESTA T2 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 2. .	50
FIGURA 2.16: ENCUESTA T2 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 3. .	51
FIGURA 2.17: ENCUESTA T2 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 4. .	52
FIGURA 2.18: ENCUESTA T2 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 5. .	53
FIGURA 2.19: ENCUESTA T2 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 6. .	54
FIGURA 2.20: ENCUESTA T2 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 7. .	55
FIGURA 2.21: ENCUESTA T2 - GRÁFICO ESTADÍSTICO DE RESULTADOS PARA PREGUNTA 8. .	56
CAPÍTULO 3.....	58
FIGURA 3.1: MATERIAL DE MERCHANDISING.....	64
CAPÍTULO 4.....	65
FIGURA 4.1: DISEÑO DE ISOTIPO PARA “PUKI QUIERE SABER”	66
FIGURA 4.3: DISEÑO DE ICONOTIPO PARA “PUKI QUIERE SABER”	67
FIGURA 4.4: DISEÑO DE LOGOTIPO PARA “PUKI QUIERE SABER”	68

FIGURA 4.5: GRAFIMETRÍA DE ISOTIPO PARA “PUKI QUIERE SABER”	69
FIGURA 4.6: DIMENSIÓN MÍNIMA DE ISOTIPO PARA “PUKI QUIERE SABER”	70
FIGURA 4.7: COLORES DE ISOTIPO PARA “PUKI QUIERE SABER”	71
FIGURA 4.8: COMPOSICIÓN DE COLORES DE ISOTIPO PARA “PUKI QUIERE SABER”	72
FIGURA 4.9: ISOTIPO EN COLOR PLANO DE FONDO PARA “PUKI QUIERE SABER”	73
FIGURA 4.10: CAMBIO DE COLOR DE LOS ELEMENTOS PARA “PUKI QUIERE SABER”	74
FIGURA 4.11: ALTERACIONES DE COLOR DE FONDO SOBRE ISOTIPO PARA “PUKI QUIERE SABER”	74
FIGURA 4.12: ISOTIPO “PUKI QUIERE SABER” PRESENTADO EN TELEVISIÓN	75
FIGURA 4.13: ISOTIPO ESQUINERO “PUKI QUIERE SABER” PRESENTADO EN TELEVISIÓN.....	75
FIGURA 4.14: AVISO DE Prensa, CUARTO DE PÁGINA EL UNIVERSO.....	77
FIGURA 4.15: AVISO PÁGINA COMPLETA LA REVISTA DE EL UNIVERSO	78
FIGURA 4.16: VOLANTE 15X21 CM	80
FIGURA 4.17: MONTAJE ROLL UP 80X200 CM	81
FIGURA 4.18: PALETA PARA VÍA PÚBLICA.....	83
FIGURA 4.19: MONTAJE PALETA.....	84
FIGURA 4.20: VALLA.....	85
FIGURA 4.21: MONTAJE VALLA	86
FIGURA 4.22: MAILING.....	87
FIGURA 4.23: BANNER PARA MESSENGER	88
CAPÍTULO 6.....	96
FIGURA 6.1: EQUIPO DE TRABAJO	98
ANEXOS	109
FIGURA A.1: WEB – ARTÍCULO: ¿POR QUÉ LOS NIÑOS VEN TELEVISIÓN?	110
FIGURA A.3: WEB – ARTÍCULO: LA CALIDAD EN LA EDUCACIÓN UNA MATERIA QUE ACUMULA POLVO	111
FIGURA A.2: WEB – ARTÍCULO: SOÑANDO DESPIERTO.....	112

INDICE DE TABLAS

CAPÍTULO 2	24
TABLA 2.1: NÚMERO DE NIÑOS ENCUESTADOS.....	30
CAPÍTULO 6	96
TABLA 6.1: DESGLOSE DE FUNCIONES	97
CAPÍTULO 7	99
TABLA 7.1: PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN POR ADQUISICIÓN DE EQUIPOS	101
TABLA 7.2: PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN POR ADQUISICIÓN DE EQUIPOS	102
TABLA 7.3: PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN POR ALQUILER DE EQUIPOS	103
TABLA 7.4: PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN POR ALQUILER DE EQUIPOS	104
TABLA 7.5: COSTO FINAL DEL PROYECTO POR ADQUISICIÓN DE EQUIPOS.....	105
TABLA 7.6: COSTO FINAL DEL PROYECTO POR ALQUILER DE EQUIPOS.....	105



CAPÍTULO 1 **DESCRIPCIÓN DEL** **PROYECTO**

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1 GENERALIDADES

La educación es la base para el crecimiento de una sociedad, y el pilar fundamental para su completo desarrollo. Por otra parte la televisión es el principal medio de comunicación en la época actual, puesto que tiene la facultad de incidir en un mayor número de personas, independiente del mensaje que se desee difundir. Si bien, la función social de la televisión es la de cultivar valores y promover la cultura, no tiene por obligación educar a sus televidentes. Pero, ¿qué pasaría si dentro del mundo de la televisión se abriese camino hacia una televisión educativa?, ¿cuán efectivo sería un contexto nuevo en la televisión local, algo que influya positivamente en el aprendizaje de niños y niñas?

En este sentido, la televisión educativa es un método eficaz para mejorar la enseñanza actual, para llenar los huecos de los programas incompletos de estudio o complementar los que están acertadamente formulados.

"Puki quiere saber" es un proyecto de una serie televisiva cuya función principal es promover y promulgar una televisión de calidad, bajo el contexto de una serie educativa funcional para niños y niñas, con la finalidad de desarrollar sus destrezas y razonamientos, bajo una estructura divertida: un hogar donde cada miembro de la familia puede aportar con conocimientos y enseñanzas para las inquietudes y dudas del miembro más pequeño de la casa.

1.2 ANTECEDENTES

Desde su invención, hasta nuestros días, la televisión ha demostrado ser buena o mala según el uso que se le da, generando una influencia negativa o positiva en el televidente. De esta manera, el aprendizaje está relacionado con la calidad de los contenidos de los programas educativos, informativos y de entretenimientos que transmite.

Muchas investigaciones han demostrado que los niños aprenden viendo televisión, la pregunta es ¿qué aprenden?

Diferentes estudios e investigaciones realizadas indican la influencia positiva o negativa que la televisión tiene hacia los niños y adolescentes. Por lo general el comportamiento obtenido a través de este medio, es aprendido por observación y retenido por largos períodos de tiempo¹. Significa que los niños pueden aprender de la televisión no sólo conductas negativas, sino también muchos valores sociales y aquellos relacionados con su escolaridad. De hecho se recomiendan dos horas diarias de televisión para desarrollar las destrezas de los infantes en la etapa de aprendizaje.

La situación de la educación en el Ecuador es dramática y alarmante, caracterizada principalmente por la presencia del analfabetismo y la deserción escolares elevadas, la mala calidad de la educación y la deficiente infraestructura educativa². A todo esto se le incluye la presencia de una producción nacional de televisión pobre y nada instructiva para niños y jóvenes, además de la ausencia de espacios educativos dentro de la programación local.

Si se analizan las producciones nacionales de los últimos años, se puede notar que no se han realizado programas que promuevan una educación y formación intelectual y moral de exclusividad para el público infantil³, pues si se refiere a realidad nacional, la mayoría de los programas trabajan las propuestas posicionándolos como objetos de diversión, información general y consumo.

1: Véase Anexo 1 – Artículo Online <http://cyberpediatria.com/porquetv.htm>

2: Véase Anexo 2 - Editorial Diario El Universo

3: Véase Anexo 3 - Editorial Diario El Universo

Desempolvando un poco el baúl de los programas televisivos infantiles y de corte educativo realizados en el país, se puede encontrar muy pocos programas, los mismos que fueron desapareciendo por el poco interés de los medios de comunicación audiovisuales de fomentar una cultura con sentido social, y enfocarse solo en el hecho de informar y entretener a un público que en su mayoría se conforma y no demanda más de lo que considera importante para mantenerse informado y entretenido.

El propósito de "*Puki quiere saber*", es influenciar positivamente en el comportamiento de los niños y niñas de nuestro país, y apostar por una televisión educativa de calidad que responda a las necesidades y vacíos que dejan los modelos de educación en el país, abarcando cada vez más espacios del saber y la cultura, los mismos que la escuela pudo haber considerado exclusivos.

Esto es lo que ha motivado a realizar el proyecto de *Televisión Educativa: "Puki quiere saber"*, una nueva propuesta audiovisual e instructiva para padres e hijos.

1.3 IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

"Puki quiere saber", es una nueva propuesta dentro de la televisión educativa local. Se basa en la realización de una serie educativa de dos emisiones por semana, en una temporada inicial de 3 meses, esto es 24 episodios distintos.

El objetivo fundamental de *"Puki quiere saber"*, es transmitir un mensaje ameno hacia los niños y niñas del país, y difundir una televisión educativa, que no repita los conceptos enseñados en las aulas de la escuela, sino que de una manera divertida y original capte la atención de los más pequeños, y facilite la comprensión de temas relacionados con su aprendizaje y valores morales.

Para arrancar con el proyecto, será necesaria la grabación de un programa piloto, donde se incluirán los personajes de la serie, la escenografía y el contexto general, para la debida presentación en los medios de comunicación, y su futura difusión en la estación televisiva interesada. Una vez definido el canal difusor, se procederá a la búsqueda de auspiciantes del espacio, para concretar las campañas y manejo de publicidad y promoción de la serie teleducativa. La imagen corporativa de la serie, será un aspecto primordial y un requisito indispensable para el reconocimiento previo a la difusión y promoción. Esto promoverá mayor impacto entre los televidentes y marcará la diferencia ante futuros competidores.

Sin duda alguna, *"Puki quiere saber"* será la pauta para que la televisión dentro del Ecuador se vuelva educativa e instructiva, puesto que dentro del país no existe en la actualidad ningún otro proyecto audiovisual similar.

1.3.1 MISIÓN

Usar el entretenimiento educativo para llegar a los niños, la familia y la comunidad a través de la televisión como principal medio de comunicación difundiendo mensajes educativos y valores morales.

1.3.2 VISIÓN

Niños y niñas siendo receptores de una televisión educativa y positiva, en un marco de una cultura social e instructiva, dentro de una comunidad proactiva de cambio hacia una cultura educacional.

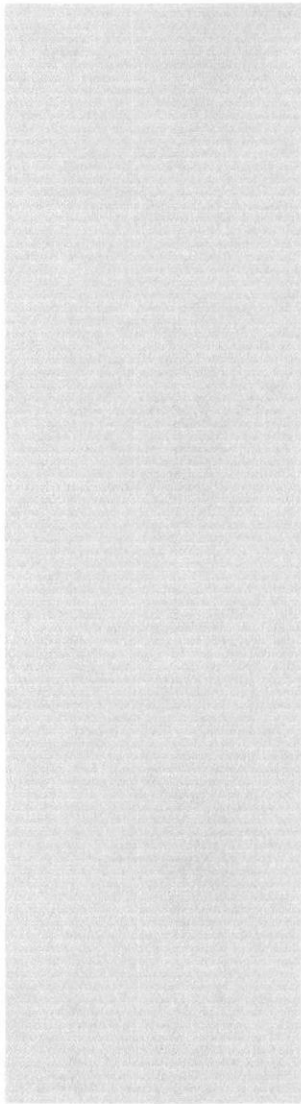
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVOS GENERALES

Educar en un sentido amplio, ofreciendo a través de un programa de televisión, una serie de contenidos de manera general para la audiencia infantil, incorporando además conocimientos, valores y el desarrollo de destrezas y habilidades, que serán la mezcla precisa de entretenimiento y aprendizaje.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fomentar una cultura educativa e instructiva dentro de la programación televisiva del país, empezando por concienciar en la sociedad sobre la necesidad de crear espacios adecuados en la televisión para la niñez.
- Llegar a sectores donde muchos niños y niñas no tienen acceso a una educación presencial de calidad, o han tenido que abandonar las aulas por dedicarse a trabajar o por falta de recursos económicos.
- Incentivar a los niños a la investigación y la incursión en el descubrimiento de nuevos conceptos, despertando la curiosidad y el deseo de aprender más, al convertir el aprendizaje en una opción divertida y entretenida.
- Colaborar en el desarrollo de destrezas físicas, intelectuales y artísticas.
- Influenciar positivamente en el comportamiento y desenvolvimiento social de los niños dentro su entorno, en las relaciones con la familia, los amigos, la sociedad en general y el medio ambiente.
- Proporcionar a los padres de familia seguridad en el control de sus hijos cuando están frente a la pantalla del televisor.



CAPÍTULO 2 **INVESTIGACIÓN DE** **MERCADO**

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1 PERSPECTIVA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación de mercado es necesaria para determinar la demanda y el perfil del consumidor, en este caso, del público espectador para quien va dirigido el proyecto.

Se analizarán las tendencias y preferencias actuales para adaptarlas a las necesidades que se han detectado dentro de la programación de la televisión nacional infantil, para así lograr que el proyecto cubra las expectativas trazadas en cuanto a educación y entretenimiento se refiere.

Para llevar a cabo una investigación completa y eficaz es conveniente seguir un plan de desarrollo, que comprende diferentes fases, tales como:

- Establecer los parámetros para la obtención de la información.
- Realización de las encuestas.
- Tabulación de todos los datos.
- Conclusiones de la investigación.

Siguiendo este plan, se espera extraer los datos y conclusiones específicas para el desarrollo del proyecto, y conocer las vías correctas que se deben tomar para poder cumplir con el objetivo principal: crear un programa televisivo para el público infantil con gran contenido educativo cultural y social.

2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El problema mayor de la televisión es su influencia en el ser humano (positiva o negativa), pero el punto no es tan solo lo que se comunica, si no cómo se lo comunica y para quién. Desde muy pequeños, incluso desde antes de asistir a la escuela, la televisión toma posición en la cadena de información, dejando ver así, que ésta, inconscientemente, es la primera escuela del niño, quien es un ente que recibe información directa traducida en imágenes de un mundo centrado sólo en el fácil hecho de ver. El niño formado en la imagen se reduce a un adulto que no lee.

2.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.3.1 OBJETIVO GENERAL

Conocer las necesidades del público infantil, sus gustos y preferencias de acuerdo a su edad y nivel socio-económico.

2.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar qué tan educativa y qué tan dañina consideran los padres de familia que es la televisión nacional para los niños.
- Determinar los factores por los cuales los niños no tienen control sobre lo que ven en la televisión.
- Comprobar la aprobación de un nuevo programa televisivo para el público infantil con contenido educativo.

2.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR O PÚBLICO OBJETIVO

- **SEXO**

Masculino y Femenino

- **EDAD**

Infantes desde los 4 hasta los 12 años.

2.5 PLAN DE MUESTREO

2.5.1 DISEÑO DE MUESTRA

La población que se ha considerado para la realización del presente estudio de mercado, se concentra en la ciudad de Guayaquil, la misma que cuenta con la mayor cantidad de centros educativos del país.

En base al último censo realizado por el Ministerio de Educación en el año 2008, se determinó que la población de centros educativos de instrucción primaria entre particulares, fiscales y municipales de Guayaquil, dentro del perímetro urbano, fue:

Ciudad	Instituciones Educativas	Profesores	Alumnos
Guayaquil	1,833	13,901	304,881

Población Año 2008
Fuente: Ministerio de Educación

Con el fin de establecer el número de encuestas a realizar para niños, profesores y padres de familia, se ha decidido trabajar con un nivel de confianza del 90% y un grado de significancia del 10%. Dado que no se encuentra con información estadística relevante de Estudios previos realizados se utilizó la siguiente fórmula:

$$N = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot n}{n \cdot e^2 + z^2 p \cdot q}$$

Donde:

N= Tamaño de la Muestra

Z= Porcentaje de datos que se alcanza desde 0.10% de confianza del 90%

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

D= Máximo error permisible

De los cuales se asignaron los siguientes datos para determinar el tamaño de la muestra de profesores y padres de familia:

$$N = 13,901 + 609,762 = 14510,762$$

$$Z = 1.65$$

$$D = 0.05$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$e = 0.10$$

La fórmula quedaría de la siguiente forma:

$$N = \frac{(1.65)^2 (0.50) (0.50)(14510,762)}{14510,762 (0.10)^2 + (1.65)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$N = 68.07$$

$$N = 200$$

Para determinar el tamaño de la muestra de los niños, los datos de la fórmula son:

$$N = 304,881$$

$$Z = 1.65$$

$$D = 0.05$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$e = 0.10$$

La fórmula quedaría de la siguiente forma:

$$N = \frac{(1.65)^2 (0.50) (0.50)(304,881)}{304,881 (0.10)^2 + (1.65)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$N = 68.05$$

$$N = 200$$

2.5.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

El tamaño de la muestra fue de 400 personas, divididos en 200 padres de familia, profesores y representantes de establecimientos escolares (para las encuestas tipo 1) y 200 niños y niñas (para las encuestas tipo 2).

Los adultos a encuestar fueron elegidos aleatoriamente en establecimientos educativos, centros comerciales, y en la cotidianeidad de la ciudad de Guayaquil.

Por su parte, los niños a encuestar fueron escogidos aleatoriamente en escuelas de la ciudad de Guayaquil y su distribución fue la siguiente:

Escuela/Colegio	Niños Encuestados
Escuela Fiscal Mixta No.303 Leonardo R. Aulestia	57
Unidad Educativa Bilingüe de La Inmaculada	81
Colegio Javier	62

Tabla 2.1: Número de niños encuestados.
Fuente: Elaborado por los autores.

2.5.3 DISEÑO DEL CUESTIONARIO

La encuesta debe permitir:

- Identificar cual es el público objetivo al cual irá dirigido el programa de televisión.
- Conocer el tipo de programación que observan los niños y jóvenes dentro del país.
- Resaltar el conocimiento de los padres de familia acerca de lo que observan sus hijos en la televisión local.
- Analizar y determinar las estrategias más eficaces para la difusión del proyecto en cuestión.
- Conocer la problemática de manera más profunda.
- Obtener la suficiente información para plantear estrategias de acción social que sean claras y efectivas.
- Definir cuáles podrían ser las debilidades del proyecto.

2.5.4 MODELO DE ENCUESTA



Proyecto de Graduación – Encuesta tipo 1
 Programa Educativo de televisión: "Puki quiere saber"

2009

Marque con una "x" la respuesta a las siguientes preguntas.

DATOS PERSONALES:

Sexo

- Masculino
 Femenino

Actividad que desempeña

- Estudiante
 Ama de casa (en caso de ser de sexo femenino)
 Laboral. Favor indique actividad: _____
 Ninguna

1. ¿Permite usted que sus hijos vean televisión?

- Sí
 No

Si la respuesta es sí:

¿Cuántas horas al día sus hijos permanecen frente al televisor?

- De 1 a 2 horas
 De 3 a 4 horas
 De 4 a 5 horas
 Más de 6 horas

2. ¿Permite que sus hijos vean televisión sin supervisión?

- Nunca
 Muy poco
 Ocasionalmente
 Siempre

3. ¿Tienen sus hijos acceso a la televisión por cable?

- Sí
 No

4. En una escala del 1 al 5 (donde 1 es "nada negativa" y 5 "muy negativa"), evalúe ¿qué tan negativa cree usted que es la televisión nacional para el público infantil?

- 1 2 3 4 5

5. En una escala del 1 al 5 (donde 1 es "malo" y 5 "muy bueno"), evalúe ¿qué tan educativa cree usted que es la televisión nacional para el público infantil?

- 1 2 3 4 5

6. ¿Considera usted que los espacios infantiles dentro de la televisión nacional son adecuados para el desarrollo intelectual y social de los niños?

- Si
- No

Favor indique motivos: _____

7. ¿Considera usted que la televisión nacional necesita de espacios infantiles con un mayor contenido educativo y cultural?

- Si
- No

Favor indique motivos: _____

8. ¿Cree usted que las leyes deben ser más estrictas en cuanto a la programación de la televisión nacional y los horarios para la protección del menor?

- Si
- No

9. ¿Qué programas considera usted que tienen contenido educativo?

- Dragon Ball
- Los Simpson
- El Chavo del 8
- Doráemon
- Barney
- Teletubies
- Otro

10. ¿Qué programa de su infancia recuerda que le gustaba más y por qué?

Porque _____

11. ¿Estaría de acuerdo con un programa educativo dentro de la televisión nacional?

- Si
- No



Marque con una "x" la respuesta a las siguientes preguntas.

DATOS PERSONALES:

Sexo

- Niño
 Niña

¿En qué año básico estás?

- Primero Segundo Tercero Cuarto Quinto Sexto Séptimo

1. ¿Te gusta ver televisión?

- Si
 No

2. ¿Cuánto tiempo ves la televisión?

- Poco
 Mucho

3. ¿Te gustaría aprender cosas nuevas en la televisión?

- Si
 No

4. ¿Ves televisión con tus padres o algún adulto?

- Si
 No

5. ¿Qué programas te gusta ver?

- Dragon Ball
 Los Simpson
 El Chavo del 8
 Doráemon
 Barney
 Teletubies
 Otro

6. ¿Qué es lo que te gusta ver más en la televisión?

- Cuentos o historias de fantasía
 Dibujos Animados
 Experimentos
 Trabajos manuales
 Canciones

2.6 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

2.6.1 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS ENCUESTA TIPO 1 (PARA ADULTOS)

Después de recabados los datos, estos son los resultados de la encuesta realizada a los padres de familia en la ciudad de Guayaquil.

PREGUNTA 1:

SEXO

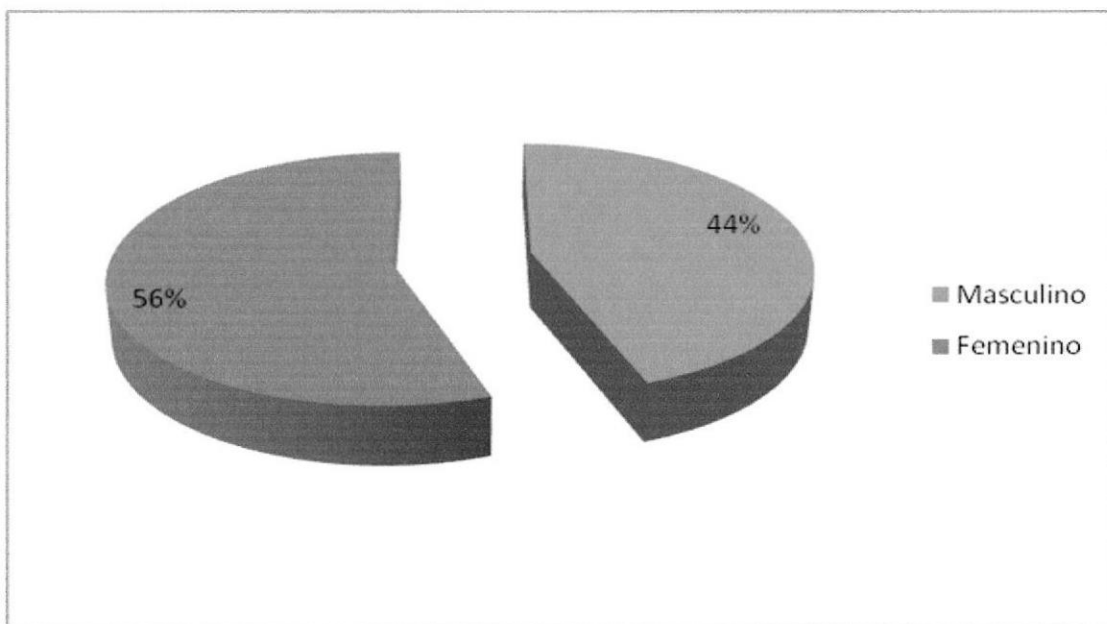


Figura 2.1: Encuesta T1 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 1.
Fuente: Elaborado por los autores.

De los 200 padres encuestados el 56% son mujeres y el 44% son hombres.

Masculino	89
Femenino	111

PREGUNTA 2:

ACTIVIDAD QUE DESEMPEÑA

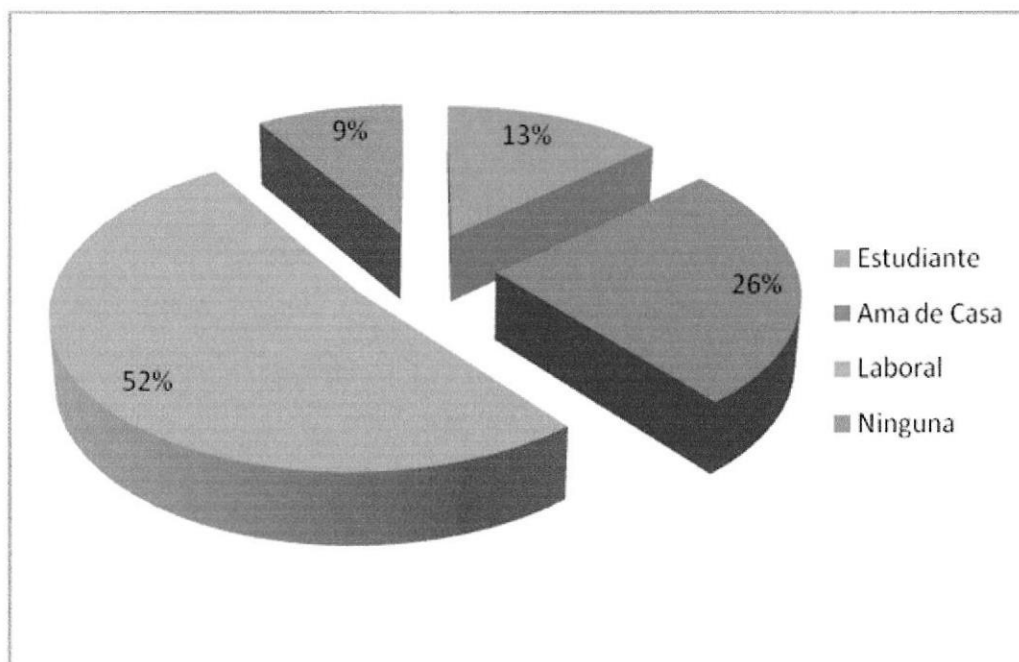
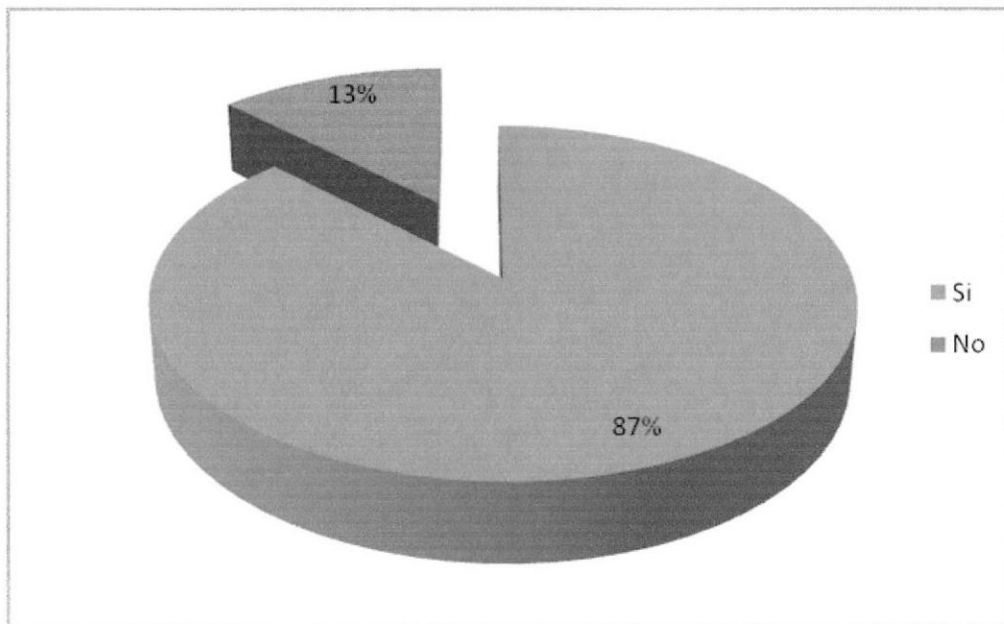


Figura 2.2: Encuesta T1 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 2.
Fuente: Elaborado por los autores.

De los 200 padres encuestados el 13% son estudiantes, el 26% son amas de casa, el 52% trabajan de manera profesional y el 9% no tienen ninguna ocupación.

Estudiante	27
Ama de Casa	51
Laboral	104
Ninguna	18

PREGUNTA 3:**¿PERMITE USTED QUE SUS HIJOS VEAN TELEVISIÓN?****Figura 2.3: Encuesta T1 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 3.***Fuente: Elaborado por los autores.*

De los 200 padres encuestados al 87% afirmó que permiten que sus hijos vean televisión y el 13% no lo permiten.

Si	175
No	25

PREGUNTA 4:

¿CUÁNTAS HORAS AL DÍA SUS HIJOS PERMANECEN FRENTE A LA TELEVISIÓN?

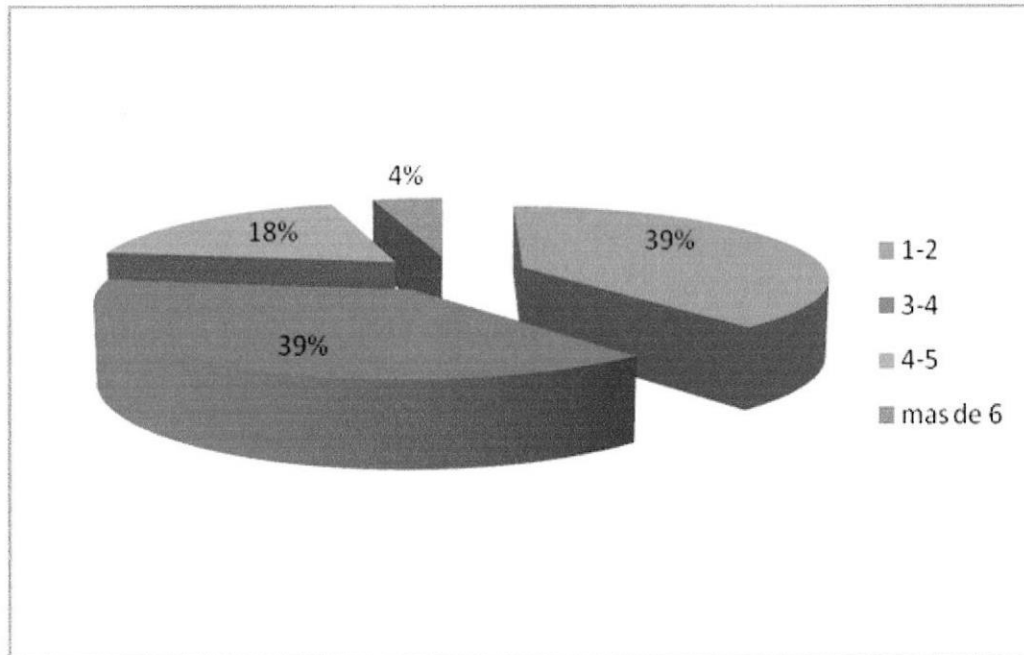


Figura 2.4: Encuesta T1 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 4.
Fuente: Elaborado por los autores.

De los 200 padres encuestados un 39% reveló que sus hijos ven un promedio de 1 a 2 horas televisión, un 39% de 3 a 4 horas, un 18% de 4 a 5 horas y un 4% respondió que sus hijos ven más de 6 horas la televisión.

1-2	72
3-4	71
4-5	34
más de 6	8

PREGUNTA 5:

¿PERMITE QUE SUS HIJOS VEAN TELEVISIÓN SIN SUPERVISIÓN?

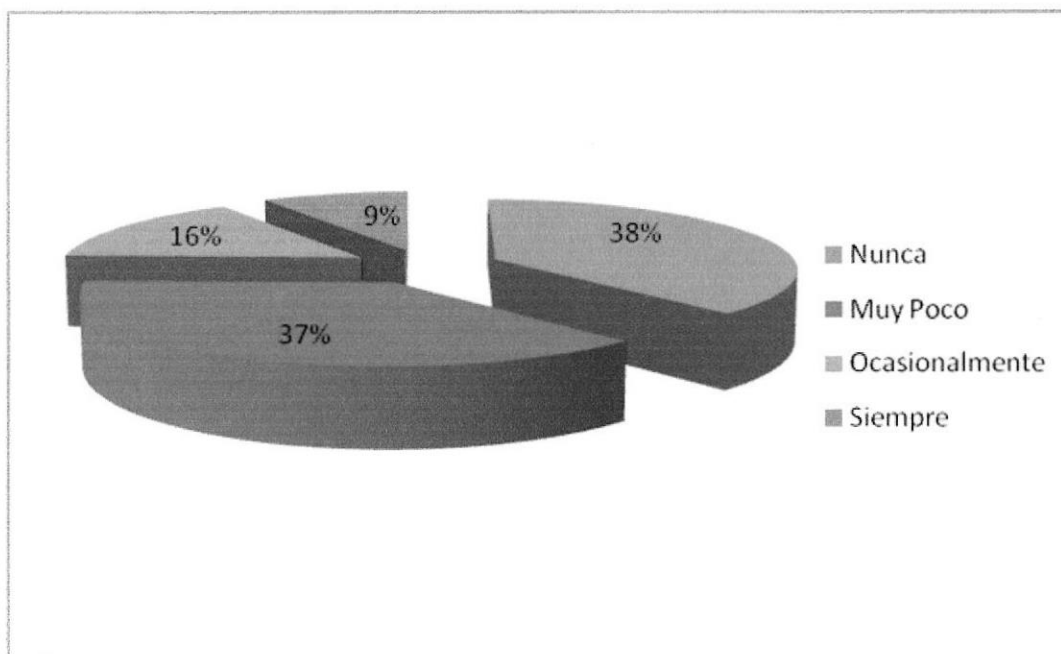
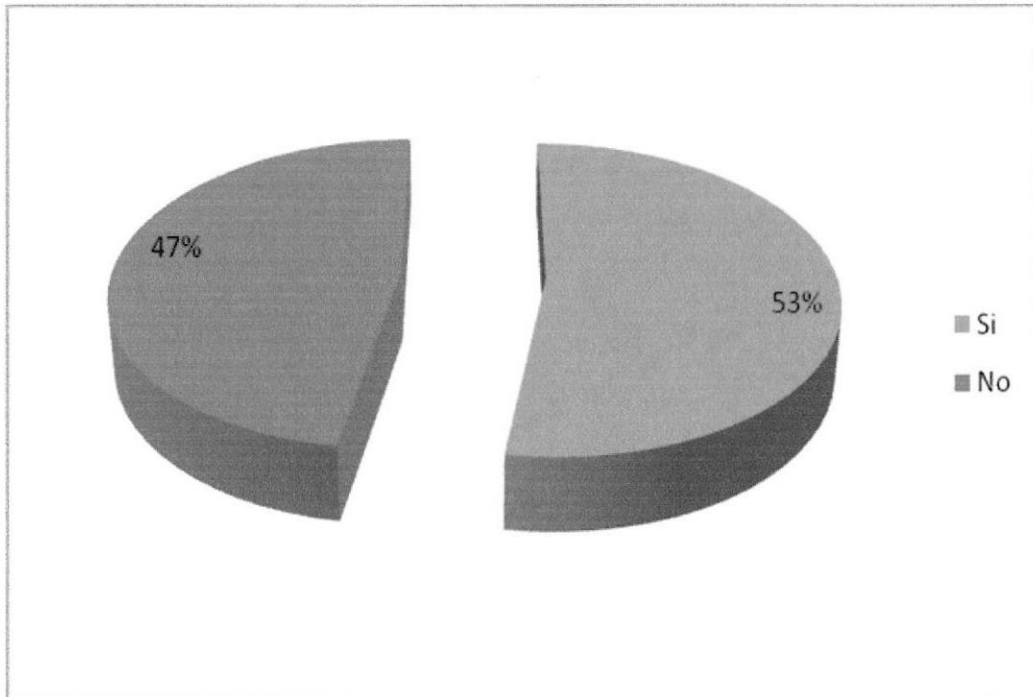


Figura 2.5: Encuesta T1 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 5.
Fuente: Elaborado por los autores.

De los 200 padres a quienes se les realizó la encuesta, se puede apreciar que el 38% no permiten nunca que sus hijos vean televisión sin supervisión, el 37% lo permiten muy poco, el 16% ocasionalmente y a una minoría, el 9% lo permiten siempre.

Nunca	76
Muy Poco	75
Ocasionalmente	31
Siempre	18

PREGUNTA 6:**¿TIENEN SUS HIJOS ACCESO A LA TELEVISIÓN POR CABLE?****Figura 2.6: Encuesta T1 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6.***Fuente: Elaborado por los autores.*

El 53% de los 200 padres encuestados afirmaron que sus hijos tienen acceso a la televisión por cable, y el 47% dijo que sus hijos no tienen acceso.

Si	104
No	94

PREGUNTA 7:

¿QUÉ TAN NEGATIVA CREE USTED QUE ES LA TELEVISIÓN NACIONAL PARA EL PÚBLICO INFANTIL?

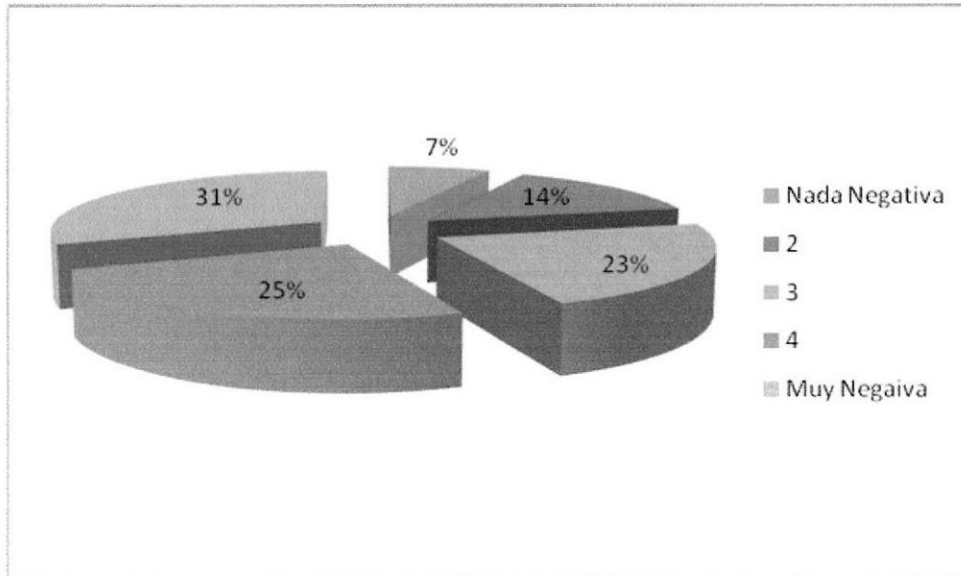
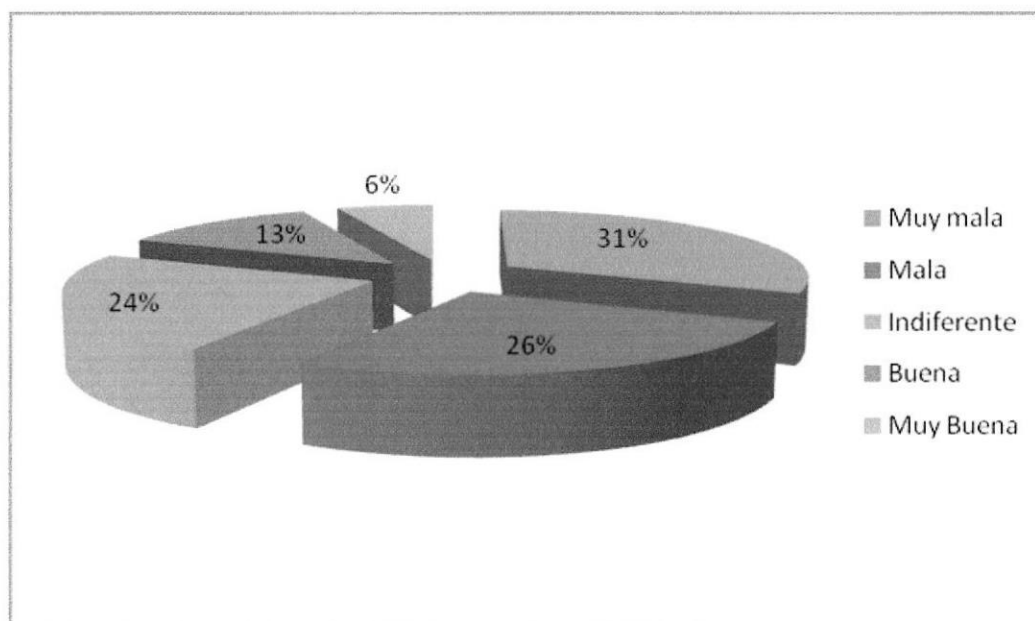


Figura 2.7: Encuesta T1 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 7.
Fuente: Elaborado por los autores.

En esta pregunta de los 200 padres encuestados, el 7% piensa que la televisión nacional es nada negativa para los niños, el 14% piensa que es poco negativa, el 23% tiene una respuesta neutral, el 25% cree que es algo negativa y un 31% cree que a televisión nacional es muy negativa para el público infantil.

Nada Negativa	14
2	29
3	45
4	50
Muy Negaiva	62

PREGUNTA 8:**¿QUÉ TAN EDUCATIVA CREE USTED QUE ES LA TELEVISIÓN NACIONAL PARA EL PÚBLICO INFANTIL?****Figura 2.8: Encuesta T1 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 8.***Fuente: Elaborado por los autores.*

De los 200 padres encuestados el 31% afirmó que la tv nacional es nada educativa, el 26% dijo que es mala, el 24% piensa de manera indiferente, el 13% cree que la programación es buena y al 6% afirma creer que la televisión nacional es muy buena para el público infantil.

Muy mala	63
Mala	53
Indiferente	47
Buena	25
Muy Buena	12

PREGUNTA 9:

¿CONSIDERA USTED QUE LOS ESPACIOS INFANTILES DENTRO DE LA TELEVISIÓN NACIONAL SON ADECUADOS PARA EL DESARROLLO INTELECTUAL Y SOCIAL DE LOS NIÑOS?

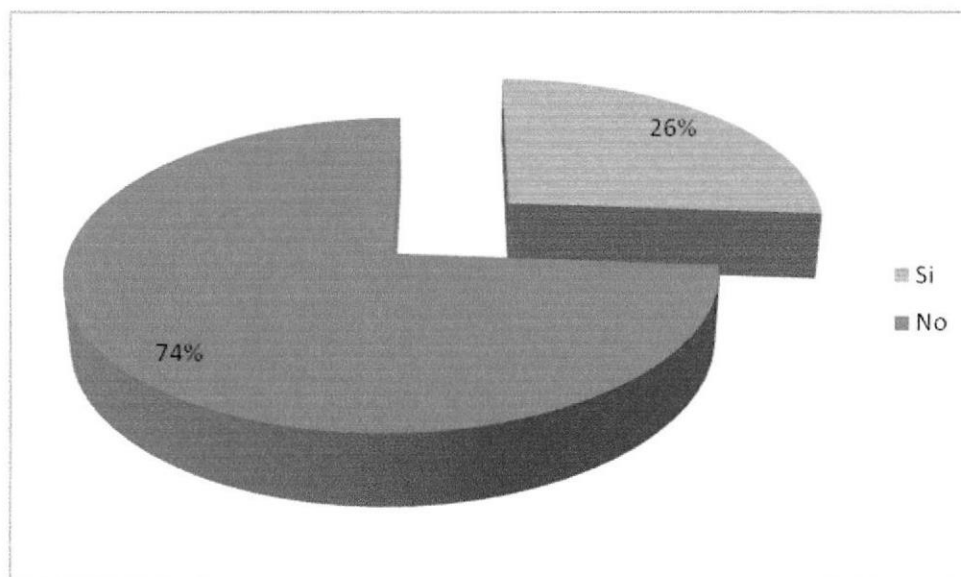


Figura 2.9: Encuesta T1 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 9.
Fuente: Elaborado por los autores.

De los 200 padres encuestados el 26% considera que los espacios infantiles dentro de la tv nacional son adecuados para los niños y su desarrollo integral y el 74% cree que éstos no son adecuados.

Si	52
No	147

PREGUNTA 10:

**¿CONSIDERA USTED QUE LA TELEVISIÓN NACIONAL
NECESITA ESPACIOS INFANTILES CON UN MAYOR
CONTENIDO EDUCATIVO Y CULTURAL?**

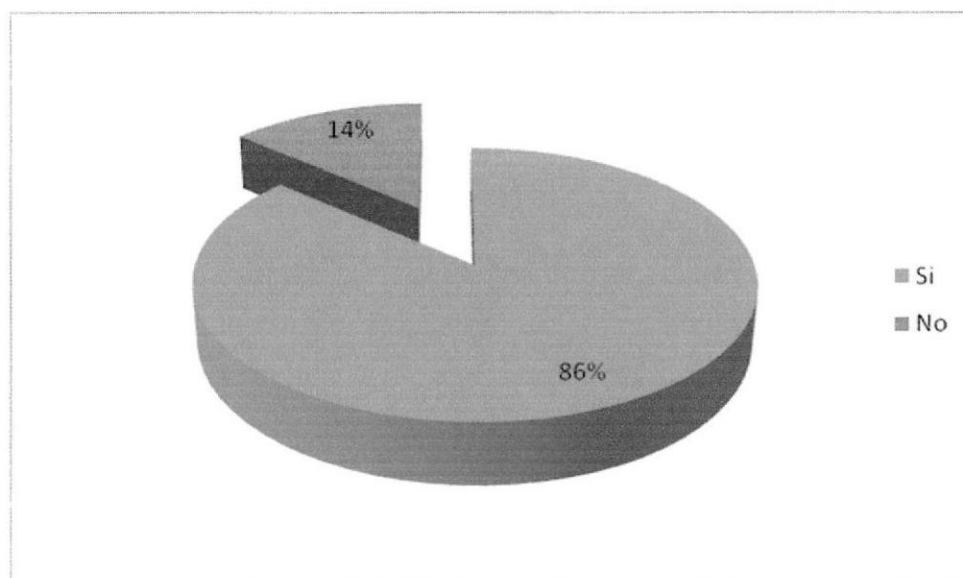


Figura 2.10: Encuesta T1 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 10.

Fuente: Elaborado por los autores.

De los 200 padres encuestados al 86% considera que la televisión nacional necesita de espacios infantiles con mayor contenido educativo y el 14% considera que no necesita este tipo de espacios.

Si	173
No	27

PREGUNTA 11:

¿CREE USTED QUE LAS LEYES DEBEN SER MÁS ESTRICITAS EN CUANTO A LA PROGRAMACIÓN DE LA TELEVISIÓN NACIONAL Y LOS HORARIOS DE PROTECCIÓN AL MENOR?

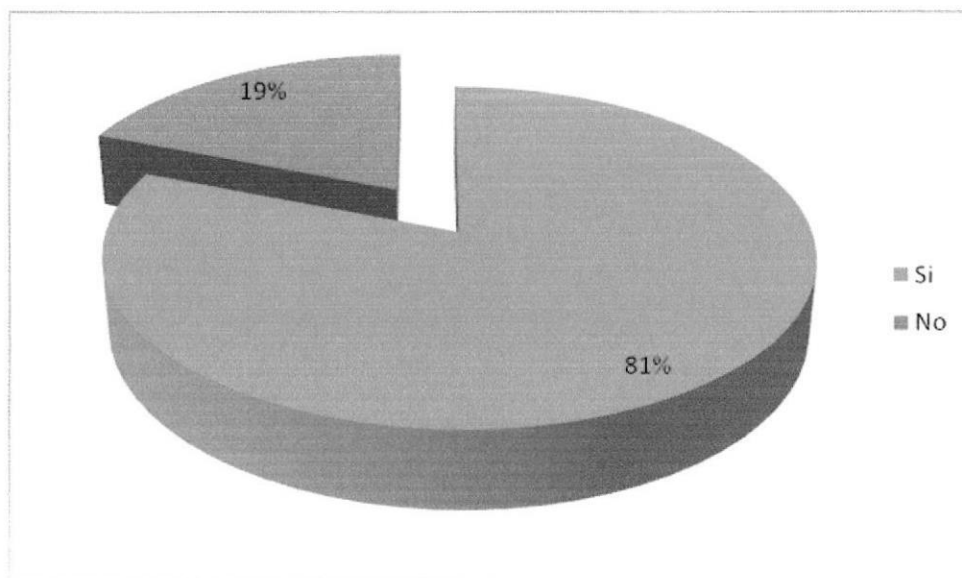


Figura 2.11: Encuesta T1 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 11.
Fuente: Elaborado por los autores.

De los 200 padres encuestados un 81% que las leyes deberían ser más estrictas y un 19% respondió que no deberían ser tan estrictas.

Si	162
No	38

PREGUNTA 12:

**¿QUÉ PROGRAMAS CONSIDERA USTED QUE TIENEN
CONTENIDO EDUCATIVO?**

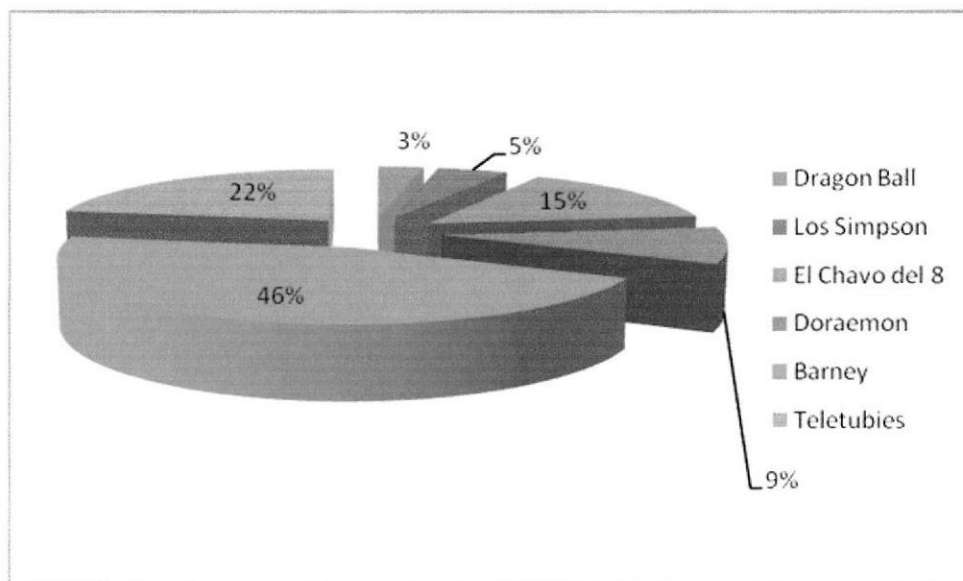


Figura 2.12: Encuesta T1 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 12.
Fuente: Elaborado por los autores.

De los 200 padres a quienes se les realizó la encuesta, se puede apreciar que el 3% le gusta Dragon Ball, a un 5% Los Simpson, a un 15% El Chavo del 8, a un 9% Doraemon, a un 46% Barney y a un 22% Teletubies.

Dragon Ball	9
Los Simpson	14
El Chavo del 8	45
Doraemon	27
Barney	134
Teletubies	66

PREGUNTA 13:

**¿QUÉ PROGRAMA DE SU INFANCIA RECUERDA QUE LE
GUSTABA MÁS?**

Ésta, por ser una pregunta de respuesta abierta, no proporciona datos certeros o porcentajes, pero permite analizar y comparar las preferencias televisivas de los niños y niñas de hace algunos años, y las de la actualidad.

Es interesante observar cómo ha cambiado el concepto de los programas para niños, siendo la aventura el tema principal, a pesar del tiempo.

Los programas más vistos son los siguientes: Plaza Sésamo, Heidi y Meteoro.

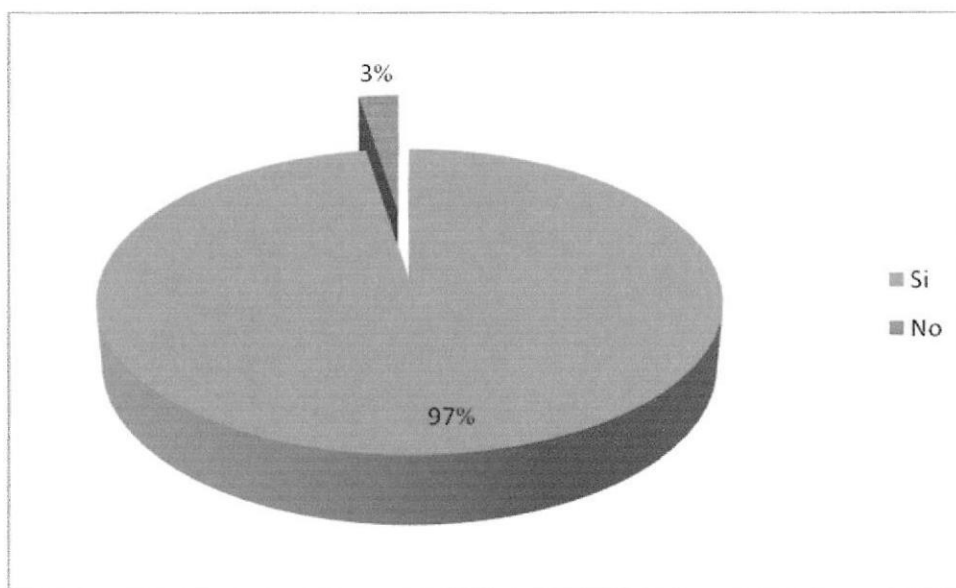
PREGUNTA 14:**¿ESTARÍA DE ACUERDO CON UN NUEVO PROGRAMA EDUCATIVO DENTRO DE LA TELEVISIÓN NACIONAL?**

Figura 2.13: Encuesta T1 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 14.
Fuente: Elaborado por los autores.

En esta pregunta de los 200 padres encuestados el 97% está de acuerdo en que la televisión nacional necesita de un nuevo programa educativo para los niños y un 3% indica que no necesita de este tipo de espacios.

Si	195
No	5

2.6.2 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS ENCUESTA TIPO 2 (PARA NIÑOS)

Después de recabados los datos, estos son los resultados de la encuesta realizada a los niños en la ciudad de Guayaquil.

PREGUNTA 1:

SEXO

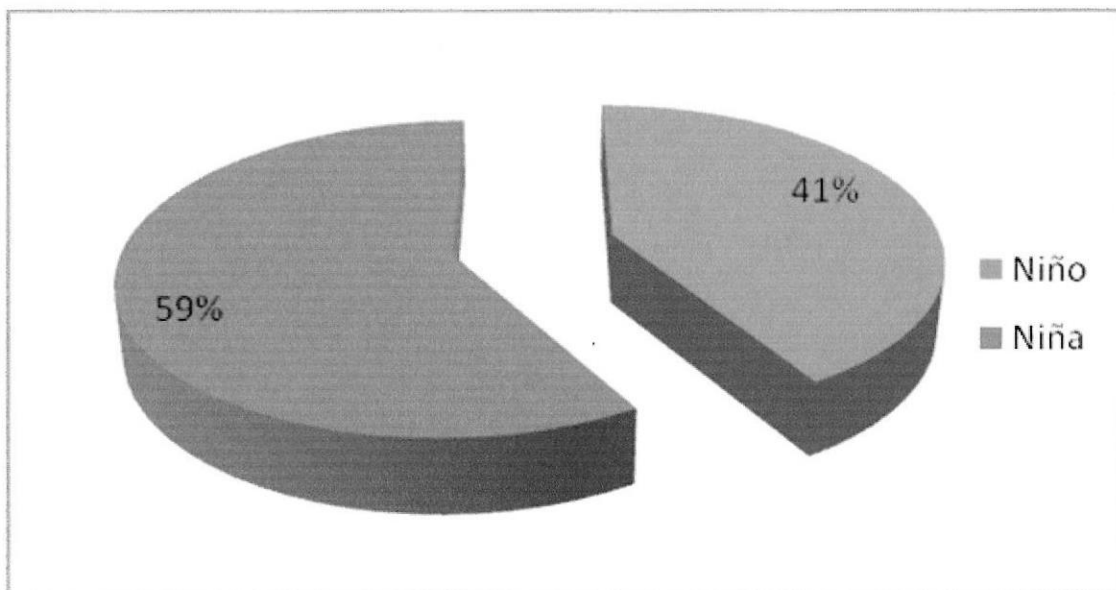


Figura 2.14: Encuesta T2 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 1.

Fuente: Elaborado por los autores.

De los 200 niños encuestados el 59% son niñas y el 41% son niños.

Niño	83
Niña	117

PREGUNTA 2:

¿EN QUÉ AÑO BÁSICO ESTÁS?

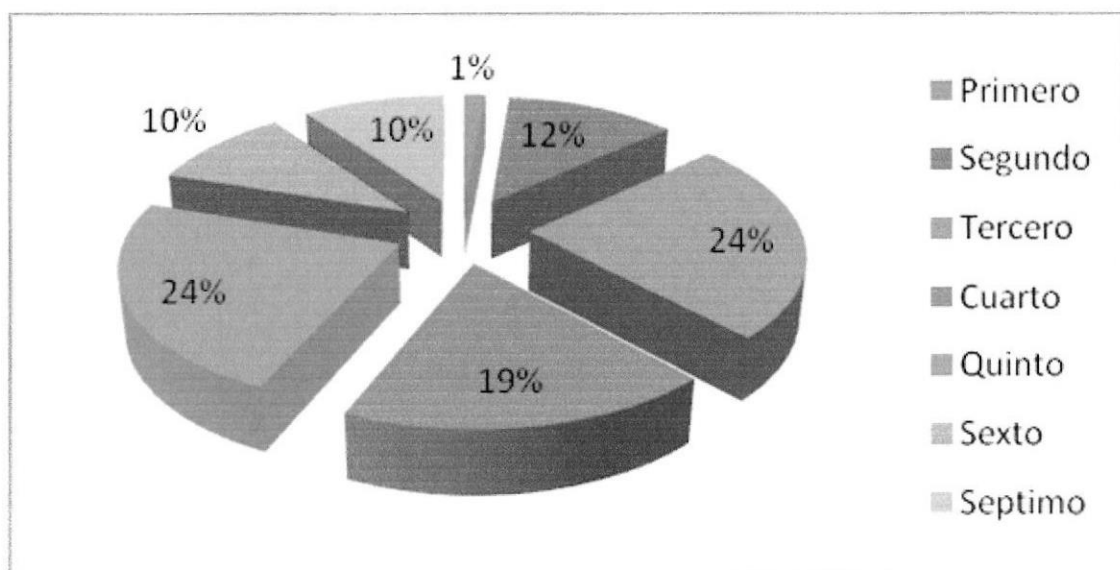


Figura 2.15: Encuesta T2 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 2.
Fuente: Elaborado por los autores.

De los 200 niños encuestados el 1% son de primer año básico, el 12% de segundo año, el 24% de tercero, el 19% de cuarto, el 24% de quinto, el 10% de sexto y el 10% de séptimo año de educación básica.

Primero	3
Segundo	24
Tercero	49
Cuarto	37
Quinto	47
Sexto	20
Séptimo	20

PREGUNTA 3:

¿TE GUSTA VER LA TELEVISIÓN?

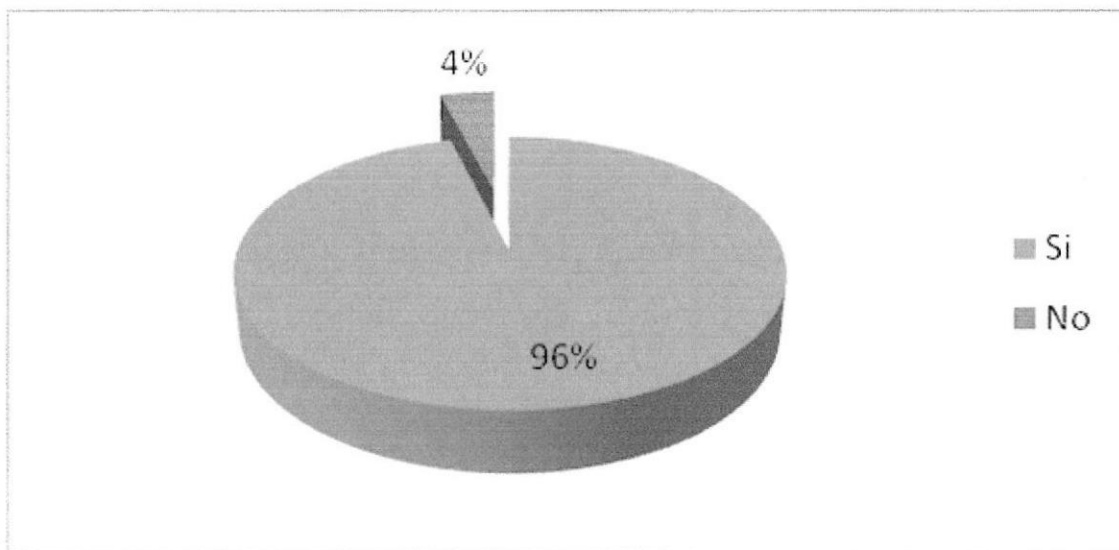


Figura 2.16: Encuesta T2 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 3.
Fuente: Elaborado por los autores.

De los 200 niños encuestados al 96% le gusta ver televisión y al 4% no le gusta.

Si	193
No	7

PREGUNTA 4:

¿CUÁNTO TIEMPO VES LA TELEVISIÓN?

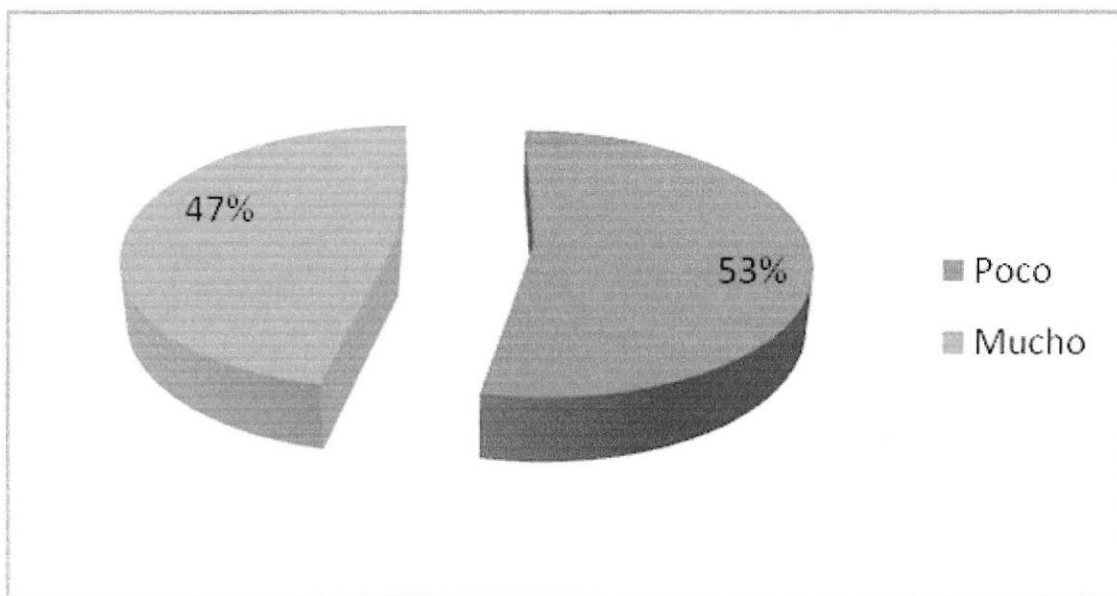


Figura 2.17: Encuesta T2 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 4.

Fuente: Elaborado por los autores.

De los 200 niños encuestados un 53% reveló que ve poca televisión y un 47% respondió que ve mucha televisión.

Poco	106
Mucho	93

PREGUNTA 5:

¿TE GUSTARÍA APRENDER COSAS NUEVAS EN LA TELEVISIÓN?

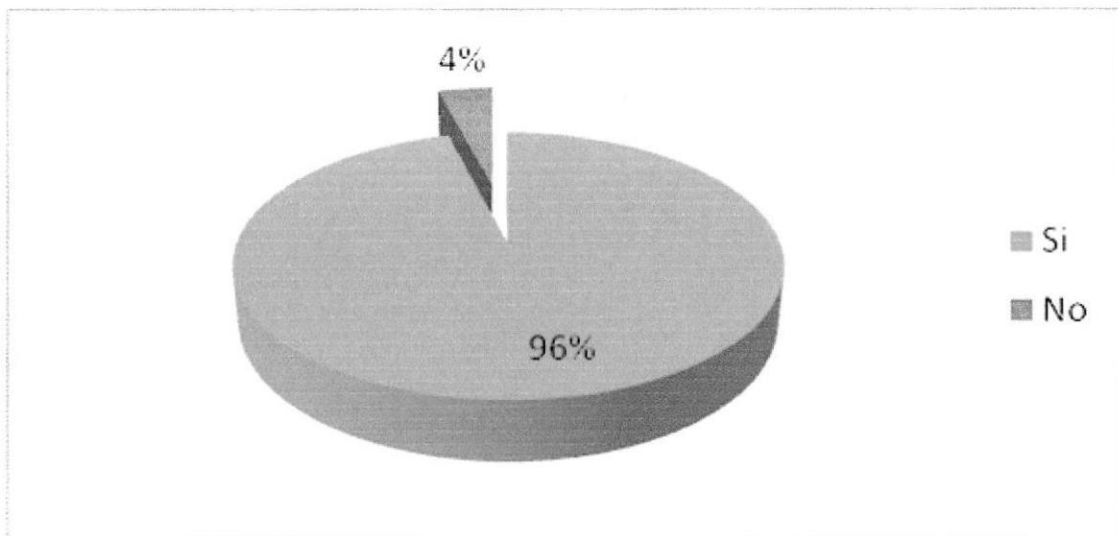
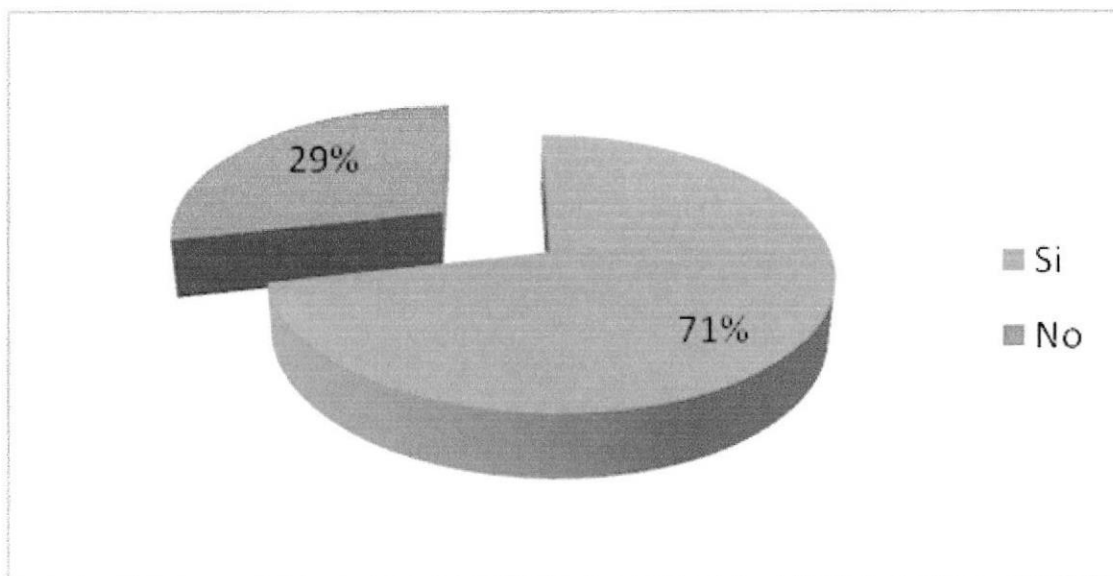


Figura 2.18: Encuesta T2 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 5.
Fuente: Elaborado por los autores.

De los 200 niños a quienes se les realizó la encuesta, se puede apreciar que el 96% le gustaría aprender nuevas cosas en la televisión, y a una minoría, al 4% no le gustaría.

Si	192
No	8

PREGUNTA 6:**¿VES TELEVISIÓN CON TUS PADRES O ALGÚN ADULTO?****Figura 2.19: Encuesta T2 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6.**

Fuente: Elaborado por los autores.

El 71% de los 200 niños encuestados afirmaron ver la televisión siempre acompañados por sus padres o algún adulto, y el 29% dijo ver la televisión solos.

Si	143
No	57

PREGUNTA 7:

¿QUÉ PROGRAMAS TE GUSTA VER EN LA TELEVISIÓN?

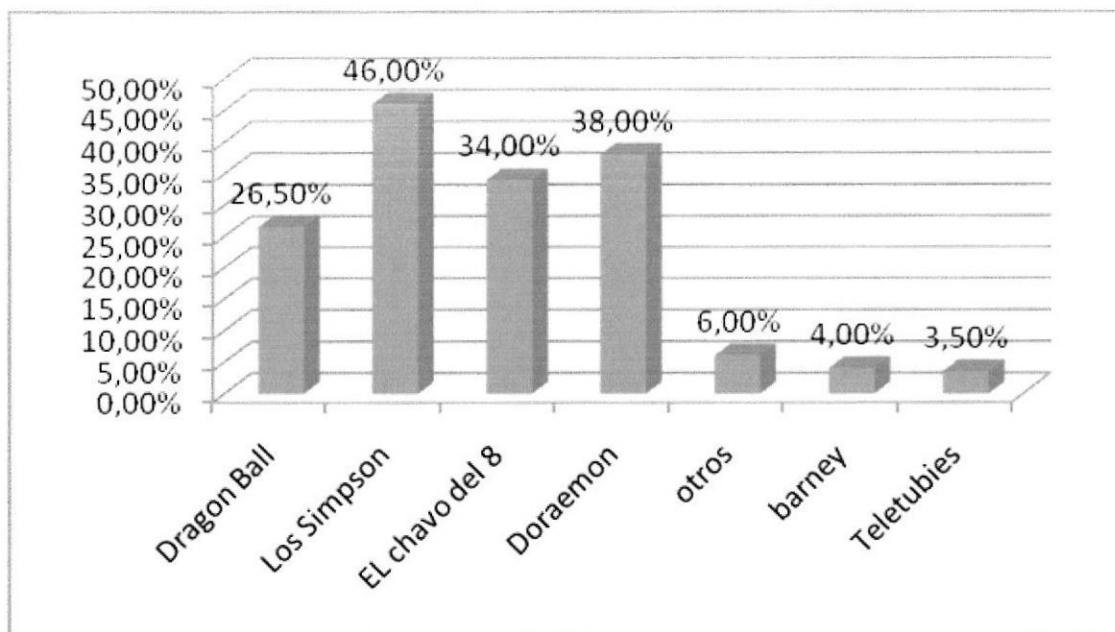


Figura 2.20: Encuesta T2 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 7.

Fuente: Elaborado por los autores.

En esta pregunta de los 200 niños encuestados, el 26,50% ve Dragon Ball, el 46% ve Los Simpson, el 34% ve El Chavo del 8, el 4% ve Barney, el 3,5% ve Teletubies y un 6% ve otros programas que no se encuentran en la lista de opciones a escoger.

Dragon Ball	26,50%	53
Los Simpson	46,00%	92
EL chavo del 8	34,00%	68
Doraemon	38,00%	76
Otros	6,00%	12
Barney	4,00%	8
Teletubies	3,50%	7

PREGUNTA 8:

¿QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA VER EN LA TELEVISIÓN?

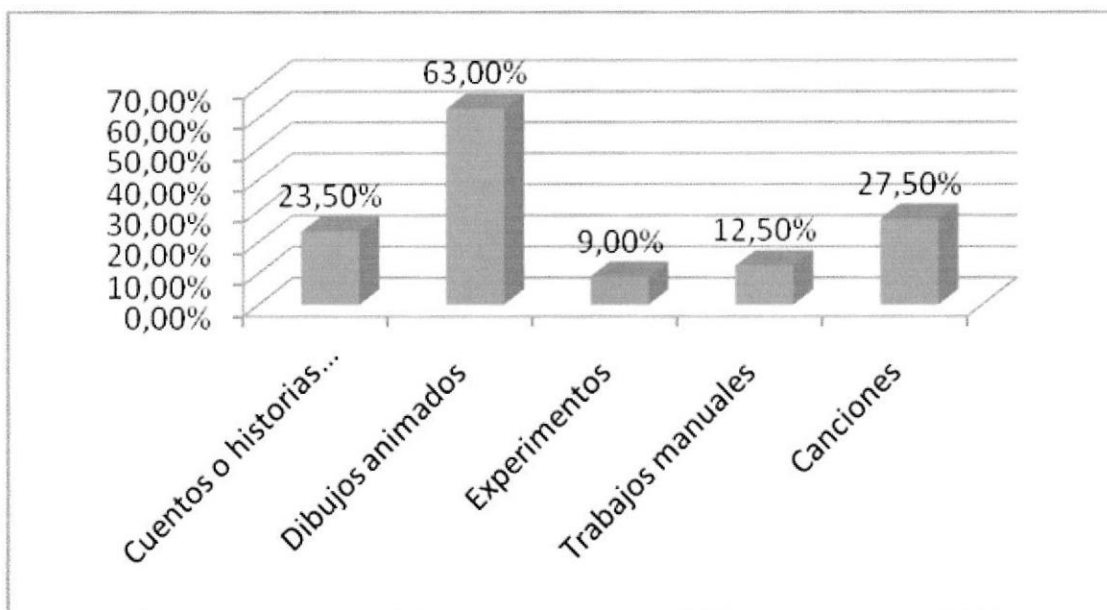


Figura 2.21: Encuesta T2 - Gráfico estadístico de resultados para pregunta 8.
Fuente: Elaborado por los autores.

De los 200 niños encuestados el 23,5% afirmó que lo que más les gusta ver en la televisión son cuentos o historias, el 63% dijo gustarles los dibujos animados de cualquier tipo, al 9% le gusta ver experimentos, al 12% trabajos manuales y al 27,5% les gusta ver canciones.

Cuentos o historias de fantasía	23,50%	47
Dibujos animados	63,00%	126
Experimentos	9,00%	18
Trabajos manuales	12,50%	25
Canciones	27,50%	55

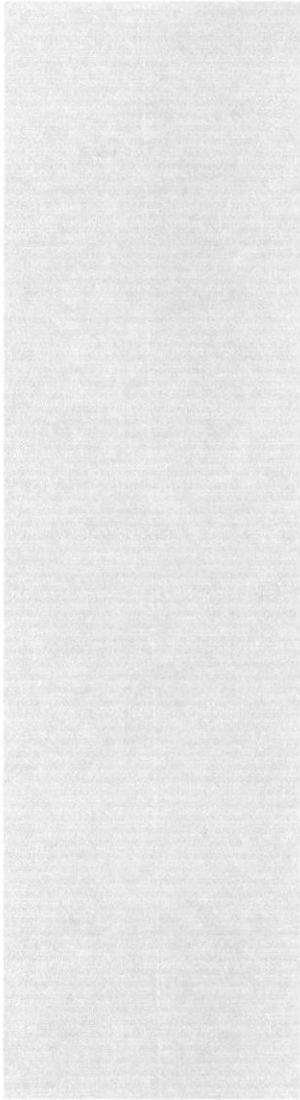
2.7 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

2.7.1 ENCUESTA DE TIPO 1 (PARA ADULTOS)

En esta encuesta como conclusión general, se observa que los niños de la muestra escogida, si están interesados en un programa de televisión donde puedan adquirir nuevos conocimientos, pero a pesar de esto, es preocupante cómo sus preferencias televisivas se ven dirigidas a programas que no cuentan con mucho o casi nada de recursos educativos en su contenido.

2.7.2 ENCUESTA DE TIPO 2 (PARA NIÑOS)

La mayoría de los padres encuestados afirman que la televisión nacional no cuenta con espacios infantiles en los que los niños tengan la oportunidad de aprender sanamente y desarrollar su conducta social y su intelecto. Piensan que la televisión nacional es muy negativa y su programación no está correctamente construida para un público infantil. Por estas dos razones importantes, están de acuerdo en que es necesario que se cree un programa que llene los vacíos que se perciben actualmente en la televisión del país.



CAPÍTULO 3 **PLAN DE MARKETING**

3. PLAN DE MARKETING

3.1 ANTECEDENTES

A partir de los resultados de la investigación de mercado, en los que se comprobó que existe un mercado potencial para el proyecto del programa educativo infantil dentro de la televisión nacional, es prudente empezar a desarrollar una estrategia para poder introducir el proyecto en el mercado, teniendo como base fundamental las preferencias y necesidades del público para el que va dirigido, en este caso, los niños.

Es en este punto donde se debe poner en acción al Plan de Marketing, el cual trata de recopilar la información histórica más relevante referente a los productos, los mercados, los competidores y los clientes. Analizamos la situación actual y las posibilidades que a futuro tendrá el programa, tanto de posicionamiento como de demanda y aceptación.

Varios intentos se han realizado dentro de la programación televisiva del país, pero sin mayor trascendencia, llegando así al fracaso, lo que ha provocado en dentro del medio se deje de apostar por una televisión educativa de calidad. El objetivo es la innovación y el descubrimiento de nuevas ideas con los recursos indispensables para hacer posible el proyecto, y la planificación es la mejor forma de articular todos los aspectos para minimizar el riesgo al fracaso y para ello es vital una estrategia clara y sobre todo el Plan de Marketing.

3.2 OBJETIVOS

3.2.1 OBJETIVOS FINANCIEROS

- Recuperar el dinero invertido inicialmente
- Generar utilidades al obtener ingresos mayores a los costos.

3.2.2 OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA

- Introducir el programa "*Puki quiere saber*" en el mercado.
- Lograr el posicionamiento esperado, ser líderes en la programación televisiva infantil.
- Mantener la fidelidad del público hacia el programa.

3.3 ANÁLISIS ESTRÁTEGICO

La estrategia a seguir en esta nueva propuesta televisiva, se basa en la sencillez de su entorno escenográfico, y en el mensaje educativo que promueve. Todo lo que se desea obtener a través de este proyecto radicarán en la ejecución eficaz de cada episodio de la serie, y en la efectividad de la comunicación y transmisión del mensaje para los televidentes, indistintos de edad, sexo, y clase social. Por su parte el éxito que envuelva la estrategia, traerá consigo que otras empresas estatales o privadas se interesen en la promoción y los auspicios del programa en cuestión.

3.3.1 CONCEPTO ESTRÁTEGICO

El proyecto mantendrá un concepto visual completamente llamativo. La escenografía se desarrollará según las situaciones planteadas en cada episodio, y consistirá en un despliegue atractivo para los televidentes, siendo el propósito principal la originalidad en cuanto a temas a tratar y a ambientación. Cabe recalcar que el uso de marionetas propone un mayor alcance al pretender captar la atención del público infantil. Al mismo tiempo sugiere una naturaleza llamativa, cómica, animada y divertida.

De esta forma, se espera totalmente alcanzar las metas planteadas en la propuesta, y conseguir el mayor grado de recordación por parte del público ecuatoriano.

3.4 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Al realizar el análisis estratégico dentro de la investigación, se llega a la conclusión de que el mercado al que va dirigido el proyecto son en primer lugar niños de educación primaria, en un rango de edad de entre 4 a 12 años; y en segundo lugar, los padres de familia, pues son ellos quienes generalmente supervisan lo que sus hijos ven en la televisión. Ambos dentro de Guayaquil, de diferentes sectores socio-económicos.

3.5 POSICIONAMIENTO

El programa "*Puki quiere saber*", busca situarse en la mente de la audiencia objetiva de manera que sea la primera opción de recordación en el momento de ver la televisión, pues a más de la intención principal del programa que es de educar, también proporciona diversión y entretenimiento, para de esta manera ser atractivo y funcional. Esto se refiere al público infantil para quien está dirigido de forma exclusiva el programa, pero es también importante que los padres conozcan y se familiaricen con la serie tele educativa, para que admitan su valor y enseñanza e incentiven a sus hijos a verlo con su aprobación.

3.6 MARKETING MIX

3.6.1 PRODUCTO

"*Puki quiere saber*" será un programa para la televisión nacional, de tipo educativo para el público de infantil. Cuenta con una serie de capítulos que muestran la vida cotidiana de una familia ecuatoriana, los padres y tres hijos. El menor de ellos es el personaje principal, curioso, extrovertido, ávido de conocimientos para que cualquier niño se identifique con él. Los personajes se presentan como marionetas con el fin de innovar y poder llegar mejor al público infantil.

Cada uno de los otros integrantes de la familia tiene un perfil diferente, que va relacionado con los conocimientos que poseen. El padre conoce de mecánica, astronomía, ciencias sociales; la madre, de valores morales y sociales, de naturaleza y ciencias, el hermano, de deportes, el cuerpo humano, y la hermana sabe de historia, tendencias, y culturas de todo el mundo.

Con rasgos muy autóctonos en la forma de ser de los personajes, con situaciones graciosas y divertidas, pero siempre enfocados en la principal intención de educar y enseñar valores morales y sociales, el programa busca ser completo y del todo positivo para la audiencia a la cual va dirigido. Tiene aspectos muy tradicionales de programas y series familiares ya existentes, pero mezclado con otros recursos audiovisuales como animaciones e ilustraciones 2D, para ilustrar las explicaciones que realizan los personajes, que convierten a "*Puki quiere saber*" en un programa de alta calidad.

3.6.2 PROMOCIÓN

Se ha pensado en una idea de interacción directa con el público infantil y los padres, para que se familiaricen con los personajes del programa, de dos maneras diferentes, las cuales se realizarán dos semanas antes y dos semanas después de que salga al aire el programa:

1. Un show en vivo con todos los personajes del programa, recreando escenas y situaciones como las que se verán en el programa transmitido por la televisión, con concursos, premios e invitados especiales.
2. La mascota del programa, Puki, recorrerá lugares estratégicos de la ciudad como centros comerciales, parques, escuelas, hospitales, entregando objetos promocionales, para dar a conocer el programa.

3.6.3 PLAZA

El programa es un proyecto cuyos derechos están disponibles para su venta, por esta razón el canal que decida tener los derechos es el que podrá transmitirlo a nivel nacional.

3.6.4 PRECIO

El público no tendrá ningún precio que cancelar por este proyecto, puesto que es un producto que surge de la necesidad de contribuir positivamente en la educación infantil de la televisión ecuatoriana. Por otra parte, es un trabajo que será solventado por la estación televisiva que acepte transmitir la serie "*Puki quiere saber*".

Existirá difusión por parte de empresas patrocinadoras, de las cuales se espera conseguir auspicio y respaldo económico. En el caso de que se presente apoyo gubernamental o municipal, será netamente social y sin ninguna finalidad de lucro para ellos, únicamente de carácter social.

3.6.5 PUBLICIDAD

La publicidad y promoción del programa va por parte del canal que tenga los derechos. Lo importante es indicar el tipo de aplicaciones gráficas necesarias para introducir en el mercado al programa "*Puki quiere saber*". Estas aplicaciones son:

- Vallas
- Afiches
- Anuncios en revistas y periódicos
- Sit and watch
- Spot publicitarios

Además cabe indicar que la campaña publicitaria incluirá el siguiente texto de acompañamiento:

*“¿Nunca has hecho preguntas?... ¡Claro que sí!
Preguntar es fácil, pero responder suele ser más difícil.
¡Puki quiere saber, lo que los niños también quieren saber!”*

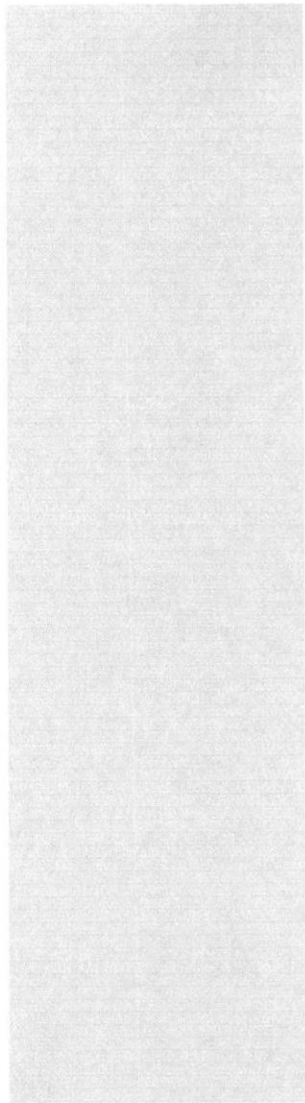
3.6.5.1 MERCHANDISING

El material de merchandising, básicamente son todos los objetos promocionales que se emplearán con la finalidad de promocionar el lanzamiento del programa de televisión "*Puki quiere saber*".

Entre los objetos a promocionar u obsequiar, están camisetas para niños, gorras, cuadernos escolares, jarros, lápices y lapiceros.



Figura 3.1: Material de Merchandising
Fuente: Elaborado por los autores.



CAPÍTULO 4
IDENTIDAD
CORPORATIVA

4. IDENTIDAD CORPORATIVA

4.1 IDENTIFICACIÓN

El programa *"Puki quiere saber"* tiene como atractivo principal a una pequeña mascota, propiedad del integrante más pequeño del hogar. Esta mascota, es un cachorro de raza dálmata llamado Puki. La serie gira entorno a este personaje, puesto que, en cualquier situación o ante cualquier curiosidad, el retoño de la casa ávido de información, extrovertido e inquieto, acude a sus padres y hermanos mayores para responder a sus interesantes preguntas, pero para no parecer inculto o algo tonto ante ellos, utiliza el nombre de su perrito Puki, como que si fuese las mascota quien tuviese la intriga.

4.2 DESARROLLO DEL ISOTIPO

"Puki quiere saber" necesita de un distintivo gráfico para el reconocimiento de los televidentes, es por ello que a partir de esto surge la creación de un isotipo (unión del iconotipo y logotipo, esto es, la imagen y la parte tipográfica).



Figura 4.1: Diseño de isotipo para "Puki quiere saber"
Fuente: Elaborado por los autores.

Para obtener el isotipo final, se crearon diversos bocetos hasta llegar al que es considerado más óptimo.

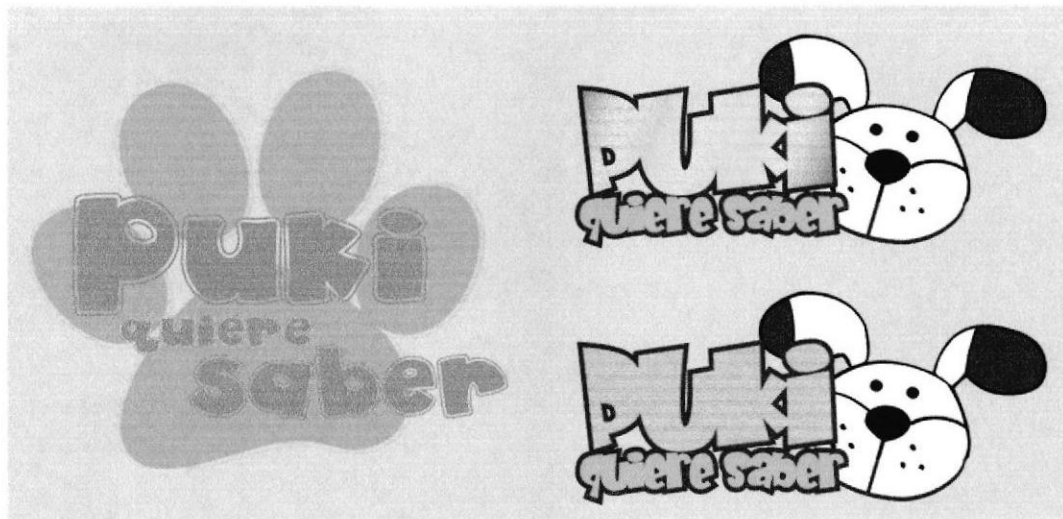


Figura 4.2: Bocetos anteriores para “Puki quiere saber”

Fuente: Elaborado por los autores.

4.2.1 ICONOTIPO

El iconotipo representa toda la parte gráfica del isotipo. Para el diseño de marca de “*Puki quiere saber*”, se utilizó la ilustración de un cachorro de raza dálmata, en una actitud juguetona y curiosa, con signos de interrogación los cuales sirven para indicar el objetivo del programa.



Figura 4.3: Diseño de Iconotipo para “Puki quiere saber”

Fuente: Elaborado por los autores.

4.2.2 TIPOGRAFIA

La fuente elegida es "Green Pilloww", porque brinda un estilo infantil y cómico al diseño del isotipo para el programa "Puki quiere saber", además de que el trazo de la misma puede ser asociado con la escritura de un crayón de niños. Cabe recalcar que dicha fuente no posee caracteres en mayúscula, ni numéricos, tampoco signos de puntuación. A continuación se detalla la familia tipográfica utilizada.

Green Pilloww

a b c d f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z



Figura 4.4: Diseño de Logotipo para "Puki quiere saber"
Fuente: Elaborado por los autores.

4.2.3 GRAFIMETRÍA

Con este método se establecerá de manera precisa las medidas del Isotipo original, sin que ocurriera alguna distorsión o deformación, con el fin de asegurar la fidelidad en las proporciones y trazos de las letras y formas cuando sea preciso reproducirlas a gran tamaño como en vallas, murales, letreros, etc.; o reducir las a una mínima dimensión para oficios, credenciales u otro material impreso.



Figura 4.5: Grafimetría de Isotipo para "Puki quiere saber"
Fuente: Elaborado por los autores.

4.2.4 DIMENSIONES

Mínima Dimensión Permitida

Al reducir el isotipo a un tamaño mínimo es necesario indicar que la parte tipográfica no se incluiría en la presentación por razones de legibilidad. Esto significa que al reducir el isotipo al tamaño mínimo, solo se presentaría la parte gráfica. Se especifica el tamaño mínimo de reproducción, y este será de 3,5 cm X 3,5 cm.

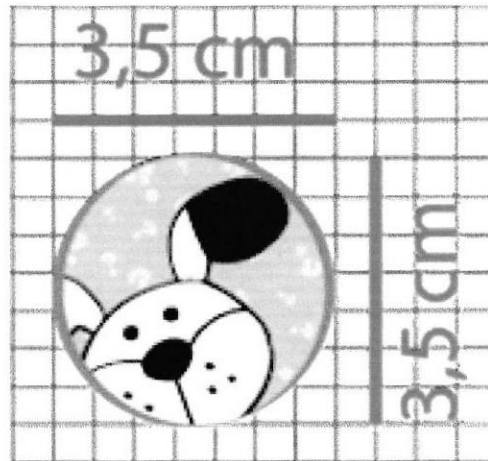


Figura 4.6: Dimensión mínima de Isotipo para "Puki quiere saber"

Fuente: Elaborado por los autores.

Máxima Dimensión Permitida

En el caso de que se trabaje en espacios grandes tales como, vallas, gigantografías, banners y otros, la máxima dimensión dependerá del tamaño de estos soportes, para la correcta aplicación del isotipo.

4.2.5 CROMÁTICA

Al comenzar con el proceso de creación de una identidad corporativa, elegir los colores correctos y sus tonalidades puede ser crucial, en conjunto con los demás factores que hacen a una buena imagen de visualización.

Todo color tiene un significado ya sea cultural, psicológico y simbólico que utilizado de manera apropiada pueden proporcionar muchos valores y características en la creación de una marca, partiendo de esta definición se proceden a seleccionar los colores exactos para que la comunicación visual del diseño del isotipo sea efectiva.

Los colores que se han seleccionados para la marca han sido escogidos por su capacidad de transmitir lo que se requiere, que *"Puki quiere saber"* se poseione en la mente del consumidor. Los colores que se han utilizados para el isotipo deben ser respetados y utilizados de acuerdo a la necesidad requerida por el diseño, siempre deberá utilizarse en color plano.



Figura 4.7: Colores de Isotipo para "Puki quiere saber"
Fuente: Elaborado por los autores.

Composición de los colores

Los colores que se utilizan en la creación de una marca estos siempre deben ser los mismos, al ser utilizado en papelería (cartas, oficios, en pantalla o en Internet). Aquí se detallan las mezclas correctas del color utilizado en el isotipo.










C M Y K					R G B		
55,47	0,78	0	0		91	201	244
37,89	0,39	6,64	0		151	215	233
50,78	98,44	2,73	0		145	43	140
1,56	67,97	1,17	0		236	118	171
5,86	0,39	90,23	0		247	235	50
1,17	30,47	100	0		249	182	23
54,3	0	100	0		130	195	65
0,39	98,44	21,09	0		236	23	119
0	0	0	0		255	255	255

Figura 4.8: Composición de colores de Isotipo para "Puki quiere saber"

Fuente: Elaborado por los autores.

4.2.6 VARIACIONES

El diseño del Isotipo permite la combinación de éste, con el fondo que puede llevar, habiendo siempre una buena relación de contraste entre el fondo y el isotipo.

Para el diseño de la marca de "Puki quiere saber" únicamente se justifica un fondo de color azul claro y un fondo blanco, todo sobre el mismo isotipo a full color.

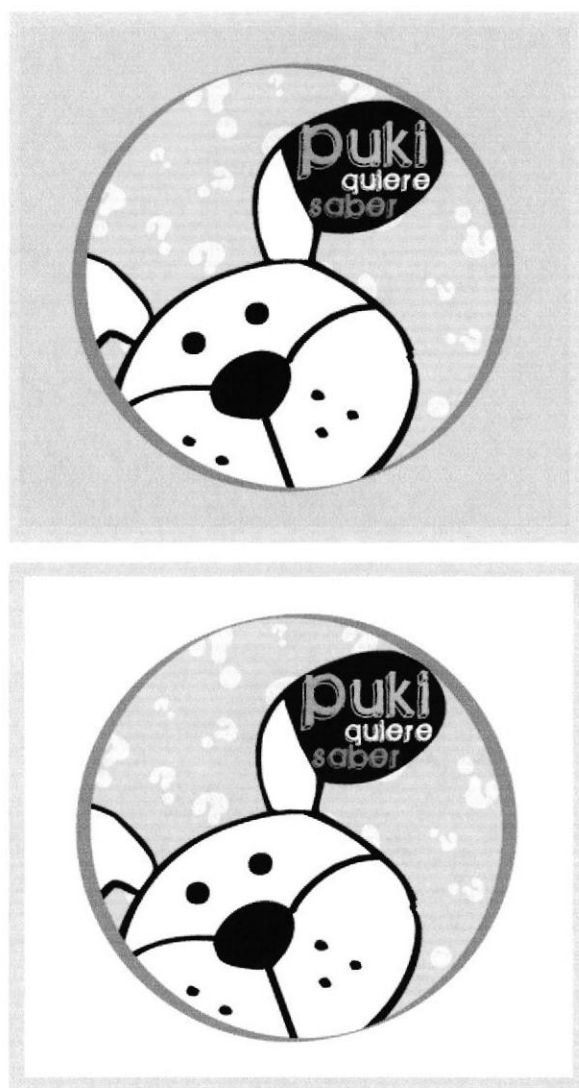


Figura 4.9: Isotipo en color plano de fondo para "Puki quiere saber"
Fuente: Elaborado por los autores.

4.2.7 RESTRICCIONES

Para cuidar la imagen y mantener la uniformidad de los elementos del iconotipo, se deben respetar ciertas restricciones. En primer lugar, no se deben alterar los tonos de color del isotipo, ni la forma circular que encierra el mismo. Tampoco se deben utilizar otras combinaciones de fondos sobre el isotipo.



Figura 4.10: Cambio de color de los elementos para “Puki quiere saber”
Fuente: Elaborado por los autores.

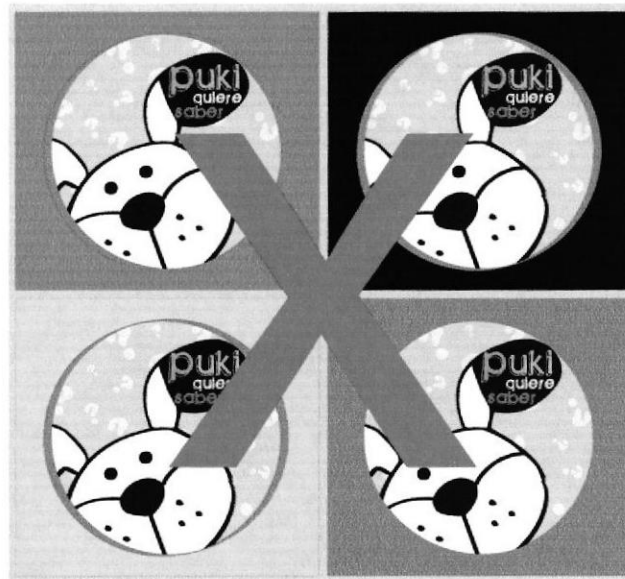


Figura 4.11: Alteraciones de color de fondo sobre isotipo para “Puki quiere saber”
Fuente: Elaborado por los autores.

4.2.8 APLICACIONES EN TELEVISIÓN

Después de que el Isotipo de la marca es aceptado por el canal, la imagen que se muestra a continuación es la forma más fiel de cómo se verá en pantalla.



Figura 4.12: Isotipo "Puki quiere saber" presentado en televisión

Fuente: Elaborado por los autores.

Isotipo de la marca mostrado en la esquina de la pantalla, expuesto a proporción, este aparecerá en la pantalla durante la transmisión del programa. Cabe recalcar que al reducir la medida del isotipo, se omitirá la parte tipográfica por cuestiones de legibilidad.

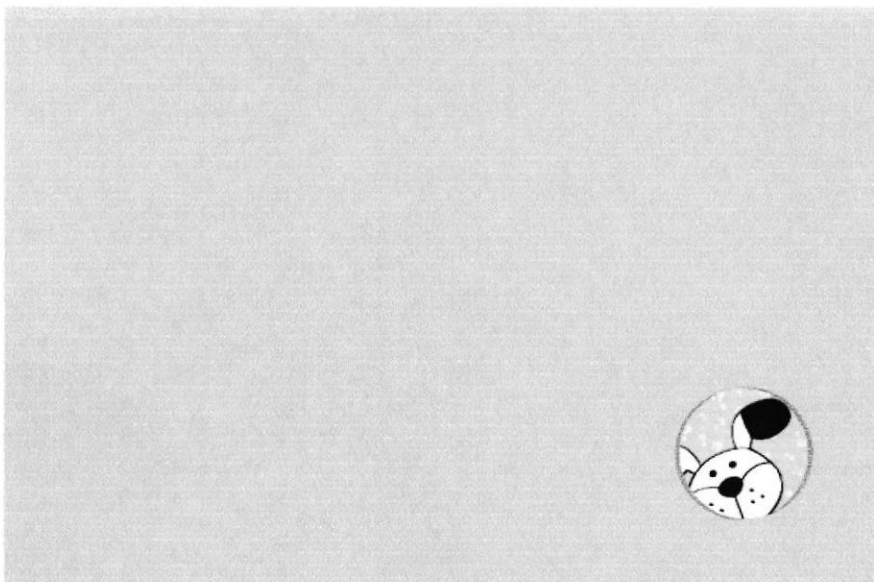


Figura 4.13: Isotipo esquinero "Puki quiere saber" presentado en televisión

Fuente: Elaborado por los autores.

4.3 APLICACIONES GRÁFICAS

4.3.1 APLICACIONES PARA PRENSA Y REVISTA

Las medidas indicadas para periódico y revista son referencia de la proporción correcta en la que la gráfica y texto deben ser aplicados.

La resolución de la imagen para impresión siempre será a 300 dpi, modo de color CMYK, el porcentaje del color negro no puede sobrepasar el 70% en avisos para diario El Universo y El Comercio. Para revista el aviso debe poseer un rebase mínimo de 0,5 centímetros para el corte.

La única excepción con respecto al modo de color es diario El Comercio, que exige que las imágenes que se envíen para avisos sean en RGB por cuestión de una calibración especial que tienen en sus equipos.



Figura 4.14: Aviso de prensa, cuarto de página El Universo
Fuente: Elaborado por los autores



Figura 4.15: Aviso página completa La Revista de El Universo
Fuente: Elaborado por los autores

4.3.2 APLICACIONES PARA MATERIAL P.O.P.

A continuación se detalla el posible material de apoyo que puede ser distribuido para reforzar eventos o actividades que se realicen para lograr la difusión del programa de televisión "*Puki quiere saber*". Todo material que sea enviado a imprenta offset debe ser enviado en 300 dpi modo de color CMYK y con sus respectivos rebases para corte, en el caso de las lonas para gigantografía se envían en el tamaño y conforme va aumentando el tamaño van disminuyendo los puntos por pulgada, por ejemplo, en el caso del roll up de 80 x 200 cm una resolución óptima es a 80 dpi al tamaño real.

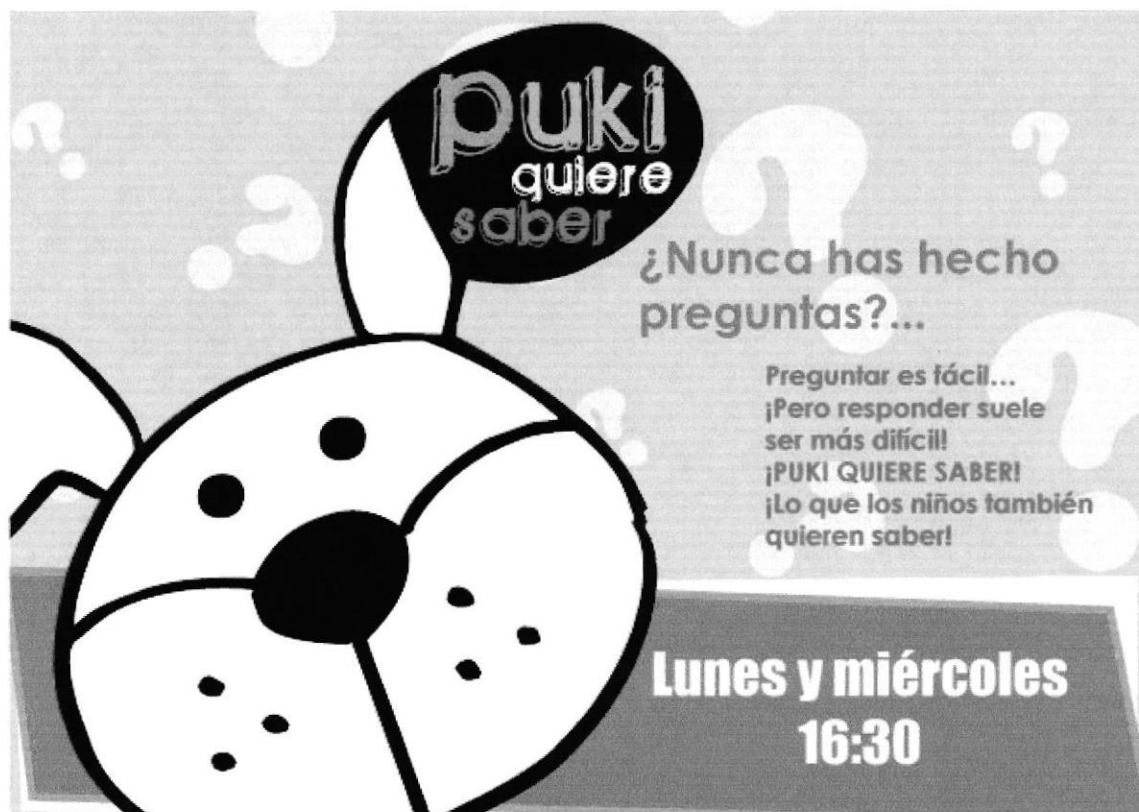


Figura 4.16: Volante 15x21 cm
Fuente: Elaborado por los autores



Figura 4.17: Montaje Roll Up 80x200 cm
Fuente: Elaborado por los autores

4.3.3 APLICACIONES PARA VÍA PÚBLICA

En esta sección se especifican posibles aplicaciones para la gráfica en la vía pública, tomando en cuenta que la frecuencia es alta y el alcance es un poco corto (la gente no se detiene mucho a leer).



Figura 4.18: Paleta para vía pública
 Fuente: Elaborado por los autores



Figura 4.19: Montaje Paleta
Fuente: Elaborado por los autores



Figura 4.20: Valla
Fuente: Elaborado por los autores



Figura 4.21: Montaje Valla
Fuente: Elaborado por los autores

4.3.4 APLICACIONES PARA WEB

En esta sección se detallan las posibles aplicaciones para la gráfica en la web. Es el canal de mayor éxito, medible y de menor costo comparado con medios tradicionales.

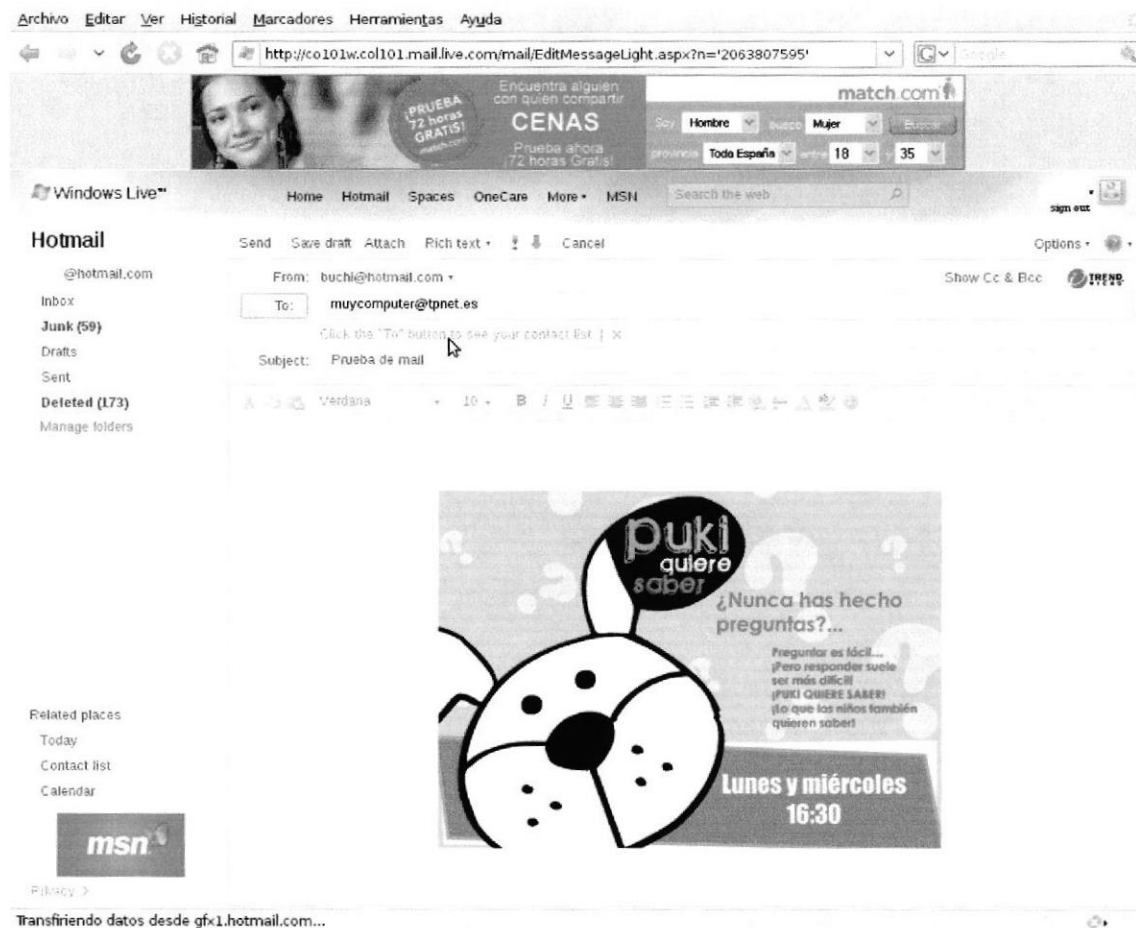


Figura 4.22: Mailing
Fuente: Elaborado por los autores

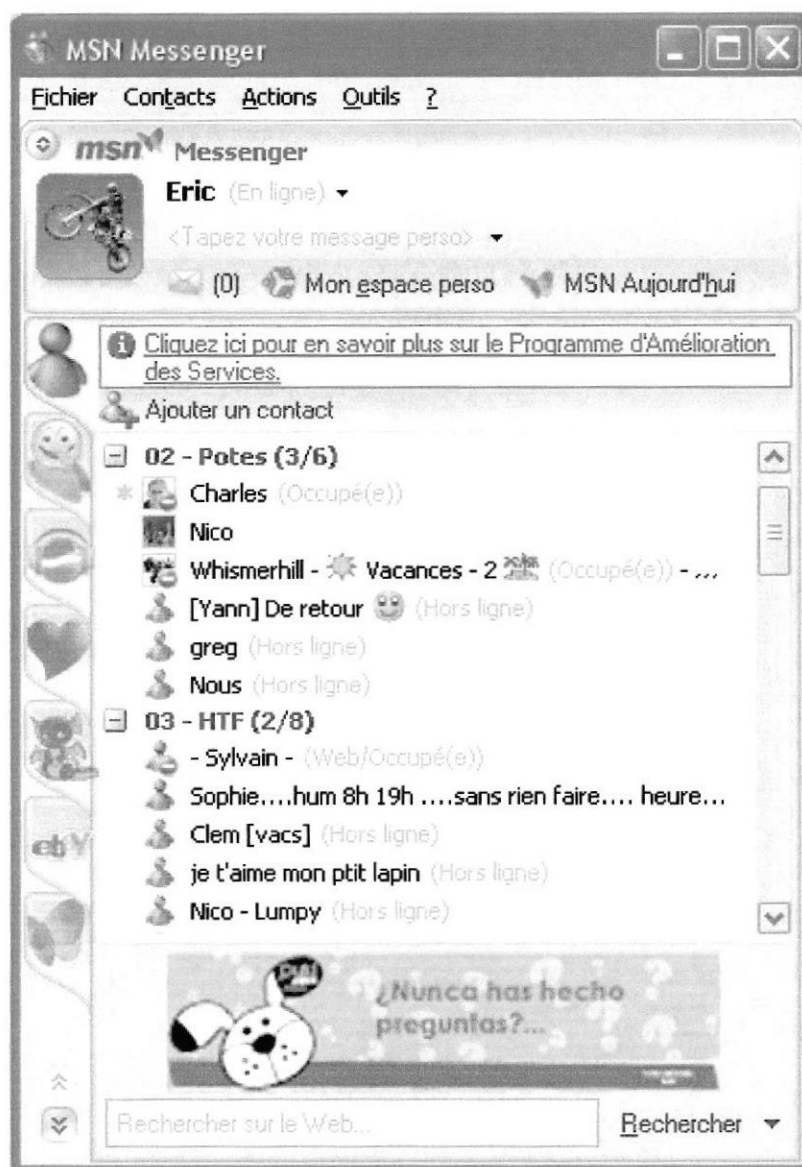


Figura 4.23: Banner para Messenger

Fuente: www.msn.com, imagen elaborada por los autores



CAPÍTULO 5 **ESTUDIO TÉCNICO**

5. ESTUDIO TÉCNICO

5.1 ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

La misión principal del programa "*Puki quiere saber*" es cultivar en niños y niñas una televisión educativa e instructiva, a través de un programa familiar y divertido, en donde el más pequeño de la casa, ávido de información, resuelve sus inquietudes con preguntas a sus padres.

El programa desarrolla diversos temas educativos entre ellos, temas de astronomía, geografía, biología, botánica, arte, literatura e incluso cultura general.

Género: educación y entretenimiento familiar

5.1.1 ELEMENTOS DEL CONTENIDO

El programa está dividido en conducción, claquetas informativas, voz en off y animaciones 2d y 3d.

5.1.2 DESCRIPCIÓN

Los programas se desarrollan a través de la manipulación de marionetas de semejanza humana. Los personajes recrean un entorno familiar, al representar el perfil de un papá, una mamá, tres hijos y una mascota. Además cabe recalcar los insertos de animaciones en 2d y 3d para las explicaciones científicas.

El objetivo del programa es informar, educar y entretener a determinada clasificación de audiencia, tomando en cuenta el horario en el que se puede captar su atención.

- **Target:** Está dirigido a niños y niñas de 6 a 12 años de edad sin distinción alguna, pero con deseo de captar la de la familia completa.
- **Horario:** Dos tardes por semana, a las 16:30
- **Duración:** 30 minutos

5.2 ARGUMENTO

En esta sección se describe textualmente el contenido del video sin figurar los detalles de producción, limitándose únicamente a describir los temas y el desarrollo de los mismos.

El programa piloto de *"Puki quiere saber"* básicamente abarca temas relacionados con estrellas y planetas, salud y alimentación, plantas y animales, respectivamente.

La historia comienza con el personaje más pequeño de la casa, Nicolás quien no puede dormir, porque está asustado creyendo que hay un objeto extraño en el cielo. Se levanta y va en búsqueda de su hermano mayor Emilio. Él le explica que lo que ve a través de su ventana no es un objeto extraño sino una estrella. Ven a través del telescopio y charlan sobre estrellas y planetas, hasta cuando Nicolás se queda dormido.

A la mañana siguiente Nicolás se encuentra en la cocina con su mamá durante la hora del almuerzo. Nicolás no quiere comer su arroz y su mamá le explica sobre eso. Luego entra a la cocina la hermana mayor, Susana, con unas flores en la mano y hablan sobre el olor de ellas, y la explicación sobre la polinización.

Puki, la mascota de Nicolás hace una gracia y a partir de esto, Nicolás y Susana comienzan a platicar acerca de los animales y sus formas de vida.

La mamá regaña a Nicolás por no haber terminado su almuerzo. Y de repente llega el papá de Nicolás del trabajo, y le explica lo importante que es alimentarse bien.

En la noche, el papá de Nicolás va a recostarlo y trata de confortarlo acerca del miedo que sentía la noche anterior, explicándole todo lo bueno que sucede cuando uno duerme. Al final le da un beso y apaga la luz.

5.3 ESCALETA

Es como un esqueleto o esquema de video que permite organizar el plan de grabación, facilita la escritura del guión, y ordena las escenas para el momento de la edición.

Al ser un programa de televisión, es necesario indicar por bloques los segmentos dentro del programa. Así se incluirá con tiempos cada sección en donde se muestren los insertos animados o los reportajes.

El formato de la escaleta de televisión debe anotar en un orden lógico de ideas: los temas a tratar, una breve descripción de cada uno y una referencia del recurso a los que se puede acudir.

** Nota: Véase Anexo 4: Contenido del Piloto – Formato de Escaleta*

5.4 CREACIÓN DE PERSONAJES

Los guiones están llenos de personajes, ficticios o basados en la vida real.

Es necesario indicar un perfil personal y características físicas de cada personaje, saber qué hace, a qué se dedica, cuáles son sus actividades favoritas, sus habilidades y forma de hablar, sus gestos o actitudes, en fin, todo lo que pueda involucrar un dentro y fuera de escena.

En "*Puki quiere saber*", existen seis personajes principales, cinco de forma humana que son el papá, la mamá y los tres hijos, y un personaje animal que es la mascota.

Hay que indicar que durante el desarrollo del programa, pueden aparecer otros personajes (amigos, abuelos, primos, tíos, etc.) o nuevas mascotas.

- OSCAR

- Papá, hombre, 46 años, doctor.
- **Características Físicas:** bigote.
- **Perfil:** Es un hombre tranquilo, pasa muchas horas en el trabajo, pero no descuida a su familia. Todas las noches lleva a su hijo menor, Nicolás a la cama y charla con él antes de dormir. A parte de la medicina, sabe mucho de historia, literatura, cultura y arte en general.

- CLAUDIA

- Mamá, mujer, 42 años, Profesora retirada, actualmente es Ama de casa.
- **Características Físicas:** pecas, cabello rizado, tez blanca.
- **Perfil:** Es una mujer pasiva y risueña. Muy amable y educada. Con una voz dulce y especial. Jamás regaña a sus hijos, sino que los educa con el ejemplo. Sabe mucho de cocina y de alimentos. Su pasión son las plantas y las flores de todo tipo. Todos los días se la ve cuidando su jardín o sembrando alguna nueva planta.

- EMILIO

- Hijo mayor, hombre, 19 años, estudiante de Arquitectura en la universidad.
- **Características Físicas:** cabello negro y crespo.
- **Perfil:** Es un chico muy inteligente, extrovertido, guapo, divertido, pero serio y responsable. Le gusta mucho dibujar y es muy ordenado. Toca la guitarra en sus ratos libres y tiene aptitudes para el canto. Hubiese querido dedicarse a la música pero la arquitectura lo apasionó. Otra de sus aficiones, al igual que su padre, es la lectura. Le gusta mucho la mitología y la astronomía. Tiene un telescopio desde los 12 años y le fascina observar cada noche el cielo, convencido de que descubrirá algo mágico allí.

- SUSANA

- Hija, mujer, 16 años, estudiante de colegio.
- **Características Físicas:** cabello rizado.
- **Perfil:** Es una chica muy organizada, puntual y responsable. Estudia cuarto curso de colegio. Desea convertirse en veterinaria y siente una fuerte pasión por los animales. Aparte de esto cocina muy bien, tal como su madre. En sus ratos libres toma clases de ballet y gimnasia.

- NICOLÁS

- Hijo menor, hombre, 6 años, estudiante primer grado.
- **Características Físicas:** cabello lacio y alborotado y pecas.
- **Perfil:** Es un niño extremadamente curioso y preguntón. Se intimida al hacer preguntas, porque su familia es muy inteligente, por ello recurre a la frase "no soy yo, es que Puki quiere saber".

- PUKI

- Mascota, perro.
- **Características Físicas:** raza dálmata.
- **Perfil:** Es un cachorro hermoso, el mejor amigo de Nicolás. Lo acompaña a cada momento dentro del programa.

5.5 DESARROLLO DEL GUIÓN

5.5.1 CREACIÓN DEL GUIÓN

Es el desarrollo del argumento. Debe tener la mayor cantidad de especificaciones tanto de audio, como de video, ya que sobre este se basa el trabajo de cada una de las personas de preproducción, producción y postproducción.

El guión debe referirse a aspectos como:

- Locación de la escena.
- Hora.
- Ambiente de la escena (escenografía, iluminación, clima, etc.)
- Audio (ambiente, voz en off, voz en in, música, efectos de sonido, diálogos, etc.)
- Efectos de video.
- Tipos de plano y movimientos de cámara.
- Textos locutados o generador de caracteres.
- Descripción de movimientos realizados por parte de los actores así como las intenciones (acotaciones de sentimientos, actitudes.)

La manera más fácil de escribir el guión es utilizando un formato de dos columnas donde se escriben en una la imagen y en la otra el video. Paralelamente lo que se indica en la imagen se describe en la columna del video.

Generalmente las acotaciones se escriben en letras mayúsculas y los diálogos en minúsculas. Las escenas o cambios se numeran al comienzo de cada una de ellas en la columna de video.

5.5.1.1 GUIÓN LITERARIO

Previo al desarrollo del guión se realiza la investigación correspondiente para poder recopilar la información necesaria para presentar situaciones concretas y acordes a lo que se requiere presentar. El guión literario contiene la historia escrita y dividida en escenas de forma literaria mas no técnica. Muestra los diálogos de los personajes, junto con una descripción del lugar y de los eventos.

Es importante durante la creación del guión literario, tener en cuenta el léxico y la sintaxis, en función de los televidentes. En este caso, al ser un programa de corte educativo para niños, el vocabulario utilizado debe ser preciso, sencillo y claro, para su fácil comprensión.

Otro aspecto fundamental a considerar es la duración, es necesario subdividir los bloques de contenido en secuencias e intentar que entre sí guarde coherencia en cuanto al ritmo y estilo.

** Nota: Véase Anexo 5: Contenido del Piloto – Guión Literario*

5.5.1.2 GUIÓN TÉCNICO

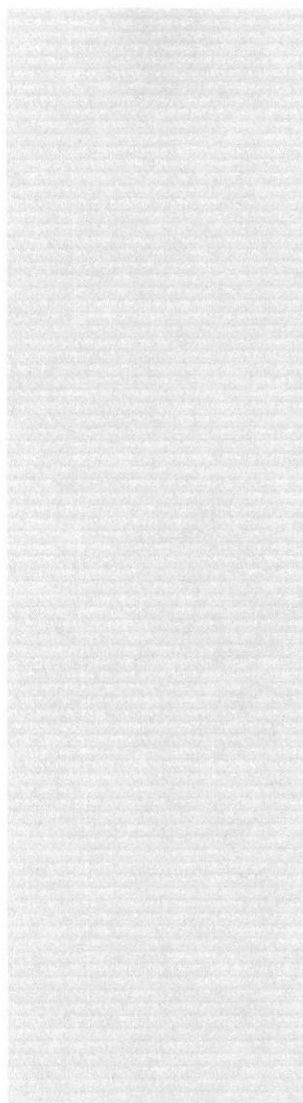
El guión técnico, guión de filmación o shooting script permite desarrollar la historia en imágenes. Este guión debe contener instrucciones de movimientos de cámara, planos, encuadres, y tomas. En él se ajusta la puesta en escena, incorporando la planificación e indicaciones técnicas precisas: secuencias, diálogos, decoración, sonido, efectos especiales, iluminación, etc. Además es una guía para cumplir con el cronograma y presupuesto asignado.

** Nota: Véase Anexo 6: Contenido del Piloto – Guión Técnico*

5.5.1.3 GUIÓN GRÁFICO O STORYBOARD

El guión gráfico o storyboard, consiste en la creación de los dibujos principales que darán la pauta para producir la secuencia en video. El objetivo del storyboard es interpretar la toma que el director desee realizar en la grabación. El guión gráfico además permite calcular en el cronograma el tiempo y costo que llevará producir determinada toma.

** Nota: Véase Anexo 7: Contenido del Piloto – Storyboard*



CAPÍTULO 6
EQUIPO DE TRABAJO
DEL PROYECTO

6. EQUIPO DE TRABAJO DEL PROYECTO

6.1 PERSONAL NECESARIO PARA LA REALIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

CARGO	FUNCIÓN
Productor	Elaborar presupuesto, designar cargos y sueldos, supervisar equipo de trabajo, controlar mantenimiento de equipos. Conseguir locaciones.
Asistente de producción	Asistir al productor, elaborar oficios, contratos, presupuestos, agenda, cronogramas, etc.
Director	Cabeza creativa de la realización: indicar desgloses de planos junto con el director de fotografía. Elaborar guión técnico y storyboard.
Guionista	Realizar la estructura del guión, escaleta o sinopsis y luego escribir el libreto con las sugerencias de audio y video
Director de fotografía	Realizar el desglose de planos la elaboración del guión técnico junto con el director. Diseñar la iluminación en las locaciones. Supervisar el trabajo del personal de camarografía y de iluminación.
Director de arte	Supervisar maquillaje y vestuario de los actores. Cumplir funciones de director de escenografía o escenógrafos.
Titiriteros	Operar las marionetas y asignar las voces a cada personaje.
Sonidista	Registrar el sonido de manera óptima así como también estudiar si hay buenas condiciones de acústica en las locaciones.
Camarógrafo	Realizar tomas y encuadres de manera creativa. Atender instrucciones del director o del director de fotografía.
Grip	Encargado de armar y transportar las luces. Colocación de accesorios de luces
Utilero	Conseguir los elementos requeridos para la ambientación del guión. Manejar el diseño de prendas y atuendos de los títeres.
PostProductor / Editor	Supervisar y coordinar la postproducción, animaciones 2d y 3d, y la edición.

Tabla 6.1: Desglose de funciones
Fuente: Elaborado por los autores

6.2 EQUIPO DE TRABAJO

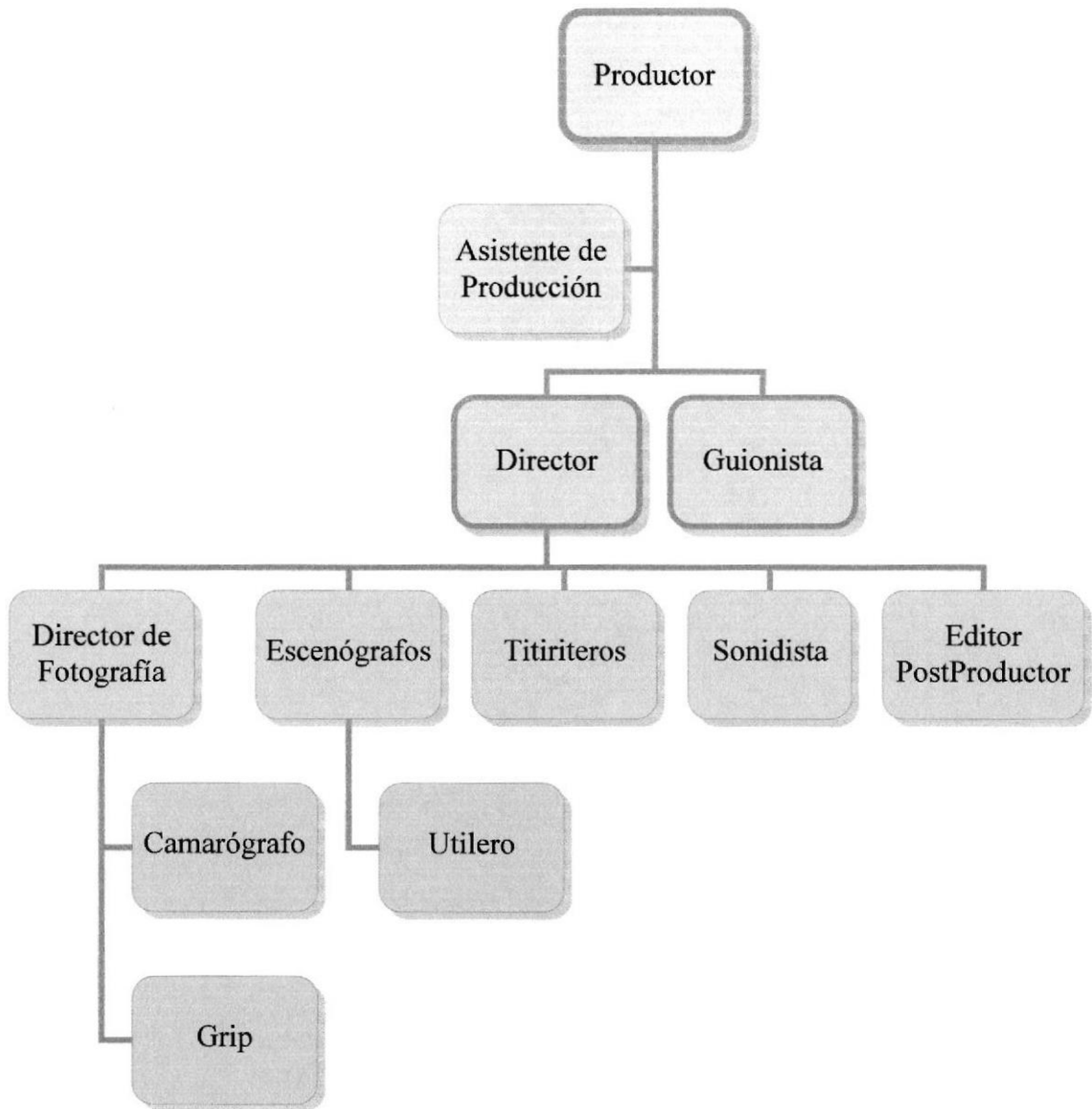
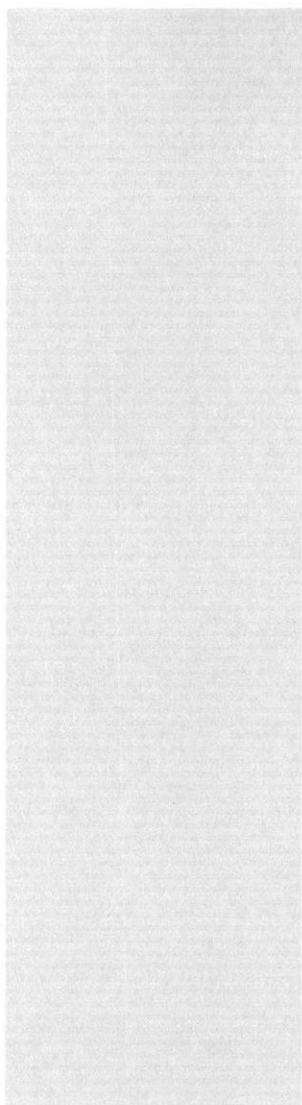


Figura 6.1: Equipo de trabajo
Fuente: Elaborado por los autores



CAPÍTULO 7
INGRESOS Y EGRESOS
DEL PROYECTO

7. INGRESOS Y EGRESOS

7.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN, COSTOS Y GASTOS

Para el proceso de realización de un programa de televisión, se toman en cuenta diversos puntos relevantes al estudio financiero. Partiendo de un valor base de inversión, un estimado de costos, y un aproximado de gastos varios de producción e implementación. Al tratarse de un proyecto de televisión, tiene fines de lucro para la estación televisiva que se encargue de la difusión del proyecto en cuestión.

Inversión

Dentro de los valores de inversión, se incluyen aquellos gastos que forman parte de los recursos que se manejará dentro de la realización del proyecto, tales como: el alquiler de un espacio de trabajo para las distintas partes laborales, el mobiliario y equipos de oficina y los gastos básicos de mantenimiento.

Producción

Para la etapa de producción, se incluyen los gastos de escenografía, utilería, y equipo técnico. Esto significa que en esta sección se detallan todos los costos relacionados con la realización y desarrollo del programa.

Gastos

Los gastos a nivel de mano de obra competen a los sueldos de los distintos trabajadores involucrados de alguna manera con el proyecto en su producción. Los gastos de producción en cuanto a recurso humano abarcan desde el director hasta el equipo de post producción.

Finalmente, los gastos en medios y pauta serán cubiertos por la estación televisiva que acepte la transmisión y compre los derechos de difusión del programa educativo "*Puki quiere saber*". El canal en cuestión se encargará de los costos de publicación de avisos en diarios nacionales y de spots en televisión, además de implementación en cines y metrovía a través de métodos de publicidad alternativa, además de los costos de producción de material POP (volantes, afiches, etc.) y los costos por implementación (volantes).

7.1.1 PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN DEL PROYECTO POR ADQUISICIÓN DE EQUIPOS

Presupuesto de Producción de Programa de Televisión

Programa: "Puki quiere saber"

Primer Programa

Sobre la Línea			
	DESCRIPCION	#	POR PROGRAMA
	Director	1	\$100
	Productor	1	\$100
	Asistente de Producción	1	\$40
	Guionista	1	\$50
	Director de Fotografía	1	\$50
	Escenógrafo	2	\$60
	Camarógrafo	2	\$80
	Titiriteros	4	\$140
	Editor/PostProductor	2	\$100
	Grip	1	\$25
	Utilero	1	\$25
	Sonidista	1	\$45
	TOTAL SOBRE LA LINEA		\$815

Bajo la Línea			
	DESCRIPCION	#	POR PROGRAMA
	Alquiler de Estudio	1	\$60
	Micrófono Cardioide con caña para Boom	2	\$4,540
	Camcorder Camera Semi Profesional JVC HD con trípode	2	\$2,380
	Monitor TV	1	\$500
	Monitor TV Portable	1	\$550
	Reproductor DVD	1	\$220
	Luces Fresnel estática 1000L-HM 1000 Watts (120-240V AC)	2	\$930
	iMac 20" 2.88 GHz 3200CB de Disco Duro con Licencias	2	\$12,480
	Disco Duro externo 4TB	1	\$1,400
	8 cassettes DVCam	8	\$40
	Utilería y Ambientación (*)	1	\$640
	Movilización	1	\$15
	Gastos Varios	1	\$25
	TOTAL BAJO LA LINEA		\$23,780
	TOTAL PRIMER PROGRAMA		\$24,595

Tabla 7.1: Presupuesto de Producción por Adquisición de Equipos "Puki quiere saber" – Primer Programa

Fuente: Elaborada por los autores

Presupuesto de Producción de Programa de Televisión por Adquisición de Equipos
Programa: "Puki quiere saber"
Primera Temporada – 3 meses

DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	UNIDAD	#	POR PROGRAMA	MENSUAL (8 programas)	PROYECTO (24 programas)
Sobre la Línea						
Director	\$800	Mensual	1	\$100	\$800	\$2,400
Productor	\$800	Mensual	1	\$100	\$800	\$2,400
Asistente de Producción	\$320	Mensual	1	\$40	\$320	\$960
Guionista	\$400	Mensual	1	\$50	\$400	\$1,200
Director Fotografía	\$400	Mensual	1	\$50	\$400	\$1,200
Escenógrafo	\$240	Mensual	2	\$60	\$480	\$1,440
Camarógrafo	\$320	Mensual	2	\$80	\$640	\$1,920
Titiriteros	\$280	Mensual	4	\$140	\$1,120	\$3,360
Editor/PostProductor	\$400	Mensual	2	\$100	\$800	\$2,400
Grip	\$200	Mensual	1	\$25	\$200	\$600
Utilero	\$200	Mensual	1	\$25	\$200	\$600
Sonidista	\$360	Mensual	1	\$45	\$360	\$1,080
SUBTOTAL				\$815	\$6,520	\$19,560
Bajo la Línea						
Alquiler de Estudio	\$60	Programa	1	\$60	\$480	\$1440
Micrófono Cardioide con caña para Boom	\$2,270	Proyecto	2	\$4,540	-	\$4,540
Camcorder Camera con trípode	\$1,190	Proyecto	2	\$2,380	-	\$2,380
Monitor TV	\$500	Proyecto	1	\$500	-	\$500
Monitor TV Portble	\$550	Proyecto	1	\$550	-	\$550
Reproductor DVD	\$220	Proyecto	1	\$220	-	\$220
Luces Fresnel estática	\$465	Proyecto	2	\$930	-	\$930
iMac 20" (licencias)	\$6,240	Proyecto	2	\$12,480	-	\$12,480
Disco Duro externo 4TB	\$1,400	Proyecto	1	\$1,400	-	\$1,400
8 cassettes DVCam	\$5	Programa	8	\$40	\$320	\$960
Utilería y Ambientación (*)	\$640	Proyecto	1	\$640	-	\$640
Movilización	\$15	Programa	1	\$15	\$120	\$360
Gastos Varios	\$25	Programa	1	\$25	\$200	\$600
SUBTOTAL				\$23,780	\$1,120	\$27,000
TOTAL				\$24,595	\$7,640	\$46,560
TOTAL PRIMERA TEMPORADA POR ADQUISICIÓN DE EQUIPOS						\$46,560

Tabla 7.2: Presupuesto de Producción por Adquisición de Equipos
"Puki quiere saber" – Primera Temporada
Fuente: Elaborada por los autores

(*) El material utilizado en Utilería y Ambientación corresponde a los títeres, su fabricación y vestuario, así como todos los elementos de escenografía. Estos costos solo se visualizan en el primer programa, puesto que para futuros episodios no habrá necesidad de adquirirlos nuevamente o alquilarlos.

7.1.2 PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN DEL PROYECTO POR ALQUILER DE EQUIPOS

Presupuesto de Producción de Programa de Televisión

Programa: "Puki quiere saber"

Primer Programa

Sobre la Línea		
DESCRIPCION	#	POR PROGRAMA
Director	1	\$100
Productor	1	\$100
Asistente de Producción	1	\$40
Guionista	1	\$50
Director de Fotografía	1	\$50
Escenógrafo	2	\$60
Camarógrafo	2	\$80
Titiriteros	4	\$140
Editor/PostProductor	2	\$100
Grip	1	\$25
Utilero	1	\$25
Sonidista	1	\$45
TOTAL SOBRE LA LINEA		\$815

Bajo la Línea		
DESCRIPCION	#	POR PROGRAMA
Alquiler de Estudio	1	\$60
Alquiler de Sonido	1	\$40
Alquiler de Cámara DVCam	2	\$100
Alquiler de Luces	1	\$60
8 cassettes DVCam	8	\$40
Utilería y Ambientación (*)	1	\$640
Movilización	1	\$15
Gastos Varios	1	\$25
Editora	1	\$60
TOTAL BAJO LA LINEA		\$1,040
TOTAL PRIMER PROGRAMA		\$1,855

**Tabla 7.3: Presupuesto de Producción por Alquiler de Equipos
"Puki quiere saber" – Primer Programa**

Fuente: Elaborada por los autores

Presupuesto de Producción de Programa de Televisión por Alquiler de Equipos
Programa: "Puki quiere saber"
Primera Temporada – 3 meses
Total: 8 programas mensuales

DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	UNIDAD	#	POR PROGRAMA	MENSUAL (8 programas)	PROYECTO (24 programas)
Sobre la Línea						
Director	\$800	Mensual	1	\$100	\$800	\$2,400
Productor	\$800	Mensual	1	\$100	\$800	\$2,400
Asistente de Producción	\$320	Mensual	1	\$40	\$320	\$960
Guionista	\$400	Mensual	1	\$50	\$400	\$1,200
Director Fotografía	\$400	Mensual	1	\$50	\$400	\$1,200
Escenógrafo	\$240	Mensual	2	\$60	\$480	\$1,440
Camarógrafo	\$320	Mensual	2	\$80	\$640	\$1,920
Titiriteros	\$280	Mensual	4	\$140	\$1,120	\$3,360
Editor/PostProductor	\$400	Mensual	2	\$100	\$800	\$2,400
Grip	\$200	Mensual	1	\$25	\$200	\$600
Utilero	\$200	Mensual	1	\$25	\$200	\$600
Sonidista	\$360	Mensual	1	\$45	\$360	\$1,080
SUBTOTAL				\$815	\$6,520	\$19,560
Bajo la Línea						
Alquiler de Estudio	\$60	Programa	1	\$60	\$480	\$1,440
Alquiler de Sonido	\$40	Programa	1	\$40	\$320	\$960
Alquiler de Cámara DVCam	\$50	Programa	2	\$100	\$800	\$2,400
Alquiler de Luces	\$60	Programa	1	\$60	\$480	\$1,440
8 cassettes DVCam	\$5	Programa	8	\$40	\$320	\$960
Utilería y Ambientación (*)	\$640	Proyecto	1	\$640	-	\$640
Movilización	\$15	Programa	1	\$15	\$120	\$360
Gastos Varios	\$25	Programa	1	\$25	\$200	\$600
Editora	\$60	Programa	1	\$60	\$480	\$1,440
SUBTOTAL				\$1,040	\$3,200	\$10,240
TOTAL				\$1,855	\$9,720	\$29,800
TOTAL PRIMERA TEMPORADA POR ALQUILER DE EQUIPOS						\$29,800

Tabla 7.4: Presupuesto de Producción por Alquiler de Equipos
"Puki quiere saber" – Primera Temporada
Fuente: Elaborada por los autores

(*) El material utilizado en Utilería y Ambientación corresponde a los títeres, su fabricación y vestuario, así como todos los elementos de escenografía. Estos costos solo se visualizan en el primer programa, puesto que para futuros episodios no habrá necesidad de adquirirlos nuevamente o alquilarlos.

7.2 COSTO FINAL DEL PROYECTO

7.2.1 COSTO FINAL DEL PROYECTO POR ADQUISICIÓN DE EQUIPOS.

COSTO FINAL DEL PROYECTO	VALOR TOTAL
SUBTOTAL DEL PROYECTO	\$46,560
IMPREVISTO (5%)	\$2,328
TOTAL DEL PROYECTO PRIMERA TEMPORADA POR ADQUISICIÓN DE EQUIPOS	\$ 48,888

Tabla 7.5: Costo Final del Proyecto por Adquisición de Equipos

Fuente: Elaborada por los autores

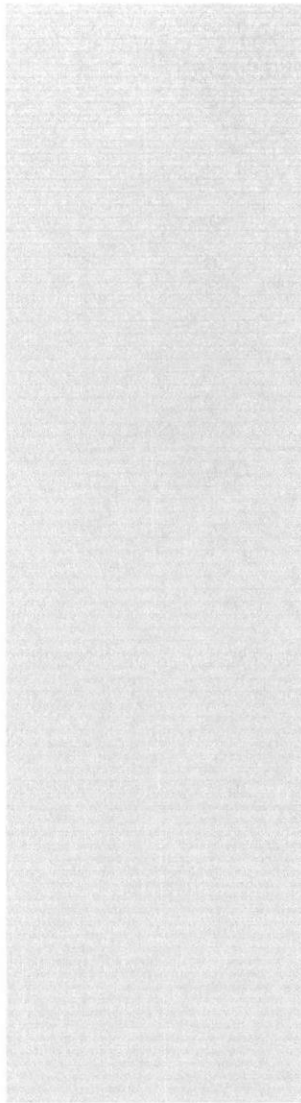
7.2.2 COSTO FINAL DEL PROYECTO POR ALQUILER DE EQUIPOS.

COSTO FINAL DEL PROYECTO	VALOR TOTAL
SUBTOTAL DEL PROYECTO	\$29,800
IMPREVISTO (5%)	\$1,490
TOTAL DEL PROYECTO PRIMERA TEMPORADA POR ALQUILER DE EQUIPOS	\$ 31,290

Tabla 7.6: Costo Final del Proyecto por Alquiler de Equipos

Fuente: Elaborada por los autores

El costo final del proyecto, indistinto si es por adquisición o alquiler de equipos, incluye el 5% del subtotal por motivo de posibles imprevistos que se presenten durante el desarrollo del proyecto, tales como: mantenimiento y/o reparación de equipos de producción; viáticos y movilización especial; gastos varios (refrigerios, taxis, etc.)



CAPÍTULO 8 **CONCLUSIONES** **Y RECOMENDACIONES**

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

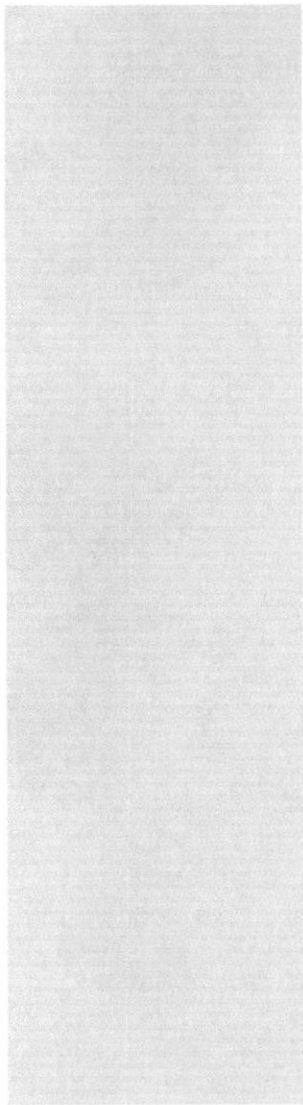
Después de realizada la investigación del tema y el problema planteado en este proyecto, recaudando de diferentes fuentes información general y específica para reforzar los conceptos, y al haber hecho el sondeo pertinente en la investigación de mercado, tanto a padres de familia, como a niños de escuelas primarias de distintos sectores de la ciudad, y el desarrollo del proyecto en sí, es decir, del piloto para la televisión, se llega a la conclusión, de que es proyecto es factible de llevar a cabo y gozaría de un gran impacto en el público objetivo, pues de acuerdo a la observación, en el país no se producen actualmente programas de televisión de tipo, con una verdadera conciencia social y educativa.

8.2 RECOMENDACIONES

Es importante recalcar que el proyecto se desarrolló como una propuesta conceptual para ser aplicada en una real producción que se pueda lanzar al aire, es así que se debe tener en cuenta que el material audiovisual puede ser mejorado para realzar ciertos aspectos de impacto y recordación dentro del mercado objetivo.

BIBLIOGRAFÍA

- [1] "Televisión Educativa" George N. Gordon
- [2] "Semiología y Educomunicación" *Alberto Pereora Valarezo*
- [3] "La Revolución contemporánea del Saber y la Complejidad", *Sotolongo Codina, Delgado Díaz.*
- [4] "Enciclopedia: Gran Libro de Preguntas y Respuestas de Carlitos"
Grijalbo/Dargaud.
- [5] www.inec.gov.ec
- [6] www.monografias.com
- [7] www.educacion.gov.ec
- [8] [http:// es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org)
- [9] <http://archivo.eluniverso.com>
- [10] [www. cyberpediatria.com/porquetv.htm](http://www.cyberpediatria.com/porquetv.htm)
- [11] www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n/36/achavez.html
- [12] www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_13/nr_196/a_2778/2778.htm
- [13] www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2006/gfvd.pdf



ANEXOS

ANEXO 1

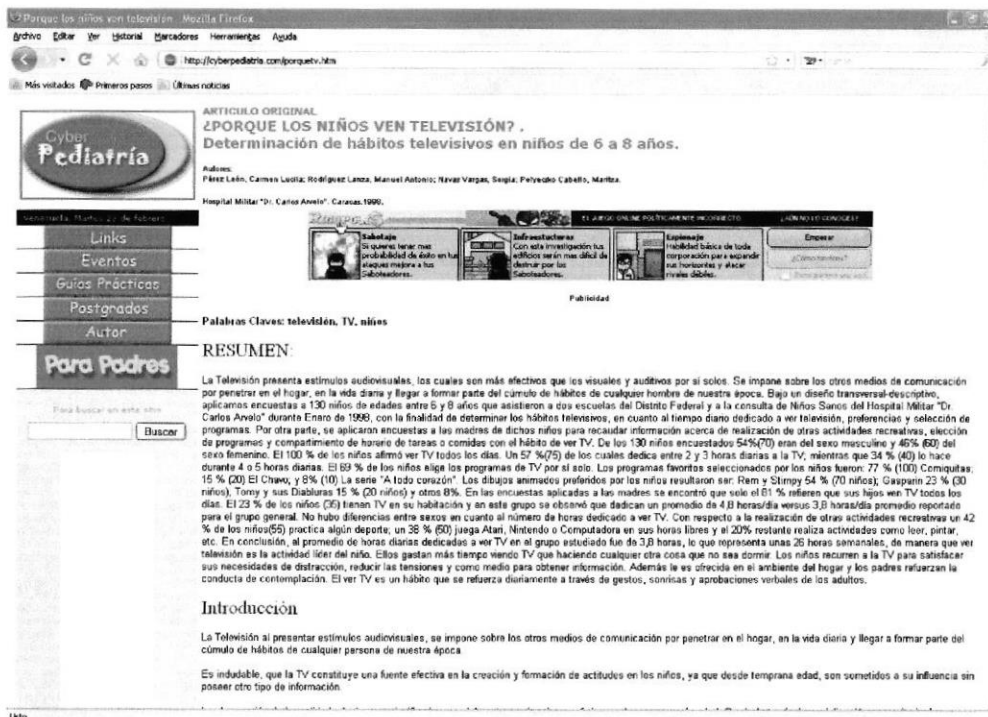


Figura A.1: Web – Artículo: ¿Por qué los niños ven televisión?

Fuente: <http://ciberpediatria.com/porquetv.htm>

ANEXO 2

La calidad en la educación, una materia que acumula polvo

Abril 22, 2007

Torffe Quintero Touma

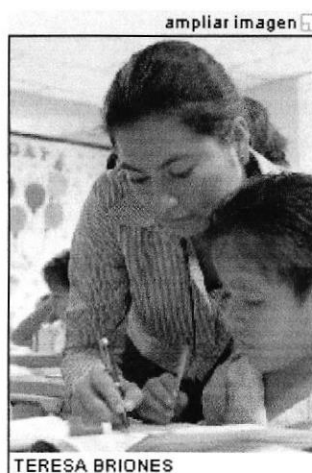
No existen controles de eficiencia ni a los maestros ni a los centros de estudio.

Confiar en la capacidad de autoevaluación de los alumnos. Dejar que avancen casi solos en la obtención de sus conocimientos y no poder monitorear sus progresos individualmente son entre otras, las realidades que afectan a la calidad educativa en el Ecuador.

La norma internacional estipula que en un aula no debe haber más de 30 alumnos por profesor, pero en la ciudad, cinco de seis maestros consultados por un equipo de este Diario han dado clases, al menos una vez en su carrera, a cursos con mayor número de educandos.

"Es antipedagógico porque no puedes revisar cuadernos o deberes a diario. No te aprendes los nombres de cada uno, y tomar lecciones a todos un mismo día es imposible", explica Mery Pacheco, una licenciada en Ciencias de la Educación con 22 años de ejercicio.

"La educación es un negocio para muchos, pero cada niño es un conjunto de problemas familiares y de dificultades de aprendizaje. La labor del maestro es conocerlas pero no siempre se puede", afirma Carlos, un profesor secundario que solicitó el anonimato por temor a ser despedido del plantel particular en el que trabaja con un curso de 50 alumnos.



TERESA BRIONES

Una instrucción personalizada que acerque el maestro al niño es lo que se entiende por calidad educativa en el país.

imprimir enviar

Instructores a CANADA
 Canadá te necesita ya con tu familia. Trabajo y residencia.
www.ciibcanada.com

Anuncios Google

Diario El Universo
 Sección El Gran Guayaquil
 Abril, 22 del 2007

Figura A.3: Web – Artículo: La calidad en la educación una materia que acumula polvo

Fuente: www.eluniverso.com

ANEXO 3

Domingo 27 de septiembre del 2009

Cine y TV 

Soñando despierto

Por Ricardo Rivadeneira | rrivadeneira@radiocity.com.ec

» Crítica de Televisión

Muchas veces, las mejores vacaciones están en la imaginación. Uno puede cerrar los ojos y soñar despierto por unos minutos. En este lapso la mente respira y el cuerpo se ilusiona entre colores, deseos y realidades alternas. Fue justamente en este lugar que mi cabeza divagó lentamente hacia un mundo paralelo, un lugar similar al nuestro donde ciertos elementos de carácter bizarro contrastan con el aquí y ahora.

Yo era el protagonista de esta pequeña historia, un fornido reportero de un diario local, con frondoso pelo azabache y lentes de marco italiano; caminaba por una sucia metrópolis con un maletín en una mano, y un vaso de morocho en la otra. De pronto veo que Rolando Panchana entra a un salón abarrotado de reporteros.

Entre flashes, insultos y gritos de apoyo, el asambleísta se adentra en el tumulto, saliendo airoso hacia un podio donde se vuelve a explayar con motivo de la famosa Ley de la Comunicación.

Con un ímpetu acelerado y adrenalina descomunal, salto como un ciervo exaltado hacia la plataforma ocupada por Panchana. Ante la impávida mirada de los presentes, abro mi glorioso maletín donde guardo mi propia presentación.

Ante los ojos del Ecuador presento una serie de diapositivas que muestran varias imágenes de extraños seres. Unos piensan que son entes no terrestres, monstruos mitológicos, y hasta un representante de algún partido político exclamó que se trataba del mismísimo cuco.

Lo único que se mostraba en la presentación eran las tiernas figuras de quienes se convirtieron en los mejores amigos y profesores de toda una generación: Abelardo Montoya, Beto y Enrique, Archibaldo, Bodoque, el Monstruo Come Galletas y el Conde



El programa 'Plaza Sésamo' recoge un contenido educativo envidiable para cualquier recinto de enseñanza. Debutó a finales de 1969 en el canal estadounidense PBS.

Diario El Universo
Sección Vida y Estilo
Septiembre, 27 del 2009

Figura A.2: Web – Artículo: Soñando Despierto
Fuente: www.eluniverso.com

ANEXO 4 - CONTENIDO DEL PILOTO - FORMATO ESCALETA**Video:** Puki quiere saber**Duración:** 20 minutos**Realización:** Noelia Vanegas – María José López – Jorge Crespo

SEGMENTO	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
ESCENA 1 Habitación de Nico Habitación de Emilio Personajes: Nico, Emilio y Puki Animación: Estrellas en telescopio; planetas	Nicolás no puede dormir por algo que ve en su ventana. Se levanta y va a buscar a su hermano mayor Emilio, quien le explica qué es aquello que ve en la ventana. Charlan hasta cuando Nico se queda dormido.	00:04:00 SEG
INTRO MUSICAL		
ESCENA 2 Cocina Personajes: Nico, Mamá, Papá, Susana y Puki Animación: Polinización de las flores.	Nicolás está en la cocina, con su mamá a la hora del almuerzo. Hablan sobre alimentos. Luego entra la hermana con unas flores y se explica el proceso de polinización. Más tarde, charlan sobre comportamientos de animales. Aparece el papá de Nicolás y concluyen otra vez con temas de alimentación y salud.	00:06:00 SEG
ESCENA 3 Habitación Puki Personajes: Nico, Papá, y Puki	El papá de Nicolás va a recostarlo, porque el niño sigue asustado desde la noche anterior. Charlan, lo tranquiliza y apaga la luz. Nicolás se duerme.	

ANEXO 5 - CONTENIDO DEL PILOTO - GUIÓN LITERARIO

PUKI QUIERE SABER

"Programa Piloto"

Escrito por:
Noelia Vanegas Ripalda
María José López Giler
Jorge Crespo Lomas

PUKI QUIERE SABER

"Programa Piloto"

PARTE #1**FADE IN:****1. INT. HABITACION NICO. NOCHE**

Nicolás no puede dormir. Cree que hay un extraterrestre en su ventana, se asusta porque ve una luz que tintinea en el cielo. Se levanta y va a buscar a su hermano mayor Emilio a su dormitorio.

2. INT. HABITACION EMILIO. NOCHE

Nicolás entra asustado al dormitorio de Emilio, con su mascota Puki entre los brazos. Emilio está leyendo, habla con su hermano y lo tranquiliza.

EMILIO

¡Hey!, ¿qué pasa Nico? ¿No puedes dormir?

NICOLAS

¡Hay un extraterrestre en mi ventana!

EMILIO

¡Ay Nico! Los extraterrestres no existen.

NICOLAS

¡Sí existen! Yo los vi en la televisión.

EMILIO

(Sonríe)

Pero eso era una película...

No es de la vida real. Es fantasía.

No tienes nada que temer.

NICOLAS

Pero entonces, ¿qué es eso que brilla en el cielo?...

¡Es un extraterrestre!

EMILIO

¡No lo es!.. Ven que voy a enseñarte algo.

Cuando miras hacia arriba, hacia el cielo, en una noche clara, ves muchos, muchos puntos de luz parpadeantes...

¿verdad?

NICOLAS

¡Sí!.. ¿Son los extraterrestres?

(CONTINUA)

(CONTINUA)

EMILIO

¡No!.. Son las estrellas.
¿Sabes lo que es una estrella?

NICOLAS

¿Un puntito que brilla en el cielo?

EMILIO

(Sonríe)

Algo así... Las estrellas en realidad son enormes bolas de gases muy calientes y brillantes.

NICOLAS

¿Y por qué brillan?

EMILIO

Brillan con su propia luz porque están muy, muy calientes. Ese gran calor lo causa la presión de los gases que tiene en su centro.

NICOLAS

Mmm... yo pensaba que las estrellas eran como unas lámparas que colgaban del cielo.

EMILIO

(Sonríe)

No te sorprendas... hace mucho, mucho tiempo, la gente también pensaba lo mismo.

NICOLAS

Pero es que son tan extrañas... Puki me dijo que ayer las contó, que hay 42 estrellas en el cielo.

EMILIO

(Sonríe)

¡Puki no pudo haber contado todas las estrellas! ¡Y tampoco hay 42!... En una noche clara como esta, puedes ver unas 2000 estrellas solo con mirar hacia arriba.

NICOLAS

(Asombrado)

¿2000?... ¿Tantas?

EMILIO

¡Claro que sí! Y podrías ver muchos miles más con un pequeño telescopio, como este. ¡Asómate!

(MAS)

(Ambos miran del telescopio. Aparece animación)

(CONTINUA)

(CONTINUA)

EMILIO (CONT.)

Los científicos no paran de inventar telescopios cada vez más potentes. Con cada nuevo telescopio que los científicos pueden utilizar, descubren mas estrellas en el cielo.

Por lo tanto nadie sabe en realidad cuantas estrellas hay en el cielo.

NICOLAS

¡Ah!.. ¿Y las estrellas se quedan ahí para siempre?

EMILIO

No. Siempre están muriendo estrellas viejas y naciendo nuevas estrellas. Algunas estrellas duran solo unos pocos millones de anos. Otras permanecen en el cielo durante miles de millones de anos. Pero todas las estrellas terminan explotando o volviéndose pequeñas hasta perder su brillo. Al mismo tiempo, se están formando nuevas estrellas con los gases y el polvo del espacio.

La luz puede tardar millones de anos en viajar hasta nuestros ojos desde una estrella lejana. Por lo tanto, algunas de las estrellas que ves en el cielo se apagaron hace ya mucho, mucho tiempo

NICOLAS

¿Y a dónde se van durante el día?... ¿Por qué ahí no se ven?

EMILIO

No se van a ninguna parte. Siempre están en el cielo. Pero la brillante luz del sol te impide ver las estrellas durante el día. Solo al anoecer puedes empezar a verlas de nuevo.

NICOLAS

¿Y la tierra también es una estrella?

EMILIO

No. La tierra no es una estrella, la tierra es un planeta. Nuestro sol es una estrella.

Sabes que la primera estrella que aparece en el cielo, no es una estrella.. ¡Es un planeta!

NICOLAS

¿Un planeta?

EMILIO

¡Sí! Un planeta que puede ser Mercurio, Venus, Marte, Júpiter o Saturno.

(CONTINUA)

(CONTINUA)

NICOLAS

¿Y cómo sé que es un planeta?

EMILIO

Porque luce con una luz brillante y fija. Y no parpadea como lo hacen el resto de las estrellas.

NICOLAS

¿O sea que puedo ver algún planeta sin usar esta cosa?
(señala el telescopio)

EMILIO

Se llama telescopio.

Y claro que puedes hacerlo, pero no puedes ver todos los planetas. Solo puedes ver a Mercurio, Venus, Marte, Júpiter, Saturno y Urano.

NICOLAS

¿Y los otros planetas?

EMILIO

A Neptuno y Plutón no puedes verlos por lo lejos que se encuentran de la Tierra.

NICOLAS

¿Y son todos los planetas como la tierra?

EMILIO

¡Para nada!

Solo la tierra tiene aire para respirar y agua para beber. Mercurio es un mundo muerto y sin aire. Durante el día, está muy, muy caliente por lo cerca que se halla del sol. Venus está siempre cubierta de espesas nubes y tiene también una temperatura muy alta. Marte es un mundo frío apenas sin aire. Y Júpiter probablemente no tiene tierra sólida.

NICOLAS

¿O sea que no se parecen en nada a la Tierra?

EMILIO

Sí se parecen en algo. En la luna.

NICOLAS

¿Cómo en la luna? ¿Hay otros planetas que también tienen luna?

(CONTINUA)

(CONTINUA)

EMILIO

¡Sí! Son siete los planetas que tienen lunas.
La tierra tiene una luna. Lo mismo que Plutón. Marte tiene
dos y Neptuno también tiene dos. Urano tiene cinco lunas,
Saturno diez. Y Júpiter trece.

NICOLAS

¡Wow! ¡Tantas lunas!
(Dirigiéndose a Puki)
Eso no sabías ¿verdad Puki?

EMILIO

¡Seguro que no!

(Ambos ríen)

FADE OUT:

FINAL PARTE #1

PARTE #2

FADE IN:

3. INT. COCINA. DIA

Se escucha a la mamá de Nico llamándolo para almorzar.
Entra Nico a la cocina, pero no quiere comer su arroz.

MAMA

¡Nicoooo! ¡Ven a comer!

(Insiste)

¡Nicolás!

NICOLAS

(VOZ EN OFF)

¡Ya voooy mamá!

MAMA

¡Venga rápido que se le enfría el arroz!

NICOLAS

¡Otra vez arroz!... Eso no me gusta mucho

MAMA

¿Cómo que no te gusta el arroz? Si es delicioso.

NICOLAS

Es que siempre se come lo mismo.

MAMA

Sabes que el arroz es el alimento que más se come en todo el mundo.

NICOLAS

¿El arroz?

MAMA

¡Sí!... En el mundo se come más arroz que cualquier otra cosa. ¡Es el alimento principal de casi media población mundial!

NICOLAS

¿Y en todos los países se come arroz?

MAMA

¡Claro que sí!

La gente en Europa come arroz, en América, en Asia, ¡en todas partes!

(CONTINUA)

(CONTINUA)

NICOLAS

¿Y de dónde sale?

MAMA

El arroz crece en los lugares templados y húmedos. No en lugares montañosos. Se cultiva más arroz en Asia que en cualquier otra parte del mundo. La China, la India, Indonesia, Japón y Tailandia son los cinco países asiáticos que cultivan más arroz.

NICOLAS

¿En serio?... Igual no me gusta el arroz, no sirve para nada.

MAMA

Claro que sirve.

El arroz está lleno de vitamina B y de hierro.

NICOLAS

¿Y eso me ayuda a crecer?

MAMA

Te ayuda a crecer sano y fuerte.

(Entra la hermana de Nico, Susana, con una flor para su madre)

SUSANA

¡Hola mamá!

¡Hola Nico!

¡Holaaaa Puki preciosooo!

(Le hace cariños a la mascota)

Mira mamá te traje algo...

MAMA

¡Oh! ¡Qué hermosa flor! ¡Gracias mi amor!

SUSANA

Sabía que te gustaría...

MAMA

(La huele)

Mmm... ¡que rico huele!

NICOLAS

¿Y a qué huele? ¡Yo quiero olerla!

(Se acerca la flor a la nariz)

(MAS)

(CONTINUA)

(CONTINUA)

NICOLAS (CONT.)

¡Fuchi! No me gusta su olor... ¡huele a niña!

(Ríen la mamá y Susana)

SUSANA

¿Cómo no te gusta el olor de las flores?

NICOLAS

¡Es que no me gusta! ¡Para mi apestan!

SUSANA

¡Ay! ¡Pero si todas las flores huelen bien!

MAMA

No Susy, no todas las flores tienen buen olor.

SUSANA

Bueno, si es verdad. Algunas apestan.

NICOLAS

¡Ya lo ves! Hay flores que apestan.

SUSANA

Sí, pero esta flor no apesta... Esta flor huele bien.
(Se acerca la flor a la nariz)

MAMA

Ya no discutan...

Nico tú sabes ¿por qué hay flores que huelen bien, y por
qué hay otras que apestan?

NICOLAS

Mmm... ¿apestan porque se mueren?

MAMA

¡No! Esa no es la razón.

Solo las flores que atraen a las abejas, las mariposas,
las polillas y algunos otros insectos huelen bien.

NICOLAS

¿Y por qué huelen bien?

MAMA

Para comenzar, debes saber por qué los animales se acercan
a las flores.

(MAS)

(CONTINUA)

(CONTINUA)

MAMA (CONT.)

Por ejemplo las abejas ayudan a las flores a hacer las semillas. La mayoría de las flores no pueden producir semillas si no pueden obtener un poco de polen de otra flor de la misma clase. Las abejas llevan ese otro polen a las flores cuando vuelan de una a otra en busca de alimento.

NICOLAS

Mmmm... no entiendo bien.

MAMA

Mira... Así es como suceden las cosas.

(Aparece animación)

MAMA

Las abejas solo visitan una clase de flores en cada una de sus salidas. Cuando una abeja aterriza en una flor, roza unos pequeños brotes llamados estambres. En los estambres hay polen. Un poco de polen queda adherido al peludo cuerpo de la abeja. Entonces cuando la abeja aterriza en otra flor, parte del polen cae de su cuerpo. Dentro de las flores hay otro brote llamado pistilo. Cuando el polen de una flor cae sobre el pistilo de otra flor de la misma clase, decimos que la planta ha sido polinizada.

Entonces pueden empezar a crecer semillas.

Las semillas no crecen si la flor no ha sido polinizada.

Algún día, crecerán nuevas plantas de las semillas.

NICOLAS

¿Y todo eso hacen las abejas?

MAMA

No sólo las abejas pueden hacerlo.

A veces, el viento lleva el polen de una planta a otra. A menudo, las mariposas, las polillas, las avispa, las moscas, los pájaros e incluso los murciélagos hacen este trabajo. Todos ellos van de una flor a otra en busca de néctar. Las flores atraen a esos seres con sus olores y colores especiales.

NICOLAS

¿Por eso es que deben oler rico?

MAMA

No necesariamente.

Las flores que atraen a los pájaros no necesitan tener olores agradables.

(MAS)

(CONTINUA)

(CONTINUA)

MAMA (CONT.)

El olfato de los pájaros es muy limitado, pero en cambio se sienten atraídos por los colores vivos. Las flores que atraen a los pájaros suelen ser de color rojo o naranja muy vivos. Las flores que son polinizadas por las moscas tienen olor, pero no es un olor agradable, huelen como a carne podrida. Las que atraen a los murciélagos huelen mal para las personas, pero los murciélagos encuentran su olor muy agradable.

NICOLAS

¿Esas son las flores que apestan?

MAMA

(Sonríe)

Sí... Esas apestan.

MAMA

Hay otras flores que son polinizadas por el aire y por eso no huelen a nada. No tienen néctar y sus colores son muy apagados. Esas flores no necesitan atraer a nadie. A menudo son pequeñas y difíciles de ver.

NICOLAS

¿Y esta flor también atrae a los murciélagos?

MAMA

¡No! (sonríe)

Esta flor no apesta... Al contrario tiene un rico aroma.

Es más la voy a poner en un jarrón para que no se marchite.

(Se levanta y se retira de la cocina)

SUSANA

¡Si ves que a mamá le gustó mucho mi flor!

NICOLAS

Pero si no era bonita. A mí no me gusto. Y a Puki tampoco.

SUSANA

¡Ay no! (dirigiéndose a Puki)

¿A ti si te gustó verdad mi amor?

NICOLAS

¡Ay déjalo!... ¡que a Puki tampoco le gustó!

SUSANA

¡Sí le gustó!... si me está moviendo la colita...

¡Mira qué lindo es!

(CONTINUA)

(CONTINUA)

NICOLAS

¿Qué tiene que ver su cola?

SUSANA

¿Cómo qué tiene que ver!... ¡Esa es su forma de hablar!

NICOLAS

Pero los animales no hablan, si no son inteligentes.

SUSANA

Eso no es cierto. Hay animales que sí son muy listos. Como los monos y los delfines, que pueden aprender y hacer muchas cosas. Algunos incluso llegan a resolver problemas. Claro que también hay animales menos inteligentes como las almejas, los cangrejos, los insectos y los gusanos. Y también hay algunos animales que no pueden aprender nada.

NICOLAS

¿Y Puki si es inteligente?

SUSANA

Por supuesto. ¿Sabes por qué Puki mueve su colita?

NICOLAS

Porque le pica.

SUSANA

¡No! (sonríe)

El movimiento de la cola es una de las formas de hablar que tiene el perro. Si el perro mueve la cola delante de ti es porque te está diciendo que se siente contento. También lo hace para enviar mensajes especiales a otros perros. Puede ser: "hola", o "aquí mando yo" o "de acuerdo, aquí mandas tú"

NICOLAS

(Carcajadas)

¿Como al perro del vecino!

SUSANA

¡Sí!... ¡así!

NICOLAS

¿Y los otros animales también usan su cola para hablar?

(CONTINUA)

(CONTINUA)

SUSANA

No todos. La cola de los animales sirve para muchas cosas. La vaca la utiliza como un matamoscas, para espantar a los insectos que la molestan. El zorro se envuelve en su cola para abrigarse. El castor golpea la suya contra el agua para dar la señal de peligro. El pez utiliza la cola para ayudarse a nadar. La ardilla la usa como un paracaídas cuando salta de árbol en árbol. El mono araña puede enroscar su rabo en una rama y columpiarse.

NICOLAS

¿Y por qué Puki no puede hacer eso? (regaña)

SUSANA

(Sonríe)

¡Porque Puki es un perro!

NICOLAS

¡Ay Puki... eres un poco aburrido!

¡No haces nada, solo comer y mover la cola!

SUSANA

(Sonríe)

Pero Puki puede hacer cosas interesantes... Es el mejor amigo que puedes tener. Y es un animalito muy fiel (acaricia a Puki)

NICOLAS

No es cierto... porque nunca me deja acercarme a él cuando come.

SUSANA

¡Y nunca lo va a hacer!

Hace mucho tiempo, los perros eran animales salvajes, y no tenían amos como tú que los cuiden y los alimenten. Por eso tenían que cazar para comer. Como cazaban en grupos, una vez que mataban a un animal, cada uno de los perros tenía que tragar la mayor cantidad de comida posible. Pero no lo hacían para comer más aprisa que los demás. Lo que pasaba era que si no comían cuanto antes lo que habían cazado, otro animal más fuerte podía quitarles su ración. Por eso, los perros modernos, como Puki, a pesar de tener la comida solo para ellos, igual nacen con ese instinto de voracidad.

NICOLAS

¡Ah!... y yo que pensaba que Puki era malo conmigo

(CONTINUA)

(CONTINUA)

SUSANA

Pues no es así. Es solo su instinto.

NICOLAS

Y... ¿los demás animales también hablan entre sí?

SUSANA

¡Claro!... Los animales hablan entre sí, pero lo hacen con lenguaje animal, no con lenguaje humano.

Los animales no utilizan palabras y frases, como las personas. Expresan opiniones y sentimientos mediante movimientos, olores y sonidos. Por ejemplo las abejas interpretan una especie de baile para comunicarse donde está el néctar. La loba desprende cierto olor para decir al lobo que está esperándolo. Los gatitos maúllan a la gata madre para que sepa que tienen hambre. El pájaro trina y canta a los demás pájaros para que se alejen de su nido. Así es como hablan los animales. Y los de la misma especie entienden los sentimientos y las opiniones que se expresan en su idioma particular.

(Interrumpe la mamá)

MAMA

¡Nicolás!... ¿Aún no terminas tu comida?

NICOLAS

¡Es que no me gusta esta comida!

MAMA

Tienes que comerla

NICOLAS

¿Y por qué hay que comer?

(Entra el papá)

PAPA

Porque comer es estupendo, sobre todo cuando se tiene hambre y nos gusta la comida.

TODOS

(Con sorpresa)

¡Papá!

PAPA

¡Hola amor!... (Papá saluda a mamá con un beso)

(MAS)

(CONTINUA)

(CONTINUA)

PAPA (CONT.)

¡Hola chicos!...

¡Hola Puki! (acaricia al perro)

(Se dirige a Nicolás)

Comer es delicioso Nico, pero en realidad comemos para alimentar nuestras células, para que el cuerpo pueda jugar y desarrollarse sano y fuerte. Debemos comer si queremos tener la energía necesaria para jugar y trabajar.

NICOLAS

¿Pero hay que comer todo?

PAPA

¡Claro!

Si quieres mantenerte sano, tienes que alimentarte con vitaminas, minerales, proteínas, grasas, y azúcares todos los días. Todas estas cosas se obtienen comiendo frutas, verdura fresca, carne, pescado, huevos, leche, queso, pan y cereales.

NICOLAS

¿También arroz?

PAPA

¡También arroz!

NICOLAS

Mmm... ¡entonces me lo comeré!

(Comienza a comer su arroz)

PAPA

Yo también quiero comer...

¡Se me hace agua la boca!

(Nicolás eructa y todos ríen)

PAPA

¡Epa!

MAMA

¡Nico! ¡Eso no se hace!

NICOLAS

¡Se me salió! ¡Por eso no quería comer!

(Avergonzado)

MAMA

Eso es porque comes muy rápido.

(CONTINUA)

(CONTINUA)

NICOLAS

¿Por comer rápido?

PAPA

Nico... Cuando eructas, lo haces para expulsar los gases de tu estomago. Si comes aprisa, ocurre que tragas mucho aire. El aire es un gas. Cuando tienes mucho aire en el estomago sueles sentirte mal. Y el organismo quita ese aire, expulsándolo por la boca como un eructo.

NICOLAS

¿Y entonces qué debo hacer?

MAMA

Comer todo tu arroz, pero no tan deprisa.

(Nicolás sigue comiendo)

FADE OUT:

FINAL PARTE #2

PARTE #3

FADE IN:

4. INT. HABITACION NICO. NOCHE

El papá de Nico va a recostarlo. Nico está asustado porque la noche anterior no pudo dormir bien.

PAPA

¡ES hora de dormir!

NICOLAS

No quiero dormir

PAPA

¿Por qué no?

NICOLAS

Porque a Puki le da miedo una lucecita que hay en el cielo.

PAPA

(Sarcástico)

¿A Puki le da miedo?

NICOLAS

¡Sí!... Por eso no puedo dormir, tengo que cuidarlo.

PAPA

Pero Puki debe saber que esa lucecita es una estrella del cielo. No es nada malo. Aparte es importante que los dos duerman.

NICOLAS

¡Pero le da miedo papá! ¡Entiéndelo!

PAPA

Lo entiendo... Pero Puki sabe que dormir es bueno, porque ayuda a relajarnos. Cierra tus ojos Nico.
(Nicolás cierra los ojos)

PAPA

Cuando te quedas dormido, la mayor parte del cerebro y de los nervios se apagan. Entonces son muy pocos los mensajes que envía y recibe el cerebro. Por ejemplo cuando estas dormido no puedes oír la televisión del cuarto de tu hermana. Y si alguien entra en tu habitación y enciende la luz, no te das cuenta. Pero hay cosas que siguen funcionando en tu cuerpo, aunque estés dormido.

(MAS)

(CONTINUA)

(CONTINUA)

PAPA (CONT.)

Tu corazón late, respiras, sueñas. Y tu cuerpo no cesa de reponer las células gastadas. No se sabe con exactitud por qué tenemos que dormir. Hay científicos que creen que el cuerpo necesita descansar para regenerarse. Otros piensan que lo hacemos para poder tener sueños. Sea como fuere, el caso es que cuando despiertas tras haber dormido bien, te sientes más fuerte y más fresco.

Nico... ¿te dormiste?

Nico...

(Nicolás está roncando)

(El papá sonríe)

PAPA

¡Buenas noches Nico! ¡Descansa Puki!

(Le da un beso a Nico, y apaga la lámpara de la mesita)

FADE TO BLACK:

FINAL DEL PROGRAMA

ANEXO 6 - CONTENIDO DEL PILOTO – GUIÓN TÉCNICO

Video: Puki quiere saber

Duración: 20 minutos

Realización: Noelia Vanegas – María José López – Jorge Crespo

SEC.	PL.	ENCUADRE	MOVIMIENTO / DIRECCIÓN	ACCIÓN	AUDIO	
					SONIDO	TEXTO
1	P1	Plano general de habitación.	-	Nicolás se mueve mucho en la cama, no puede dormir.	Música de fondo.	-
1	P2	Plano detalle de ojos de Nicolás.	-	Ojos parpadeando.	FX: blink de ojos de Nicolás	-
1	P3	Plano general de habitación	Plano Medio de Nicolás	Nicolás acostado, se levanta y se dirige a la ventana.	FX: grillos afuera de la ventana.	-
1	P4	Overshoulder de Nicolás.	-	Nicolás asomado en la ventana con Puki.	FX: brillo de estrellas.	-
1	P5	Plano medio de Nicolás	Travelling de Nicolás desde la ventana hacia fuera de encuadre.	Nicolás se asusta y sale corriendo de la ventana.	FX: lechuza	-
2	P6	Primerísimo Primer Plano de Emilio	Plano Medio.	Emilio está leyendo un libro, sentado en un sofá.	-	-
2	P7	Plano Medio.	Zoom out. Plano General de habitación.	Entra Nicolás con Puki. Emilio baja su libro.	FX. Pasos entrando.	EMILIO ¡Hey!, ¿qué pasa Nico? ¿No puedes dormir? NICOLAS ¡Hay un extraterrestre en mi ventana! EMILIO ¡Ay Nico! Los extraterrestres no existen.

SEC.	PL.	ENCUADRE	MOVIMIENTO / DIRECCIÓN	ACCIÓN	AUDIO	
					SONIDO	TEXTO
2	P8	Primer Plano de Nicolás	-	Nicolás juega con su pijama.	-	NICOLAS ¡Sí existen! Yo los vi en la televisión.
2	P9	Primer Plano de Emilio	-	Emilio acaricia la cabeza de Nicolás	-	EMILIO (Sonríe) Pero eso era una película... No es de la vida real. Es fantasía. No tienes nada que temer.
2	P10	Primer Plano de Nicolás	Zoom out. Plano General de habitación	Nicolás señala con su dedo a la ventana.	FX: estrellas que brillan.	NICOLAS Pero entonces, ¿qué es eso que brilla en el cielo?... ¡Es un extraterrestre!
2	P11	Primer Plano de Emilio	Plano Medio de Emilio, Nicolás y Puki	Los tres se dirigen hacia la ventana,	-	EMILIO ¡No lo es!.. Ven que voy a enseñarte algo.
2	P12	Overshoulder de Emilio, Nicolás y Puki.	-	Los tres asomados en la ventana.	-	EMILIO Cuando miras hacia arriba, hacia el cielo, en una noche clara, ves muchos, muchos puntos de luz parpadeantes... ¿verdad? NICOLAS ¡Sí!.. ¿Son los extraterrestres? EMILIO ¡No!.. Son las estrellas. ¿Sabes lo que es una estrella? NICOLAS ¿Un puntito que brilla en el cielo?

SEC.	PL.	ENCUADRE	MOVIMIENTO / DIRECCIÓN	ACCIÓN	AUDIO	
					SONIDO	TEXTO
2	P13	Plano medio de Emilio, Nicolás y Puki.	-	-	-	<p>EMILIO (Sonríe) Algo así... Las estrellas en realidad son enormes bolas de gases muy calientes y brillantes. NICOLAS ¿Y por qué brillan? EMILIO Brillan con su propia luz porque están muy, muy calientes. Ese gran calor lo causa la presión de los gases que tiene en su centro. NICOLAS Mmm... yo pensaba que las estrellas eran como unas lámparas que colgaban del cielo. EMILIO (Sonríe) No te sorprendas... hace mucho, mucho tiempo, la gente también pensaba lo mismo.</p>
2	P14	Primer Plano de Emilio	Primerísimo Primer Plano de Puki	-	FX: blink de ojos de Puki	<p>NICOLAS Pero es que son tan extrañas... Puki me dijo que ayer las contó, que hay 42 estrellas en el cielo.</p>

SEC.	PL.	ENCUADRE	MOVIMIENTO / DIRECCIÓN	ACCIÓN	AUDIO	
					SONIDO	TEXTO
2	P15	Plano Medio de Emilio, Nicolás y Puki.	-	(animación estrellas: nacen y mueren)	FX: animación de estrellas.	EMILIO (Sonríe) ¡Puki no pudo haber contado todas las estrellas! ¡Y tampoco hay 42!... En una noche clara como esta, puedes ver unas 2000 estrellas solo con mirar hacia arriba. NICOLAS (Asombrado) ¿2000?...¿Tantas?
2	P16	Plano general de habitación	Plano detalle manos de Emilio.	Emilio sujeta un telescopio. Nicolás se acerca al telescopio, y mira a través de él. (animación estrellas brillantes en el cielo)		EMILIO ¡Claro que sí! Y podrías ver muchos miles más con un pequeño telescopio, como este. ¡Asómate! EMILIO Los científicos no paran de inventar telescopios cada vez más potentes. Con cada nuevo telescopio que los científicos pueden utilizar, descubren mas estrellas en el cielo. Por lo tanto nadie sabe en realidad cuantas estrellas hay en el cielo.
2	P17	Primer Plano Nicolás.	-	-	-	NICOLÁS ¡Ah!... ¿Y las estrellas se quedan ahí para siempre?

SEC.	PL.	ENCUADRE	MOVIMIENTO/ DIRECCIÓN	ACCIÓN	AUDIO	
					SONIDO	TEXTO
2	P18	Plano Medio Nicolás, Emilio y Puki.	Primer Plano de Puki con el telescopio	Puki se acerca al telescopio. (animación nacimiento de estrellas)	FX: animación	EMILIO No. Siempre están muriendo estrellas viejas y naciendo nuevas estrellas. Algunas estrellas duran solo unos pocos millones de anos. Otras permanecen en el cielo durante miles de millones de anos. Pero todas las estrellas terminan explotando o volviéndose pequeñas hasta perder su brillo. Al mismo tiempo, se están formando nuevas estrellas con los gases y el polvo del espacio. La luz puede tardar millones de anos en viajar hasta nuestros ojos desde una estrella lejana. Por lo tanto, algunas de las estrellas que ves en el cielo se apagaron hace ya mucho, mucho tiempo.
2	P19	Plano Medio Nicolás, Emilio y Puki.	-	-	-	NICOLAS ¿Y a dónde se van durante el día?... ¿Por qué ahí no se ven?

SEC.	PL.	ENCUADRE	MOVIMIENTO/ DIRECCIÓN	ACCIÓN	AUDIO	
					SONIDO	TEXTO
2	P20	Plano General de habitación.	-	-	-	<p>EMILIO No se van a ninguna parte. Siempre están en el cielo. Pero la brillante luz del sol te impide ver las estrellas durante el día. Solo al anochecer puedes empezar a verlas de nuevo.</p> <p>NICOLAS ¿Y la tierra también es una estrella?</p> <p>EMILIO No. La tierra no es una estrella, la tierra es un planeta. Nuestro sol es una estrella. Sabes que la primera estrella que aparece en el cielo, no es una estrella... ¡Es un planeta!</p> <p>NICOLAS ¿Un planeta?</p> <p>EMILIO ¡Sí! Un planeta que puede ser Mercurio, Venus, Marte, Júpiter o Saturno.</p> <p>NICOLAS ¿Y cómo sé que es un planeta?</p>
2	P21	Primer Plano de Emilio	-	-	-	<p>EMILIO Porque luce con una luz brillante y fija. Y no parpadea como lo hacen el resto de las estrellas.</p>

SEC.	PL.	ENCUADRE	MOVIMIENTO/ DIRECCIÓN	ACCIÓN	AUDIO	
					SONIDO	TEXTO
2	P22	Primer Plano de Nicolás	-	Nicolás sostiene el telescopio.	-	NICOLAS ¿O sea que puedo ver algún planeta sin usar esta cosa?
2	P23	Plano Medio de Nicolás, Emilio y Puki	-	-	-	EMILIO Se llama telescopio. Y claro que puedes hacerlo, pero no puedes ver todos los planetas. Solo puedes ver a Mercurio, Venus, Marte, Júpiter, Saturno y Urano. NICOLAS ¿Y los otros planetas? EMILIO A Neptuno y Plutón no puedes verlos por lo lejos que se encuentran de la Tierra.
2	P34	Primer Plano de Nicolás	-	-	-	NICOLAS ¿Y son todos los planetas como la tierra?
2	P35	Primer Plano de Emilio	-	(animación de planetas)	-	EMILIO ¡Para nada! Solo la tierra tiene aire para respirar y agua para beber. Mercurio es un mundo muerto y sin aire. Durante el día, está muy, muy caliente por lo cerca que se halla del sol.

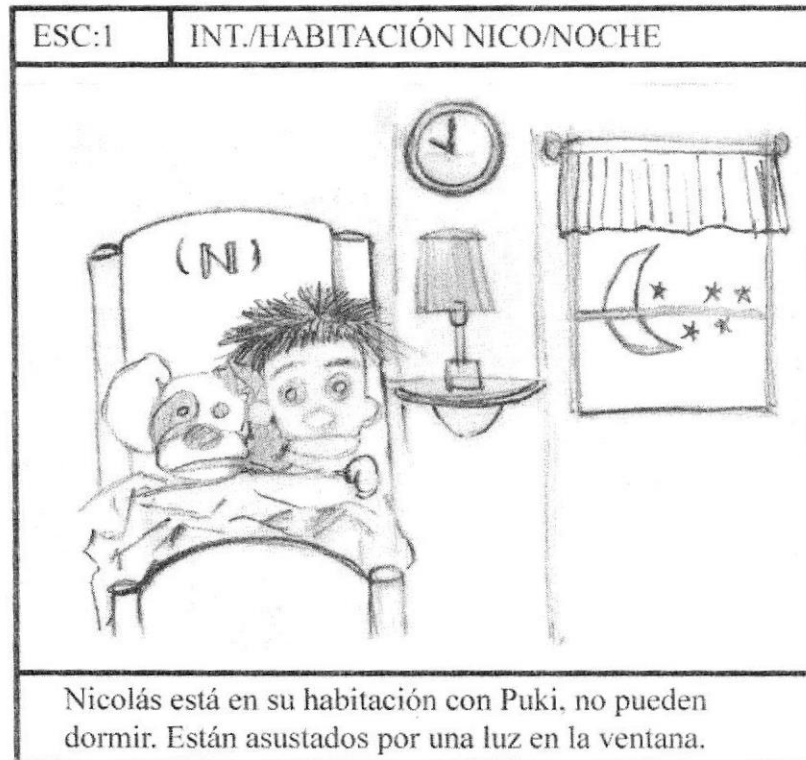
SEC.	PL.	ENCUADRE	MOVIMIENTO/ DIRECCIÓN	ACCIÓN	AUDIO	
					SONIDO	TEXTO
						(CONT.) Venus está siempre cubierta de espesas nubes y tiene también una temperatura muy alta. Marte es un mundo frío apenas sin aire. Y Júpiter probablemente no tiene tierra sólida.
2	P36	Plano General de habitación	Plano detalle de ventana y luna.	Emilio señala a la luna en la ventana.	-	NICOLAS ¿O sea que no se parecen en nada a la Tierra? EMILIO Sí se parecen en algo. En la luna.
2	P37	Primer Plano de Nicolás	-	-	-	NICOLAS ¿Cómo en la luna? ¿Hay otros planetas que también tienen luna?
2	P38	Primer Plano de Emilio	-	-	-	EMILIO ¡Sí! Son siete los planetas que tienen lunas. La tierra tiene una luna. Lo mismo que Plutón. Marte tiene dos y Neptuno también tiene dos. Urano tiene cinco lunas, Saturno diez. Y Júpiter trece.
2	P39	Plano Medio de Nicolás, Emilio y Puki	Primer Plano de Puki.	Puki meneando la cabeza, en señal de "NO"		NICOLAS ¡Wow! ¡Tantas lunas! (Dirigiéndose a Puki) Eso no sabías ¿verdad Puki? EMILIO ¡Seguro que no! (Ambos ríen)

ANEXO 7 - CONTENIDO DEL PILOTO – STORYBOARD

Video: Puki quiere saber


Duración: 20 minutos

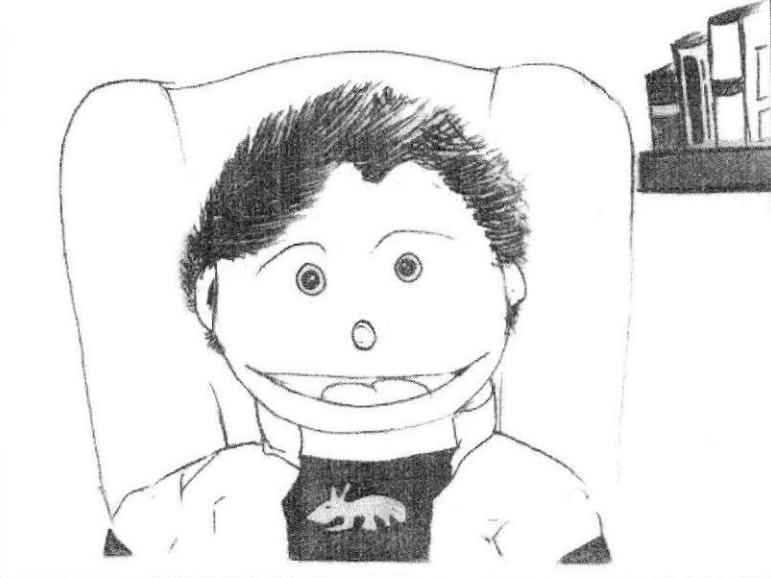
Realización: Noelia Vanegas – María José López – Jorge Crespo

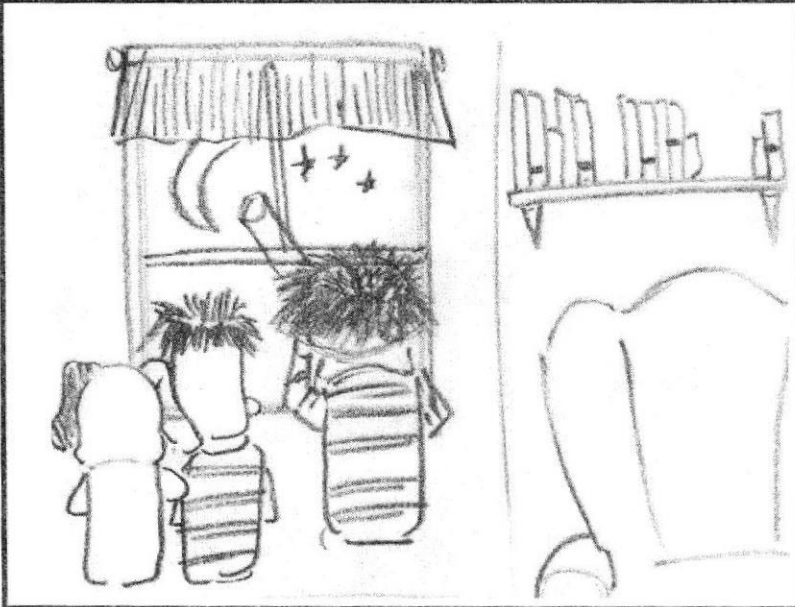


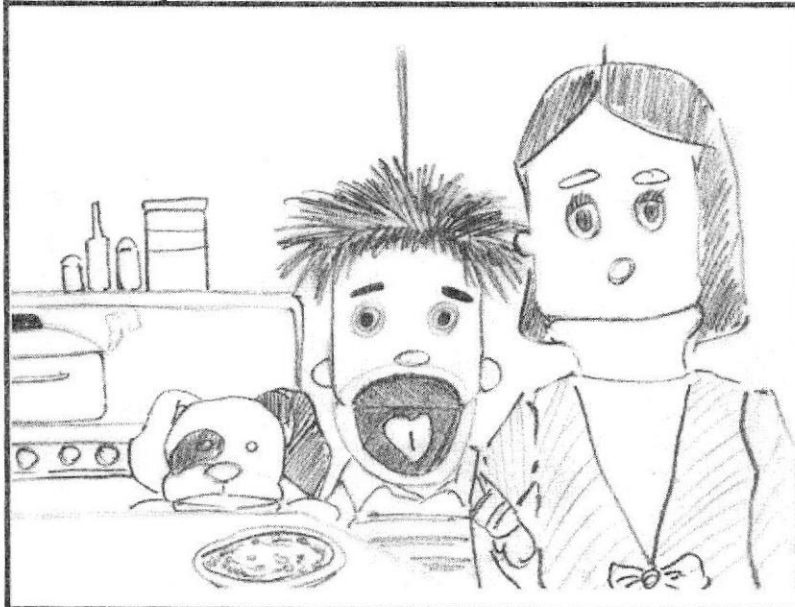
ESC:1	INT./HABITACIÓN NICO/NOCHE
<p>Nicolás y Puki se asoman a la ventana, para saber qué es lo que los hace asustar.</p>	

ESC:2	INT./HABITACIÓN EMILIO/NOCHE
<p>Nicolás entra con Puki a la habitación de Emilio. Emilio está leyendo.</p>	

ESC:2	INT./HABITACIÓN EMILIO/NOCHE
	
<p>Nicolás quiere saber qué es lo que brilla en el cielo, y le hace preguntas a su hermano Emilio.</p>	

ESC:2	INT./HABITACIÓN EMILIO/NOCHE
	
<p>Emilio charla con Nicolás y le explica acerca de las estrellas, lunas y planetas.</p>	

ESC:2	INT./HABITACIÓN EMILIO/NOCHE
	
<p>Emilio, Nicolás y Puki se asoman a la ventana, y miran a través del telescopio.</p>	

ESC:3	INT./COCINA/NOCHE
	
<p>Nicolás y Puki están en la cocina charlando con la mamá acerca de la alimentación.</p>	



