

TIF
AdeA Institucional
ESTUDIANTE
Moreno Juan Ignacio
DIRECTOR
Provenzano Mariano
AÑO
2017



Facultad de Periodismo y Comunicación Social
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA



Índice

Introducción	2
Alcance comunicacional	4
Objetivos generales y específicos	5
Palabras clave	5
Antecedentes para la producción	6
Herramientas teórico-conceptuales	6
Representaciones	8
Métodos y técnicas de investigación	8
Puesta en escena	10
Aspectos estéticos	11
Ficha técnica	12
Síntesis esquemática de producción	13
Proceso de producción de este TIF y Contexto de desarrollo	14
Alcances y limitaciones de esta producción	15
Consideraciones finales	16
Equipo de filmación	17
Anexo	18
Bibliografía	22

ADEEA

Introducción

Este Trabajo Integrador Final, TIF, se generó en base a la necesidad que tenía la empresa AdeA SA, en realizar un nuevo material audiovisual institucional para promocionar su actividad.

Si bien existían otros productos similares, elaborados muchos años atrás, su vigencia en cuanto al crecimiento de la empresa y el desarrollo de la tecnología, la estética utilizada y la baja calidad de imágenes registradas, sumado a un concepto comunicacional caducado, me llevó a la decisión de producir un nuevo material que busca ofrecer un producto profesional integral para publicitar la empresa.

Durante el año 2016, punto de partida de este TIF, se procedió a un relevamiento del estado de la empresa, recorriendo sus diversas áreas y tomando un primer registro audiovisual de cada una de ellas, para la construcción de un primer guion / storyboard. A su vez, se recopilaron distintos registros recientes y antiguos de distintas producciones que, como por ejemplo fotografías, piezas gráficas (folletería) y la realización de entrevistas informales para un mayor conocimiento de sus empleados y funciones.

Este Trabajo Integrador Final es un esfuerzo por incluir la mayor cantidad de herramientas comunicacionales adquiridas durante la carrera y así dar forma a un producto institucional / promocional que gracias a la existencia de diversos canales comunicacionales Tv, web, redes sociales, entre otros, se facilita la llegada a un público específico como organismos públicos y privados, que buscan una empresa de excelencia para la guarda, administración y custodia de archivos (FISICOS y DIGITALES).

Mi experiencia laboral como realizador audiovisual en distintas productoras (Ideas del Sur, TyC Sports , Oxygene Visual Effects) sumada al conocimiento de la falta de un video institucional ACTUAL dentro de la empresa, me lleva a tomar la decisión de generar un institucional, el cual sea una pieza más, dentro de todas las necesidades promocionales a las que se encuentra una empresa de esta magnitud.



Esta producción audiovisual en Alta Definición propone un registro de las distintas salas y áreas de la empresa más representativas, tanto en la sede central ubicada en Florencio Varela como en sus oficinas situadas en Capital Federal, haciendo foco en las tareas que se realizan con total profesionalismo y seguridad.

El contexto en el que se desarrolla la producción está enmarcado dentro del constante proceso evolutivo de las nuevas tecnologías, el acceso masivo a ellas y la consolidación de formas comunicacionales entre sujetos que han convertido gradualmente a los soportes tradicionales (canales de TV, video en soporte físico) en obsoletos debido a la multiplicación de espacios virtuales que proporcionan una comunicación directa entre personas, empresas e instituciones. Por esta razón es imprescindible adaptarse e incorporarse a estos cambios permanentemente y no quedar fuera del mercado. Teniendo en cuenta que actualmente se posiciona como referente dentro de su gama, gracias a su nivel de excelencia, es de suma importancia generar este material.



ADEA

Alcance comunicacional

La producción audiovisual para AdeA SA se sustenta en el hecho de que el mismo es un sistema de comunicación multisensorial “donde los contenidos icónicos prevalecen sobre los verbales”, promoviendo “un pensamiento global de la información que proporciona al receptor una experiencia unificada”, siendo un “lenguaje sintético que origina un encadenamiento de mosaico en el que sus elementos sólo tienen sentido si se consideran en conjunto”, movilizándolo “la sensibilidad antes que el intelecto” (Arraya, 2004).

Esta conceptualización teórica es la que impulsó la decisión de elaborar un producto que reúna las experiencias comunicacionales gráficas, radiales y audiovisuales adquiridas durante el transcurso de la carrera para ser difundido a través de los canales más tradicionales, redes sociales y en la web.

A su vez, generar un producto promocional integral en formato HD con resolución 1920x1080 nos garantiza una calidad de excelencia, mientras que para el resto de sus versiones, la misma puede ser reducida para su reproducción sin perder la nitidez y calidad original.

Para la realización de este material, se utilizaron diversas técnicas de registro, (GRIPs) STEADY-CAM, para generar recorridos fluidos, una GRÚA, para recorridos con altura, un TRÍPODE, para encuadres fijos, entre otros para garantizar el registro adecuado en cada una de las tomas.

“El institucional” se sustenta en una producción audiovisual de amplio alcance y con una variedad de lenguajes en su tratamiento argumental, sumado a las ANIMACIONES GRÁFICAS que acompañan las distintas etapas reforzando lugares e información.



Objetivos generales y específicos

Objetivo General:

Realizar una producción audiovisual institucional con formato promocional como nueva herramienta de comunicación, la cual fortalece su liderazgo dentro de las empresas dedicadas a la guarda y administración de archivos físicos y digitales.

Objetivos específicos:

- Fortalecer la difusión y promoción de la empresa.
- Aportar visibilidad sobre las áreas de la empresa.

Palabras clave

- AdeA
 - Guarda de archivos
 - Administración de archivos
 - Institucional
 - Patrimonio
 - Florencia Varela
- 

IDEA

Antecedentes para la producción

La búsqueda arrojó como resultado dos antecedentes sobre videos institucionales.

Ambos productos fueron desarrollados entre los años 2000 y 2007, los cuales figuran como antecedentes directos para este trabajo. El primero fue realizado en formato estándar (VHS) y muestra la empresa antes de la renovación, se nota que fue realizado sin un previo estudio de la misma y sin una pre-producción, se acerca más a un registro de imágenes, las cuales fueron editadas y musicalizadas con grafica en 2D estática la cual simplemente anunciaba las áreas.

El Segundo fue realizado también en formato estándar y si bien a diferencia del primero tiene imágenes más recientes de la empresa, le suma una voz en off con fotografías animadas, no deja de ser un video institucional caducado, tanto en calidad, como guion y carece de técnicas modernas narrativas.

Herramientas teórico-conceptuales

Para dar cuenta del producto comunicacional me apoyo en diferentes conceptos, para pensar el video institucional como un desprendimiento del género documental. Bill Nichols dice que conceptualmente y en la práctica “no ocupa un territorio fijo, no moviliza un inventario finito de técnicas, no aborda un número establecido de temas y no adopta una taxonomía conocida en detalle de formas, estilos o modalidades”(Nichols, 1997), por lo tanto su elaboración es tan subjetiva como los sujetos que lo producen.

Para reforzar dicha idea, Nichols agrega que “las situaciones y los eventos, las acciones y los asuntos pueden representarse de diferentes formas. Surgen estrategias, toman forma convenciones, entran en juego restricciones; estos factores funcionan con el fin de establecer las características comunes entre textos diferentes, de situarlos dentro de la misma formación discursiva en un momento histórico determinado...” (Nichols, 1997).

IDEA

La modalidad expositiva planteada por Nichols es otro aspecto teórico que se incluye dentro de las herramientas a utilizar para el desarrollo de este trabajo.

Por su parte, Diego Freixas sostiene que mediante el juego de palabras queda expresado que es un material audiovisual que “presenta a la institución”, extendiendo este concepto “a cualquier variable de discurso audiovisual, referido a instituciones tanto comerciales, industriales, corporativas, como políticas, sociales, ONG, cooperativas, burocráticas, sindicales y todo el amplísimo arco de instituciones; Incluso podría discurrir acerca de una persona en cuanto se la tome como marca o institución” (Freixas, 2010).

Sin embargo, la referencia institucional no es suficiente para explicar por sí sola las características de este producto. Ciertas agencias de comunicación y publicidad hacen una clara diferencia entre video institucional y video promocional, indicando que el primero es elaborado para reflejar la misión y valores de los organismos públicos, en tanto que el segundo enfatiza en los productos y servicios ofrecidos, siendo además una herramienta comunicacional directa con el cliente o interesado.

A su vez, también es necesario establecer un marco conceptual para el que fue pensada esta producción; Redes Sociales, que ciertos autores como Thüer definen como una plataforma para comunicarse a través de la red, que “permite poner en circulación mensajes a escala global, facilita el acceso a la información y viabiliza el contacto de las instituciones con su comunidad”.

Este producto no solo funciona como video institucional clásico, sino que puede ser utilizado como video promocional en caso de ser requerido.

IDEAS

Representaciones

Entendiendo a la comunicación como proceso de producción de sentido (Verón, 1993), el trabajo se encuadra también bajo el concepto de cultura planteado por Canclini (1985) a la que define como “la producción de fenómenos que contribuyen mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a reproducir o transformar el sistema social”.

Stuart Hall (1997) dice que “la representación es la producción de sentido a través del lenguaje”, y es el concepto central que justifica la construcción de este video institucional, lleno de “signos para simbolizar, estar en lugar de, o referenciar objetos, personas y eventos en el llamado mundo “real”” y “cosas imaginarias y mundos de fantasía o ideas abstractas”.

Métodos y técnicas de investigación

Haciendo pie en la perspectiva de la observación participante y entendiendo que desde el momento en el que la cámara es colocada delante de la escena no existe solo recolección de datos sino que también es una representación, el registro siempre es participante.

El método de trabajo que le es propio a la Antropología Social y Cultural se establece durante las dos guerras mundiales para estudiar la “alteridad”, que se conoce con el nombre de observación participante. Según Krotz (1988) “su esencia consiste en la exposición personal y directa de los investigadores a la alteridad sociocultural, justamente porque la pregunta por la diferencia entre culturas y los grupos sociales es la pregunta original de la antropología”.

Toda estrategia comunicacional y ésta en particular, exige conocer a priori el sector a la que va dirigida, por lo tanto el primer paso consistió en realizar una tarea de diagnóstico para evaluar las características del público a quien va dirigido.

IDEA

Una vez definido, se procedió a utilizar técnicas de Registro Sumarial, Auto representación y Reconstrucción¹ que se desarrollaron a través de las etapas de preproducción, producción, guion, rodaje y postproducción.

El proceso que continuo, se basa también en los conceptos vertidos por Rabiger (1987) y Guzmán (1998), cuyo recorrido implicó la búsqueda y el hallazgo de una idea, la elaboración de una sinopsis, la investigación previa, localización de escenarios y personajes eventuales y la preparación del rodaje.

De la etapa anterior derivó el diseño de un guión abierto que propuso como idea central contar el funcionamiento de la empresa, lo que generó una sinopsis que fue presentada a las autoridades para su aprobación formal. Mientras tanto, el guión argumental fue ampliándose gracias a las entrevistas y visitas realizadas en distintas jornadas, las cuales ayudaron a definir la elección de escenarios y acciones para el rodaje.

La etapa de preproducción comenzó con distintas hipótesis de abordaje del tema, accesibilidad a las distintas zonas y personal, presupuesto disponible, lo que derivó en la elaboración de una propuesta con un objetivo y estilo definido².

Una vez resueltos estos detalles de la preproducción, avanzamos con el plan de rodaje gestionando un equipo técnico acorde a nuestra necesidad.

La realización consistió en el registro de los espacios, objetos, acciones y personal seleccionado los cuales sean lo suficientemente ilustrativos para expresar con mayor claridad y profesionalismo, cada una de las actividades que se realizan.

Por último, durante la postproducción se grabó la voz en off correspondiente y se eliminó el registro sonoro ambiental para reemplazarlo por música la cual acompaña a lo largo de todo el video. Para las distintas piezas gráficas, su sumaron efectos sonoros.

¹Doelker, C. (1982). "La realidad manipulada". Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

²Rabiger, M. (1987). "Dirección de documentales". Madrid: Instituto oficial de Radio y Televisión.

ADEEA

Puesta en escena

El video institucional producido para Adea SA utiliza imágenes generadas en base a un guion, donde resaltan planos generales descriptivos y planos cerrados de objetos para generar una sensación de conocimiento y familiarización entre el espectador y el espacio en el que se ubica.

El video también cuenta con Grafica Animada 3D (Presentación/ Separadores/ Zócalos Informativos), para las distintas presentaciones de las áreas.

El desarrollo del paquete gráfico fue el desafío más grande dentro del institucional, ya que por medio de éste debíamos actualizar/ modernizar, la imagen de la Empresa, pero sin cambiar el logo original el cual es muy simple y en 2D, pero que a su vez, demuestre a mediante la imagen que está a la altura de las gráficas/ animaciones que actualmente predominan en el mercado.

Para esto se desarrollaron distintos espacios y objetos en 3D, los cuales pertenecen a distintos elementos que se encuentran en secciones de la empresa, como por ejemplo, cajas, carpetas, hojas, discos digitales, etc. los cuales fueron relacionándose entre sí y reflejando las principales actividades, como el guardado, la organización, el traslado y la seguridad que son un baluarte importante por lo cual se destaca del resto de sus competidoras.

A su vez, también se expresó su presencia Internacionalidad/ conectividad con una animación concreta con los países en los cuales se encuentra de la empresa.

Una vez realizada la presentación inicial y cada una de las secciones, se utilizaron algunos elementos para la realización de los separadores, bastones informativos, zócalos, etc, siempre respetando los colores y el logo original por el cual es mundialmente conocida. Como detalle aparecen distintas palabras que reflejan características inquebrantables de la empresa.



Aspectos estéticos

El producto audiovisual consta de una numerosa sucesión de planos y contra planos, los cuales resaltan las distintas actividades que se van desarrollando dentro de la empresa, esto sumado corta duración, genera un dinamismo rítmico/ visual que atrae al espectador. Siempre acompañado de una voz en off.

Puestas de luces: La iluminación elegida fueron temperaturas cálidas, resaltando la actividad de la empresa durante el día, luz natural, mientras que los interiores de las oficinas y las áreas restringidas de mayor seguridad, fueron empatadas mediante post-producción.

El video institucional fue planteado como un recorrido de la Empresa por cada una de las áreas, las cuales si bien funcionan independientemente de cada una, forman parte de un todo. Iniciando por unos planos generales que muestran las dimensiones de la empresa para luego entrar en detalle.

La duración de 5 minutos nos permite en un futuro desglosar cada una de las áreas, por medio de una gráfica de apertura y cierre individuales, permitiendo que cada una de ellas funcione por si sola dentro de la dinámica de las redes sociales.

La locución en off fue pensada como guía principal informativa que acompañe el recorrido visual, ya que si bien uno sabe las características de la empresa, difícilmente pueda conocer cada una de las áreas y su funcionamiento con sólo ver imágenes aunque lleves zócalos informativos.

Para la elaboración del guión se tomó como base distinta entrevistas a cada uno de los responsables y así tener un mayor conocimiento una descripción breve del contenido de las áreas, para generar un concepto comunicacional alternativo con un lenguaje directo, con frases breves y contundentes.

Puesta sonora: La musicalización que acompaña el video está pensada y masterizada específicamente para el Institucional.



ADEEA

Ficha técnica

Guión y dirección: Juan Ignacio Moreno

Realización / Producción general: Juan Ignacio Moreno

Edición / Montaje: Juan Ignacio Moreno

Música: Waco

Locución: Claudio Sanso

Cámara: Fernando Tranquillini

Diseño gráfico: Juan Ignacio Moreno

FX: Juan Ignacio Moreno

Formato: HD 1920x1080

Duración: 5:01 minutos

Año: 2017.



Síntesis esquemática de producción

Investigación:

- Relevamiento de archivo
- Entrevistas
- Diseño de guión

Preproducción:

- Composición musical
- Plan de rodaje
- Relevamiento de recursos técnicos y humanos

Producción:

- Puesta en escena
- Registro audiovisual
- Dirección

Postproducción:

- Montaje y edición
 - Grabación voz en off
 - Proceso de corrección de color
 - Animaciones y FX
 - Placas, títulos y créditos
- 

IDEA

Proceso de producción de este TIF y Contexto de desarrollo

La producción de este video institucional se definió durante el año 2016 ante la necesidad de renovar el material audiovisual promocional para la empresa. Esta se encontraba desactualizada en dos aspectos; tecnológico y conceptual.

La idea de desarrollar un producto integral enfocado a la promoción, fue el disparador central del trabajo.

Este video institucional-promocional fue pensado desde el inicio como material de difusión, con la certeza que llegaría a los canales para los que fue pensado, web, redes sociales, presentaciones, televisión, entre otros.

Elaborar esta propuesta cumple tanto con la necesidad de generar un video institucional/promocional de la empresa, como también, producir un Trabajo Integrador Final para la carrera de Comunicación Social orientación Periodismo.

El primer paso fue analizar todo el material de archivo disponible, para luego preparar un guión inicial, que en ese momento ya había sido planteado como un recorrido subjetivo por las distintas áreas de la empresa.

Una vez establecida la cantidad de espacios a registrar, se procedió a seleccionar las secuencias en las que fueron incluidas distintas jornadas, primero en exterior y el interior del edificio, planos con travelling o slider de otra producción y diversas escenas con planos detalle de objetos representativos.

En este punto se elaboró, junto al Área de Comunicación Institucional de la Empresa, el guión final en el cual se establecía el recorrido, a la par que se esbozó el texto de la voz en off y se diseñó un plan de rodaje para completar el esquema de abordaje definitivo.

A la vez que se realizaba el registro faltante, se procedió a elaborar la música/ efectos de sonido



que acompañan el video.

El proceso de postproducción se realizó en dos pasos: el primer paso consistió en el visionado del material crudo y la selección de planos que van entre los 2 a los 7 segundos, ordenándolos según lo establecido por el guión.

El segundo paso fue la corrección de color para “empatar” todos los planos a una temperatura cálida y reforzar el contraste, además del agregado de todas las piezas gráficas (apertura, separadores, zócalos informativos, etc).

Definida la edición y completada la música, se grabó la voz en off en estudio con un locutor profesional.

Alcances y limitaciones de esta producción

El producto está pensado para cumplir principalmente con dos funciones, la primera es llegar a un público específico, por lo general grandes empresas, que buscan seguridad, accesibilidad y soluciones a la hora de administrar los distintos archivos. Para estos casos los alcances son

La segunda función del institucional es la difusión/ presentación a la hora de mostrar la magnitud y profesionalismo con el que la empresa se desempeña.

Por otra parte, el alcance y sus limitaciones son diversos ya que la empresa si bien se encuentra en Argentina tiene sucursales en Colombia, México y España, y gracias a la explosión en los últimos en las redes sociales, la posibilidad de llegar a distintas partes del mundo, se encuentra a un “click” de distancia, algo fundamental para las empresas trasnacionales que buscan centralizar todo tipo de información.



IDEA

Consideraciones finales

Si bien la realización de este video institucional comenzó como un emprendimiento meramente laboral, una vez dentro de la dinámica de la empresa pude identificar los distintos saberes adquiridos en todo mi recorrido dentro de la facultad e implementarlos de la mejor manera. Por esta razón, tome la decisión de que sea un punto de inicio para la realización de mi Trabajo Integrador Final.

Gracias a todas las reuniones previas con el personal, pude ir conociendo el funcionamiento desde adentro la empresa, con las particularidades de todas sus áreas y tener acceso a cada una de ellas para planificar las jornadas necesarias con los encargados/ empleados y circuitos laborales y así llegado el momento registrar todo su funcionamiento. La colaboración recibida por parte del personal, fue un aporte invaluable a la hora de calificar el producto.

Dentro de las limitaciones, las principales estaban en las áreas de máxima seguridad, como la Sala Cofre Faraday ya que la importancia del material resguardado nos limitaba el tiempo de rodaje y exigía un cuidado mayor a la hora de movilizar tanto personas como equipos. Otra de las limitaciones, estaba a la hora de disponer de distintos elementos como la flota automotriz, ya que el poder juntar gran parte del parque automotor para la realización de una imagen con grúa y así lograr expresar la dimensión de la numerosa flota con la que cuenta.

Este TIF nació con la firme convicción de demostrar las herramientas teóricas y prácticas obtenidas en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, que pudieron ser aplicadas a una empresa de alcance internacional. Personalmente, disfrute mucho de cada una de las etapas de producción y realización, y tener hoy un registro tan acabado de todo el proceso y un producto final de estas características, es una excelente manera de dar cierre a una etapa de formación que afortunadamente nunca terminará.



Equipo utilizado para la filmación:

CÁMARA SONY NX5 HD 1080I

STEADY CAM "FLYCAM"

GRUA CON CABEZAL ROBOTIZADO PAN TILT Y MONITOR

DOLLY. SISTEMA CON PISTA DE 3.80 MTS

FRESNELES DE 150W, 300W, 650W, 1000W Y 2000W

REDHEADS DE 800W

MINIPANORÁMICOS Y LUZ FRÍA DE LOS MODELOS PAMPA

Los planos están planteados desde distintos puntos de vista, algunos tienen suaves movimientos de paneo que imitan subjetivamente el recorrido del personal por las áreas. También se usó trípode para los planos fijos y SteadyCam para otros recorridos. Para los exteriores, flota automotriz, se utilizó una grúa para lograr paneos y puesta de cámara con altura.

El diseño de la puesta de iluminación se reparte entre luz ambiental, exteriores de la fábrica y combinación con luces artificiales para los interiores.

El sonido directo está ausente, se utilizó la masterización de música, pensada para acompañar la voz en off, la cual describe las distintas acciones que transcurren en la pantalla reforzando y dando dinámica a la visual.





Anexo

Transcripción Off

Somos una empresa argentina experta en guarda, administración y custodia de archivos. Más de 800 organizaciones de todo el país nos confían uno de sus principales activos: su documentación. En nuestra planta, ubicada en un punto estratégico de Florencio Varela con más de 500.000 m³ cubiertos en un predio superior a los 130.000 m², se desarrollan cuatro conceptos fundamentales: seguridad de vanguardia, tecnología de punta, confidencialidad y logística. A partir de estos conceptos asesoramos a organismos públicos y privados a reducir los riesgos y costos asociados al manejo de la información.

01 - GUARDA Y ADMINISTRACIÓN DE ARCHIVOS

Nuestro servicio de guarda y administración de archivos ofrece soluciones personalizadas, custodiamos y digitalizamos todo tipo de documentación, este respaldo electrónico y la centralización de la información ofrecen una rápida localización de documentos con acceso seguro online a través de nuestros equipos de última generación.

También desarrollamos un servicio de Administración de Expediente Único, se trata de una herramienta de individualización de LA información desde la que se pueden gestionar todos los documentos que componen un expediente estén ó no unificados físicamente.

Ofrecemos además un Movimiento Logístico de Archivos para el que contamos con una flota automotriz dedicada al traslado seguro de la documentación y nos ocupamos de la Destrucción Confidencial y Certificada de Documentos.

2 - MAXIMA SEGURIDAD - Sala Cofre Faraday

Somos la única empresa en Latinoamérica que cuenta con dos Salas Cofre Faraday para el resguardo de medios magnéticos y ópticos.

Esta sala permite asegurar la integridad y disponibilidad de los medios frente a factores de riesgo como las variaciones de temperatura y humedad, el polvo y la influencia de campos magnéticos, las radiaciones o la intrusión.





03 – CONSULTORIA - INVESTIGACION – DESARROLLO

Brindamos también un servicio de consultoría a cargo de profesionales archivistas que analizan las áreas generadoras de documentos de su compañía, identificando y evaluando los procesos y flujos documentales, mediante el uso de un software de desarrollo propio con el propósito de optimizar la gestión de información.

Esta versión permite la consulta vía web, la administración de millones de documentos e incorpora la firma digital, certificando que la imagen generada es copia fiel del documento original.

Nuestra marca tiene presencia en Argentina, España, México y Colombia líderes en el área de información.

Desde el punto de vista del manejo del riesgo, poseemos un moderno sistema de prevención y extinción de incendio agenciado a un sistema de control y monitoreo con cámaras ubicadas estratégicamente para la vigilancia de todas las áreas. Todos nuestros circuitos de cableado son ignífugos independientes de los circuitos que transportan información.

Además contamos con la Certificación ISO 27001:2005 siendo Adea la primera empresa en su especialidad en obtener esta certificación en Latinoamérica y a la vez, la única en poseer dos de sus procesos certificados; también contamos con la Certificación ISO 9001:2008, la cual abarca el 100% de nuestro procesos.

Para más información visítenos en www.adea.net

ADEA – Líder en Custodia y Administración de Archivos



ADEEA

Plan de Rodaje

EXTERIORES:

- Paneo Gral de las Naves. (techo).
- Acceso/ Seguridad/ Estacionamiento.
- Paneo Gral. De las Naves desde torre de agua.
- Frente Nave Principal con letras corpóreas.
- Ver si hay camionetas estacionadas.
- Grúa que sale del helipuerto a plano general de las naves
- Playa estacionamiento.
- 360° desde helipuerto marcando la salida hasta llegar a nave principal (grúa)
- Detalles de camionetas/ móvil recorriendo la empresa de nave a nave.
- Camionetas estacionadas salen todas juntas.

- Planta de Agua para incendios (pileta) detalles de cañería y recorridos.
- Sistemas de seguridad interiores (Matafuegos, detección de humos y extinción de incendios).

- Traslado de camionetas/ vehículos dentro del parque llegando a zona de carga/ descarga.
- Apertura y cierre de puertas camioneta.
- Carga de mercadería/ grúa/ steadycam.
- Descarga de mercadería/ grúa.
- Detalles de toma de cajas, posiciones/ panes de carga.
- Salida de camioneta.

INTERIORES:

- Oficinas de la Planta. Carcelería.
- Detalles de Box Administrativos.
- Sala de reuniones con gente.
- Realizar entrevistas/ reuniones.
- Sala de atención al cliente
- Recorrida de secretaria lleva carpeta a box.
- Distintos empleados trabajando. Detalles.
- Secretaria/ empleado hablando por teléfono/ detalle marcando.

- Sala cofre Faraday Gral pasillos.
- Mostrar seguridad y acceso restringido.
- Sistema de movimientos de estanterías.
- Detalles de estantes y discos magnéticos.

- 
- Gente manipulando discos y teniendo rápido acceso.
 - Que se vean las paredes y sistema anti incendios.

 - Sala de monitoreo (paneos/ detalles/ cambios de cámaras) lugar con gente y vacío.
 - Detalle de las cámaras de seguridad. Hay distintos modelos.
 - Gente de seguridad recorriendo.

 - Detalle de maquina reconociendo caja por código de barra.
 - Pila de cajas esperando ser llevada.
 - Box de digitalización.
 - Capturas de Imágenes de PCs.
 - Cerrado de cajas una vez finalizada la digitalización.
 - Traslado de cajas dentro de la empresa.
 - Preparación de Material a clasificar.
 - Box digitalización. Detalle de teclado, cambios de hojas e impresiones.
 - Box Gral digitalización. Grúa a detalle.
 - Empleado chequeando info en Pc.
 - Captura de pantalla del sistema en funcionamiento.
 - Supervisor controlando trabajos.
 - Generación códigos de barra.
 - Detalles de hojas digitalizadas.

 - Captura pantalla de Expediente Único.
 - Sala de desarrollo informático y software.
 - Detalle de las cajas cuando ponen los expedientes una vez.

 - Paneo Gral. De las naves.
 - Pasillos cajas ORDENADAS.
 - Empleaos recorriendo pasillos.
 - Detalles de las cajas prolijamente acomodadas.
 - Empleado saca caja de estantería y se la lleva.
 - Empleado acomoda caja en estantería.

CAPITAL FEDERAL

- Oficinas.
 - Ver posibilidad de tener camionetas en capital andando.
- 

Bibliografía

- Ametrano, S. (2015). "Los procesos de restitución en el Museo de La Plata" / Restitution processes at the Museum of La Plata. Revista Argentina De Antropología Biológica, 17(2). Consultado de <http://revistas.unlp.edu.ar/raab/article/view/1511>
- Arraya, C. (2004). "Elementos del Lenguaje Audiovisual". En http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje_audiovisual.pdf
- Bolvín, M.; Rosato, A.; Arribas, V. (2004). "Constructores de otredad". Buenos Aires: Antropofagia.
- García Canclini, N. (1985). "Cultura y Sociedad. Una Introducción". México: Secretaria de Educación Pública.
- Doelker, C. (1982). "La realidad manipulada". Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Domínguez López, J. J. "La técnica del sonido cinematográfico". En http://www.felinorama.com/univ/tv/campus/temas/sonido_cine.pdf Consultado 10 de mayo 2017.
- Freixas, D. (2010). "El video institucional". Recuperado de http://www.palermo.edu/dyc/opendc/opendc2010_2/apuntes/El%20video%20institucional069.pdf
- González Pérez, C. F. (2012). "Aplicaciones de la semiótica peirceana al estudio de la comunicación interna organizacional. El caso de las relaciones entre los procesos de comunicación formal e informal en el Museo de La Plata". (Tesis Doctoral). Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, La Plata.
- Guzmán, P. (1998). "El guión en el cine documental". Revista Viridiana, Madrid.
- Hall, S, (1997). "Representación: representaciones culturales y prácticas significantes". En Culture, Media and Identities, Vol. 2.
- Jure, C. (2004). "Unidad de Medios Audiovisuales Museo de La Plata". Revista Museo, vol 3, n° 18.
- Krotz, E. (1988). "Viajeros y antropólogos: aspectos históricos y epistemológicos de la producción de conocimientos antropológicos", en Nueva Antropología, vol. 9, núm. 33, pp. 17-52.
- Magariños de Moretín, J. (2002). "Hacia una semiótica indicial. Acerca de la interpretación de los objetos y los comportamientos". En <http://www.magarios.com.ar/Semiotica-Indicial.html>. Consultado 10 de mayo 2017.
- Magariños de Moretín, J.; Bialogorski, (2004) "Guía de Trabajo. Las relaciones posibles del Objeto de Museo". (mimeo). En <http://www.centro-desemiotica.com.ar/OBJETO-MUSEO.html>. Consultado 10 de mayo 2017.
- Martín Martín, L.M. "Apuntes de iluminación". En <http://platea.pntic.mec.es/~lmarti2/iluminacion/presentacion.pdf> . Consultado 10 de mayo 2017.
- Medya-audiovisual.com. (2017). "Diferencias entre vídeo corporativo, institucional, industrial y promocional". En <http://medya-audiovisual.com/diferencias-entre-video-corporativo-institucional-industrial-y-promocional/>. Consultado 24 de abril 2017.

- 
- Nichols, B. (1997). "La representación de la realidad". Barcelona: Paidós.
 - Rabiger, M. (1987). "Dirección de documentales". Madrid: Instituto oficial de Radio y Televisión.
 - RECA, M.M. (2011). "Estudio de público de museos: el aporte teórico-metodológico de la semiótica". R. MuseuArq. Etn., São Paulo, n. 21, p. 369-381.
 - Rouch, J. (1995). "El hombre y la cámara" en E. Ardevol y Pérez Tolón (ed.) Imagen y Cultura. Perspectivas del cine etnográfico. Granada: Diputación Provincial de Granada.
 - Salamcaproducciones.com. (2017). "Producciones audiovisuales - Videos Industriales, Corporativos, Promocionales". En <https://www.salamcaproducciones.com/videos-industriales-corporativos-promocionales/>. Consultado 24 de abril 2017.
 - Thüer, S. (2002). "El departamento de ciencias de la comunicación en red". (Tesis de Licenciatura). Facultad de Ciencias Humanas, UNdRC, Córdoba.
 - Verón, E. (1993). "La semiosis social". Barcelona: Editorial Gedisa.
- 