

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

UNAM

“ LA SONRISA BIÓNICA CON CIORe “  
VIDEO INFORMATIVO DEL CENTRO DE IMPLANTOLOGÍA ORAL Y  
REHABILITACIÓN

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN CON ESPECIALIDAD  
EN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

PRESENTA

ROSAURA LILIAN MARTÍNEZ VILCHIS

ASESORA: ADELA MABARAK CELIS

MÉXICO D.F.

JUNIO 2010



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## AGRADECIMIENTOS

A Dios

A mis padres quien me dieron la vida que me han escuchado y apoyado en todo momento de mi vida, en especial a mi madre, mi mejor amiga, el ser hermoso que más amo quien constantemente me demuestra su apoyo tanto en las buenas como en las malas ocasiones, la persona que se alegra de mis victorias, me sabe escuchar y alentar en las situaciones más difíciles.

A mi hermana Lucia, mi *sister* que adoro, mi eterna confidente, mi mejor amiga inseparable, ser de mi inspiración y admiración, cómplice de todas las etapas de mi vida.

A mi asesora, la profesora Adela Mabarak por su fuerza, persistencia y optimismo. Mil gracias por su tiempo, dedicación y demostrarme que todo se puede, que no hay imposibles.

A todos mis sinodales por su sabiduría, por el amor, lealtad y dedicación a la carrera de ciencias de la comunicación.

A mi tío Sergio Vilchis gracias por todo tu apoyo, tiempo, material, instalaciones y ayudarme en mi trabajo de titulación. Eres la fuente de inspiración de este trabajo, gracias por abrirme camino en el mundo laboral, por enseñarme la verdadera escuela de la vida durante 4 años.

A toda mi familia que ha sido mi base, mis cimientos... grandes maestros que han formado mi identidad, en especial: a mi mami, a mi tía Margot, a mi tíos Roberto y mi tío Jorge.

A todos mis primos y sobrinos con mucho cariño.

Al grupo de Educación continua sin su ayuda no habría hecho mi tesis, mil gracias Alex, Irma, Alfonso y Memo.

A todos mis hermanitos, mis amigazos de mi vidaza y almaza que aunque no sean de mi sangre los quiero y adoro como si lo fueran, "mis otros yo" con quienes me identifico, respeto y me divierto en grande: Maritzirijilla, Ibrahim, Liz, Chío, Ely, Luis, Armando, Ludmila y a mis soleils: mi curuñis Omarsin, Denise, .. etc.. etc...

A la maravillosa y única UNAM por abrirme los caminos hacia el criterio, la creatividad y la razón, por enseñarme y formarme en todos los aspectos profesionales, culturales y humanos. Por mi raza hablará el espíritu.

Al ser que ya no pertenece a este mundo, con cariño tía Martha.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
I.- El video informativo y su importancia dentro de una empresa	
1.1.- Características de un video informativo.....	6
1.1.2.- Cronología.....	8
1.1.3.- El video como sistema de registro de imagen.....	10
1.1.4.- Los formatos del video.....	12
1.2 .- Beneficios del video informativo.....	15
1.3 .- ¿Qué es una empresa?.....	18
1.4.- El mejoramiento de ventas y servicios por medio del video.....	21
II.- Implantología de CIORe, un remedio para los edéntulos	
2.1 .- El Centro de Implantología Oral y Rehabilitación.....	30
2.1.1.- ¿Qué son los implantes dentales?	
2.1.2.- ¿Que es la implantología oral?.....	34
2.1.3.- ¿Por qué se pierden los dientes?.....	35
2.1.4.- Los candidatos a implantes.....	36
2.1.5 .-¿Qué es CIORe?.....	38
2.1.5.1.- División de áreas.....	39
2.1.5.2.- Organigrama del Centro de Implantología Oral y Rehabilitación S.C.....	41
2.2 .- Historia de CIORe.....	45
2.3 .- La difusión en CIORe.....	53
2.4 .- Actividades desarrolladas dentro de la clínica.....	58
2.4.1.-DIO Y DSI.....	59
Capítulo III .- Elementos de la producción del video informativo para el Centro de Implantología Oral y Rehabilitación: “La sonrisa biónica con CIORe”.	
3.1.- Etapas Del proceso de producción.....	64
3.2.- Público Meta.....	67
3.3.- Duración.....	69
3.4.- Propuesta.....	69

3.4.1.- Recursos humanos necesarios para el video:	
"La sonrisa Biónica con CIORe" .....	76
3.4.2.- Recursos Técnicos	
3.4.3.- Material de producción	
3.4.4.- Otros, Material	
3.4.5.- Vestuario.....	77
3.5.- Presupuesto del material de producción, casa productora	
Continuum Comunicación.....	78
3.6.- Presupuesto cotización total del video informativo	
"La Sonrisa Biónica con CIORe".....	81
3.7.- Break Down del video informativo " La Sonrisa Biónica con CIORe" .....	85
3.8.- Escaleta del video informativo "La Sonrisa Biónica con CIORe".....	90
3.9.- Guión Literario del video informativo "La Sonrisa Biónica con CIORe".....	93
3.10.- Storyboard del video informativo "La Sonrisa Biónica con CIORe".....	107
CONCLUSIONES.....	126
BIBLIOGRAFÍA.....	131

## Introducción

El presente trabajo de investigación es una propuesta para la realización de un video informativo denominado "Sonrisa biónica con CIORe" con el propósito de mostrar en cuatro minutos y medio los servicios de implantología moderna que ofrece el Centro de Implantología Oral y Rehabilitación a sus pacientes edéntulos (aquellas personas que carecen de piezas dentales).

Algunas personas que hoy en día gozan de una sonrisa artificial o biónica gracias a los implantes dentales; sienten que estas piezas son pequeñas extensiones que pueden llegar a suplir las piezas dentales originales ya que desempeñan la misma función que un diente natural y no han sentido al masticar alguna diferencia, aunque la realidad es otra, si existe la gran diferencia, pues el implante no se pica, no se destruye fácilmente.

Sin embargo, como todo diente, se le debe tener adecuada higiene ya que está hecho de un material químico resistente que es el titanio. El titanio es un metal plateado, ligero, altamente resistente más que el acero, es eficaz como sustituto de huesos y cartílagos en cirugía, no afectan al organismo, no tiene ninguna consecuencia negativa.

No todos los pacientes conocen qué es un implante dental, nunca los han visto en la realidad, sólo en dibujos mientras que las palabras de los especialistas tratantes no esclarecen totalmente sus dudas en cuanto al procedimiento de la cirugía, ni cuáles son las características, los tipos de implantes así como su rehabilitación después de la intervención quirúrgica.

La finalidad de este producto es divulgar por un video de manera sencilla, breve, didáctica y entretenida la información que el paciente quiere conocer acerca de los implantes dentales y de su tratamiento dentro de la clínica dental.

El Centro de Implantología Oral es una empresa privada dedicada a la enseñanza de la implantología dental moderna desde 1997, además es una clínica que atiende a los edéntulos interesados en recobrar sus dientes perdidos por la mala higiene bucal, el descuido, enfermedad o accidente.

Toda empresa o institución necesita de la comunicación, de una retroalimentación, del intercambio de ideas como menciona Ricardo Homs en “La comunicación en la empresa”.

Al unir conceptos de teóricos como Steiner, Shramm, Weaver y Moles podemos definir a la comunicación como un proceso de transmisión de información, señales, símbolos y signos que los humanos transformarán para transmitir diferentes significados y valores a otros seres humanos utilizando diversos procedimientos para influir de una mente en otra.

Dicho de otra forma se puede entender a la comunicación como: Un hecho social, el contenido. Es el proceso activo de significación e intercambio de mensajes, por el que los individuos se pueden identificar, influir y orientar hacia un fin determinado, según sea la intencionalidad del que emite y así sea la claridad del ruido entre los que se comunican.

La comunicación necesita de los vehículos de los mensajes para ser transmitida y ser conocida o interpretada con diferentes intenciones, estos son los canales.

El video es un canal audiovisual que revolucionó la tecnología a finales del siglo XX. El hermano menor de la televisión, es un sistema tecnológico de registro que puede almacenar innumerables imágenes y sonidos en una cinta magnética. La sencillez del medio hace posible el archivo de imágenes para ser reproducidas sin gastar en su retransmisión.

El sonido y la imagen en este producto audiovisual contribuyen a grabar en la mente del público el mensaje o imágenes debido a la manera entretenida e interesante de su formato libre más que las palabras o las letras impresas.

El video informativo utilizado en las empresas o corporaciones con el fin de informar no se vale de un riguroso formato, al contrario utiliza diferentes géneros que engrandecen su estética audiovisual, retomando este trabajo, se menciona que CIORe es una empresa pequeña en pleno desarrollo y necesita que sus servicios de implantología sean difundidos por el género informativo.

Esta investigación se divide en tres capítulos que son:

Capítulo I- El video informativo y su importancia dentro de una empresa. Aquí se muestran los conceptos del video informativo y términos de comunicación dentro de una empresa. Es una recopilación de elementos claves para entender el canal de transmisión, su función dentro de la empresa CIORe, la investigación del medio, los formatos existentes y sus costos de producción para su futura realización.

Capítulo II .- Implantología un remedio para los edéntulos. En este punto los lectores tienen en sus manos la breve historia del Centro de Implantología Oral y Rehabilitación, con el propósito de conocer su trayectoria, las actividades y servicios que se ofrecen actualmente en beneficio de los edéntulos su innovación en la rama de la odontología moderna, la implantología,

Capítulo III.- Diseño y organización de la propuesta del video informativo. Es la serie de pasos que se le da al lector de toda la pre- producción debe llevar para materializarla en un futuro. No se pueden tener un producto si no se da inicio al sueño del realizador. En dicho capítulo se define el público meta y su duración, ya que al enfocarse en una empresa es obligatorio pensar en su cliente potencial, y en todos los elementos que hacen posible un medio audiovisual hasta llegar a la parte final del diseño el guión literario y storyboard .

Es así como este proyecto es de gran utilidad para cualquier científico social inmerso en el estudio de la comunicación, debe cumplir con la función social de difundir e informar a la sociedad los avances científicos, tecnológicos y novedosos ya que mejoran todos los aspectos de su vida y en este caso especialmente lo que refiere a su salud y al buen funcionamiento de su cavidad bucal.



# **CAPÍTULO 1**

## **EL VIDEO INFORMATIVO Y SU IMPORTANCIA DENTRO DE UNA EMPRESA**

## CAPÍTULO I.-

### El video informativo y su importancia dentro de una empresa.

*“El video es una técnica que no ofrece resistencia. La iluminación siempre es suficiente, el movimiento de cámara increíblemente ligero y fácil y lo que es más, si no le gusta lo que acaba de hacer , tan sólo lo borra y empieza de nuevo desde el principio”.... **Andrzej Wajda***

La comunicación no tiene límites, el hablar de comunicación nos remite a un complejo sistema en el que intervienen transmisores y receptores que interactúan dentro de una comunidad y que hacen posible una retroalimentación de ideas.

Aunque este trabajo es un diseño para una creación audiovisual en el capítulo I definiré los conceptos de dos especialidades que estudia el maravilloso campo de la comunicación como ciencia social (la comunicación organizacional y la producción audiovisual). Se toman conceptos de la comunicación organizacional porque el producto esta pensado en los clientes del Centro de Implantología Oral y Rehabilitación.

Este capitulo tiene el objetivo de explicar los conceptos, las bases teóricas acerca del video como medio audiovisual informativo: desde sus orígenes, su breve historia, desarrollo así como su utilización dentro de las empresas o corporaciones de carácter privado.

El video es un canal, un medio de transmisión de mensajes, libre en su tratamiento que cumple distintos propósitos, el más importante, informar a un grupo homogéneo, pues todo depende de las necesidades del público que lo solicita.

## 1.1.- Características de un video informativo

La comunicación como lo menciona el teórico J. Antonio Paoli “es el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado”...<sup>1</sup> es por eso que el comunicólogo debe saber que vive de la información (conjunto de significados). De todo el proceso de la comunicación humana: los participantes en la elaboración del mensaje, el mensaje, los canales, los efectos del mensaje, su respuesta de acuerdo a su contexto histórico, político y social, incluyendo la retroalimentación de la fuente que generó la información. El comunicólogo tiene esa gran ventaja de preparar discursos, imágenes mentales, creatividad para envolver a su audiencia en un sueño o en una pesadilla utilizando cualquier medio de comunicación para cumplir con informar, persuadir y vender sus ideas.

Los productos audiovisuales transmitidos ya sea para la televisión abierta o para instituciones, empresas o corporaciones pueden utilizarse para transmitir anuncios publicitarios, fungir como medio propagandístico de varios grupos sociales como partidos políticos y religiosos además de darle información, entretenimiento y educación a público homogéneo y heterogéneo de acuerdo a sus intereses y gustos.

La creación de géneros en los medios de comunicación sean masivos o no, son las categorías que sirven para clasificar los programas para televisión, cine, radio y video; se han creado con el fin de responder a la necesidad de clasificar a los programas, películas y a la necesidad comercial. Todos los medios utilizan su lenguaje para su difusión, la radio utiliza la palabra oral, la música, diversos ruidos; la televisión utiliza tres dimensiones: la palabra, imágenes fijas y en movimiento además de los componentes del sonido esto hace que se vuelva propicio para la unión vista oído..

Existen múltiples clasificaciones de teóricos con respecto a los géneros televisivos, una de esas es la de Mónica Gutiérrez y Myrthala Villareal en su Manual de Producción para televisión: género, lenguaje, equipo, técnicas (p .48-51)

Los géneros que clasifican son:

---

<sup>1</sup> PAOLI, Antonio. “Comunicación e información, perspectivas teóricas”, 3ª edición, Trillas, UAM, México, 1983, Pág 11

Informativos: los que tienen como objetivo fundamental transmitir información sobre los acontecimientos relevantes para la sociedad, se identifican como:

- Noticiarios: donde se dan a conocer las noticias generadas en las últimas horas
- Entrevistas: conversación entre dos personas sobre temas variados.
- Reportaje: relato periodístico amplio en el que se encuentra un hecho de actualidad tomando causas y consecuencias.
- Educativos: Programa educativo, según la intencionalidad, si un programa tiene la intención de educar a la audiencia, es educativo

Videos experimentales:

Producciones no comerciales y escasamente presentes en los canales de televisión. Son producciones que se realizan externamente a los canales de televisión, en salas de exhibición de los museos, con la intención de proyectarlos a la comunidad. Los videos experimentales intentan romper con lo convencional de la narrativa audiovisual a través de juegos que brindan los recursos tecnológicos y de las imágenes estéticas.

¿Qué es un video?

“La palabra vídeo corresponde en latín a la primera persona del singular del presente indicativo del verbo *videre* etimológicamente vídeo significa “yo veo”<sup>2</sup>.

El video tape es un medio audiovisual, nieto del cine, hijo de la televisión, una tecnología innovadora capaz de narrar por medio de imágenes y sonidos fragmentos de la realidad y ficticios, nació en la década de los años setenta del siglo XX, cuando la televisión ya estaba implantada veinte años atrás.

---

<sup>2</sup> FERRÉS, JOAN. “El vídeo, enseñar video, enseñar con el video”, Colección Medios de comunicación en la enseñanza, España, 1991 p-19

La historia del video no es tan antigua como sus antecesores (la radio y la televisión). En su constante crecimiento ha aportado beneficios importantes en los medios de comunicación, ya que es un medio de captura o registro de imagen y sonido. Se puede re- grabar y re- transmitir cuantas veces se desee, por bajo costo. El registro de imágenes perdura conservándose en copias. El video es arte, técnica, método y habilidad manual.

Gracias a este invento revolucionario se ha facilitado la forma de grabar, se tiene un mayor control en la etapa de la posproducción debido a que se pueden incorporar efectos especiales, se reduce el tiempo de edición. También este sistema facilita el intercambio de numerosos programas, se pueden hacer copias hasta tener una en nuestro hogar.

Es un medio de comunicación individual y grupal, la interacción con la audiencia puede ser constante debido a su constante repetición, se presta a analizarlo, revisarlo, re-grabar, transformarlo y renovarlo.

El video tiene diferentes usos como: registrar imagen, es un instrumento de expresión artística; como medio de información y medio de comunicación; sirve para la observación y el aprendizaje; ayuda a crear una experiencia comunicativa alternativa, es de gran utilidad para facilitar el consumo de un tipo de terminado de programas audiovisuales además como elemento motivador, también en los campos de la investigación y enseñanza.

### **1.1.2.- Cronología**

La historia de este sistema de captura y registro tiene como antecedente tres siglos atrás, no fue una tarea fácil requirió de grandes inventores, el esfuerzo humano de sus trabajadores así como el tratar de satisfacer las necesidades que exige la comunicación y telecomunicaciones para su audiencia.

Siglo XVII nace la cámara fotográfica

1816 La fotografía instantánea con Louis-Jaques Mandé Daguerre

1877 El fonógrafo con Thomas Alva Edison y gramófono Emil Berliner

1895 El cine con Louis y Auguste Lumière

1932 EL kinescopio con G. Shumbert (tipo de cámara cinematográfica)

- 1935 El magnetófono por la firma AEG y videograbadoras perfeccionadas por Luigi Marzocci tres años después.
- 1951 Videograbadoras desarrolladas por Ampex
- 1952 videograbadoras innovadoras por Toshiba, AEG y RGA
- 1953 Primera transmisión por televisión en color por EUA en el sistema norteamericano NTSC
- 1956 Nace la era del video con el Cuádruples lanzado por Ampex, modelo fabricado por la firma RCA
- 1959 Se inician las retransmisiones a color en Europa por el sistema francés SECAM
- 1961 Primera videograbadora transistorizada de Sony modelo SR-201
- 1963 Se da a conocer el sistema de televisión en color Phase Alternative Line (PAL) en la República Federal Alemana
- 1965 Desarrollo del primer video portátil de Sony, se abren las puertas al video doméstico.
- 1968 Los helados Schraff se anuncian en el primer comercial televisivo grabado en vivo.
- 1968 Los equipos portátiles de video comenzaron a venderse en Europa y EUA
- 1970 Se edita Espandel Cinema, libro dedicado al video hecho por C. Youngbloddt Radical Software, primera texto del mundo de la videografía. Se presenta en Berlín el primer sistema de videodisco: el TED (Televisión Disc)
- El video proyector de RCA hace que el video pase de una emisión de imágenes a ser exhibida en una pantalla grande.
- 1972 Se desarrolla el sistema de grabación U- Matic (todavía vigente para fines educativos) por Sony Philips perfecciona la videograbadora doméstica
- 1975 La Betamax de Sony llega a los hogares
- 1976 Se lanza la VHS ( Video Home System) por JVC (Japan Victor Company)
- 1979 Philips promueve el video 2000, nuevo sistema de video
- 1985 Se distribuyen los primeros equipos de video domésticos con cámara y

videogradora integrados en uno  
1990 Salen a la venta los tres formatos de video doméstico : VHS, Beta y 8 mm.  
En  
cuanto al equipo profesional el sistema Betacam después desapareció  
siguiendo con el High 8, super VHS y el Video Digital

### 1.1.3 .- El video como sistema de registro de imagen

El video tiene la capacidad de almacenar imágenes en movimiento y sonidos sincronizados mediante procedimientos magnéticos, las imágenes grabadas no son visibles a la vista en su cinta magnética, ya que están codificadas a manera de huellas magnéticas.

“El video traduce ondas luminosas en impulsos eléctricos y son registrados en un a cinta magnética o en un disco. En el video analógico la luz reflejada de una escena activa una capa de fósforo sensible en el tubo recolector de la cámara....

“La luz se registra en el fósforo en líneas horizontales. En la reproducción de un video un “cañón”, colocada en la parte trasera del tubo de imagen del monitor, bombardea el fósforo sensible a la luz en la superficie del tubo, trazando el mismo patrón de registro. El video digital funciona de manera diferente, toma rayos de luz de la escena y los codifica como valores de voltaje”...<sup>3</sup>

Para entender el medio, es importante estudiar su aparición a finales de la década de los setenta, las emisoras de televisión trabajaban en directo con el soporte cinematográfico, tenían la necesidad de archivar sus programas para diferentes fines como la venta o intercambio de programas así como por la diferencia horarias de un mismo país como en EE. UU. Entre la costa este y la oeste. Como no había un medio de captura y registro se recurría al *kinescopado*, este sistema de filmación

---

<sup>3</sup> BORDWELL, David. “Arte cinematográfico”. Mc Graw Hill, 6 Edición, México 2003, pág 9

reproducía los programas mediante una cámara cinematográfica a partir de un monitor televisivo, sólo se sincronizaba la velocidad de la filmación con la frecuencia de cuadro del televisor.

Se tenían los medios la imagen y el audio pero se necesitaba su unión rápida y accesible. En cuanto a la imagen, la televisión tiene la capacidad de transformar las intensidades luminosas en variaciones de tensión permitiendo su modulación y radiación desde una antena transmisora, en el audio también ya existían los magnetófonos, para la creación del video los ingenieros en telecomunicaciones necesitaban del magnetismo.

Se logró convertir las corrientes eléctricas variables del televisor en campos magnéticos afectando a un material *ferromagnético* “ *son aquellos que tras haber sido sometidos a la acción de un campo magnético intenso quedan convertidos ,a su vez en imán. Materiales como el hierro, el níquel, el cobalto y aleaciones de los mismos pertenecen a este grupo y eran ya utilizados en el proceso de la fabricación de las cintas magnéticas de audio*”... <sup>4</sup> forjando una huella permanente para su proceso inverso.

Es decir, la grabación magnética se lleva a cabo en su hilo conductor de la cabeza magnética, que es la bobina del video, sobre ésta circula una corriente eléctrica produciendo la conversión de variaciones de tensión en variaciones de campo magnético.

La señal del video que se emite a la televisión tiene que afectar con gran intensidad al material *ferromagnético* para magnetizarlas, de ahí se interrumpe al núcleo en un punto denominado *entrehierro*. Las partículas que fueron magnetizadas en la cinta tienen contacto con el *entrehierro* generando un campo magnético permitiendo variaciones magnéticas en la cita, entonces el proceso se hace reversible la cabeza será útil para grabar y reproducir.

Un tambor tiene dos cabezas de video, las cuales giran a gran velocidad de modo transversal, se integra una pista para el sonido y dos pistas para la información del cuadro o imagen. Existe otra pista que es para sincronizar el audio con el video.

---

<sup>4</sup> MARTÍNEZ Abadía, José. “Manual básico de tecnología audiovisual y técnicas de creación, emisión y difusión de contenidos”. Paidós, España , 2004 pág108



Al momento de realizar las etapas que exige una producción: el proceso de grabación, edición posproducción la señal original se transforma, el hecho de hacer copias sucesivas de un material grabado permiten que las señales se deterioren hasta perder su calidad, estas son las señales analógicas.

El sistema análogo procesa y graba una señal que fluctúa exactamente como la señal original, es el sistema que utilizan los televisores tradicionales en cambio el sistema digital tiene el sistema numérico con base 2, es turn/encendido u off/apagado, es decir, la información se representa en forma de dígitos. Es necesario que a las señales analógicas se les de un valor numérico (digital) así se tendrá una señal distinta y de mejor calidad traducida en código binario (cuyos valores de esta corriente eléctrica son dos : nivel para el 0 y otro nivel para el 1) .

El video es reproducido y grabado mediante *magnetoscopio* o videograbadora además de conocerse en el mundo entero con las siglas *V.T.R. (Video Tape Recorder)* que es el Grabador de Cintas de Video.

#### 1.1.4.- Los formatos del video

¿Qué es el formato?

(aspect ratio) es "el formato de la producción ancho/alto de la pantalla de televisión y, por tanto, de todas las imágenes análogas de televisión; cuatro unidades de ancho por tres unidades de alto. En cambio, para DVT Y HDTV se ocupan 16 por 9"..<sup>5</sup>

En el caso del video se refiere a las dimensiones de la cinta magnética, suelen medirse en pulgadas por la medida impuesta por los países anglosajones que equivale a 25,4mm.

Como se ha visto en la cronología el video es utilizado para diferentes usos, el industrial y el doméstico.

Hoy en día , en el mercado se encuentran los videocasetes de los sistemas: VHS, S-VHS, 8 mm, Hi 8, Digital 8, Mini Dv, DVD.

Formato	Características
8 mm	Sistema desarrollado en 1982 Para empleo no profesional, doméstico . Ancho de cinta: 8mm. Ancho x

<sup>5</sup> ZETTL, Herbert. " Manual de producción de televisión" Séptima edición, Thomson Editores, México, 2003, p27.

	<p>alto x profundo: 95 x 62.5 x15</p> <p>Sistema de registro utiliza un tambor dentro del cual rotan tres cabezas: dos de audio y una de borrado.</p> <p>Las pistas de video, audio y código están juntas</p> <p>Duraciones de 60 a 90 min.</p> <p>Formato reducido</p>
Hi-8 (8mm)	<p>Formato introducido por la firma Sony en 1989.</p> <p>Destinado a ciertos rubros del video profesional, especialmente para la información, la docencia, la industria, los telediarios, etc.</p> <p>Permite el registro de una señal de Código de tiempo.</p> <p>La duración de casetes alcanza las dos horas tanto sea para equipos portátiles o de mesa.</p> <p>Sonido de alta calidad puede obtenerse por medio de dos canales de audio, PCM (Pulse Code Modulation) y dos canales de audio de AFM de alta fidelidad</p>
U- matic	<p>Sistema patentado por Sony Corporation en 1969 para cintas magnéticas de 3/4.”</p> <p>Se presenta en versiones industrial y profesional. Su ancho de cinta es de 19 mm.</p> <p>Sistema de uso profesional.</p> <p>Casetes para 10 a 60 min (20 minutos máximo para equipos portátiles)</p> <p>Dos pistas de audio y un pista de control</p> <p>Casetes KGA de 222x 140x32mm</p>
MII (12,7)	<p>Formato introducido por Matsushita en 1986 en reemplazo de su anterior sistema M para trabajos profesionales.</p> <p>Sistema CTCM Multiplexado de croma con compresión de tiempo (Chroma Time Compressed Multiplex).</p> <p>Empleo de casetes convencionales y minicasetes</p> <p>Utilización de cinta de metal</p> <p>Cuatro canales de audio</p>
Beta	<p>Sistema de video doméstico (1/2”) patentado por Sony en 1982</p> <p>Su cinta se desplaza a una velocidad de 1.87 cm/seg.</p> <p>Su ancho de cinta es de 12.65 mm</p> <p>Capacidad de registro de los casetes: Max 124 min 40 Min (Compacto)</p> <p>Sistema SP que dobla el número de canales de audio y agrega numerosos refinamientos</p>

	Facilidades para la posproducción en sistema digital
Betacam SX	<p>Sistema de video profesional desarrollado por Sony en 1996, Destinados primariamente para la cobertura de noticias dentro del sistema digital</p> <p>El sistema consiste en camascopios ligeros compactos alimentados por baterías de litio tienen chips de alta sensibilidad para bajos niveles de luz y emplea cinta magnética de 1/2", consiguiendo una gran operatividad y flexibilidad.</p> <p>Sistema de uso profesional.</p> <p>Supera a Betacam SP, es más económico</p>
VHS	<p>Sistema de video doméstico de 1/2" desarrollado por JVC en 1976 , cuya cinta se desplaza a 2.44 cm/seg. El ancho de su cinta es de 12.65mm.</p> <p>Formato reducido.</p> <p>Dimensión del casete 188 x 104 x25 mm</p> <p>Ancho de pista del video: 49 micrómetros.</p> <p>Dos pistas de sonido.</p>
Super VHS (12,7 mm) Super BETA	<p>Sistema desarrollado en 1987</p> <p>Incorporan innovaciones en el tratamiento de la señal.</p> <p>Posibilidades de registro de audio digital o dos canales extra de audio Hi-Fi PM</p> <p>Permitiendo obtener calidades superiores al U-Matic, y alguno de estos formatos se presentan de momento como sustitutos. Sistema de alta calidad.</p> <p>Requiere el empleo de casetes con cinta especial.</p>
Digital S	<p>Formato introducido por la empresa JVS a finales de 1996 y adoptado por estaciones de noticias de E. E. U. U., Brasil, etc. Es un formato con señal de video comprimida.</p> <p>Alta calidad para trabajos de estudio, exteriores como D-1 o Digital Betacam.</p> <p>Utiliza cinta de media pulgada.</p>
D-1	<p>Sistema digital introducido en 1986 por Sony para trabajos de posproducción que permite hasta 100 generaciones sucesivas sin apreciable degradación de la imagen.</p>
D-2	<p>Formato digital adecuado para posproducción y producciones de alto nivel. Utiliza casetes tipo M o S para realizar grabaciones de hasta 90</p>

	min.
D-3	Formato digital de media pulgada desarrollado por la NHK. Permite grabaciones hasta de 64 minutos en equipos portátiles o 125 min, en grabaciones de estudio. La unidad de camascopio que lo utiliza se destaca por ser ligera y flexible. Es muy apropiada para computación gráfica, animación y producción directa.

## 1.2.- Beneficios del video informativo

“La comunicación es el proceso activo de significación e intercambio de mensajes por lo que los hombres se identifican, se influyen y se orientan hacia un fin determinado información”...<sup>6</sup>

Estamos rodeados de comunicación, sin ella estaríamos aislados de todo grupo social; es por eso que todos los seres humanos nos ganamos la vida comunicándonos, somos transmisores en gran medida de información, algunos utilizan diferentes sistemas de lenguajes, otros, diversos códigos de interacción humana, canales y redes; dependiendo su contexto, cultura o medio social en el que interactúan.

El video es un producto que se vale del audio y de la imagen para atrapar a su público homogéneo le hace interesante y atractiva la información. Sigue el proceso de comunicación pues selecciona partes de la realidad, las reproduce, las almacena y las transmite.

“un producto audiovisual informativo puede tener los siguientes propósitos específicos para con el público o audiencia

- 1 Informar
- 2 Persuadir
- 3 Crear conciencia
- 4 Motivar una acción
- 5 entretener”<sup>7</sup>

<sup>6</sup> FERRER, Eulalio. “ Comunicación y comunicología , colección comunicación, EUFESA, Mex 1982 Pág 21

<sup>7</sup> MAZA, Maximiliano. “Guión para medios audiovisuales. Cine, radio y Televisión”. México, Alambra , 1994 Pág - 303.

La información va estrictamente ligada a la comunicación, es el esqueleto, los datos inseparables de la comunicación sin uno no hay otro.

“Es la materia prima que se mueve en el proceso de comunicación y que, transformada por la comunicación, se convierte en significado. Ampliando el concepto, diríamos que la información, que es previa a la comunicación constituye un medio para que la comunicación cumpla su fin más importante: la respuesta del receptor”...<sup>8</sup>

Los géneros informativos sirven para estructurar la información a partir de la visión del autor, del que los produce de acuerdo a su personalidad o a su selección de la realidad que quiere plasmar.

La tipología de géneros se ha realizado a partir de los cambios tecnológicos y narrativos esto hace que sus diferencias sean en cuanto al género y formato

En la producción de videos es esencial enfocarse en su elemento principal: su cliente, el publico homogéneo que determina qué es lo que quiere ver, su interés en un tema de acuerdo a sus necesidades, esto lo hace un medio privado que no tiene ninguna limitante para juntar sus propósitos a diferencia de los medios públicos como la radio y la televisión

Los videos se pueden clasificar de la siguiente manera perteneciendo a una o varias categorías como son las siguientes:

- a) Por sus contenidos: de inducción, de capacitación, de entrenamiento, de divulgación, de promoción, de exposición.
- b) Por su propósito específico: informativos, persuasivos, reflexivos, de motivación y de entretenimiento.
- c) Por su uso: privados o disponibles al público
- d) Por su estructura: dramatizados, informativos o mixtos
- e) Por sus recursos de producción: autosuficientes
- f) Por la estructura económica de su organización productora: comercial y no comerciales

---

<sup>8</sup> FERRER. “Comunicación y comunicología” Op. Cit pág 25

- g) Por la naturaleza de su producción: productos únicos
- h) Por su tipo de audiencia: infantiles, juveniles, para adultos, femeninos , masculinos y generales
- i) Por la tecnología empleada en su producción: audio casetes, videocasetes, discos compactos y videodiscos <sup>9</sup>

En este caso el que es de interés en este diseño de producción es el video informativo, el de dar información, esclarecer las dudas porque se tiene el interés de producir información mediante un canal (televisivo) dentro de una empresa o corporación a un receptor, como bien menciona Maximiliano Maza en la anterior cita, es posible combinar las clasificaciones pues el video es capaz de reproducir numerosos matices para proyectarlos los momentos que han sido escogidos de la realidad por su realizador para materializarla de acuerdo a sus propósitos , que generen comercio, si se hace un video se piensa en el cliente.

En el video informativo con el propósito de cubrir eventos se requiere relatar una historia, exponerla mediante una estructura de la nota informativa, se debe tomar en cuenta la habilidad en que registra el audio y la imagen con las siguientes preguntas que propone el autor Mario Raimondo Souto en “El manual del cámara de cine y vídeo” (Pág 201):

- ¿Qué sucedió?
- ¿Entre quienes?
- ¿Por qué?
- ¿Dónde fue?
- ¿Con qué consecuencias?
- ¿Quién estaba?
- ¿Qué dijeron?

Se debe tener continuidad en los hechos, empezará con las tomas de mayor interés, como gancho para atrapar a la audiencia sucesivamente con las imágenes que complementen la información no perdiendo el sentido de la ubicación, la intuición, la audacia con la mente fría y despierta, como exige el medio.

---

<sup>9</sup> Maza , Op.Cit. pág 298

En el video de inducción el receptor recibe la información a través de la vista y el oído; este es el primer medio de contacto y lo recibe a través de la percepción de sus sentidos auditivo y visual

El video de capacitación tiene como propósito modificar o cambiar la actitud de los trabajadores de una empresa.

Los videos nacieron por la necesidad de ahorrar tiempo, era imposible que el director o fundador general diera toda la explicación a sus clientes o a sus trabajadores de lo que era su comercio, sus productos o servicios, era más económico, ágil y automatizado.

“ El soporte video es el vehículo ideal para atender los requerimientos inmediatos de la televisión o para atender los requerimientos inmediatos de la televisión o para producir obras destinadas a la docencia, divulgación, ciencia, noticia, la industria, la documentación, la empresa, etc”..<sup>10</sup>

Con el continuo desarrollo de la tecnología el video se adaptó a los usos que le han dado los profesionales de dicho oficio; el video ha reemplazado al cine en cuanto a la realización de cortometrajes, en un inicio la producción de cortos era mayor a la de los largometrajes, se veían en las muestras o festivales cinematográficos, hoy en día se puede disfrutar de un cortometraje en la comodidad del hogar en todos los géneros , sean informativos, docentes, científicos, etcétera.

El medio que tiene la facultad de captar y seducir la atención de su tipo de público a través de imágenes atractivas y excitar el oído con efectos, musicalización o el hecho de crear atmósferas de tensión, clama , terror , armonía, etc..

### **1.3.- ¿Qué es una empresa?**

Se entiende por empresa, organización, institución o corporación a “un grupo de hombres y mujeres reunidos y organizados con vistas al cumplimiento de un proyecto común creador de valor agregado. Concibe y pone en marcha un proceso de producción que transforma bienes y servicios comprados en bienes y servicios

---

<sup>10</sup> RAIMONDO Souto, H. Mario . Manual del cámara de cine y video, Cátedra, España, 2003, Pág 9

vendidos. Su actividad debe generar rentabilidad que permita a la vez remuneración de costos de producción, de capital invertido por los accionistas y el autofinanciamiento de su desarrollo”...<sup>11</sup>

En un principio el ser humano se vio en la necesidad de crear un sistema de producción de materia prima en el cual pudiera obtener una remuneración a través de su trabajo, al inicio varias civilizaciones optaron por el trueque, sin embargo los productos o servicios no coincidían en importancia con los objetos intercambiados, entonces se les dieron diferentes valores, así que surgió la moneda, con diferentes denominaciones y valores fijos. En una transacción siempre va a existir el que vende y el que compra. El prestador de servicios o productos y el cliente.

El cliente se puede clasificar de la siguiente manera <sup>12</sup>

Por su giro o actividad

- Industriales
- Comerciales
- De servicio
- Otros →
  - Agrícolas
  - Pesqueros
  - Ganaderos

Por su magnitud

- Pequeñas
  - Medianas
  - Grandes
- Finanzas
  - Mercadotecnia
  - Producción
  - Recursos Humanos
  - Abastecimientos

Por su propósito

- Públicas
- Privadas
- Mixtas

---

<sup>11</sup> EDICIAL . “El management de la comunicación. De la comunicación personal a la comunicación empresarial”. Interfaces, Argentina, 1998, pág 119

<sup>12</sup> SERRANO Malpica, Hans Arturo. Tesis “El video dentro del género corporativo” . UNAM , FCPyS México, 2000. Pág 49



El siglo XX sin duda fue parte aguas en los descubrimientos y desarrollo tecnológico. La oferta y demanda de los productos se hizo latente, los pequeños burgueses llegaron a dominar el mercado mundial, los pequeños negocios se transformaron en imperios económicos.

Tanto fue el aumento de población que fue indispensable ampliar el espacio y por lo tanto el número de empleados establecidos en un negocio con diferentes niveles de organización (desde el director o dueño de la empresa, hasta el repartidor o vendedor) y todos contribuyen para la mismo objetivo, de mejorar la corporación, siendo bases de organización y comprensión de cada proyecto corporativo las características de cultura, identidad e imagen corporativa.

“La cultura corporativa es el compendio de comportamientos, creencias, estilos de funcionamiento, actuaciones y formas de trabajar como grupo. Todo este conjunto de aspectos conforma un pensamiento colectivo que caracteriza a los miembros de una organización, grupo, federación, empresa o asociación”... <sup>13</sup>

La cultura corporativa es lo que proyecta la empresa, lo que realmente es, la realidad que muestra en cada una de sus funciones, su personalidad, el soporte ideológico, sus creencias, valores sólidos y su firme adhesión a estos.

“La identidad es el conjunto de instrumentos formales con los que una empresa u organización ha decidido identificarse y proyectarse ante su público”... <sup>14</sup>

La identidad es el nombre, el logotipo, es lo que utiliza una empresa para presentarse al público sean sus empleados o clientes, puede presentarse tal identidad como signos visuales con letras, colores, en los actos o la forma de atender al cliente.

“La imagen corporativa abarca una compleja red de disciplinas de gestión como de conducta organizativa, marketing, comunicación e investigación y, casi siempre diseño en sus formas más relevantes”.. <sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> MEDIAVILLA, Gerardo. “Comunicación corporativa en el deporte. Cómo organizar y gestionar la imagen de una empresa, institución o evento deportivo” Gymnos, España, 2001 pág 28

<sup>14</sup> Op. Cit pág 30

En la imagen corporativa se representa de manera visual el logotipo y la marca (verbal) del producto, corporación o empresa para que sea fácil de recordar, distinguible de las demás y se quede en la mente de su receptor, el resultado de las opiniones de los individuos.

Las organizaciones están compuestas por recursos humanos y técnicos, sin embargo hay elementos básicos que deben existir en toda empresa como:

- "Ubicación en el espacio y el tiempo: las organizaciones comprenden gente, un lugar específico (o lugares) y tiempo.
- Tamaño (personal) : dos o más
- Acciones independientes: los integrantes trabajan conjuntamente para lograr objetivos
- Insumo de recursos del medio ambiente: las organizaciones involucran algunas personas y objetos alrededor de ellas
- Comunicación: los miembros se integran, coordinando sus actividades para transformar y procesar los recursos
- Producto: los bienes y servicios se reintegran al ambiente como resultado de las actividades de la organización" ..<sup>16</sup>

#### **1.4.- El mejoramiento de ventas y servicios por medio del video**

Hay muchas formas de vender un producto o servicio como por ejemplo la más antigua de boca a oído, al pasar el tiempo los individuos incorporaron los avances tecnológicos a su vida , le sacaron provecho a los beneficios que podían dar a sus clientes, como con el medio impreso, los folletos, los carteles publicitarios, después con los medios de comunicación se hicieron los spots publicitarios en el cine, la radio, la televisión, hoy en día en internet.

Los Medios Audiovisuales son aquellos medios técnicos que graban, difunden imágenes y sonidos para concebir y explotar programas o productos para favorecer la información y la formación de su audiencia a la que va dirigida.

Entre los medios audiovisuales en las empresas se encuentran:

---

<sup>15</sup> WALLY, Olins. Imagen corporativa internacional. G.Gili , España, 1995 pág 008

<sup>16</sup> MAYEN, Juana. "Tesis La comunicación interna y la capacitación audiovisual en las empresas", FCPy S, UNAM, México , 2002 pág 16

Las diapositivas  
El filme cinematográfico  
Televisión de circuito cerrado  
El video tape  
El video disco

Las empresas han invertido millones en la publicidad de sus productos, pero también han tenido un mayor incremento en sus ganancias.

Las ventas y la planeación también son comunicación.

Se necesitan dos bases para generar plusvalía dentro de cualquier empresa así como su crecimiento, establecimiento en el mercado y preferencia entre sus clientes pese a la competencia por esto es necesario tomar en cuenta una buena comunicación institucional o corporativa y una efectiva comunicación comercial

“La comunicación institucional o corporativa es aquella que persigue crear un estado de opinión favorable” imagen positiva) sobre la organización, entendida como marca y, a la vez, ayudar a la acción de ventas” para ello , aprovecha optimiza todos los soportes posibles para proyectar y transmitir su identidad corporativa (personalidad) con los beneficios, ya analizados anteriormente”...<sup>17</sup>

En una empresa o corporación es factible que haya una buena planeación, estrategias para mantener un orden desde sus cimientos. Qué es lo que realmente se proyectará al cliente si los empleados se llevan mal entre ellos, si nadie conoce su función dentro de la empresa, si no hay participación o por el contrario si existe el interés de propuestas por parte de sus trabajadores para realizar cambios que mejoren el sistema de trabajo y no se les toma en cuenta esto a la larga generará una mala reputación que se hará tangible al cliente entonces este perderá toda credibilidad en ella.

De la primera parte el otro tipo de comunicación, que es la comercial que se vale de acciones y diferentes tipos de canales para difundir sus productos o servicios, se difunden de manera persuasiva exaltando los beneficios, características que el anunciante quiere mostrar a su público meta.

---

<sup>17</sup> MEDIAVILLA. Op. Cit. pág 40

“La comunicación comercial es la que persigue “vender” y secundariamente favorecer un estado de “opinión favorable”. Es una comunicación de masas pagada, a través de la cual se transmite información induciendo a una acción provechosa para el anunciante ... En los años sesenta la comunicación comercial o de marketing se reducía a la acción de publicidad. Posteriormente la publicidad se ha convertido en una herramienta más del marketing”...<sup>18</sup>

La presentación audiovisual puede ser altamente sugestiva si utilizamos los métodos adecuados, tanto visuales como sonoros.

El video reúne un sin número de presentaciones, existe gran libertad para experimentar con este recurso, guarda el mensaje para ser reproducido, se ahorra tiempo, dinero y esfuerzo mientras que el audio refuerza a la imagen, son dos elementos inseparables la voz del locutor hace del mensaje más atractivo, convincente, los efectos y musicalización pueden evocar emociones, sentimientos, recuerdos o identificación del sujeto con el medio debido a la creación de atmósferas.

El video tape en las empresas se ha utilizado la mayoría de las veces como un recurso de capacitación y de inducción del personal pero ha sido un tema que no presenta muchos fundamentos teóricos acerca del video como medio informativo, pero como un medio informativo es posible presentar la información como una nota informativa, siendo objetivos, seleccionando lo que es noticioso, de manera rápida y atractiva al público homogéneo, la audiencia que quiere saber la información.

En el video corporativo se explica la filosofía de la empresa, las áreas y funciones de trabajo de los trabajadores, así como las prestaciones a las que tienen derecho además como lo que está y no permitido dentro de la empresa.

Como el video de capacitación- como su nombre lo dice capacita al trabajador a seguir un propósito ya sea modificar sus actividades, enseñarle cómo debe comportarse, como desarrollar sus habilidades o funciones entro de la empresa en la que renta su trabajo.

---

<sup>18</sup> MEDIAVILLA Op.Cit pág 41

El video de inducción- es el que le da la bienvenida al trabajador en una empresa, muestra la personalidad de la empresa, sus características, sus valores de manera positiva o cuando le enseña una nueva habilidad tecnológica.

“El video tiene sus beneficios al ser tratado para una empresa pues el cliente no recordará detalles que no convienen mostrar, sin embargo, quedará motivado por lo que se presentó ya que habrá realizado una abstracción y selección de lo percibido, que puede resumirse en conceptos”..<sup>19</sup>, como por ejemplo: el nombre de la empresa CIORe, los implantes CIORe- Dio este concepto quedaría enraizado en el subconsciente, creando una actitud favorable de él hacia la empresa.

Como se puede deducir de lo anterior, el canal audiovisual fue persuasivo e hizo que el mensaje dejase huella en el subconsciente del receptor. Sin embargo, el índice de retención y asimilación de información fue bastante bajo

“Tomando en cuenta que cada canal aporta al proceso de comunicación determinadas características de percepción, la selección del vehículo adecuado para nuestros mensajes debe ser realizada teniendo como punto de partida el conocimiento del efecto que se busca en el receptor y con las características del mismo, pues cada público tiene sus peculiaridades y preferencias” ...<sup>20</sup>

Cuando se piensa en la realización de un medio audiovisual siempre se piensa en el tipo de público para quien va dirigido, el video es un excelente canal que se ajusta a todo tipo de necesidades, es capaz de poner en pie todo tipo de géneros como la dramatización de sucesos cotidianos, la mesa redonda con expertos que hablen del tema, entrevistas a pacientes o personas que han perdido dientes, como un noticiario en el que los periodistas realizan su trabajo frente a este problema, videoclip que se transmite el mensaje con canciones o por animación

La comunicación comercial tiene objetivos como:

- a) La función de comunicar e informar de la empresa: su ubicación, su composición, sus instalaciones, sus métodos de fabricación, su organización, fines, objetivos, etc..
- De los productos: lanzamiento de nuevos modelos, durabilidad, usos de ellos, ventajas de calidad , precios y costos de mantenimiento.

---

<sup>19</sup> HOMS Quiroga, Ricardo. “La comunicación en la empresa”, Grupo Editorial Iberoamerica, México.

Pág 6

<sup>20</sup> Idem

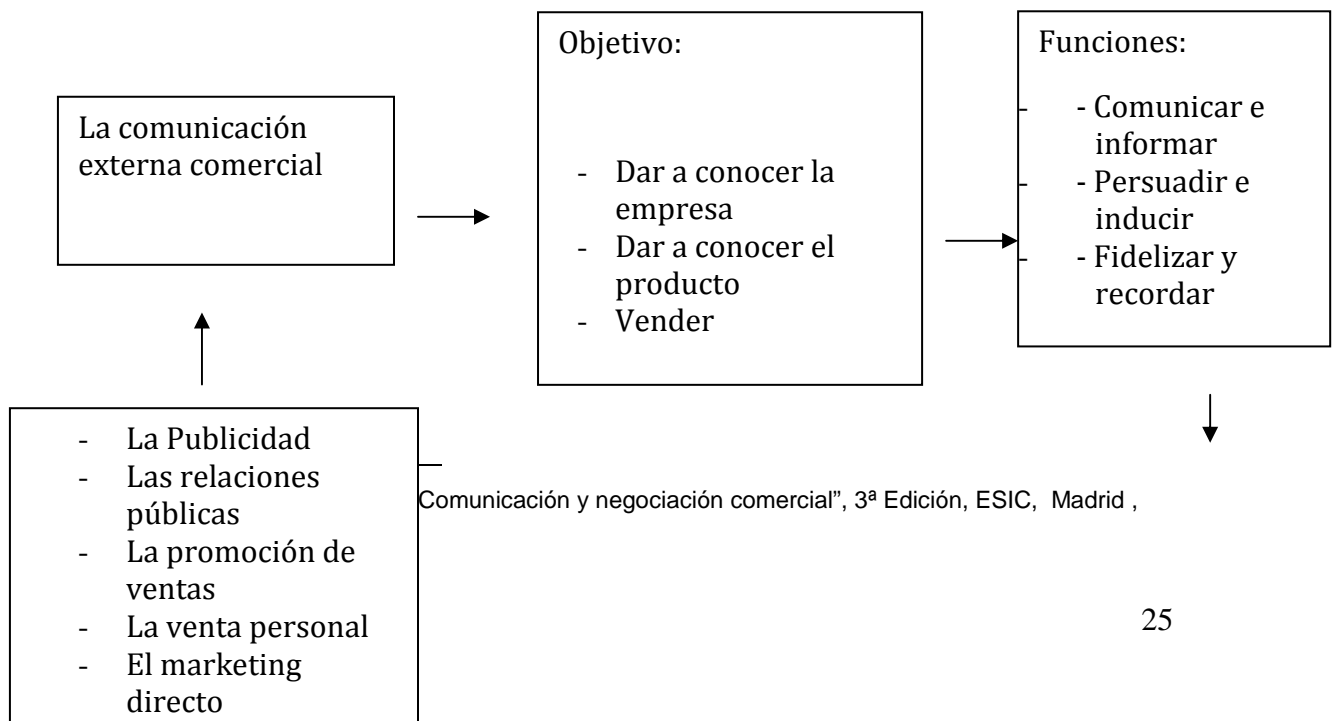
- De garantías y servicios de postventa

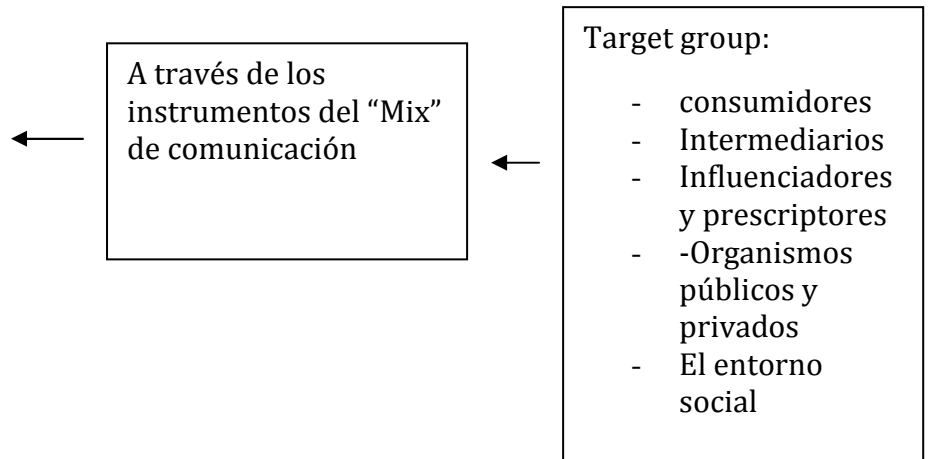
b) La función de inducir y persuadir hacia la compra: orientar de una manera eficaz para que los clientes comprendan los productos de la empresa, estudiar los puntos que ofrece la competencia, estudiar a los clientes potenciales.

El Persuadir al cliente de que los servicios o los productos son superiores a otros que tienen más beneficios y ventajas. Dar información y argumentos válidos que presentan los servicios y productos con respecto al cubrir las necesidades del consumidor. Cambiar la percepción del cliente para que prefiera de toda la competencia los servicios y productos propios.

c) Función de fidelizar y recordar al cliente: crear una imagen de la marca perdurable en la mente del consumidor, crear fidelidad hacia la imagen comercial de la empresa, recordarle al cliente donde puede conseguir el servicio o los productos que necesita, ofrecer promociones, incentivos para garantizar la continuidad de compra.

“Para que la comunicación comercial cumpla con la eficacia estas funciones deben estar dirigidas a un público objetivo, que es el “target group” elegido y que podemos definir como “un conjunto de mercado seleccionado, compuesto por los clientes intermediarios (canal de distribución), los consumidores actuales y los potenciales, que sus necesidades se pretende cubrir por los productos y servicios que la empresa ofrece”...<sup>21</sup>





En cuanto a las definiciones y conceptos que se muestran en la figura anterior los autores Fernando de Manuel Dasí y Rafael Martínez–Vilanova en su obra “Comunicación y Negociación Comercial” mencionan que hay tres tipos de consumidores o clientes: los actuales que compran habitualmente, los de la competencia, los que se desea que compren en la empresa propia. No dejando atrás los potenciales que son los que se incorporan al mercado de compra por primera vez.

El grupo de los intermediarios está compuesto por los clientes del canal intermedio de distribución, con el objetivo empresarial que le dediquen la atención y la compra a la compañía en comparación a las otras compañías porque se quiere incrementar las ganancias en pedidos, ampliar la gama de los productos y a la rotación rápida de los productos existentes.

En cuanto a los influenciadores y prescriptores: son las personas u organismos que sin utilizar directamente los productos o los servicios influyen en que compren, son como líderes de opinión ya sean médicos, arquitectos, consultores, etc.. se trata de crear en ellos una percepción de confianza en la imagen de la marca y que recomienden el servicio o el producto.

Los organismos públicos y privados: se dirigen a ellos los mensajes de comunicación comercial porque también son consumidores de los productos, pueden necesitar comprarlos , se puede necesitar su ayuda o su patrocinio.

El entorno social: son parte fundamental ya que se creará simpatía facilitando la venta de los servicios o productos si se participa en eventos culturales, deportivos y sociales de los municipios.

Los elementos que utilizan las empresas para llevar a cabo su comunicación comercial externa son las partes del marketing mix, el de la "Promotion" llamado como Mix de la comunicación: la publicidad, la promoción de ventas, Marketing directo, relaciones públicas, la venta personal y la publicidad en el punto de venta.

La función básica de la publicidad es: Dar a conocer los productos o servicios de la empresa con objeto de influir en su adquisición

Las relaciones públicas: Crear actitud positiva hacia la empresa, sus productos o servicios.

La promoción de ventas: estimular la compra de productos y servicios de la empresa, mediante la incorporación de incentivos.

La venta personal: Inducir a los clientes a comprar mediante las técnicas de comunicación y negociación personal.

Marketing directo: Inducir a la compra mediante acciones directas y personalizadas hacia los clientes, utilizando preferentemente el correo, el teléfono o internet.



## **CAPÍTULO II.-**

# **IMPLANTOLOGÍA DE CIORe, UN REMEDIO PARA LOS EDÉNTULOS**

## Capítulo II.- Implantología de CIORe, un remedio para los edéntulos

“ Si alguna vez no te dan la sonrisa esperada, se generoso y da la tuya. Porque nadie tiene tanta necesidad de una sonrisa, como aquel que no sabe sonreír a los demás”... *Dalai Lama*

Los órganos dentarios en los seres humanos son imprescindibles para que se lleve a cabo de manera eficaz el proceso digestivo. Es el inicio de este sistema; la naturaleza y la evolución ha dotado a los seres vivos de pequeños huesos en su cavidad oral, son tan diversas las funciones como su forma debido a que rasgan, cortan y trituran los alimentos.

Sin embargo no dejan de ser huesos, un golpe, accidente, mala higiene o enfermedad terminan con la armonía, desgastan los demás huesos dentarios, se pierde hueso en la mandíbula deteriorando la salud de los otros dientes y de las encías.

La pérdida dentaria trae consecuencias negativas a los que llamamos vulgarmente chimuelos (edéntulos) afecta su salud, se presenta una deformación de los huesos y músculos faciales produciendo un envejecimiento prematuro además de afectar la autoestima de las personas. El panorama en la actualidad no es desolador pues hay empresas o centros de enseñanza que cuentan con especialistas en temas bucales, mismos que pueden devolver la función, higiene y estética de los dientes con los implantes dentales de titanio.

En este capítulo se presenta el Centro de Implantología Oral y Rehabilitación, su historia, los servicios que ofrece a sus clientes: pacientes y cirujanos dentistas ya que antes de desarrollar la propuesta se debe conocer la empresa a la que ira destinado este diseño de producción de un video informativo que le explique a sus pacientes sus dudas acerca de la cirugía a la que son expuestos. El video tape es una vía de información en la que pueden perder su miedo y conocer de manera visual el procedimiento, las instalaciones y lo que es un implante dental.

## 2.1.- El Centro de Implantología Oral y Rehabilitación

### 2.1.1.- ¿Qué son los implantes dentales?

El Centro de Implantología Oral y Rehabilitación (CIORe) es una empresa privada dedicada a la enseñanza en el área de la implantología oral desde 1997, hoy en día es una clínica que ofrece sus servicios de diagnóstico, colocación y rehabilitación de implantes a sus pacientes edéntulos.

La preocupación del ser humano en recobrar sus dientes mediante la rehabilitación (volver la funcionalidad inicial) ha sido constante, Desde el año 400 A.C. en la antigua ciudad de Sidón en 1862. Se encontró una prótesis que contenía cuatro dientes naturales en la parte superior de la mandíbula, entre ellos, dos dientes tallados de marfil remplazaron dos incisivos. Algunas civilizaciones utilizaron dientes de animales como vacas, bueyes jóvenes para ser sujetados con tiras de oro.

La cultura maya “fue la primera que realizó un implante endoóseo aloplástico (endoóseo, es todo aquello que esta dentro del hueso, aloplástico, están hechos con materiales sintéticos), en una persona viva, este descubrimiento se hizo en 1931, y fue encontrado en el valle de Ulúa, en Honduras. En una mandíbula de origen maya del año 600 D.C., se observaron tres trozos de concha en forma de dientes, los cuales habían sido colocados en los alvéolos de tres dientes incisivos perdidos”<sup>21</sup>...

La implantología moderna da inicio con los implantes que nacieron en Europa y Estados Unidos a finales de 1930, se siguió investigando y experimentado con conejos hacia 1952 para corregir defectos mandibulares hasta darse cuenta que lo ideal era colocar un tornillo para sustituir la raíz dental.

Pero fue hasta los años setenta que llegó a México la difusión a manera revolucionaria a cambiar la salud y calidad de vida de los edéntulos.

---

<sup>21</sup> MARTÍNEZ Vilchis, Lucía Magdalena. “Tesina El diente que nunca se llevará el ratón, reportaje de implantes dentales” FES Acatlán, UNAM, 2006. Pág 15

“ En la historia de la Implantología Oral destacan seis etapas relevantes, las cuales son:

- 1.- La antigüedad hasta el año 1000 d.C.
- 2.- El medioevo, de 1000 a 1799 d. C.
- 3.- Período Fundacional: 1800 a 1910.
- 4.- La era premoderna, de 1910 a 1930.
- 5.- Los albores de la era moderna, 1935 a 1979.
- 6.- La implantología oral contemporánea, de 1978 a la fecha.”

<u>Año/Período</u>	<u>Precursor/ Descubridor</u>	<u>Aportación/Evento</u>
--------------------	-----------------------------------	--------------------------

500 a.C.	Babilonios y dios Ea	Conocían las caries dentales y otorgaban tratamiento a personajes importantes de esa época.
s.v a.C.	Herodoto	Practicaba la medicina en el antiguo Egipto y ya había especialistas en enfermedades dentales.
2600 a.C.	Hesi-Ra	Fue el primer dentista reconocido.
2600 a.C.	Código de Hamurabi	Ya se documentaba el procedimiento de extracción dental.
300-525 a.C.	Dinastía egipcia	La nobleza recibía implantes intra-óseos de dientes artificiales esculpidos en marfil.
600 d.C.	Periodo Precolombino de América del Sur	Fue encontrado un cráneo con 3 piezas en forma de diente procedientes de concha, que se implantó en los sacos alveolares y encontrándose alrededor de ellos formación de hueso compacto. Es la primera muestra conocida de implante dental.
	Mayas	Implantaron materiales aloplásticos, piedras preciosas a personas vivas y practicaban mutilaciones o reimplantaciones dentales.
	Aztecas-México e Incas-Ecuador	Empleaban incrustaciones de oro en cavidades preparadas , como implantaciones o reimplantaciones dentales
400 a.C.	Medio Oriente	Se encontró un aparato protésico que costaba de 4 dientes naturales que sujetaban entre ellos 2 dientes esculpidos en marfil y se unían con alambres de oro
<b>2</b>	<b>MEDIEVO</b>	
936-1013 d.C.	Medioevo, (Abdul Kasim)	Albucasis era cirujano árabe, descubrió las técnicas del transplante y los fabricó con hueso de buey.
S. XV y XVI	Japón	Diseñaron prótesis dentales de madera, estas actuaban como una corona con perno, prueban las primeras prótesis endodóncicas reforzadas con implantes.
<b>3</b>	<b>FUNDACIONAL</b>	<b>INICIO DE LA IMPLANTOLOGÍA ORAL</b>
S. XIX-1809	Maggilio	Introdujo un implante de oro en el alveolo de un diente recién extraído. Autor de la obra “The Art of the Dentist”. Implementó sistemas para fijar los dientes.
1845	Rogers	Creó la Enciclopedia del Dentista. Desarrolló la idea de Maggilio de crear raíces artificiales.
1893	W.S.Youger	Resurge nuevamente la idea de implantación de dientes naturales.
Fines del s. XIX	Congdon	Descubrió que con la implantación dental se mantenían los dientes hasta los 11 años
1887	Harris y Edmunds	Implantaron una corona dental de porcelana sobre la raíz revestida de plomo en un alveolo creado artificialmente.
1888	Berry	El objetivo fue obtener dientes que no transmitieran enfermedades. Los dientes de porcelana con raíces de madera, estaño y plata. Los de plomo eran tolerados por el organismo.
1889	Edmunds	Implantó una cápsula metálica (compuesta por una lámina de platino cubierta de plomo y soldada con plata pura) en el espacio ocupado por el primer premolar superior derecho , inyectando hidrocloreto de cocaína al 10% como anestésico.
1891	Rnamenski	Describió la implantación de dientes de porcelana gutapercha y goma.

1895	Bonwell	Implantación de tubos de oro o iridio como soporte de dientes o coronas.
1898	Payné	Primera demostración de la implantación de una cápsula de plata
<b>4</b>	<b>PREMODERNA</b>	
1903	Scholl	Implantó un diente de porcelana con una raíz de porcelana corrugada.
1905-1910	Greenfield	Pionero de documentar el método original de implantes en la literatura científica, fotos, diagramas, concluyó que la implantología era "el vínculo que faltaba n la estomatología": marcó la importancia de esterilizar y la limpieza son básicos para la cirugía.
1914	Core Vent	Surge el concepto de osteo- integración y de implantes sumergidos. Propuso los criterios de la valoración clínica de la inmovilidad.
1920	Legar-Dorez	Desarrollaron la técnica del implante expansible de raíz artificial, era similar a un cinturón de expansión.
1925	Tomkins	Implantó dientes de porcelana.
1936	Brill	Introdujo espigas de goma en lechos artificiales
1937	Adams	Desarrolló y patentó un implante cilíndrico sumergido con forma de perno, fondo redondeado, collar gingival liso y una cápsula de curación
<b>5</b>	<b>ERA MODERNA</b>	
1937	Veneable, Stock, Dahl, Gershkoff y Goldberg	Desarrollaron la aleación de cobalto- cromo- molibdeno que actualmente se conoce como Vitallium. Esta aleación hizo posibles las innovaciones en los implantes y métodos protésicos de las décadas posteriores.
	Lemons y Natiella	Revisaron meticulosamente los biomateriales , surgiendo así los pioneros en el desarrollo de los implantes dentales de la era contemporánea.
		<b>IMPLANTES ENDOÓSEOS, PRIMERA ETAPA.</b>
1935	Alvin y Moses Strock	Comenzaron a utilizar el Vitallium de Veneable, un implante dental con rosca.
	Strock	Desarrolló implantes endodóncicos y endoóseos, los cuales funcionaron hasta los 17 años y experimentó con perros para examinar la reacción mística. Se trata de las primeras pruebas histológicas de osteointegración o aposición ósea.
		<b>IMPLANTES SUBPERIÓSTICOS</b>
1941	Dahl (Suiza)	Desarrolló los implantes subperiósticos, inició el informe dental y su patente.
	Gershkoff y Goldberg	Introdujeron el concepto subperióstico en E.U. después de visitar a Dahl en Suiza.
1950-1960	Weinberg	Diseñó el implante subperióstico unilateral.
1955	Leonard	Diseñó los dígitos linguales.
	Bodine	Diseñó el implante en forma de mariposa que se acabalgaba sobre del hueso.
	Salagaray y Sol.	Diseñaron un implante subperióstico con una barra horizontal "aireada".
1968	Weber	Presentó el implante subperióstico universal.
1974	Mentag	Introdujo el concepto de mesiobarra.
1978	Cranin	Desarrolló la barra continua de Brookdale
	James	Recomendó emplear la superficie vestibular de ambas ramas maxilares como soporte del armazón subperióstico. Pionero en el uso de la Tomografía Computarizada (TC).
		<b>IMPLANTESENDOÓSEOS : SEGUNDA ETAPA</b>
1947	Formiggini	Desarrolló el implante en espiral con alambre de hélice sencilla basado en acero inoxidable o tantalio.
	Zepponi	Reveló algunos inconvenientes del implante de Formiggini y desarrolló un implante espiral colado en acero inoxidable.
	Chercheve	Aumentó la longitud del cuello, desarrollando un implante espiral

		en doble hélice y el primero en desarrollar un equipo quirúrgico adecuado.
	Marziani	Diseñó las raíces de porcelana y acrílico para sujetar las prótesis totales y diseñó los pilares de Lee.
	Scialom	Desarrolló un implante con una espiga en forma de trípode de tantalio soldada entre sí para sujetar la prótesis.
	Benoit y Michelet	Diseñaron un implante trans-óseo con un diseño similar
	Linkow	Desarrolló el implante de rosca de Lew y el implante de hoja.
1963	Muratori	Implante de rosca con aireación, similar a la caja de Greenfield y a los diseños actuales de Core Vent y cresta hueca suiza.
1967	Blade-Vent	Diseñó la hoja perforada, conocida como hoja (perforada) de Linkow y propuso la creación de una asociación profesional dedicados a la implantología.
1966-1967	Small y Misiek	Desarrolló la placa ósea y la grapa mandibular en animales; en humanos entre 1968 y 1973. Con 16 años de experiencia.
1974	Bodine	Comunicó sus resultados de 27 implantes subperiósticos mandibulares que se habían mantenido durante 15 a 20 años.
1974	Kirsh	Creó el implante IMZ cilíndrico, se utiliza en Alemania desde 1978.
	Craning y Cols, así como Linkow	Dieron a conocer los resultados de sus implantes endoóseos.
1970	Kawahara	Desarrollaba en Japón los implantes de cerámica.
	Grupo ITI- Suiza	Experimentaba con el implante de cesta hueca suizo.
		<b>IMPLANTOLOGÍA BUCAL CONTEMPORÁNEA: 80's</b>
1980	Johnson & Jonson luego por Kyocera	Los implantes anteriores fueron sometidos a estudio en animales y estudios clínicos y se introdujo hasta 1985.
1981-1982	Adell y Cols (Canadá)	Estudios experimentales en animales, se demostró el sistema de bio compatibilidad de Nobelpharma. Estudios sobre biología ósea in vivo; documentaron por primera vez la posibilidad de necrosis ósea por la generación de calor con taladro. Planearon la necesidad de utilizar una técnica quirúrgica cuidadosa y aséptica, se investigó el implante de titanio.
1982	Kawahara (Japón)	Desarrolló un implante cilíndrico de cerámica compuesto por óxido de alfa aluminio monocristalino.
1981 y 1982	Branemark	Implante cilíndrico en dos etapas.
1982	Niznick	Implante cilíndrico parecido al implante Nobelpharma, fue introducido por Steri-Oss, Flexiroot, Osseodent, Screw-Vent, Swede-Vent.
1984		Se introdujo implante en forma similar a IMZ recubierto con Hidroxiapatita
		<b>CATEGORÍA PROFESIONAL</b>
1973		El Consejo de materiales y aparatos dentales, junto con el Instituto Nacional de Investigación Dental (NIRD) copatrocinó un simposium sobre implantes.
1974		Se concluyó que los implantes dentales endoóseos fueran considerados como una nueva técnica experimental; que necesitaba soporte científico y que no se utilizaran.

1980 y 1981		La ADA estableció los criterios para aceptar provisionalmente los aparatos de implantes dentales.
1986	ADA	Aceptación provisional de implantes Biotec (Nobelpharma)
1987	Consejo de Materiales y Aparatos Dentales	Aprueba provisionalmente el implante Interpore IMZ, en 1988 el implante de hoja Oratronics y en 1989 el Core Vent.
1990	Food and Drug Administration	Continuará aprobando implantes y ha hecho pruebas obligatorias en animales y humanos.

**Cuadro del Manual de Implantología y documentos internos de CIORe**

### 2.1.2.- ¿Qué es la implantología oral?

Es una rama de la odontología que se divide en dos fases, la quirúrgica (se coloca un implante dental de material de titanio) y la fase de la rehabilitación (se le da la funcionalidad, estética e higiene a la cavidad bucal).

La implantología es la rama de la Odontología que estudia la inserción de implantes endo-óseos a pacientes con edentulismo, ya sea con fines funcionales, estéticos o estructurales según comentó el profesor de CIORe, especialista en Prótesis parcial y removible Jorge Meza Fonseca.<sup>22</sup>

“Los implantes dentales surgen como el resultado de una técnica de rehabilitación de los dientes, fundamentada en la colocación de un sustituto de la raíz dental. Es un pequeño dispositivo de titanio, con forma de raíz que se coloca dentro del hueso maxilar para sostener una restauración protésica dental (corona) por medio de una cirugía con una duración de no más de 10 minutos”<sup>23</sup> ...

El titanio es un metal biocompatible con el cuerpo del ser humano porque es un material que no es tóxico, el organismo lo acepta debido a que tiene un peso adecuado, su dureza no tiene tejidos vivos; en su fabricación para uso dental el implante es gravado con ácido, se desinfecta y esteriliza con rayos gama, se cuida que su carga sea negativa, si fuese positiva, el cuerpo humano lo rechaza. Las normas de calidad están reconocidas por el Consejo Nacional de Implantología.

<sup>22</sup> Entrevista con el Cirujano Dentista Jorge Meza Fonseca profesor e implantólogo de CIORe

<sup>23</sup> MARTÍNEZ Vilchis, Lucía Magdalena. Op.Cit. Pág 8

### 2.1.3 .-¿Por qué se pierden los dientes?

Puede ser por diversas causas como:

-La mala higiene o el mal cepillado dental, a partir de que el niño cumple cinco años se genera caries en la cavidad bucal. La poca información por parte de familiares, medios de comunicación, inclusive odontólogos quienes no brindan sus enseñanzas de cómo cepillarse los dientes, qué tipo de cepillo utilizar así como el uso del hilo dental y visitas frecuentes al odontólogo.

- Por los malos hábitos alimenticios, la comida chatarra.

- Por los deportes de contacto como el boxeo, karate, fútbol.

- Por accidentes automovilísticos, caídas, peleas

- Por enfermedad periodontal, Periodontitis\*

Los problemas que tiene una persona ante la pérdida de órganos dentarios se resumen en:

1) Nutrición

2) Sostén

3) Habla

4) Autoestima

5) Edad

Nutrición: La pérdida de los dientes impide esa parte tan importante de la digestión.

Sostén: Con la ausencia de algún diente, el hueso que le sirve de sostén a dicho diente se deteriora.

Habla: Para la fonación es vital el contar con una estructura dental sana y completa.

Autoestima: La inserción de una prótesis fija, ya sea ésta soportada por dientes permanentes y/o implantes, tiene una marcada mejora funcional, social y psicológica.

Edad: Con implantes dentales el paciente se verá joven por más tiempo, porque ayudan a conservar el contorno de sus estructuras faciales. Generalmente, todo el que pierde uno o más dientes y goza de buena salud es candidato para implantes dentales.

---

\* Enfermedad de las encías en la que se pierde tejido gingival y de hueso, esta enfermedad causa desde la movilidad hasta la caída de los dientes



“Las dentaduras postizas no son la mejor solución para los pacientes que no tienen piezas dentales ya que pueden perjudicar en vez de mejorar al paciente, el constante tallado de con la dentadura postiza hacia los dientes sanos los desgastará hasta provocar su destrucción, hay una reducción de masa ósea maxilar (pérdida de hueso) y mandibular esto es que el aspecto de la cara del paciente será senil cuando lo veas y lo escuches, cuando lo escuches porque su fonética cambia”<sup>24</sup>..

#### **2.1.4 .- Los candidatos a implantes**

La edad es un factor importante en la colocación de implantes, no son hechos para niños, sólo a partir de los 18 años en adelante porque es la edad promedio en la que se da por hecho el desarrollo del cuerpo humano.

Jóvenes como personas de edad avanzada pueden ser buenos candidatos, si gozan de buena salud y si sus huesos lo permiten. Muchos factores contribuyen al éxito del tratamiento dental con implantes, tales como el buen cuidado en el hogar y las visitas al dentista para el mantenimiento regular.

“Es pertinente poner un implante cuando haya buena cantidad de hueso en pacientes que tengan una mordida (oclusión) estable, que no tengan parafunciones (hábitos muy fuertes) por ejemplo hábitos de lengua, mordida abierta, respiradores bucales. Eso va a contrarrestar el éxito del implante. Si tenemos el contorno adecuado para colocar un implante con buen hueso, buena estabilidad no hay ningún problema; se puede colocar”<sup>25</sup>...

También aún cuando no exista hueso se pueden colocar injertos o membranas. El mayor número de pacientes edéntulos que requieren implantes son personas de edad avanzada entre 55 a 70 años. Los tipos de injertos son:

---

<sup>24</sup> Entrevista con el C.D. Fernando Mendizábal Piedras, implantólogo y coordinador de CIORe.

<sup>25</sup> Entrevista con el C.D. Sergio Vilchis Ortega, Director General de CIORe, implantólogo, periodoncista, protesista cirujano maxilo facial, ortodoncista.

- Auto-injerto: Es extraída del cuerpo del paciente que tenga tejido conectivo (de la segunda capa de la piel) ya sea del mentón, paladar o encía ayudada con otros materiales de regeneración ósea
- Gene-injertos: Extraídos de tendones de animales como la vaca.

El éxito de un implante depende de un diagnóstico eficaz. El paciente se debe someter a exámenes de química sanguínea un mes antes de ser intervenido quirúrgicamente para que el implantólogo se de cuenta que no presenta algún tipo de enfermedad, si es que se presenta puede controlarla bajo un tratamiento médico.

“La implantología requiere de una investigación completa de la cavidad oral, es como el trabajo de un ingeniero en construcción, se necesita conocer la zona en la que vas a construir, si requieres taladrar una pared y poner un tubo de agua, necesitas conocer los materiales empleados, el instrumental, las medidas, el diámetro, etcétera...para colocar un implante se deben hacer estudios radiográficos panorámicos, periapicales y tomográficos\*”; a los pacientes mayores de 50 años se les pide una densitometría que es un estudio en el que se ve si el paciente tiene osteoporosis<sup>26</sup>...

Las personas que no son candidatas a un implante son:

- Los niños.
- Las diabéticas o insulino dependientes, ya que su problema de coagulación sanguínea no permiten cerrar las heridas provocando desangre e infecciones en las encías.
- Las personas portadoras del Síndrome de Inmuno Deficiencia Adquirida, SIDA; por las razones de cicatrización lenta, sus pocas defensas harán que presente infecciones, son pacientes que requieren de medicación constante esto provoca que sus huesos sean de mala calidad.
- Personas con problemas cardiacos: En la cirugía pueden presentar un ataque originado por la anestesia o por el dolor.
- Fumadores y con osteoporosis: el hueso maxilar desaparece y provoca el nulo soporte de los implantes.

---

\* Las radiografías periapicales son un medio utilizado como diagnóstico para conocer si existe una alteración ósea de los dientes , mientras que las tomográficas anuncian la cantidad de hueso existente en la altura y lo ancho.

<sup>26</sup> Entrevista con el C.D. Hansel Serrano Estrada, implantólogo y alumno de CIORe

### 2.1.5 .-¿Qué es CIORe?

Hoy en día la especialidad de la implantología moderna en México se está desarrollando cada vez más, sin embargo no se cuenta con el número suficiente de odontólogos en esta especialidad, aún cuando existe un grupo importante de la población con tales problemas y que puede acceder económicamente a dichos tratamientos.

CIORe ha formado a profesionales de la odontología ( cirujanos dentistas) a través de la especialidad de Implantología oral, que por medio de la práctica clínica de experiencia, aquí los alumnos después de haber estudiado más de ocho meses dan paso al diagnóstico de su paciente, perciben cualquier tipo de alteración patológica o no patológica de sus estructuras bucales para poder definir el plan de tratamiento adecuado para colocar y rehabilitar integralmente las funciones de los implantes en los pacientes, con sustento en una ética profesional.

CIORe surge en 1995 como clínica y comienza a impartir cursos dos años más tarde, su misión en un inicio ha sido el forjar implantólogos con alta preparación académica; aunado a esto, cuenta con instalaciones a la vanguardia de la tecnología en el ramo dental que responden a las necesidades y exigencias para llevar a cabo la efectiva docencia en el área de la implantología oral.

Cabe destacar que dicho Diplomado cuenta con el reconocimiento de la UNAM ya que está avalado por la Facultad de Estudios Superiores Zaragoza desde el 2002. Así mismo, se entiende que todo programa requiere de una evaluación continua; el diplomado de implantología se apega a esta normatividad con relación a los diplomados que establece la UNAM y la Facultad de Estudios Superiores Zaragoza.

Los planes de estudio de éste diplomado se enfocan hacia la valoración y diagnóstico de pacientes desde los estándares de la implantología oral, que exigen un plan de tipo teórico-práctico-clínico-quirúrgico, dando como resultado dos áreas la básica y de valoración clínica, donde ésta última es propicia para adecuarla a los diferentes tipos de pacientes.

CIORe está compuesta por diversas áreas que hacen posible su funcionamiento general, a continuación se muestra la división y funcionamiento de cada una de ellas.

### 2.1.5.1.- División de áreas

- Quirófano, vestidor, sala de recuperación – Es un espacio en donde los alumnos realizan las cirugías por lo tanto se exige limpieza (asepsia) así que se requiere que los alumnos se vistan con batas quirúrgicas, cubrebocas, guantes y cubre bocas en el vestidor.

En cuanto a la sala de recuperación proporciona el instrumental necesario para prevenir cualquier anomalía que afecte la salud de los pacientes.

- Área de CEYE ó Central de equipos y esterilización- Esta área se encarga de lavar equipo, esterilizar, seleccionar y proveer todo el material utilizado en la cirugía .

- Imagenología (cuarto de Rayos X, panorex, periapical-reveladora, cuarto oscuro)

En la etapa del diagnóstico y de la historia clínica de los pacientes, antes de realizar una cirugía y después de esta se toman e imprimen radiografías de tres tipos: panorámicas, periapicales, tomografías.

La finalidad de estas muestras es de conocer a su paciente desde un inicio, ver su progreso y si fue exitosa su rehabilitación.

- Auditorio – Sala de multiusos, juntas, conferencias, pláticas, clases, etcétera.
- Estante de venta de libros: Se le dan opciones a los alumnos con bibliografía que pueden consultar en su aprendizaje.
- Cafetería

#### PRIMER PISO:

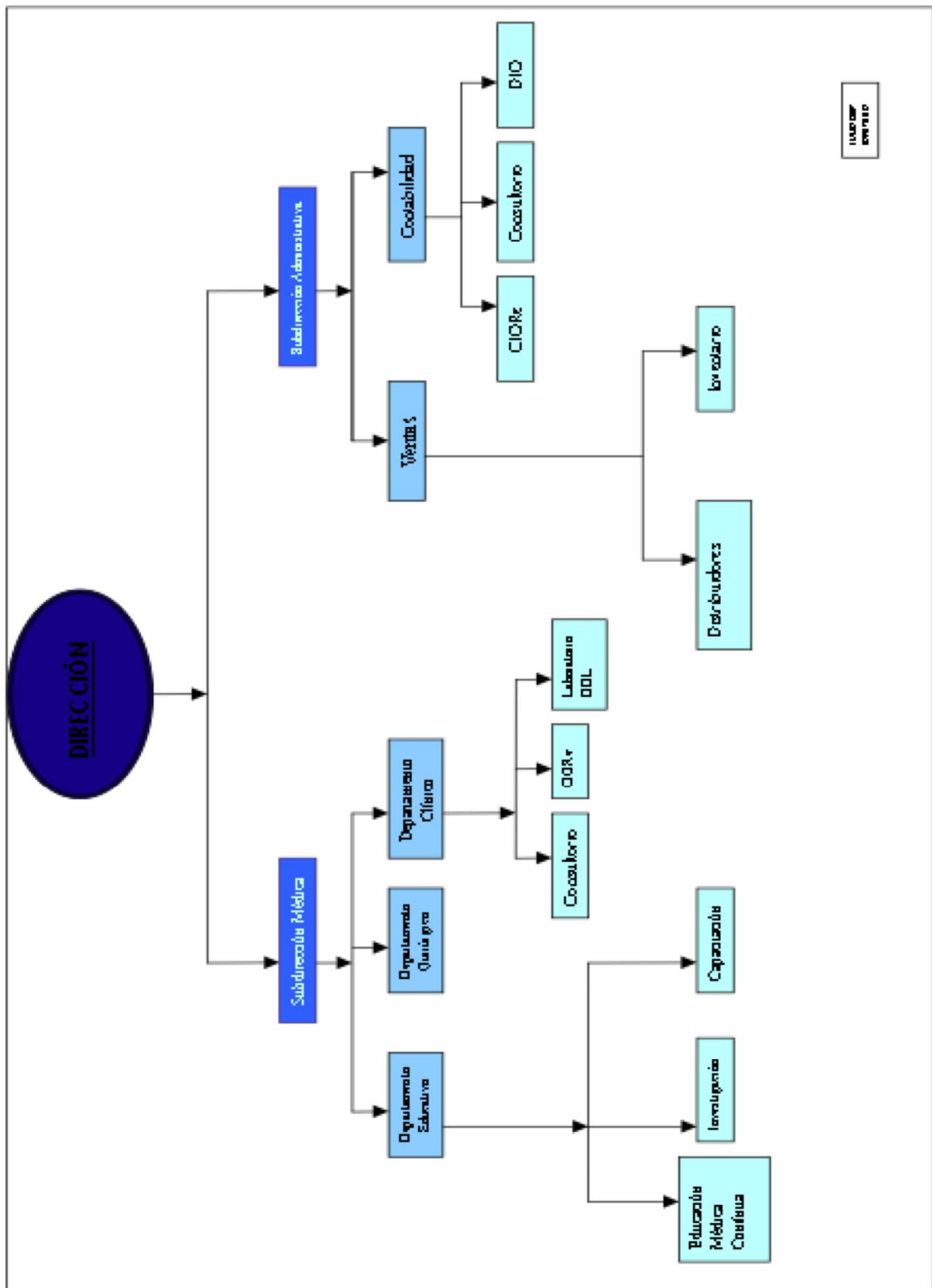
- Aula de clases. Utilizada para grupos que van de seis a ocho alumnos
- Un centro de cómputo con servidor- Se realizan los trámites administrativos, contable y de educación continua de CIORe
- Un laboratorio de prácticas y toma de muestras – Los estudiantes antes de efectuar una cirugía deben practicar en cabezas de cerdo. También este lugar

cuenta con el equipo para que los alumnos realicen modelos de yeso, cera o cerámica.

- Una clínica con tres unidades dentales- Es el área de revisión, de diagnóstico de los pacientes, en el cual los implantólogos les hacen una historia clínica y los rehabilitan.
- Recepción- Se efectúa el registro y programación de citas a los pacientes, se dan informes a posibles alumnos del diplomado así como a pacientes interesados en ser candidatos a cirugía.

### 2.1.5.2.- Organigrama del Centro de Implantología Oral y Rehabilitación S.C.

El organigrama y el diagrama de información pertenecen a la documentación interna de CIORe.





**CENTRO DE IMPLANTOLOGÍA ORAL Y REHABILITACIÓN S.C.**

## **DIAGRAMA DE INFORMACIÓN DEL ORGANIGRAMA.**

### **DESCRIPCIÓN LABORAL DE CADA PUESTO DEL ORGANIGRAMA**

**DIRECCIÓN GENERAL**: Dirige la estructura general de CIORe, tiene una injerencia directa con las 2 subdirecciones; se responsabiliza de todo el personal, organiza, planea y proyecta al Centro en el ámbito académico, científico y administrativo como una de las mejores del país.

**SUBDIRECCIÓN MÉDICA**: Se encarga de todos los aspectos relacionados con la práctica médica, tanto académica, clínica y quirúrgica, así como la investigación y áreas afines.

**DEPARTAMENTO EDUCATIVO**: Sobre éste departamento recae la responsabilidad de los cursos y diplomados que ofrece el Centro, elabora programas, cursos y diplomados establecidos por el Centro, vigila que estos se mantengan vigentes con los requerimientos estipulados por la UNAM, dirige y vigila las investigaciones que realizan. Se encarga de la capacitación que se imparte al personal docente y administrativo.

**EDUCACIÓN MÉDICA CONTINUA**: En ella intervienen aspectos importantes como: estructurar y cubrir la planta docente del plantel, elaboración y actualización de manuales académicos y de entrenamiento quirúrgico, interviene en la programación de visitas a SEMEFO, velar por contar con el adecuado stock de productos necesarios para procedimientos quirúrgicos internos y externos.

**INVESTIGACIÓN**: Prepara y dirige el adecuado curso de las investigaciones efectuadas dentro del Centro, apegándose a la normatividad ética, médica y legal exigidas por las Instituciones como son la Secretaría de Salud y la UNAM para tal fin. Realiza los reporte de avances, modificaciones y resultados emanados del curso de las investigaciones.

**CAPACITACIÓN**: Vela por la adecuada aplicación y seguimiento de los programas de capacitación que requiere el personal docente y administrativo, cuida de que se

cumplan las metas proyectadas para tal fin que deben ser continuas, evaluables y sistemáticas.

**DEPARTAMENTO QUIRÚRGICO:** Regula y lleva a cabo el empaquetado y esterilizado de material y equipo quirúrgico, participa en el control y suministro de todo lo necesario para el adecuado curso de cirugías dentro de CIORe, elabora el inventario de suministros, material, equipo, instrumental, se encarga de cubrir y proveer de todo lo necesario para cirugías foráneas y particulares, se encarga de la contabilidad de los procedimientos quirúrgicos, reporta fallas en el equipo y de ser requerido, participa activamente dentro de los procedimientos quirúrgicos y de docencia.

**DEPARTAMENTO CLÍNICO:** Dirige y regula el ámbito clínico que proviene del consultorio y de origen externo que fluye hacia CIORe, es una área de relevancia puesto que se desarrolla el área psico-motriz, manejando habilidades y destrezas, en donde los alumnos aplican los conocimientos teóricos adquiridos, canalizando adecuadamente al paciente hacia la especialidad que le corresponde de acuerdo al padecimiento que presenta, ofreciéndole una calidad y calidez en la atención.

**CONSULTORIO:** Se encarga de la captación de pacientes externos donde son atendidos y remitidos a las instalaciones de CIORe ya sea para ser programados para cirugías odontológicas avanzadas o darles seguimiento especializado.

**CIORE:** Recepción y atención de pacientes internos (remitidos por el consultorio) y externos, los cuales reciben atención de especialidad odontológica por parte de los estudiantes y dirigidos por sus respectivos coordinadores y profesorado altamente calificado.

**LABORATORIO DDL:** Suple en tiempo y forma todos los trabajos de prótesis (prostodoncia) para pacientes internos y externos. Ofrece cursos para la elaboración de los mismos.

**SUBDIRECCIÓN ADMINISTRATIVA:** Controla y supervisa todo el manejo de activo fijo y circulante para proveer un óptimo funcionamiento de todas las áreas que de ella dependen y que se interrelacionan directa e indirectamente.

**VENTAS:** Departamento encargado de vender a alumnos y público en general, material e instrumental que se utiliza para una rehabilitación oral completa, tales como: hueso



bovino, bloque de hueso, implantes, tornillos, mallas e instrumental quirúrgico, uniformes, bultos quirúrgicos, entre otros.

**DISTRIBUIDORES:** Posicionan y abren mercado para los implantes, componentes y productos CIORe-DIO.

**INVENTARIO:** Contabiliza, resguarda y organiza en tiempo y forma el stock disponible de productos CIORe-DIO, reporta la situación actual de existencias.

**CONTABILIDAD:** Área encargada de requerimientos, pago de cuentas, insumos, material dental, instrumental, adquisición de equipo, pago general de sueldos del personal administrativo y planta docente de CIORe, recepción de pagos de colegiaturas a través de los coordinadores, por tratamientos a pacientes y cirugías de los mismos, emisión de facturas, etc.

**CIORe:** Pago directo de algunos honorarios a profesores, suministro y pago de insumos relacionados con el área y con CIORe, atiende y da seguimiento a los reportes que derivan del Departamento Quirúrgico, capta ingresos provenientes de pago de cirugías internas y por venta de algunos materiales, instrumental, cursos, renta interna y externa de material, instrumental y equipo.

**CONSULTORIO:** Captura de los pagos relacionados con los tratamientos, cirugías y rehabilitación canalizándolo al área de contabilidad. Control de citas y programación de cirugías. Manejo de la agenda del Director General.

**DIO:** Negocio internacional con empresa coreana dedicada a la fabricación de implantes orales y componentes; CIORe gestiona todo lo relacionado con la importación, lanzamiento, distribución, venta y capacitación sobre sus productos.

## 2.2. - Historia de CIORe

Lo que antes era un sueño ahora es una realidad. El Centro de Implantología Oral y Rehabilitación no se hizo de la noche a la mañana sino que fue un producto que se planeo y trabajo quince años atrás en 1994, producto de un hombre, el Cirujano Dentista Sergio Alberto Vilchis Ortega dueño y Director General de este centro de enseñanza.

Su visión a futuro siempre fue crecer profesionalmente, el amor y la constante dedicación al trabajo. El no querer trabajar para otros fue lo que lo motivó al implantólogo Sergio Vilchis a construir la primera escuela de Implantología en México, pionera en esta especialidad tomada como un diplomado.

Su comienzo fue en su propia casa, con su primer sala de consultas y una silla como odontólogo general, después se interesó en la población infantil odontopediatría, a manera de que sus pacientes crecieron tuvo la inquietud de seguir los casos de sus pacientes que eran adolescentes así que se inclinó por la ortodoncia y obtuvo su primer consultorio externo.

Entrevista al director General de CIORe Sergio Vilchis Ortega:

¿Cuál fue su sueño desde que era pequeño, llegó a pensar en tener una empresa?

Cuando era niño nunca pensé en mi futuro, sino en carencias ya que comencé a trabajar desde los cinco años limpiando botellas para ponerles blanqueador, doblando ganchos, pues mis padres tienen una tintorería.

¿Cómo fue el inicio de CIORe, el sueño de realizarlo como empresa?

Comenzó cuando terminé de estudiar la carrera de odontología cuando tenía mi pequeño consultorio en mi casa, siempre pensé en crecer, mi mentalidad cambió cuando salí y asistí a especialidades.

Ves que es otro nivel, es cuando piensas que eres capaz de hacer cosas diferentes. Cuando viajas y visitas otros países y te das cuenta que tu también puedes crecer y que tu mundo no es como tu creías o en el que pensabas.

Después de casarme me di cuenta que tenía obligaciones para salir adelante y pensé primero en tener una propiedad y mi motivación fue porque he invertido tiempo, dinero, esfuerzo en mi educación entonces era necesario aprovechar lo que fueron mis cimientos en cuanto a mi formación profesional, fue cuando pensé en poner una escuela de implantología.

De 1990 al 1992 tomé un curso con el Dr. Hirata en su centro de enseñanza CIERO (Centro de Implantología Estética y Rehabilitación Oral), después surgió el contacto con distribuidores de Nueva York y al final tomé otro diplomado de implantología en Loma Linda California de seis meses.

Recuerdo que empecé a traer implantes de Nueva York y los coloqué. Este fue mi primer contacto con el sueño para poner mi escuela y después me fui fogueando en el medio, el grupo pequeño de implantólogos en 1994 organizamos el congreso de Parental Research en el hotel Camino Real, esto me hizo conocer a más especialistas inmersos en la implantología.

¿Qué hay después del estudio de la implantología?

Bueno la implantología es una conjugación de todas las ramas de la odontología, lleva estudios de periodoncia, prótesis, cirugía, endodoncia....representa la unión de todas las especialidades para que puedas rehabilitar y devolver la función.

Si el paciente es edéntulo parcial o edéntulo total la implantología le devolverá la función primero para que pueda masticar, después vendrá la estética. Antes sólo se hacía la implantología por función, hoy en día se maneja estética, función e higiene, es decir que se deben tener las mismas características de un diente natural pero sin dolor.

El paso siguiente de la implantología será de acuerdo a lo que dicta el estudio de la biología y la bio-ingeniería en materia dental, ya que se manejará la combinación de las dos ciencias lo que dicta la bio-ingeniería con el manejo de la función del organismo.

Los factores de crecimiento, la formación de plaquetas, tener un germen, un órgano dentario que se ha hecho en estudios, en conejos y se ha visto que han brotado dientes naturales en los conejos, pero todavía son dientes amorfos.. se espera que en un futuro sea con la forma de un diente, lo que se busca ahora es revolucionar, buscar todos los

factores de crecimiento que intervienen en la función del organismo, ya no será con forma de rosca o de un tornillo de titanio biocompatible sino será generado por el mismo organismo, sólo que pasará mucho tiempo para que se lleve a cabo lo más difícil, faltan 51, 000 factores de crecimiento por estudiar.

¿Qué representa CIORe hoy en día y qué fue CIORe en el pasado?

En el pasado fue un proyecto, un sueño; hoy es una realidad y ahora mi sueño son varias clínicas como esta.

¿Por qué se llama CIORe?

El nombre de la empresa se tuvo que poner cuando se formó la sociedad del nombre junto con mi esposa, los dos pensamos en el nombre, esto fue necesario al darlo de alta como sociedad civil, tenía que ser diferente a una academia o a un instituto, se pensó en un nombre corto y fácil de recordar.

Siempre pensé en regresar a la idea tradicional de enseñanza en un centro de reunión, de enseñanza de desarrollo, mi inspiración fue el centro del Dr. Hirata, CIERO.

¿Cómo ve a CIORe en un futuro?

El plan es realizar una corporación formada de personas especializadas, preparadas tanto en el ámbito administrativo y de mercadotecnia ya que mi plan es expandir CIORe a toda la república mexicana.

Apenas estamos terminando un proyecto de franquicias ya que se manejan de 3 tipos:

Básica: que es un consultorio pequeño que lleve nuestra imagen

Regular: que sea una pequeña clínica con quirófano, dos o tres consultorios y una recepción

Premium: un centro como este con quirófano, consultorios, escuela y manejo de ventas.

La idea es vender franquicias Premium en la república Mexicana ya sean cinco u ocho de norte a sur. La idea es que sean muchas pequeñas franquicias que dependan de las Premium, ahora mi sueño es dar conferencias y seguir mi faceta de empresario.

También crear implantólogos con atención a personas externas, ya que existe una gran demanda de pacientes externos a la clínica que quieren ser tratados por los alumnos, se les dará a precios accesibles.

¿Cómo ve la competencia que tiene CIORe en relación con otras escuelas o academias de implantología? Qué ventajas ofrece CIORe a diferencia de las demás?

Pues la verdad la única competencia fuerte que puedo ver por el momento es la UNAM como la Facultad de Odontología en CU , FES Iztacala y en la Fes Zaragoza, ya que las demás escuelas no son centros de enseñanza como tal sino se resumen en cursos.

Para mi la competencia es la competencia con uno mismo, yo compito por tener mejores instalaciones, servicio, enseñanza de calidad. Ninguna otra escuela de implantología tiene el ramo de investigación tan profundizado. La UNAM tiene la especialidad de la implantología unida a Periodoncia o Prótesis sin embargo las particulares como la UNITEC, ULA, UIC, etc.. no son tan profundos como se ven aquí, ya que mis propios alumnos hacen la comparación algunos fueron alumnos de esas escuelas pero prefieren la enseñanza que se les da en CIORe.

CIORe fue la primera escuela de implantología en México, la UNAM comenzó a dar los diplomados tres años después de que nació CIORe

¿Si un odontólogo quería ser implantólogo antes de que existieran escuelas especializadas en la implatología dónde tenía que estudiar?

Primero buscar otro país, como E.E.U.U., o se pensaba en la UNAM, pero comenzó a poner trabas porque si querías estudiar implantología primero tenías que estudiar otras especialidades para llegar a la que te gustaba como ser cirujano maxilofacial, periodoncista, ortodoncista. CIORe abrió sus cursos para que el cirujano dentista tuviera la libertad de introducirse al área de su primera elección, la implantología.

¿Qué diferencia existe entre el diplomado de Loma Linda con los cursos de hoy en día de CIORe?

Nada que ver, los temas que se manejan son parecidos. En Loma Linda todo es teórico, tanto las cirugías como el aprendizaje, en CIORe es teórico práctico el aprendizaje.

¿Si no hubiera sido CIORe pensada como escuela de implantología que otra opción habría sido?

No hay un camino definido, muchas veces optas por lo que menos te imaginabas, si no hubiera sido para la implantología hubiera sido un centro dedicado a la enseñanza de otra especialidad dentro del ramo de la odontología, lo importante es tener un centro de

entrenamiento, la idea es que no vas a trabajar toda tu vida, pensar en un patrimonio propio, trazarnos un futuro, dedicarse a trabajar, subir, negociar, prepararse, cursos, antes de realizar algo debes prepararte.

CIORe es una empresa que ofrece cursos a cirujanos dentistas titulados, vende material, ofrece servicios a sus pacientes ¿qué más hará?

CIORe es un proyecto muy ambicioso. La primera etapa para fin de año es hacerla crecer, se manejará como un centro de especialidades donde habrá rehabilitación, prótesis, implantes y periodoncia, actualmente se dan cursos de este tipo pero son cada seis u ocho meses el chiste es que sea como los diplomados de implantología que son de lunes a jueves. Todo esto organizado en forma con un subdirector, coordinador general, tener un centro de cómputo, una biblioteca, consultorios para los alumnos que quieran rentarlos. En esta central se adicionará la compañía CIORe-DIO y el laboratorio.

También se tendrán especialistas en esta rama para que ayuden a las demás franquicias, será un centro de investigación de diagnóstico para los CIORes de la República. Este será un organismo central que controlará todo el exterior, si las franquicias requieren ayuda como soporte en el diagnóstico, la central se las ofrecerá.

Por ejemplo si un paciente de la ciudad de México se va a vivir a Mazatlán y va a la sede de Mazatlán, allá tendrán su historia clínica y su diagnóstico.

Esto también se hará para que los alumnos de la sede central del Distrito Federal tengan bolsa de trabajo mientras consumen el implante CIORe-DIO.

¿Por qué surgió la idea de llevar los cursos a otras zonas de la República Mexicana?

Inició como un gusto desde hace cinco años, debido a la poca demanda de los alumnos de la ciudad de México. El dentista capitalino tiene todo en la ciudad por lo tanto no lo toma caso contrario al de provincia, hay deficiencias tanto profesionales como éticas, entonces se ve que en la ciudad tienes más alumnos de provincia que de tu misma ciudad. Otro plus es la venta de implantes que le ayuda a CIORe.

Con los cursos en otros estados se desplazan los productos, gana nuestra casa comercial de implantes CIORe-DIO, el alumno, el laboratorio y CIORe.

Los propios alumnos llevan los cursos a sus estados de origen, se les ofrece un convenio en el cual los alumnos pueden ganar dinero, se maneja la ganancia del 50% al

organizar grupos de diez alumnos en su estado así que llevan el curso y el producto. Ganamos todos.

Antes quería trabajarlo sólo pero no tenía los recursos, ahora ya se tiene un plan trazado, ya se piensa en la venta de franquicias, se trata de buscar zonas cercanas en escuelas de odontología o de instituciones fuertes que tengan la población necesaria de pacientes o dentistas. De algo muy pequeño se piensa en grande

Las regiones en las que se han manejado los cursos son: Morelia, Querétaro, Mazatlán, Zacatecas, Tuxtla Gutiérrez Chiapas.

¿Cómo fue la unión de CIORe con DIO?

Mis socios coreanos de DIO llegaron de la nada, pues buscaban implantólogos para vender sus implantes DIO, vinieron a mi para que distribuyera su producto esto paso en un año y medio, así que me invitaron a Corea y nos donaron 50 implantes para que los probara, así fue, son excelentes en función, se hizo un proyecto en el 2007 en forma. La mentalidad oriental y europea es diferente a la que tenemos en México o en EUA, en México para que un producto se posicione es necesario darle una introducción, probarlo, manejarlo fue complicado porque CIORe colocaba todas las marcas de implantes y el dejar todas, casarse con una requiere de riesgos y pérdidas.

Antes nos exigían un pago mensual por consumir sus implantes entonces se propuso un acuerdo en la que CIORe- DIO obtuviese plusvalía; 55% de ganancia para CIORe y 45% para DIO ante notario.

¿Cómo se lleva a cabo la organización de congresos?

El realizar un congreso es una experiencia maravillosa, se disfrutan todos los procesos desde su organización hasta su culminación, ver que la gente te responde, sentir la presión y el compromiso que tienes con tus clientes.

En lo personal me gusta ser ponente ya que representa un compromiso en el cual estarás en la mira, todos criticarán lo bueno y malo. Hoy en día cuento con 20 años de experiencia en la implantología y la ponencia no es como exponer un libro sino es relacionar tu experiencia con base a los pacientes a sus historias clínicas, es un reto.

Me lleva 4 meses su organización y 3 meses preparar mi ponencia como en la que organicé el 24 de noviembre del 2007 “el primer Congreso Científico y de Exhibición CIORe” próximamente realizaré otro..

He participado en innumerables congresos nacionales e internacionales como en Chile, Argentina, UCLA (Universidad de los Ángeles California), Corea, Frankfurt y me acaban de invitar a una plática en Arizona.

¿Cómo surgió el convenio que tiene CIORe con SEMEFO (Secretaría Médico Forense)?

El primer contacto con SEMEFO se dio por mi cuñado Jorge Aranda que conocía al director de esta institución José Ramón Fernández, todo se dio en una fiesta, nos hicimos amigos, esto tiene 13 años. Es muy importante que los alumnos realicen prácticas en cadáveres porque es práctica con un cuerpo biológico real, aquí se enfrentan a lo que será sus pacientes.

Mi acercamiento a la práctica en cadáver se dio cuando comencé a estudiar cirugía en CECIL (Centro de Enseñanza en Cirugía) hace doce años. Esta es una empresa en la que se tenían las instalaciones adecuadas para llevarla a cabo como quirófano, refrigerador donde guardaban los cuerpos que SEMEFO les prestaba. Era un curso de dos días. Ahora lo que hacemos es hacer la práctica directamente en SEMEFO de dos a tres veces al mes.

¿Para qué se realizan prácticas en cabezas de cerdo?

La práctica en cabeza de cerdo también es importante, pero como es un animal que no tiene la anatomía adecuada, sólo se realizan prácticas de sutura de tejidos blandos, en cambio en cadáver se colocan implantes, se injerta mentón, se hace elevación de seno, .

¿Considera que la enseñanza de la implantología es de calidad en comparación con otros países?

Si, porque México tiene una relación cercana a EUA, país que tiene toda la evolución y desarrollo en cuanto a investigación y tecnología. Otra razón es que la implantología está en su auge, se abrió a todo el mundo sin embargo muchos países no tienen la enseñanza adecuada, lamentablemente en México siempre va a existir la falta de profesionalismo, ya que se irán por la ganancia a costa de los pacientes.

He dado conferencias en muchos países y los trabajos que llevan otros colegas no dista de lo que hemos llevado nosotros, inclusive son mejores los casos clínicos o el trabajo hecho por mexicanos que los otros países.



Es difícil que se de el compromiso ético y profesional, pues comienza desde nuestros gobernantes el mal ejemplo.

¿Cómo surgió el convenio con la FES Zaragoza en cuanto al aval del diplomado en implantología?

Se inició porque soy ex alumno de la primera generación de la Facultad de Estudios Superiores del plantel Zaragoza de la UNAM, entonces conozco a muchos colegas que ahora son directivos de este plantel. Al inicio de los diplomados en CIORe me invitaban cada año a dar pláticas a los alumnos de la FES, entonces me encontré a un amigo que era director de Zaragoza siguió la amistad y en el 2002 se hizo una realidad.

¿Cuándo se tiene que renovar el material para hacer practicas, convenios y cirugías en CIORe?

Cada dos años se actualizan los cursos con el convenio de la FES Zaragoza; constantemente se tienen que revisar los instrumentos de trabajo para satisfacer las exigencias de los alumnos, ahora con las franquicias será una visión a profundidad de renovar, mejorar en material, prácticas, instrumental, etc.

¿Cuál es el costo para colocar y rehabilitar un implante?

El costo promedio no se puede saber ya que depende del caso de cada paciente, hace falta membrana, injerto, bloque de hueso, tipo de implante.. todo depende de la necesidad del paciente.

Si hago yo todo el trabajo le cobro mil dólares al paciente pero ya con todo. Cuando lo realizan los alumnos es un precio accesible en condiciones normales sin requerir aditamentos se les cobra a los pacientes \$3,000.00 pesos la corona y el implante a \$4,000.00 pesos dando un total de \$7,000.00 pesos.

### 2.3.- La difusión en CIORe

El Centro de Implantología Oral y Rehabilitación ha tenido un constante crecimiento, desde ser un pequeño consultorio que comprendía un aula con un quirófano, ahora es una clínica establecida, con profesores altamente calificados en cada materia que se imparte, con personal que administra, dirige los cursos como los coordinadores de día y coordinador general, sin dejar de lado la función de difusión de mensajes visuales, y diseñador de la página web de CIORe como el Licenciado en Diseño gráfico que se encarga de la imagen de la empresa.

“El término “imagen corporativa” apareció según parece en la década de 1950. Algunos dicen que lo usó por primera vez Walter Margulies, jefe de distinguida consultoría de Nueva York Lippincott & Margulies.

Su objetivo era diferenciar el trabajo de su despacho en la creación de programas de diseño complejos y coherentes, basados en una investigación y análisis detallados para algunas de las mayores empresas de América, de lo que consideraba un diseño gráfico más superficial, producido por alguno de sus contemporáneos y competidores del momento.

Quizás el término de “imagen corporativa” se creó en la intención, que diríamos ahora de añadir valor y diferenciar los proyectos más complejos basados en un asesoramiento de los basados en el diseño... su trabajo implicaba la reorganización y la nueva presentación de una compañía multinacional importante que intentaba generar un cambio y crear una nueva imagen de sí, o si era un membrete para una pequeña tienda de software<sup>27</sup>...

Entrevista al Lic. Enrique Hernández Díaz diseñador gráfico de CIORe que labora desde marzo del 2008.

¿Cómo surgió la idea de laborar en CIORe?

Fue por invitación del Dr. Sergio Vilchis. Antes era su paciente y él conoció que yo me dedicaba al diseño gráfico me empezó a pedir trabajos esporádicos, así que me fui empapando primero en el área de la odontología y después en la implantología.

---

<sup>27</sup> OLLINS. Imagen corporativa internacional. Op. Cit. Pág 007

Luego me pidió mas trabajos así que mejor me invitó a trabajar en CIORe para satisfacer todas las necesidades que habían que cubrir en la clínica en el área del diseño.

¿En qué consiste su trabajo?

Dar una imagen, la publicidad o la promoción la da la persona encargada de Educación continúa y de Recursos humanos, inclusive la misma página web [www.ciore.com.mx](http://www.ciore.com.mx) al ver la imagen de CIORe les das la idea de que es una empresa seria, profesional como lo que es, una empresa líder en la implantología, es darle congruencia a que la imagen corresponda a la calidad que se les da a sus pacientes.

¿Qué es la imagen?

Es Mantener una hegemonía, siempre usar el mismo logotipo, usar los mismos colores, crear más imagen que texto, buscar fotos, ilustraciones.. ya que muchas veces las personas no saben qué es un implante y al querérselos explicar, aún no le queda claro; entonces mi labor llega cuando llego a tener un entendimiento con la clínica, lo que quiere ofrecer o dar a conocer y que el paciente reciba ese mensaje, que le sea claro que no tenga dudas.

¿Desde cuando se realizó la imagen de CIORe?

A partir de que CIORe funcionó dando sus diplomados, en ese momento se hizo el logotipo, la gente lo veía, lo relacionaba, después se utilizó en batas, playeras tipo polo, batas quirúrgicas, uniformes de alumnos, calendarios, plumas. Desde que comenzó CIORe se ha manejado la imagen y cada vez se consolida más.

¿Es costoso elaborar la imagen de la clínica?

En este caso se procura que se utilice la creatividad, la imaginación para que con menos recursos económicos se tengan buenos resultados. Por ejemplo hace seis meses se colocó una lona en el exterior y tuvo mejores resultados que si hubiéramos repartido volantes.. opción que no se descarta. Ahora estamos utilizando los medios de más alcance que no repercutan tanto gasto como lo que es la página web, la lona.

La lona no fue muy costosa, son aplicaciones de las que aprovechamos gracias a la tecnología, se han llegado a abaratar los costos. Con la lona las personas ven de un golpe de vista de qué se trata la empresa sin necesidad de leer, aunque se resaltan teléfonos y página web.

La lona mide 11m x3 m y su costo no paso de los tres mil pesos. Las imágenes se consiguieron a partir de un banco de imágenes de alta resolución, estas se consiguen mediante intercambios, esto es por ejemplo si nos queremos anunciar en una revista a cambio del espacio les ofrecemos una beca a los interesados odontólogos de la revista, son negociaciones en donde se benefician ambas partes.

Es un sólo gasto pero otra de las ventajas que tenemos es que estamos ubicados en una avenida principal, cada vez pasa más gente y nos ve anunciados. No tanto es buscar la economía sino el impacto que se tenga con la imagen.

Hay veces que no nos cuesta, simplemente el buen servicio es una buena publicidad porque no estamos invirtiendo nada, aquí todas las sugerencias las tomamos en cuenta para que en la brevedad se pongan en la práctica y sea un plus para todos.

¿Cuál fue el costo de los trípticos que se utilizaron para promocionar CIORe?

De \$9.00 pesos cada uno de tres mil piezas. Si es a color, de buena calidad, el grosor del papel, el acabado en barniz. En los trípticos pusimos toda la información de los cursos aunque salimos beneficiados porque la imprenta que solicitamos hizo un tiraje de más del que solicitamos entonces se los compramos a un costo más bajo porque no fue lo que solicitamos así que llegamos a un acuerdo de \$4.00 pesos por cada tríptico.

¿Cuánto tiempo se lleva en diseñar la imagen de CIORe o de cualquier empresa?

Depende del cliente , si es que te da toda la información necesaria prácticamente tienes un 50% avanzado de qué es lo que quieres dar a conocer. Hay veces que el cliente no tiene clara la idea y te cuesta más trabajo porque si es el negocio del cliente y él no sabe explicar lo que quiere, uno es ajeno. Pero el promedio del tiempo que se invierte es de 2 a 3 semanas, se realizan 20 logotipos y al cliente se le presentan dos.

Yo parto de mi lluvia de ideas, los voy puliendo y a lo mejor me quedo con cinco imágenes pero por mucho le entregare tres al cliente, ya que no quiero confundirlo así el

cliente hace ajustes según sus necesidades, ya cuando es aprobado se pasa a la etapa de tamaños, modulación, colores, impresiones, color a una tinta , esto se lleva una semana.

Son procesos, dependiendo la empresa, por ejemplo una papelería a lo mejor quiere una lona para el exterior de su negocio te llevas un día y otra empresa quiere playeras, plumas, rotular vehículos, lonas, etc.. entonces uno tiene que la imagen tanto en lo pequeño de una pluma como en la lona grande.

En CIORe si fuera ajeno me llevaría dos semanas, pero ahora laboro aquí tres días, pero ahora como debo diseñar la imagen ya como imagen de la franquicia será un proceso un poco más largo más de un mes, se tiene que preparar y entregar un manual a los que quieren comprar la franquicia, tanto el buen como mal uso del logo deben estar establecidos tal vez en tres meses.

¿Qué materias imparte en CIORe?

Están basadas en el uso de la computadora, de programas de cómputo para que los alumnos se apoyen en presentaciones de Power Point ya sea en Windows o en MAC, les enseño Photo Shop que les servirá en sus consultorios para presentar sus casos clínicos, también les doy edición de video en alta definición, se les enseña cómo pueden editar sus cirugías. Se les enseña mover imágenes en 3D para sacar cortes, medidas, obtener fotos para que documenten los casos clínicos de los pacientes.

¿Es posible que en un futuro próximo se realice publicidad en cine, radio o televisión?

Tal vez en un futuro. Hay programas en televisión que difunden la salud o hay pequeños espacios dedicados a la salud debido al interés de la gente por conocer su salud. Cuando son especialidades de cualquier rama que involucre la salud, tal vez en la odontología general hay temas que se conocen pero lo que es esta especialidad de implantología no todos la conocen, lo que puede dar CIORe como un buen servicio es informar en uno de los espacios de televisión, en radio lo mismo, no se descarta la posibilidad.

Son medios caros pero se trata de jugar con convenios nuevamente quizás en una ocasión se presente un paciente que tiene conectes con estaciones de radio o canales de televisión y se llega a un acuerdo con él. No se ve a corto plazo, en un futuro si.

¿Qué tipo de difusión o publicidad a corto plazo se dará para CIORe?

Bueno se requiere atacar los dos sectores, nuestros dos clientes: pacientes y alumnos. En el caso de los dentistas titulados es atacar donde se concentra su atención las Exposiciones como la AMIC (Asociación Mexicana de Implantología), los depósitos dentales, pedir espacios para colocar publicidad en portales reconocidos de odontología en internet, en links donde se anuncian las casas comerciales de implantes, utilizar palabras clave en los buscadores como Google, Yahoo, ponernos en el lugar de los clientes cuando busquen escuelas de implantología o implantes dentales.

Para atacar a los pacientes no hay como la publicidad de boca en boca porque se van satisfechos con el servicio, ellos son nuestra mejor recomendación, aunque se puede atacar por volantes o con información de implantología primero en colonias, luego delegaciones.

¿Es costosa la publicidad por internet?

No si te las sabes ingeniar, es cosa de anticipar las palabras clave que los usuarios utilizaran para buscar tu servicio, es jugar con las combinaciones, meterlas a tu código Html y tenemos la seguridad que cuando alguien las busque seremos de las primeras opciones de su preferencia, sin ningún costo nos estamos anunciando. Pero si es que queremos ser la primera opción entonces se contrata el servicio que ofrecen los buscadores, internet es más barato que anunciarse en una revista o en el periódico, es más puedes comprar clicks, inclusive mil pesos de clicks, en donde cada uno te costará un peso, es más sencilla esta forma de publicidad, más inteligente y efectiva.

Hay mucha libertad en internet no hay plazos fijos, no se maneja por espacios y baja el costo si los clicks aumentan.

¿Qué satisfacción laboral le ha dejado CIORe?

En las dos vertientes que trabajo: cuando doy clases de las personas que no sabían nada y entran a mi clase ya se les quedó el habito de utilizar a tecnología y me preguntan por otros programas de computación. Es el hecho de saber que les estás facilitando su labor, su aprendizaje y les ahorras tiempo.

Y el colaborar como diseñador de imagen y darle publicidad a CIORe es satisfactorio puesto que diseño que realice, es un trabajo que se llevará a cabo; no se queda en el proyecto, ver que está funcionando es una satisfacción mayor. El saber que los clientes vieron la lona e hicieron la primera llamada es cuando se que cumplí con mi labor.

## 2.4.- Actividades desarrolladas dentro de la clínica

CIORe ha tenido un extenso crecimiento en los últimos dos años. El director General en un inicio veía como principales clientes a los alumnos, primero pensó en que fuera una escuela e implantología:

Cronología:

- 1994- Se inició el proyecto de dar cursos de implantología.
- 1995- Funciona como clínica
- 1996- Se realiza el convenio con SEMEFO
- 1997- Se funda el Centro de Implantología Oral y Rehabilitación como escuela que imparte diplomados de implantología.
- 2000- Se mejora CIORe, se incorpora mejor equipo, instrumental, se amplía de forma significativa en sus instalaciones y se venden y se manejan todo tipo de implantes, de las mejores casas comerciales como Nobel, Microlog, Straumann, etc..
  
- 2002 – Se da el aval por parte de la Fes Zaragoza de La UNAM para el diplomado en implantología.
- 2004- Se inician los diplomados al interior de la república, el primer estado Morelia
- 2005- Se establece la cede de CIORe en Querétaro, mientras se dan cursos en Tuxtla Gutiérrez, Tijuana.
- 2006 – Se inicia convenio con la empresa coreana de implantes DIO
- 2007- Se realiza el primer congreso de Implantología y Exhibición Ciore, nace el establecimiento de venta de implantes CIORe-DIO.
- 2008- Se comienza a dar difusión mediante trípticos, se hace una reestructuración de personal que laborará en CIORe, se hacen propuestas para dar más cursos al interior de la República como Mazatlán, Guadalajara y Tamaulipas.
- 2009- La instalación de CIORe se renueva, se inicia su construcción de nuevas aulas, consultorios; se inicia el proyecto de adquisición y venta de franquicias.

### 2.4.1.- DIO y DSI

“DSI es una empresa establecida desde 1983, ostenta diversos reconocimientos a nivel mundial en los rubros: médico, tanto en investigación, desarrollo y creación en el área de implantología oral, equipos de cirugía, aditamentos, pastas dentales y cardiológico, como coronarios, diseño y producción de maquinaria, construcción y administración.

Actualmente la compañía está creando un centro de capacitación en Corea para la enseñanza de la implantología oral; es una empresa con crecimiento revolucionario ya que ha crecido el 40% más que otras empresas en menos de un año por su competitividad en bolsa, entre otras. Hoy en día surge una nueva empresa: CIORe-DIO Company S.A. de C.V. la cual esta dedicada a revolucionar la implantología en México”<sup>27</sup>

CIORe hoy en día ofrece los servicios de:

- Clínica para los pacientes edéntulos parciales o edéntulos totales
- Clínica para los pacientes que presentan enfermedad periodontal
- Clínica para pacientes que requieren elevaciones de seno maxilar.
- Centro de enseñanza del diplomado de implantología para cirujanos dentistas titulados. El diplomado consta de dos módulos con duración de 8 meses cada uno, en total es un año y medio. El costo del primer módulo es de \$30,000 pesos más material. El segundo módulo tiene un costo de \$33,000.00
- Servicio en renta de quirófano y sala de recuperación, material, anesthesiólogo, instrumental para ex alumnos
- Centro de enseñanza para curso de elevación de seno maxilar, con duración de 2 días de \$5,000.00
- Centro de enseñanza para curso protésico o de rehabilitación de cuatro fines de semana de \$27,000.00
- Centro de enseñanza para el curso de periodoncia de seis meses de \$24,000
- Centro de enseñanza para curso de Cirugía Avanzada de cinco días \$15,000.00

---

<sup>27</sup> Manual Oficial de venta de implantes CIORE-DIO, México 2007. Pág 5



- Venta de material bibliográfico para estudiantes y profesores de CIORe
- Venta a alumnos y profesores o cirujanos dentistas ajenos al establecimiento de implantes CIORe DIO, membranas, injertos, modelos, hueso, bloques de hueso, etc.

A pesar de que ha sido significativo el avance que ha tenido esta empresa, de que hay un diseñador gráfico que se encarga de la imagen, los pacientes no se quedan conformes con las imágenes que ven al exterior de la fachada ni cuando los alumnos o el personal docente les brinda información con respecto a lo que son los implantes, su colocación y su rehabilitación.

Los implantes que se manejan de acuerdo al convenio del C.D Sergio Vilchis con la empresa Coreana DIO son:

FSN: implantes de forma cilíndrica, son durables, aunque no son muy estéticos son fuertes y convenientes para las muelas del maxilar inferior y superior. Son implantes económicos y accesibles para los pacientes, su costo es de \$135 dólares.

FTN: Implantes con forma de raíz, se les llama implantes inmediatos debido a que la raíz de la encía del paciente está muy cercana a la estructura anatómica del implante, es decir, en cuanto exista mayor cercanía entre el titanio con el organismo, será mejor su función y rehabilitación. Este implante se utiliza cuando la calidad del hueso maxilar no es saludable. Su costo es de \$185 dólares.

SM: Implantes sumergibles en la encía, son muy estéticos y recomendables para los dientes delanteros inferiores y superiores, son más gruesos que los dos anteriores esto logra que el tejido blando alrededor del implante se añada con facilidad, son con forma de raíz y su precio es de \$185 dólares.

Por eso es necesario implementar un video informativo que cumpla con la función de explicar al paciente en qué consiste este tipo de alternativa, que le generara confianza al practicarse una cirugía y conocerá que tipo de implantes se le pueden colocar.

Este es un trabajo de diseño de producción, por lo tanto sólo se realizará la parte creativa, el inicio, el esqueleto de todo producto, la preproducción explicando sus pasos en el siguiente capítulo.

## **CAPÍTULO III.-**

# **ELEMENTOS DE LA PRODUCCIÓN DEL VIDEO INFORMATIVO PARA EL CENTRO DE IMPLANTOLOGÍA ORAL Y REHABILITACIÓN: “LA SONRISA BIÓNICA CON CIORe”**

### **Capítulo III**

Elementos de la producción del video informativo para el Centro de Implantología Oral y  
Rehabilitación:

#### ***“La sonrisa biónica con CIORe”***

El último capítulo tiene como objetivo dar a conocer el diseño de la pre- producción (la previa investigación, los presupuestos, los guiones, la calendarización, etc.) del video “La Sonrisa Biónica con CIORe”.

Este apartado marca el inicio, el sueño que tienen o han tenido todos los realizadores, de llevar a cabo la idea creativa que les da la inquietud y el gusto de imaginar, crear, de plasmar en un texto para que en un futuro no muy lejano se puedan ejecutar dos etapas consecuentes la de producción (realización) y post-producción (edición).

La pre- producción es el paso más importante de las tres etapas por las que pasan los productos audiovisuales o sonoros, este trabajo es un modelo de video informativo que servirá para siguientes trabajos en los que se tenga el mismo interés.

La propuesta del video informativo de la Sonrisa Biónica con CIORe es realizada con el fin de que el Centro de implantología Oral informe a sus pacientes acerca del servicio que se les dará mientras esperan su diagnóstico o consulta.

### 3.1.- Etapas del proceso de producción

Las Etapas que rigen el proceso de producción son:

- **La Pre- Producción:** el proyecto inicial, es la etapa más importante de la producción cuando el realizador parte de una idea, la diseña, realiza una investigación previa. Se realiza el proceso del mensaje, se toma en cuenta el equipo de producción que necesitará de acuerdo a un presupuesto y su intercomunicación, se propone una calendarización, la realización del libreto, los planos del estudio o bocetos de la locación y si es necesario los requisitos de la instalación.

“La Pre-producción es el proceso inmediato anterior a la grabación o transmisión de un programa televisivo, en donde se lleva a cabo la conjunción de todos los elementos que integrarán la producción y realización de un programa; esto se lleva a cabo en varias reuniones o juntas, participando todos directamente involucrados con la grabación o transmisión, organizando y coordinando los elementos que intervendrán en la producción que son:

- Juntas con el escritor. Es muy importante darle toda la información y lineamientos de la idea: cuál es el objetivo, el género del programa, a qué público va dirigido, características socioeconómicas del mismo, investigación y antecedentes históricos según se requiera etc. El escritor aterriza las ideas, presenta la sinopsis, crea el guión literario por capítulos o programas unitarios según el género o lineamiento del programa.
- Diseño del presupuesto.
- Creación del plan de producción.
- Contratación del personal de producción: director de escena, director de cámaras, productor musical, musicalizador, coordinador de producción, jefe de reparto, coordinador de locaciones, realizador, gerente administrativo, relaciones públicas, investigador, diseñador gráfico, y de animación, locutor, corresponsal, conductor, responsable de vestuario, asistente de edición, asistente de dirección de escena, asistente de dirección de cámaras, asistente de producción general, asistente de edición, asistente de camarógrafo, asistente de realización, escenógrafo,

diseñador de interiores, diseñador de vestuario, maquillista, utilero, iluminador, camarógrafo, editor, secretaria, mensajero, chofer, personal de limpieza etc.

- Creación del Storyboard o storyline, según el caso.
- Contratación de los servicios de comida.
- Lectura del libreto con los actores y equipo de producción.
- Renta del equipo necesario.
- Solicitud de permisos a las delegaciones, los parques o instalaciones privadas.
- Casting o audición de locutores, actores y talento artístico.
- Contratación de servicios a producción.
- Scouting o búsqueda de locaciones.
- Apartado de equipo de edición y salas de post-producción.
- Renta de vehículos.
- Reservación de hoteles en caso necesario.
- Renta de cualquier utilería necesaria.
- Renta o compra del sistema de comunicación walkie-talkies.
- Juntas y reuniones antes de la producción.
- Realizar ensayos.
- Realizar y entregar mapas de la localización del lugar de grabación
- Entregar libretos autorizados y llamados a todos los implicados en el programa (producción, técnicos, talento artístico, servicios a producción)"...<sup>28</sup>

- **La producción:** es llevar a la acción el proyecto imaginado, es la responsabilidad de elaborar el producto sonoro o audiovisual integrando todos sus elementos, desde manejar el presupuesto, coordinarlo con los clientes, agencias de publicidad, estaciones de radio o canales de televisión, patrocinadores, escritores y agentes del elenco, se coordina con los recursos humanos que tiene a su disposición sean técnicos o no técnicos.

La producción audiovisual es un trabajo en equipo en la que se transforma un libreto en mensajes de video o de audio, se coordina a todo el elemento que hará posible la realización, se calendariza el elenco de acuerdo a horarios establecidos .

---

<sup>28</sup> D`VICTORICA, Raúl. "Producción en Televisión, Procesos y elementos que integran la producción en Televisión", Ed.Trillas, México, 2002. Pág 14 y 15

“Es la realización del programa en sí, la grabación ya sea en estudio o en exteriores (locación), de todo lo planeado en la pre-producción. Es necesario seguir al pie de la letra el break down. Si este no tiene ningún problema, la producción tampoco lo tendrá. Puede haber imprevistos, pero con una buena pre-producción se garantiza una excelente producción” ...

Para el desarrollo de la producción se debe:

- Seguir el desarrollo del break down
- Entregar llamado de actores
- Revisar la utilería
- Revisar el vestuario
- Revisar la escenografía
- Coordinar las locaciones
- Coordinar los servicios a producción
- Grabar el tema musical (música original)
- Grabar el programa
- Grabar tomas de ubicación
- Solucionar imprevistos”<sup>29</sup>

- **La Post- Producción:** Ultima etapa del proceso de producción, es el acabado, el armado de todas las piezas sonoras y visuales. Es la etapa de la que depende si a la audiencia, público o cliente le va a gustar o no.

Esta etapa es decisiva, implica cómo va a quedar conformado al final el programa. Se realiza la edición, la inclusión de efectos digitales, la musicalización, la grabación de incidentales y el locutor off, titulado, etc. De ella depende que el programa sea bueno o malo.

“Puede tenerse una excelente pre-producción y una buena producción, pero si no está bien realizada no tendrá caso el éxito en las tres etapas anteriores.

Es el proceso de operación y de arte que se realiza para armar o editar todos los elementos que conforman un programa de televisión. Una vez grabadas las tomas que conforman el programa, se procede al acabado final, es decir, a unir cada toma dentro de

---

<sup>29</sup> Idem y pág 18

una secuencia lógica narrativa, ajustándolas a un tiempo delimitado, agregando títulos, créditos, gráficas, efectos especiales, sonidos, música, incidentales, etc., de manera que el resultado sea un acabado definitivo, un programa listo para transmitirse”...

#### Desarrollo

- Calificación del material grabado
- Lista de créditos
- Edición
- Incluir efectos digitales
- Incluir créditos y títulos al video
- Grabación de locutor en off contra imagen o en frío
- Grabación de incidentales
- Musicalización
- Regrabación de audio para mezclar todos los sonidos
- Etiquetar el videocasete con los datos del programa
- Realizar copias necesarias
- Enviar el control de calidad
- Entregar al *master* para su transmisión”<sup>30</sup> Pág.. 18 y 19

### **3.2.- Público Meta**

El Centro De Implantología Oral y Rehabilitación como se mencionó en el capítulo anterior funciona como centro de enseñanza de la especialidad de Implantología (rama de la Odontología) a Cirujanos Dentistas titulados y especialistas en otras ramas del estudio dental. Se menciona lo anterior debido a que los alumnos deben llevar a sus pacientes, o en el tiempo que están estudiando en CIORe tienen que conseguir pacientes candidatos a colocarse implantes, sus pacientes deben tener la solvencia económica para comenzar su tratamiento. La mayoría de ellos pertenecen a la clase social media-alta, alta-baja y alta-media.

Por otra parte CIORe también funciona como clínica especializada, cualquier persona que quiera recuperar sus piezas dentales puede ser paciente de CIORe o del Director General. Si es paciente de los alumnos tendrá un costo menor, más a la mano de sus bolsillos porque son atendidos por estudiantes.

---

<sup>30</sup> D´VICTORICA, Raúl. “Producción en Televisión” Pág. 18 y 19



El video informativo de “la Sonrisa Biónica con CIORe” está destinado para los pacientes de clase:

media-media, media – alta: los pertenecientes a estos dos grupos pueden juntar dinero ya sea con sacrificios, préstamos tienen oportunidad de solventar este gasto que es benéfico para su salud y estética . El grupo de clase social media-alta es el que se mueve más por la estética, la vanidad y lo aspiracional de querer ser perteneciente a la clase social alta-baja, alta-media y alta-alta.

Clase alta- baja y clase alta-media, son los pacientes y clientes ideales para CIORe ya que no tienen ningún inconveniente en el costo total de las dos fases: colocación y rehabilitación de o los implantes, lo hacen por salud y por estética. También son personas que no están cerradas a conocer nuevas alternativas que les beneficien tanto en funcionalidad como en estética.

El tipo de lenguaje que se utilizará será claro y sencillo, se tratará de explicar con imágenes los términos del campo dental, se utilizarán de manera amena y ágil para ejemplificar lo que se menciona. Se tratará al target group con respeto, no es necesario utilizar un lenguaje caló debido a que es una empresa con prestigio odontológico, se debe tratar al paciente como adulto y de que es un tema de salud y de seriedad.

No se excluye a la clase alta-alta; sin embargo los individuos pertenecientes a este último rubro social prefieren la exclusividad de las zonas mejor ubicadas de la Ciudad de México, o bien el servicio en otros países.

El precio de los implantes CIORe- DIO, de los materiales utilizados en su colocación y en la rehabilitación son costosos, por lo que si se excluye a la clase baja- baja, clase baja-media, clase baja-alta, clase media- baja.

En contraste para los tres niveles de la clase social baja sería un gasto innecesario o un lujo, ya que muchos viven al día o le dan prioridad a su alimentación, a la manutención de su familia o su vivienda.

Tal vez en un futuro los implantes, el material que se necesita para la colocación y rehabilitación será accesible a los bolsillos de la clase baja- alta y clase media-baja.

En cuanto a la edad, como se mencionó con anterioridad las personas candidatas a colocarse implantes van desde los 18 años en adelante, no son hechos para niños hasta que sus huesos se desarrollen por completo.

El público meta es joven adulto de 18 en adelante y de clase social media-media a alta baja, y que carezcan de órganos dentarios, tanto pacientes externos de CIORe como pacientes internos (que sean llevados por los alumnos o por el Dr. Sergio Vilchis).

### **3.3.- Duración**

El video está pensado para 6´ 30”, es un video informativo que se transmitirá en la sala de espera de CIORe- Dio con el propósito de que los pacientes se informen de qué es un implante dental, cómo se coloca y cuáles son sus beneficios.

Se piensa en 6´ 30” porque es un video que entra en el género informativo, como tal la información debe ser expuesta de manera clara; manejar lenguaje sencillo, coloquial para que el público meta lo entienda. El lenguaje audiovisual debe ser atractivo para atrapar al público, que trate la información de forma precisa, que el paciente no tenga dudas de lo que escucha con lo que ve.

Seis minutos y medio es un tiempo suficiente para atrapar a la audiencia y mantener su atención, si se extiende a más tiempo se torna aburrido y será molesto para el público meta.

### **3.4 .- Propuesta**

**VIDEO INFORMATIVO PARA EL CENTRO DE IMPLANTOLOGÍA ORAL Y REHABILITACIÓN , “ CIORE”.**

**DURACIÓN : 6´ 30”**

**PRODUCTO : SERVICIO DE IMPLANTES DENTALES PARA PACIENTES QUE CARECEN DE ÓRGANOS DENTARIOS.**

El Centro de Implantología Oral y Rehabilitación (CIORe) es una empresa privada dedicada a la enseñanza en el área de la implantología bucal desde 1997, además, es una clínica que ofrece sus servicios a pacientes edéntulos (carentes de órganos bucales).

Los servicios que da este centro de enseñanza bucal a sus pacientes son: tratamiento de enfermedades bucales como gingivitis\* y periodoncia<sup>▼</sup>, diagnóstico, colocación de implantes dentales y la rehabilitación de dichas prótesis bucales.

En lo particular es muy importante realizar una propuesta para un video audiovisual informativo con duración de 6 minutos, 30 segundos para ser transmitidos en CIORe, con la finalidad de divulgar de manera sencilla, breve, didáctica y amena la información que el paciente quiere conocer, además de resolver las dudas que las palabras de su especialista o los carteles publicitarios no esclarecen su inquietud.

Esta propuesta audiovisual se realizará para la empresa CIORe y para resolver las dudas de sus clientes (pacientes) ya que se responderá a su necesidad de estar informado.

Principalmente va dirigido a los pacientes o personas que no tienen órganos dentarios, la mayoría son personas adultas de 18 a 70 años de clase social media-media, media-alta, alta-baja, alta-media y alta-alta debido a que tanto la colocación de los implantes como la rehabilitación no es muy accesible y económica para todos los bolsillos de los mexicanos.

El público meta al que se dirige esta propuesta son adultos de 18 años en adelante de clase social: media-media, media-alta, alta-baja y alta-alta debido a que los implantes, el tratamiento dental es costoso; se incluye a la clase social media-media porque son los grupos de mente abierta capaces de mejorar su estilo de vida y salud a pesar de que a menudo suelen hacer sacrificios económicos pero obtienen lo que desean.

La clase social media-alta y alta baja representan los grupos ideales a los que se quiere llegar, ya que son los grupos pudientes en el factor económico, que no les representa ningún problema pagar por un buen servicio.

Se descarta la clase social baja y media-baja por el alto costo del tratamiento y porque CIORe necesita mantener su imagen de buen status social.

---

\* Enfermedad bacteriana que provoca inflamación y sangrado de las encías causada por los restos alimenticios que quedan atrapados entre los diente por la nula o deficiente higiene bucal

▼ Enfermedad bacteriana que destruye al periodonto, tejido de sostén de los dientes constituido por la encía, el hueso alveolar, el cemento radicular y el ligamento periodontal (fibras colágenas) causada por la placa dentobacteriana, tabaquismo, diabetes Mellitus, etc.

El lenguaje utilizado será tratado con sencillez, ameno, ágil, didáctico, sin faltarle el respeto al paciente, debido a que es un video informativo su misión es presentar la información para esclarecer dudas, en cuanto al uso del video, se realizará sin un formato o género establecido ya que este medio de comunicación es de naturaleza libre, es un medio de expresión manipulable.

El lenguaje visual se utilizará numerosas imágenes a manera de corte directo para mantener activo al paciente, se trata de captar su atención con dinamismo, hoy en día el desarrollo del medio televisivo y del video así como de la vida cotidiana exigen la inmediatez, la rapidez de un mensaje con innumerables puntos de vista, paisajes, diferentes tomas. No habrá tomas repetidas.

No se utilizarán muchos efectos de cámara o efectos especiales, ya que no se cuenta con un presupuesto alto para ambicionar con una súper producción, puede ser un buen video de calidad sin contar la magnitud de producción económica, son aspectos que no están peleados.

Los implantes dentales representan una alternativa novedosa para las personas que carecen de dientes, debido a la escasa información del tema bucal desconocen los centros a los que pueden acudir y pueden pensar que los precios son muy elevados.

El paciente puede mejorar su salud, autoestima y calidad de vida conociendo los servicios de CIORe, ejemplificado con casos reales, el diagnóstico de especialistas, cuáles son los tipos de enfermedades y el proceso de la rehabilitación.

## **Objetivos**

- Dar a conocer a través de un video informativo los servicios que ofrece el Centro de Implantología Oral y Rehabilitación a sus pacientes para conservar su salud bucal.
- El público meta conocerá la manera en que los implantes se pueden colocar en su boca, dependiendo de las condiciones y aceptación de su organismo.
- Divulgar por medio de un video informativo las causas que provocan la pérdida dental y la solución a su problema.

## Descripción

El video es meramente informativo, con la intención de que los pacientes que están en la sala de espera conozcan qué es un implante, cómo se colocan en la clínica: sus beneficios, cómo se lleva a cabo una cirugía, los pasos principales sin mostrar sangre, se trata de poner imágenes limpias y que no sean grotescas para el público meta, con el fin de animar al paciente y no asustarlo con la sangre o dolor. También mostrar cómo es la rehabilitación o recuperación, la comparación de un caso del antes y el después.

**Para el logotipo** de CIORe se utilizará el logotipo que maneja la empresa con fondo blanco y azul ya que es la imagen oficial con los colores que la escuela utiliza. Para algunos teóricos del color como por ejemplo Paul Signac, menciona que los colores pueden influir en el estado de ánimo de las personas, el blanco transmite limpieza, claridad, mientras que el azul la tranquilidad y confianza.

**En cuanto al nombre del video será:** La sonrisa biónica con CIORe. El título irá con letras en manuscrito de color blanco en medio de la pantalla, aparecerán las palabras :”La Sonrisa Biónica ... con el efecto de barrido del lado izquierdo, mientras que el siguiente texto: con CIORe” (con el mismo efecto de barrido) del lado derecho. El título del video en manuscrito se manifestará delante del logotipo oficial de CIORe y desaparecerá cuando entre el logotipo en forma es para darle una imagen elegante, no se piensa en saturar con imágenes la imagen inicial del video, es mejor una idea minimalista para que el público la asimile más rápido asegurando que no la olvide tan fácilmente.

Se llama la sonrisa Biónica con CIORe porque un implante dental es una prótesis, no es parte del organismo del ser humano. Se hace referencia a la trama de las series norteamericanas del hombre y la mujer biónica, que tras haber quedado inválidos por un accidente recuperaron sus miembros u órganos biónicos, mejorados, porque eran extensiones metálicas. Las prótesis faciales, de piernas, cartílagos, brazos en la vida real son de titanio, igual al que se utiliza para los implantes dentales.

La idea de la Sonrisa Biónica con CIORe es que el paciente lo relacione con las series televisivas, pero que lo transforme con la idea de su sonrisa; si no tiene órganos dentarios con CIORe recuperará su sonrisa y será mejor a la original que tenía con sus dientes de hueso, a pesar de que ahora sus dientes sean de titanio.

El video contará con imágenes de personas con dientes en mal estado o que carecen de ellos para evidenciar los casos de la vida real, todas las personas están expuestas a perder sus piezas dentarias.

Se tomarán dos **imágenes de archivo**: del programa televisivo del Chavo del ocho, el personaje de la Chilindrina, en el momento que llora o hace su berrinche, esto es para ejemplificar audiovisualmente la tristeza en forma de sátira lo que se siente perder un diente. Se elige al personaje infantil porque es famoso, reconocido y apto para generar una familiaridad.

Seguida por la imagen de archivo de la película Misión Espacial del 007 de la saga de James Bond. Se utilizarán las imágenes del villano o anti héroe (Mandíbulas) quien tiene dientes de hierro muerde un cable y le sonrío a una joven coqueteándole.

Se transmitirá esta escena clave e importante en el nombre del video porque marcará el inicio de la explicación de los implantes dentales, además los dientes del actor son sobresalientes y antiestéticos pero poderosos, con CIORe son poderosos pero estéticos. Mientras el villano lo utiliza para el mal, la persona común lo utiliza para comer, evitar la deformación de su rostro y para sentirse bien.

Las imágenes de archivo estarán sujetas al pago de derechos de autor para evitar problemas de transmisión y robo de imagen.

En cuanto a la **iluminación**, todas las tomas serán de día, lo recomendable es que se aprovechen la luz solar entre las 9 de la mañana a las 4 de la tarde, a medida de que oscurezca se utilizará un rebotador de luz en las tomas de exteriores como las entrevistas. Otro aspecto que cabe resaltar es que en CIORe se labora desde la mañana, los alumnos, los profesores y el director general se encuentran activos (clases, prácticas, cirugías) en la mañana y en la tarde. Las tomas nocturnas son innecesarias.

En CIORe los colores de las paredes son blancas, por lo tanto beneficiará la iluminación, se utilizará la iluminación en triángulo: la luz de relleno (difusa flood), luz clave (directa o semi difusa Spot) luz directa de atrás (float) incluyendo un reflector para la luz de relleno y la luz de fondo directa, spot para evitar sombras y proporcionar la luz.

Los modelos que se utilizarán:

**Personas entrevistadas al azar:** Serán 6, un hombre joven (20 a 35 años), un hombre adulto (50-60 años) y cuatro mujeres adultas (35-60). El único patrón que se solicitará es mayoría de mujeres para fomentar la imagen de ellas, para cambiar un poco el esquema tradicional en el que se muestra a los hombres de forma participativa, en este caso serán tomado en cuenta el grupo femenino.

El Director General: C.D. Sergio Vilchis será el que más participe en el video ya que es la voz líder de la empresa, dará soporte, fuerza y credibilidad al video.

4 personas con bonitos dientes

3 personas con dientes en mal estado

4 talentos (extras) servirán como personas de apoyo para ilustrar a los pacientes atendidos por los alumnos ó por el Dr. Vilchis.

2 grupos de seis alumnos (cada uno) de CIORE que tomen la clase, tomen una radiografía además de atender a los pacientes en las escenas grabadas.

2 deportistas de Karate o un deporte extremo que muestren como se pierden los dientes.

2 profesores que trabajen en CIORe para mostrar las actividades dentro de la clínica de CIORe.

2 adultos, una mujer y un hombre para la penúltima escena con dientes sanos.

2 adolescentes en la penúltima escena con dientes en buen estado.

3 niños en la penúltima escena con dientes en buen estado.

**Vestuario:** Los modelos tendrán que vestirse de manera casual, los modelos de dientes sanos utilizarán ropa más formal como pantalones de vestir o blusas de vestir pero de manera juvenil. Esto es porque tienen que reflejar una imagen más formal, el público al que va dirigido es adulto, que quieren además de recuperar la función masticatoria quieren dar imagen. Como son personas adultas las que pierden los dientes, son personas que trabajan, gustan de relacionarse con las personas, verse bien.

**Locaciones:** CIORe (clínica, salón de clases, quirófano, RX, salón de usos múltiples, sala de prácticas y exterior fachada).

Se realizarán las tomas de los sondeos a gente seleccionada al azar dentro de un parque cercano al Eje Central Lázaro Cárdenas debido a que es por el rumbo de la clínica para

facilitar traslados y reducción de costos de producción. Se hará un sondeo de 5 personas, preguntándoles que es un implante dental, de lo que respondan será el paso para retomar lo que pasa en la clínica.

2 Casas (sala, comedor, cocina, patio) de las personas que modelarán sus dientes en buen estado

Parque.

**Audio:** se utilizará un micrófono lavalier que esté sujeto de forma adecuada al talento (CD. Sergio Vilchis) para captar un mejor registro de su voz, que sea natural, no estorboso mientras camina y explica los implantes sin que afecte sus movimientos.

También se utilizará micrófono boom para exteriores, no se deberá ver en pantalla ningún tipo de micrófono, se desea que sea visto como un video apegado a la realidad.

**Música:** Se contratará a un compositor de música de jazz. Se requiere de este tipo de música porque se adapta a cualquier circunstancia, no tiene un parámetro ni reglas musicales, el jazz es un género cambiante, no es molesto para la audiencia y se mantendrá la mayoría del tiempo como música de fondo en segundo plano.

Se utilizará dos tipos de música triste para ambientar las escenas de los edéntulos y que el público se identifique con las personas que no tienen piezas dentales.

Se utilizará música instrumental alegre y tranquila para la parte final del video para tranquilizar a la audiencia y que quiera ponerse un implante, se propone un final feliz.

**Efectos de sonido:** dos tipos de música de terror, irán sincronizados con las imágenes, de manera oportuna, se quiere crear atmósferas sonoras para que el público meta se introduzca en el video y tenga una percepción real de lo que ve con lo que escucha, el otro efecto de terror será utilizado como puente de una escena a otra.



### 3.4.1- Recursos humanos necesarios para el video: “La sonrisa Biónica con CIORe”

- Productor
- Director Escénico
- Elenco
  - 3 mujeres que den su opinión, seleccionadas al azar
  - 2 hombres que den su opinión, seleccionados al azar
  - 4 personas que tengan bonitos dientes
  - 4 personas que no tengan dientes o dientes en mal estado
- Director General de CIORe
- 4 Talentos extras
- 2 Grupos de seis alumnos de CIORe (c/u de seis)
  - 2 Adolescentes con dientes bonitos
  - 2 Niños con dientes bonitos
  - 2 Adultos con dientes bonitos (mujer y hombre jóvenes de preferencia).
  - 2 Deportistas de Karate o cualquier deporte extremo.
- 2 locutores
- 1 guionista
- 1 diseñador gráfico
- 1 Maquillista
- 1 Continuista
- 1 Vestuarista
- 1 Gerente de utilería
- 1 Técnico de audio
- 1 Persona encargada de Castings
- 1 Persona de Recursos Humanos
- 1 Compositor
- 1 Musicalizador
- 1 Efectista
- 1 Director de cámara
- 1 Jala cables
- 1 Ing. de Audio
- 1 Tramoyista
- 3 Iluminadores

### **3.4.2.- Recursos Técnicos**

- 2 Cámaras de video
- 1 Switcher
- 1 Micrófono
- 1 Cassette de video Mini Dv virgen
- 2 Cd's virgen
- Alquiler de equipo de iluminación
- 2 rebotadores de luz

### **3.4.3.- Material de producción**

- 1 Mesa
- 1 Silla
- 1 Reloj
- 6 Cubrebocas
- 2 Radiografías
- 1 Gorro quirúrgico
- 2 Pares de guantes
- 1 Manzana
- 1 Chicle de bola

### **3.4.4.- Otros, Material**

- 4 Juegos de copias
- Material de archivo de chilindrina video, grabación del chavo del 8
- Material de Archivo DVD o video de Película de James Bond 007

### **3.4.5.- Vestuario**

En caso de que no se permita la reproducción del video de la chilindrina y de la película de Misión Espacial de James Bond

- 1 Sweter verde
- 2 Ligas negras para el cabello
- 1 Lentes o armazones de lentes de forma cuadrada

- 1 Smoking
- 1 Saco negro de hombre
- 1 Blusa blanca de hombre
- 1 Corbata negra de hombre
- 1 Camisa a cuadros de hombre
- 1 Bata del Dr. Sergio Vilchis
- 1 Juego de pijama de quirófano del Dr. Sergio Vilchis
- 6 Uniformes de alumnos de Ciore

### **3.5.- Presupuesto del material de producción, casa productora: Continuum Comunicación**



[Continuum@continuum.com.mx](mailto:Continuum@continuum.com.mx)

Tel:52-11-11-79

“Dedicada a: producción de eventos, producción en video, diseño industrial y gráfico, asesoría en comunicación y otros servicios”...

**“CONCEPTO Y DESARROLLO CREATIVO ESCENOGRAFÍA DISPLAY & STANDS  
PRESENTACIONES**

Se contactó a esta casa productora y pidió el Protocolo de producción del video informativo “La Sonrisa Biónica con CIORe” y manejó el siguiente presupuesto. Este es el paquete de precios que manejan por 6 minutos y medio.

**Nombre del cliente: Lilian Martínez Vilchis**

**Puesto:**

**Empresa: CIORe**

PRODUCCIÓN EN VIDEO	
<b>PREPRODUCCIÓN</b>	
Guión	
Conceptualización, Visualización y Desarrollo creativo	
Calificación del material de video proporcionado y de nuestro stock	
Coordinación general	
<b>PRODUCCIÓN</b>	
UN DÍA de levantamiento de imagen con el siguiente personal y equipo:	
- Cámara 3CCD JVC DV-500	
- Camcorder JVC MiniDV	
- Monitor de 8"	
- Tripie con cabezal hidráulico	
- Micrófono de cámara	
- Micrófono lavalier inalámbrico	
- Equipos de iluminación	
- Iluminación complementaria	
- Baterías, extensiones y accesorios	
- Filtros ópticos	
- Material MiniDV	
- Camarógrafos	
- Asistentes	
<b>POSTPRODUCCIÓN</b>	
Edición en sistema digital no lineal de alta resolución <b>AVID</b> .	
Nuestro sistema cuenta con múltiples canales de video Digital, lo que nos permite manipular varias imágenes simultáneamente, haciendo nuestras producciones más dinámicas y espectaculares, con excelente calidad de imagen y sonido.	
- Sistema de edición en computadora con 160 Gigas de capacidad de memoria y alta definición.	
- Digitalización de imágenes en alta resolución	
- Composición del programa en disco duro	
- Títulos, textos y / o gráficos en sistema computarizado 2-D	
- Inclusión de efectos visuales (disolvencias, wipes, etc.)	
- Inclusión de efectos digitales (rotación de los ejes x, y, z, push, pull, conceal, etc.)	
- Musicalización en sistema Digital	
- Librería musical con derechos pagados	
- Mezcla Digital. / Masterización digital	
- Transferencia	
- Locutor profesional AAA	
- Cabina de Locutor	
- Master en DVD	
- Copia en DVD	

<b>INVERSIÓN</b>	<b>\$25.000,00</b>
------------------	--------------------

**CONDICIONES DE PAGO**

50% de anticipo y 50% al finalizar el proyecto.

Las facturas correspondientes se generarán a través de nuestra razón social:

Este presupuesto no incluye el 15% de IVA

Este presupuesto incluye los aspectos descritos específicamente y tiene una vigencia de 30 días

### 3.6.- Presupuesto cotización total del video informativo “La Sonrisa Biónica con CIORe”

#### EQUIPO CREATIVO

Cargo	Costo por día	Iva 15%	Total
Productor	\$5,000.00	\$750.00	\$5,750.00
Director	\$5,000.00	\$750.00	\$5,750.00
6 Talentos (C/u \$300.00)	\$1,800.00	\$270.00	\$2,070.00
2 Locutores (\$800 C/u)	\$1,600.00	\$240.00	\$1,840.00
1 Guionista	\$3,500.00	\$525.00	\$4,025.00
1 diseñador gráfico	\$1,750.00	\$262.50	\$2,012.50
1 Maquillista	\$ 200.00	\$ 30.00	\$ 230.00
1 Ambientador	\$ 1000.00	\$150.00	\$1,150.00
1 Vestuarista	\$ 120.00	\$ 18.00	\$ 120.00
Utilero	\$ 350.00	\$ 52.50	\$ 402.50
Coordinador artístico	\$1,300.00	\$155.25	\$1,455.25
Musicalizador	\$ 900.00	\$ 135.00	\$1,035.00
<b>TOTALES</b>			
	\$22,520.00	\$3,338.25	\$25, 840.25

#### EQUIPO TÉCNICO

Cargo	Costo por día	IVA 15%	Total
2 camarógrafos, C/u \$750	\$1,500.00	\$225.00	\$1,725.00
3 iluminadores, C/u \$280	\$ 840.00	\$126.00	\$ 966.00
Efectos sonoros	\$ 900.00	\$135.00	\$1,035.00
Generador de caracteres	\$ 150.00	\$ 22.50	\$ 172.50
Editor	\$ 1000.00	\$ 150.00	\$1,150.00
Switcher	\$ 250.00	\$ 37.50	\$ 287.50
Microfonista	\$ 250.00	\$ 37.50	\$ 287.50
2 Asistentes de cámara, C/u \$350.00	\$ 700.00	\$105.00	\$ 805.00
Operador de Audio	\$ 250.00	\$ 37.50	\$ 287.50
Operador de video	\$ 250.00	\$ 37.50	\$ 287.50
Tramoyista	\$ 120.00	\$ 18.00	\$ 138.00
<b>TOTALES</b>			
	\$6,210.00	\$931.50	\$7,141.50

## EQUIPO

Concepto	Costo por día	IVA 15%	Total
Renta equipo Avid, sistema digital no lineal	\$1000.00	\$ 150.00	\$ 1,150.00
-Equipo de Camcorder -1 Cámara JVC mini DV -Cámara 3C CD JVC DV500 -Monitor de 8" -Tripie con cabezal hidráulico -Micrófono de cámara -Micrófono lavalier inalámbrico -Equipo de iluminación -Iluminación complementaria -Filtros ópticos -Baterías, extensiones, cables	\$9000.00	\$1,350.00	\$10,350.00
<b>TOTALES</b>			
	\$10,000.00	\$1,500.00	\$11,500.00

## MATERIAL DE GRABACIÓN

Cargo	Costo por día	IVA 15%	Total
- 4 cintas mini DV 90 min \$130 C/u	\$520.00	\$78.00	\$598.00
-4 CD de DVD Sony copias C/u \$45.00	\$180.00	\$27.00	\$270.00
- 2 CD vírgenes Sony para grabar audio C/u \$9.50	\$19.00	\$ 2.85	\$ 21.85
- 1 rebotador de luz	\$1,225.00	\$183.75	\$1,408.75
<b>TOTALES</b>			
	\$1,944.00	\$291.60	\$2,298.60

## MATERIAL PARA LA UTILERÍA

Concepto	Costo por día	IVA 15%	Total
Mesa de comedor	\$1,200.00	\$180.00	\$1,380.00
Silla	\$800.00	\$120.00	\$ 920.00
Mesa de centro	\$750.00	\$112.00	\$ 862.00
Reloj de pared	\$150.00	\$ 22.50	\$ 172.50
Medio kilo de manzanas	\$ 15.00	\$ 2.25	\$ 17.25
1 chicle rompe muelas	\$ 10.00	\$ 1.50	\$ 11.50
4 juegos de copias \$10.00 C/u	\$ 40.00	\$ 6.00	\$ 46.00
Película de James Bond Misión Espacial DVD	\$140.00	\$ 21.00	\$ 161.00
Vídeo del Chavo del ocho grabado en VHS	\$ 24.00	\$ 3.60	\$ 27.60
Flores	\$ 35.00	\$ 5.25	\$ 40.25
Florero	\$ 35.00	\$ 5.25	\$ 40.25
2 Mantel (80 C/u)	\$160.00	\$ 24.00	\$184.00
TOTALES			
	\$3,359.00	\$ 503.35	\$3,862.35

#### MATERIAL PARA LA UTILERÍA EN LA CLÍNICA

Concepto	Costo por día	IVA 15%	Total
8 cubre bocas C/u \$5	\$ 40.00	\$ 6.00	\$ 46.00
2 cubre botas \$5 C/u	\$ 10.00	\$ 1.50	\$ 11.50
2 gorros quirúrgicos \$5 C/u	\$ 10.00	\$ 1.50	\$ 11.50
2 radiografías \$150 C/u	\$300.00	\$ 45.00	\$ 345.00
2 pares de guantes \$10 C/u	\$ 20.00	\$ 3.00	\$ 23.00
6 Cuadernos \$15 C/u	\$ 90.00	\$ 13.50	\$ 103.50
Caja de plumas	\$ 12.00	\$ 1.80	\$ 13.80
Implante FTN	\$ 2000.00	\$ 300.00	\$2,300.00
TOTALES			
	\$2,482.00	\$ 372.30	\$2,854.30

OTROS



Concepto	Costo por día	IVA 15%	Total
Transporte Locación Personal con camioneta con chofer (4 personas)	\$1500.00	\$225.00	\$1,725.00
Gasolina, locación	\$400.00	\$60.00	\$460.00
Alimentos \$100 por C/u	\$400.00	\$60.00	\$460.00
<b>TOTALES</b>			
	<b>\$2,300.00</b>	<b>\$345.00</b>	<b>\$2,645.00</b>

#### ENTRADA INSTITUCIONAL

Concepto	Costo por día	IVA 15%	Total
Compositor por melodía 10"	\$5,000.00	\$750.00	\$ 5, 750.00

#### HOJA DE RESÚMEN

PRESUPUESTO DE VIDEO INFORMATIVO " LA SONRISA BIÓNICA"  
PARA EL CENTRO DE IMPLANTOLOGÍA ORAL Y REHABILITACIÓN  
DURACIÓN 4 ´ 30"

Concepto	Costo por día	IVA 15%	Total
EQUIPO CREATIVO	\$25, 840.25	\$3,876.03	\$29,716.28
EQUIPO TÉCNICO	\$ 7,141.50	\$1,071.22	\$ 8,212.72
EQUIPO	\$11,500.00	\$1,725.00	\$13,225.00
MATERIAL DE GRABACIÓN	\$ 2,298.60	\$ 344.79	\$ 2,643.39
MATERIAL PARA UTILERIA	\$ 3,862.35	\$ 579.35	\$ 4,441.70
MATERIAL PARA UTILERIA CLÍNICA	\$ 2,854.30	\$ 428.14	\$3,282.44
OTROS	\$ 2,645.00	\$ 396.75	\$ 3,041.75
ENTRADA Y SALIDA INSTITUCIONAL	\$ 5, 750.00	\$ 862.50	\$ 6,612.50
<b>TOTALES</b>	<b>\$61,892.00</b>	<b>\$ 9,283.78</b>	<b>\$71,175.78</b>

**COSTO TOTAL: \$71,175.78**

### **3.7.-Break Down del video informativo**

**“La Sonrisa Biónica con CIORe”**

**BREAK DOWN DEL VIDEO INFORMATIVO “LA SONRISA BIÓNICA CON CIORÉ”**

VIDEO INFORMATIVO  
 “ LA SONRISA BIÓNICA CON CIORÉ”  
 PARA SER TRANSMITIDO EN  
 EL CENTRO DE IMPLANTOLOGÍA ORAL Y REHABILITACIÓN

	Ubicación Int./ Ext.	Día/ Noche	Actores Elenco	Vestuario	Escenografía	Props.	Observaciones
1	Entrada video	-----	-----	----- --	-----	-----	Logotipo de la empresa CIORÉ y título del video.
2	Interior- Casa	Día	Modelo 1 Hombre joven (bonitos dientes).	Pantalón de mezclilla, blusa negra (ropa casual).	Mesa de comedor. Una silla. Una planta. Un buró Un reloj de pared.	1 manzana. 1 mantel de mesa.	La persona se encuentra de perfil y muerde una manzana con gusto.
3	Exterior-Casa	Día	Modelo 2 Mujer adulta (bonitos dientes).	Blusa de vestir , pantalón negro (ropa juvenil casual).	-----	-----	La Modelo numero 2 sonríe entusiasta hacia la cámara.
4	Interior- Casa	Día	Modelo 3 Mujer joven (bonitos dientes).	Modelo 4 Blusa blanca de tirantes, pantalón de mezclilla y chamarra azul. (casual)	Mesa de comedor. Es una cocina.	-----	La modelo numero 3 habla y sonríe.
5	Exterior-Parque	Día	Deportista 1 Deportista 2	-Deportista 1, playera azul claro y pantalón negro. -Deportista 2, sudadera negra y pantalón negro.	-----	-----	Los dos deportistas están practicando un deporte extremos de combate, el numero 2 le da una patada en la cara al numero 1 tirándolo al suelo.
6	Imagen archivo de CIORÉ.	Día	Modelo 4 Hombre con enfermedad periodontal.	-----	-----	-----	Aparecen los dientes del modelo 4 en muy mal estado.

7	Exterior-Parque	Día	Modelo 5, Sr. con dientes feos.	Modelo 5 camisa azul y gorra azul, pantalón negro.	-----	-----	El señor habla y no se avergüenza de sus dientes.
8	Exterior-Parque	Día	Modelo 6, señor adulto mayor sin dientes y envejecido.	Modelo 6, suéter gris, playera roja, gorra azul y pantalón negro.	-----	-----	El modelo 6 habla y agacha su cabeza con tristeza.
9	Imagen de archivo del programa: El chavo del ocho	-----	-----	-----	-----	Vídeo del programa	Escena donde la Chilindrina esté llorando
10	Imagen de archivo de una película de James Bond 007 Misión Espacial	-----	-----	-----	-----	Película	Escena en donde el villano alto que tiene dientes de hierro (Mandíbulas) muerde un cable y sonríe a una joven rubia.
12	Exterior-Parque	Día-Tarde	Hombre joven.	Persona del sondeo vestidas con ropa casual.	-----	-----	Paisaje de un parque en donde se escogerá al azar y dará su opinión de qué es un implante dental.
13	Interior-Casa	Día-Tarde	4 Mujeres adultas y un hombre adulto.	Personas del sondeo vestidas con ropa causal y deportiva.	-----	-----	Una casa de actividades culturales y deportivas donde se escogerá al azar a las cinco personas que darán su opinión acerca de qué es un implante dental.
16	Interior – Quirófano CIORe	Día	Dr. Sergio Vilchis Director General de Ciore.	Dr. Vilchis: bata blanca de dentista de CIORe , un tapabocas, pijama quirúrgica (gorro de operaciones, camisa, pantalón y cubre zapatos).	Quirófano con silla de operaciones con otros muebles quirúrgicos y todas sus aplicaciones	1 Cubre bocas 1 par de guantes 1 cubre zapatos 1 Gorro de operaciones	El Dr. Sergio Vilchis da la definición de qué es un implante dental y se pone el cubre bocas. También aparece con una bata blanca de dentistas.

17	Interior- Clínica CIORe	Día	Dr. Sergio Vilchis y una paciente.	Dr.Vilchis: bata blanca de dentista, pantalón negro, blusa azul. Paciente: ropa casual	Clínica de CIORe, silla o modulo dental y gabinete de dentista	1 Cubre bocas 1 par de guantes	El Dr. Sergio Vilchis atiende a una de sus pacientes.
18	Interior-Clínica CIORE	Día	Dr. Sergio Vilchis.	Dr. Sergio Vilchis: pijama quirúrgica azul.	Quirófano de CIORe.	1 Gorro quirúrgico	El Dr. Sergio Vilchis habla del personal docente de CIORe.
19	Interior-Salón de clases CIORe	Día	12 Dentistas, alumnos de CIORe. Dr.Sergio Vilchis y un profesor de CIORe.	Todos los alumnos con uniforme de CIORe: playera tipo polo blanca, pantalón blanco y zapatos blancos. El DR. Sergio Vilchis con pijama quirúrgica y el otro profesor de traje gris.	6 Mesas 6 Sillas 1 Escritorio 1 Mesa de madera pequeña 1 Pizarrón	12 Cuadernos 1 Laptop 12 Plumas de escritorio	Los alumnos prestan atención a las dos clases.
20	Interior-Sala de prácticas de CIORe	Día	Una implantóloga.	Implantóloga: uniforme de bata azul oscura de CIORe.	-----	-----	La implantóloga hace su trabajo esterilizando material quirúrgico.
21	Interior-Quirófano CIORe	Día	Dr. Sergio Vilchis.	Dr. Vilchis: Pijama quirúrgica.	Quirófano de CIORe	1 Gorro quirúrgico. 1 Radiografía.	El Dr. Sergio Vilchis habla sobre los estudios previos a la cirugía de colocación de implantes.
22	Interior-RX de CIORe	Día	1 Implantólogo 1 Paciente	Implantólogo: bata blanca de CIORe Paciente: ropa casual , pantalón de mezclilla, blusa azul.	1 Aparato de Rayos X	-----	Uno de los implantólogos toma radiografía a la paciente.
23	Interior- Clínica de CIORe	Día	3 Alumnos 3 Pacientes	Los alumnos: con su uniforme: playera tipo polo blanca, pantalón blanco y zapatos blancos Pacientes: ropa casual	3 Unidades dentales con sus respectivas lámparas, 1 Mesa de Mayo 3 Sillas pequeñas	3 Cubre bocas 3 Pares de guantes	Los alumnos atienden a sus pacientes
24	Interior- Salón de usos múltiples	Día	Dr. Sergio Vilchis.	Dr. Sergio Vilchis: con pijama quirúrgica.	Mesa y silla.	1 Demo o didáctico de un implante	Dr. Vilchis arma el demo del implante gigante y lo explica.

25	Int-Quirófano CIORe Imágenes de archivo de Cirugía	Día	Dr. Sergio Vilchis Paciente de cirugía	Dr Vilchis: Pijama quirúrgica que incluye bata, pantalón para cirugía.	Quirófano CIORe	1Cubre bocas 1 Par de guantes 1 Par de cubre botas 1 Gorro de cirugía.	El Dr. Vilchis da los pasos a seguir en la cirugía. Se ve sólo la boca del paciente, la encía , y los 3 pasos de la cirugía para colocar el implante al paciente
26	Int- Quirófano CIORe	Día	Dr. Sergio Vilchis	Dr. Vilchis: pijama quirúrgica.	Quirófano CIORe	-----	El Dr. Vilchis menciona el tiempo de rehabilitación.
27	Imágenes de archivo de CIORe del antes y después	-----	Paciente	-----	-----	2 Fotografías o diapositivas de antes de un paciente y después .	Se muestran las diapositivas o fotografías de Antes y Después para hacer una comparación. Sin implantes y con implantes
29	Exterior-Parque	Día	Mujer adulta envejecida Modelo 7	Modelo 7: playera amarilla, gorra blanca y pantalón negro.	-----	-----	La modelo habla.
30	Exterior- Casa	Día	Modelo 2	Pantalón de mezclilla (ropa juvenil casual).	-----	1 Chicle	La Modelo 2 sonríe y mastica un chicle.
31	Exterior-Parque	Día	Familia integrada por 2 adultos jóvenes, 3 niños y 2 adolescentes	Todos llevan ropa juvenil casual.	-----	-----	La familia están sentados en una silla horizontal y todos ríen mostrando sus dientes en buen estado.
32	Exterior - Casa	Día	Modelo 2	Modelo 2: (ropa juvenil casual).	-----	-----	La modelo 2 sonríe.
33	Cierre del video, final.	-----	-----	-----	-----	-----	Aparece el logotipo de la empresa CIORe, la imagen de entrada como cierre.
34	Créditos	-----	-----	-----	-----	-----	-----

### 3.8.-Escala del video informativo "La Sonrisa Biónica con CIORe"

Producción: R. Lilian Martínez Vilchis

Video informativo de CIORe

Fecha: 29 /07/09

ESC #	Sección	Tiempo sección	Hora	Espacio
01	Entrada Institucional del video, presentación del video.	00:00:10	00:00:10	Aparece el titulo del video en fondo azul y con letras estilo manuscrito el título: La Sonrisa Biónica con CIORe y el logotipo de CIORe.
02	Perfil de un hombre joven adulto con dientes bonitos mordiendo una manzana. Dos imágenes más.	00:00:10	00:00:20	Interior – Casa- Día
03	Una mujer joven adulta con dientes bonitos sonriendo.	00:00:08	00:00:28	Exterior- Casa- Día
04	Una chica habla y sonríe, dientes en buen estado.	00:00:04	00:00:32	Interior- Casa- Día
05	Dos deportistas de deportes extremos están practicando y uno le pega en la cara a su adversario tirándolo al suelo.	00:00:18	00:00:50	Interior-Parque-Día
06	Se muestran dientes y encía en mal estado.	00:00:05	00:00:55	Imagen de archivo de CIORe
07	Una hombre adulto habla tiene pocos dientes y en mal estado	00:00:05	00:01:00	Interior – Casa- Día
08	Boca sin dientes de un señor que habla y se agacha.	00:00:15	00:01:15	Exterior- Parque- Día
9	Imagen de archivo del programa el Chavo del ocho en la que la chilindrina llora	00:00:20	00:01:35	Imagen de archivo Int-Casa-Día
10	Imágenes de archivo de la película de Misión Espacial del 007 en donde el personaje Mandíbulas con dientes de fierro muerde un cable, sonríe en un teleférico y le sonríe a una mujer rubia	00:00:05	00:01:40	Imágenes de archivo Ext-Teleférico-Día

**VIDEO: La Sonrisa Biónica con CIORe Producción: R. Lilian Martínez Vilchis**  
**Video informativo de CIORe**  
**Fecha: 29 /07/09**

11	Aparece pregunta sobre fondo blanco ¿Qué es un implante dental?	00:00:05	00:01:45	Pregunta en fondo blanco a manera de cortinilla
12	Un hombre joven escogido al azar da su punto de vista de lo que es un implante dental.	00:00:10	00:01:55	Exterior- Parque- Día
13	Cuatro mujeres adultas y un hombre adulto dan su punto de vista de lo que es un implante dental.	00:00:55	00:02:50	Interior- Casa-Día
14	Aparecen letras : Realmente .. ¿Qué es un implante dental?	00:00:07	00:02:57	Afirmación y pregunta sobre fondo blanco y letras blancas con contorno negro.
15	Fachada de la construcción del Centro de Implantología Oral y Rehabilitación.	00:00:18	00:03:15	Ext- Calle CIORe- Día
16	El Dr. Sergio Vilchis explica lo que es un implante dental y quién es candidato.	00:00:50	00:04:05	Interior- Quirófano CIORe- Día
17	El Dr. Sergio Vilchis atiende a un paciente.	00:00:05	00:04:10	Int- Clínica CIORe-Día
18	El Dr. Sergio Vilchis explica acerca de su personal docente.	00:00:20	00:04:30	Int-Quirófano CIORe-Día
19	Aparecen alumnos de CIORe tomando clases con el Dr. Sergio Vilchis y con otro profesor	00:00:06	00:04:36	Interior-Salón de clases- Día
20	Aparece una implantóloga esterilizando material quirúrgico.	00:00:03	00:04:39	Int-Sala de prácticas-Día
21	El Dr. Sergio Vilchis explica lo que se les pide a los pacientes antes de colocarles un implante dental.	00:00:16	00:04:55	Int-Quirófano CIORe-Día
22	Un implantólogo le saca una radiografía a una paciente	00:00:05	00:05:00	Int-RX CIORe-Día
23	Tres implantólogos revisan a tres pacientes	00:00:03	00:05:03	Interior-Clínica CIORe-Día
24	El Dr. Sergio Vilchis arma un modelo (demo) de un implante y explica cada complemento	00:00:17	00:05:20	Interior.-Salón de usos múltiples-Día



**VIDEO: La Sonrisa Biónica.**

**Producción: R. Lilian Martínez Vilchis**

**Video informativo de CIORe**

**Fecha: 29 /07/09**

25	El Dr. Sergio Vilchis da la bienvenida a los 3 pasos en la cirugía y aparecen 4 imágenes una boca sin implante, otra haciendo perforación en la encía, otra colocándole un implante y una atornillándolo.	00:00:25	00:05:45	Int- Quirófano- Día . Imágenes de archivo de cirugía.
26	El Dr. Vilchis explica acerca del tiempo de rehabilitación.	00:00:05	00:05:50	Int-Quirófano CIORe-Día
27	Se muestra el antes de un caso de una boca sin implante que le falta un diente y el después ya con diente.	00:00:05	00:05:55	Dos imágenes de archivo de CIORe
28	Aparece en pantalla las palabras que dicen Beneficios de los implantes.	00:00:05	00:06:00	Aparece en fondo blanco a manera de cortinilla las palabras de Beneficios de los implantes
29	Una persona de edad adulta con envejecimiento prematuro.	00:00:05	00:06:05	Exterior-Parque- Día
30	Aparece mujer con dientes bonitos mordiendo un chicle.	00:00:05	00:06:10	Exterior- Casa-Día
31	Una familia (mujer joven, hombre adulto, tres niños y dos adolescentes con dientes en buen estado, todos sonríen.	00:00:05	00:06:15	Exterior- Parque- Día
32	Mujer con dientes bonitos sonrío.	00:00:05	00:06:20	Exterior- Casa-Día.
33	Aparece el logotipo de CIORe, la entrada institucional, la presentación del video, como cierre	00:00:10	00:06:30	Aparece el título del video en fondo azul, con letras estilo manuscrito el título: La Sonrisa Biónica con CIORe y el logotipo de la empresa .
34	Créditos	00:06:30	00:06:32	

**3.9.- Guión literario del video informativo  
“La Sonrisa Biónica con CIORE”**

1	00:00:00	<p>FADE IN                  APARECE CON LETRA MANUSCRITAS Y DE COLOR BLANCO EL TÍTULO DEL VIDEO: La Sonrisa Biónica con CIORe SOBRE FONDO AZUL DESPUÉS APARECE EL LOGOTIPO DE LA EMPRESA CIORe. SE DESLIZA HACIA LA IZQUIERDA ...La Sonrisa Biónica con.. Y LA PALABRA: CIORe (MANUSCRITA) HACIA LA DERECHA</p> <p>CORTE A</p>	<p>FADE IN</p> <p>OP. ENTRA RÚBRICA DEL VIDEO, MUSICA ORIGINAL, ENTRADA INSTITUCIONAL DE LA EMPRESA CIORe .</p>
2	00:00:10	<p>ESC. 2. INT-CASA DÍA. TRES IMÁGENES A MANERA DE CORTE DIRECTO.                  M.S. del perfil de un hombre joven adulto que muestra sus dientes en buen estado, el muerde una manzana.</p> <p>CORTE A</p>	<p>ENTRA MUSICA DE JAZZ ALEGRE, CD 1, TRACK #2 Y SE MANTIENE SEGUNDO PLANO DEL 0" A 15".                  LOCA : (COLOQUIAL): Los dientes son esenciales en la vida de los seres humanos (PAUSA 2") con la ayuda de los órganos dentarios podemos llevar a cabo el inicio del proceso alimenticio y digestivo (PAUSA 2")...</p>
3	00:00:20	<p>ESC. 3. EXT-CALLE- DÍA                  M.S. de una mujer joven adulta que está sonriendo y muestra sus dientes en buen estado.</p> <p>CORTE A</p>	<p>LOCA (COLOQUIAL) : .. Funcionan como soporte, evitando la deformación de los músculos faciales y el envejecimiento prematuro (PAUSA 2 ")....</p>
	00:00:25	<p>ESC 3. EXT-CALLE- DÍA                  T.S. EXTREME CLOUSE UP a la boca , se toma a los dientes de la misma mujer quien mueve la boca para hablar.</p> <p>CORTE A</p>	<p>LOCA (COLOQUIAL): .. Los dientes contribuyen a la buena pronunciación y sonido de las palabras cuando hablamos... (PAUSA 2")...</p>
4	00:00:28	<p>ESC. 4 INT-CASA-DÍA                  M.S. de una mujer joven que habla y sonrío.</p> <p>CORTE A</p>	<p>LOCA (COLOQUIAL) : y cuando cantamos.. (PAUSA 1") sin embargo, podemos perder nuestras piezas dentales por varias razones como...</p>

ESC	TIEMPO	VIDEO	AUDIO
5	00:00:32	ESC 5 INT-PARQUE-DÍA TRES IMÁGENES CORTE DIRECTO. M.S. de dos deportistas practicando deporte extremo, uno de los competidores le da una patada en la cara a su contrincante.  DISOLVENCIA EN NEGRO	SE INTERRUMPE MÚSICA ALEGRE DE JAZZ Y APARECE FX DE TERROR CD 2, TRACK#10 SE MANTIENE EN PRIMER PLANO LOCA (SERIA): La práctica de deportes de contacto o extremos, accidentes.. (PAUSA 2") enfermedades como la bulimia y la falta de higiene
6	00:00:50	ESC. 6 IMAGEN DE ARCHIVO. T.S. en EXTREME CLOSE UP a unos dientes con enfermedad periodontal, muestra sus dientes y encía enferma.  CORTE A	DESAPARECE FX DE TERROR INICIA MÚSICA TRISTE CD 3, TRACK#4 BAJA ASEGUNDO PLANO Y SE MANTIENE LOCA (SERIA): que ocasionan enfermedades en las encías como Gingivitis o .. la más severa (PAUSA2")
7	00:00:55	ESC.7 . EXT-PARQUE-DÍA. M.S. de un señor con pocos dientes que está hablando y agacha su cabeza.  CORTE A	LOCA (SERIA):La periodoncia.. y con ella la caída de los dientes (PAUSA 4")
8	00:01:00	ESC. 8. INT-PARQUE-DÍA E.C.U y T.S. de una boca de un hombre que se le ve su rostro envejecido y nada de dientes.  CORTE A	TERMINA MÚSICA TRISTE LOCA: Y la pérdida de su autoestima
9	00:01:15	ESC. 9. IMAGEN DE ARCHIVO DEL PROGRAMA DEL CHAVO DEL OCHO, M.S. DE LA CHILINDRINA LLORANDO  CORTE A	AUDIO ORIGINAL DE LLANTO DE LA CHILINDRINA (VOZ IN)

ESC	TIEMPO	VIDEO	AUDIO
10	00:01:35	TRES IMAGENES DE ARCHIVO DE LA PELÍCULA MISIÓN ESPACIAL DE JAMES BOND 007. INT-TELEFÉRICO- DIA, M.S del antihéroe (Mandíbulas) que tiene dientes de hierro mordiendo un cable, después sonrío dentro del teleférico y le sonrío a una joven rubia. DIOLVENCIA EN BLANCO	SE ESCUCHA AUDIO ORIGINAL DE LA CINTA EN SEGUNDO PLANO. LOCA (OPTIMISTA): Pero no todo está perdido. Podemos tener una sonrisa biónica con los implantes dentales (PAUSA 2")  SILENCIO
11	00:01:40	SOBRE FONDO BLANCO APARECE LA PREGUNTA CON LETRAS BLANCAS CON BORDE NEGRO..¿Qué es un implante dental?  CORTE A	LOCA: ¿Qué es un implante dental?
12	00:01:45	ESC. 13. EXT-PARQUE-DÍA M.S. de un joven que da su punto de vista.  CORTE A	PERSONA ESCOGIDA AL AZAR (VOZ IN) JOVEN: Freno para los dientes y platas
13	00:01:55	ESC 13. INT-CASA-DÍA M.S de una mujer adulta que da su punto de vista.  CORTE A	PERSONA ESCOGIDA AL AZAR (VOZ IN) MUJER ADULTA: Una placa que se pega con silicón.
	00:02:00	ESC.13 EXT-CASA-DÍA M.S. de un hombre adulto que da su opinión.  CORTE A	PERSONA ESCOGIDA AL AZAR (VOZ IN) HOMBRE ADULTO: Prótesis dental
	00:02:15	ESC. 13. INT-CASA-DÍA M.S. de una mujer adulta que da su opinión. CORTE A	PERSONA ESCOGIDA AL AZAR (VOZ IN) SRA 1:Yo entiendo que es una placa dental, ahora ya lo manejan como implante, pero es una placa, bueno es lo que yo entiendo.

ESC	TIEMPO	VIDEO	AUDIO
14	00:02:25	ESC. 13. INT-CASA-DÍA M.S. de una mujer adulta que habla y da su opinión.  CORTE A	PERSONA ESCOGIDA AL AZAR (VOZ IN) SRA 2: Yo creo que es un tornillo que lo colocan en la encía y dura toda la vida.
	00:02:45	ESC 13. INT-CASA-DIA M.S. de una mujer de edad adulta que da su punto de vista.  DISOLVENCIA EN BLANCO	PERSONA ESCOGIDA AL AZAR SRA 3 (VOZ IN):Digamos que es un agente externo a nuestro cuerpo que se coloca en la encía y queda permanentemente sin necesidad de removerla todos los días.
	00:02:50	ESC. 14. SOBRE FONDO BLANCO APARECEN LETRAS BLANCAS CON CONTORNO NEGRO LA PREGUNTA: Realmente ...¿Qué es un implante dental?  CORTE A	INICIA MÚSICA ALEGRE JAZZ CD 1, TRACK #4, BAJA A SEGUNDO PLANO Y SE MANTIENE.
15	00:02:57	ESC. 15. EXT-FACHADA CIORE-DÍA L.S. de la fachada del Centro de Implatología y Rehabilitación. Se inicia un zoom out de 3" desde las letras hasta verse la construcción completa  CORTE A	
16	00:03:15	ESC. 16. INT-QUIRÓFANO-DÍA M.S. del Dr. Sergio Vilchis. Aparece del lado inferior derecho con letras mayúsculas y de color blanco: DIRECTOR GENERAL DE CIORE. Debajo de las letras aparecen otras mayúsculas y blancas que dicen: C.D. SERGIO VILCHIS ORTEGA  CORTE A	DR. SERGIO VILCHIS (VOZ IN): Un implante dental es un dispositivo cilíndrico, de titanio, biocompatible con el cuerpo humano (PAUSA 2") su forma es lo más parecido a un diente humano natural.

ESC	TIEMPO	VIDEO	AUDIO
17	00:03:30	ESC.16. INT-QUIRÓFANO-DÍA M.S. del Dr. Sergio Vilchis quien explica.  CORTE A	DR. SERGIO VILCHIS: Tiene forma de raíz, cilíndrico rugoso, una vez colocado puede durar toda la vida, al colocarle un implante dental no recordará haber perdido su diente.
	00:03:50	ESC .16. INT-QUIRÓFANO-DÍA M.S. del Dr. Sergio Vilchis que camina hacia adelante y explica. Inicia Dolly Back 5".  CORTE A	DR. SERGIO VILCHIS:¿Quién es candidato para un implante?.. Todo aquel carente de piezas dentales, puede ser un diente o un edéntulo total...¡Tu puedes Ser candidato!
	00:04:05	ESC. 17. INT-CLÍNICA-DÍA M.S. del Dr. Sergio Vilchis atendiendo a una Paciente.  CORTE A	
18	00:04:10	ESC. 18 INT. QUIRÓFANO-DÍA M.S. del Dr. Sergio Vilchis explicando.  CORTE A	DR. SERGIO VILCHIS: Nuestros alumnos y personal docente son cirujanos altamente calificados , algunos de ellos cuentan con más de 25 años de experiencia en la rama de la implantología, ellos brindan atención necesaria de acuerdo al diagnóstico del paciente.

ESC	TIEMPO	VIDEO	AUDIO
19	00:04:30	ESC. 19 INT-SALÓN-DÍA. A MANERA DE CORTE DIRECTO IMÁGENES DE DE LAS CLASES EN CIORe . L.S. de un G.S. de una de las clases del Dr. Sergio Vilchis con sus alumnos  CORTE A	
	00:04:33	ESC 19 INT-SALÓN-DÍA GROUP SHOT Y L.S. de un profesor dando clases a sus alumnos implantólogos en CIORe.  CORTE A	
20	00:04:36	ESC. 20. INT-SALA DE PRÁCTICAS-DÍA M.S. de una de las implantólogas esterilizando material quirúrgico.  CORTE A	
21	00:04:39	ESC. 21. INT-QUIRÓFANO-DÍA M.S. del Dr. Sergio Vilchis quien explica y señala una radiografía.  CORTE A	DR. SERGIO VILCHIS (VOZ IN): Antes de cada cirugía se realiza un diagnóstico a cada paciente, se le realizan estudios médicos, se toman radiografías...(PAUSA 2") Tenemos el compromiso de estudiar su caso



ESC	TIEMPO	VIDEO	AUDIO
22	00:04:55	ESC. 22. INT- RX-DÍA A MANERA DE CORTE DIRECTO APARECEN IMÁGENES DE LA ZONA DE RAYOS X. M.S. de uno de los implantólogos de CIORe sacando una radiografía a una de las pacientes.  CORTE A	
22	00:04:58	ESC. 22. INT-RX-DÍA M.S. de una paciente de CIORe a quien le van a tomar una radiografía  CORTE A	
23	00:05:00	ESC.23. INT-CLÍNICA-DÍA L.S. de doctores revisando a sus pacientes en la clínica de CIORe.  CORTE A	
24	00:05:03	ESC.24 INT-SALÓN DE USOS MÚLTIPLES- DÍA M.S. del Dr. Sergio Vilchis que toma y arma un demo de un implante gigante para explicarlo con sus complementos.  DISOLVENCIA EN BLANCO	DR. SERGIO VILCHIS (VOZ IN): Este es un demo gigante o un modelo de lo que sería un implante... como podemos ver su apariencia es rugosa, cilíndrica, impide la movilidad, es biocompatible con el organismo humano y será colocado en la encía. Después se le coloca un aditamento que sería el soporte y por último se le coloca la corona y se verá como un diente natural.

ESC	TIEMPO	VIDEO	AUDIO
25	00:05:20	ESC. 25. INT-QUIRÓFANO-DÍA. M.S. del Dr. Sergio Vilchis quien camina a la sala de operación con un tapabocas. Inicia Paneo de izquierda a derecha 2".  CORTE A	TERMINA LA MÚSICA ALEGRE DE JAZZ.  DR. SERGIO VILCHIS(VOZ IN): ¿Cuáles son los pasos de la cirugía?...¡Vamos a la cirugía!
	00:05:25	ESC. 25. IMÁGENES DE ARCHIVO DE CIORe DE UNA CIRUGÍA PARA COLOCAR IMPLANTES. T.S. de una boca a la que le falta un diente. Del lado superior izquierdo con letras minúsculas las palabras en color blanco: sin implante.  CORTE A	INICIA MÚSICA REPETITIVA DE PERCUSIONES, EN PRIMER PLANO Y SE MANTIENE CD4, TRACK#15
	00:05:30	ESC. 25. IMAGEN DE ARCHIVO DE CIORe. T.S. de la misma boca , se le quito el diente superior y se le está perforando la encía. Con letras blancas del lado superior derecho dice: Perforación. Mientras que del lado izquierdo superior en mayúsculas dice: PASO #1.  CORTE A	
	00:05:35	ESC.25. IMAGEN DE ARCHIVO DE CIORe. T.S. de la misma boca, se le coloca un implante. Con letras blancas del lado superior izquierdo, con letras blancas dice: PASO#2 . En el lado superior derecho dice: Colocación.  CORTE A	

ESC	TIEMPO	VIDEO	AUDIO
25	00:05:40	<p>ESC. 25. IMAGEN DE ARCHIVO DE CIORe.                      T.S. de la misma boca pero ahora se le atornilla el implante. Con letras blancas del lado superior izquierdo y mayúsculas dice: PASO#3.                      En el lado superior derecho dice: Atornillado.</p> <p>CORTE A</p>	<p>TERMINA LA MÚSICA ALEGRE DE PERCUSIONES, INICIA MÚSICA ALEGRE DE JAZZ CD 1, TRACK#4 BAJA Y SE MANTIENE EN SEGUNDO PLANO DE 0" A 8" Y SE MEZCLA CON MÚSICA DE CUNA CD5, TRACK#6.</p>
26	00:05:45	<p>ESC. 26 INT- QUIRÓFANO-DÍA                      L.S. del Dr. Sergio Vilchis dentro del quirófano</p> <p>CORTE A</p>	<p>DR. SERGIO VILCHIS (VOZ IN): Con los implantes dentales, el paciente recuperará sus dientes, su función masticatoria y su salud (PAUSA 2"). La rehabilitación puede ser de 3 a 8 meses, según sea el caso del paciente</p>

ESC	TIEMPO	VIDEO	AUDIO
27	00:05:50	<p>ESC. 27. IMAGEN DE ARCHIVO DE CIORe DEL ANTES Y DESPUÉS DE UN CASO DE UN PACIENTE.</p> <p>KRISS CROSS DE T.S. de dos bocas donde los dientes están en toma de perfil. Del lado izquierdo se muestra una boca a la que le falta un diente superior, en la parte inferior de esta imagen en una franja blanca con letras mayúsculas y de color azul centrado dice: ANTES. Del lado derecho se muestra la misma boca pero los dientes superiores están completos y en la parte superior de esta en una franja blanca y con letras mayúsculas de color azul dice: DESPUÉS.</p> <p>Inicia paneo de izquierda a derecha de 4"</p> <p>CORTE A</p>	<p>SE REALIZA UN CROSS FADE DE LA CANCIÓN DE CUNA CON FX DE INSTRUMENTO DE CUERDAS CD2, TRACK#22 Y SE MEZCLA CON MÚSICA TRANQUILA INSTRUMENTAL DE FLAUTA Y ÓRGANO CD6, TRACK#26, BAJA A SEGUNDO PLANO Y SE MANTIENE.</p>
28	00:05:55	<p>ESC. 28. APARECE EN FONDO BLANCO A MANERA DE CORTINILLA LAS PALABRAS EN COLOR BLANCO CON CONTORNO NEGRO EN MAYÚSCULAS Y DICE: BENEFICIOS DE LOS IMPLANTES DENTALES.</p> <p>CORTE A</p>	<p>LOCA: Beneficios de los implantes dentales.</p>

ESC	TIEMPO	VIDEO	AUDIO
29	00:06:00	ESC. 29. EXT-PARQUE-DÍA M.S. de una mujer de la tercera edad con rostro envejecido.  CORTE A	LOCA: Con el uso de los implantes dentales se evita el envejecimiento prematuro...(PAUSA 2")
30	00:06:05	ESC. 30. EXT- CASA- DÍA. T.S. un EXTREME CLOSE UP de una mujer joven que muerde un chicle, lo mastica y se le ven sus dientes sanos.  CORTE A	LOCA: Se recupera la función masticatoria, su salud, su autoestima.. (PAUSA 2")
31	00:06:10	ESC. 31 EXT-PARQUE-DÍA. GROUP SHOT en M.S. de una familia integrada por siete integrantes, dos adultos, tres niños y dos adolescentes. Inicia Paneo de izquierda a derecha de 5".  CORTE A	LOCA: y su amplia sonrisa.
32	00:06:15	ESC. 32 EXT-CASA- DÍA EXTREME CLOSE UP de una persona que sonríe con dientes bonitos y saludables.	DESAPARECE LA MÚSICA TRANQUILA.

ESC	TIEMPO	VIDEO	AUDIO
33	00:06:20	ESC. 33. APARECE LOGOTIPO DE CIORe, LA ENTRADA INSTITUCIONAL, LA PRESENTACIÓN DEL VIDEO COMO CIERRE.	APARECE MÚSICA INSTITUCIONAL DEL LOGOTIPO DE CIORe. RÚBRICA DEL VIDEO
34	00:06:30	CRÉDITOS EN FONDO BLANCO Y LETRAS DE COLOR NEGRO.  FADE OUT	FADE OUT



### **3.10.- Storyboard del video informativo**

**“La Sonrisa Biónica con CIORe”**



Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

1 de 18

Duración:6'30"



Esc 1 . Aparecen con letra manuscrita y de color blanco el título del video: La Sonrisa Biónica con CIORe ...y después aparece el logotipo de CIORe. Se desliza el título La sonrisa Biónica con.. hacia la izquierda mientras que CIORe (manuscrita) se desliza hacia la derecha.

Audio: Entra música instrumental institucional de la empresa CIORe.

DISOLVENCIA



Esc 2 INT-CASA-DÍA.  
M.S. del perfil de un hombre joven mordiendo una manzana.

Audio: Inicia música alegre de Jazz CD#1 TRACK #2 baja a segundo plano y se mantiene.

LOCA: Los dientes son esenciales en la vida de los seres humanos (PAUSA 2").

CORTE A



Esc. 2.1 INT.CASA-DÍA.  
CLOUSE UP del hombre mordiendo la manzana.  
CORTE A

LOCA: Con la ayuda de los órganos dentarios podemos llevar a cabo el inicio del proceso alimenticio y digestivo (PAUSA 2").

## STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

2 de 18

Duración: 6'30"



Esc. 3 EXT-CASA-DÍA.  
MS. De mujer joven sonriendo.

LOCA: Funcionan como soporte evitando la deformación de los músculos faciales y el envejecimiento prematuro (PAUSA 2").

CORTE A



Esc. 3.1 EXT-CASA-DÍA.  
E.C.U de la boca de la mujer joven sonriendo en buen estado.

LOCA: Los dientes contribuyen a la buena pronunciación y sonido de las palabras ...

CORTE A



Esc. 4 INT-CASA-DÍA  
M.S. de una mujer joven hablando.

LOCA: cuando hablamos, cuando cantamos (PAUSA 2 ") . Sin embargo podemos perder nuestras piezas dentales por varias razones, como: (PAUSA 2").

DISOLVENCIA EN NEGRO

STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

3 de 18

Duración: 6'30"



Esc. 5 EXT-PARQUE- DÍA  
M.S. de dos jovenes realizando deportes extremos.

Audio: Desaparece musica de Jazz. Silencio y parece FX de terror CD 2. TRACK #10 se mantiene en primer plano con la voz .

LOCA: la práctica de deportes de contacto o extremos, accidentes... (PAUSA 2")

CORTE A



Esc. 5.1 EXT-PARQUE -DÍA  
L.S. de los dos jovenes realizando deporte extremo, uno le da una patada en la cara a su compañero tirándolo al suelo.

LOCA: Enfermedades como la bulimia y por falta de higiene...

CORTE A



Esc. 6 INT- CASA- DÍA  
T.S. en E.C.U. de una boca con enfermedad periodontal, mostrando sus dientes y encía enferma.  
CORTE A

LOCA: que ocasionan enfermedad en las encías como Gingivitis o la más severa... (PAUSA 2")

STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

4 de 18

Duración: 6´30"



Esc. 7. EXT- PARQUE-DÍA  
M.S. de un señor que habla y se le ven sus dientes en mal estado.

AUDIO: Desaparece FX de terror inicia música triste CD 3, TRACK # 4 baja a segundo plano y se mantiene.  
LOCA: La Periodoncia y con ella la caída de los dientes (PAUSA 4")

CORTE A



Esc 8. EXT-PARQUE-DÍA  
E.C.U. de una boca que habla y se le ve que no tiene dientes .

CORTE A



Esc. 8.1. EXT-PARQUE-DÍA.  
M.S. del mismo señor que no tiene dientes habla y agacha su cabeza.  
CORTE A

Audio: Termina música triste.  
LOCA : y la pérdida de su autoestima

## STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

5 de 18

Duración: 6'30"



Esc. 9 IMAGEN DE ARCHIVO DE LA CHILINDRINA HACIENDO SU BERRINCHE.

M.S. del personaje de la Chilindrina de un capítulo del programa El chavo del 8.

Audio: Inicia berrinche el personaje de la Chilindrina, audio original del programa.

CORTE A



Esc. 10. IMÁGENES A CORTE DIRECTO DE LAS ESCENAS DE LA PELÍCULA MISIÓN ESPACIAL DE JAMES BOND 007.

M.S. del antihéroe Mandíbulas quien muerde un cable con sus dientes de fierro.

Audio: Inicia y se mantiene de fondo en 2 plano el sonido original y música ambiental de la película.

LOCA: Pero no todo está perdido. Podemos tener una Sonrisa Biónica con los implantes dentales de CIORe.. (PAUSA 6")

CORTE A



Esc 10.1 IMAGEN DE ARCHIVO EN TELEFÉRICO DÍA

M.S. del personaje Mandíbulas sonriendo.

CORTE A

## STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

6 de 18

Duración: 6´30”

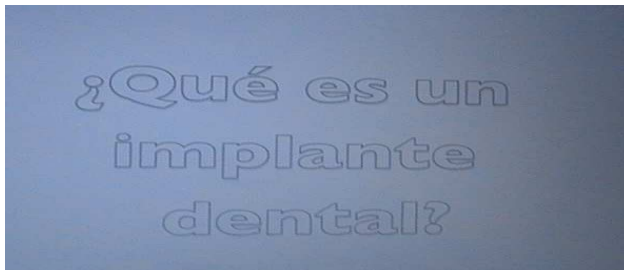


Audio: Se escucha música romántica del audio original de la escena .

Esc 10.2 IMAGEN DE ARCHIVO EN TIENDA DESTRUÍDA DÍA.

C.U. del personaje que le sonríe a una chica, se muestran sus dientes de fierro.

DISOLVENCIA EN BLANCO



Audio: Silencio .

LOCA: ¿Qué es un implante dental?

Esc. 11. SOBRE FONDO BLANCO APARECE LA PREGUNTA CON LETRAS BLANCAS Y BORDE NEGRO ¿QUÉ ES UN IMPLANTE DENTAL?

CORTE A



Audio: Voz y opinión del joven con sonido ambiental.

JOVEN: Freno para los dientes y platas.

Esc 12. EXT-PARQUE-DÍA

M.S . de un joven que habla, da su punto de vista.

CORTE A

STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

7 de 18

Duración: 6´30"



Esc. 13. INT- CASA-DÍA  
M.S. de una mujer adulta que habla y da su punto de vista.

Audio: Voz de la mujer adulta y opinión con sonido ambiental

MUJER ADULTA: Una placa que se pega con silicón.

CORTE A



Esc. 13.1 EXT-CASA-DÍA  
M.S. de un hombre adulto que habla y da su punto de vista.

Audio: Voz del hombre adulto y opinión con sonido ambiental

HOMBRE ADULTO: Prótesis dental

CORTE A



Esc. 13.2. INT-CASA-DÍA  
M.S. de una mujer adulta que habla y da su punto de vista.

Audio: Voz de la mujer adulta y opinión con sonido ambiental.

SRA 1: Yo entiendo que es una placa dental, ahora ya lo manejan como implante pero es una placa.. bueno es lo que yo entiendo..

CORTE A

## STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

8 de 18

Duración: 6´30”



Esc. 13.3. INT-CASA-DÍA

M.S. de una mujer adulta que habla y da su punto de vista.

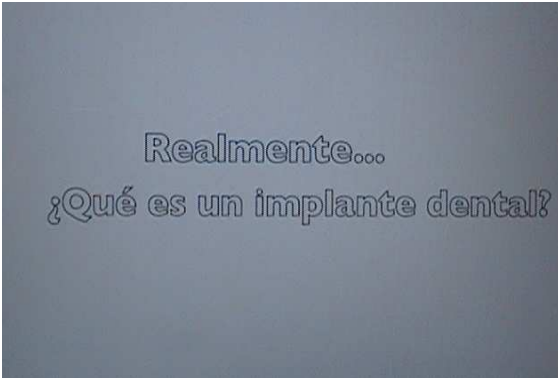
CORTE A



Esc. 13.4. INT-CASA-DÍA

M.S. de una mujer adulta que habla y da su punto de vista.

DISOLVENCIA EN BLANCO



Esc. 14. SOBRE FONDO BLANCO  
LETRAS CON CONTORNO NEGRO Y  
COLOR BLANCO LA FRASE Y  
PREGUNTA: Realmente... ¿Qué es un  
implante dental?

CORTE A

Audio: Voz de la mujer adulta y opinión con sonido ambiental.

SRA 2: Yo creo que es un tornillo que lo colocan en la encía y dura toda la vida

Audio: Voz de la mujer adulta y opinión con sonido ambiental.

SRA 3: Digamos que es un aiente externo a nuestro cuerpo que se coloca en la encía y queda permanentemente sin necesidad de removerla todos los días

Audio: Inicia musica alegre Jazz CD 1 TRACK #4 baja a segundo plano y se mantiene.

LOCA: Realmente .. ¿Qué es un implante dental?



## STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

Duración: 6´30"

9 de 18



Esc. 15. EXT-CIORe- DÍA

L.S. de la fachada del Centro de Implantología Oral y Rehabilitación. Se inicia un Zoom Out de 3" desde las letras hasta que se vea la construcción.

CORTE A



Esc. 16. INT-QUIRÓFANO-DÍA

M.S. del Dr. Sergio Vilchis quien explica que es un implante mientras se coloca un tapabocas y en la parte inferior derecha se muestra con letras blancas y mayúsculas: DIRECTOR GENERAL DE CIORE: C.D. SERGIO VILCHIS ORTEGA

CORTE A

DR. SERGIO VILCHIS: Un implante dental es un dispositivo cilíndrico hecho de titanio, biocompatible con el cuerpo humano y es lo más parecido a un diente humano natural.

## STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

10 de 18

Duración: 6'30"



Esc. 16.1 . INT-QUIRÓFANO-DÍA  
M.S. del Dr. Sergio Vilchis quien habla y explica de los implantes.

DR. SERGIO VILCHIS: Tiene forma de raíz, cilíndrico rugoso.. una vez colocado puede durar toda la vida, al colocarle un implante dental no recordará haber perdido su diente.

CORTE A



Esc. 16.2 INT-QUIRÓFANO- DÍA  
M.S. Del Dr. Sergio Vilchis mientras y camina hacia adelante explica . Se inicia Dolly back de 5".

DR. SERGIO VILCHIS: ¿Quién es candidato para un implante? Todo aquel carente de piezas dentales, puede ser un diente o un edentulo total... ¡Tu puedes ser candidato!

CORTE A



Esc. 17 INT- CLÍNICA-DÍA  
M.S. del Dr. Sergio Vilchis atendiendo a un paciente.

CORTE A

## STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

11 de 18

Duración: 6´30”



Esc . 18. INT-QUIRÓFANO-DÍA  
M.S. del Dr. Sergio Vilchis quien explica.

DR. SERGIO VILCHIS: Nuestros alumnos y personal docente son cirujanos e implantólogos altamente calificados algunos de ellos cuentan con más de 25 años de experiencia en la rama de la implantología que brindan atención necesaria de acuerdo al diagnóstico del paciente .

CORTE A



Esc. 19. INT-SALÓN-DÍA  
A MANERA DE CORTE DIRECTO DOS IMÁGENES DE LAS CLASES EN CIORe CON LOS ALUMNOS. GROUP SHOT y L.S. del Dr. Sergio Vilchis con sus alumnos.

CORTE A



Esc. 19.1 INT-SALÓN-DÍA  
GROUP SHOT Y LONG SHOT de un profesor dando clases a los alumnos implantólogos.

CORTE A

## STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

12 de 18

Duración: 6´30”



Esc. 20 INT-SALA DE PRÁCTICAS-DÍA  
M.S. de una de las implantólogas  
esterilizando material quirúrgico.

CORTE A



Esc 21. INT- QUIRÓFANO -DÍA  
M.S. del DR. Sergio Vilchis que explica y  
señala una radiografía.

DR. SERGIO VILCHIS: Antes de cada cirugía se realiza un diagnóstico a cada paciente, se le realizan estudios médicos, se toman radiografías, tenemos el compromiso de estudiar su caso.

CORTE A



Esc 22. INT-RX-DÍA  
A MANERA DE CORTE DIRECTO  
APARECEN IMÁGENES DE LA ZONA  
DE RX CON UN IMPLANTÓLOGO  
SACANDO RADIOGRAFÍA A UNA  
PACIENTE

M.S. de uno de los implantólogos  
sacando una radiografía

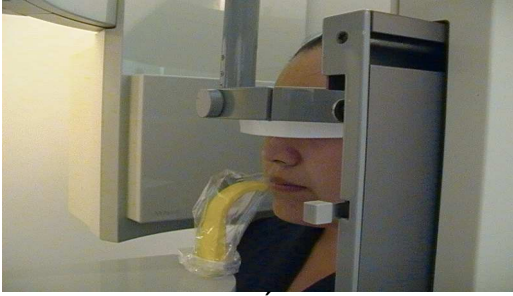
CORTE A

## STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

Duración: 6´30"

13 de 18



Esc. 22.1 .INT-RX-DÍA

M.S. de una paciente a quien le toman una radiografía.

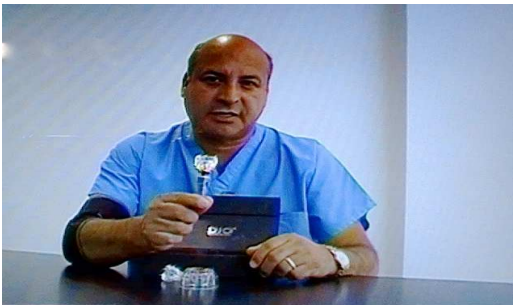
CORTE A



Esc. 23. INT-CLÍNICA-DÍA

L.S. de doctores revisando a pacientes.

CORTE A



Esc. 24. INT-SALÓN DE USOS  
MÚLTIPLES-DÍA

M.S. del Dr. Sergio Vilchis que toma y arma un modelo gigante de los implantes para explicarlos.

DR. SERGIO VILCHIS: Este es un demo gigante o un modelo de lo que sería un implante, como podemos ver su apariencia es rugosa, cilíndrica, impide la movilidad, es biocompatible con el organismo humano y será colocado en la encía, después se le coloca un aditamento que sería el soporte, por último se coloca la corona y se verá como un diente natural...

DISOLVENCIA EN BLANCO

## STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

14 de 18

Duración: 6´30"



Audio Termina la música alegre de Jazz  
DR. SERGIO VILCHIS: ¿Cuáles son los pasos de la cirugía?... ¡Vamos a la cirugía!

Esc. 25. INT-QUIRÓFANO-DÍA  
M.S. del Dr. Sergio Vilchis quien camina hacia la silla de operación. Inicia paneo de izquierda a derecha 2".

CORTE A



Audio: Inicia música repetitiva en primer plano y se mantiene, es alegre de percusiones CD 4, TRACK# 15

Esc. 25. 1 IMÁGENES DE ARCHIVO DE CIORe DE UNA CIRUGÍA PARA COLOCAR IMPLANTES.  
T.S. de una boca a la que le falta un diente. Del lado superior izquierdo aparece con minúsculas las palabras en color blanco: sin implante.

CORTE A



Esc. 25.2 IMAGEN DE ARCHIVO  
T.S. de la boca a la que se le quito otro diente superior y se le esta perforando la encía. Con letras blancas del lado superior derecho dice: Perforación. Mientras que del lado izquierdo superior: PASO #1

CORTE A

STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

Duración: 6´30"

15 de 18



Esc. 25.3 . IMAGEN DE ARCHIVO  
T.S. de la boca en la que se le coloca un implante. Con letras blancas del lado superior izquierdo dice con letras mayúsculas: PASO #2 mientras que el derecho superior dice : Colocación.

CORTE A



Esc. 25.4. IMAGEN DE ARCHIVO.  
T.S. de la boca a la que se le atornilla el implante. Con letras blancas del lado superior izquierdo con mayúsculas :PASO #3 y del lado superior derecho: Atornillado.

CORTE A



Esc. 26. INT-QUIRÓFANO-DÍA  
L.S. del Dr. Sergio Vilchis dentro del quirófano.

CORTE A

Audio : Termina música alegre de percusiones . Inicia música de Jazz CD1 TRACK #4 baja y se mantiene en segundo plano de 0 a 8" y se mezcla con música de cuna CD 5, TRACK #6.  
DR. SERGIO VILCHIS: Con los implantes dentales, el paciente recuperará sus dientes, la función masticatoria, su salud (PAUSA 2"). La rehabilitación puede ser de 3 a 8 meses, según sea el caso del paciente.

## STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

16 de 18

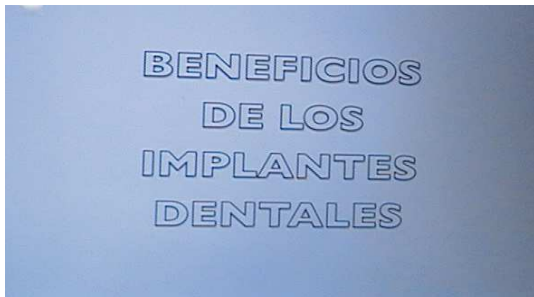
Duración: 6´30”



Esc. 27. IMAGEN DE ARCHIVO DE CIORe DEL ANTES Y DESPUÉS DE UN CASO DE UN PACIENTE.

Kriss Cross de T.S. de dos bocas donde se les ven los dientes en toma de perfil . Del lado izquierdo se muestra una boca a la que le falta un diente superior, en la parte inferior de esta imagen en una franja blanca con letras mayúsculas y de color azul, centrado dice: ANTES. Del lado derecho se muestra la misma boca , los dientes superiores están completos y en la parte inferior de esta imagen en una franja blanca con letras mayúsculas y de color azul, centrado dice: DESPUÉS. Inicia paneo de izquierda a derecha de 4”

CORTE A



Esc. 28. T.Shot de palabras mayúsculas de color blanco y contorno negro, sobre fondo blanco dicen: BENEFICIOS DE LOS IMPLANTES

CORTE A

Audio: Se hace un Cross-fade de la canción de cuna con FX de instrumento de cuerdas CD 2, TRACK #22 y se mezcla con música tranquila instrumental de flauta y órgano CD 6, TRACK 26. Baja a segundo plano y se mantiene.  
LOCA: Beneficios de los implantes dentales. (PAUSA 2”)



## STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

17 de 15

Duración: 6'30"



Esc 29. EXT-PARQUE-DÍA  
M.S. de una mujer de la tercera edad con rostro envejecido.

LOCA: Con el uso de los implantes dentales, se evita el envejecimiento prematuro... (PAUSA 2")

CORTE A



Esc 30. EXT-CASA-DÍA  
T.S. de un E.C.U. de una mujer joven que muerde un chicle y los mastica, se le ven sus dientes sanos.

LOCA: Se recupera la función masticatoria, su salud, su autoestima... (PAUSA 3")

CORTE A



LOCA: y su amplia sonrisa.

Esc 31. EXT-PARQUE-DÍA  
Group shot en M.S. de una familia de siete integrantes, dos adultos, tres niños y dos adolescentes.  
Inicia Paneo de izquierda a derecha de 5".

CORTE A

STORYBOARD

Video informativo: La Sonrisa Biónica con CIORe

18 de 18

Duración: 6'30"



Audio: Desaparece la música tranquila.

Esc. 32. EXT-CASA-DÍA  
E.C.U. de una persona que sonríe con  
dientes bonitos y saludables.

DISOLVENCIA EN BLANCO



AUDIO: Aparece música institucional del  
logotipo de CIORe.

Esc 33. APARECE ENTRADA  
INSTITUCIONAL A MANERA DE  
CIERRE.

FADE OUT



# **CONCLUSIONES**

El “Yo veo” (video) se ha independizado de la tiranía que le ofrecía “la vista de lejos” (la televisión), al principio uno dependía del otro medio, después se crearon rivalidades entre los dos, al final hicieron equipo conjunto. El video es un medio independiente y con distintas utilidades.

Para las generaciones que nacieron en la década de 1980 los videos forman parte de la vida cotidiana, no es un medio ajeno, se percibe como un sistema de registro capaz de modificar, re grabar y transmitir cuantas veces se quiera los momentos de la vida cotidiana como bautizos, fiestas, graduaciones, etc. El grabar un video tiene la finalidad de preservar los recuerdos o cambiarlos.

Se ha visto su evolución a través de los años, de ser un medio de transmisión llegó a ser un medio de comunicación que ofrece diversos usos de difusión creativa. Su entrada al mercado bajo la ley de la oferta y demanda permitió en los años 80`s que pudiera ser accesible para el uso doméstico, mismo que fue el parte aguas para su desarrollo hasta convertirlo en un medio de expresión artística como el video-arte, como un medio de difusión e información para fines científicos, una forma de divulgación sin formatos o géneros establecidos como en sus hermanos la televisión o el cine. También como herramienta para capacitar, educar, informar a trabajadores dentro de una institución, empresa o corporación.

El video es un medio audiovisual completo que exige su libertad para expresar lo que sus autores quieren demostrar a su público al que va dirigido.

Existe extensa bibliografía que habla del video en el aspecto técnico, como sus componentes de las cámaras de video, formatos, etcétera. Sin embargo existe la limitante en cuanto a cuestión teórica, por lo que este trabajo es una aportación, vista desde otra arista, es el video informativo “La Sonrisa Biónica con CIORé” para los pacientes de una clínica privada. Para difundir la empresa, sus productos (implantes dentales) y servicios (cirugías, atención y cuidado bucal).

En el presente trabajo de titulación se expone la inquietud de realizar el proyecto, el diseño, dicho en términos de la producción audiovisual, una pre-producción del video.

Como se ha mencionado anteriormente la pre-producción es la parte más importante en cuanto a la realización de un producto audiovisual o sonoro, es la parte fundamental de todo realizador, como estudiante de la carrera de ciencias de la

comunicación es gratificante poner en práctica los conocimientos y la creatividad absorbida durante la especialidad de producción audiovisual, todo realizador sueña ver su producto terminado, si no hay propuesta, no hay material.

Este diseño de producción audiovisual fue realizado con un fin, para un grupo y para el lugar en el cual se transmitirá. El Centro de Implantología Oral y Rehabilitación, a pesar de ser un centro de enseñanza, pionero, en cuanto a la enseñanza dental (centro de estudios para cirujanos dentistas que buscan el diplomado en implantología) que lleva un corta vida desde 1997 y de que se ha abierto como clínica para las personas edéntulas.

Los implantes dentales son dispositivos o postes metálicos hechos de titanio (material biocompatible con el organismo humano) que tienen forma de la raíz de un diente y son colocados en el huesos de la mandíbula (maxilar) se han inventado, renovado, modificado debido a la necesidad del ser humano de reemplazarlo por las piezas dentales originales que han sido perdidas por diversos factores como: accidentes, golpes causados por la práctica de deportes extremos, enfermedades de encías como gingivitis, periodoncia causada generalmente por la mala higiene y por otras patologías como la bulimia o anorexia.

La implantología dental moderna ya no es un tema tan desconocido como hace 10 años atrás. En pleno siglo XXI las ramas de carácter científico, innovaciones tecnológicas referentes a la salud deben ser expuestas y difundidas, ninguna persona o grupo social queda exento de sufrir una enfermedad, accidente o pérdida dentaria. La tarea de divulgar información y de cumplir con el deber social corresponde a los científicos sociales, los comunicólogos, quienes tienen acceso a los medios de comunicación, además de que se puede contribuir a la transformación en su contenido.

CIORe ha tenido una evolución en los últimos dos años, se han aumentado los cursos y el número de pacientes. Pero en cuanto a la difusión hacia sus pacientes no se han visto grandes avances en estos tres años de labor en dicho centro, los pacientes llegan por recomendación o por el cartel exterior que se ha colocado en su fachada.

Es de suma importancia que las personas que solicitan informes (los pacientes) tengan un entendimiento mayor de los implantes, ya que la mayoría de los pacientes

no conocen qué es un implante dental, desconocen los motivos por los que presentan una enfermedad bucal, no saben los pasos o el procedimiento de las cirugías.

Los cirujanos dentistas explican a los pacientes su tratamiento en términos del campo dental, por esta razón es necesario implementar el video traduciendo con imágenes y sonido la maravillosa alternativa de cambiar su vida que les da CIORe para que los pacientes tengan una sonrisa biónica recuperando sus órganos dentarios, sean capaces de realizar la función básica, masticar los alimentos, evitar la deformación de sus huesos maxilares y el envejecimiento prematuro.

La Sonrisa Biónica es un diseño de video informativo que busca acercarse a los pacientes edéntulos de manera atractiva, utilizando los elementos de su producción de manera sencilla, para que puedan aclarar sus dudas en cuanto a la cirugía y a lo que es un implante dental, con el uso de este diseño de video se producirán mayores ganancias económicas para el Centro de Implantología Oral y Rehabilitación.

El paciente puede mejorar su salud, autoestima y calidad de vida conociendo los servicios de CIORe, ejemplificado con casos reales, el diagnóstico del especialista, las causas de la pérdida dentaria y el proceso de la cirugía para la rehabilitación.

El director general del Centro de Implantología Oral, el implantólogo Sergio Vilchis Ortega brindó todas las facilidades para la recopilación de la información, permiso para entrevistar al personal docente, así como a los alumnos en su receso de clases, además de la grabación y realización del demo.

Para los estudiosos de la carrera de Ciencias de la comunicación este proyecto es un paradigma útil, se espera que sea una aportación para aquellos comunicólogos deseosos de soñar y proponer nuevas ideas y llevarlas a cabo ya sea en el presente o en el futuro.

Sólo se realizó la propuesta debido a que no se cuenta con los recursos económicos para su realización con equipo profesional, aunque no se descarta la posibilidad de llevarlo a la acción en un futuro, incluyendo las tres etapas de la producción.

Se realizó esta propuesta de video tape “La Sonrisa Biónica con CIORe”, con el fin de dar aportaciones en el ámbito de la salud dental, tema importante para el desarrollo de los individuos que afecta su salud, su autoestima y relación con los demás individuos.

Los medios de comunicación no han proporcionado información necesaria en este rubro, el video no es un medio de comunicación masiva, se reduce a un medio de comunicación grupal, va dirigido a grupos pequeños.

Se pretende que la información llegue al grupo de pacientes que visitan la clínica para que puedan informarse en 6 minutos y medio de lo que es un implante dental, sus características, el método de la cirugía con el objetivo de captar su atención mientras esperan su consulta o cirugía en CIORe así como beneficiar a la empresa CIORe para elevar su mercadotecnia en el ámbito comercial.



## BIBLIOGRAFÍA

- BRAVO, Raymond. "Producción y dirección de televisión". México, Limusa: Noriega, 1993.
- BORDWELL, David. "Arte cinematográfico". Mc Graw Hill 6 Edición, México 2003.
- BORREL, Antonio. "Práctica de la implantología: 20 años de experiencia en implantología". Barcelona. Sabadell, 1985.
- CRANIN, A. Norman. "Atlas de la implantología Oral". Médica Panamericana. Madrid. 1995.
- ECO, Humberto. "Como se hace una tesis". España. Gedisa, 2006.
- FLORES RIBOT, Miguel. Tesis "Producción y evaluación de programas sobre divulgación de ciencia y tecnología, aproximaciones metodológicas". Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México. 1987.
- D`VICTORICA, Raúl. "Producción en Televisión, Procesos y elementos que integran la producción en Televisión", Ed. Trillas, México, 2002.
- ELDIN, Francois. "El management de la comunicación. De la comunicación personal a la comunicación empresarial". EDICIAL , Argentina, 1998.
- FERRER, Eulalio. " Comunicación y comunicología, colección comunicación", EUFESA, México, 1982.
- GARCÍA JIMÉNEZ, Jesús. "Información Audiovisual. Orígenes-conceptos-identidad. Tomo I", España. Paraninfo. 2000.
- GUTIÉRREZ GONZÁLEZ, Mónica, Myrthala I. Villareal Barocio. "Manual de producción para Televisión: géneros, lenguaje, equipo, técnicas". México, Trillas UDEM, 1997.
- HASELOFF, Otto Walter. "La comunicación". Venezuela, tiempo nuevo, 1970.
- HERSH, Carl. "Producción televisiva: el contexto latinoamericano". México. Trillas, 1995.
- HOMS Quiroga, Ricardo. "La comunicación en la empresa", Grupo Editorial Iberoamerica, México .
- LELIS, Hilda. Tesis: "El video como recurso didáctico en el proceso de enseñanza aprendizaje: el caso de la Univesidad Anahuac", Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 1997.
- Manual Oficial de venta de implantes CIORE-DIO. México 2007.
- MARIN, Carlos. "Periodismo audiovisual: Información, entretenimiento y tecnología multimedia". Barcelona, Gedisa, 2006.
- MARTIN Proharm, M.A. "Organización de la producción en el cine y la televisión",

Madrid. Forja, 1985.

- MARTÍN Serrano, Manuel. “La producción social de comunicación”. Segunda edición (reformada) México. Alianza, 1994.
- MARTÍNEZ Abadía, José. “Manual básico de tecnología audiovisual y técnicas de creación, emisión y difusión de contenidos” Paidós, España, 2004.
- MARTÍNEZ Vilanova, Rafael. “ Comunicación y negociación comercial”, 3ª Edición, ESIC, Madrid , 2000.
- MARTÍNEZ Vilchis, Lucía Magdalena. Tesina: “El diente que nunca se llevará el ratón, reportaje de implantes dentales” Facultad de Estudios Superiores Acatlán, UNAM, 2006.
- MAYEN, Juana. “Tesis La comunicación interna y la capacitación audiovisual en las empresas”, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2002.
- MAZA, Maximiliano. “Guión para medios audiovisuales. Cine, radio y Televisión”. México, Alambra, 1994 .
- MEDIAVILLA, Gerardo. “ Comunicación corporativa en el deporte. Cómo organizar y gestionar la imagen de una empresa, institución o evento deportivo”, Gymnos, España, 2001 .
- OLLINS, Wally. “Imagen corporativa internacional”. G.Gili , España, 1995
- PAOLI, Antonio. “Comunicación e información, perspectivas teóricas”, 3ª edición, Trillas, UAM, México, 1983.
- RAIMONDO Souto, H. Mario. “Manual del cámara de cine y video”, Cátedra, España, 2003.
- QUIJADA Soto, Miguel Ángel. “La televisión análisis y práctica de la producción de programas”. Segunda edición México. Trillas. 1994.
- SABIDO, Carlos. “Como hacer una tesis y elaborar todo tipo de escritos”. Argentina Lumen-humanitas 1992.
- SERRANO Malpica, Hans Arturo. Tesis “El video dentro del género corporativo”. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2000.
- TORÁN, Enrique. “La Información en televisión”. Mitre, España. 1982.

#### INTERNET

<http://www.ciore.com.mx/> miércoles 12 agosto 2009 a las 13:00 pm

<http://www.continuum.com.mx/> Jueves 29 de julio del 2009 a las 12:56 pm