

Dirección de arte del programa “En Forma”

Fernando Saltos Jiménez ⁽¹⁾, Catherine Lissethe Chávez Cristóbal ⁽²⁾, Johanna Bailón Andrade ⁽³⁾.

Lcdo. Roberto Córdova, Director del proyecto ⁽⁴⁾.

Escuela de Diseño y Comunicación Visual

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Campus Gustavo Galindo Km. 30.5 vía Perimetral

Fercho-26@hotmail.com ⁽¹⁾, cath-chava@hotmail.com ⁽²⁾, johajoe@hotmail.com ⁽³⁾

Resumen

El presente proyecto propone cambiar la imagen del programa “En Forma” de “Espol TV”, porque es necesario que un canal de televisión tenga un programa de ejercicios ya que los televidentes aprenderán como tener una mejor salud física. Por lo tanto es de mucha importancia poseer una imagen llamativa, alegre y llena de vida que lo represente. La única forma de lograr este objetivo es por medio de la dirección de arte; la cual empleada en la televisión es el equilibrio perfecto entre el diseño gráfico y la producción audiovisual.

En este manual se mostrará todo el paquete de la línea gráfica que se requiere en un programa de ejercicios que va desde animaciones, levantamientos en 3D de escenarios y construcción de la marca.

Palabras Claves: programa televisivo, audiovisual, target, línea gráfica, presupuesto, rating, factibilidad.

Abstract

This project tends to change the image of the television program “En Forma” from “Espol TV”, because we consider it is necessary to have a TV exercise program so that the audience can learn how to have a better physical health. Therefore, it is very important to have an image that can call the attention, cheerful and lively. The only way to achieve this objective is through the art direction which used with the television is the perfect balance between graphic design and audiovisual production.

This manual will show all concerning to the graphic liner that are required in an exercise program which goes from animations, scenario 3D surveys and brand construction.

Key Words: television show, audiovisual, target, graphic line, budget, rating, feasibility study.

1. Generalidades del proyecto

1.1. Antecedentes generales

El proyecto de dirección de arte trata de rediseñar el concepto gráfico de “En Forma” dándole un nuevo estilo a la línea gráfica y mejorar el aspecto.

Modificando ciertos aspectos en base a fundamentos del diseño, se tendrá como objetivo que el televidente se sienta identificado con la nueva apariencia, dándole un giro en calidad visual y competitiva al programa de ejercicios de Espol TV.

En este manual se mostrará todo el paquete de la línea gráfica que se requiere en un programa de ejercicios que va desde animaciones, levantamientos en 3D de escenarios y construcción de la marca.

1.2. Planteamiento del problema

“ESPOL TV” es un canal joven que nació en la Provincia de Santa Elena, está al aire casi un año en señal UHF, transmitido por el dial 41. A pesar de su corta existencia ha logrado posesionarse y estar en la mayoría de los hogares de la población peninsular.

El programa de ejercicios “EN FORMA” tiene una duración de 30 minutos, divididos en tres bloques. Se transmite en horario matutino con un reprise nocturno de lunes a viernes. El target lo integran hombres y mujeres 15 a 50 años de edad. Lleva un año al aire y está posesionado en la península de Santa Elena.

Teniendo un personal capacitado y una buena infraestructura técnica, “ESPOL TV” no posee buenas líneas gráficas a nivel de programas y es necesario un completo cambio de imagen. Hemos escogido el programa matutino “EN FORMA” producido por el canal que carece de muchos elementos importantes como escenografía y una correcta línea gráfica.

1.3. Justificación

La realización de este proyecto nace a partir de la problemática que se planteó anteriormente, la presentación gráfica y física del programa es la imagen que debe captar la atención de los televidentes y por lo tanto debe de ser visualmente agradable.

Es muy importante tener en cuenta que el público objetivo al cual el programa de ejercicios va orientado, son personas preocupadas principalmente por su salud y para mantenerse en forma. A partir de esto también se tendrá como objetivo educar el entorno gráfico del espectador y así se sienta identificado con el mismo.

Aquí es donde la importancia de la dirección de arte no solamente entrega estética visual sino que educa al televidente en la capacidad de crítica y conocimiento de la forma visual.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Crear una imagen renovada, confiable, moderna y correctamente sustentada del programa de ejercicios, con el propósito de incentivar a los televidentes a una mejor salud física, reflejando los valores y principios en que está fundamentada su actividad.

2. Situación Actual

2.1. Presentación del proyecto

El programa de ejercicios no es uno de los programas principales en la parrilla de un canal, pero esta teniendo una gran acogida, su imagen se basa en aspectos como presentadores y línea gráfica que ayudan a determinar la calidad de la emisión, y a la vez el interés y responsabilidad en el momento de trabajar un ejercicio para volverla atractiva a la vista.

Al trabajar la imagen de un programa de ejercicios se toma en cuenta desde la imagen de los presentadores hasta la utilización adecuada de imágenes que se le vayan a presentar al televidente, sean en el aspecto técnico o estético.

2.2. Plan estratégico

Teniendo en cuenta que el alcance de Espol TV es la provincia de Santa Elena y su competencia es Brisa TV, canal que también abarca sólo dicha provincia y cuya calidad de programación es baja y carece de implementaciones técnicas y fundamentos para manejar una buena imagen. Esto da a Espol TV una mayor oportunidad para ofrecer una mejor señal respecto a calidad y ofrecer un buen manejo visual para la población peninsular.

“En Forma”, siendo un programa de ejercicios ya existente dentro de la parrilla de Espol TV, lo que se hará es modificar su imagen, esto con la finalidad que mejore su línea gráfica y sea una competencia con otros programas del mismo género.

2.1.1. Misión

Unificar la parte deportiva con la parte visual de “En Forma”, con el fin de mostrar una nueva imagen sin cambiar la esencia del mismo.

2.1.2. Visión

La imagen de “En Forma” llegue a ser un buen modelo como dirección de arte aplicado a esta clase de género televisivo.

2.3. Motivación

Es que la nueva imagen dé una identidad a este programa televisivo, tomando recursos del target a quien va dirigido para que estos se sientan identificados.

2.4. Delimitación

Como Espol TV es un canal con transmisión sólo para la provincia de Santa Elena, su target lo va a construir la misma población, sin olvidar la competencia de Brisa TV.

La nueva presentación de “En Forma” se va a realizar a partir de las exigencias de la población peninsular conservando las características de sus habitantes.

2.5. Justificación

Sabiendo que si un programa televisivo es débil en un principio, al ser respaldado por una buena dirección de arte, este aumenta su calidad.

“En Forma” dará un giro en su aspecto visual que se unificará con el contenido o esencia de este programa televisivo.

3. Marco conceptual

3.1. Concepto del programa

“En Forma” es un programa que presenta el proceso de como trabajar el cuerpo con ayuda de ejercicios básicos.

Es muy importante tener en cuenta que el público objetivo al cual el programa de ejercicios va orientado, son personas preocupadas principalmente por su salud y para mantenerse en forma.

3.2. Duración. Horario y target del programa

El programa de ejercicios “En Forma” es transmitido de lunes a viernes con una duración de 30 minutos incluidos los cortes publicitarios.

Horario: Lunes a viernes 8am - 8:30am.

Reprise: Lunes a viernes 7pm - 7:30pm.

El target lo conforman hombres y mujeres de 15 años hasta los 50 años de edad.

3.3. Género y contenido

Género televisivo de ejercicios, el cual abarca programas de carácter deportivo.

3.4. Requerimientos del programa

Se incluyen el equipo humano, el equipo técnico (dispositivos físicos), suministros y software (programas utilizados).

3.5. Marca

Pensando en el rediseño de su nueva marca y mejorar la calidad de la imagen, se propondrá cambios en su Imagotipo, dejando atrás el concepto básico con el que se maneja.

3.5.1. Isotipo

El Isotipo es la parte simbólica de una marca. Si se crea con sencillez y se evita que este recargado por varios elementos, puede llegar a ser fácilmente recordado en la mente del espectador.

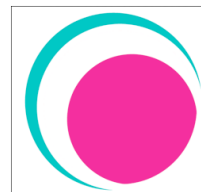


Figura 1. Isotipo de “En Forma”

3.5.2. Logotipo

El logotipo es el que está formado exclusivamente de la tipografía, el tipo de letra deberá reflejar el mensaje que se desee transmitir. En este caso, el logotipo está compuesto por elementos tipográficos que dan el nombre “En Forma”.



Figura 2. Logotipo de “En Forma”

3.5.3. Desarrollo del imagotipo

El imagotipo es la combinación del isotipo (ícono) y el logotipo (texto).



Figura 3. Imagotipo de “En Forma”

3.5.4. Variaciones

El imagotipo sólo será manejado sobre fondo blanco, negro o celeste, no tendrá ninguna otra variación de color. Este se usará en publicaciones, papelería, artículos y aplicaciones que sean del promocional del programa.

3.6. Tendencia o movimiento artístico

Minimalista, es la reducción de elementos a una parte pequeña, pero esencial. Como movimiento de arte, es la abstracción de componentes, más geométrica, rectilínea, un arte más funcional, más estructural pero sintetizado.

Esto nos lleva a crear una gráfica simplificada pero que comunica lo que es “En Forma”.

3.7. Definición gráfica

Al momento de tener una tendencia escogida como parte de referencia, se incorpora los conceptos y fundamentos de cada movimiento artístico para realizar la idea, teniendo en cuenta los parámetros del programa de “En Forma” que es de transmitir con seriedad y solidez.

3.7.1. Forma

Se usarán formas circulares y curvas tomando como referencia la Fit Ball (es una esfera que se usa para hacer ejercicios), estas formas curvas tomarán bastante presencia y darán movimiento, fuerza, vitalidad y dinamismo a la línea gráfica.

3.7.2. Tipografía

Se escogió la tipografía YAGIZA para la línea gráfica, en su versión regular y sin serifas.

El estilo de altas y delgadas connota lo que es estar en buena forma y esta expresa a través de su forma alegría, energía y vitalidad.

3.7.3. Colorimetría

La colorimetría es la ciencia que estudia la medida del color, es decir como se forma a través de valores numéricos el color.

Teniendo en cuenta estos antecedentes y conociendo así el programa, se han elegido los siguientes colores que serían los principales en toda la línea gráfica:

Magenta: Fusión, magia, identificación, liberación, enfoque espiritual, de ayuda a los demás, amabilidad, madurez, colaborador, comprensión profunda de la vida.

Turquesa: Es aconsejable, para el estrés mental, el cansancio y el sentimiento de limpiarse, es un color, que nos anima a empezar de nuevo con fuerzas renovadas e ideas nuevas. madurez, colaborador, comprensión profunda de la vida.

3.8. Paquete gráfico

Cuando se habla del paquete gráfico de un programa se hace referencia a la Imagen Corporativa del mismo.

En el caso de “En Forma”, se han creado varias piezas de acuerdo al contenido que posee, tales como:

3.8.1. Bumper

El bumper es una secuencia de imágenes que va entre 10 a 15 segundos, se coloca al comienzo de cada programa de TV, serie o novela, acompañado con un sonido característico.



Figura 4. Bumper de “En Forma”

3.8.2. Sin fin

Es una animación en *loop* donde se presenta la marca de “En Forma”.

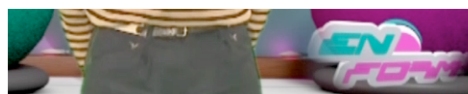


Figura 5. Sin fin de “En Forma”

3.8.3. Segmentos

Es la animación que dividirá cada sección del programa de acuerdo al tipo de información que posea. Este programa contará con tres segmentos como: Aeróbicos, Spinning y Bailo Terapia.

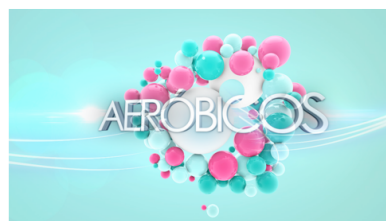


Figura 6. Segmentos de “En Forma”

3.8.4. Sobreimposición

La sobreimposición es una pieza realizada en postproducción, donde aparece información sobre el nombre de los presentadores, fechas, invitados, etc.

3.8.4.1. Lower Third

Es un gráfico en forma de barra paralela que se coloca en la parte inferior de la pantalla de televisión. Cuenta con texto, color, forma, animaciones, que si son bien manejadas, darán una buena lectura al televidente, en donde se informará el nombre del presentador o invitado, tema del segmento y fecha.



Figura 7. Lower Third de “En Forma”

3.8.4.2 Pantalla informativa

Es un tipo de sobreimposición animada donde irá información de cuando dan nuestro programa “En Forma”.

La sobreimposición es utilizada para promocionarlo mientras se transmiten otros programas.



Figura 8. Pantalla informativa de “En Forma”

3.8.5. Pantalla dividida

Son un tipo de sobreimposición en la pantalla de televisión, usados para separar un ambiente de otro. Suelen estar acompañadas por una animación, logo del programa y texto.



Figura 9. Pantalla dividida de “En Forma”

3.8.6. Segmento al volver

Es una pantalla animada que permite el paso hacia el corte comercial. Aquí se hará un breve resumen de la

información que está por venir y permite que el televidente se mantenga conectado con el programa.



Figura 10. Segmento al volver de “En Forma”

4. Adaptación de la marca a medios digitales e impresos

4.1. Introducción

El director de arte siendo el encargado de crear el concepto para una línea gráfica de un producto audiovisual, primero opta por tener referencias de otros programas similares al audiovisual en el que está trabajando, luego investiga tendencias que se puedan adaptar para realizar la nueva identidad visual del programa y así poder transmitir un buen mensaje.

4.2. Medios digitales

Medios digitales tal como: televisión, internet, se debe trabajar en modo RGB ya que trabaja con tres colores primarios: R = RED (Rojo), G = GREEN (Verde) y B = BLUE (Azul), asigna un valor de intensidad a cada píxel.

El RGB usa todas las opciones y los filtros que proporcionan las aplicaciones gráficas.

4.3. Medios impresos

Como por ejemplo: trabajar en la papelería del programa, se opta por el modo en color CMYK, ya que este trabaja por pigmentación, C = CYAN (Cian), M = MAGENTA (Magenta), Y = YELLOW (Amarillo) y K = BLACK (Negro). Al imprimir en este modo de color no varía y obtenemos el color deseado.

5. Implementación de la línea gráfica

5.1. Contenido

Se describirán los requerimientos respecto al software a usar en la implementación de la línea gráfica y su procedimiento.

Para esto, usaremos el software Adobe After Effects.

5.2. Marca en 2D

Se comienza por un boceto, el cual se vectoriza en Adobe Illustrator, donde con colores seleccionados se comienza a trabajar en la marca.

5.3. Proceso de una imagen 2D a 3D

Teniendo la marca en 2D, se procede a importarla en un software de modelado 3D (Cinema 4D). Aquí se procede a levantar la marca en 3 dimensiones, junto a la correcta utilización de texturas, efectos luces que van a ir conforme a lo que se desee proyectar en la pantalla.



Figura 11. Logo 3D “En Forma”

5.4. Render y exportaciones

El render es el proceso de generar una imagen final a partir de ciertos parámetros. En los software de 3D es muy común realizarlo para que una imagen pueda ser exportada de mejor manera.

6. Implementación de la escenografía

6.1. Proceso de elaboración

La escenografía es uno de los aspectos más importantes dentro del desarrollo de la línea gráfica de un programa de televisión, se podría decir que es la imagen.

Su importancia no sólo se basa en el aspecto estético, principalmente debe cumplir los aspectos funcionales; es decir cada uno de los espacios y objetos debe ser analizado en tamaño, forma y función.

6.1.1. Bocetos

Todo diseño parte de una idea, la misma que es planteada en forma gráfica para luego ser realizada físicamente.

6.1.2. Levantamiento en 3D

Una vez aprobados los bocetos, se pasa a su respectiva construcción en el software 3D; esta parte del proceso es importante, porque permite visualizar la misma de manera realista en cuanto a objetos, materiales y luces.

6.2. Iluminación

Tenemos que tener en cuenta:

- Es importante escoger correctamente el tipo de iluminación para provocar sensación de realismo y naturalidad.
- El contraste en la iluminación debe ser el adecuado a los efectos que se pretendan conseguir.
- Una adecuada iluminación favorece la sensación de profundidad.

6.3. Espacio y medidas de la escenografía

Espol TV cuenta con un set para “En Forma”, cuyo espacio físico para el levantamiento de la escenografía es de 6 x 8 m y 3 m de altura.

6.4. Materiales sugeridos

Mientras se va desarrollando la escenografía en 3D, se tiene una previa idea de los materiales que se van a utilizar en el momento de la construcción física.

Los siguientes materiales fueron aprobados teniendo en cuenta los aspectos de: Calidad, precio y funcionalidad.

Tabla 1. Materiales sugeridos

MATERIALES	
Material	Detalle
MDF	Tableros de fibras de madera. Se caracterizan por las excelentes terminaciones que se logran.
Metal	Empleados para las bases de los LCD.
Pintura	Empastar los MDF.
Vinil Adhesivo	Empleados a los MDF para darles color.

6.5. Mano de obra

Son los trabajadores que intervendrán en el levantamiento físico de la obra.

Tabla 2. Mano de obra

EQUIPO DE TRABAJO	
Cargo	Función
Arquitecto	Establece los planos con las medidas y supervisa.
Ebanista	Construcción de muebles y el set.
Técnico de iluminación	Monta la iluminación según las indicaciones del Director de Fotografía e Iluminador.
Electricista	Coloca las instalaciones eléctricas.
Pintor	Da color a determinadas piezas dentro del set.

7. Presupuesto, cronograma y organigrama

7.1. Presupuesto

El presupuesto es el instrumento de desarrollo anual de las empresas o instituciones cuyos planes y programas se formulan por término de un año.

Para calcular los ingresos de un programa nos basamos en la siguiente formula:

$$CRP * Rating * Cuñas * Ocupación = Ingresos$$

El rating es un factor muy importante en los ingresos, existe un factor dentro del rating denominado **CRP: Costo por punto de rating**. El costo de la cuña dependerá del punto de rating que tenga el programa.

Para calcular el rating, nos basamos en el siguiente cuadro:

Tabla 3. Cuadro para cálculo de rating

RATING	> = 7	5, 6, 7	< 5
CRP	\$ 100	\$ 80	\$ 60
OCUPACIÓN DE ESPACIOS DE CUÑAS	80% - 100%	65% - 79%	50% - 64%

Cálculo de los ingresos:

Tabla 4. Cálculos de los ingresos

Ingresos por cuña comercial	CRP x Cuñas x Rating x Factor de Ocupación
	80 x 20 x 6 x 0.65
Total de Ingresos	\$ 6.240,00

El ingreso total es de \$ 6.240,00

7.1.1. Costos sobre la línea

Son gastos externos que intervendrán en la producción del programa. Incluyen los sueldos del personal, por ejemplo, director, productor, etc.

Estos costos se calculan sobre una base semanal, mensual o por el tiempo en que dure el programa de televisión.

7.1.2. Costos bajo la línea

Son costos más pequeños que incluyen toda la parte operativa (recursos técnicos y personal operativo) con la que cuenta el canal.

7.1.3. Presupuesto por etapas

El presupuesto se lo divide en 3 fases: Pre-Producción, Producción y Post-Producción. Los costos serán desglosados según las actividades a realizar en cada etapa.

La inversión en el rediseño de “En Forma” es de aproximadamente \$ 12.510,69.

7.1.4. Costos de materiales para la escenografía

Los costos de los materiales han sido calculado según las secciones en que se encuentra dividida la escenografía.

La inversión en los materiales utilizados en la escenografía de “En Forma” es de aproximadamente \$3.407,57.

7.2. Cronograma

Las actividades a realizar como parte del proceso de Dirección de Arte son distribuidas en tres etapas: Pre-Producción, Producción y Post-Producción.

CRONOGRAMA 2012 - "EN FORMA"												
ACTIVIDADES	MARZO				ABRIL				MAYO			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Preproducción												
Investigación de antecedentes / tendencias												
Realización de bocetos y línea gráfica												
Medición de área												
Producción												
Realización de línea gráfica												
Realización de ambientes/set/decorados:												
Bocetos y planos												
Cotización de material												
Levantamiento de la obra												
Post-producción												
Animación												
Edición												
FX												
Música												
Supervisión del acabado final de la obra												

Figura 12. Cronograma

7.2.1. Pre-Producción

Es la más importante del proceso de producción. En esta fase la toma de decisiones decidirá el camino y base del proyecto.

7.2.2. Producción

Es la realización de lo propuesto en la Pre-Producción.

7.2.3. Post-Producción

Es la obtención y acabado final de la producción a partir de la edición, montaje, musicalización, etc.

7.3. Organigrama

La principal responsabilidad estará sobre el Director de Arte, ya que este proyecto se basa principalmente en el área artística y creativa.

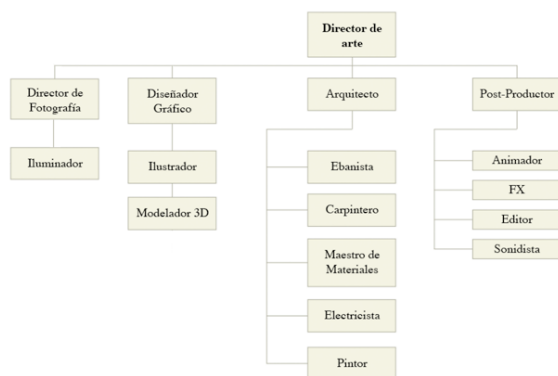


Figura 13. Organigrama

8. Derechos de autor

8.1. Introducción

El Derecho de Autor es el sistema jurídico por el cual se concede a los autores derechos morales y patrimoniales sobre sus obras, en cumplimiento a lo dispuesto por la Constitución del Ecuador y la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

8.2. ¿Cómo se protege el derecho de autor?

El derecho de autor protege a la obra por el solo hecho de su creación; pero, es recomendable registrar la obra en la Unidad de Registro del IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual), así el autor se beneficiará de la presunción de autoría que la ley reconoce a su favor.

El autor podrá autorizar o prohibir:

La comunicación pública de la obra.

La producción o fijación de cualquier medio o por cualquier procedimiento de la obra.

La distribución de ejemplares de la obra.

La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra.

8.3. Signos distintivos

8.3.1. Conceptos

Marca: Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos.

Marca Tridimensional: aquel signo que ocupa en sí mismo un espacio determinado (alto, ancho y profundidad).

8.3.2. ¿Quién puede registrar una marca?

Puede registrar una marca, cualquier persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera.

9. Conclusiones y recomendaciones

Después del cumplimiento de los objetivos específicos, que va desde la investigación hasta la aplicación de la nueva gráfica, se llegó a las siguientes conclusiones y recomendaciones.

9.1. Conclusiones

Teniendo una nueva imagen, se espera conservar su target establecido e ir llamando la atención hacia un nuevo grupo.

El programa de ejercicios tiene una gran acogida en la población de Santa Elena.

La inversión en el rediseño de “En Forma” es de aproximadamente \$ 12.510,69.

9.2. Recomendaciones

Aplicar esta nueva imagen para poder dar una nueva proyección no sólo de este programa sino del canal en general.

Se sugiere incluir nuevos segmentos.

Se podrá invertir más recursos con respecto al espacio donde se lleva a cabo “En Forma”, con el fin de aumentar su entorno visual.

10. Agradecimientos

Agradecemos principalmente a Dios, por habernos dado la oportunidad de culminar con nuestra Tesis de Graduación, por habernos dado la sabiduría y la fuerza para seguir día a día trabajando fuerte, para lograr un trabajo de calidad que junto al esfuerzo dedicado, es hoy un orgullo; agradecemos también a nuestra familia por habernos dado los consejos que nos ayudaron para no desfallecer, para no rendirnos, y seguir adelante, para esforzarnos más, para que terminemos lo que ya habíamos empezado.

A nuestro profesor Roberto Córdova, por ser quien nos guió a dar lo mejor en este proyecto y por sus valiosos conocimientos que nos fueron nutriendo poco a poco en el desempeño de esta tesis y que nos ayudo a mejorar día a día.

11. Referencias

- [1] Materiales de construcción:
http://latam.preciomania.com/search_attrib.php/page_id=1938/form_keyword=materiales%2Bde%2Bconstruccion/rd=1
- [2] <http://www.google.com/>