**Trabajo para evaluación final de la materia Taller de Creatividad**

Este segundo período de clases finalizará con un trabajo que tendrá características de aplicación múltiples, y en el que cada uno de ustedes demostrará las habilidades obtenidas y la claridad de pensamiento en lo que al desarrollo de textos comunicacionales creativos se refiere, ejercicio que hemos practicado durante el corto tiempo que estuvieron bajo mi tutela y que son la base de su desarrollo de comprensión conceptual aplicado a la comunicación de contenidos complejos.

Espero que hayan superado la etapa de aprendizaje donde el proceso de corrección de los trabajos se realizaba de manera previa a la calificación obtenida, valoración que mostraba el avance de la comprensión de contenidos por parte de ustedes.

Ahora demostrarán que son capaces de trabajar en conceptualización sin la tutela del profesor, realizando un trabajo lo mas cercano al nivel profesional, dentro del límite que les impone la licenciatura.

**TEMA DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS**

Desde principios de los años 70 se viene observando un incremento importante de casos

de cáncer de piel, sobre todo en aquellos lugares con mayoría de población de piel clara.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) utiliza el término de "epidemia" para calificar el significativo incremento del número de nuevos casos de cáncer cutáneo en los últimos años, una de las primeras causas de mortalidad en el ámbito mundial. Basta decir, que en los últimos diez años el cáncer de piel creció 8,3%, principalmente, por la exposición indiscriminada al sol. Hoy la radiación ultravioleta asoma como una amenaza real a la salud de los ecuatorianos.

Esta nueva situación se debe en gran parte a un cambio en los hábitos relacionados con la exposición al sol, y en concreto a la radiación ultravioleta (UV). En las últimas décadas

una piel morena o "tostada" es socialmente considerada como sinónimo de salud y es, en

general, mejor aceptada que una piel más blanca.

Por otro lado, el lento pero continuo deterioro de la capa de ozono registrado en latitudes medias y altas viene a agravar la situación ya que, como es ampliamente conocido, el ozono estratosférico es particularmente efectivo como absorbente de radiación UV.

Cada año, miles de personas visitan o viven en Ecuador atraídos por sus paisajes, costumbres y ofertas de ocio en las que el sol y las actividades al aire libre juegan un papel protagónico, así como por razones de trabajo en diversas empresas ubicadas a nivel del mar o a grandes alturas en la sierra ecuatoriana. El desconocimiento de este tema es alarmante en la población llana del Ecuador y deberían implementarse sistemas de información para su conocimiento.

**TRABAJO**

Se les ha proporcionado información técnica y científica mediante un documento subido al SidWeb. Este contenido deberá ser utilizado como base de su investigación individual para completar su introducción a la problemática que en salud pública representa la desinformación de este tema en la población ecuatoriana.

Una vez informados mediante el contenido enviado a ustedes, y realizadas las investigaciones individuales de los riesgos que supone la sobredosis de RUV, deberán crear una campaña de información, concientización y prevención de los riesgos que supone para la salud la excesiva exposición a la RUV.

Deberán crear los textos a utilizarse en las diferentes piezas gráficas, de video o radio que serán publicados como medio de comunicación con su público objetivo.

Deberán crear también un evento o activación de participación ciudadana como apoyo comunicacional a los contenidos de la campaña.

Esta campaña será dirigida a un público objetivo muy bien definido y diferenciado. Ejemplo: a niños de escuela, a jóvenes en general, a público adulto, a bañistas de la playa o piscinas, a viajeros y turistas en los peajes de carretera, a público de la sierra, etc.

Los textos serán para las siguientes piezas publicitarias obligadas:

1. Un afiche tamaño A3
2. Un anuncio de prensa de gran tamaño como apoyo al inicio de la campaña
3. Una serie de tres anuncios de prensa que serán pautados con una semana de diferencia uno del otro
4. Un desplegable creativo como medio de comunicación mas completo, dirigido exclusivamente al publico objetivo
5. Una vaya para ciudad y/o camino.
6. Una cuña de radio
7. Una cuña de TV, 30 segundos
8. Otras aplicaciones para activaciones o eventos.

Actividades a realizar:

* Definir su público objetivo
* Definir el concepto que se quiere comunicar
* Definir el tema de la campaña
* Aplicar ese tema de campaña a las diferentes piezas publicitarias indicadas en el párrafo anterior
* Crear los títulos y textos de sustento de cada pieza a publicar
* Explicar su visión gráfica y objetivo comunicacional para cada pieza visual
* Crear el texto de la cuña radial con indicaciones claras para locución y musicalización.
* Crear los textos de la cuña de TV en el orden de la secuencia de los cuadros del video, movimientos de cámara y detalles de audio.

**PRESENTACIÓN**

En carpeta **anillada**:

1. Carátula indicando nombre o tema de la campaña y nombres de los participantes
2. Introducción y razonamiento del tema creativo (páginas que san necesarias)
3. Textos para cada pieza de comunicación en páginas individuales por cada pieza (Título, copy, conclusión o cierre de anuncio si lo tuviera, explicación y razonamiento para departamento de arte)
4. Texto para cuña de radio con indicaciones precisas de locución y musicalización
5. Texto para cuña 30´ TV con story board bosquejado (no finalizado) e indicaciones de audio y video
6. La presentación del documento encarpetado **anillado**, deberá cumplir formalidades de buen diseño y contenido claro del tema creativo.
7. Cada página llevará un pie alineado al margen izquierdo de la página con el nombre del alumno, nombre de la materia y fecha de entrega
8. La carpeta de presentación **anillada** incluirá un CD con carátula, nombre, materia y fecha, con el contenido del documento final, en formato .pdf

**INTRODUCCION Y RAZONAMIENTO**

**DEL TEMA**

**CREATIVO.**

**DEFINICIÓN**

**DEL**

**CONCEPTO**

**TEXTOS PARA CADA PIEZA GRÁFICA,**

**DE RADIO**

**Y TV**

**CARATULA**

Nombre da e la campaña

Tipo de pieza gráfica, radio o TV

Medio: afiche, valla, prensa, radio o TV

Tamaño / tiempo duración

VIDEO AUDIO

Nombres y Apellido – Materia – Fecha de entrega

Nombres y Apellido – Materia – Fecha de entrega

Nombre da e la campaña

Tipo de pieza gráfica, radio o TV

Medio: afiche, valla, prensa, radio o TV

Tamaño / tiempo duración

TÍTULO: DURSINF

UND GERMANCIES

TRADES FER

COPY: Veriscomer trueser fimp

cornetires der sumpa terner

frust en com sierper

luntroni.

Farcin dest muy corpres toner

griencis bergs… finder.

OTROS

TEXTOS Muerchin der sopore

**Documento anillado**

PIÉ DE PÁGINA

PIÉ DE PÁGINA

**CALIFICACIÓN**

La evaluación se la realizará conforme a la siguiente rúbrica:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ESCALA DE VALORACIÓN** | | | |
| ASPECTOS A EVALUAR | **MUY BUENO** | **BUENO** | **SUFICIENTE** | **INSUFICIENTE** |
| Definición del público objetivo.  Comprensión del proyecto a realizar. Introducción y razonamiento del tema creativo | Demuestra total comprensión del problema. Todos los requerimientos de la tarea están incluidos en la respuesta | Demuestra considerable comprensión del problema. Todos los requerimientos de la tarea están incluidos en la respuesta. | Demuestra comprensión parcial del problema. La mayor cantidad de requerimientos de la tarea están comprendidos en la respuesta. | Demuestra poca comprensión del problema. Muchos de los requerimientos de la tarea faltan en la respuesta. |
| Definición del concepto a comunicar | Concepto claro de comunicación | Concepto bastante claro de comunicación | Concepto no muy claro y disperso | No sugieren ni refinan soluciones de concepto. |
| Definición del tema de campaña | Creativamente muy bien dicho | Bastante bien dicho y creativo | Regularmente dicho y nada mas | Trabajo no sirve |
|  |  |  |  |  |
| Aplicación del tema de campa.  Calificación promedio entre todas las piezas | Muy buen trabajo de aplicación | Buen trabajo de aplicación | No muy bien aplicado | Mal aplicado |
| Desarrollo creativo de títulos y textos aplicados a cada pieza de comunicación. Calificación promedio entre todas las piezas | Título muy creativo y acertado.  Textos adecuados al medio. | Título interesante y textos adecuados al medio. | Título interesante y textos regulares | Trabajo no sirve. |
| Lenguaje apropiado con corrección sintáctica y gramatical. | Excelente nivel de manejo del lenguaje. Apropiado y  sin errores | Buen nivel de manejo del lenguaje, sin errores | Lenguaje normal con algunos errores | Insuficiente manejo del lenguaje. Inapropiado y con errores |
| Bien editado y presentado. | Excelente presentación y diagramación de la información | Buena presentación y diagramación. | Regular presentación | Mala presentación |
| Valor en puntos | 100 - 91 | 90 - 81 | 80 - 60 | 59 - 0 |

Cuando en la columna INSUFICIENTE se expresa “Trabajo no sirve”, la calificación correspondiente a esa fila equivale únicamente a CERO.

LA CALIFICACIÓN FINAL DE ESTA PRUEBA SERÁ EL RESULTADO DEL PROMEDIO DE LAS SIETE FILAS.