

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**



**ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

**INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN**

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

**TEMA:**

**DIRECCIÓN DE ARTE ENFOCADO AL REDISEÑO DEL  
NOTICIERO “EL INFORMATIVO” DE ESPOL TV**

**AUTORES:**

**ADRIÁN JAVIER MORA ALAVA**

**IVÁN ENRIQUE MORENO MUNIVE**

**DIANA ALEXANDRA SELLERS SARMIENTO**

**FREDDY EDUARDO VELIZ VERZOSA**

**DIRECTOR**

**LCDO. ROBERTO CÓRDOVA**

**AÑO**

**2012**

## **AGRADECIMIENTO**

*Por su apoyo incondicional a mi madre por estar siempre a mi lado, ser mi pilar y guiarme con su esfuerzo y eterno amor, a mi padre por darme la oportunidad de estudiar una carrera universitaria, a mis hermanos por aguantarme al no dejarlos dormir bien en las madrugadas, a mis amigos por brindarme sus sonrisas y acompañarme en esos momentos simples pero inolvidables, a cada una de esas personas que con su mano colaboraron a que este señor que escribe logre esta meta en su vida.*

*A todos y por supuesto a Jehová Dios, un eterno y sincero Gracias de corazón.*

***Adrián Mora Alava***

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco por sobre todas las cosas a mis padres que supieron apoyarme ciegamente y confiar en mis futuros planes y sueños, agradezco a mis compañeros de tesis que son el pilar principal para poder hacer realidad este manual, agradezco a las personas que confiaron en mí a lo largo de la vida, mi familia, los grandes amigos que he conocido en la universidad, todos. Agradezco a la Espol por enseñar y fomentar parte de este camino que es el de la vida académica y por darme las bases para un buen futuro con profesores a los cuales estaré eternamente agradecido. Y finalmente a Diana, Adrián y Freddy por acompañarme en este duro camino por llegar a ser profesionales.*

*Agradezco infinitamente a todos, gracias por creer en mí, en este día a día de supervivencia y aprendizaje, gracias al cine por existir.*

*Este es el principio de un largo camino en el cual prometo dejar orgullosos a todos.*

***Iván Moreno Munive***

## **AGRADECIMIENTO**

*Por medio de este proyecto, quisiera agradecer primeramente a Dios por permitirme cada día vivir algo nuevo, a mi familia por el apoyo incondicional desde un principio hasta el día de hoy.*

*A mis amigos que siempre estuvieron conmigo y depositaron su confianza en mí y en lo que podía lograr.*

*A mis profesores un especial agradecimiento por incentivar y ayudarme en un nuevo aprendizaje durante todo el transcurso de mi carrera.*

*Y por último le agradezco al Lcdo. Roberto Córdova por brindarme nuevos conocimientos y consejos.*

***Diana Sellers Sarmiento***



## AGRADECIMIENTO

*A Dios,*

*Por iluminarme todos los días.*

*Papá,*

*Por creer en mí, gracias por tu infinita paciencia, por financiarme la carrera, gracias padre yo te recompensaré todo lo que has hecho por mí.*

*Mamá,*

*Por ser la mejor madre del mundo, mi aliada, mi ejemplo a seguir, gracias por el apoyo y mil disculpas por las noches de desvelos (eran necesarias).*

*Hermana Magaly,*

*Por guiarme y decirme que no me rinda, fue la iniciativa para seguir mi camino.*

*Hermana Jenny,*

*Por ser como mi mamá, gracias por el apoyo y cariño.*

*Abuelita Isolina,*

*Por ser mi fortaleza, a la persona que más admiré, por su humildad, cariño, dedico esta tesis, porque donde estés nos cuidas junto a mi abuelito Ángel nunca me olvidaré de ti.*

*Grupo El Informativo,*

*Kike, Adrian y Diana, por incluirme en el único grupo de cuatro We did it gracias...*

*A todas las personas que hicieron posible este proyecto en especial al Lcdo. Roberto Córdova, muchas gracias por su apoyo y enseñanza, a mis amiguitos del cole (a la Máster), por sus consejos, a mis amigos, compañeros y maestros de la Espol, que formaron parte de éste duro camino siempre los recordaré.*

*Muchas personas pierden las pequeñas alegrías esperando la gran Felicidad.*

***Freddy Veliz Verzosa***

## **DEDICATORIA**

*Este trabajo está dedicado a todas esas personas especiales que me acompañaron en mi carrera universitaria, esos amigos que me ayudaron cuando me tocaba quedarme en sus casas, a mi mamá siempre y hasta siempre, a mis tres compañeros de tesis (Diana, Kike y Freddy), ya que juntos empezamos este proyecto y juntos logramos este fin. Y especialmente dedicado a todos los que piensan que el esfuerzo y las ganas son el motor que los incentiva a lograr lo que se proponen.*

***Adrián Mora Alava***

## **DEDICATORIA**

*Dedico este manual primero a mi mamá que siempre ha sido una figura importante en mi vida, a mi papá que supo apoyarme en todo. Son mi fuente de inspiración. Dedico esto a mis compañeros de tesis, este proyecto es la demostración más grande de nuestro esfuerzo, dejándoles una buena guía de lo que somos capaces siendo directores de arte, para que este manual no quede solamente registrado, sino usado y sea una referencia para futuros profesionales. Lo dedico a todos mis amigos que supieron estar ahí, en los buenos, los pésimos y los mejores momentos de la vida.*

***Iván Moreno Munive***

## **DEDICATORIA**

*Este proyecto va dedicado a mi familia por ser el principal soporte durante toda mi vida. También quiero, dedicarlo particularmente a mi papá, que siempre creyó en mí y que en cada meta que logre alcanzar, él siempre es parte de ese triunfo.*

*Finalmente, a todas esas personas que siempre confiaron en cada paso que di y que me seguirán apoyando en mi otra etapa como profesional.*

***Diana Sellers Sarmiento***

## **DEDICATORIA**

*Esta tesis se la dedico a mi familia que gracias a su incondicional apoyo pude concluir mi carrera. A mis padres y hermanos por su paciencia y confianza. Gracias por ayudarme a cumplir mis objetivos como persona y estudiante. Mil gracias por creer en mi talento. A mi padre por brindarme los recursos necesarios. A mi madre por estar a mi lado apoyándome y aconsejándome siempre y haciendo de mi una mejor persona a través de sus consejos. A ellos con mucho amor y cariño les dedico todo mi esfuerzo y trabajo puesto para la realización de esta tesis.*

***Freddy Veliz Verzosa***

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

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

FIRMA DEL DIRECTOR DEL PROYECTO Y MIEMBROS DEL  
TRIBUNAL DE GRADO

---

LCDO. ROBERTO CÓRDOVA  
DIRECTOR DEL PROYECTO

---

DELEGADO

FIRMA DE LOS AUTORES DEL INFORME DE MATERIA DE  
GRADUACIÓN

---

*ADRIÁN MORA ALAVA*

---

*IVÁN MORENO MUNIVE*

---

*DIANA SELLERS SARMIENTO*

---

*FREDDY VELIZ VERZOSA*



## **RESUMEN**

En la televisión ecuatoriana se puede encontrar variedad de programas de género informativo, en este caso los noticieros, con una buena dirección de arte reflejada a través de sus líneas gráficas y escenografías.

En otros casos, la dirección de arte pasa a un segundo plan, restando así importancia a la estética que envuelve al programa.

En base a investigaciones de mercado se encontró que en la provincia de Santa Elena el noticiero de Espol TV conocido como “El Informativo” tiene una buena acogida por parte del público a nivel periodístico sin considerar su proyección estética.

Encontrando este problema, se decide modificar el manejo de gráfica para poder proyectar un mejor aspecto del noticiero. Siendo este la imagen del canal, la gráfica ocupará relevante importancia, dándole la oportunidad al televidente de la provincia de Santa Elena de verse reflejado e identificado con la misma.

Siendo el Director de Arte el que maneja el aspecto visual de un programa, se propondrá en este manual las formas y los fundamentos para que la imagen de “El Informativo” sea más estética y llamativa, y por lo tanto sea considerado un noticiero de calidad, competitivo con noticieros de nivel local, nacional e internacional.

# ÍNDICE GENERAL

## CAPÍTULO 1

1. GENERALIDADES DEL PROYECTO .....	26
1.1 ANTECEDENTES GENERALES .....	26
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	27
1.3 JUSTIFICACIÓN .....	28
1.4 OBJETIVOS .....	28
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	28
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	28

## CAPÍTULO 2

2. SITUACIÓN ACTUAL.....	31
2.1 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	31
2.2 PLAN ESTRATÉGICO.....	31
2.2.1 MISIÓN .....	32
2.2.2 VISIÓN.....	32
2.3 MOTIVACIÓN.....	32
2.4 DELIMITACIÓN .....	32
2.5 JUSTIFICACIÓN .....	33

## CAPÍTULO 3

3. MARCO CONCEPTUAL .....	35
3.1 CONCEPTO DEL PROGRAMA.....	35
3.2 DURACIÓN, HORARIO Y TARGET DEL PROGRAMA.....	35
3.3 GÉNERO Y CONTENIDO .....	36
3.4 REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA .....	40
3.5 MARCA .....	43
3.5.1 ISOTIPO .....	43
3.5.2 LOGOTIPO .....	45
3.5.3 DESARROLLO DEL IMAGOTIPO.....	45

3.5.4	VARIACIONES .....	47
3.6	TENDENCIA O MOVIMIENTO ARTÍSTICO .....	48
3.7	DEFINICIÓN GRÁFICA .....	51
3.7.1	FORMA .....	51
3.7.2	TIPOGRAFÍA.....	52
3.7.3	COLORIMETRÍA .....	53
3.8	PAQUETE GRÁFICO.....	54
3.8.1	BUMPER (IN-OUT).....	55
3.8.2	SIN FIN.....	58
3.8.3	SEGMENTOS .....	58
3.8.4	FLASH INFORMATIVO.....	61
3.8.5	SOBREIMPOSICIONES.....	62
3.8.5.1	LOWER THIRD .....	62
3.8.5.2	TITULARES.....	63
3.8.5.3	AL VOLVER.....	64
3.8.6	RECUADRO .....	65
3.8.7	PANTALLAS DIVIDIDAS .....	65
3.8.8	PANTALLA INFORMATIVA .....	68

## **CAPÍTULO 4**

4.	ADAPTACIÓN DE LA MARCA A MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS .....	70
4.1	INTRODUCCIÓN .....	70
4.2	MEDIOS DIGITALES .....	70
4.3	MEDIOS IMPRESOS.....	71
4.4	DESARROLLO DE LA MARCA EN 3D .....	72

## **CAPÍTULO 5**

5.	IMPLEMENTACIÓN DE LA LÍNEA GRÁFICA .....	75
5.1	CONTENIDO .....	75
5.2	MARCA EN 2D.....	85
5.3	PROCESO DE UNA IMAGEN DE 2D A 3D .....	86
5.4	RENDER Y EXPORTACIONES.....	90

## **CAPÍTULO 6**

6. IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA .....	98
6.1 PROCESO DE ELABORACIÓN .....	98
6.1.1 BOCETOS .....	98
6.1.2 LEVANTAMIENTO EN 3D.....	101
6.2 ILUMINACIÓN .....	103
6.3 ESPACIO Y MEDIDAS DE LA ESCENOGRAFÍA.....	104
6.4 MATERIALES SUGERIDOS.....	104
6.5 MANO DE OBRA.....	105

## **CAPÍTULO 7**

7. PRESUPUESTO, CRONOGRAMA Y ORGANIGRAMA.....	107
7.1 PRESUPUESTO.....	107
7.1.1 COSTOS SOBRE LA LÍNEA.....	107
7.1.2 COSTOS BAJO LA LÍNEA.....	107
7.1.3 PRESUPUESTO POR ETAPAS .....	107
7.1.4 COSTOS DE MATERIALES PARA LA ESCENOGRAFÍA.....	108
7.2 CRONOGRAMA.....	112
7.2.1 PRE-PRODUCCIÓN.....	113
7.2.2 PRODUCCIÓN .....	113
7.2.3 POST-PRODUCCIÓN .....	114
7.3 ORGANIGRAMA .....	114
7.3.1 RESPONSABILIDADES Y ACTIVIDADES DE CADA MIEMBRO DEL EQUIPO DE TRABAJO .....	115
7.3.1.1 DIRECTOR DE ARTE.....	115
7.3.1.2 DISEÑADOR GRÁFICO.....	115
7.3.1.3 ILUSTRADOR .....	115
7.3.1.4 MODELADOR 3D .....	116
7.3.1.5 DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA.....	116
7.3.1.6 ILUMINADOR.....	116
7.3.1.7 ARQUITECTO.....	116
7.3.1.8 EBANISTA.....	117
7.3.1.9 MAESTRO DE MATERIALES TRASLÚCIDOS .....	117

7.3.1.10	VIDRIO Y ALUMINIO .....	117
7.3.1.11	ELECTRICISTA .....	118
7.3.1.12	PINTOR .....	118
7.3.1.13	POST-PRODUCTOR .....	118
7.3.1.14	ANIMADOR .....	118
7.3.1.15	FX .....	119
7.3.1.16	EDITOR.....	119
7.3.1.17	SONIDISTA .....	119

## **CAPÍTULO 8**

8.	DERECHOS DE AUTOR .....	121
8.1	INTRODUCCIÓN .....	121
8.2	¿CÓMO SE PROTEGE EL DERECHO DE AUTOR?.....	121
8.3	SIGNOS DISTINTIVOS .....	122
8.3.1	CONCEPTOS .....	122
8.3.2	¿QUIÉN PUEDE REGISTRAR UNA MARCA? .....	122
8.3.3	BENEFICIOS Y DERECHOS QUE CONFIERE EL REGISTRO DE UNA MARCA.....	123
8.3.4	CONSEJOS PARA REGISTRAR UNA MARCA .....	123
8.3.5	PROCEDIMIENTO DE REGISTRO .....	124
8.3.6	TASAS POR REGISTRO DE MARCA .....	124
8.4	DERECHOS DE AUTOR DE LAS OBRAS AUDIOVISUALES .....	124

## **CAPÍTULO 9**

9.	CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES .....	127
9.1	CONCLUSIONES .....	127
9.2	RECOMENDACIONES .....	127

## **BIBLIOGRAFÍA**

BIBLIOGRAFÍA .....	129
--------------------	-----

## **ANEXOS**

ANEXO 1: STORYBOARD DEL BUMPER .....	131
ANEXO 2: MEDIDAS DE LA ESCENOGRAFÍA .....	133
ANEXO 3: ILUMINACIÓN .....	138
ANEXO 4: TIROS DE CÁMARA .....	139
ANEXO 5: LÍNEA GRÁFICA ACTUAL DE "EL INFORMATIVO" .....	142
ANEXO 6: ESCENOGRAFÍA ACTUAL DE "EL INFORMATIVO" .....	146

## **GLOSARIO**

GLOSARIO .....	151
----------------	-----

# ÍNDICE DE TABLAS

## CAPÍTULO 3

<b>Tabla 3-1:</b> Equipo humano .....	41
<b>Tabla 3-2:</b> Equipos técnicos y suministros .....	42
<b>Tabla 3-3:</b> Software utilizado en Post-Producción .....	43

## CAPÍTULO 6

<b>Tabla 6-1:</b> Materiales principales para la escenografía .....	105
<b>Tabla 6-2:</b> Equipo de trabajo que interviene en la construcción de la escenografía...	105

## CAPÍTULO 7

<b>Tabla 7-1:</b> Presupuesto General .....	108
<b>Tabla 7-2:</b> Costos de materiales.....	109
<b>Tabla 7-3:</b> Presupuesto General sin incluir el costo de televisores LCD .....	110
<b>Tabla 7-4:</b> Costos de materiales sin incluir el costo de los televisores LCD.....	111
<b>Tabla 7-5:</b> Cronograma.....	112

# ÍNDICE DE FIGURAS

## CAPÍTULO 3

<b>Figura 3-1:</b> Cultura Valdivia.....	44
<b>Figura 3-2:</b> Isotipo de “El Informativo” .....	44
<b>Figura 3-3:</b> Logotipo de “El Informativo” .....	45
<b>Figura 3-4:</b> Nueva marca en 2D de “El Informativo” .....	45
<b>Figura 3-5:</b> Marca actual en 2D de “El Informativo” .....	46
<b>Figura 3-6:</b> Nueva marca de “El Informativo” en 3D.....	46
<b>Figura 3-7:</b> Marca actual de “El Informativo” en 3D.....	46
<b>Figura 3-8:</b> Primera variación del Imagotipo.....	47
<b>Figura 3-9:</b> Segunda variación del Imagotipo.....	47
<b>Figura 3-10:</b> Tercera variación del Imagotipo.....	47
<b>Figura 3-11:</b> Usos incorrectos de color en la marca.....	48
<b>Figura 3-12:</b> Usos incorrectos de la marca.....	48
<b>Figura 3-13:</b> Interiores Minimalistas.....	49
<b>Figura 3-14:</b> Diseños Minimalistas.....	49
<b>Figura 3-15:</b> Póster Art Deco.....	50
<b>Figura 3-16:</b> Decoración de interiores Art Deco.....	51
<b>Figura 3-17:</b> Formas curvas.....	52
<b>Figura 3-18:</b> Tipografía ACENS.....	52
<b>Figura 3-19:</b> Sistema CMYK.....	54
<b>Figura 3-20:</b> Sistema RGB.....	54
<b>Figura 3-21:</b> Entrada del bumper .....	55
<b>Figura 3-22:</b> Animaciones y efectos del bumper.....	56
<b>Figura 3-23:</b> Animaciones y efectos del bumper.....	56
<b>Figura 3-24:</b> Animaciones y efectos del bumper.....	57
<b>Figura 3-25:</b> Final del bumper.....	57
<b>Figura 3-26:</b> Sin fin de “El Informativo” .....	58
<b>Figura 3-27:</b> Segmento Nacionales.....	59
<b>Figura 3-28:</b> Segmento Internacionales .....	59
<b>Figura 3-29:</b> Segmento Deportes .....	60



<b>Figura 3-30:</b> Segmento Vida Social .....	60
<b>Figura 3-31:</b> Segmento Comunidad .....	61
<b>Figura 3-32:</b> Flash Informativo.....	62
<b>Figura 3-33:</b> Sobreimposición - LowerThird.....	63
<b>Figura 3-34:</b> Sobreimposición - Titulares.....	63
<b>Figura 3-35:</b> Sobreimposición - Al volver .....	64
<b>Figura 3-36:</b> Recuadro.....	65
<b>Figura 3-37:</b> Pantalla doble.....	66
<b>Figura 3-38:</b> Pantalla triple para entrevistas.....	67
<b>Figura 3-39:</b> Pantalla triple de transmisión.....	67
<b>Figura 3-40:</b> Pantalla Informativa.....	68

## **CAPÍTULO 4**

<b>Figura 4-1:</b> Trabajo de la marca modo RGB en Adobe Illustrator.....	71
<b>Figura 4-2:</b> Trabajo de la marca modo CMYK en Adobe Illustrator.....	72
<b>Figura 4-3:</b> Levantamiento de la marca en 3D.....	73
<b>Figura 4-4:</b> Marca en 3D .....	73

## **CAPÍTULO 5**

<b>Figura 5-1:</b> Realización del bumper en Cinema 4D.....	75
<b>Figura 5-2:</b> Realización del bumper en Adobe After Effects.....	76
<b>Figura 5-3:</b> Realización del Sin Fin en Cinema 4D.....	76
<b>Figura 5-4:</b> Realización del Sin Fin en Adobe After Effects.....	77
<b>Figura 5-5:</b> Realización de los segmentos en Cinema 4D.....	77
<b>Figura 5-6:</b> Realización de los segmentos en Adobe After Effects.....	78
<b>Figura 5-7:</b> Realización del Flash Informativo en Cinema 4D.....	78
<b>Figura 5-8:</b> Realización del Flash Informativo en Adobe After Effects.....	79
<b>Figura 5-9:</b> Realización del Lower Thrid en Cinema 4D.....	79
<b>Figura 5-10:</b> Realización del Lower Thrid en Adobe After Effects.....	80
<b>Figura 5-11:</b> Realización de los Titulares en Cinema 4D.....	80
<b>Figura 5-12:</b> Realización de los Titulares en Adobe After Effects.....	81
<b>Figura 5-13:</b> Realización de la sobreimposición Al Volver en Cinema 4D.....	81
<b>Figura 5-14:</b> Realización de la sobreimposición Al Volver en Adobe After Effects	82

<b>Figura 5-15:</b> Realización del Recuadro en Cinema 4D.....	82
<b>Figura 5-16:</b> Realización del Recuadro en Adobe After Effects.....	83
<b>Figura 5-17:</b> Realización de las Pantallas Divididas en Cinema 4D.....	83
<b>Figura 5-18:</b> Realización de las Pantallas Divididas en Adobe After Effects.....	84
<b>Figura 5-19:</b> Realización de la Pantalla Informativa en Cinema 4D.....	84
<b>Figura 5-20:</b> Realización de la Pantalla Informativa en Adobe After Effects.....	85
<b>Figura 5-21:</b> Boceto de la marca “El Informativo”.....	85
<b>Figura 5-22:</b> Realización de la línea gráfica en 2D.....	86
<b>Figura 5-23:</b> Procedimiento para guardar un archivo en Adobe Illustrator.....	87
<b>Figura 5-24:</b> Opciones para guardar el archivo en Adobe Illustrator.....	87
<b>Figura 5-25:</b> Opción de guardar en Adobe Illustrator para importarlo a Cinema 4D	88
<b>Figura 5-26:</b> Importación de archivos a Cinema 4D.....	88
<b>Figura 5-27:</b> Vector de Illustrator en Cinema 4D.....	89
<b>Figura 5-28:</b> Marca en 3D en Cinema 4D.....	89
<b>Figura 5-29:</b> Botón de Render Setting.....	90
<b>Figura 5-30:</b> Ventana de Render Setting.....	90
<b>Figura 5-31:</b> Opciones de Render Settings.....	91
<b>Figura 5-32:</b> Opciones de Render Settings.....	91
<b>Figura 5-33:</b> Botón de Render Final.....	92
<b>Figura 5-34:</b> Render Final.....	92
<b>Figura 5-35:</b> Importación de archivos en Adobe After Effects.....	93
<b>Figura 5-36:</b> Ventana de Import File.....	94
<b>Figura 5-37:</b> Ventana de configuraciones TARGA.....	94
<b>Figura 5-38:</b> Exportación en Adobe After Effects.....	95
<b>Figura 5-39:</b> Render Queue.....	95
<b>Figura 5-40:</b> Ventana de configuraciones para el render.....	96

## **CAPÍTULO 6**

<b>Figura 6-1:</b> Boceto de la escenografía.....	99
<b>Figura 6-2:</b> Escenografía vectorizada.....	99
<b>Figura 6-3:</b> Escenografía en escalas de grises.....	100
<b>Figura 6-4:</b> Escenografía a color.....	100
<b>Figura 6-5:</b> Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D.....	101

<b>Figura 6-6:</b> Escenografía en Cinema 4D.....	102
<b>Figura 6-7:</b> Texturas de la escenografía en Cinema 4D.....	102
<b>Figura 6-8:</b> Escenografía final en 3D.....	103
<b>Figura 6-9:</b> Iluminación de la escenografía en Cinema 4D.....	104

## **CAPÍTULO 7**

<b>Figura 7-1:</b> Organigrama.....	114
-------------------------------------	-----

## **ANEXOS**

<b>Figura 11-1:</b> Storyboard del bumper de entrada - parte 1.....	131
<b>Figura 11-2:</b> Storyboard del bumper de entrada – parte 2.....	132
<b>Figura 11-3:</b> Medidas de la escenografía - Vista top.....	133
<b>Figura 11-4:</b> Medidas del pilar y placas (fondo principal) - Vista top.....	134
<b>Figura 11-5:</b> Medidas del pilar y placas (fondo principal) - Vista diagonal.....	134
<b>Figura 11-6:</b> Medidas del pilar y placas (fondo principal) Vista – frontal.....	135
<b>Figura 11-7:</b> Medidas del counter y base - Vista top.....	136
<b>Figura 11-8:</b> Medidas del counter y base - Vista frontal (Detalle inferior).....	136
<b>Figura 11-9:</b> Medidas sección Vida Social.....	137
<b>Figura 11-10:</b> Iluminación posterior.....	138
<b>Figura 11-11:</b> Iluminación pilares y base del counter.....	138
<b>Figura 11-12:</b> Cámara Picado- Plano General.....	139
<b>Figura 11-13:</b> Cámara Frontal- Plano Americano.....	139
<b>Figura 11-14:</b> Cámara Lateral - Plano Americano.....	140
<b>Figura 11-15:</b> Cámara Lateral - Plano Americano – Sección Vida Social.....	140
<b>Figura 11-16:</b> Cámara Frontal - Plano Medio - Presentador.....	141
<b>Figura 11-17:</b> Cámara Frontal - Plano Medio - Presentadora.....	141
<b>Figura 11-18:</b> Bumper-Línea gráfica actual de “El Informativo”.....	142
<b>Figura 11-19:</b> Titulares-Línea gráfica actual de “El Informativo”.....	142
<b>Figura 11-20:</b> Recuadro - Línea gráfica actual de “El Informativo”.....	143
<b>Figura 11-21:</b> Lower Thrid - Línea gráfica actual de “El Informativo”.....	143
<b>Figura 11-22:</b> Pantalla informativa - Línea gráfica actual de “El Informativo”.....	144
<b>Figura 11-23:</b> Segmento Primera Plana - Línea gráfica actual de “El Informativo”.....	144
<b>Figura 11-24:</b> Segmento Comunidad - Línea gráfica actual de “El Informativo”... ..	145

<b>Figura 11-25:</b> Segmento Internacionales-Línea gráfica actual de “El Informativo”	145
<b>Figura 11-26:</b> Escenografía actual de “El Informativo”.....	146
<b>Figura 11-27:</b> Escenografía actual de “El Informativo”.....	146
<b>Figura 11-28:</b> Posiciones de cámaras dentro del set.....	147
<b>Figura 11-29:</b> Escenografía actual de “El Informativo” - Fondo.....	147
<b>Figura 11-30:</b> Escenografía actual de “El Informativo” - Counter.....	148
<b>Figura 11-31:</b> Escenografía actual de “El Informativo” – Parte inferior del counter	148
<b>Figura 11-32:</b> Parrilla de luces.....	149
<b>Figura 11-33:</b> Parrilla de luces.....	149



**CAPÍTULO I**  
**GENERALIDADES DEL**  
**PROYECTO**

## 1. GENERALIDADES DEL PROYECTO

### 1.1 ANTECEDENTES GENERALES

El presente proyecto propone cambiar el aspecto gráfico del noticiero "El Informativo" de Espol TV debido a que todo producto televisivo se debe manejar de una forma visual correcta, la línea gráfica en efecto tiene el poder de sintetizar el contenido y el concepto de dicho producto, en este caso audiovisual como un noticiero, y que a la vez permite captar la atención del público.

Cabe recalcar que dentro de un canal de televisión, el noticiero es la imagen del mismo, por lo tanto es de mucha importancia el poseer una gráfica correcta que lo represente. De esta manera 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.

Por lo tanto el trabajo del director de arte consiste de manera básica en entender y emplear los conceptos de composición tanto de forma y color, para poder utilizarlos en el campo audiovisual como gráfico, es quién interpreta un concepto, y a partir de este crea universos visuales con recursos artísticos adecuados, también aplicables para el rediseño donde se crea una nueva gráfica a partir de una idea previamente establecida y así otorgarle innovación y mejor funcionamiento a un programa.

El presente proyecto de dirección de arte trata de rediseñar el concepto gráfico de "El Informativo" dándole un nuevo estilo a la línea grafica y mejorar el aspecto. Si una imagen no es actualizada, tiende a ser aburrida y a decaer en puntajes de *rating*.

Modificando ciertos aspectos en base a parámetros y 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 noticiero de Espol TV.

En este manual se mostrará todo el paquete de la línea gráfica detallado que se requiere en un noticiero 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.

A partir de un estudio estadístico se puede observar que Espol TV se ubica por encima de su única competencia local Brisa TV y en quinto lugar entre las televisoras de señal abierta, siendo el noticiero el que proporciona el 25% de rating. Esto se debe a que tiene aceptación por la teleaudiencia y que Espol TV posee un grupo humano capacitado y la infraestructura técnica necesaria para llegar a lugares en donde las demás televisoras no llegan; pero esta infraestructura no ha estado acompañada de una buena parrilla de programación y más aun de una correcta imagen gráfica correspondiente a los pocos programas que posee. Este es el caso del noticiero que nace en el mes de febrero del presente año, por las exigencias de la población por conocer e informarse acerca de los sucesos que se producen de manera local.

Inicialmente la ambientación gráfica del noticiero fue concebida a partir de la utilización de la técnica “*croma*”, llamándose hasta la actualidad “Espol Noticias” con tres principales segmentos: Primera Plana, Internacionales y Nacionales. Sin embargo a partir de noviembre del 2011, la imagen del noticiero cambiará y poseerá escenografía física y aumentará un segmento de Deportes. Pasando a llamarse “El Informativo”.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

La realización de este proyecto nace a partir de la problemática que se planteo anteriormente, la imagen del noticiero es la imagen que representa al canal y por lo tanto debe de ser visualmente agradable hacia el televidente. A pesar de que se renovará la imagen a partir del 7 de noviembre del 2011, aún existen inconvenientes respecto al espacio visual que se quiere manejar.

Es muy importante tener en cuenta que en la provincia de Santa Elena, el público objetivo al cual el noticiero va orientado, son personas preocupadas principalmente por lo que acontece localmente, más no por lo que gráficamente verán. A partir de esto se educará el entorno gráfico del espectador y se podrá identificar con el mismo.

Es aquí donde radica la importancia de la dirección de arte la cual no solamente entrega estética visual sino va más a fondo en la sociedad, la educa de forma visual desarrollando en ellos capacidad de autocrítica y conocimiento.

### **1.4 OBJETIVOS**

#### **1.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Crear una imagen renovada y correctamente sustentada de “El Informativo” de Espol TV, con el propósito de obtener buena comunicación visual con los televidentes.

#### **1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Ubicar una tendencia específica que se acople a “El Informativo”.
- Analizar las gráficas establecidas con respecto al género del noticiero.
- Conseguir una adaptación entre la noción visual existente y la que se va a crear.



- Proveer de una variedad de formas y colores aplicables a “El Informativo”.
- Montar un nuevo espacio atrayente y adaptable al espacio inicial establecido.



## CAPÍTULO II SITUACIÓN ACTUAL

## **2. SITUACIÓN ACTUAL**

### **2.1 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO**

El noticiero es uno de los principales programas en la parrilla de un canal, su imagen está basada en aspectos como presentadores, publicidad y línea gráfica que ayudan a determinar la calidad de la emisión, y a la vez el interés, involucramiento y responsabilidad en el momento de redactar y trabajar una noticia para volverla atractiva.

Al trabajar la imagen de un noticiero se toma en consideración 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 solo 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.

Siendo el noticiero un programa ya existente dentro de la parrilla de Espol TV, lo que se hará es modificar su imagen, mas no su programación debido a que esta ya se encuentra posesionada en la provincia, esto con la finalidad que mejore su línea grafica y sea una competencia con otros noticieros.

### **2.2.1 MISIÓN**

Unificar la parte informativa con la parte visual de “El Informativo”, con el fin de proyectar una nueva imagen sin cambiar la esencia del mismo.

### **2.2.2 VISIÓN**

La imagen o entorno gráfico de “El Informativo” llegue a ser un buen modelo en el ámbito de dirección de arte aplicado a esta clase de género televisivo.

## **2.3 MOTIVACIÓN**

La motivación principal es que la nueva imagen dé una identidad al noticiero, tomando recursos importantes de la Península con los que los habitantes de Santa Elena se sientan identificados. Que sientan orgullo de tener buena programación en la provincia.

## **2.4 DELIMITACIÓN**

Como Espol TV es una canal con transmisión solo para la provincia de Santa Elena, su target lo van a constituir la población local de la misma, sin olvidar la competencia de Brisa TV.

La nueva presentación de “El Informativo” se va a realizar a partir de las exigencias de la población peninsular conservando siempre las características del pensamiento de sus habitantes.

## **2.5 JUSTIFICACIÓN**

Teniendo conocimiento de que si un mensaje es débil en un principio, al ser respaldado por una buena dirección de arte, este cobra otra dimensión aumentando su calidad.

“El Informativo” dará un giro en su aspecto visual que se unificará con el contenido o esencia de este noticiero.



## **CAPÍTULO III** **MARCO CONCEPTUAL**

### **3. MARCO CONCEPTUAL**

#### **3.1 CONCEPTO DEL PROGRAMA**

Un noticiero o informativo televisivo es un programa de difusión de la realidad nacional e internacional con un enfoque investigativo para dar información veraz, con un punto de vista periodístico, entrevistas y reportajes.

A partir de problemas de afinidad que surgen por el nombre “Espol Noticias”, se optó por el cambio de nombre a “El Informativo”, obteniendo en su línea general los segmentos de Comunidad, Nacionales, Internacionales, Deportes y Primera Plana. Ofrece noticias efectivas de los hechos de la realidad que nos acontece, por lo mismo “El Informativo” trata de comunicar y no distorsionar la noticia, manejando sus pautas con seriedad.

#### **3.2 DURACIÓN, HORARIO Y TARGET DEL PROGRAMA**

El noticiero de Espol TV “El Informativo”, es transmitido de lunes a viernes con una duración de 30 minutos incluidos los cortes publicitarios, aun carece de la tecnología satelital para transmitir en vivo.

Por los inconvenientes tecnológicos, todos los días se realizan las grabaciones con el presentador para luego ser editado con los reportajes de los respectivos segmentos: Comunidad, Nacionales, Internacionales, Deportes y Primera Plana, junto con la línea grafica, las animaciones y claquetas correspondientes a cada tema.

En la televisión, el tiempo se clasifica en cuatro partes:

**A:** Desde las 6h00 a 12h59 (Horario dirigido para: amas de casa)

**AA:** Desde las 13h00 a 18h59 (Horario dirigido para amas de casa, jóvenes, niños)

**AAA:** Desde las 19h00 a 22h59 (“Prime time u horario estelar”, dirigido a todo público)

**Late:** 23h00 a 5h59 (Horario dirigido a jóvenes, hombres)

Por no ser transmitido en vivo, el programa solo se pasa dos veces por día, una transmisión a las 13h00 en horario “AA” donde se enfoca a las amas de casa, jóvenes que llegan del colegio, y luego será retransmitido a las 19h00 en horario “AAA” (prime time) horario familiar y para las personas que llegan de sus trabajos.

El target apunta a nivel local, Santa Elena, debido a que la señal de Espol TV solo llega a dicha provincia, sin embargo en un futuro existen planes de extensión por toda la costa ecuatoriana. Teniendo como público objetivo, la clase media a media baja, porque son las que más consumen la televisión local, es decir que no tienen el poder adquisitivo para rentar televisión por cable como los demás grupos de clase media alta y alta.

Teniendo en cuenta que en pequeñas poblaciones existe un público que no tiene suficientes costumbres culturales o educativas y son personas de un nivel socioeconómico bajo, a partir de esto se llegaría a este grupo mediante una educación visual que va a ser introducida poco a poco por esta nueva línea gráfica a aplicar.

### **3.3 GÉNERO Y CONTENIDO**

**Género televisivo informativo:** abarca programas de carácter informativo, independientemente de que lo que se exponga conlleve o no a opinión e interpretación.

El lema “informar, educar y entretener” ha estado ligado estrechamente al funcionamiento de los distintos sistemas de radio y televisión desde los orígenes de ambos medios. Particularmente en Europa Occidental, zona geográfica en la que prevalece una concepción de la televisión como servicio público, el mantener comunicados a los ciudadanos sobre los acontecimientos más relevantes a nivel nacional e internacional es un deber.



A lo largo de su desarrollo, la televisión ha ido ganando terreno a los otros medios de comunicación -como la prensa escrita y la radio- y en muchas sociedades se ha convertido en la principal fuente diaria de noticias. Hoy es imposible concebir una señal abierta o incluso una plataforma de televisión por satélite o cable sin este tipo de programas, no sólo porque así lo quieren las legislaciones que establecen los Gobiernos, sean del signo político que sean, sino también porque estos programas tienen una gran demanda entre las audiencias de todo el mundo.

Los programas informativos juegan un papel principal dentro de la compleja actividad de una cadena de televisión. Son muchos canales que los consideran como la columna vertebral de su programación. En la gran mayoría de los casos, el prestigio de la misma se ve reforzado por la credibilidad de sus informativos, además de la cantidad de telespectadores que puedan reunir. Por ello, a la hora de elaborar la parrilla de programas, las televisiones generalistas ponen especial cuidado en encontrar el equilibrio entre los contenidos de ficción (películas, series, telenovelas, etc.) y los contenidos periodísticos, confeccionados a partir de sucesos reales.

Al margen de la situación de los programas de noticias de las cadenas generalistas, en los últimos años han surgido canales temáticos dedicados exclusivamente a la difusión de noticias; se trata de los denominados “todo noticias” o “sólo noticias” de información general. Estos canales están presentes en todas las plataformas de televisión por cable y por satélite, y, además, tienen una fuerte presencia en Internet.

Se puede distinguir un conjunto de programas informativos y de actualidad en televisión como:

- **Telediario o noticiero:** programa más característico e importante de este género. Suelen presentarse, en distintas franjas horarias a lo largo de la jornada, las noticias nacionales e internacionales más importantes sobre política, economía, sociedad, etc. Una sección dedicada al mundo del deporte y el pronóstico meteorológico completan estas emisiones diarias.
- **Edición especial:** espacio dedicado a un acontecimiento extraordinario (cobertura

de elecciones, visitas oficiales, fallecimientos inesperados, etc.) que suscita especial atención; suele incluir entrevistas, reportajes, coloquios y ruedas informativas.

- **Programas de opinión y/o debate:** en muchos países este tipo de programas ocupan un lugar privilegiado en la programación -la franja horaria central- y están dirigidos por periodistas de reconocido prestigio profesional. La investigación periodística, los invitados especiales (personalidades del ámbito político, gubernamental, empresarial, deportivo, etc.) o las tribunas con público participante suelen ser ingredientes de la mayoría de los programas de opinión.
- **Programas de reportajes de actualidad:** constituye un formato que trabaja especialmente la imagen de prestigio de la emisora porque exigen un generoso despliegue de medios de producción humanos y técnicos. Su espacio suele ser semanal y en ellos se suelen incluir varios reportajes de fondo, con una duración de entre 10 y 15 minutos cada uno, en los que se abordan en profundidad y de forma especialmente detallada asuntos de especial relevancia.

Para cualquier televisión, contar con un servicio informativo los 365 días del año implica hacer frente a elevados costes económicos (salarios, equipamiento, traslados, telecomunicaciones, etc.) y coordinar el trabajo de numerosos profesionales del periodismo audiovisual.

Un sistema de producción característico de los servicios informativos incluye:

- Un trabajo con la documentación de archivo.
- La compra de información proveniente de las agencias de noticias audiovisuales.
- Las opiniones, las entrevistas y reportajes breves realizados por los trabajadores de la casa.
- Las conexiones con corresponsales y enviados especiales.
- El recurso de la lectura directa de textos a cargo de los presentadores.

**Los telediarios o noticieros:** sin duda, el noticiero es el formato estrella entre todos los informativos. Tanto es así, que en las grandes cadenas generalistas el director de los

servicios informativos -responsable del tiempo total en antena dedicado a las noticias- tiene la facultad de interrumpir la programación en cualquier momento para emitir información urgente e incluso retransmitir en directo sucesos de importancia extraordinaria.

Adoptando una fórmula elaborada por la prensa escrita, el telediario clasifica las noticias según su importancia (principio de jerarquía: en relación al impacto que las noticias tengan en la audiencia) y por su contenido (división en secciones: política, economía, policiales, deportes, etc.).

Generalmente los noticieros ocupan lugares de privilegio en la parrilla de programación diaria de cualquier televisión generalista. En muchos países, los informativos diarios - conducidos por fotogénicos periodistas profesionales- suelen presentarse a primera hora de la mañana, al mediodía, en el horario de máxima audiencia y en el trasnoche con una duración que varía entre los treinta y los sesenta minutos.

Cada telediario tiene un editor, que equivale al director de un diario, quien decide qué acontecimientos cubrir, con qué medios y con qué extensión, a través de la producción propia de noticias o de la compra de material audiovisual a agencias de telenoticias o a ocasionales reporteros (*free-lancers*). El editor decide tanto el envío de los reporteros y camarógrafos que trabajan para los telediarios como el orden de aparición y los minutos que se dedican a cada reportaje. La selección de éstas se realiza a partir de:

- Acontecimientos emergentes: triunfos deportivos, atentados, desastres naturales, choques, incendios, fallecimiento de personalidades, fallos judiciales, etc.
- Eventos rutinarios y/o anunciados: sesiones del Congreso, audiencias públicas, inauguraciones, ceremonias, conferencias y ruedas de prensa, etc.
- Planificación de eventos de temporada: operativos de seguridad vial, campañas de vacunación, etc.

Por su parte las noticias relacionadas con el mundo del deporte y el pronóstico meteorológico complementan la cobertura de los noticieros conformando segmentos diferenciados a cargo de periodistas especializados.

A nivel internacional, las cadenas líderes especializadas en información general son:

- BBC World: Londres, esta señal “todo noticias” goza de la excelente popularidad de la corporación radiotelevisiva pública británica.
- CNN: esta señal privada revolucionó al mundo de las comunicaciones al retransmitir en directo y vía satélite la Guerra del Golfo en 1991. Posee una gran red de periodistas alrededor del mundo.
- Al Yazeera: considerada la principal fuente de noticias en lengua árabe del mundo musulmán, esta cadena de noticias -creada y financiada por el Gobierno de Qatar- se comenzó a emitir en el otoño de 1996 y se hizo famosa a nivel mundial al difundir los vídeos del líder de Al Qaeda, Bin Laden.

En resumen, el noticiero es la principal imagen de un canal (hablando de televisión generalista) y como tal debe de contener un argumento conservador y no desviarse por la falta de ética al momento de informar.

### **3.4 REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA**

Considerando que “El Informativo” es un noticiero ya existente en la parrilla de Espol TV, hay que tener en cuenta y recalcar cuáles son los requerimientos existentes del programa y también los correspondientes a la dirección de arte y rediseño del mismo.

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

<b>EQUIPO HUMANO</b>		
<i>Cantidad</i>	<i>Cargo</i>	<i>Descripción</i>
1	Director	Responsable de elegir, supervisar y guiar al equipo de trabajo
1	Productor	Organiza y controla el proyecto
3	Camarógrafos	Operadores de las cámaras
1	Director Técnico	Opera la consola de video y coordina los aspectos técnicos de la producción
2	Asistentes Técnicos	Intervienen en la parte técnica
3	Presentadores	Personas que presenta y conduce el programa
3	Reporteros	Realizan los reportajes
1	Maquillista y Vestuarista	Encargado del maquillaje y vestuario respectivamente.
1	Director de Arte	Dirige los equipos de diseño y artístico
1	Director de Fotografía	Determina los aspectos visuales
1	Iluminador	Elige la iluminación que se requiera
3	Diseñador Gráfico	Grafica las ideas
2	Ilustrador	Realiza las ilustraciones
1	Modelador 3D	Crea gráficos tridimensionales
1	Post-Productor	Supervisa el trabajo de Post-Producción
1	Animador	Crea imágenes con movimiento
1	FX	Aplica los efectos especiales
1	Editor	Manipula imágenes y sonido
1	Sonidista	Selecciona los sonidos que se van a utilizar

Tabla 3-1: Equipo humano

<b>EQUIPOS TÉCNICOS Y SUMINISTROS</b>		
<i>Cantidad</i>	<i>Equipo</i>	<i>Descripción</i>
3	Cámaras de video	Marca Sony Profesional
1	Televisor LCD	Proyectar lo que se está transmitiendo
3	Trípodes	Estabilización y soporte de la cámara
1	Teleprompter	Herramienta de lectura
Varias	Luces	Fresnels y Softlight
3	Micrófonos corbateros	Para presentadores
2	Micrófonos	Para exteriores (reporteros)
Varios	Cables	Realizar conexiones
3	Extensiones eléctricas	Proveen energía
1	Cámara fotográfica	Marca Sony HD
2	Audífonos	Escuchar grabaciones y para Post-Producción
1	Pc	Procesador Core i7 / S.O. Windows 7 / Memoria RAM 4Gb
2	iMac	Procesador Core i7 / S.O. Mac OSX Lion/ Memoria RAM 4Gb
2	Regulador	Regula el voltaje
2	Disco duro externo	Almacena información (Capacidad 1Tb)
3	DVD (50 unidades)	Grabar información
1	Impresora	Imprimir la información que se necesite
2	Paquete de papel	Para guiones, planes de trabajo, etc.

Tabla 3-2: Equipos técnicos y suministros

<b>SOFTWARE</b>		
<i>Cantidad</i>	<i>Software</i>	<i>Descripción</i>
1	Cinema 4D Versión 12	Creación de gráficos y animación 3D
1	Adobe AfterEffects CS5	Creación de efectos visuales
1	Adobe Illustrator CS5	Creación de ilustraciones vectoriales
1	Adobe Photoshop CS5	Edición y modificación de imágenes digitales
1	Final Cut Pro	Edición profesional de videos
1	SoundTrack Pro	Edición de audio
1	Pro Tools 10	Grabación de audio
1	QuickTime 7	Reproduce videos, fotos y música

Tabla 3-3: Software utilizado en Post-Producción

### **3.5 MARCA**

"El Informativo" es un noticiero que tiene posicionamiento en la provincia de Santa Elena y tiene su público televidente. Es así, que pensando en el rediseño de su nueva marca y en 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 icónica o 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.

El isotipo de nuestra imagen se establece dentro del imagotipo. Se encuentra formado por curvas y las iniciales E, L, I (referente a “El Informativo”), estas formas son tomadas de la cultura Valdivia de la provincia de Santa Elena y además su perfil redondeado simboliza a un planeta.

Los colores son tomados de las tonalidades que posee el imagotipo de la ESPOL, y también en relación del color del mar.



Figura 3-1: Cultura Valdivia



Figura 3-2: Isotipo de “El Informativo”



### **3.5.2 LOGOTIPO**

El logotipo es el que está formado exclusivamente de la tipografía, cuya elección es tan importante como las palabras que se usarán, ya sea para identificar la marca como para desarrollar el slogan.

El tipo de letra que se seleccione deberá reflejar el mensaje que se desee transmitir, de lo contrario arruinará la idea principal.

En este caso, el logotipo está compuesto por los elementos tipográficos que le dan el nombre al noticiero “El Informativo”.



Figura 3-3: Logotipo de “El Informativo”

### **3.5.3 DESARROLLO DEL IMAGOTIPO**

El imagotipo es la combinación del isotipo (ícono) y el logotipo (texto), pero estos se encuentran separados, la tipografía suele colocarse en la parte superior, inferior o a un lado.



Figura 3-4: Nueva marca en 2D de “El Informativo”

**EL  
INFORMATIVO**

Figura 3-5: Marca actual en 2D de “El Informativo”



Figura 3-6: Nueva marca de “El Informativo” en 3D



Figura 3-7: Marca actual de “El Informativo” en 3D

### 3.5.4 VARIACIONES

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



Figura 3-8: Primera variación del Imagotipo



Figura 3-9: Segunda variación del Imagotipo



Figura 3-10: Tercera variación del Imagotipo



Figura 3-11: Usos incorrectos de color en la marca



Figura 3-12: Usos incorrectos de la marca

### 3.6 TENDENCIA O MOVIMIENTO ARTÍSTICO

**Menos es Más:** el Minimalismo iniciado a finales de 1960 después de la segunda guerra mundial, 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.

Es usado en la actualidad para la realización de las escenografías. Da un toque básico pero elegante.

Esta tendencia, al no ser una imagen sobrecargada y tratando de ser “minimalistas”,

conlleva a crear una gráfica simplificada pero que comunique la identidad de “El Informativo”.



Figura 3-13: Interiores Minimalistas

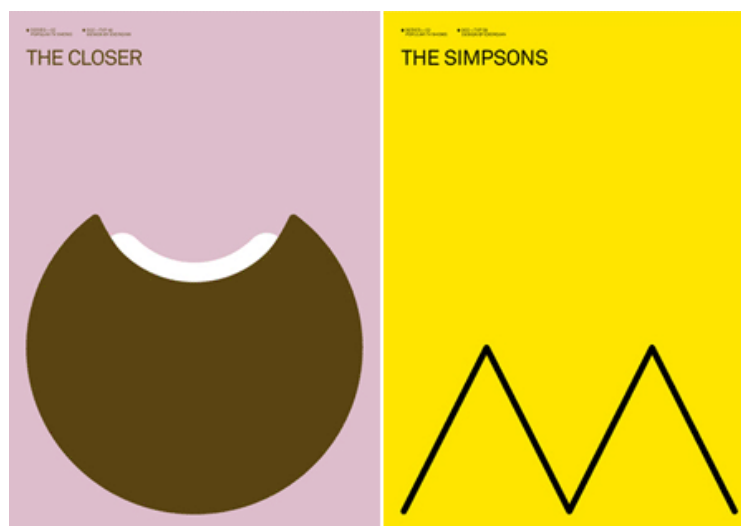


Figura 3-14: Diseños Minimalistas

**Art Deco:** movimiento artístico decorativo que debe su nombre a una muestra y exposición de objetos de uso doméstico y piezas gráficas realizadas entre los años de

1920 y 1940, período de entre guerras. El estilo se caracteriza por el *eclecticismo* de las formas y de los materiales utilizados.

El art deco está influenciado por otros movimientos como: Constructivismo, Cubismo, Futurismo.

Interviene el constructivismo que es otro movimiento arquitectónico, con formas geométricas al igual que el cubismo, que es arte hecho en cubos y con el futurismo que es la sensación del movimiento.

En “El informativo”, a partir de estas tendencias se optará por usar formas cúbicas y geométricas en la línea gráfica y para la decoración del escenario. El movimiento de las líneas del bumper y el sin fin están influenciadas por el futurismo.

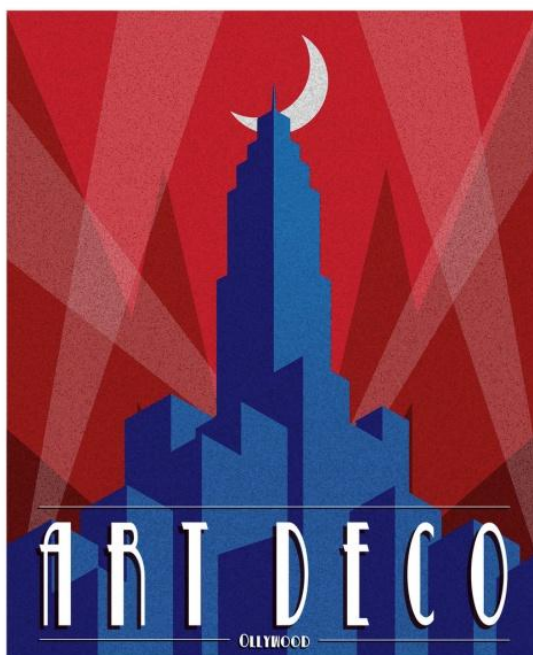


Figura 3-15: Póster Art Deco



Figura 3-16: Decoración de interiores Art Deco

## **3.7 DEFINICIÓN GRÁFICA**

Al momento de tener una o varias tendencias escogidas 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 “El Informativo” que es de transmitir con seriedad y solidez la información. Hay que tener en cuenta que se utilizarán los colores de la ESPOL que han sido implementados en las anteriores líneas graficas.

### **3.7.1 FORMA**

La forma es lo más básico desde donde se tiene que empezar, esto va a ser lo principal que el espectador capte.

Se ha optado por las formas curvas tomadas del perfil del mundo, estas formas tomarán bastante presencia y darán movimiento y dinamismo a la línea grafica.



Figura 3-17: Formas curvas

### 3.7.2 TIPOGRAFÍA

La tipografía es el manejo del estilo, diseño, formato y tamaño de las letras; dependiendo de esto, se puede llegar a expresar una *connotación* por parte de las mismas.

La tipografía es un aspecto importante, pues dependiendo del tipo que se utilice en el programa, se está mostrando parte de la identidad del mismo.

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

Este tipo de letra expresa a través de su forma, un toque de sobriedad, formalidad, firmeza y equilibrio.

ABCDEFGHIJKLM  
MNOPQRSTUVWXYZ  
WXYZ  
abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz  
0123456789

Figura 3-18: Tipografía ACENS



### **3.7.3 COLORIMETRÍA**

Se define a la colorimetría como la ciencia que estudia la medida del color, es decir la obtención de valores numéricos del color.

El color es una percepción visual que interpreta la retina del ojo a través de las ondas de luz que capta mediante el espectro electromagnético. El color tiene una psicología que puede causar efectos en las personas, más en el estado de ánimo. Cada color puede connotar o comunicar algo, haciendo más eficaz un mensaje.

Teniendo en cuenta estos antecedentes y conociendo la naturaleza del programa, se han elegido los siguientes colores que serán los principales en toda la línea gráfica:

**Naranja:** es un color muy específico porque es cálido, vibrante, vivo y claro. Las connotaciones más obvias del naranja vivo son los lugares cálidos. Su complementario es el azul, y la vívida y energética combinación de estos dos colores ha sido explotada durante décadas por los diseñadores. Puede usarse para crear motivos solares sobre fondos azules.

En áreas demasiado grandes fatiga su contemplación, pero es un buen color para los toques.

**Azul:** las connotaciones más naturales del azul vivo claro empiezan con el cielo, el mar y el agua. A partir de ahí manan ideas de frescura, limpieza, frialdad y pureza, haciendo que este color sea un color natural para productos que tienen una imagen limpia.

**Gris:** es el centro de todo, debido a que se encuentra entre la transición del blanco con el negro. Es un color conservador, serio y neutral que hace confiar al público en la integridad del producto o servicio.

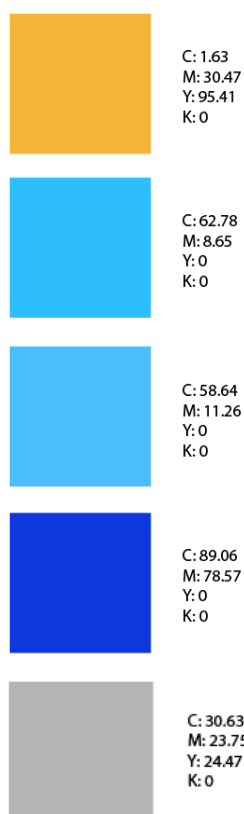


Figura 3-19: Sistema CMYK

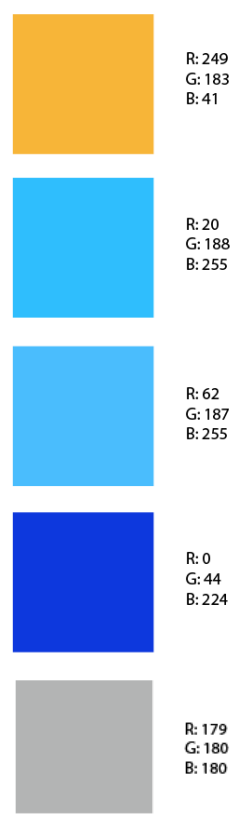


Figura 3-20: Sistema RGB

### 3.8 PAQUETE GRÁFICO

Cuando se habla del paquete gráfico de un programa se hace referencia a la Imagen Corporativa del mismo. Este incluirá varias piezas gráficas, que son composiciones visuales que pueden variar en soporte y formato según donde se vayan a aplicar.

En el caso de “El Informativo”, se han creado varias piezas de acuerdo al contenido que posee.

### **3.8.1 BUMPER (IN-OUT)**

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. En el caso de “El Informativo”, es una apertura hacia el set con el presentador.

Se tiene bumper de entrada y en ocasiones un bumper de salida que va al finalizar el espacio televisivo.

Se pueden apreciar las formas básicas del minimalismo con las formas rectas de los cuadros que aparecerán alrededor del mapamundi. Estos se alargarán y formarán arcos alrededor del mundo, que luego se transformará en el logo del noticiero junto con el nombre “El Informativo”.

Usando los colores implementados en la línea grafica, se manejarán contrastes y movimientos de las animaciones en 3D.



Figura 3-21: Entrada del bumper

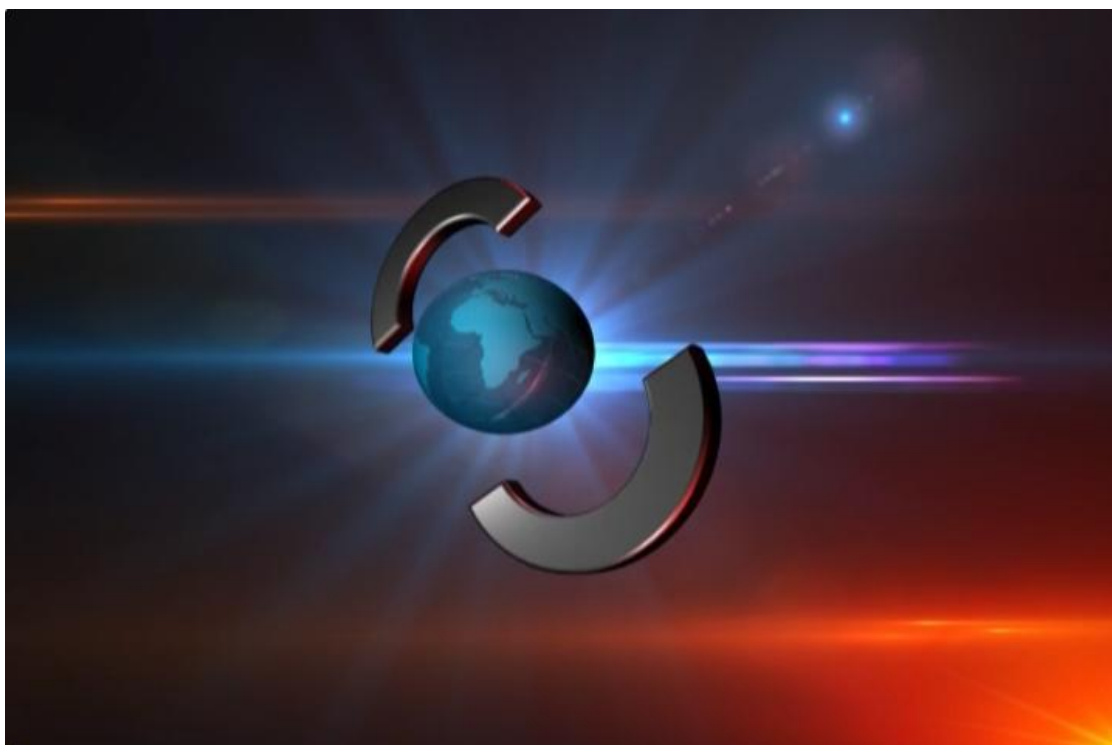


Figura 3-22: Animaciones y efectos del bumper



Figura 3-23: Animaciones y efectos del bumper



Figura 3-24: Animaciones y efectos del bumper



Figura 3-25: Final del bumper

### 3.8.2 SIN FIN

Es una animación en *loop* donde se presenta la marca de “El Informativo”. El sin fin se lo proyectará en las pantallas que se colocan en el escenario.



Figura 3-26: Sin fin de “El Informativo”

### 3.8.3 SEGMENTOS

Es la animación que dividirá cada sección del programa de acuerdo al tipo de información que posea. Este noticiero contará con cinco segmentos como: Nacionales, Internacionales, Deportes, Vida Social y Comunidad.





Figura 3-27: Segmento Nacionales



Figura 3-28: Segmento Internacionales



Figura 3-29: Segmento Deportes



Figura 3-30: Segmento Vida Social





Figura 3-31: Segmento Comunidad

### **3.8.4 FLASH INFORMATIVO**

Es una información breve y de urgencia. No está programada para su horario habitual de emisión. Mediante esto se da a conocer información de un suceso importante que ocurre en ese momento, el cual se podrá comunicar al televidente con rapidez.



Figura 3-32: Flash Informativo

### **3.8.5 SOBREIMPOSICIONES**

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

#### **3.8.5.1 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, sombras, animaciones, que si son bien manejadas, darán una buena lectura al televidente, en donde se informará al televidente el nombre del presentador, reportero o entrevistado, tema del reportaje, lugar de la noticia, fecha y página web o números del programa.

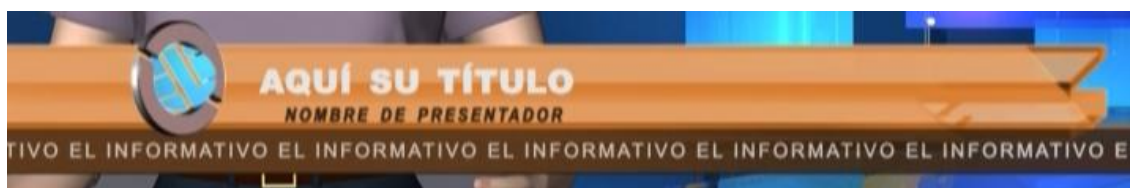


Figura 3-33: Sobreimposición - LowerThird

### 3.8.5.2 TITULARES

Los titulares son las noticias más importantes del día, se dan al comienzo del noticiero y se caracterizan por poseer un *collage* de videos con sobreimposiciones sobre el título de la noticia y la fecha.



Figura 3-34: Sobreimposición – Titulares

### **3.8.5.3 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.

Se incluirá una animación de un lowerthird, más los videos de las noticias que se darán al regresar de la pausa publicitaria.



Figura 3-35: Sobreimposición - Al volver

### **3.8.6 RECUADRO**

Es una superposición que sirve como respaldo visual, en donde por medio de una animación en transparencia que se ubicará del lado derecho o izquierdo, se colocará información sobre algún acontecimiento a tratar en ese momento.



Figura 3-36: Recuadro

### **3.8.7 PANTALLAS DIVIDIDAS**

Son un tipo de superposición en la pantalla de televisión, usados para separar un ambiente de otro, o para los noticieros en transmisión en vivo. Se usa para dividir el



reportero que está en el lugar de los hechos, y para el presentador de noticias en el estudio. Suelen estar acompañadas por una animación, logo del noticiero y texto.

Pueden existir pantallas divididas en dos o tres partes según el tipo de transmisión que se hará en ese instante.



Figura 3-37: Pantalla doble



Figura 3-38: Pantalla triple para entrevistas



Figura 3-39: Pantalla triple para transmisión

### 3.8.8 PANTALLA INFORMATIVA

Es un tipo de sobreimposición animada con un cuadro donde irá información importante sobre la noticia, ya sean datos, números telefónicos, redes sociales, etc.

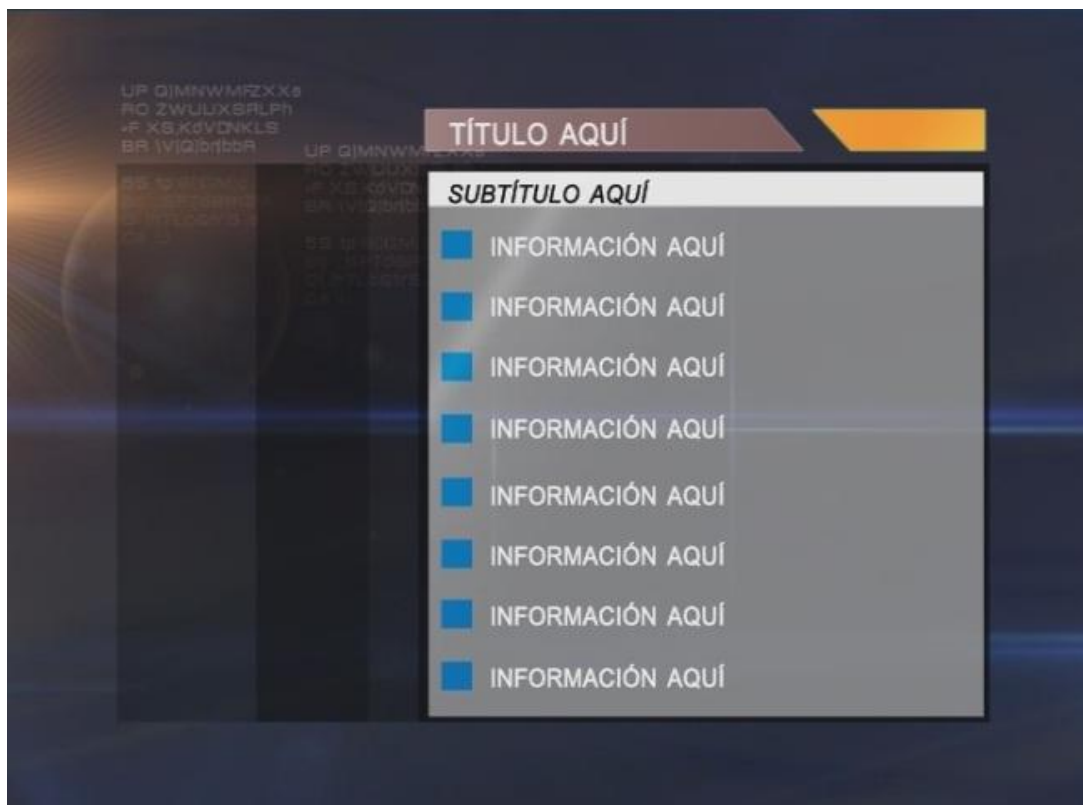


Figura 3-40: Pantalla Informativa





**CAPÍTULO IV**  
**ADAPTACIÓN DE LA MARCA**  
**A MEDIOS DIGITALES E**  
**IMPRESOS**

## **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. Recordando siempre que todos los elementos que van a intervenir, formen una unidad y así poder enviar un buen mensaje al receptor o al target al que se va a dirigir.

### **4.2 MEDIOS DIGITALES**

Cuando se trabaja para medios digitales como televisión, internet, se debe trabajar en el modelo de *color aditivo* RGB. En el modo RGB se trabaja con tres colores primarios: RED (Rojo), GREEN (Verde) y BLUE (Azul). Las imágenes en RGB son a todo color con 16,7 millones de colores disponibles.

El RGB asigna un valor de intensidad a cada píxel que oscile entre 0 (negro) y 255 (blanco) para cada uno de los componentes RGB de una gráfica en color.

Es un modo versátil, porque es el único que admite todas las opciones y los filtros que proporcionan las aplicaciones gráficas.

Es importante que cuando se diseña una marca para televisión, se debe de pensar en las formas posibles de que este funcione, es decir, debe ser funcional y tener dinamismo en pantalla.

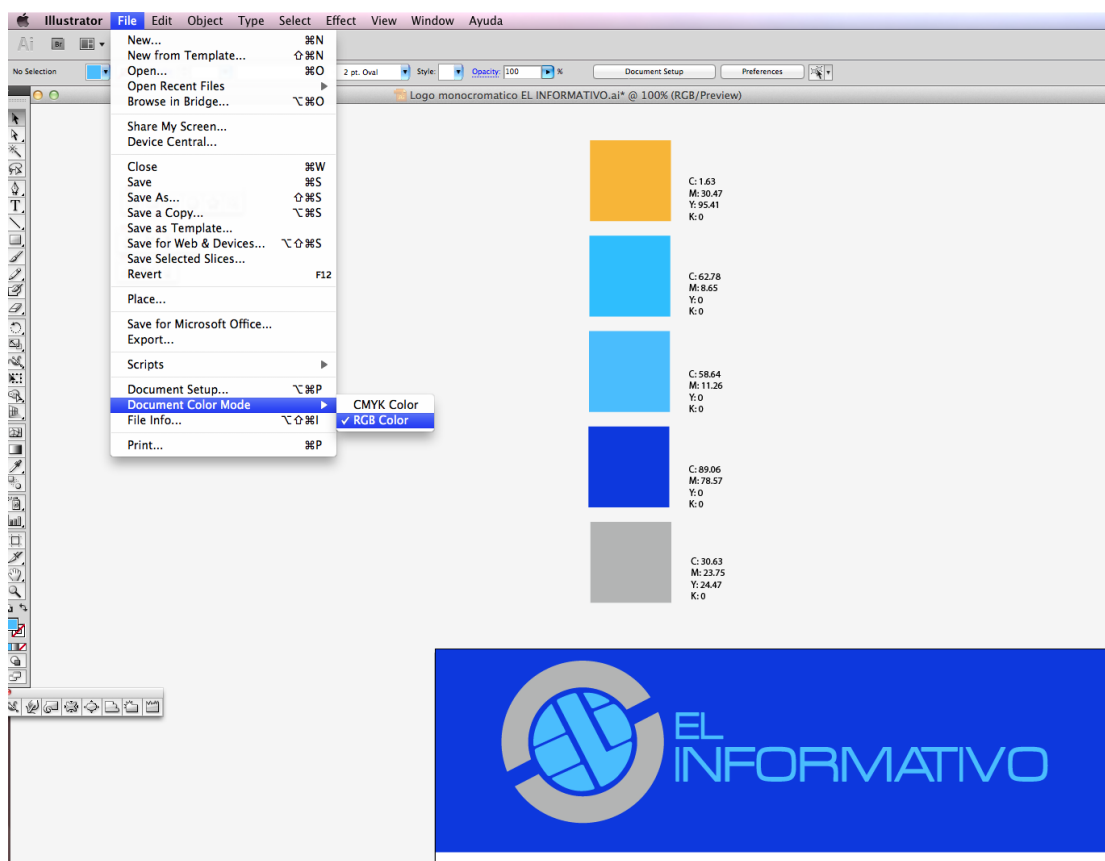


Figura 4-1: Trabajo de la marca modo RGB en Adobe Illustrator

### 4.3 MEDIOS IMPRESOS

Si se desea trabajar en medios impresos, como por ejemplo la papelería del programa, se opta por el modo de color CMYK.

El CMYK, trabaja por pigmentación, CYAN (Cian), MAGENTA (Magenta), YELLOW (Amarillo) y BLACK (Negro). Con este modo se puede lograr tener la misma calidad de color al momento de imprimir y que no varíen los colores implementados.

En las imágenes CMYK, el blanco puro se genera si los cuatro componentes tienen valores del 0%. Se utiliza el modo CMYK en la preparación de imágenes que se van a

imprimir en cualquier sistema de impresión de tintas. Aunque CMYK es un modelo de color estándar, puede variar el rango exacto de los colores representados, dependiendo de la imprenta y las condiciones de impresión.

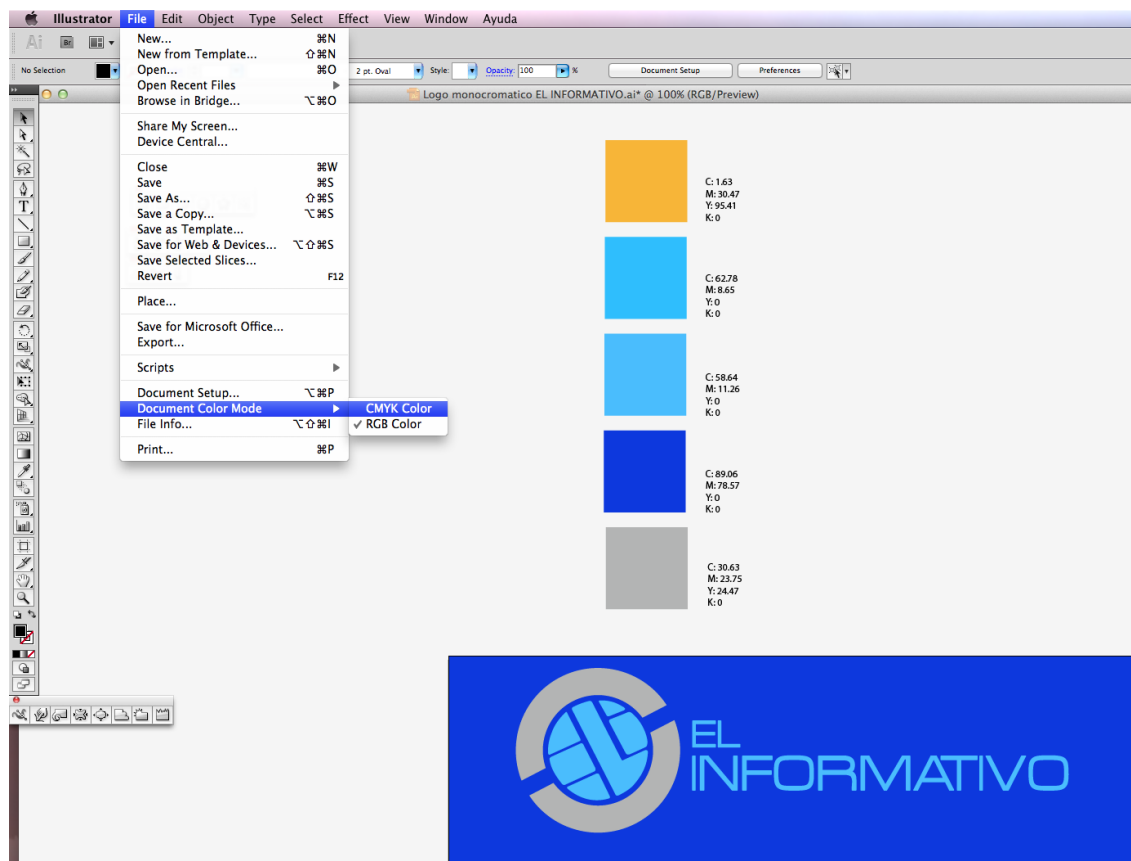


Figura 4-2: Trabajo de la marca modo CMYK en Adobe Illustrator

#### 4.4 DESARROLLO DE LA MARCA EN 3D

Considerando que se tiene la marca en 2D, se procede a importarla en un software de efectos visuales, animación y modelado 3D.

Aquí se procede a levantar la marca en 3 dimensiones acompañada de movimientos, texturas, efectos, luces, que van a ir conforme a lo que se desee proyectar en la pantalla.

En el caso de “El Informativo”, se implemento lo anterior, tanto en el logotipo como el isotipo, obteniendo un resultado adaptable para toda la línea gráfica que se vaya a implementar.

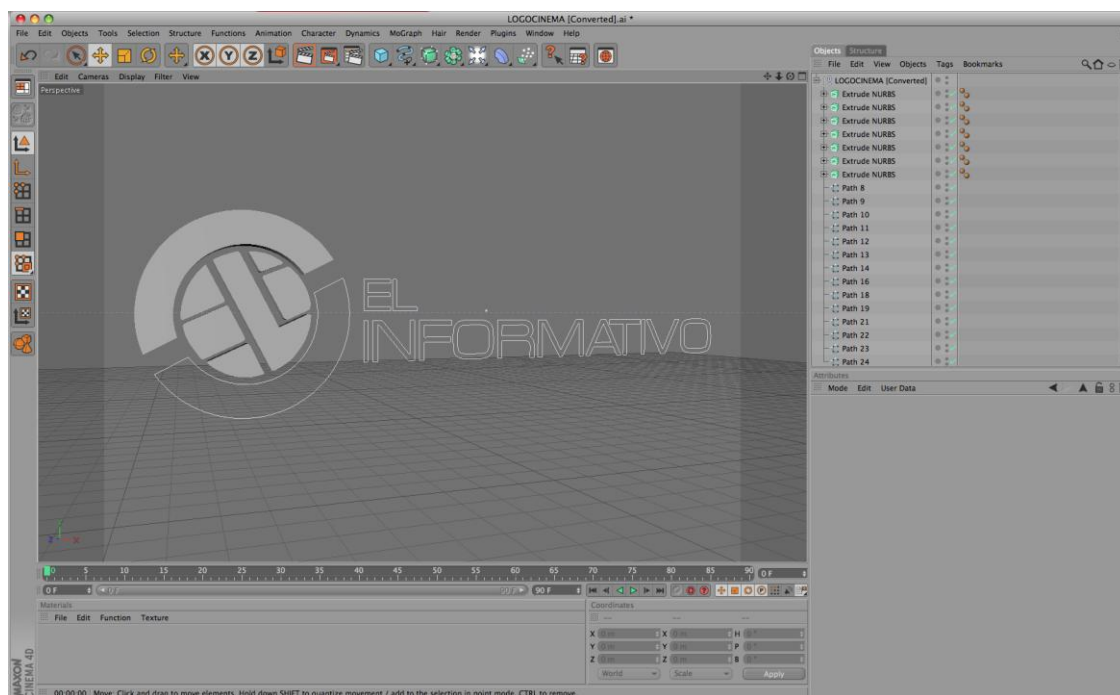


Figura 4-3: Levantamiento de la marca en 3D



Figura 4-4: Marca en 3D



**CAPÍTULO V**  
**IMPLEMENTACIÓN DE**  
**LÍNEA GRÁFICA**

## 5. IMPLEMENTACIÓN DE LÍNEA GRÁFICA

### 5.1 CONTENIDO

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

Los dos programas que se utilizan son Adobe After Effects y Cinema 4D, en donde se realiza la parte de Post-Producción.

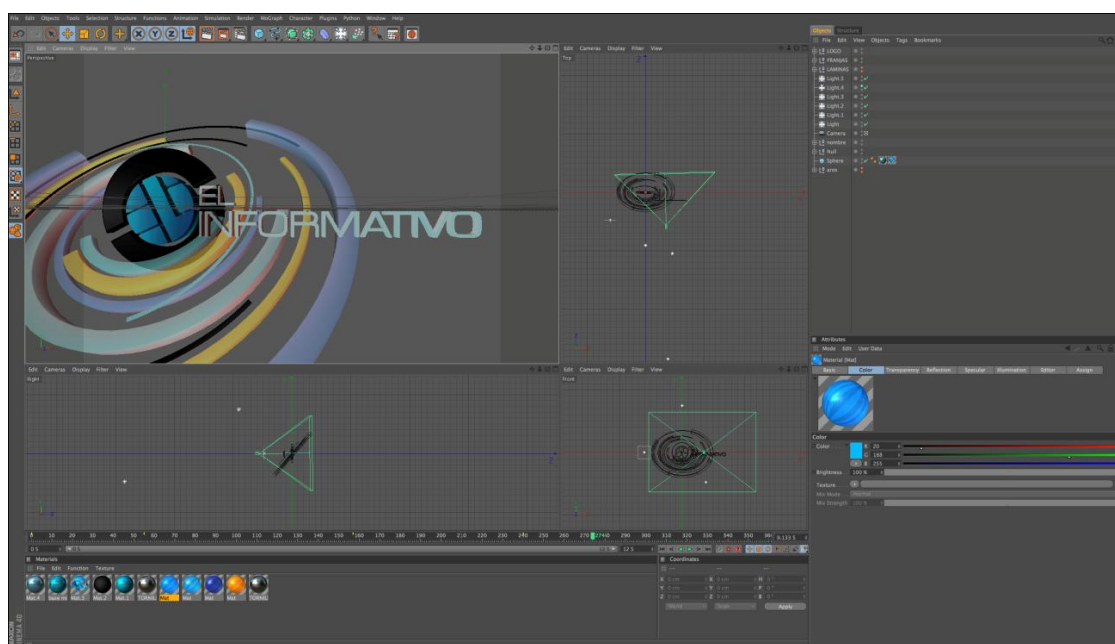


Figura 5-1: Realización del bumper en Cinema 4D

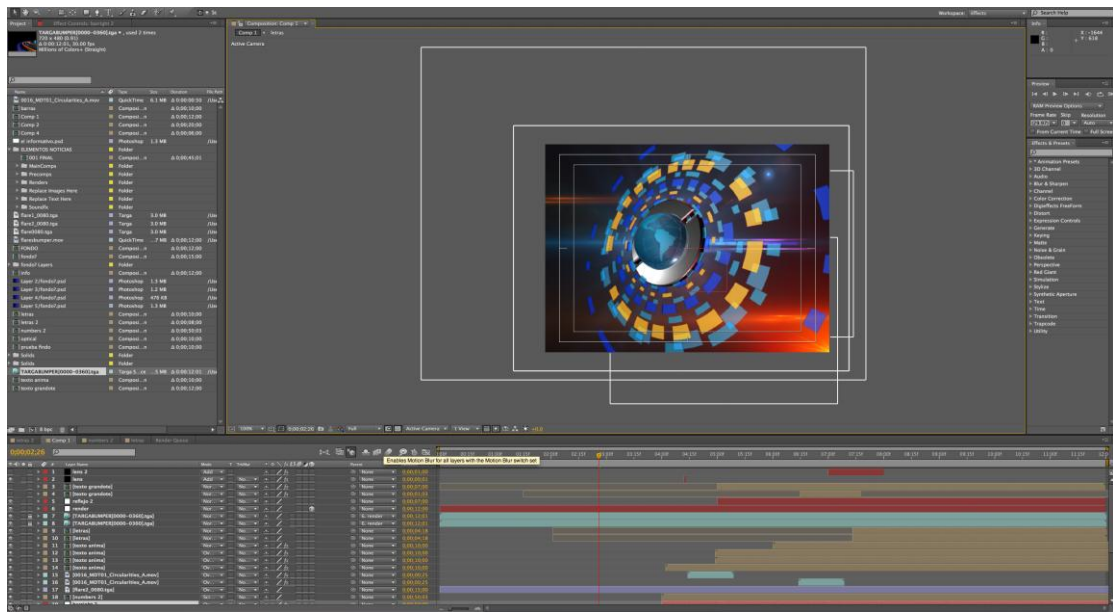


Figura 5-2: Realización del bumper en Adobe After Effects

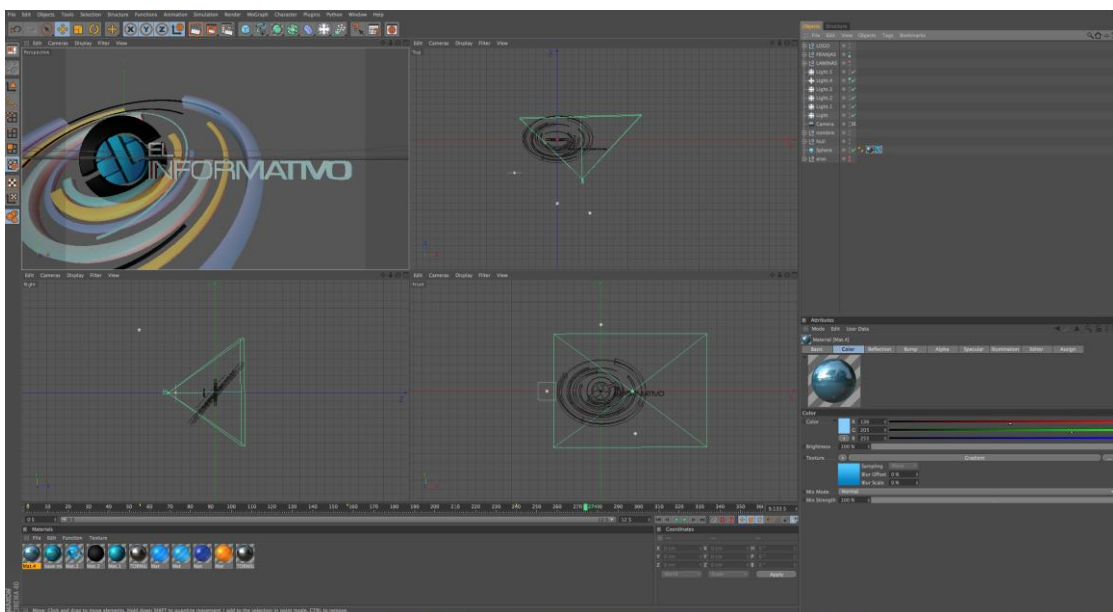


Figura 5-3: Realización del Sin Fin en Cinema 4D



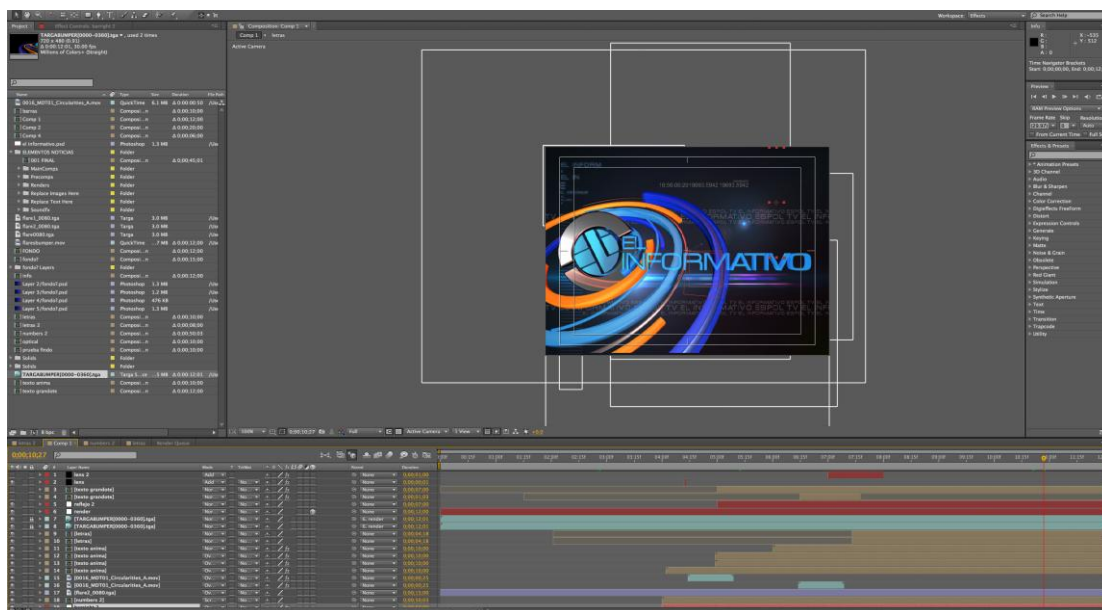


Figura 5-4: Realización del Sin Fin en Adobe After Effects

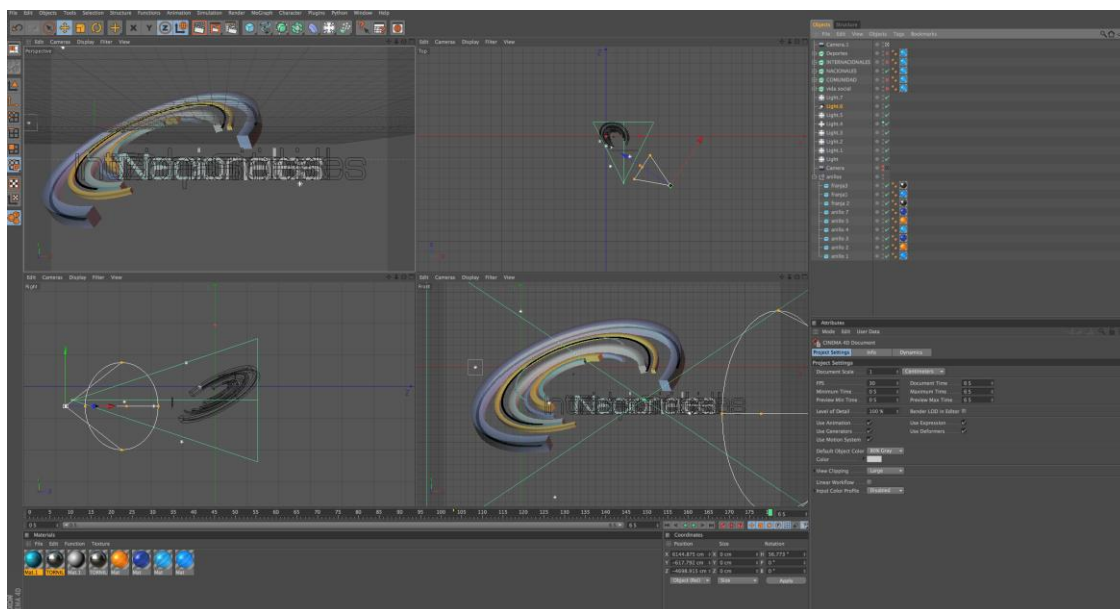


Figura 5-5: Realización de los segmentos en Cinema 4D

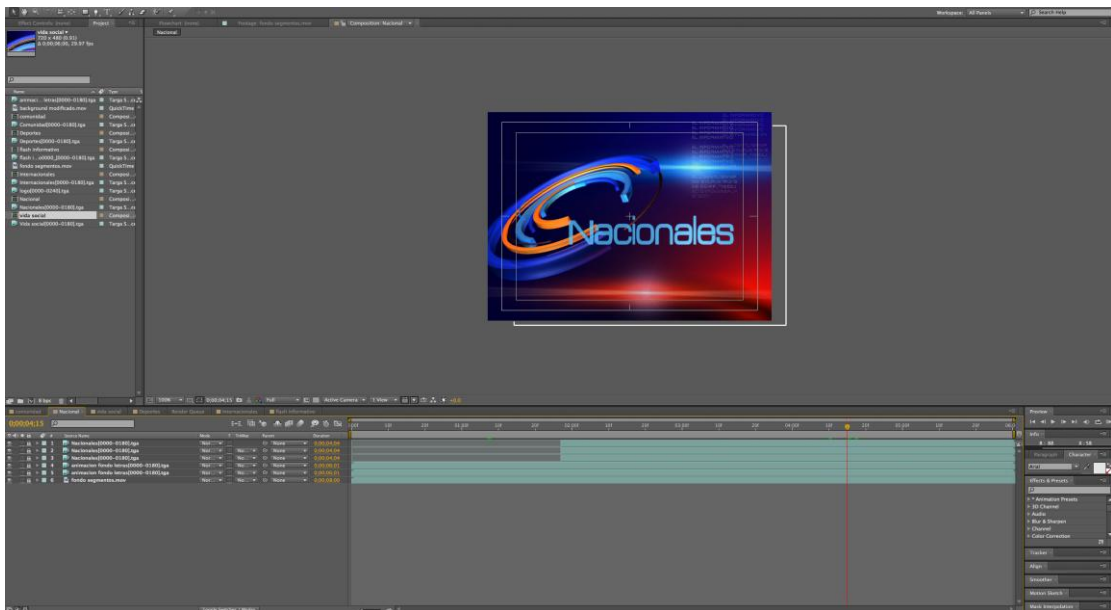


Figura 5-6: Realización de los segmentos en Adobe After Effects

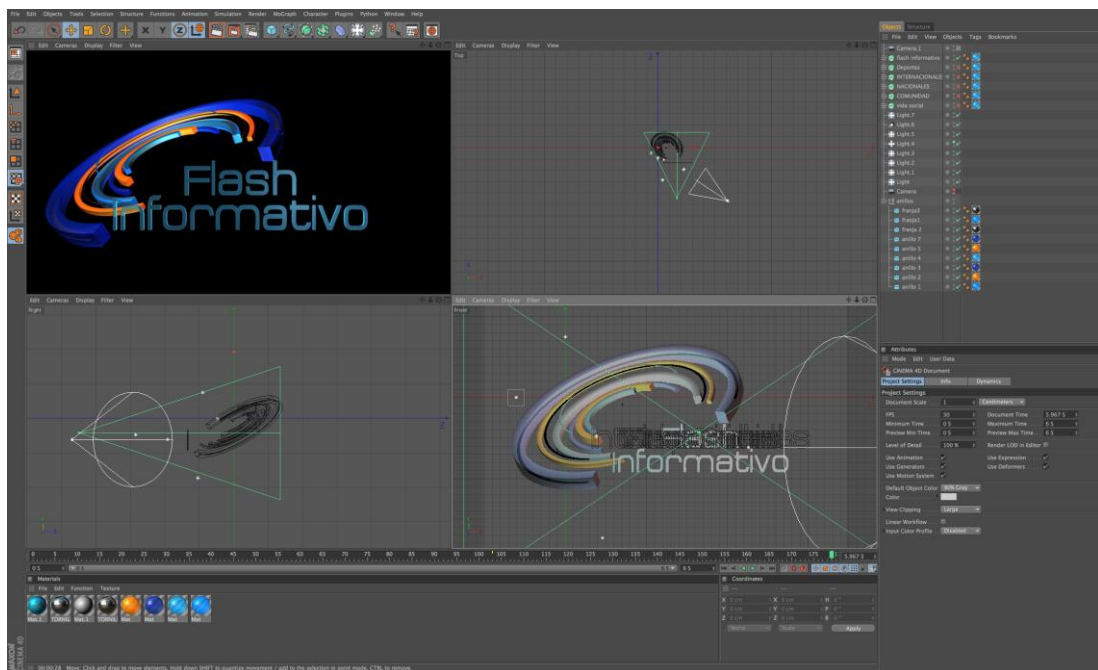


Figura 5-7: Realización del Flash Informativo en Cinema 4D

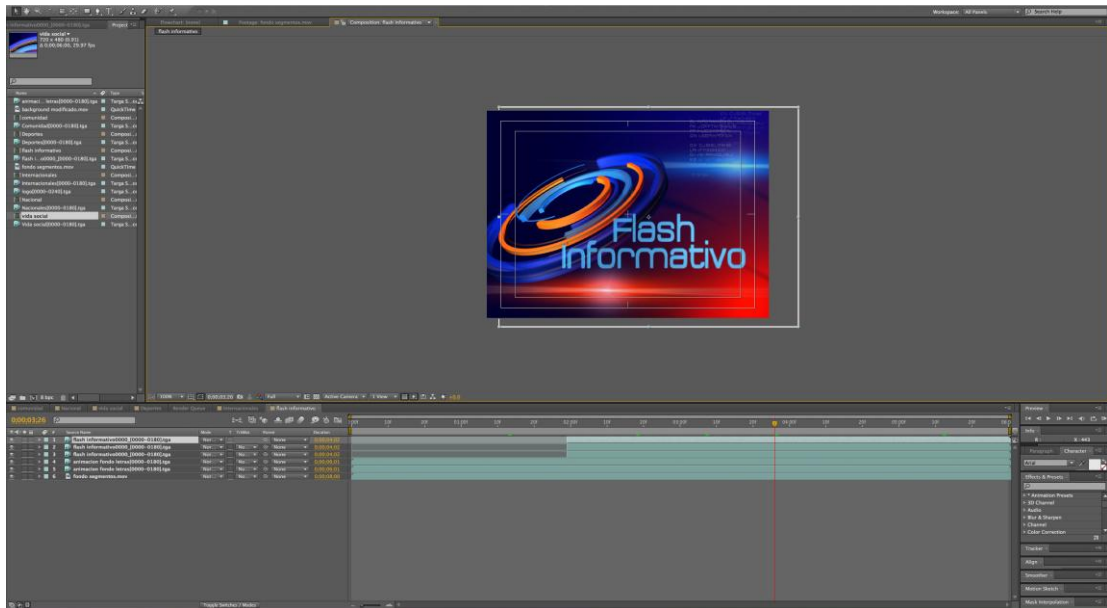


Figura 5-8: Realización del Flash Informativo en Adobe After Effects

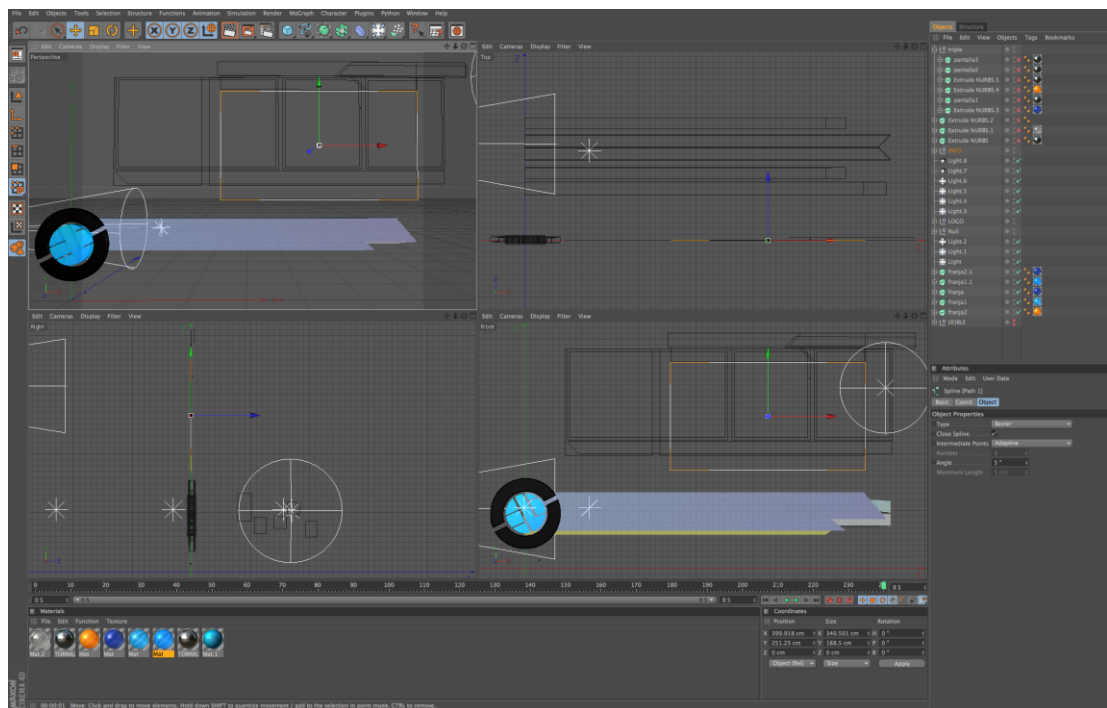


Figura 5-9: Realización del Lower Thrid en Cinema 4D

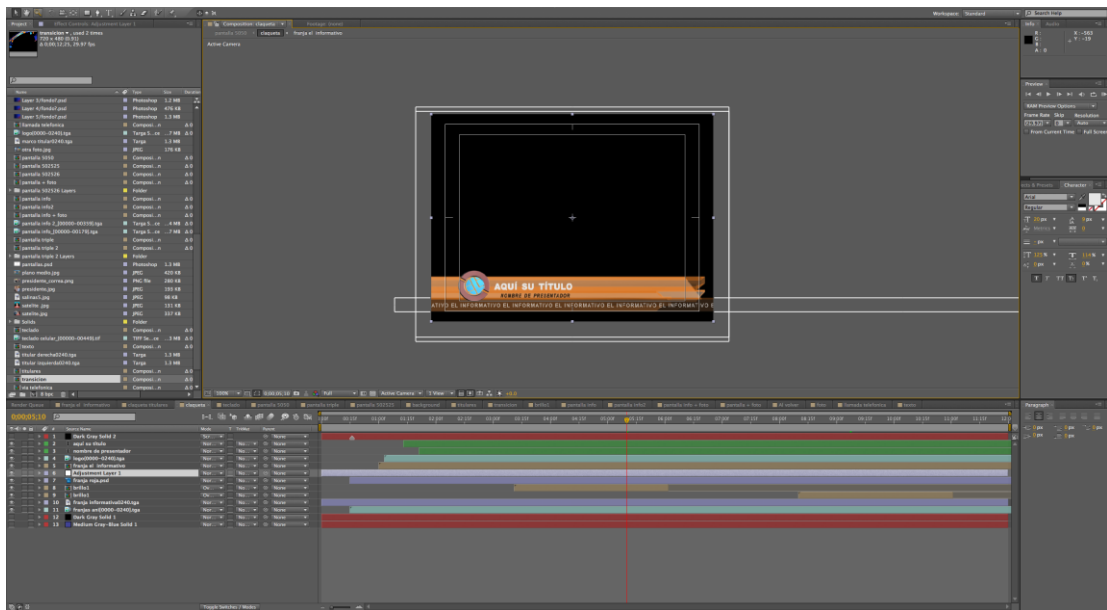


Figura 5-10: Realización del Lower Thrid en Adobe After Effects

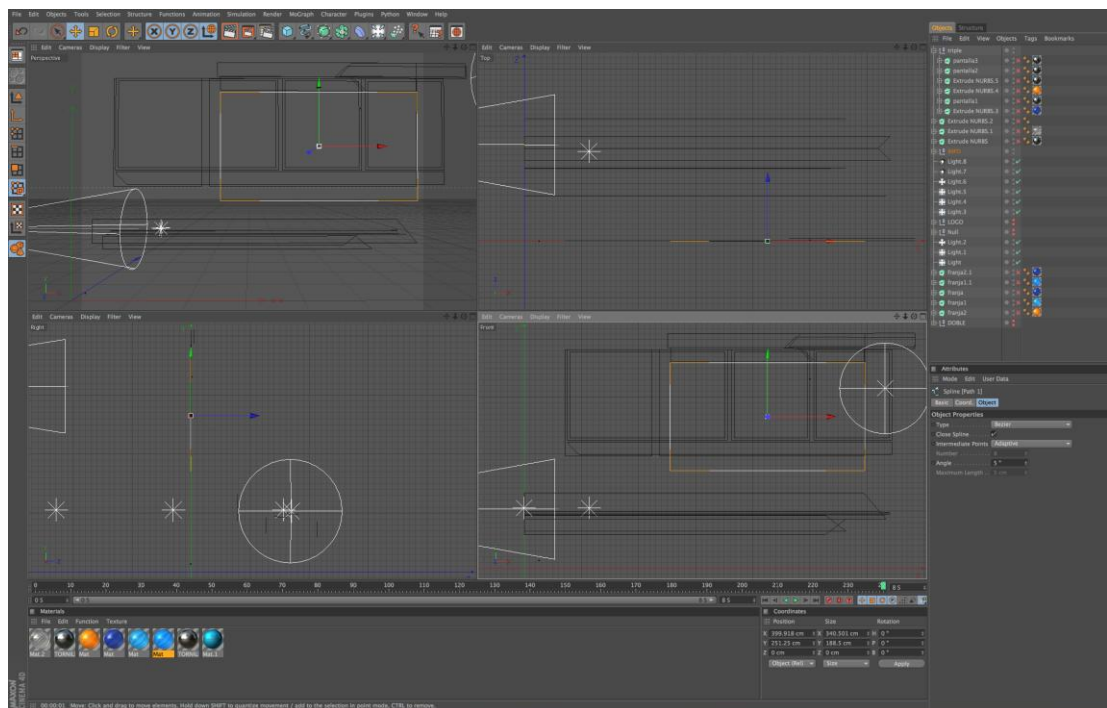


Figura 5-11: Realización de los Titulares en Cinema 4D

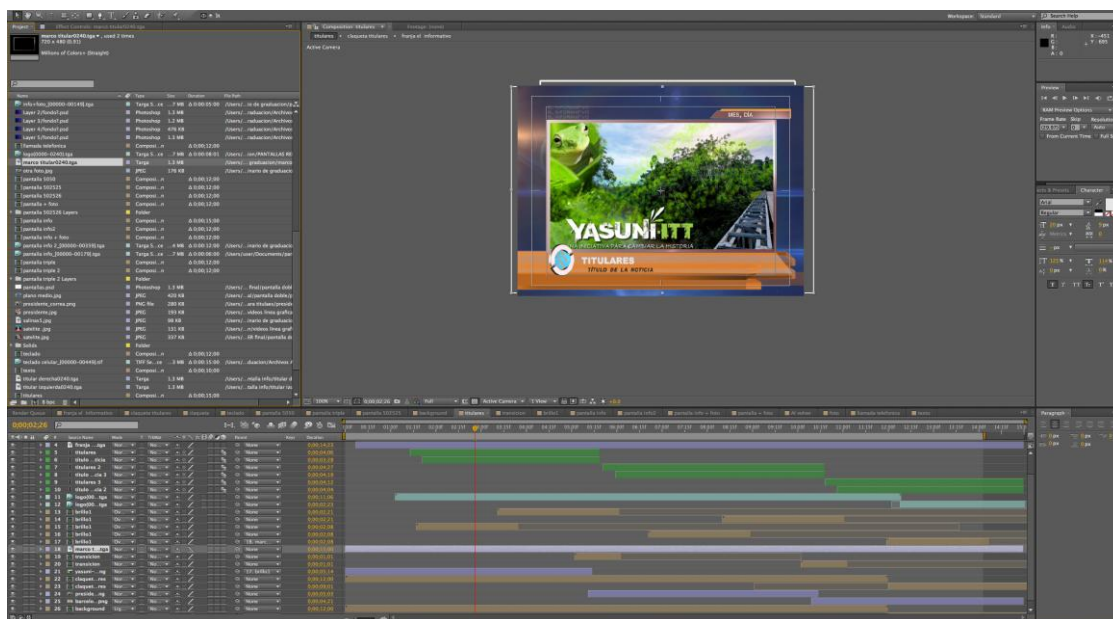


Figura 5-12: Realización de los Titulares en Adobe After Effects

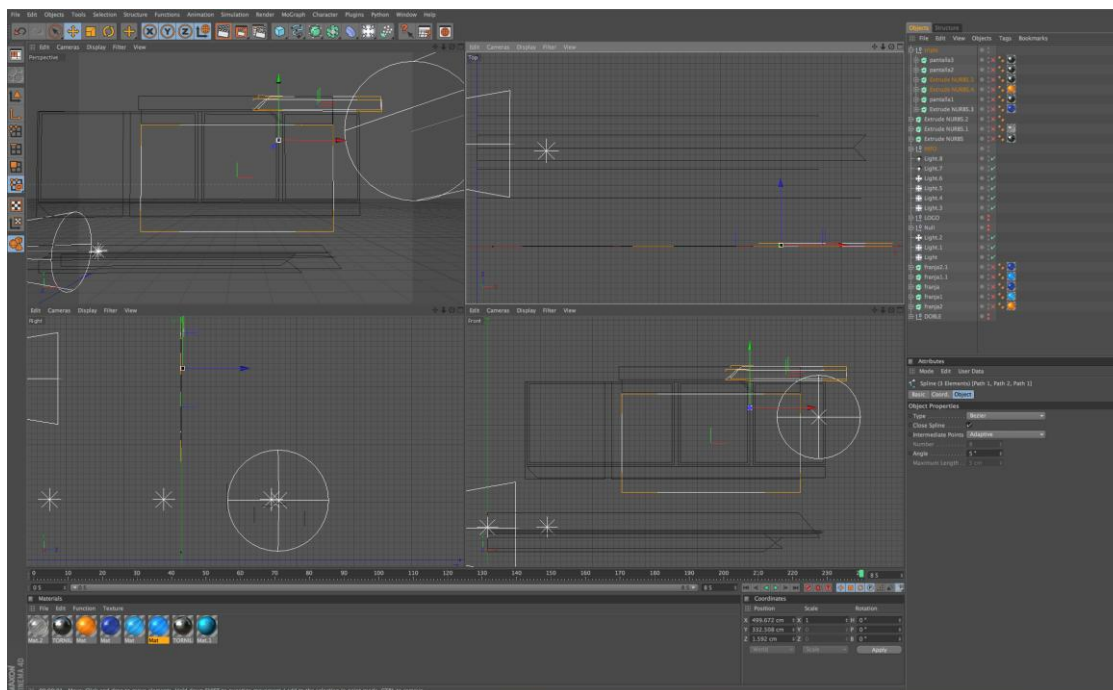


Figura 5-13: Realización de la sobreimposición Al Volver en Cinema 4D



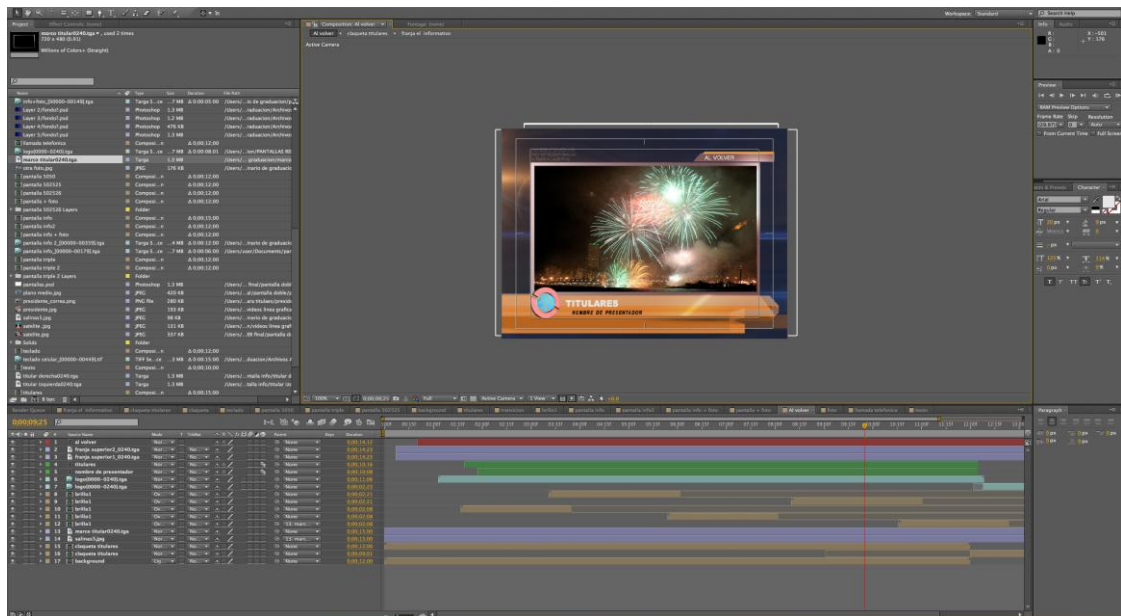


Figura 5-14: Realización de la sobreimpresión Al Volver en Adobe After Effects

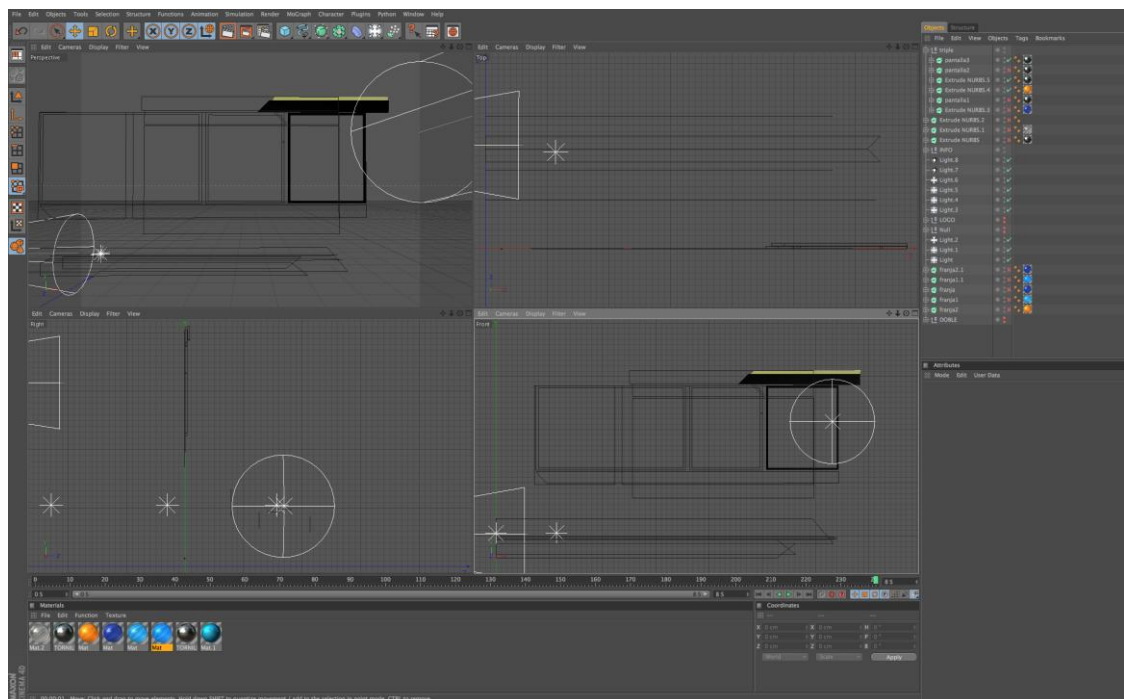


Figura 5-15: Realización del Recuadro en Cinema 4D

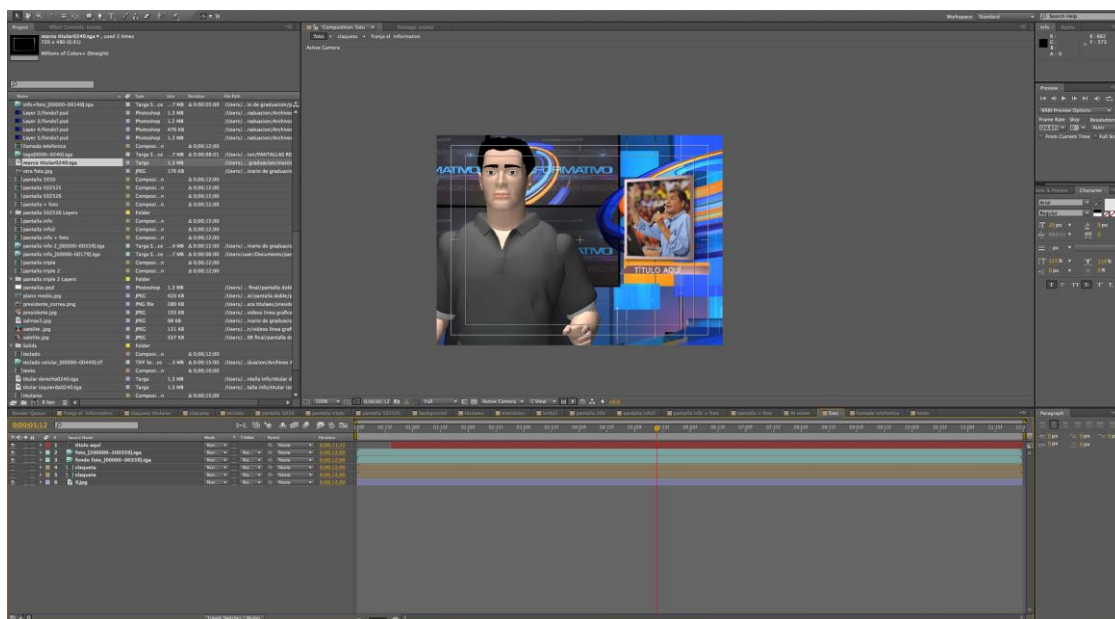


Figura 5-16: Realización del Recuadro en Adobe After Effects

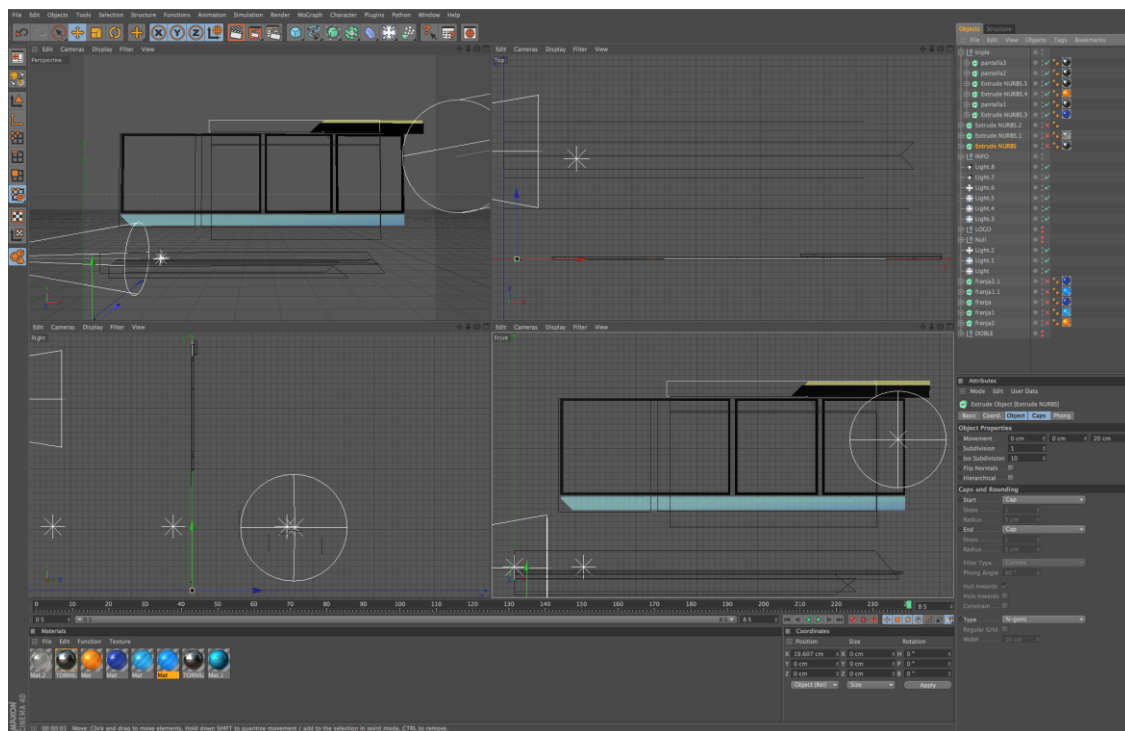


Figura 5-17: Realización de las Pantallas Divididas en Cinema 4D

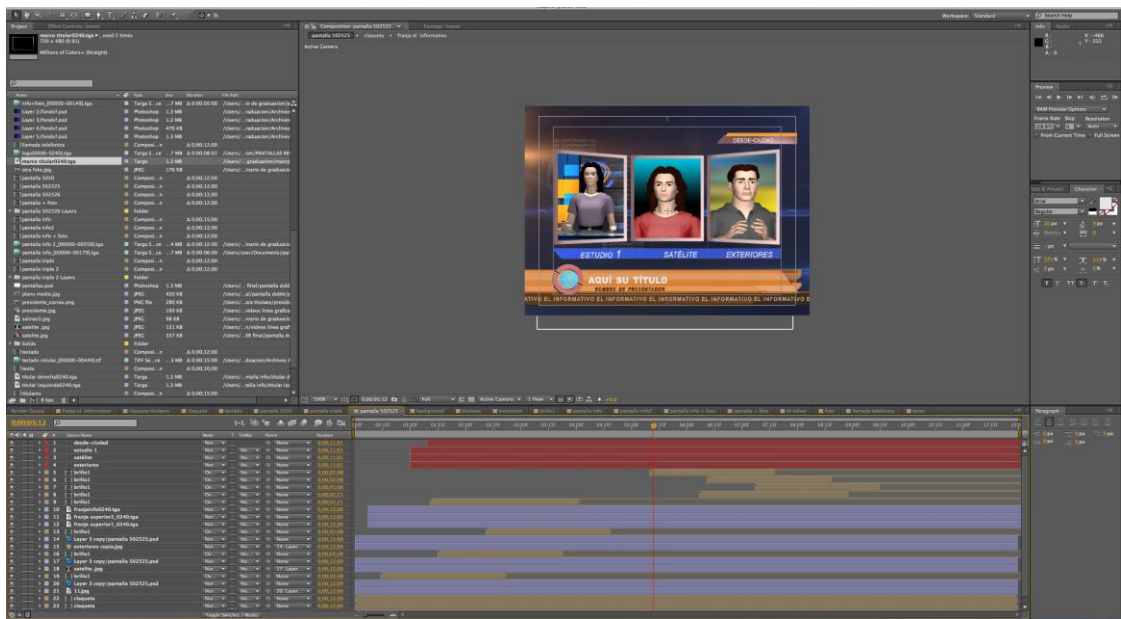


Figura 5-18: Realización de las Pantallas Divididas en Adobe After Effects

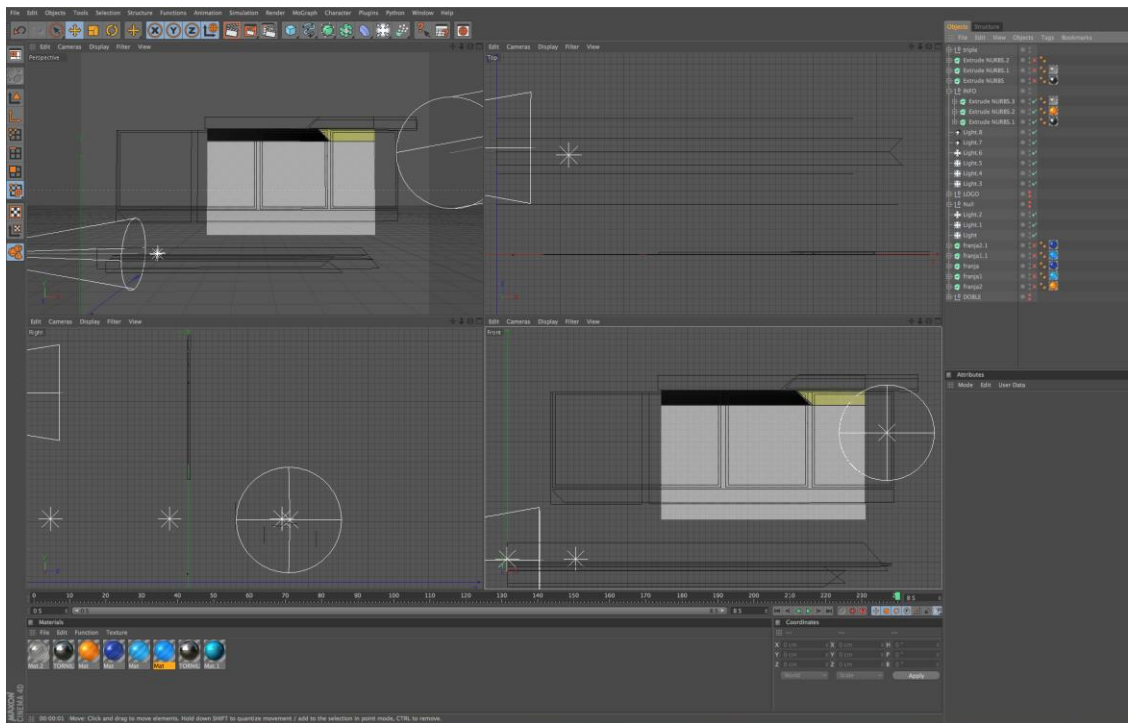


Figura 5-19: Realización de la Pantalla Informativa en Cinema 4D



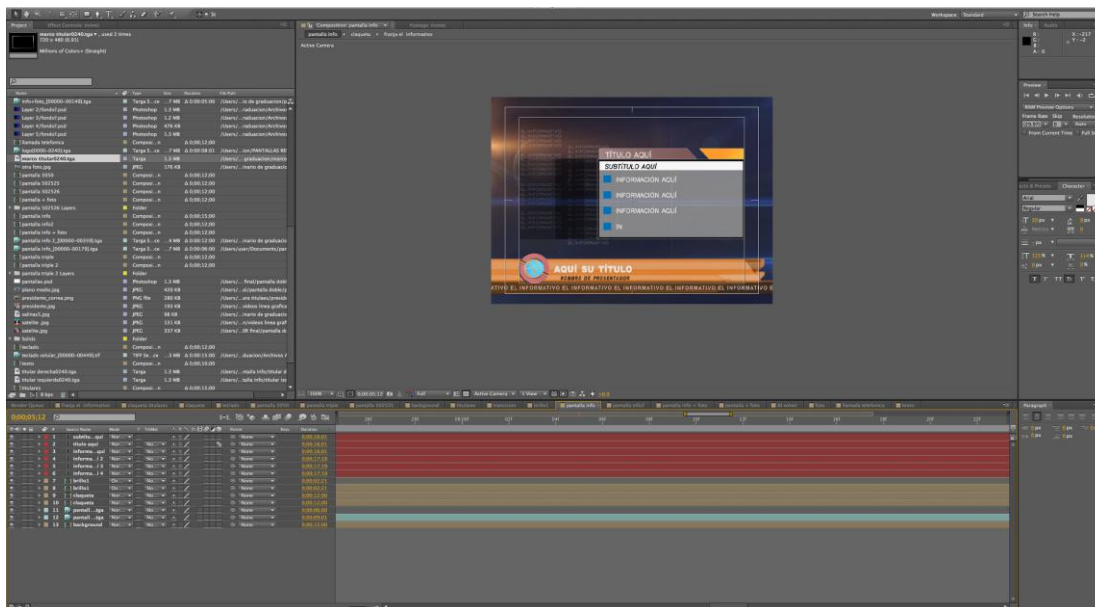


Figura 5-20: Realización de la Pantalla Informativa en Adobe After Effects

## 5.2 MARCA EN 2D

La realización de la marca en 2D, en colores monocromáticos, también tiene el mismo proceso de elaboración. Se comienza por un boceto, el cual luego pasa a ser *vectorizado* en Adobe Illustrator, donde con una paleta de color definida se comienza a trabajar en la marca.



Figura 5-21: Boceto de la marca “El Informativo”

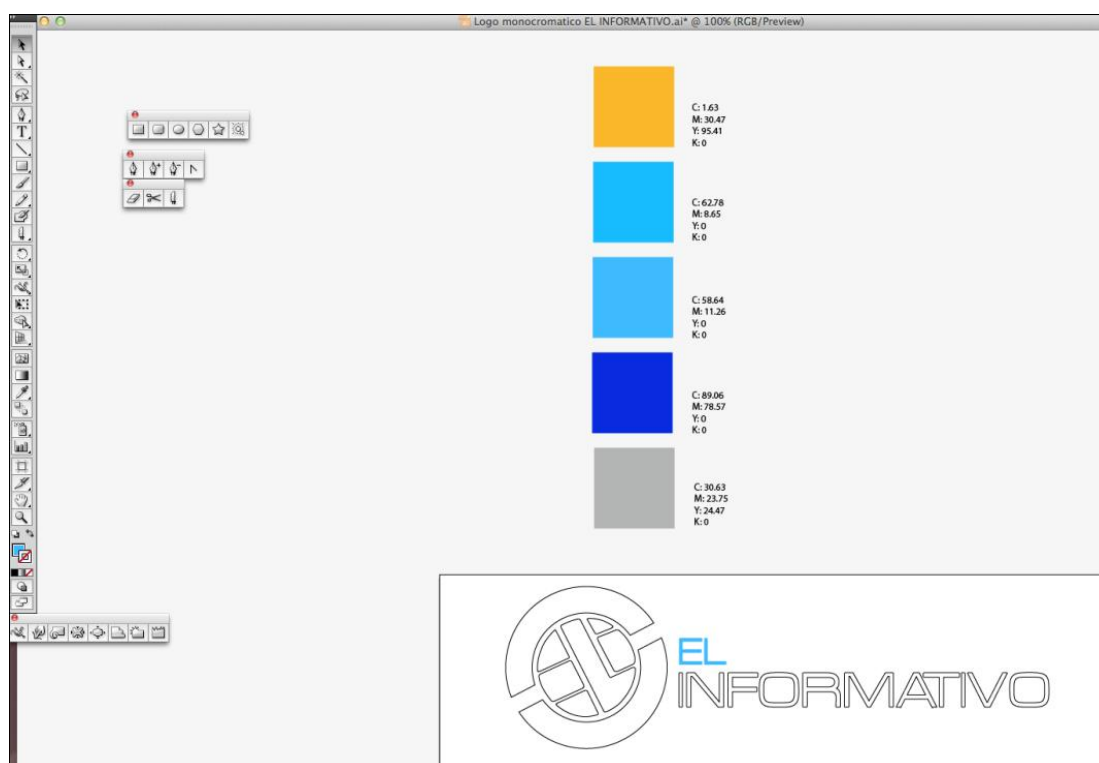


Figura 5-22: Realización de la línea gráfica en 2D

### 5.3 PROCESO DE UNA IMAGEN 2D A 3D

Una vez realizado el vector, en la opción GUARDAR COMO (SAVE AS) de la pestaña ARCHIVO (FILE), se puede encontrar varias opciones de formato de la imagen, de las cuales se procede a guardar un archivo con extensión.ai, que es el formato nativo del archivo del programa Adobe Illustrator.

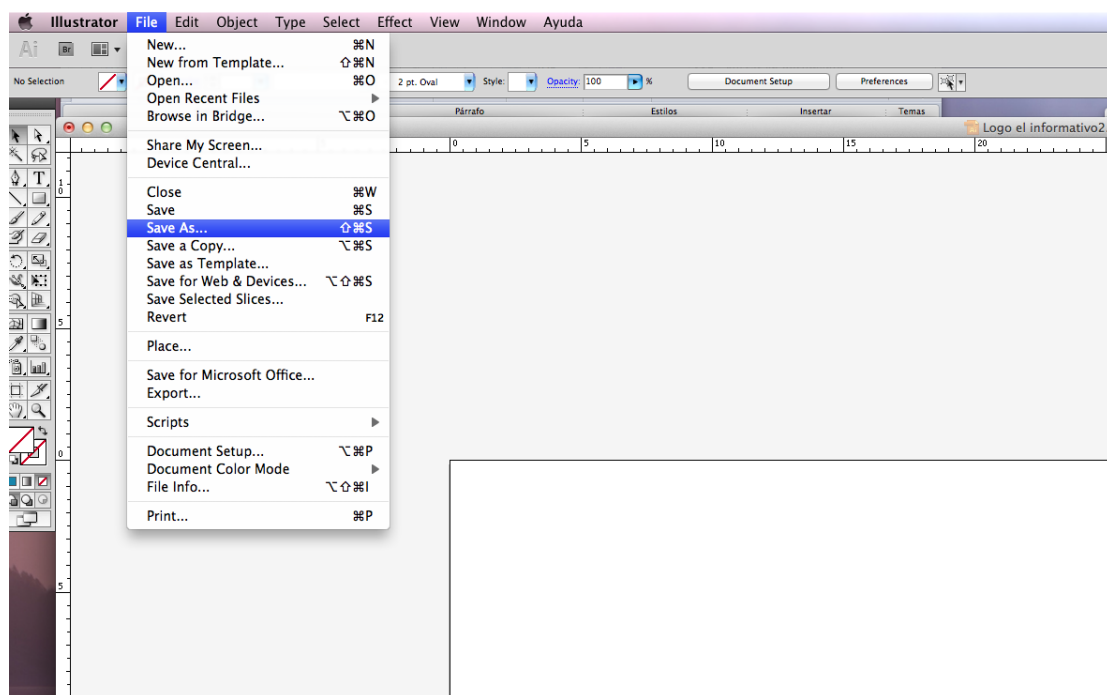


Figura 5-23: Procedimiento para guardar un archivo en Adobe Illustrator

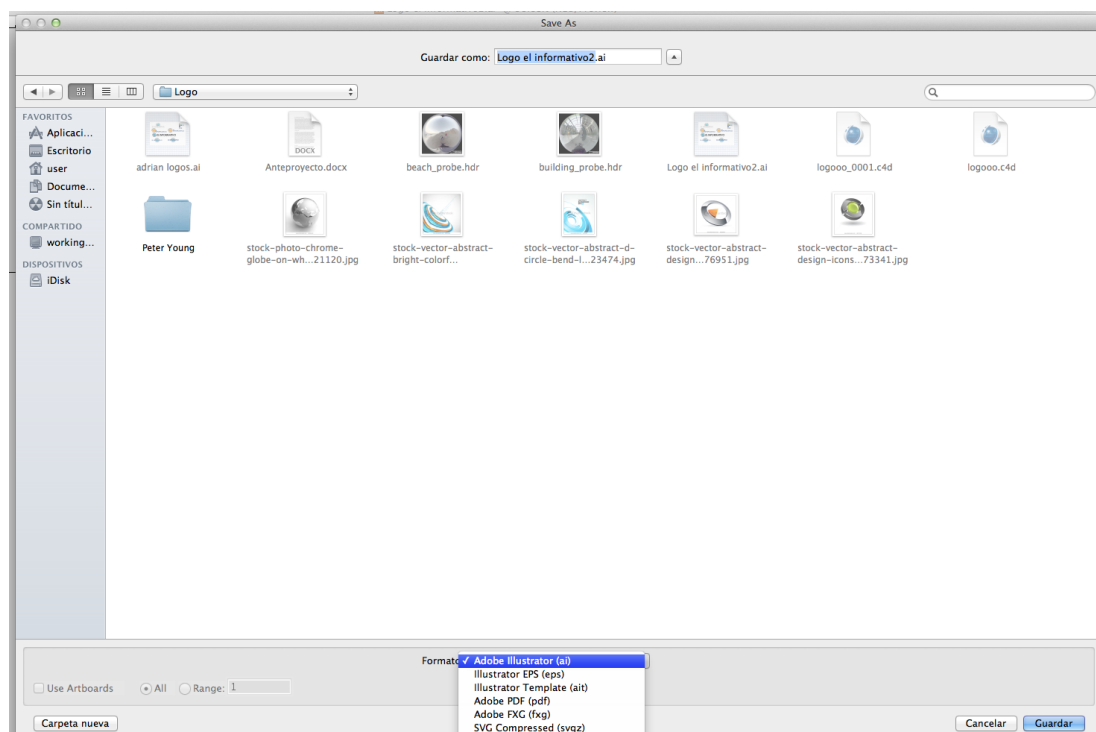


Figura 5-24: Opciones para guardar el archivo en Adobe Illustrator

Luego aparecerá una ventana donde se tendrá que colocar la opción ILLUSTRATOR 8, que es el archivo que Cinema 4D reconocerá para realizar el 3D desde un vector.

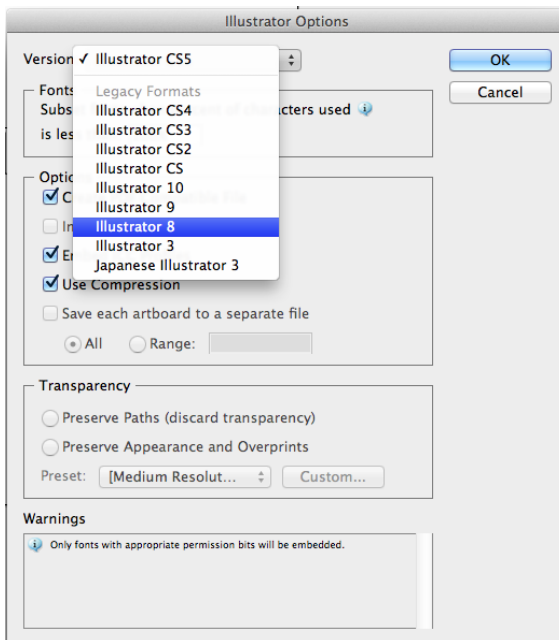


Figura 5-25: Opción de guardar en Adobe Illustrator para importarlo a Cinema 4D

Una vez en el programa Cinema 4D, se coloca en la opción ARCHIVO – ABRIR (FILE – OPEN) y se selecciona el archivo .ai guardado en ILLUSTRATOR 8

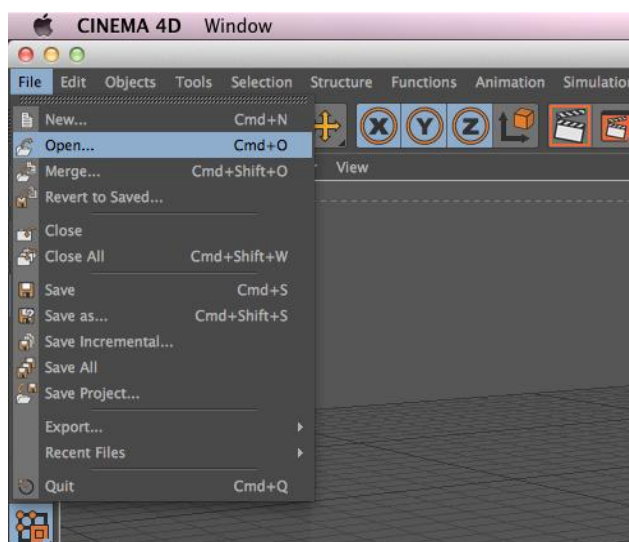


Figura 5-26: Importación de archivos a Cinema 4D

Por último, la marca aparece en sus formas básicas en Cinema 4D, para luego convertirla en un objeto con 3 dimensiones.

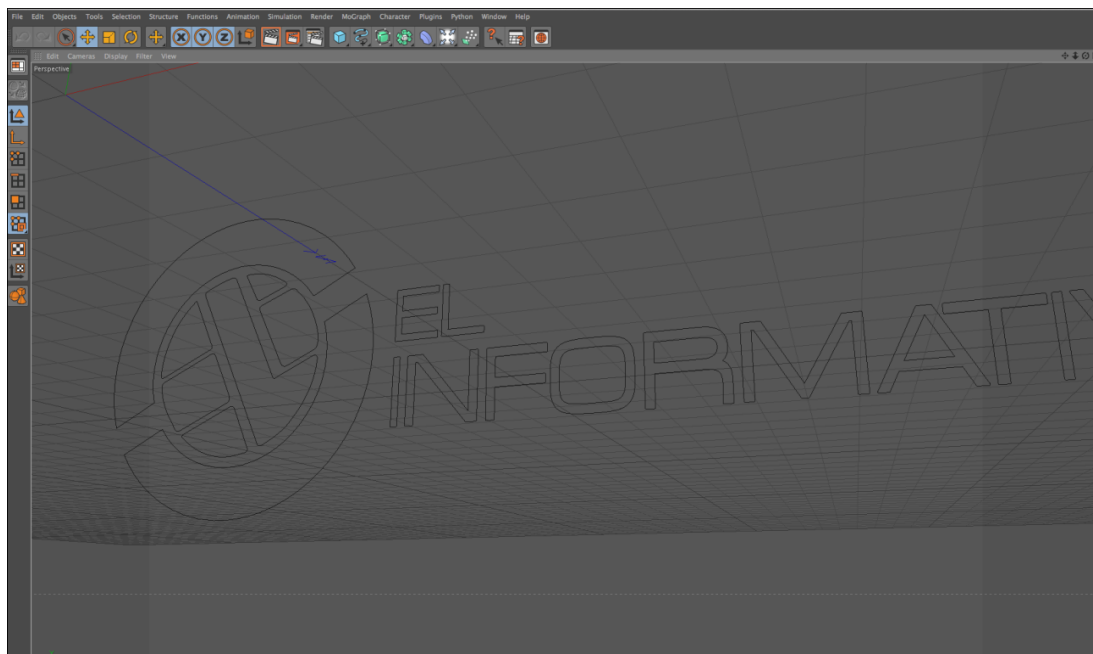


Figura 5-27: Vector de Illustrator en Cinema 4D

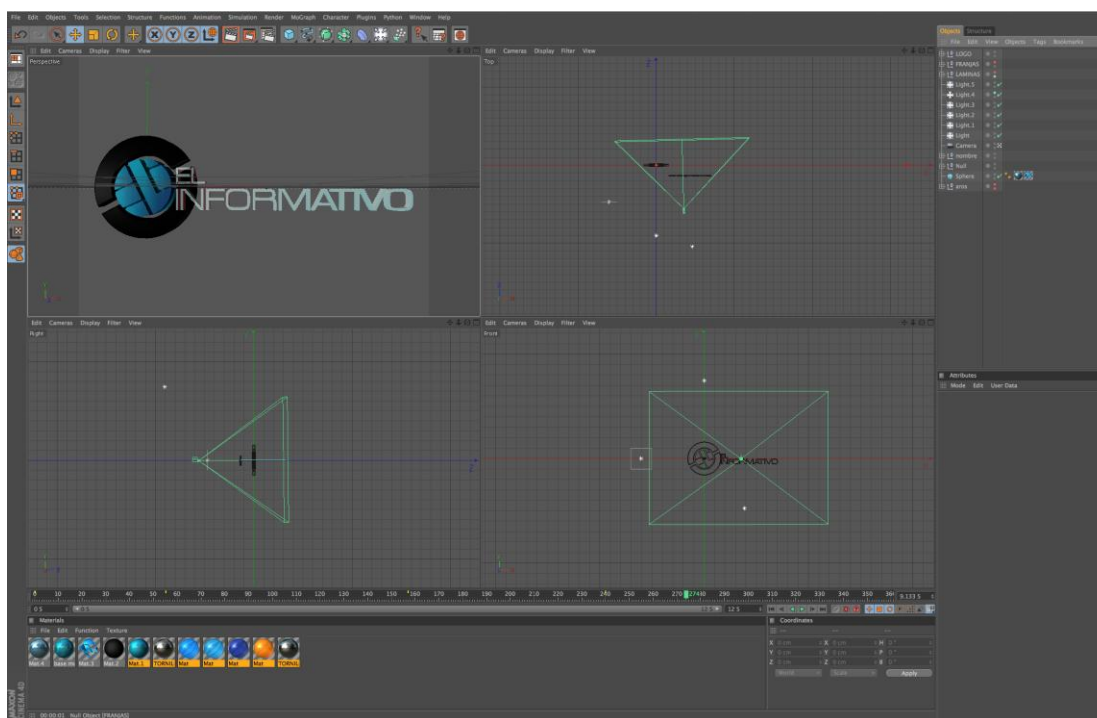


Figura 5-28: Marca en 3D en Cinema 4D

## 5.4 RENDER Y EXPORTACIONES

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

Desde un programa de 3D como Cinema 4D, se requiere realizar estos renders en formato TARGA para que sean visualizados en transparencia e importarlos a Adobe After Effects, para luego ser proyectados en televisión.

El procedimiento para realizar un render comienza a partir de dar un clic sostenido en el botón de RENDER SETTING.



Figura 5-29: Botón de Render Setting

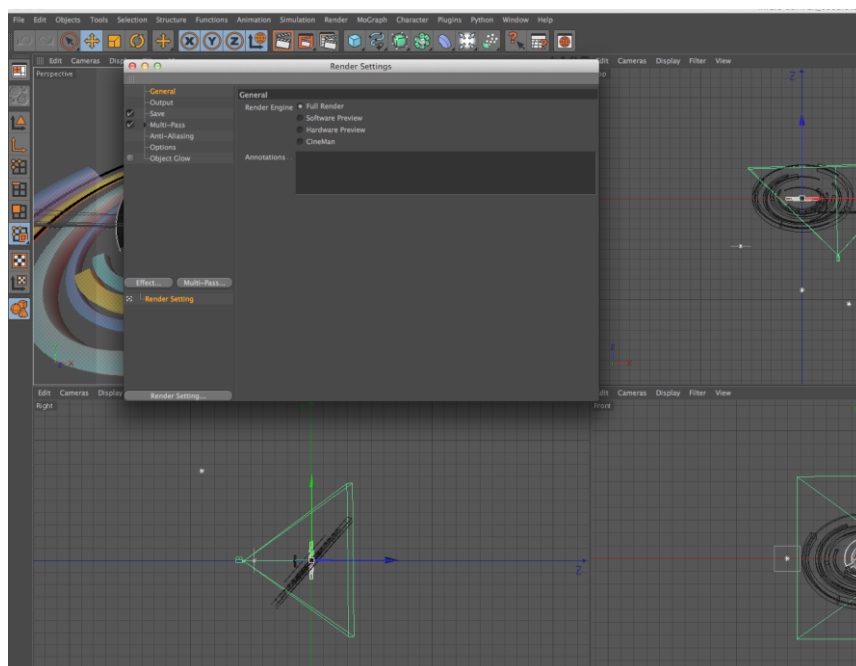


Figura 5-30: Ventana de Render Setting

Se realizan los siguientes *seteos*:

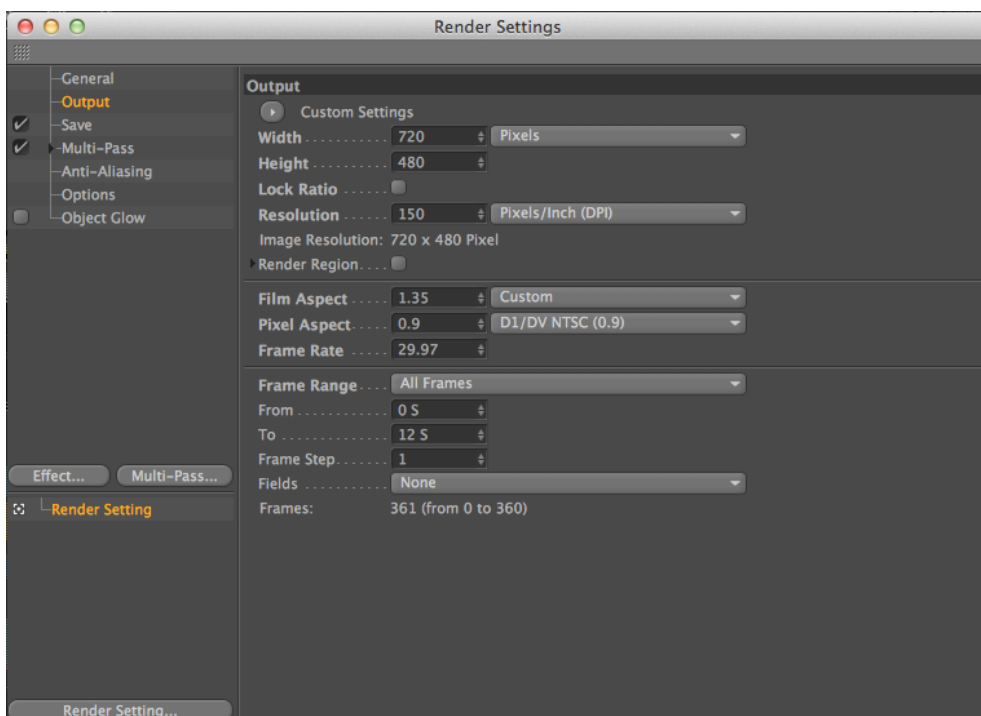


Figura 5-31: Opciones de Render Settings

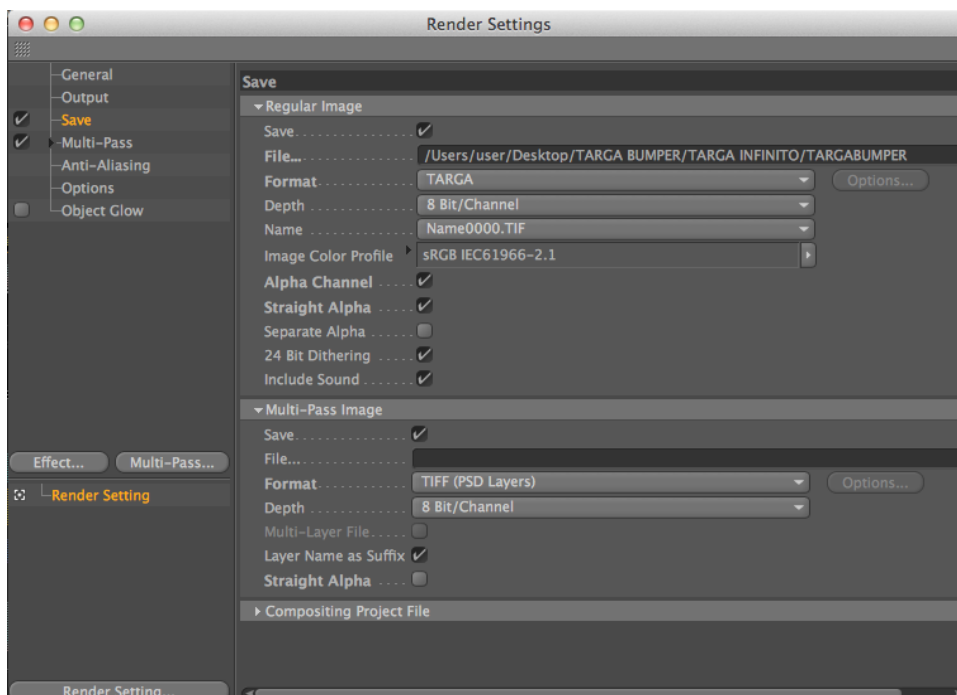


Figura 5-32: Opciones de Render Settings

Para luego comenzar a hacer el render final.



Figura 5-33: Botón de Render Final



Figura 5-34: Render Final

Cuando se tienen las imágenes formato TARGA guardadas en su respectiva carpeta, se genera un archivo con extensión .tga, este será importado en Adobe After Effects para lograr sobreimposiciones en videos. Estos archivos se guardan frame por frame.



A continuación se procede a importar los archivos .tga en Adobe After Effects:

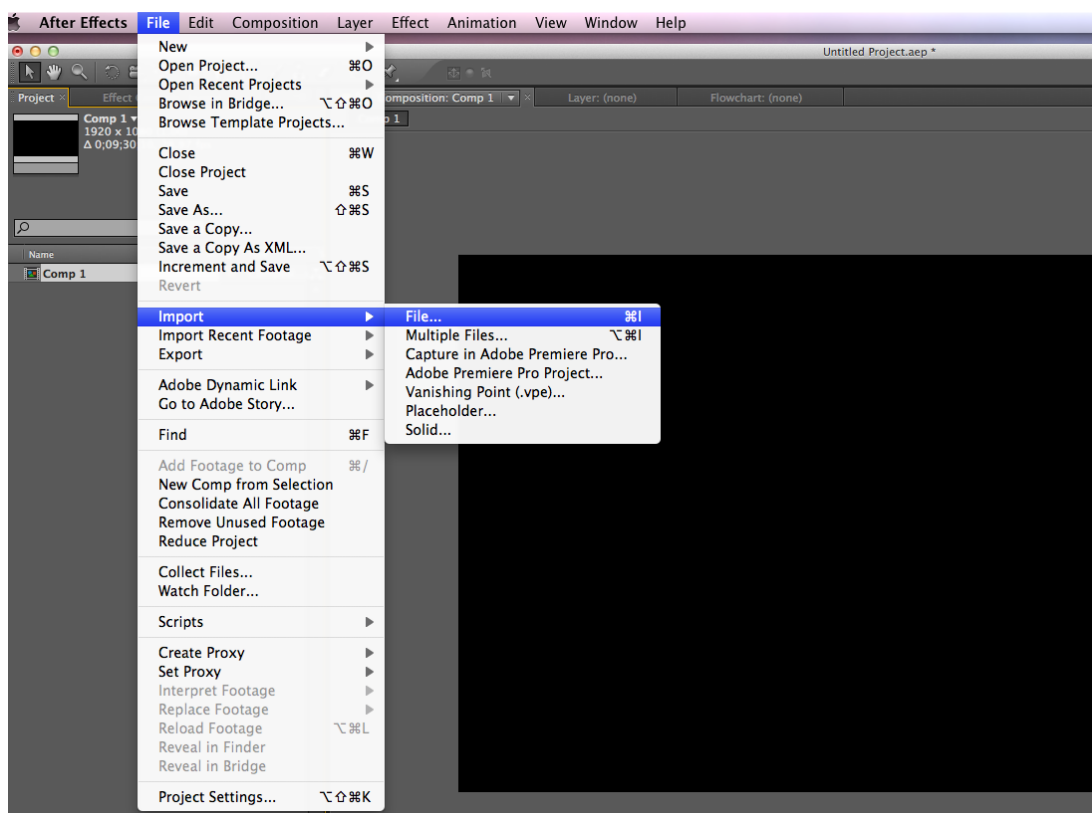


Figura 5-35: Importación de archivos en Adobe After Effects

En la ventana IMPORTAR ARCHIVOS (IMPORT FILE), se marca obligatoriamente TARGA SEQUENCE, esto ayudará a que todas las imágenes targa se vuelvan una sola secuencia y no se tengan algunas imágenes en el proyecto en el que se está trabajando en Adobe After Effects.

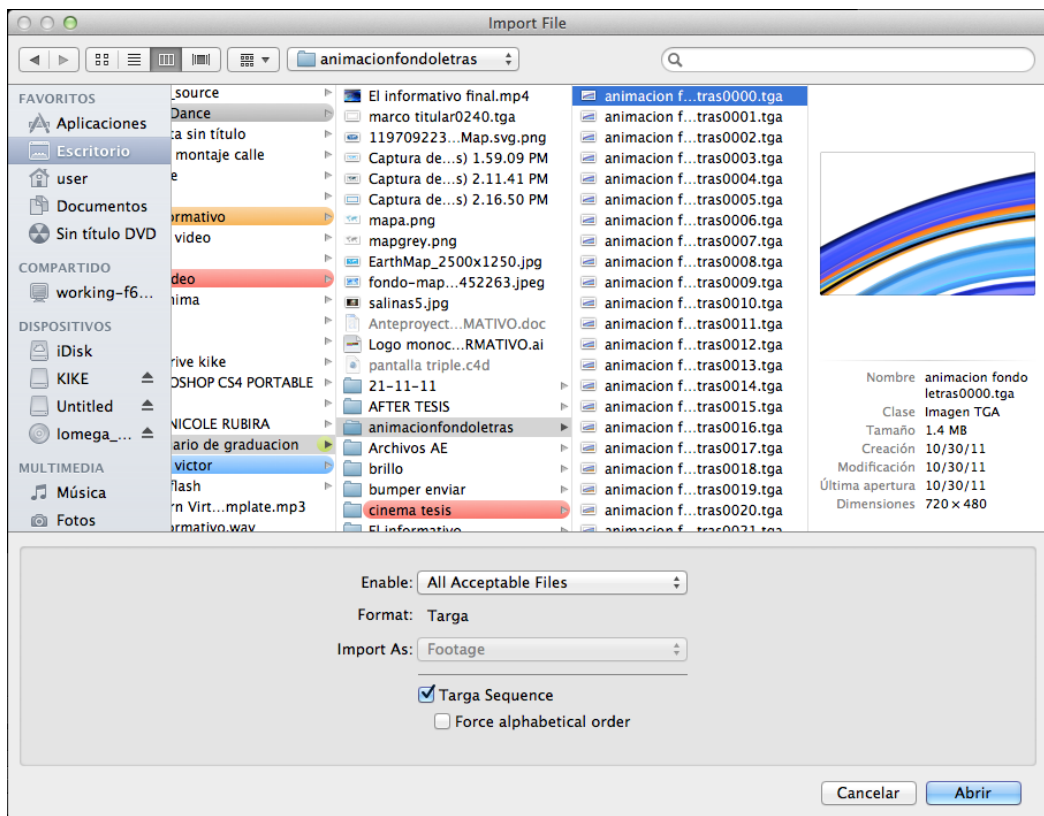


Figura 5-36: Ventana de Import File

Luego aparecerá una ventana en la que se aceptan las configuraciones establecidas:

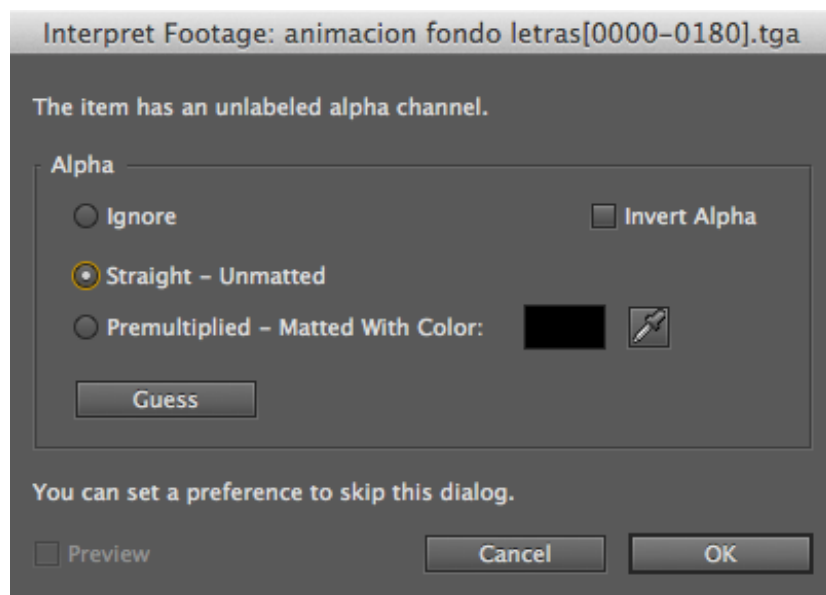


Figura 5-37: Ventana de configuraciones TARGA

Para realizar exportaciones en Adobe After Effects, en la pestaña COMPOSITION, se elige la opción MAKE MOVIE.

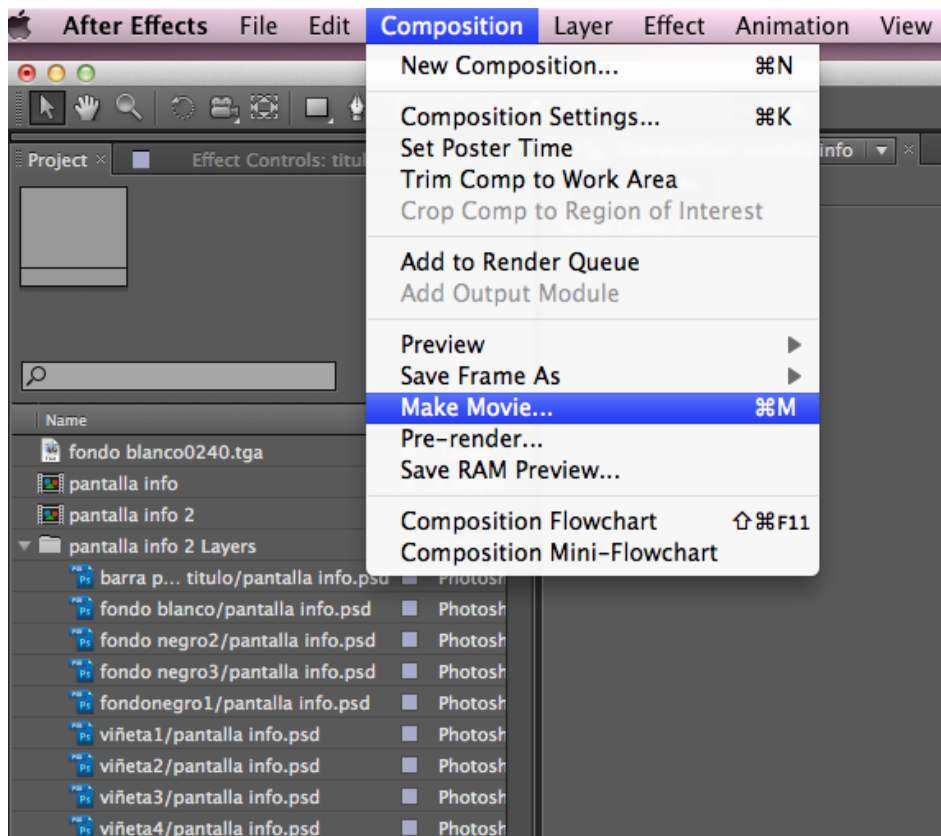


Figura 5-38: Exportación en Adobe AfterEffects

Luego en BEST SETTING, se harán los seteos para realizar exportaciones.

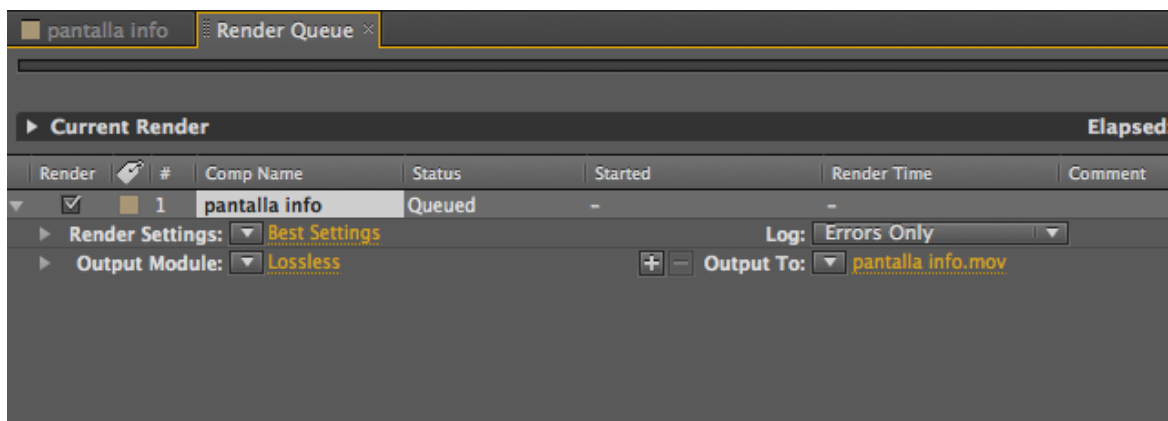


Figura 5-39: Render Queue

Si se desea una calidad excelente de video, el formato QUICKTIME es el indicado, pero los videos tendrán mayor peso. En el caso de requerir una calidad buena pero con menor peso, con el *códec de video* H.264 no habrá mucha pérdida de calidad y los videos podrán ser enviados como datos por internet.

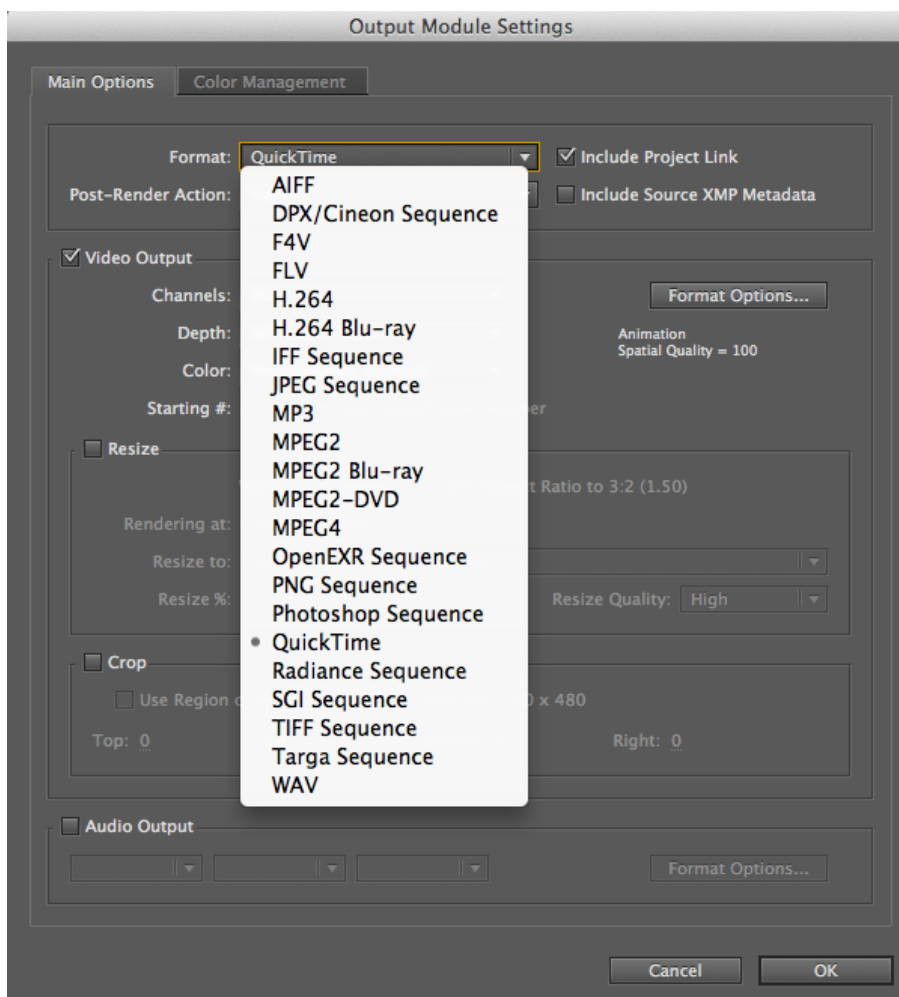


Figura 5-40: Ventana de configuraciones para el render

Al colocar OK, se tendrá un render en formato .MP4 si es en H.264, o formato .MOV si es en Quicktime.



**CAPÍTULO VI**  
**IMPLEMENTACIÓN DE**  
**LA ESCENOGRAFÍA**

## **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 realizada de forma tangible y se convierte en la culminación de todos los procesos realizados en Pre-Producción.

Su importancia no sólo se basa en el aspecto estético, sino que además de la forma en que luce, principalmente debe cumplir los aspectos funcionales; es decir que cada uno de los espacios y objetos debe ser analizado en tamaño, forma y función, aquí se debe tener muy en cuenta el espacio para las cámaras y para el desenvolvimiento de los presentadores.

La escenografía no debe ser demasiado relevante en un programa de televisión, es más bien, la complementación física del programa además del respaldo para el desarrollo del mismo.

#### **6.1.1 BOCETOS**

Todo diseño parte de una idea, la misma que es planteada en forma gráfica para luego ser realizada físicamente. Las siguientes imágenes corresponden al proceso de bocetos del escenario.

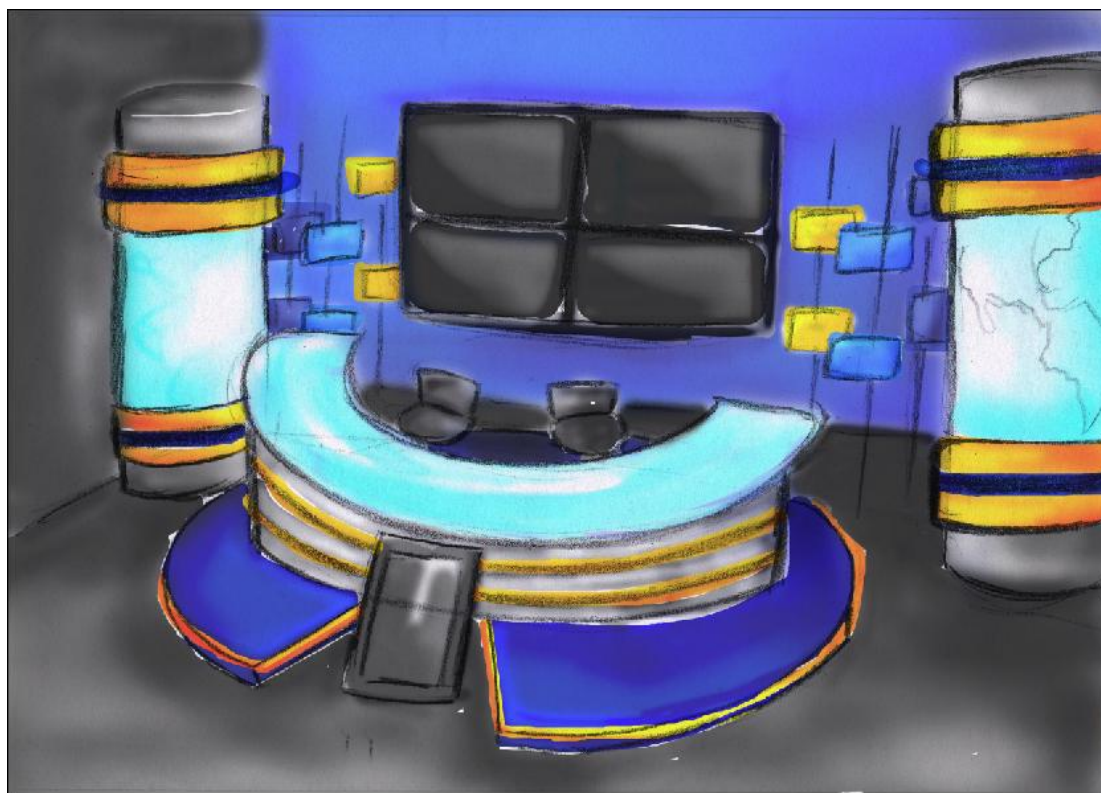


Figura 6-1: Boceto de la escenografía

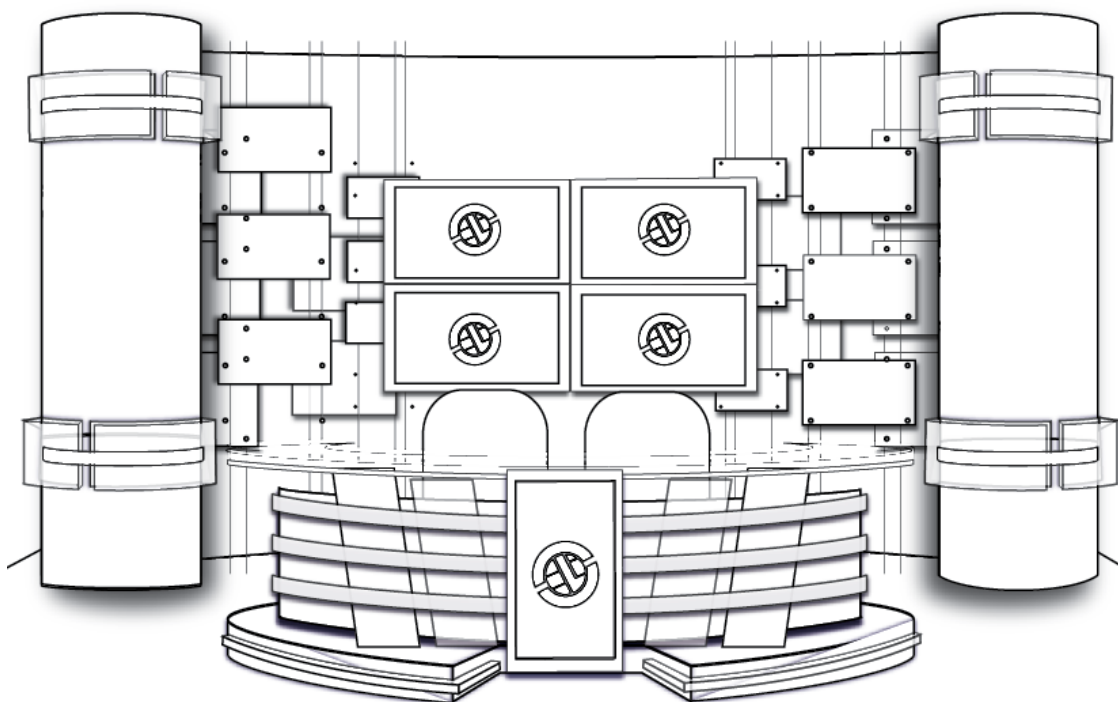


Figura 6-2: Escenografía vectorizada



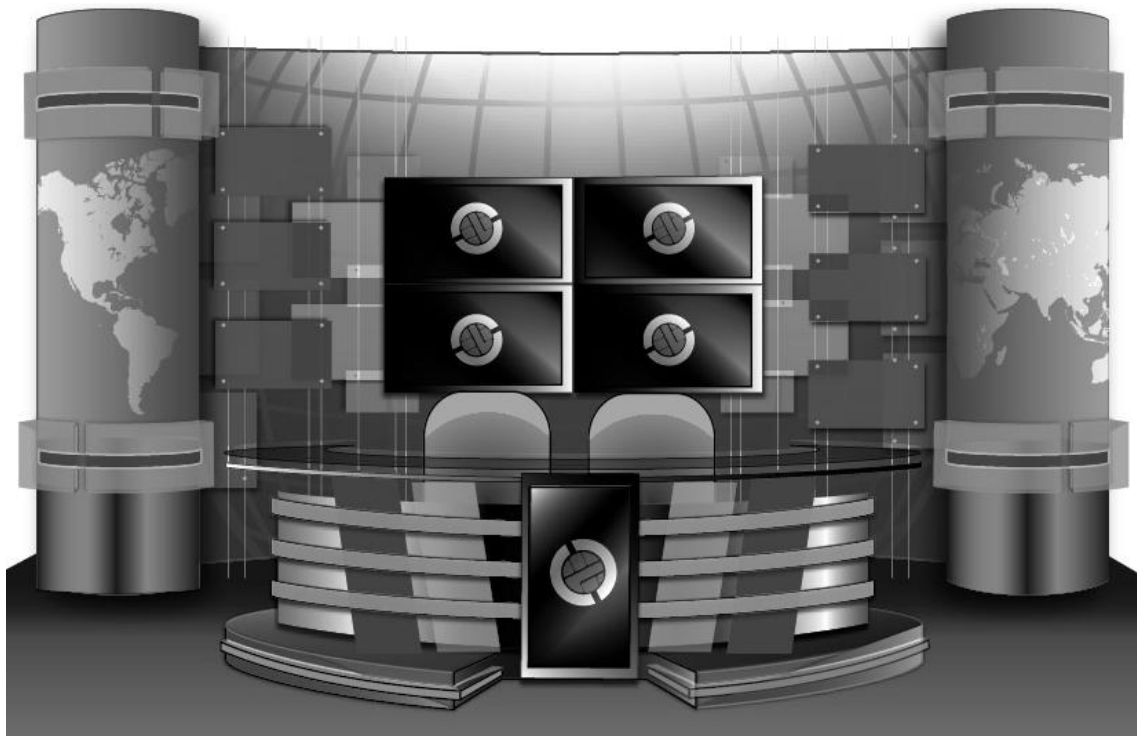


Figura 6-3: Escenografía en escalas de grises



Figura 6-4: Escenografía a color



## 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 del levantamiento de la escenografía es vital, porque permite visualizar la misma de manera realista en cuanto a objetos, materiales y luces.

Además es el respaldo del Director de Arte en el momento de su construcción física.

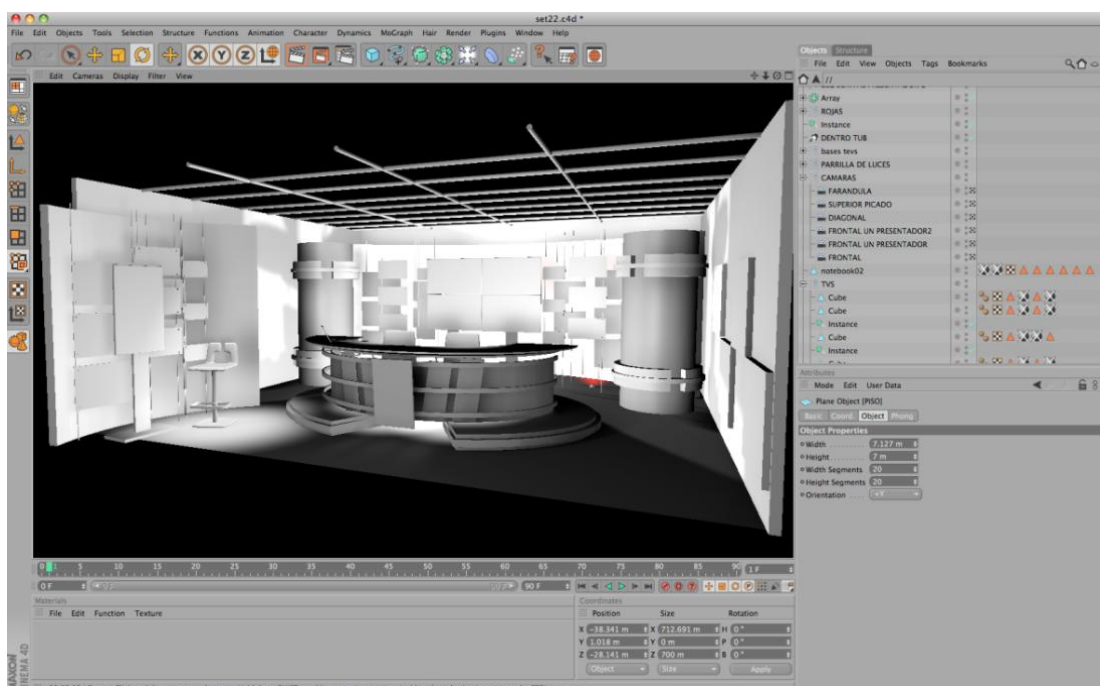


Figura 6-5: Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D



Figura 6-6: Escenografía en Cinema 4D

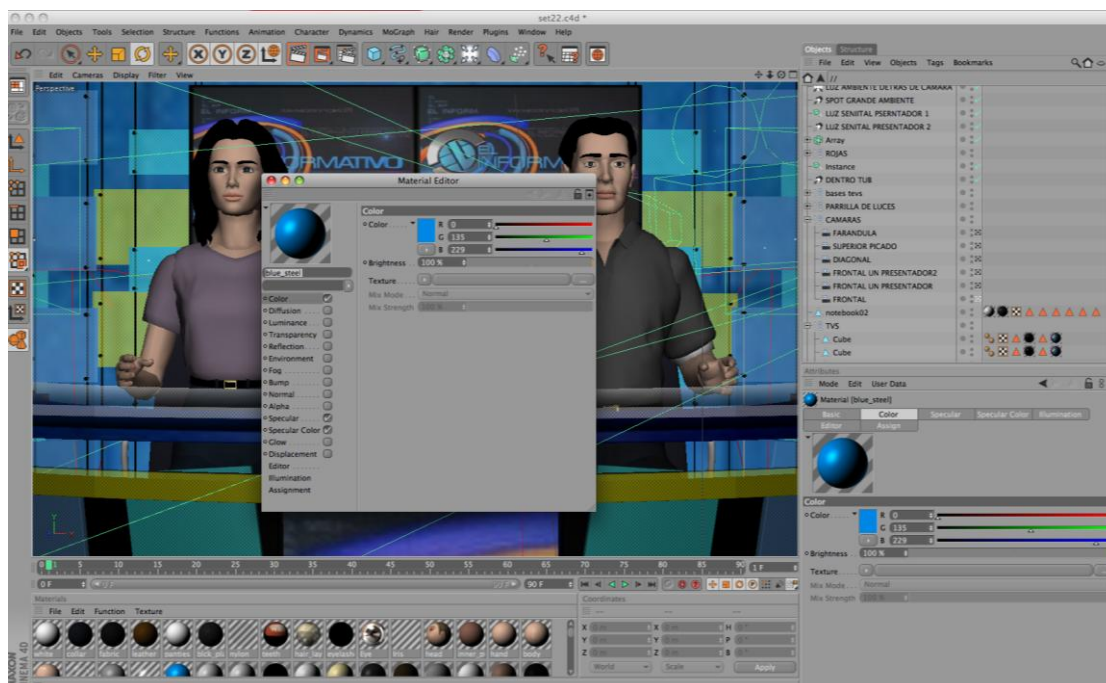


Figura 6-7: Texturas de la escenografía en Cinema 4D



Figura 6-8: Escenografía final en 3D

## **6.2 ILUMINACIÓN**

La iluminación en la televisión constituye un elemento fundamental dentro de un set.

Hay que tener en cuenta una serie de consideraciones:

- El contraste en la iluminación debe ser el adecuado a los efectos que se pretendan conseguir.
- Deben iluminarse de igual modo las diferentes perspectivas desde las cuales pueda filmarse un objeto, ya que si no, éste puede ver desfavorecida alguna de sus partes debido a una incorrecta iluminación.
- Una adecuada iluminación favorece la sensación de profundidad.
- Es importante escoger correctamente el tipo de iluminación para provocar sensación de realismo y naturalidad.
- La iluminación repercute sobre la percepción que el espectador obtiene del objeto.
- Una iluminación fuera de control puede provocar distracciones

A continuación se detalle la ubicación de las luces decorativas dentro de la escenografía.

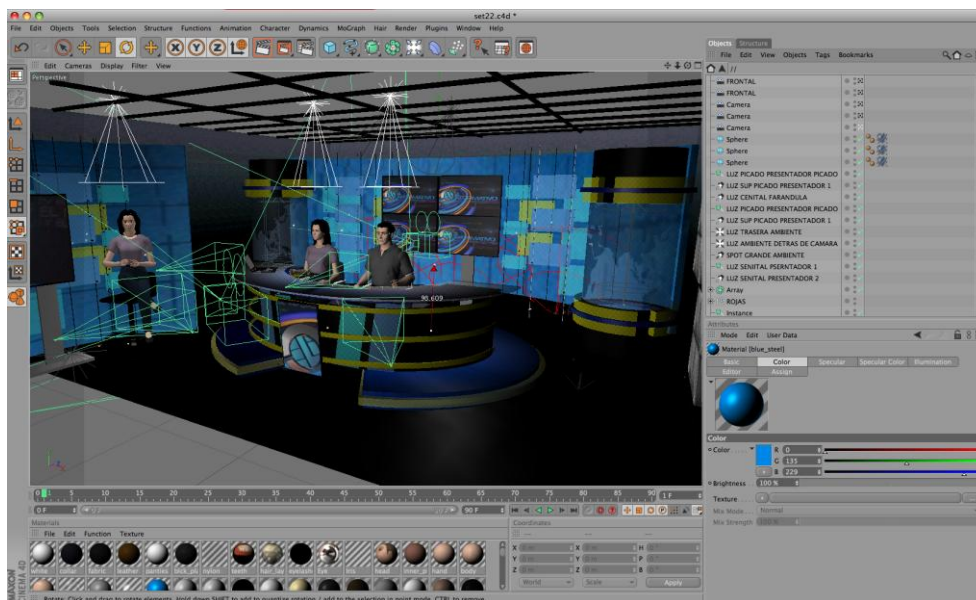


Figura 6-9: Iluminación de la escenografía en Cinema 4D

### 6.3 ESPACIO Y MEDIDAS DE LA ESCENOGRAFÍA

Espol Tv cuenta con un set para “El Informativo”, cuyo espacio físico para el levantamiento de la escenografía es de 7 x 7 m y 3 m de altura.

### 6.4 MATERIALES SUGERIDOS

Mientras se va montando 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.

<b>MATERIALES PRINCIPALES</b>	
<b>Material</b>	<b>Detalle</b>
MDF	Tableros de fibras de madera. Se caracterizan por las excelentes terminaciones que se logran
Vidrio	Material duro, frágil, transparente
Acrílico	Variante del plástico
Fórmica	Material plástico que posee diversos diseños en su superficie
Metal	Empleados para las bases de los LCD

Tabla 6-1: Materiales principales para la escenografía

## 6.5 MANO DE OBRA

Son los trabajadores que intervendrán en el levantamiento físico de la obra. Para construir la escenografía se basarán en las especificaciones establecidas en los planos y con la supervisión del Director de Arte.

<b>EQUIPO DE TRABAJO</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Función</b>
Arquitecto	Establece los planos con las medidas y supervisa
Ebanista	Construcción del mueble (counter) y del set
Maestro de materiales traslúcidos	Colocación de los acrílicos
Vidrio y Aluminio	Interviene en la construcción del counter y demás piezas del 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

Tabla 6-2: Equipo de trabajo que interviene en la construcción de la escenografía





**CAPÍTULO VII**  
**PRESUPUESTO,**  
**CRONOGRAMA Y**  
**ORGANIGRAMA**

## **7. PRESUPUESTO, CRONOGRAMA Y ORGANIGRAMA**

### **7.1 PRESUPUESTO**

Es un cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) durante un período. Está dirigido a lograr los objetivos fijados, expresado en valores y términos financieros que debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas.

#### **7.1.1 COSTOS SOBRE LA LÍNEA**

Son gastos externos que intervendrán en la producción del programa. Incluyen los sueldos del personal especializado que se va a contratar, por ejemplo, director, productor, guionista, actores, 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 ha sido dividido en 3 fases: Pre-Producción, Producción y Post-Producción. Los costos serán desglosados según las actividades a realizar en cada

etapa. Esto incluye, los sueldos del equipo humano a intervenir, mano de obra y los costos de los materiales.

PRESUPUESTO GENERAL									
CATEGORIA	TARIFA	UNIDADES	PRE-PRODUCCIÓN		PRODUCCIÓN		POST-PRODUCCIÓN		GRAN TOTAL
			UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	
<b>BOCETO</b>				\$ 398,50					\$ 398,50
ILUSTRADOR 1	\$ 8,40	ILUSTRACIÓN	10	\$ 84,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
ILUSTRADOR 2	\$ 8,40	ILUSTRACIÓN	4	\$ 33,60	0,00	0,00	0,00	0,00	
MODELADOR 3D	\$ 280,90	PAQ. GRÁFICO	1	\$ 280,90	0,00	0,00	0,00	0,00	
<b>MARCA</b>				\$ 220,80					\$ 220,80
DISEÑO GRÁFICO	\$ 220,80	PAQ. GRÁFICO	1	\$ 220,80	0,00	0,00	0,00	0,00	
<b>DIRECCIÓN DE ARTE</b>				\$ 1.050,00		\$ 1.512,66		\$ 1.237,58	\$ 3.800,24
DIRECTOR DE ARTE	\$ 1.400,00	MENSUAL	0,75	\$ 1.050,00	0,75	\$ 1.050,00	0,75	\$ 1.050,00	
DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA	\$ 750,32	MENSUAL	0,00	0,00	0,50	\$ 375,16	0,25	\$ 187,58	
ILUMINADOR	\$ 350,00	MENSUAL	0,00	0,00	0,25	\$ 87,50	0,00	0,00	
<b>LEVANTAMIENTO DE OBRA</b>						\$ 3.487,10			\$ 3.487,10
ARQUITECTO	\$ 525,20	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 525,20	0,00	0,00	
EBANISTA	\$ 880,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 880,00	0,00	0,00	
MAESTRO MAT. TRASLÚCIDOS	\$ 550,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 550,00	0,00	0,00	
VIDRIO Y ALUMINIO	\$ 355,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 355,00	0,00	0,00	
ELECTRICISTA	\$ 156,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 156,00	0,00	0,00	
PINTOR	\$ 460,90	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 460,90	0,00	0,00	
MOVILIZACIÓN	\$ 150,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 150,00	0,00	0,00	
IMPREVISTOS	\$ 160,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 160,00	0,00	0,00	
TÉCNICO DE ILUMINACIÓN	\$ 250,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 250,00	0,00	0,00	
<b>PAQUETE GRÁFICO</b>								\$ 2.079,15	\$ 2.079,15
POST-PRODUCTOR / EDITOR	\$ 620,25	PROGRAMA	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$ 620,25	
DISEÑADOR	\$ 480,00	PAQ. GRÁFICO	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$ 480,00	
PROMOCIONADOR	\$ 250,00	PROGRAMA	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$ 250,00	
EFECTOS ESPECIALES	\$ 320,40	PROGRAMA	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$ 320,40	
ANIMADOR	\$ 280,20	PROGRAMA	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$ 280,20	
SONIDISTA / MUSICALIZACIÓN	\$ 128,30	PROGRAMA	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$ 128,30	
<b>MATERIALES</b>						\$ 12.087,82			\$ 12.087,82
COUNTER / BASE	\$ 2.482,34	GLOBAL	0,00	0,00	1	\$ 2.482,34	0,00	0,00	
PILARES	\$ 772,58	UNIDAD	0,00	0,00	2	\$ 1.545,16	0,00	0,00	
FONDO PRINCIPAL	\$ 6.033,93	GLOBAL	0,00	0,00	1	\$ 6.033,93	0,00	0,00	
SECCIÓN VIDA SOCIAL	\$ 2.026,39	GLOBAL	0,00	0,00	1	\$ 2.026,39	0,00	0,00	
<b>TOTAL</b>									\$ 22.073,61

Tabla 7-1: Presupuesto General

## 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: Fondo principal, Sección Vida Social, Pilares, Counter con base.



COSTOS MATERIALES				
COUNTER / BASE				
MATERIAL	UNIDADES	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
VIDRIO CLARO 20mm, CURVO,CANTO, PULIDO BRILLANTE	PLANCHA	\$ 200,95	2	\$ 401,90
ACRÍLICO 3mm	PLANCHA	\$ 103,22	1	\$ 103,22
MDF CRUDO 30mm	PLANCHA	\$ 82,00	2	\$ 164,00
MDF CRUDO 15mm	PLANCHA	\$ 40,49	4	\$ 161,96
MDF CRUDO 3mm	PLANCHA	\$ 13,63	4	\$ 54,52
ACCESORIOS ACERADOS PARA VIDRIO	UNIDAD	\$ 2,00	8	\$ 16,00
FÓRMICA COLOR	PLANCHA	\$ 30,00	4	\$ 120,00
FÓRMICA ALUMINEADA	PLANCHA	\$ 92,72	2	\$ 185,44
SILLAS SECRETARIA RESPALDO	UNIDAD	\$ 68,00	2	\$ 136,00
*TELEVISOR LCD HD 42"	UNIDAD	\$ 1.139,30	1	\$ 1.139,30
<b>SUB-TOTAL</b>				<b>\$ 2.482,34</b>
<b>PILAR</b>				
MATERIAL	UNIDADES	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
PLANCHA BLANCA 3mm ACRÍLICO	PLANCHA	\$ 105,58	2	\$ 211,16
PLANCHA CRISTAL 3mm ACRÍLICO	PLANCHA	\$ 103,00	1	\$ 103,00
MDF CRUDO 30mm	PLANCHA	\$ 82,00	1	\$ 82,00
MDF CRUDO 3mm	PLANCHA	\$ 13,63	2	\$ 27,26
FÓRMICA COLOR	PLANCHA	\$ 30,00	2	\$ 60,00
FÓRMICA ALUMINEADA	PLANCHA	\$ 92,72	3	\$ 278,16
PELÍCULA ARENADA	METRO LINEAL	\$ 5,50	2	\$ 11,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 772,58</b>
<b>FONDO PRINCIPAL</b>				
MATERIAL	UNIDADES	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
ACRÍLICO 30mm	PLANCHA	\$ 103,22	2	\$ 206,45
TUBO CUADRADO 1"	UNIDAD	\$ 18,58	16	\$ 297,28
TORNILLOS DECORATIVOS	UNIDAD	\$ 1,50	88	\$ 132,00
MDF 30mm	PLANCHA	\$ 82,00	4	\$ 328,00
PINTURA	GALON	\$ 28,00	1	\$ 28,00
BASE METÁLICA PARA TV	UNIDAD	\$ 220,00	2	\$ 440,00
OJOS DE BUEY	UNIDAD	\$ 15,00	3	\$ 45,00
*TELEVISOR LCD HD 42"	UNIDAD	\$ 1.139,30	4	\$ 4.557,20
<b>SUB-TOTAL</b>				<b>\$ 6.033,93</b>
<b>SECCIÓN VIDA SOCIAL</b>				
MATERIAL	UNIDADES	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
ACRILICO 3mm	PLANCHA	\$ 103,22	2	\$ 206,45
TUBO CUADRADO 1"	UNIDAD	\$ 18,58	8	\$ 148,64
TORNILLOS DECORATIVOS	UNIDAD	\$ 1,50	44	\$ 66,00
MDF 30 mm	PLANCHA	\$ 82,00	2	\$ 164,00
PINTURA	GALÓN	\$ 28,00	0,50	\$ 14,00
BASE METÁLICA PARA TV	UNIDAD	\$ 220,00	1	\$ 220,00
SILLA CONTORNO CAJERO	UNIDAD	\$ 68,00	1	\$ 68,00
*TELEVISOR LCD HD 42"	UNIDAD	\$ 1.139,30	1	\$ 1.139,30
<b>SUB-TOTAL</b>				<b>\$ 2.026,39</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 11.315,23</b>

Tabla 7-2: Costos de materiales

Sin embargo, el costo de los 6 televisores LCD, pueden llegar a no incluirse en el presupuesto, debido a que 5 televisores se los podría obtener mediante un *canje publicitario* y el sexto ya lo posee el canal. Con esto se disminuye el total del presupuesto general de \$22.073,61 a \$ 15.237,81.

PRESUPUESTO GENERAL									
CATEGORIA	TARIFA	UNIDADES	PRE-PRODUCCIÓN		PRODUCCIÓN		POST-PRODUCCIÓN		GRAN TOTAL
			UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	
<b>BOCETO</b>				<b>\$ 398,50</b>					<b>\$ 398,50</b>
ILUSTRADOR 1	\$ 8,40	ILUSTRACIÓN	10	\$ 84,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
ILUSTRADOR 2	\$ 8,40	ILUSTRACIÓN	4	\$ 33,60	0,00	0,00	0,00	0,00	
MODELADOR 3D	\$ 280,90	PAQ. GRÁFICO	1	\$ 280,90	0,00	0,00	0,00	0,00	
<b>MARCA</b>				<b>\$ 220,80</b>					<b>\$ 220,80</b>
DISEÑO GRÁFICO	\$ 220,80	PAQ. GRÁFICO	1	\$ 220,80	0,00	0,00	0,00	0,00	
<b>DIECCIÓN DE ARTE</b>				<b>\$ 1.050,00</b>		<b>\$ 1.512,66</b>		<b>\$ 1.237,58</b>	<b>\$ 3.800,24</b>
DIRECTOR DE ARTE	\$ 1.400,00	MENSUAL	0,75	\$ 1.050,00	0,75	\$ 1.050,00	0,75	\$ 1.050,00	
DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA	\$ 750,32	MENSUAL	0,00	0,00	0,50	\$ 375,16	0,25	\$ 187,58	
ILUMINADOR	\$ 350,00	MENSUAL	0,00	0,00	0,25	\$ 87,50	0,00	0,00	
<b>LEVANTAMIENTO DE OBRA</b>						<b>\$ 3.487,10</b>			<b>\$ 3.487,10</b>
ARQUITECTO	\$ 525,20	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 525,20	0,00	0,00	
EBANISTA	\$ 880,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 880,00	0,00	0,00	
MAESTRO MAT. TRÁSLUCIDOS	\$ 550,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 550,00	0,00	0,00	
VIDRIO Y ALUMINIO	\$ 355,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 355,00	0,00	0,00	
ELECTRICISTA	\$ 156,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 156,00	0,00	0,00	
PINTOR	\$ 460,90	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 460,90	0,00	0,00	
MOVILIZACIÓN	\$ 150,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 150,00	0,00	0,00	
IMPREVISTOS	\$ 160,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 160,00	0,00	0,00	
TÉCNICO DE ILUMINACIÓN	\$ 250,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$ 250,00	0,00	0,00	
<b>PAQUETE GRÁFICO</b>								<b>\$ 2.079,15</b>	<b>\$ 2.079,15</b>
POST-PRODUCTOR / EDITOR	\$ 620,25	PROGRAMA	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$ 620,25	
DISEÑADOR	\$ 480,00	PAQ. GRÁFICO	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$ 480,00	
PROMOCIONADOR	\$ 250,00	PROGRAMA	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$ 250,00	
EFEKTOS ESPECIALES	\$ 320,40	PROGRAMA	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$ 320,40	
ANIMADOR	\$ 280,20	PROGRAMA	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$ 280,20	
SONIDISTA / MUSICALIZACIÓN	\$ 128,30	PROGRAMA	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$ 128,30	
<b>MATERIALES</b>						<b>\$ 5.252,02</b>			<b>\$ 5.252,02</b>
COUNTER / BASE	\$ 1.343,04	GLOBAL	0,00	0,00	1	\$ 1.343,04	0,00	0,00	
PILARES	\$ 772,58	UNIDAD	0,00	0,00	2	\$ 1.545,16	0,00	0,00	
FONDO PRINCIPAL	\$ 1.476,73	GLOBAL	0,00	0,00	1	\$ 1.476,73	0,00	0,00	
SECCIÓN VIDA SOCIAL	\$ 887,09	GLOBAL	0,00	0,00	1	\$ 887,09	0,00	0,00	
<b>TOTAL</b>									<b>\$ 15.237,81</b>

Tabla 7-3: Presupuesto General sin incluir el costo de televisores LCD

COSTOS MATERIALES				
COUNTER / BASE				
MATERIAL	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
VIDRIO CLARO 20mm, CURVO,CANTO, PULIDO BRILLANTE	PLANCHA	\$ 200,95	2	\$ 401,90
ACRÍLICO 3mm	PLANCHA	\$ 103,22	1	\$ 103,22
MDF CRUDO 30mm	PLANCHA	\$ 82,00	2	\$ 164,00
MDF CRUDO 15mm	PLANCHA	\$ 40,49	4	\$ 161,96
MDF CRUDO 3mm	PLANCHA	\$ 13,63	4	\$ 54,52
ACCESORIOS ACERADOS PARA VIDRIO	UNIDAD	\$ 2,00	8	\$ 16,00
FÓRMICA COLOR	PLANCHA	\$ 30,00	4	\$ 120,00
FÓRMICA ALUMINEADA	PLANCHA	\$ 92,72	2	\$ 185,44
SILLAS SECRETARIA RESPALDO	UNIDAD	\$ 68,00	2	\$ 136,00
*TELEVISOR LCD HD 42"	UNIDAD	\$ 1.139,30	1	\$ 0,00
<b>SUB-TOTAL</b>				<b>\$ 1.343,04</b>
<b>PILAR</b>				
MATERIAL	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
PLANCHA BLANCA 3mm ACRÍLICO	PLANCHA	\$ 105,58	2	\$ 211,16
PLANCHA CRISTAL 3mm ACRÍLICO	PLANCHA	\$ 103,00	1	\$ 103,00
MDF CRUDO 30mm	PLANCHA	\$ 82,00	1	\$ 82,00
MDF CRUDO 3mm	PLANCHA	\$ 13,63	2	\$ 27,26
FÓRMICA COLOR	PLANCHA	\$ 30,00	2	\$ 60,00
FÓRMICA ALUMINEADA	PLANCHA	\$ 92,72	3	\$ 278,16
PELÍCULA ARENADA	METRO LINEAL	\$ 5,50	2	\$ 11,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 772,58</b>
<b>FONDO PRINCIPAL</b>				
MATERIAL	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
ACRÍLICO 30mm	PLANCHA	\$ 103,22	2	\$ 206,45
TUBO CUADRADO 1"	UNIDAD	\$ 18,58	16	\$ 297,28
TORNILLOS DECORATIVOS	UNIDAD	\$ 1,50	88	\$ 132,00
MDF 30mm	PLANCHA	\$ 82,00	4	\$ 328,00
PINTURA	GALON	\$ 28,00	1	\$ 28,00
BASE METÁLICA PARA TV	UNIDAD	\$ 220,00	2	\$ 440,00
OJOS DE BUEY	UNIDAD	\$ 15,00	3	\$ 45,00
*TELEVISOR LCD HD 42"	UNIDAD	\$ 1.139,30	4	\$ 0,00
<b>SUB-TOTAL</b>				<b>\$ 1.476,73</b>
<b>SECCIÓN VIDA SOCIAL</b>				
MATERIAL	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
ACRILICO 3mm	PLANCHA	\$ 103,22	2	\$ 206,45
TUBO CUADRADO 1"	UNIDAD	\$ 18,58	8	\$ 148,64
TORNILLOS DECORATIVOS	UNIDAD	\$ 1,50	44	\$ 66,00
MDF 30 mm	PLANCHA	\$ 82,00	2	\$ 164,00
PINTURA	GALÓN	\$ 28,00	0,50	\$ 14,00
BASE METÁLICA PARA TV	UNIDAD	\$ 220,00	1	\$ 220,00
SILLA CONTORNO CAJERO	UNIDAD	\$ 68,00	1	\$ 68,00
*TELEVISOR LCD HD 42"	UNIDAD	\$ 1.139,30	1	\$ 0,00
<b>SUB-TOTAL</b>				<b>\$ 887,09</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 4.479,43</b>

Tabla 7-4: Costos de materiales sin incluir el costo de los televisores LCD

## 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.

- *Pre-Producción:* es la más importante del proceso de producción. En esta fase la toma de decisiones decidirá el camino y base del proyecto.
- *Producción:* es la realización de lo propuesto en la Pre-producción.
- *Post-producción:* es la obtención y acabado final de la producción a partir de la edición, montaje, musicalización, etc.

CRONOGRAMA 2011 - EL INFORMATIVO												
Actividades	Septiembre				Octubre				Noviembre			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
<b>Preproducción</b>												
Investigación de antecedentes/tendencias			■	■								
Realización de bocetos y línea gráfica				■	■							
Contratación de recursos humanos					■							
Medición de área					■							
<b>Producción</b>												
Realización de línea gráfica						■	■					
<b>Realización de ambientes/set/decorados:</b>												
Bocetos y planos						■						
Cotización de material							■					
Levantamiento de la obra								■	■	■		
<b>Post-producción</b>												
Animación								■	■			
Edición									■			
FX										■		
Música											■	
Supervisión del acabado final de la obra												■

Tabla 7-5: Cronograma

### **7.2.1 PRE-PRODUCCIÓN**

A partir de una investigación respecto al género televisivo informativo y el desarrollo de tendencias (colores, formas) alrededor del mismo, se comienza a realizar los primeros bocetos y borradores con respecto a la línea gráfica que se va a manejar junto con la escenografía que se va a realizar.

Se comienza también la contratación del personal que trabajará en las distintas etapas de este proceso.

La medición de área se realizará con la previa existencia de un estudio adaptado para el noticiero en el canal de Espol TV. Estas medidas servirán para el debido acoplamiento del nuevo set con el espacio ya creado.

### **7.2.2 PRODUCCIÓN**

En esta etapa la línea gráfica se comienza a desarrollar en el respectivo software, teniendo en cuenta las previas investigaciones de tendencias.

Con respecto al set, la ambientación y decorados, se comienzan a realizar primeramente los bocetos y planos en 2D para posteriormente levantarlo en un software 3D con los respectivos detalles en cuanto a estructura, texturas y detalles.

A partir de los primeros bocetos del set, se hace una cotización del material a utilizar, teniendo en cuenta proveedores, calidad y precio.

Teniendo los planos y especificaciones de absolutamente toda la ambientación y el set de “El Informativo”, se empieza a construir la obra con el personal requerido en ese momento y con la continua vigilancia del Director de Arte.



### 7.2.3 POST-PRODUCCIÓN

En esta última etapa, el trabajo desarrollado en la producción va a pasar por los acabados finales. Toda la línea gráfica será animada, editada, sonorizada y se le agregarán los respectivos efectos especiales.

En cuanto al set, aún se seguirá supervisando en esta etapa y se mantendrá bajo modificaciones que el director de arte señale si cree que son convenientes.

### 7.3 ORGANIGRAMA

Teniendo presente que el proyecto se basará principalmente en el área artística, estética y creativa, la principal responsabilidad estará sobre el Director de Arte.

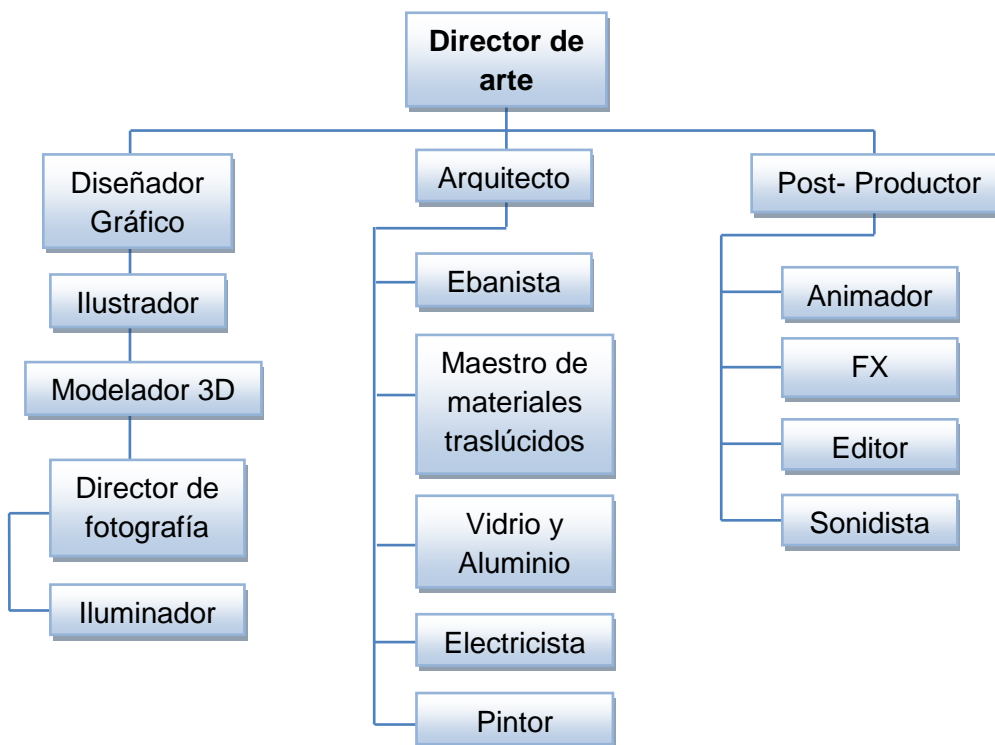


Figura 7-1: Organigrama

## **7.3.1 RESPONSABILIDADES Y ACTIVIDADES DE CADA MIEMBRO DEL EQUIPO DE TRABAJO**

### **7.3.1.1 DIRECTOR DE ARTE**

Es una persona con un gran talento estético y creativo; dirige los equipos de diseño artístico y de diseño de producción y supervisa cada detalle involucrado.

Un director de arte debe tener profundos conocimientos de *semiótica*, narración gráfica y fotográfica, forma y color, percepción, ambientación, fotografía, vestuario, óptica e iluminación.

### **7.3.1.2 DISEÑADOR GRÁFICO**

Su tarea consiste en comunicar gráficamente las ideas en términos de forma y comunicación. El diseñador gráfico recibe información sobre lo que se desea comunicar, para enseguida generar ideas que, posteriormente, traduce en imágenes y textos adecuados al medio de difusión y al público consumidor.

Busca transmitir los conceptos esenciales del mensaje de forma clara, directa y entendible para el destinatario.

### **7.3.1.3 ILUSTRADOR**

Es un artista gráfico que mejora la comunicación escrita por medio de representaciones visuales que corresponden al contenido del texto asociado. Las ilustraciones pueden ser solicitadas para clasificar conceptos complicados u objetos que son difíciles de describir textualmente.

#### **7.3.1.4 MODELADOR 3D**

Es la persona que maneja programas 3D para crear gráficos tridimensionales.

#### **7.3.1.5 DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA**

Es el que determina los aspectos visuales del producto audiovisual: el encuadre, la iluminación, los movimientos de cámara, la atmósfera óptica, etc. El área de responsabilidad del director de fotografía abarca tanto el campo técnico como el artístico, y su trabajo se realiza mano a mano con el director y con otros miembros del equipo, como el director artístico, maquillador, diseñador de producción, etc.

#### **7.3.1.6 ILUMINADOR**

Encargado de crear, dirigir y controlar la luz de los decorados para conseguir el efecto que se pretende. Estudia las necesidades de iluminación, elige los materiales necesarios, planifica y elabora los planos de planta de distribución de la luz y dirige el equipo de iluminación.

#### **7.3.1.7 ARQUITECTO**

Es el profesional que interpreta las necesidades de los usuarios y las plasma en adecuados espacios arquitectónicos y formas habitables y construibles. Su formación le permite participar en todas las etapas del diseño y construcción de espacios.

El arquitecto debe ser prolijo y detallista para conocer todos los requerimientos del cliente antes de comenzar con la planificación del proyecto. Preparan documentos



técnicos a menudo coordinados o con información provista por otros profesionales de muy variadas disciplinas como electricistas, mecánicos, plomeros, ingenieros civiles, topógrafos entre otros.

### **7.3.1.8 EBANISTA**

Es una persona que se dedica a trabajar maderas nobles o finas y a construir muebles de calidad. El ebanista es, sobre todo, un artesano.

Garantiza las distintas etapas de fabricación: elección del modelo y la madera, aserrado y soldadura, realización del ensamblaje, del decorado y el montaje. Puede diseñar un mueble completo y ejecutarlo, tratándolo casi como obras de arte.

### **7.3.1.9 MAESTRO DE MATERIALES TRASLÚCIDOS**

Su tarea consiste en el trabajo con los materiales que dejan pasar la luz pero la dispersan y no dejan ver lo que hay detrás de ellos.

Estos materiales pueden ser: la tela fina, el papel cebolla, vidrio moldeado, vidrio *serigrafiado*, vidrio laminado, policarbonato, acrílicos, plástico, etc.

### **7.3.1.10 VIDRIO Y ALUMINIO**

Encargados de conseguir el tipo de vidrio y aluminio adecuados conformes a las especificaciones de los planos.

### **7.3.1.11 ELECTRICISTA**

Es un profesional que realiza instalaciones y reparaciones relacionadas con la electricidad, especialmente en máquinas e iluminación. Se encargarán de arreglar desde enchufes hasta instalaciones de centros de carga, paneles eléctricos industriales, líneas de alta tensión, etc.

Cuando se construye una estructura, un electricista es una parte importante del equipo de construcción.

### **7.3.1.12 PINTOR**

Se dedica a la decoración de paredes y otras superficies interiores o exteriores mediante la aplicación de pintura.

Distribuye uniforme de pintura por las superficies a decorar utilizando herramientas tales como brochas o rodillos. El pintor es contratado por los constructores o dueños de las obras para dar color y protección a sus paredes y techos de acuerdo a sus gustos.

### **7.3.1.13 POST-PRODUCTOR**

Es el que selecciona el material grabado, para después ser editado; debe controlar la sonorización y supervisar el trabajo de doblaje.

### **7.3.1.14 ANIMADOR**

Es un artista que crea múltiples imágenes las cuales generan la ilusión de movimiento al

ser mostradas rápidamente una tras otra. Se puede requerir la colaboración de varios animadores. Los métodos para crear estas imágenes dependen del animador y estilo que quiera lograr.

#### **7.3.1.15 FX**

Es el encargado de realizar los efectos especiales en un producto audiovisual. Estos efectos están destinados a crear una ilusión visual gracias a la cual el espectador asiste a escenas que no pueden ser obtenidas por medios normales.

#### **7.3.1.16 EDITOR**

Es el que manipula imágenes y sonido para contar una historia. Estos reciben el trabajo ya casi terminado y comienzan a ensamblar una secuencia del material de acuerdo a su criterio.

#### **7.3.1.17 SONIDISTA**

Persona que controla los sonidos de acuerdo a las necesidades de la obra, esto incluye diálogos, música y efectos sonoros.

Selecciona sonidos con una función concreta para guiar la percepción de la imagen y la acción.



**CAPÍTULO VIII**  
**DERECHOS DE AUTOR**

## **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.

Las obras protegidas comprenden, entre otras, las siguientes: novelas, poemas, obras de teatro, periódicos, programas informáticos, bases de datos, películas, composiciones musicales, coreografías, pinturas, dibujos, fotografías, obras escultóricas, obras arquitectónicas, publicidad, mapas, dibujos técnicos, obras de arte aplicadas a la industria.

El derecho de autor dura la vida del creador más 70 años después de su muerte.

El uso de una obra sin la autorización expresa de su autor es considerado ilegal y puede ser castigado con multas e incluso prisión.

### **8.2 ¿CÓMO SE PROTEGE EL DERECHO DE AUTOR?**

El derecho de autor protege a la obra por el solo hecho de su creación; sin embargo, 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.

La protección del Sistema de Derecho de Autor se basa en la potestad de autorizar o prohibir el uso de su obra.

El plazo de vigencia de la protección se da sin perjuicio de derecho morales que se protegen indefinidamente.

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:** 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.

### **8.3.3 BENEFICIOS Y DERECHOS QUE CONFIERE EL REGISTRO DE UNA MARCA**

- Derecho al uso exclusivo, solo el titular puede hacer uso del signo.
- Protección en toda la República Ecuatoriana y derecho de prioridad en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), dentro de los primeros seis meses de presentada la solicitud en el Ecuador.
- Derecho de presentar acciones legales civiles, penales y administrativas en contra de infractores.
- Desalienta el uso de la marca por los piratas.
- Protege la prioridad del registro de estas marcas en otras naciones.
- Permite restringir la importación de bienes que utilizan marcas que infringen derechos.
- Derecho de otorgar Licencias a terceros y de cobrar regalías.
- Derecho de franquiciar el producto o servicio.
- Ceder los derechos sobre la marca a terceros.
- Posibilidad de garantizar un crédito con la marca.
- Al registrar la marca, esta se convierte en un activo intangible, el cual en muchas ocasiones llega a convertirse en el activo más valioso de la empresa.

### **8.3.4 CONSEJOS PARA REGISTRAR UNA MARCA**

Previa la presentación de una solicitud, es pertinente realizar una búsqueda de antecedentes, es decir, verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro.

### **8.3.5 PROCEDIMIENTO DE REGISTRO**

Presentada la solicitud, se pasa a un examen de forma, revisando que cumpla con todos los requisitos, de ser así se publica en la Gaceta de Propiedad Industrial, con la finalidad de que terceros tengan conocimiento de las peticiones efectuadas. Si no existe oposición, se efectúa el examen de registrabilidad para la posterior emisión de la resolución que acepta o rechaza el registro y en caso de concesión, el trámite concluye con la emisión del título de registro.

### **8.3.6 TASAS POR REGISTRO DE MARCA**

- Trámite por solicitud de marca es de USD\$ 116
- Trámite de registro de marca tridimensional, USD\$ 336

## **8.4 DERECHOS DE AUTOR DE LAS OBRAS AUDIOVISUALES**

**Art. 33.** Salvo pacto en contrario, se presume coautores de la obra audiovisual:

- El director o realizador;
- Los autores del argumento, de la adaptación y del guión y diálogos;
- El autor de la música compuesta especialmente para la obra; y,
- El dibujante, en caso de diseños animados.

**Art. 34.** Sin perjuicio de los derechos de autor de las obras preexistentes que hayan podido ser adaptadas o reproducidas, la obra audiovisual se protege como obra original.

Los autores de obras preexistentes podrán explotar su contribución en un género diferente, pero la explotación de la obra en común, así como de las obras especialmente creadas para la obra audiovisual, corresponderá en exclusiva al titular.



**Art. 35.** Se reputa titular de una obra audiovisual al productor, esto es la persona natural o jurídica que asume la iniciativa y la responsabilidad de la realización de la obra. Se considerará productor, salvo prueba en contrario, a la persona natural o jurídica cuyo nombre aparezca en dicha obra en la forma usual.

Dicho titular está, además, legitimado para ejercer en nombre propio los derechos morales sobre la obra incluyendo la facultad para decidir sobre la divulgación



**CAPÍTULO IX**  
**CONCLUSIÓN Y**  
**RECOMENDACIONES**

## **9. CONCLUSIÓN 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**

- El género televisivo informativo es el preferido por la población local de Santa Elena.
- El set es aplicable solo para el espacio físico ya establecido.
- Teniendo una nueva imagen, se espera conservar el target establecido e ir llamando la atención hacia un nuevo grupo.
- La inversión en el rediseño de “El Informativo” es de \$22.073,61.
- La inversión en el rediseño de “El Informativo”, considerando no incluir el costo de los televisores LCD es de \$ 15.237,81.

### **9.2 RECOMENDACIONES**

- Se recomienda aplicar esta nueva imagen para poder dar una nueva proyección no solo del noticiero sino del canal y este primer cambio sea el comienzo de una serie de cambios a nivel general.
- Se sugiere incluir nuevos espacios informativos que vayan con la misma línea de “El Informativo”, como entrevistas, debates, diálogos abiertos y ayuda a la comunidad.
- Se podría invertir más recursos con respecto al espacio donde se lleva a cabo “El Informativo”, con el fin de aumentar su entorno visual.



## **BIBLIOGRAFÍA**

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **[1] Géneros Televisivos**

<http://www.mariapinto.es/alfamedia/television/generos.htm>

[www.nspilar.com/image/LOS%20GÉNEROS%20TELEVISIVOS.doc](http://www.nspilar.com/image/LOS%20GÉNEROS%20TELEVISIVOS.doc)

### **[2] La Imagen del Noticiero**

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/403/5/Capitulo3.pdf>

### **[3] Responsabilidades del Equipo de Trabajo**

<http://es.wikipedia.org>

Gabinete del Doctor Cineman – *Marcelo Báez*

### **[4] Tendencias Artísticas**

[http://www.imageandart.com/tutoriales/historia\\_diseno/cultura/pag\\_bsas/art\\_deco.html](http://www.imageandart.com/tutoriales/historia_diseno/cultura/pag_bsas/art_deco.html)

### **[5] Diseño Gráfico**

Bases del Diseño Gráfico - *Alan Swann*

Guía Práctica del Diseño Digital - *Pina Lewandowsky/Francis Zeischegg*

Identidad Visual Corporativa, la imagen de nuestro tiempo - *Javier González Solas*.

### **[6] Iluminación**

Iluminación para Televisión y Cine - *Gerald Millerson*

### **[7] Presupuesto y Precios Referenciales Materiales 2001**

<http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/41/presupuesto.htm>

Revista Construcción y Desarrollo de la Cámara de la Construcción de Guayaquil

### **[8] Derechos de Autor**

<http://www.iepi.gob.ec/>

<http://www.sice.oas.org/>



**ANEXOS**

## ANEXO 1: STORYBOARD DEL BUMPER

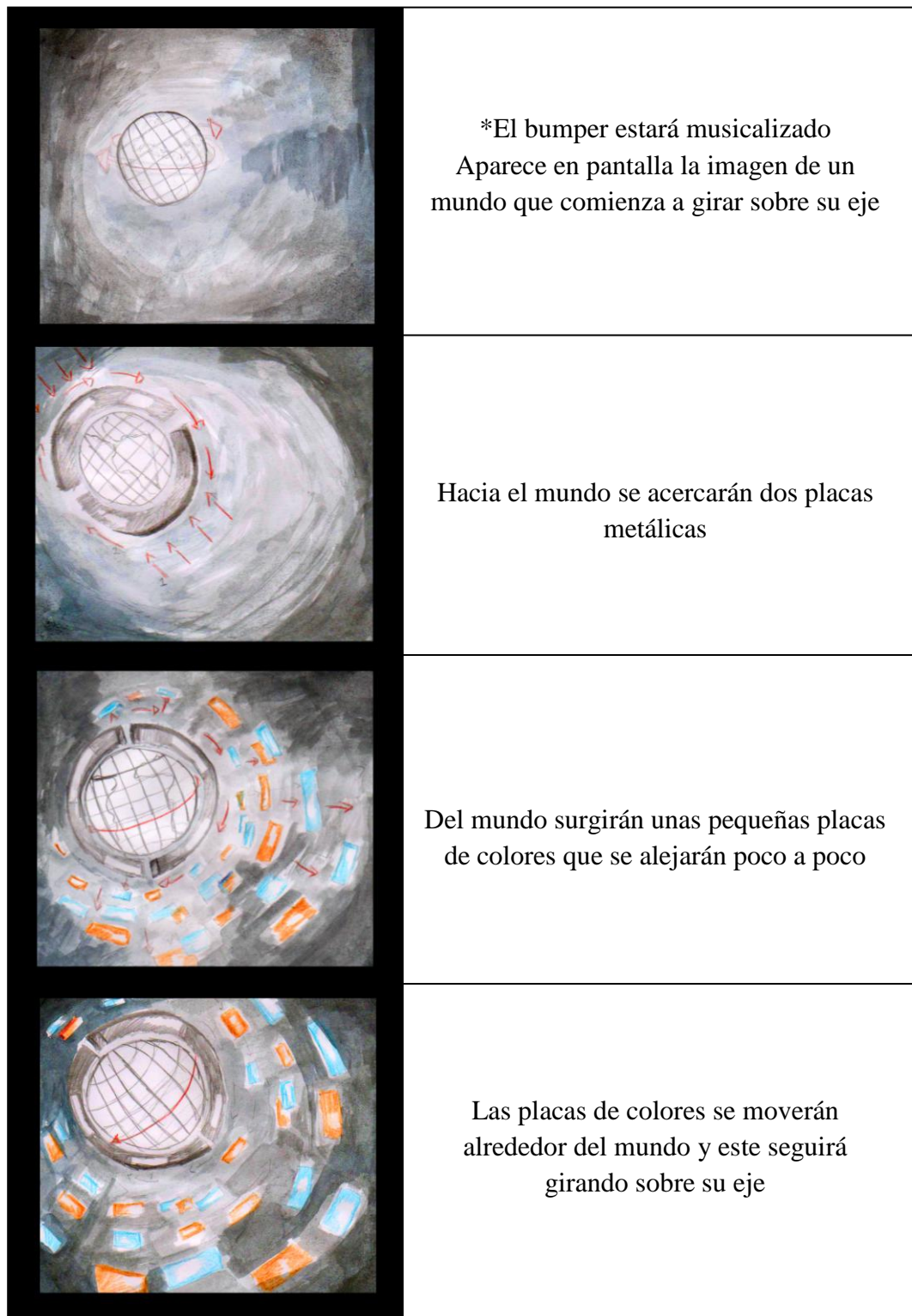


Figura 11-1: Storyboard del bumper de entrada - parte 1



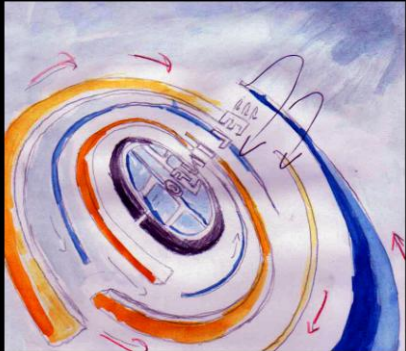

	<p>Las placas aumentarán su longitud mientras el mundo se va convirtiendo en el isotipo de "El Informativo"</p>
	<p>Va apareciendo el nombre de la marca</p>
	<p>Entre efectos de luces la marca se va mostrando cada vez más</p>
	<p>Finalmente el isotipo y el imagotipo aparecen completamente en la pantalla</p>

Figura 11-2: Storyboard del bumper de entrada - parte 2



## ANEXO 2: MEDIDAS DE LA ESCENOGRAFÍA

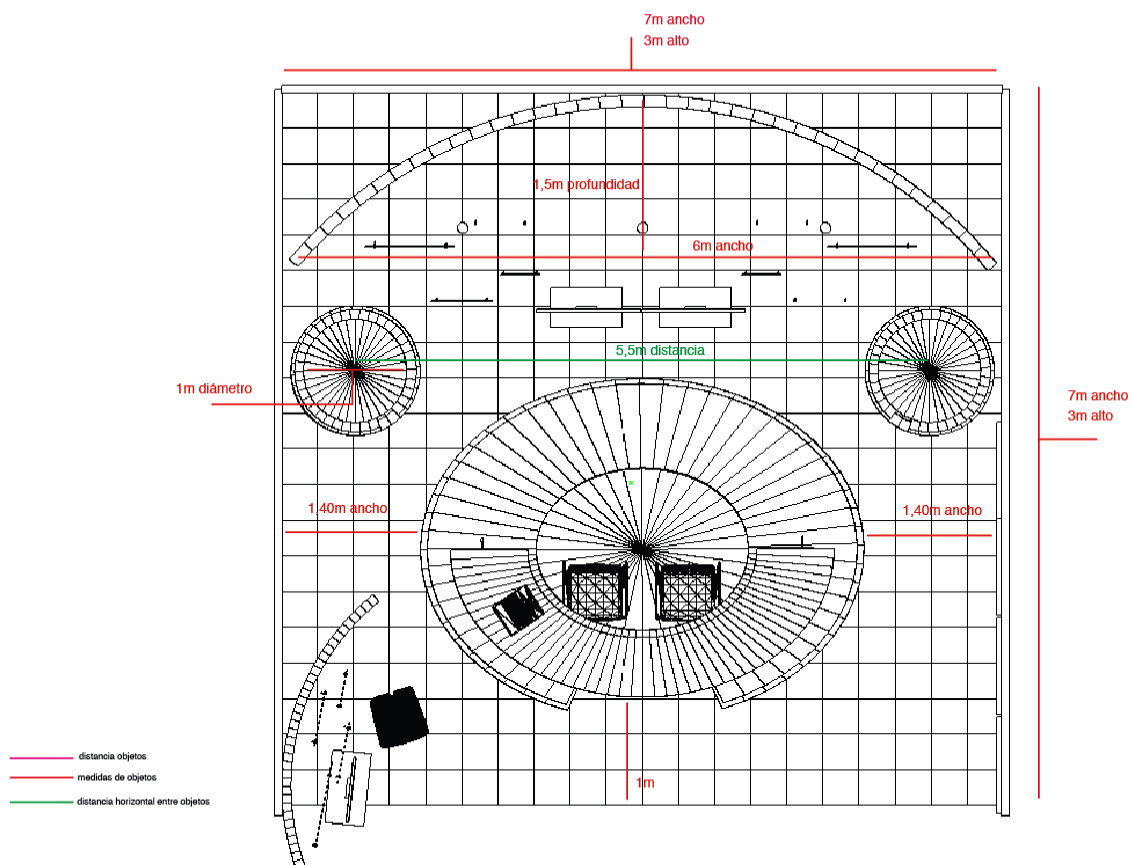


Figura 11-3: Medidas de la escenografía - Vista top

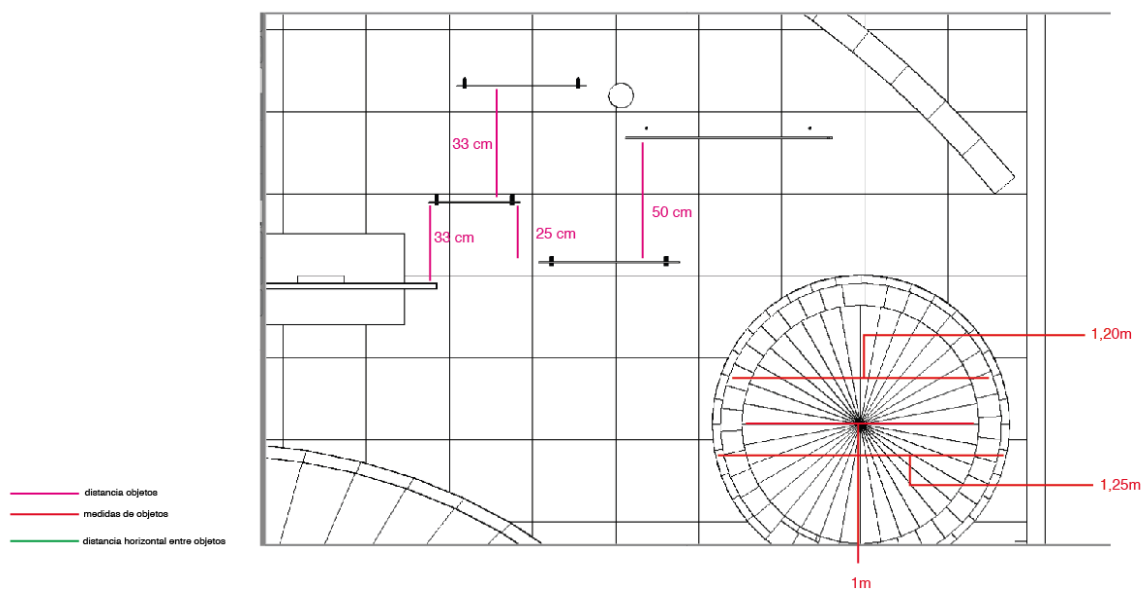


Figura 11-4: Medidas del pilar y placas (fondo principal) - Vista top

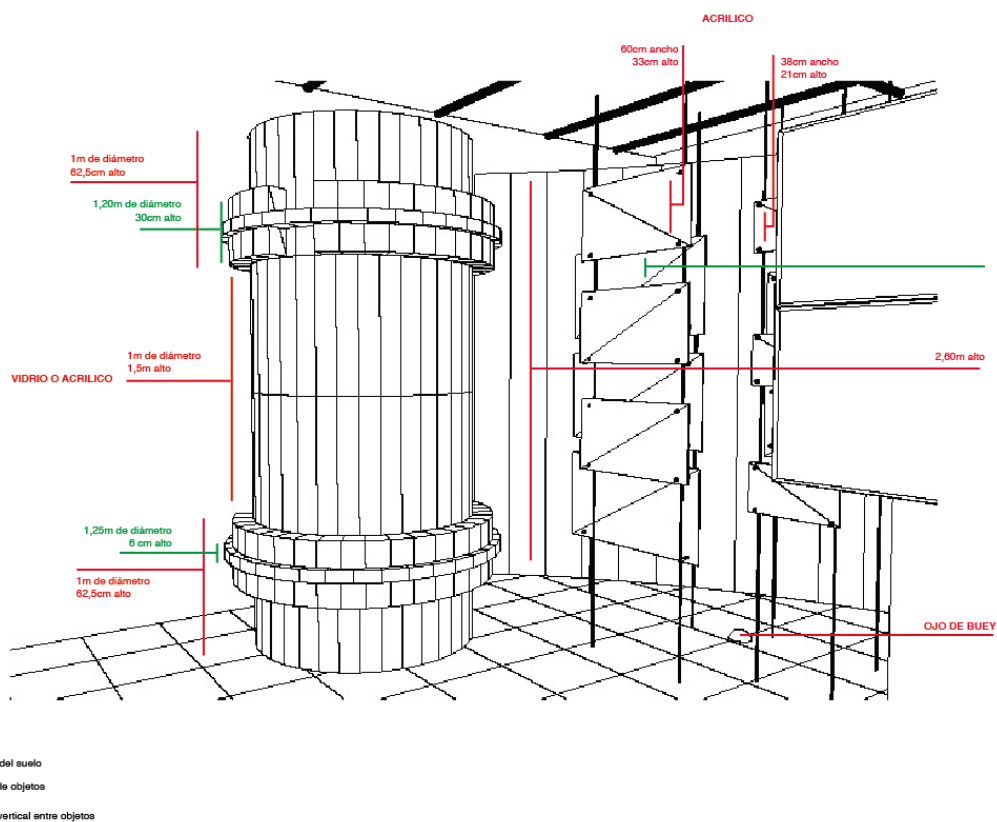


Figura 11-5: Medidas del pilar y placas (fondo principal) - Vista diagonal

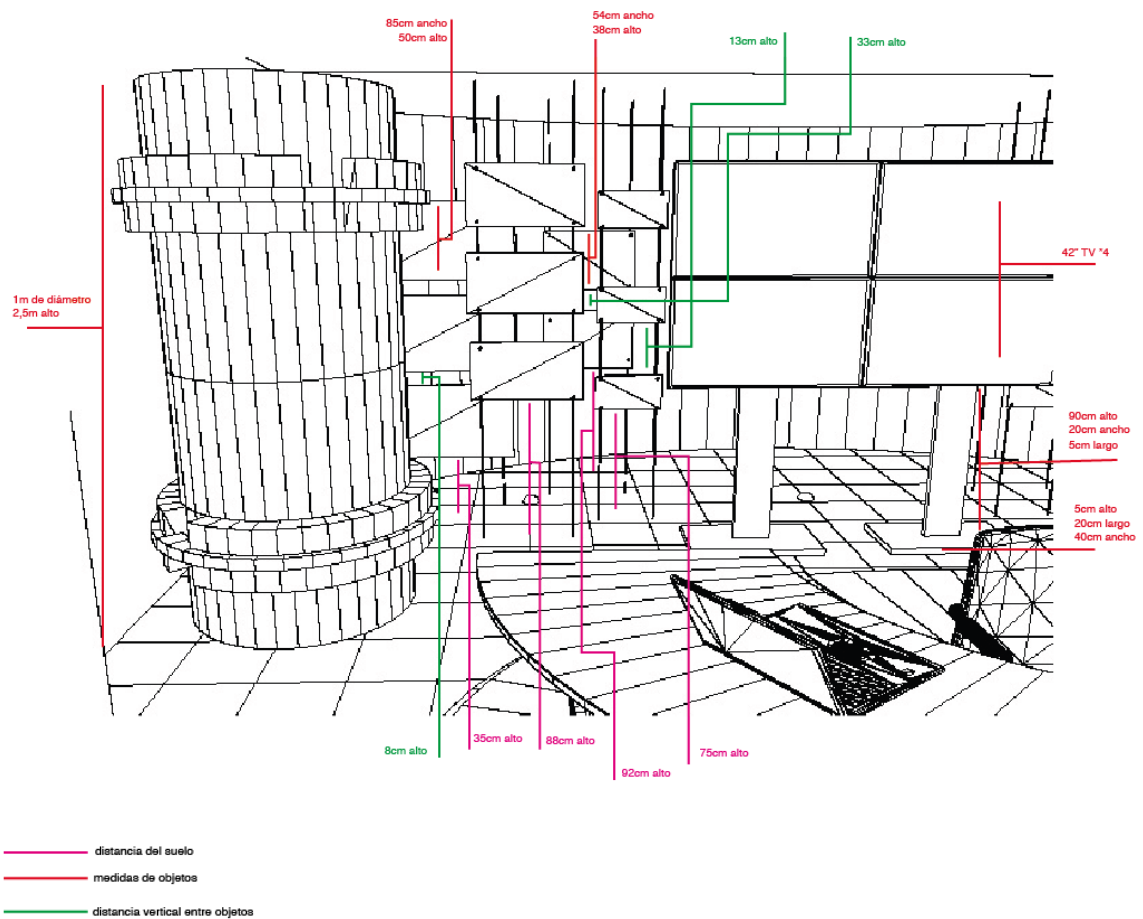


Figura 11-6: Medidas del pilar y placas (fondo principal) Vista – frontal

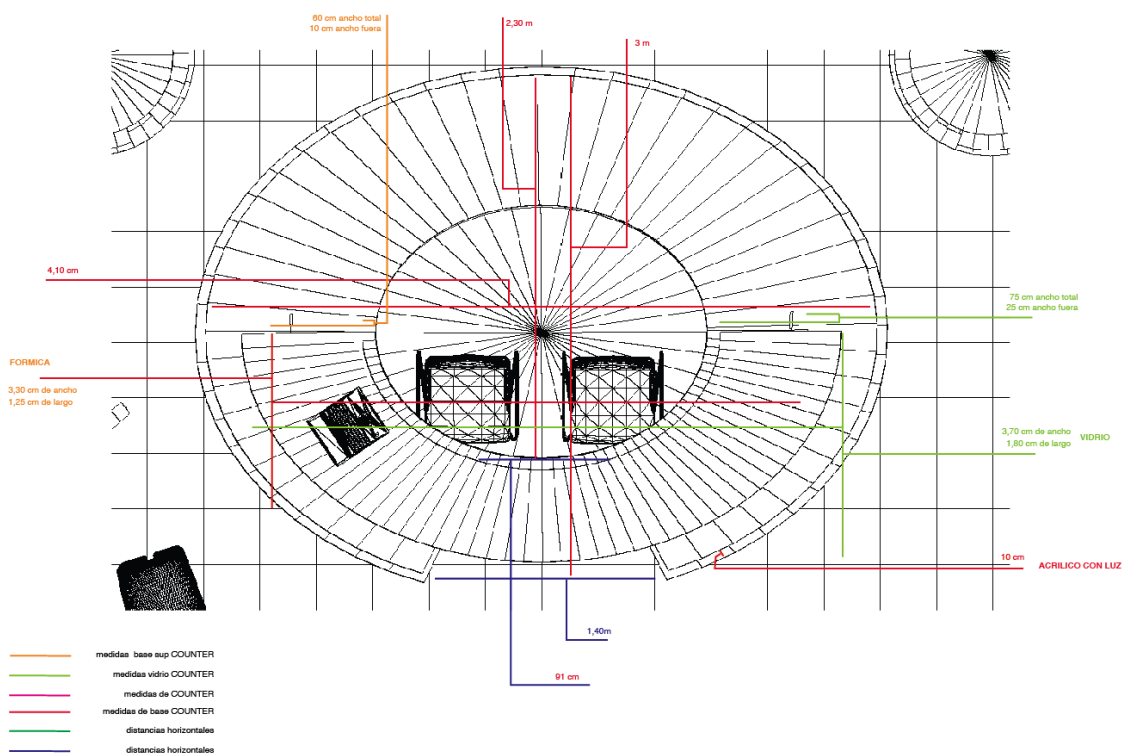


Figura 11-7: Medidas del counter y base - Vista top

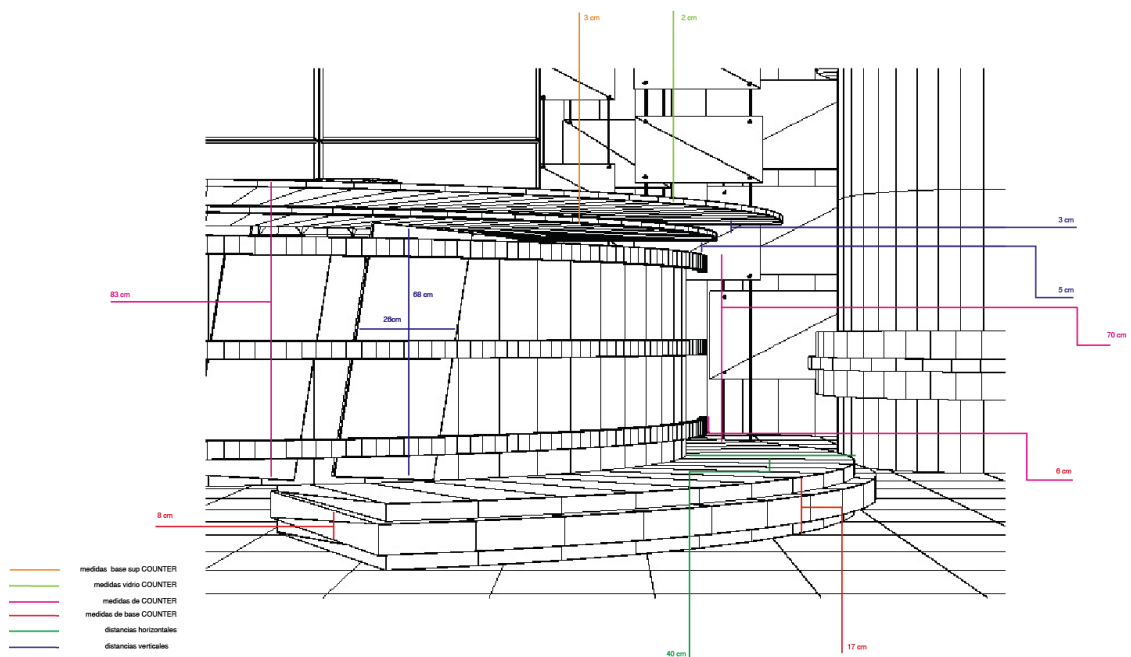


Figura 11-8: Medidas del counter y base - Vista frontal (Detalle inferior)

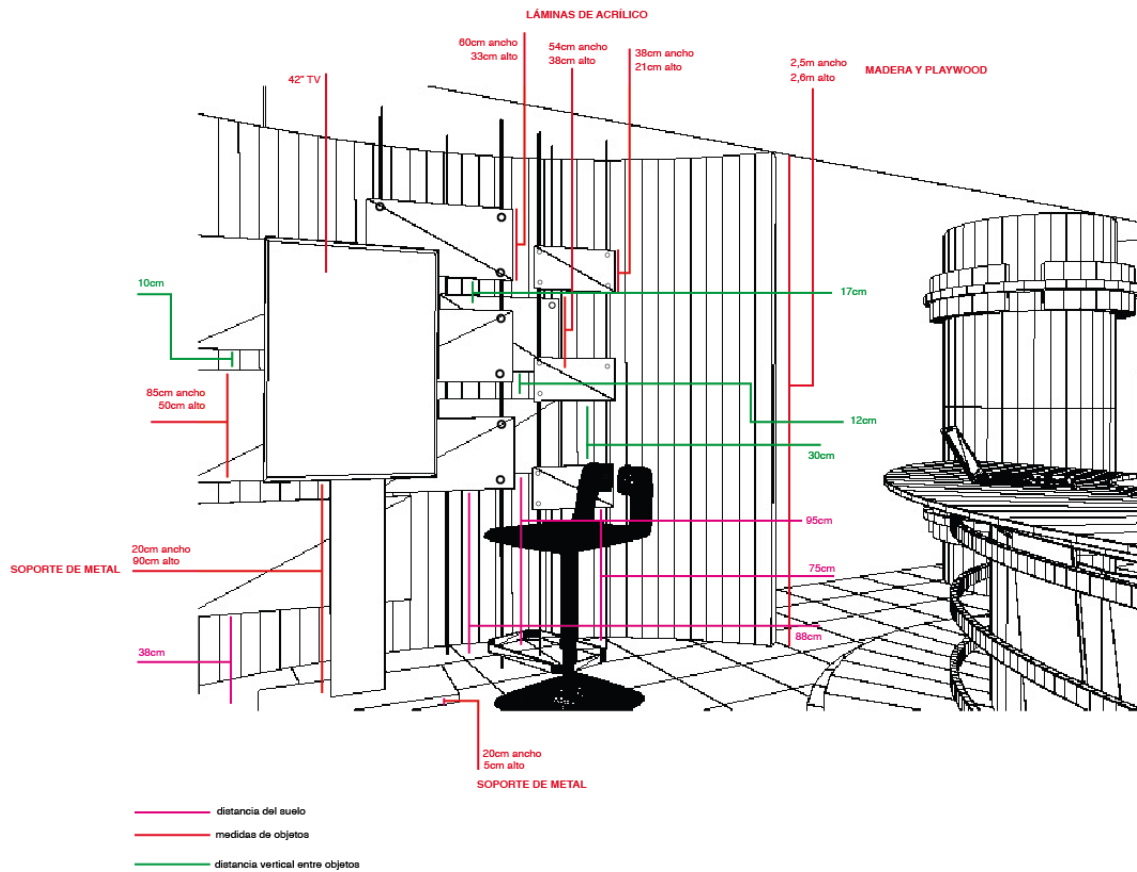


Figura 11-9: Medidas sección Vida Social

### ANEXO 3: ILUMINACIÓN

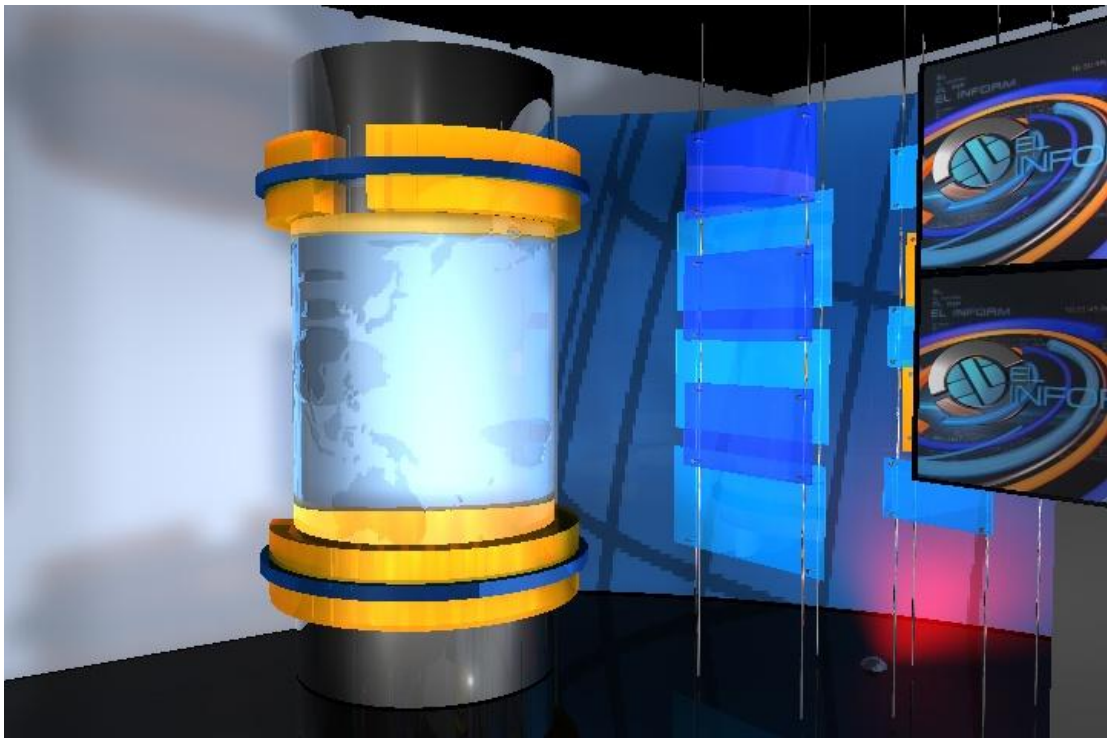


Figura 11-10: Iluminación posterior



Figura 11-11: Iluminación pilares y base del counter



## ANEXO 4: TIROS DE CÁMARA



Figura 11-12: Cámara Picado – Plano General



Figura 11-13: Cámara Frontal – Plano Americano



Figura 11-14: Cámara lateral – Plano Americano



Figura 11-15: Cámara lateral - Plano Americano - Vida Social





Figura 11-16: Cámara Frontal - Plano Medio - Presentador



Figura 11-17: Cámara Frontal - Plano Medio - Presentadora

## ANEXO 5: LÍNEA GRÁFICA ACTUAL DE “EL INFORMATIVO”



Figura 11-18: Bumper – Línea gráfica actual de “El Informativo”



Figura 11-19: Titulares - Línea gráfica actual de “El Informativo”



Figura 11-20: Recuadro - Línea gráfica actual de "El Informativo"



Figura 11-21: Lower Thrid - Línea gráfica actual de "El Informativo"





Figura 11-22: Pantalla informativa - Línea gráfica actual de "El Informativo"



Figura 11-23: Segmento Primera Plana - Línea gráfica actual de "El Informativo"



Figura 11-24: Segmento Comunidad - Línea gráfica actual de “El Informativo”



Figura 11-25: Segmento Internacionales - Línea gráfica actual de “El Informativo”

## ANEXO 6: ESCENOGRAFÍA ACTUAL DE “EL INFORMATIVO”



Figura 11-26: Escenografía actual de “El Informativo”



Figura 11-27: Escenografía actual de “El Informativo”





Figura 11-28: Posiciones de cámaras dentro del set



Figura 11-29: Escenografía actual de “El Informativo” – Fondo



Figura 11-30: Escenografía actual de “El Informativo” - Counter

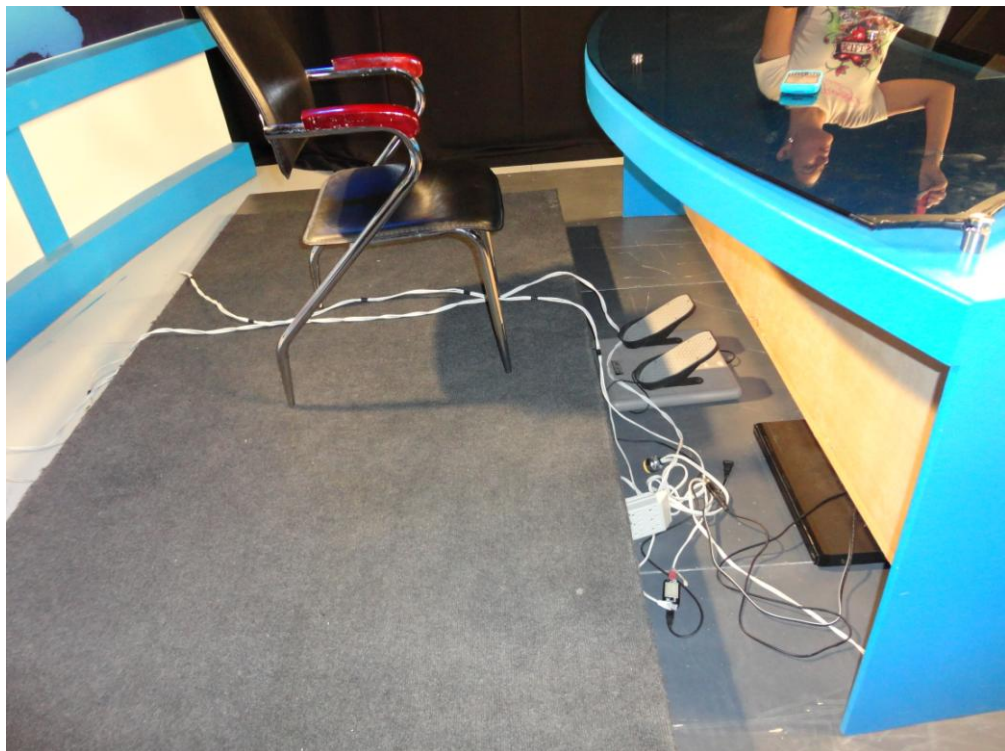


Figura 11-31: Escenografía actual de “El Informativo” – Parte inferior del counter



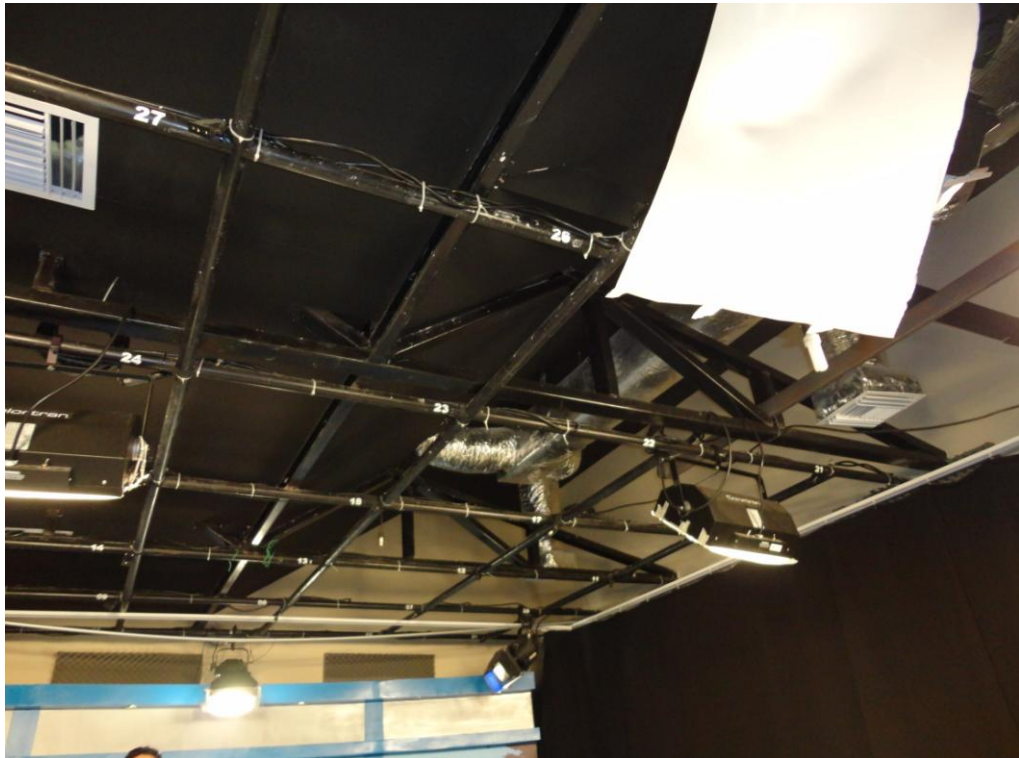


Figura 11-32: Parrilla de luces



Figura 11-33: Parrilla de luces



## **GLOSARIO**

## **GLOSARIO**

### **C**

**CANJE PUBLICITARIO:** es una tradicional práctica de los medios que consiste en intercambiar espacios de publicidad por los servicios o productos que ofrece el anunciante.

**CÓDEC DE VIDEO:** es un tipo de códec que permite comprimir y descomprimir video digital. Normalmente los algoritmos de compresión empleados conllevan una pérdida de información.

**COLLAGE:** composición con materiales o información de diferente tipo.

**COLOR ADITIVO:** combina la luz para originar una gama cromática. Rojo, verde y azul son los colores aditivos primarios. Cantidades similares de los tres dan lugar a la luz blanca.

**CONNOTACIÓN:** conllevar, además de su significado propio o específico, otro de tipo expresivo o apelativo.

**CROMA:** es una técnica audiovisual utilizada en cine, televisión y fotografía, que consiste en la sustitución de un fondo por otro mediante un equipo especializado o un ordenador. Básicamente consiste en un fondo uniforme de color y el objeto que se desea recortar, para luego eliminar el fondo y sobreponer el objeto sobre otro fondo que se desee.

### **E**

**ECLECTICISMO:** especie de estilo mixto, cuyos rasgos son tomados de varias fuentes y estilos.

## **F**

FRAME: nombre en inglés de “cuadro” o “fotograma”. Equivale a una imagen dentro de una sucesión de imágenes que componen una animación.

FREE-LANCER: es una persona que realiza su trabajo de manera independiente, es decir que no está sometido a una relación laboral después de que haya concluido con su labor. Su comisión es por trabajo realizado.

## **L**

LOOP: acción repetida

## **R**

RATING: es un índice del porcentaje de hogares o de televidentes con la TV encendida en un canal, programa, día y hora específicos (o promediando minutos o fechas), en relación al total de TV de hogares o televidentes considerados.

## **S**

SEMIÓTICA: se define como el estudio de los signos, como por ejemplo una fotografía, un dibujo, una palabra, tiene un significado. La semiótica estudia este fenómeno.

SERIGRAFÍADO: método de impresión. La serigrafía es un procedimiento en el que la tinta pasa a través de una fina malla de tela que contiene una plantilla la cual proyecta la imagen.

SETEOS: configuraciones de un programa o componente físico para que funcione correctamente.

## **T**

TARGA: es un tipo de archivo con extensión TGA. Son archivos con transparencia para poder realizar sobreimposiciones.

## **V**

**VECTORIZADO:** consiste en convertir imágenes que están formadas por píxeles en imágenes formadas por vectores. Esto se logra dibujando todos los contornos y rellenos de la imagen mediante. Los dibujos obtenidos mediante la vectorización son imágenes de contornos perfectamente definidos, que pueden ampliarse o reducirse a cualquier tamaño sin que se modifique su alta calidad.