

PROYECTO DE CREACIÓN DE UN VIDEO PROMOCIONAL PARA EL CENTRO DE LENGUAS EXTRANJERAS CELEX-ESPOL

María Lissette Coello García
Msc. Jossie Cristina Lara Pintado
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo Km. 30.5 vía Perimetral.
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador
mlcoello@espol.edu.ec, jossie.lara@gmail.com

Resumen

El proceso de globalización en el que vivimos es muy agitado y constante. Hoy en día, resulta muy beneficioso saber otros idiomas como lo es el inglés, que en las últimas décadas es reconocido como el idioma oficial del mundo moderno. Así como la segunda lengua extranjera más hablada y estudiada después del inglés, el francés.

Además, la mayoría de medios populares de entretenimiento y comunicación masiva abrazan estos idiomas. Por lo tanto, en base a la recopilación de datos obtenidos por medio de entrevistas realizadas a los estudiantes de la ESPOL, y al miembro principal del centro de lenguas que la universidad posee, se encontró que los estudiantes están conscientes de la importancia de los idiomas hoy en día, en especial del uso del inglés; sin embargo, desconocen de otros servicios de idiomas que ofrece el Centro de Lenguas Extranjeras, mejor conocido como CELEX - ESPOL.

Por otra parte, CELEX reconoce que, a pesar de contar con docentes altamente capacitados en la enseñanza de idiomas, no posee una buena imagen en los estudiantes.

Por estos motivos, además de estar consciente de la gran necesidad del uso de idiomas en la actualidad, y considerando las diferentes opiniones obtenidas en la recopilación de datos, se decide realizar un video que promueva la calidad de enseñanza de idiomas que imparte CELEX, dirigido a los estudiantes de la ESPOL.

Palabras claves: idioma inglés, idioma francés, lengua extranjera, CELEX-ESPOL, video.

Abstract

The globalization process that we live is very flurried and continual. Nowadays, is very useful to know other languages. In the last years, English is recognized like the official modern language of the world. As well as, French is the second foreign language more spoken and studied after English.

Moreover, the majority of the popular entertainment media and massive communication are embracing those languages. Therefore, according to recent interviews towards ESPOL students and the director of the language center that the University own, in order to obtain information, it's been found out that students have been conscious about the importance of the language nowadays, specially, the using of English language; however, with few exceptions, they do not know other language service that the Centro de Lenguas Extranjeras, well known as CELEX-ESPOL, has to offer them.

On the other hand, CELEX recognized that, even though it has got excellent teachers in English and French language, it does not have a well image in the students.

For these reasons, also from being aware of the necessity of the use of language today, and considering the differents opinions obtained in the data collection, it is decided to make a video which promotes the language teaching quality, that imparts CELEX, aimed at ESPOL student.

Key words: English language, French language, foreign language, CELEX-ESPOL, video.

1. Generalidades

1.1 Introducción

El idioma inglés ha sido reconocido como el idioma oficial del mundo moderno, especialmente en las últimas décadas. Su conocimiento es un requisito indispensable para trabajar en varios campos laborales en referencia a la economía, ciencia y tecnología, electrónica, mecánica, actividades jurídicas, sociales, empresariales, gastronómicas y demás.

Conocerlo, significa ampliar horizontes en cuanto al desarrollo empresarial y profesional de una persona, sea dentro o fuera del Ecuador. Permite alcanzar mejores ofertas de trabajo. Además, se visualizan y alcanzan otros horizontes personales y profesionales.

En base a esta realidad y motivación, el proyecto consiste en la creación de un video promocional para un centro de idiomas, en el que se presentan y destacan los servicios que ofrece, demostrando de manera atractiva, ágil y directa, sus prestaciones.

1.2 Antecedentes

En Guayaquil, existen centros de idiomas que garantizan obtener una buena formación respecto al inglés y francés. Afortunadamente, la ESPOL posee el *Centro de Lenguas Extranjeras*, mejor conocida como CELEX, en donde se imparten clases de inglés y francés, simultáneamente, integrado por profesores altamente capacitados para brindar el mejor nivel de enseñanza posible. Lamentablemente, gran parte de la familia politécnica y personas vinculadas a los estudiantes, desconocen el excelente soporte académico que el centro de lenguas posee.

1.3 Importancia de Estudio

El uso del video digital y la comunicación audiovisual son potentes herramientas para la gestión de cualquier negocio o empresa.

Por consiguiente, la creación de un video promocional servirá para que el CELEX tenga más apertura, reconocimiento y sea dirigido - a más de la familia politécnica- a otras personas, entre ellos profesionales que aspiren a mejorar su currículum vitae, estudiando en un centro de idiomas perteneciente a una universidad de categoría A.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Crear un video promocional para el Centro de Lenguas Extranjeras CELEX-ESPOL.

1.4.2 Objetivos Específicos

1. Determinar la estructura más conveniente para la creación del video promocional.
2. Conocer el perfil y las oportunidades de estudio que ofrece CELEX-ESPOL.
3. Conocer el interés de las personas en realizar estudios de idiomas.
4. Establecer una correcta línea gráfica.
5. Determinar el presupuesto para la elaboración del video promocional.

2. Entrevistas y Focus Group

2.1 Perspectiva de la Investigación

Teniendo como objetivo la elaboración de un proyecto trascendente, se implementará -dentro de la metodología para recopilar datos- la realización de entrevistas y una sesión de focus group.

Las entrevistas estarán dirigidas a un miembro principal del CELEX-ESPOL, en este caso, a la Lcda. Emma Pedley, Directora del CELEX. En cuanto a la sesión de focus group, será dirigido a un grupo de 6 personas, conformado por profesionales y estudiantes de la ESPOL.

2.2 Planteamiento del Problema

Debemos tener en cuenta que, gran parte de la familia politécnica y personas vinculadas a los estudiantes, desconocen el excelente soporte académico que el CELEX posee, correlacionado con el nivel institucional universitario de categoría A.

Por lo antes expuesto, es de gran utilidad promover la excelencia del CELEX a través de un video promocional que muestre ventajas, oportunidades y beneficios al estudiar en dicho centro. El video mostrará filmación de campo y animación 2D.

2.3 Objetivos de la Investigación

2.3.1 Objetivos Generales de la Investigación

- Determinar el estilo gráfico y temático del video que será realizado para el CELEX.
- Reconocer cuáles son las motivaciones que determinan en jóvenes y profesionales, el estudio de los idiomas.
- Definición del segmento del mercado a quien va dirigido el video promocional.

2.3.2 Objetivos Específicos de la Investigación

- Determinar aspectos positivos y preferencias del CELEX.
- Determinar las necesidades y preferencias tanto de los estudiantes y profesionales interesados en estudiar idiomas.

- Apuntar a la promoción del CELEX de manera atractiva y directa, destacando los servicios y productos que ofrece.

2.4 Entrevistas

En el proyecto, utilizaremos el tipo de entrevista estructurada, ya que ésta se utiliza cuando no existe suficiente material informativo sobre ciertos aspectos que interesa investigar. De esta manera, se tendrá una idea más clara de lo que se debe mostrar en el video promocional; esclareciendo dudas y conociendo mejor el perfil del cliente.

2.5 Focus Group

Para este proyecto, se realizará un focus group a un grupo de 6 personas que pertenezcan a la Universidad ESPOL, con el propósito de saber cómo se puede promocionar mejor el Centro de Lenguas Extranjeras de la ESPOL y así llegar, de forma eficaz, a las personas interesadas en aprender nuevos idiomas y, en especial, a aquellas que desconozcan los beneficios del mismo.

3. Plan de Desarrollo

3.1 Antecedentes

Mediante el análisis que se realizó en las entrevistas, se puede concluir que para el centro de estudios de idiomas, es primordial destacar la calidad de enseñanza que imparten en sus clases y las ventajas que tiene sus alumnos al aprender nuevos idiomas. Por lo que es de contento y agrado la creación de un video que destaque la imagen académica del CELEX dentro de la comunidad estudiantil.

Para los estudiantes politécnicos, la idea les resulta novedosa por ser un medio audiovisual, ya que se trata de una herramienta que llega a más personas por medio de medios televisivos, páginas web o por redes sociales e informa de manera rápida y eficaz.

3.2 Análisis FODA para la Realización del Video

Fortalezas:

- Aprobación y apertura.
- Habilidad en ilustración y conocimientos de animación.
- Producto nuevo para CELEX-ESPOL.

Oportunidades:

- Puede aparecer en la página del CELEX, ESPOL, YouTube o redes sociales.
- Implementación de animación y filmación de campo.
- Aportación educativa.

Debilidades:

- Experiencia laboral.
- Limitación de personal.
- Tiempo limitado.
- Creación de un estilo gráfico.

Amenazas:

- Existencia de otros videos promocionales.
- Presupuesto limitado.
- Proyecto se alargue más de lo propuesto en el cronograma de trabajo.

3.3 Marco Conceptual

3.3.1 Concepto del Video Promocional

Hoy en día existen diversas formas de entretenimiento y de información como lo son: la música, el arte, la culinaria, la literatura y el turismo. Si bien es cierto, no sólo vamos a encontrar este tipo de expresiones en nuestro lenguaje, también lo podemos encontrar en otros idiomas como lo son los idiomas inglés y francés.

- 1) **Nombre:** Video Promocional: CELEX-ESPOL.
- 2) **Género:** Video Promocional.
- 3) **Target:** Categoría A.
- 4) **Duración:** 1 minuto.
- 5) **Estructura del Programa:** una animada y otra con filmación de campo.
- 6) **Sinopsis:**

“Video Promocional: CELEX-ESPOL”

Escrito por María Lissette Coello García

Tanto el inglés como lo es el francés, son los dos idiomas más hablados hoy en día a la hora de realizar algún viaje al extranjero.

CELEX, cuenta con profesores altamente capacitados en la enseñanza de lengua francesa e inglesa para los estudiantes politécnicos, todo dentro de un ambiente confortable y óptimo para la educación.

El centro de idiomas, perteneciente a la ESPOL, ofrece a los estudiantes cursos de capacitación para rendir exámenes de gran reconocimiento internacional, lo cual ayuda a mejorar tanto el perfil personal como el profesional del estudiante politécnico.

7) Tratamiento

La sección animada mostrará aspectos útiles en donde puede emplearse fácilmente el uso de idiomas.

En cuanto a la parte de filmación de campo, se procederá a usar cámara estática y paneo.

8) Guión Literario

Es la narración ordenada de la historia, incluyendo los diálogos y la acción, pero sin ninguna especificación técnica. Es un escrito concreto, no abstracto.

9) Storyboard/ Guión Técnico

Storyboard: está conformado por un conjunto de ilustraciones que ordenan los hechos de una filmación, permitiendo la pre-visualización de las escenas y ángulos de cámara que se van a utilizar al momento de filmar.

Guión Técnico: Es un documento de producción que ofrece todas las indicaciones necesarias para poder ejecutar el proyecto. Se determina la mejor secuencia para grabar las tomas y así cumplir con el cronograma del trabajo y optimizar costos.

10) Paradigma

Es la estructura interna del guión. Se divide en tres actos: planteamiento, confrontación y resolución.

11) Breakdown

Es una lista guía donde se detalla todas las necesidades en la etapa de producción. Se elabora en base al guión y storyboard.

12) Personal de Producción

Para la producción del video promocional se necesitará ejercer las siguientes funciones:

- DIRECTOR
- PRODUCTOR
- GUIONISTA/ CONTINUISTA
- CAMARÓGRAFO/ DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA
- GAFFER
- DIRECTOR DE ARTE
- ILUSTRADOR/COLORISTA
- SONIDISTA
- ANIMADOR/EDITOR

13) Etapas de la Producción

1. La Pre-Producción, es la fase primera para la producción audiovisual, se debe definir todas las ideas importantes de producción; además, se especifica lo que se va a necesitar en las demás etapas de Producción y Post-Producción.
2. La Producción, se pone en práctica todas las especificaciones planteados en la Pre-Producción.

3. La Post-Producción es la última etapa, se da la edición y toques finales de la producción, para su futura presentación.

4. Estudio de Factibilidad

4.1 Estudio de Factibilidad Técnica, Operativa y Económica del Proyecto

En este campo se determina y verifica si el proceso y los elementos para la realización del video son viables desde todas las perspectivas posibles. Por tanto, el estudio de factibilidad deberá analizar tres aspectos: Factibilidad Técnica, Factibilidad Operativa y Factibilidad Económica.

4.1.1 Factibilidad Técnica

En este punto se analiza lo que se requiere para el desarrollo del proyecto en cuanto a:

- Herramientas tecnológicas para la realización del proyecto.

Herramientas tecnológicas para la ilustración y animación	Herramientas tecnológicas para la filmación de los videos
Ordenador iMac i5 (Pc opcional)	Cámara Sony HD
Tablero Gráfico/ Lápiz Óptico	Extensión
Impresora-Escáner	Equipo de Luces

Tabla 1. Herramientas tecnológicas

- Herramientas digitales para la realización del proyecto.

Software empleados para la ilustración y animación	Software empleados para la edición de audio y video
Adobe Illustrator CS5	Final Cut Pro (Disponible para MacOS)
Adobe Photoshop CS5	Soundtrack (Disponible para MacOS)
Adobe After Effects CS5	

Tabla 2. Herramientas digitales

Datos del Hardware	Hardware empleado para la realización del proyecto
Marca	Apple
Nombre del modelo	iMac
Nombre del procesador	Intel Core i5
Velocidad del procesador	2,66 GHz
Número de procesadores	1
Memoria	4GB
Sistema operativo	Leopard

Tabla 3. Herramienta hardware

4.1.2 Factibilidad Operativa

Depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto y solución de la problemática planteada, así como la apertura necesaria para obtener información, permisos y aprobación a fin de proceder a la elaboración del proyecto.

4.1.3 Factibilidad Económica

Con este punto define el presupuesto del proyecto, al especificar y detallar los costos reales y totales del mismo. Es viable en cuanto a factibilidad, ya que se cuenta con todas las herramientas, conocimientos y disponibilidad para cumplir dicho objetivo.

Es importante detallar los gastos que se realizarán durante el video, por etapas:

1. Gastos por Personal de Ideas

Concepto	Nº	Aplicación	Duración Proyecto (Mes)	Unitario	Total	Final
Director	1	Sueldo	1	\$ 90	\$ 90	
Productor	1	Sueldo	1	\$ 75	\$ 75	
Guionista	1	Sueldo	1	\$ 70	\$ 70	
Total Gastos por Ideas						\$ 235

Tabla 4. Gastos por Personal de Ideas

2. Gastos por Pre-Producción

Concepto	Nº	Aplicación	Duración Proyecto (Mes)	Unitario	Total	Final
Transporte	6	Visitas CELEX	1	\$ 8	\$ 48	
Permisos	3	Papeles	1	\$ 0.25	\$ 0.75	
Copias	8	Papeles	1	\$ 0.05	\$ 0.40	
Total Gastos Pre-Producción						\$ 49,15

Tabla 5. Gastos por Pre-Producción

3. Gastos por Producción

Concepto	Nº	Aplicación	Duración Proyecto (Mes)	Unitario	Total	Final
Camarógrafo/ Director de Fotografía	1	Sueldo	1	\$ 60	\$ 60	
Director de Arte	1	Sueldo	1	\$ 50	\$ 50	
Gaffer	1	Sueldo	1	\$ 40	\$ 40	
Continuista	1	Sueldo	1	\$ 40	\$ 40	
Transporte	2	Visitas CELEX	1	\$ 8	\$ 16	
Catering	1	Alimentación	1	\$ 2.50	\$ 2.50	
Cámara	1	Equipo	1	\$ 25	\$ 25	
Kit de Iluminación	1	Equipo	1	\$ 15	\$ 15	
Total Gastos Producción						\$ 248.50

Tabla 6. Gastos por Producción

4. Gastos por Post-Producción

Concepto	Nº	Aplicación	Duración Proyecto (Mes)	Unitario	Total	Final
Animador/ Editor	1	Sueldo	1	\$ 70	\$ 70	
Ilustrador/ Colorista	1	Sueldo	1	\$ 50	\$ 50	
Sonidista	1	Sueldo	1	\$ 40	\$ 40	
Locutor	1	Sueldo	1	\$ 15	\$ 15	
Computadora	1	Equipo	1	\$ 35	\$ 35	
Tableta Gráfica	1	Equipo	1	\$ 16	\$ 16	
Audífonos	1	Equipo	1	\$ 5	\$ 5	
Catering	23	Alimentación	1	\$ 2.50	\$ 57.50	
Total Gastos Post-Producción						\$ 288.50

Tabla 7. Gastos por Post-Producción

4.2 Conclusión

Se considera que es factible tanto en los aspectos técnicos, operativos y económicos porque, en general, muestra disponibilidad integral para la ejecución del proyecto.

5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

- Los estudiantes politécnicos están conscientes de la importancia de idiomas hoy en día, tanto para su vida social como profesional.
- La mayoría de estudiantes desconoce los servicios de idiomas ofrecidos por el CELEX. No toman en cuenta a la enseñanza de la lengua francesa, ni los cursos de preparación para exámenes internacionales.
- A pesar de contar con un equipo de profesores altamente instruidos y capacitados en la enseñanza y dominio de idiomas, CELEX no proyecta una buena imagen a los estudiantes.
- La información obtenida mediante la entrevista y el focus group, ayudó a direccionar mejor el video promocional.
- Visitas previas a las instalaciones del CELEX, así como las valiosas conversaciones con docentes y estudiantes, antes de la grabación, permitieron el trabajo rápido, eficaz, en un ambiente amistoso y cordial, gracias a la colaboración brindada por todos.
- La correcta planificación y anticipación para la realización del proyecto, permitió que se minimizaran gastos y, se agilite el proceso de realización del producto, pese al aplazamiento de la etapa de producción.
- El costo total del proyecto es de \$ 821.15.

5.2 Recomendaciones

- Es recomendable que el video promocional tenga una duración máxima de cinco minutos.
- Si se realizan filmaciones de campo que requiere del apoyo de terceras personas, es recomendable exponer o elaborar escritos con anticipación, especificando el día, hora y lugar, necesarios para la elaboración del proyecto.
- Efectuar un estudio previo a la filmación de campo, nos ayuda a conocer mejor el espacio en el cual trabajaremos; de igual manera, nos facilita ubicar las herramientas de producción.
- De igual forma, el video promocional debe de ser llamativo, vistoso, poseer un concepto gráfico adecuado para el target al cual se quiere llegar: personas interesadas en querer aprender francés e inglés.
- Es indispensable trabajar en un ambiente adecuado y tranquilo, cubriendo todas las necesidades para realizar un proyecto de calidad; que, además de tener los equipos y software necesarios, disponga de un espacio laboral cómodo y que garantice la salud del diseñador.
- Usar software amigable a la hora de ilustrar. Es recomendable utilizar uno conocido en el medio gráfico-digital, como Adobe Illustrator o Adobe Photoshop, para evitar problemas de incompatibilidad al momento de ensamblar las diferentes piezas componentes del video promocional.

6. Agradecimiento

Doy gracias a Dios por la gracia de vivir, de poder crear y amar las cosas que hago.

Por darme serenidad en tiempos de desesperación, por ser mi inspiración en el momento de bloqueo, por ser el protector, el guía y la luz.

De igual forma, gracias Dios por darme unos de los regalos más grandes del Universo, mi familia. Fueron, son y serán el apoyo más grande, me demuestran que puedo contar y confiar en ellos en los buenos y en los malos momentos.

7. Bibliografía

Libros de Consulta

- [1]. Báez, Marcelo. *El Gabinete del Doctor Cineman*. Quito, Libresa, 2006
- [2]. Eco, Umberto. *Cómo se hace una Tesis*. Barcelona, Gedisa, 1995

Fuente de Información -Sitios Web-

- [1]. www.avproducciones.com
- [2]. www.celex.espol.ed.ec
- [3]. www.espol.edu.ec
- [4]. www.jamendo.com
- [5]. <http://www.louvre.fr/>
- [6]. www.lular.es/a/negocio/2010/10/Que-es-un-video-promocional.html
- [7]. www.vistazo.com

Fuente de Figuras -Sitios Web-

- [1]. <http://www.cartoonbrew.com>
- [2]. <http://www.covergirl.com>
- [3]. <http://www.imdb.com>
- [4]. <http://www.flickr.com>
- [5]. <http://origenarts.com/lenguaje-cinematografico-los-movimientos-de-camara/>
- [6]. <http://otrasactrices.wordpress.com>

Visitas de Campo

- [1]. CELEX-ESPOL, Campus Gustavo Galindo Velasco

Entrevistas y Focus Group

- [1]. Lcda. Emma Pedley. CELEX ESPOL – Directora
- [2]. Estudiantes de la ESPOL

Msc. Jossie Cristina Lara Pintado
Directora de Tesis