

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 A LA CREACIÓN DE LA
LÍNEA GRÁFICA DEL PROGRAMA ZONA VIP DE ESPOL TV”**

AUTORES:

**DHENISSE SINGRE
DANIEL TERÁN
ERICK SÁNCHEZ**

DIRECTOR

LCDO. ROBERTO CÓRDOVA

**AÑO
2012**

AGRADECIMIENTO

Por toda el apoyo sin restricciones de mi madre, por estar allí siempre cuando la necesite; por el esfuerzo de ella, por sacarme adelante y permitirme gracias a su ayuda estudiar una carrera universitaria, a cada miembro de mi familia que desde pequeño me han ayudado y velado por mi seguridad, a todos aquellos que puedo nombrar como amigos y amigas, que desde pequeño han estado allí, en momentos de felicidad y tristeza.

Erick Sánchez Laborde

AGRADECIMIENTO

A Dios,

Por iluminarme todos los días.

Papá: Gracias por tu infinita paciencia, por financiarme la carrera, gracias padre.

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 Astrid: La amo demasiado y ella lo sabe, espero todos los sueños de ella se cumplan y quiero que sepa que siempre estaré allí para ella.

Abuelita Alida Rodríguez: Porque fuiste mi madre, gracias por el apoyo, cariño, por ser mi fortaleza, a la persona que más admiré, por su humildad y cariño, dedico esta tesis, porque donde estén nos cuidas junto a mi abuelito.

A los que hicieron posible este proyecto en especial al Lcdo. Roberto Córdova, muchas gracias por su apoyo, enseñanza y 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.

Dhenisse Singre Viteri

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia, compañeros, amigos y profesores quienes me han acompañado en estos años de mucho esfuerzo y sobre todo a mi abuela, que aunque ya no esté con vida, la tengo presente en cada acción o decisión que tomo, Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y ser el mejor ejemplo a seguir en la vida.

Mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles. Gracias

Daniel Terán Jácome

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a mi familia por ser el principal soporte durante toda mi vida. También quiero, dedicarlo particularmente a mi abuelita Alida Rodríguez, que siempre creyó en mí y aunque no esté físicamente a mi lado ella fue y será el pilar fundamental en mi vida. A mis padres y hermana 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 mí 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.

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

Dhenisse Singre Viteri

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi hijo Daniel Eduardo y a su madre María Fernanda Montalvo Vargas, quienes a partir de su llegada a mi vida se convirtieron en mi Alpha & Omega y en la fuerza que me impulsa a seguir adelante.

Daniel Terán Jácome

DEDICATORIA

Este manual va dedicado a toda mi familia y a mis seres queridos más cercanos que por diversos motivos ya no están a mi lado que de una u otra manera me han formado como persona y profesional.

A todos ellos, sin importar el tiempo que nos separa, les dedico este manual, con amor y cariño.

Erick Sánchez

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 Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE
GRADO**

LCDO. ROBERTO CÓRDOVA
DIRECTOR DEL PROYECTO

DELEGADO

FIRMA DE LOS AUTORES DE MATERIA DE GRADUACIÓN

DHENISSE SINGRE

DANIEL TERÁN

ERICK SÁNCHEZ

RESUMEN

En la parrilla televisiva que se transmite por televisión abierta en el Ecuador se observa programas magazine de variedades en todos los canales, que, gracias a una buena dirección de arte logran la aceptación de los televidentes.

“Zona Vip” es un segmento opcional del noticiero actual de Espol TV, y gracias a el desarrollo urbanístico y demográfico de la península, el canal ha decidido darle su propio espacio como programa independiente, es por esto que se nos encomendó la creación de una línea gráfica y escenografía acorde a las exigencias del público de la provincia de Santa Elena.

Propondremos por medio de este manual la creación de una imagen, con las correspondientes piezas gráficas necesarias para la incorporación de “Zona Vip” a la programación regular del canal, ya que al momento, el programa antes mencionado, carece de una imagen propia necesaria para la correcta identificación del mismo con su audiencia.

En este documento se buscará presentar toda la información necesaria para se lleve a cabo el proyecto de “Zona Vip” en el canal Espol Tv usando este documento como guía para su desarrollo.

Se presentara la situación actual sobre la posible implementación, que sería necesario y posibles costes del proyecto para el canal interesado.

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 “Zona Vip” sea estética y llamativa, y por lo tanto sea considerado un programa de buena calidad, y sea considerado competitivo para programas similares.

Se decide modificar la forma en la que la línea gráfica del programa ha sido manejada hasta momento, la gráfica ocupará importancia, dándole la oportunidad al televidente de la provincia de Santa Elena de verse reflejado e identificado con la misma.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	1
1. GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	2
1.1 ANTECEDENTES GENERALES	2
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.3 JUSTIFICACIÓN	5
1.4 OBJETIVOS	5
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	5
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5

CAPÍTULO II

2. SITUACIÓN ACTUAL.....	7
2.1 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	7
2.2 PLAN ESTRATÉGICO	7
2.2.1 MISIÓN	7
2.2.2 VISIÓN.....	7
2.3 MOTIVACIÓN	7
2.4 DELIMITACIÓN.....	7
2.5 JUSTIFICACIÓN	8

CAPÍTULO III

3. MARCO CONCEPTUAL.....	9
3.1 CONCEPTO DEL PROGRAMA.....	10
3.2 DURACIÓN, HORARIO Y TARGET DEL PROGRAMA.....	10
3.3 GÉNERO Y CONTENIDO.....	10
3.4 REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA.....	11
3.5 MARCA	13
3.5.1 ISOTIPO.....	13
3.5.2 LOGOTIPO	14
3.5.3 DESARROLLO DEL IMAGOTIPO	14
3.5.4 VARIACIONES.....	15
3.5.5 USOS INCORRECTOS DE COLOR EN LA MARCA.....	15
3.6 TENDENCIA O MOVIMIENTO ARTÍSTICO.....	16

3.7 DEFINICIÓN GRÁFICA.....	19
3.7.1 FORMA	19
3.7.2 TIPOGRAFÍA	20
3.7.3 COLORIMETRÍA.....	21
3.8 PAQUETE GRÁFICO.....	22
3.8.1 BUMPER (IN-OUT)	23
3.8.2 SIN FIN	26
3.8.3 SEGMENTOS	27
3.8.4 PANTALLAS DIVIDIDAS.....	28
3.8.5 MUSICALIZACIÓN.....	28

CAPÍTULO IV

4. ADAPTACIÓN DE LA MARCA A MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS.....	31
4.1 INTRODUCCIÓN	31
4.2 MEDIOS DIGITALES	31
4.3 MEDIOS IMPRESOS.....	31
4.4 DESARROLLO DE LA MARCA EN 3D	32

CAPÍTULO V

5. IMPLEMENTACIÓN DE LÍNEA GRÁFICA.....	35
5.1 CONTENIDO.....	35
5.2 MARCA EN 2D.....	38
5.3 PROCESO DE UNA IMAGEN 2D A 3D	38
5.4 RENDER Y EXPORTACIONES.....	46

CAPÍTULO VI

6. IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA.....	53
6.1 PROCECO DE ELABORACIÓN.....	53
6.1.1 BOCETOS.....	53
6.1.2 LEVANTAMIENTO EN 3D	54
6.2 ILUMINACIÓN.....	55
6.4 MATERIALES SUGERIDOS	57
6.5 MANO DE OBRA	58

CAPÍTULO VII

7. PRESUPUESTO, CRONOGRAMA Y ORGANIGRAMA.....	60
7.1 PRESUPUESTO.....	60
7.1.1 COSTOS SOBRE LA LÍNEA.....	60
7.1.2 COSTOS BAJO LA LÍNEA.....	60
7.1.3 PRESUPUESTO POR ETAPAS.....	60
7.1.4 COSTOS DE MATERIALES PARA LA ESCENOGRAFÍA.....	61
7.2 CRONOGRAMA.....	62
7.2.1 PRE-PRODUCCIÓN.....	63
7.2.2 PRODUCCIÓN.....	64
7.2.3 POST-PRODUCCIÓN.....	64
7.3 ORGANIGRAMA.....	64
7.3.1 RESPONSABILIDADES Y ACTIVIDADES DE CADA MIEMBRO DEL EQUIPO DE TRABAJO.....	65
7.3.1.1 DIRECTOR DE ARTE.....	65
7.3.1.2 DISEÑADOR GRÁFICO.....	65
7.3.1.3 ILUSTRADOR.....	66
7.3.1.4 MODELADOR 3D.....	66
7.3.1.5 DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA.....	66
7.3.1.6 ILUMINADOR.....	66
7.3.1.7 ARQUITECTO.....	66
7.3.1.8 EBANISTA.....	67
7.3.1.9 MAESTRO DE MATERIALES TRASLÚCIDOS.....	67
7.3.1.10 ELECTRICISTA.....	67
7.3.1.11 PINTOR.....	67
7.3.1.12 POST-PRODUCTOR.....	67
7.3.1.13 ANIMADOR.....	68
7.3.1.14 FX.....	68
7.3.1.15 EDITOR.....	68
7.3.1.16 SONIDISTA.....	68

CAPÍTULO VIII

8. DERECHOS DE AUTOR.....	70
---------------------------	----

8.1 INTRODUCCIÓN	70
8.2 ¿CÓMO SE PROTEGE EL DERECHO DE AUTOR?	70
8.3 SIGNOS DISTINTIVOS.....	71
8.3.1 CONCEPTOS	71
8.3.2 ¿QUIÉN PUEDE REGISTRAR UNA MARCA?	71
8.3.3 BENEFICIOS Y DERECHOS QUE CONFIERE EL REGISTRO DE UNA MARCA	71
8.3.4 CONSEJOS PARA REGISTRAR UNA MARCA	72
8.3.5 PROCEDIMIENTO DE REGISTRO	72
8.3.6 TASAS POR REGISTRO DE MARCA	72
8.4 DERECHOS DE AUTOR DE LAS OBRAS AUDIOVISUALES	73

CAPÍTULO IX

9. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES.....	75
9.1 CONCLUSIONES	75
9.2 RECOMENDACIONES	75

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA.....	76
-------------------	----

ANEXOS

ANEXOS.....	80
-------------	----

GLOSARIO

GLOSARIO.....	90
---------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO III

Tabla 3-1: Equipo humano.....	12
Tabla 3-2 Equipos técnicos y suministros.....	12
Tabla 3-3: Software.....	13

CAPÍTULO VII

Tabla 7-1: Presupuesto general.....	61
Tabla 7-2: Costos de materiales.....	62
Tabla 7-3: Cronograma Zona Vip.....	63

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO III

Figura3-1: ZonaVip Isotipo.....	14
Figura3-2: Logotipo.....	14
Figura 3-3: Logotipo B.....	15
Figura 3-4: Variaciones 1.....	15
Figura 3-5: Variaciones 2.....	16
Figura 3-6: Usos incorrectos.....	16
Figura 3-7: Tendencias artísticas.....	18
Figura 3-8: Art nouveau.....	18
Figura 3-9: Formas.....	20
Figura 3-10: Tipografía.....	21
Figura 3-11: Tipografía.....	22
Figura 3-12: Bumper I.....	23
Figura 3-13: Bumper II.....	24
Figura 3-14: Bumper III.....	24
Figura 3-15: Bumper IV.....	25
Figura 3-16: Bumper V.....	25
Figura 3-17 Sin fin.....	26
Figura 3-18: Segmentos I.....	27
Figura 3-19: Segmentos II.....	27
Figura 3-20: Pantallas divididas.....	28
Figura 3-21: Musicalización.....	29

CAPÍTULO IV

Figura 4-1: Desarrollo de la marca 3D.....	33
--	----

CAPÍTULO V

Figura 5-1 Illustrator contenido.....	35
Figura 5-2 Illustrator contenido.....	36
Figura 5-3 Illustrator contenido.....	36
Figura 5-4 Illustrator contenido.....	37
Figura 5-5: Contenido.....	37
Figura 5-6: Marca en 2D.....	38
Figura 5-7: Proceso de una imagen en 2D a 3D I.....	39
Figura 5-8: Proceso de una imagen en 2D a 3D II.....	40
Figura 5-9: Proceso de una imagen en 2D a 3D III.....	41
Figura 5-10: Proceso de una imagen en 2D a 3D IV.....	42
Figura 5-11: Proceso de una imagen en 2D a 3D V.....	43
Figura 5-12: Proceso de una imagen en 2D a 3D VI.....	43
Figura 5-13: Proceso de una imagen en 2D a 3D VII.....	44
Figura 5-14: Proceso de una imagen en 2D a 3D VIII.....	44
Figura 5-15: Proceso de una imagen en 2D a 3D IX.....	45
Figura 5-16: Proceso de una imagen en 2D a 3D X.....	45
Figura 5-17: Proceso de una imagen en 2D a 3D XI.....	46
Figura 5-18: Botón render.....	46
Figura 5-19: Ventana configuración de render.....	47
Figura 5-20: Opciones de configuración de render I.....	47
Figura 5-21: Opciones de configuración de render II.....	48
Figura 5-22: Botón ejecutar render.....	48
Figura 5-23: Importación de archivos en Adobe After Effects I.....	49
Figura 5-24: Archivos targa a importar.....	49
Figura 5-25: Composición para importación de los archivos targa.....	50
Figura 5-26: Exportar archivo final a formato seleccionado.....	50
Figura 5-27: Ventana de configuraciones para el render.....	51

CAPÍTULO VI

Figura 6-1: Boceto I.....	53
Figura 6-2: Boceto II.....	54

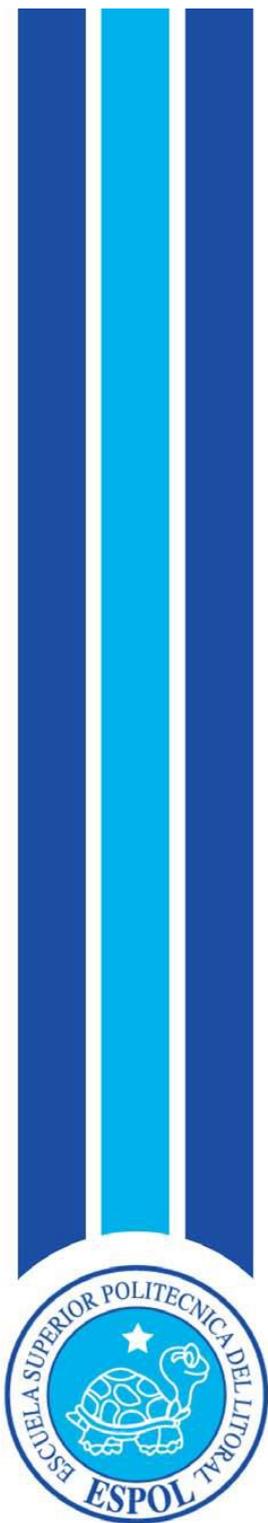
Figura 6-3: Levantamiento I.....	54
Figura 6-4: Iluminación I.....	55
Figura 6-5: Iluminación II.....	56
Figura 6-6: Iluminación III.....	56
Figura 6-7: Iluminación IV.....	57

CAPÍTULO VII

Figura 7-1: Organigrama.....	65
------------------------------	----

ANEXOS

ANEXOS.....	80-88
-------------	-------



CAPÍTULO I

GENERALIDADES DEL PROYECTO

1. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1 ANTECEDENTES GENERALES

El programa zona vip es, actualmente un segmento semanal del noticiero del canal " EL INFORMATIVO" donde se muestra la actividades culturales de la zona de Santa Elena, como en sus ciudades principales y en sus parroquias.

Espol Tv mediante este segmento da a conocer a la audiencia eventos tales como conciertos de artistas nacionales y/o internacionales, elecciones de Reinas, Actividades Culturales de la Provincia, Cartelera Cinematográfica y Noticias relacionadas al mundo del Cine, etc. Debido a su importancia que esta clase de esparcimiento tiene dentro la comunidad peninsular, el canal mediante el espacio "Zona VIP" cubre un gran porcentaje de las actividades pero en otras ocasiones debido a factores que no son de interés en este manual, el segmento no sale al aire.

Espol TV tiene sus instalaciones en Ancón ya desde hace algunos años y su señal cubre únicamente el territorio que comprende la Provincia de Santa Elena, es el único estudio con el que el canal cuenta y es allí donde se realiza actualmente su programación que va desde "El Informativo" hasta programas infantiles, contando con el espacio mínimo requerido para el montaje de un set que vaya acorde con imagen que "zona VIP" necesita, es por esto y debido a la necesidad de la creación del set para el programa así como el paquete gráfico que complementa su presentación que proponemos en este manual su diseño.

Entre los antecedentes tenemos programas magazines televisivos donde se tocan distintos campos tanto en música, entrevistas, etc.

Tenemos como ejemplos a los siguientes:

Sábado gigante:

En su historia, el show sólo ha sido animado por el chileno Mario Kreutzberger, más conocido como Don Francisco, quien ofreció la idea a una naciente estación de televisión conocida actualmente como Canal 13 en Chile, y que hasta hoy le tiene en su programación.

El programa fue transmitido por primera vez el 8 de agosto de 1962, bajo el nombre de Show dominical. Después de unos capítulos el programa fue cancelado, y Don Francisco despedido del canal. El reclamo del público hizo que lo volvieran a contratar, dando paso a la conducción de un show de variedades, concursos, entrevistas, música y humor.

En abril de 1963, el programa conserva su formato pero cambia su nombre a Sábados Alegres. El éxito fue absoluto, a tal punto que dio origen a un show estelar de una hora de duración, bautizado como Sábados Gigantes. Recién en 1965, ambos programas se fusionan, conservando el nombre que se conoce hasta hoy.

En agosto de 2012 el programa Sábado gigante cumple 50 años al aire y en Chile, Canal 13 realizará 4 programas estelares desde el 18 de agosto hasta el 8 de septiembre con lo mejor del medio siglo del famoso programa más antiguo de la televisión chilena.

The Ed Sullivan Show:

Fue un programa de televisión de los Estados Unidos que salió al aire desde el 20 de junio de 1948 hasta el 6 de junio de 1971, A pesar a estar más orientado al género del espectáculo por su variedad de temáticas puede ser considerado un programa contenedor/ variedades. Conducido por Ed Sullivan. Se emitía por CBS los domingos a las 8pm en vivo desde Nueva York.

Al programa acudieron artistas de todos los géneros como cantantes de ópera, estrellas de rock, comediantes, bailarines de ballet eran presentados regularmente.

El nombre original del programa era Toast of the Town, pero como se le conocía como The Ed Sullivan Show, a partir de la temporada de 1955 tomó este último como nombre oficial.

El último programa de The Ed Sullivan Show salió al aire el 28 de marzo de 1971.

The Dolly Show:

También conocido simplemente como Dolly, es un programa de televisión de variedades originalmente emitido entre el 27 de septiembre de 1987 y 7 de mayo de 1988.

La serie fue creada por la cantante y actriz Dolly Parton, con la ayuda de su representante Sandy Gallin. La idea surgió después de que ambos coincidieran con la cadena ABC en que debían volver a emitirse programas musicales.

El ciclo fue producido por la Sandollar Productions, cuyos dueños son Parton y Gallin, productores de la serie.

En el programa, la cantante realizaba monólogos humorísticos, interpretaciones musicales y entrevistas a personalidades famosas del ambiente artístico. A pesar de que tuvo un gran éxito de crítica, sólo se mantuvo al aire durante una temporada,

The Sonny& Cher Comedy Hour

Espacio de variedades y comedia protagonizado por Salvatore Phillips y Cher de 1971 y 1974 contaba con presencia de personajes y comedia.

Downtown no Gaki no Tsukai ya Arahende! Dauntaun no Gaki no Tsukai ya Arahende!

Programa japonés que es abreviado sólo como Gaki no Tsukai El programa ha sido transmitido desde su episodio piloto el 3 de Octubre de 1989 y continúa hasta el presente, celebrando su episodio número 1000 el 18 de Abril de 2010.

El programa actualmente se transmite en la cadena de televisión Nippon TV en su horario regional de 10:56 pm a 11:26 pm.

El programa tiene la temática de Talk show, Variedades, Comedia de situación y Comedia de sketches

Estos programas, ya sean que aún se transmitan o hayan sido ya cancelados, son precedentes en menor o mayor medida y muestran ciertas pautas para futuras producciones.

La importancia de la parte visual dentro de un programa de esta categoría radica en la cantidad de información previa que se transmite al televidente, muestra el programa como acogedor, o frío, radical o conservador, etc. Y si no se conceptualiza y gráfica correctamente, el espectador puede mal interpretar la idea principal del programa llegando incluso a rechazarlo.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Espol Tv busca posesionarse entre los canales más visto de la Provincia de Santa Elena, mediante sus programas, acerca de los cuales no trataremos en este documento, y para este fin se planteó la adaptación a un show televisivo independiente al segmento "Zona Vip" que se transmite en el noticiero del Canal, el cual Carece de un paquete gráfico que lo identifique, es por esto que realizamos una exhaustiva investigación de campo a fin de conseguir la suficiente información de cómo presentarles una serie de propuestas gráficas que agraden y sean acordes con el objetivo del proyecto. Estas propuestas se irán puliendo hasta posteriormente conseguir un resultado óptimo: Definir la línea gráfica del mismo.

Nos hemos propuesto conseguir un equilibrio entre lo que se quiere comunicar y el cómo comunicarlo, de manera que gráficamente destaque por encima de los demás programas de variedades transmitidos por otros canales de televisión, esta labor requiere una constante en todo el entorno gráfico y una armonía en todos sus elementos, tales como los colores a utilizar, las familias tipográficas, formas y las animaciones de las mismas, creando ambientes diferentes para los distintos y posibles escenarios, diseñar un set televisivo adecuado para la presentación del programa y la cotización de materiales necesarios para lograr el objetivo final que nos hemos propuesto, el ensamblaje de la escenografía para el magazine televisivo "Zona Vip" en el set de grabación en Espol Tv, en conjunto con las piezas gráficas requeridas.

El programa "Zona Vip" está estructurado a manera de segmentos durante su espacio asignado al aire que, estos segmentos son:

- Entrevistas.
- Música.
- Estrenos/ cartelera cinematográfica.
- Reportajes sobre de Eventos culturales locales.
- Entretenimiento.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El proyecto del programa "Zona Vip" se da debido que es necesario incrementar programas dentro de la parrilla de Espol Tv, por lo cual se debe de crear un producto que sea visualmente agradable para el público al que va dirigido.

La creación de la imagen del programa se dará para que los televidentes logren identificarse con la temática que le presentaremos siendo agradable y practico. "Zona Vip" se constituirá en un nuevo espacio, ya que el programa como tal no existe hasta este momento, sólo ha sido un segmento dentro del noticiero del canal, con las modificaciones y recomendaciones dadas acordes al formato del director de noticias. "Zona Vip" se convertirá en un programa funcional con todos los elementos necesarios para lograr desarrollarse y madurar en el ambiente televisivo.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar y poner en pantalla una imagen del nuevo programa "Zona Vip" que resulte visualmente agradable, para así poder llegar a la teleaudiencia que están dentro de la cobertura del canal de manera eficiente.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Desarrollar una línea gráfica que comunique de manera eficiente.

- Crear una ambiente funcional, novedoso, llamativo.
- Crear una escenografía funcional y desmontable para el programa.
- Dar una gama de colores, texturas y formas que sean aplicables a los requerimientos del programa "Zona Vip".
- Hacer una línea gráfica para cada segmento que comunique de manera de eficiente su contenido y sea de fácil asimilación.



CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL

2. SITUACIÓN ACTUAL

2.1 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Zona Vip es una nueva propuesta dentro de la parrilla de Espol Tv, este programa, ya independiente del noticiero, tendrá su propia línea gráfica, publicidad, y mantendrá la calidad de producción que caracteriza al canal.

Al realizar el paquete gráfico requerido por "Zona Vip" se tomará en cuenta la calidad estética de cada pieza de información visual que será mostrado durante el programa.

2.2 PLAN ESTRATÉGICO

Considerando que la cobertura actual de Espol Tv es sólo en el territorio de Santa Elena y su competencia directa es el canal "Brisa Tv", el mismo que posee una baja calidad en cuanto a equipos y producción se refiera.

Espol Tv tiene la oportunidad de ofrecer productos de mayor calidad que no puedan ser imitados y/o copiados tanto en contenidos como en calidad en corto/mediano plazo, en este caso, "Zona Vip" será la encargada de transmitir todos los eventos sociales y culturales del área de cobertura y de otros sitios, pudiendo ser competencia con otros espacios foráneos que tienen cobertura dentro de la Provincia.

2.2.1 MISIÓN

Crear la parte visual y guías informativas para Zona Vip con el fin de presentar con calidad y profesionalismo los eventos sociales y culturales y noticias varias para el público de Santa Elena.

2.2.2 VISIÓN

El programa "Zona Vip" llegue a ser un referente en la Provincia de Santa Elena en cuanto a información sobre eventos culturales se refiera.

2.3 MOTIVACIÓN

La Principal motivación es que "Zona Vip" llegue a ser un programa exitoso y sea parte fundamental e indispensable para el entretenimiento los habitantes de la península.

2.4 DELIMITACIÓN

Como Espol TV es una canal con transmisión sólo 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 (canal que tiene como área de cobertura la provincia de Santa Elena y el sur de Manabí)

La presentación "Zona Vip" 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

Tomando en cuenta que el mensaje que se va a transmitir mediante el programa Zona Vip necesitará el apoyo visual que se lograra con una dirección de arte dándole mayor atractivo al público televidente.



CAPÍTULO III

MARCO CONCEPTUAL

3. MARCO CONCEPTUAL

3.1 CONCEPTO DEL PROGRAMA

Un magazine televisivo es un programa que muestra una variedad de contenidos regionales, nacionales e internacionales con posibilidad de mostrar diversos tipos de reportajes e informaciones referentes a eventos culturales, música, cartelera cinematográfica, y noticias de actualidad que generen un interés en los televidentes.

3.2 DURACIÓN, HORARIO Y TARGET DEL PROGRAMA

Zona Vip será transmitido de lunes a viernes con la duración de 30 minutos incluyendo cortes publicitarios, el horario será a las 1:15 después del noticiero "El Informativo".

En nuestro país los horarios televisivos se clasifican en cuatro secciones:

A: Desde las 06:00 hasta las 12:59 (es un horario dirigido para amas de casa, para los niños y jóvenes que permanecen en sus hogares en vacaciones y fines de semana).

AA: Desde las 13h00 a 18h59 (es un horario dirigido para amas de casa, jóvenes y niños en edad escolar).

AAA: Desde las 19h00 a 22h59 (es el horario estelar y va dirigido a todo público).

Late: 23h00 a 5h59 (es un horario dirigido a público adulto).

Debido al cambio de escenografía y preparación del set el programa Zona Vip no será transmitido en vivo, será grabado en estudio para luego ser retransmitido de lunes a viernes a partir de las 13:15 horas, después del "Informativo" dentro del horario "AA" en el que se espera sea visto por amas de casa, jóvenes y público en general que se encuentren almorzando y estén viendo la televisión.

El público objetivo de nuestro programa se encuentra clasificado en el estrato social medio bajo, grupo que normalmente consumen la televisión local, debido a que, al contrario de los estratos media alta y alta por lo general tienen los recursos de contratar servicio de televisión pagada o televisión Satelital.

3.3 GÉNERO Y CONTENIDO

Zona Vip se encuentra clasificada dentro del género televisivo denominado "Magazine", género que contiene a programas que presentan una variedad de segmentos que pueden estar enlazados entre sí o también pueden ser

independientes. Los magazines buscan entretener e informar sobre temas diversos, de una manera entretenida y actual.

Programas de este géneros encuentran en la mayoría de los canales de televisión abierta tanto nacional como en el extranjero, lo cual, sin ser una norma se ha convertido en un estándar de la televisión los que en algunos casos se transmiten en horarios.

3.4 REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA

Tomando en cuenta, que "Zona Vip" actualmente no está dentro de la parrilla de Espol Tv y tiene que ser preparado en su totalidad y satisfacer los requerimientos que un programan de esta índole necesita y dentro de los mismos se encuentra la dirección de arte que nos ha sido encomendada a nuestro equipo de trabajo.

Se necesitará un equipo humano, el equipo técnico (dispositivos) y suministros así como programas (software) los cuales procederemos a detallar a continuación:

Equipo humano		
CANTIDAD	CARGO	DESCRIPCIÓN
1	Director	Responsable de elegir, supervisar y guiar al equipo de trabajo
1	Productor	Organiza y controla el proyecto
2	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
2	Presentadores	Personas que presenta y conduce el programa
1	Reportero	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
2	Diseñador Gráfico	Grafica las ideas
1	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

Equipos técnicos y suministros		
CANTIDAD	EQUIPO	DESCRIPCIÓN
3	Cámara de video	Marca Sony Profesional
3	Trípodes	Estabilización y soporte de la cámara.
2	Teleprompter	Herramienta de lectura
Varias	Luces	Fresnels y Softlight.
2	Micrófonos corbateros	Captan el Sonido y la voz de los conductores.
2	Micrófonos	Captan el Sonido y la voz de los conductores y sonido en general.
1	Cables	Medio por el cual pasan los impulsos eléctricos.
1	Extensiones eléctricas	Llevar energías donde no existen conectores dentro del set
2	Audífonos	Sirve para escuchar sonido captado por el micrófono.
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
3	Reguladores	Regula el voltaje.
4	Disco duro externo	Almacena información (Capacidad 1Tb).
4	DVD (50 unidades)	Grabar información.
1	Impresora	Imprimir la información que se necesite.

Tabla 3-2 Equipos técnicos y suministros

SOFTWARE		
CANTIDAD	SOFTWARE	DESCRIPCIÓN
3	CINEMA 4D 13	Creación de gráficos y animación 3D
2	Adobe AfterEffects CS5	Creación de efectos visuales
2	Adobe Illustrator CS5	Herramientas de ilustración
2	Adobe Photoshop CS5	Edición de imágenes
2	Final Cut Pro	Edición de video
2	SoundTrack Pro	Edición y montaje de sonido
2	QuickTime 7	Visualización de video

Tabla 3-3: Software

3.5 MARCA

El desarrollo de la marca de "Zona Vip" ha sido creado de manera funcional, pensado en el fácil reconocimiento de la misma, ya sea por representación verbal, que consta de dos palabras, ZONA y VIP, que en su brevedad explican y describen de manera eficaz el contenido del programa, siendo estas palabras fuertes, de fácil evocación y memorización, así como su imagen y grafismos. Los que detallamos a continuación:

3.5.1 ISOTIPO

Siendo el Isotipo la parte icónica o simbólica de una marca, hemos logrado crearlo con sencillez y sin recargarlo para que el espectador pueda recordarlo e identificarlo fácilmente.

Los colores tomados para la realización del Isotipo son el color rojo y amarillo, los que fueron escogidos en un estudio e investigación de tendencias realizado entre los pobladores del área, se utilizó colores que no pasan de moda y que al mismo tiempo le proporcionen el realce necesario para transmitir el estilo visual seleccionado.

El rojo evoca todo tipo de emociones: Pasión, euforia, además se relaciona con la "alfombra roja" utilizada en los eventos de gala y la entrega de los premios de la academia (OSCAR).

El amarillo nos transmite el calor de la península, el sol y la calidez de la gente, el color de la arena de las playas. Es el color de la luz, el sol, la acción, el poder y simboliza arrogancia, oro, fuerza, voluntad y estímulo, se le asocia con

eficacia, rapidez, agilidad y de esta manera la fusión de ambos colores evoca lo que "Zona VIP" con su colorimetría quiere transmitir.



Figura 3-1: Zona Vip isotipo

3.5.2 LOGOTIPO

Un logotipo (coloquialmente conocido en forma de acortamiento, logo) es un elemento gráfico que identifica a una persona, empresa, institución o producto. Los logotipos suelen incluir símbolos —normalmente lingüísticos— claramente asociados a quienes representan.

La tipografía a utilizar deberá acompañar al mensaje que va a dar el programa, complementándolo en vez de crear conflicto visual.

En el caso de Zona Vip el logotipo va unido al isotipo.



Figura 3-2: logotipo

3.5.3 DESARROLLO DEL IMAGOTIPO

El imagotipo es la unión de la imagen y el texto, en el caso de Zona Vip se encuentran fusionados.



Figura 3-3: Logotipo II

3.5.4 VARIACIONES

El imago tipo de Zona Vip podrá ser manejado sobre diversos fondos, sean estos de colores claros u oscuros, manteniendo los colores ya instaurados en los casos de salir en pantalla o en impresiones (a excepción en los casos de impresiones en blanco y negro) y respetando sus colores pantón, sean en RGB o CMYK según lo requerido.



Figura 3-4: Variaciones 1



Figura3-5: Variaciones 2

3.5.5 USOS INCORRECTOS DE COLOR EN LA MARCA

El símbolo Corporativo debe ser construido estrictamente bajo las normas de este manual, sin cambio en sus formas y en sus colores.

Debajo algunos ejemplos de su aplicación incorrecta.

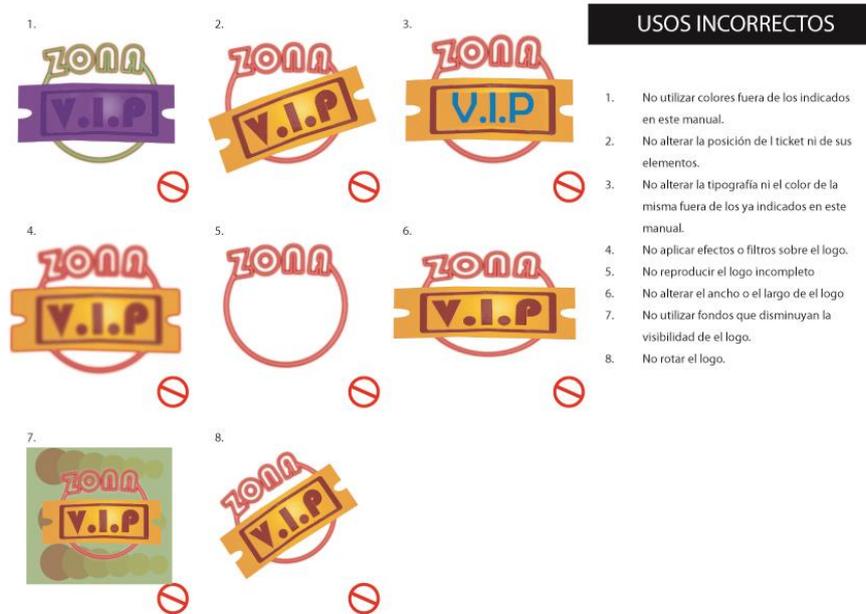


Figura 3-6: Usos incorrectos

3.6 TENDENCIA O MOVIMIENTO ARTÍSTICO

Las tendencias o movimientos artísticos que han tomado en consideración para la creación de la imagen de "ZONA VIP" son el "ART NOUVEAU" y el denominado "RETRO", que significa en jerga coloquial "perteneciente a una moda, tendencia o cultura pasada" (viene del latín "retro" = "hacia atrás, retroceder").

La tendencia "RETRO" se ha popularizado en los ambientes de la moda, el diseño y el arte para referirse a discursos visuales / objetuales (obras, diseños, objetos de consumo) que retoman elementos del pasado para reutilizarlos en una propuesta nueva, ya sea por la plataforma en la que se lo presenta o los elementos que la componen.

A su vez, para la construcción estética de la marca, hemos decidido fusionar la tendencia RETRO con características del movimiento artístico conocido como "Art nouveau" que se conceptualiza por la adaptación a las circunstancias de la vida moderna, razón por la cual se halla íntimamente ligado a la producción industrial, a la arquitectura y el diseño gráfico.

Hemos escogido esta fusión de tendencias con la finalidad de que esta resulte familiar con el público objetivo de "ZONA VIP", y que sea más fácil identificar e identificarse con los elementos visuales que esta tendencia propone, aquí unos ejemplos de sus colores, tonalidades y formas:





Figura 3-7: Tendencias artísticas



Figura 3-8: Art nouveau

3.7 DEFINICIÓN GRÁFICA

Al tener una o varias tendencias seleccionadas como parte de referencia, se incorpora los fundamentos de cada movimiento artístico para realizar el proyecto, teniendo en cuenta los requisitos del nuevo programa "Zona Vip".

En la creación de la expresión gráfica de la marca de nuestro programa, se utilizó varios elementos representativos de las tendencias artísticas antes mencionadas, tales como las tonalidades, y tipografías, así como en la decoración de set y la distribución de los espacios en el mismo.

3.7.1 FORMA

Es lo más básico de donde se empieza, va a ser lo primero y lo principal que el televidente capte, y en base a esta premisa, se pensó en una forma básica, fuerte, que sea de rápida asimilación y que pueda ser recordada fácilmente.

Se escogió formas curvas, propias del estilo "RETRO", que formen la lente de cámara, para que sea interpretado de manera tacita el contenido del programa, con una estela de luz en su animación, semejante a un neón siguiendo las formas curvadas en el texto "Zona", para ser complementada por un "ticket" o entrada de color amarillo donde se observa el texto "Vip".

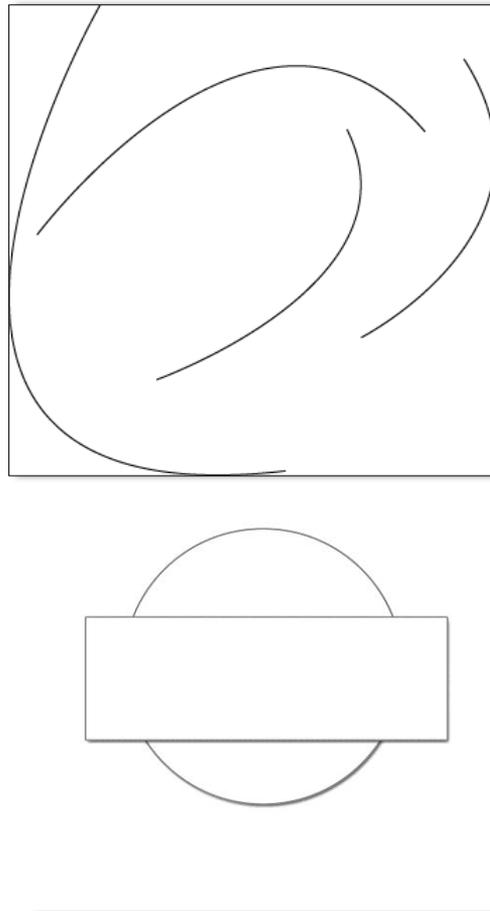


Figura 3-9: Formas básicas

3.7.2 TIPOGRAFÍA

La tipografía (del griego τύπος tipos, golpe o huella, y γράφω gráfo, escribir) es el arte y técnica del manejo y selección de tipos.

La tipografía dentro de un programa es parte importante pues muestra cuál es su enfoque, cual es la línea que sigue el programa. Para Zona Vip se escogió a la fuente Bauhaus 93.



Figura 3-10: Tipografía

3.7.3 COLORIMETRÍA

La colorimetría es la ciencia que estudia el color y que describe de forma numérica los aspectos psicofísicos atribuidos al color y que están dentro de nuestros límites de percepción visual. Dentro de la radiación luminosa se puede observar dos aspectos importantes:

Intensidad: Cantidad de energía que llega a una sección por un tiempo determinado.

Cromaticidad: Vienen dada por el tono (matiz) y la pureza (saturación) del color.

Cuando decimos que un objeto tiene un color determinado, realmente estamos viendo un reflejo de las radiaciones correspondientes a ese color específico.

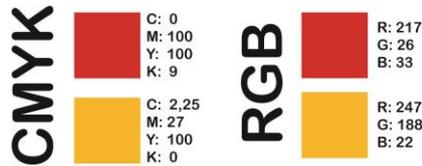


Figura 3-11: Colorimetría

El cuadro 3-11 muestra los colores que tiene la tipografía dentro del logo de "Zona Vip" los RGB (3 colores) son aquellos que funcionan en soportes tales como pantalla, etc. Los CMYK (4 colores) son aquellos colores que se usaran al imprimir el logo en soportes tales como papel, etc.

Se hizo un estudio de tendencias al momento de pensar en el logo para no caer en estereotipos.

El color rojo es el color adecuado para expresar la alegría entusiasta y comunicativa es el color fundamental, ligado al principio de la vida, expresa la sensualidad, la virilidad, la energía. En general los rojos suelen ser percibidos como osados, sociables, excitantes, potentes y protectores.

El color amarillo es también un color que aporta la felicidad. Es un color brillante, alegre, que simboliza el lujo y el cómo estar de fiesta cada día. El color negro es conservador, también puede ser misterioso y sofisticado.

3.8 PAQUETE GRÁFICO

El paquete gráfico de un programa se refiere a la imagen corporativa, incluye piezas gráficas que son composiciones que varían según el soporte y el formato dependiendo en donde vayan a ser aplicadas.

Para Zona Vip se crearon varias piezas gráficas.

3.8.1 BUMPER (IN-OUT)

En la televisión un Bumper es un anuncio breve que puede durar de 10 a 15 segundos en el cual puede haber voz en off, normalmente es utilizado para separar un programa (puede ser de radio o televisión) de las pautas comerciales y viceversa.

Con el programa "Zona VIP" es una entrada hacia el set con los presentadores, se tiene un bumper de entrada y uno de salida del programa.

Se usan los colores determinados en la línea gráfica del programa, usando contrastes y animación en 3D

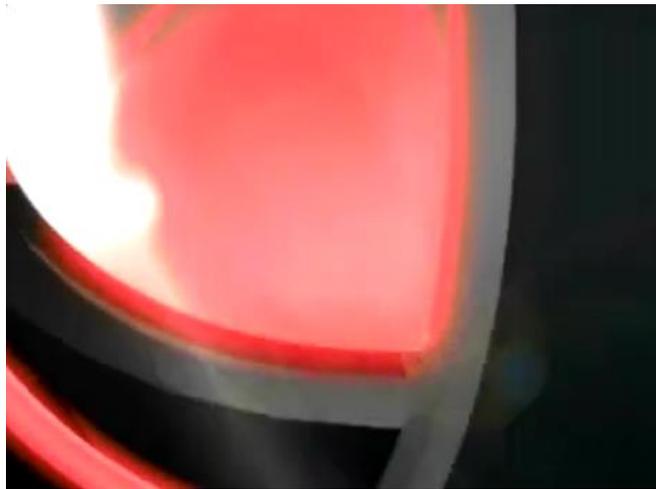


Figura 3-12: Bumper I



Figura 3-13: Bumper II

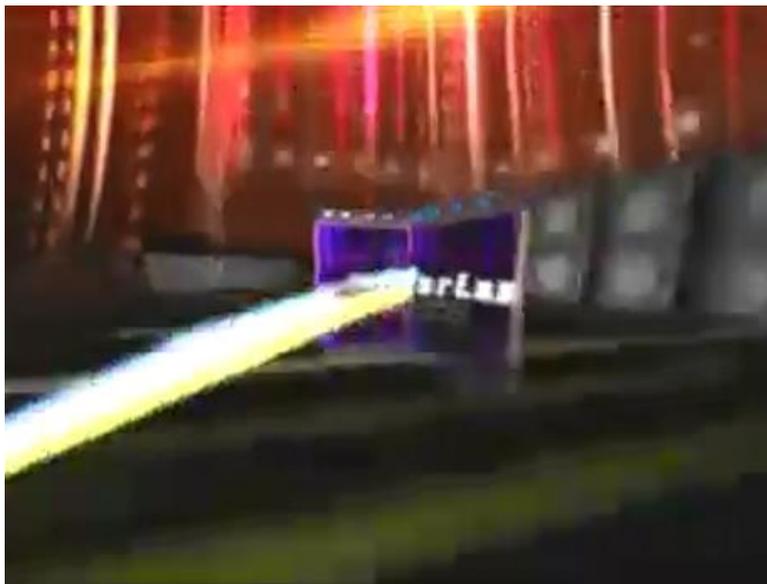


Figura 3-14: Bumper III



Figura 3-15: Bumper IV



Figura 3-16: Bumper V

3.8.2 SIN FIN

Es un loop (animación continua) donde se presenta la marca de "Zona Vip". El sin fin se lo proyectará en las pantallas ubicadas dentro del escenario.



Figura 3-17: Sin fin

3.8.3 SEGMENTOS

Entre cada segmento se mostrará una animación creada mediante computadoras (en 3D) para separar cada parte del programa con el objetivo de que el televidente no llegue a confundirse entre segmento y segmento.



Figura 3-18: Segmentos I



Imagen 3-19: Segmentos II

3.8.4 PANTALLAS DIVIDIDAS

Tipo de sobreimposición en la pantalla, son usados para separar un ambiente de otro.

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



Figura 3-20: Pantallas divididas

3.8.5 MUSICALIZACIÓN

Se realizó la musicalización de ciertas piezas ensamblando con audio ya almacenado para dar más variedad de sonidos.

La importancia de la música en el programa es para enfatizar e incluso cambiar la connotación de las imágenes, debido a que ayudan a expresar las ideas y pensamientos que pueden conmover la sensibilidad del individuo.

La música y los efectos de audio fueron escogidas pensando en captar la atención del espectador para que el programa no se quede sólo en diálogos sino que logre generar emociones en los televidentes.

La música ayuda a complementar a los presentadores y pueden amplificar las expresiones de los involucrados.

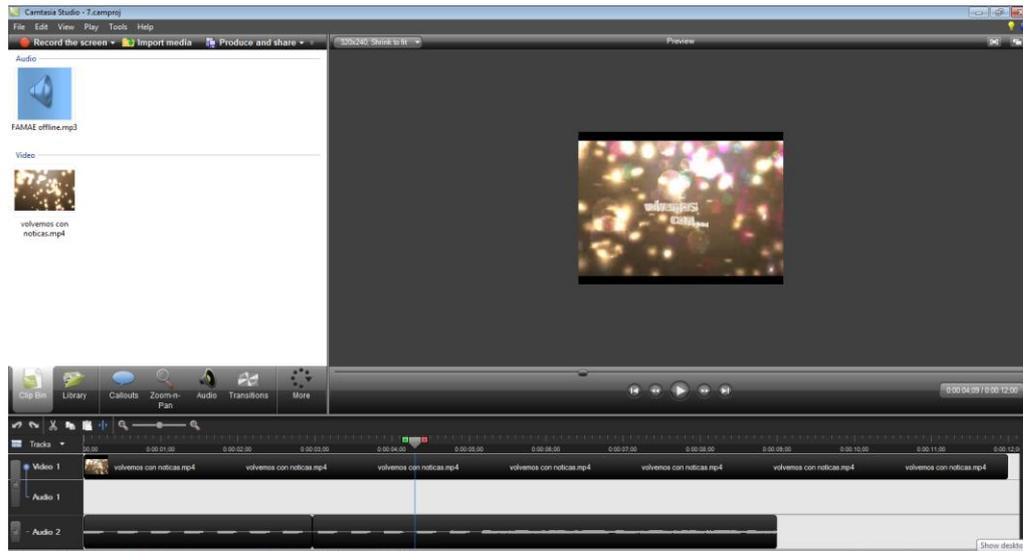
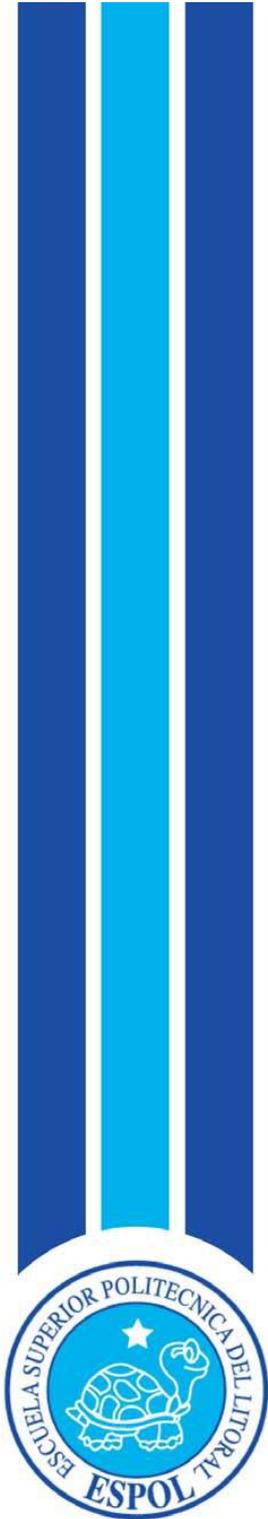


Figura 3-21: Musicalización



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 es el encargado de crear el concepto para la línea gráfica del producto audiovisual, primero debe tener referencias de otros programas similares al que está trabajando tanto como temas, en la imagen, etc. Después debe investigar tendencias que se puedan usar para realizar la identidad visual del programa.

Debiendo recordar que todos los elementos que van a intervenir, formen una unidad y así poder enviar mensaje al receptor o al target al que se va a dirigir adecuadamente.

4.2 MEDIOS DIGITALES

Cuando se usa como plataforma los medios digitales como televisión, internet, se debe trabajar en el modelo de color aditivo RGB.

En modo RGB se usan tres colores primarios: RED (Rojo), GREEN (Verde) y BLUE (Azul). Las imágenes en formato RGB son a todo color con unos 16,7 millones de colores disponibles. Se 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 práctico debido que es el único que admite todas las opciones y los filtros que dan las aplicaciones gráficas. Es importante que cuando se diseña una marca para un medio visual (televisión), se debe de pensar en las formas posibles de que este funcione, es decir, debe ser funcional y lograr dinamismo en pantalla.

4.3 MEDIOS IMPRESOS

Si se cree que es necesario trabajar en medios impresos, como por ejemplo la papelería para el programa se recomienda escoger el modo de color CMYK.

El CMYK, trabaja con la pigmentación:

CYAN (Cian)



MAGENTA (Magenta)



YELLOW (Amarillo)



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.

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

En el caso de "Zona Vip", se implementó lo anterior, tanto en el logotipo como el isotipo, obteniendo un resultado adaptable para toda la línea gráfica que se vaya a implementar.

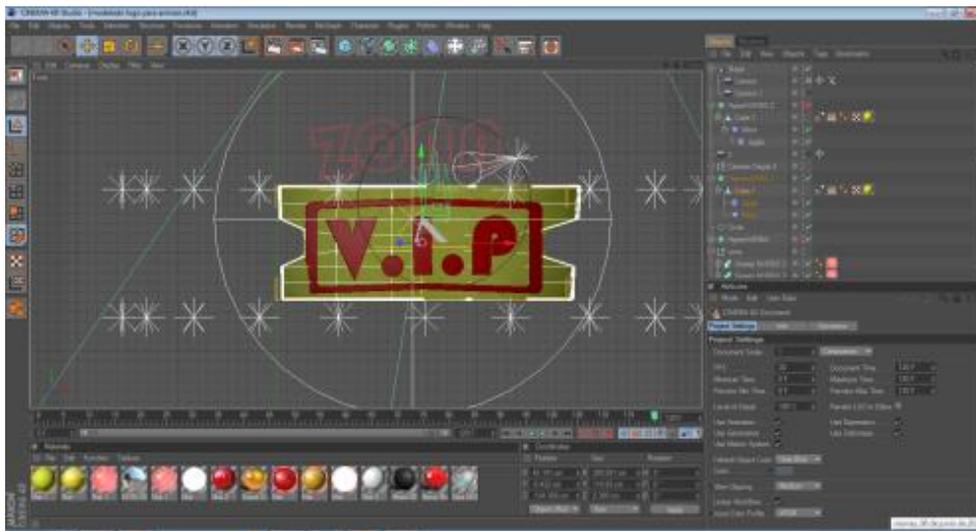


Figura 4-1: Desarrollo de la marca 3D



CAPÍTULO V

IMPLEMENTACIÓN DE LÍNEA GRÁFICA

5. IMPLEMENTACIÓN DE LÍNEA GRÁFICA

5.1 CONTENIDO

El Isotipo de Zona Vip se encuentra unido al logotipo de la siguiente manera. Primero se forma con una semi-curva hecha de neón formando la palabra Zona con el mismo neón continuando la semi-curva para completar el círculo.

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

Los programas que se utilizan son Adobe Illustrator, Adobe AfterEffects y Cinema 4D, en estos últimos se realiza la parte de Post-Producción.

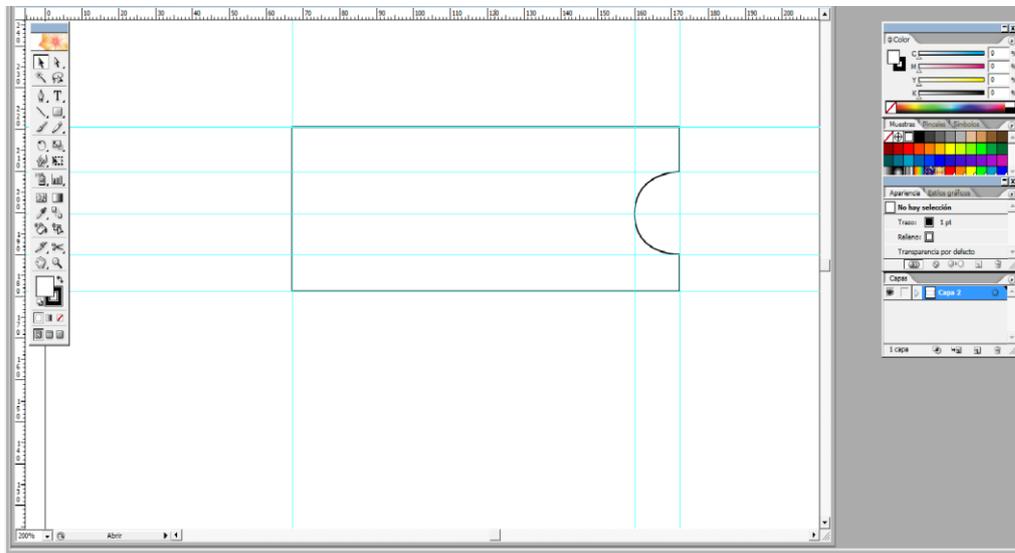


Figura 5-1: Illustrator contenido

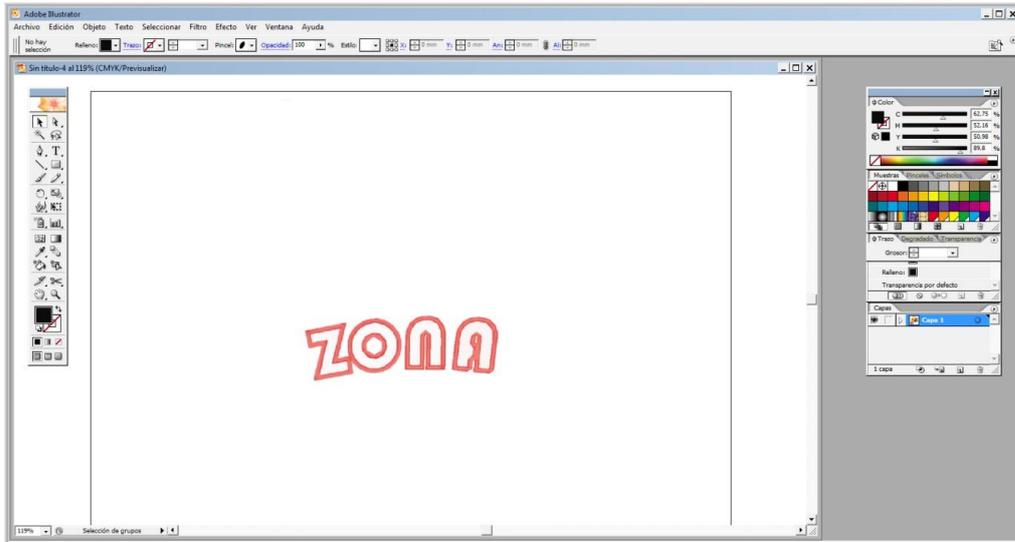


Figura 5-2: Illustrator contenido II

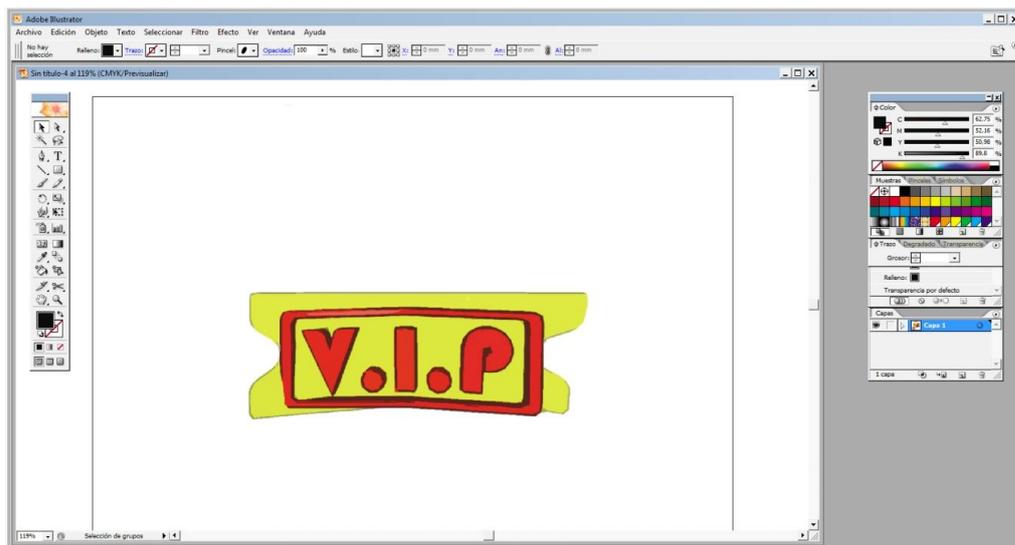


Figura 5-3 Illustrator contenido III

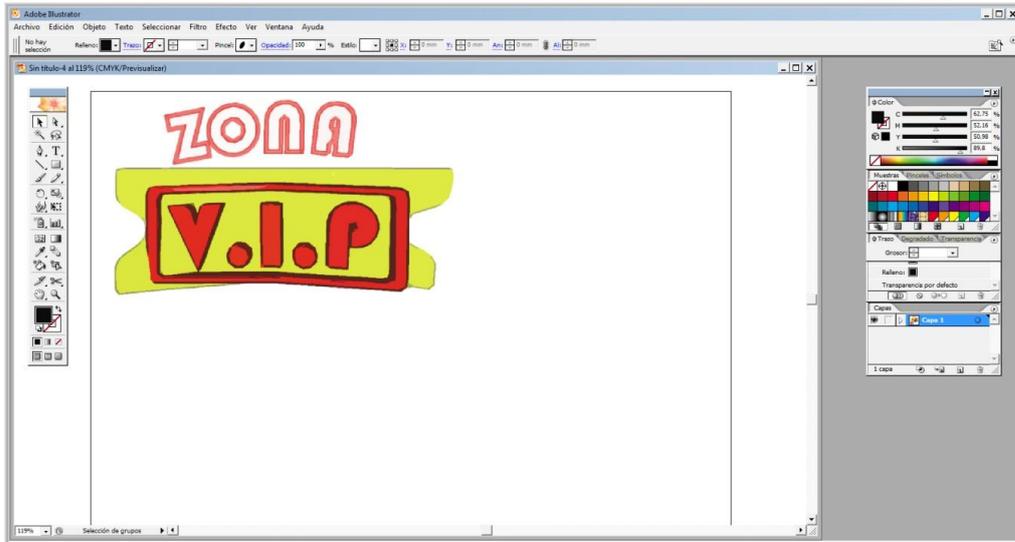


Figura 5-4 Illustrator contenido IV

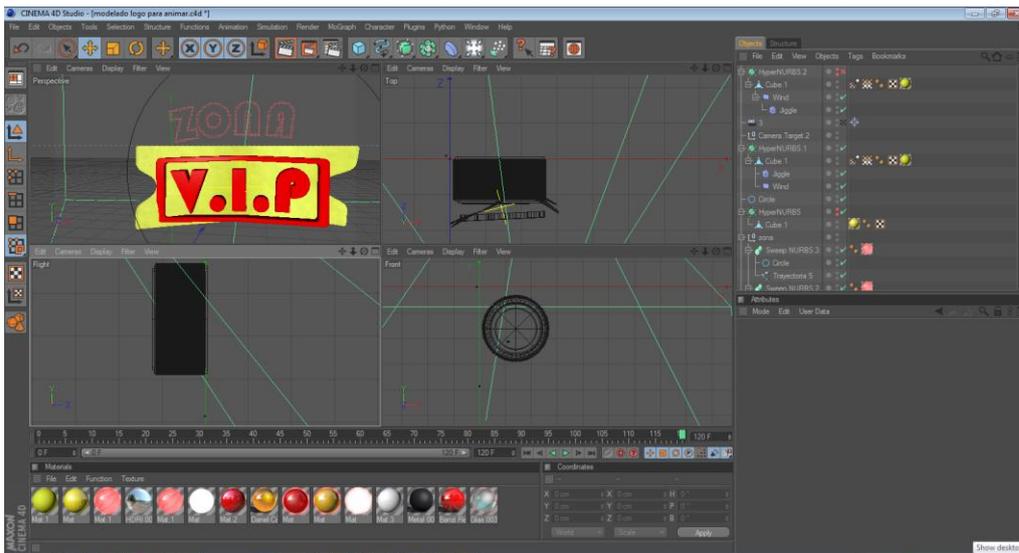


Figura5-5: Contenido

5.2 MARCA EN 2D

La creación en 2D en colores monocromáticos tiene una elaboración similar. Se comienza con un boceto, el cual se vectoriza en Illustrator, donde con una paleta de color definida se comienza a trabajar en la marca.



Figura 5-6: Marca 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.

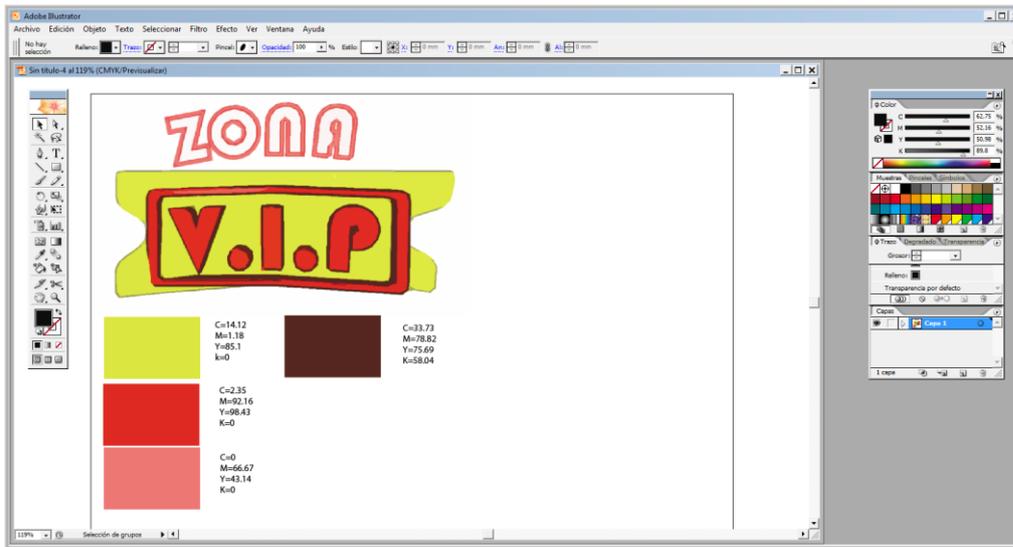


Figura 5-7: Proceso de una imagen en 2D a 3D I

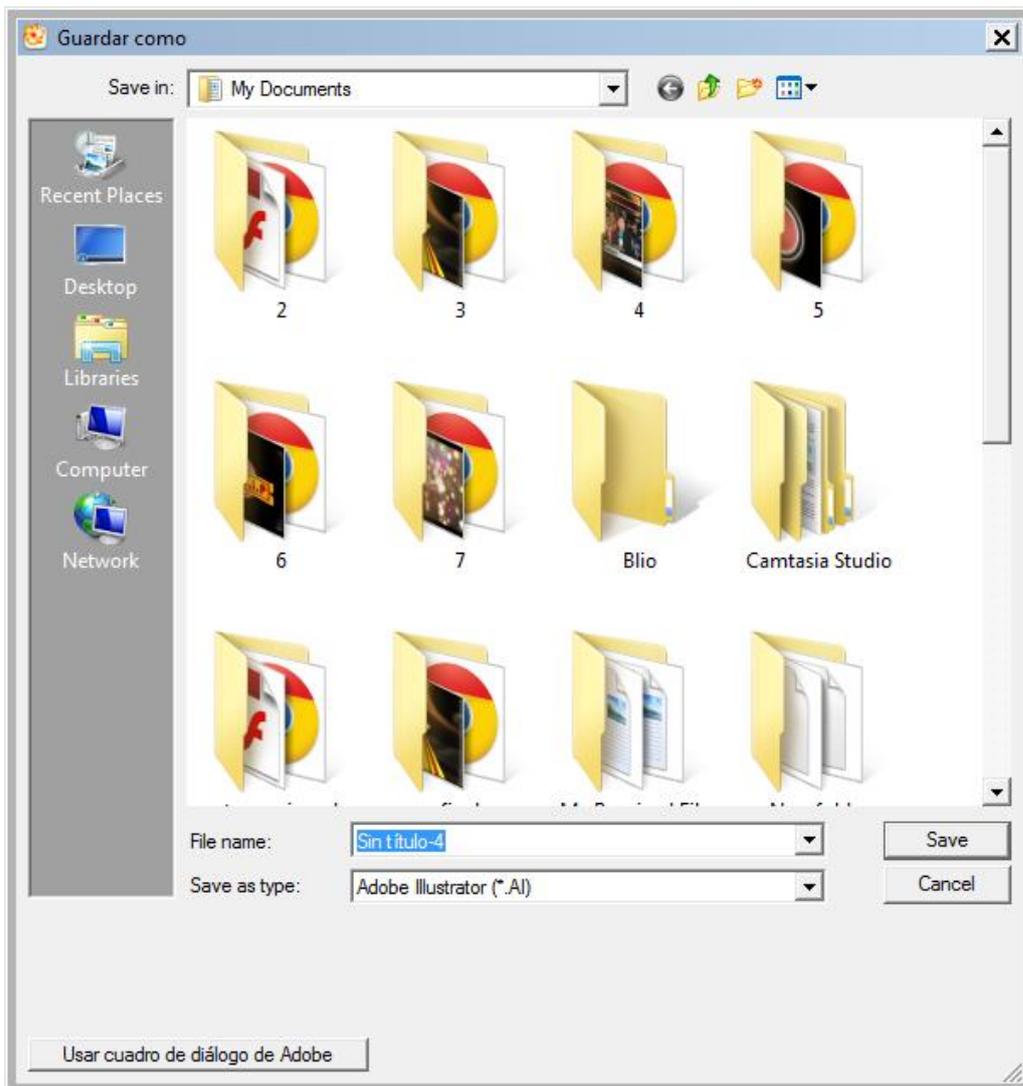


Figura 5-8: Proceso de una imagen en 2D a 3D II

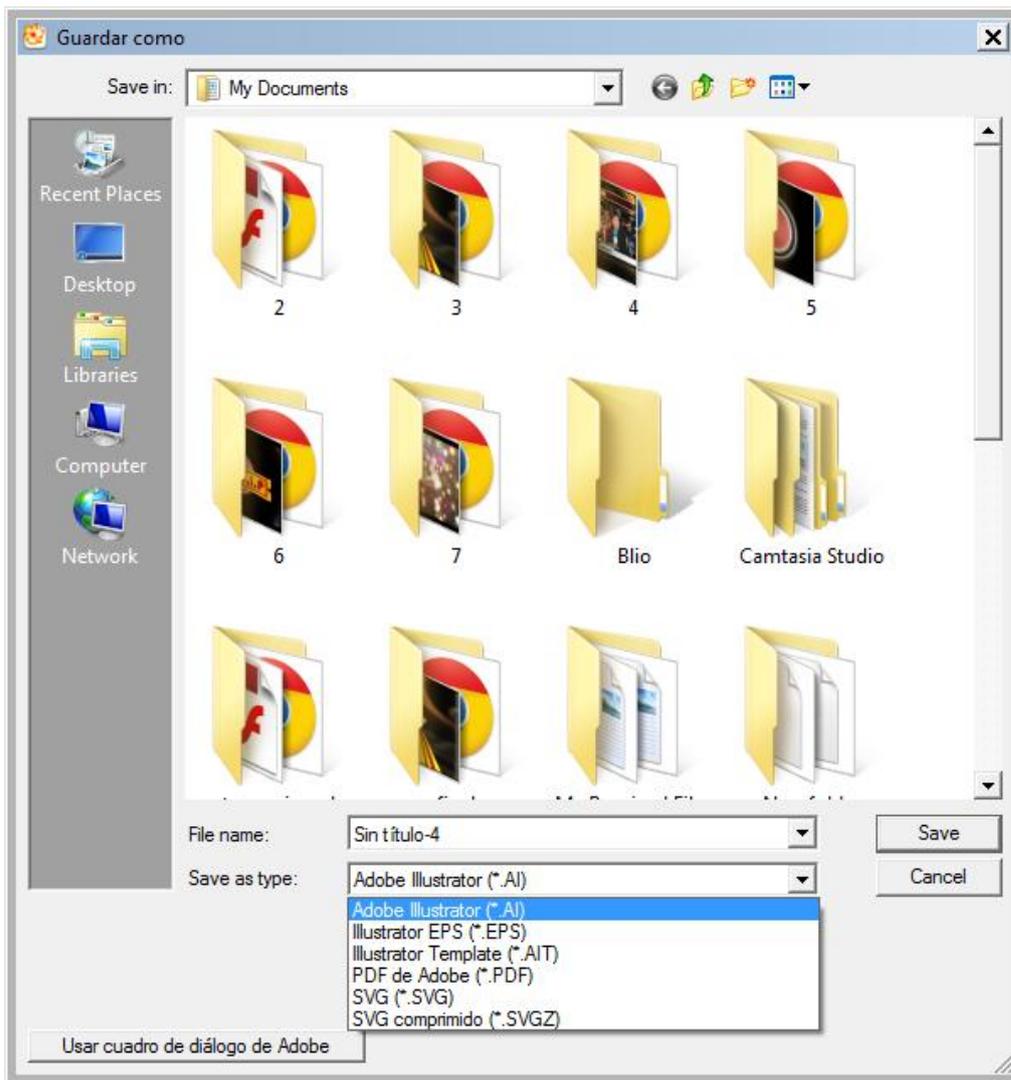


Figura 5-9: Proceso de una imagen en 2D a 3D III

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.

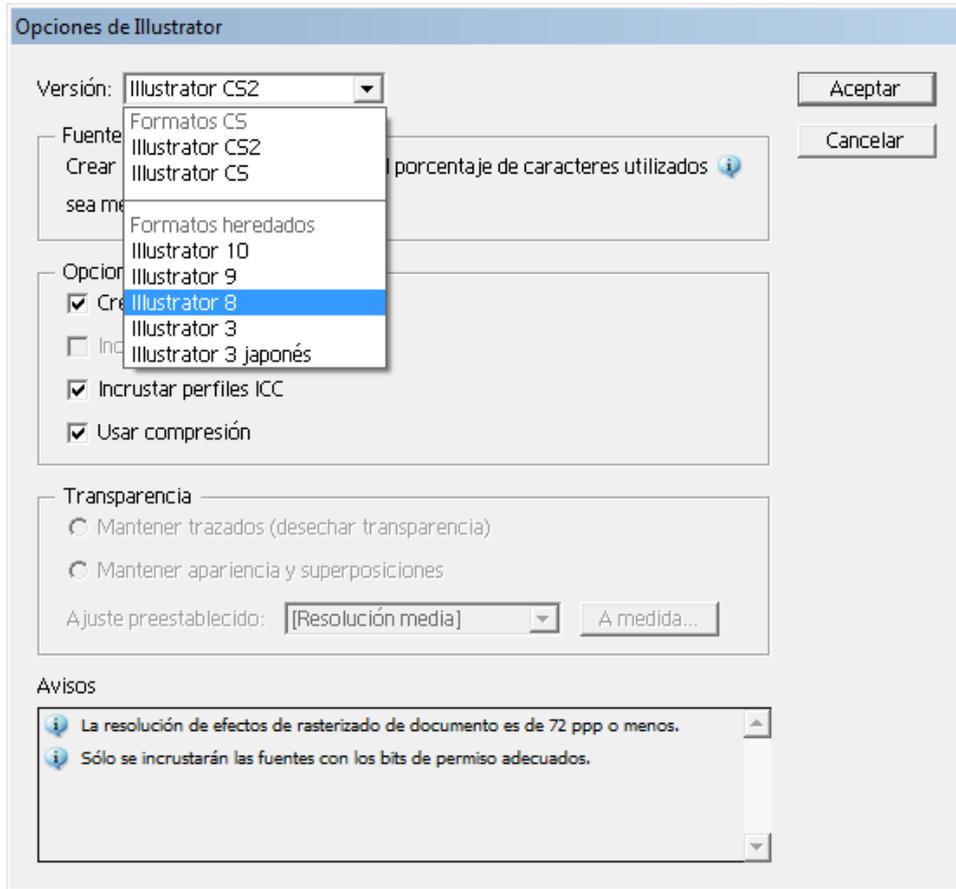


Figura 5-10: Proceso de una imagen en 2D a 3D IV

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

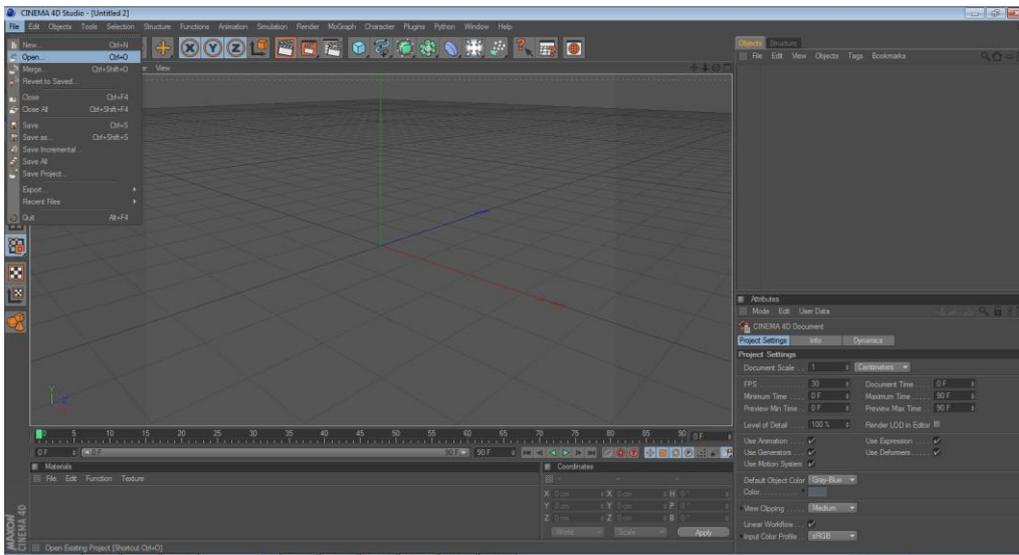


Figura 5-11: Proceso de una imagen en 2D a 3D V

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

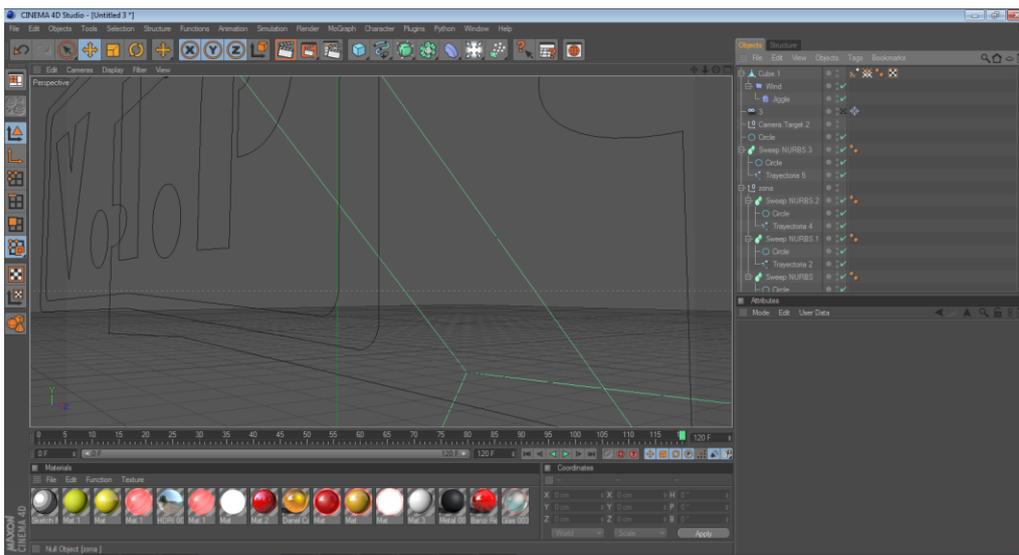


Figura 5-12: Proceso de una imagen en 2D a 3D VI



Figura5-13: Proceso de una imagen en 2D a 3D VII

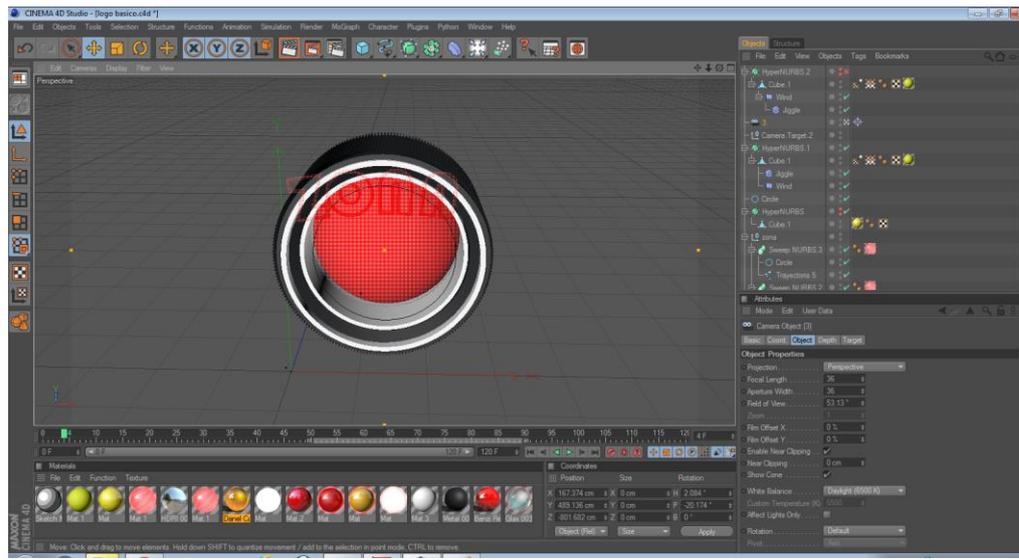


Figura 5-14: Proceso de una imagen en 2D a 3D VIII



Figura 5-15: Proceso de una imagen en 2D a 3D IX

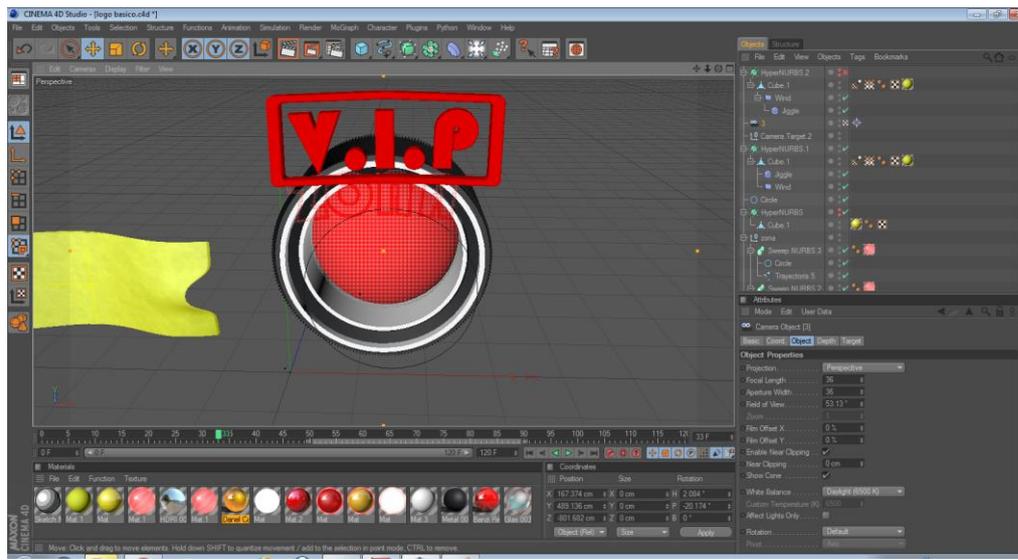


Figura 5-16: Proceso de una imagen en 2D a 3D X



Figura 5-17: Proceso de una imagen en 2D a 3D XI

5.4 RENDER Y EXPORTACIONES

El render es el proceso de generar una imagen a partir de un proceso. En el 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 AfterEffects, 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 5-18: Botón render

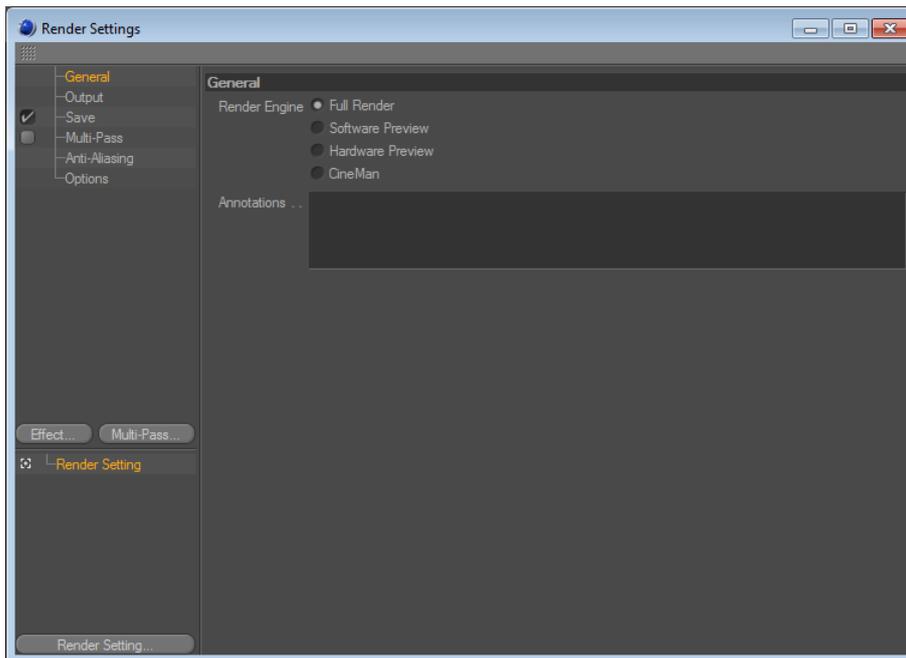


Figura 5-19: Ventana configuración de render

Se debe configurar de esta forma:

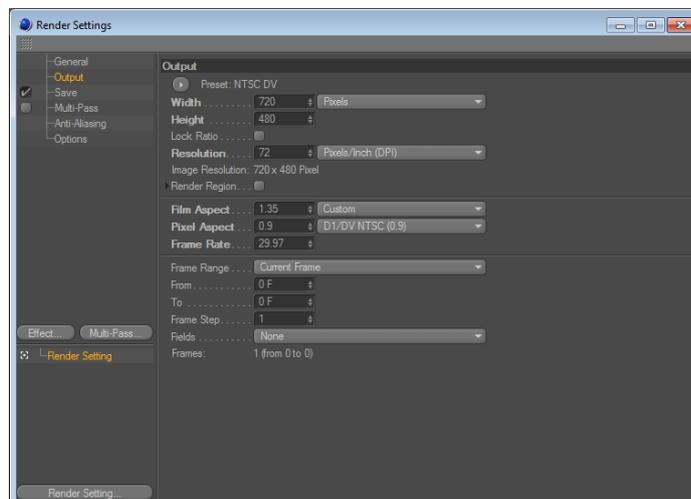


Figura 5-20: Opciones de configuración de render I

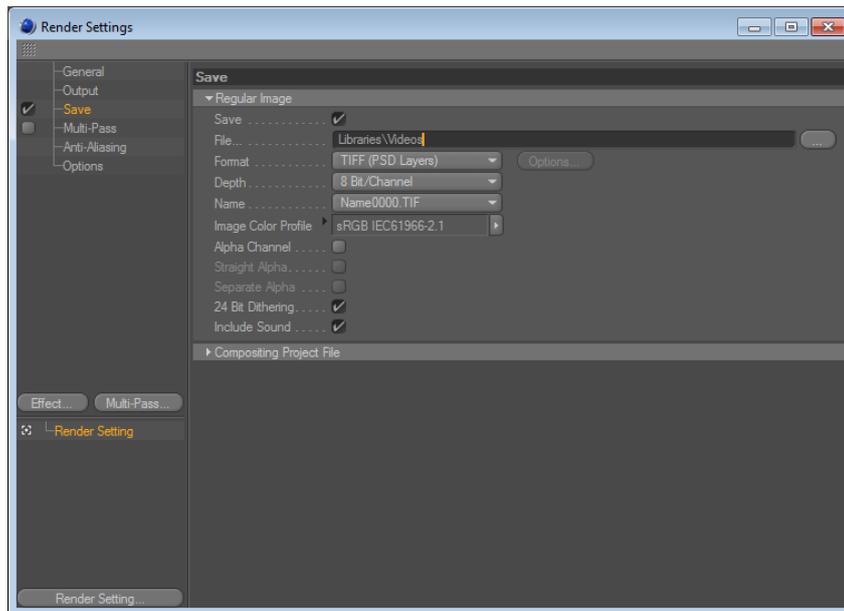


Figura 5-21: Opciones de configuración de render II

Luego comienza el render final:



Figura 5-22: Botón ejecutar render

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

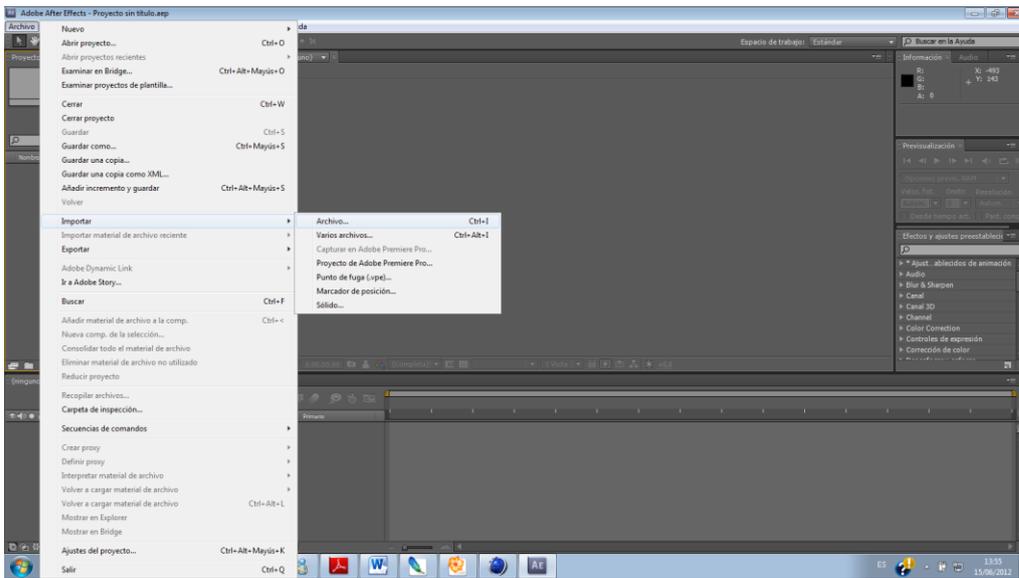


Figura 5-23: Importación de archivos en Adobe AfterEffects I

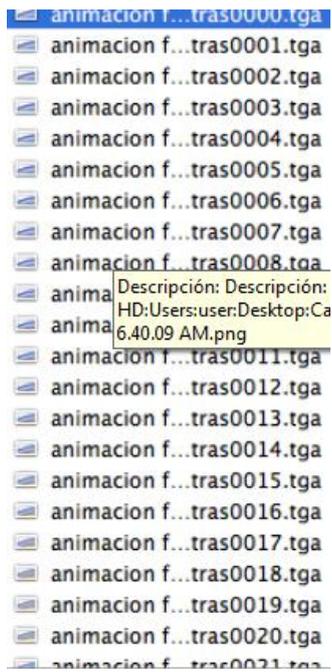


Figura 5-24: Archivos targa a importar

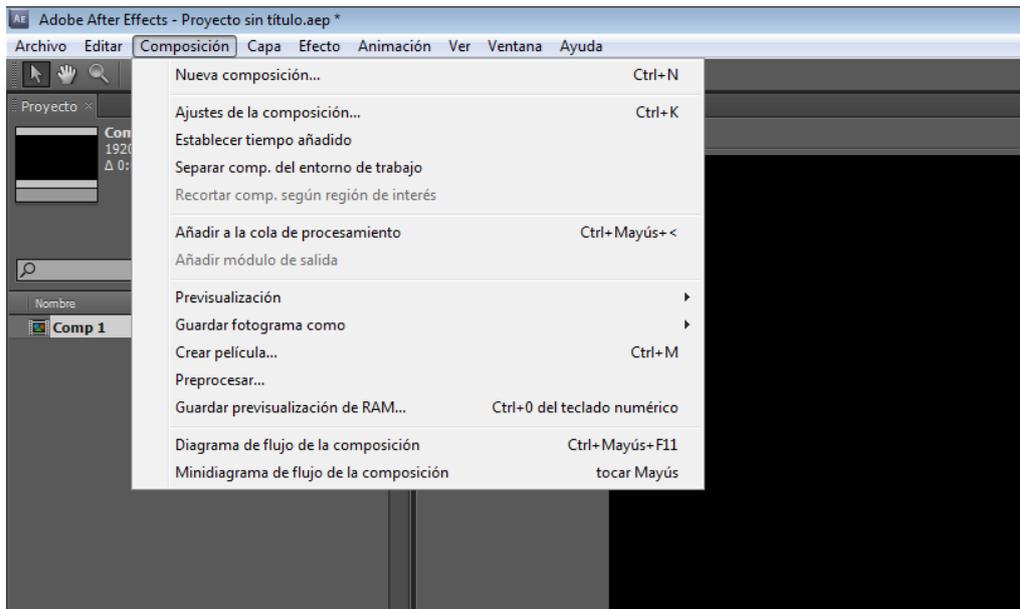


Figura 5-25: Composición para importación de los archivos targa

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

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



Figura 5-26: Exportar archivo final a formato seleccionado

Si desea una excelente calidad 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.

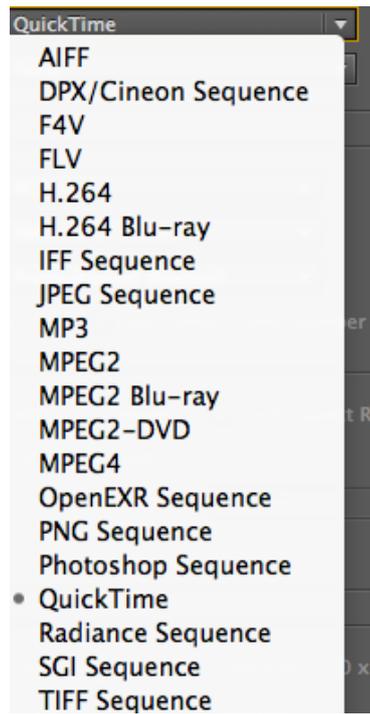


Figura 5-27: Ventana de configuraciones para el render



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.

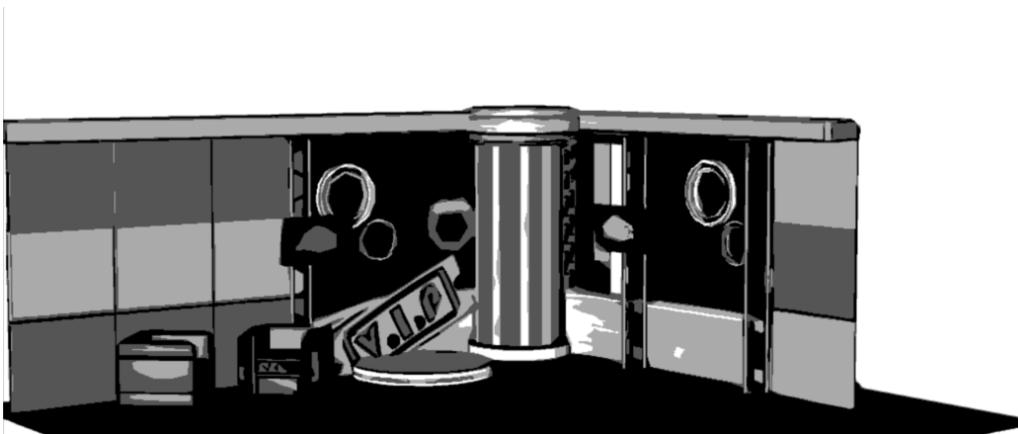


Figura 6-1: Boceto I

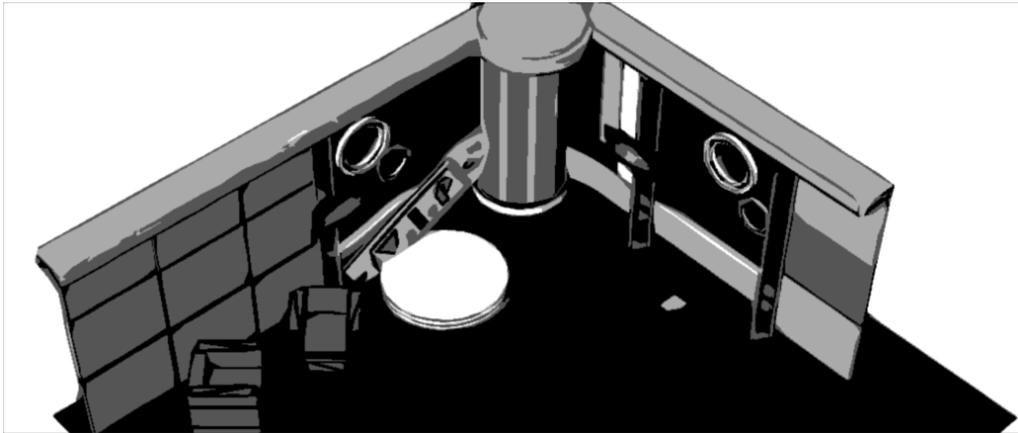


Figura 6-2: Boceto II

6.1.2 LEVANTAMIENTO EN 3D

Cuando los bocetos hayan sido aprobados, se realiza el ensamble en un software de 3d.

Esta parte del proceso del levantamiento de la escenografía es importante, porque permite visualizar la misma de manera realista en cuanto a objetos, perspectivas, iluminación y materiales.

El levantamiento sirve como un respaldo para el Director de Arte en el momento de su construcción en el sitio.

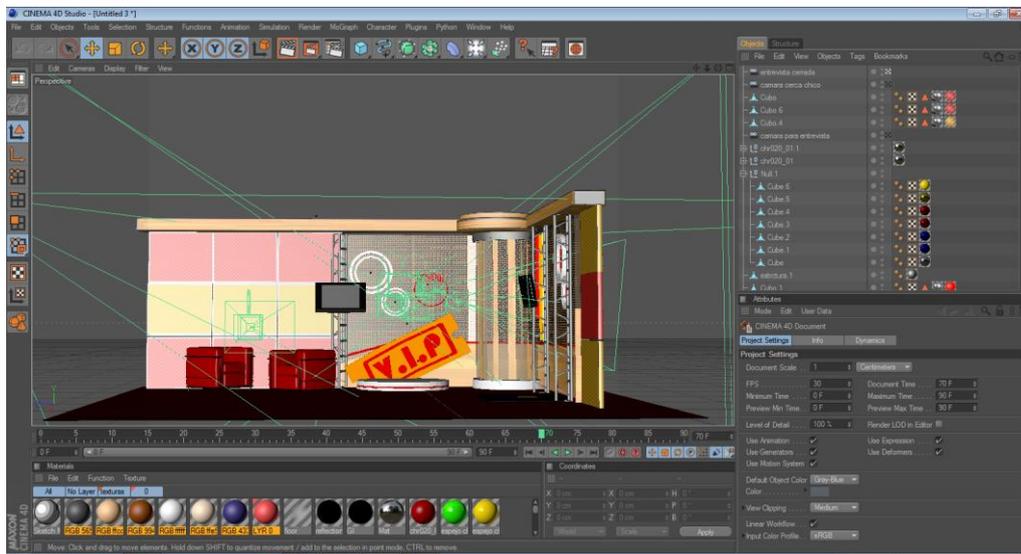


Figura 6-3: Levantamiento I

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 tales como la posibilidad de que una mala iluminación pueda provocar una distracción innecesaria, también dar un contraste para dar los efectos que deseamos conseguir, se debe de iluminar de forma pareja todos los objetos para que desde diferentes tiros de cámaras no se observe sombras y en otro no, si no se realiza esto las sombras denotaran una mala iluminación haciendo que la escenografía se vea extraña, debido que la iluminación también afecta a la forma de ver del televidente un objeto, también gracias a la iluminación se puede favorecer la percepción de profundidad.

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

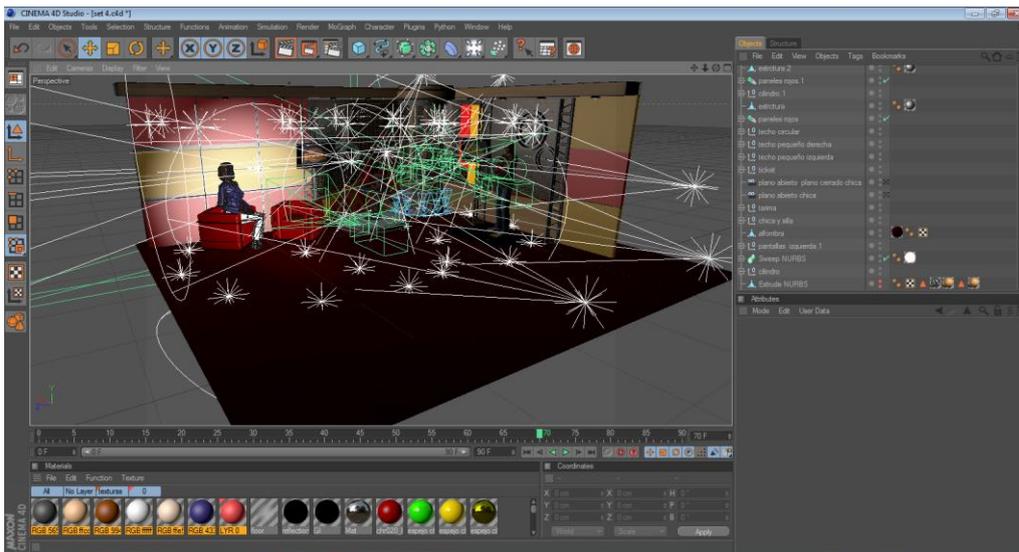


Figura6-4: Iluminación I



Figura 6-5: Iluminación II

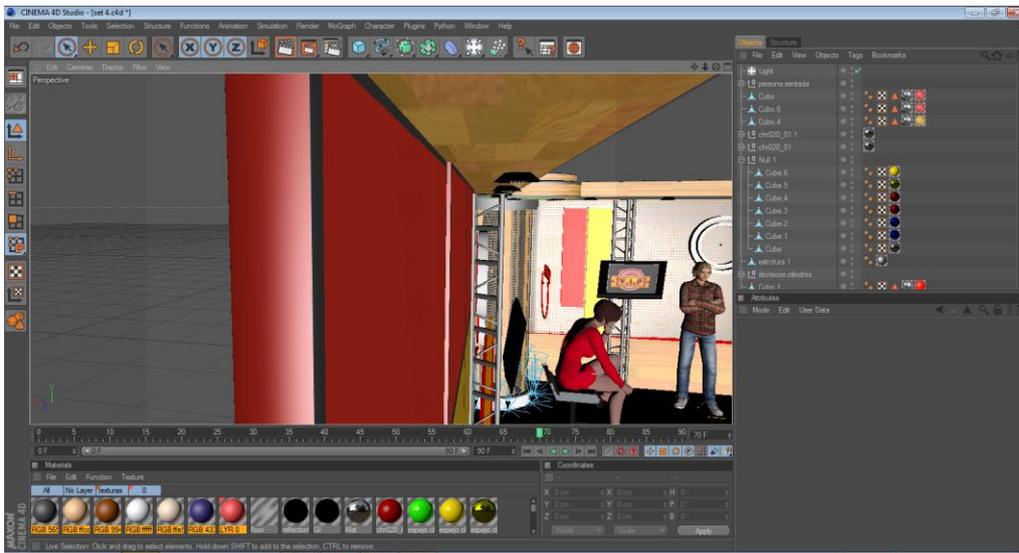


Figura 6-6: Iluminación III

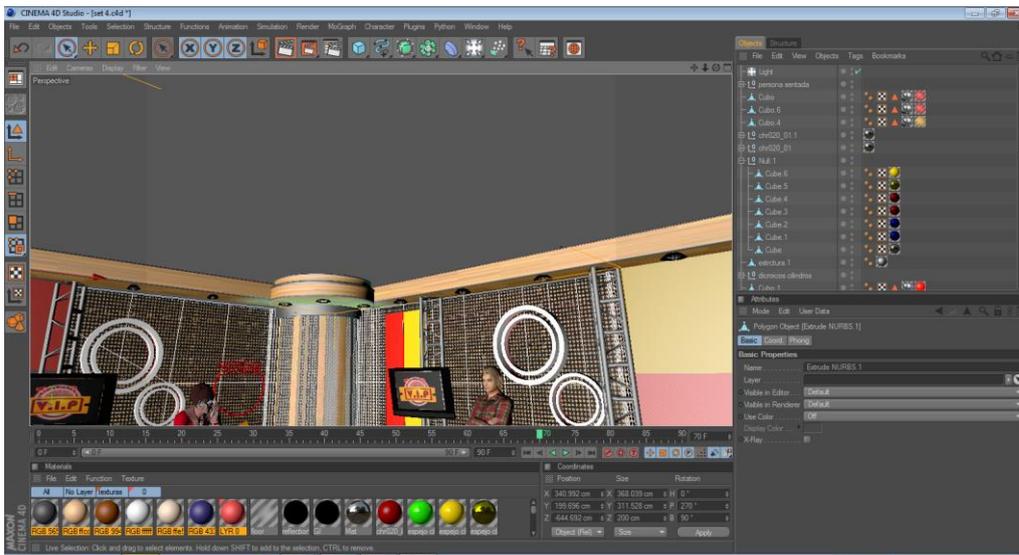


Figura 6-7: Iluminación IV

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

MATERIAL	DETALLE
MDF	Aglomerado elaborado con fibras de madera aglutinadas con resinas sintéticas mediante fuerte presión y calor, en seco, hasta alcanzar una densidad media.
ACRÍLICO	Tipo de plástico, varias aplicaciones.
LUCES LED	Luz con capacidad de modificar colores.
LUCES SET	Luces que dan iluminación al escenario.
ALFOMBRA	Tejido confeccionado en un telar en lana, hilo o fibra.
PVC	Producto de la polimerización del monómero de cloruro de vinilo a poli cloruro de vinilo.

Tabla 6-1: Materiales sugeridos

6.5 MANO DE OBRA

De esta manera nos referimos al equipo humano de trabajo 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.

EQUIPO DE TRABAJO

Equipo de trabajo

CARGO	FUNCIÓN
ARQUITECTO	Establece los planos con las medidas y supervisa.
EBANISTA	Construcción del set.
MAESTRO DE MATERIALES TRASLÚCIDOS	Interviene en la construcción de piezas del set.
TÉCNICO DE ILUMINACIÓN	Monta la iluminación según las indicaciones del Director de Fotografía e iluminador.
ELECTRICISTA	Coloca las instalaciones eléctricas en el set con capacidad de ser desmontadas.
PINTOR	Pinta varias piezas del set.

Tabla 6-2: Equipo de Trabajo



CAPÍTULO VII

**PRESUPUESTO,
ORGANIGRAMA**

CRONOGRAMA

Y

7. PRESUPUESTO, CRONOGRAMA Y ORGANIGRAMA

7.1 PRESUPUESTO

Un presupuesto es un plan integrador y coordinador que expresa en términos financieros con respecto a las operaciones y recursos que forman parte de un/a (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) Está dirigido a lograr los objetivos fijados

7.1.1 COSTOS SOBRE LA LÍNEA

Los costos sobre la línea son gastos externos que intervienen en la realización del programa.

Dentro de los costos sobre la línea entran:

Sueldos: Son gastos externos que intervendrán en la producción del programa.

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 fase del proyecto como detallamos a continuación:

CATEGORÍA	TARIFA	UNIDADES	PREPRODUCCIÓN		PRODUCCIÓN		POST-PRODUCCIÓN		TOTAL PARCIAL
			UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	
BODETO									
ILUSTRADOR	2	ILUSTRACIÓN	10	20	0	0	0	0	
MODELADOR 3D	1	PAQUETE GRÁFICO	300	0	0	0	0	0	
SUB TOTAL 1			320						320
MARCA									
DISEÑO GRÁFICO	290	PAQUETE GRÁFICO	1	290					
SUB TOTAL 2			290						290
DIRECCIÓN DE ARTE									
DIRECTOR DE ARTE	600	GENSUAL	0,75	600	0,75	600	0,75	600	600
DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA	600	GENSUAL	0,5	300	0	0	0,25	150	150
ILUMINADOR	370	GENSUAL	0	0	0	0	0,25	77,5	77,5
SUBTOTAL 3			900			600		827,5	2327,5
LEVANTAMIENTO DE OBRA									
ARQUITECTO	500	OBRA	0	0	1	500	0	0	
EBANISTA	400	OBRA	0	0	1	400	0	0	
MAESTRO MATERIALES TRASLUCIDOS	340	OBRA	0	0	1	340	0	0	
VIDRIO Y ALUMINIO	280	OBRA	0	0	1	280	0	0	
ELECTRICISTA	200	OBRA	0	0	1	200	0	0	
PINTOR	200	OBRA	0	0	1	200	0	0	
MOVILIZACIÓN	100	OBRA	0	0	1	100	0	0	
IMPREVISTOS	180	OBRA	0	0	1	180	0	0	
TECNICOS EN ILUMINACIÓN	292	OBRA	0	0	1	292	0	0	
SUBTOTAL 4			0	0	0	2492	0	0	2492
PAQUETE GRÁFICO									
POST PRODUCTOR/EDITOR	500	PROGRAMA	0	0	0	0	1	500	
DISEÑADOR GRÁFICO	300	PAQUETE GRÁFICO	0	0	0	0	1	300	
PROMOCIONADOR	250	PROGRAMA	0	0	0	0	1	250	
EFECTOS ESPECIALES	370	PROGRAMA	0	0	0	0	1	370	
ANIMADOR	315	PROGRAMA	0	0	0	0	1	315	
SONIDISTA MUSICALIZACIÓN	240	PROGRAMA	0	0	0	0	1	240	
SUBTOTAL 5			0	0	0	0	0	1975	1975
MATERIALES									
PISO	500	PROGRAMA			1	500			
PARED	2030	PROGRAMA			1	2030			
MUEBLES Y DECORACIÓN VARIAS	1360	PROGRAMA				1360			
TECHO	600	PROGRAMA			1	600			
SUBTOTAL 6						4490			4490
TOTAL PRESUPUESTO NECESARIO									\$ 11894,5

7-1: Presupuesto general

7.1.4 COSTOS DE MATERIALES PARA LA ESCENOGRAFÍA

Los precios de los materiales para la construcción de la escenografía han sido calculados según las partes necesarias para su construcción.

COSTOS DE CONSTRUCCIÓN SET														
PARED			TECHO			MUEBLES Y DECORACIÓN VARIADA				PISO		LEVANTAMIENTO DE OBRA		
Material	Unidad	Precio	Precio total	Artículo	Unidad	Precio unidad	Precio total	Artículo	Unidades	Precio unitario	Precio total	Material	Unidad	Precio
Plancha m	12	15	180	Dicroico	20	11,5	230	Televisores 24 pulga	2	280,4	560,8	Alfombra	1	510,05
Plancha a	2	181,06	362,12	Plancha m	5	15	45	Muebles entrevista	2	300	600	Piso zona	1	300,71
Tubería p	12	14,52	174,24	Cableado	1	140	90	Silla presentadora	1	250	250	Cableado	1	80
Tela	20	10	200					Soportes de tv	2	28,54	57,08			
Estructura	2	300	600											
Estructura	1	150	150											
Cableado	1	100	100											
			1766,36				965				1467,88			890,76
COSTES DE MATERIALES													2492	
COSTES MATERIALES INCLUYENDO MOBILIARIO													3022,12	
COSTES MATERIALES INCLUYENDO MOBILIARIO Y MANO DE OBRA													4490	
													6982	

Tabla 7-2: Costos de materiales

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 ZONA VIP												
ACTIVIDADES	Semanas											
Pre-producción	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Investigación de antecedentes y tendencias	■	■	■									
Realización de bocetos y línea gráfica				■	■							
Contratación de recursos humanos					■							
Medición de área					■							
Producción												
Realización de la línea gráfica						■	■					
Realización de ambiente												
Boceto/planos							■	■				
Cotización materiales								■				
Levantamiento de la obra									■	■	■	
Post-Producción												
Animación										■	■	
Edición											■	
Fx											■	
Música											■	
Supervisión del acabado final de la obra												■

Formatted: Font: (Default) Arial, 12 pt, Bold, Font color: Background 1

Formatted: Centered, Space After: 12 pt, Line spacing: single

Tabla 7-3: Cronograma Zona Vip

7.2.1 PRE-PRODUCCIÓN

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

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

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 "Zona Vip", 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.

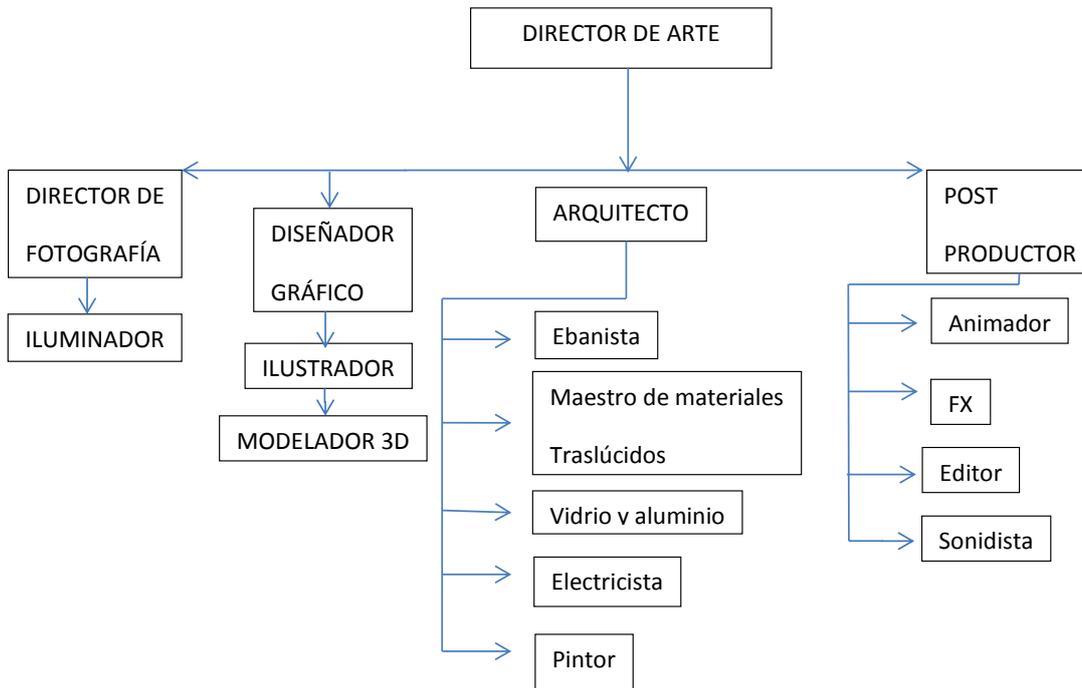


Figura7-1: Organigrama

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.

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 ELECTRICISTA

Es un profesional que realiza instalaciones y reparaciones relacionadas con la electricidad, especialmente en máquinas e iluminación. Se encargará 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.

7.3.1.11 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.

7.3.1.12 POST-PRODUCTOR

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

7.3.1.13 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.

7.3.1.14 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

7.3.1.15 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.

7.3.1.16 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.

Los derechos de autor comprenden:

1. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:

- a. Las invenciones;
- b. Los dibujos y modelos industriales;
- c. Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados;
- d. La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
- e. Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
- f. Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
- g. Los nombres comerciales;
- h. Las indicaciones geográficas;
- i. Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.

2. Las obtenciones vegetales.

8.2 ¿CÓMO SE PROTEGE EL DERECHO DE AUTOR?

El derecho de autor protege a la obra por el sólo 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 derechos 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, sólo 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 uso de la franquicia (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 para comprobar si es posible registrar 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.

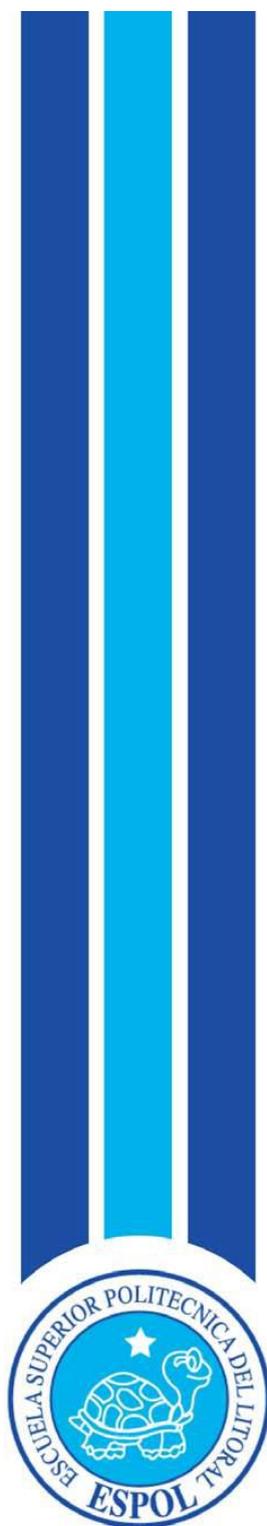
8.4 DERECHOS DE AUTOR DE LAS OBRAS AUDIOVISUALES

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 guion 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 pre-existentes que hayan podido ser adaptadas o reproducidas, la obra audiovisual se protege como obra original. Los autores de obras pre-existentes 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, conforme al artículo siguiente.

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, para un correcto manejo y presentación de la imagen del programa "Zona VIP".

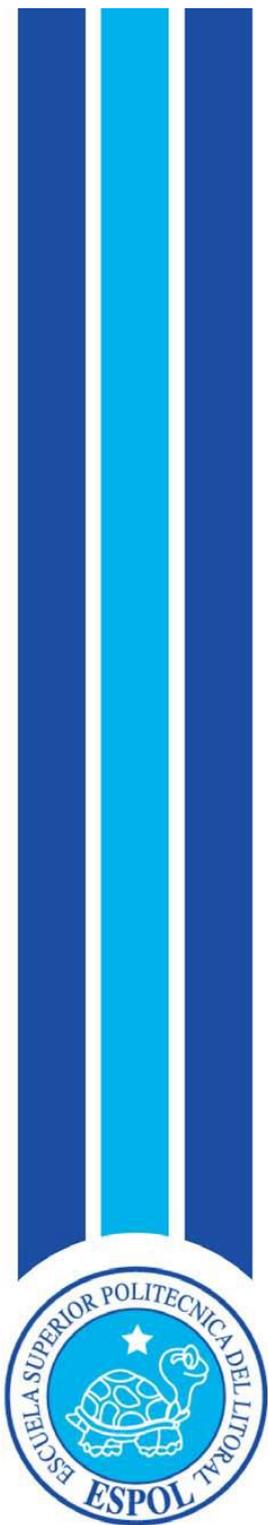
9.1 CONCLUSIONES

- El tipo de programa que es "Zona Vip" no tiene competencia directa dentro de Santa Elena lo cual daría un *plus*, al ser el único que ocupe ese espacio dentro de la programación televisiva de la Provincia Santa Elena.
- Al ser un nuevo programa se espera captar público interesados en lo que pasa, pasara en la Península de Santa Elena.
- El set es posible montar en los espacios actualmente disponibles en Espol TV.
- La inversión en la creación de la línea gráfica de "Zona Vip" es de aproximadamente \$ 11.894,50.

9.2 RECOMENDACIONES

- Mayor presupuesto para cubrir eventos a nivel provincial.
- Mayor inversión en cuanto a personal que participará como anchor (anclas)* para que el público tenga otra razón más de ver el programa.

*(Consultar glosario).



BIBLIOGRAFÍA

Géneros Televisivos

<http://www.mariapinto.es/alfamedia/television/generos.htm>
www.nspilar.com/image/LOS%20GÉNEROS%20TELEVISIVOS.doc

Antecedentes

http://es.wikipedia.org/wiki/Programa_contenedor

http://es.wikipedia.org/wiki/Otro_rollo

http://es.wikipedia.org/wiki/S%C3%A1bado_gigante

[http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n9/monográfico/M02.-
Los_primeros_programas_de_variedades_de_TVE_de_La_Hora_Philips_a_Es
cala_en_HI-FI.pdf](http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n9/monográfico/M02.-Los_primeros_programas_de_variedades_de_TVE_de_La_Hora_Philips_a_Es_cala_en_HI-FI.pdf)

http://es.wikipedia.org/wiki/Dolly_%281987%29

http://es.wikipedia.org/wiki/Super_S%C3%A1bados

http://es.wikipedia.org/wiki/S%C3%BAper_s%C3%A1bado_sensacional

http://es.wikipedia.org/wiki/The_Ed_Sullivan_Show

http://es.wikipedia.org/wiki/Downtown_no_Gaki_no_Tsukai_ya_Arahende!!

http://es.wikipedia.org/wiki/Saturday_Night_Live

Responsabilidades del Equipo de Trabajo

<http://es.wikipedia.org> Gabinete del Doctor Cineman – Marcelo Báez

Tendencias Artísticas

[http://www.imageandart.com/tutoriales/historia_diseno/cultura/pag_bsas/art_de
co.html](http://www.imageandart.com/tutoriales/historia_diseno/cultura/pag_bsas/art_de_co.html)

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.

Iluminación para Televisión y Cine - Gerald Millerson

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

Derechos de Autor

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

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

Tipografía

<http://es.shvoong.com/humanities/arts/249658-rojo-significado-del-color/#ixzz25ihpvFoX>

<http://www.euroresidentes.com/horoscopos/colores/significado-color-negro.htm>

<http://www.euroresidentes.com/horoscopos/colores/significado-amarillo.htm>

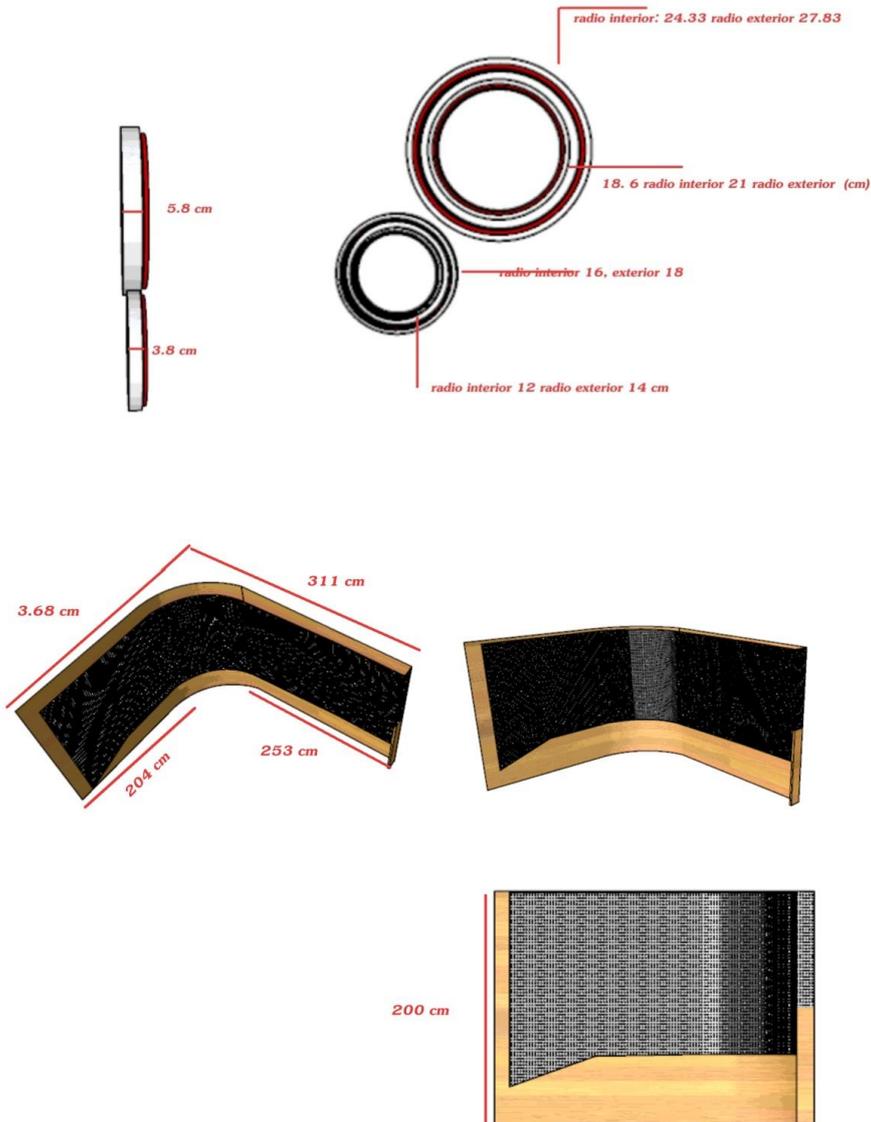


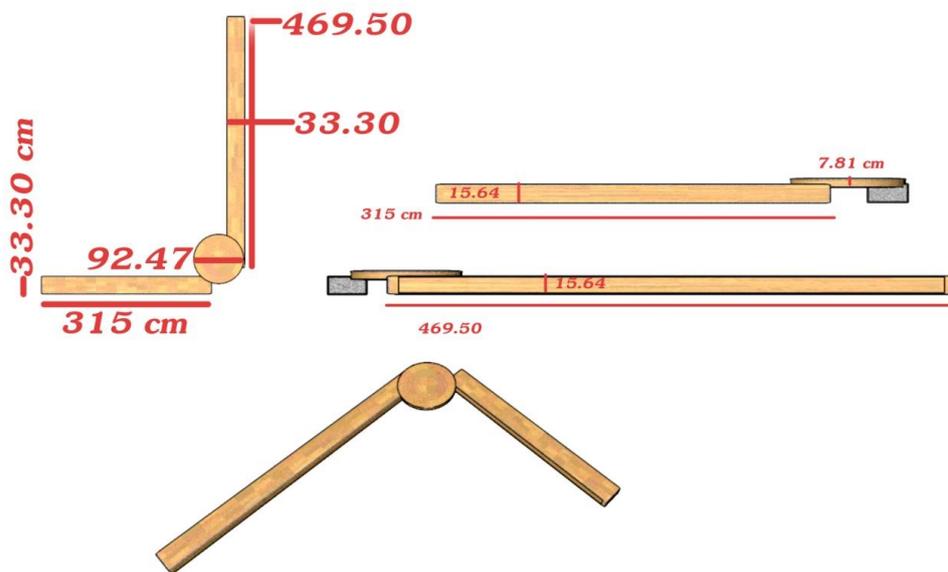
ANEXOS

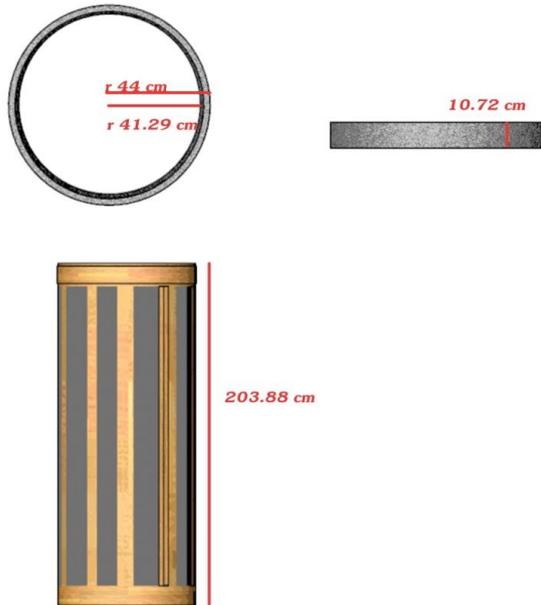
ANEXO 1: BORRADOR DEL STORYBOARD DEL BUMPER



ANEXO 2: DIMENSIONES ELEMENTOS DEL SET







El escenario está dividido modularmente, por lo que es posible moverlos por partes para su mejor manejo, en las imágenes ya presentadas se ve las dimensiones de las estructuras que son parte de la escenografía con medidas varias como altura, grosor, etc.

ANEXOS 3: Tiros de Cámara



Plano general

En este tiro de cámara se presentará al momento de entrar al programa, también para dialogar con otros presentadores y/o dependiendo de la situación.



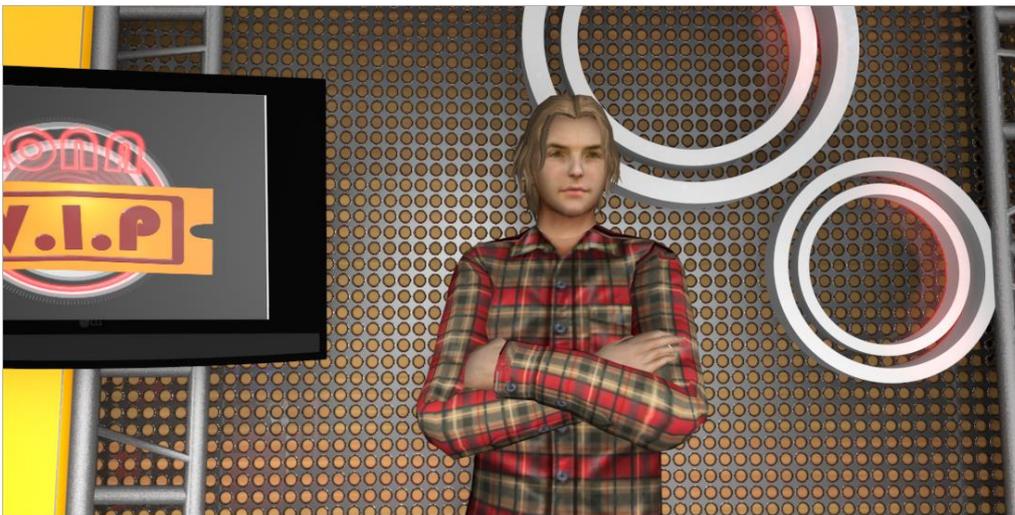
Plano americano

Al momento de dar noticias se hace un acercamiento para ver con más detalle al presentador/a. también se podría usar otros planos de ser necesario.



Plano americano

Plano usado para entrada del presentador, puede usarse cuando está dialogando con otro de los presentadores, etc.



Plano medio

Al momento de dar noticias se hace un acercamiento para ver con más detalle al presentador/a.



Plano americano

Plano usado para entrada del presentador, puede usarse cuando está dialogando con otro de los presentadores, etc.



Plano medio

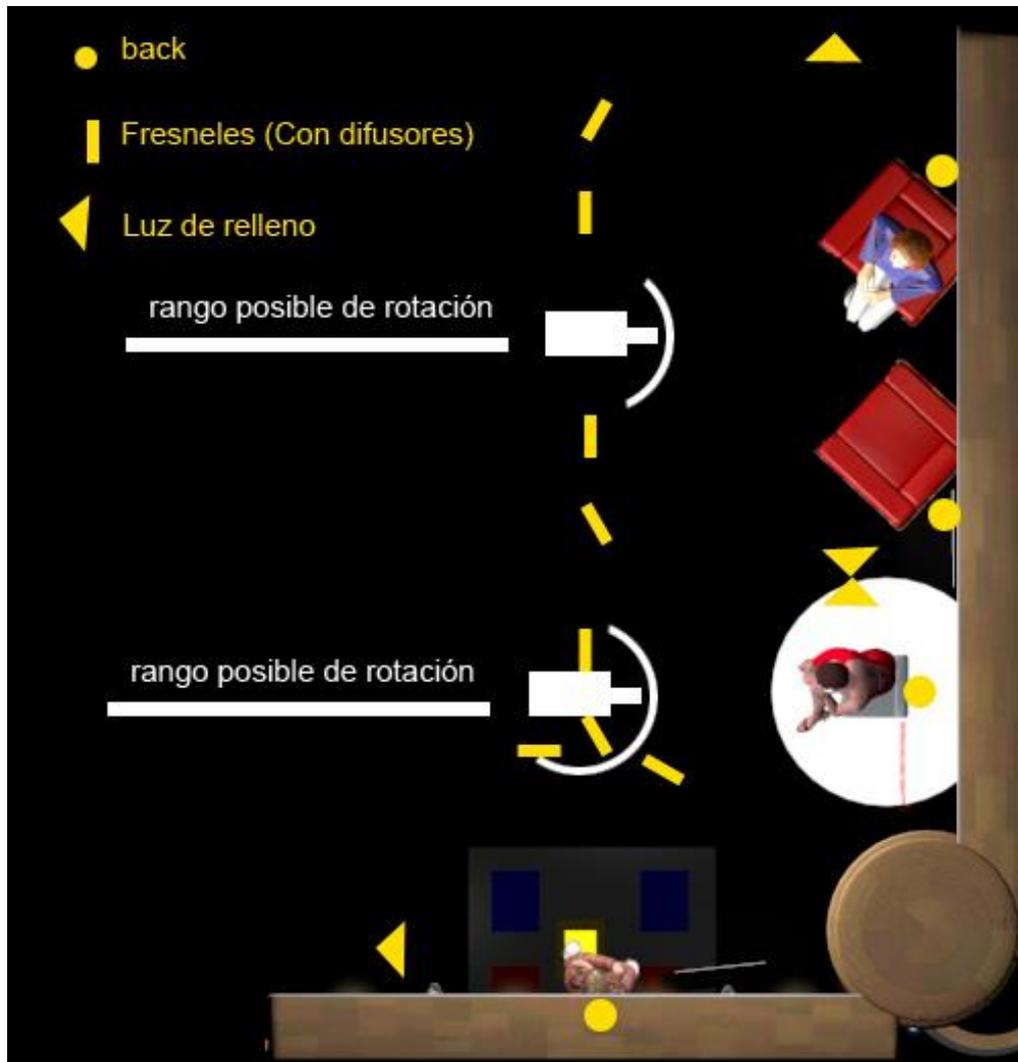
Al momento de dar noticias se hace un acercamiento para ver con más detalle al presentador/a.



Las imágenes mostradas son los tiros de cámara (como se vería a través de la cámara) los cuales dan una idea de cómo se vería ya en pantalla cada uno de los presentadores junto a la escenografía.

También da una idea de cómo se vería tanto los presentadores como la escenografía con la iluminación, la última imagen muestra un plano abierto el cual se ve tanto a los presentadores y la escenografía con luces y sombras.

Anexo 4: Posición de luces y cámaras.



En la imagen superior se ven la ubicación de luces de varios tipos y las cámaras, las cuales se ve cuál sería su rango de movimiento para cubrir a los presentadores.

Cada luz está representada por lo cual al momento de instalar se conoce la ubicación en el set.



GLOSARIO

A

ANCHOR / ANCLA: Término usado en la televisión para los animadores de un programa

ART NOUVEAU: Corriente de renovación artística desarrollada a fines del siglo XIX

B

BUMPER: Anuncio breve de 2 a 15 segundos que pueden contener una voz en off

C

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: Conlleva, además de su significado propio o específico, otro de tipo expresivo o apelativo.

E

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.

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

SKETCHES: Escena cómica que dura entre 1 a 10 minutos.

STORYBOARD: Conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, pre visualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse.

I

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.