

DIRECCIÓN DE ARTE DEL PROGRAMA “PONTE PILAS” DE ESPOL TV

Mayra Alejandra Vargas Caicedo

Noemí Estefanía Vargas Caicedo

Adriana Marisol Parco Saltos

Director de tesis: Lcdo. Roberto Córdova

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

maalvarg@espol.edu.ec, adirka18@hotmail.com, noesvarg@espol.edu.ec

Resumen

Todos los canales de la pantalla chica ecuatoriana reservan un espacio en su parrilla para los más pequeños del hogar, sin embargo, son pocos los que exponen un bloque de programación con un conductor que presente las distintas series, dentro de un set y con una correcta dirección de arte. No obstante, en la provincia de Santa Elena en el canal de “Espol TV” hay una transmisión con este estilo: “PONTE PILAS”, que tiene una gran acogida por parte del público, sin considerar su proyección estética, ya que la apariencia que posee es básica, por ejemplo: ausencia de escenografía, elementos decorativos y escasa línea gráfica, a más del mal uso de croma con ediciones un poco lentas y aburridas. En base a estos problemas, se decide dar un giro de perspectiva estéticamente funcional creando una imagen relevante para el programa, ya que el objetivo es renovar el espacio televisivo; esto incluye un cambio radical en todas sus piezas (iconotipo, logotipo, colores, formas, etc.), disponer un escenario y una identidad, es decir, una marca representativa por la cual “PONTE PILAS” pueda ser reconocido a nivel nacional, todo esto se logrará estableciéndose en los antecedentes y las tendencias referentes a este tipo de magazine. Por consiguiente, un contenido presentado de forma dinámica y llamativa, se asociará con diversión y se atraerá un mayor grado de teleaudiencia.

Palabras Claves: *Espol TV, “PONTE PILAS”, escenografía, línea gráfica.*

Abstract

All Ecuadorian channels reserve a space on their grills for home's little ones, however, there are few that show a programming block with a host who presents the different TV series within a set and a proper art direction. Nevertheless, in Santa Elena province there is a channel named "Espol TV" where is a transmission with this style: "PONTE PILAS", which has a great public acceptance, regardless of their basic aesthetic projection, i.e. no set, nor decorations and a poor graphic line, besides a misuse chroma, they have issues when editing a scene making it slow and boring.

Based on these problems, it is decided to turn into a functional perspective and create an image aesthetically relevant to the program in order to renew the television space, this includes a radical change in all its parts (icon, colors, shapes, etc..), have a stage and an identity. This means a representative brand, which "PONTE PILAS" can used to be nationally recognized, all this will be achieved settling in the background information and trends concerning to this type of magazines shows. Therefore, a content presented in a dynamic and striking way, will be associated with fun and will attract greater viewership.

Keywords: *Espol TV, “PONTE PILAS”, set, graphic line.*

1. Introducción

“PONTE PILAS” es una revista de TV para niños, se trata de un bloque de programación, donde se emiten diferentes series, como: “Jeff Corwin en acción”, “Kenny El Tiburón”, “Enlazados con Babau”, “Decoding disaster” y “Cómo lo hacen”; además de dibujos animados, noticias de películas, música, libros, artistas, reportajes y bloopers.

Se trata de series de aventura, aprendizaje, recreación y diversión. El objetivo de estos productos es entretener e instruir a través de comprimidos educativos.

En todos los países y desde hace muchos años se han fundado programas de este tipo, especialmente en la actualidad, ya que cada vez se le está dando más prioridad a las necesidades y gustos infantiles.

A lo largo de la historia, en Ecuador se ha realizado una infinidad de espectáculos para chicos, y por supuesto, también han sido transmitidos en la provincia de Santa Elena; sin embargo, no se había creado específicamente un show de este tipo. Es hasta el 2008 que apareció la primera revista en pantalla, se trata de “Oie”; además de “Zapping Zone”, que también es un magazine, pero sólo es emitido por televisión pagada, por lo cual, no todos los televidentes tienen la oportunidad de sintonizarlo. A más de estos dos programas no existe otro con las mismas características que haya sido difundido en Santa Elena.

2. Planteamiento del problema

Una de las principales dificultades que se ha observado es que “PONTE PILAS” no tiene una escenografía, la grabación se realiza con la técnica de “croma”, sin embargo, las imágenes que son acopladas como background en la post-producción no tienen un estilo definido, por ejemplo, en un capítulo el fondo tiene curvas azules, y en otro, tiene cuadrados rojos, es decir, no se rigen a una tendencia.

Asimismo, los pocos elementos que posee el paquete gráfico, no guardan relación entre sí, aparentemente no pertenecen al mismo producto de televisión.

Aquellos son grandes inconvenientes, ya que privan al programa de tener una identidad propia y de ser reconocido por su línea gráfica, la cual es básica, carece de movimiento, fuerza y energía, características que cautivan a los niños y jóvenes, por consiguiente, deberían ser resaltadas. Se percibe notoriamente que

la imagen no ha sido creada bajo un estudio y un debido proceso.

El proceso de dirección de arte abarca toda la imagen del programa, tanto el rediseño de la escenografía como la recreación del imago tipo y todo el paquete gráfico a exponerse en pantalla.

2.1 Justificación

Se decide elaborar este proyecto, a partir de los diferentes problemas expuestos anteriormente, “PONTE PILAS” necesita un cambio de imagen rotundo, requiere ser identificado por medio de una gráfica sólida, la transformación debe ser basada en una investigación de tendencias y alinearse a las preferencias del target.

Los niños y jóvenes de Santa Elena merecen un programa de gran calidad, realizado bajo un perfecto control, para que el resultado final sea una emisión igual o superior a una internacional; ellos precisan sentirse orgullosos de una transmisión creada en su provincia y que a futuro sea reconocida en todo el país.

2.2 Objetivos

- Implantar una imagen ideal para el televidente infantil, que se posea en su mente, así alcanzar una mayor audiencia y lograr ser el programa favorito de los chicos.

- Crear una nueva apariencia para que nuestro target se sienta identificado con “PONTE PILAS”.

- Realizar una escenografía a nivel internacional de acuerdo al presupuesto, optimizando el reducido espacio con el que se cuenta para crear la ilusión de amplitud.

- Proponer nuevos y dinámicos ángulos de cámara para acelerar el movimiento y que se perciba más energético.

- Idear entretenidas claquetas y transiciones que cautiven al público.

- Regirse a una tendencia específica para que el show tenga un perfil uniforme.

2.3 Plan estratégico

“PONTE PILAS” sólo tiene una competencia directa a nivel nacional: “OIE” que también se trata de una revista de TV infantil, aunque es producida por uno de los principales canales del país

“Teleamazonas”, posee una escenografía y línea gráfica pobre.

No obstante, “PONTE PILAS” tendrá una dirección de arte de calidad, con formas y colores que cautiven a los televidentes. Debido a esto, será mucho más fácil el desafío de ser el magazine preferido y obtener fama y renombre.

2.4 Misión

Dar una identidad propia a “PONTE PILAS” transmitiendo energía y vivacidad por medio de la línea gráfica.

2.5 Visión

Ser un programa infantil de éxito nacional, al que todos los niños prefieran sintonizar.

2.6 Delimitación

“PONTE PILAS” es grabado en las instalaciones de ESPOL TV, que se encuentra en el cantón Ancón, en la provincia de Santa Elena. Es transmitido sólo para los habitantes de la misma, ya que la señal únicamente abarca esta área de la región.

3. Marca

“PONTE PILAS” es un magazine posesionado en la provincia de Santa Elena, por lo tanto, se busca rediseñar un perfil gráfico vendedor que refleje el contenido, puesto que actualmente utiliza una pila como objeto representativo y resulta redundante. Al tratarse de un programa para niños, es necesario que revele alegría y vivacidad, sin que la marca esté recargada, de manera que sea fácil de recordar.

3.1 Desarrollo del imagotipo

Se requieren formas y colores fervorosos que reflejen movimiento y elasticidad, así, radiar alegría.

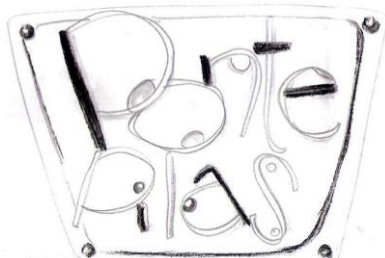


Figura 1. Boceto de la marca de “PONTE PILAS”



Figura 2. Isotipo en 2D de “PONTE PILAS”

El imagotipo en 3D tiene una modificación, el borde posee dobles en sus extremos, se justifica el cambio, porque la imagen debe apreciarse más activa, enérgica y con más circulación, ya que este es utilizado en las distintas animaciones audiovisuales.



Figura 3. Isotipo en 3D de “PONTE PILAS”

3.2 Definición gráfica

Para rediseñar la dirección de arte, primero hay que basarse en un movimiento artístico, el cual tiene características propias, las mismas que se van a adoptar como base para la creación de la línea gráfica, con el fin de que haya uniformidad y todos los elementos guarden relación.

3.2.1 Movimiento artístico

Es una forma de arte abstracto creada en 1920, basada en el uso de formas geométricas simples combinadas en composiciones subjetivas sobre espacios irreales.



Figura 4. Cuadro de Kandinsky

La funcionalidad y la armonía del orden matemático se convierten en la categoría primordial de este horizonte de problemas artísticos, que se impone la tarea de volver objetiva la realidad no figurativa (emociones, ideas)

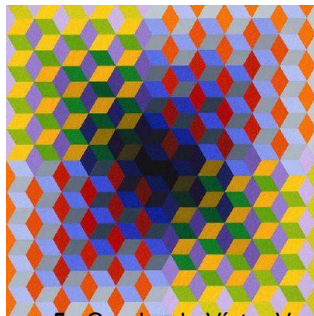


Figura 5. Cuadro de Victor Vasarely



Figura 6. Distintas estructuras semejantes a máquinas

3.2.1 Formas

En un programa para niños se necesita un poco de desigualdad, no todo tiene que ser rígido, ya que la personalidad de los chicos es cambiante y entusiasta. Por lo tanto se han tomado dos formas fundamentales: Líneas curvas y rectas.

Las curvas simbolizan movimiento y elasticidad. Las líneas rectas en su mayoría son verticales y están ligeramente diagonales para enfocar actividad. Ambas dan un aspecto informal.

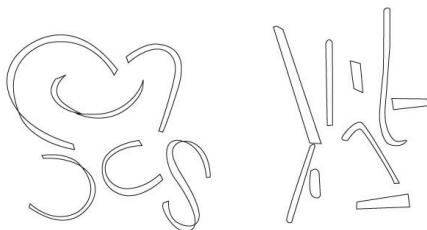


Figura 7. Líneas curvas y rectas respectivamente

3.2.2 Tipografía

El tipo de letra que se elija en un imagotipo es muy importante, ya que, dependiendo de su forma, grosor y tamaño evoca distintas ideas.

Se la debe manejar de manera correcta para mostrar verdaderamente la identidad del programa.

Para la línea gráfica de “PONTE PILAS” se eligió la tipografía “Happy Sans”, que sin duda alguna refleja alegría y movimiento.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q
R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v
w x y z
Á É Í Ó Ú á é í ó ú 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
, . : ; - _ ¡ ¢ ¿ ? @ # \$ % () =

Figura 8. Tipografía Happy Sans

Existe otro tipo de letra empleado en el programa, se trata de la fuente “Chalkboard”, pero esta cumple otra función, se la aplicará en la pantalla de información, ya que en ese caso, se muestra un texto extenso y la tipografía anterior puede llegar a sobrecargar.

“Chalkboard” contribuye a que el contenido se aprecie más ligero, sin descuidar la imagen dinámica que se quiere proyectar

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q
R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t
u v w x y z
Á É Í Ó Ú á é í ó ú 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
, . : ; - _ ¡ ¢ ¿ ? @ # \$ % () =

Figura 9. Tipografía Chalkboard

3.2.3 Colorimetría

Los colores que se han usado para el imagotipo son los siguientes:

- Azul claro: Representa inteligencia, frescura, generosidad. Además es el color del mar y simboliza distintas actividades acuáticas, tales factores predominan en la provincia de Santa Elena.
- Verde: Simboliza el crecimiento y la naturaleza, componentes que van de la mano con los pequeños. Al ser claro y brillante, se convierte en un tono cálido.
- Rojo: El rojo es el color de los niños, el que ellos prefieren y los personifica tal cual son. Evoca energía y alegría.

- Blanco: Significa paz y armonía, pero en este caso sirve para dar contraste y resaltar los demás colores.







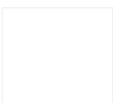
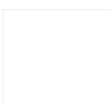
	C: 64,84 M: 3,91 Y: 100 K: 0		R: 103 G: 174 B: 36
	C: 1,17 M: 94,14 Y: 89,45 K: 39		R: 227 G: 35 B: 34
	C: 69,92 M: 15,63 Y: 3,52 K: 0		R: 55 G: 168 B: 219
	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0		R: 255 G: 255 B: 255

Figura 10. Muestras de colores de la marca
CMYK – RGB

4. Paquete gráfico

Se refiere a distintas piezas gráficas que se realiza de acuerdo al contenido del programa. Las formas y movimientos básicos de los distintos elementos del paquete gráfico fueron realizados en el software de modelado 3D, donde se los renderizó con la opción de canal alfa y se exportó con la extensión “.tga”, que corresponde al formato targa.

Posteriormente se agregaron efectos y acabados finales en el software de edición y efectos especiales (Adobe after effects). En este último, se exportó la animación en un formato de 720 x 480, quicktime con la extensión “.mov”.

4.1 Bumper

Dura entre 15 y 20 segundos, se la coloca al iniciar y al finalizar un programa, es la animación que representa al programa, por lo tanto, debe ser la que más se identifique con el mismo.



Figura 11. Bumper

4.2 Transición

Corta animación que da paso a comerciales, dura alrededor de 2 segundos.



Figura 12. Transición

4.3 Sobreimposición

Es la pieza que contiene datos como: nombre del conductor, de los invitados, lugares, fechas, cargos.



Figura 13. Sobreimposición

4.4 Pantalla dividida

Su función es separar distintos ambientes, para que todos se vean a la vez.



Figura 14. Pantalla dividida

4.5 Pantalla de información

Contiene información extensa, por lo que ocupa toda la pantalla.

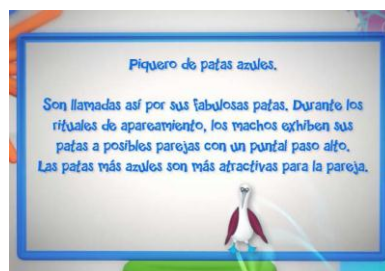


Figura 15. Pantalla de información

4.6 Anti zapping

Método utilizado para evitar que el público cambie de canal al momento de ir a comerciales.



Figura 16. Anti zapping

4.7 Claquetas

Dura alrededor de 10 o 15 segundos, animación que presenta a los diferentes segmentos. Son 13 diferentes, aquí está el ejemplo de una de ellas.



Figura 17. Claqueta

5. Escenografía

La escenografía es un factor elemental a la hora de presentar el programa, ya que por medio de esta se refleja el estilo e identidad del producto audiovisual.

Debe ir de la mano con la línea gráfica, porque los dos deben comunicar el mismo mensaje al espectador.

Es muy importante considerar el tamaño real del estudio para que no hayan complicaciones a futuro con la distribución y dimensiones de cada objeto.

La escenografía es un añadido que se da al programa para que complemente la parte estética y funcional del mismo, pero no es el aspecto más importante, por lo tanto, no debe ser superior al contenido que se transmite.

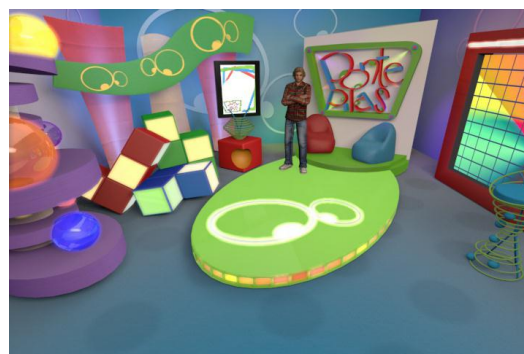


Figura 18. Escenografía de ponte pilas



Figura 19. Materiales para la escenografía

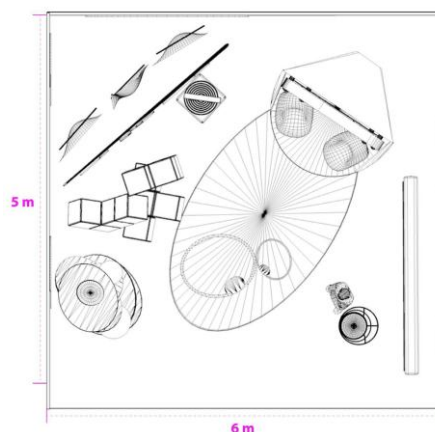


Figura 20. Esquema de la escenografía

6. Conclusiones

- “PONTE PILAS” es un magazine infantil, con diferentes segmentos, como reportajes, bloopers y documentales de la reconocida cadena televisiva “Discovery Channel”.

- El total del costo sólo de los materiales es de \$4.935,74 y de \$10.081,99 para realizar la escenografía, incluyendo la mano de obra.

- La inversión requerida para llevar a cabo toda la obra (escenografía y paquete gráfico) es de \$16.119,49.

7. Recomendaciones

- La escenografía y la línea gráfica deben estar conectadas, es decir, llevar los mismos tonos, formas, imágenes, etc., así proyectarán una misma identidad y transmitirán iguales sensaciones al espectador.

- Cuando se diseñe el set, conviene trabajar con medidas reales, ya que al momento de la implementación se facilitará el trabajo.

[3] Historia del Arte para principiantes - Dani Cavallaro y Caroline Vago-Hughes

[4] Manual de tesis: Zona FX - Andrea Guerrero, José Muñíz, Jorge Tobar

[5] Manual de tesis: El Informativo - Adrián Mora, Iván Moreno, Diana Sellers, Freddy Véliz

[6] www.espoltv.espol.edu.ec

[7] www.cartoonnetworkla.com

[8] www.mundonick.com

[9] www.disneylatino.com

[10] www.sice.oas.org

[11] www.archive3d.net

[12] www.wordreference.com

8. Agradecimientos

Deseamos agradecer a Dios, a nuestros padres y a todas las personas que nos ayudaron para hacer posible este proyecto de tesis.

9. Bibliografía

[1] La sintaxis de la imagen - D.A. Dondis

[2] Gabinete del Doctor Cineman - Marcelo Báez