

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

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

TEMA:

**“DIRECCIÓN DE ARTE ENFOCADO AL REDISEÑO DEL
PROGRAMA “EL RETO” DE ESPOL TV EN LA PENINSULA DE
SANTA ELENA”**

AUTORES:

**ISABEL AMALIA ARZUBE DELGADO
JHONAN ALFREDO GALARZA GUDIÑO**

DIRECTOR

LCDO. ROBERTO CÓRDOVA

**AÑO
2013**

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por darme la vida, obsequiarme la hermosa familia que tengo, por todas las oportunidades otorgadas, bendiciones recibidas y por poner en mi camino personas muy maravillosas.

Doy gracias a mis padres Myriam Delgado Sempértegui y Rómulo Arzube Pisco, por guiarme, cuidarme, apoyarme, darme fuerzas para continuar en los momentos difíciles, por la paciencia, los valores inculcados y sobre todo por el amor incondicional que derrochan cada día. Mis logros son suyos.

Gracias a toda mi familia los amo con mi vida.

A mis amigos agradezco su amistad y los momentos vividos que jamás olvidaré son recuerdos muy preciados en mi vida.

Agradezco a mis compañeros de tesis por compartir momentos agradables y salir adelante a pesar de los momentos tristes y difíciles. Lo logramos.

Un agradecimiento muy especial al Mae. Enrique Salazar Meza y Lcdo. Roberto Córdova, por todo su apoyo y comprensión.

Isabel Arzube Delgado

AGRADECIMIENTO

Si tengo que agradecer empiezo por Dios, ya que he sentido que él ha guiado todo mi camino, desde mi infancia hasta la actualidad cuidando mis pasos y permitiéndome conocer a gente tan valiosa que me han ayudado a crecer y a formarme.

Entre todas estas personas pongo en primer lugar a mi madre quien se ha preocupado y dado su apoyo incondicional siempre, todos mis logros y todo lo que soy se lo debo a ella y gracias a su ayuda este proyecto se pudo realizar.

A mi abuelo que en paz descance que fue mi mayor influencia en la niñez y siempre lo recuerdo con cariño.

A los pocos profesores que en realidad me enseñaron algo y transmitieron un poco de conocimiento valioso o influenciaron para bien en mi vida profesional.

A mis compañeros que compartieron gratos momentos conmigo aprendiendo y disfrutando de nuestra vida universitaria.

A las instituciones que me dieron una oportunidad para laborar, poder tener experiencia y fueron fuente de real conocimiento.

Y por último agradezco a mis compañeras de tesis por el arduo trabajo y la buena comunicación entre nosotros.

Jhonan Galarza G.

AGRADECIMIENTO

Cuando pensé en este agradecimiento dedique mucho tiempo en imaginar a quien agradecer, y llegue a la conclusión de que todos son importantes, al estar en esta etapa de mi vida dándome desde 1 minuto como también las horas mas extensas y cansadas de su tiempo.

Dios sabe que mi agradecimiento es el mas sincero, y a el no lo puedo dejar atrás por cruzarlas en mi camino, dándome la fortaleza para continuar en el, por hacer que me levante cada día brindándome sus bendiciones.

Soy afortunada en poder escribir que doy gracias a mis padres por que han guiado mi vida hasta el día de hoy. Estando en la puerta del jardín con mi primera lonchera hasta esperarme despiertos que llegue a casa, no siendo los padres perfectos mas bien siendo los padres que aprenden en el camino y me dan sus manos cuando algún día me ven tropezar, añadiéndole la razón de traer al mundo a las mujeres que tengo por hermanas y que sin duda son parte de mi corazón.

A mis amigos que sin nombrarlos sabrán que están en estas líneas, y es que con ellos mi tiempo pasa pero nuestras risas no se agotan, han demostrado que sin llamarlos están ahí llegando a ser mis hermanos de corazón.

Y al final pero no menos importante a quienes se, desde siempre han cuidado de mi en donde quiera que estén, desde pequeña supe que estarían ahí, aunque sin conocerlos los extrañaba también quiero que mi agradecimiento lo sientan desde mi corazón hasta su alma.

Dios nos bendiga a todos

Cinthya Joselyn Rebutty Troncozo +

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado con inmensa gratitud a mis padres, los pilares fundamentales de mi vida..

A Cinthya Rebutty Troncoso que en paz descansa.

Isabel Arzube Delgado

DEDICATORIA

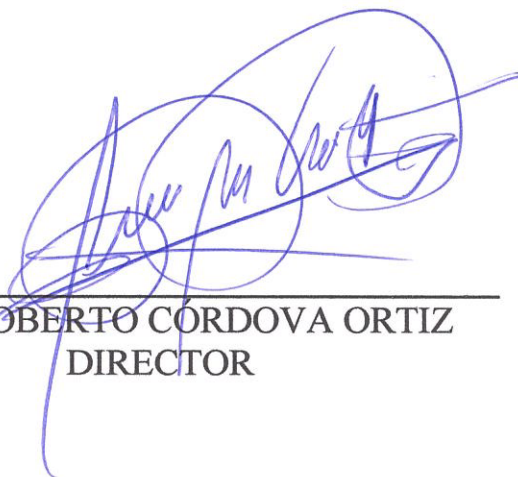
Dedico este proyecto a mi familia por su apoyo incondicional durante todo mi proceso educativo, en especial a mi madre.

Jhonan Galarza G.

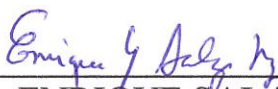
DECLARACIÓN EXPRESA

*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

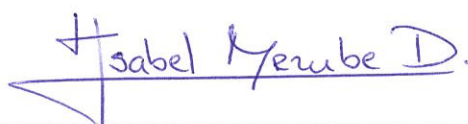


Lcdo. ROBERTO CORDOVA ORTIZ
DIRECTOR

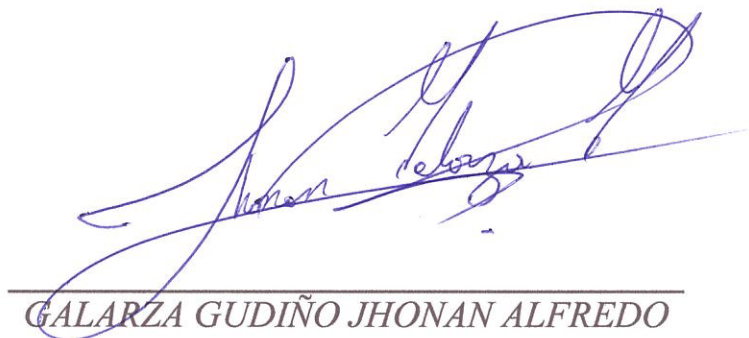


Mae. ENRIQUE SALAZAR MEZA
DELEGADO

FIRMA DE LOS AUTORES DEL INFORME DE MATERIA
DE GRADUACIÓN

A handwritten signature in blue ink, reading "Isabel Arzube D.", with a stylized flourish at the end.

ARZUBE DELGADO ISABEL AMALIA

A handwritten signature in blue ink, reading "Jhonan Gudiño Galarza", with a large, sweeping flourish at the end.

GALARZA GUDIÑO JHONAN ALFREDO

RESUMEN

La variedad de programas concurso que encontramos en distintos canales de televisión tanto nacionales como extranjeros, han causado un gran impacto en los telespectadores de nuestro país, y esto es posible gracias a la adecuada dirección de arte plasmada en cada detalle, de la línea gráfica, de los escenarios y lo innovador de la temática de sus concursos.

Durante el proceso de investigación de mercado realizado en la provincia de Santa Elena, se llegó a la conclusión, que los programas concurso tienen gran acogida en este sector de nuestro País.

El programa “El Reto” tiene un contenido con gran potencial para lograr la aceptación de los televidentes, pero necesita reformar su estética, por ello se propone una cautelosa y efectiva dirección de arte para el rediseño de su línea gráfica, ambientación y decorados. Estas modificaciones, servirán para llevar a cabo el proyecto propuesto, de manera concreta y efectiva.

La dirección de arte es la actividad responsable de la imagen y sus códigos visuales, es ante todo lo que hace posible una comunicación funcional de gran talento estético y creativo. El encargado en desempeñar esta exigente labor es el Director de Arte luego de una larga investigación previa, plasma sus ideas creando y contruyendo desde pequeñas gráficas hasta espacios tridimensionales, tomando cuenta los requerimientos del proyecto que se encuentre trabajando. A su vez presupuestará cada uno de sus diseños y realizará un cronograma de trabajo del departamento de arte, de manera tal que se logre optimizar el tiempo y los recursos, coordinando fechas para entrega de decorados intervenidos por los profesionales del departamento de arte.

En este manual se detalla los parámetros a considerar para realizar un programa de calidad y otorgar a “El Reto” una identidad, la cual se acople a las exigencias de los televidentes.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1

1. GENERALIDADES DEL PROYECTO	19
1.1 ANTECEDENTES GENERALES.....	20
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	22
1.2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	22
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	23
1.4 OBJETIVOS.....	24
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	24

CAPÍTULO 2

2. SITUACIÓN ACTUAL	26
2.1 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	26
2.2 PLAN ESTRATÉGICO	26
2.2.1 MISIÓN.....	26
2.2.2 VISIÓN.....	26
2.3 MOTIVACIÓN	27
2.4 DELIMITACIÓN	27
2.5 JUSTIFICACIÓN.....	27

CAPÍTULO 3

3. MARCO CONCEPTUAL.....	28
3.1 MARCA	29
3.1.1 ISOTIPO MONOCROMÁTICO.....	29
3.1.2 LOGOTIPO	30
3.1.3 ISOLOGO.....	31
3.1.4 VARIACIONES	32
3.2 TENDENCIA O MOVIMIENTO ARTÍSTICO	35
3.3 DEFINICIÓN GRÁFICA.....	39
3.3.1 FORMA.....	40
3.3.2 TIPOGRAFÍA	40

3.3.3 COLORIMETRÍA.....	41
3.4 PAQUETE GRÁFICO	42
3.4.1 BUMPER (IN-OUT)	42
3.4.2 SIN FIN	44
3.4.3 CORTINILLAS	45
3.4.4 PANTALLA DE PRESENTACIÓN DE PARTICIPANTES	47
3.4.5 SOBREIMPRESIONES	48
3.4.6 LOWER THIRD.....	49
3.4.7 TRANSICIÓN IN/OUT	50
3.4.8 PANTALLAS DIVIDIDAS	50
3.4.9 PROMOCIONAL.....	51
3.4.10 TEMPORIZADOR.....	52
3.4.11 MARCA DE AGUA.....	53
3.4.12 MARCADOR	53
3.5 CONCEPTO DEL PROGRAMA.....	54
3.6 DURACIÓN, HORARIO Y TARGET DEL PROGRAMA.....	54
3.7 GÉNERO Y CONTENIDO.....	55
3.8 REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA.....	57

CAPÍTULO 4

4. ADAPTACIÓN DE LA MARCA A MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS.....	60
4.1 INTRODUCCIÓN.....	61
4.2 MEDIOS DIGITALES.....	61
4.3 MEDIOS IMPRESOS	62

CAPÍTULO 5

5. IMPLEMENTACIÓN DE LÍNEA GRÁFICA	65
5.1 CONTENIDO	65
5.2 MARCA EN 2D	68
5.3 PROCESO DE UNA IMAGEN 2D A 3D	69
5.4 RENDER Y EXPORTACIONES	71

CAPÍTULO 6

6. IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA	78
6.1 PROCESO DE ELABORACIÓN	78
6.1.1 BOCETOS	78
6.1.2 LEVANTAMIENTO EN 3D	81
6.2 ILUMINACIÓN	82
6.3 ESPACIO Y MEDIDAS DE LA ESCENOGRAFÍA	83
6.4 MATERIALES SUGERIDOS	83
6.5 MANO DE OBRA	85

CAPÍTULO 7

7. PRESUPUESTO, CRONOGRAMA Y ORGANIGRAMA	87
7.1 PRESUPUESTO	87
7.1.1 COSTOS SOBRE LA LÍNEA	87
7.1.2 COSTOS BAJO LA LÍNEA	87
7.1.3 PRESUPUESTO POR ETAPAS	87
7.2 CRONOGRAMA	90
7.2.1 PRE-PRODUCCIÓN	91
7.2.2 PRODUCCIÓN	91
7.2.3 POST-PRODUCCIÓN	92
7.3 ORGANIGRAMA	92
7.3.1 RESPONSABILIDADES Y ACTIVIDADES DE CADA MIEMBRO DEL EQUIPO DE TRABAJO	93
7.3.1.1 DIRECTOR DE ARTE	93
7.3.1.2 DISEÑADOR GRÁFICO	93
7.3.1.3 ILUSTRADOR	93
7.3.1.4 MODELADOR 3D	93
7.3.1.5 DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA	94
7.3.1.6 ILUMINADOR	94
7.3.1.7 ARQUITECTO	94
7.3.1.8 EBANISTA	94
7.3.1.9 MAESTRO DE MATERIALES TRASLÚCIDOS	95
7.3.1.10 CONTRATISTA ARTESANAL	95

7.3.1.11 ELECTRICISTA	95
7.3.1.12 PINTOR.....	95
7.3.1.13 POST-PRODUCTOR.....	96
7.3.1.14 ANIMADOR.....	96
7.3.1.15 FX.....	96
7.3.1.16 EDITOR	96
7.3.1.17 SONIDISTA.....	96

CAPÍTULO 8

8. DERECHOS DE AUTOR.....	98
8.1 INTRODUCCIÓN.....	98
8.2 ¿CÓMO SE PROTEGE EL DERECHO DE AUTOR?	98
8.3 SIGNOS DISTINTIVOS.....	99
8.3.1 CONCEPTOS.....	99
8.3.2 ¿QUIÉN PUEDE REGISTRAR UNA MARCA?.....	99
8.3.3 BENEFICIOS Y DERECHOS QUE CONFIERE EL REGISTRO DE UNA MARCA	99
8.3.4 CONSEJOS PARA REGISTRAR UNA MARCA	100
8.3.5 PROCEDIMIENTO DE REGISTRO.....	100
8.3.6 TASAS POR REGISTRO DE MARCA	100
8.4 DERECHOS DE AUTOR DE LAS OBRAS AUDIOVISUALES	100

CAPÍTULO 9

9. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES.....	103
9.1 CONCLUSIONES.....	103
9.2 RECOMENDACIONES	103

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA.....	105
-------------------	-----

GLOSARIO

GLOSARIO	123
----------------	-----

ÍNDICE DE IMÁGENES

CAPÍTULO 3

Figura 3.1 Isotipo de “El Reto”	30
Figura 3.2 Logotipo de “El Reto”	30
Figura 3.3 Marca rediseñada en 2D de “El Reto”	31
Figura 3.4 Marca actual en 2D de “El Reto”	31
Figura 3.5 Marca rediseñada en 3D de “El Reto”	31
Figura 3.6 Marca actual en 3D de “El Reto”	32
Figura 3.7 Primera variación del Isologo	32
Figura 3.8 Segunda variación del Isologo	33
Figura 3.9 Tercera variación del Isologo	33
Figura 3.10 Usos incorrectos de color en la marca	34
Figura 3.11 Usos incorrectos de la forma de la marca	34
Figura 3.12 Estilo Ecléctico	36
Figura 3.13 Diseño de interior Ecléctico	36
Figura 3.14 Arte Futurista	37
Figura 3.15 Diseño Futurista	38
Figura 3.16 Diseño de Interior inspirado en Arte pop	39
Figura 3.17 Collage Pop Art del artista Eduardo Paolozzi	39
Figura 3.18 Flecha	40
Figura 3.19 Tipografía Lithos Pro Black	40
Figura 3.20 Sistema CMYK	46
Figura 3.21 Sistema RGB	42
Figura 3.22 Entrada del bumper	43
Figura 3.23 Animaciones y efectos del bumper	43
Figura 3.24 Animaciones y efectos del bumper	44
Figura 3.25 Final del bumper	44
Figura 3.26 Sin fin de “El Reto”	45
Figura 3.27 Segmento Participantes	45
Figura 3.28 Segmento Padrinos	46
Figura 3.29 Segmento Premios	46
Figura 3.30 Segmento Retos	47

Figura 3.31 Sobreimpresiones	48
Figura 3.32 Sobreimposición – LowerThird	49
Figura 3.33 Sobreimposición – LowerThird 2	49
Figura 3.34 Sobreimposición - LowerThird	50
Figura 3.35 Transición in/out.	50
Figura 3.36 Pantalla doble.....	51
Figura 3.37 Pantalla dobleacción	51
Figura 3.38 Promocional	52
Figura 3.39 Temporizador	52
Figura 3.40 Marca de agua	53
Figura 3.41 Marcador	53

CAPÍTULO4

Figura 4.1 Trabajo de la marca modo RGB en Adobe Illustrator.....	62
Figura 4.2 Trabajo de la marca modo CMYK en Adobe Illustrator	62
Figura 4.3 Levantamiento de la marca en 3D.....	63
Figura 4.4 Marca en 3D.....	63

CAPÍTULO5

Figura 5.1 Realización del bumper en Adobe After Effects	65
Figura 5.2 Realización del bumper en Adobe After Effects	65
Figura 5.3 Realización del Sin Fin en Adobe After Effects	66
Figura 5.4 Realización de los segmentos en Adobe After Effects	66
Figura 5.5 Realización del Lower Thrid en Adobe After Effects	67
Figura 5.6 Realización de las Pantallas Divididas en Adobe After Effects	67
Figura 5.7 Boceto de la marca “El Reto”	68
Figura 5.8 Realización de la línea gráfica en 2D.....	68
Figura 5.9 Procedimiento para guardar un archivo en Adobe Illustrator	69
Figura 5.10 Opciones para guardar el archivo en Adobe Illustrator	69
Figura 5.11 Opción de guardar en Adobe Illustrator para importarlo a Cinema 4D.....	70
Figura 5.12 Importación de archivos a Cinema 4D.....	70
Figura 5.13 Vector de Illustrator en Cinema 4D	71
Figura 5.14 Marca en 3D en Cinema 4D.....	71

Figura 5.15 Botón de Render Setting	72
Figura 5.16 Ventana de Render Setting.....	72
Figura 5.17 Opciones de Render Settings	73
Figura 5.18 Opciones de Render Settings	73
Figura 5.19 Botón de Render Final	74
Figura 5.20 Ventana de Import File	74
Figura 5.21 Ventana de configuraciones TARGA	75
Figura 5.22 Exportación en Adobe AfterEffects	75
Figura 5.23 Render Queue.....	76
Figura 5.24 Ventana de configuraciones para el render	76

CAPÍTULO6

Figura 6.1 Boceto de la escenografía	79
Figura 6.2 Escenografía vectorizada	79
Figura 6.3 Escenografía en escalas de grises.....	80
Figura 6.4 Escenografía a color.....	80
Figura 6.5 Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D.....	81
Figura 6.6 Escenografía en Cinema 4D.....	81
Figura 6.7 Escenografía final en 3D.....	82
Figura 6.8 Iluminación de la escenografía en Cinema 4D	83

CAPÍTULO7

Figura 7.1 Organigrama.....	92
-----------------------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO 3

Tabla 1 Equipo Humano.....	57
Tabla 2 Equipo Humano.....	58

CAPÍTULO 6

Tabla 4 Materiales principales para la escenografía.....	84
Tabla 5 Equipo de trabajo que interviene en la construcción de la escenografía.....	85

CAPÍTULO 7

Tabla 6 Presupuesto General	88
Tabla 7 Presupuesto General	89
Tabla 8 Cronograma	90



CAPÍTULO I

GENERALIDADES DEL PROYECTO

1. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1 ANTECEDENTES GENERALES

Para hablar de las generalidades del proyecto tenemos que remontarnos al origen del reality show como género televisivo, que surgió a principios del siglo XXI. Sin embargo, tiene un antecedente: en 1973 se emitió en Estados Unidos el programa documental “An American Family”, cuyos protagonistas eran los Loud, una típica familia norteamericana. Fueron elegidos para que en su casa se instalaran cámaras de televisión que grabarían durante las 24 horas del día su vida cotidiana. Durante los 12 episodios emitidos, más de diez millones de personas siguieron la filmación, en la que se descubrieron secretos familiares como una crisis matrimonial o la homosexualidad de uno de sus hijos.

En el 2011, The New York Times refleja algunas de las controversias que la serie generó:

La controversia en torno a una familia estadounidense se duplicó como un curso intensivo de alfabetización mediática. Los Loud, al afirmar que el material ha sido editado para enfatizar lo negativo, llamó la atención sobre cómo se forman relatos de no ficción. Algunos críticos argumentaron que la presencia de la cámara alentó a los sujetos que realizan. Algunos incluso dijeron que invalida el proyecto. Esa línea de razonamiento, invalidaría todos los documentales. También descarta el rol de actuación en la vida cotidiana, y la función potencial de la cámara como un catalizador, y no simplemente un observador.

Después de aquello, el primer reality show como tal fue emitido por MTV en 1992 y consistió en la retransmisión de un grupo de personas desconocidas viviendo dentro de una casa. Su nombre era Real World y actualmente suma 26 temporadas.

No obstante, el formato que revolucionó el mundo de los realities fue Gran Hermano, que comenzó en Holanda en 1998. Después de cinco años aterrizó en la televisión ecuatoriana. El rodaje se llevó a cabo en la ciudad de Buenos Aires, aunque todos los actores y parte de la producción eran ecuatorianos. Allí estaba Paco Cuesta, gerente de producción de Ecuavisa, que tenía los derechos de emisión de franquicia internacional, creada por el holandés John de Mol y su productora Endemol.

El éxito del programa fue indiscutible. Tanto, que en la noche de la final alcanzó los 40 puntos de rating, superando incluso a las finales del fútbol nacional.

¿Su secreto? “La gente se da cuenta de que los problemas que tienen los participantes también los tienen ellos. Se identifican con lo que se vive dentro de la casa”, comenta Cuesta. Sin embargo, después de su experiencia, asegura que no todo es positivo: “Es como estar en una cárcel. Los participantes no tienen nada que hacer y surgen conflictos entre ellos.

Bajo el lema “La competencia es de verdad”, el reality show Calle 7 (de origen chileno) inició su andadura en Ecuador en noviembre de 2012 en TC Televisión. El objetivo del show, tan alejado en esencia de Gran Hermano y de los realities musicales, es enfrentar a dos equipos en pruebas físicas en las que los participantes deben mostrar destreza y habilidad.

Esta última evolución hacia realities con contenido, en los cuales los participantes deben esforzarse y demostrar que saben competir, tuvo tal éxito que durante su estreno se obtuvieron 20 puntos de rating en promedio. Blanca Ugarte, gerente de producción y programas de TC Televisión, traduce este éxito en tener controlado hasta el más mínimo detalle y, sobre todo, un buen casting. “En las pruebas buscamos a personas que tengan fortaleza, pero también carisma, una historia que contar.” La principal diferencia que Ugarte encuentra con otro tipo de realities es que en Calle 7 “hay compañerismo y todos luchan por ser mejores. Ellos mismos te pueden decir cómo han cambiado y cómo han madurado a lo largo de la temporada”.

Otro programa de características similares es Combate, que se emite en RTS desde noviembre de 2010. En este caso se trata de dos equipos con 14 competidores que deben superar distintas pruebas con el fin de no ser eliminados y poder ganar un premio final.

Los protagonistas, normalmente, son ciudadanos de clase media, gente corriente que está dispuesta a actuar como una estrella de las pantallas a cambio de hacer pública su vida privada. Estos sujetos anónimos se convierten en personajes populares, pues una de las funciones de los medios de comunicación es otorgar estatus.

En la otra cara de la moneda, existe el llamado “síndrome del Show de Truman” que sufren los que fueron eliminados y cuya fama, con el tiempo, ha ido desapareciendo.

La creación de reality shows en el medio televisivo ha tenido auge gracias a la gran aceptación que poseen por la antes nombrada identificación de los televidentes y por otro

lado en el aspecto de producción televisiva con programas de bajos costos con altos puntos de rating, tal es el caso de combate transmitido en horario prime time, horario en el cual en otros canales se puede sintonizar noticieros e informativos nocturnos.

Parece la formula perfecta entre rentabilidad y costo de producción por lo cual el éxito de este genero es irrevocable y contundente.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Espol TV canal 41 lleva al aire más de 2 años, transmitido en señal UHF en la provincia de Santa Elena. Este ha logrado posicionarse en la mayoría de los hogares de dicha Provincia, pese a la competencia y su corta existencia.

En los canales de la provincia de Santa Elena han transmitido Reality Shows de canto tales como “Peketalentos” (BrisaTV- 2010), “Quiero ser una Estrella” (Espol TV - 2012), los cuales tuvieron buena aceptación, sin embargo carecían de una buena línea gráfica y escenografía que ayude al desarrollo de los mismos.

En el entorno playero de Santa Elena constantemente se realizan diversos eventos deportivos de surf, crossfit, volleyball, etc., los cuales son de gran acogida tanto para sus habitantes como para turistas, hasta la actualidad no se ha transmitido ningun programa como “El Reto” un reality deportivo que esta enfocado en la competencia entre dos parejas quienes deben realizar diversas pruebas para decidir quien es el vencedor.

1.2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

A pesar de tener un guión televisivo con gran potencial “El Reto” no posee una línea gráfica plausible, que le de su propia identidad y a su vez no consta con una escenografía para realizar el desarrollo del programa como la presentación de segmentos, concursos y entrevistas; esto podría poner en desventaja a “El Reto” con los demás Programas de su misma índole y generar poca aceptación en los televidentes.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El proyecto consiste en cambiar la línea gráfica del programa “El Reto”, con la implementación de una buena dirección de arte y la renovación de la concepción visual, mediante su contenido y concepto se propone elevar el interés del televidente por medio del desarrollo de una línea gráfica más adecuada, que sea capaz de competir con programas del mismo género que llevan trayectoria en otros canales.

En la actualidad los programas concurso han causado un gran impacto televisivo en nuestro país, poco a poco han ido evolucionando tanto en estética como en su metodología. Aspectos como la cotidianidad, las emociones, el trabajo en equipo y las relaciones personales en distintas situaciones son los que han capturado la atención en los televidentes.

ESPOL TV realizó un reality de canto que tuvo mucha acogida por los televidentes, demostrando que existe la oportunidad de presentar un nuevo espacio de entretenimiento como “El Reto” que ofrezca a Santa Elena un diferente punto de vista de los programas concurso.

Si el programa se ve bien, tiene mayor posibilidad de captar el interés y aceptación de los televidentes. Diseñar una escenografía ayudará a tener un espacio con el cual los televidentes puedan interactuar con los participantes.

Para ello es fundamental la función que realiza el Director de Arte, con gran talento estético y creativo, se encarga del desarrollo y supervisión de cada detalle necesario para comunicar un mensaje específico y dar una identidad visual al programa.

La importancia de la Dirección de Arte no solamente radica en entregar una producción estéticamente visual sino que también crear vínculos entre el espectador y el programa.

El presente manual consta con la propuesta del paquete gráfico, detallando los requerimientos necesarios para la elaboración del mismo. Como aportación general se ofrece recomendaciones y sugerencias para que de esta combinación surja un buen producto televisivo.

OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar una imagen novedosa y atractiva para el programa “El Reto”, que sea capaz de identificar su naturaleza y pueda lograr una satisfactoria comunicación visual con el televidente.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir el estilo y tendencia que adoptará el programa “El Reto”.
- Crear una línea gráfica atractiva y dinámica.
- Diseñar una escenografía funcional para el desarrollo del programa.
- Otorgar un mejor ambiente cromático y características visuales.
- Lograr que el televidente se sienta identificado y vinculado al programa



CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL

2. SITUACIÓN ACTUAL

2.1 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

“El Reto” es un programa propuesto para la parrilla de la programación del canal ESPOL TV, su imagen se basa en una línea gráfica dinámica, un animador carismático complementado con una escenografía agradable que interactúa con los participantes y televidentes, dando un espacio entretenido y divertido a la hora del desarrollo de los diferentes bloques del programa.

Se pretende hacer una fusión en la mente del televidente entre el entretenimiento y el conocimiento de nuestra cultura, un equilibrio que parece difícil de lograr pero que luego de un trabajo minucioso es posible realizar.

2.2 PLAN ESTRATÉGICO

Otorgar a la provincia de Santa Elena por medio de ESPOL TV un programa que aparte de entretener, permita conocer y aprender la cultura y costumbres de nuestro país, para inculcar en los televidentes otro punto de vista, que los cautive y genere conciencia de las riquezas que poseemos en Ecuador.

Se propondrá a “El Reto” una imagen renovada la cual le proporcionará una identidad competitiva y de gran alcance para obtener como resultado un posicionamiento televisivo en la población peninsular.

2.2.1 MISIÓN

Aportar al programa “El Reto” una imagen renovada, que se pueda complementar con el dinamismo de sus concursos y lo atractivo de nuestro Ecuador y de esta manera lograr un gran impacto en los televidentes.

2.2.2 VISIÓN

Lograr que este producto audiovisual obtenga gran acogida con un elevado rating, aportando a ESPOL TV prestigio por la calidad de su programación.

2.3 MOTIVACIÓN

Por medio de los reportajes y concursos demostrar los maravillosos rincones de nuestro país, y tenga como efecto adicional incrementar el turismo, así mismo que los habitantes de Santa Elena se sientan identificados, orgullosos y cautivados de tener un programa de tal magnitud.

2.4 DELIMITACIÓN

Como ESPOL TV es un canal local solo habrá transmisión para los habitantes y visitantes de la provincia de Santa Elena, los cuales constituirán el éxito del programa según su adaptación.

2.5 JUSTIFICACIÓN

Considerando que la propuesta del programa “El Reto”, sería nueva en la transmisión de ESPOL TV, ésta debe ser respaldada con una cautelosa dirección de arte la cual fortificará la calidad y contenido del mismo.



CAPÍTULO III

MARCO CONCEPTUAL

3. MARCO CONCEPTUAL

3.1 MARCA

Sabiendo que “El Reto” es una propuesta nueva, y que el programa no tiene posicionamiento en la audiencia, es necesario crear un imagotipo que se adapte a las características y requerimientos del programa para la identificación del mismo.

3.1.1 ISOTIPO MONOCROMÁTICO

El isotipo se refiere a la parte, generalmente icónica o más reconocible de una marca. En branding, hablamos de isotipo cuando reconocemos la marca sin necesidad de acompañarla de ningún texto. Mientras más sencillo es más fácil de recordar.

El isotipo debe comunicar efectivamente las connotaciones del proyecto, es la marca donde la imagen puede funcionar sin texto que la acompañe y debe ser icónica figurativa o abstracta, representativa para identificar la marca.

Es por esto, que hacer un buen isotipo es todo un arte y requiere de un profundo análisis, creatividad y capacidad de síntesis, para lograr con mínimos elementos el “Iso” de la empresa, es decir, el “igual” de la empresa de forma visual.

El isotipo de “EL RETO”, es la combinación de dos elementos, el primero el mapa del Ecuador, el cual nos permite apreciar que todo lo que acontecerá, esta desarrollado dentro del mismo país, seguido de la flecha la cual nos direcciona en los caminos por recorrer, los mismo que están trazados para los retos a presentarse.

Los colores a utilizar son el amarillo de la flecha que denota la energía y el dinamismo que las pruebas necesitan, con un toque de color verde en el mapa que representa la naturaleza en sus diferentes entornos donde se desarrollarán las actividades.



Figura 3.1: Isotipo de “El Reto”

3.1.2 LOGOTIPO

El logotipo está constituido exclusivamente de la tipografía, cuya elección es de gran importancia, para identificar la marca con impacto inmediato y perdurabilidad.

En este caso el logotipo está compuesto por elementos tipográficos que forman el nombre del programa “El Reto”.



Figura 3.2 Logotipo de “El Reto”

3.1.3 ISOLOGO

Isologo es la combinación del texto y el ícono los cuales se encuentran fundidos en un solo elemento. Son partes indivisibles de un todo y sólo funcionan juntos.

El texto está dentro de la imagen o la imagen dentro del texto. La parte gráfica sirve para reforzar la identidad del programa, persiguiendo la fácil memorización y diferenciación por parte de los televidentes.



Figura 3.3 Marca rediseñada en 2D de “El Reto”



Figura 3.4 Marca actual en 2D de “El Reto”



Figura 3.5 Marca rediseñada en 3D de “El Reto”



Figura 3.6 Marca actual en 3D de “El Reto”

3.1.4 VARIACIONES

El isologo solo será utilizado sobre fondo negro, blanco y turquesa; no tendrá ninguna otra variación de color ni de forma, ya que al manipularlo de otra manera cambiaría la identidad del mismo. Este será empleado en publicidades, papelería, artículos, merchandising y demás aplicaciones que sean promocional del programa.



Figura 3.7 Primera variación del Isologo



Figura 3.8Segunda variación del Isologo



Figura 3.9Tercera variación del Isologo



Figura 3.10 Usos incorrectos de color en la marca



Figura 3.11 Usos incorrectos de la forma de la marca

3.2 TENDENCIA O MOVIMIENTO ARTÍSTICO

TENDENCIA ECLÉCTICA

Consiste en la combinación de diversos estilos decorativos de diversas épocas. Esta tendencia se considera apropiada para “El Reto” porque es un programa dirigido a todo público y al fusionar diferentes estilos se acaparan la variedad de gustos de los televidentes.

La palabra eclecticismo deriva de la voz griega “ekleigen”, que significa escoger, seleccionar. Esta palabra fue especialmente utilizada en el terreno de la filosofía, para nombrar el punto en común de diversas disciplinas, que luego serían fusionadas para formar una nueva corriente de pensamiento.

En decoración lo ecléctico tiene que ver con la fusión de tendencias como lo clásico, lo colonial, el rústico, lo post moderno, lo tecnológico. Para lograr el eclecticismo no hay parámetros fijos y es abierto a diversos estilos. Con esta tendencia se renueva objetos del pasado y se les da otra apariencia, para que de esta manera puedan armonizar con objetos actuales. Dentro de esta opción decorativa se permite la mezcla de diversas tonalidades de madera, diferentes formas de muebles, distintos motivos en las alfombras, diferentes telas para el tapiz, entre otros.

En la tendencia ecléctica no existen principios dictaminadores, solo se avala al buen gusto y a la libre disposición para combinar elementos de diferentes etapas.

Los colores que frecuentemente se emplean en esta tendencia son aquellos que quiebren con la formalidad, que muestren una ruptura con lo tradicional o decimonónico, que sean llamativos. Sin embargo, paradójicamente lo ecléctico es aquello que busca encontrar el punto en común entre lo contemporáneo y lo clásico.



Figura 3.12Estilo Eclético



Figura 3.13Diseño de interior Eclético

Futurismo

El Futurismo fue una vanguardia que buscaba reflejar el movimiento, el dinamismo, la velocidad, la fuerza interna de las cosas, la exaltación de la guerra, las máquinas, lo nacional y lo sensual y todo lo que fuese moderno. Este movimiento rompía con lo tradicional, el pasado y el academicismo.

Para lograr el efecto de movimiento se basaron en diferentes técnicas: vibrantes composiciones de color, el divisionismo (heredado del neoimpresionismo), la

abstracción y desmaterialización de los objetos (tomada del cubismo) y finalmente la multiplicación de las posiciones de un mismo elemento (objeto o persona), realización de las líneas de fuerza, intensificación de la acción a través de la repetición y la yuxtaposición de frente y dorso de la figura (Simultaneismo).

Particularidades:

- Exaltación de la originalidad
- Estructuras del movimiento: tiempo, velocidad, energía, fuerza, etc.
- Contenido relacionado con el mundo moderno, las ciudades y los automóviles, su bullicio y dinamismo. Así como máquinas, deportes, guerra, etc.
- Utilización de formas y colores para generar ritmos.
- Colores resplandecientes.
- Transparencias.
- Multiplicación de líneas y detalles, semejantes a la sucesión de imágenes de un caleidoscopio o una película, (como resultado de la impresión de dinamismo).



Figura 3.14Arte Futurista



Figura 3.15Diseño Futurista

Arte Pop

El Arte Pop (Pop Art) fue un importante movimiento artístico del siglo XX, el “pop art” tiene sus orígenes en el dadaísmo del que recoge el collage y el fotomontaje, aunque pronto se distancia de él para formarse como una corriente separada. En EE.UU comenzó como un rechazo al expresionismo abstracto, al que consideraban excesivamente intelectual y apartado de la realidad social. Todo lo contrario al “pop art” que se inspira en el día a día de la vida urbana y cuyas fuentes de inspiración son el cómic, los anuncios publicitarios, el diseño de carteles y los elementos de la sociedad de consumo como los alimentos enlatados.

Los detalles de la decoración pop siempre llevan una impresión profunda y divertida para la mayoría de las personas. Otorga a los ambientes la impresión de un espacio fresco y divertido, el colorido despliegue de la decoración pop es un estilo tan loco que no tiene reglas.

El arte pop se basa en signos y símbolos, que se observan en casi todas las sociedades. El material para las creaciones del arte pop se convirtió en los objetos, texturas, materiales de uso común y los colores puros, brillantes, fluorescentes. El arte de la decoración pop no conlleva la armonía y el tacto de un interior de lujo, por lo que es un estilo ideal para aquellos que no tienen gustos limitados.



Figura 3.16Diseño de Interior inspirado en Arte pop



Figura 3.17Collage Pop Art del artista Eduardo Paolozzi

3.3 DEFINICIÓN GRÁFICA

Poniendo en manifiesto la combinación de tendencias (eclecticismo, futurismo, art pop) que se ha implementado tanto en al línea gráfica como en el set, es necesario acoplarlas a los parámetros del programa “El Reto” cuyo ideal es evocar un ambiente acogedor, alegre, dinámico para transmitirlo al televidente.

3.3.1 FORMA

Las formas sirven para representar las ideas, expresar sentimientos y enfatizar rasgos. Los logos más efectivos, pregnantes y memorables son aquellos de formas más simples.

Se ha elegido la flecha ya que representa la guía a seguir para realizar los retos y sus curvas representan los caminos que se recorrerá.

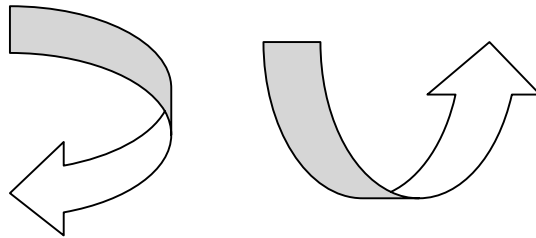


Figura 3.18 Flecha

3.3.2 TIPOGRAFÍA

Definimos la tipografía como el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras.

La tipografía busca que el mensaje se adapte hacia el público al que va dirigido. Principalmente, busca ser funcional, comunicar, transmitir.

La tipografía que se utilice va a transmitir, de manera subliminal, una parte muy importante del significado del logotipo.

Se escogió la tipografía LITHOS PRO para la línea gráfica, este estilo de tipografía expresa estabilidad, confianza, solidez, equilibrio, etc.



Figura 3.19 Tipografía Lithos Pro Black

3.3.3 COLORIMETRÍA

La colorimetría es la ciencia que estudia la medida de los colores, es decir la obtención de valores numéricos de éste.

El color, según Sir Isaac Newton, “es una sensación que se produce en respuesta a una estimulación nerviosa del ojo, causada por una longitud de onda luminosa”. El ojo humano interpreta colores diferentes dependiendo de las distancias longitudinales.

El color nos produce muchas sensaciones, sentimientos, diferentes estados de ánimo, nos transmite mensajes, nos expresa valores, situaciones y sin embargo no existe más allá de nuestra percepción visual.

Amarillo: Simboliza la luz del sol. Sugiere el efecto de entrar en calor, provoca alegría, estimula la actividad mental y genera energía muscular. Cuando se sitúan varios colores en contraposición al negro, el amarillo es en el que primero se fija la atención. Por eso, la combinación amarillo y negro es usada para captar la atención.

Azul: El azul es un color fresco, tranquilizante y se le asocia con la mente, a la parte más intelectual de la mente, el azul claro y el azul cielo, nos hacen sentir tranquilos y protegidos. Ayuda a controlar la mente, a tener claridad de ideas y a ser creativos.

Naranja: Se le asocia a la alegría, el sol brillante y el trópico. Representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo. Es un color que encaja muy bien con la gente joven. Tiene una visibilidad muy alta, por lo que es muy útil para captar atención y subrayar los aspectos más destacables de algo.

Verde: Representa la naturaleza por excelencia, expresa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad, sugiere estabilidad y resistencia. El verde oscuro tiene también una correspondencia social con el dinero.

Negro: Representa el poder, la elegancia, la formalidad, autoridad, fortaleza, intransigencia. También se asocia al prestigio y la seriedad. Contrasta muy bien con colores brillantes. Combinado con colores vivos y poderosos como el naranja produce un efecto agresivo y vigoroso.

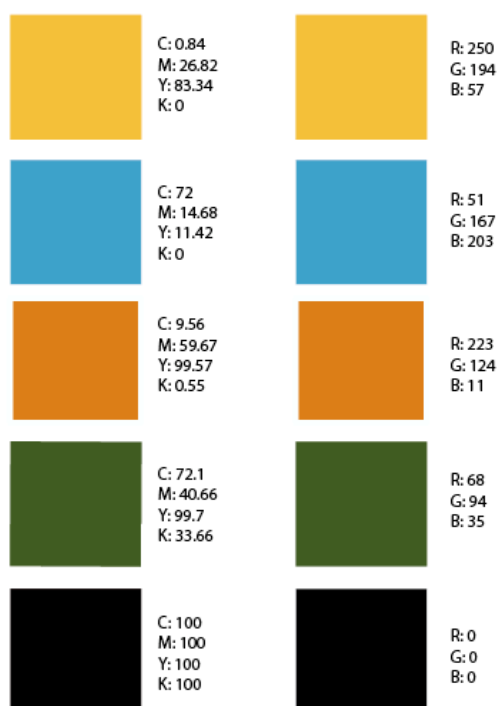


Figura 3.20 Sistema CMYK

Figura 3.21 Sistema RGB

3.4 PAQUETE GRÁFICO

El paquete gráfico de un programa hace referencia a la Imagen Corporativa del mismo, este incluirá varias piezas gráficas, que son composiciones visuales que pueden alternar en soporte y formato según donde vayan a ser adaptados.

En el caso de “El Reto”, se han creado diversas piezas gráficas de acuerdo al contenido que posee.

3.4.1 BUMPER (IN-OUT)

El bumper es un anuncio de corta duración, se coloca al comienzo de cada programa de TV, serie o novela, acompañado con un sonido característico o una voz en off. En el caso de “El Reto”, hace apertura al programa y da paso al set con el presentador.

Existen bumpers de entrada (inicio del programa) y de salida (va al finalizar un espacio televisivo).



Figura 3.21Entrada del bumper



Figura 3.22Animaciones y efectos del bumper

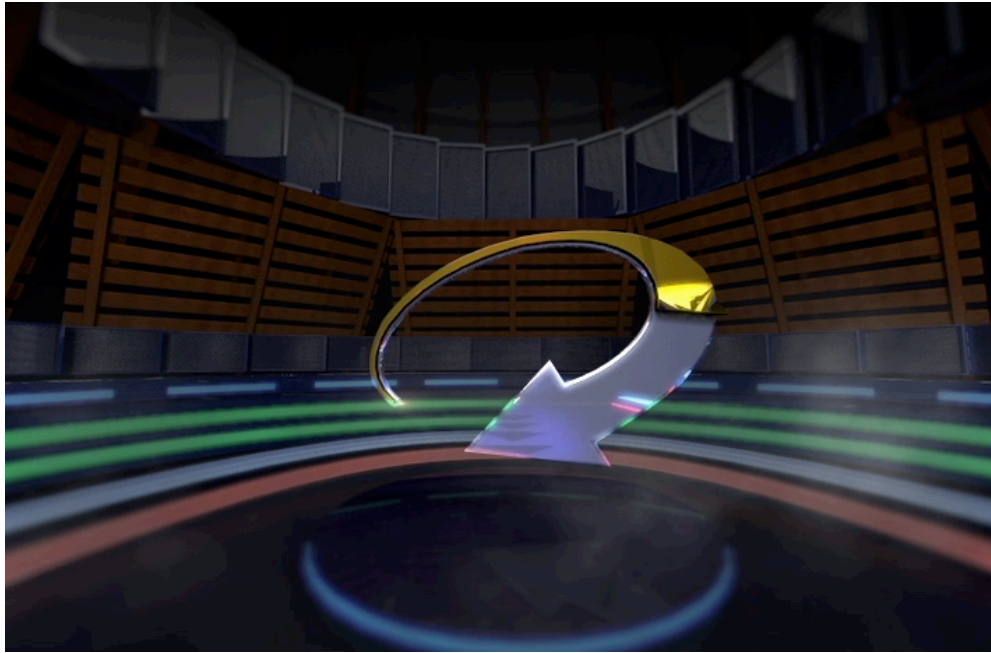


Figura 3.23 Animaciones y efectos del bumper



Figura 3.24 Final del bumper

3.4.2 SIN FIN

Es una animación en loop donde se presenta la marca de “El Reto”. El sin fin se lo proyectará en la pantalla situada en el escenario.



Figura 3.25 Sin fin de “El Reto”

3.4.3 CORTINILLAS

Es la animación que dividirá cada sección del programa de acuerdo al tipo de información que posea. Apesar de no tener definido los segmentos el programa “El Reto”, sugerimos que se realicen 4 segmentos:

- Presentación de participantes
- Presentación de padrinos
- Presentación de los premios
- Presentación de los retos



Figura 3.26 Segmento Participantes



Figura 3.27Segmento Padrinos



Figura 3.28Segmento Premios



Figura 3.29Segmento Retos

3.4.4 PANTALLA DE PRESENTACIÓN DE PARTICIPANTES

La la pantalla de presentación de participantes es una pieza realizada en postproducción, donde aparece información sobre los párticipantese como la edad, peso, ocupación, etc.



Figura 3.30Presentación de Participantes Equipo Plateado



Figura 3.31 Presentación de Participantes Equipo Dorado

3.4.5 SOBREIMPRESIONES

Las sobreimpresiones en la televisión son avisos gráficos que emergen en la pantalla mediante la emisión de un programa, series, novela etc.

Estas pueden abarcar publicidad, información relativa al programa que se está transmitiendo o pueden ser autopromociones del canal.

Suelen aparecer en la parte inferior de la pantalla y permanecer ahí algunos segundos, los suficientes para ser vistas sin problema.

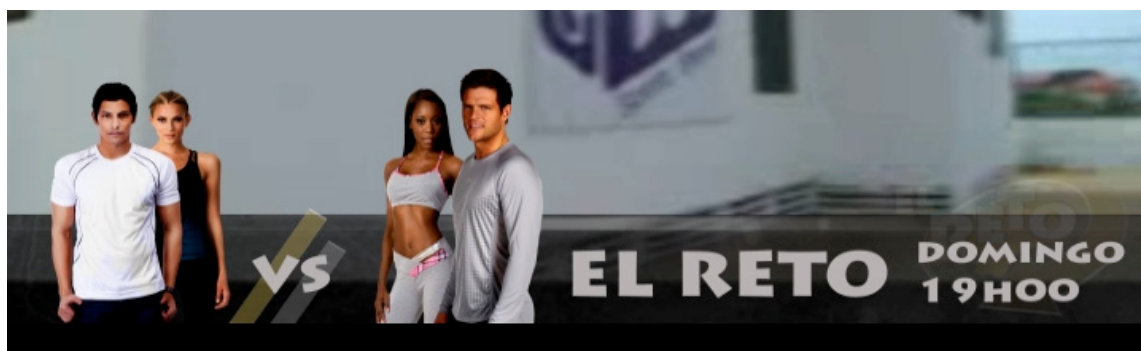


Figura 3.32 Sobreimpresiones

3.4.6 LOWER THIRD

Es un gráfico en forma de barra paralela que se coloca por lo general en la parte inferior de la pantalla de televisión. Consta con texto, color, forma, sombras, animaciones, donde se informará al televidente el nombre del presentador, concursantes, lugares, fecha, hora etc.



Figura 3.34 Sobreimposición –LowerThird

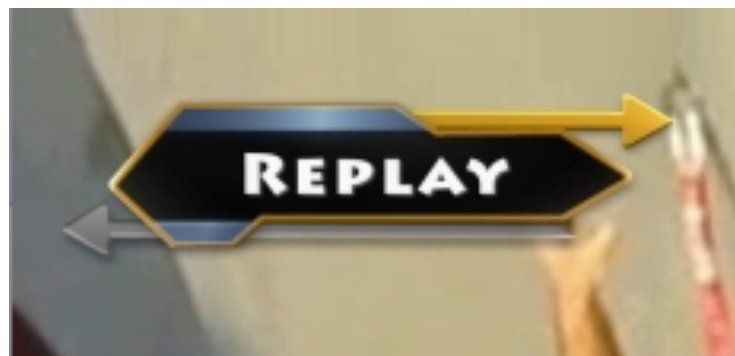


Figura 3.33 Sobreimposición – LowerThird 2



Figura 3.34 Sobreimposición – LowerThird

3.4.7 TRANSICIÓN IN/OUT

Es una pantalla animada que permite el paso al corte comercial.



Figura 3.35 Transición in/out.

3.4.8 PANTALLAS DIVIDIDAS

Son un tipo de sobreimposición en la pantalla de televisión, usada para separar un ambiente de otro (exteriores – studio) o (equipo 1 - equipo 2). Suelen estar acompañadas por una animación, logo del programa y texto.

Pueden existir pantallas divididas en dos o tres partes según el tipo de transmisión que se haga en el programa.

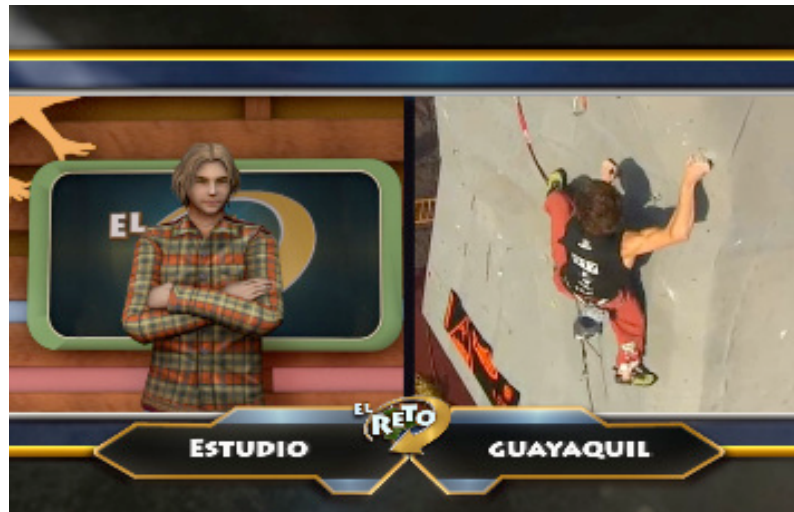


Figura 3.36 Pantalla doble



Figura 3.37 Pantalla doble acción

3.4.9 PROMOCIONAL

Es una pieza gráfica que se transmite días antes que se emita el programa para crear expectativa en los televidentes.



Figura 3.40 Promocional

3.4.10 TEMPORIZADOR

Es una animación que permite visualizar el tiempo transcurrido mientras los participantes realicen algún reto.

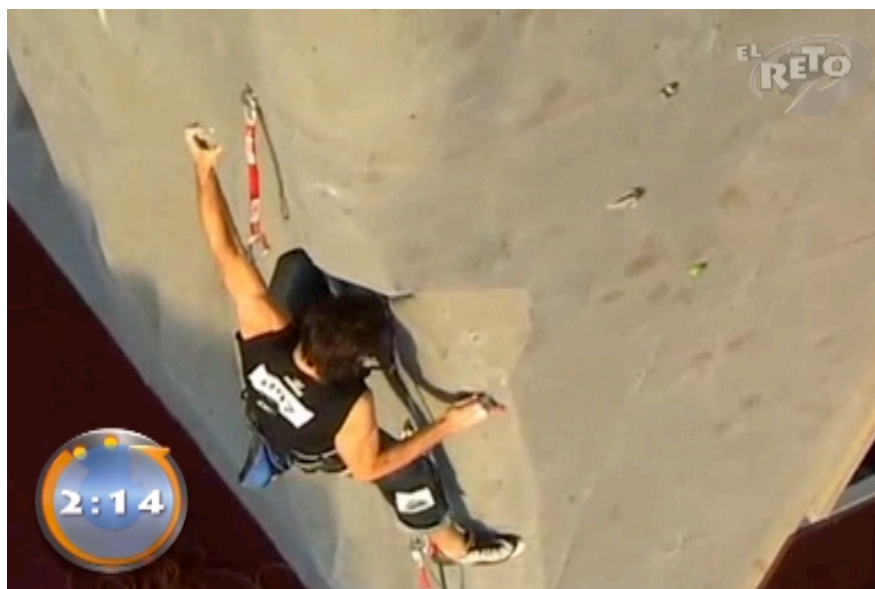


Figura 3.41 Temporizador

3.4.11 MARCA DE AGUA

Es el isologo del programa que se coloca en una esquina de la pantalla, este va de manera traslucida.



Figura 3.38 *Marca de agua*

3.4.12 MARCADOR

Es la gráfica en el cual se muestra el puntaje acumulado de cada equipo.



Figura 3.39 *Marcador*

3.5 CONCEPTO DEL PROGRAMA

Un programa concurso es un formato de televisión en el cual, uno o más participantes (miembros del público, artistas o famosos) realizan una serie de actividades para obtener la victoria, ser el ganador. En la mayoría de éstos, los participantes suelen competir de forma individual o en equipos, y obtener la mejor puntuación.

“El Reto” es un programa que pone a prueba las capacidades físicas, emocionales y de conocimiento de los participantes, con la ayuda de los talentos de pantalla que sean escogidos para concursar, juntos deberán pasar los retos establecidos para llegar a la victoria.

3.6 DURACIÓN, HORARIO Y TARGET DEL PROGRAMA

El Programa “El Reto”, sería transmitido los días miércoles con la duración de 1 hora 30 minutos, el programa está dividido en 7 bloques de 9 minutos cada uno y 6 cortes comerciales de 4 minutos, sin los cortes comerciales el programa durará 1 hora 6 minutos.

Cada semana se realizarán los reportajes y grabaciones en exteriores donde serán realizadas las pruebas por los concursantes y sus padrinos, lo cual será editado para presentar durante la proyección del programa.

En los medios televisivos el tiempo se clasifica en 4 partes:

A: Desde las 6h00 a 12h59 (horario dirigido: amas de casa)

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

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

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

El programa “El Reto” está establecido para ser transmitido en horario AA es decir a las 15h00 los miércoles. Aunque sugerimos que el programa se transmita en horario AAA a las 20h00 el mismo día, ya que es un programa dirigido a todo público.

El target apunta a un nivel local como es Santa Elena, debido a que la señal de Espol TV se proyecta en esta provincia, donde nuestro público objetivo son la clase media y media baja, los cuales sintonizan más la televisión local.

3.7 GÉNERO Y CONTENIDO

Los programas de entretenimiento son un claro reflejo, traducido en imágenes y símbolos, de nuestro acontecer cotidiano. Podemos dividirlos en cinco grupos principales, recordando, como hemos especificado, que se trata de los programas que más tienden a crear subgéneros, lo que es propio de la misma evolución de la producción televisiva. Estos grupos serían:

- Magazines: engloba géneros diversos y sirve como formato contenedor.
- Galas: con actuaciones musicales, de humor, etc.
- Concursos: de azar, de méritos, etc.
- Talk-shows: testimonios en plató.
- Reality-shows: género muy popular en los últimos años. Elejemplo paradigmático "Gran Hermano".

Un concurso es un juego de competencia. Siempre consistente en que entre un grupo de individuos, uno o varios de sus miembros intenten alcanzar una meta superando una serie de obstáculos, ateniéndose a unas normas. Este es el principal aliciente de este formato, es un modelo reduccionista de la vida misma, un superarse día a día para ser mejor que alguien en algo y tratar de alcanzar lo ambicionado.

Los tres componentes principales de cualquier concurso son:

- El azar
- La estrategia
- Los méritos

Según sea mayor o menor uno de estos componentes podremos clasificar los concursos en dos grupos: azar y mérito.

AZAR: se refiere a los concursos donde el factor predominante es la suerte. Esto no supone que no existan reglas y que no hayan de aplicarse en algún momento las otras variables (méritos y estrategia). Pueden dividirse en tres subgéneros:

1. Concursos de conocimientos: contienen elementos azarosos pero exigen de conocimientos para poder ir avanzando en las siguientes fases. En “La Rueda de la Fortuna” el concursante se deja llevar por el azar cuando da vueltas a la misma para determinar que letra va a salir, pero posteriormente debe tener conocimientos culturales de nivel medio para poder aspirar al premio final.

2. Concursos de habilidades: aquellos en que los concursantes deben resolver las situaciones mediante su capacidad, la mayoría de las veces física. Un ejemplo sería el exitoso programa Español “El gran juego de la oca” donde los concursantes avanzan en un tablero hasta llegar a las semifinales.

3. Concursos de actuaciones: cuando la fortuna interviene en la participación, pretendidamente artística, de los concursantes que intentan vencer en el programa con sus cualidades creativas. Son muy frecuentes aquellos en que sus aspirantes a estrellas son niños porque facilitan la emoción de los padres colocados en un lugar muy visible, como “Pequeños Gigantes”.

MÉRITOS: los concursos en los que el participante supera prueba tras prueba por sus propios méritos. Un ejemplo sería ¿Quiénquiere ser millonario?”. Podemos encontrar aquí otros tres subgrupos:

- Concursos temáticos: aquellos cuyo desarrollo se basa en el mérito intelectual de los concursantes, es decir, programas donde los participantes muestran su nivel cultural.
- Concursos de pruebas: modelo en el que conseguir superar una prueba permite participar en la siguiente. Existe una segunda tipología cuando se participa en una serie de pruebas preestablecidas puntuando según se superen venciendo quien mayor puntuación final logre. Ejemplo “Mega Match”
- Concursos de artistas: donde se trata mostrar las cualidades artísticas de los participantes en ocasiones con posibilidades de obtener un contrato profesional para desarrollar e impulsar tales dotes. Ejemplo “Pop Star”

Establecidos los formatos de programas de televisión podemos definir que “EL Reto” pertenece al género entretenimiento del cual a su vez se desplaza el subgénero concurso.

3.8 REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA

Considerando que el programa “El Reto” no existe aun en la parrilla de Espol TV, ponemos a conocimiento los requerimientos del programa y los correspondientes a dirección de arte.

EQUIPO HUMANO		
<i>Cantidad</i>	<i>Cargo</i>	<i>Descripción</i>
1	Director	Responsable de dirigir, decidir, supervisar y guiar al equipo de trabajo
1	Productor	Organiza y controla el proyecto
3	Camarógrafos	Operadores de las cámaras
1	Director Técnico	Manipulala consola de video y coordina los aspectos técnicos de la producción
2	Asistentes Técnicos	Intervienen en la parte técnica
1	Presentador	Anfitrión que presenta y conduce el programa
1	Reportero	Realiza los reportajes
2	Maquillista y Vestuarista	Encargado del maquillaje y vestuario
1	Director de Arte	Dirige los equipos de diseño, ambientación, escenografía, presupuestos
1	Director de Fotografía	Determina los aspectos visuales
1	Iluminador	Se encarga de la iluminación
3	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 FX	Crea imágenes con movimiento y aplica los efectos especiales
1	Editor	Manipula imágenes y sonido
1	Sonidista	Encargado del sonido

Tabla 1 Equipo Humano

EQUIPOS TÉCNICOS Y SUMINISTROS		
<i>Cantidad</i>	<i>Equipo</i>	<i>Descripción</i>
3	Cámaras de video	Transductor óptico
2	Memory card 64 Gb	Grabación de videos
3	Baterías y cargadores para cámara	Energía extra para las cámaras
3	Trípodes	Estabilización y soporte de la cámara
Varias	Luces	Fresnels y Softlight
3	Micrófono corbatero	Para presentador y entrevistados
2	Microfono boom	Para exteriores
2	Micrófonos	Para exteriores (reportero) y dentro del set (concursantes)
Varios	Cables	Realizar conexiones
3	Extensiones eléctricas	Proveen energía
1	Cámara fotográfica	Dispositivo utilizado para capturar imágenes o fotografías
2	Audífonos	Escuchar grabaciones y para la Post-Producción
1	Pc	Procesador Core i7 / S.O. Windows 7 / Memoria RAM 4Gb
2	iMac	Procesador Core i7 / S.O. Mac OSX Mountain Lion/ Memoria RAM 4Gb
3	Regulador	Regula el voltaje
2	Disco duro externo	Almacena información (Capacidad 1Tb)
3	DVD (50 unidades)	Grabar información
1	Impresora	Imprimir la información que se necesite
2	Resmas de Hojas	Para guiones, planes de trabajo, etc.

Tabla 2 Equipo Humano

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

Tabla 1 Software para Post-Producción



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 formar la línea gráfica para un producto audiovisual no es sólo un artista sino un curioso investigador que plasma sus ideas, primero indaga en programas similares al que está trabajando, luego investiga tendencias que se puedan adaptar a la identidad visual que desea crear. Teniendo en cuenta que todos los elementos que van a intervenir, formen una unidad que logre transmitir a los televidentes el mensaje deseado.

4.2 MEDIOS DIGITALES

Cuando se trabaja para medios digitales como televisión, internet, se debe trabajar en el modelo de *color aditivo* RGB que significa Red, Green y Blue. Cada uno de los tres colores tiene una intensidad que va desde el 0 (negro) hasta el 255 (blanco), creando así 256 diferentes tonalidades para ese color. La combinación de estas tres variantes ofrece una paleta de 16,7 millones de colores, más de los que el ojo humano es capaz de diferenciar.. Estos son los colores básicos y no hay 'colores' blanco o negro. Blanco es la suma de todos estos colores y negro es su ausencia.

Es el modo más versátil, porque es el único que admite todas las opciones y los filtros que proporcionan las aplicaciones gráficas. Además, admite cualquier formato de grabación y canales alfa.

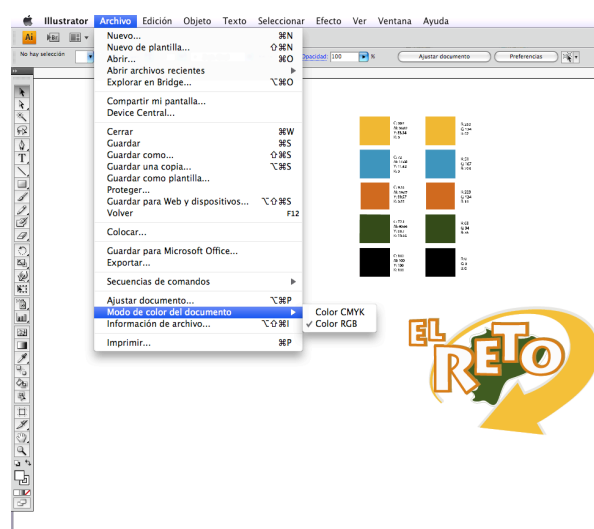


Figura 4.1 Trabajo de la marca modo RGB en Adobe Illustrator

4.3 MEDIOS IMPRESOS

Los colores CMYK son los que se crean a partir de la suma de cuatro tintas: cian, magenta, amarillo y negro (cyan, magenta, yellow y black).

El modo de color CMYK se utiliza cuando el trabajo realizado esté diseñado para salir en imprenta. Se debe tener en cuenta que el resultado (en cuanto a colores) de un trabajo impreso nunca será igual, a lo que se aprecia en la pantalla. Sin embargo, al utilizar modo CMYK habrá menos asombro cuando se imprima el diseño.

La manera de asignar la intervención de un color es mediante el porcentaje, que va desde 0% a 100%, teniendo esto en cuenta podemos concluir que las partes claras de una imagen impresa tendrá un porcentaje menor de color que una parte oscura.

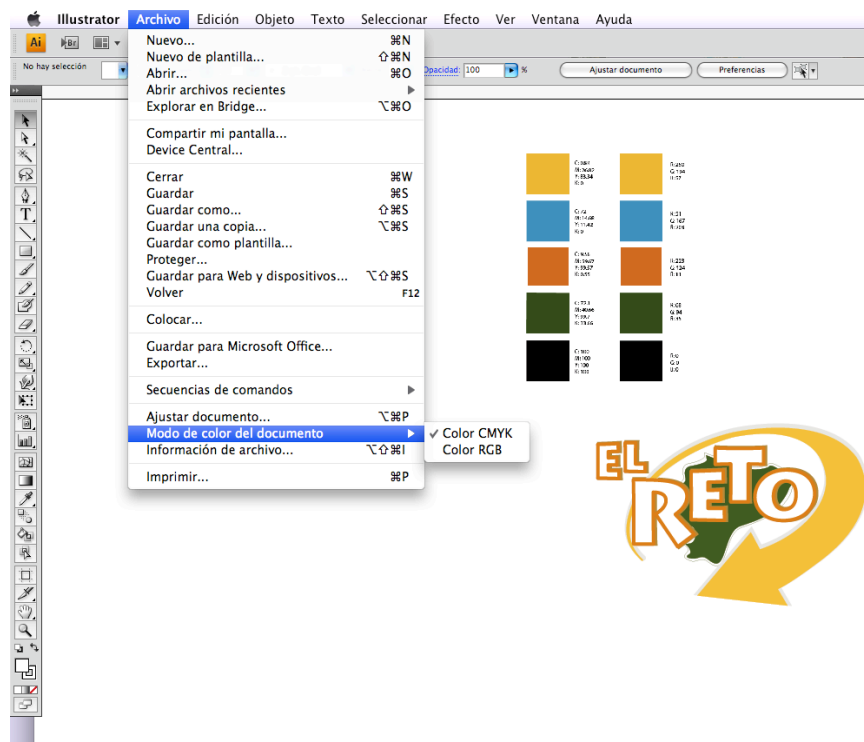


Figura 40.2 Trabajo de la marca modo CMYK en Adobe Illustrator

4.4 DESARROLLO DE LA MARCA EN 3D

Creada la marca en 2D, se la importa a un software de efectos visuales, animación y modelado 3D.

En efecto se levanta la marca en 3 dimensiones acompañada de movimientos, texturas, efectos, luces, que van a ir acorde a lo que se quiere proyectar en la pantalla.

En el caso de “El Reto”, se realizó el isologo en 3D, otorgando profundidad y movimiento libre a todos lados, mejorando de esta manera su estética

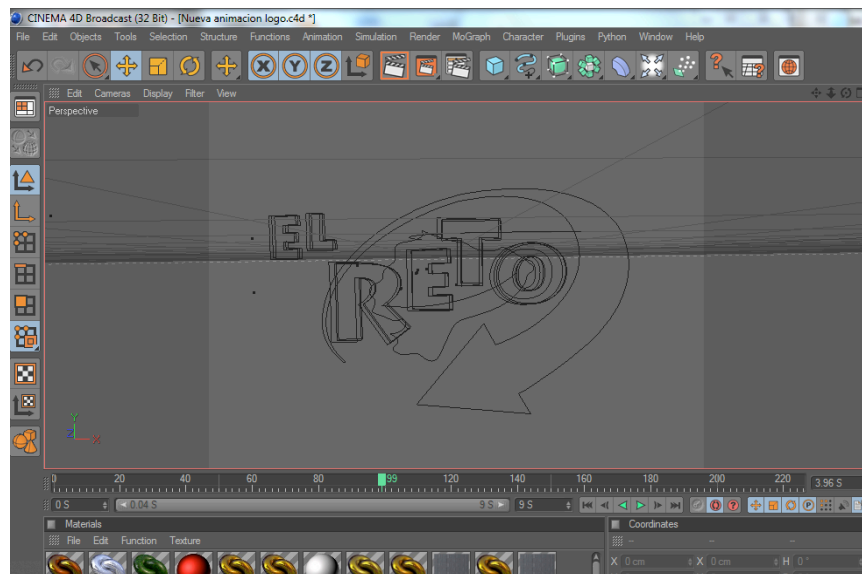


Figura 41 Levantamiento de la marca en 3D



Figura 42 Marca en 3D



CAPÍTULO V

IMPLEMENTACIÓN DE LÍNEA GRÁFICA

5. IMPLEMENTACIÓN DE LÍNEA GRÁFICA

5.1 CONTENIDO

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

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



Figura 5.1 Realización del bumper en Adobe AfterEffects

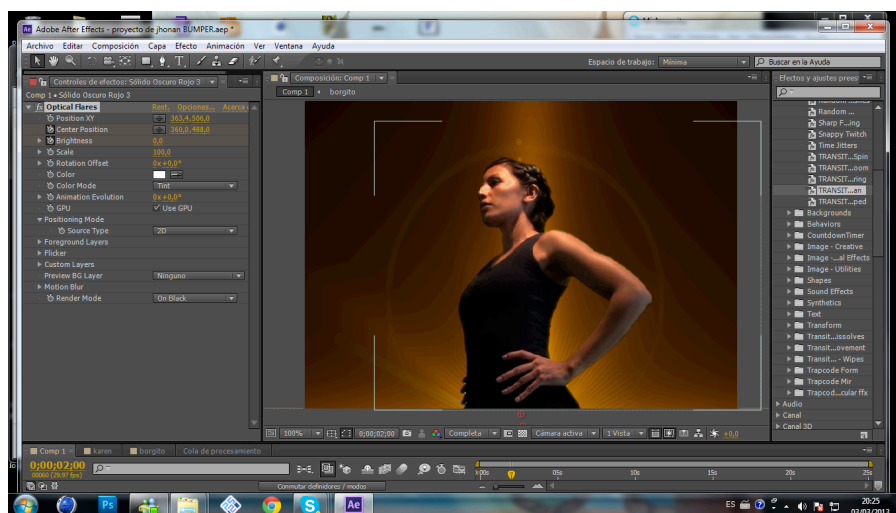


Figura 5.2 Realización del bumper en Adobe AfterEffects



Figura 5.3 Realización del Sin Fin en Adobe AfterEffects



Figura 5.4 Realización de los segmentos en Adobe AfterEffects



Figura 5.5 Realización del LowerThrid en Adobe AfterEffects

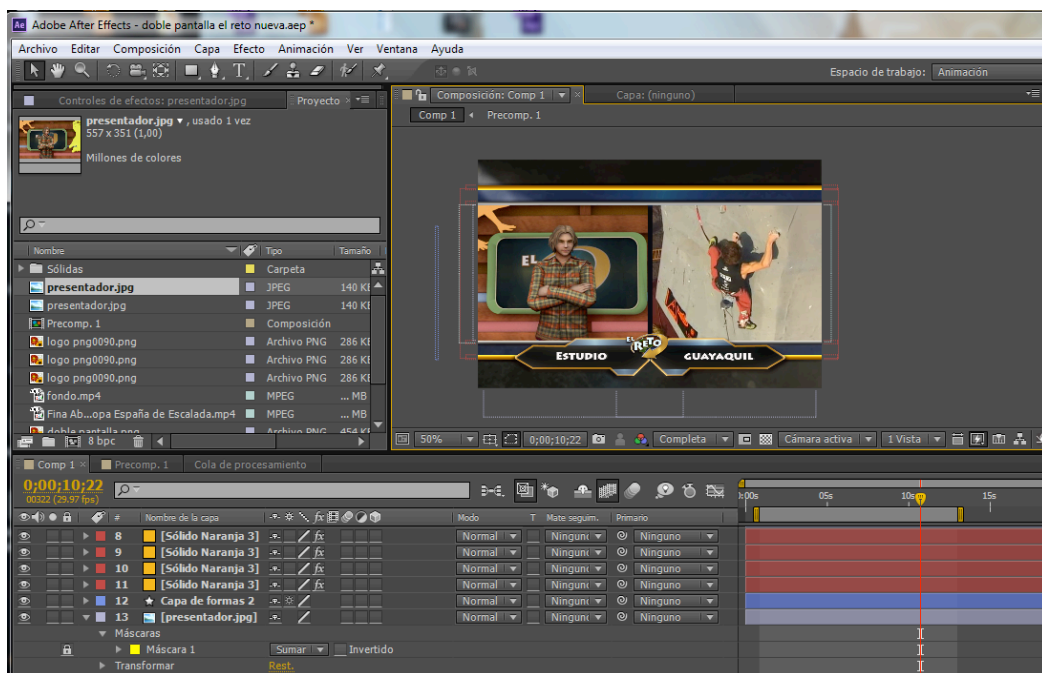


Figura 5.6 Realización de las Pantallas Divididas en Adobe AfterEffects

5.2 MARCA EN 2D

La realización de la marca en 2D, en colores monocromáticos, se comienza por un boceto, el cual pasa a ser *vectorizado* en Adobe Illustrator, en el cual se comienza a trabajar la marca.



Figura 5.7 Boceto de la marca “El Reto”

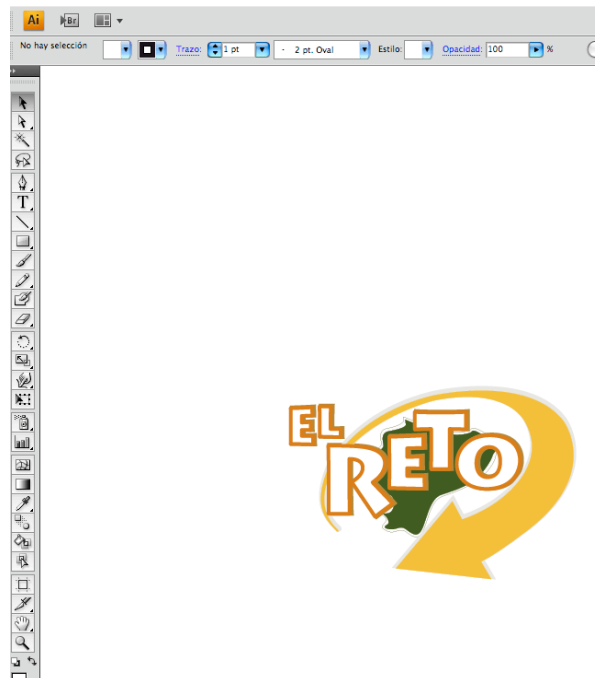


Figura 5.8 Realización de la línea gráfica en 2D

5.3 PROCESO DE UNA IMAGEN 2D A 3D

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

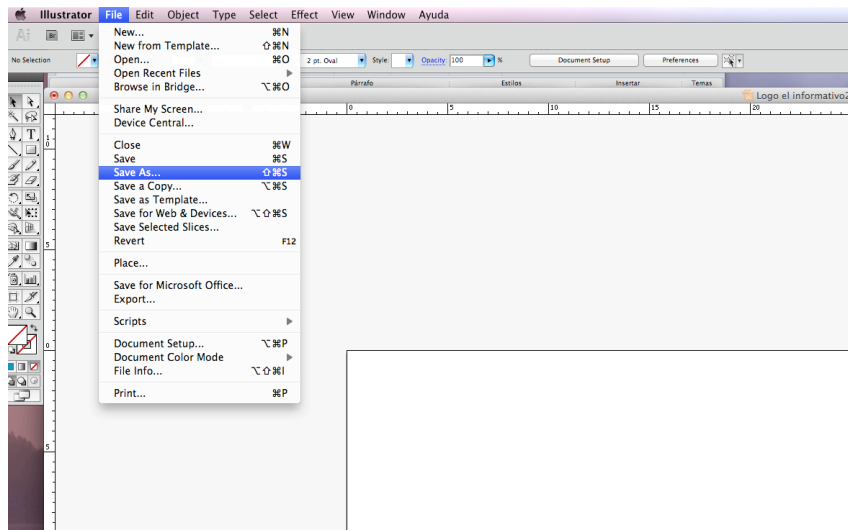


Figura 5.9 Procedimiento para guardar un archivo en Adobe Illustrator

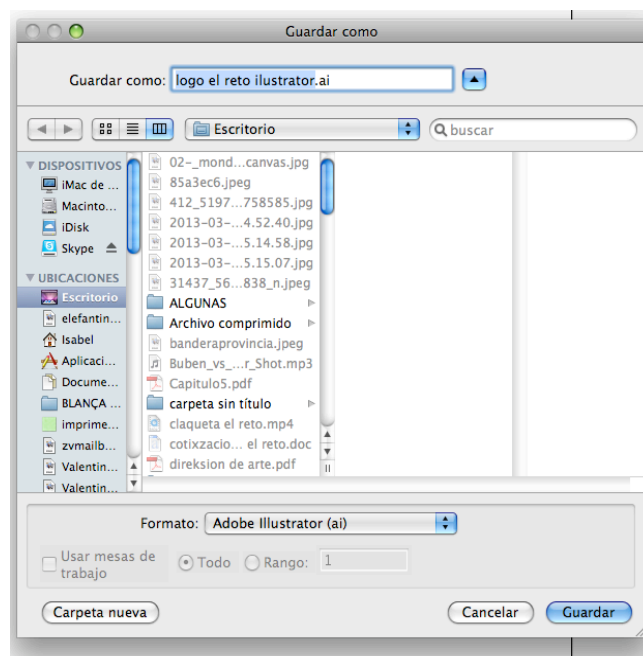


Figura 5.10 Opciones para guardar el archivo en Adobe Illustrator

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

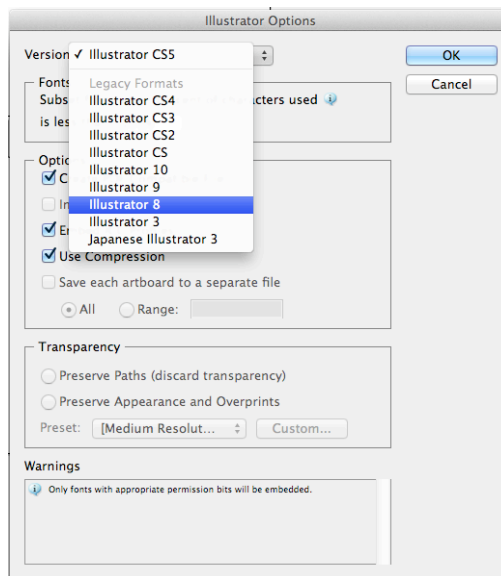


Figura 5.11 Opción de guardar en Adobe Illustrator para importarlo a Cinema 4D

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

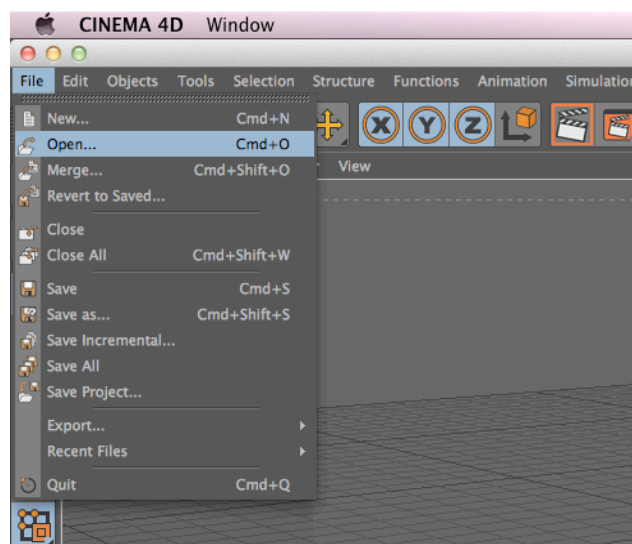


Figura 5.12 Importación de archivos a Cinema 4D

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

**Figura 5.13 Vector de Illustrator en Cinema 4D****Figura 5.14 Marca en 3D en Cinema 4D**

5.4 RENDER Y EXPORTACIONES

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

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

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



Figura 5.15 Botón de RenderSetting

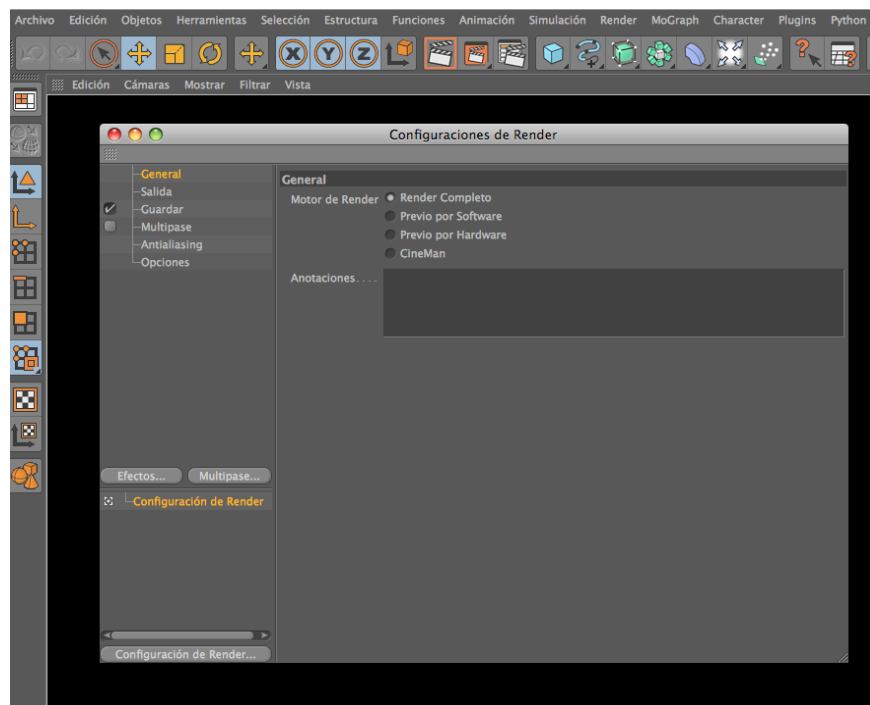


Figura 5.16 Ventana de RenderSetting

Se realizan los siguientes *seteos*:

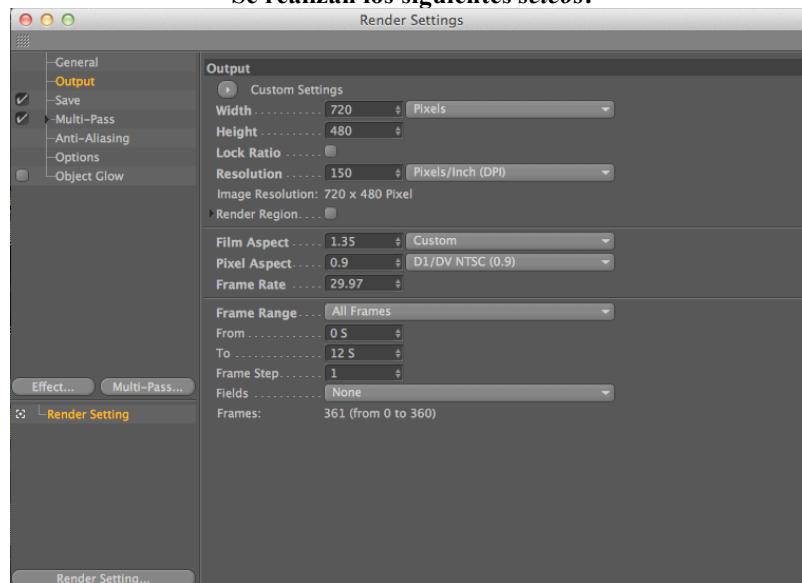


Figura 5.17 Opciones de RenderSettings

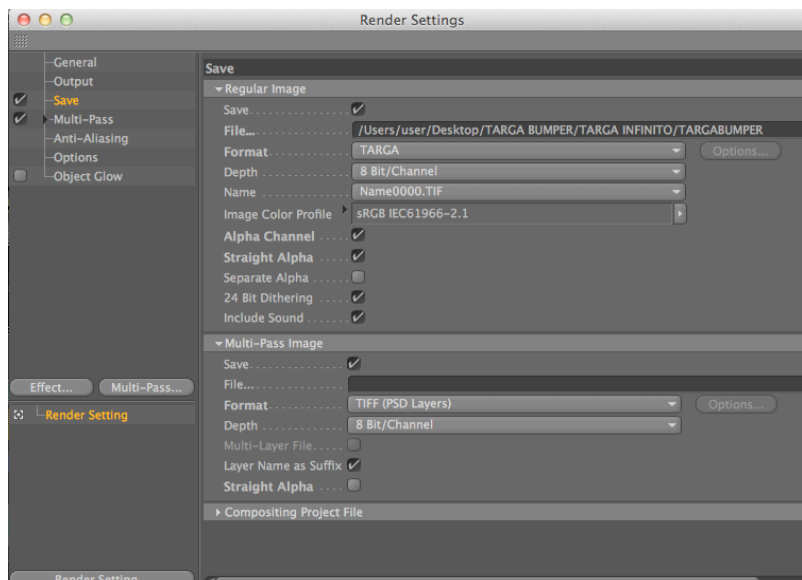


Figura 5.18 Opciones de RenderSettings

Para luego comenzar a hacer el render final.



Figura 5.19 Botón de Render Final

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

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

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

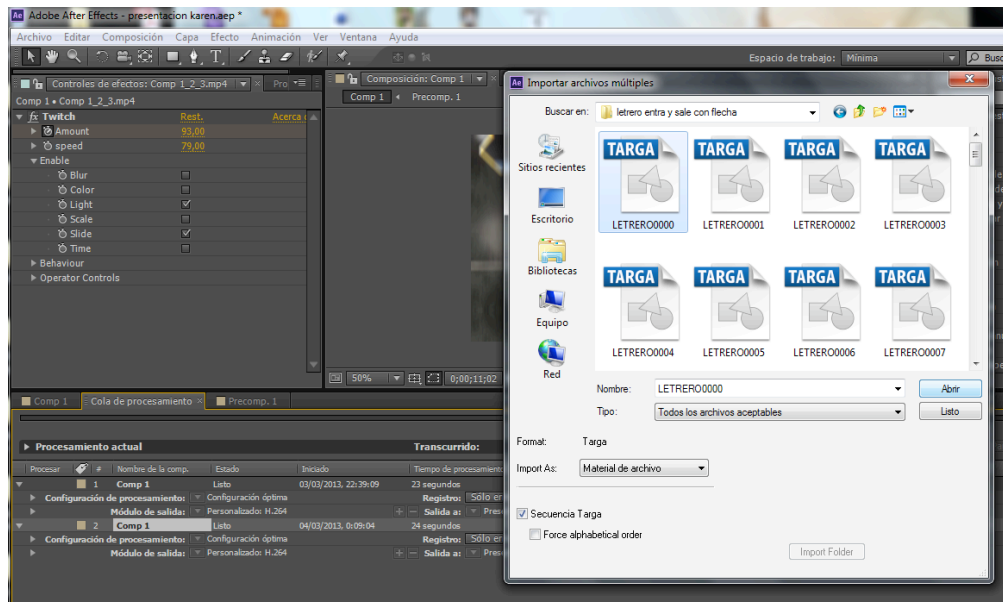


Figura 5.20 Ventana de Import File

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

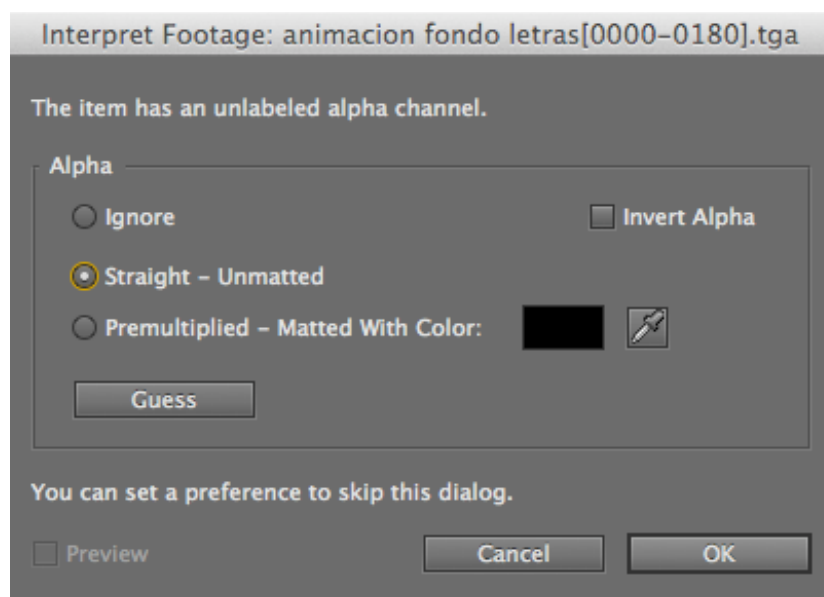


Figura 5.21 Ventana de configuraciones TARGA

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

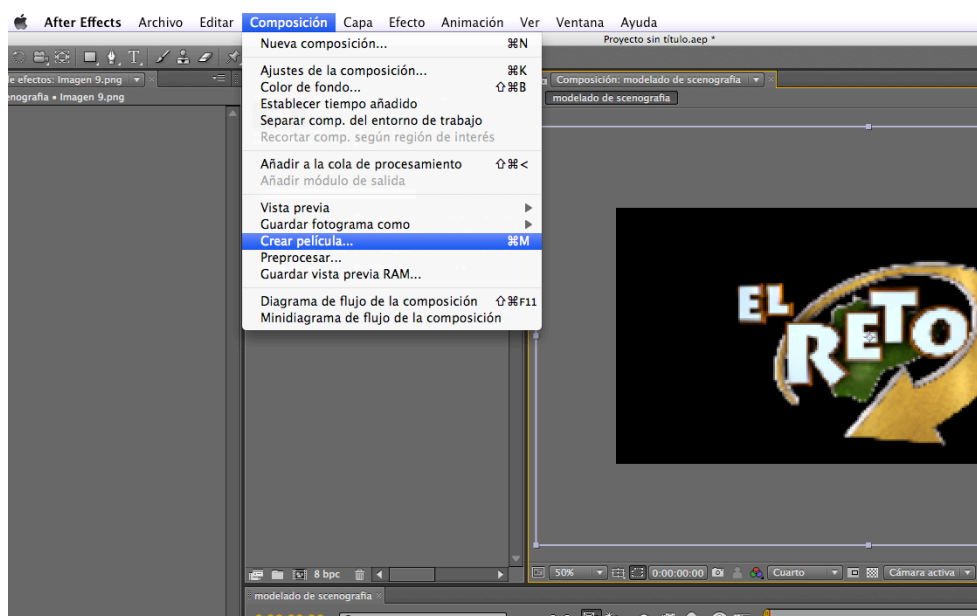


Figura 5.22 Exportación en Adobe AfterEffects

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

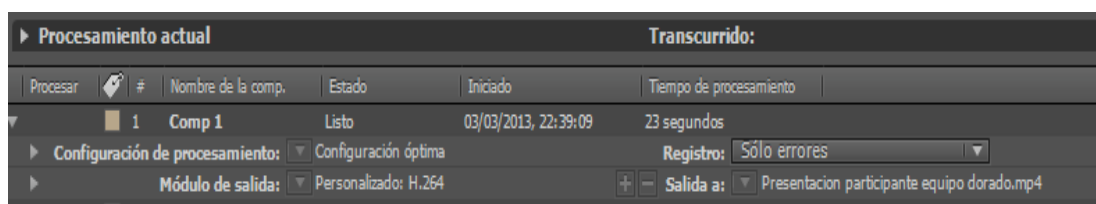


Figura 5.23 RenderQueue

Si se desea una calidad de video excepcional, el formato QUICKTIME es el indicado, a pesar que 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 demasiada pérdida de calidad y los videos podrán ser enviados por internet, con facilidad.

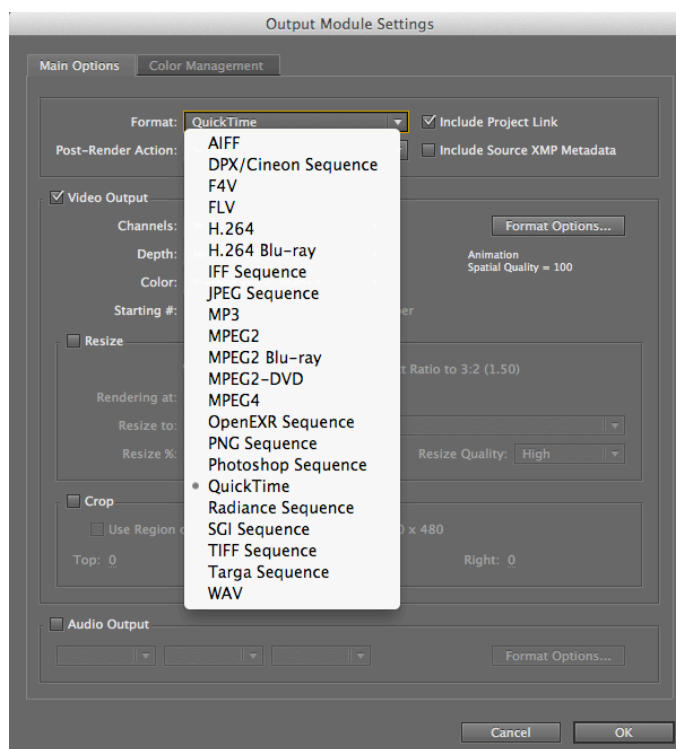


Figura 5.24 Ventana de configuraciones para el render

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



CAPÍTULO VI

IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA

6. IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA

6.1 PROCESO DE ELABORACIÓN

La escenografía para un programa de televisión es esencial, ya que esta se encuentra vinculada con la calidad visual del mismo, se ajusta al guión, a la cámara y a las normas del director. Además debe ir vinculada con todo el trabajo realizado en la pre-producción.

Todos los objetos que componen el escenario definen la escenografía y, finalmente forman el set. La colocación de los mismos dependerá del programa y la comodidad para realizar la toma.

Hay características importantes que se deben tomar en cuenta a la hora de armar un escenario de televisión, entre ellas: los ángulos de la cámara, facilidad de desplazamiento, diseño acorde, y una distribución adecuada.

La escenografía no debe ser el centro de atención, sirve para respaldar el desarrollo del programa. El diseño de la escenografía es una labor conjunta del director y diseñador, es recomendable platicar sobre las ideas, hacer bocetos, entre otros.

Características de la escenografía: Una buena escenografía se diseña para obtener:

- Facilidad de desplazamiento de las cámaras
- Buenos ángulos para las tomas de cámara
- Un diseño funcional y estructurado para lograr una buena iluminación
- El realismo deseado en la temática del programa
- Una distribución adecuada de los materiales, inmuebles, etc. para lograr buen movimiento de los actores.

6.1.1 BOCETOS

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



Figura 6.1 Boceto de la escenografía

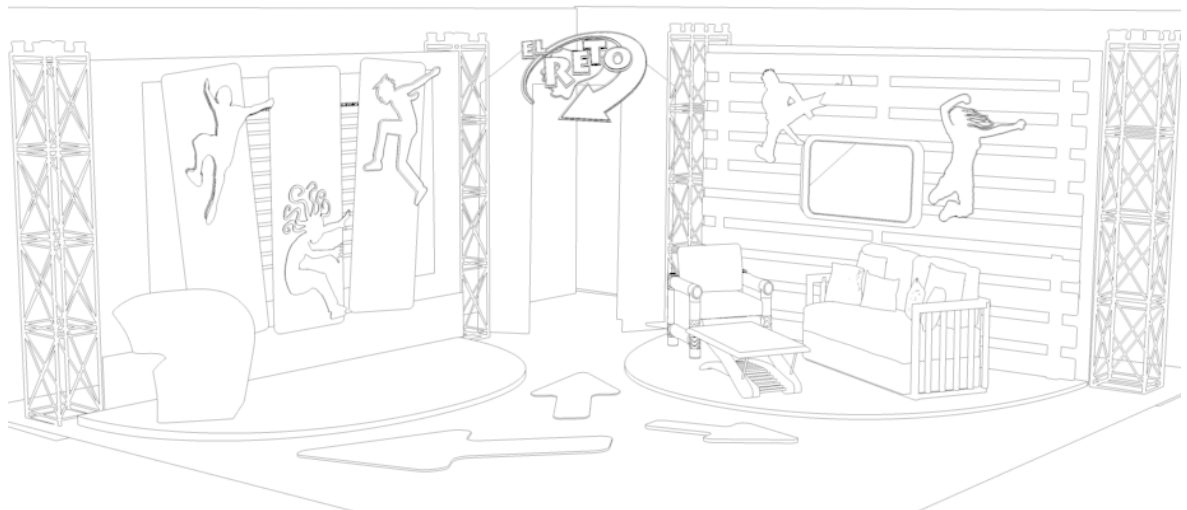


Figura 6.2 Escenografía vectorizada



Figura 6.3 Escenografía en escalas de grises



Figura 6.4 Escenografía a color

6.1.2 LEVANTAMIENTO EN 3D

Una vez aprobados los bocetos, se pasa a su respectiva construcción en el software 3D; esta parte del proceso del levantamiento de la escenografía es vital, porque permite visualizar la misma de manera realista en cuanto a objetos, materiales y luces.

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

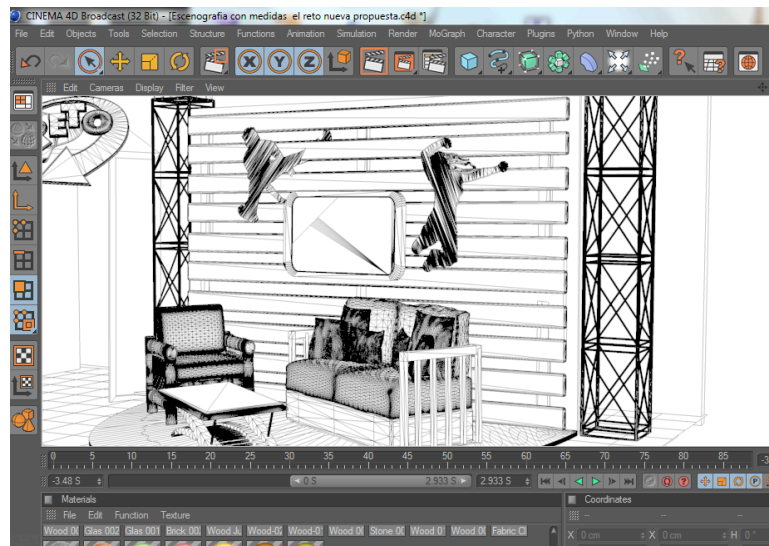


Figura 6.5 Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D

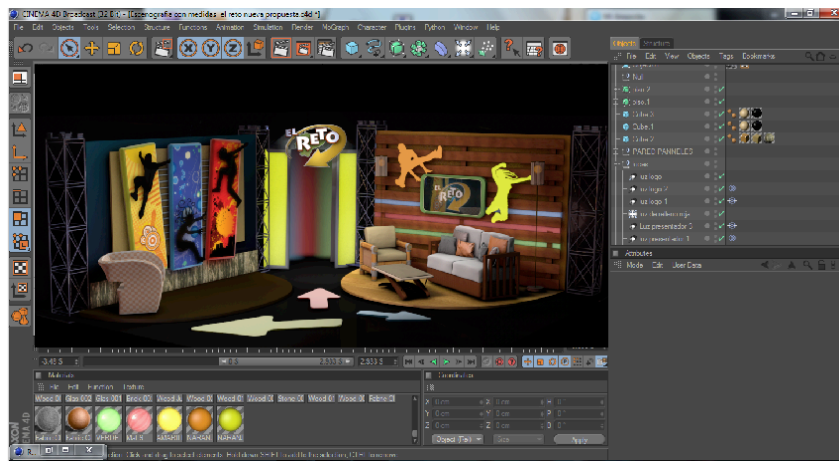


Figura 6.6 Escenografía en Cinema 4D



Figura 6.7 Escenografía final en 3D

6.2 ILUMINACIÓN

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

Hay que tener en cuenta una serie de consideraciones:

El contraste en la iluminación debe ser el adecuado a los efectos que se pretendan conseguir.

Deben iluminarse de igual modo las diferentes perspectivas desde las cuales pueda filmarse un objeto, ya que sino, éste puede ver desfavorecida alguna de sus partes debido a una incorrecta iluminación, una adecuada iluminación favorece la sensación de profundidad.

Es importante escoger correctamente el tipo de iluminación para provocar sensación de realismo y naturalidad.

La iluminación repercute sobre la percepción que el espectador obtiene del objeto.

Una iluminación fuera de control puede provocar distracciones

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

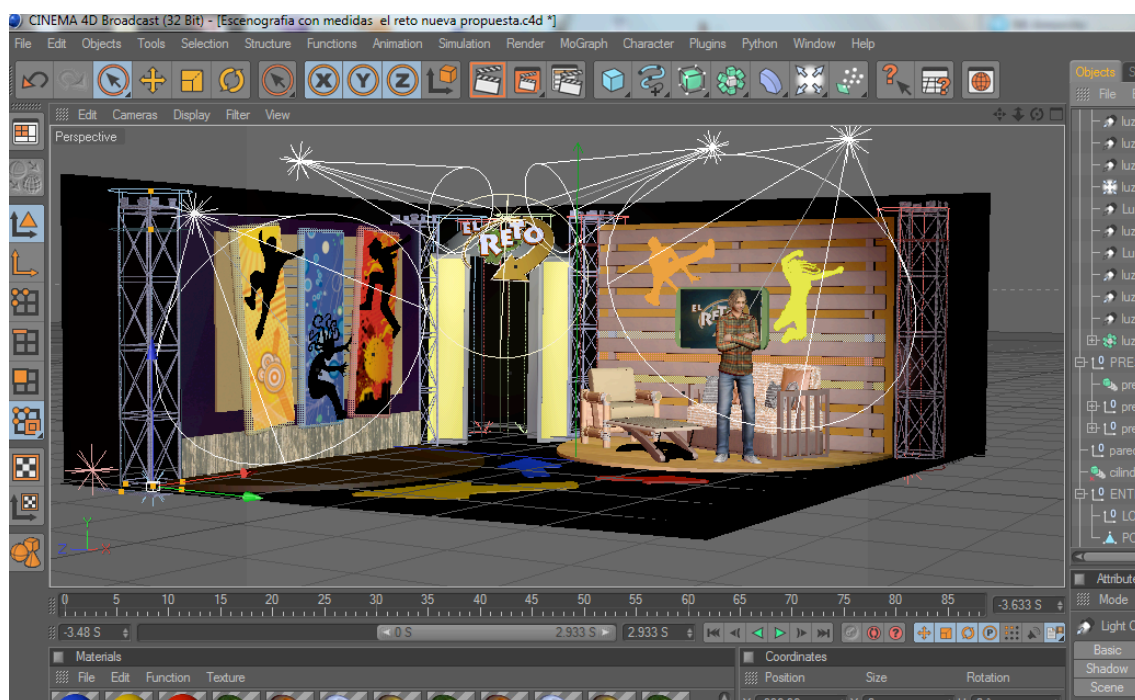


Figura 6.8 Iluminación de la escenografía en Cinema 4D

6.3 ESPACIO Y MEDIDAS DE LA ESCENOGRAFÍA

Espol TV cuenta con un set para sus programas, cuyo espacio físico para el levantamiento de la escenografía es de 7 x 7 m y 3 m de altura.

6.4 MATERIALES SUGERIDOS

Mientras se va montando la escenografía en 3D, se tiene una previa idea de los materiales que se van a utilizar en el momento de la construcción física.

Los siguientes materiales fueron aprobados teniendo en cuenta los aspectos de: calidad, precio y funcionalidad.

MATERIALES PRINCIPALES	
Material	Detalle
MDF	Tableros de fibras de madera. Se caracterizan por los excelentes acabados que se logran
Vidrio	Material duro, frágil, transparente
Acrílico	Variante del plástico
Fórmica	Material plástico que posee diversos diseños en su superficie
Tuvo de PVC	Para Simular metal decorativo
Metal	Estructuras del set

Tabla 3 Materiales principales para la escenografía

6.5 MANO DE OBRA

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

EQUIPO DE TRABAJO	
Cargo	Función
Arquitecto	Establece los planos con las medidas y supervisa
Ebanista	Construcción del muebles y del set
Contratista artesanal	Colocación de los acrílicos
Técnico de iluminación	Monta la iluminación según las indicaciones del Director de Fotografía e iluminador
Electricista	Coloca las instalaciones eléctricas
Pintor	Da color a determinadas piezas dentro del set

Tabla 4 Equipo de trabajo que interviene en la construcción de la escenografía



CAPÍTULO VII

PRESUPUESTO, CRONOGRAMA Y ORGANIGRAMA

7. PRESUPUESTO, CRONOGRAMA Y ORGANIGRAMA

7.1 PRESUPUESTO

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

7.1.1 COSTOS SOBRE LA LÍNEA

Son gastos externos que intervendrán en la producción del programa. Incluyen los sueldos del personal especializado que se va a contratar, por ejemplo, director, productor, guionista, actores, etc. Estos costos se calculan sobre una base semanal, mensual o por el tiempo en que dure el programa de televisión.

7.1.2 COSTOS BAJO LA LÍNEA

Son costos más pequeños que incluyen toda la parte operativa (recursos técnicos y personal operativo) con la que cuenta el canal.

7.1.3 PRESUPUESTO POR ETAPAS

El presupuesto ha sido dividido en 3 fases: Pre-Producción, Producción y Post-Producción. Los costos serán desglosados según las actividades a realizar en cada etapa. Esto incluye, los sueldos del equipo humano a intervenir, mano de obra y los costos de los materiales.

PRESUPUESTO GENERAL									
	TARIFA	UNIDADES	PRE-PRODUCCIÓN		PRODUCCIÓN		POST-PRODUCCIÓN		GRAN TOTAL
			UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	
BOCETO				\$396,00					\$396,00
ILUSTRADOR	\$8,00	ILUSTRACIÓN	12	\$96,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	
MODELADOR 3D	\$300,00	PAQ. GRAFICO	1	\$300,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	
MARCA				\$230,00					\$230,00
DISEÑADOR GRÁFICO	\$230,00	PAQ. GRAFICO	1	\$230,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	
DIRECCIÓN DE ARTE				\$1.525,00		\$1.125,00		\$1.450,00	\$4.100,00
DIRECTOR DE ARTE	\$ 1.500,00	MENSUAL	0.75	\$1.125,00	0.75	\$1.125,00	0.75	\$1.125,00	
DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA	\$800,00	MENSUAL	0.50	\$400,00	\$0,00	\$0,00	0.25	\$200,00	
ILUMINADOR	\$500,00	MENSUAL	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	0.25	\$125,00	
LEVANTAMIENTO DE OBRA						\$2.730,00			\$2.730,00
ARQUITECTO	\$625,00	OBRA	\$0,00	\$0,00	1	\$625,00	\$0,00	\$0,00	
EBANISTA	\$850,00	OBRA	\$0,00	\$0,00	1	\$850,00	\$0,00	\$0,00	
CONTRATISTA ARTESANAL	\$300,00	OBRA	\$0,00	\$0,00	1	\$300,00	\$0,00	\$0,00	
ELECTRICISTA	\$185,00	OBRA	\$0,00	\$0,00	1	\$185,00	\$0,00	\$0,00	
PINTOR	\$120,00	OBRA	\$0,00	\$0,00	1	\$120,00	\$0,00	\$0,00	
MOVILIZACIÓN	\$200,00	OBRA	\$0,00	\$0,00	1	\$200,00	\$0,00	\$0,00	
IMPREVISTOS	\$200,00	OBRA	\$0,00	\$0,00	1	\$200,00	\$0,00	\$0,00	
TÉCNICO DE ILUMINACIÓN	\$250,00	OBRA	\$0,00	\$0,00	1	\$250,00	\$0,00	\$0,00	

Tabla 5 Presupuesto General

			UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	
PAQUETE GRÁFICO								\$2.250,00	\$2.250,00
POST-PRODUCTOR-EDITOR	\$700,00	PROGRAMA	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	1	\$700,00	
DISEÑADOR	\$500,00	PAQ. GRAFICO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	1	\$500,00	
EFFECTOS ESPECIALES	\$500,00	PROGRAMA	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	1	\$500,00	
ANIMADOR	\$300,00	PROGRAMA	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	1	\$300,00	
SONIDISTA-MUSICALIZACIÓN	\$250,00	PROGRAMA	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	1	\$250,00	
MATERIALES						\$3.864,00			\$3.864,00
PLASMA 43"	\$788,00	UNIDAD	\$0,00	\$0,00	1	\$788,00	\$0,00	\$0,00	
ESTRUCTURAS METALICAS	\$150,00	GLOBAL	\$0,00	\$0,00	4	\$600,00	\$0,00	\$0,00	
LAMPARAS	\$35,00	GLOBAL	\$0,00	\$0,00	2	\$70,00	\$0,00	\$0,00	
MESA	\$75,00	UNIIDD	\$0,00	\$0,00	1	\$75,00	\$0,00	\$0,00	
VIDRIO	\$20,00	UNIDAD	\$0,00	\$0,00	1	\$20,00	\$0,00	\$0,00	
MUEBLES	\$650,00	JUEGO	\$0,00	\$0,00	1	\$650,00	\$0,00	\$0,00	
TUBOS PVC	\$6,00	GLOBAL	\$0,00	\$0,00	4	\$24,00	\$0,00	\$0,00	
SILUETA LUMINOSA	\$140,00	UNIDAD	\$0,00	\$0,00	2	\$280,00	\$0,00	\$0,00	
SILUETA MDF NEGRA	\$75,00	UNIDAD	\$0,00	\$0,00	3	\$225,00	\$0,00	\$0,00	
LOGO TROQUELADO EN MDF	\$200,00	UNIDAD	\$0,00	\$0,00	1	\$200,00	\$0,00	\$0,00	
CAJA DE LUZ RECTANGULAR	\$160,00	PROGRAMA	\$0,00	\$0,00	3	\$480,00	\$0,00	\$0,00	
CAJA DE LUZ 10cmx4m	\$35,00	PROGRAMA	\$0,00	\$0,00	3	\$105,00	\$0,00	\$0,00	
PINTURA	\$60,00	PROGRAMA	\$0,00	\$0,00	1	\$60,00	\$0,00	\$0,00	
TELA NEGRA	\$112,00	PROGRAMA	\$0,00	\$0,00	1	\$112,00	\$0,00	\$0,00	
PLANCHAS PDF	\$25,00	PROGRAMA	\$0,00	\$0,00	7	\$175,00	\$0,00	\$0,00	
TOTAL									\$13.570,00

Tabla 6 Presupuesto General

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.

CRONOGRAMA 2013 - EL RETO												
Actividades	ENERO				FEBRERO				MARZO			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Preproducción												
Investigación de antecedentes/tendencias												
Realización de bocetos y línea gráfica												
Contratación de recursos humanos												
Medición de área												
Producción												
Realización de línea gráfica												
Realización de ambientes/set/decorados:												
Bocetos y planos												
Cotización de material												
Levantamiento de la obra												
Post-producción												
Animación												
Edición												
FX												
Música												
Supervisión del acabado final de la obra												

Tabla 7 Cronograma

-
- Pre-Producción: es la etapa más importante del proceso de producción. En esta fase se 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

7.2.1 PRE-PRODUCCIÓN

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

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

La medición de área se realizará en el estudio del canal de Espol TV. Estas medidas servirán para el debido acoplamiento del nuevo set con el espacio ya existente.

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 primero los bocetos y planos en 2D para posteriormente levantarlo en un software 3D con los respectivos detalles en cuanto a estructura, texturas y detalles.

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

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

7.2.3 POST-PRODUCCIÓN

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

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

7.3 ORGANIGRAMA

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

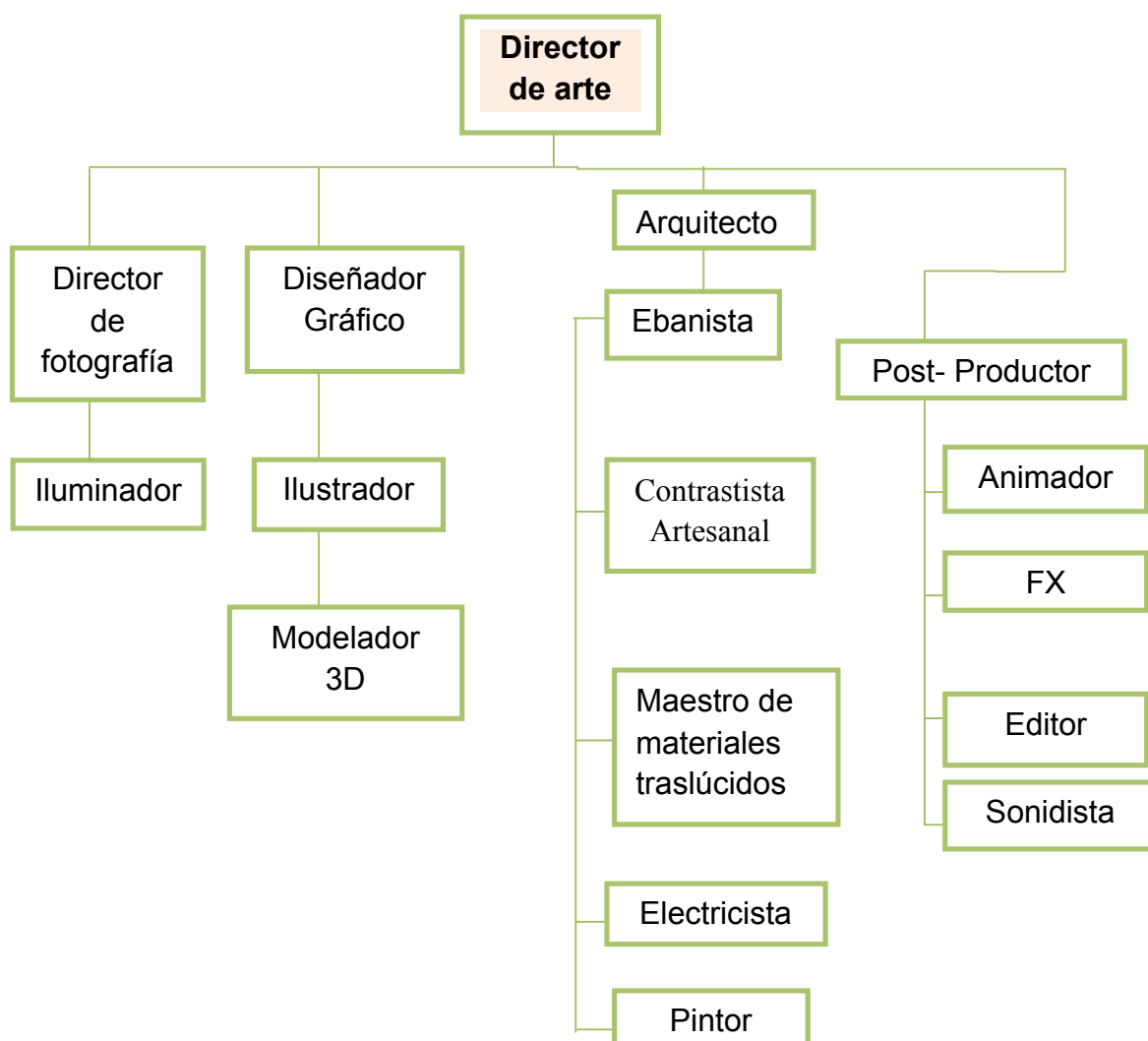


Figura 7.1 Organigrama

7.3.1 RESPONSABILIDADES Y ACTIVIDADES DE CADA MIEMBRO DEL EQUIPO DE TRABAJO

7.3.1.1 DIRECTOR DE ARTE

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

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

7.3.1.2 DISEÑADOR GRÁFICO

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

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

7.3.1.3 ILUSTRADOR

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

7.3.1.4 MODELADOR 3D

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

7.3.1.5 DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA

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

7.3.1.6 ILUMINADOR

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

7.3.1.7 ARQUITECTO

Es el profesional que interpreta las necesidades de los usuarios y las plasma en adecuados espacios arquitectónicos, 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 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, la madera, aserrado, 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 CONTRATISTA ARTESANAL

Persona que se le da los requerimientos, el y su equipo laboral junto a sus empresas asociadas preparan y obtener el material para realizar el pedido.

7.3.1.11 ELECTRICISTA

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

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

7.3.1.12 PINTOR

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

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

7.3.1.13 POST-PRODUCTOR

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

7.3.1.14 ANIMADOR

Es un artista que crea múltiples imágenes las cuales generan la ilusión de movimiento al ser mostradas rápidamente una tras otra.

7.3.1.15 FX

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

7.3.1.16 EDITOR

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

7.3.1.17 SONIDISTA

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

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



CAPÍTULO VIII

DERECHOS DE AUTOR

8. DERECHOS DE AUTOR

8.1 INTRODUCCIÓN

El Derecho de Autor es el sistema jurídico por el cual se concede a los autores derechos morales y patrimoniales sobre sus obras, en cumplimiento a lo dispuesto por la Constitución del Ecuador y la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

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

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

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

8.2 ¿CÓMO SE PROTEGE EL DERECHO DE AUTOR?

El derecho de autor protege a la obra por el solo hecho de su creación; sin embargo, es recomendable registrar la obra en la Unidad de Registro del IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual), así el autor se beneficiará de la presunción de autoría que la ley reconoce a su favor.

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

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

El autor podrá autorizar o prohibir:

- La comunicación pública de la obra.
- La producción o fijación de cualquier medio o por cualquier procedimiento de la obra.
- La distribución de ejemplares de la obra.
- La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra.

8.3 SIGNOS DISTINTIVOS

8.3.1 CONCEPTOS

Marca: es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos.

Marca Tridimensional: aquel signo que ocupa en sí mismo un espacio determinado (alto, ancho y profundidad).

8.3.2 ¿QUIÉN PUEDE REGISTRAR UNA MARCA?

Puede registrar una marca cualquier persona natural o jurídica, sea nacional o extranjero.

8.3.3 BENEFICIOS Y DERECHOS QUE CONFIERE EL REGISTRO DE UNA MARCA

- Derecho al uso exclusivo, solo el titular puede hacer uso del signo.
- Protección en toda la República Ecuatoriana y derecho de prioridad en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), dentro de los primeros seis meses de presentada la solicitud en el Ecuador.
- Derecho de presentar acciones legales civiles, penales y administrativas en contra de infractores.
- Desalienta el uso de la marca por los piratas.
- Protege la prioridad del registro de estas marcas en otras naciones.

Permite restringir.

- la importación de bienes que utilizan marcas que infringen derechos.
- Derecho de otorgar Licencias a terceros y de cobrar regalías.
- Derecho de franquiciar el producto o servicio.
- Ceder los derechos sobre la marca a terceros.
- Posibilidad de garantizar un crédito con la marca.
- Al registrar la marca, esta se convierte en un activo intangible, el cual en muchas ocasiones llega a convertirse en el activo más valioso de la empresa.

8.3.4 CONSEJOS PARA REGISTRAR UNA MARCA

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

8.3.5 PROCEDIMIENTO DE REGISTRO

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

8.3.6 TASAS POR REGISTRO DE MARCA

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

8.4 DERECHOS DE AUTOR DE LAS OBRAS AUDIOVISUALES

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

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

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

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

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

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



CAPÍTULO IX

CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

9. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

Después del cumplimiento de los objetivos específicos, que va desde la investigación hasta la aplicación de la nueva gráfica, se llegó a las siguientes conclusiones y recomendaciones.

9.1 CONCLUSIONES

- El género televisivo de entretenimiento, como los programas concurso son de gran acogida en la provincial de Santa Elena.
- El set es aplicable solo para el espacio físico ya establecido
- Teniendo una imagen renovada, se espera cautivar al target a quien va dirigido, para crear un posicionamiento.
- La inversión en el rediseño de “El Reto” es de \$13.570,00.

9.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda aplicar esta nueva imagen para poder dar una identidad al programa y enriquecer la parrilla de programación del canal con programas propios y dirigidos a su gente.
- Se sugiere reestructurar y fortificar el guión original del programa.



BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

[1] Antecedentes Generales

http://www.nytimes.com/2011/04/17/arts/television/hbos-cinema-verite-looks-at-american-family.html?_r=0

<http://www.semana.ec/ediciones/2013/06/09/actualidad/actualidad/reality-show-la-vida-a-traves-de-un-objetivo/>

[2] Géneros Televisivos

<http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque8/pag7.htm>

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Programas-De-Entretenimiento/380328.html>

[3] Responsabilidades del Equipo de Trabajo

<http://es.wikipedia.org>

Gabinete del Doctor Cineman – *Marcelo Báez*

[4] Tendencias Artísticas

<http://www.planetadeco.com/deco-pop/decoracion-nueva-tendencia/>

[5] Diseño Gráfico

[Bases](#) del Diseño Gráfico - *Alan Swann*

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

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

[6] Iluminación

Iluminación para Televisión y Cine - *Gerald Millerson*

http://www.scribd.com/fullscreen/88940329?access_key=key-17q54n3be24h63677qu6

[7] Presupuesto y Precios Referenciales Materiales 2001

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

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

[8] Derechos de Autor

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

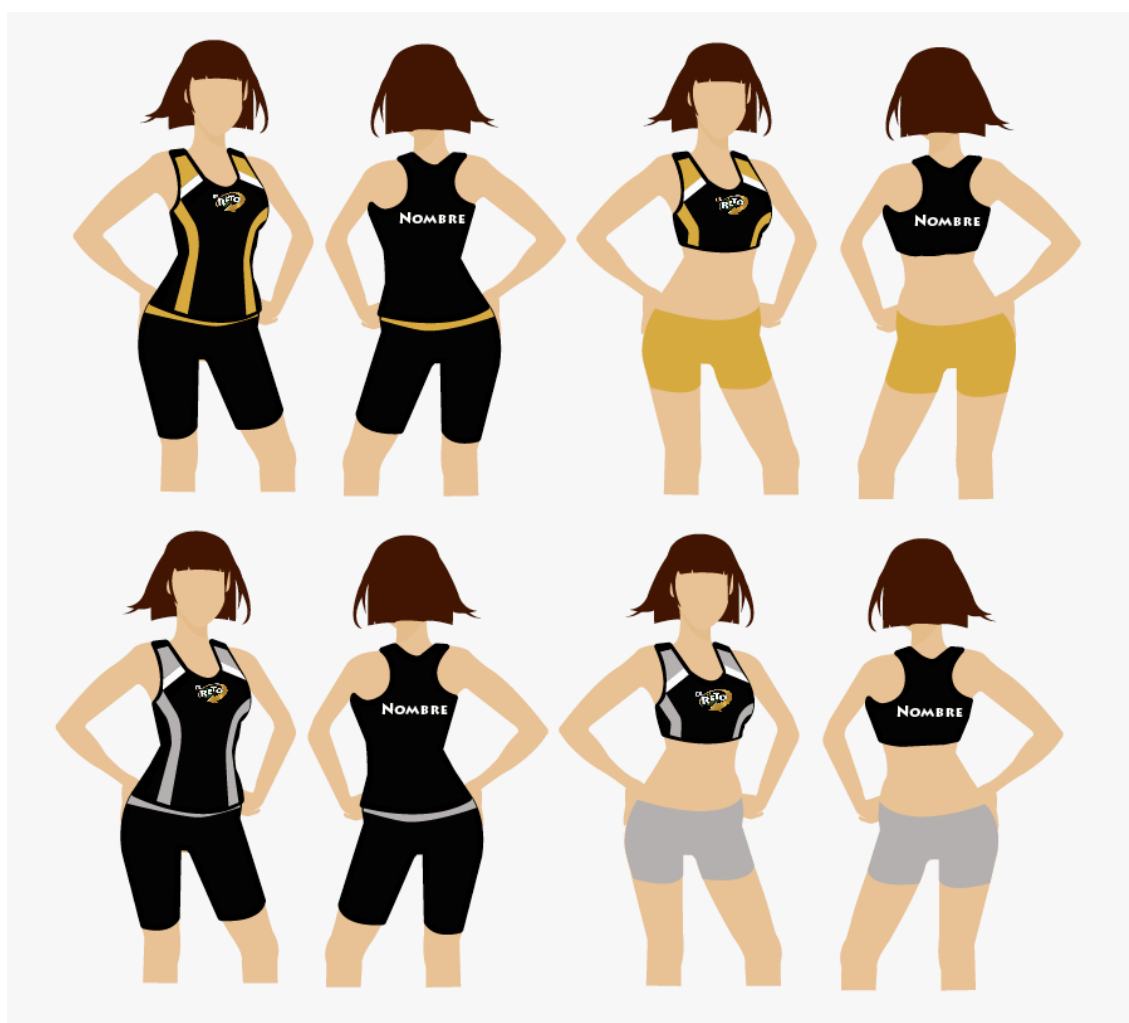
<http://www.sice.oas.org/>



ANEXOS

ANEXO 1: UNIFORMES

Para que los participantes armonicen con la renovada imagen del programa, se sugieren los siguientes uniformes, se han diseñado para los dos grupos de participantes, condistinto color para diferenciarlos, para hombre y para mujer, uno para retos sobre tierra y el otro para retos en el agua.





ANEXO 2: TIRO DE CÁMARA



Plano General



Plano Medio

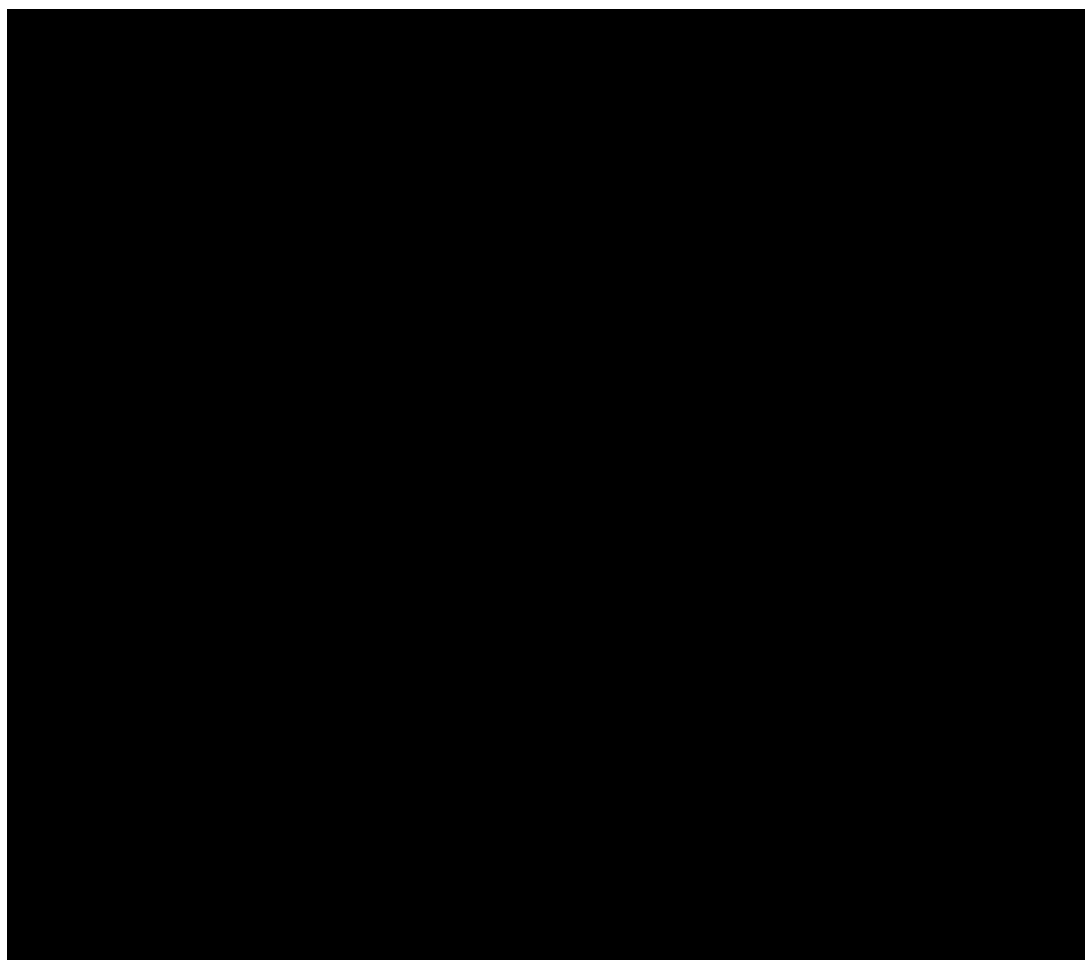


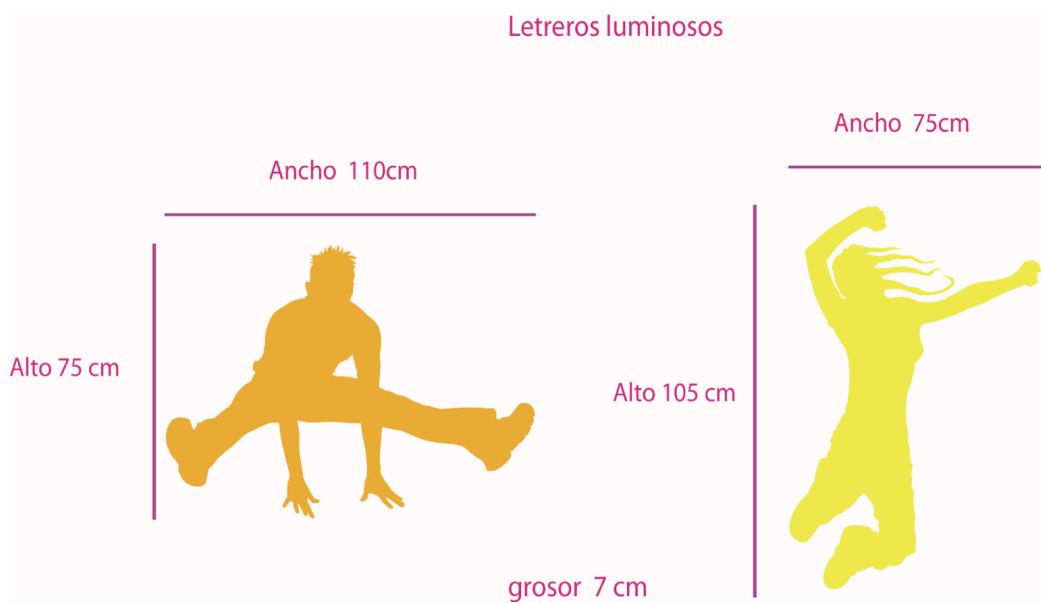
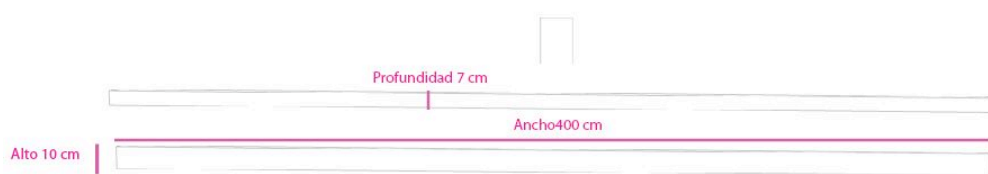
Plano Americano

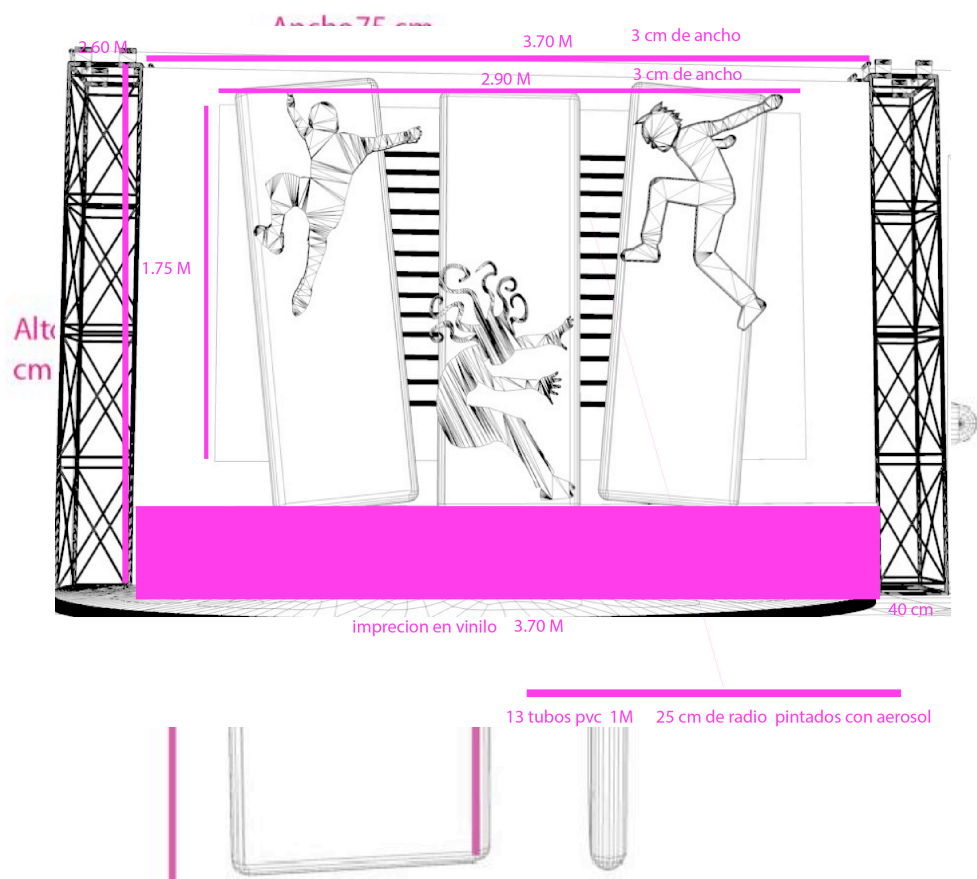


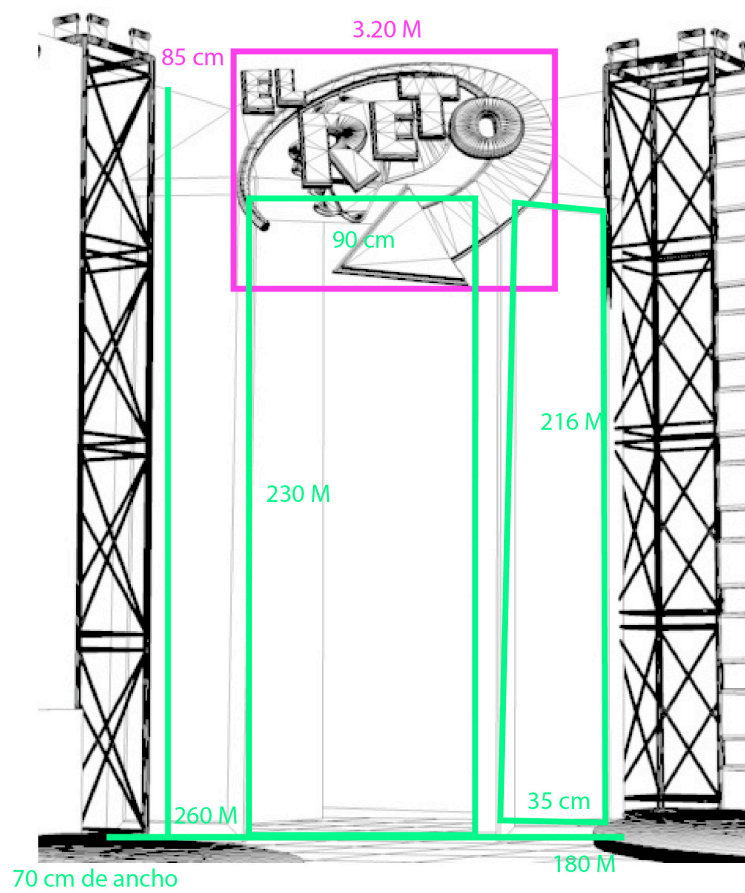
Plano General

ANEXO 3: MEDIDAS ESCENOGRAFÍA









ANEXO 4: LINEA GRÁFICA ACTUAL“EL RETO”





Edison Ricardo Podestá Cevilla

Edad: 21 Años

Ocupación: Vocalista de “Desorden”

“Soy muy alegre y optimista, siempre lucho hasta el final por lo que quiero, por eso hoy ayudaré mucho a mi participante para que pueda ganar y lograr su sueño”













GLOSARIO

GLOSARIO

B

BRANDING: es el proceso de hacer y construir una marca

C

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

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

COLLAGE: composición con materiales o información de diferente tipo.

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

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

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

D

DOGMA: El dogma es una verdad irrefutable sustentada por estudios largos y profundos.

E

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

F

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

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

K

KITSCH: La palabra *kitsch* (/ˈkɪtʃ/) se origina en el término **yidis** *etwas verkitschen*.¹ Define al arte que es considerado como una copia inferior de un estilo existente. También se utiliza el término *kitsch* en un sentido más libre para referirse a cualquier arte que es pretencioso, pasado de moda o de muy mal gusto

L

LOOP: acción repetida

R

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

S

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

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

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

T

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

V

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