

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 DEL PROGRAMA “PRESS START”

AUTORES:

ILLESCAS ALVARADO ERICK WLADIMIR

VILLAMAR TROYA ROBERT OMAR

YAGUAL ROBLES MARTHA MARÍA

DIRECTOR

LCDO. ROBERTO CÓRDOVA

GUAYAQUIL - ECUADOR

AÑO 2014

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre que me dio su apoyo incondicional en el trayecto de mi vida estudiantil y vida profesional, a mis primos Carlos, Jonatán, Joel y mi hermano Cristhian que son el soporte y el lazo inquebrantable para seguir adelante juntos ante cualquier adversidad, agradezco a mis compañeros de tesis ya que sin ellos el sueño de alcanzar la meta no sería posible, a mis profesores por las enseñanzas transmitidas, a mi amigo y compañero de estudio Robert junto a su mamá y hermana que me han abierto las puertas de su casa brindándome mucha ayuda a lo largo de este camino y por sobre todo al recuerdo de mi padre que me acompaña siempre para ser mejor día a día.

Gracias a todas las personas que estuvieron ahí y depositaron su confianza en mí para que pueda ir paso a paso cumpliendo esta meta alcanzada.

Erick Illescas Alvarado

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme cada día despertar con salud, por darme la sabiduría y entendimiento para poder afrontar los problemas que se me han presentado en el camino, un agradecimiento muy pero muy especial a mi madre, quien ha sido el pilar fundamental de toda mi vida, quien me ha enseñado, ayudado y nunca me ha dejado caer cuando he tenido problemas, quien siempre me guio a seguir adelante y demostrarle a la vida que tan fuerte puedo ser, a mi hermana que siempre ha estado conmigo, siempre ha buscado lo mejor para mí, y por tenerme paciencia. A mis tíos y abuelos por todo el gran apoyo que me han brindado, incondicional y transparente.

Robert Villamar Troya

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios que me da la fuerza para seguir cada día. A mi madre por su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, a mi padre que me dio los estudios y nunca deja que me falte nada, a mis hermanos que entre los tres siempre nos estamos apoyando los unos a los otros.

A mis amigos con los que he compartido momentos inolvidables y que de una u otra forma han ayudado a mi formación tanto personal como profesional. En especial a Erick y Robert por acompañarme en la realización de este proyecto.

A la ESPOL y a sus profesores por darme las herramientas y las bases para poder desenvolverme en el ámbito profesional.

Al Lcdo. Roberto Córdova por ser nuestro guía y consejero en esta última etapa.

A todos ellos gracias por permitirme llegar hasta aquí.

Martha Yagual Robles

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a todas esas personas que estuvieron conmigo en todo momento y siguen estándolo dándome su apoyo y ganas de seguir adelante para superarme en el largo camino de la vida.

A todos ellos se los dedico con todo lo mejor de mí, puesto en este trabajo y que se reflejara siempre en mi vida laboral.

Erick Illescas Alvarado

DEDICATORIA

Para toda mi familia, que si no fuera por ellos quizás no habría alcanzado muchos de mis anhelos, de mis metas, una familia siempre unida que supo inculcar en mí valores importantes, para cada día ser una mejor persona, a mi enamorada que siempre me está apoyando en todos mis proyectos y objetivos trazados,

A mis amigos que son participes de mis logros y mis malos momentos, a Erick por siempre decir que hago cosas feas y por eso me motiva a querer hacer algo mejor cada día

Robert Villamar Troya

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a mi familia, pilares fundamentales de mi vida, siempre presentes en cada paso que doy.

A mis amigos que han sido mi apoyo incondicional durante toda esta etapa.

A mis compañeros de tesis, ya que aquí se ve reflejado todos nuestros esfuerzos y conocimientos.

Y finalmente a todos aquellos que puedan usar este manual como base para sus proyectos de dirección de arte o que deseen realizarla.

Martha Yagual Robles

DECLARACIÓN EXPRESA

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

**FIRMA DEL DIRECTOR DEL PROYECTO Y MIEMBROS
DEL TRIBUNAL DE GRADO**



LCDO. ROBERTO CÓRDOVA
DIRECTOR DEL PROYECTO



DELEGADO

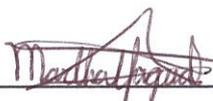
**FIRMA DE LOS AUTORES DEL INFORME DE MATERIA
DE GRADUACIÓN**



ERICK ILLESCAS ALVARADO



ROBERT VILLAMAR TROYA



MARTHA YAGUAL ROBLES

RESUMEN

La televisión es uno de los medios de comunicación más importantes que ha existido en los últimos tiempos. Su aceptación en el público es debido a su característica de fácil acceso al ser de señal abierta y así permite que millones de personas en todo el mundo día a día puedan acceder de forma sencilla a lo que esta proporciona.

Según el libro de Giovanni Sartori, en el cual se hace un análisis sobre la primacía de la imagen y se estudia los comienzos de los medios tecnológicos como el internet poniéndolos en paralelo con la televisión, menciona cómo es la reacción del telespectador al momento de ver las imágenes proyectadas en el televisor.

La televisión —como su propio nombre indica— es «ver desde lejos» (tele), es decir, llevar ante los ojos de un público de espectadores cosas que puedan ver en cualquier sitio, desde cualquier lugar y distancia. Y en la televisión el hecho de ver prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante, es secundaria, está en función de la imagen, comenta la imagen. Y, como consecuencia, el telespectador es más un animal vidente que un animal simbólico (Sartori, 1997).

Tomando en cuenta lo que habla Sartori sobre las imágenes, esto sirve para considerar la importancia que tiene el buen manejo de una línea grafica adecuada, porque, el público televisivo en general, siempre está en búsqueda de un producto visual que sea nuevo e innovador.

En la televisión ecuatoriana se encuentran programas de todo género, pero en los últimos años ha existido una sobrecarga de programas de farándula y reality shows, lo cual se puede constatar al revisar las parrillas de programación de los canales de televisión, las mismas que se obtuvieron de sus portales *web* (Ver anexos).

En cuanto a programas televisivos que se enfoquen en el tema de los videojuegos, son muy pocos los que podemos mencionar. La única referencia de programa con reconocimiento a nivel nacional que maneje esta temática es “Juega Conmigo”, transmitido a través de la señal UHF del canal 36 (Televisión Satelital) en Guayaquil.

A lo largo del tiempo no ha sido mucha la acogida de este tipo de programas en Ecuador; primero porque no se ha estudiado el mercado televisivo que existe en el ámbito de los videojuegos y segundo que los pocos programas que manejan esta temática no han considerado la importancia de la elaboración de una imagen visual que sea agradable para el público.

Partiendo de estos dos puntos nosotros para este manual hemos desarrollado un nuevo concepto de programa. Se ha planteado crear un programa de entretenimiento llamado “Press Start”, el mismo que abarca todo lo que a videojuegos se refiere; sea esto consolas, últimas tendencias de videojuegos, trucos y demás.

Como los videojuegos expresan movimiento, acción, dinamismo, agilidad, etc., estas serán las características que se aplicarán a la escenografía del programa y que también se reflejarán en la creación del paquete gráfico.

La escenografía maneja un papel muy importante en los programas de televisión, por eso no puede pasar a segundo plano, ser olvidada o irrelevante, porque el objetivo de la decoración y estructura de un set, es que este maneje un gran poder visual y así cree una atracción inconsciente de la atención del espectador.

En este manual se detallará los pasos que se siguieron para la realización de la Dirección de Arte del programa “Press Start”, la cual comprende la implementación de su línea gráfica y la escenografía. Su finalidad es reflejar claramente la esencia del programa y crear un vínculo con el espectador para que se sienta familiarizado e identificado. También como propósito al momento de elaborar una escenografía esta la responsabilidad de que esta sea llamativa pero sin quitar protagonismo a los conductores o contenido del programa.

Como se mencionó anteriormente, la imagen visual de un programa tiene un aspecto fundamental, por eso su objetivo es que esta atrape al telespectador o target, que en este caso son los amantes de los videojuegos. Se espera que este manual sirva como referencia para llevar a cabo la Dirección de Arte de un programa televisivo que maneje esta temática.

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO I

1. GENERALIDADES DEL PROYECTO	2
1.1 ANTECEDENTES GENERALES	2
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.3 JUSTIFICACIÓN	5
1.4 OBJETIVOS.....	6
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	6
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6

CAPITULO II

2. SITUACIÓN ACTUAL	8
2.1 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	8
2.2 PLAN ESTRATÉGICO	8
2.3 MISIÓN Y VISIÓN	10
2.3.1 MISIÓN.....	10
2.3.2 VISIÓN.....	10
2.4 MOTIVACIÓN	10
2.5 DELIMITACIÓN	10
2.6 JUSTIFICACIÓN	10

CAPITULO III

3. MARCO CONCEPTUAL	13
3.1 CONCEPTO DEL PROGRAMA.....	13
3.2 DURACIÓN, HORARIO Y TARGET DEL PROGRAMA.....	14
3.3 GÉNERO Y CONTENIDO.....	15
3.4 REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA	17
3.5 MARCA.....	20
3.5.1 ISOTIPO MONOCROMÁTICO.....	20
3.5.2 LOGOTIPO	21
3.5.3 DESARROLLO DEL IMAGOTIPO	22
3.5.4 VARIACIONES	24
3.6 TENDENCIA O MOVIMIENTO ARTÍSTICO.....	27
3.6.1 CUBISMO	27
3.6.2 MINIMALISMO	29
3.7 DEFINICIÓN GRÁFICA	32
3.7.1 FORMA.....	32
3.7.2 TIPOGRAFÍA	33
3.7.3 COLORIMETRÍA	34
3.8 ADAPTACIÓN DE LA MARCA A MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS	37
3.8.1 MEDIOS DIGITALES	37
3.8.2 MEDIOS IMPRESOS	38
3.8.3 DESARROLLO DE LA MARCA 2D A 3D	40

CAPITULO IV

4. IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA	45
---	-----------

4.1 PROCESO DE ELABORACIÓN	45
4.1.1 BOCETO.....	45
4.1.2 LEVANTAMIENTO EN 3D.....	47
4.1.3 ILUMINACIÓN	49
4.1.4 GUÍA DE TOMAS	51
4.1.5 ESPACIO Y MEDIDAS	53
4.1.6 MANO DE OBRA.....	53
4.1.7 MATERIALES SUGERIDOS.....	54

CAPITULO V

5. IMPLEMENTACION DEL PAQUETE GRÁFICO	58
5.1 BUMPER.....	58
5.2 IMPLEMENTACIÓN DEL BUMPER EN EL SOFTWARE.....	67
5.3 SIN FIN	76
5.4 IMPLEMENTACIÓN DEL SIN FIN	77
5.5 SEGMENTOS.....	78
5.6 IMPLEMENTACIÓN SEGMENTOS	82
5.7 CREACIÓN Y ANIMACIÓN DEL CUBO EN 3D	83
5.8 SOBREIMPOSICIONES	84
5.8.1 LOWER THIRD	84
5.8.2 IMPLEMENTACIÓN LOWER THIRD.....	86
5.8.3 PANTALLAS DIVIDIDAS.....	87
5.8.4 IMPLEMENTACIÓN DE PANTALLAS DIVIDIDAS	89
5.8.5 RECUADROS	90
5.9 TITULARES.....	91
5.10 IMPLEMENTACIÓN DE LOS TITULARES	93
5.11 YA VOLVEMOS	94
5.12 IMPLEMENTACIÓN YA VOLVEMOS	96
5.13 ANTI-ZAPPING	97
5.14 IMPLEMENTACION ANTI-ZAPPING.....	98
5.15 FICHA PERSONAL	100
5.16 IMPLEMENTACIÓN FICHA PERSONAL.....	101
5.17 TABLA DE POSICIONES	102
5.18 IMPLEMENTACIÓN TABLA DE POSICIONES	103
5.19 TRANSICIONES	104

CAPITULO VI

6. PRESUPUESTO	107
6.1 COSTOS SOBRE LA LÍNEA	107
6.2 COSTOS BAJO LA LÍNEA	107
6.3 PRESUPUESTO GENERAL	107
6.3.1 COSTOS DE MATERIALES PARA LA ESCENOGRAFÍA	110
6.3.2 COSTO TOTAL DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA	113
6.4 CRONOGRAMA.....	113
6.5 ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN	114
6.5.1 PRE-PRODUCCIÓN	115
6.5.2 PRODUCCIÓN.....	115
6.5.3 POST-PRODUCCIÓN	116
6.6 ORGANIGRAMA	116

6.7	RESPONSABILIDADES Y ACTIVIDADES DE CADA MIEMBRO DEL EQUIPO DE TRABAJO	117
6.7.1	DIRECTOR DE ARTE	117
6.7.2	DISEÑADOR GRÁFICO	117
6.7.3	ILUSTRADOR	117
6.7.4	MODELADOR 3D	117
6.7.5	DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA	118
6.7.6	LUMINOTÉCNICO	118
6.7.7	ARQUITECTO	118
6.7.8	ESCENÓGRAFO.....	119
6.7.9	EBANISTA	119
6.7.10	ELECTRICISTA	119
6.7.11	PINTOR.....	119
6.7.12	TAPICERO	119
6.7.13	POST-PRODUCTOR	119
6.7.14	ANIMADOR.....	120
6.7.15	EDITOR	120
6.7.16	FX	120
6.7.17	SONIDISTA.....	120

CAPITULO VII

7.	DERECHOS DE AUTOR.....	122
7.1	INTRODUCCIÓN.....	122
7.2	¿CÓMO SE PROTEGE EL DERECHO DE AUTOR?	123
7.3	SIGNOS DISTINTIVOS.....	123
7.4	CLASIFICACIÓN DE LA MARCA SEGÚN SU NATURALEZA	124
7.5	BENEFICIOS Y DERECHOS QUE CONFIERE EL REGISTRO DE UNA MARCA	125
7.6	PROCEDIMIENTO PARA REGISTRAR UNA MARCA.....	125
7.7	TASA POR REGISTRO DE MARCA	126
7.8	DERECHOS DE AUTOR DE LAS OBRAS AUDIOVISUALES	126
7.9	PROCEDIMIENTO PARA REGISTRAR OBRAS AUDIOVISUALES	128
7.10	PROCEDIMIENTO PARA REGISTRAR LA ESCENOGRAFÍA	128

CAPITULO VIII

8.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	130
8.1	CONCLUSIONES	130
8.2	RECOMENDACIONES	130

BIBLOGRAFÍA.....	132
-------------------------	------------

ANEXOS	136
USO DEL TIEMPO DE ECUATORIANOS.....	136
ENCUESTAS	137
MEDIDAS DE ESCENOGRAFÍA	143
PLANO DE LUCES	151
PLANO DE CÁMARAS.....	152
ALTURA DE LUCES Y CÁMARAS.....	152
COTIZACIONES.....	153
PRIMER BOCETO DE STORYBOARD DEL BUMPER	159
GRUPO GAMERS EN REDES SOCIALES	161

ENCUESTA PORTAL ECUAGAMER	163
PROGRAMACIÓN REALITY SHOWS EN ECUADOR	163
GLOSARIO	168

TABLA DE ILUSTACIÓN

<i>Ilustración 1-1: Tabla de rating del programa Juega Conmigo</i>	3
<i>Ilustración 1-2: Escenografía del programa Juega Conmigo</i>	5
<i>Ilustración 3-1: Isotipo Press Start</i>	21
<i>Ilustración 3-2: Logotipo Press Start</i>	22
<i>Ilustración 3-3: Imagotipo Press Start</i>	23
<i>Ilustración 3-4: Primera variación imagotipo</i>	24
<i>Ilustración 3-5: Segunda variación imagotipo</i>	24
<i>Ilustración 3-6: Tercera variación imagotipo</i>	25
<i>Ilustración 3-7: Camisetas Press Start</i>	25
<i>Ilustración 3-8: Gorras Press Start</i>	25
<i>Ilustración 3-9: Restricciones cambio de fondo</i>	26
<i>Ilustración 3-10: Restricciones deformamiento de la marca</i>	26
<i>Ilustración 3-11: Restricciones de color</i>	27
<i>Ilustración 3-12: Elementos característicos del cubismo</i>	28
<i>Ilustración 3-13: Ambiente diseñado en base al cubismo</i>	29
<i>Ilustración 3-14: Arte Minimalista</i>	31
<i>Ilustración 3-15: Arquitectura de Tadao Ando</i>	31
<i>Ilustración 3-16: Diseño interior Minimalista</i>	31
<i>Ilustración 3-17: Formas curvas</i>	32
<i>Ilustración 3-18: Formas rectas inclinadas</i>	33
<i>Ilustración 3-19: Tipografía Wide Awake</i>	33
<i>Ilustración 3-20: Colorimetría</i>	36
<i>Ilustración 3-21: Valores RGB</i>	38
<i>Ilustración 3-22: Valores CMYK</i>	40
<i>Ilustración 3-23: Boceto de la marca “Press Start”</i>	40
<i>Ilustración 3-24: La marca vectorizada en Illustrator</i>	41
<i>Ilustración 3-25: Guardado en illustrator 8</i>	41
<i>Ilustración 3-26: Abrir el archivo en opción “Merge”</i>	42
<i>Ilustración 3-27: Ventana para escala del archivo</i>	42
<i>Ilustración 3-28: Vectores de la marca en cinema 4D</i>	43
<i>Ilustración 3-29: Levantamiento de la marca en 3d</i>	43
<i>Ilustración 4-1: Boceto de escenografía</i>	46
<i>Ilustración 4-2: Pared derecha de escenografía vectorizada</i>	46
<i>Ilustración 4-3: Pared izquierda de escenografía vectorizada</i>	47
<i>Ilustración 4-4: Modelado escenografía</i>	47
<i>Ilustración 4-5: Elección de texturas</i>	48

<i>Ilustración 4-6: Escenografía texturizada</i>	48
<i>Ilustración 4-7: Escenografía y vistas</i>	49
<i>Ilustración 4-8: Iluminación escenografía luces fluorescentes</i>	50
<i>Ilustración 4-9: Iluminación escenografía</i>	50
<i>Ilustración 4-10: Iluminación escenografía vista frontal</i>	51
<i>Ilustración 4-11: Cámara 1 Noticia Gamer</i>	52
<i>Ilustración 4-12: Cámara 2 Batalla Gamer</i>	52
<i>Ilustración 4-13: Cámara 3 Gamer Online</i>	52
<i>Ilustración 4-14: Material MDF</i>	54
<i>Ilustración 4-15: Luces Fluorescentes</i>	54
<i>Ilustración 4-16: Pintura</i>	55
<i>Ilustración 4-17: Tapizón</i>	55
<i>Ilustración 4-18: Piso de vinilo</i>	55
<i>Ilustración 4-19: Vinil adherible</i>	56
<i>Ilustración 4-20: Lona impresa</i>	56
<i>Ilustración 5-1: Inicio Bumper</i>	58
<i>Ilustración 5-2: Logo Bumper</i>	59
<i>Ilustración 5-3: Menú Bumper</i>	59
<i>Ilustración 5-4: Logo activación bumper</i>	60
<i>Ilustración 5-5: Líneas con colores del programa</i>	60
<i>Ilustración 5-6: Personajes con colores del programa</i>	61
<i>Ilustración 5-7: Transparencia al estadio</i>	61
<i>Ilustración 5-8: Planos panorámicos del estadio</i>	62
<i>Ilustración 5-9: Personaje 1 corriendo</i>	62
<i>Ilustración 5-10: Personaje 1 pateando el balón</i>	62
<i>Ilustración 5-11: Transición a llanta del carro</i>	63
<i>Ilustración 5-12: Planos de carro por la ciudad</i>	63
<i>Ilustración 5-13: Transición de carro a bala</i>	64
<i>Ilustración 5-14: Bala disparada</i>	64
<i>Ilustración 5-15: Bala impactada en pared</i>	65
<i>Ilustración 5-16: Collage de videos</i>	65
<i>Ilustración 5-17: Collage en cubo</i>	66
<i>Ilustración 5-18: Logo final</i>	66
<i>Ilustración 5-19: Efecto Element 3d</i>	67
<i>Ilustración 5-20: Efecto Light Burst</i>	68
<i>Ilustración 5-21: Text solid con glow</i>	68
<i>Ilustración 5-22: Logo element 3d</i>	68
<i>Ilustración 5-23: Optical Flare</i>	69
<i>Ilustración 5-24: Aplicación glow, stroke 3d y element 3D</i>	69
<i>Ilustración 5-25: Stroke 3d y start glow</i>	70
<i>Ilustración 5-26: Implementación de cámaras en el Cinema 4D (escena estadio)</i>	70
<i>Ilustración 5-27: Estadio texturizado en Cinema 4D</i>	71
<i>Ilustración 5-28: Iluminación de estadio en cinema 4D</i>	71
<i>Ilustración 5-29: Implementación de huesos en soldado</i>	72

<i>Ilustración 5-30: Texturas campo de batalla en Cinema 4D</i>	72
<i>Ilustración 5-31: Iluminación escena campo de batalla</i>	73
<i>Ilustración 5-32: Render escena campo de batalla</i>	73
<i>Ilustración 5-33: Aplicación star glow y element 3d en bala.....</i>	74
<i>Ilustración 5-34: Carro en element 3D</i>	74
<i>Ilustración 5-35: Ciudad en element 3D</i>	75
<i>Ilustración 5-36: Sonorización bumper en soundtrack</i>	75
<i>Ilustración 5-37: Animación logo sin fin.....</i>	76
<i>Ilustración 5-38: Logo sin fin</i>	76
<i>Ilustración 5-39: Implementación de la animación en el After</i>	77
<i>Ilustración 5-40: Animación del logo 3d en Cinema 4D.....</i>	77
<i>Ilustración 5-41: Segmento Gamer Online.....</i>	78
<i>Ilustración 5-42: Segmento Batalla Gamer.....</i>	78
<i>Ilustración 5-43: Segmento Noticia Gamer.....</i>	79
<i>Ilustración 5-44: Segmento Mundo Gamer</i>	79
<i>Ilustración 5-45: Cubo segmentos</i>	80
<i>Ilustración 5-46: Dispersión de cubos</i>	80
<i>Ilustración 5-47: Videos de fondo</i>	80
<i>Ilustración 5-48: Videos relacionados al segmento</i>	81
<i>Ilustración 5-49: Presentación del segmento</i>	81
<i>Ilustración 5-50: Máscaras a videos en cubos</i>	82
<i>Ilustración 5-51: Implementación logo en After.....</i>	82
<i>Ilustración 5-52: Implementación de Optical Flares en After</i>	83
<i>Ilustración 5-53: Edición de un cubo y seleccionar efecto Mograph.....</i>	83
<i>Ilustración 5-54: Construcción de cubos.....</i>	84
<i>Ilustración 5-55: Iluminación cubo y animación</i>	84
<i>Ilustración 5-56: Claquetas</i>	85
<i>Ilustración 5-57: Claqueta final</i>	85
<i>Ilustración 5-58: Diseño de claqueta en Photoshop</i>	86
<i>Ilustración 5-59: Implementación del diseño en After Effects.</i>	86
<i>Ilustración 5-60: Implementación de texto y lens flare en claqueta.....</i>	86
<i>Ilustración 5-61: Comunicación entre secciones</i>	87
<i>Ilustración 5-62: Comunicación entre secciones con claqueta animada.....</i>	88
<i>Ilustración 5-63: Pantalla divida Batalla Gamer.....</i>	88
<i>Ilustración 5-64: Diseño de pantallas divididas en Photoshop.....</i>	89
<i>Ilustración 5-65: Animación cubos pantallas divididas</i>	89
<i>Ilustración 5-66: Implementación de cubos y diseños de pantalla divididas en After</i>	90
<i>Ilustración 5-67: Recuadros visualizados en televisores del set</i>	90
<i>Ilustración 5-68: Cubo animado titulares</i>	91
<i>Ilustración 5-69: Presentación de las noticias a tratar.....</i>	91
<i>Ilustración 5-70: Rotación de cubo-titulares.....</i>	92
<i>Ilustración 5-71: Noticia titulares</i>	92
<i>Ilustración 5-72: Animación de cubos titulares en Cinema 4D</i>	93
<i>Ilustración 5-73: Implementación animación en After Effects.....</i>	93

<i>Ilustración 5-74: Implementación de videos, lens y noticia en After Effects</i>	94
<i>Ilustración 5-75: Implementación logo en la parte final de los titulares</i>	94
<i>Ilustración 5-76: Logo en construcción</i>	95
<i>Ilustración 5-77: Presentación final de ya volvemos</i>	95
<i>Ilustración 5-78: Animación del logo mediante poly fx</i>	96
<i>Ilustración 5-79: Implementación de la animación al After sobre solido blanco</i>	96
<i>Ilustración 5-80: Implementación de lens flare y texto</i>	97
<i>Ilustración 5-81: Pantalla inicial de antizapping.....</i>	98
<i>Ilustración 5-82: Información de antizapping.....</i>	98
<i>Ilustración 5-83: Implementación texto de antizapping</i>	99
<i>Ilustración 5-84: Implementación sonido desde soundtrack.....</i>	99
<i>Ilustración 5-85: Animación de ficha personal roja</i>	100
<i>Ilustración 5-86: Presentación de los datos del gamer.....</i>	100
<i>Ilustración 5-87: Diseño de ficha personal en Photoshop</i>	101
<i>Ilustración 5-88: Implementación y animación del diseño en After Effects.....</i>	101
<i>Ilustración 5-89: Tabla de posiciones de la Batalla Gamer</i>	102
<i>Ilustración 5-90: Actualización de la tabla con su animación respectiva</i>	102
<i>Ilustración 5-91: Diseño de tabla de posiciones en Photoshop</i>	103
<i>Ilustración 5-92: Implementación y animación del diseño de Tablas de Posiciones... ..</i>	103
<i>Ilustración 5-93: Animación previa a transición</i>	104
<i>Ilustración 5-94: Transición mediante el logo del programa</i>	104
<i>Ilustración 5-95: Paso al set después de una animación</i>	105
<i>Ilustración 7-1: Marca mixta.....</i>	124

TABLA DE ANEXOS

<i>Anexos 1: Uso del tiempo de los ecuatorianos según el INEC (2012)</i>	136
<i>Anexos 2: Uso del tiempo de los ecuatorianos según el INEC (2013)</i>	136
<i>Anexos 3: Encuesta parte 1</i>	137
<i>Anexos 4: Encuesta parte 2</i>	138
<i>Anexos 5: Encuesta parte 3</i>	139
<i>Anexos 6: Resultados de la encuesta1</i>	140
<i>Anexos 7: Resultados de la encuesta2</i>	141
<i>Anexos 8: Resultados de la encuesta3</i>	142
<i>Anexos 9: Vista superior del set</i>	143
<i>Anexos 10: Vista superior del counter</i>	144
<i>Anexos 11: Vista superior de tarima y pilares</i>	145
<i>Anexos 12: Vista superior de tarima y sala de batallas</i>	146
<i>Anexos 13: Vista frontal del set</i>	147
<i>Anexos 14: Vista sección gamer online</i>	148
<i>Anexos 15: Vista sección batalla</i>	149
<i>Anexos 16: Medidas mueble</i>	150
<i>Anexos 17: Medidas counter y silla</i>	150
<i>Anexos 18: Vista superior plano luces</i>	151
<i>Anexos 19: Vista superior plano cámaras</i>	152
<i>Anexos 20: Altura de cámaras y luces</i>	152
<i>Anexos 21: Cotización Luces fluorescentes</i>	153
<i>Anexos 22: Cotización Accesorios</i>	153
<i>Anexos 23: Cotización mdf</i>	154
<i>Anexos 24: Cotización tapizón</i>	154
<i>Anexos 25: Cotización pinturas</i>	155
<i>Anexos 26: Cotización de gigantografía y logo de vinil</i>	156
<i>Anexos 27: Cotización del sofá</i>	157
<i>Anexos 28: Cotización de piso vinil y silla alta</i>	158
<i>Anexos 29: Boceto 1 Storyboard</i>	159
<i>Anexos 30: Boceto2 Storyboard</i>	160
<i>Anexos 31: Grupo gamers redes sociales 1</i>	161
<i>Anexos 32: Grupo gamers redes sociales 2</i>	161
<i>Anexos 33: Grupo gamers redes sociales 3</i>	162
<i>Anexos 34: Grupo gamers redes sociales 4</i>	162
<i>Anexos 35: Encuesta portal ecuagamers.com</i>	163
<i>Anexos 36: Ecuavisa “La voz Colombia”</i>	163
<i>Anexos 37: RTS “Combate”</i>	164
<i>Anexos 38: Ecuavisa “Ecuador tiene talento”</i>	164

<i>Anexos 39: Canal Uno “Baila la noche”</i>	164
<i>Anexos 40: Canal Uno “Showmatch”</i>	165
<i>Anexos 41: TC “Apuesto por ti”</i>	165
<i>Anexos 42: TC “Calle7”</i>	165
<i>Anexos 43: TC “Soy el mejor”</i>	166
<i>Anexos 44: Teleamazonas “Yo me llamo”</i>	166
<i>Anexos 45: Gamatv “Idolos”</i>	166
<i>Anexos 46: Ecuavisa “Tumbao”</i>	166

ÍNDICE DE TABLA

<i>Tabla 3-1: Requerimientos operativos y software</i>	17
<i>Tabla 3-2: Equipo Humano</i>	18
<i>Tabla 3-3: Equipo Técnico</i>	19
<i>Tabla 4-1: Equipo de trabajo</i>	53
<i>Tabla 6-1: Unidades de periodo de contrato a personal</i>	108
<i>Tabla 6-2: Presupuesto General</i>	108
<i>Tabla 6-3: Costos Materiales</i>	110
<i>Tabla 6-4: Cronograma de trabajo</i>	113
<i>Tabla 6-5: Organigrama</i>	116



CAPÍTULO I
**GENERALIDADES DEL
PROYECTO**

1. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1 ANTECEDENTES GENERALES

Cuando se habla de programas que manejen una temática acerca de videojuegos en la televisión nacional muy poca es la información que se llega a recuperar actualmente, basta con escribir en un buscador “programas de televisión sobre videojuegos en Ecuador” para que escasamente llegue a aparecer una referencia televisiva de programas con dicha temática.

El proyecto “Press Start”, como programa de entretenimiento tiene la finalidad de informar noticias, novedades acerca del mundo de los videojuegos y adicionalmente ofrecer la oportunidad a los televidentes de participar de torneos en vivo; pero sobre todo, este proyecto nace con el objetivo de llenar el vacío televisivo, donde se trate la temática de los videojuegos y pueda conocer el mundo de los *videogamers*.

Según los datos de las encuestas nacionales que se encuentran en el portal *web* de EcuGamers, una de las comunidades más grandes de aficionados a los videojuegos, refleja que este es un extenso público (Ver Anexos).

Como datos referenciales sobre programas que hayan existido en Ecuador y que manejen esta temática podemos mencionar a “Super Pelados” (1970), que era transmitido por Telecentro (ahora TC) de lunes a viernes en la tarde y contaba con un segmento de videojuegos. Este programa era dirigido a niños de hasta 12 años, y una o dos veces a la semana presentaban el segmento de videojuegos que era patrocinado por Inteldata, y consistía en que dos niños previamente seleccionados competían entre sí.

Para el año 97 Cabledeportes, ahora conocido como CD7, empezó a transmitir el programa “Digital Entertainment”. El programa era patrocinado por Inteldata, y el material que presentaban dependía de los juegos de Inteldata. El programa duró cerca de un año. El presentador estaba acompañado de una pantalla verde de fondo donde aparecían los videos que iba describiendo.

En 1999, SíTV (ahora Canal 1) trajo el programa británico “Cybernet”. El formato era sencillo, la mascota del programa era un androide en 3D, la voz de la mascota iba hablando de los juegos mientras se proyectaba un video.

Hoy en día solo existe una única referencia actual de programa de televisión sobre videojuegos que es reconocido a nivel nacional. "Juega Conmigo" empezó a ser transmitido en el 2002 por medio de la señal de TV Satelital. En teoría, este es un programa que maneja una admirable interacción con el público, recibe mensajes en vivo, revisa el foro y contesta las llamadas de la audiencia, pero no posee valores de rating que sean constantes, lo cual se pudo comprobar al revisar su tabla de rating, que se recuperó de su página *web* .(ver ilustración 1)

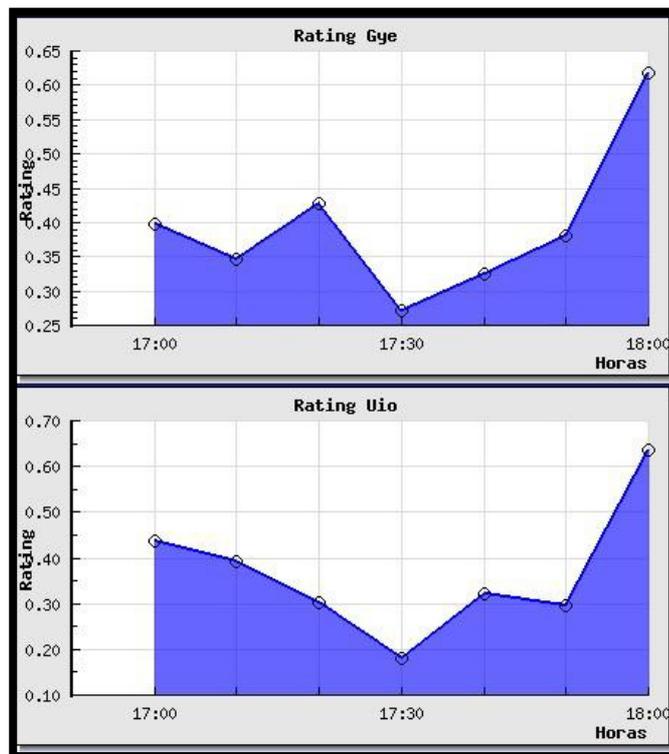


Ilustración 1-1: Tabla de rating del programa Juega Conmigo

La propuesta del proyecto "Press Start", nace en base al objetivo de realizar la Dirección de Arte para un programa que maneje esta temática televisiva, y que a través de su línea gráfica logre cautivar al televidente, en este caso como ya se mencionó antes, los llamados *videogamers*, o simplemente *gamers*, haciendo que estos se sientan identificados y cómodos con el programa. Las formas y colores son los que se quedan en la retina del espectador y son con estos elementos con los que se jugará durante la elaboración de la imagen visual.

En este manual se detallará el proceso de elaboración de todo el paquete gráfico, que va desde la creación de la marca hasta su levantamiento en 3D, animaciones, segmentos y demás piezas audiovisuales. También se incluirá la elaboración de la escenografía en 3D con medidas reales.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la televisión ecuatoriana existen un sinnúmero de programas que muchas veces se tornan repetitivos en contenido, basta con remitirse a ver la parrilla de programación de los canales de televisión nacional para notar esta realidad (Ver Anexos).

Parecería que los canales no quisieran innovar o ser audaces al crear programas de tv con un contenido totalmente nuevo y tengan temáticas frescas que aborden nuevos públicos objetivos, como es en este caso, el poco interés que se ha tenido en crear un programa de televisión que sea dirigido para el extenso público que son los videogamers, donde en uno de los mayores grupos de internet (Ecuador GAMERS) la cantidad sobrepasa los 5000 miembros.

Se podría pensar que este tipo de programa no califica para la televisión nacional pero realmente el target al que se dirige es muy amplio, ya que no existe edad límite cuando se habla de los videojugadores. Va desde niños, adolescentes hasta adultos; todos ellos comparten la misma afición por estos.

En la actualidad los programas de este tipo a nivel nacional no manejan una escenografía que atraiga al espectador y la cual sea acorde a la temática de los videojuegos. Se limitan a que los presentadores estén detrás de un counter o en un sofá con una pantalla o plasma, donde el diseño del set es muy pobre tornándose aburrido y creando poco interés en el televidente. (ver ilustración 2)



Ilustración 1-2: Escenografía del programa Juega Conmigo

Las falencias en la parte grafica de este tipo de programas serian fáciles de solucionar a través de un buen manejo de la dirección de arte, que tenga como concepto creativo enfocarse hacia al entretenimiento e información, creando interacción con la audiencia y activando el interés del espectador.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La importancia de crear un manual que dé directrices sobre el manejo de la dirección artística de un proyecto audiovisual deja un aporte claro para la sociedad, porque no se trata sólo de cómo se puede perfeccionar un programa por medio de una dirección artística que sea adecuada, sino que además, se está abordando una problemática televisiva, que es la falta de innovación hacia el manejo de temáticas distintas, saliendo de los programas de telerrealidad de los cuales está copada la televisión ecuatoriana de nuestros tiempos. A través de este manual, se plantea una invitación a abrirse campos hacia la necesidad de satisfacer a un target, que como ya se mencionó antes, los videojugadores son un mercado televisivo aún no tomado en cuenta. A nivel nacional no hay programas que den el debido enfoque audiovisual para este tipo de contenido.

Nuestro programa tiene como fin informar, entretener e interactuar con el televidente a través de un buen manejo del diseño escenográfico, haciendo así que el mismo hable por sí solo para de esta forma envolver y satisfacer a la audiencia.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Crear a través de la dirección de arte una imagen visual innovadora para el programa “Press Start”.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar una línea gráfica que identifique la esencia del programa.
- Crear un ambiente dinámico y llamativo para nuestro target.
- Contribuir con las bases para la realización de la Dirección de Arte en futuros programas que manejen la temática de videojuegos a nivel nacional.



CAPÍTULO II
SITUACIÓN ACTUAL

2. SITUACIÓN ACTUAL

2.1 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Al solo existir un programa de videojuegos que se puede tomar como referencia en Guayaquil, se da a notar el poco interés de las televisoras en apostar por este género de entretenimiento, sin embargo, los llamados “gamers” forman gran parte de nuestra población. Este mundo de personas afines a los videojuegos está compuesto por niños, adolescentes y adultos, tanto hombres como mujeres, pero durante años este no ha sido un público al cual se le ha dado la debida importancia.

Este tipo de programas se caracterizan por dar información sobre nuevos lanzamientos, tendencias, trucos para juegos e interactuar con el espectador. Al desarrollar la Dirección de Arte se busca reflejar con piezas gráficas ese dinamismo e interacción, tomando en cuenta las preferencias de nuestro target.

2.2 PLAN ESTRATÉGICO

El programa “Press Start” está dirigido a un canal nacional, como iniciativa se tiene demostrar la forma en que la elaboración de una línea grafica sirve de identidad para un programa de televisión y sobretodo, plantear este proyecto hacia una temática televisiva que anteriormente no ha sido desarrollada de manera adecuada en la televisión ecuatoriana.

Tomando todo esto en cuenta, se elaborará una imagen que tenga una función icónica para el programa “Press Start”, por medio de la creación de una línea gráfica, escenografía adecuada y paquete audiovisual apropiado para el contenido del programa, con el cual el televidente se pueda sentir identificado.

Para lograr este cometido, se realizó una encuesta a 110 personas, hombres y mujeres entre los 13 y 46 años con el objetivo de conocer sus preferencias televisivas y el nivel de aceptación de un programa de videojuegos en el país.

De estas encuestas destacaron los siguientes resultados. Entre los canales nacionales preferidos está Ecuavisa con un 49%, Teleamazonas con un 25%, Ecuador

TV 15% y el resto oscila entre el 1 y 3%. A pesar de su corta trayectoria Ecuador TV se está posicionando en el mercado al estar dentro del top 3 de los canales preferidos por los ecuatorianos. Para el proyecto de "Press Start" se considera que Ecuador TV es el canal más idóneo por manejar un perfil televisivo diferente e innovador, y por último es el canal que está más abierto a acoger producción nacional y a la vez posee una programación más variada.

ECTV es uno de los canales que más producción importa, principalmente de tipo infantil. Aun así este canal cuenta con varia producción nacional durante estos días, pues su parrilla de programación varia constantemente provocando que ciertos días de la semana haya más producción de origen nacional que internacional y viceversa., (Ortiz, Macas, Gonzáles, Coronel-Salas, & Fanny, 2013)

Entre los géneros televisivos están las series con un 21%, documentales 19% y el entretenimiento con un 12%. "Press Start" pertenece al género del entretenimiento y es lo que la mayoría de personas busca hacer al llegar a su casa. Según el INEC (2013) el promedio que las personas dedican a ver televisión es de 6 horas de lunes a viernes.

Los días preferidos para ver televisión son los sábados y domingos con un 51% seguido por los lunes y miércoles con un 17%. El prime time que corresponde al horario de 19:00-23:00 es el más visto con un 56% dejando en un segundo lugar a la franja horaria de 13:00-19:00 con un 16%. Estos valores nos sirvieron de referencia para elegir el horario del programa que será detallado en el siguiente capítulo.

Según la encuesta el 65% de las personas estarían interesadas en un programa que hable de videojuegos, noticias sobre los mismos, lanzamientos de nuevos juegos o consolas, etc. Y un 55% estaría dispuesto a participar en torneos de videojuegos en vivo dentro del programa. (Ver la encuesta completa en los anexos).

Con estos resultados se puede afirmar que existe un alto nivel de aceptación de un programa de videojuegos y se considera que a pesar de que el contenido es lo más fuerte de un programa, también debe ir acompañado por una buena escenografía y línea gráfica. Es por esto que mediante la Dirección de Arte se busca establecer un vínculo con el espectador y de esta forma el programa logre convertirse en una fuerte competencia.

2.3 MISIÓN Y VISIÓN

2.3.1 MISIÓN

Lograr un entorno gráfico y escenográfico que sea llamativo y dinámico que sirva de complemento al programa, y que además sirva de ejemplo para otros programas de este género de entretenimiento.

2.3.2 VISIÓN

Llegar al target que se tiene preestablecido como objetivo a nivel nacional a través de piezas gráficas acordes al programa y de este modo posicionarlo en el medio televisivo.

2.4 MOTIVACIÓN

Nuestra motivación es que la audiencia que se consiga abarcar cuente con un programa que posea una escenografía y línea gráfica con la que puedan sentirse identificados, ya que en el pasado no se le ha dado la debida importancia a la parte escénica de este tipo de programa.

2.5 DELIMITACIÓN

Este proyecto está dirigido para el canal nacional Ecuador TV por que abarca numerosa parte de la población ecuatoriana, y además en las encuestas que se realizó a 110 personas de Guayaquil, se obtuvo como resultado que un 65% si gustaría de ver un programa de videojuegos, y es en base a sus gustos y preferencias que se llevará a cabo la realización de esta línea gráfica.

Al ser un canal nacional se tiene como competencia a TV Satelital con su programa "Juega Conmigo" (transmitido desde el 2002).

2.6 JUSTIFICACIÓN

Los videojuegos son más que un juego electrónico para pasar el rato, son un invento lleno de dinamismo y acción, por eso se considera que un programa que hable de ellos debería reflejar lo mismo, de aquí nace la idea de que se debe crear un ambiente

escenográfico que transporte al televidente a ese entorno.

A pesar que la imagen no debe sobrepasar el contenido del programa, si debe complementarla y enriquecerla.

Es así que a través de la Dirección de Arte se dará un nuevo formato base para los programas de este tipo, de esta forma este proyecto servirá de pauta para que otros programas enriquezcan su escenografía y línea gráfica, así la parte audiovisual tendrá mayor impacto dentro de estos.



CAPÍTULO III
MARCO CONCEPTUAL

3. MARCO CONCEPTUAL

3.1 CONCEPTO DEL PROGRAMA

Nuestro programa es apto para todo público en especial para todos aquellos que compartan una afición por los videojuegos. Por esto el formato del programa es dinámico, interactivo, divertido e informativo.

Se realizó dos estructuras distintas para este programa, una para ser transmitida el lunes y otra para el miércoles. Estos dos días fueron elegidos basados en la encuesta previamente mencionada.

La estructura del programa del lunes estará dividida en tres bloques. El primer bloque corresponderá a la presentación del programa y sus conductores. Este bloque será informativo ya que hablará de nuevos lanzamientos, tendencias, consolas y cheat codes. También habrá un resumen de lo sucedido en días anteriores en el torneo, se informará como va evolucionando este y quienes pasan a la siguiente fase.

En el segundo bloque se verán reportajes y visitas en exteriores de lugares donde se jueguen videojuegos o se realicen torneos.

En el tercer bloque se contestarán las llamadas al aire y los mensajes sms y web. En este bloque se responderá cualquier duda o inquietud que tenga el televidente sobre determinado videojuego o de cualquier tema tratado durante el programa.

La estructura correspondiente al día miércoles está dividida en dos secciones. La primera sección corresponde a la presentación del programa junto a sus conductores y los concursantes del torneo.

También se realizará una explicación detallando en qué consiste el torneo, sus reglas, informando cómo van los participantes hasta el momento, etc. La mayor parte del programa será la transmisión del desarrollo del torneo de videojuegos.

La segunda sección será informativa ya que hablará sobre novedades en el mundo de las consolas, nuevos lanzamientos y tendencias.

3.2 DURACIÓN, HORARIO Y TARGET DEL PROGRAMA

“Press Start” está diseñado para ser transmitido dos veces por semana por el canal Ecuador Tv. Posee una duración de 60 minutos incluyendo comerciales.

La primera temporada contendrá 24 capítulos por lo que tendría una duración de 3 meses.

Existen cuatro tipos de horarios que determinan la exhibición de un programa televisivo y son:

- **A** (también llamado *Day*)

Se lleva a cabo en el intervalo de 06h00 a 12h59.

Es un horario muy relajado que según la programación del canal podría variar el público a quién está dirigido, aunque es muy considerado para mujeres que cumplan funciones de ama de casa.

- **AA** (también llamado *Early*)

Se lleva a cabo en el intervalo de 13h00 a 18h59.

Es un horario que logra abarcar un público de variada edad, es decir, desde señoras amas de casa, jóvenes y niños.

- **AAA** (también llamado *Prime*)

Se lleva a cabo en el intervalo de 19h00 a 22h59.

Siendo considerado un *horario estelar* está dirigido a todo público.

- **B** (también llamado *Late*)

Se lleva a cabo en el intervalo de 23h00 a 05h59.

Es un horario en su mayoría con contenido para personas adultas, en especial está dirigido para jóvenes u hombres.

Debido a su contexto el programa será transmitido de 17h30 a 18h30 los días lunes y miércoles, ocupando un horario *early* “AA” correspondiente a niños, jóvenes y adultos.

El target elegido para este programa son niños, adolescentes y adultos; cuyas edades van desde 13 a 25 años y, que compartan la afición por los videojuegos, ya que nuestro programa les proveerá de información, reportajes y torneos de los mismos.

El nivel socioeconómico de nuestro público objetivo corresponde a la clase media y media baja ya que son ellos los que consumen más televisión nacional, conforme las estadísticas de audiencia de la consultora Ibope Media.

Según el INEC (2013) el 83,3% de los hogares del Ecuador son de estrato medio. Esto quiere decir que el campo al que se dirige el proyecto es bastante amplio.

3.3 GÉNERO Y CONTENIDO

GÉNERO TELEVISIVO DE ENTRETENIMIENTO: El género de entretenimiento, es aquel que conlleva al televidente a disfrutar de un momento ameno, una interacción del mismo con el programa que está viendo, nos transmite el humor del programa, juega con los sentimientos y las sensaciones del público.

A este género televisivo se lo considera uno de los que más auge ha tenido en los últimos tiempos, ya que por las sensaciones que nos permite sentir, ya sean estas con el humor de un programa, la manera en que nos permite interactuar, un claro ejemplo de esto podría ser el programa "Gran Hermano" (2003), o "Quien Quiere ser Millonario" (2001-2011), son programas que nos permiten una pauta de hacer sentir al público telespectador como parte del programa, ya que con opciones como llamar a algún familiar o a conocido a su domicilio para realizar una consulta, pues consigue que se cree un nexo directo entre el televidente y el programa que está observando.

Se ha notado que lamentablemente hoy en día, este género a pesar de su acogida, ha ido perdiendo campo lentamente, no por falta de programas de esta índole, sino por el contenido y la calidad de los mismos. Estos programas presentan un material, que si bien es cierto divierte al público, pero son muy pocos los que nos permiten apreciar un material audiovisual complejo y rico en características.

El entretenimiento en la televisión, es el género que por sus producciones tiene la

opción de generar subgéneros, partiendo de que el entretenimiento tiene distintas formas de ser, ya sea un programa de entretenimiento juvenil, que no es el mismo a uno de tipo adulto.

Entre estos subgéneros, se puede clasificar a los reality shows y a los talk shows que por su importancia en las parrillas de televisión hoy en día, son las de mayor aceptación por el concepto que manejan, en esta clasificación también ingresan los concursos.

Los concursos, se pueden definir como juegos y competencias, en las que generalmente existen grupos que rivalizan, tienen que realizar actividades ya sean de tipo físicas o de inteligencia, en la cual se pone a prueba la habilidad de los concursantes.

A estos subgéneros también forman parte los llamados *magazines*, que en español significa revistas. Los *magazines*, tienen como objetivo principal llegar a las personas por medio de las emociones, no nos muestran una información en su totalidad, o con veracidad, lo que realmente quieren es producir risa al público, divertirlo haciendo imitaciones de personajes famosos, de la historia, parodias que por su alto grado de humor, entretienen en su gran totalidad.

El proyecto de "Press Start" se compone básicamente de dos tipos de subgéneros del entretenimiento como son: el *magazine* y el género programa concurso. También forma parte el género informativo. Para entender mejor el concepto televisivo de cada uno hay que mencionarlos más detalladamente:

Género informativo: En los que la TV ofrece enunciados acerca de hechos que se verifican independientemente de ella. Puede hacerlo de forma oral, a través de tomas en directo o en diferido, o de reconstrucciones filmadas o en estudio. Los acontecimientos pueden ser políticos, de crónica de sucesos, deportivos o culturales. En cada uno de estos casos, el público espera que la televisión cumpla con su deber: a) diciendo la verdad, b) diciéndola según unos criterios de importancia y de proporción, c) separando la información de los comentarios. (Eco, 1999)

Magazine: Nacido inicialmente como un programa de entretenimiento, con

secciones y contenidos variados, el formato del magazine se ha ido adaptando incluso a programas especializados. Lo que define al magazine es el presentador, que hace de hilo conductor a través de diversos contenidos, y las secciones, siempre emitidas a la misma hora, el mismo día de la semana. Es decir, un *magazine* puede tener una sección de cine que se emitirá siempre los miércoles a las 17:30 h, por ejemplo. En el *magazine* cabe casi todo, tertulias, entrevistas, reportajes, concursos... pero siempre con un horario determinado de antemano y con unos colaboradores fijos para cada sección. Suelen ser programas de larga duración, 2 o 3 horas, con contenidos que varían cada día de la semana; los martes, tertulia deportiva, los miércoles sección de cine, etc. (CEFIRE de Castellón)

Programa de concursos: Los programas concursos son un formato de programa de televisión o radio en el cual uno o más participantes realizan una serie de actividades para obtener un puntaje máximo, el cual es canjeable a lo largo del programa a cambio de premios, dinero en efectivo o productos proporcionados normalmente por los patrocinadores del programa, quienes usualmente lo hacen con fines publicitarios.

3.4 REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA

Tomando en cuenta que el canal Ecuador TV cuenta con determinados equipos, a continuación se detalla los elementos necesarios para la realización del programa en el área de equipo humano, equipo técnico y software.

Tabla 3-1: Requerimientos operativos y software

REQUERIMIENTOS OPERATIVOS - SOFTWARE		
NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Adobe Illustrator CS5	Procesador de imágenes y vectores.	1
Adobe Photoshop CS5	Procesador de imágenes.	1
Adobe After Effects CS5	Creación de efectos especiales.	1

Cinema 4D R13	Modelado y animación 3D.	1
Final Cut Pro	Edición de videos.	1
Soundtrack Pro	Edición de audio.	1

Tabla 3-2: Equipo Humano

EQUIPO HUMANO		
CARGO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Director	Dirige y supervisa al equipo de trabajo.	1
Productor	Organiza y financia el proyecto.	1
Director de Arte	Dirige los diseños, escenografía y el paquete gráfico.	1
Director de Fotografía	Creación artística de imágenes para la puesta en escena.	1
Director Técnico	Dirige los aspectos técnicos del programa.	1
Maquillista	Encargado del maquillaje.	1
Vestuarista	Encargado del vestuario.	1
Camarógrafos	Operadores de cámaras.	3
Presentadores	Conductores del programa.	3
Iluminador	Encargado de seleccionar la iluminación adecuada para el set.	1
Diseñador Gráfico	Realiza los bocetos.	1
Ilustrador	Ilustra las piezas gráficas.	1
Modelador 3D	Crea objetos tridimensionales.	1
Postproductor	Supervisa y dirige el área	1

	de postproducción.	
Editor	Realiza la edición de videos.	1
Animador y Fx	Encargado del movimiento de imágenes y aplicación de efectos especiales.	1
Sonidista	Selecciona sonidos y realiza las mezclas.	1

Tabla 3-3: Equipo Técnico

EQUIPO TÉCNICO		
NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Cámaras	Sony Profesional	3
Trípodes	Soporte de la cámara	3
Micrófonos corbateros	Para presentadores e invitados	5
Micrófonos	Para reportajes en exteriores	2
Luces	Para escenario	Varios
Cables	Para conexiones	Varios
Extensiones eléctricas	Cuando haya que hacer conexiones largas.	3
Audífonos	Para dirigir en post producción.	2
Laptop	Memoria RAM 4GB	1
Disco duro externo	Capacidad 1TB	2
Impresora	Imprimir información	1
DVD	Grabar información	25
Resma de hojas	Papel bond	1

3.5 MARCA

La marca cumple con una función esencial identitaria desde sus orígenes. Sirve para diferenciar un producto de otros semejantes, básicamente por su presentación y la asignación de atributos iconográficos distintivos. (Costa, 2004)

Una marca es todo aquello que los consumidores reconocen como tal. Es un producto al que se ha revestido de un ropaje tan atractivo que consigue que el producto se desee, se pida y se exija con preferencia a otros productos. En definitiva, la marca es el nombre, término, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, asignado a un producto o a un servicio, por el que es su directo responsable. Ésta es quien debe darlo a conocer, identificar y diferenciar de la competencia; debe garantizar su calidad y asegurar su mejora constante.

La marca ofrece del producto, junto con su realidad material, una realidad psicológica, una imagen formada por un contenido preciso, cargado de afectividad: seguridad para unos, prestigio para otros, calidad, etc.

"Press Start" es una propuesta creada y pensada en satisfacer al público amante de las noticias y todos los temas relacionados a los videojuegos, es la clase de entretenimiento que aún no está posicionada en el país y que posee una gran cantidad de seguidores y aficionados de todas las edades.

3.5.1 ISOTIPO MONOCROMÁTICO

El isotipo es la representación gráfica real de un símbolo que ejemplifique la marca sin mencionarla, es decir una abstracción visual que represente su imagen. En branding, este hecho se explica entendiendo que el isotipo será perfecto cuanto mejor exprese los valores y espíritu de la marca y tendrá éxito cuando su imagen sea tan reconocible como el nombre de la propia marca a la que representa.

Para la elaboración del isotipo de la marca "Press Start", este se lo fue desarrollando de manera simbólica a fin de que sea fácilmente reconocido por los

televidentes y de esta manera se familiaricen de forma eficaz con el contenido que se tratará dentro del mismo.

En el isotipo de la marca se basa en la representación icónica de una palanca de videojuegos, la cual es el vínculo de entretenimiento y un objeto de uso cotidiano para el telespectador de nuestro programa.

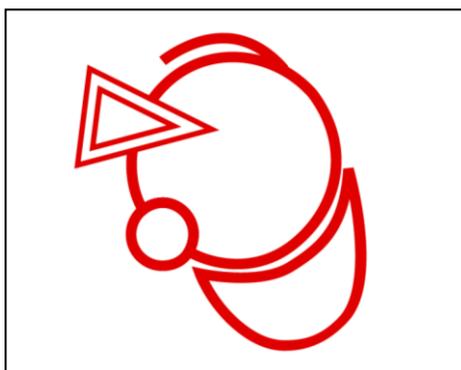


Ilustración 3-1: Isotipo Press Start

3.5.2 LOGOTIPO

La American Marketing Association (en una de sus dos definiciones) señala que el logotipo es *“un diseño gráfico que es utilizado como una continuación del símbolo por una compañía, organización o marca, y es a menudo, la forma de una adaptación del nombre de la compañía o de la marca, o es utilizado conjuntamente con el nombre”*. (Thompson, 2006)

Con esto se puede argumentar que es la conceptualización que se le da a la parte de la tipografía en un diseño. Por eso es de suma importancia que el tipo de letra que se elija sea el que mejor defina la marca y que este sea funcional, evitando así que se llegue a crear en la audiencia un mensaje confuso.

Tomando en cuenta este criterio, nuestro logotipo está ligado enteramente al isotipo, de manera que al estar mezclados, estos proyecten al espectador un mayor impacto en el momento de que los perciba.

Se utilizó la tipografía WIDE AWAKE cuyas letras son inclinadas representando

tecnología, agilidad, movimiento y dinamismo; las bases del programa. A esta fuente tipográfica se le realizó unas ligeras modificaciones para que se pudiera adaptar al isotipo posteriormente.



Ilustración 3-2: Logotipo Press Start

3.5.3 DESARROLLO DEL IMAGOTIPO

El imagotipo es la combinación del isotipo (ícono) y el logotipo (texto), estos dos se encuentran fusionados dentro de una misma imagen a fin de convertirse en un solo objeto.

La imagen sirve para reforzar el identificativo de la marca, persiguiendo la fácil memorización y diferenciación por parte de los posibles clientes. Ésta puede ser una imagen digital (píxeles) o vectorial (vectores), de colores planos o con relieve. (Turismo Chajari)

“Press Start” posee un imagotipo que hace referencia a las Leyes de la Gestalt o también llamadas Leyes de la Percepción. Estas leyes surgen de los psicólogos de la Gestalt: Max Wertheimer, Wolfgang Köhler, Kurt Koffka y Kurt Lewin en Alemania a principios del siglo XX. Fueron estos quienes en un laboratorio de psicología experimental, demostraron que el cerebro humano organiza los elementos percibidos en forma de configuraciones (gestalts) o totalidades recurriendo a ciertos principios.

La conceptualización del programa se basa en las siguientes 3 leyes.

Ley de la totalidad: El todo es diferente a la suma de sus partes. Esto quiere decir que al separar sus elementos pierde su significado. Este es el caso del imagotipo del programa por lo que el isotipo está ligado enteramente a su logotipo, juntos forman una totalidad, logrando así que su forma se asemeje a una palanca de videojuegos.

Ley de la pregnancia: Se basa en la observación, en donde el cerebro intenta organizar los elementos percibidos de la mejor forma posible, esto incluye el sentido de perspectiva, volumen, profundidad etc. El cerebro prefiere las formas integradas, completas y estables. Esta ley de alguna manera involucra a otras leyes, ya que el cerebro prefiere también formas cerradas, continuas, simétricas, con buen contraste, nítidas y definidas. Tiene la capacidad de imponerse en la mente y en el recuerdo.

Basándonos en esta ley se buscó que el imagotipo quede grabado en la mente del espectador a través de su forma de palanca que es un elemento icono en el mundo de los videojuegos por lo tanto es parte de los recuerdos del espectador.

Ley de la simplicidad: Las figuras menos complejas tienen una mayor pregnancia. Una figura simple es aquella que necesita un menor número de elementos para construirla: menos segmentos de rectas, menos curvas, menos ángulos, menos intersecciones. El imagotipo de "Press Start" está compuesto por formas simples: líneas inclinadas y curvas.



Ilustración 3-3: Imagotipo Press Start

3.5.4 VARIACIONES

"Press Start" presenta en su imagotipo distintas variaciones, las cuales cambiarán dependiendo del segmento en el que se encuentre el programa. Siempre se mantendrá el fondo plateado, lo que cambiará es el color de la tipografía que va de la mano con el isotipo. Las variaciones de color que se usarán en el imagotipo son únicamente: turquesa, rojo y plateado. Estas se usarán en papelería, artículos y aplicaciones promocionales al programa. A excepción de las camisetas para los concursantes, donde el logotipo irá en color blanco y sobre fondo turquesa y rojo y, a más de las gorras que llevarán también el logotipo pero esta vez en colores turquesa y rojo sobre fondo blanco.

Es así como a continuación se muestran los cambios de color que sufrirá el logo en sus diferentes variaciones y de igual forma las restricciones de cómo no se debe usar.



Ilustración 3-4: Primera variación imagotipo



Ilustración 3-5: Segunda variación imagotipo



Ilustración 3-6: Tercera variación imagotipo



Ilustración 3-7: Camisetas Press Start



Ilustración 3-8: Gorras Press Start



Ilustración 3-9: Restricciones cambio de fondo



Ilustración 3-10: Restricciones deformamiento de la marca



Ilustración 3-11: Restricciones de color

3.6 TENDENCIA O MOVIMIENTO ARTÍSTICO

Para "PRESS START" se ha decidido implementar dos movimientos artísticos, los cuales servirán de base para cada uno de los diseños que forman parte de nuestra escenografía, estos son: el cubismo y el minimalismo.

3.6.1 CUBISMO

El cubismo fue un movimiento artístico desarrollado entre 1907 y 1914, nacido en Francia y encabezado por Pablo Picasso, Georges Braque y Juan Gris. Es una tendencia esencial pues da pie al resto de las vanguardias europeas del siglo XX. No se trata de un ismo más, sino de la ruptura definitiva con la pintura tradicional.

El Cubismo es un arte mental, se desliga completamente de la interpretación o semejanza con la naturaleza, la obra de arte tiene valor en sí misma, como medio de expresión de ideas. La desvinculación con la naturaleza se consigue a través de la descomposición de la figura en sus partes mínimas, en planos, que serán estudiados en sí mismos y no en la visión global de volumen. Así un objeto puede ser visto desde diferentes puntos de vista, rompiendo con la perspectiva convencional y con la línea de contorno. Desaparecerán las gradaciones de luz y sombra y no se utilizarán los colores de la realidad, apareciendo en las representaciones el blanco y negro. Las formas geométricas invaden las composiciones. Las formas que se observan en la naturaleza se traducirán al lienzo de forma simplificada, en cubos, cilindros, esferas. Nunca cruzaron el campo de lo abstracto, la forma siempre fue respetada. (Arte España)

La escenografía de "Press Start" es influida por este movimiento artístico, ya que el desarrollo de los ambientes diseñados para este proyecto se basa en figuras geométricas, como por ejemplo; los pilares y el *counter*. Además vale mencionar que se pensó en esta tendencia como la forma más representativa del 3D.



Ilustración 3-12: Elementos característicos del cubismo



Ilustración 3-13: Ambiente diseñado en base al cubismo

3.6.2 MINIMALISMO

El Minimalismo como movimiento artístico, se identifica con un desarrollo del arte occidental posterior a la Segunda Guerra Mundial, iniciado en el año 1960.

Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE), el minimalismo es una corriente artística que utiliza elementos mínimos y básicos, como colores puros, formas geométricas simples, tejidos naturales, etc.

El término minimalista, en su ámbito más general, se refiere a cualquier cosa que haya sido reducida a lo esencial, despojada de elementos sobrantes. Es una traducción transliteral del inglés *minimalist*, que significa *minimista*, es decir, que utiliza lo mínimo (*minimal* en inglés).

La pintura minimalista tiene influencias del Constructivismo y sobre todo del planteamiento reduccionista de Ad Reinhardt. El término minimalismo también se utiliza para describir una tendencia en el diseño y la arquitectura, donde en el sujeto se reduce a sus elementos necesarios.

El diseño minimalista ha sido muy influenciada por el diseño tradicional japonés y la arquitectura. Además, los trabajos de los artistas de De Stijl es una importante fuente de referencia para este tipo de trabajo.

De Stijl ha ampliado las ideas que se podría expresar mediante el uso de elementos básicos tales como líneas y planos organizada de manera muy particular.

Se puede igualmente hablar de una arquitectura minimalista visible en la obra de, por ejemplo: John Pawson, Souto de Moura, Tadao Ando, Hiroshi Naito o Rudi Ricciotti. (Arqpress)

Una de las características más marcadas del minimalismo fue aquella que le dio Marcel Duchamp, conocido como el padre del minimalismo. Cuando Duchamp crea su filosofía del *readymade*, la cual se basaba en darle un nuevo uso a un objeto ya existente, crea un filosofía de arte conceptual sobre el minimalismo, propiciándole a este la cualidad de ser un movimiento contemporáneo. Así el minimalismo siendo contemporáneo representa modernidad, y todo lo que representa modernidad claramente es sinónimo de avanzar en el tiempo.

Nuestro logo es un claro ejemplo de la inclusión de esta tendencia, puesto que se lo ha tratado de reducir a la mínima expresión. Se planteó la idea de simular una palanca, con simples líneas curvas que la formarán, pero sin que esta se dé a notar por completo como el objeto que sí se quiere representar (palanca de mando).

La palanca de mando es un objeto representativo de toda consola de videojuego, ya que sin ellas no se podría jugar. La palanca en el logo, está reducida a lo más simple, pues se quiere dar una connotación que a simple vista permita la percepción una noción de relación hacia el objeto aunque este no esté demostrado en su totalidad. Siendo eso de igual forma una de las características del arte pictórico minimalista.

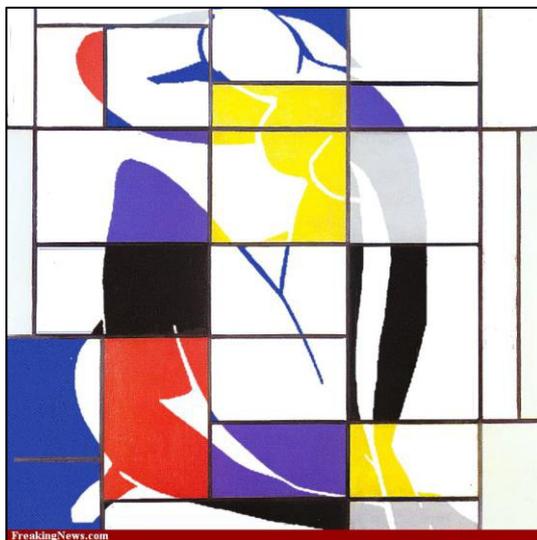


Ilustración 3-14: Arte Minimalista



Ilustración 3-15: Arquitectura de Tadao Ando

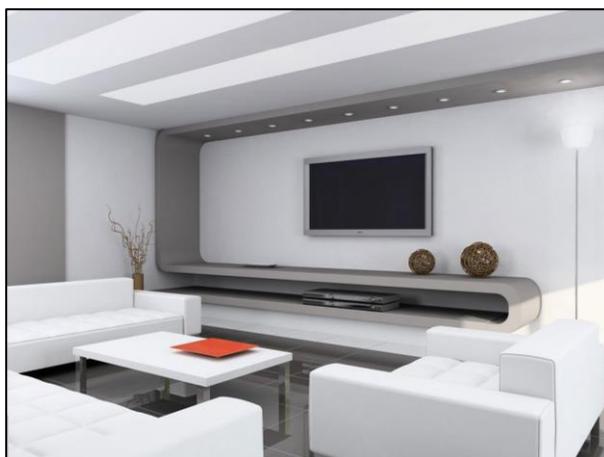


Ilustración 3-16: Diseño interior Minimalista

3.7 DEFINICIÓN GRÁFICA

Teniendo claras las tendencias escogidas, sus características y simbologías, se incorporan esos conceptos para la creación de la marca, línea gráfica, escenografía, etc. Se debe tener en cuenta lo que simboliza "Press Start" que es movimiento, agilidad y dinamismo; y ser fiel a este concepto en la elaboración de la línea gráfica.

3.7.1 FORMA

Todo lo que puede ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción. De esta manera la forma se transforma en una figura de tamaño, color y textura determinada. Los puntos, líneas y planos cuando son visibles se convierten en forma. (Wong, 1979)

En nuestro logo se manejan mucho las líneas inclinadas, he aquí la influencia del minimalismo ya que por medio de ellas se busca representar el dinamismo y la energía del programa y, sobretudo el concepto de modernidad que estas transmiten. Al tratarse de videojuegos, la gente posicionará nuestro logo al movimiento e interacción de las plataformas de juegos. Estas líneas inclinadas también evocan a la tecnología, por medio de la conjugación de líneas entre las que se incluyen las verticales, que nos dan a notar peso, lo cual se quiere lograr con nuestro logo, buscando que el mismo tenga la carga visual suficiente para que cree un poder de pregnancia en la retina del espectador.

También se hace uso de las líneas curvas que dan la forma a la palanca que acompaña al logo. Estas líneas curvas representan movimiento y dinamismo que son características bases del programa.

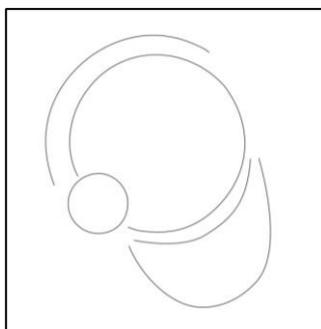


Ilustración 3-17: Formas curvas

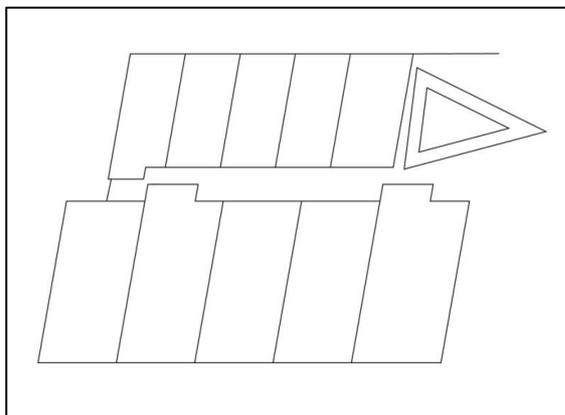


Ilustración 3-18: Formas rectas inclinadas

3.7.2 TIPOGRAFÍA

Dando una pequeña definición, se puede decir que la tipografía es la expresión gráfica que trata el tema de las letras, números y símbolos de un texto impreso, tales como su diseño, su forma, su tamaño y las relaciones visuales que se establecen entre ellos.

La tipografía es un elemento importante que debe reflejar claramente el concepto del programa y su línea gráfica. En nuestro proyecto se designó WIDE AWAKE, como fuente tipográfica para la creación del logotipo, puesto que maneja líneas inclinadas que expresan las características mencionadas anteriormente; tecnología, movimiento y dinamismo, que son parte fundamental de nuestro programa.

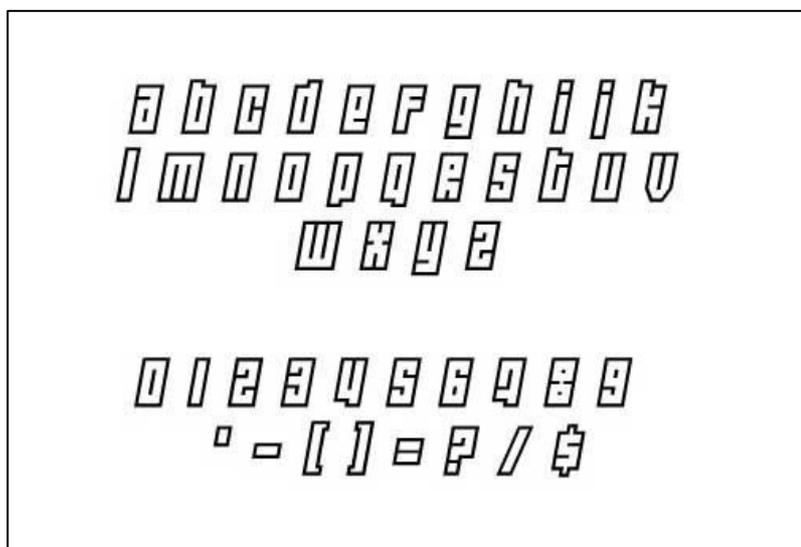


Ilustración 3-19: Tipografía Wide Awake

3.7.3 COLORIMETRÍA

Se define a la colorimetría, como la ciencia que estudia el valor numérico de los colores, esto quiere decir la obtención de los mismos, determina la medida de los colores.

El color siempre va a ser parte importante en un diseño, debido a que cada color transmite un mensaje visual concreto.

Los colores y sentimientos no se combinan de manera accidental, sus asociaciones no son cuestiones de gusto, sino experiencias universales profundamente enraizadas desde la infancia en nuestro lenguaje y pensamiento. El simbolismo psicológico y la tradición histórica permiten que los efectos de los colores estén sujetos a determinados estímulos. (Heller, 2004)

Cada color puede producir muchos efectos distintos, un mismo color actúa en cada ocasión de manera diferente dependiendo del contexto que se le haya dado.

Según un estudio realizado en Alemania, los colores más apreciados son el azul, verde y rojo.

Para el diseño del logo y la dirección de arte en general se ha empleado en su mayoría el rojo y una variación del azul como es el turquesa.

Teniendo en cuenta la psicología del color y lo que se busca transmitir en el programa, los colores elegidos que estarán presentes en toda la línea gráfica son: rojo, turquesa, plateado y blanco.

Rojo: El color de todas las pasiones, amor-odio. El color de los reyes y del comunismo, de la alegría y felicidad.

El rojo es el color de la fuerza, la agresividad, la energía y la pasión.

Representa lo activo, dinámico, es el color simbólico de todas aquellas actividades que exigen más pasión que razonamiento.

El rojo representa fuerza, valor, lo atractivo. En el acorde cromático rojo-turquesa se unen fuerzas corporales y espirituales.

Turquesa: Es una tonalidad del azul. Es el color preferido, de la simpatía, armonía y fidelidad.

Crea sensación de lejanía, profundidad y perspectiva. La perspectiva produce la ilusión de espacio. El turquesa es conocido como el color de las dimensiones ilimitadas.

Como color de la lejanía y del anhelo, el turquesa es el color de lo irreal e incluso de la ilusión y el espejismo.

Turquesa-Blanco-Plateado acorde de lo frío y lo fresco.

El turquesa es el color principal de las cualidades intelectuales. Su acorde típico es turquesa-blanco. Estos son los colores principales de la inteligencia, la ciencia y la concentración. La deportividad a pesar de no ser una cualidad intelectual, también domina en ella el acorde turquesa-blanco.

Plateado: El color de la velocidad. Es uno de los colores del dinamismo y también del deporte. El plateado es también el color de la esperanza y el optimismo.

El color plata es frío. Está cerca del blanco, azul y gris, los colores fríos.

Este se asocia a la mente clara y a las mejores cualidades del trabajo intelectual. Turquesa-blanco-plateado es el acorde de la inteligencia. El color plata se halla también en los acordes de la ciencia y la exactitud.

El concepto de lo moderno, la plata es asociado con los materiales del diseño moderno. Azul-plata-gris es el acorde de lo técnico y de lo funcional. El color plateado es uno de los colores de lo artificial, de lo creado por la tecnología. El plateado-rojo representa lo moderno.

Blanco: El simbolismo del blanco tiene referencias a la luz, el comienzo, lo nuevo.

La limpieza y la pureza se asocian al color blanco. También representa objetividad y neutralidad.

El blanco y el negro son los colores preferidos por los diseñadores técnicos, pues como “no colores” no se apartan de la función de los aparatos. El blanco es muy empleado en el estilo minimalista ya que se entendía la estética como una liberación de todo ornamento y de todo color.

El acorde blanco-azul representa verdad, honradez y el bien. El blanco-plateado refleja lo objetivo y lo moderno.

A continuación se detalla la colorimetría en modo RGB y CMYK.

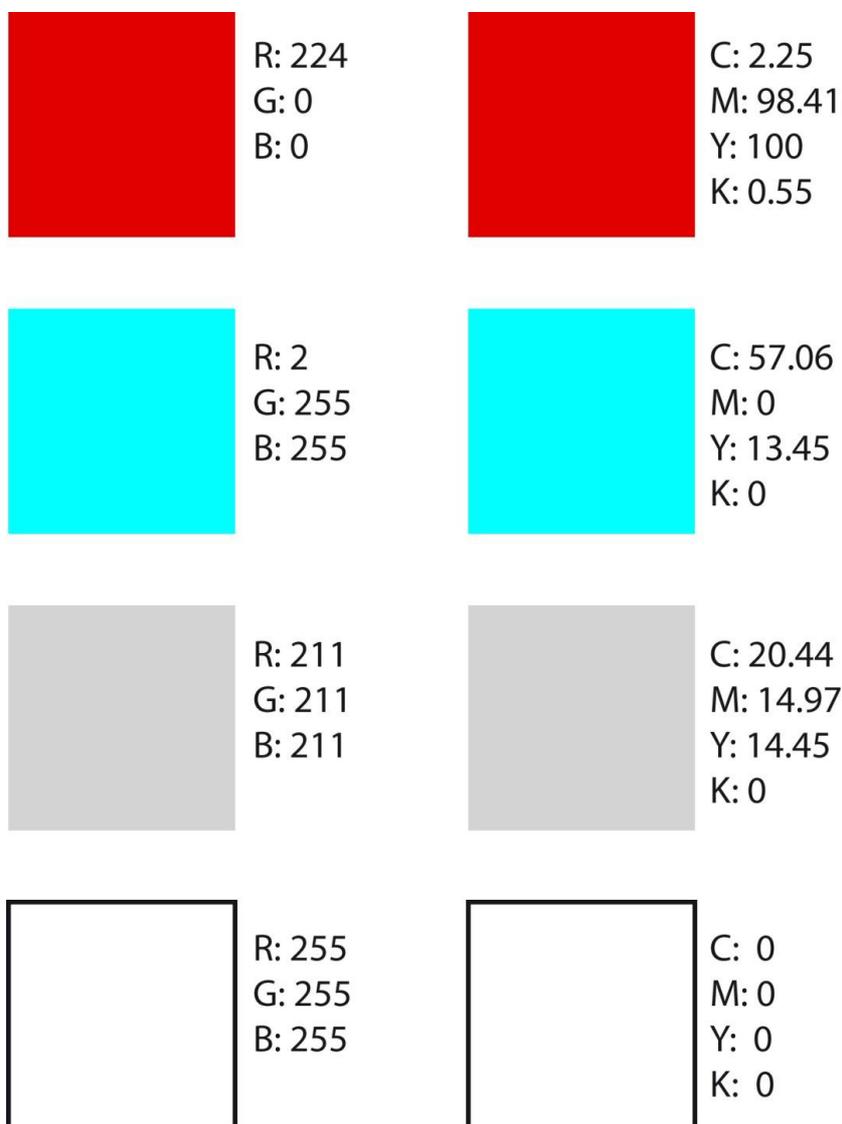


Ilustración 3-20: Colorimetría

3.8 ADAPTACIÓN DE LA MARCA A MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS

Para la creación del concepto de la línea gráfica de un programa, el Director de Arte toma como referencias programas similares del momento y de años anteriores. También investiga tendencias y así genera la nueva identidad visual del programa. Dichas piezas gráficas y cualquier elemento visual que intervenga tienen que cumplir un único objetivo para ser funcional; enviar un mensaje claro al target.

Para lograr ser eficaz al momento de trabajar se debe tener claro el medio en el que será difundida la pieza gráfica, ya sea en un medio digital o impreso, teniendo en cuenta que cada uno tiene características diferentes.

3.8.1 MEDIOS DIGITALES

Al momento de trabajar para medios digitales como son la televisión y el internet, se emplea el modo de color aditivo RGB.

Con sus siglas en inglés RED, GREEN, BLUE, que significan ROJO, VERDE, AZUL respectivamente, los cuales hacen referencia a los colores primarios de la luz.

RGB es un modelo de color utilizado normalmente para presentar color en los sistemas de video, cámaras, monitores de ordenadores y pantallas de televisión. Representa todos los colores como combinaciones de rojo, verde y azul, además, RGB es el sistema de color más utilizado por la mayoría de los formatos actuales.

Los colores primarios del modelo RGB son aditivos, es decir, para producir el resultado se suman las contribuciones individuales de cada primario. De la mezcla de estos y su aplicación con mayor o menor intensidad se obtiene el resto de colores, encontrándonos en los extremos con el blanco y el negro es decir; un color cuyo valor RGB es 0,0,0 es el color negro, y el color cuyo valor es 255, 255, 255 es el color blanco. Es propicio mencionar que los valores RGB son expresados en una combinación de 3 cifras, donde cuyos valores mínimo-máximo son 0 y 255 respectivamente.

Mezclando los diferentes valores de un modo u otro se obtendría cualquiera de los 16,7 millones de colores que conforman la gama.

Al diseñar para televisión se debe tener en cuenta esta gama y buscar aquellos colores que sean funcionales y dinámicos en pantalla.

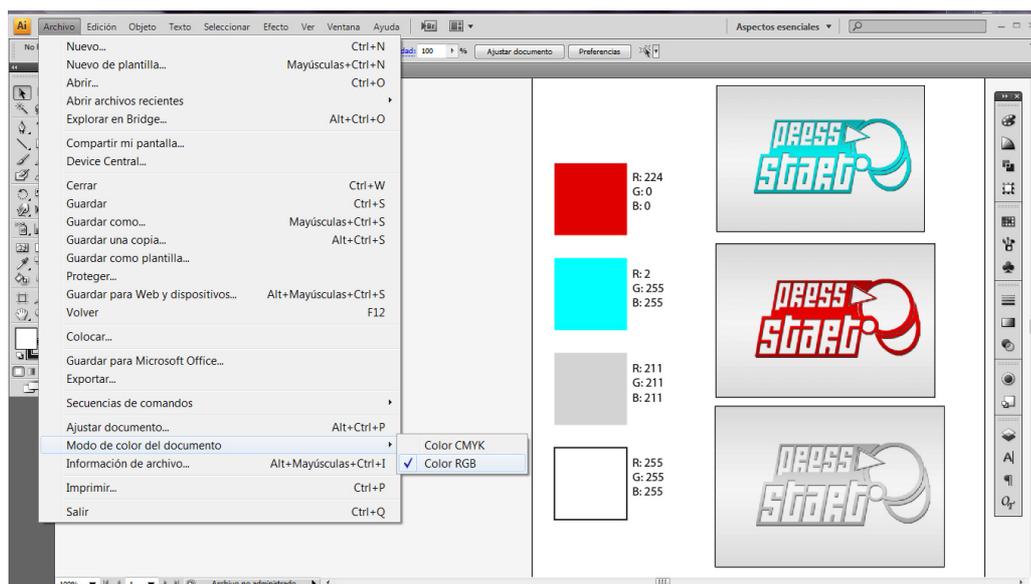


Ilustración 3-21: Valores RGB

3.8.2 MEDIOS IMPRESOS

Si se quiere trabajar para medios impresos como son papelería, merchandising, camisetas, etc., se usa el modo de color CMYK.

El modelo CMYK (cyan, magenta, yellow, black) en español corresponde a cian, magenta, amarillo y negro, siendo un modelo que se basa en la cualidad de absorber y rechazar luz de los objetos.

CMYK corresponde a la síntesis sustractiva o color pigmento. Este modelo se aplica a medios impresos, en cuatricromía. En el modo CMYK, a cada píxel se le asigna un valor de porcentaje para las tintas de cuatricromía.

Los colores más claros (zonas de luz en una composición), tienen un porcentaje pequeño de tinta, mientras que los más oscuros (zonas de sombra en una composición) tienen mayores porcentajes de tinta. Los diferentes matices se darán por las variaciones de las cuatro tintas en diferentes porcentajes desde el 0% al 100%.

En las imágenes CMYK, el blanco puro se genera si los cuatro componentes tienen valores del 0%, es decir, los espacios blancos se dan por vacíos de tinta, ya que usualmente no se ocupa tinta blanca, por su alto costo.

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

El negro generado al mezclar los colores primarios sustractivos no es ideal y por lo tanto, la impresión a cuatro tintas utiliza el negro (K) además de los colores primarios sustractivos amarillo (Y), magenta (M) y cian (C).

El uso de la impresión a cuatro tintas genera un buen resultado con mayor contraste. Sin embargo, el color pantalla, visto en el monitor de una computadora es diferente al color impreso del mismo objeto, pues los modelos RGB y CMYK tienen diferentes dispositivos: el primero corresponde a síntesis aditiva y el segundo a síntesis sustractiva.

En los materiales impresos, esta combinación de luz no puede ser reproducida directamente, por lo que las imágenes generadas en los ordenadores, cuando se usa un programa de edición, dibujo vectorial, o retoque fotográfico se deben convertir a su equivalente en el modelo CMYK que es el adecuado cuando se usa un dispositivo que usa tintas, como una máquina de impresión.

Es por esto, que antes de enviar cualquier trabajo a la imprenta se debe convertir los colores del documento a CMYK para que los colores de impresión sean lo más correctos posibles.

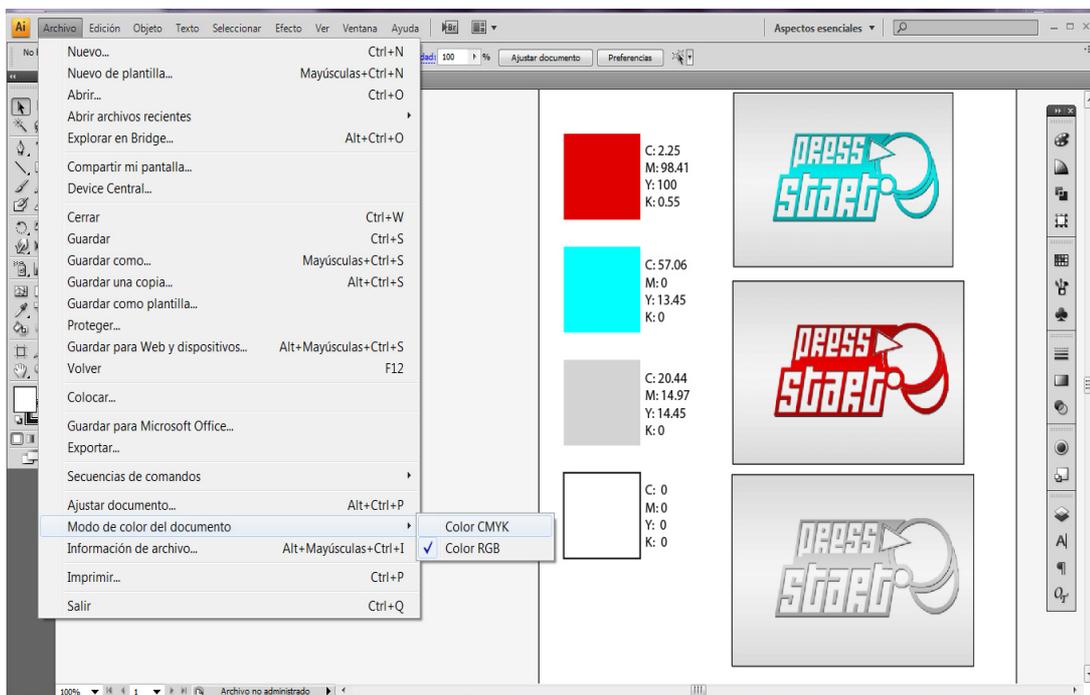


Ilustración 3-22: Valores CMYK

3.8.3 DESARROLLO DE LA MARCA 2D A 3D

Una vez que se tiene aprobado el boceto del imago tipo, se empieza a trabajar al mismo en un software 2D, en nuestro caso, se decidió usar Illustrator. Ahí se elabora la marca utilizando vectores para luego ser pasado a un software 3D, como lo es Cinema 4D.



Ilustración 3-23: Boceto de la marca "Press Start"

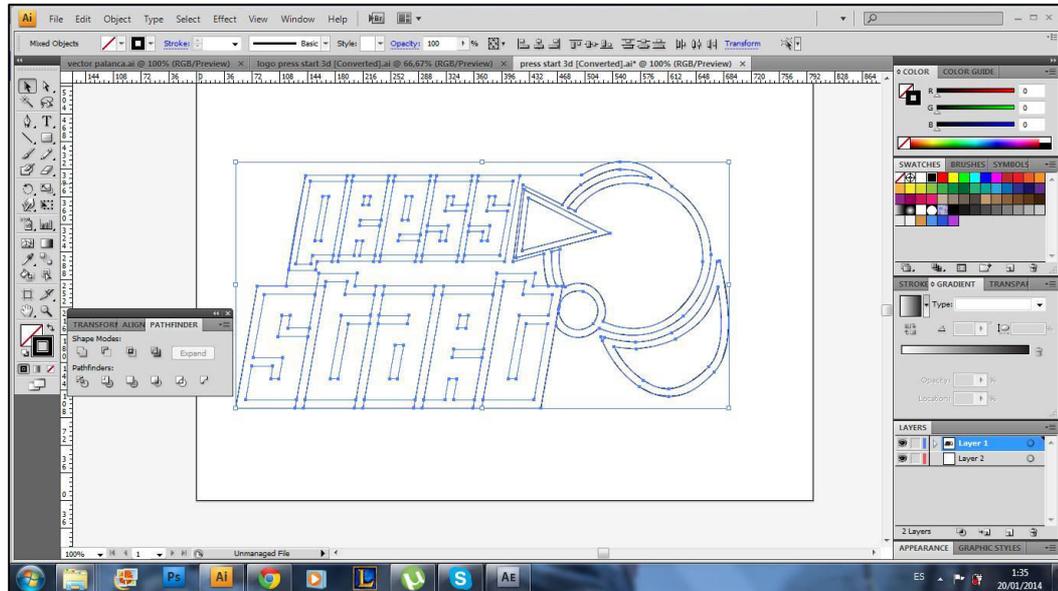


Ilustración 3-24: La marca vectorizada en Illustrator

Teniendo nuestro vector terminado se procede a guardarlo. Hay que tener en cuenta que además de ser guardado con extensión ‘.ai’ se debe escoger la versión ILLUSTRATOR 8, que es el formato que Cinema 4D reconoce para trabajar proyectos 3D partiendo desde un vector.

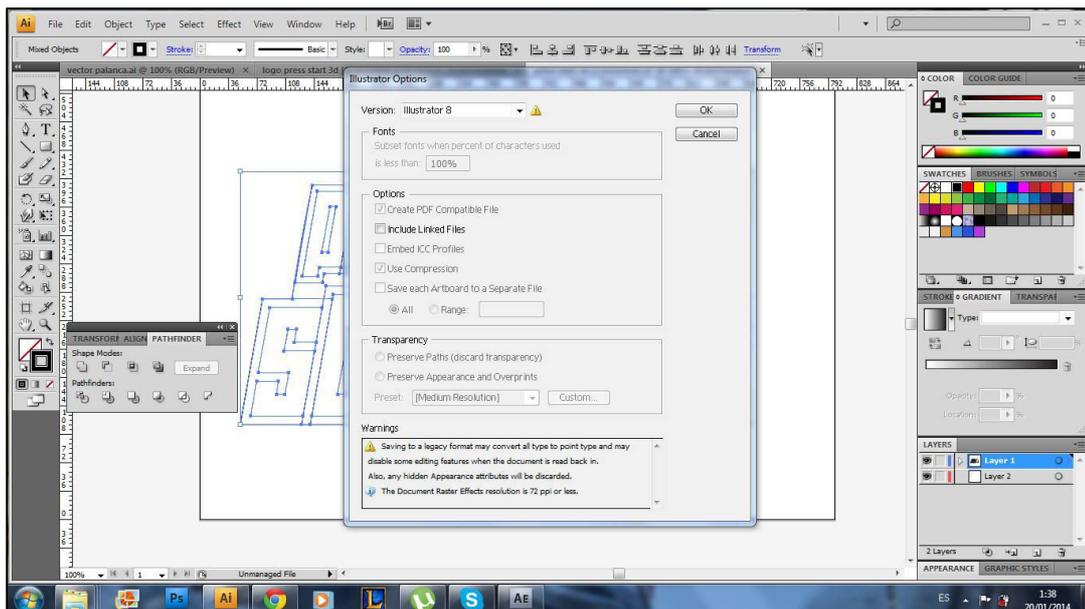


Ilustración 3-25: Guardado en Illustrator 8

Luego para poder abrir el archivo en el software Cinema 4D se debe escoger la opción “File-Merge” (Archivo-Fusionar), después se selecciona el archivo previamente grabado en formato Illustrator 8. Seguido de esto aparece otra ventana en la que se puede

modificar la escala del objeto, en el caso de que se plantee la necesidad. En este caso no se cambia nada y se da *click* en “Aceptar”.

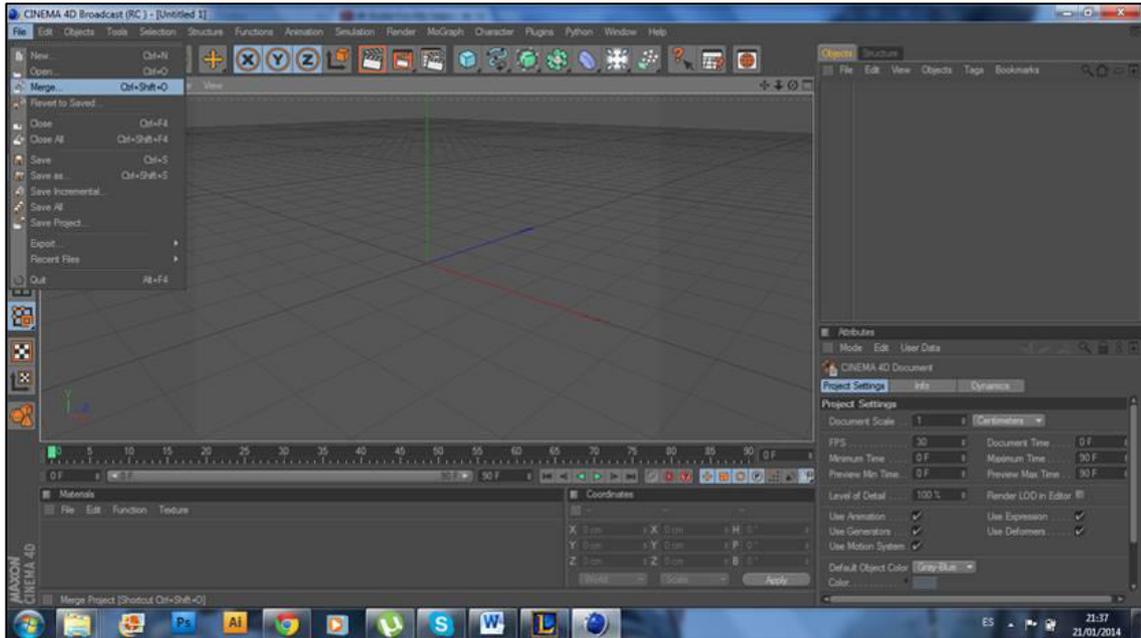


Ilustración 3-26: Abrir el archivo en opción “Merge”

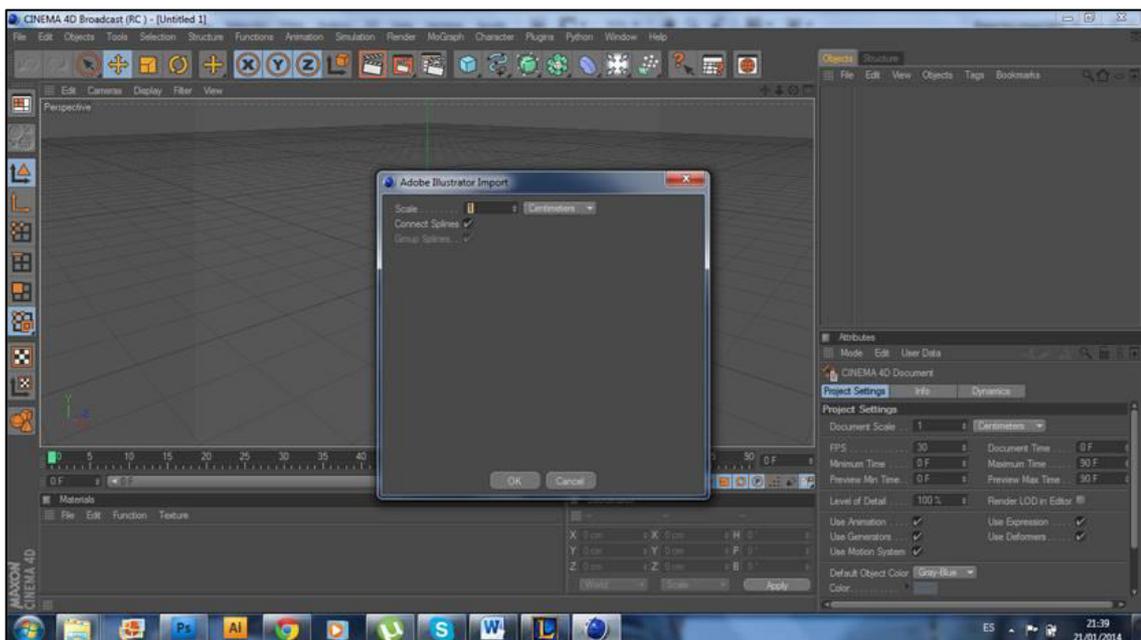


Ilustración 3-27: Ventana para escala del archivo

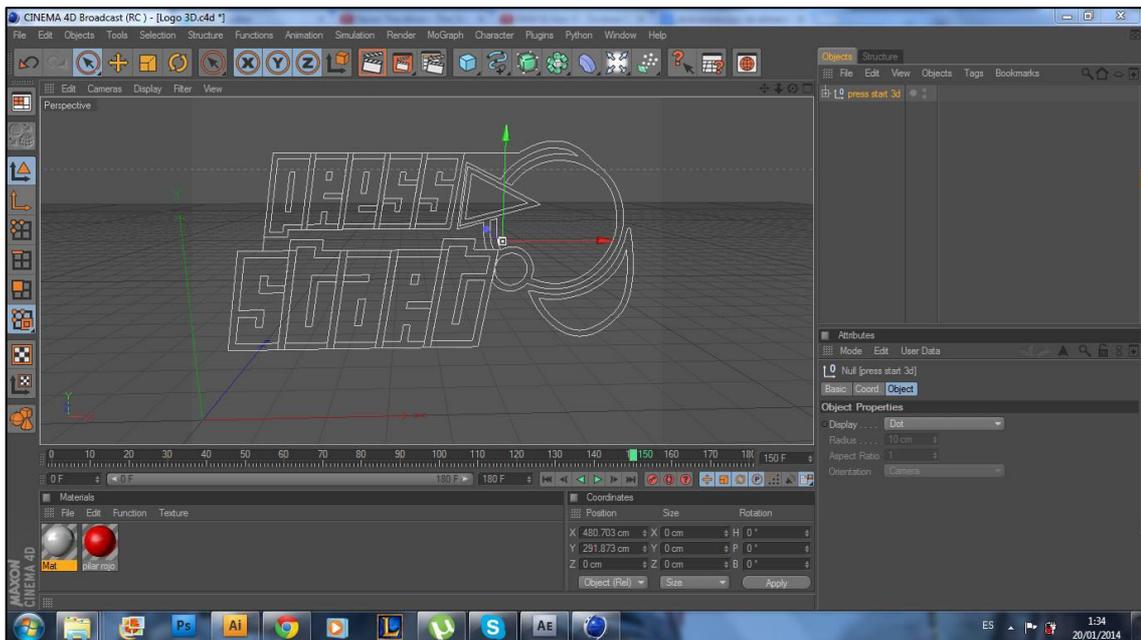


Ilustración 3-28: Vectores de la marca en cinema 4D

El imagotipo aparece en forma 2D para luego proceder a convertirlo en un objeto de 3 dimensiones. Es en este paso donde se le provee de textura y los efectos que se deseen para el mismo.

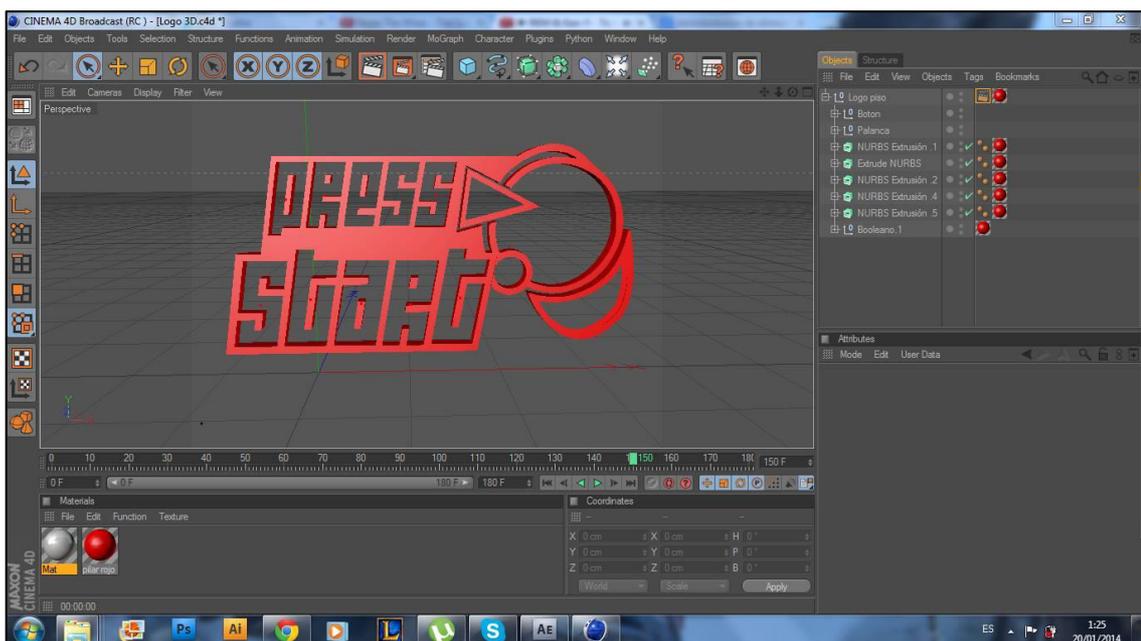


Ilustración 3-29: Levantamiento de la marca en 3d



CAPÍTULO IV
**IMPLEMENTACIÓN
DE LA
ESCENOGRAFÍA**

4. IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA

4.1 PROCESO DE ELABORACIÓN

La escenografía es un aspecto fundamental dentro de un programa de televisión. En la escenografía es donde se logra ver reflejado el carácter televisivo que se le quiere dar al programa. En nuestro proyecto la misma es desarrollada en base a todo lo previamente definido en pre-producción, lo que comprende: bocetos, planos, cotizaciones, etc.

El escenario siempre debe respaldar la realización, pero no dominarla, ya que se pueden hacer los disparos de cámara tanto de cerca como de lejos, siempre y cuando de acuerdo a los requerimientos de producción. El escenario debe detallar lo suficiente para dar mayor realismo en las tomas cerradas e igual manera en las tomas abiertas, en donde el detalle se pierde. Debe cuidarse que la escenografía no se luzca sobrecargada y no termine opacando a los presentadores.

La escenografía debe ser funcional, cada espacio y objeto deben ser correctamente distribuidos. Se debe tener en cuenta el espacio que sea necesario para el desplazamiento de cámaras y de los presentadores.

El proceso para su elaboración puede resumirse en los siguientes pasos:

- Creación de boceto a lápiz
- Aplicación de colores
- Levantamiento en 3D
- Iluminación
- Planos sugeridos

4.1.1 BOCETO

También llamado borrador, es un dibujo hecho a mano alzada utilizando lápiz, papel y borrador. Consiste en un dibujo rápido de lo que luego llegará a ser un dibujo definido. En este primer paso se plasman las ideas de la estructura y diseño del escenario previo a su elaboración física.

La escenografía está dividida en 3 secciones:

- Sección principal donde se darán las noticias.
- Sección gamer online donde se interactuará con el televidente a través de internet.
- Sección batalla gamer será donde se realizarán los torneos de videojuegos.

Ya con el boceto a lápiz aprobado se procede a pasarlo a un software 2D como es Illustrator. Ahí se tiene una mejor apreciación de la escenografía y ya se le aplica color.

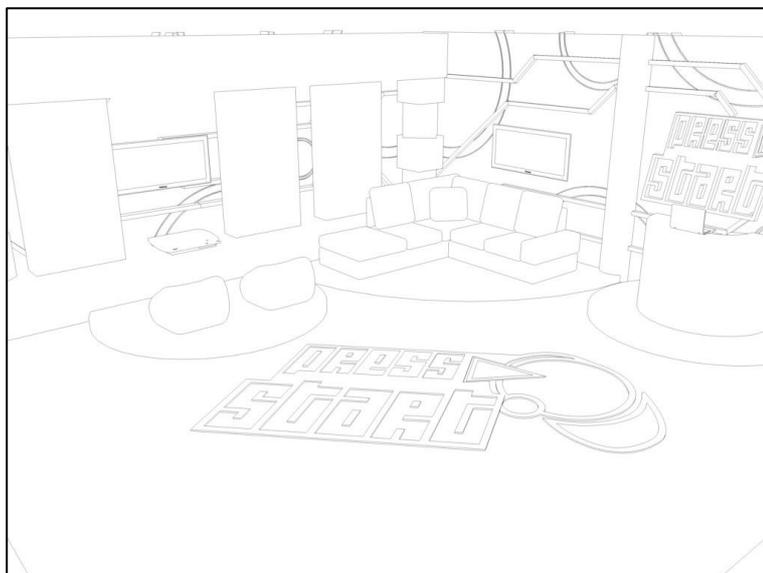


Ilustración 4-1: Boceto de escenografía

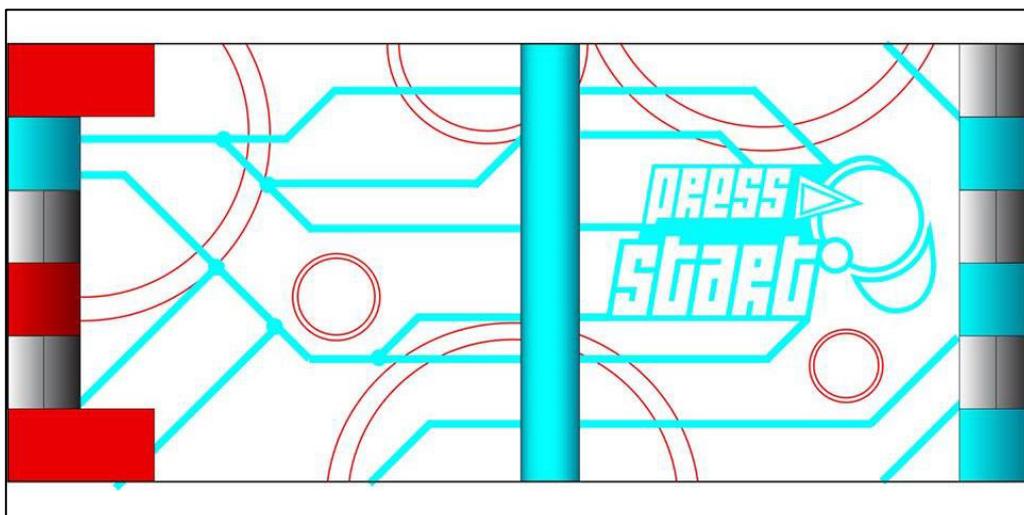


Ilustración 4-2: Pared derecha de escenografía vectorizada

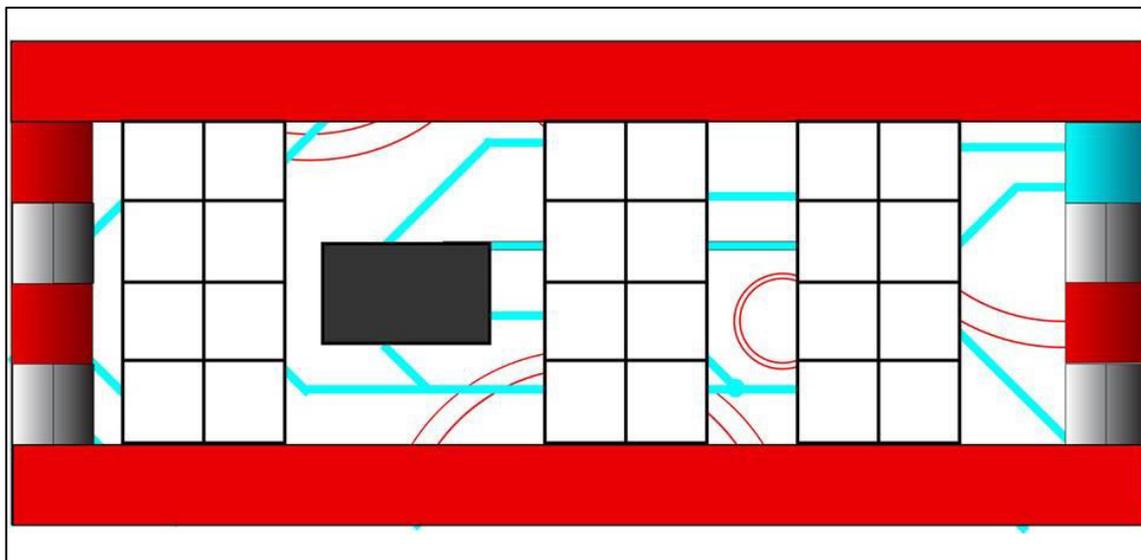


Ilustración 4-3: Pared izquierda de escenografía vectorizada

4.1.2 LEVANTAMIENTO EN 3D

Una vez aprobados los bocetos se procede a trabajar en un software 3D, en este caso Cinema 4D, en donde se utilizan medidas reales para tener una visualización más acertada de los objetos, materiales y luces de la escenografía.

Se empieza colocando las paredes y el piso a medidas reales para tener referencia del espacio físico disponible. Luego se procede a colocar las tarimas, pilares y decoraciones de la pared. Después se agregan los accesorios como son el sofá, los sillones *puff*, *counter*, televisores, consolas de juego, etc. De esta forma se obtiene rápidamente una idea visual concreta de cómo estará estructurado el set físicamente.

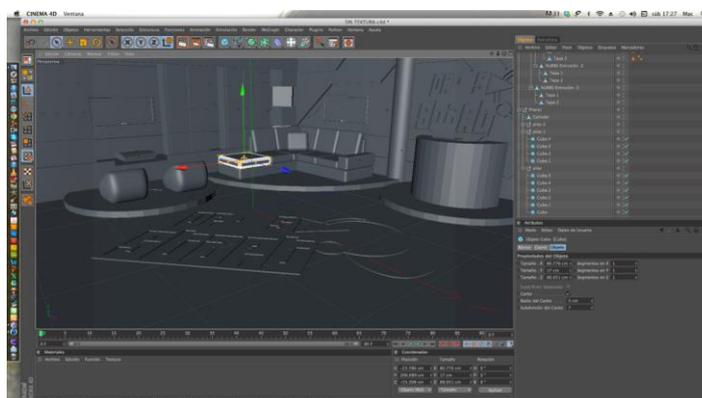


Ilustración 4-4: Modelado escenografía

Una vez que están colocados todos los elementos que conforman la escenografía se pasa a aplicarle texturas a los mismos. Es aquí donde se tiene en consideración que materiales van a ser utilizados, se prueba con todas las opciones eligiendo la más conveniente y se trata de que la textura sea lo más parecida con la real.

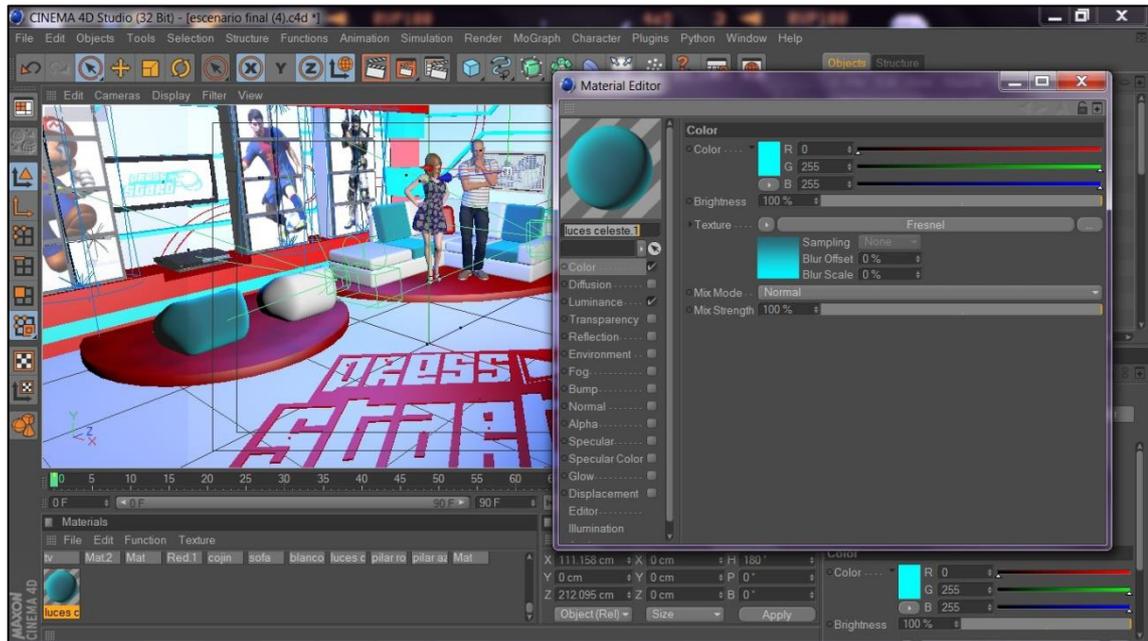


Ilustración 4-5: Elección de texturas

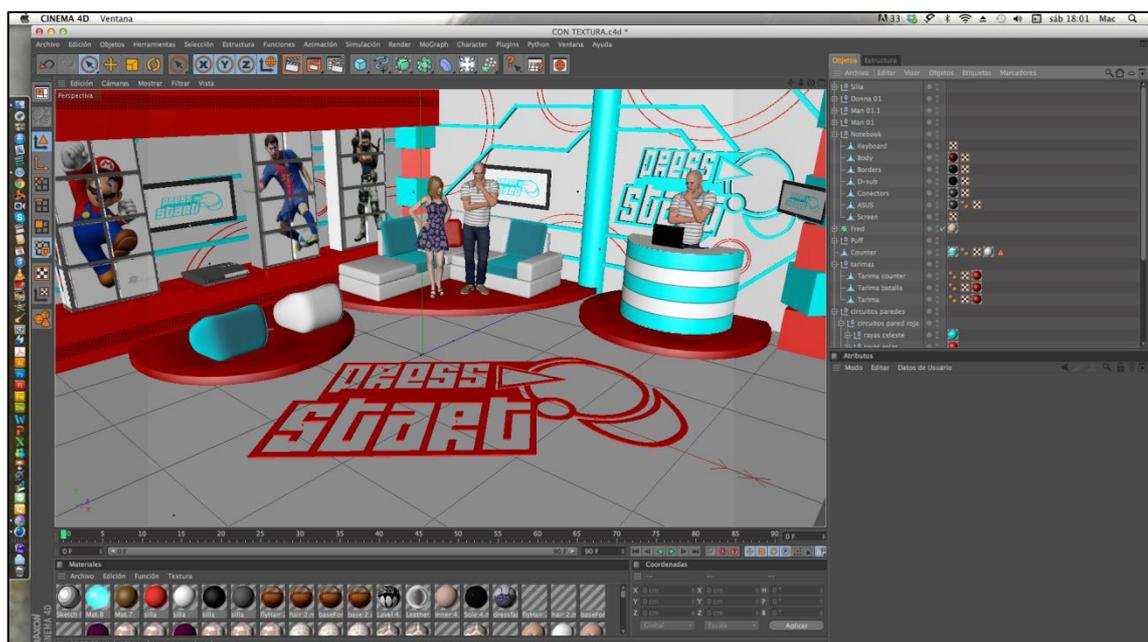


Ilustración 4-6: Escenografía texturizada

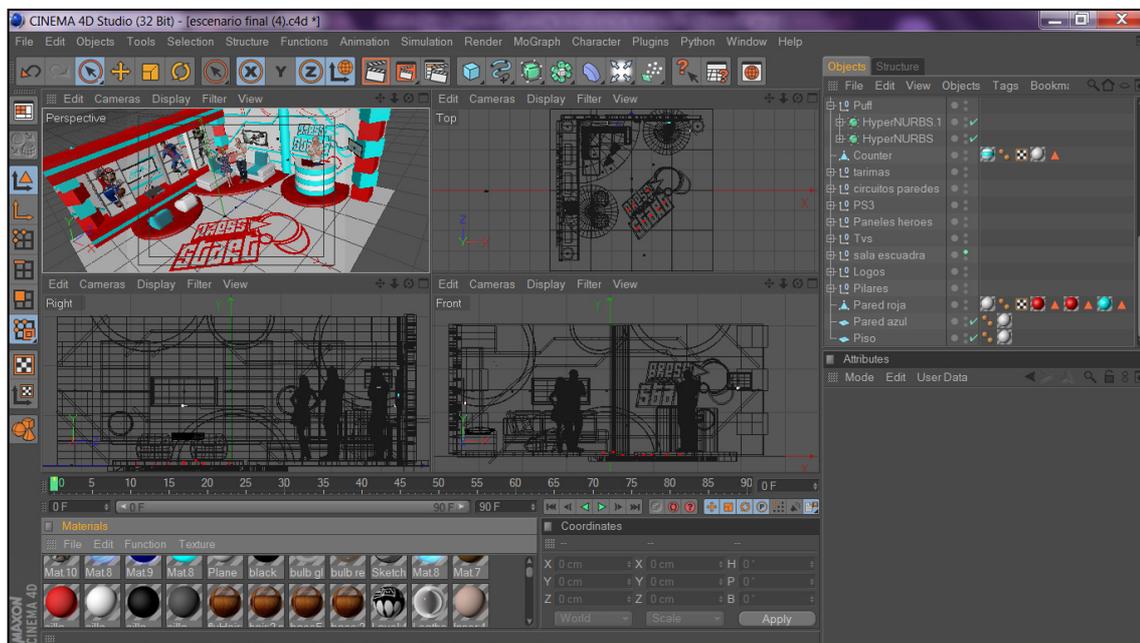


Ilustración 4-7: Escenografía y vistas

4.1.3 ILUMINACIÓN

Hace referencia al control de las luces y las sombras. Estas son necesarias para mostrar las formas y las texturas de los cuerpos u objetos colocados frente a la cámara. En televisión, la iluminación se usa también para sugerir ambientes y sentimientos. La iluminación es una de las partes más importantes a la hora de la creación de una escenografía, dependiendo de una acertada iluminación se logrará enriquecer el aspecto de la misma.

Comúnmente en los programas de televisión se involucran de 3 a 4 cámaras que cubren casi 160 grados. El director en vivo, tiene que estar en capacidad de seleccionar cualquiera de las cámaras en cualquier momento, la iluminación debe de funcionar simultáneamente en todos los ángulos evitando la existencia de áreas oscuras o llegándose a crear sombras que dañen el aspecto del escenario.

Una vez que ya se tiene la escenografía texturizada, el siguiente paso es implementarle una iluminación lo más cercana a lo real.

Para empezar se usa una iluminación global que va acompañada de unas cuantas

luces *spot*. Se colocan 2 luces *spot* que son las encargadas de iluminar todo el set. Las luces de la izquierda iluminan la sección batalla gamer y la sección principal, las de la derecha hacen el mismo trabajo, pero además de iluminar la sección principal, iluminan principalmente la sección gamer online.

Para evitar sombras creadas por personas y objetos se añaden dos *backlight*. Una va en la esquina detrás del sofá y la otra en el pilar dirigida hacia la sección gamer online.

Adicional a estas luces se encuentran las luces decorativas, las cuales corresponden a las 6 luces azules fluorescentes que van en la sección batalla gamer. Estas luces iluminan los paneles con los personajes.



Ilustración 4-8: Iluminación escenografía luces fluorescentes

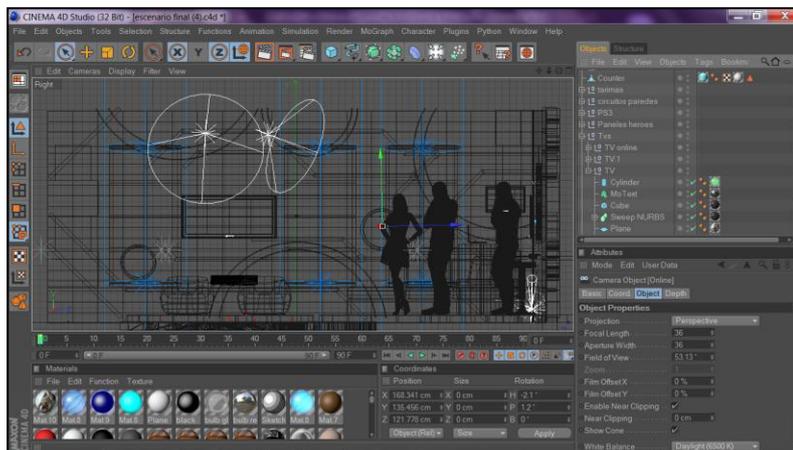


Ilustración 4-9: Iluminación escenografía

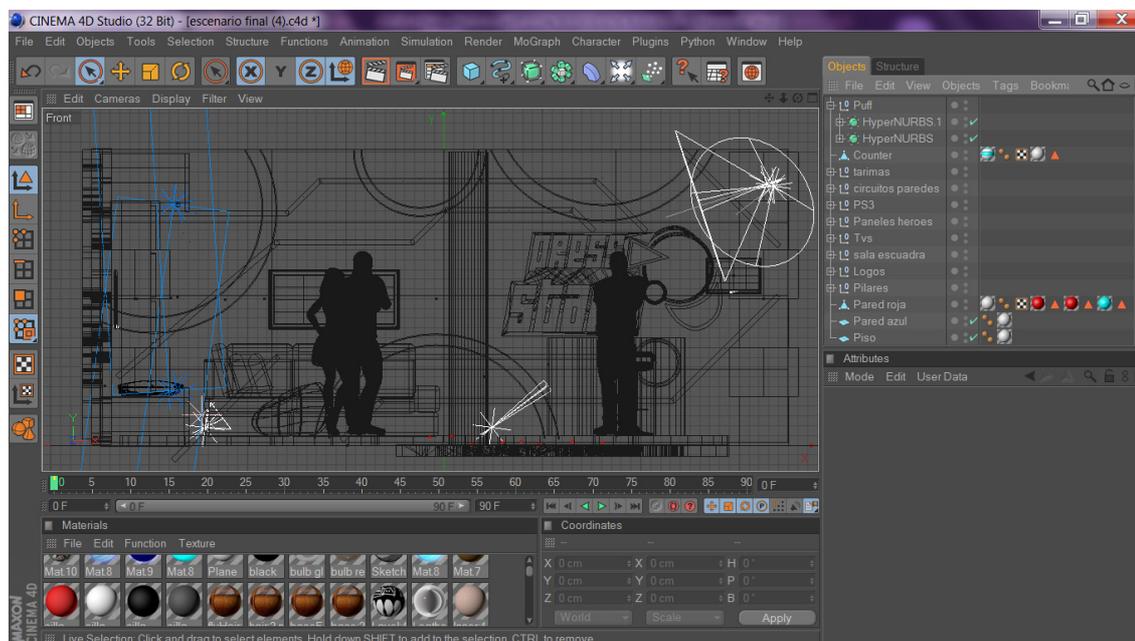


Ilustración 4-10: Iluminación escenografía vista frontal

4.1.4 GUÍA DE TOMAS

La escenografía está muy ligada con la ubicación de las cámaras para que solo se proyecte lo que se desea ver. Por eso el Director de Arte hace las debidas sugerencias al Director de Fotografía al momento de grabar.

Para “Press Start” se va a hacer uso de 3 cámaras, cada una encargada de captar una de las secciones con las cuales cuenta la escenografía. Estas cámaras están ubicadas estratégicamente para que no se vean espacios vacíos y para que cada sección cause la impresión de un espacio amplio e independiente del otro.

La cámara principal inicia el programa enfocando el logo del piso y mientras se va ubicando en su posición hace un recorrido hasta llegar donde los presentadores. Se da paso a los titulares y el resto de cámaras aprovechan para colocarse en sus determinadas ubicaciones.



Ilustración 4-11: Cámara 1 Noticia Gamer



Ilustración 4-12: Cámara 2 Batalla Gamer



Ilustración 4-13: Cámara 3 Gamer Online

4.1.5 ESPACIO Y MEDIDAS

Ecuador TV cuenta con un set ubicado en Guayaquil, el cual maneja las siguientes dimensiones: 8m de largo por 8m de ancho y 3m de altura.

4.1.6 MANO DE OBRA

Corresponde al equipo humano que será responsable del levantamiento físico de la escenografía. Los trabajos en la construcción del escenario estarán bajo la supervisión del Director de Arte. El arquitecto destinado para la obra será quien lleve a cabo la construcción del set basándose en los planos y referencias previamente aprobadas.

Tabla 4-1: Equipo de trabajo

EQUIPO DE TRABAJO	
CARGO	FUNCIÓN
Arquitecto	Elabora los planos de la obra y da asesoramiento durante la construcción de la misma.
Escenógrafo	Dirige el levantamiento físico del set.
Ebanista	Especialista en madera, responsable de la construcción del <i>counter</i> , tarimas y set.
Electricista	Coloca las conexiones eléctricas.
Luminotécnico	Monta la iluminación adecuada, trabaja en colaboración del Director de Fotografía.
Pintor	Decora las paredes, superficies y demás piezas de la escenografía.
Tapicero	Se encarga de tapizar las tarimas del set.

4.1.7 MATERIALES SUGERIDOS

A medida que se va montando la escenografía en 3D se tiene una idea previa de los materiales que van a formar parte de paredes, pisos, luces y mueblería en la construcción física.

A continuación se detallan los materiales que fueron aprobados teniendo en cuenta su funcionalidad, precio y calidad.

MDF: Tablero fabricado con fibras de madera. Fácil de trabajar, pudiendo ser moldurado, perforado, ensamblado, atornillado, pintado, lacado, y que además permite excelentes acabados.

Se lo utilizará para la fabricación de paredes, pilares, *counter**, tarimas y cubos.



Ilustración 4-14: Material MDF

Luces fluorescentes: Se las utilizará para iluminar el panel de personajes en la sección “Batalla Gamer”. Se las colocará en la parte superior e inferior de cada panel y serán de color azul.



Ilustración 4-15: Luces Fluorescentes

Pintura: Servirá para dar color a las paredes, pilares y cubos. Los colores elegidos son: blanco, rojo y turquesa.



Ilustración 4-16: Pintura

Tapizón rojo: Se la usará para tapizar las tres tarimas del set.



Ilustración 4-17: Tapizón

Piso de vinilo: De instalación rápida y sencilla, es funcional y económico. Se lo empleará para cubrir todo el piso y será de color blanco.



Ilustración 4-18: Piso de vinilo

Vinil auto-adherible: La impresión en vinil auto-adherible es el procedimiento publicitario más rápido, limpio, exacto y vistoso. El logo del programa será impreso en este material y se lo colocará en el centro del piso.



Ilustración 4-19: Vinil adherible

Lona impresa: Este material será utilizado para los 3 personajes que irán colgados de los cubos en la sección "Batalla Gamer".



Ilustración 4-20: Lona impresa



CAPÍTULO V
**IMPLEMENTACIÓN DEL
PAQUETE GRÁFICO**

5. IMPLEMENTACION DEL PAQUETE GRÁFICO

Cuando nos referimos al paquete gráfico, se habla de todas aquellas piezas audiovisuales que van a formar parte de nuestro programa.

A continuación se menciona detalladamente a cada una de ellas.

5.1 BUMPER

Como primer punto, se debe definir *qué es bumper*. El bumper como un segmento introductorio del programa nos da a conocer en resumen lo que se va a presentar y de qué se trata el mismo.

El bumper para este proyecto de "Press Start" tiene una duración de 35 segundos, para el cual se propone la idea de mantener enganchado al televidente mediante la inserción de un botón de encendido a la apertura del programa.

Empieza con la animación del botón de encendido, el propósito de este es crear una idea asociativa de: inicio del programa es igual a comienzo de la historia.

En este caso, el bumper que se has planteado, consiste en una serie de animaciones en las que se irán presentando distintas locaciones donde se llevan a cabo diferentes situaciones. Según avanza el bumper, se mantiene los dos personajes principales de la primera escena y los colores representativos del programa para manejar la misma línea gráfica.

Las distintas locaciones son colocadas con el fin de visualizar la variedad del programa y de los temas que se tratarán y debatirán pero, todos siempre relacionados a consolas y videojuegos, por esto se escogió al principio del bumper simular el menú principal de un videojuego.



Ilustración 5-1: Inicio Bumper

A continuación de que el logo de encendido se forma y se ilumina, acto seguido se presenta un cambio de cámaras y es aquí donde el logo principal del programa aparece.



Ilustración 5-2: Logo Bumper

Mediante un fade out, se da paso a la siguiente escena donde se muestra algo similar a la pantalla principal de un videojuego donde existen las opciones de elegir el número de jugadores, opciones de audio y video, así como extras que pueden ser audios, descargar plugins o actualizaciones.



Ilustración 5-3: Menú Bumper



Ilustración 5-4: Logo activación bumper

Después del *fade out* aparecen 2 líneas en pantallas divididas, una línea color turquesa y otra roja, luego las líneas nos hacen un recorrido en el cual nos lleva hacia los personajes en 3D que aparecen en la siguiente escena.

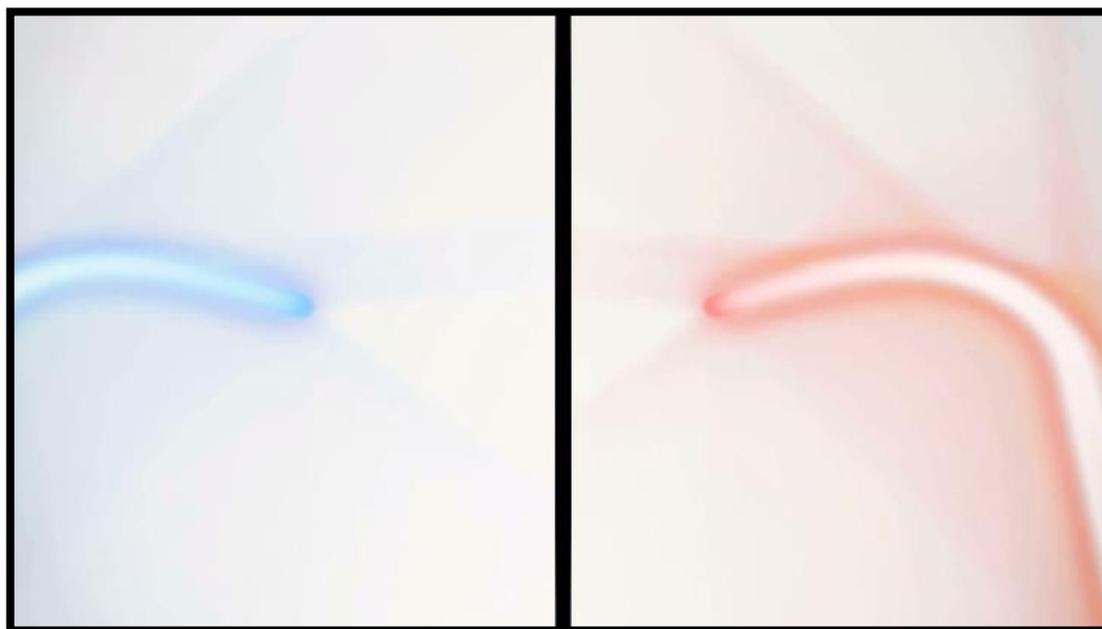


Ilustración 5-5: Líneas con colores del programa



Ilustración 5-6: Personajes con colores del programa

Y así luego continúa a la escena en la cual aparecen los dos personajes en un estadio donde tendrán un enfrentamiento de fútbol.



Ilustración 5-7: Transparencia al estadio

Ya dentro de la escena, ambos jugadores tienen los colores representativos del programa, los cuales se enfrentarán en un duelo donde el jugador turquesa se dispone a patear el balón.



Ilustración 5-8: Planos panorámicos del estadio



Ilustración 5-9: Personaje 1 corriendo

En este momento el jugador turquesa se prepara para patear el balón, al momento que lo hace el esférico sale disparado con mucha velocidad y también hace un recorrido.



Ilustración 5-10: Personaje 1 pateando el balón

En esta trayectoria o recorrido el balón se transforma en la llanta de un auto, que nos llevara a otra ambientación del bumper.

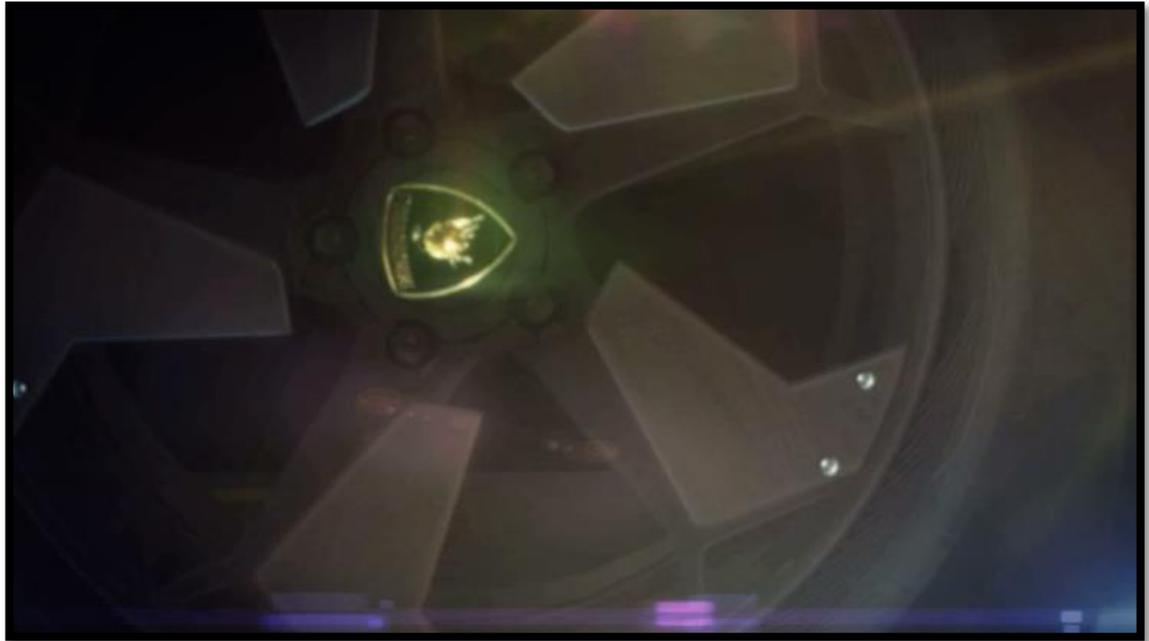


Ilustración 5-11: Transición a llanta del carro

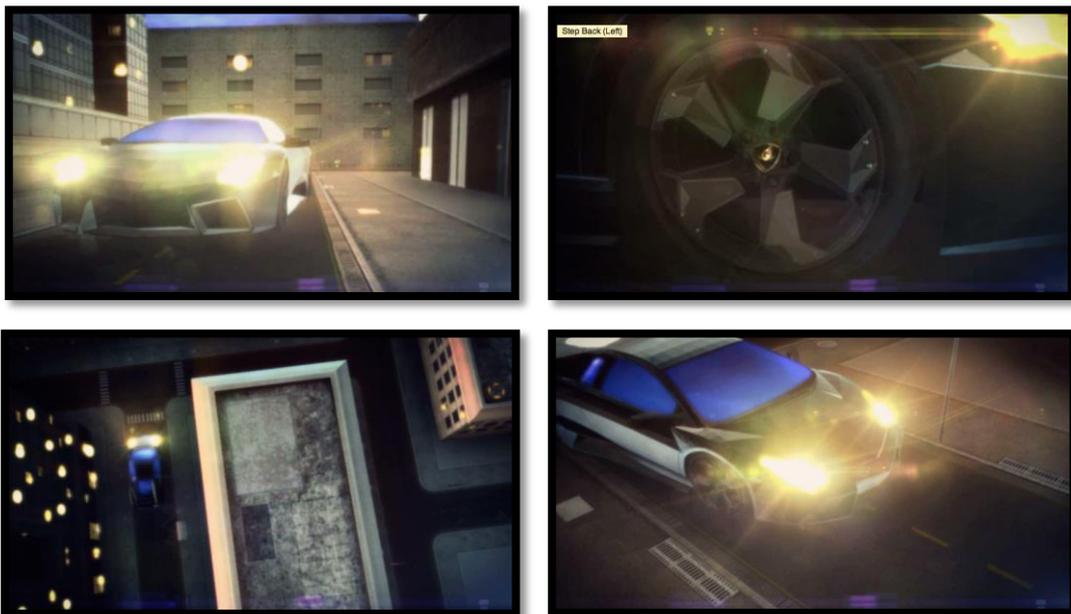


Ilustración 5-12: Planos de carro por la ciudad

Mientras el carro recorre la ciudad este se irá transformando en una bala.



Ilustración 5-13: Transición de carro a bala

Al momento de convertirse en bala nos lleva de inmediato a la siguiente ambientación del bumper, la cual es un campo de guerra.



Ilustración 5-14: Bala disparada

Hasta que finalmente, al llegar a su mínima expresión, aparece el logo del programa acompañado de un *Optical Flare*, el mismo que viene desde izquierda a derecha.



Ilustración 5-17: Collage en cubo



Ilustración 5-18: Logo final

5.2 IMPLEMENTACIÓN DEL BUMPER EN EL SOFTWARE

El bumper del programa Press Start fue desarrollado en varias plataformas, siendo estas After Effects, Cinema 4D y Soundtrack Pro. En la primera fue donde se animaron algunas partes del bumper y, en Cinema 4D se desarrolló más que nada ciertas escenografías de este, aquí también se le dio textura a los distintos escenarios y así mismo se manejaron animaciones junto con los tiros de cámara. En el programa Soundtrack Pro, se llevó a cabo todo lo que a sonido se refiere, aquí fue donde se masterizó el sonido final para la animación.

El intro por ejemplo, fue manejado netamente en After Effects, donde se trabajó con el Element 3D, un plugin propio del software que nos da esa visualización en tercera dimensión de las cosas, como por ejemplo, el logo del programa y el carro que aparece en la escena que se desarrolla en la ciudad. Se utilizó además el Light Burts (plugin), con el cual se elaboró el resplandor que aparece en el logo de encendido de la introducción del bumper, y los Optical Flares son pequeños destellos de luz que sirvieron para darle más realce a la escena.

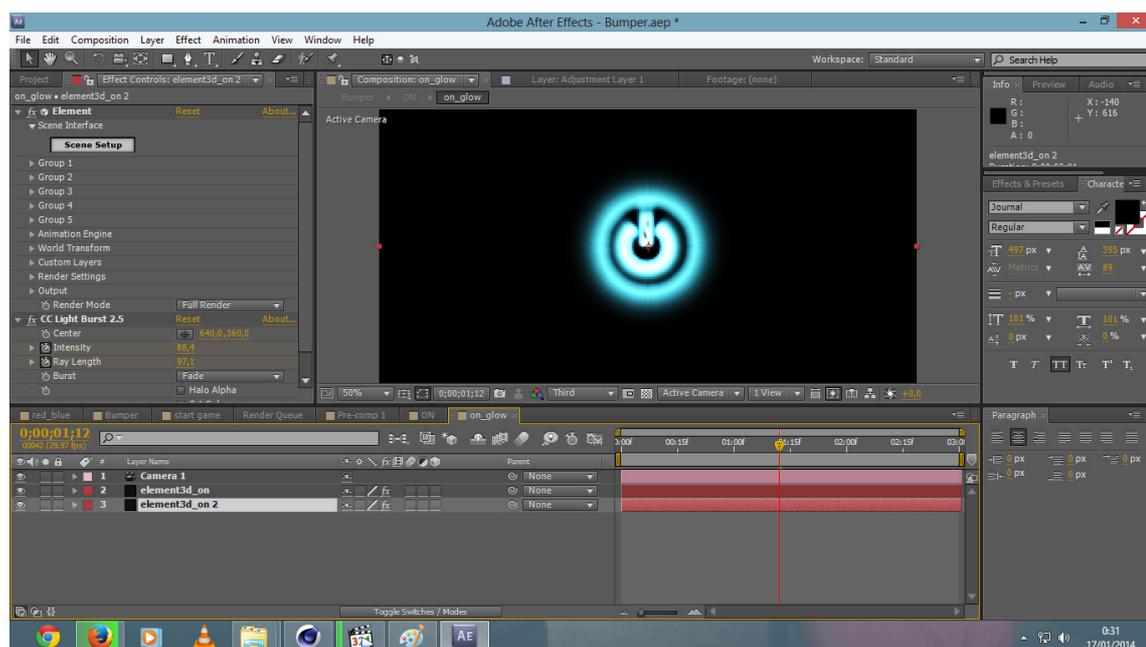


Ilustración 5-19: Efecto Element 3d

En esta pantalla se muestra el uso del plugin Light Burst, que como ya se mencionó, también se encuentra en el programa After Effects.



Ilustración 5-20: Efecto Light Burst

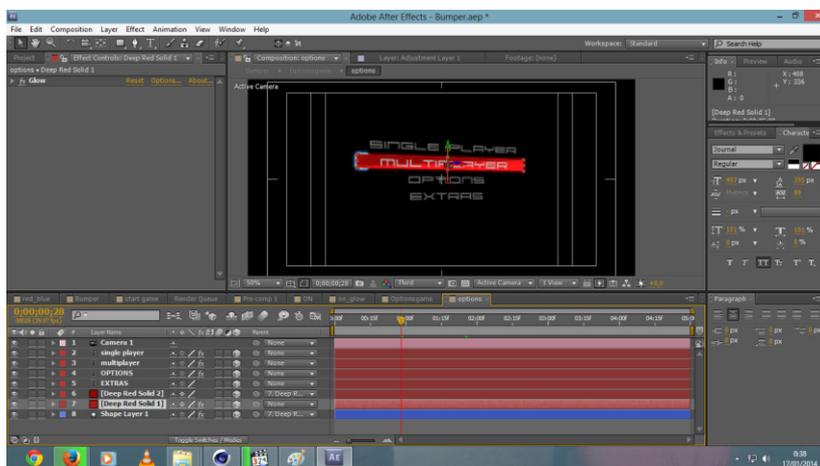


Ilustración 5-21: Text solid con glow



Ilustración 5-22: Logo element 3d

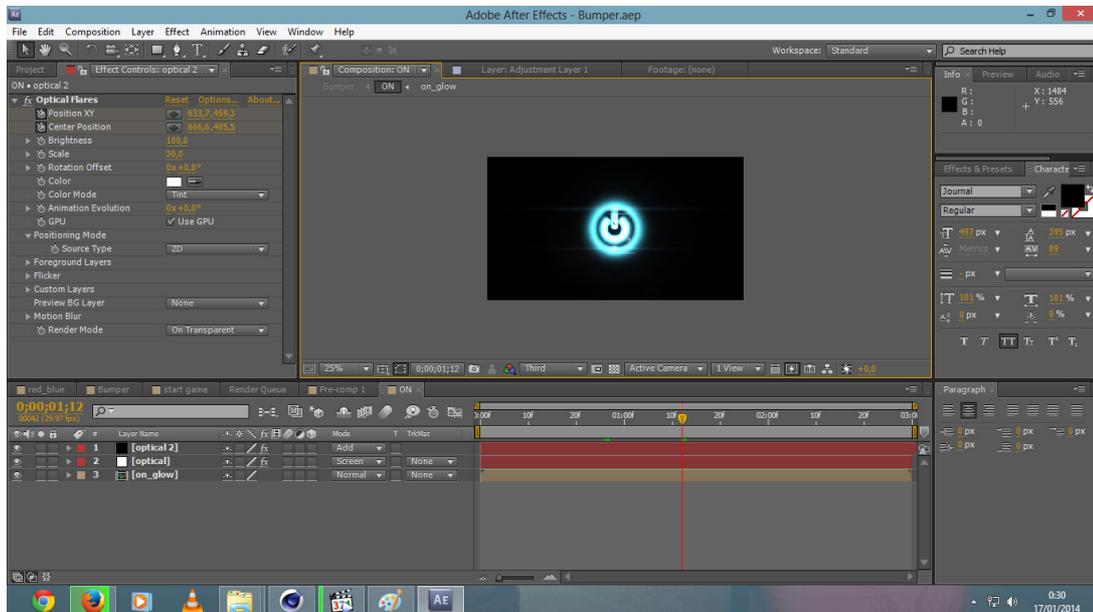


Ilustración 5-23: Optical Flare

Aquí se observa como al momento de trabajar en After Effects se debe hacer uso de los plugins Stroke 3D y Element 3D para la creación de los personajes con una textura en 3D.

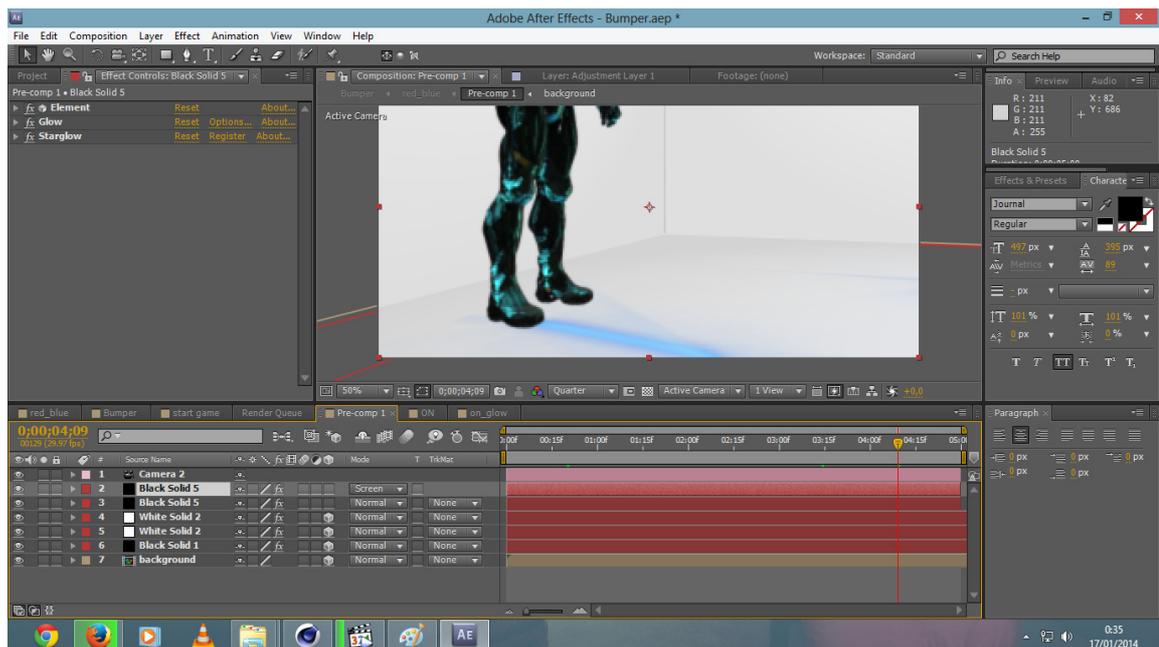


Ilustración 5-24: Aplicación glow, stroke 3d y element 3D

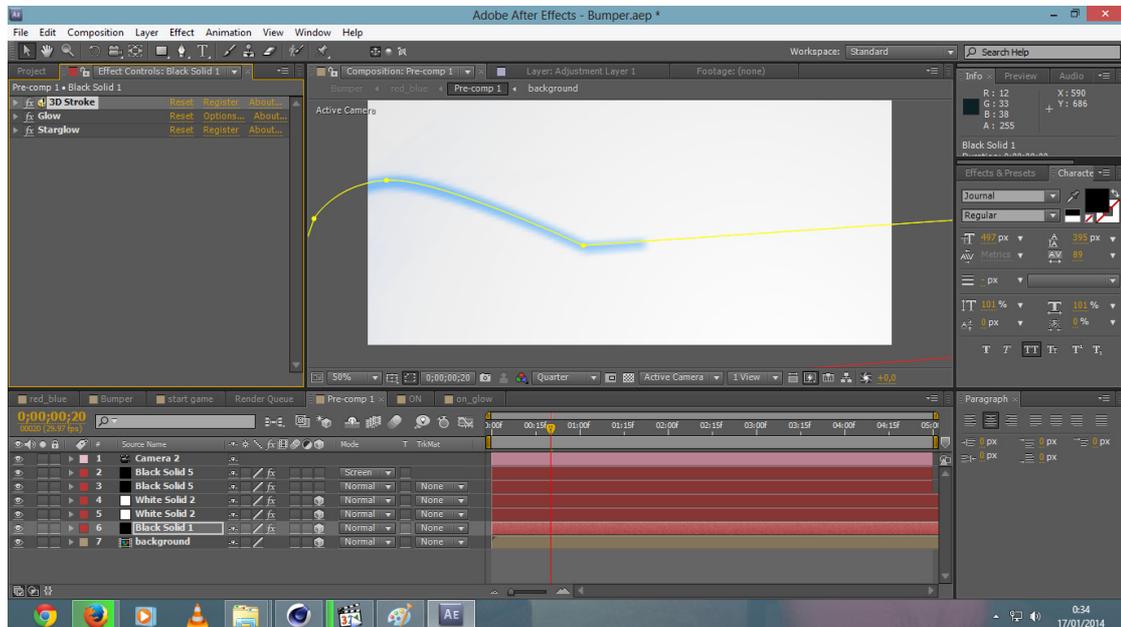


Ilustración 5-25: Stroke 3d y start glow

En Cinema 4d se realizó el levantamiento de las distintas locaciones del bumper. Como se aprecia a continuación, se logra ver la etapa cuando se está realizando una pre-visualización de los objetos que se están animando y texturizando.

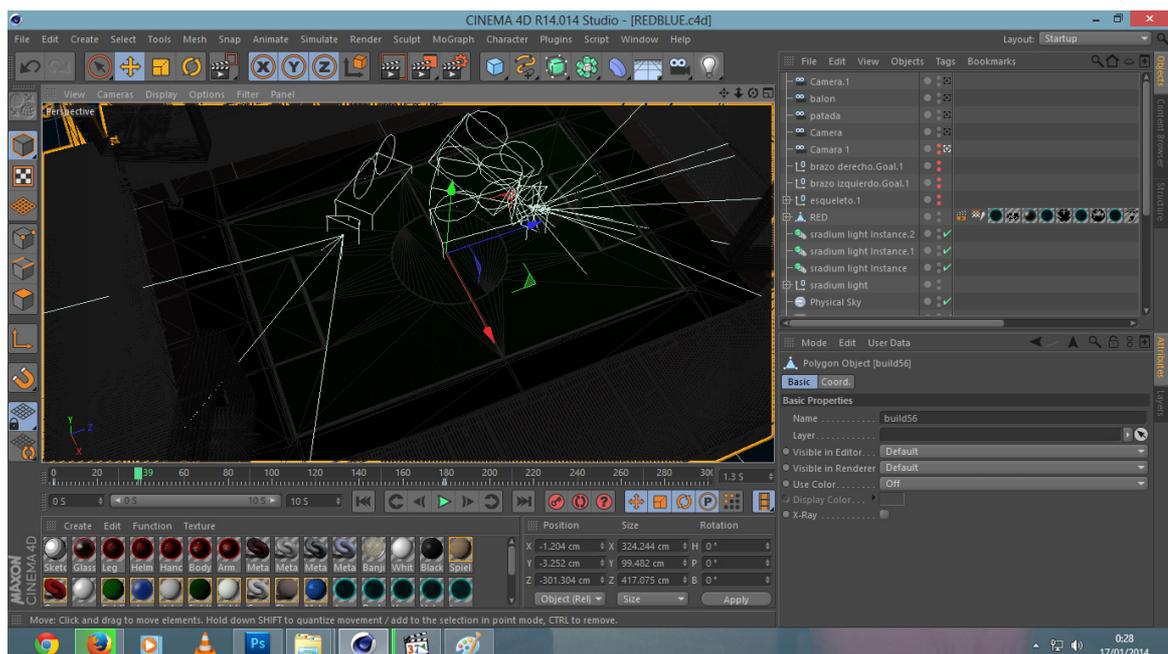


Ilustración 5-26: Implementación de cámaras en el Cinema 4D (escena estadio)

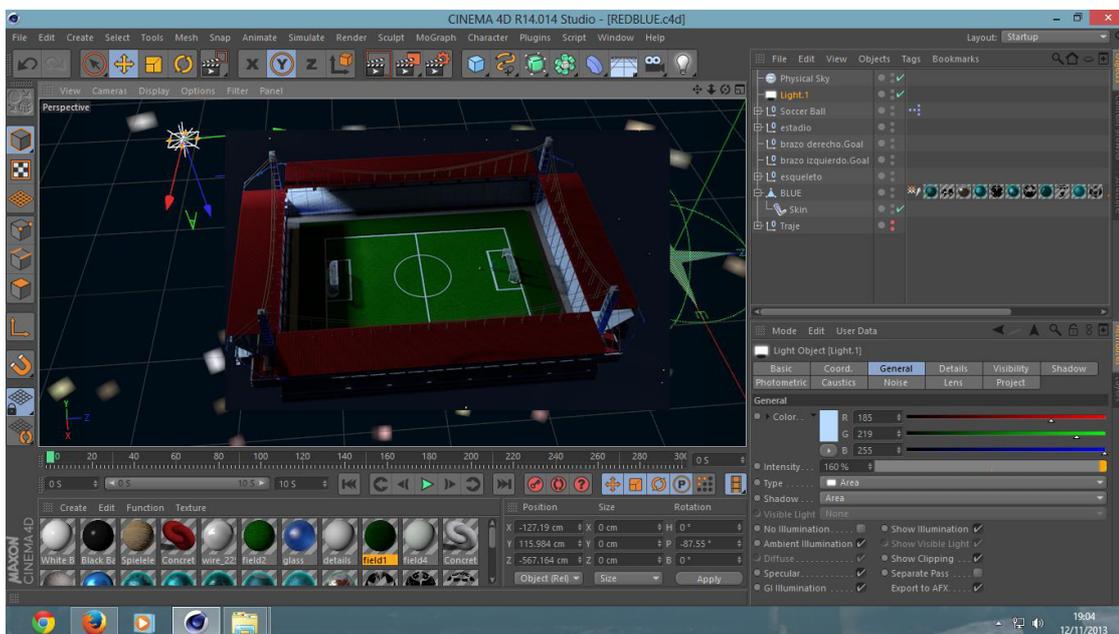


Ilustración 5-27: Estadio texturizado en Cinema 4D

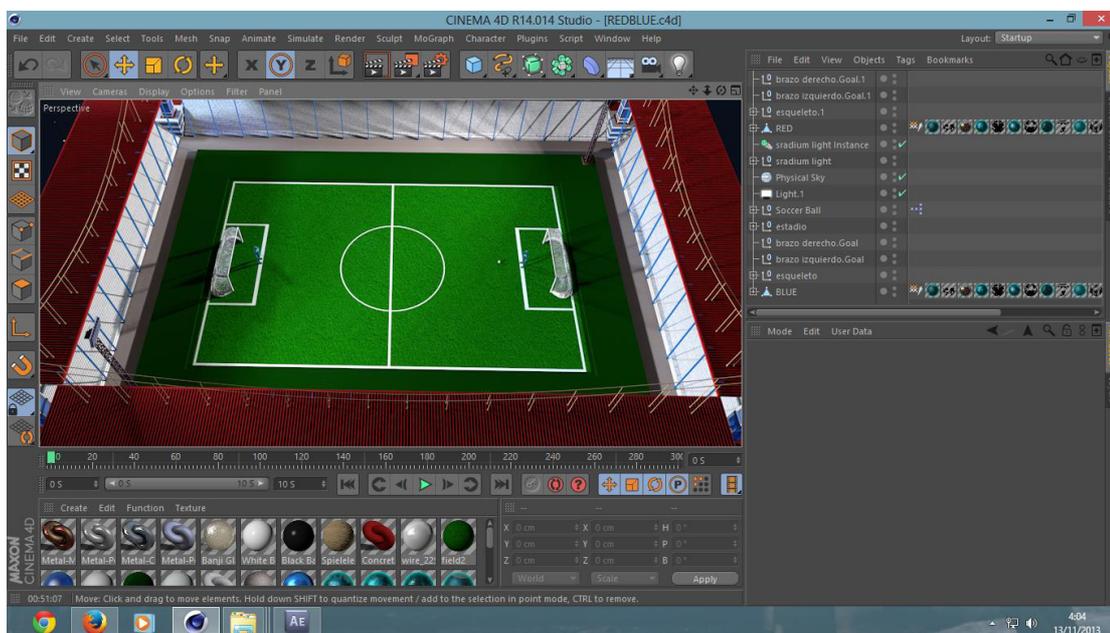


Ilustración 5-28: Iluminación de estadio en cinema 4D

En la escena de guerra, que fue trabajada en Cinema 4D se aplicó texturas y aquí también se elaboró la animación del soldado que aparece en escena, para luego exportarlo nuevamente a After Effects donde se continuó con la animación, pero ya con la implementación de nuevos efectos como lo fue al momento de usar el plugin Shat, el cual nos ayudó en las animaciones de las balas y la transición del carro a la bala.



Ilustración 5-29: Implementación de huesos en soldado

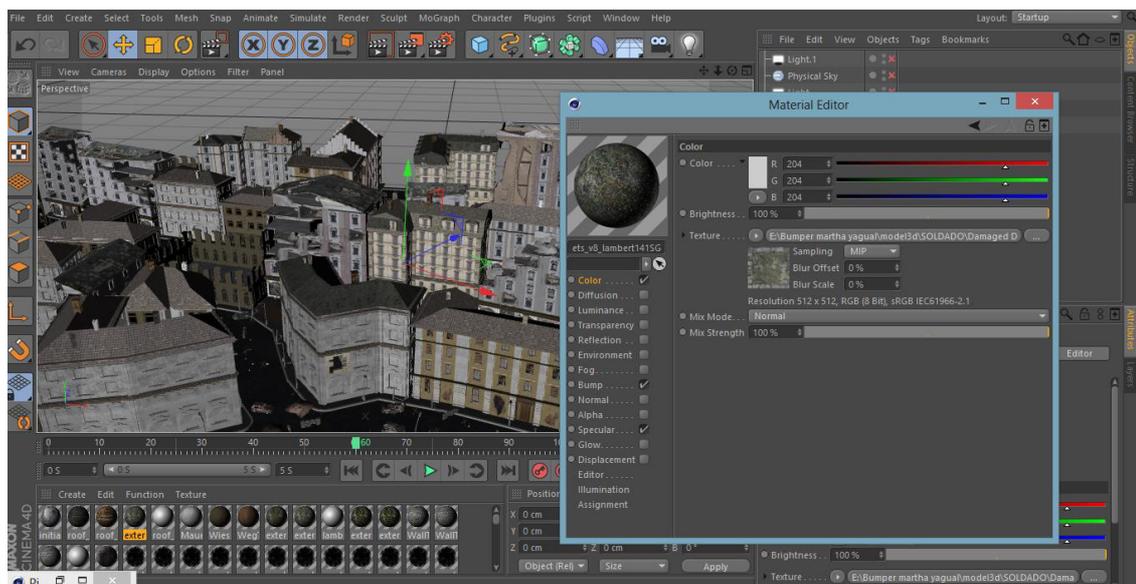


Ilustración 5-30: Texturas campo de batalla en Cinema 4D

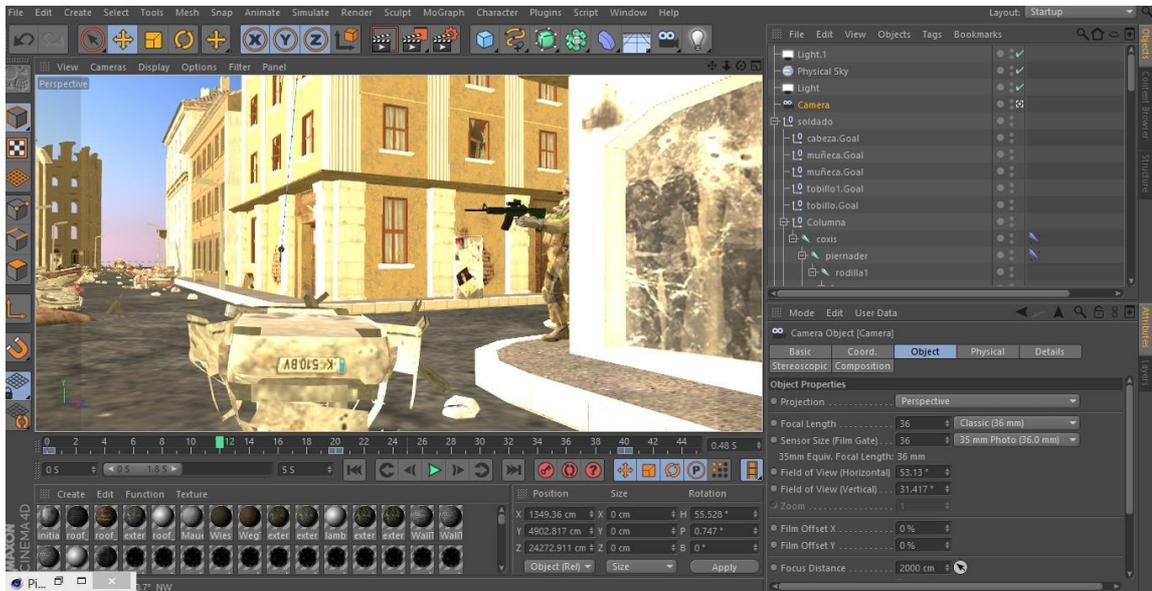


Ilustración 5-31: Iluminación escena campo de batalla

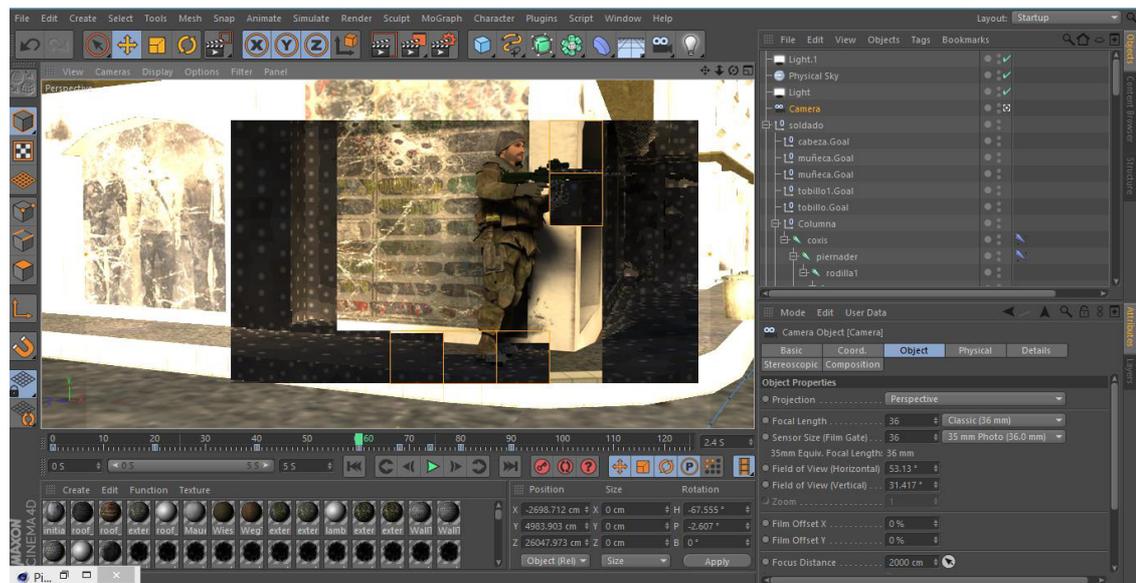


Ilustración 5-32: Render escena campo de batalla

En esta parte se utilizó el efecto Star glow, para con este elaborar el efecto de la bala, mientras que para darle volumen se usó nuevamente el plugin Element 3D.

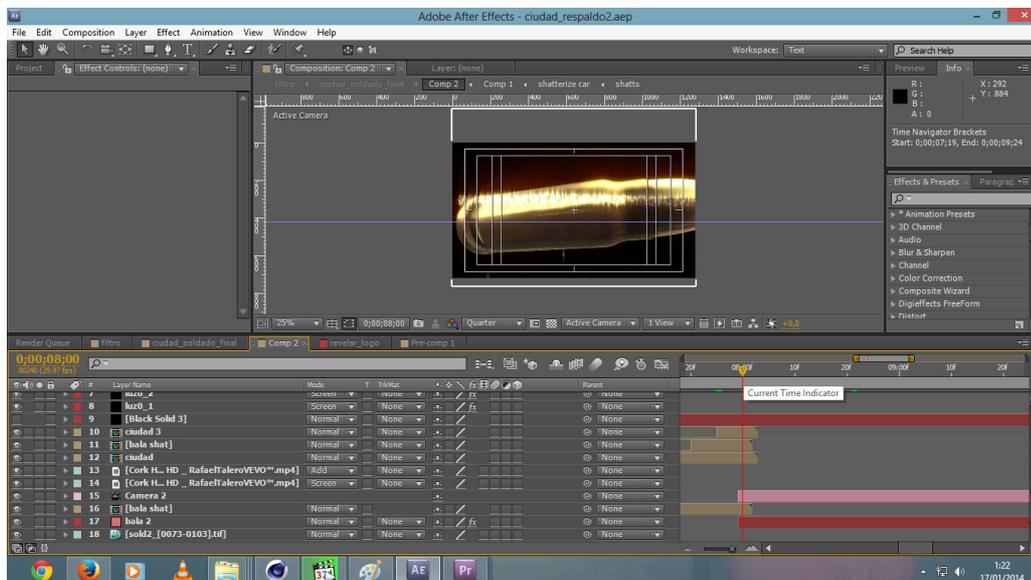


Ilustración 5-33: Aplicación star glow y element 3d en bala

El carro que aparece en la ciudad, también se lo realizo en After Effects, aquí se hizo uso del plugin que se ha venido utilizando varias veces para crear volumen; Element 3D. El levantamiento de la ciudad también fue elaborado usando el plugin ya mencionado. De igual manera también se muestra cómo se trabajó el sonido en Soundtrack Pro.



Ilustración 5-34: Carro en element 3D



Ilustración 5-35: Ciudad en element 3D

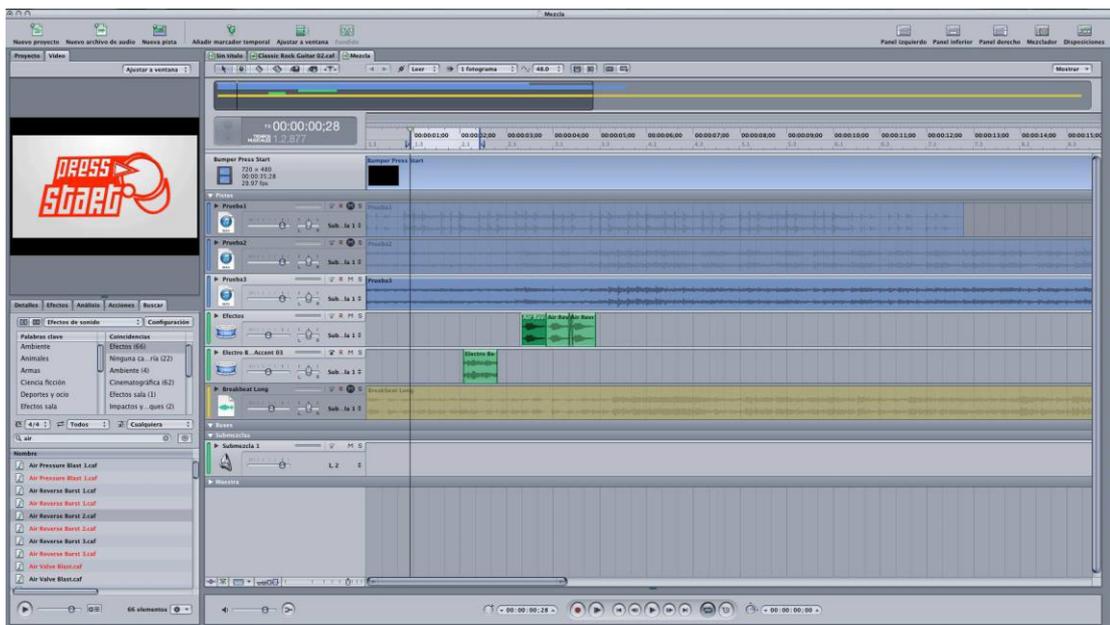


Ilustración 5-36: Sonorización bumper en soundtrack

5.3 SIN FIN

El sin fin, o también conocido en inglés como *loop*, es aquella pieza gráfica que consiste en la animación de un objeto de manera que se repita sin parar, a este tipo de animación se les da el nombre de *loop* por ser una animación tipo bucle que además, son muy conocidas por ser siempre visualizadas en los televisores que forman parte de las escenografías de los programas de televisión. Se eligió la creación de una animación propia para el *loop*, ya que no se quiso utilizar partes del bumper y que la línea gráfica se torne repetitiva. A continuación se muestra su desarrollo donde se comienza a formar el logo.



Ilustración 5-37: Animación logo sin fin

De a poco como se mostró en la imagen anterior, se ve cómo se va formando el logo hasta poderlo observar integro en su totalidad tal y como es.



Ilustración 5-38: Logo sin fin

5.4 IMPLEMENTACIÓN DEL SIN FIN

Para la realización del sin fin se exportó el logo con el fin de que este pueda ser utilizado en el programa Cinema 4D, donde luego pasó a ser trabajado en After Effects para dotarle de ciertos efectos por medio del plugin Optical Flares. Así posteriormente se concluye en la edición del sonido en el software de audio SoundtrackPro.

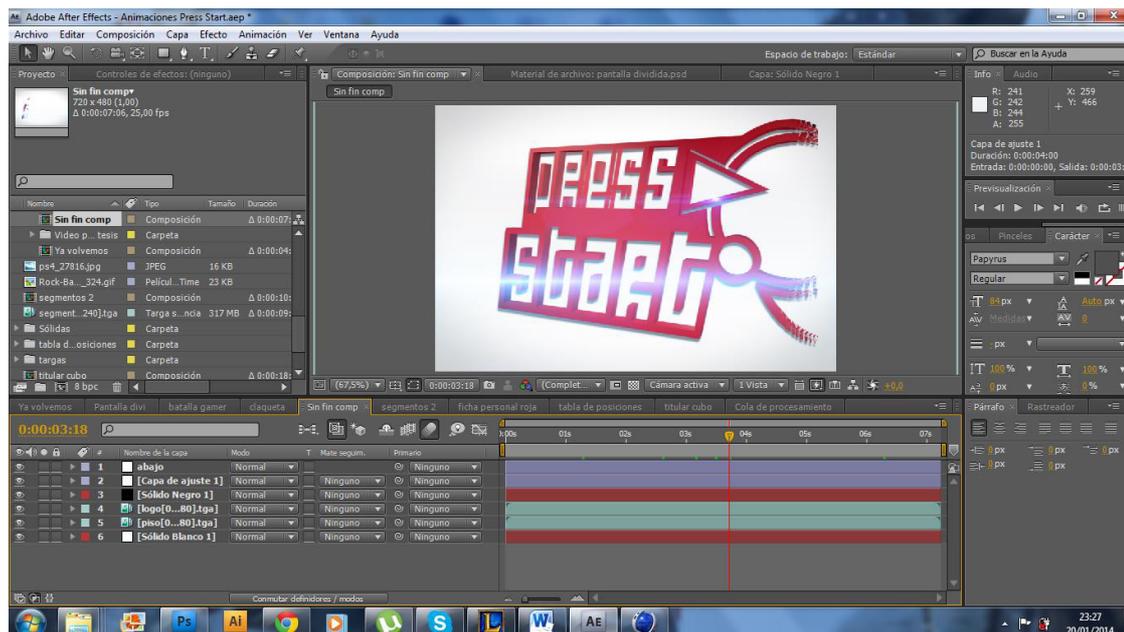


Ilustración 5-39: Implementación de la animación en el After

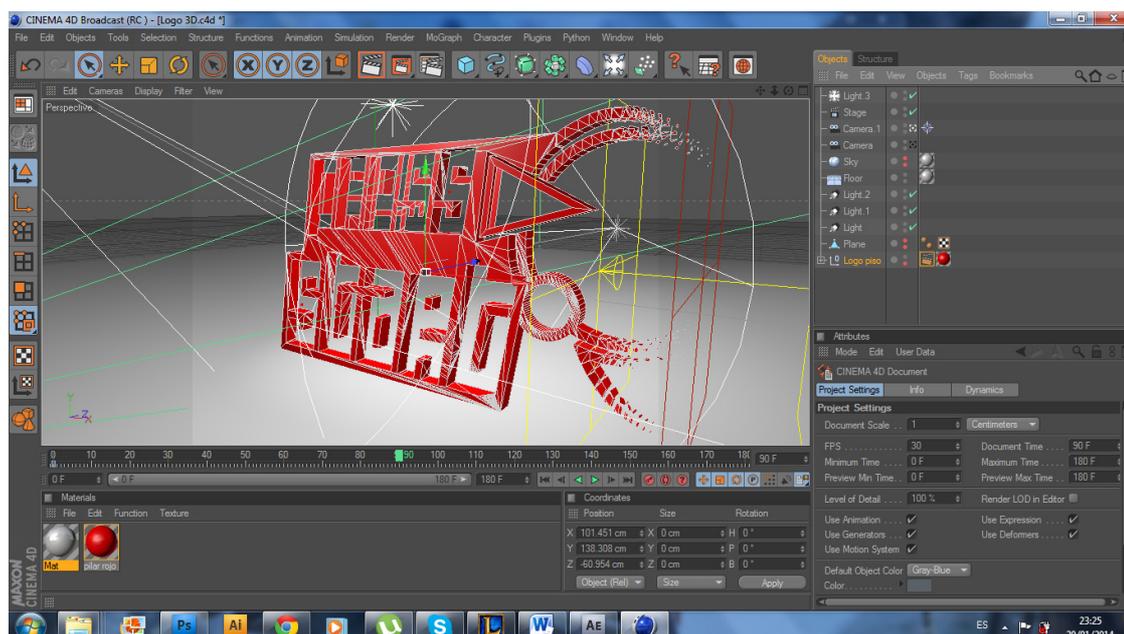


Ilustración 5-40: Animación del logo 3d en Cinema 4D

5.5 SEGMENTOS

El programa "Press Start", está compuesto por 4 segmentos, los cuales son: Batalla Gamer, Gamer online, Noticia Gamer y Mundo Gamer. Cada segmento con su respectiva animación, pero previo a cada animación individual, existe una principal que saldrá en cada programa antes de enviar al segmento que se va a presentar.

- **Gamer Online.**- El cual consistirá en llamadas en vivo, en las que existirá una interacción entre el televidente con el conductor del programa. Se destinará previamente un tiempo dispuesto para este segmento, en el cual también se darán noticias del momento a forma de pequeños flash informativos sobre lanzamientos de nuevos videojuegos, nuevas consolas, la actualidad de las mismas, etc.



Ilustración 5-41: Segmento Gamer Online

- **Batalla Gamer.**- Se hará una pre selección en estudio y de ahí saldrán los concursantes. Cada batalla será en vivo y transmitida en lo que dura el programa.



Ilustración 5-42: Segmento Batalla Gamer

- **Noticia Gamer.-** En esta sección del programa, se mantendrá a la teleaudiencia de todas las noticias sobre lo que a videojuegos concierne, a noticias sobre lanzamientos de nuevos videojuegos, nuevas consolas y la actualidad de las mismas.



Ilustración 5-43: Segmento Noticia Gamer

- **Mundo Gamer.-** Se mostrarán noticias y eventos que se realicen relacionado a todo lo que es videojuegos, dentro de la ciudad y en distintas partes del país. Este segmento contará con un reportero en exteriores que es el que asistirá a los eventos y realizará las coberturas.



Ilustración 5-44: Segmento Mundo Gamer

La animación de cada uno de los segmentos tiene una duración de 9 segundos, en los cuales primará el cubo representativo del programa, el cual a medida que se desarrolla la escena se irá transformando en algunas variaciones de múltiples cubos con imágenes transpuestas en los mismos.

A continuación, se muestra el paso a paso de la elaboración del mismo.

Como primer paso, aparecer el cubo en la pantalla.

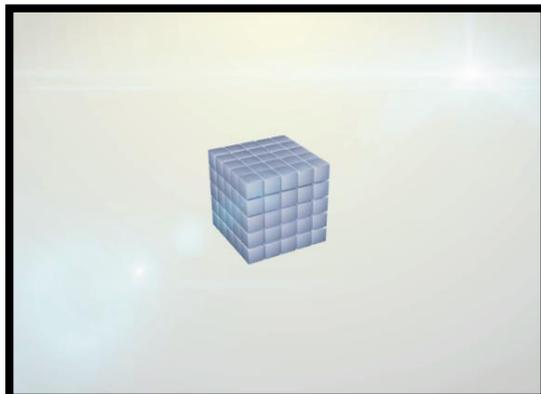


Ilustración 5-45: Cubo segmentos

Una vez que aparece en pantalla, se desintegra y se esparce por toda la pantalla, formándose así pequeños cuadrados que irán incluyendo videos del segmento al cual continúa.

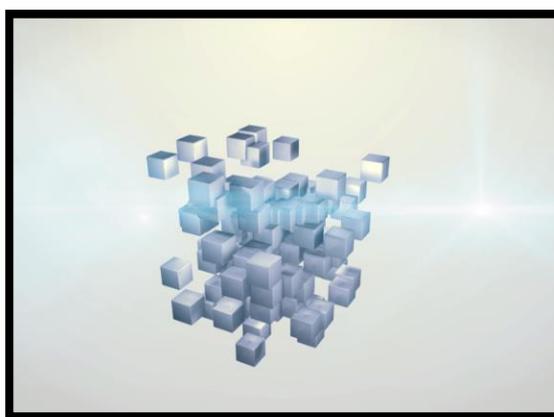


Ilustración 5-46: Dispersión de cubos

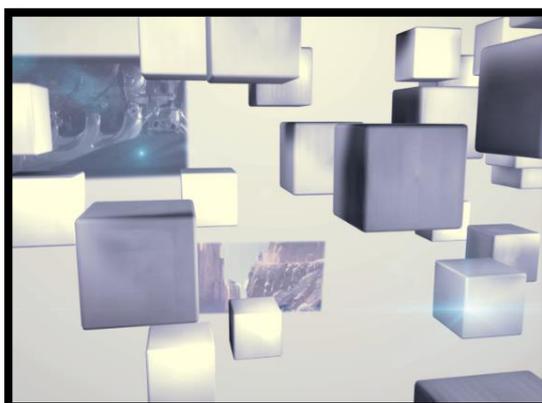


Ilustración 5-47: Videos de fondo

Aquí se muestra una vista más cerca de los cuadrados que contienen dentro de ellos videos relacionados a videojuegos que se presentarán en el transcurso del programa.

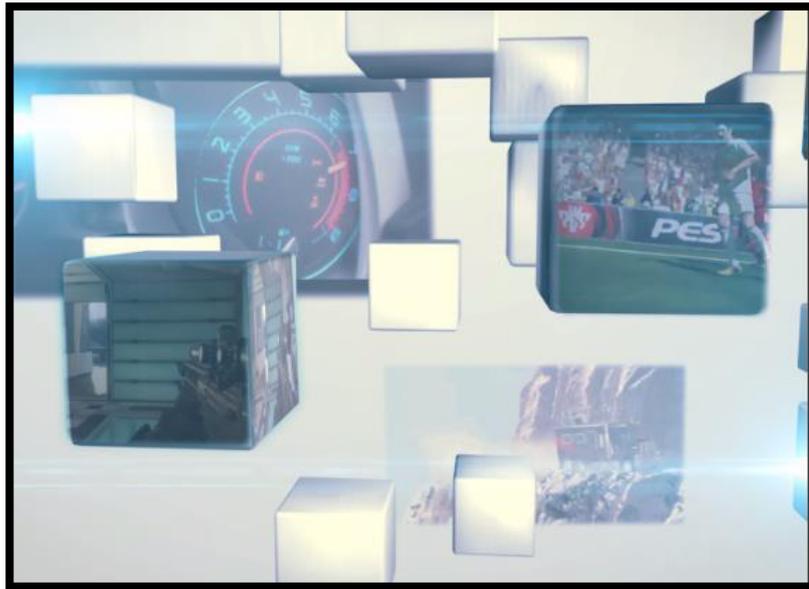


Ilustración 5-48: Videos relacionados al segmento

Finalmente se presenta el nombre del segmento que se va a presentar.



Ilustración 5-49: Presentación del segmento

5.6 IMPLEMENTACIÓN SEGMENTOS

Al momento de implementar los segmentos del programa se ha utilizado una animación en la cual se recurrió al cubo que anteriormente fue mencionado, el mismo es referente del movimiento artístico en el que se basó la elaboración de esta línea gráfica. En After Effects fue realizada la animación de los segmentos, y se hizo uso del plugin Optical Flares que nos permitió dotar a las piezas gráficas de los destellos que aparecen en nuestra animación. Asimismo en este programa se procede a animar los gráficos agregándoles efectos a los objetos que se presentan, para posteriormente exportarlos y llevarlos a un programa de edición de sonido, como es el Soundtrack Pro, donde previamente se debe tener un banco de sonidos al cual recurrir.

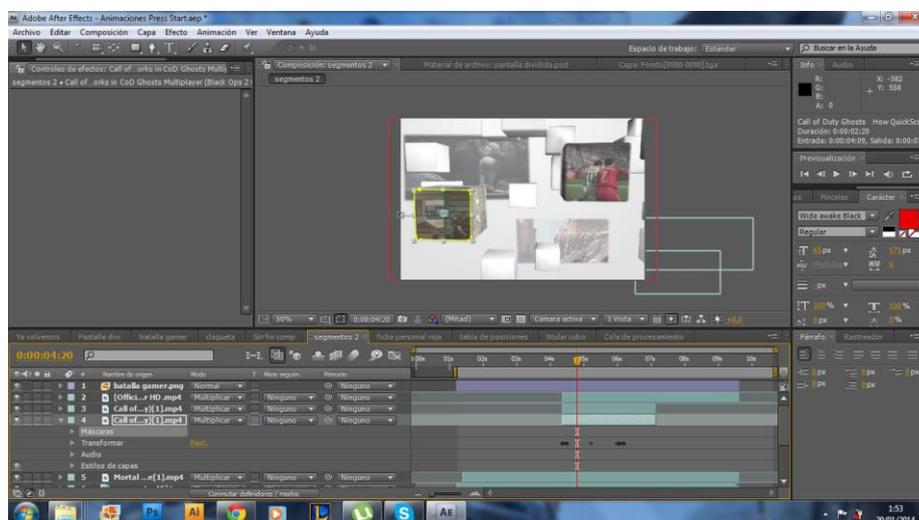


Ilustración 5-50: Máscaras a videos en cubos

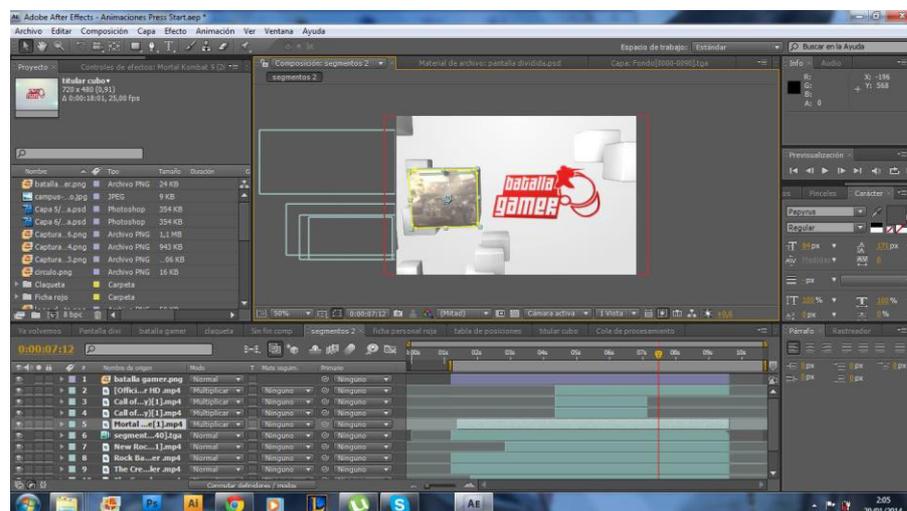


Ilustración 5-51: Implementación logo en After

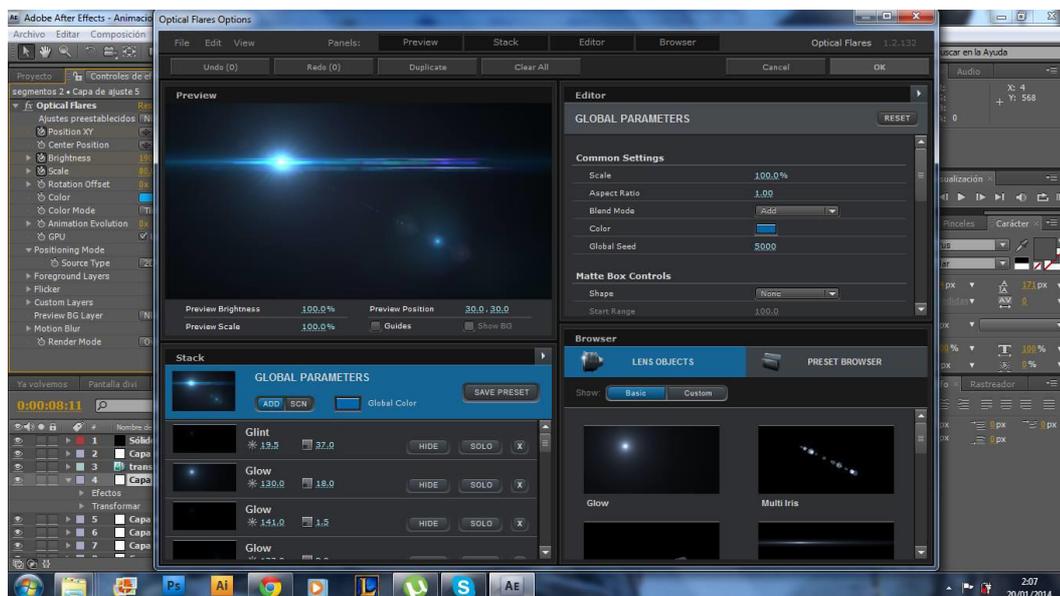


Ilustración 5-52: Implementación de Optical Flares en After

5.7 CREACIÓN Y ANIMACIÓN DEL CUBO EN 3D

En la creación del cubo en 3D se colocó en el programa una forma geométrica en bruto, en este caso un cubo, luego se suavizó los fillos de la misma y se finalizó editándola.

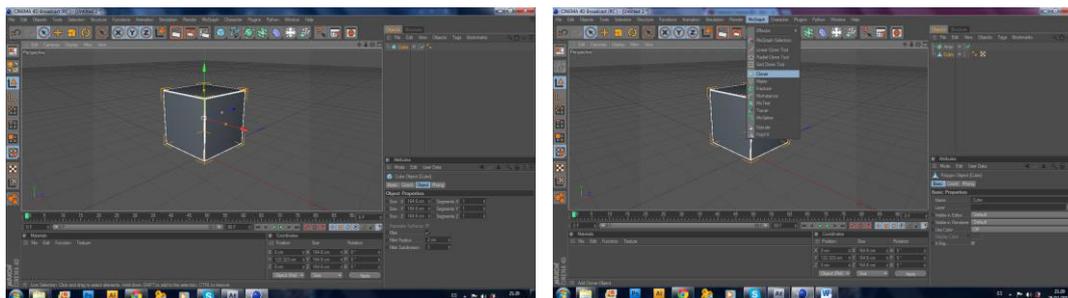


Ilustración 5-53: Edición de un cubo y seleccionar efecto Mograph

En la sección de atributos, en la opción de propiedades del objeto, se especifica el modo de *grid array* - que viene a ser las líneas de división del cubo - y en las casillas "count" se coloca 5 divisiones por cada lado.

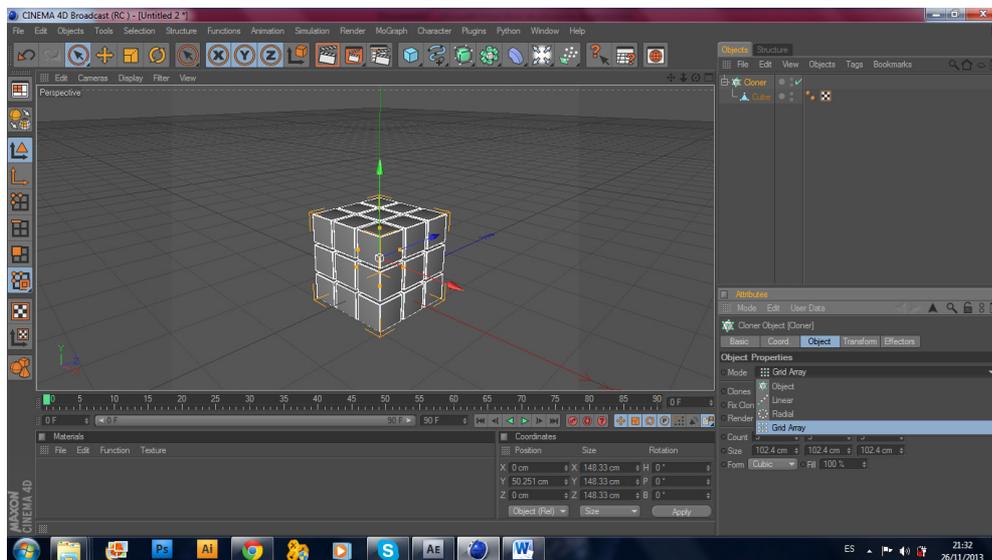


Ilustración 5-54: Construcción de cubos

Seguido se colocan luces a fin de lograr una buena iluminación para el objeto al comienzo de la animación y luego en Mograph – Effector – Random, que es otro plugin de Cinema 4D que nos permite crear el efecto de explosión segmentando al objeto, se consigue crear así la animación del desarmado de las piezas del cubo.

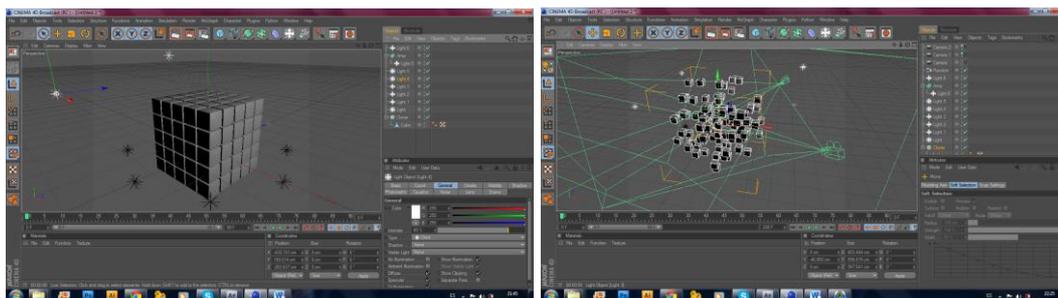


Ilustración 5-55: Iluminación cubo y animación

5.8 SOBREIMPOSICIONES

5.8.1 LOWER THIRD

Se conoce como *Lower Third* a un tipo de sobreimposición que sirve como barras de texto, las mismas que aparecen durante un programa de televisión y sirven para dar información referencial sobre algún tipo de información o dato como; nombres de presentadores, concursantes, nombre de las locaciones en exterior, etc., son más que

nada, para proporcionar a la teleaudiencia de datos específicos e importantes. Siendo así, para nuestro programa estas serán utilizadas para detallar información sobre los conductores del programa, concursantes, temas a tratar y para mencionar los lugares que visite nuestro reportero. El *lower third* debe ser una animación en la que se trate de dar una información al espectador pero sin distraerlo a este, por eso se utilizó el *stroke* rojo, sobre el fondo blanco.

Para los talentos en pantalla, en la parte inferior izquierda aparecerá el icono de la palanca de mando junto con el logo del programa.



Ilustración 5-56: Claquetas

Finalmente salen las líneas que simulan los circuitos, las cuales forman la sobreimposición, se muestra la información en vivo. El encargado de generar los caracteres es quien se encarga de ir poniendo la información en el momento.



Ilustración 5-57: Claqueta final

5.8.2 IMPLEMENTACIÓN LOWER THIRD

El proceso de creación de los *Lower Third* se lo llevó a cabo primero en el programa Adobe Photoshop CS4, donde se hizo el diseño, para luego en After Effects proceder a la animación, así mismo se utilizó *Optical Flares* para el diseño de esta superposición.

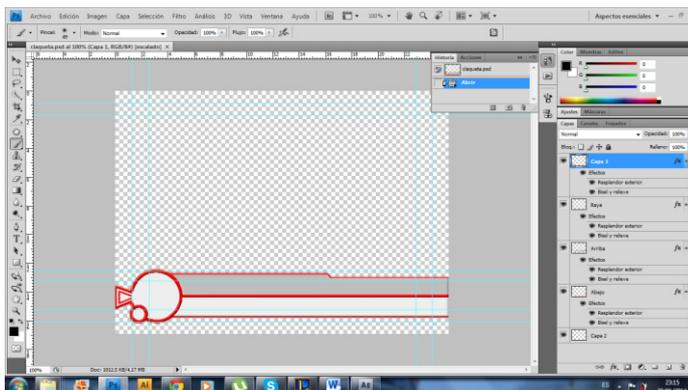


Ilustración 5-58: Diseño de claqueta en Photoshop

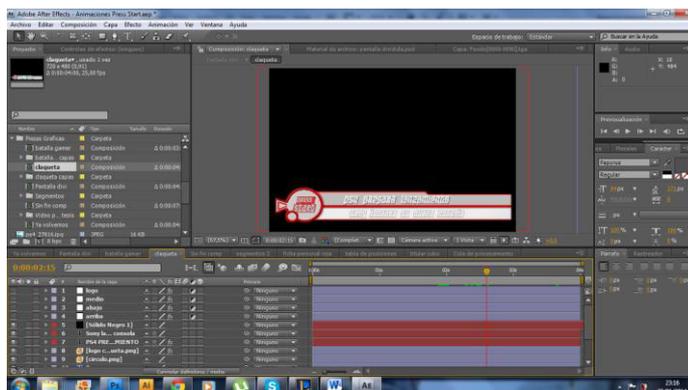


Ilustración 5-59: Implementación del diseño en After Effects.



Ilustración 5-60: Implementación de texto y lens flare en claqueta

5.8.3 PANTALLAS DIVIDIDAS

Las pantallas divididas en un programa de televisión no son más que el manejo de dos pantallas simultáneas que permite al televidente ver dos ambientes en una sola toma.

"Press Start" dispondrá para su programa de dos tipos de pantallas divididas, las cuales serán las siguientes:

- Comunicación con exteriores o con otras partes del set.- Esta pantalla se utilizará cuando se realicen coberturas fuera del set, en la cual se visualizaran a la persona que se encuentra en exteriores y al presentador en el programa. También se la usará para la interacción entre la sección Noticia Gamer y Gamer Online
- Competencias.- En esta pantalla dividida se podrá observar al presentador dentro del set, aparte esta proyectará la toma específica de los jugadores en pleno desarrollo de los concursos que se han planteado para el programa.

A continuación se visualiza con imágenes la descripción gráfica de las pantallas divididas.

La animación de comunicación con exteriores es muy sencilla, pero agradable visualmente, ya que no interrumpe ni distrae al espectador. El diseño de las pantallas maneja el mismo *stroke* que se mencionó anteriormente, con el cual se da a notar los circuitos y, en el fondo se observan los cubos que se utilizan en toda la línea gráfica.



Ilustración 5-61: Comunicación entre secciones

Luego aparece la claqueta con información sobre el tema que se esté tratando y los cubos del fondo, de las pantallas divididas, están en ciclos repetitivos o *loop*.



Ilustración 5-62: Comunicación entre secciones con claqueta animada

La animación correspondiente a la pantalla dividida de Batalla Gamer consistirá en un diseño y animación similar a la anterior pantalla dividida.



Ilustración 5-63: Pantalla dividida Batalla Gamer

5.8.4 IMPLEMENTACIÓN DE PANTALLAS DIVIDIDAS

Al igual que con las demás piezas del paquete gráfico, las pantallas divididas fueron diseñadas en Adobe Photoshop CS4 y los cubos fueron hechos en Cinema 4D, donde una vez hecho el diseño base de las pantallas y la animación se procedió a exportar ambos archivos respectivamente, seguido de esto se los importó a After Effects donde se empezó a crear la animación de los mismos. Para hacer más características las pantallas divididas se decidió usar el programa Soundtrack Pro para colocar aquí una pista de ambiente, claro está que previo a esto se buscó poner un sonido que vaya de acuerdo a lo que se está proyectando en pantalla.

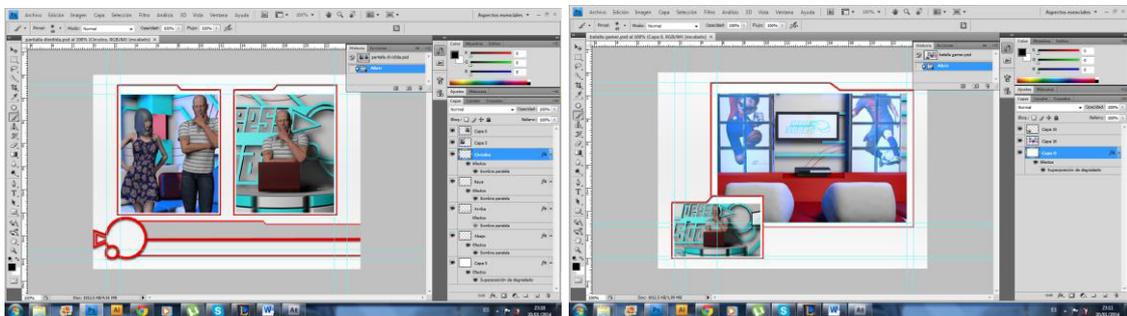


Ilustración 5-64: Diseño de pantallas divididas en Photoshop

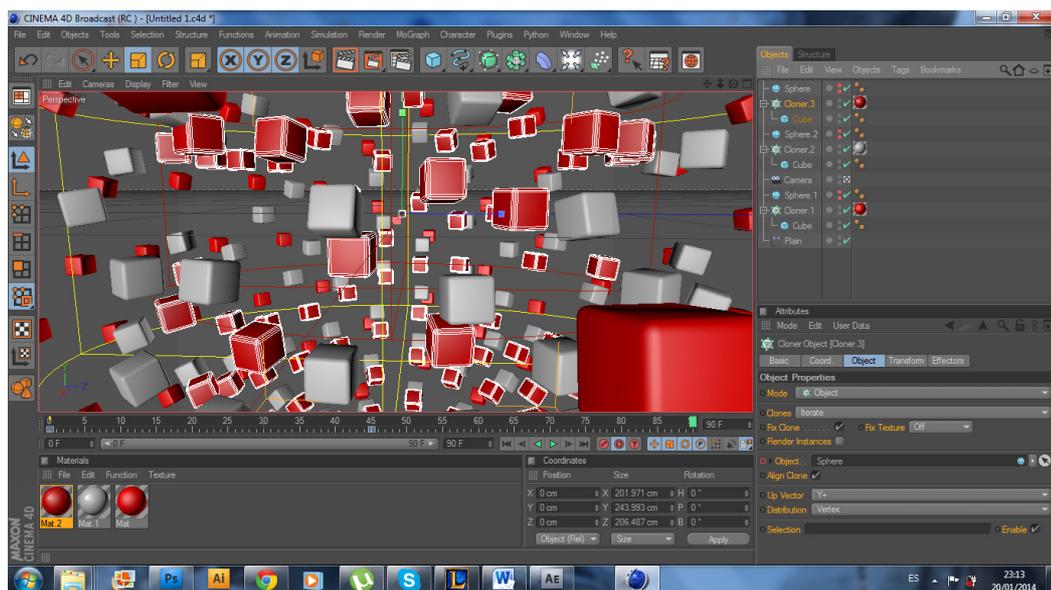


Ilustración 5-65: Animación cubos pantallas divididas

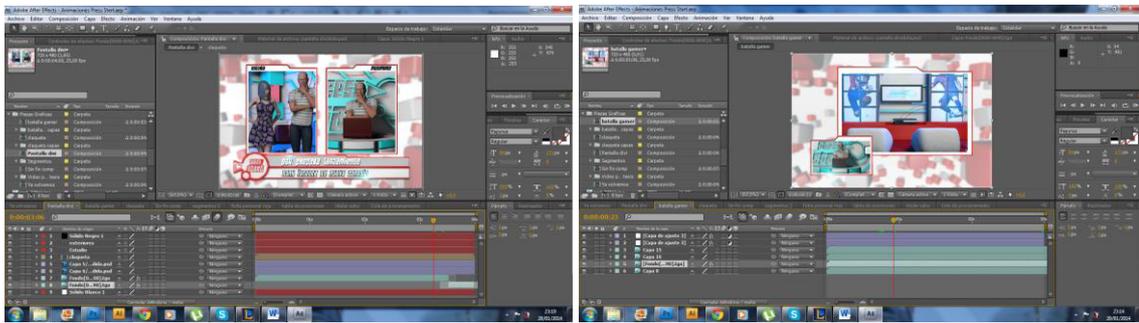


Ilustración 5-66: Implementación de cubos y diseños de pantalla divididas en After

5.8.5 RECUADROS

En nuestro programa harán las veces de recuadro los televisores con los que cuenta la escenografía. Estos serán el soporte visual al momento de pasar una noticia, ya que en ellos se podrá ir mostrando los temas que se tratarán en cada segmento del programa.



Ilustración 5-67: Recuadros visualizados en televisores del set

5.9 TITULARES

Los titulares son un compendio de noticias que se mostrarán a lo largo del programa, son avances de las principales noticias que se han dado en cuanto a la temática del programa, por ejemplo en nuestro proyecto son los videojuegos. Los titulares tendrán un tiempo de duración, previamente la producción habrá elegido los temas más importantes a mencionar.

A continuación, la estructura básica de nuestra animación.

Aparece en escena el cubo que ya se nombró anteriormente, que es representativo del programa. En la animación este llega rotando hasta ubicarse en el lado inferior izquierdo.



Ilustración 5-68: Cubo animado titulares

Una vez que el cubo se ubica en la posición ya establecida anteriormente, comienza a salir la animación de las distintas noticias que se presentarán en el programa.



Ilustración 5-69: Presentación de las noticias a tratar

Así se repite la animación, pero lo único que va cambiando es el tema y el video a mostrarse y, con la variación de que ahora el cubo está en posición fija, posteriormente este rota para dar paso a la siguiente noticia.

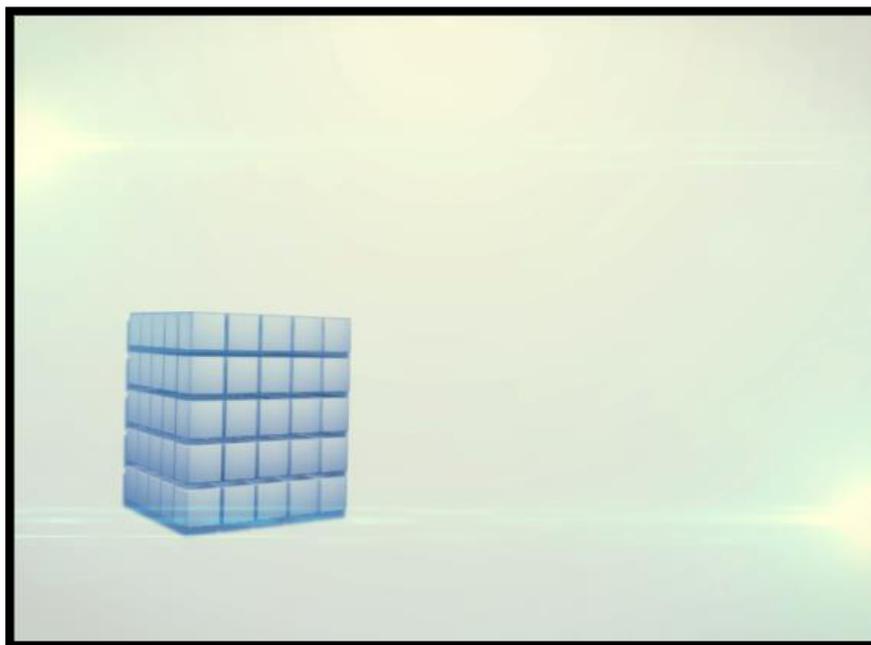


Ilustración 5-70: Rotación de cubo-titulares



Ilustración 5-71: Noticia titulares

5.10 IMPLEMENTACIÓN DE LOS TITULARES

Los titulares son pieza importante de nuestro programa, como se describió en un punto anteriormente, el cubo fue creado y animado en Cinema 4D, donde después de haberle hecho los respectivos efectos se lo exportó al programa After Effects, en el cual se estableció la animación de los videos que se presentarán en cada noticia, al igual que la tipografía. Al final de los titulares, estos terminan con una animación donde aparecerá el logo del programa.

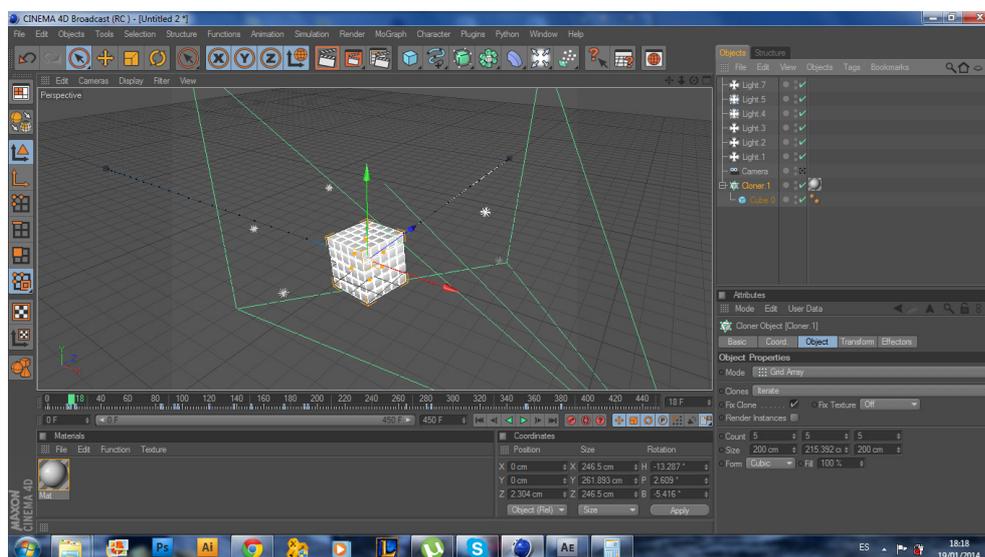


Ilustración 5-72: Animación de cubos titulares en Cinema 4D

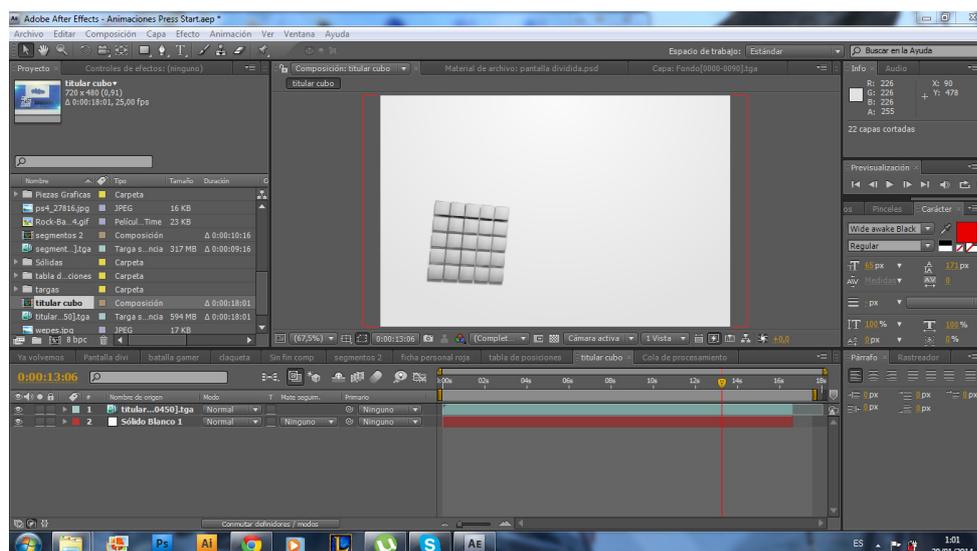


Ilustración 5-73: Implementación animación en After Effects

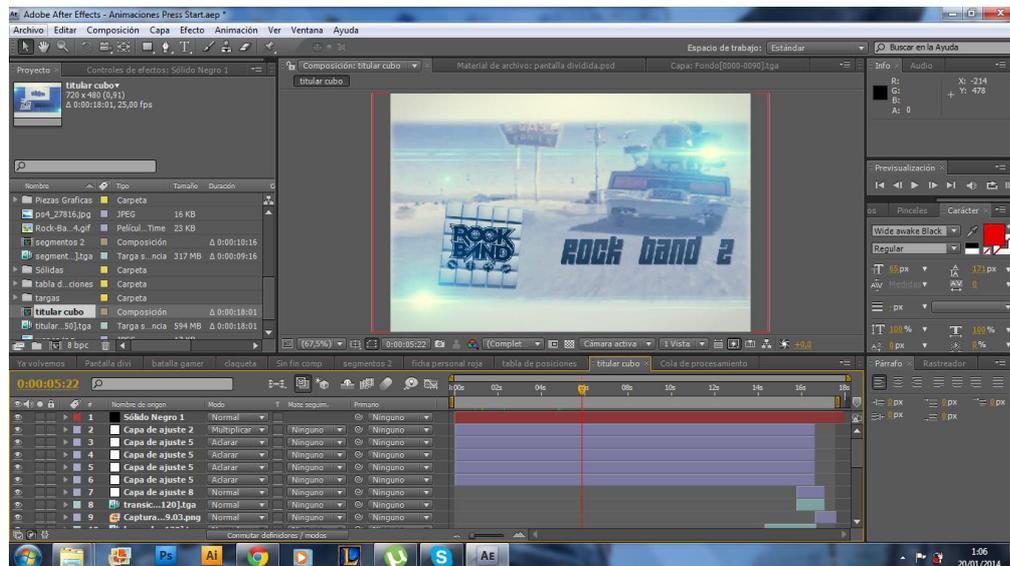


Ilustración 5-74: Implementación de videos, lens y noticia en After Effects

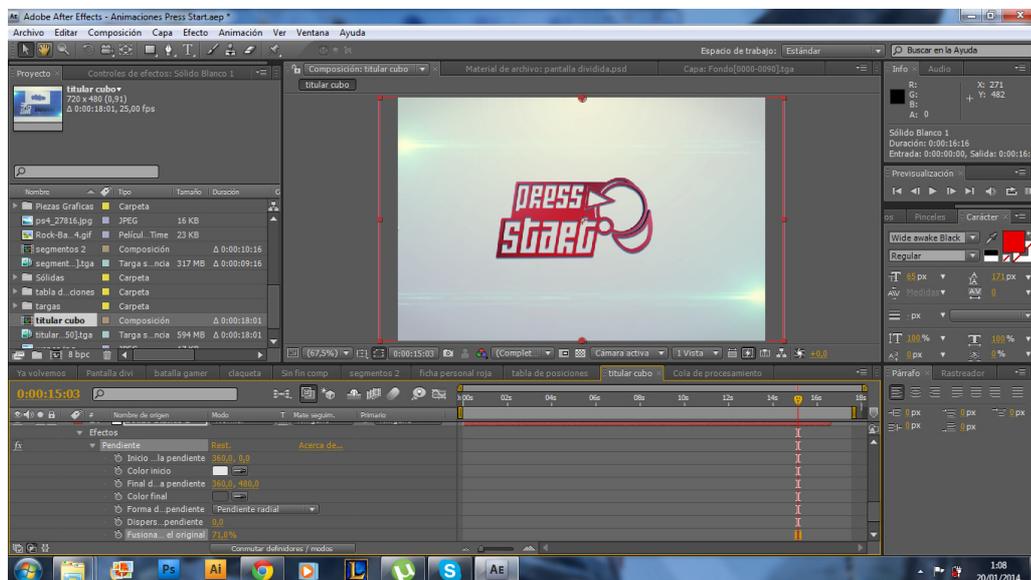


Ilustración 5-75: Implementación logo en la parte final de los titulares

5.11 YA VOLVEMOS

Es la pieza gráfica que tiene como principal finalidad mostrar al espectador una pequeña animación que le informe que se va a dar paso a los cortes comerciales, es decir, que se continua con el programa después de las publicidades.

La animación comienza con el logo de “Press Start” formándose.



Ilustración 5-76: Logo en construcción

Hasta que el logo empiece a aparecer en su totalidad se lo irá percibiendo poco a poco según avanza la animación. La frase "Ya volvemos" tiene como parte de su animación la cualidad de que simula un parpadeo.



Ilustración 5-77: Presentación final de ya volvemos

5.12 IMPLEMENTACIÓN YA VOLVEMOS

El desarrollo de la pieza gráfica se realizó en Cinema 4D, donde se aplicó el efecto “PolyFx”, el cual generó las partículas con las que comienza la animación.

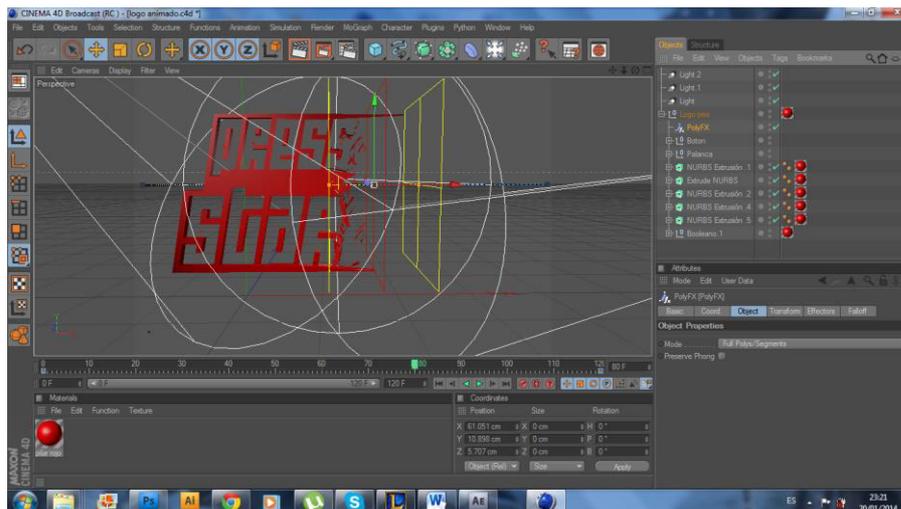


Ilustración 5-78: Animación del logo mediante poly fx

Luego de proporcionar al logo del efecto “PolyFx” en Cinema 4D, procedemos a exportarlo al programa After Effects, donde se da comienzo a la animación de la pieza gráfica. Aquí también se hace uso de los *Optical Flares* como en las implementaciones anteriores.

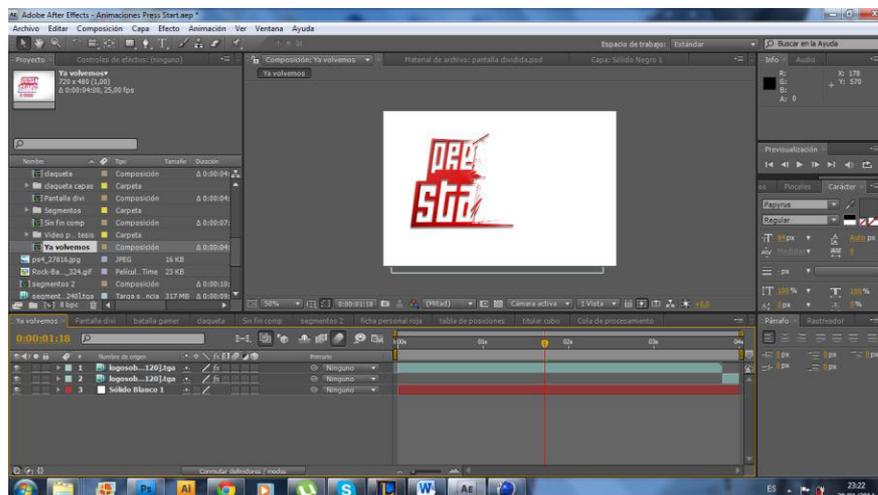


Ilustración 5-79: Implementación de la animación al After sobre solido blanco

Se ubica la animación del logo y se inicia colocando la tipografía que dirá “Ya volvemos”, y posteriormente se da paso a la construcción de la respectiva animación, la que consiste en el parpadeo de las palabras “Ya volvemos”.

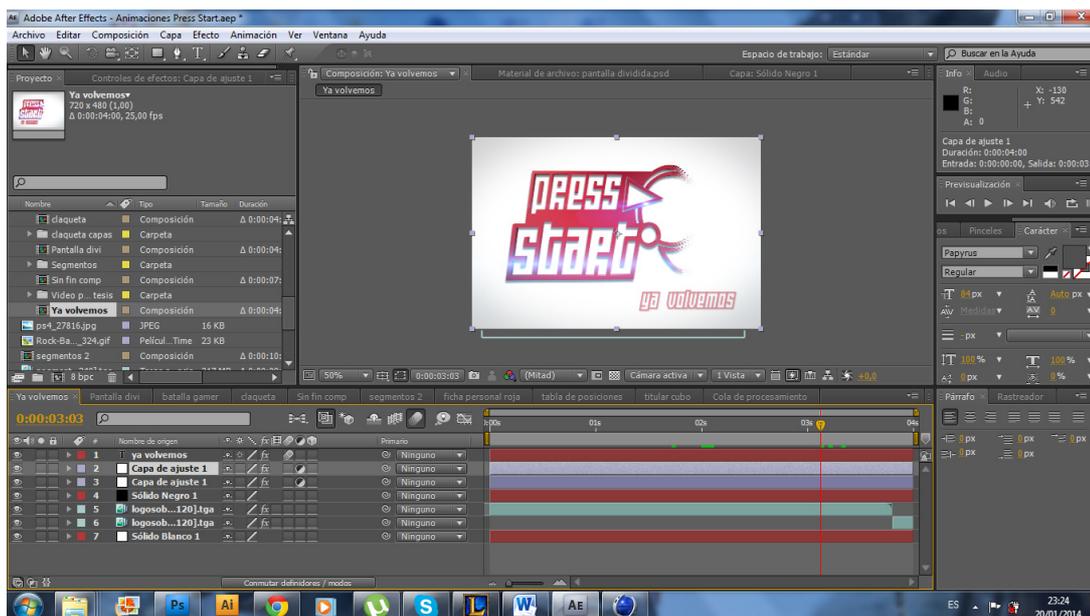


Ilustración 5-80: Implementación de lens flare y texto

5.13 ANTI-ZAPPING

El anti zapping, proveniente del anglicismo *zapping*, consiste en la acción de cambiar rápidamente de canal o programación mientras se presentan las publicidades. Es este un momento en que a causa de las publicidades se pierde muchas veces a la audiencia, porque en algunas ocasiones puede existir el riesgo de que esta termine viendo otro programa, es así entonces que esta pieza gráfica se encarga de mantener la atención del público televidente hacia nuestro programa, sin que haya la posibilidad de perderlo en el momento en que se da paso a los auspiciantes. Para el *anti-zapping* se llegó a la decisión de manejar la misma animación que usamos para los titulares.

Al inicio de la animación del *anti-zapping* se presenta la frase “Al volver” acompañado de un pequeño avance que sea conciso de lo que vendrá después del corte, como se consigue ver a continuación en la ilustración.

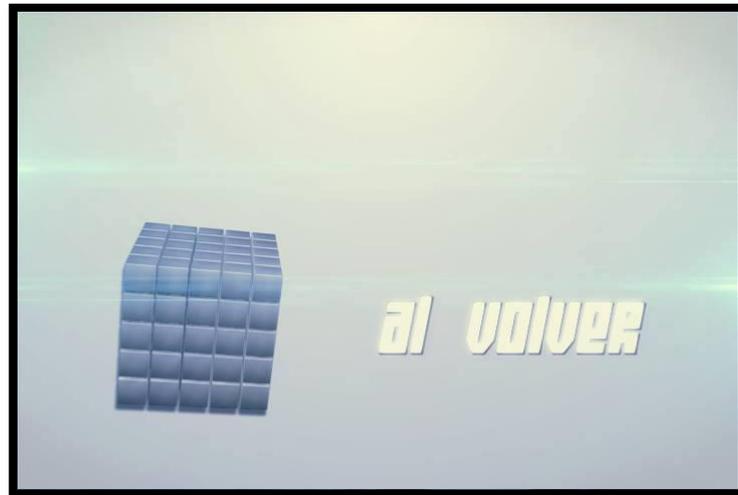


Ilustración 5-81: Pantalla inicial de antizapping

En la siguiente escena mandamos la información con la cual queremos crear curiosidad en el público y que se cree la expectativa de saber qué va a suceder al regresar de los cortes publicitarios.



Ilustración 5-82: Información de antizapping

5.14 IMPLEMENTACION ANTI-ZAPPING

Para la construcción de la animación del *anti-zapping*, como en los demás segmentos y piezas gráficas este fue elaborado en After Effects, donde creamos la animación y editamos la misma. El sonido se lo realizó en SoundtrackPro porque vale

mencionar que parte del *anti-zapping* es incorporarle al mismo una voz en *off* que irá dando una breve reseña de cada noticia o información a tratarse al regresar de la publicidad.



Ilustración 5-83: Implementación texto de antizapping

En la siguiente ilustración podemos ver una captura de pantalla del proceso de la edición de sonido en el software Soundtrack Pro.

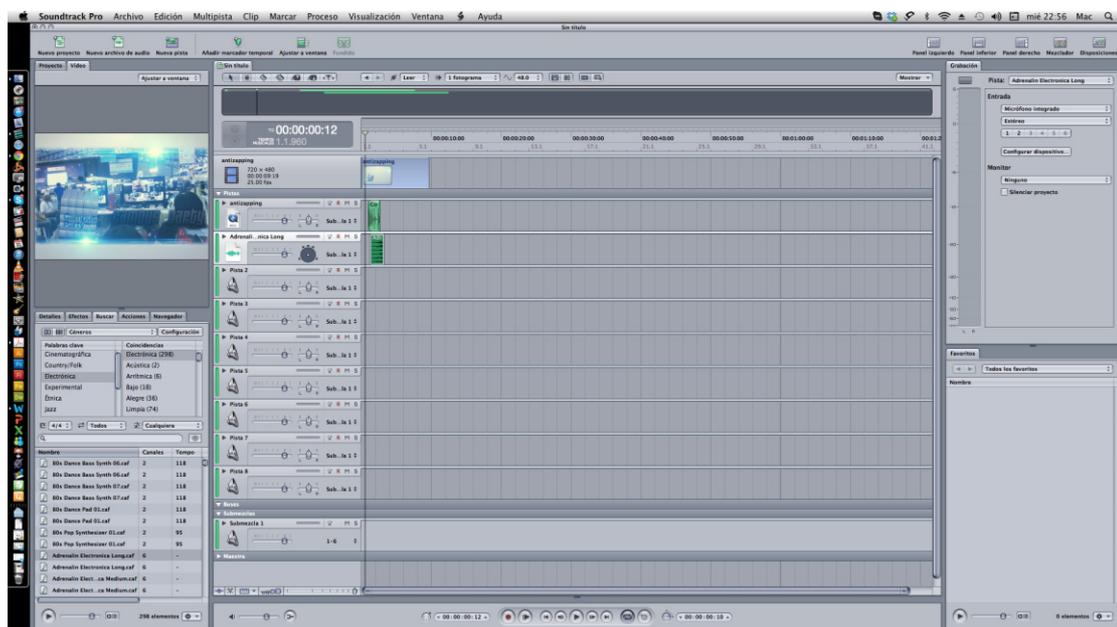


Ilustración 5-84: Implementación sonido desde soundtrack

5.15 FICHA PERSONAL

La creación de esta pieza gráfica nace por iniciativa nuestra frente a los requerimientos de la temática del programa y la necesidad de crear una pieza gráfica que contenga información básica del concursante que asista al segmento Batalla Gamer. En esta ficha personal se mostrarán datos importantes del concursante como nombre, edad, ocupación, etc.

El programa cuenta con dos equipos: el equipo rojo y el equipo turquesa. Se muestra a continuación el aspecto que tendrá la presentación de los concursantes y su equipo por medio de las fichas personales.



Ilustración 5-85: Animación de ficha personal roja

La animación empieza con la aparición de las barras y efectos de la ficha, donde acompañado de una transparencia de fondo se mostrará la información y foto del concursante.



Ilustración 5-86: Presentación de los datos del gamer

5.16 IMPLEMENTACIÓN FICHA PERSONAL

Esta pieza gráfica fue diseñada en Adobe Photoshop CS4, para luego pasar a ser exportada al programa After Effects, donde se continuó con la debida animación y a agregarle efectos que la mejoren. Se copió el archivo del *loop** de la animación de los cubos y se la colocó así mismo en el fondo de la animación.

Como ya se mencionó, se utilizó el Adobe Photoshop para el diseño y estructuración de la ficha personal.

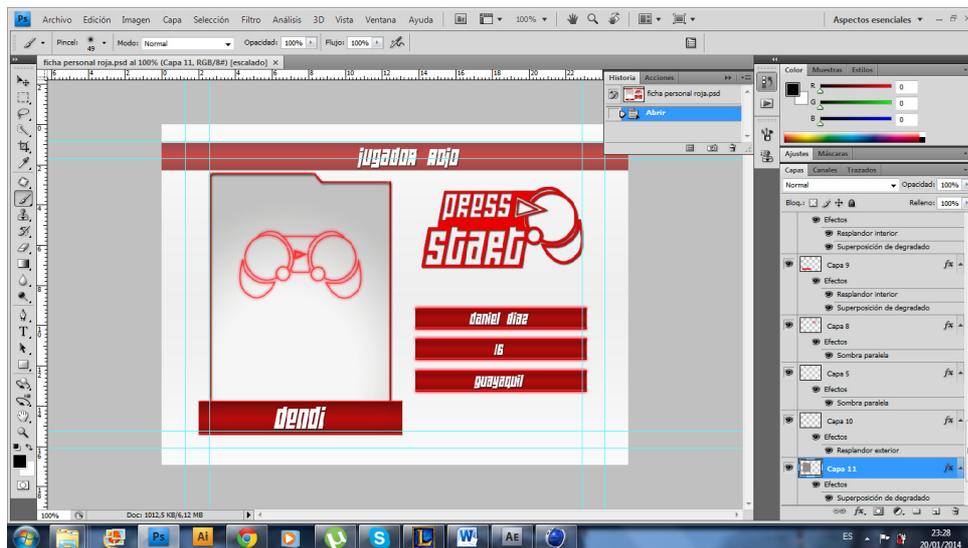


Ilustración 5-87: Diseño de ficha personal en Photoshop

Una vez hecho el diseño, se los exportó a la plataforma del After Effects, donde se procedió a la debida animación. Se hizo uso de los Optical Flares nuevamente.

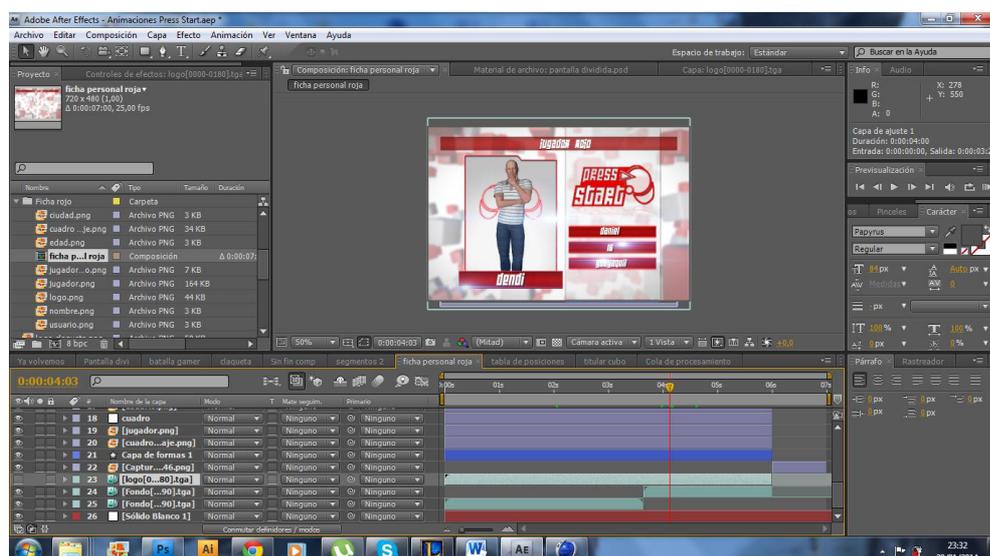


Ilustración 5-88: Implementación y animación del diseño en After Effects

5.17 TABLA DE POSICIONES

El programa “Press Start” cuenta con un segmento llamado Batalla Gamer, como se mencionó previamente, el cual es de concursos en vivo desde el canal. Por ello, aquí aparece la pieza gráfica que se llamará “Tabla de Posiciones”, la cual nos dice la ubicación y a que etapa del torneo estaría ascendiendo cada uno de los concursantes.

El formato para manejar la información de tabla de posiciones sería mostrando el nombre de cada integrante y a medida que compitan irá subiendo la puntuación según el desenvolvimiento de cada uno de ellos en los torneos, mientras que otros irán siendo eliminados.



Ilustración 5-89: Tabla de posiciones de la Batalla Gamer

En la animación de la tabla de posiciones dependiendo de cuál sea el jugador que clasifique, la casilla del mismo se moverá y así sucesivamente hasta el nivel de competencia al cual alcance el concursante a llegar.



Ilustración 5-90: Actualización de la tabla con su animación respectiva

5.18 IMPLEMENTACIÓN TABLA DE POSICIONES

Como se ha venido haciendo con todas las piezas gráficas, primero se hizo un diseño de cómo queríamos que sea la pantalla, como segundo paso se exportó el archivo a After Effects donde se continuó animando la pieza gráfica.

Aquí se visualiza cómo fue la elaboración de la tabla de posiciones en Adobe Photoshop, dándole a la misma color, textura, agregándole la tipografía, etc.

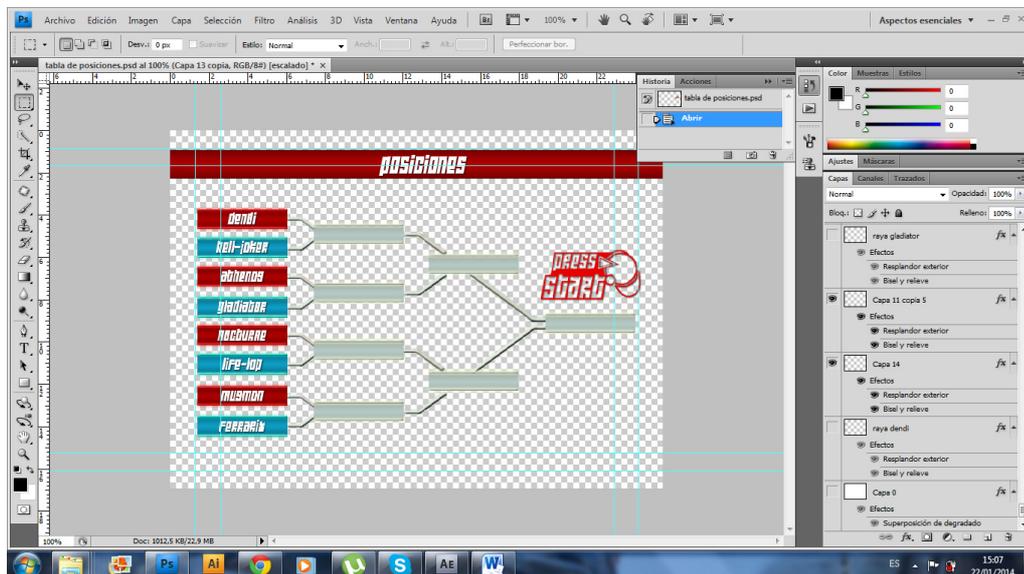


Ilustración 5-91: Diseño de tabla de posiciones en Photoshop

Cuando ya se tuvo diseñada la tabla de posiciones, se la exportó a After Effects donde se creó la animación de la pieza gráfica.

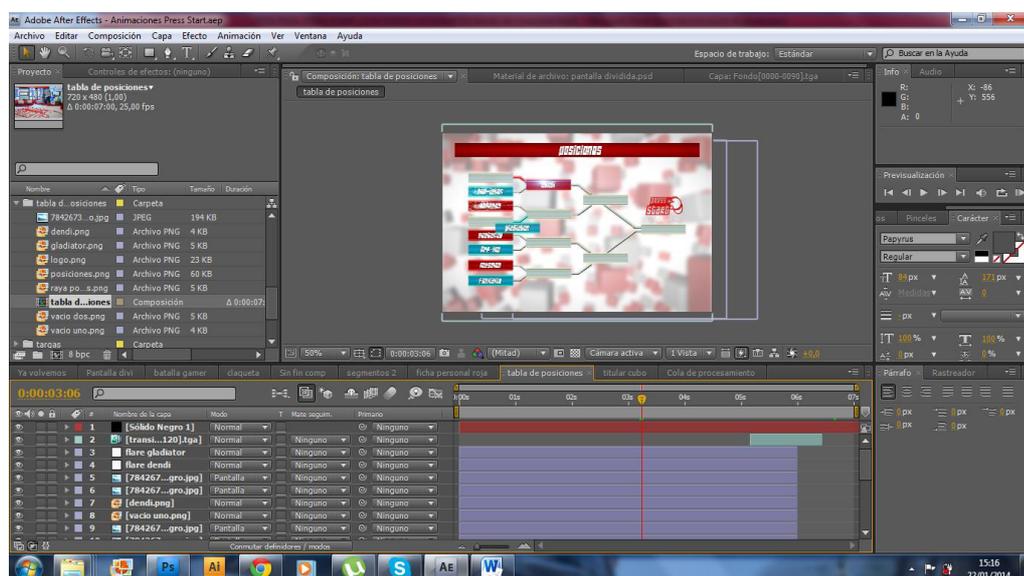


Ilustración 5-92: Implementación y animación del diseño de Tablas de Posiciones

5.19 TRANSICIONES

Las transiciones son aquellas animaciones que nos dan paso de una escena a otra, en este caso, se decidió que la mejor forma de elaborar un transición que cree pregnancia era realizarla con el logo del programa.



Ilustración 5-93: Animación previa a transición

Después de cada pieza grafica sale de inmediato la transición, la cual nos direcciona a la siguiente escena o locación. En esta ocasión, nos dirige nuevamente al estudio después de haber visto la ficha personal de los concursantes.



Ilustración 5-94: Transición mediante el logo del programa



Ilustración 5-95: Paso al set después de una animación



CAPÍTULO VI
**PRESUPUESTO,
CRONOGRAMA Y
ORGANIGRAMA**

6. PRESUPUESTO

El presupuesto es un indicador de la política a seguir en cuanto a la obtención de ingresos, y la relación estimada de los costos, gastos y egresos. En una producción audiovisual el presupuesto también sirve como un instrumento de planificación, que nos permite definir los costes y poder alcanzar ciertos objetivos en un plazo determinado de tiempo, que es en realidad lo que siempre se busca al llevar a cabo una pre-producción de proyectos audiovisuales.

Además un método sistemático y formalizado para lograr la responsabilidad directa de planificación, coordinación, dirección, ejecución y control de las actividades a desarrollarse cuando existe un extenso equipo humano formando parte del proyecto.

6.1 COSTOS SOBRE LA LÍNEA

Corresponde a los gastos externos que intervienen en la producción del programa. Esto incluye los sueldos del personal especializado que se va a contratar tales como: director, productor, guionista, presentadores, asistentes, etc.

Estos costos pueden ser calculados sobre una base semanal, mensual o por el tiempo de duración que vaya a tener el proyecto al aire.

6.2 COSTOS BAJO LA LÍNEA

Representan los costos más pequeños en donde se incluye toda la parte operativa (recursos técnicos y personal operativo) con el que cuenta el canal.

6.3 PRESUPUESTO GENERAL

El presupuesto se ha dividido en 3 etapas:

- Pre-Producción
- Producción
- Post-Producción

Los costos serán desglosados según las actividades a realizar en cada etapa. El presupuesto se ha hecho en base a los sueldos del equipo humano, la mano de obra, los costos de los materiales e imprevistos.

El sueldo del personal dependerá de los siguientes parámetros de unidades:

- Ilustración
- Obra
- Paquete Gráfico
- Programa
- Mensual

El periodo que se contratará al personal en cada etapa será representado por las siguientes unidades:

Tabla 6-1: Unidades de periodo de contrato a personal

UNIDAD	PERÍODO
0,25	1 semana
0,50	2 semanas
0,75	3 semanas
1	1 mes

Tabla 6-2: Presupuesto General

PRESUPUESTO GENERAL									
CATEGORÍA	TARIFA	UNIDADES	PRE-PRODUCCIÓN		PRODUCCIÓN		POST-PRODUCCIÓN		GRAN TOTAL
			UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	
BOCETO				\$426,00					\$426,00
ILUSTRADOR 1	\$8,50	ILUSTRACIÓN	12	\$102,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
ILUSTRADOR 2	\$8,50	ILUSTRACIÓN	4	\$34,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
MODELADOR 3D	\$290,00	PAQUETE GRÁFICO	1	\$290,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
MARCA				\$450,00					\$450,00

D. GRÁFICO	\$450,00	PAQUETE GRÁFICO	1	\$450,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
DIRECCIÓN DE ARTE				\$1425,00		\$2100,00		\$1050,00	\$4575,00
DIRECTOR DE ARTE	\$1500,00	MENSUAL	0,75	\$1125,00	1	\$1500,00	0,50	\$750,00	
DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA	\$1200,00	MENSUAL	0,25	\$300,00	0,50	\$600,00	0,25	\$300,00	
MANO DE OBRA				\$475,00		\$4240,00			\$4715,00
ARQUITECTO	\$1300,00	MENSUAL	0,25	\$325,00	1	\$1300,00	0,00	0,00	
ESCENÓGRAFO	\$600,00	OBRA	0,25	\$150,00	1	\$600,00	0,00	0,00	
EBANISTA	\$920,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$920,00	0,00	0,00	
ELECTRICISTA	\$500,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$500,00	0,00	0,00	
PINTOR	\$350,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$350,00	0,00	0,00	
TAPICERO	\$120,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$120,00	0,00	0,00	
LUMINOTÉCNICO	\$450,00	OBRA	0,00	0,00	1	\$450,00	0,00	0,00	
PAQUETE GRÁFICO								\$2210,00	\$2210,00
POST-PRODUCTOR/EDITOR	\$800,00	PROGRAMA	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$800,00	
ANIMADOR	\$600,00	PROGRAMA	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$600,00	
EFFECTOS ESPECIALES	\$390,00	PROGRAMA	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$390,00	
SONIDISTA	\$420,00	PROGRAMA	0,00	0,00	0,00	0,00	1	\$420,00	
MATERIALES						\$3814,77			\$3814,77
PAREDES	\$486,20	PROGRAMA	0,00	0,00	1	\$486,20	0,00	0,00	
PISO	\$129,70	PROGRAMA	0,00	0,00	1	\$129,70	0,00	0,00	
ACCESORIOS	\$2488,37	PROGRAMA	0,00	0,00	1	\$2488,37	0,00	0,00	
TARIMAS	\$226,32	PROGRAMA	0,00	0,00	1	\$226,32	0,00	0,00	
COUNTER	\$78,66	PROGRAMA	0,00	0,00	1	\$78,66	0,00	0,00	
PILAR DE CUBOS	\$174,52	PROGRAMA	0,00	0,00	1	\$174,52	0,00	0,00	
CUBOS CON PERSONAJES	\$231,00	PROGRAMA	0,00	0,00	1	\$231,00	0,00	0,00	

TOTAL									\$16.190,77
IMPREVISTOS									\$323,82
GRAN TOTAL									\$16.514,59

6.3.1 COSTOS DE MATERIALES PARA LA ESCENOGRAFÍA

Prosiguiendo con el presupuesto del proyecto a continuación se detalla, por medio de una tabla de presupuesto, la cantidad de material necesario con su respectivo valor para la implementación de la escenografía. Los materiales se los ha dividido por secciones: paredes, piso, accesorios, tarimas, *counter* pilar de cubos y cubos con personajes.

Tabla 6-3: Costos Materiales

COSTOS MATERIALES				
PAREDES				
MATERIAL	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
MDF 5,5mm	Plancha	\$31,00	8	\$248,00
MDF 3mm	Plancha	\$22,00	9	\$198,00
Pintura Blanca	Galón	\$13,40	2	\$26,80
Pintura Tiffany	Galón	\$13,40	1	\$13,40
*Samsung LED TV 50"+Soporte		\$0,00	2	\$0,00
*Samsung LED TV 32"+Soporte		\$0,00	1	\$0,00
TOTAL				\$486,2
PISO				
MATERIAL	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL

Logo de Vinil		\$88,00	1	\$88,00
Piso Vinil Blanco		\$20,85	2	\$41,70
TOTAL				\$129,70
ACCESORIOS				
MATERIAL	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
Sillón puff blanco		\$50,00	1	\$50,00
Sillón puff celeste		\$50,00	1	\$50,00
Play Station 4+ palanca		\$523,95	1	\$523,95
PES 2014		\$49,99	1	\$49,99
Call of Duty		\$49,37	1	\$49,37
Assus Gamer		\$1299,00	1	\$1299,00
Silla alta		\$46,06	1	\$46,06
Sofá		\$420,00	1	\$420,00
TOTAL				\$2488,37
TARIMAS				
MATERIAL	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
MDF 5,5mm	Plancha	\$31,00	6	\$186,00
Tapizón Rojo	Metro	\$4,48	9	\$40,32
TOTAL				\$226,32
COUNTER				
MATERIAL	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL

MDF 3mm	Plancha	\$22,00	2	\$44,00
Pintura Tiffany	Galón	\$13,40	1	\$13,40
Pintura Blanca	Galón	\$13,40	1	\$13,40
Pintura Negra	Galón	\$7,86	1	\$7,86
TOTAL				\$78,66
PILAR DE CUBOS				
MATERIAL	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
MDF 3mm	Plancha	\$22,00	6	\$132,00
Pintura Tiffany	Galón	\$13,40	2	\$26,80
Pintura Roja	Galón	\$7,86	2	\$15,72
TOTAL				\$174,52
CUBOS CON PERSONAJES				
MATERIAL	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
MDF 3mm	Plancha	\$22,00	6	\$132,00
Luz Fluorescente azul	Regleta 0,9m	\$4,50	6	\$27,00
Gigantografía impresa en lona		\$24,00	3	\$72,00
TOTAL				\$231,00
TOTAL COSTOS MATERIALES				\$3814,77

*El costo de los 3 televisores LCD no están incluidos en el presupuesto porque se los obtendrá a través de canjes publicitarios.

6.3.2 COSTO TOTAL DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA

El costo total de la implementación de la escenografía está dado por la suma de los valores totales de los materiales que es de \$3.814,77 y el levantamiento de obra que es de \$4715,00. Al sumarlos se obtiene un coste total de \$8.529,77.

6.4 CRONOGRAMA

Las actividades a realizarse durante el desarrollo de la Dirección de Arte de un programa están distribuidas en tres etapas:

-Pre-Producción: Es la fase más importante del proceso de producción. En esta fase se contratan los equipos técnicos, artísticos, de edición, etc., con los que se contará durante la realización del programa. Es aquí donde surgen las ideas, se toman decisiones y se planifica la realización del proyecto.

-Producción: Etapa donde se desarrolla lo propuesto en Pre-Producción.

-Post-Producción: En esta última fase se realizan los procesos de animación, edición, musicalización y efectos especiales que sean requeridos en el proyecto.

Tabla 6-4: Cronograma de trabajo

CRONOGRAMA 2013 - PRESS START													
ACTIVIDADES	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	
PRE-PRODUCCIÓN													
Investigación de antecedentes y tendencias													
Contratación de recursos humanos													

Medición del área del set													
Elaboración de bocetos													
PRODUCCIÓN													
Desarrollo de línea gráfica													
Elaboración de set y decoración:													
Ilustraciones y planos													
Cotización de materiales													
Levantamiento de set													
POST-PRODUCCIÓN													
Animación													
Edición													
Efectos especiales													
Musicalización													
Supervisión de obra final													

6.5 ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN

La realización del programa "Press Start" está dividida en tres etapas: Pre-Producción, Producción y Post-Producción. En cada etapa existen funciones determinadas, las cuales se irán detallando parte por parte, y son las que deben

realizarse en cada uno de las etapas de todo proyecto audiovisual.

6.5.1 PRE-PRODUCCIÓN

En esta fase fundamental se organiza y planifica el desarrollo del proyecto siguiendo los siguientes pasos:

-Investigación de antecedentes y tendencias: Se recopila información sobre las tendencias usadas en programas similares y se buscan nuevas propuestas que sean innovadoras.

-Contratación de recursos humanos: Se realiza la contratación del personal requerido y se delega las responsabilidades correspondientes.

-Medición del área del set: El set de Ecuador TV deberá ser inspeccionado previo a la construcción de la escenografía para conocer sus características, limitaciones de espacio, iluminación, acústica y condiciones eléctricas.

-Elaboración de bocetos: Se realizan los primeros bocetos de la línea gráfica y se desarrolla la escenografía.

6.5.2 PRODUCCIÓN

Esta etapa corresponde a la realización de lo planteado en la Pre-Producción. La línea gráfica empieza a ser desarrollada en su respectivo software.

Con la escenografía una vez aprobada, se empieza a elaborar planos en 2D para luego hacer su levantamiento en 3D. Ahí se definen colores, texturas y se la visualiza en medidas reales.

Teniendo ya una previa idea de cómo quedará el set, se procede a hacer cotizaciones de materiales teniendo en cuenta calidad, precio y proveedores.

Una vez que se tienen los planos, especificaciones y materiales se empieza a realizar la construcción del set con el personal correspondiente dirigido por el Director de Arte.

6.5.3 POST-PRODUCCIÓN

Esta fase corresponde a los acabados finales. Se procede al desarrollo de la animación de toda la línea gráfica, edición, efectos especiales y sonorización.

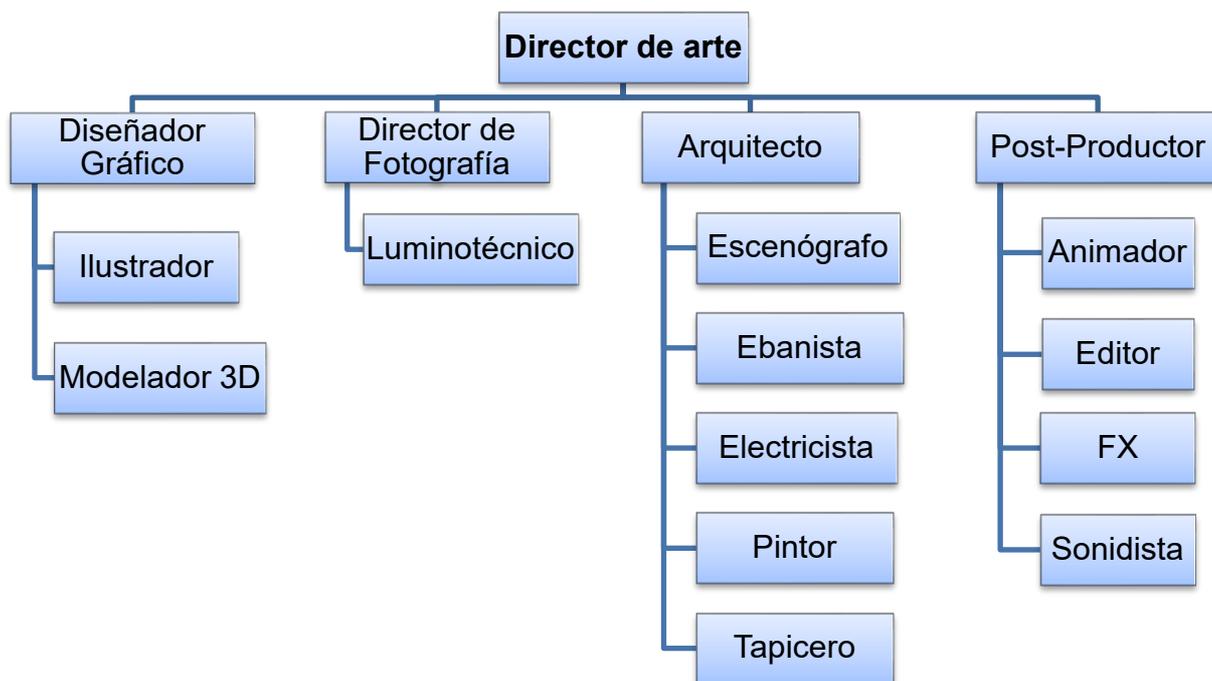
También se continúa con la supervisión del set, se realizan pruebas y mantenimientos.

6.6 ORGANIGRAMA

El organigrama es un modelo abstracto y sistemático que permite obtener una idea uniforme y sintética de la estructura formal de una organización.

Tomando en cuenta que este proyecto se basa en la parte artística, la principal responsabilidad caerá sobre el Director de Arte.

Tabla 6-5: Organigrama



6.7 RESPONSABILIDADES Y ACTIVIDADES DE CADA MIEMBRO DEL EQUIPO DE TRABAJO

6.7.1 DIRECTOR DE ARTE

Es el encargado de diseñar, producir y dirigir estéticamente una producción, en este caso de televisión. Es un profesional que sabe interpretar un guion y plasmarlo creando universos visuales con elementos estilísticos y recursos artísticos adecuados.

Genera escenografías diferentes, crea locaciones con estilo, recrea diversos ambientes y caracteriza adecuadamente un personaje con el vestuario, peinado y maquillaje combinando texturas, formas y colores.

El Director de Arte coordina y dirige al equipo de trabajo para brindarle al Director del proyecto una estética integral del Producto Audiovisual.

6.7.2 DISEÑADOR GRÁFICO

El papel que desempeña es el de la elaboración de la imagen visual del programa de televisión empleando elementos gráficos que ayuden al espectador a identificarlo rápidamente logrando que sobresalga del resto y propiciando una correcta transmisión del mensaje al televidente.

Es el encargado del desarrollo del logotipo, slogan, imagen corporativa, manual, etc.

6.7.3 ILUSTRADOR

Es un artista gráfico que se especializa en la mejora de la comunicación escrita, a través de representaciones visuales que se corresponden con el contenido textual o con parte del mismo.

6.7.4 MODELADOR 3D

Persona que maneja programas en 3D para la creación de elementos tridimensionales en este caso el levantamiento del set con medidas reales.

6.7.5 DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA

Se encarga de la creación artística de imágenes para la puesta en escena de la producción. Dentro de la estructura del equipo de cámara, el director de fotografía determina y supervisa los parámetros técnicos y artísticos para la toma de imágenes. En particular, la iluminación, la composición visual y los movimientos de cámara.

6.7.6 LUMINOTÉCNICO

Ejecuta las actividades de iluminación a fin de contribuir con la calidad del material de producción:

- Instala y opera los equipos de iluminación requeridos.
- Verifica, controla y corrige la iluminación.
- Crea efectos de iluminación requeridos en los guiones, estudios y otros.
- Evalúa las condiciones físicas y determina las necesidades de iluminación.
- Interpreta planos de diseño y de iluminación.

6.7.7 ARQUITECTO

Es aquel que posee el conocimiento suficiente en materia de construcción que le permite dirigir una obra de este tipo.

Se encarga de realizar los planos de la construcción, interpretando los deseos del cliente o las necesidades que deben satisfacerse. Luego dirige su ejecución siendo el responsable. Se requiere tener buen gusto, conocimiento de los materiales a emplear, proporciones, cálculos, geometría y diseño. Dirige la construcción del set junto con el Director de Arte.

6.7.8 ESCENÓGRAFO

Responsable de la escenografía, concibe espacios antes de ser construidos, imagina el impacto de la luz y el color sobre las texturas y materiales, resuelve requerimientos funcionales y también coordina eficientemente su construcción y equipamiento. Su trabajo lo realiza en colaboración con el Director de Arte.

6.7.9 EBANISTA

Artesano que fabrica muebles y paneles de madera. Interviene en las distintas etapas de la construcción: elección del modelo y madera, ensamblaje, decoración y montaje.

6.7.10 ELECTRICISTA

Su función principal es realizar instalaciones y reparaciones eléctricas. Realiza un estudio previo de la zona de trabajo, interpreta planos y esquemas eléctricos para luego proceder a la instalación de mecanismos.

6.7.11 PINTOR

Aparece en la etapa final de la construcción. Su labor es la decoración de paredes y otras superficies aplicando pintura con la ayuda de brochas o rodillos.

6.7.12 TAPICERO

Es el artesano que ejerce el oficio de cubrir con tela o piel pisos, muebles, paredes o escenarios fijando el material con tachuelas o grapas.

6.7.13 POST-PRODUCTOR

Selecciona las piezas gráficas y supervisa la edición, sonorización y efectos especiales.

6.7.14 ANIMADOR

Artista que a través de determinados programas crea múltiples imágenes, dibujos u otros objetos inanimados que dan la ilusión de movimiento.

También es el encargado de desarrollar las piezas audiovisuales y anima a los personajes u objetos.

6.7.15 EDITOR

Es el especialista que ordena y brinda proyección y sentido a los materiales de audio y video que se generan durante la producción. El editor recibe los materiales realizados y, con base en los documentos de cada proyecto (diseño de programa y guion) comienza la ardua tarea de estructurar el discurso audiovisual para dar cumplimiento a los objetivos de cada proyecto.

6.7.16 FX

Encargado de los efectos especiales. Utiliza un conjunto de técnicas en el ámbito audiovisual que crean una ilusión para el espectador. Por ejemplo, puede generar seres inexistentes como un dragón o situaciones como explosiones, lluvia, niebla, etc.

6.7.17 SONIDISTA

Profesional responsable del conjunto de músicas y sonidos que acompañarán la obra. Selecciona los sonidos, los crea o compone para luego ordenarlos y adecuarlos logrando que se integren perfectamente a la obra.



CAPÍTULO VII
DERECHOS DE AUTOR

7. DERECHOS DE AUTOR

7.1 INTRODUCCIÓN

Según la Ley de Propiedad Intelectual vigente, "el reconocimiento de los derechos de autor y los derechos conexos, no está sometido a registro, depósito, ni al cumplimiento de formalidad alguna". No obstante, el registro de obras, es conveniente a los autores y más participantes en las creaciones protegidas, principalmente porque, en casos de conflicto, pueden constituirse en un elemento coadyuvante para la determinación de la autoría.

En la Unidad de Registro, Matriz Quito de la Dirección Nacional de Derecho de Autor y Derechos Conexos, del IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual), así como en la Subdirección Regional IEPI, Guayaquil y en la Subdirección Regional IEPI, Cuenca se registran facultativamente las obras y creaciones protegidas por los derechos de autor y derechos conexos, los actos y contratos relacionados con los derechos de autor; y, la transmisión de los derechos a herederos y legatarios.

En el lapso comprendido de 1978 al 2012, se han registrado a nivel nacional 45.941 obras, clasificadas en: 32.617 obras literarias, 5.412 obras musicales, 2.123 obras artísticas, 2.534 fonogramas, 357 publicaciones periódicas, 2.883 programas de ordenador, 145 obras cinematográficas, 310 obras audiovisuales, 100 programas de radio y 260 programas de televisión.

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.

7.2 ¿CÓMO SE PROTEGE EL DERECHO DE AUTOR?

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

La protección del Sistema de Derecho de Autor se basa en la potestad de autorizar o prohibir el uso de su obra. El plazo de vigencia de la protección se da sin perjuicio de derechos morales que se protegen indefinidamente.

El autor podrá autorizar o prohibir:

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

7.3 SIGNOS DISTINTIVOS

Son signos distintivos todos aquellos símbolos, figuras, vocablos o expresiones que se utilizan en la industria o en el comercio para diferenciar los productos, servicios, actividades y establecimientos propios de los de los demás. Representan cualquier signo que constituya una marca, un nombre comercial, un rótulo o un emblema, una indicación geográfica o una denominación de origen.

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. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas.

Marca tridimensional: Aquel signo que ocupa en sí mismo un espacio determinado, (alto, ancho y profundo).

7.4 CLASIFICACIÓN DE LA MARCA SEGÚN SU NATURALEZA

Según la naturaleza del signo, la marca se clasifica en: figurativa, denominativa, mixta, tridimensional, sonora, olfativa y táctil.

Figurativa: Integradas únicamente por una figura o un signo visual que se caracteriza por su configuración o forma particular totalmente impronunciable.

Denominativa: Son las que se componen de palabras o combinaciones de palabras, letras, cifras y sus combinaciones. La denominación puede tener un significado o puede carecer de él, en cuyo caso se trata de una marca caprichosa o de fantasía.

Mixta: Es la combinación de elementos figurativos y denominativos.

Tridimensional: Consistentes en la forma de los productos, sus envases o sus empaques.

Sonora: Las marcas sonoras se caracterizan por estar integradas por un sonido o una melodía, con la cual la gente asocia su producto y es diferente al de su competencia.

Olfativa: Son las que están constituidas por olores, aromas o fragancias, los que deben ser tan característicos y distintivos que no pueden confundirse o asociarse con otros.

Táctil: Consiste en la textura o superficie del producto que lo hace único y diferente a la competencia.

En el caso de “Press Start” se debe registrar la marca como mixta ya que el isotipo va unido al logotipo.



Ilustración 7-1: Marca mixta

7.5 BENEFICIOS Y DERECHOS QUE CONFIERE EL REGISTRO DE UNA MARCA

Puede registrar una marca cualquier persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera. Esto la hace acreedora de los siguientes beneficios y derechos:

- 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 nuestro país.
- Derecho de presentar acciones legales civiles, penales y administrativas en contra de infractores.
- Desalienta el uso de su marca por los piratas.
- Protege su 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 su producto o servicio.
- Ceder los derechos sobre su marca a terceros.
- Posibilidad de garantizar un crédito con su marca.
- Al registrar su marca la convierte en un activo intangible, el cual en muchas ocasiones llega a convertirse en el activo más valioso de su empresa.

7.6 PROCEDIMIENTO PARA REGISTRAR UNA MARCA

Previa la presentación de una solicitud, es pertinente realizar una búsqueda de antecedentes, es decir, verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro. Para esto se realiza una búsqueda fonética que verifica en su registro de sonido que este no haya sido asignado a otra persona anteriormente.

Se debe presentar la siguiente documentación:

-Formulario solicitando la búsqueda fonética.

-Papeleta de depósito.

-Nombre y slogan de la marca.

Luego de verificar que la marca no haya sido registrada previamente por otra persona, se puede realizar el proceso de registro.

Documentación necesaria para realizar la solicitud:

-Formulario solicitando el registro de marca, acompañado de la firma del abogado patrocinador.

-Papeleta de depósito.

-Manual de marca o imagen corporativa.

Presentada la solicitud, 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.

7.7 TASA POR REGISTRO DE MARCA

- El costo de la búsqueda fonética es de USD\$ 16.
- El trámite por solicitud de marca, nombre comercial, lema comercial, apariencia distintiva es de USD\$ 116.
- El trámite de registro de marca tridimensional es de USD\$ 336.

7.8 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, conforme al artículo siguiente.

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

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

Todo lo cual se entiende sin perjuicio de las estipulaciones y reservas expresas entre los autores y el productor.

Art. 77. Para explotar la obra audiovisual en video-cassettes, cine, televisión, radiodifusión o cualquier otro medio, se requerirá de convenio previo con los autores o los artistas intérpretes, o en su caso, el convenio celebrado con las sociedades de gestión correspondientes.

Art. 78. No podrá negociarse la distribución ni la exhibición de la obra audiovisual si no se ha celebrado previamente con las sociedades de gestión colectiva y los artistas intérpretes, el convenio que garantice plenamente el pago de los derechos de exhibición que a ellos corresponde.

Art. 102. El productor de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que no sean creaciones susceptibles de ser calificadas como obras audiovisuales, tendrá el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir la reproducción, comunicación pública o

distribución, inclusive de las fotografías realizadas en el proceso de producción de la grabación audiovisual. Este derecho durará setenta años contados a partir del primer día del año siguiente a la fecha de su realización, divulgación o publicación, según el caso.

7.9 PROCEDIMIENTO PARA REGISTRAR OBRAS AUDIOVISUALES

Para el registro de la obra audiovisual se deberá presentar la siguiente documentación:

- Formulario solicitando el registro de obras audiovisuales, acompañado de la firma del abogado patrocinador. Este formulario tiene un costo de US\$20.00.
- Piloto del programa, el cual contará con todo el material artístico, digital, animado y sonoro.

Para registrar los sonidos que se usan dentro del programa ya sean originales, comprados o descargados se debe llenar un formulario aparte especificando cada uno de dichos sonidos.

7.10 PROCEDIMIENTO PARA REGISTRAR LA ESCENOGRAFÍA

Para registrar la estructura escenográfica del programa se debe realizar un nuevo formulario. La documentación necesaria es la siguiente:

- Formulario solicitando el registro de obras artísticas y musicales, acompañado de la firma del abogado patrocinador. Este formulario tiene un costo de US\$20.00.
- Dentro del formulario en la consigna "Datos de la Obra" deberá especificarse la opción "Diseño de Escenografía."
- Copia de los autores del desarrollo de la escenografía.
- Adjuntar imágenes de la escenografía.



CAPÍTULO VIII
**CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES**

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de una serie de procesos que van desde la investigación inicial que involucra análisis de tendencias y antecedentes; hasta llegar a la aplicación de la línea gráfica y habiendo cumplido con los objetivos trazados, se llegó a las siguientes conclusiones y recomendaciones.

8.1 CONCLUSIONES

- La Dirección de Arte del programa "Press Start" se influenció en el cubismo y minimalismo siendo estos elementos claves para el concepto del mismo. Dichos elementos visuales, característicos de los videojuegos, son empleados de una manera estratégica y estética que buscan lograr que la relación del televidente con el programa sea efectiva.
- El horario escogido para su transmisión es el más idóneo para el amplio público objetivo que se logrará obtener según los datos investigativos obtenidos de la encuesta realizada.
- La estructura y diseño del set es solo aplicable para el espacio físico previamente mencionado, que respecta para el estudio de Ecuador TV ubicado en Guayaquil.
- La inversión estimada para el diseño de arte de "Press Start" es de \$16.514,59.

8.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda llevar a cabo cada etapa del proyecto correctamente y de forma profesional para obtener los resultados deseados.
- Respetar la imagen y línea del programa que tiene como propósito un target específico. Evitar modificaciones o alteraciones del logo y línea gráfica.
- Se incita a conseguir canjes publicitarios para los televisores y promocionar marcas conocidas; que vayan acorde con el programa y que sean de interés para el televidente.
- Se aconseja que el programa sea interactivo, dinámico y que se cumpla con las modalidades establecidas.



BIBLIOGRAFÍA

BIBLOGRAFÍA

- Arqpress. (s.f.). *Arqpress*. Recuperado el 4 de 4 de 2013, de <http://www.arqpress.net/index.php/paginas/ver/870>
- Arte España. (s.f.). *Arte España*. Recuperado el 3 de 4 de 2013, de <http://www.arteespana.com/cubismo.htm>
- CEFIRE de Castellón. (s.f.). *CEFIRE*. Recuperado el 23 de 4 de 2013, de http://cefire.edu.gva.es/pluginfile.php/194566/mod_resource/content/0/contenidos/103/1_tipos_de_programas.html
- Costa, J. (2004). *La imagen de marca: Un fenómeno social*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Eco, U. (1999). *La Estrategia de la Ilusión*. Barcelona: Editorial Lumen, S.A. .
- Heller, E. (2004). *La Psicología del Color*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, St.
- Importancia. (s.f.). *Importancia de la televisión*. Recuperado el 4 de 4 de 2013, de <http://www.importancia.org/television.php>
- Ortiz, C., Macas, J., Gonzáles, V., Coronel-Salas, G., & Fanny, P. (Diciembre de 2013). *Revista Latina de Comunicación Social*. Obtenido de http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013_actas/153_Ortiz.pdf
- Sartori, G. (1997). *Homo Videns: La sociedad teledirigida*. Madrid: S.A. Taurus.
- Thompson, I. (9 de 2006). *Promo Negocios*. Recuperado el 2 de 4 de 2013, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/logotipo-definicion.html>
- Turismo Chajari. (s.f.). *Turismo Chajari*. Recuperado el 26 de 4 de 2013, de http://www.turismochajari.gov.ar/Manual_de_Identidad_Corporativa.pdf
- Wong, W. (1979). *Fundamentos del Diseño* . Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Dondis, D.A (2007). *La Sintaxis de la imagen*. Recuperado el 20 de marzo del 2013 de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fm.friendfeed-media.com%2F924b7c5611e485d28c9b28508f4fe9b607f19cb1&ei=JJvcUobDK9DrkQfNy4HgAw&usg=AFQjCNGD97hHRxpTx8wPxLuYwtePXgMpdw&sig2=TFB2HZqy7M8UKNWUoDoBsg>
- Moles, A. (1991). *La imagen. Comunicación Funcional*. Recuperado el 6 de enero del

2014 de <http://mariainescarvajal.files.wordpress.com/2011/03/la-imagen-i.pdf>

García, M. (2005). *Arquitectura de marcas*. Recuperado el 8 de enero del 2013 de http://books.google.com.ec/books?id=VTxjOx9F0bkC&pg=PA11&lpg=PA11&dq=Arquitectura+de+marcas+manuel+martin+garcia+a%C3%B1o+de+publicacion&source=bl&ots=xSFiaNexOJ&sig=uNkMWpE7UN_z7wXL3fRRZ5r72EI&hl=es&sa=X&ei=aLncUvSAHZOekQfUpIHobQ&ved=0CDEQ6AEwAQ#v=onepage&q=Arquitectura%20de%20marcas%20manuel%20martin%20garcia%20a%C3%B1o%20de%20publicacion&f=false

Báez, M. (2006). *El Gabinete del Doctor Cineman*. Quito: Librea S.A.

INEC. (2012). *Encuesta de Uso del Tiempo*. Recuperado el 27 de marzo del 2013 de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Uso_Tiempo/Presentacion_%20Principales_Resultados.pdf

INEC. (2013). *Ecuador en Cifras*. Recuperado el 12 de junio del 2013 de <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/usoTiempo.html#>

IEPI. (2013). *Derechos de Autor*. Recuperado el 15 de enero del 2014 de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/>

SICE. (2014). *Derechos de Propiedad Intelectual*. Recuperado el 15 de enero del 2014 de http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/ecuador/L320b.asp

Leone, G. (2009). *Leyes de la Gestalt*. Recuperado el 4 de abril del 2013 de <http://www.guillermoleone.com.ar/leyes.htm>

TV Satelital. (2013). *Rating Interactivo*. Recuperado el 27 de marzo del 2013 de <http://mitvs.tv/indexprogramacion.php>

Arqpress. (2011). *Minimalismo*. Recuperado el 4 de abril del 2013 de <http://www.arqpress.net/index.php/paginas/ver/870>

Arte España. (2005). *Cubismo*. Recuperado el 4 de abril del 2013 de <http://www.arteespana.com/cubismo.htm>

Departamento TIC del CRIF "Las Acacias". (2008). *La televisión: géneros y*

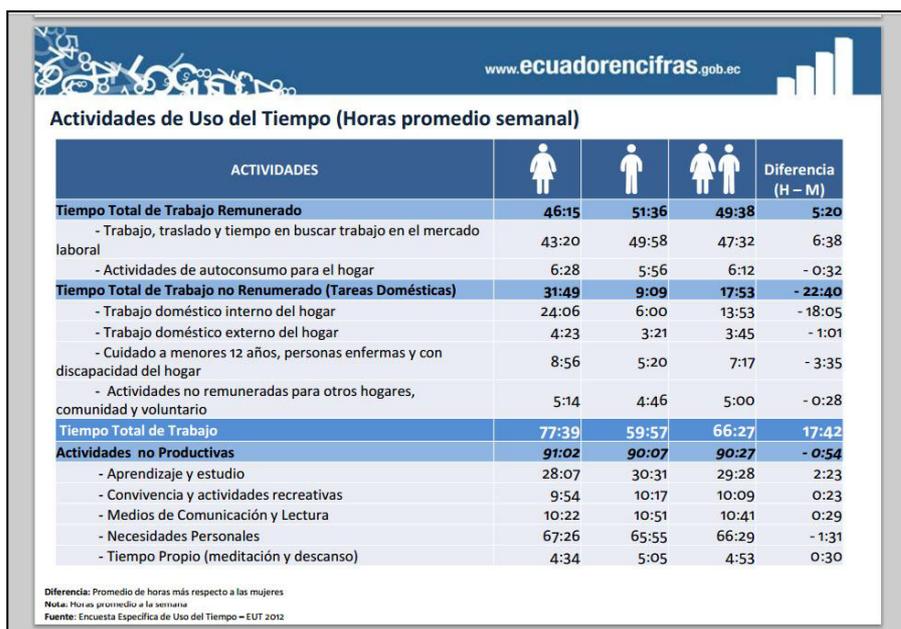
programación. Recuperado el 27 de marzo del 2013 de
<http://tiscar.wikispaces.com/file/view/4.2television.pdf>



ANEXOS

ANEXOS

USO DEL TIEMPO DE ECUATORIANOS



www.ecuadorencifras.gob.ec

Actividades de Uso del Tiempo (Horas promedio semanal)

ACTIVIDADES	♀	♂	♀♂	Diferencia (H - M)
Tiempo Total de Trabajo Remunerado	46:15	51:36	49:38	5:20
- Trabajo, traslado y tiempo en buscar trabajo en el mercado laboral	43:20	49:58	47:32	6:38
- Actividades de autoconsumo para el hogar	6:28	5:56	6:12	- 0:32
Tiempo Total de Trabajo no Remunerado (Tareas Domésticas)	31:49	9:09	17:53	- 22:40
- Trabajo doméstico interno del hogar	24:06	6:00	13:53	- 18:05
- Trabajo doméstico externo del hogar	4:23	3:21	3:45	- 1:01
- Cuidado a menores 12 años, personas enfermas y con discapacidad del hogar	8:56	5:20	7:17	- 3:35
- Actividades no remuneradas para otros hogares, comunidad y voluntario	5:14	4:46	5:00	- 0:28
Tiempo Total de Trabajo	77:39	59:57	66:27	17:42
Actividades no Productivas	91:02	90:07	90:27	- 0:54
- Aprendizaje y estudio	28:07	30:31	29:28	2:23
- Convivencia y actividades recreativas	9:54	10:17	10:09	0:23
- Medios de Comunicación y Lectura	10:22	10:51	10:41	0:29
- Necesidades Personales	67:26	65:55	66:29	- 1:31
- Tiempo Propio (meditación y descanso)	4:34	5:05	4:53	0:30

Diferencia: Promedio de horas más respecto a las mujeres
Nota: Horas promedio a la semana
Fuente: Encuesta Específica de Uso del Tiempo - EUT 2012

Anexos 1: Uso del tiempo de los ecuatorianos según el INEC (2012)



Anexos 2: Uso del tiempo de los ecuatorianos según el INEC (2013)

ENCUESTAS

Encuesta sobre preferencias televisivas

Las preguntas que se detallan a continuación tienen como objetivo dar a conocer las preferencias televisivas del público ecuatoriano. Con el fin de poder brindar a la audiencia un programa acorde a sus preferencias.

Encierra el literal con tu respuesta.

1.Sexo:

- a) Masculino
- b) Femenino

2.Edad

- a) 13–17
- b) 18–25
- c) 26–35
- d) 36–45
- e) 46 en adelante

3.Ocupación

- a) Estudiante
- b) Trabajador
- c) Ama de casa
- d) Ninguna

4.¿Cuántas horas ves televisión al día?

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4 o más
- g) Ninguna

5.¿Qué días consideras que son los que más ves televisión?

- a) Lunes- Miércoles
- b) Martes-Jueves
- c) Viernes
- d) Sábado-Domingo
- e) Ninguno

Anexos 3: Encuesta parte 1

6. ¿En qué franja horaria ves la televisión?

- a) 6:00-13:00
- b) 13:00-19:00
- c) 19:00-23:00
- d) 23:00-6:00
- e) Ninguna

7. ¿Cuándo ves televisión seleccionas de antemano lo que quieres ver?

- a) Siempre
- b) La mayoría de veces
- c) Ocasionalmente
- d) Nunca

8. ¿Cuándo ves televisión seleccionas entre lo que hay en ese momento?

- a) Siempre
- b) La mayoría de veces
- c) Ocasionalmente
- d) Nunca

9. ¿Cuáles es tu canal de TV nacional preferido?

- a) Ecuavisa
- b) RTS
- c) Telerama
- d) Teleamazonas
- e) TC Televisión
- f) Gama TV
- g) Canal 1
- h) ESPOL TV
- i) TV Satelital
- j) ECUADOR TV

10. ¿Qué género televisivo prefieres?

- a) Series
- b) Noticieros
- c) Talk Shows
- d) Night Shows
- e) Reality Shows
- f) Comedia
- g) Dibujos Animados
- h) Entretenimiento
- i) Deportes
- j) Tecnología
- k) Concursos
- l) Farándula
- m) Novelas
- n) Documentales
- o) Películas

11. ¿Para qué sueles ver la televisión?

- a) Entretenerme o pasar el rato
- b) Informarme
- c) Aprender
- d) Tener tema de conversación con amigos
- e) Estar al día

Anexos 4: Encuesta parte 2

12. ¿Por qué motivos prefieres un programa de televisión?

- a) Contenido
- b) Escenografía o decoración
- c) Presentadores
- d) Concursos

13. ¿Te interesaría un programa que hable sobre videojuegos, sus noticias, lanzamientos, eventos?

- a) SI
- b) NO

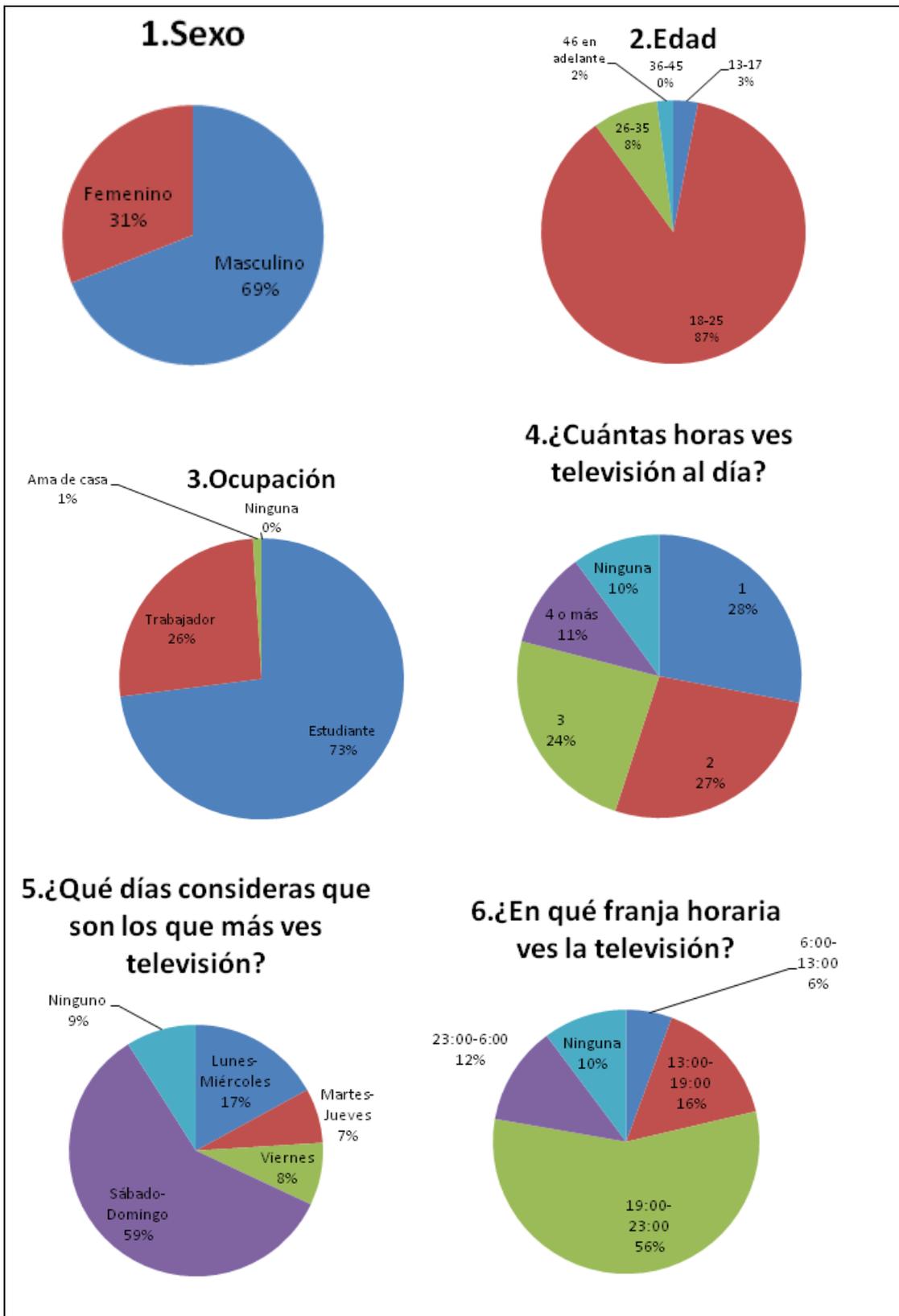
14. ¿Asistirías al programa para participar en vivo de torneos de videojuegos?

- a) SI
- b) NO

15. ¿Cuál es tu consola preferida?

- a) Xbox one
- b) Wii u
- c) Play Station 4

Anexos 5: Encuesta parte 3



Anexos 6: Resultados de la encuesta1

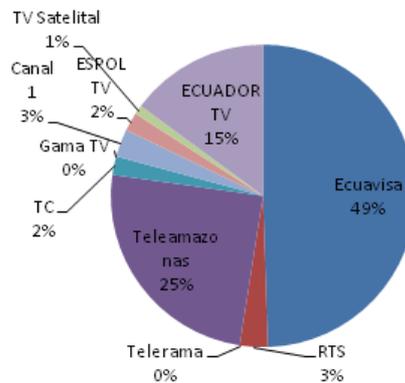
7.¿Cuándo ves televisión seleccionas de antemano lo que quieres ver?



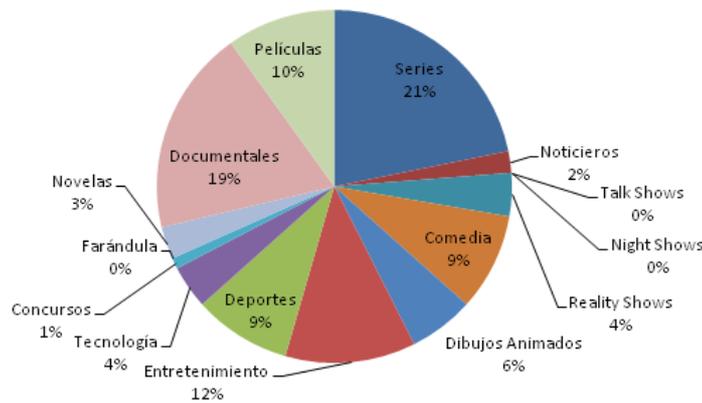
8.¿Cuándo ves televisión seleccionas entre lo que hay en ese momento?



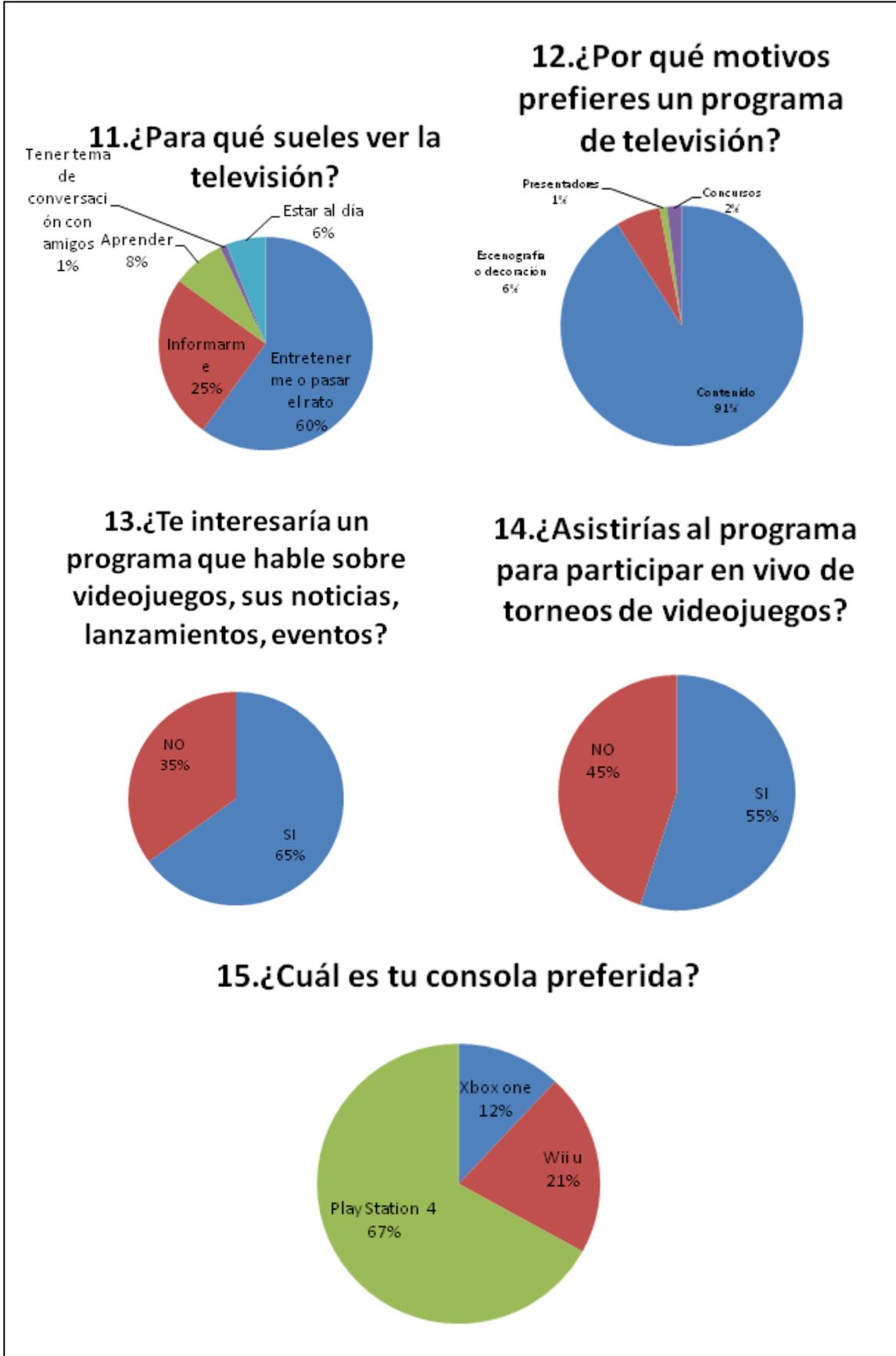
9.¿Cuáles es tu canal de TV nacional preferido?



10.¿Qué género televisivo prefieres?

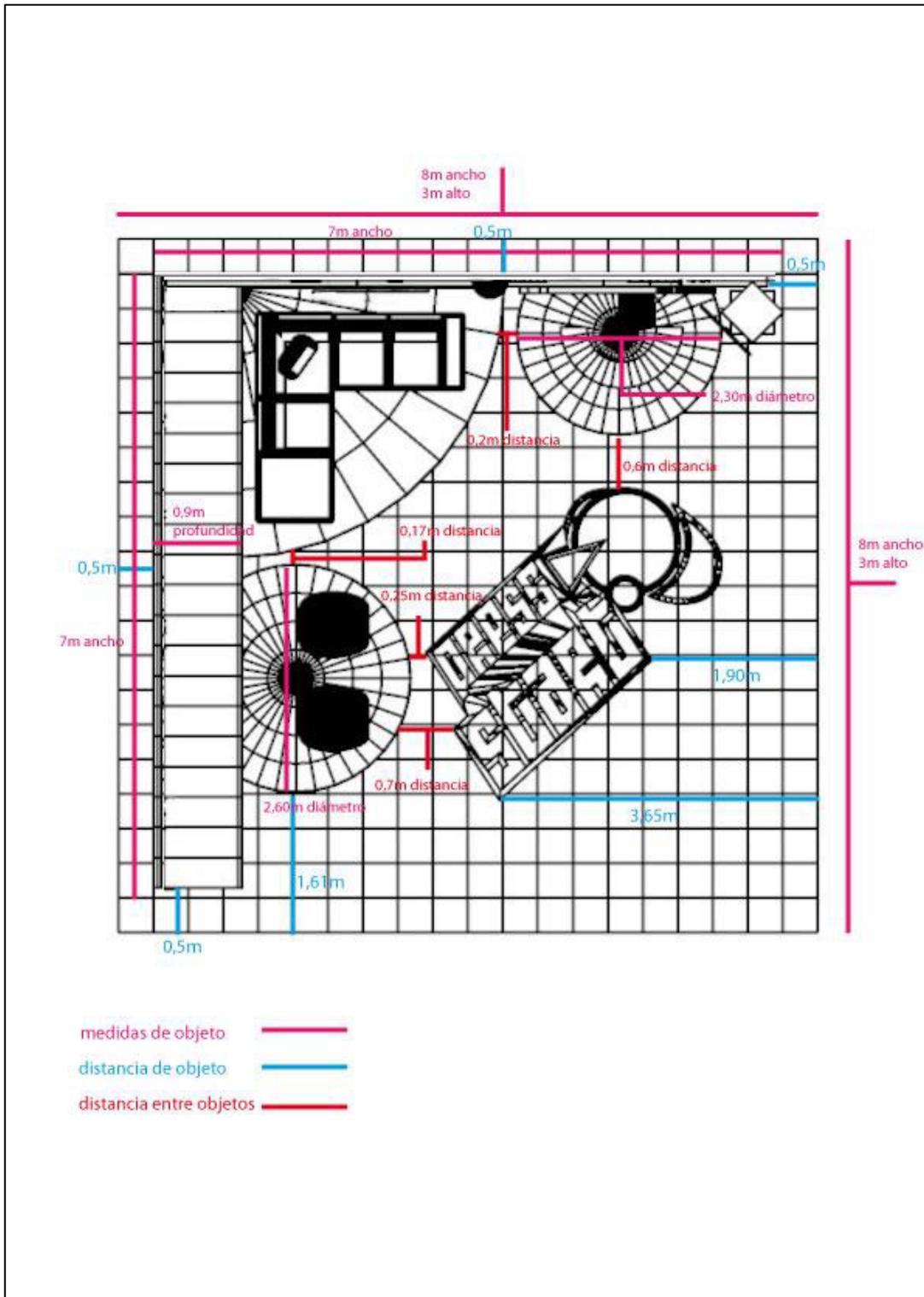


Anexos 7: Resultados de la encuesta2

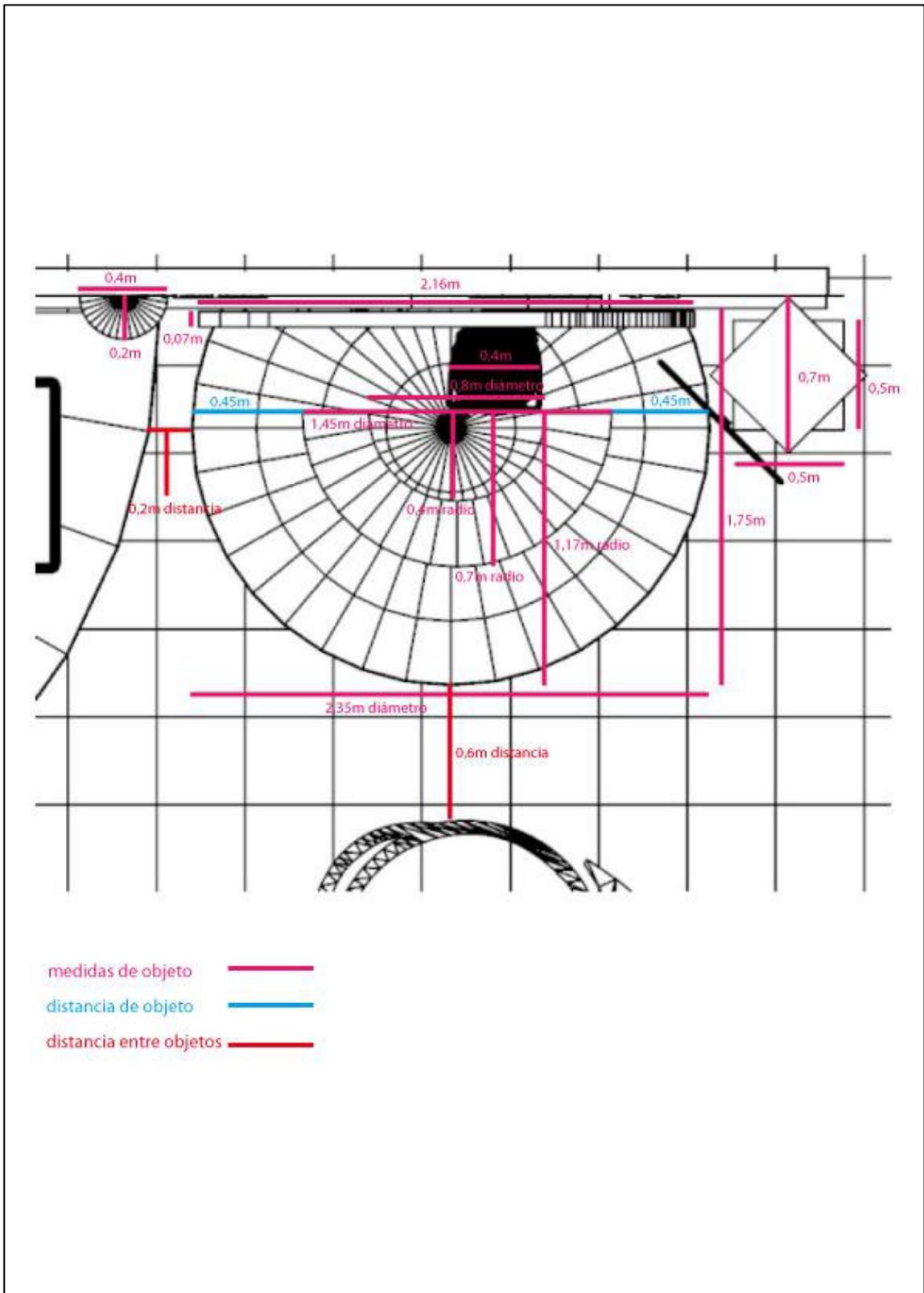


Anexos 8: Resultados de la encuesta3

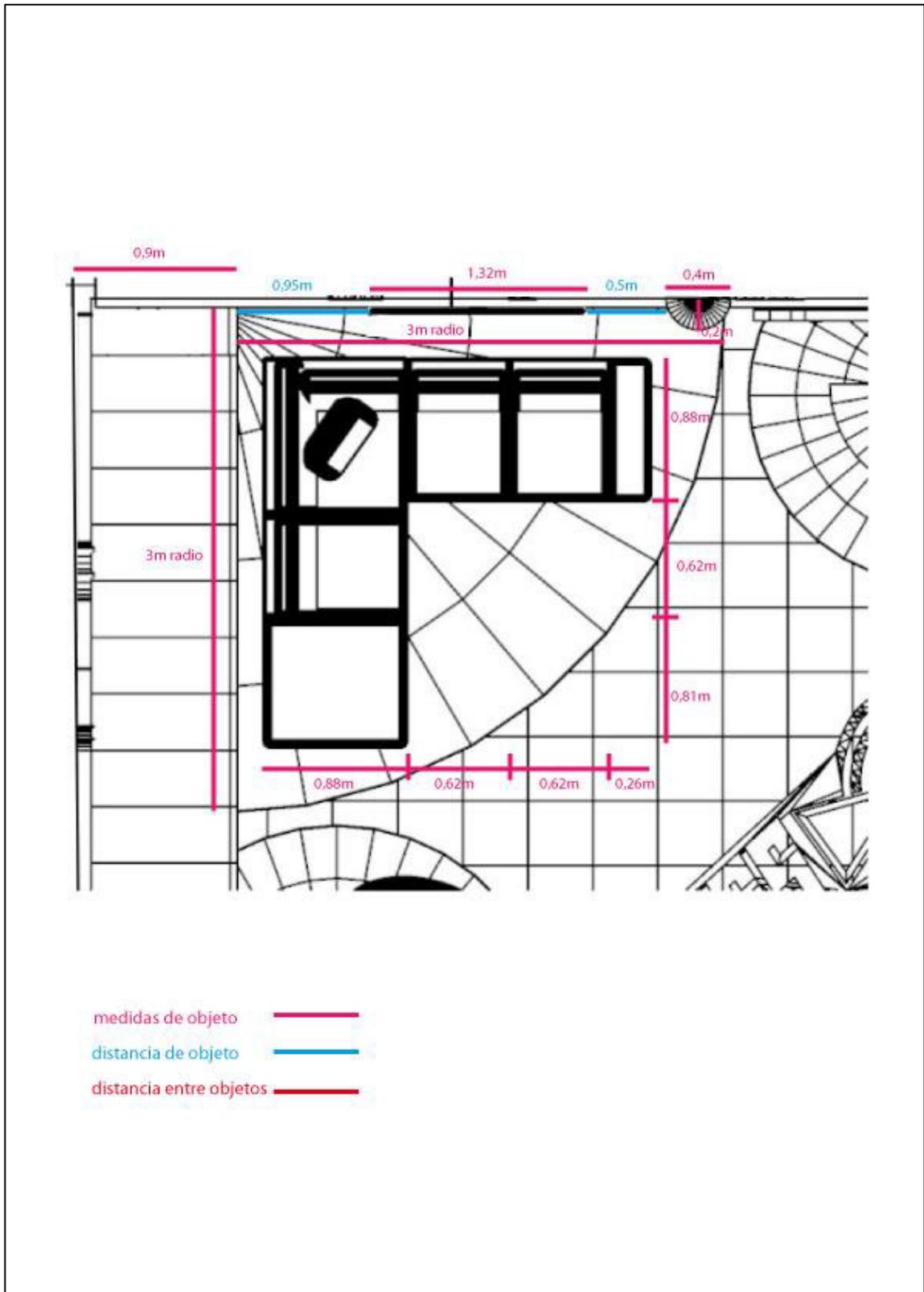
MEDIDAS DE ESCENOGRAFÍA



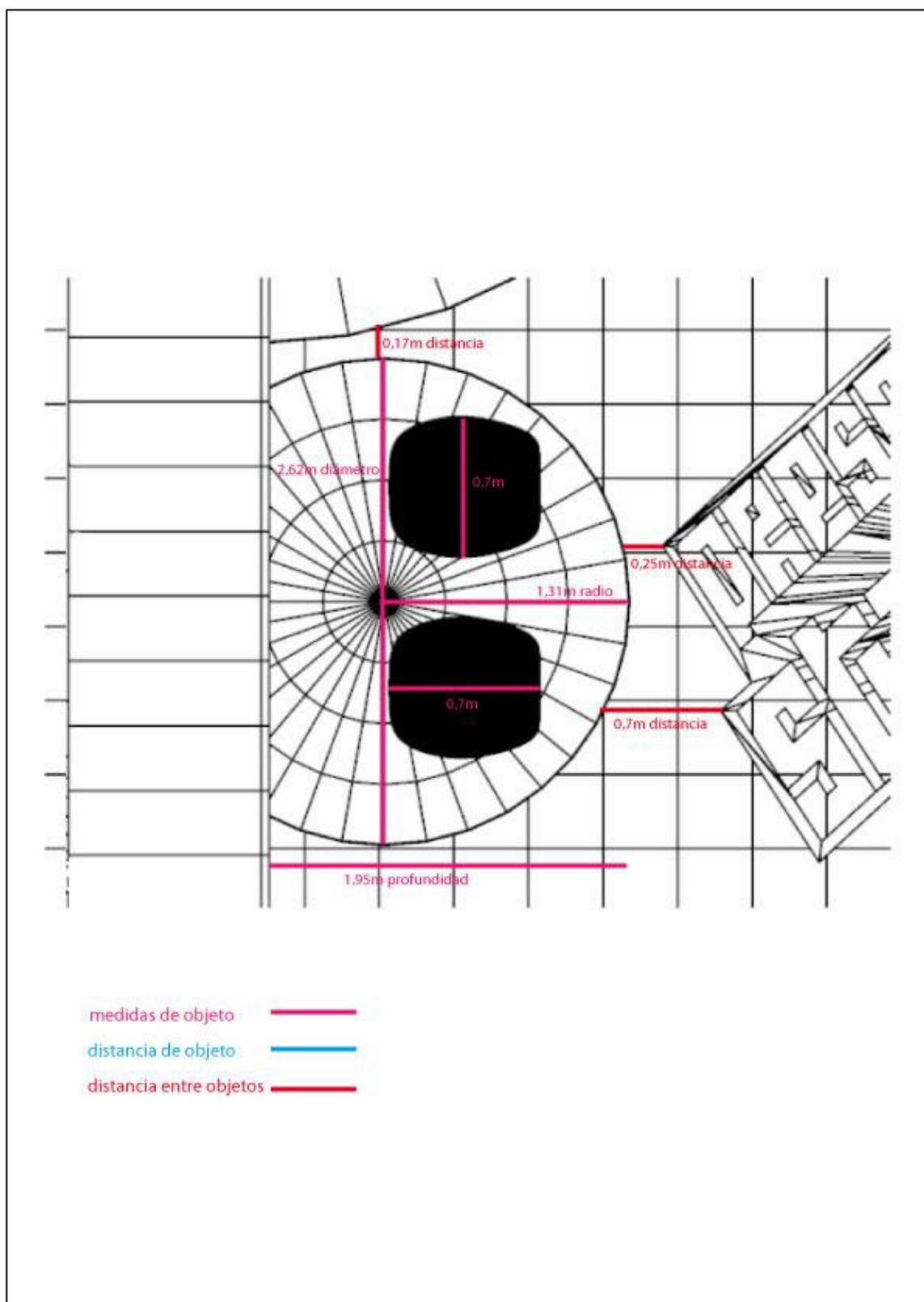
Anexos 9: Vista superior del set



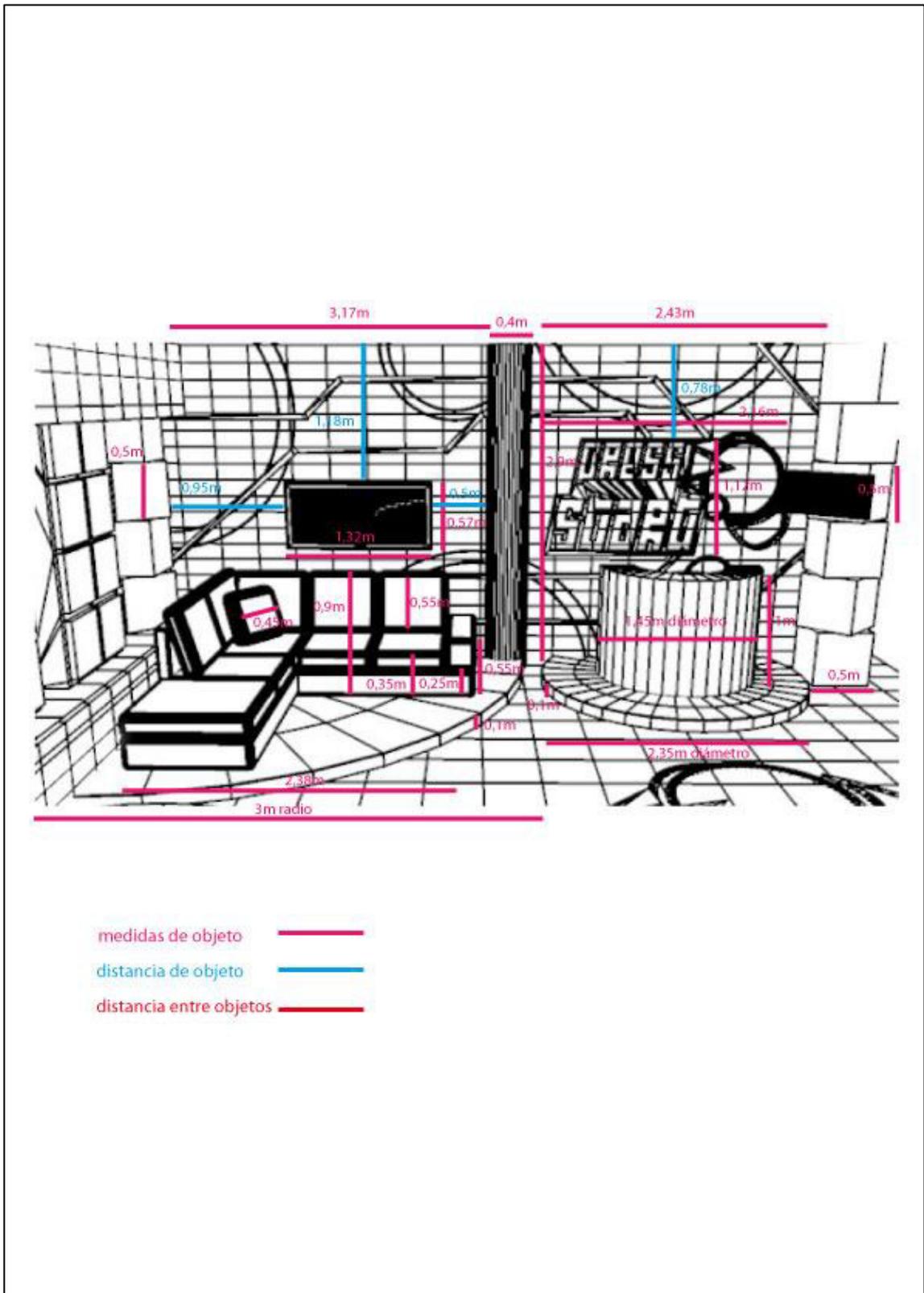
Anexos 10: Vista superior del counter



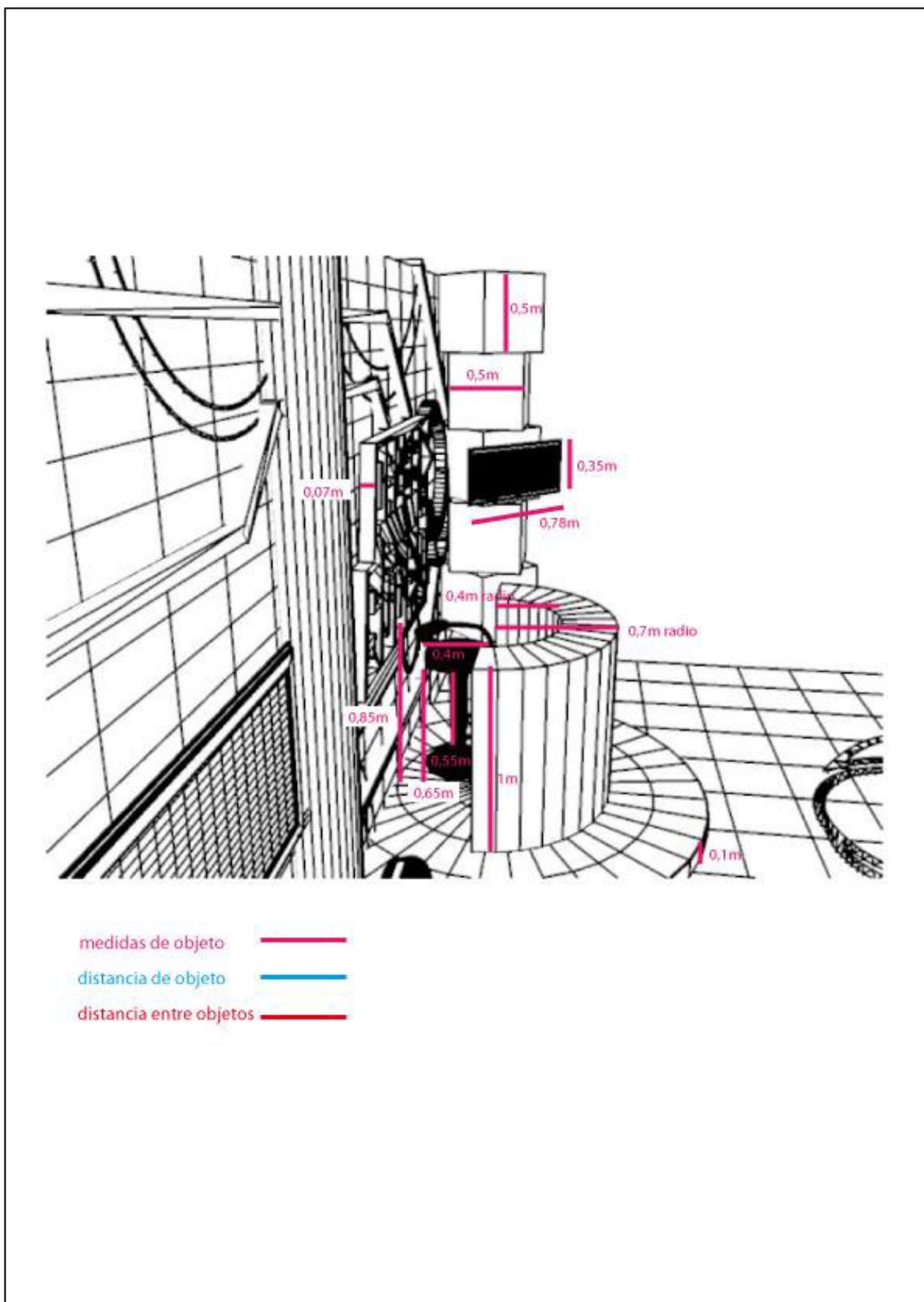
Anexos 11: Vista superior de tarima y pilares



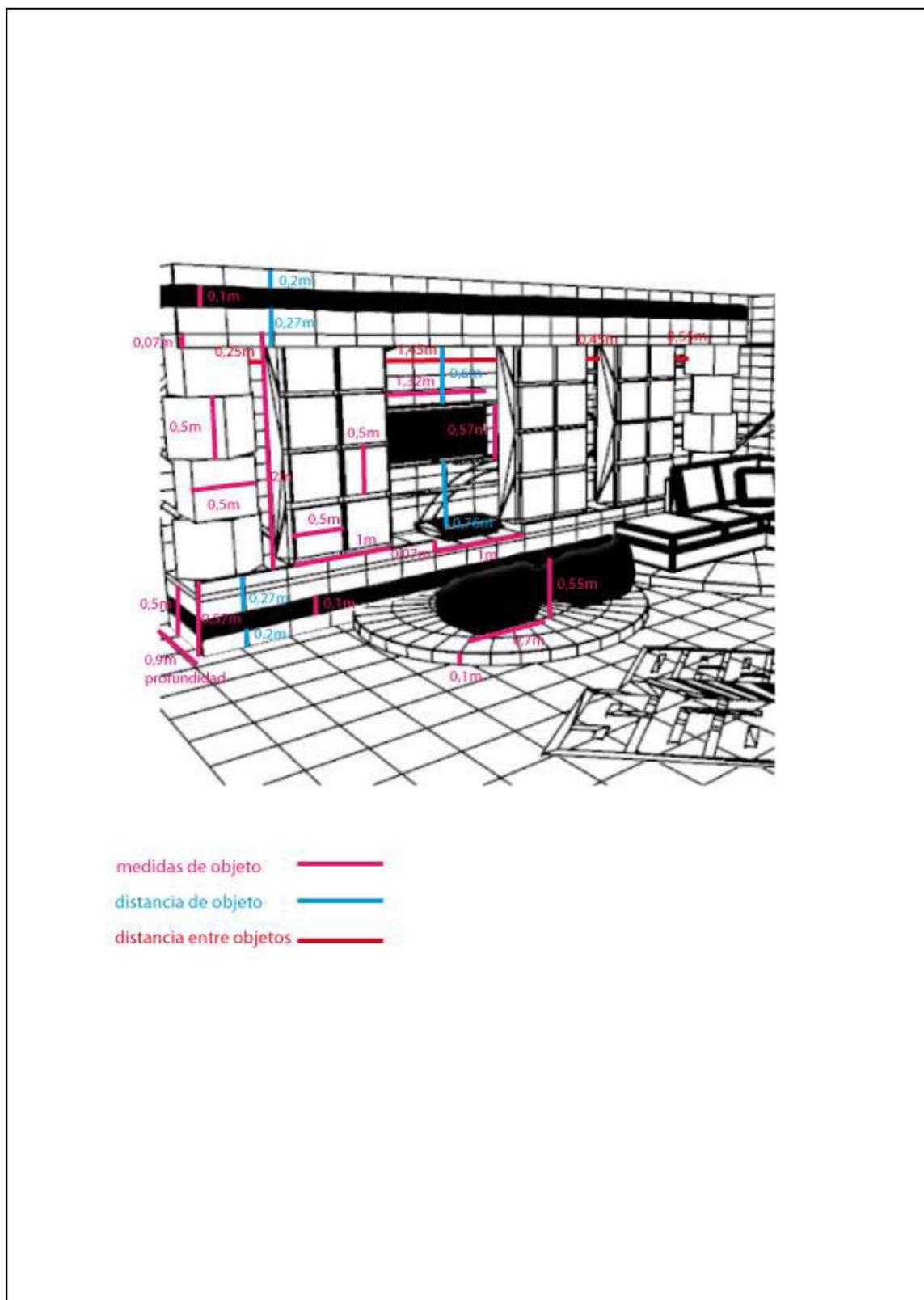
Anexos 12: Vista superior de tarima y sala de batallas



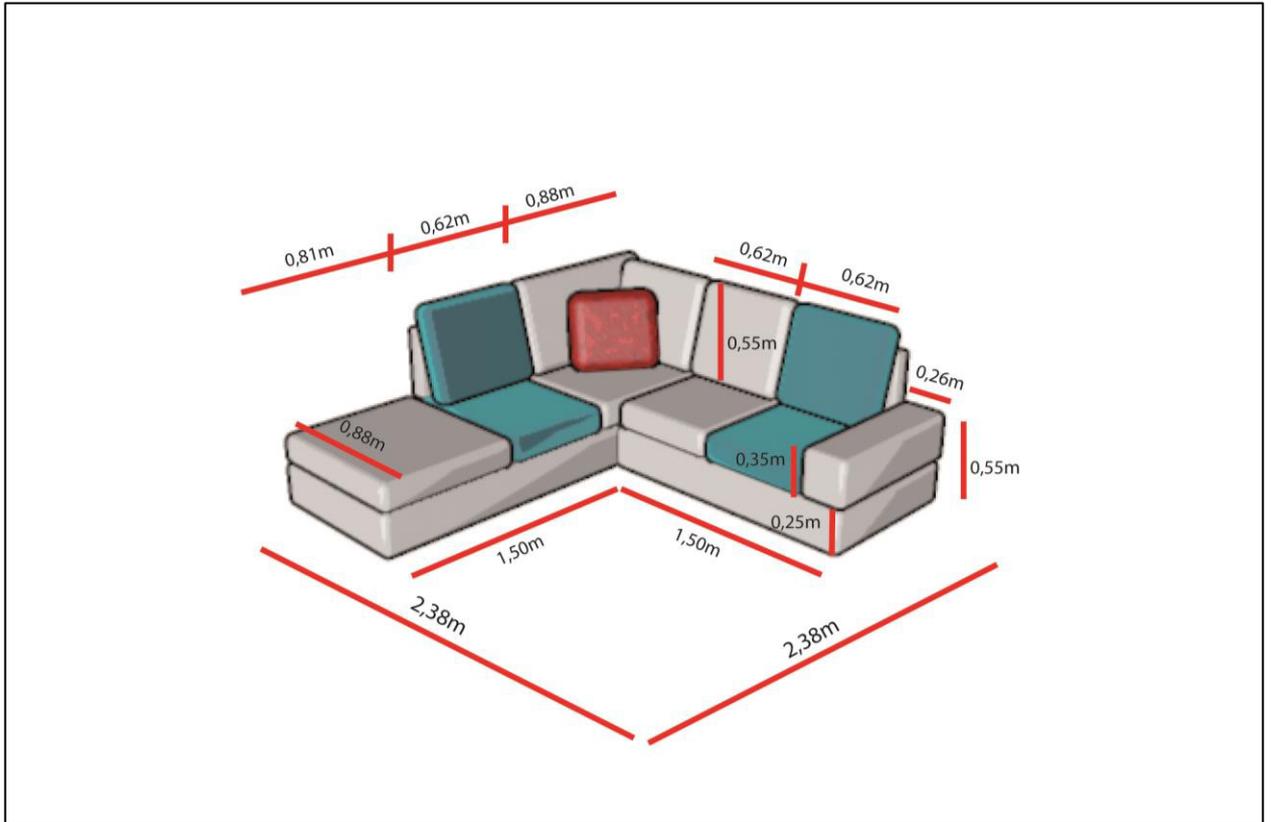
Anexos 13: Vista frontal del set



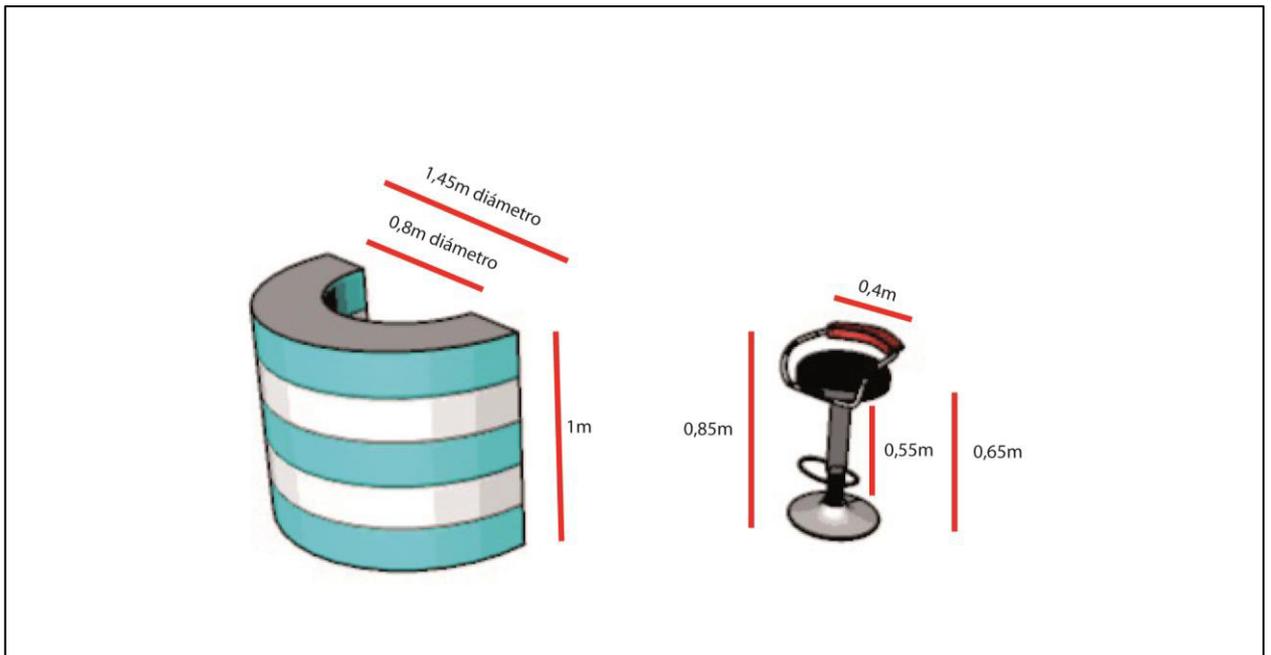
Anexos 14: Vista sección gamer online



Anexos 15: Vista sección batalla

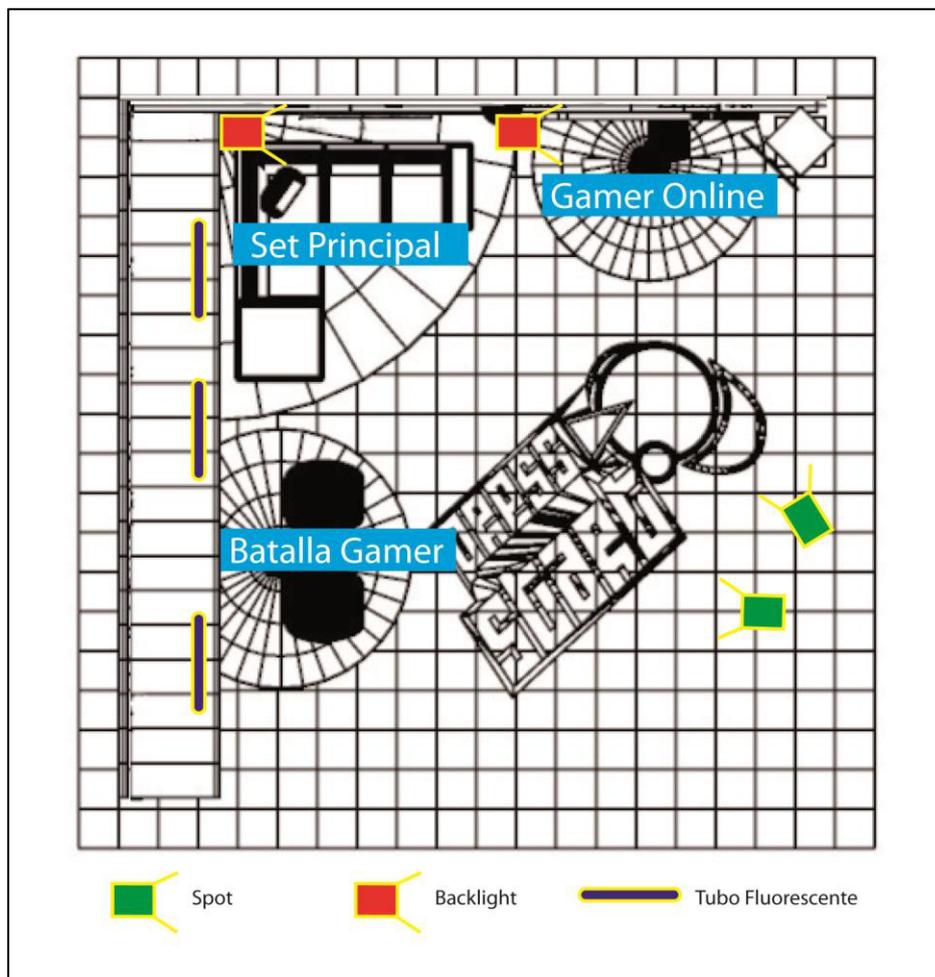


Anexos 16: Medidas mueble



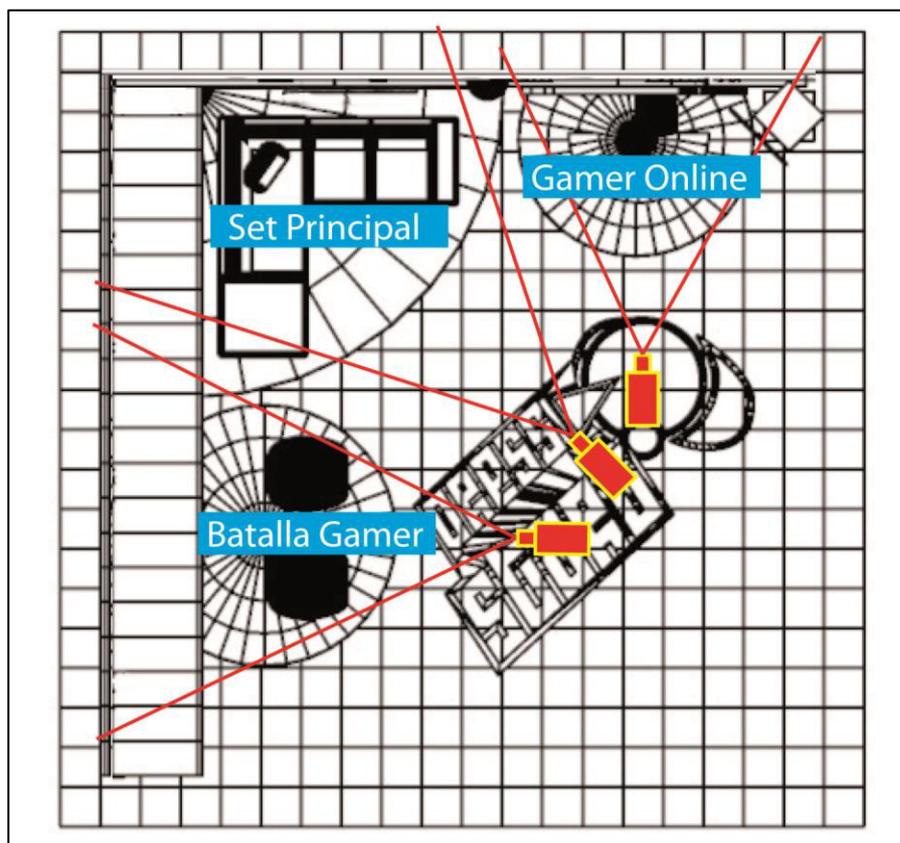
Anexos 17: Medidas counter y silla

PLANO DE LUCES



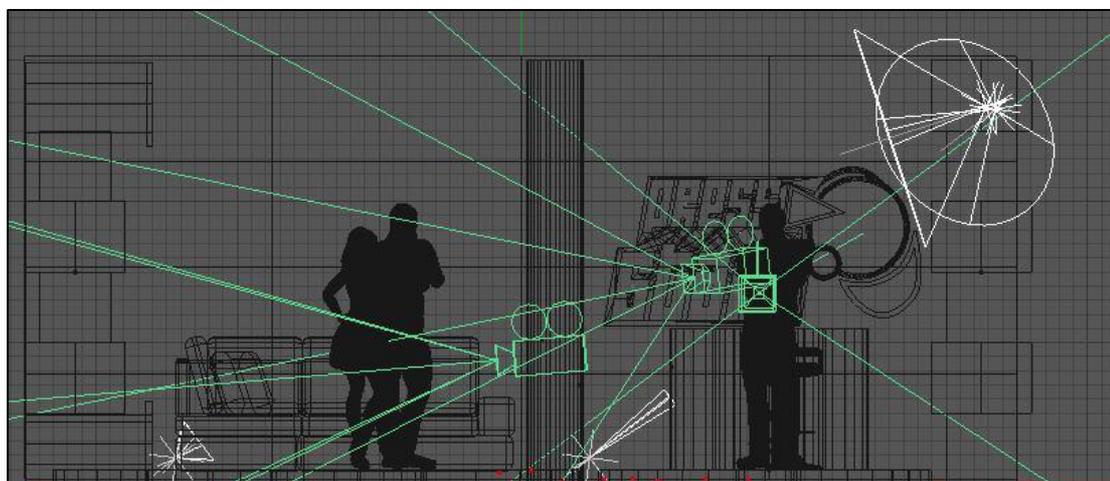
Anexos 18: Vista superior plano luces

PLANO DE CÁMARAS



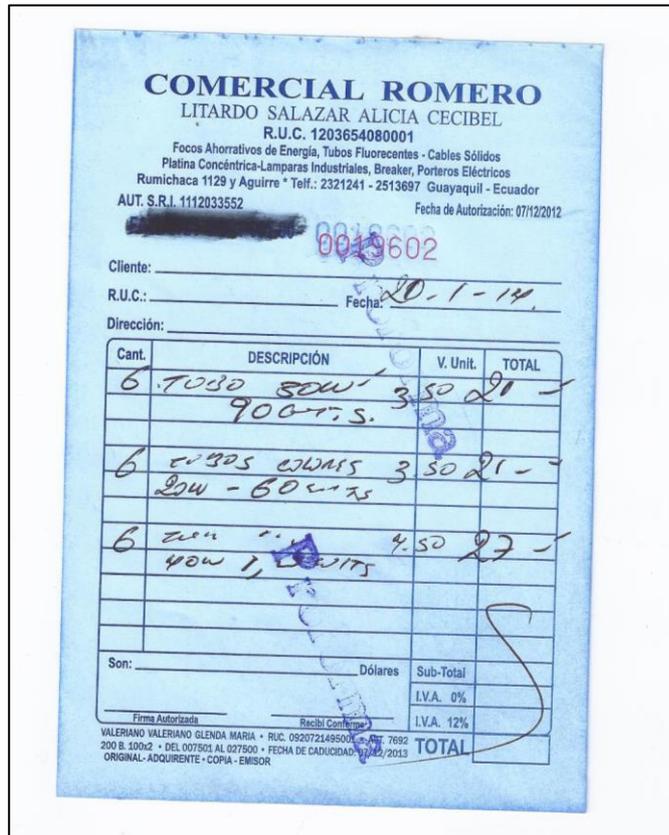
Anexos 19: Vista superior plano cámaras

ALTURA DE LUCES Y CÁMARAS



Anexos 20: Altura de cámaras y luces

COTIZACIONES



Anexos 21: Cotización Luces fluorescentes

Shopping Cart
 Items to buy now

	Price	Quantity
 ASUS G750JW-DB71 17.3-Inch Laptop (Black) - Asus In Stock Eligible for FREE Shipping <input type="checkbox"/> This is a gift (Learn more) Delete · Save for later	\$1,299.00 You save: \$100.00 (7%)	1
 Pro Evolution Soccer 2014 - PS3 - Konami; Video Game In Stock Eligible for FREE Shipping <input type="checkbox"/> This is a gift (Learn more) Delete · Save for later	\$49.99	1
 Call of Duty: Ghosts - PlayStation 4 - Activision; Video Game In Stock Eligible for FREE Shipping <input type="checkbox"/> This is a gift (Learn more) Delete · Save for later	\$49.37 You save: \$10.62 (18%)	1
 PlayStation 4 Dualshock 4 Wireless Controller - Sony Computer Entertainment; Video Game In Stock Eligible for FREE Shipping <input type="checkbox"/> This is a gift (Learn more) Delete · Save for later	\$59.96	1
 PlayStation 4 Console - Sony; Video Game Only 4 left in stock. Shipped from: steven booth Gift options not available (Learn more) Delete · Save for later	\$460.00	1
Subtotal: \$1,918.32		

Anexos 22: Cotización Accesorios



CHACON
Print Service

PROFORMA DE TRABAJO

0000373

LIMA PANTA DANIELA CRISTINA
R.U.C.: 0921671186001
SUCURSAL: PICHINCHA 407 Y AGUIRRE. TELF.: 2323604 CEL.: 086928234
chaconpichincha@hotmail.com dlma@chacon.com.ec
www.chacon.com.ec

NUESTROS SERVICIOS:

GIGANTOGRAFÍAS
PAPEL FOTOGRAFICO
LENZO
VINIL ADHESIVO BLANCO
Y TRANSPARENTE
MICROPERFORADO
LONA
PLOTTER DE CORTE
SEÑALIZACIÓN INDUSTRIAL
STICKERS
ROTULACIÓN DIGITAL

PLANOS A COLOR Y B/N
• COPIAS, REDUCCIONES Y AMPLIACIONES
• PLOTEO DE PLANOS A COLOR Y B/N
• ESCANEOS DE PLANOS
OFFSET/IMPRESIÓN DIGITAL
• PAPELERÍA CORPORATIVA
• COPIAS E IMPRESIONES LASER
A COLOR Y B/N
• IMPRESIONES PROMOCIONALES
• ESTAMPADO DE CAMISETAS
• DISEÑO GRÁFICO

NOMBRE: *Martha Guevara*
DIRECCIÓN: _____ TELF.: _____ FECHA: *20/1/2014*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COPIAS DE C/U	TOTAL COPIAS	TAMAÑO	P. UNITARIO	P. TOTAL
<i>Imp. Vinil</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>340x200</i>		<i>381.00</i>
<i>Lenzo</i>	<i>3</i>	<i>1</i>	<i>3</i>	<i>200x100</i>	<i>24.00</i>	<i>72.00</i>
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="font-size: 2em; font-weight: bold;">7</div> </div>						
<p><small>* TODA PROFORMA TIENE UNA VALIDEZ DE 15 DIAS. * ESTA PROFORMA NO REPRESENTA NINGUN TIPO DE DOCUMENTO TRIBUTARIO (FACTURA O NOTA DE VENTA).</small></p>						
<p>FAVOR GIRAR CHEQUE A NOMBRE DE DANIELA CRISTINA LIMA PANTA</p>						
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>RESPONSABLE</p> </div> <div style="width: 30%;"> <p>RECIBI CONFORME</p> </div> </div>						
<p style="text-align: right;">SUBTOTAL <i>160.00</i></p> <p style="text-align: right;">DESCUENTO <i>2</i></p> <p style="text-align: right;">IVA 12% <i>1.00</i></p> <p style="text-align: right;">TOTAL <i>169.00</i></p>						

Daniel Chacón Burgos
Gerente General
CEL.: 0993050335

Impresiones Digitales Gigantografías Planos

Matriz: Cda. Bolívariana Mz f Villa 5,
Av. Delta y calle Oleary
Telf.: 2280696
Impresiones@chacon.com.ec

Sucursal: Pichincha 407 y Aguirre
Telf.: 2323604
pichincha@chacon.com.ec

Sucursal: Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Pasocomercial local 1.

Anexos 26: Cotización de gigantografía y logo de vinil

C O R P O R A C I O N E L R O S A D O S . A .

P R O F O R M A N o . C - 0 1 3 4 1 0

ALMACEN.....: 00A0 HIPERMARKET ELOY ALFARO
 NOMBRE DEL CLIENTE: 000539 ELOY ALFARO CODIGOS PARA OFRECER
 CEDULA / R.U.C.....: 0916038284002
 DIRECCION.....: CALICUCHIMA Y ELOY ALFARO
 TELEFONO.....: 401745
 FECHA DE EMISION.: Lun 20/Enero/2014
 DETALLE.....: 000539

PAG.: 1

ARTICULO	DESCRIPCION	COLOR	REFERENCIA	MARCA	TAMANO	U/C	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
00X8143462	VINYL 30.5X30.5CMX1.2MM 4.18M2		1918	MARAMELO	F330	1	2.00	18.62	37.24 I
00X7168509	BANCO CON ELEVADOR SILVER P BAR		ST8005SILVER	X	F330	1	1.00	41.06	41.06 I
No. ITEMS:	2	TOTAL ITEMS:	3	SUBTOTAL:					78.30
<A>				IVA 12.00%					9.40
				TOTAL:					87.70

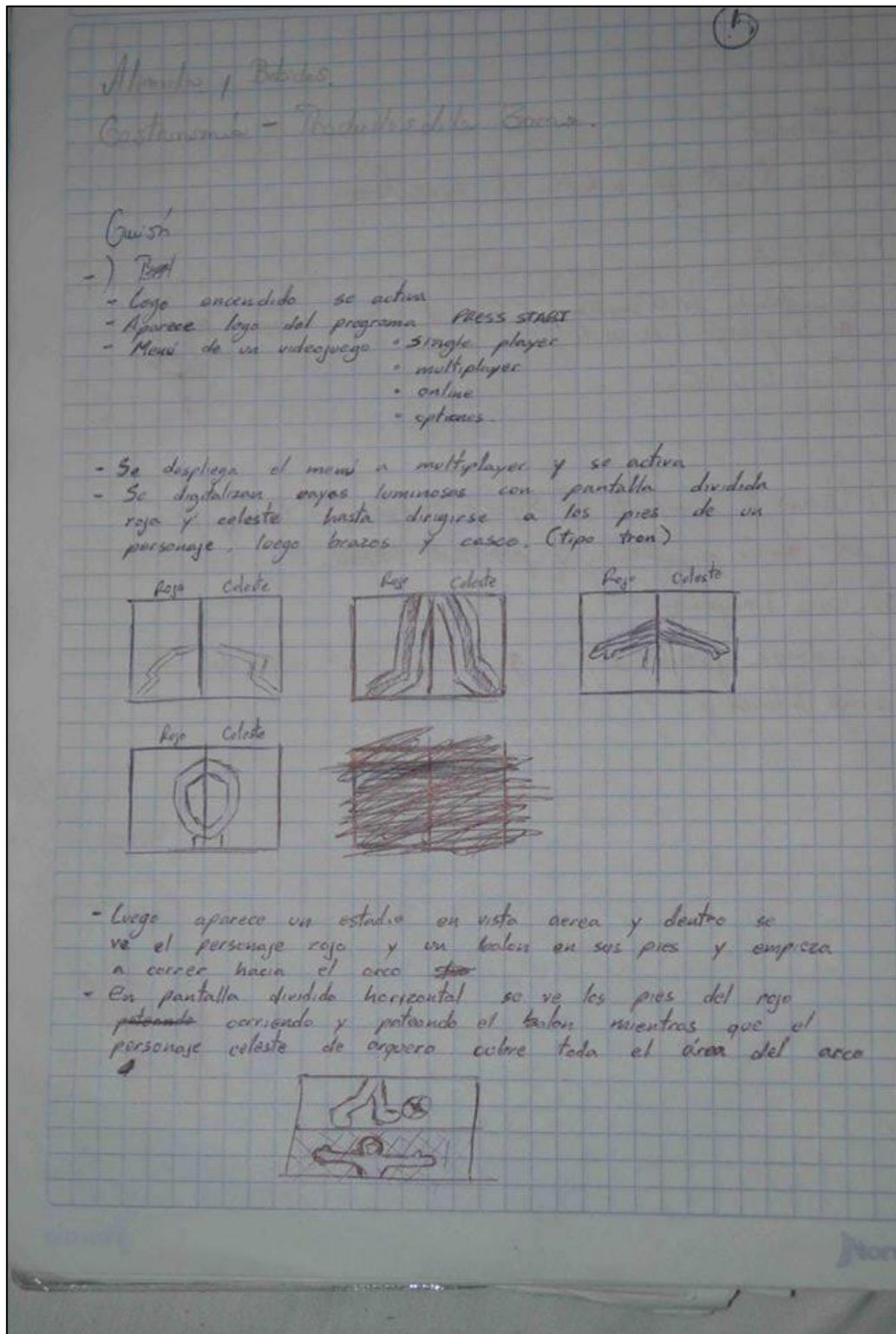
LA EMPRESA SE RESERVA EL DERECHO DE VARIAR LOS PRECIOS SIN PREVIO AVIS

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

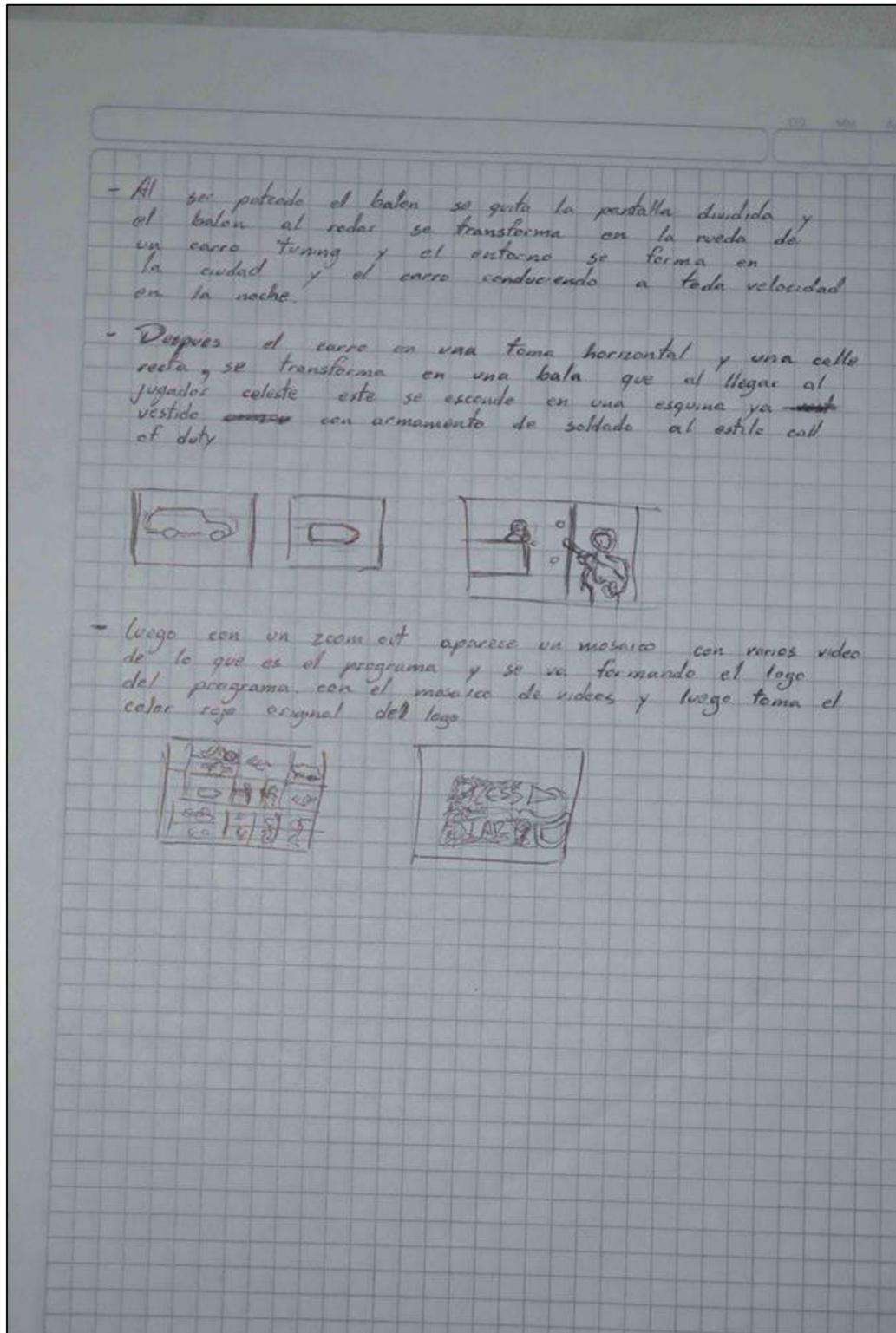
EMITIDO POR: FCARRIEL

Anexos 28: Cotización de piso vinil y silla alta

PRIMER BOCETO DE STORYBOARD DEL BUMPER



Anexos 29: Boceto 1 Storyboard

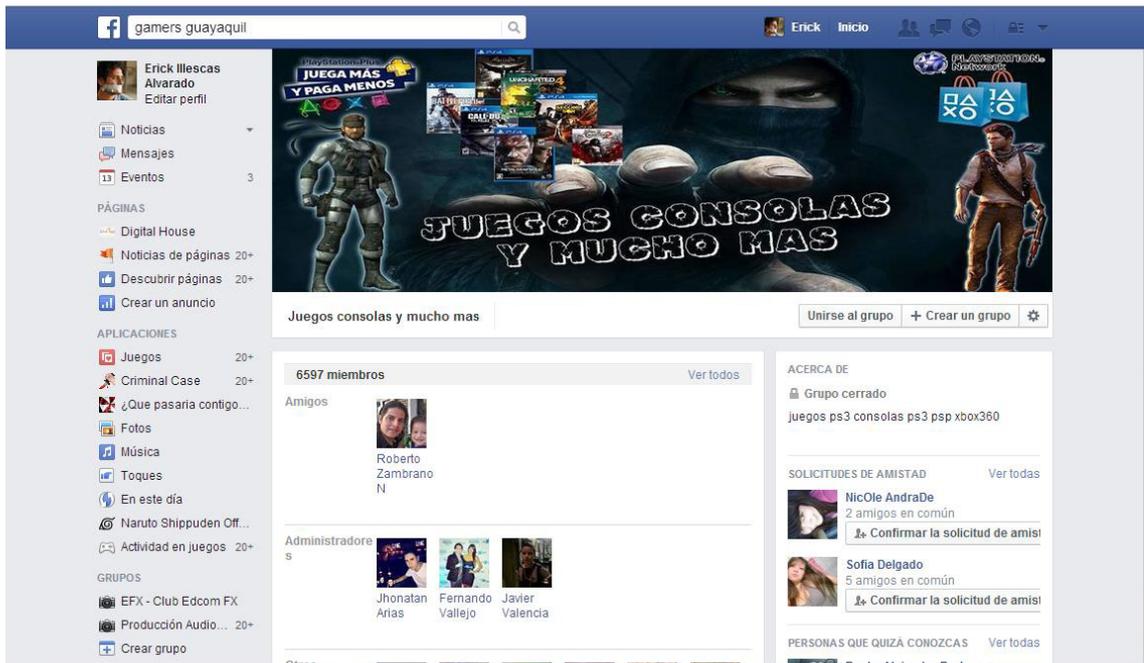


Anexos 30: Boceto2 Storyboard

GRUPO GAMERS EN REDES SOCIALES



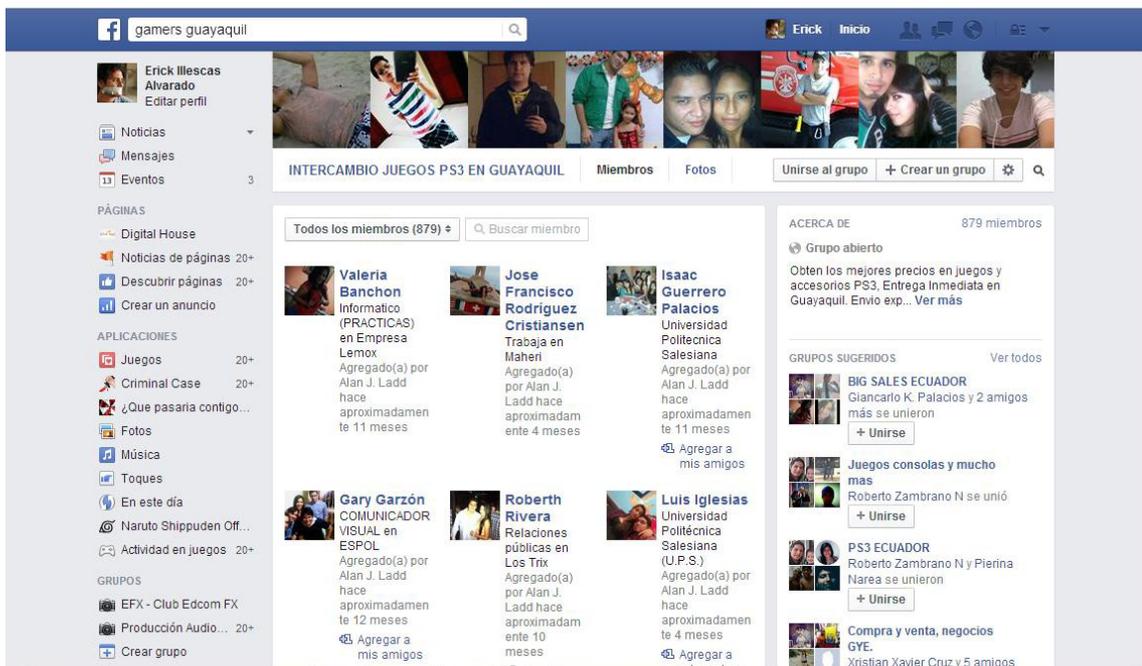
Anexos 31: Grupo gamers redes sociales 1



Anexos 32: Grupo gamers redes sociales 2

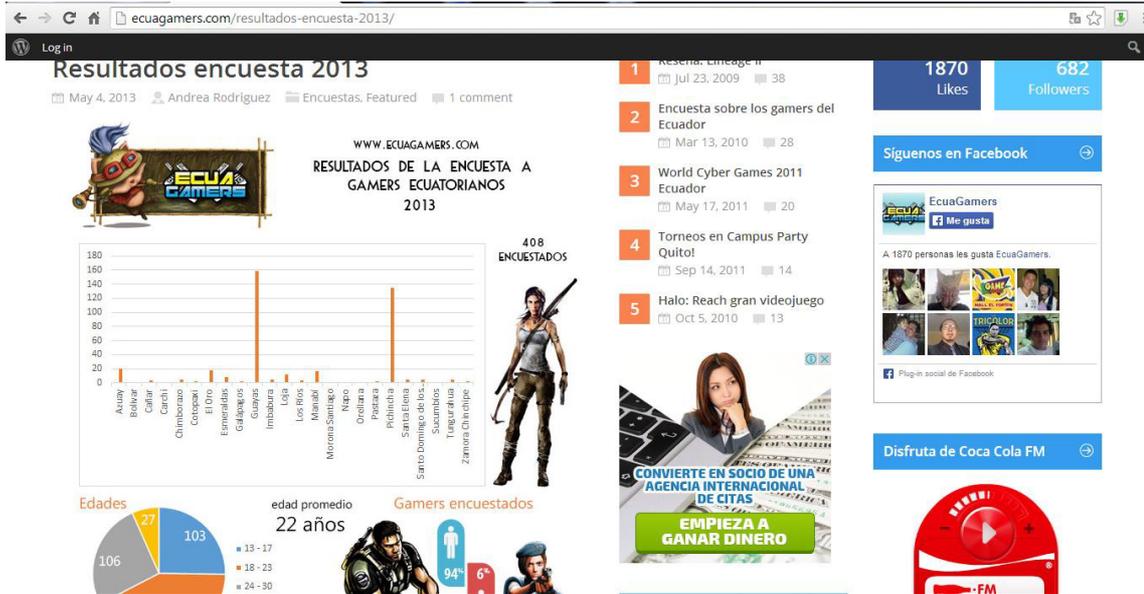


Anexos 33: Grupo gamers redes sociales 3



Anexos 34: Grupo gamers redes sociales 4

ENCUESTA PORTAL ECUAGAMER



Anexos 35: Encuesta portal ecuagamers.com

PROGRAMACIÓN REALITY SHOWS EN ECUADOR



Anexos 36: Ecuavisa "La voz Colombia"



Anexos 37: RTS "Combate"



Anexos 38: Ecuavisa "Ecuador tiene talento"



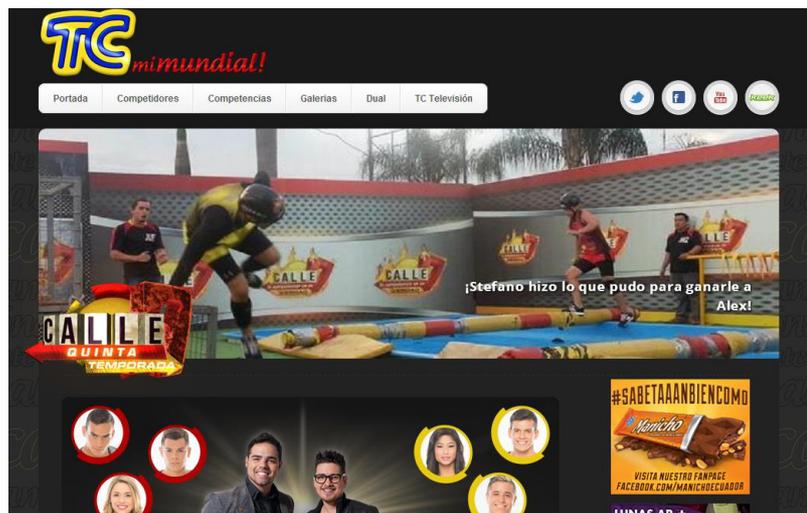
Anexos 39: Canal Uno "Baila la noche"



Anexos 40: Canal Uno "Showmatch"



Anexos 41: TC "Apuesto por ti"



Anexos 42: TC "Calle 7"



Anexos 43: TC "Soy el mejor"



Anexos 44: Teleamazonas "Yo me llamo"



Anexos 45: Gamatv "Idolos"



Anexos 46: Ecuavisa "Tumbao"



GLOSARIO

GLOSARIO

A

ACORDE CROMÁTICO: Se compone de aquellos colores más frecuentemente asociados a un efecto en particular.

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION: Es una asociación profesional de las personas y organizaciones que llevan a la práctica, la enseñanza y el desarrollo de los conocimientos de marketing en todo el mundo.

B

BACKLIGHT: Luz que tiene como propósito principal separar el sujeto del fondo para crear la sensación de profundidad y contribuir a la definición de volumen de la cabeza.

BRANDING: Es un anglicismo empleado en mercadotecnia que hace referencia al proceso de hacer y construir una marca.

C

CHEAT CODES: En español trampas son programas externos o modificaciones que utilizan los jugadores para conseguir beneficios en un videojuego.

CMYK: Son las siglas en inglés de los colores Cyan, Magenta, Amarillo y Negro. Este sistema colorimétrico es el utilizado para la impresión.

CONSOLA: La palabra consola se utiliza para designar a aquellas estructuras o aparatos electrónicos desde las cuales se operan diferentes computadoras y sistemas electrónicos de videojuego o de música.

CONTEXTO: Conexión de significados en la cual percibimos el color, criterio que determina algo.

COUNTER: Mostrador o mesa que sirve de apoyo y es también usada para mostrar un producto.

CUATRICOMÍA: Proceso de reproducción a todo color, por separación de imagen en tres colores primarios (cyan, magenta y amarillo) más el negro.

D

DE STIJL: Movimiento artístico cuyo objetivo era la integración de las artes o el arte total.

F

FADE OUT: Una técnica cinematográfica que causa la imagen se oscurezca y desaparezca.

G

GAMER: Un jugador que se caracteriza por jugar con gran dedicación e interés a videojuegos y por tener un conocimiento diversificado sobre estos.

GESTALT: Corriente psicológica considerada la "psicología moderna", fue creada en Alemania para los inicios del siglo 20.

I

INEC: Siglas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

IBOPE MEDIA: Multinacional brasileña que ofrece una amplia gama de informaciones y estudios de medios, opinión pública, intención de votos, consumo, marca, comportamiento y mercado.

INTELDATA: Empresa de telecomunicaciones y elementos audiovisuales.

L

LOOP: Es un anglicismo para bucle, es una repetición de una pieza dando la sensación de continuidad.

LUZ SPOT: Es un foco de luz muy potente, directa y dueño de un haz luminoso de una anchura controlable, que se emplea mayormente en fotografía, teatro o cine, con el objetivo de iluminar una zona.

M

MASTERIZAR: Es un término que proviene de máster, en inglés, que hace referencia al producto final, del cual han de obtenerse las copias y puede interpretarse como "producir un máster". En sonido, es la mezcla final del audio de un producto específico.

MATIZ: Es una propiedad esencial del color, que implica a cada uno de los grados que presenta un mismo color.

MERCHANDISING: Es el conjunto de métodos y técnicas conducentes a dar al producto un activo papel de venta por medio de su presentación y entorno.

O

OPTICAL FLARE: Plugin que incorpora el programa After Effects para producir destellos.

P

PÍXEL: Es la menor unidad homogénea en color que forma parte de una imagen digital, ya sea esta una fotografía, un fotograma de vídeo o un gráfico.

PLUGINS: Es aquella aplicación que, en un programa informático, añade una funcionalidad adicional o una nueva característica al software. En nuestro idioma, por lo tanto, puede nombrarse al plugin como un complemento.

PREGNANCIA: Es una cualidad que poseen las figuras que pueden captarse a través del sentido de la vista. Dicha cualidad está vinculada a la forma, el color, la textura y otras características que hacen que la persona que observa pueda captarla de manera más rápida y simple.

PRIME TIME: También llamado horario estelar, es una franja de tiempo u espacio televisivo dedicada a programación exclusivamente a la familia, en diversos países varía el tipo de programación familiar y el horario en que se transmite.

R

RATING: Término que refiere a la cantidad de personas que está viendo un programa de televisión o escuchando un programa de radio.

REALITY SHOWS: También llamados programas de telerealidad. Se entenderá como uno de estos programas, aquellos que muestren la existencia real, lo que verdaderamente ocurre, con personas reales; no actores, que se muestren tal como son y que le llegan al espectador en la distancia.

RENDER: Es un término usado en jerga informática para referirse al proceso de generar una imagen desde un modelo. Este término técnico es utilizado por los animadores o productores audiovisuales y en programas de diseño en 3D.

RGB: Es un modelo de color utilizado normalmente para presentar color en los sistemas de video, cámaras, y monitores de ordenadores. Representa todos los colores como combinaciones de rojo, verde y azul claro.

S

SISTEMA ADITIVO: Hace referencia al color-luz, es decir del color como radiación de luz. En este caso los colores primarios son el rojo, el verde y el azul.

SISTEMA SUSTRATIVO: Nos referimos al color como pigmentos, como pintura. Los pigmentos no emiten luz sino que sustraen (absorben) parte de las radiaciones de la luz. Los colores primarios en la síntesis sustractiva son el magenta, el amarillo y el azul cian.

SOFTWARE: Es el equipamiento lógico o soporte lógico de un sistema informático, que comprende el conjunto de los componentes lógicos necesarios que hacen posible la realización de tareas específicas.

STROKE: En español significa borde, define una línea de contorno alrededor de la forma.

T

TALK SHOWS: Es un género televisivo en donde su temática son las entrevistas.

TARGET: Grupo objetivo o cliente objetivo, son las personas a quienes son dirigidas un producto o servicio.

TIPOGRAFÍA: Es el oficio que trata el tema de las letras, números y símbolos de un texto impreso, tales como su diseño, su forma, su tamaño y las relaciones visuales que se establecen entre ellos.

U

UHF: Siglas del inglés Ultra High Frequency, (frecuencia ultra alta) es una banda del espectro electromagnético que ocupa el rango de frecuencias de 300 MHz a 3 GHz. Uno de los servicios UHF más conocidos por el público son los canales de televisión tanto local como nacional. Según los países, algunos canales ocupan las frecuencias entre algo menos de 470 MHz y unos 862 MHz.

V

VECTOR: Se refiere al uso de fórmulas geométricas para representar imágenes por software y hardware. Esto significa que los gráficos vectoriales son creados con primitivas geométricas como puntos, líneas, curvas o polígonos.