

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 PARA UN PROGRAMA INFANTIL
PHULLAY”**

AUTORES:
JORGE MIGUEL MONGE FUENTES
KERLY ELAINE OLVERA COBEÑA
KARLA SABRINA ROMÁN AGUILERA

DIRECTOR
LIC. ROBERTO CÓRDOVA

AÑO
2013

AGRADECIMIENTO

Principalmente agradecer a Dios, a mis padres y familiares, en especial a mi madre por su incondicional apoyo en todas mis decisiones y darme todo lo que he necesitado para poder llegar hasta donde estoy.

Jorge Monge Fuentes

AGRADECIMIENTO

A Dios, por nunca abandonarme. A mis padres por ser un pilar fundamental en mi vida y apoyarme en todos mis sueños y decisiones. A mis amigos: siempre, a pesar de las discusiones, hemos salido adelante y logrado buenos trabajos.

Gracias a Ruddy, Nadia y Mónica por darnos pistas necesarias y fundamentales para la tesis.

Kerly Olvera Cobeña

AGRADECIMIENTO

*Gracias Dios por ser una guía en este arduo camino;
A mis padres que supieron inculcar en mí la convicción de seguir con todo lo que me proponga y por último a todas y cada una de las personas, amigos y compañeros, que supieron estar ahí en las buenas y en las malas poniendo un granito para que cumpla mis sueños.*

Karla Román Aguilera

DEDICATORIA

Dedicado a mi mamá por sus consejos y siempre fomentarme a la superación.

Jorge Monge Fuentes

DEDICATORIA

A mis padres y mi familia. A todos nuestros compañeros que decidieron desarrollar, al igual que nosotros, un programa infantil. Espero les sirva de guía y ejemplo.

Kerly Olvera Cobeña

DEDICATORIA

A cada una de las personas que hicieron realidad este sueño, a las que inculcaron en mi el amor al arte y a las que compartieron sus conocimientos para poder crecer en sabiduría.

Karla Román Aguilera

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, corresponde exclusivamente como patrimonio intelectual de la misma Escuela Superior Politécnica del Litoral.

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

LCDO. ROBERTO CÓRDOVA
Profesor de la Materia de Graduación

MSC. LOURDES PILAY
Delegada

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

JORGE MIGUEL MONGE FUENTES

KERLY ELAINE OLVERA COBEÑA

KARLA SABRINA ROMÁN AGUILERA

RESUMEN

Según Clive Barker, La Televisión es el primer sistema verdaderamente democrático, el primero accesible para todo el mundo y completamente gobernado por lo que quiere la gente. Lo terrible es, precisamente lo que quiere la gente. Se desempeña como un recurso necesario en la educación, una forma de vivir, socializar, pensar, sentir e imaginar que tiene grandes posibilidades comunicativas en la educación trabajando de forma enriquecedora, divertida e imaginativa al que la observa.

La televisión en el Ecuador está establecida como el principal medio de comunicación. Se caracteriza por la difusión de telenovelas, series y noticieros, la mayoría de estos no son de producción nacional.

Un espacio educativo dedicado a los niños es un instrumento donde se canalizan actividades de enseñanza y aprendizaje; que permitirá orientar a los más pequeños en la práctica de valores en su familia y con la sociedad. Una formato educativo contempla contenidos que tienen algún tipo de interés formativo. Los programas pueden agruparse en torno a series con una programación continua, didáctica y teorías del aprendizaje. En la escuela y en la familia se comparten la responsabilidad de preparar a los niños para sobrevivir en un mundo dominado por las imágenes, las palabras y los sonidos. Las personas deben de ser capaces de descifrar en su totalidad estos tres sistemas simbólicos.

La propuesta de este proyecto es desarrollar la escenografía y la creación de una línea gráfica para el programa de televisión “Phullay”, el mismo que busca, y tiene como objetivo principal, educar y entretener a los más pequeños del hogar.

El Director de Arte es el encargado de la creación escenográfica; su trabajo consiste en crear elementos que compongan en un espacio cuya función será la de concebir un ambiente basándose en un concepto.

En un producto audiovisual, la dirección de arte es de vital importancia debido a que refleja el concepto del mismo, lo que hay dentro del espacio escénico y cuales variantes se supieron adoptar para el desarrollo de la escenografía.

Se ha planteado como objetivo principal “vestir al programa”, lo que involucra el desarrollo de su línea gráfica, fundamentándose en generar una esquematización sublime comprendiendo las diferentes formas de aprehensión hacia el televidente hasta que cada pieza connote el concepto de “Phullay”.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1

1	GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	25
1.1	ANTECEDENTES GENERALES	25
1.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	27
1.3	JUSTIFICACIÓN	28
1.4	OBJETIVOS	29
1.4.1	OBJETIVO GENERAL	29
1.4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	29

CAPÍTULO 2

2	SITUACIÓN ACTUAL	31
2.1	PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	31
2.2	PLAN ESTRATÉGICO	31
2.2.1	MISIÓN.....	32
2.2.2	VISIÓN.....	32
2.3	MOTIVACIÓN.....	32
2.4	DELIMITACIÓN.....	32
2.5	JUSTIFICACIÓN	33

CAPÍTULO 3

3	MARCO CONCEPTUAL	35
3.1	CONCEPTO DEL PROGRAMA	35
3.2	DURACIÓN, HORARIO Y TARGET DEL PROGRAMA.....	35
3.3	GÉNERO Y CONTENIDO.....	36
3.4	REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA.....	37
3.5	MARCA	39
3.5.1	ISOTIPO.....	40
3.5.2	LOGOTIPO	40
3.5.3	DESARROLLO DEL IMAGOTIPO	41
3.5.4	VARIACIONES	41
3.6	TENDENCIAS Y MOVIMIENTO ARTÍSTICO	43
3.7	DEFINICIÓN GRÁFICA.....	44
3.7.1	FORMA.....	44
3.7.2	TIPOGRAFÍA.....	45
3.7.3	COLORIMETRÍA	45
3.8	PAQUETE GRÁFICO	47

3.8.1	BUMPER IN-OUT.....	47
3.8.2	SIN FIN	60
3.8.3	SEGMENTOS	61
3.8.4	SOBREIMPOSICIONES	71
3.8.4.1	LOWER THIRD	72
3.8.5	AL VOLVER.....	75
3.8.6	MATERIALES	80
3.8.7	ANTI-ZAPPING.....	88
3.8.8	MENCIONES DE AUSPICIANTES.....	92
3.8.9	PANTALLA DIVIDIDA.....	95

CAPÍTULO 4

4	ADAPTACIÓN DE LA MARCA A MEDIO DIGITALES E IMPRESOS 104	
4.1	INTRODUCCIÓN	104
4.2	MEDIOS DIGITALES.....	104
4.3	MEDIOS IMPRESOS	105
4.4	DESARROLLO DE LA MARCA EN 3D	106

CAPÍTULO 5

5	IMPLEMENTACIÓN DE LA LÍNEA GRÁFICA	109
5.1	CONTENIDO	109
5.2	MARCA EN 2D.....	109
5.3	PROCESO DE UNA IMAGEN DE 2D A 3D	109
5.4	RENDER Y EXPORTACIONES	113
5.4.1	BUMPER IN-OUT.....	113
5.4.2	SIN FIN	117
5.4.3	SEGMENTOS	121
5.4.4	SOBREIMPOSICIONES LOWER THIRD	127
5.4.5	AL VOLVER.....	129
5.4.6	MATERIALES	133
5.4.7	ANTI-ZAPPING.....	137
5.4.8	MENCIONES AUSPICIANTES.....	141
5.4.9	PANTALLA DIVIDIDA.....	143

CAPÍTULO 6

6	IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA.....	149
6.1	PROCESO DE ELABORACIÓN.....	149
6.1.1	BOCETOS	149

6.2	ILUMINACIÓN	154
6.3	ESPACIO Y MEDIDAS DE LA ESCENOGRAFÍA	156

CAPÍTULO 7

7	PRESUPUESTO, CRONOGRAMA Y ORGANIGRAMA	160
7.1	PRESUPUESTO	160
7.1.1	COSTOS SOBRE LA LÍNEA.....	160
7.1.2	COSTOS BAJO LA LÍNEA.....	160
7.1.3	PRESUPUESTO POR ETAPAS	160
7.1.4	COSTOS DE MATERIALES PARA LA ESCENOGRAFÍA.....	162
7.2	CRONOGRAMA.....	164
7.2.1	PRE-PRODUCCIÓN	164
7.2.2	PRODUCCIÓN.....	164
7.2.3	POSTPRODUCCIÓN	165
7.3	ORGANIGRAMA	165
7.3.1	RESPONSABILIDADES Y ACTIVIDADES DE CADA MIEMBRO DEL EQUIPO DE TRABAJO	165
7.3.1.1	DIRECTOR DE ARTE	165
7.3.1.2	DISEÑADOR GRÁFICO	166
7.3.1.3	ILUSTRADOR	166
7.3.1.4	MODELADOR 3D	166
7.3.1.5	DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA.....	166
7.3.1.6	ILUMINADOR.....	166
7.3.1.7	ARQUITECTO	167
7.3.1.8	EBANISTA.....	167
7.3.1.9	ELECTRICISTA.....	167
7.3.1.10	PINTOR.....	167
7.3.1.11	POSTPRODUCTOR.....	168
7.3.1.12	ANIMADOR	168
7.3.1.13	EDITOR	168
7.3.1.14	MUSICALIZADOR.....	168
7.4	ENTREGABLES DEL PROYECTOS	168

CAPÍTULO 8

8	DERECHOS DE AUTOR.....	170
8.1	¿CÓMO SE PROTEGE EL DERECHO DE AUTOR?.....	170
8.2	SIGNOS DISTINTIVOS.....	171

8.2.1	CONCEPTOS	171
8.2.2	¿QUIÉN PUEDE REGISTRAR UNA MARCA?	171
8.2.3	BENEFICIOS Y DERECHOS QUE CONFIERE EL REGISTRO DE UNA MARCA	171
8.2.4	CONSEJOS PARA REGISTRAR UNA MARCA.....	172
8.2.5	PROCEDIMIENTO DE REGISTRO	172
8.2.6	TASAS POR REGISTRO DE MARCAS	173
8.3	DERECHOS DE AUTOR DE LAS OBRAS AUDIOVISUALES	173
8.4	CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA EL REGISTRO DE MARCAS	174
8.4.1	SIGNOS DISTINTIVOS.....	174
8.4.1.1	PROCESO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS BUSQUEDA FONÉTICA.....	174
8.4.1.2	TIPOS DE MARCAS A PATENTAR.....	175
8.4.1.3	REGISTRO DE LA MARCA POR SU NATURALEZA	175
8.4.1.4	LISTA DE MARCAS POR SU NATURALEZA A REGISTRAR	175
8.4.1.4.1	FIGURATIVO	175
8.4.1.4.2	DENOTATIVO.....	176
8.4.1.4.3	REGISTRO DE OBRAS ARTÍSTICAS Y MUSICALES	177
8.4.1.4.4	PATENTE DE SONIDO Y MÚSICA	177
8.4.1.4.5	PATENTE DE ESCENOGRAFÍA	178
 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		
9	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	180
9.1	CONCLUSIONES	180
9.2	RECOMENDACIONES	180
 BIBLIOGRAFÍA		
10	BIBLIOGRAFÍA	182
 ANEXOS		
11	ANEXOS	185
 GLOSARIO		
12	GLOSARIO	219

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO 3

Tabla 3-1: Equipo de Trabajo	38
Tabla 3-2: Equipo Técnico y Suministros	39
Tabla 3-3: Requerimientos Operativos - Software.....	39

CAPÍTULO 6

Tabla 6-1: Materiales Base para la escenografía	157
Tabla 6-2: Materiales Base para la escenografía	158

CAPÍTULO 7

Tabla 7-1: Presupuesto General	161
Tabla 7-2: Costos de Materiales para la escenografía.....	162
Tabla 7-3: Costos de Materiales para la escenografía.....	163
Tabla 7-4: Cronograma de Actividades.....	164

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

CAPÍTULO 3

Ilustración 3-1: Implementación de la Lupa a la Tipografía	40
Ilustración 3-2: Logotipo	40
Ilustración 3-3: Imagotipo	41
Ilustración 3-4: Primera variación del Imagotipo	41
Ilustración 3-5: Segunda variación del Imagotipo	41
Ilustración 3-6: Tercera variación del Imagotipo.....	42
Ilustración 3-7: Usos incorrectos del color en la marca	42
Ilustración 3-8: Usos incorrectos de la marca.....	42
Ilustración 3-9: Pop Art	43
Ilustración 3-10: Diseño de Interiores Futurismo	44
Ilustración 3-11: Forma de la marca	44
Ilustración 3-12: Tipografía CHEESEBURGER.....	45
Ilustración 3-13: Colorimetría.....	47
Ilustración 3-14: Logotipo del programa.....	48
Ilustración 3-15: Bumper, bocetos storyboard 1.....	49
Ilustración 3-16: Bumper, bocetos storyboard 2.....	50
Ilustración 3-17: Bumper, storyboard digital.....	51
Ilustración 3-18: Bumper. Lupa en la pantalla.....	52
Ilustración 3-19: Bumper. Lupa salta	52
Ilustración 3-20: Bumper. Niño caminando hacia la lupa	53
Ilustración 3-21: Bumper. Niño sujeta la lupa	53
Ilustración 3-22: Bumper. Corre	54
Ilustración 3-23: Niño encuentra agujero	54
Ilustración 3-24: Bumper. Salta dentro del agujero	55
Ilustración 3-25: Bumper. Niño mira la mitad del mundo	55
Ilustración 3-26: Bumper. Cohete vuela alrededor del niño	56
Ilustración 3-27: Bumper. Persigue al cohete	56
Ilustración 3-28: Bumper. Mira crecer el cohete	57
Ilustración 3-29: Bumper. Niño corre hacia el cohete.....	57
Ilustración 3-30: Bumper. Entra al cohete.....	58
Ilustración 3-31: Bumper. Cohete despega.....	58
Ilustración 3-32 Bumper. Cruza el espacio.....	59
Ilustración 3-33: Bumper. Niño salta en la luna	59
Ilustración 3-34: Bumper. Salta al espacio	60
Ilustración 3-35: Bumper. Se forma logotipo	60
Ilustración 3-36: Sin fin. Boceto ilustrado. Logotipo.....	61
Ilustración 3-37: Sin fin. Boceto ilustrado. Ojo de lupa.....	61
Ilustración 3-38: Segmentos. Boceto ilustrado.	62
Ilustración 3-39: Segmentos. Lupa.....	63
Ilustración 3-40: Segmentos. Lupa salta.....	63
Ilustración 3-41: Segmentos. Lupa se transforma en espiral	64
Ilustración 3-42: Segmentos. Espiral se transforma en un cuadrado.	64
Ilustración 3-43: Segmentos. Dentro aparece cuadrado magenta	65
Ilustración 3-44: Segmentos. Aparecen elementos	65
Ilustración 3-45: Segmentos. Cuadrado se voltea.	66
Ilustración 3-46: Segmentos. Aparece cuadrado verde.	66

Ilustración 3-47: Segmentos. Aparecen nubes, mundo y un avión que lo rodea volando	67
Ilustración 3-48: Segmentos. Cuadrado se voltea	67
Ilustración 3-49: Segmentos. Dentro aparecen más elementos y signos	68
Ilustración 3-50: Segmentos. Cuadrado se voltea	68
Ilustración 3-51: Segmentos. Aparece cuadrado cian	69
Ilustración 3-52: Segmentos. Se forma nombre del segmento	69
Ilustración 3-53: Segmentos. Aprendiendo el Oficio	70
Ilustración 3-54: Segmentos. Cuenta Cuentos	70
Ilustración 3-55: Segmentos. Explorando	71
Ilustración 3-56: Segmentos. Hazlo Tú mismo	71
Ilustración 3-57: Lower Third. Boceto ilustrado	72
Ilustración 3-58: Lower Third. Inicio. Lupa saltando	73
Ilustración 3-59: Lower Third. Lupa saltando seguida de estela espacial	74
Ilustración 3-60: Lower Third. Letra aparece poco a poco	74
Ilustración 3-61: Lower Third. Lupa desaparece del lado derecho	74
Ilustración 3-62: Lower Third. Texto en pantalla	75
Ilustración 3-63: Lower Third. Texto y estela desaparecen	75
Ilustración 3-64: Al volver. Boceto ilustrado	76
Ilustración 3-65: Al volver. Inicio. Espacio	77
Ilustración 3-66: Al volver. Pequeño cuadrado	77
Ilustración 3-67: Al volver. Cuadrado centrado	78
Ilustración 3-68: Al volver. Imagen en el centro, logotipo en la parte inferior derecha	78
Ilustración 3-69: Al volver. Logotipo termina animación	79
Ilustración 3-70: Al volver. Al volver en la parte superior izquierda	79
Ilustración 3-71: Al volver. En pantalla	80
Ilustración 3-72: Materiales. Boceto Ilustrado	81
Ilustración 3-73: Materiales. Inicio. Espacio	82
Ilustración 3-74: Materiales. Cuadrado	82
Ilustración 3-75: Materiales. Cuadrado. Centrado en pantalla	83
Ilustración 3-76: Materiales. Aparece mancha de pintura y la palabra “Materiales”	83
Ilustración 3-77: Materiales. Aparece pincel	84
Ilustración 3-78: Materiales. Manualidad a realizar y lista	84
Ilustración 3-79: Materiales. Lista en pantalla	85
Ilustración 3-80: Materiales. Desaparece texto	85
Ilustración 3-81: Materiales. Cuadro se mueve	86
Ilustración 3-82: Materiales. Desaparece texto y elementos	86
Ilustración 3-83: Materiales. Cuadro se aleja	87
Ilustración 3-84: Materiales. Fin. Espacio	87
Ilustración 3-85: Anti-zapping. Boceto ilustrado	89
Ilustración 3-86: Anti-zapping. Inicio. Texto	90
Ilustración 3-87: Anti-zapping. Aparece cuadrado	90
Ilustración 3-88: Anti-zapping. Información	91
Ilustración 3-89: Anti-zapping. Cuadrado se hace pequeño y desaparece	91
Ilustración 3-90: Menciones Auspiciantes. Boceto Ilustrado	92
Ilustración 3-91: Auspiciantes. Inicio. Espacio	93
Ilustración 3-92: Auspiciantes. Cuadrado	93
Ilustración 3-93: Auspiciantes. Cuadrado se acerca	94
Ilustración 3-94: Auspiciantes. Imagen en el centro. Logotipo en la parte inferior derecha	94

Ilustración 3-95: Auspiciantes. Comercial en pantalla.....	95
Ilustración 3-96: Auspiciantes. Publicidad se desplaza hacia la izquierda.....	95
Ilustración 3-97: Pantallas divididas. Boceto ilustrado	96
Ilustración 3-98: Pantallas divididas. Inicio. Espacio	97
Ilustración 3-99: Pantallas divididas. Inicio. Pequeños rectángulos	97
Ilustración 3-100: Pantallas divididas. Rectángulos crecen y giran hacia afuera	98
Ilustración 3-101: Pantallas divididas. Rectángulos se acercan a la pantalla girando hacia dentro.....	98
Ilustración 3-102: Pantallas divididas. Rectángulos quedan en el centro	99
Ilustración 3-103: Pantallas divididas. Aparecen las imágenes poco a poco	99
Ilustración 3-104: Pantallas divididas. Tomas en pantalla.	100
Ilustración 3-105: Pantallas divididas. Imagen desaparece	100
Ilustración 3-106: Pantallas divididas. Rectángulos giran hacia dentro.....	101
Ilustración 3-107: Pantallas divididas. Rectángulos giran hacia afuera	101
Ilustración 3-108: Pantallas divididas. Rectángulos disminuyen su tamaño y se alejan	102

CAPÍTULO 4

Ilustración 4-1: Trabajo de la marca modo RGB en Adobe Illustrator	105
Ilustración 4-2: Trabajo de la marca modo CMYK en Adobe Illustrator	106
Ilustración 4-3: Levantamiento de la marca en 3D	107
Ilustración 4-4: Marca en 3D	107

CAPÍTULO 5

Ilustración 5-1: Boceto de “Phullay”.....	109
Ilustración 5-2: Realización de la línea gráfica en 2d. Illustrator	110
Ilustración 5-3: Realización de la línea gráfica en 2d. Illustrator. Guardar.....	110
Ilustración 5-4: Realización de la línea gráfica en 2d. Illustrator. Illustrator 8	111
Ilustración 5-5: Realización de la línea gráfica en 2d. Cinema 4d	112
Ilustración 5-6: Realización de la línea gráfica en 2d. Cinema 4d. Importar	112
Ilustración 5-7: Realización de la línea gráfica en 2d. Cinema 4d. Logotipo	113
Ilustración 5-8: Implementación “Bumper”. Cinema 4d.....	114
Ilustración 5-9: Implementación “Bumper”. Cinema 4d. Render Settings	114
Ilustración 5-10: Implementación “Bumper”. Cinema 4d. Render Settings	115
Ilustración 5-11: Implementación “Bumper”. After Effects.....	116
Ilustración 5-12: Implementación “Bumper”. After Effects. Render Queue.....	116
Ilustración 5-13: Implementación “Bumper”. After Effects. Output Module Settings	117
Ilustración 5-14: Implementación “Sin Fin”. Cinema 4d	118
Ilustración 5-15: Implementación “Sin Fin”. Cinema 4d. Render Settings.....	118
Ilustración 5-16: Implementación “Sin Fin”. Cinema 4d. Render Settings 2.....	119
Ilustración 5-17: Implementación “Sin Fin”. After Effects.....	120
Ilustración 5-18: Implementación “Sin Fin”. After Effects. Render Queue.....	120
Ilustración 5-19: Implementación “Sin Fin”. After Effects. Output Module Settings	121
Ilustración 5-20: Implementación “Segmentos”. Cinema 4d	122
Ilustración 5-21: Implementación “Segmentos”. Cinema 4d	122
Ilustración 5-22: Implementación “Segmentos”. Cinema 4d. Render Settings.....	123
Ilustración 5-23: Implementación “Segmentos”. Cinema 4d. Render Settings 2	124
Ilustración 5-24: Implementación “Segmentos”. After Effects	125
Ilustración 5-25: Implementación “Segmentos”. After Effects. Render Queue	125

Ilustración 5-26: Implementación “Segmentos”. After Effects. Render Queue. Output Module Settings	126
Ilustración 5-27: Implementación “Claquetas”. After Effects.....	127
Ilustración 5-28: Implementación “Claquetas”. After Effects. Render Queue.....	127
Ilustración 5-29: Implementación “Claquetas”. After Effects. Output Module Settings	128
Ilustración 5-30: Implementación “Al volver”. Cinema 4d. Marco.....	129
Ilustración 5-31: Implementación “Al volver”. Cinema 4d. Texto.....	129
Ilustración 5-32: Implementación “Al volver”. Cinema 4d. Render Settings	130
Ilustración 5-33: Implementación “Al volver”. Cinema 4d. Render Settings 2	131
Ilustración 5-34: Implementación “Al volver”. After Effects	132
Ilustración 5-35: Implementación “Al volver”. After Effects. Render Queue	132
Ilustración 5-36: Implementación “Al volver”. After Effects. Output Module Settings	133
Ilustración 5-37: Implementación “Claqueta Materiales”. Cinema 4d	134
Ilustración 5-38: Implementación “Claqueta Materiales”. Cinema 4d. Render Settings	134
Ilustración 5-39: Implementación “Claqueta Materiales”. Cinema 4d. Render Settings 2	135
Ilustración 5-40: Implementación “Claqueta Materiales”. After Effects	136
Ilustración 5-41: Implementación “Claqueta Materiales. After Effects”. Render Queue	136
Ilustración 5-42: Implementación “Claqueta Materiales”. After Effects. Output Module Settings	137
Ilustración 5-43: Implementación “¿Sabías que...?”. Cinema 4d	138
Ilustración 5-44: Implementación “¿Sabías que...?”. Cinema 4d. Render Settings	138
Ilustración 5-45: Implementación “¿Sabías que...?”. Cinema 4d. Render Settings 2	139
Ilustración 5-46: Implementación “¿Sabías que...?”. After Effects	140
Ilustración 5-47: Implementación “¿Sabías que...?”. After Effects. Render Queue	140
Ilustración 5-48: Implementación “¿Sabías que...?”. After Effects. Output Module Settings	141
Ilustración 5-49: Implementación “Mención de Auspiciantes”. After Effects.....	142
Ilustración 5-50: Implementación “Mención de Auspiciantes”. After Effects. Render Queue.....	142
Ilustración 5-51: Implementación “Mención de Auspiciantes”. After Effects. Output Module Settings	143
Ilustración 5-52: Implementación “Pantalla Dividida”. Cinema 4d	144
Ilustración 5-53: Implementación “Pantalla Dividida”. Cinema 4d. Render Settings	144
Ilustración 5-54: Implementación “Pantalla Dividida”. Cinema 4d. Render Settings II	145
Ilustración 5-55: Implementación “Pantalla Dividida”. After Effects	146
Ilustración 5-56: Implementación “Pantalla Dividida”. After Effects. Render Queue	146
Ilustración 5-57: Implementación “Pantalla Dividida”. After Effects. Output Module Settings	147
CAPÍTULO 6	
Ilustración 6-1: Boceto de la Escenografía. Entrada.....	149
Ilustración 6-2: Boceto de la Escenografía. Laboratorio	150
Ilustración 6-3: Boceto de la Escenografía. Manualidades	150
Ilustración 6-4: Boceto de la Escenografía. Central.....	151
Ilustración 6-5: Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D	151

Ilustración 6-6: Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D. Entrada	152
Ilustración 6-7: Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D. Laboratorio	152
Ilustración 6-8: Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D. Manualidades	153
Ilustración 6-9: Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D. Central	153
Ilustración 6-10: Iluminación de la escenografía en Cinema 4D.	154
Ilustración 6-11: Iluminación de la escenografía en Cinema 4D. Entrada.....	155
Ilustración 6-12: Iluminación de la escenografía en Cinema 4D. Laboratorio.....	155
Ilustración 6-13: Iluminación de la escenografía en Cinema 4D. Manualidades	156
Ilustración 6-14: Iluminación de la escenografía en Cinema 4D. Central	156
Ilustración 6-15: Plano del Estudio B de Tc Televisión.....	157

CAPÍTULO 7

Ilustración 7-1: Organigrama	165
------------------------------------	-----

CAPÍTULO 8

Ilustración 8-1: Marca Figurativa.....	176
Ilustración 8-2: Marca Denotativa	176
Ilustración 8-3: Marca Mixta	176

ANEXOS

Ilustración 11-1: Uso de Tiempo	185
Ilustración 11-2: El Show de Yuly (Estudio de Tendencias)	185
Ilustración 11-3: El Rincón de los Bajitos (Estudio de Tendencias).....	186
Ilustración 11-4: Magneto (Estudio de Tendencias)	186
Ilustración 11-5: Dr. Expertus (Estudio de Tendencias)	187
Ilustración 11-6: Medidas de Escenografía. Laboratorio	187
Ilustración 11-7: Medidas Escenografía. Laboratorio. Objetos	188
Ilustración 11-8: Medidas de Escenografía. Laboratorio. Mesa	189
Ilustración 11-9: Medidas de Escenografía. Laboratorio. Objetos 2.....	189
Ilustración 11-10: Medidas de Escenografía Central	190
Ilustración 11-11: Medidas de Escenografía. Central. Legos.....	190
Ilustración 11-12 Medidas de Escenografía. Central. Ipad	191
Ilustración 11-13: Medidas de Escenografía. Central. Silla	191
Ilustración 11-14: Medidas de Escenografía. Entrada.....	192
Ilustración 11-15: Medidas de Escenografía. Manualidades	192
Ilustración 11-16: Medidas de Escenografía. Mesa	193
Ilustración 11-17: Medidas de Escenografía. Manualidades. Pintura	193
Ilustración 11-18: Medidas de Escenografía. Manualidades. Objetos	194
Ilustración 11-19: Model Sheet Niño	195
Ilustración 11-20: Cámara Frontal. Plano General. Presentadores	196
Ilustración 11-21: Cámara Frontal. Plano Americano. Presentadores	196
Ilustración 11-22: Cámara Lateral. Plano Medio. Presentadora	197
Ilustración 11-23: Cámara Lateral. Plano Medio. Presentador.....	197
Ilustración 11-24: Cámara Central. Plano General. Presentadores	198
Ilustración 11-25: Cámara Central. Plano Americano. Presentadores	198
Ilustración 11-26: Cámara Lateral. Plano Medio. Presentador.....	199
Ilustración 11-27: Cámara Lateral. Plano Medio. Presentadora	199
Ilustración 11-28: Cámara Central. Plano General. Presentadores	200
Ilustración 11-29: Cámara Central. Plano Americano. Presentadores	200
Ilustración 11-30: Cámara Lateral. Plano Medio. Presentadora	201

Ilustración 11-31: Cámara Lateral. Plano Medio. Presentador.....	201
Ilustración 11-32: Preguntas	202
Ilustración 11-33: Preguntas 2	203
Ilustración 11-34: ¿Ves la televisión?	204
Ilustración 11-35: En los días de escuela ¿Cuánto tiempo ves televisión?	204
Ilustración 11-36: ¿A qué hora ves televisión?.....	205
Ilustración 11-37: ¿Qué tiempo ves la televisión los fines de semana?	205
Ilustración 11-38: ¿Qué haces cuando vas a ver televisión?	206
Ilustración 11-39: De la siguiente lista de programas ¿Cuáles te gustan más?	206
Ilustración 11-40: ¿Por qué ves la televisión?	207
Ilustración 11-41: ¿Qué es lo que más te gusta de la televisión?.....	207
Ilustración 11-42: Prefieres los programas	208
Ilustración 11-43: ¿Qué te gustaría ver en un programa infantil?.....	208
Ilustración 11-44: ¿Cuáles son los colores que más te gustan?	209
Ilustración 11-45: Si pudieras crear un espacio para ti ¿Cómo sería?.....	209
Ilustración 11-46: ¿Qué objetos le pondrías si fuera un laboratorio?	210
Ilustración 11-47: ¿Qué objetos le pondrías si fuera un lugar para hacer manualidades?	210
Ilustración 11-48: Fotos focus group.....	211
Ilustración 11-49: Fotos focus group 2.....	211
Ilustración 11-50: Fotos focus group 3.....	212
Ilustración 11-51: Espacios infantiles en el Ecuador	212
Ilustración 11-52 Cotizaciones	213
Ilustración 11-53 Cotizaciones II.....	214
Ilustración 11-54 Cotizaciones III.....	215
Ilustración 11-55 Cotizaciones IV	216
Ilustración 11-56 Entrevista.....	217



CAPÍTULO I
GENERALIDADES DEL
PROYECTO

1 GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1 ANTECEDENTES GENERALES

“El mago de la cara de vidrio”(Liendo), a este aparato que sirve para lo bueno y para lo no tan bueno, siempre en función del uso que el hombre le dé, vino a sellar la verdad hoy tan mentada de que vivimos tiempos de imagen. Tiempos de medios, tiempos de instantaneidad avasallante, más o menos representados en el televisor

La Televisión a través del tiempo ha generado estímulos audiovisuales y mediante estudios se ha demostrado que son más efectivos que los oculares y sonoros por separado, aventajándose sobre los otros medios de comunicación al introducirse en el hogar y llegando a miles de personas al mismo tiempo¹.

Ver televisión es la segunda actividad de esparcimiento que poseen los ecuatorianos, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos², debido a que es el momento del día en que se comparte en familia. Es evidente que la televisión constituye una fuente efectiva de información y recreación, siendo capaz de formar actitudes e introducir conocimiento al espectador, más aun si se trata de niños. Se ha comprobado que los infantes recurren más a la televisión para entretenerse y pasar el tiempo en sus horas de ocio.

En la Resolución Bratislava de 1994, se estableció que un programa de televisión para considerarse infantil debe cumplir las siguientes características:

- Aportar valores humanos positivos y fundamentales.
- Enfocar y estimular los valores de todas las personas y de las naciones de acuerdo a sus tradiciones, sus raíces sociales y culturales y la identidad nacional.
- Tener una actitud positiva hacia la vida, valores humanos y nada de violencia.

¹Ver anexo I: Uso de Tiempo

²INEC: es un organismo público, que ejerce la dirección superior de todas las actividades estadísticas oficiales que se realizan en el territorio.

Sin embargo estos criterios no son realmente respetados a la hora de elaborar programas dedicados a los chicos.

Los pocos espacios para niños producidos en el Ecuador han sido:

- “El show de Yuly³” fue desarrollado entre 1988 y 1989 por Panamericana Televisión (Perú) y conducido por Giuliana Maiocchi. Años después fue producido en Teamazonas con una renovada y mejorada imagen del "Show De Yuly" para el público infantil ecuatoriano.
- En 1993 fue lanzado "El Rincón de los bajitos⁴", un show de televisión animado por Pamela Cortez, conocida como "La Paquita Ecuatoriana", que obtuvo aceptación entre el público infantil.
- En el 2005, “Magneto⁵” fue transmitido por la señal del entonces conocido Red Telesistema y producido por Sixto Sánchez junto a Juan Luis Zanelli, exproductor del programa infantil “Show de Yuly”. Juntos crearon un programa infantil-juvenil desarrollando un espacio de baile, coreografías y concursos.
- Se puede reconocer que son pocos los programas infantiles educativos y uno de ellos, el cual cabe resaltarse, fue “Dr. Expertus⁶” que empezó a transmitirse en 1994 por la señal del entonces conocido SíTV⁷. “Dr. Expertus” fue un programa educativo de comedia infantil ecuatoriano creado y protagonizado por Galo Recalde.

En el Ecuador han sido pocos los espacios audiovisuales infantiles creados y, aun menos comunes, los que han desarrollado conceptos netamente educativos. Si un programa es correctamente manejado puede convertirse en un instrumento para el desarrollo y enriquecimiento de los pequeños.

³Ver anexo 2: El Show de Yuly

⁴Ver anexo 3: El Rincón de los bajitos

⁵ver anexo 4: Magneto

⁶ver anexo 5: Dr. Expertus

⁷Canal de Televisión hoy en día conocido como Canal 1

La televisión se puede desempeñar como una herramienta pedagógica desplegando contenidos curriculares que ayuden a la educación del televidente.

El 30 de mayo de 1969 se dio un cambio en la historia de las comunicaciones del país, y en la televisión nacional, con la apertura de la Cadena Ecuatoriana de Televisión Canal 10, un nuevo espacio audiovisual para beneficio de la comunidad ecuatoriana. Tc Televisión se caracteriza por ser el primer canal en apoyar el talento nacional, siendo el único que ha conseguido establecerse en el mercado, desarrollando el 60 % de su producción.

Todo canal debería dedicar un espacio que esté enfocado en educar a los niños, dando énfasis en la conceptualización visual para transmitir correctamente el mensaje. Es aquí cuando el Director de Arte, quien ante todo es un comunicador funcional con talento estético y creativo, tiene a cargo la responsabilidad de la imagen y los códigos visuales enfocados a la persuasión del telespectador con el acertado diseño visual y escenografía. Un Director de Arte es el Creativo que visualiza las ideas y las convierte en un mensaje visual. La dirección de arte debe de estar pensada sobre la base de comunicar un mensaje específico. En publicidad, este mensaje está fusionado con la persuasión.

El presente proyecto propone el desarrollo de la Dirección de Arte para un programa infantil, el cual desplegará todo su contenido a entretener y, principalmente, educar, incorporándose al espacio establecido por Tc Televisión dedicado a los niños.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el país, a lo largo de los años, los canales de televisión han dejado de producir programas infantiles que sean educativos y en su lugar han decidido comprar series de televisión y dibujos animados, dejando poco a poco rezagada la idea de crear nuevos espacios de entretenimiento para los pequeños del hogar.

Los programas infantiles se clasifican en dibujos animados y shows infantiles. La diferencia entre estos radica en los actores que participan en cada uno. En los

dibujos animados, los actores son dibujos, mientras que en un show infantil, los actores son personas de carne y hueso.

Debido a la escasez que presenta la televisión ecuatoriana en el desarrollo de programas para niños, el presente tópico busca desarrollar la Dirección de Arte para un programa de televisión infantil que cumpla con la función de educar.

Por medio de la televisión se es posible representar el modo de vida y la forma de pensar, imitando e imaginando lo que tenemos como institución o sociedad y así mismo encontramos significaciones las cuales compartir: se recrean captando toda la concepción de la realidad, ofreciendo modelos de vida que permitan la identificación de la sociedad. Ayudar a proponer formas de construir puntos comunes referenciales a través de una función cultural que se estimula no por los contenidos sino por las formas en la que está siendo comunicado. Conociendo la capacidad de persuasión que posee este medio de comunicación y teniendo en cuenta las personas en que se desarrolla este contexto en donde la tecnología posee un valor pedagógico elevado si se utiliza correctamente y se aprovecha sus recursos comunicativos. ¿Por qué los programas producidos en el país no desarrollan una verdadera identidad Ecuatoriana con el uso correcto de las formas?

1.3 JUSTIFICACIÓN

La realización de este proyecto nace a partir de la problemática que se planteó anteriormente: ¿Por qué los programas producidos en el país no desarrollan una verdadera identidad Ecuatoriana con el uso correcto de las formas? Para esto se propone la creación de la imagen para un programa infantil educativo y de entretenimiento que sea atractivo para el televidente.

Desarrollando temas académicos en busca de estimulación y la reflexión, llegando a proponer de una forma diferente la participación en la innovación contemplando una filosofía de inclusión.

La principal preocupación es la falta de espacios infantiles educativos⁸ que sean del agrado de los niños, por lo cual se ha propuesto crear una identidad visual que sea genuina y denote fuerza, diversión y dinamismo.

Es aquí donde nace la necesidad de desarrollar una adecuada dirección de arte para el programa “Phullay”, la cual será atractiva, dinámica y vivaz para el telespectador. Adentrándose en el campo de la comunicación audiovisual, todo se vincula directa y forzosamente con el aspecto estético, lo cual conlleva a las posibles respuestas, reacciones y emociones que se busca intencionalmente para que el receptor sea capaz de descifrar el mensaje.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar la Dirección de Arte para el programa infantil educativo “PHULLAY”.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar el concepto del programa, para generar una tendencia en espacios televisivos infantiles.
- Generar una línea gráfica donde la variedad de formas y colores proporcionen la imagen y la escenografía correcta para el programa infantil.
- Crear un espacio atractivo para “Phullay” que no haya sido visto en otros programas infantiles.

⁸Ver anexos 6: Espacios educativos en el Ecuador



CAPÍTULO II SITUACIÓN ACTUAL

2 SITUACIÓN ACTUAL

2.1 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Los niños se desarrollan en función a la cultura a la que están expuestos; por ésta razón los espacios deben de caracterizarse en una descripción positiva de comportamientos, promoviendo valores como la solidaridad, la igualdad, la cooperación, la no violencia y la protección del ambiente.

Los programas infantiles deberían ser fundamentales en la parrilla de un canal de televisión, más aun considerando a los niños como futuros consumidores de los productos que se desarrollarán a futuro.

Este proyecto pretende dar un giro hacia la percepción de la dirección de arte de los espacios infantiles que han sido creados en el Ecuador, beneficiando a los pequeños del hogar fomentando valores y buenas costumbres.

2.2 PLAN ESTRATÉGICO

Teniendo en cuenta que para conseguir avances que beneficien a los infantes es necesario establecer el desarrollo de temas educativos concretos, a los que debe servir a favor de la comunidad, generando una Televisión de calidad que no se caracterice en un concepto vacío.

Teniendo en cuenta la falta de espacios infantiles desarrollados en el país y el alcance que posee Tc Televisión con el público ecuatoriano, siendo este canal el único en desarrollar más del 60 % de su producción (Televisión); se pretende desarrollar un programa de calidad en su propuesta, que posea la correcta imagen y que comunique de manera acorde a las necesidades del público.

2.2.1 MISIÓN

Lograr que la imagen del programa refleje la esencia que deben llevar los espacios infantiles, desplegando una excelente línea gráfica y causando un gran impacto visual.

2.2.2 VISIÓN

Que la imagen creada para el espacio sea un *arquetipo* e inspire a otros al desarrollo de mejores líneas gráficas.

2.3 MOTIVACIÓN

“La televisión es el espejo donde se refleja la derrota de todo nuestro sistema cultural” (Fellini)

Los niños forman parte del numeroso público expuesto a la televisión y es el más vulnerable ante sus mensajes por su incompleta formación ideológica, social, cultural y de valores.

La motivación principal es crear una línea gráfica para el programa infantil que encierre los conceptos de educación y entretenimiento nunca antes desarrollado en el país.

2.4 DELIMITACIÓN

En este proyecto se ha notado que al ingresar a los televisores ecuatorianos se podrá incursionar de manera positiva en un nuevo estilo de hacer televisión, además de educar. Cabe recalcar que el mercado para niños es muy complicado debido a que son pocos los pequeños que permanecen fieles a un programa. Además que el canal en el que va a ser presentado el espacio solo tiene cobertura en el territorio Ecuatoriano, exceptuando Galápagos.

2.5 JUSTIFICACIÓN

Hay que resaltar que los niños son agentes activos que están desarrollando sus *habilidades cognitivas* mediante la interacción con el entorno. La televisión es un elemento de trascendencia en concienciación y potenciador de capacidades y aprendizajes para los pequeños.

Este espacio pretende dar un giro en la percepción de los programas infantiles.



CAPÍTULO III MARCO CONCEPTUAL

3 MARCO CONCEPTUAL

3.1 CONCEPTO DEL PROGRAMA

En nuestra infancia, pudimos contar con programas infantiles hechos en su totalidad en el país, material audiovisual que de una forma divertida enseñaban cultura general, historia y ciencias. Pero con el pasar de los años, se “crearon” programas infantiles en los que únicamente se presentaban programación extranjera. Además, con la llegada de nuevos recursos tecnológicos, los niños de hoy encuentran muy aburridos los espacios educativos.

“Phullay” es un programa de televisión dirigido a niños, tiene como objetivo principal educar y entretener de forma divertida a través del incentivo por el gusto a la ciencia y tecnología, dándoles la oportunidad de que formen parte del programa, el cual transmitirá mensajes educativos y cultivará la identidad nacional.

“De niños para los niños”. Este programa es netamente interactivo debido a que los infantes tendrán la oportunidad de demostrar en directo sus habilidades, lugares de interés y participar con artistas invitados.

3.2 DURACIÓN, HORARIO Y TARGET DEL PROGRAMA

El programa será transmitido por Tc Televisión los días sábados y domingos con una duración de 60 minutos, incluidos cortes comerciales. “Phullay” se grabará en el estudio B de Tc.

Según *IBOPE*⁹, en Ecuador el tiempo en la televisión se clasifica en cuatro partes:

A: desde las 6h00 a 12h59 (Horario dirigido para: amas de casa)

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

AAA: desde las 19h00 a 22h59 (“*Prime time* u horario estelar”, dirigido a todo público)

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

⁹ IBOPE: Es la unidad de gestión de los negocios de medios del Grupo IBOPE en Latinoamérica.

El espacio *audiovisual* está enfocado para niños entre seis y diez años. Se transmitirá de 09H00 a 10H00 los sábados y domingos, en horario destinado a público infantil.

El *público objetivo* al que apunta es de ámbito nacional, a la clase media y media baja que consume más televisión, que la media alta y alta que prefieren contratar televisión por cable. Siendo emitido en el ámbito nacional, se debe tener en cuenta a poblaciones de un nivel socioeconómico bajo, para ello se llegaría por medio de educación visual simplificada y directa.

3.3 GÉNERO Y CONTENIDO

Como antes ya especificado, “Phullay” es un programa infantil con el fin de educar y entretener de manera de divertida. Este género televisivo se caracteriza por usar un lenguaje directo y sencillo para lograr una mayor afinidad con el público objetivo al que va dirigido.

El programa consta de distintos segmentos netamente interactivos:

Cuenta cuentos: narrados por el presentador y el artista invitado del día. Esto en particular debe ser grabado en un estudio de *croma* para montajes en el fondo.

Explorando: reportajes hechos por los conductores. Consisten en visitar fábricas y ver cómo funcionan las máquinas o cómo elaboran sus productos.

Ciencia al día: grabado en estudio. Se realizarán “experimentos” sencillos de explicar y comprender para que la información le sea fácil de entender al público.

Aprendiendo el oficio: los niños podrán inscribirse previamente como candidatos para pasar un día aprendiendo el oficio (como ser un agente policial).

Hazlo tú mismo: grabado en estudio. En invitado del día realizará, junto con el conductor, alguna manualidad para que los niños la hagan en casa.

Enlatado: comiquita.

3.4 REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA

A continuación, se detalla los requerimientos para la realización de “Phullay”, se incluye el equipo humano, software y equipo técnico.

EQUIPO DE TRABAJO		
Cantidad	Cargo	Función
1	Director de Arte	Responsable del diseño y arte del programa
1	Diseñador gráfico	Desarrolla la línea gráfica
1	Ilustrador	Realiza ilustraciones
1	Modelador 3D	Encargado de crear gráficos tridimensionales
1	Post-productor	Encargado de edición del material grabado
1	Animador	Crea imágenes en movimiento
1	Editor	Manipula imágenes y sonido
1	Musicalizador	Crea y selecciona los sonidos que se utilizarán
1	Realizador	Supervisa trabajo audiovisual
1	Director de fotografía	Decide aspectos visuales
1	Arquitecto	Profesional que se encarga de proyectar en

		planos la escenografía y su supervisión
3	Ebanista	Persona que hace muebles o que trabaja con ébano y otras maderas finas
1	Electricista	Especialista en Instalaciones Eléctricas
1	Maestro de Materiales Translúcidos	Maestro especializado en la utilización de materiales translúcidos
1	Pintor	Se dedicará a dar color a las piezas del set.
2	Técnico de Iluminación	Trabaja en el acople de la iluminación según la orientación del Director de Fotografía

Tabla 3-1: Equipo de Trabajo

EQUIPO DE TÉCNICO Y SUMINISTROS		
Cantidad	Equipo	Descripción
3	Cámaras	
Varias	Luces	Spotlights, cañones, ojos de buey
2	Micrófonos corbateros	Presentador e invitados
1	Modelador 3D	Encargado de crear gráficos tridimensionales
3	Trípodes	Manfrotto
2	Plasmas	Ojo de la lupa, iPad
3	iMac	Post-producción, 3D, animador, editor

Varios	Reguladores	Controlar el voltaje
Varios	Cables	Conexiones
Varios	Útiles de oficina	Impresiones, documentación

Tabla 3-2: Equipo Técnico y Suministros

REQUERIMIENTOS OPERATIVOS - SOFTWARE		
Cantidad	Software	Descripción
1	Adobe Illustrator CS6	Generador de gráficos 2D
1	Adobe Photoshop CS6	Procesador de imágenes
1	Adobe After Effects cS6	Efectos
1	Cinema 4D v.13	Gráficos en 3D
1	Reason	Creación de música
1	Soundtrack Pro	Edición de audio
1	Pro Tools	Grabación de voz
1	Final Cut	Edición de video

Tabla 3-3: Requerimientos Operativos - Software

3.5 MARCA

“Phullay” es un programa totalmente inédito, que busca posicionarse en el medio televisivo. Impulsando la identidad nacional, se buscó un nombre que nos identifique plenamente. Phullay, proviene del quechua que significa “jugar”.

Una marca se crea a partir de elementos básicos, pero a su vez intentando comunicarse con dichos elementos. Se deben estudiar los bocetos para desarrollar un diseño, considerando aspectos comunicativos y estéticos.

“Los productos y organizaciones prósperos tienen su propia ‘personalidad’. Así como las personalidades humanas son complejas, también lo son las personalidades de los productos y las organizaciones. Las marcas y los logotipos de los productos de las instituciones son condensaciones de realidades complejas en

una afirmación simple, en una declaración que puede ser controlada, modificada, desarrollada y madurada en el curso del tiempo”(Rowe, 1989)

3.5.1 ISOTIPO

Isotipo es la parte *icónica* o simbólica de la marca. Preferiblemente debe ser creada con sencillez para que se quede en la mente del espectador.

Nuestro *isotipo* forma parte del *imagotipo*. Se encuentra formado por una “P” que juega el papel de lupa. Esta lupa resume el contenido de nuestro programa, en el que se busca que el niño aprenda jugando e investigando.

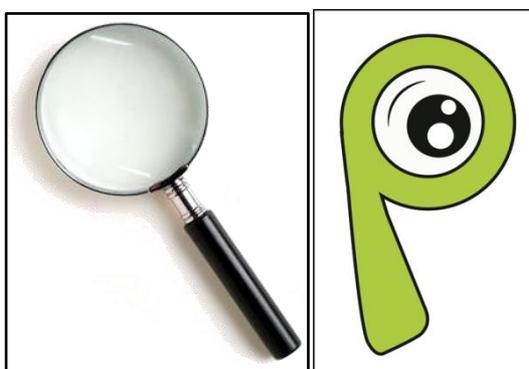


Ilustración 3-1: Implementación de la Lupa a la Tipografía

3.5.2 LOGOTIPO

Al decir *logotipo* nos referimos exclusivamente a la parte tipográfica. Se usa para identificar a la marca.

Es importante que la *tipografía* elegida refleje el mensaje que se quiere dar.



Ilustración 3-2: Logotipo

3.5.3 DESARROLLO DEL IMAGOTIPO

Imagotipo es la combinación de *isotipo* (ícono) y el *logotipo* (texto). El orden de los mismos suele variar y algunas veces fusionarse.



Ilustración 3-3: Imagotipo

3.5.4 VARIACIONES

El *imagotipo* solo se manejará sobre fondo gris, negro y blanco. Tendrá variaciones de color únicamente en *soporte digitales*. Éste se usará para medios impresos como papelería, aplicaciones que sean del programa.



Ilustración 3-4: Primera variación del Imagotipo



Ilustración 3-5: Segunda variación del Imagotipo



Ilustración 3-6: Tercera variación del Imagotipo



Ilustración 3-7: Usos incorrectos del color en la marca



Ilustración 3-8: Usos incorrectos de la marca

3.6 TENDENCIAS Y MOVIMIENTO ARTÍSTICO

Pop Art: “El Arte Pop utiliza imágenes conocidas con un sentido diferente para lograr una postura estética o alcanzar una postura crítica de la sociedad de consumo. Como su propio nombre indica “Arte Popular”, toma del pueblo los intereses y la temática.” (<http://www.arteespana.com/artepop.htm>)

Ésta tendencia artística se caracteriza por la utilización de colores vivos. Por este motivo el logo del programa está basado en el “pop art”, debido a que los colores captan la atención de los niños.



Ilustración 3-9: Pop Art

Futurismo: “La característica principal del futurismo es la plástica del dinamismo y del movimiento. El efecto de la dinámica se transmitía en vibrantes composiciones de color que debían producir un paralelismo multisensorial de espacio, tiempo y sonido.” (<http://www.arteespana.com/futurismo.htm>)

El fin de “Phullay” es que los niños se eduquen de forma dinámica y divertida. Utilizando estas dos tendencias se mostrará dinamismo, actividad y diversión, tanto en sus *piezas gráficas* como en el escenario.



Ilustración 3-10: Diseño de Interiores Futurismo

3.7 DEFINICIÓN GRÁFICA

Al tener varios *movimientos artísticos* como referencia, se debe integrar sus conceptos para realizar la idea y el concepto del programa, teniendo en cuenta el objetivo de “Phullay”, que es fomentar la educación de forma divertida.

3.7.1 FORMA

La forma es el elemento más básico por donde se debe empezar, esto es lo que fácilmente podrá reconocer el *televidente*.

Se ha tomado una P que forma el perfil de una lupa con el mango de éste hacia un lado. Esta *denotará* la parte curiosa de todo niño por descubrir lo que hay a su alrededor.

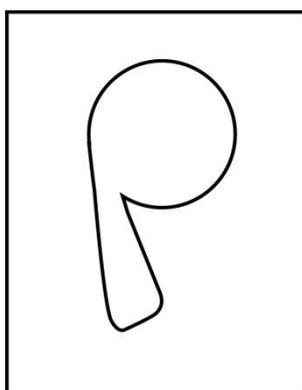


Ilustración 3-11: Forma de la marca

3.7.2 TIPOGRAFÍA

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

La *tipografía* es el reflejo de una época. Por ello la evolución del diseño de las mismas responde a proyecciones tecnológicas y artísticas. El signo tipográfico se ha considerado como uno de los miembros más activos de los cambios culturales del hombre.

La *fente tipográfica* elegida es muy importante debido a que, a través de ella, se muestra la identidad del programa.

Se escogió la tipografía CHEESEBURGER, una *tipografía bold y sin serifas*. A través de esta *tipografía* redondeada, se expresa suavidad y dinamismo, al no ser completamente rectas.

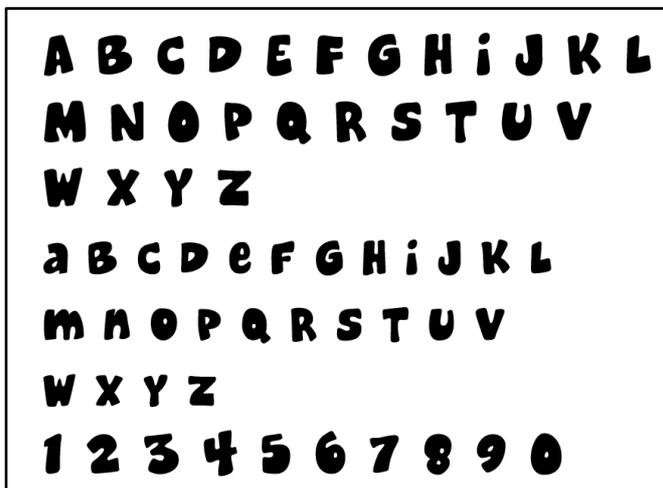


Ilustración 3-12: Tipografía CHEESEBURGER

3.7.3 COLORIMETRÍA

La *colorimetría* es la ciencia que estudia la medida y desarrolla la cuantificación del color en valores numéricos.

Color es la percepción visual que genera el cerebro de los humanos y en otros animales al enviar foto receptores en la retina del ojo que receptan y distinguen, para luego ser interpretadas por el cerebro. El color tiene una psicología que pueden connotar o comunicar algo, o causar efectos en los estados de ánimo de las personas.

"Las personas que trabajan con colores –los artistas, los terapeutas, los diseñadores gráficos o productos industriales, los arquitectos de interiores o los modistos- deben saber qué efecto producen los colores en los demás. Cada uno de estos profesionales trabajan individualmente con sus colores, pero el efecto de los mismos ha de ser universal".(Heller, 2004)

De acuerdo a lo que se quiere representar en el programa se eligieron los siguientes colores:

Verde: ocupa mayor espacio en el espectro visible del ojo. Ligado directamente a la naturaleza, pero también representa energía, esperanza, ciencia y lo ecológico.

Azul celeste: es un color fresco, lo tranquilizante; se lo asocia con la mente. Transmite tranquilidad y da la sensación de protección.

Negro: ausencia de luz. Representa el silencio, el infinito, misterio.

Blanco: el más puro de todos los colores. Es la presencia de luz, bondad, pureza, optimismo.

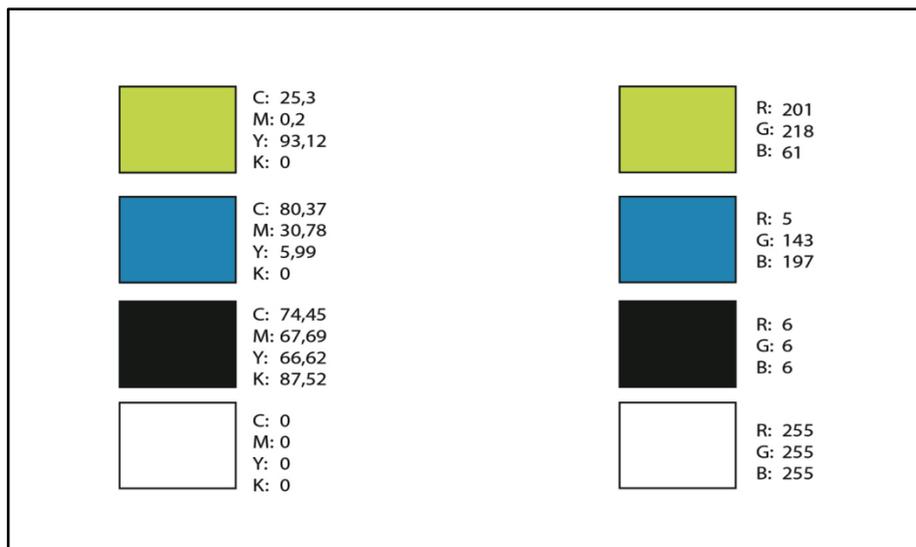


Ilustración 3-13: Colorimetría

3.8 PAQUETE GRÁFICO

El paquete gráfico de un programa de televisión se lo conoce también como la imagen corporativa que incluyen piezas gráficas que varían según el soporte y el formato que se vaya a aplicar.

3.8.1 BUMPER IN-OUT

El bumper es un clip animado de corta duración, el cual se usa tanto en la introducción del programa como en el cierre. En éste aparece el iconotipo y logotipo del programa y describe brevemente el contenido del mismo.

Como se indicó anteriormente, Phullay quiere divertir al público infantil y a la vez educarlo por eso se desarrolló una animación que está en constante movimiento. Inicia con el iconotipo en forma de lupa saltando en el centro de la pantalla. Un niño lo recoge y lo usa como una lupa, corriendo en un espacio en blanco en busca de elementos interesantes. Posteriormente, encuentra un agujero negro dentro de tanta blancura y salta en su interior. Éste lo lleva a la Mitad del Mundo, donde mira a su alrededor hasta que un pequeño cohete vuela a su alrededor. La curiosidad del niño lo lleva a seguir el cohete hasta que éste aterriza y toma el tamaño real de un cohete. El niño se monta y el cohete lo lleva al espacio exterior. Al llegar a la luna, el niño salta en ella y salta al espacio soltando en el trayecto la lupa que forma el nombre del programa.



Ilustración 3-14: Logotipo del programa

A continuación se describe el proceso de creación del bumper, desde bocetos del storyboard hasta la implementación final.



Ilustración 3-15: Bumper, bocetos storyboard 1



Ilustración 3-16: Bumper, bocetos storyboard 2

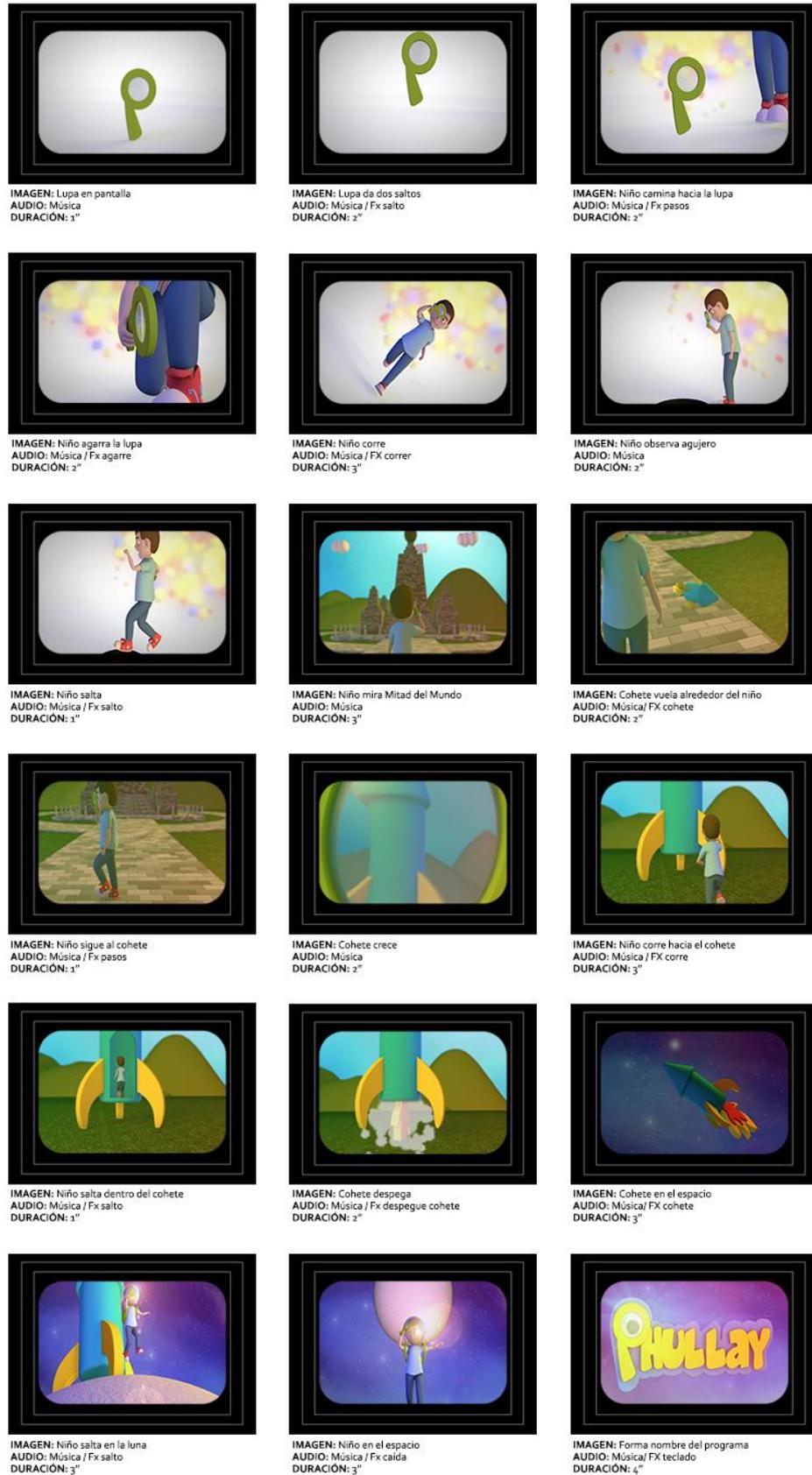


Ilustración 3-17: Bumper, storyboard digital

El bumper dura 36 segundos. Dinámico con duraciones cortas, dando así la sensación de movimiento.



Ilustración 3-18: Bumper. Lupa en la pantalla

Aparece la lupa saltando dos veces.



Ilustración 3-19: Bumper. Lupa salta

El personaje que acompaña es un niño muy curioso, ansioso de saber y conocer más. Esta curiosidad lo llevará a lugares inimaginables.



Ilustración 3-20: Bumper. Niño caminando hacia la lupa



Ilustración 3-21: Bumper. Niño sujeta la lupa



Ilustración 3-22: Bumper. Corre

El personaje se encuentra con un agujero negro que desentona dentro del lugar, deseoso de saber que es se lanza dentro de este.



Ilustración 3-23: Niño encuentra agujero



Ilustración 3-24: Bumper. Salta dentro del agujero

El niño llega al monumento de la Mitad del mundo y con su lupa mira alrededor hasta que el ruido de un pequeño cohete llama su atención.



Ilustración 3-25: Bumper. Niño mira la mitad del mundo



Ilustración 3-26: Bumper. Cohete vuela alrededor del niño

Al ver que el cohete no se detiene, lo sigue para saber a dónde se dirige.



Ilustración 3-27: Bumper. Persigue al cohete

Cuando lo ve crecer, no lo duda, corre directo al cohete y salta dentro.



Ilustración 3-28: Bumper. Mira crecer el cohete



Ilustración 3-29: Bumper. Niño corre hacia el cohete



Ilustración 3-30: Bumper. Entra al cohete



Ilustración 3-31: Bumper. Cohete despegar

El cohete, atravesando el espacio exterior, se dirige a la luna. Cuando llega, el niño salta en ella y luego cae al espacio soltando la lupa. Posterior a esto, se forma el nombre del programa.



Ilustración 3-32 Bumper. Cruza el espacio



Ilustración 3-33: Bumper. Niño salta en la luna



Ilustración 3-34: Bumper. Salta al espacio



Ilustración 3-35: Bumper. Se forma logotipo

3.8.2 SIN FIN

Sin fin es el nombre que se le da a la pieza gráfica que está en constante animación, es decir, un *loop*. Se lo ubica en el plasma que forma parte de la escenografía. Phullay cuenta con dos: un ojo en constante movimiento y el logotipo en movimiento.



Ilustración 3-36: Sin fin. Boceto ilustrado. Logotipo

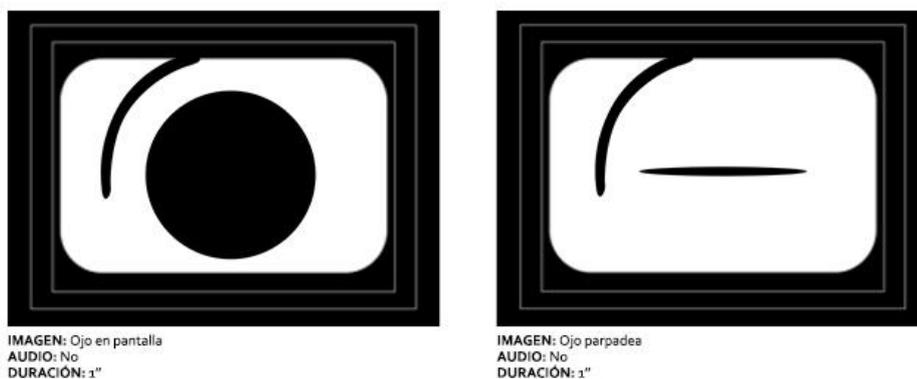


Ilustración 3-37: Sin fin. Boceto ilustrado. Ojo de lupa

3.8.3 SEGMENTOS

Son animaciones que se dividirán de acuerdo a las secciones del programa, con respecto a tipo de información que se desarrolla.

El contenido de “Phullay” está dividido en seis segmentos: Cuenta cuentos, Explorando, Ciencia al día, Aprendiendo el oficio, Hazlo tú mismo y, el último

de ellos, un programa "enlatado". La animación del segmento dura 10 segundos, pasando directamente de estudio a corte.

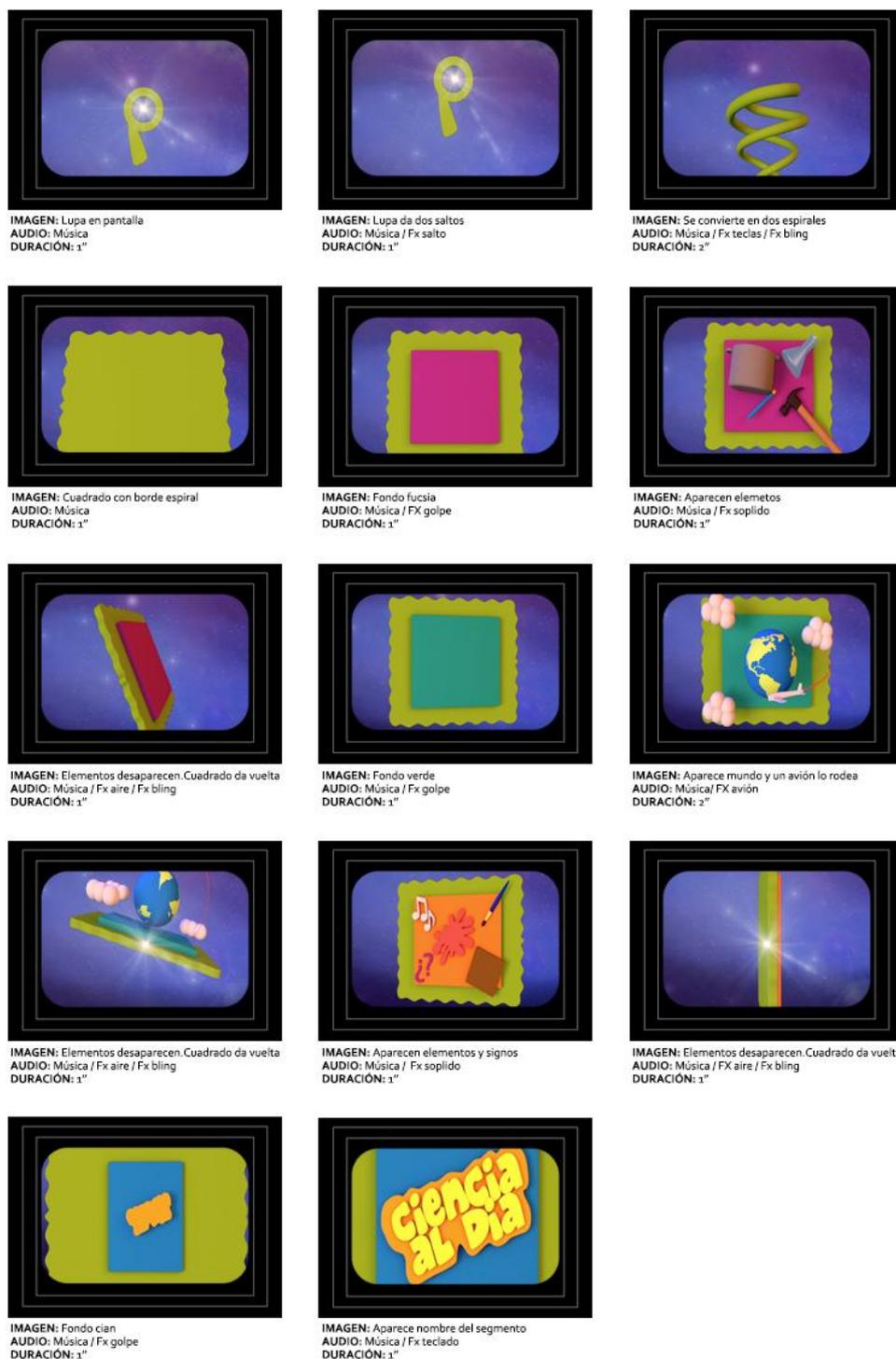


Ilustración 3-38: Segmentos. Boceto ilustrado.

Siguiendo la misma línea del bumper, la animación de los segmentos inician con la lupa en la pantalla, santando, pero esta vez no la sujeta el niño sino que

se deforma en un espiral que, posterior a eso, se forma en un cuadrado con líneas espirales.



Ilustración 3-39: Segmentos. Lupa.



Ilustración 3-40: Segmentos. Lupa salta.



Ilustración 3-41: Segmentos. Lupa se transforma en espiral



Ilustración 3-42: Segmentos. Espiral se transforma en un cuadrado.

Dentro de este cuadrado con líneas espirales, aparece otro de un color distinto y de éste último salen elementos de los distintos segmentos: hojas, signos

musicales, de interrogación, lápices, pinceles, etc. Por cada vuelta que se dé, dentro aparecerán otros cuadrados, todos de colores distintos al anterior.



Ilustración 3-43: Segmentos. Dentro aparece cuadrado magenta



Ilustración 3-44: Segmentos. Aparecen elementos



Ilustración 3-45: Segmentos. Cuadrado se voltea.



Ilustración 3-46: Segmentos. Aparece cuadrado verde.



Ilustración 3-47: Segmentos. Aparecen nubes, mundo y un avión que lo rodea volando



Ilustración 3-48: Segmentos. Cuadrado se voltea



Ilustración 3-49: Segmentos. Dentro aparecen más elementos y signos



Ilustración 3-50: Segmentos. Cuadrado se voltea

Para finalizar la animación el cuadrado crece, ocupando toda la pantalla y formando el nombre del segmento.



Ilustración 3-51: Segmentos. Aparece cuadrado cian



Ilustración 3-52: Segmentos. Se forma nombre del segmento

Los segmentos restantes, mantienen la misma animación y solo cambian los nombres de los mismos.



Ilustración 3-53: Segmentos. Aprendiendo el Oficio



Ilustración 3-54: Segmentos. Cuenta Cuentos



Ilustración 3-55: Segmentos. Explorando



Ilustración 3-56: Segmentos. Hazlo Tú mismo

3.8.4 SOBREIMPOSICIONES

Es una pieza en donde aparece información, tales como: nombre del presentador, oficio, redes sociales, materiales, presentación de materiales, etc.

3.8.4.1 LOWER THIRD

El Lower third es una pieza gráfica realizada en posproducción para que el espectador pueda verla. Es animada para que no pase desapercibida, debe contrastar con el fondo pero, así mismo, no debe ser tan llamativa.

En ésta se pone información como nombre del presentador, invitados, lugares, etc.



IMAGEN: Lupa en pantalla saltando con cuadro espacial desde la izquierda
AUDIO: No
DURACIÓN: 1"



IMAGEN: Lupa en pantalla saltando con cuadro espacial desde la izquierda
AUDIO: No
DURACIÓN: 1"



IMAGEN: Texto aparece poco a poco
AUDIO: No
DURACIÓN: 1"



IMAGEN: Texto sigue apareciendo y la lupa sale de pantalla saltando
AUDIO: No
DURACIÓN: 1"



IMAGEN: Texto
AUDIO: No
DURACIÓN: 6"



IMAGEN: Texto y cuadro espacial desaparecen de izquierda a derecha
AUDIO: No
DURACIÓN: 1"

Ilustración 3-57: Lower Third. Boceto ilustrado

La animación empieza con el *iconotipo* del programa saltando desde el lado izquierdo de la pantalla seguido de una franja con el fondo espacial. A medida

que la lupa avanza, lo hace la franja. Aparece el texto informativo, la lupa desaparece por el lado derecho. Este texto permanece el tiempo necesario para ser leído.

Al final el escrito y la franja desaparecen por el lado derecho de la pantalla, al igual que la lupa.



Ilustración 3-58: Lower Third. Inicio. Lupa saltando



Ilustración 3-59: Lower Third. Lupa saltando seguida de estela espacial



Ilustración 3-60: Lower Third. Letra aparece poco a poco



Ilustración 3-61: Lower Third. Lupa desaparece del lado derecho



Ilustración 3-62: Lower Third. Texto en pantalla

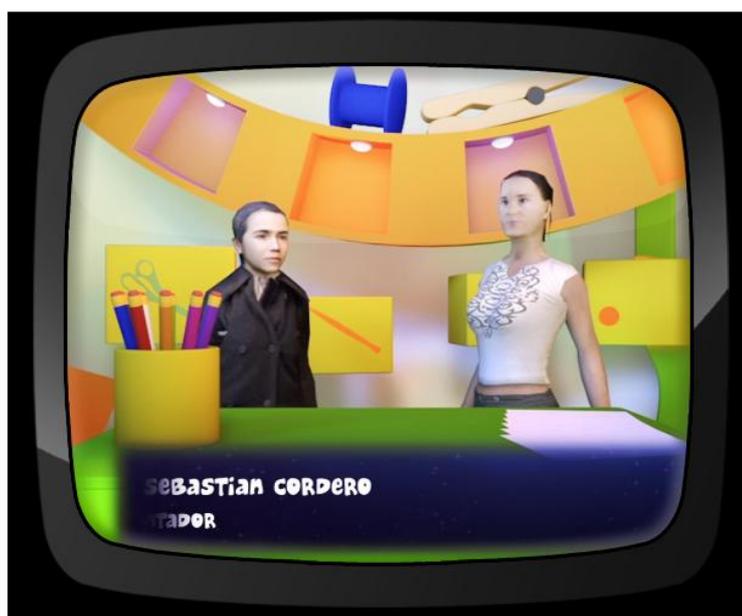


Ilustración 3-63: Lower Third. Texto y estela desaparecen

3.8.5 AL VOLVER

Es una animación que mostrará información de lo que está a punto de desarrollarse que da paso hacia el corte comercial. Pensado para mantener al espectador conectado al programa.



IMAGEN: Espacio.
AUDIO: Música
DURACIÓN: 0,5"



IMAGEN: Pequeños cuadro
AUDIO: Música
DURACIÓN: 0,5"

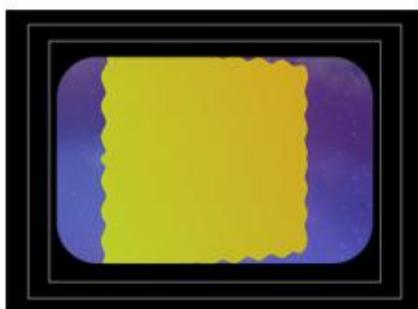


IMAGEN: Cuadro verde se acercan a la pantalla
AUDIO: Música
DURACIÓN: 0,5"



IMAGEN: Aparece video en el centro y el logotipo
AUDIO: Música / Voz en off
DURACIÓN: 1"



IMAGEN: Video en pantalla.
AUDIO: Música / Voz en off
DURACIÓN: Lo que requiera en pantalla



IMAGEN: Aparece al volver en la parte superior izquierda
AUDIO: Música / Voz en off
DURACIÓN: 0,5" (palabra "al volver")



IMAGEN: Video en pantalla
AUDIO: FX aire
DURACIÓN: Lo que requiera en pantalla

Ilustración 3-64: Al volver. Boceto ilustrado



Ilustración 3-65: Al volver. Inicio. Espacio



Ilustración 3-66: Al volver. Pequeño cuadrado



Ilustración 3-67: Al volver. Cuadrado centrado



Ilustración 3-68: Al volver. Imagen en el centro, logotipo en la parte inferior derecha



Ilustración 3-69: Al volver. Logotipo termina animación



Ilustración 3-70: Al volver. Al volver en la parte superior izquierda



Ilustración 3-71: Al volver. En pantalla.

3.8.6 MATERIALES

Es una pantalla animada que presentará en orden los materiales a utilizar para la realización de las manualidades o del experimento.

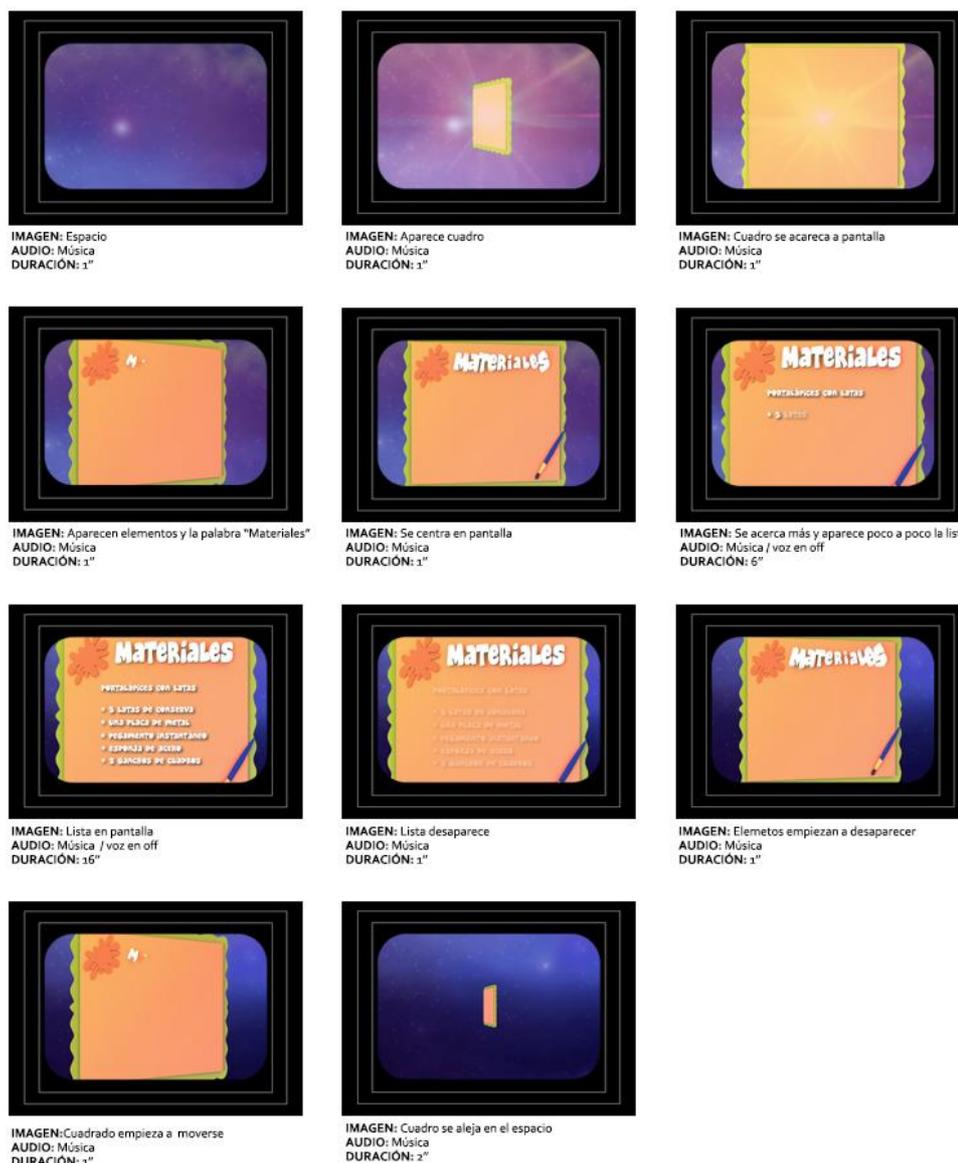


Ilustración 3-72: Materiales. Boceto Ilustrado

Esta pieza puede estar en pantalla el tiempo que requiera, dependiendo de cuan larga sea la lista de objetos a usar.



Ilustración 3-73: Materiales. Inicio. Espacio.



Ilustración 3-74: Materiales. Cuadrado.



Ilustración 3-75: Materiales. Cuadrado. Centrado en pantalla.



Ilustración 3-76: Materiales. Aparece mancha de pintura y la palabra "Materiales"



Ilustración 3-77: Materiales. Aparece pincel.



Ilustración 3-78: Materiales. Manualidad a realizar y lista.



Ilustración 3-79: Materiales. Lista en pantalla.



Ilustración 3-80: Materiales. Desaparece texto.



Ilustración 3-81: Materiales. Cuadro se mueve.



Ilustración 3-82: Materiales. Desaparece texto y elementos.



Ilustración 3-83: Materiales. Cuadro se aleja.



Ilustración 3-84: Materiales. Fin. Espacio

3.8.7 ANTI-ZAPPING

Durante los comerciales, los telespectadores tienden a cambiar de canal. A esto se lo llama “zapping” que proviene de la palabra inglesa “zap”.

Esta acción es un riesgo ya que el programa pierde rating, por eso esta pieza audiovisual busca atraer la atención del espectador.

A manera de segmento, esta pieza tiene el nombre de “¿Sabías que...?” en la cual se utilizan imágenes y audio para describir datos importantes, curiosos y a su vez educativos.



IMAGEN: Espacio.
AUDIO: Música
DURACIÓN: 0,5"



IMAGEN: Se forma "¿Sabías que...?"
AUDIO: Música
DURACIÓN: 0,5"



IMAGEN: "¿Sabías que...?" en pantalla
AUDIO: Música
DURACIÓN: 2"



IMAGEN: Cuadro en el espacio
AUDIO: Música / Voz en off
DURACIÓN: 1"



IMAGEN: Cuadro en el centro de la pantalla
AUDIO: Música
DURACIÓN: 1"

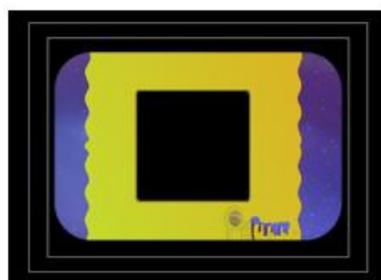


IMAGEN: Video en el centro. Logotipo en la parte inferior.
AUDIO: Música
DURACIÓN: 0,5"



IMAGEN: Video en pantalla
AUDIO: Música / Voz en off
DURACIÓN: 1 o que requiera en pantalla

Ilustración 3-85: Anti-zapping. Boceto ilustrado

Empieza con la frase "¿Sabías que...?" formándose en el espacio. Esta desaparece y, a continuación, del centro aparece un cuadrado dentro del cual estará la información. En el cuadro saldrán el logotipo del programa en la parte inferior.



Ilustración 3-86: Anti-zapping. Inicio. Texto



Ilustración 3-87: Anti-zapping. Aparece cuadrado.



Ilustración 3-88: Anti-zapping. Información



Ilustración 3-89: Anti-zapping. Cuadrado se hace pequeño y desaparece

3.8.8 MENCIONES DE AUSPICIANTES

Basado en referencias de los programas emitidos en TC Televisión se ha considerado desarrollar una pantalla de auspiciantes donde se hagan las menciones correspondientes, continuando con la línea gráfica del espacio.



IMAGEN: Espacio
AUDIO: Música / Voz en Off
DURACIÓN: 0,5"



IMAGEN: Aparece cuadro verde
AUDIO: Música / Voz en Off
DURACIÓN: 0,5"



IMAGEN: Cuadro en el centrp de la pantalla
AUDIO: Música / Voz en Off
DURACIÓN: 0,5"



IMAGEN: Aparece publicidad desde el centro y logo en la parte inferior
AUDIO: Música / Voz en Off
DURACIÓN: 0,5"



IMAGEN: Publicidad en pantalla
AUDIO: Música / Voz en Off
DURACIÓN: Lo que requiera en pantalla



IMAGEN: Pase de imágenes (o videos) hacia la izquierda
AUDIO: Música / Voz en Off
DURACIÓN: Lo que requiera en pantalla

Ilustración 3-90: Menciones Auspiciantes. Boceto Ilustrado.



Ilustración 3-91: Auspiciantes. Inicio. Espacio



Ilustración 3-92: Auspiciantes. Cuadrado.



Ilustración 3-93: Auspiciantes. Cuadrado se acerca.



Ilustración 3-94: Auspiciantes. Imagen en el centro. Logotipo en la parte inferior derecha.



Ilustración 3-95: Auspiciantes. Comercial en pantalla.



Ilustración 3-96: Auspiciantes. Publicidad se desplaza hacia la izquierda.

3.8.9 PANTALLA DIVIDIDA

Las pantallas divididas yuxtaponen dos imágenes en la misma pantalla. Es muy utilizado para presentar tomas en exteriores y de estudio a la vez. Phullay,

siendo un programa grabado previamente, usa estas pantallas divididas para mostrar interacción entre el presentador e invitado en dos partes distintas del set.

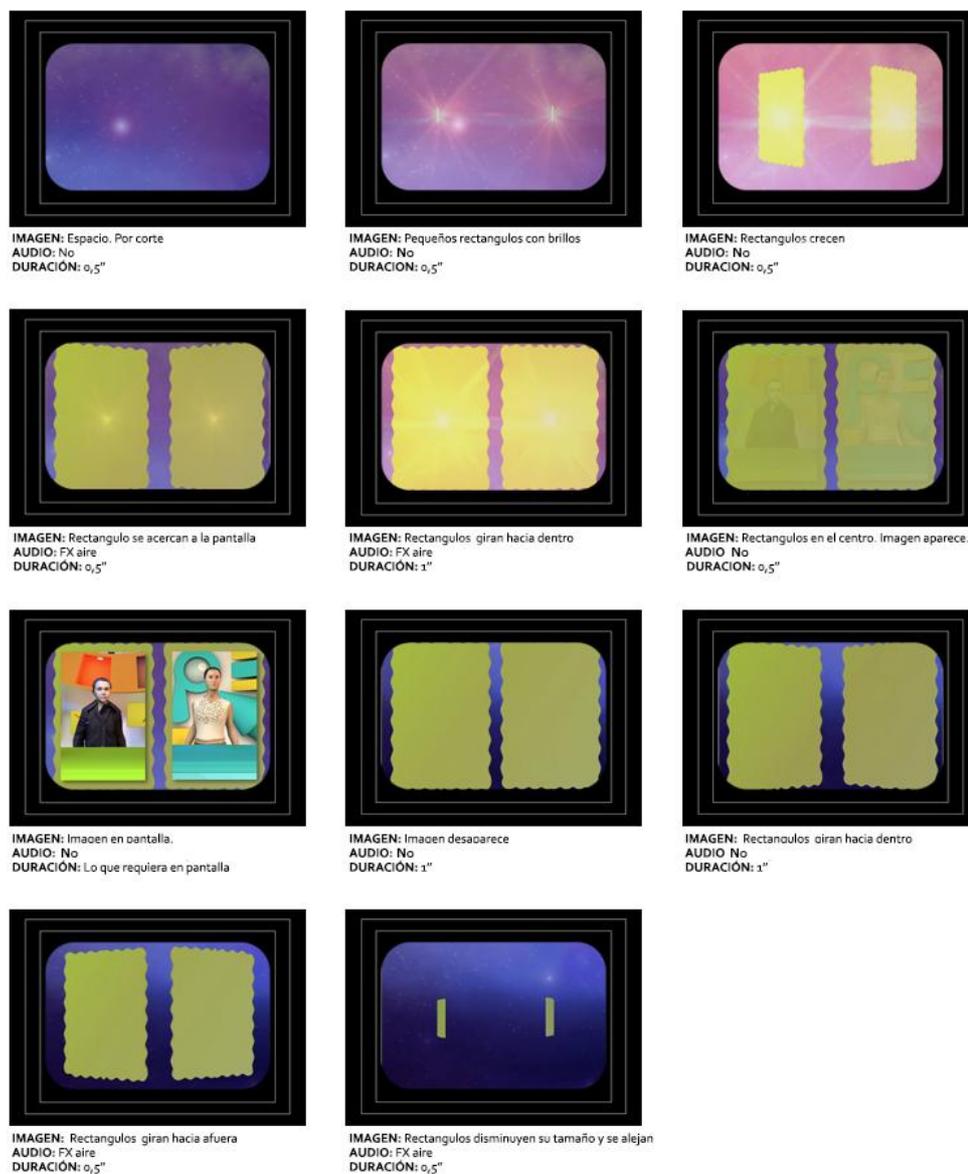


Ilustración 3-97: Pantallas divididas. Boceto ilustrado

La animación inicia con el fondo espacial, aparecen dos pequeños rectángulos que poco a poco se acercan a la pantalla hasta alcanzar cierto tamaño. Estos rectángulos se mueven hacia dentro y hacia fuera.



Ilustración 3-98: Pantallas divididas. Inicio. Espacio



Ilustración 3-99: Pantallas divididas. Inicio. Pequeños rectángulos



Ilustración 3-100: Pantallas divididas. Rectángulos crecen y giran hacia afuera



Ilustración 3-101: Pantallas divididas. Rectángulos se acercan a la pantalla girando hacia dentro



Ilustración 3-102: Pantallas divididas. Rectángulos quedan en el centro

Ambos rectángulos se estabilizan en el centro de la pantalla y poco a poco aparecen las imágenes que se desean mostrar. Estas permanecerán el tiempo que sea necesario en pantalla.

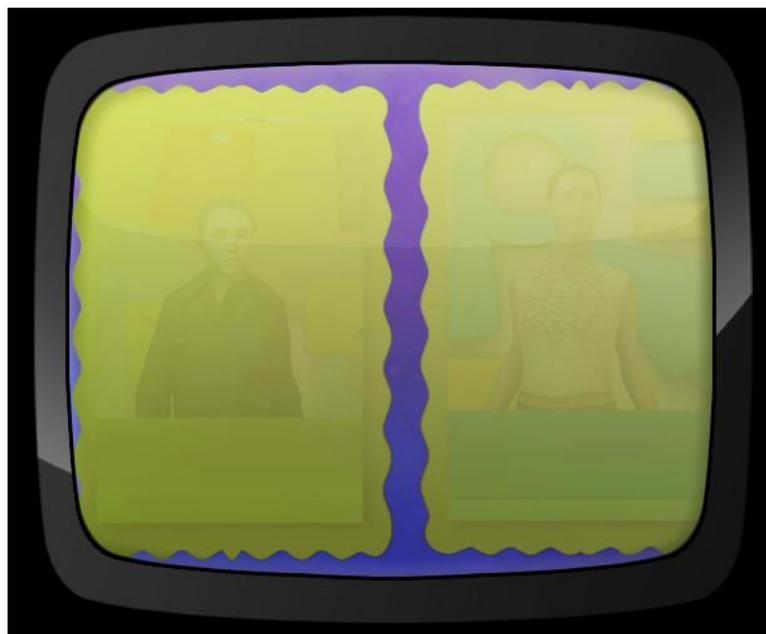


Ilustración 3-103: Pantallas divididas. Aparecen las imágenes poco a poco

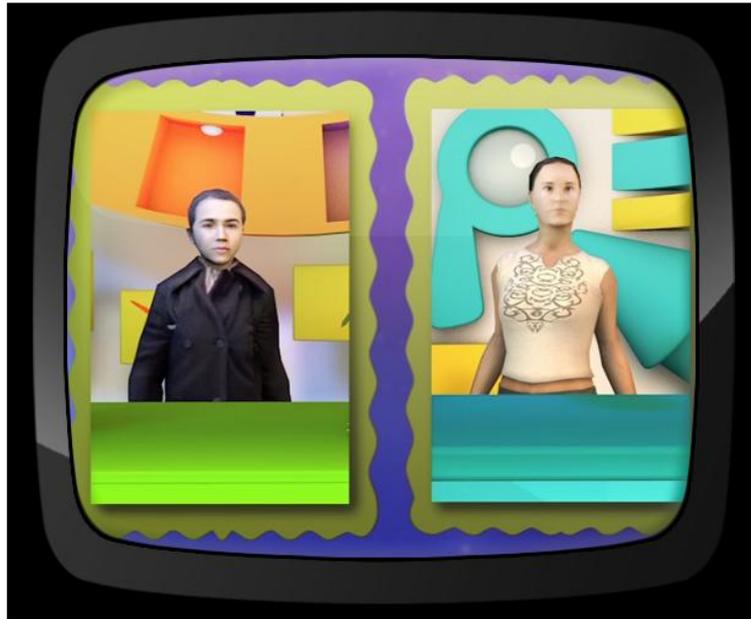


Ilustración 3-104: Pantallas divididas. Tomas en pantalla.

Al finalizar, repetirá la animación solo que al revés.



Ilustración 3-105: Pantallas divididas. Imagen desaparece



Ilustración 3-106: Pantallas divididas. Rectángulos giran hacia dentro

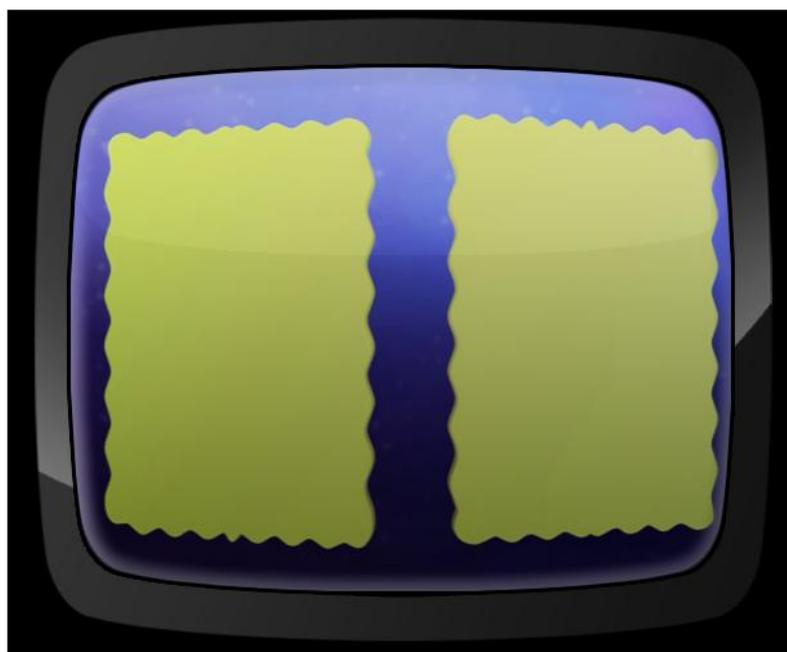


Ilustración 3-107: Pantallas divididas. Rectángulos giran hacia afuera



Ilustración 3-108: Pantallas divididas. Rectángulos disminuyen su tamaño y se alejan



CAPÍTULO IV
**ADAPTACIÓN DE LA
MARCA A MEDIOS
DIGITALES E IMPRESOS**

4 ADAPTACIÓN DE LA MARCA A MEDIO DIGITALES E IMPRESOS

4.1 INTRODUCCIÓN

“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: se desee, se pida, se exija, con mayor preferencia a otros servicios”(www.clasesdisenografico.blogspot.com)

“La marca es el nombre, término, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, asignado a un producto o a un servicio, el cual se incorpora a un soporte”
(www.mercadeogrupo.blogspot.com)

Tras el estudio de programas similares y la investigación de tendencias que se acoplen a la creación de la identidad visual del programa, el director de arte crea el concepto de la línea gráfica donde todos los elementos forman una unidad y envía un buen mensaje al *target* que va dirigido.

4.2 MEDIOS DIGITALES

Al trabajar para medios digitales como la televisión, Internet, se debe emplear el modelo de *color aditivoRGB*. El modelo *RGB* trabaja con tres colores primarios: RED (rojo), GREEN (verde) y BLUE (azul).

Una imagen utiliza estos tres colores para reproducirlo, en pantalla, hasta 16,7 millones de colores. El modo *RGB* asigna valores de intensidad a cada *pixeles* que van desde el 0 (negro) 255 (blanco).

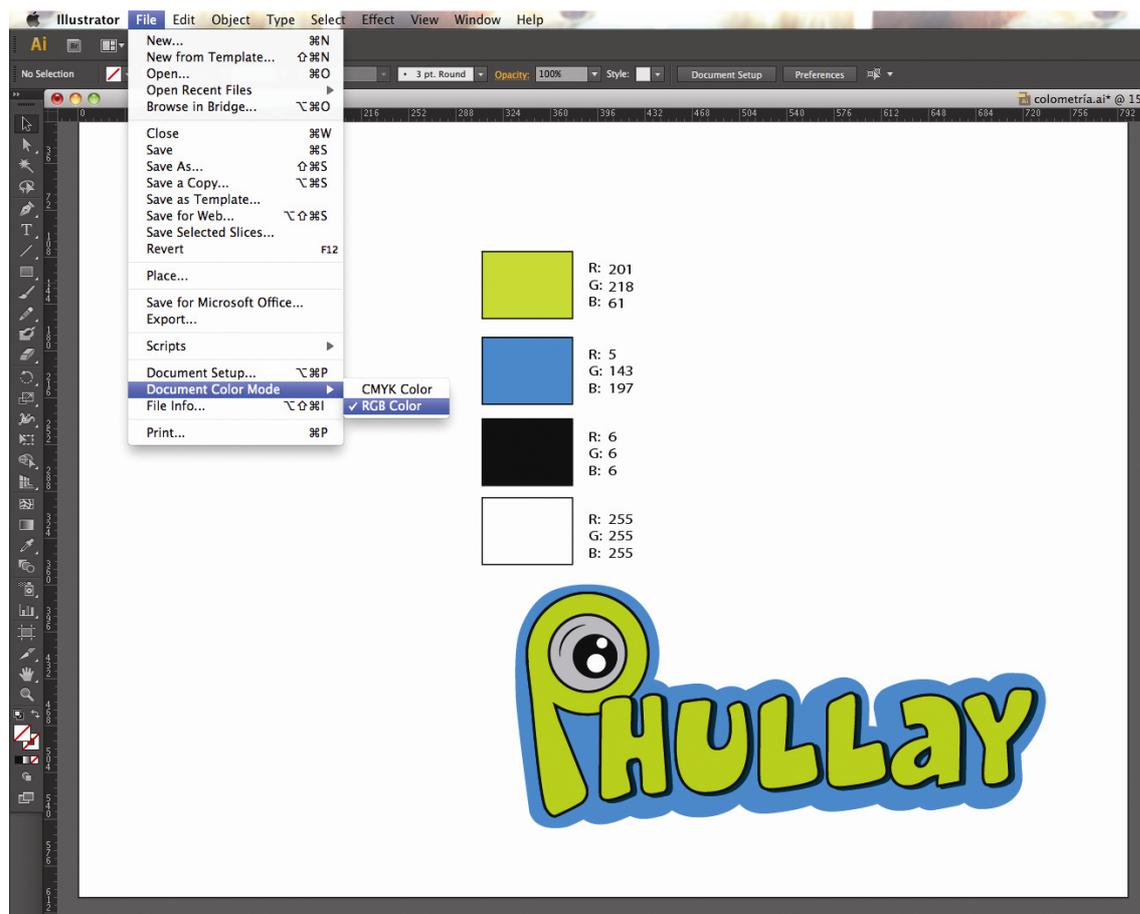


Ilustración 4-1: Trabajo de la marca modo RGB en Adobe Illustrator

4.3 MEDIOS IMPRESOS

Para medios impresos, como la papelería del programa se selecciona el modo de color *CMYK*.

Es un modo de *color substractivo*, es decir absorbe y rechaza luz de los objetos. Trabaja con las tintas *CYAN* (cian), *MAGENTA* (magenta), *YELLOW* (amarillo), *KEY* o *BLACK* (negro).

El uso de estas cuatro tintas en conjunto genera un buen resultado y mayor contraste.

En imágenes, el color blanco se genera siempre y cuando los cuatro componentes tengan valores de 0 %. *CMYK* es un modelo de color estándar, pero suele variar el rango de colores representados debido a las condiciones de impresión.



Ilustración 4-2: Trabajo de la marca modo CMYK en Adobe Illustrator

4.4 DESARROLLO DE LA MARCA EN 3D

Teniendo en cuenta que se tiene la marca en 2D del programa, el siguiente paso es importarla al *software* de modelado 3D, efectos especiales y animación.

En dicho *software* se procede a establecer la marca en 3D con su textura, efectos, luces y movimientos respectivos que se deseen presentar en el programa.

En caso de “Phullay” se implementó lo anterior, tanto en el *iconotipo* como en el *isotipo*, obteniendo así un resultado adaptable para la implementación de la línea gráfica.

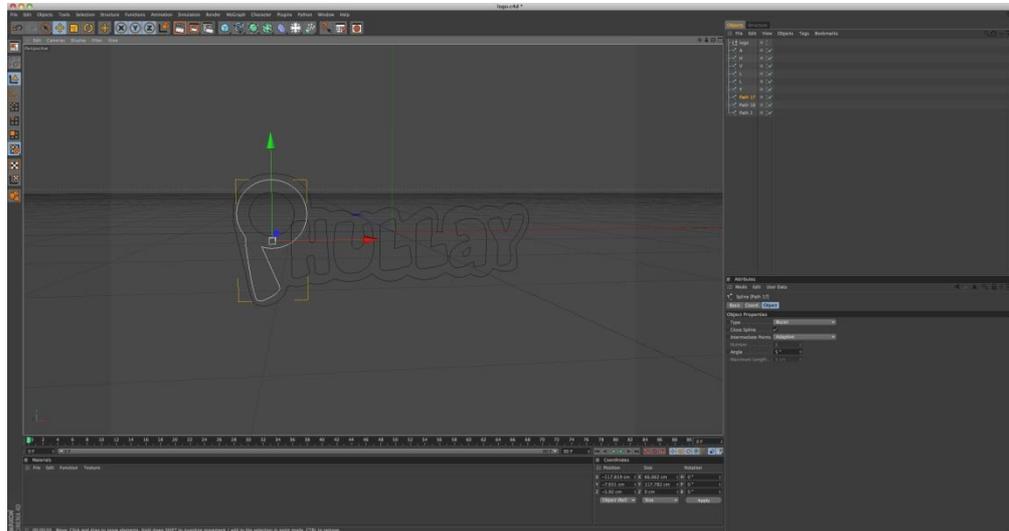


Ilustración 4-3: Levantamiento de la marca en 3D



Ilustración 4-4: Marca en 3D



CAPÍTULO V
IMPLEMENTACIÓN DE
LA LÍNEA GRÁFICA

5 IMPLEMENTACIÓN DE LA LÍNEA GRÁFICA

5.1 CONTENIDO

A continuación se describirán los requisitos en *software* a usarse para la implementación de la línea gráfica de programa.

Los programas a utilizar son *Adobe After Effects* y *Cinema 4D* donde se realizará la *posproducción* del espacio televisivo.

5.2 MARCA EN 2D

Después de un gran proceso de creación para “Phullay” se procedió al desarrollo de la marca en *2D*.



Ilustración 5-1: Boceto de “Phullay”

5.3 PROCESO DE UNA IMAGEN DE 2D A 3D

Una vez definido el logotipo se quita el color y el stroke y se deja solo en líneas.

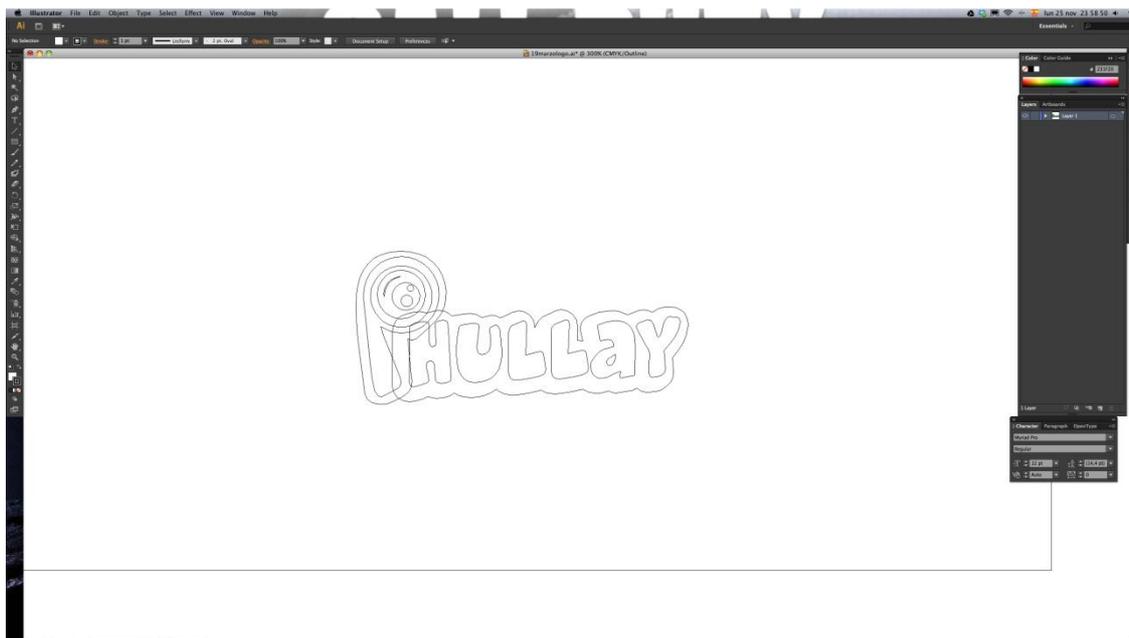


Ilustración 5-2: Realización de la línea gráfica en 2d. Illustrator

Se lo guarda, para esto dirigirse a file save as colocar nombre para luego guardar.

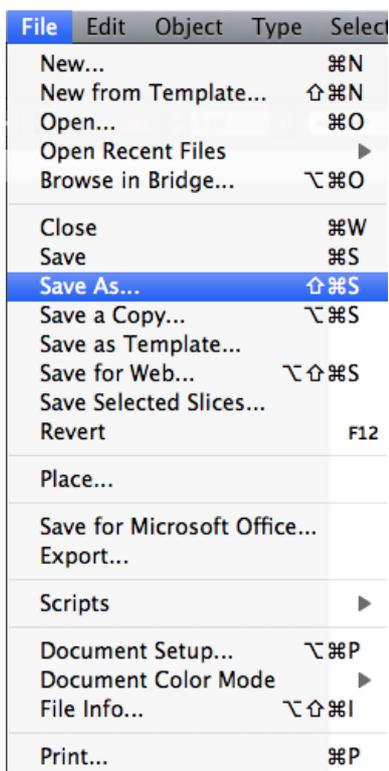


Ilustración 5-3: Realización de la línea gráfica en 2d. Illustrator. Guardar

Aparecerá una ventana donde se podrá escoger la versión de illustrator que deseemos. Ahí se señalará Illustrator 8.

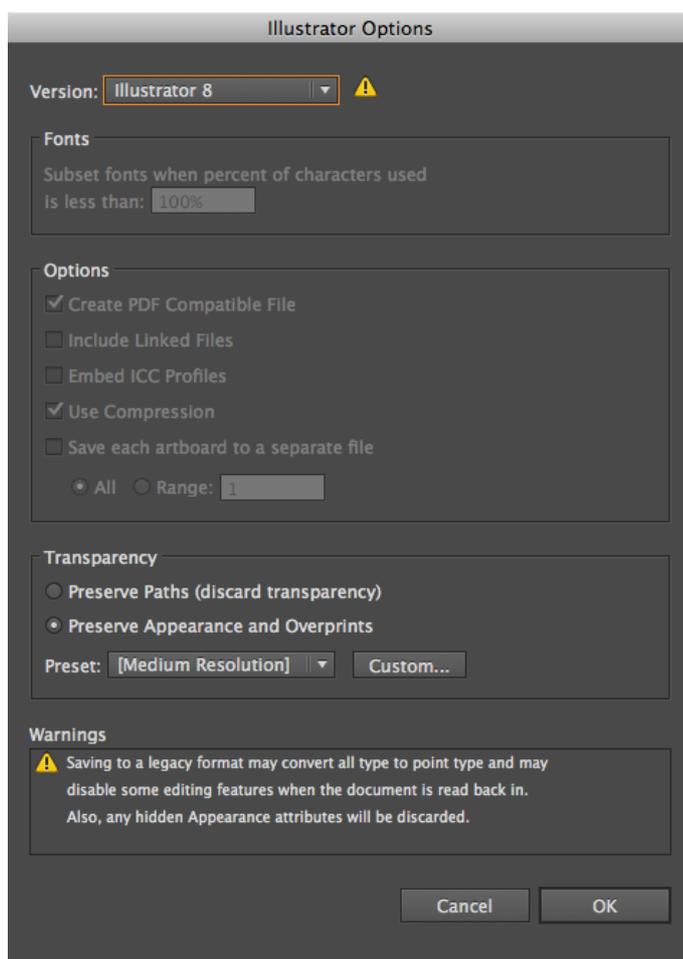


Ilustración 5-4: Realización de la línea gráfica en 2d. Illustrator. Illustrator 8

Abriendo el cinema 4d dirigirse a file open y se seleccionar el archivo de Illustrator 8. Dar click en abrir.

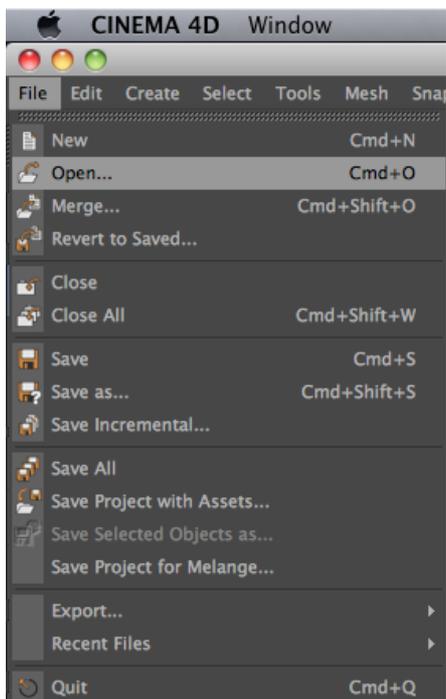


Ilustración 5-5: Realización de la línea gráfica en 2d. Cinema 4d

En la siguiente ventana no se realiza nada, se deja todo como esta y dar click en ok.

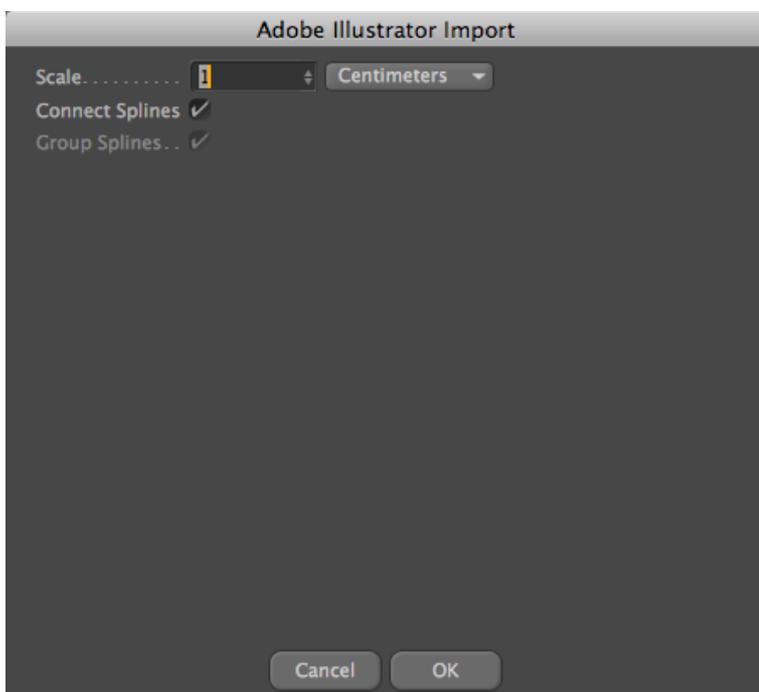


Ilustración 5-6: Realización de la línea gráfica en 2d. Cinema 4d. Importar

Aparecerán las líneas del logotipo vectorizado lista para extruir.

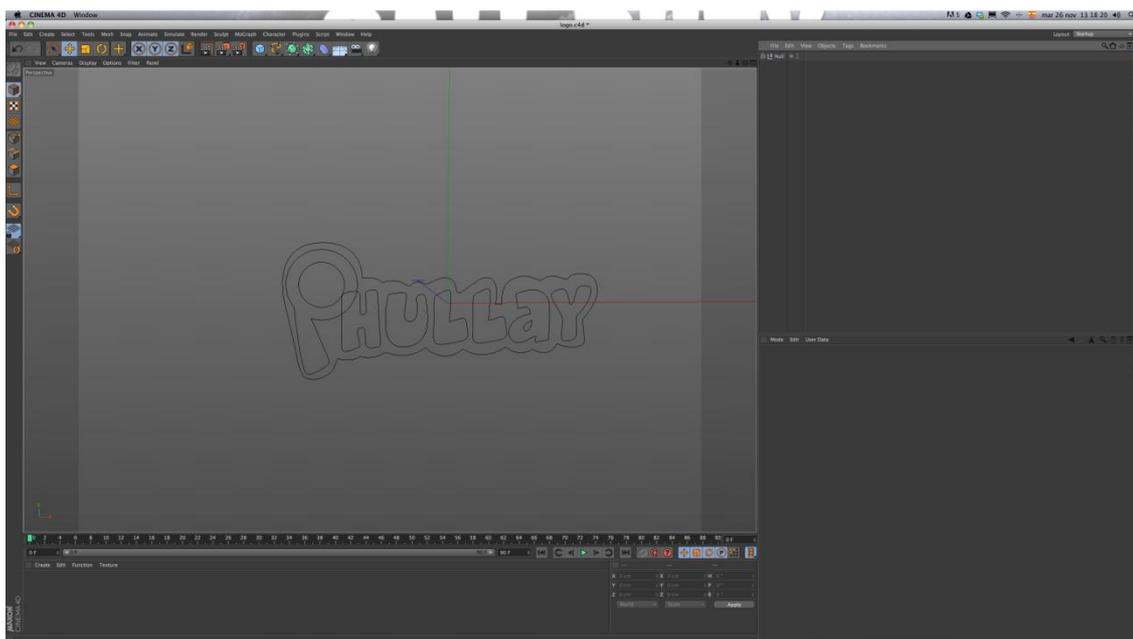


Ilustración 5-7: Realización de la línea gráfica en 2d. Cinema 4d. Logotipo

5.4 RENDER Y EXPORTACIONES

5.4.1 BUMPER IN-OUT

Para realizar el bumper primero se debe modelar al personaje en cinema 4d, luego texturizarlo; se realizan pruebas de iluminación y el respectivo rig del personaje. Además modele y texturice los escenarios.

Una vez finalizada esta fase, debe anima el personaje según el storyboard.



Ilustración 5-8: Implementación “Bumper”. Cinema 4d

Terminada la animación configure el render en NTSC exportándolo en secuencia de imágenes .PSD, con canal alpha para luego montar los fondos ilustrados en el After Effects

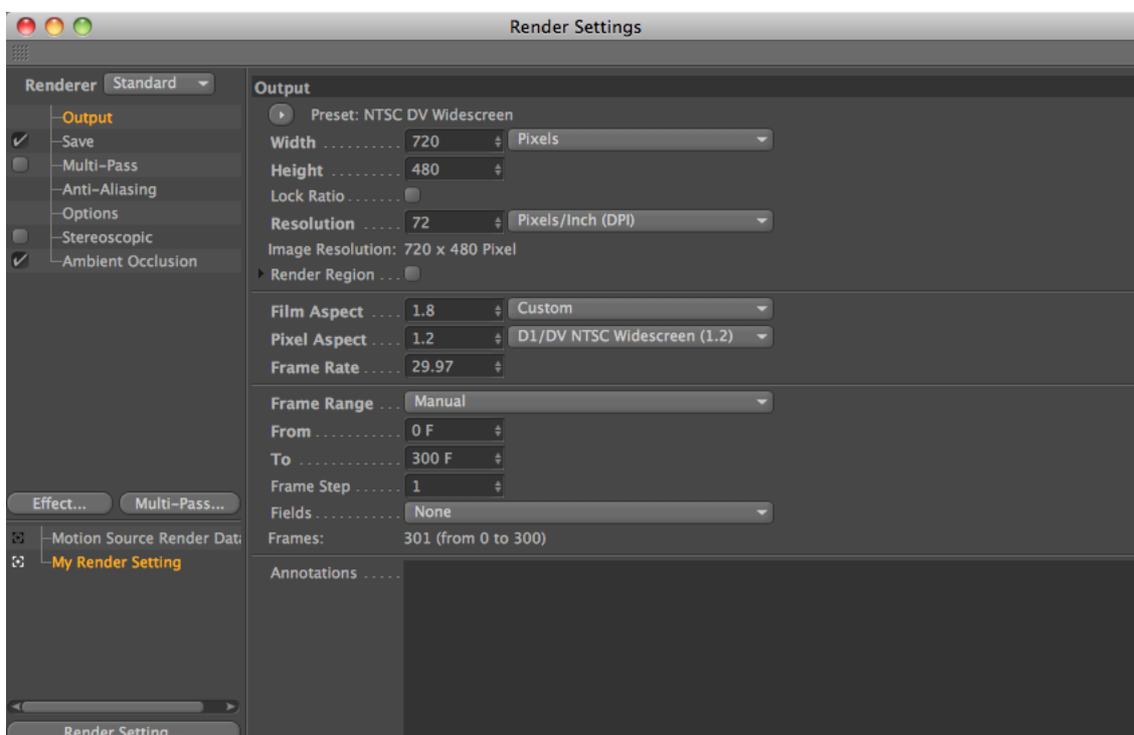


Ilustración 5-9: Implementación “Bumper”. Cinema 4d. Render Settings

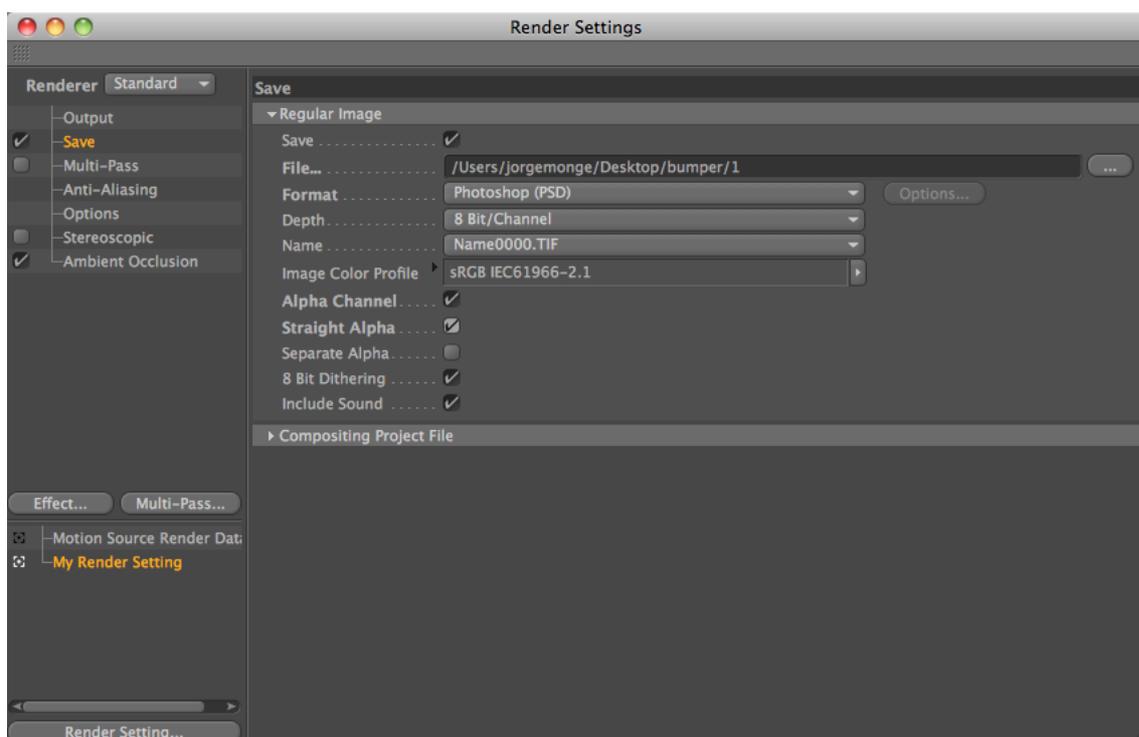


Ilustración 5-10: Implementación “Bumper”. Cinema 4d. Render Settings

Terminado el render llevar todas las secuencias de imágenes al After Effects, donde debe unir todo. Posteriormente, colocar los fondos ya ilustrados, corregir el color, brillo y contraste, además del Optical Flares

En algunas partes del bumper puede ser necesario renderizar por capas desde el cinema 4d para que en el After Effects se pueda usar el desenfoco de campo.



Ilustración 5-11: Implementación “Bumper”. After Effects

Una vez terminada la composición en After Effects exporte el video. Dirigirse a menú composition y darle click en la opción render queue.

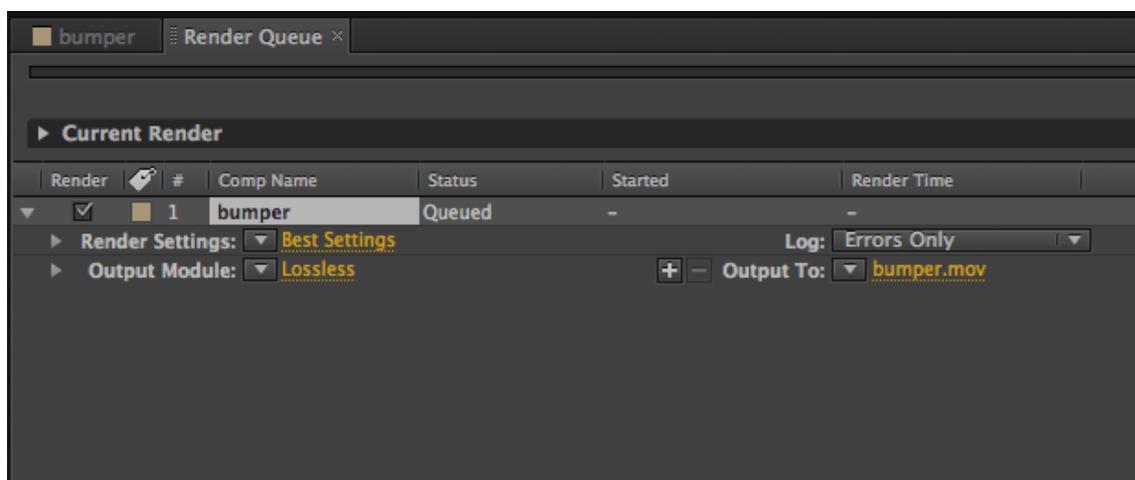


Ilustración 5-12: Implementación “Bumper”. After Effects. Render Queue

En la opción lossless configurar el formato del video, en format dejar Quicktime y en format options escoger la opción H.264.

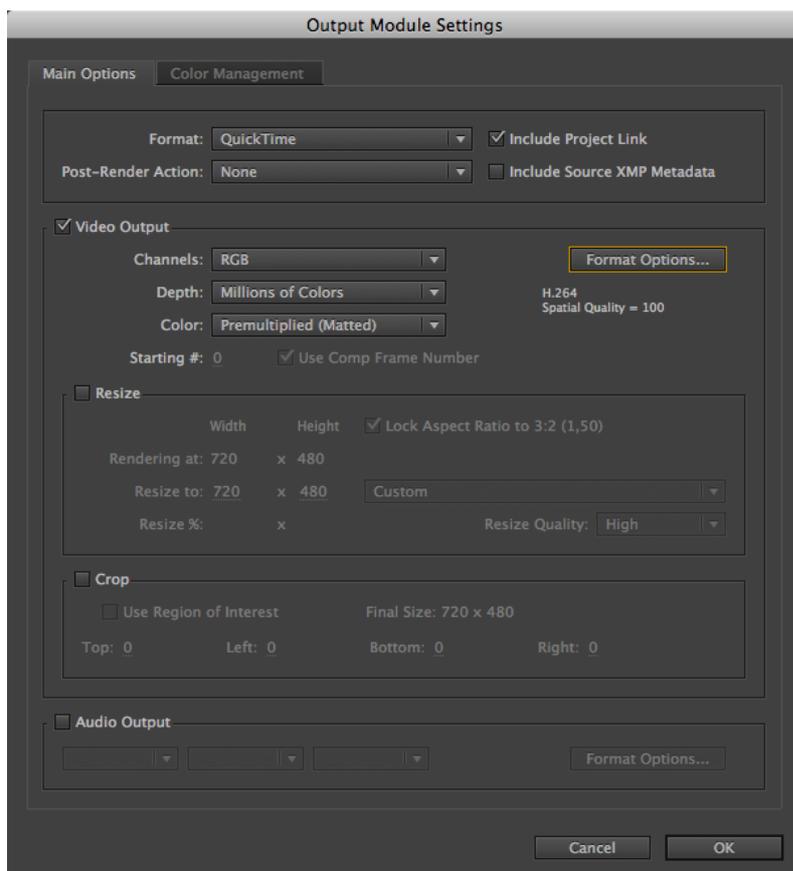


Ilustración 5-13: Implementación “Bumper”. After Effects. Output Module Settings

5.4.2 SIN FIN

Para realizar el “sin fin” utilizar el logo animándolo en Cinema 4d de tal manera que al invertirlo en After Effects se no se visualice el corte y la animación quede fluida.

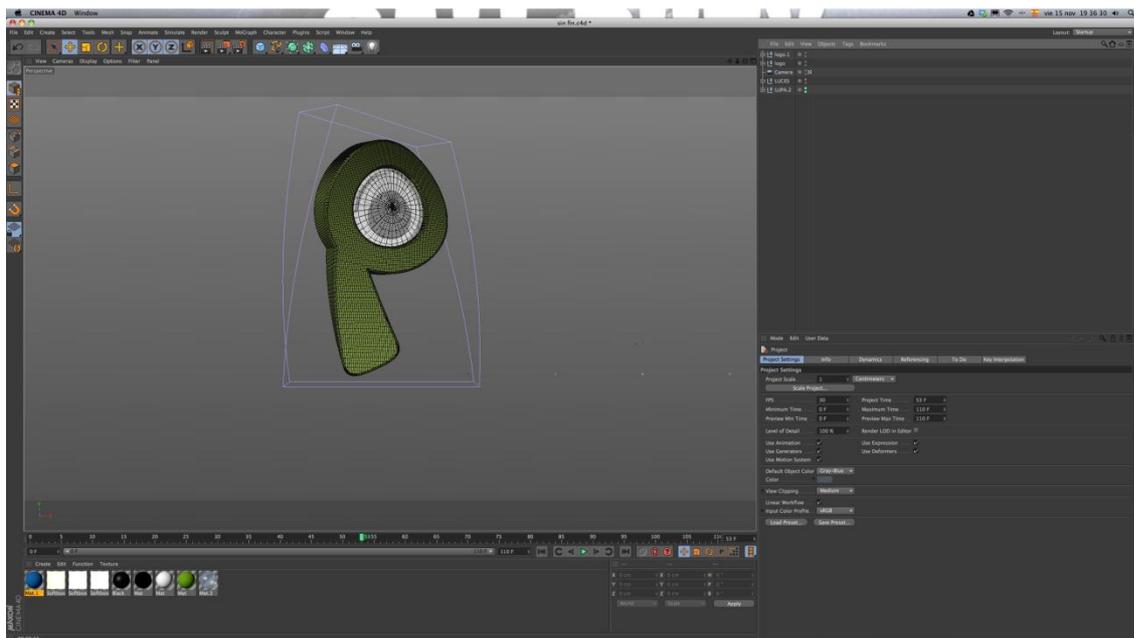


Ilustración 5-14: Implementación “Sin Fin”. Cinema 4d

Una vez terminada la animación debe configurar el render en NTSC y exportarlo en secuencia de imágenes .PSD con canal alpha para luego montar los fondos ilustrados en After Effects.

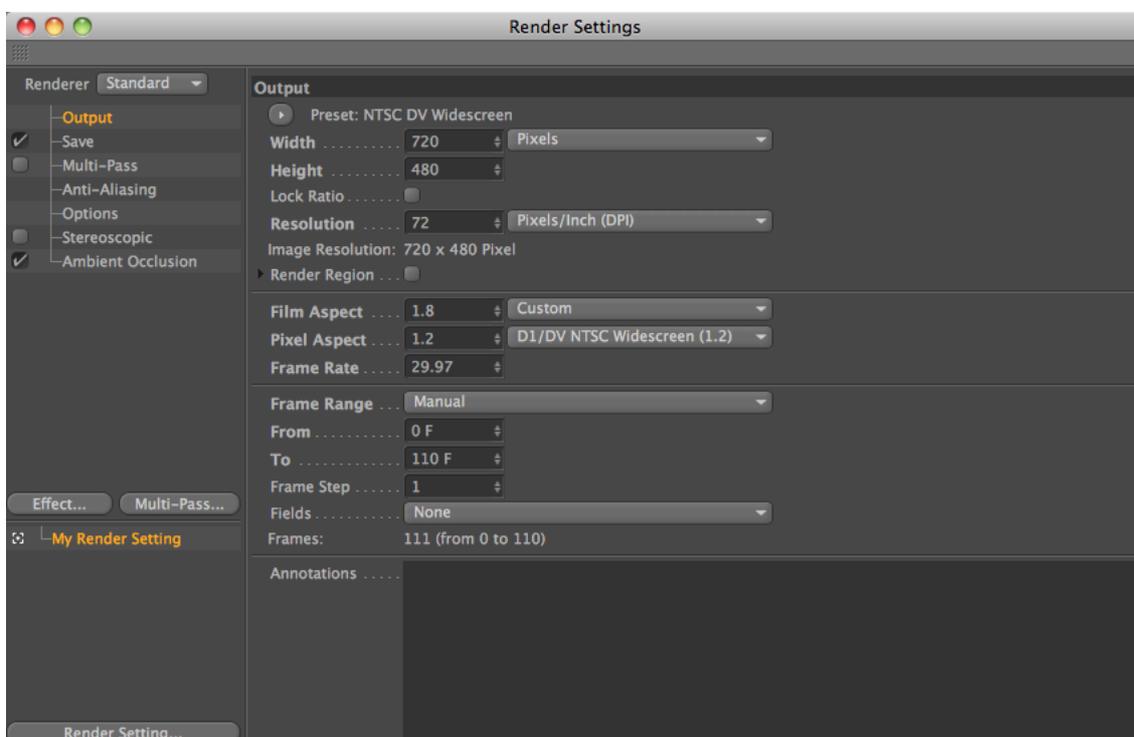


Ilustración 5-15: Implementación “Sin Fin”. Cinema 4d. Render Settings

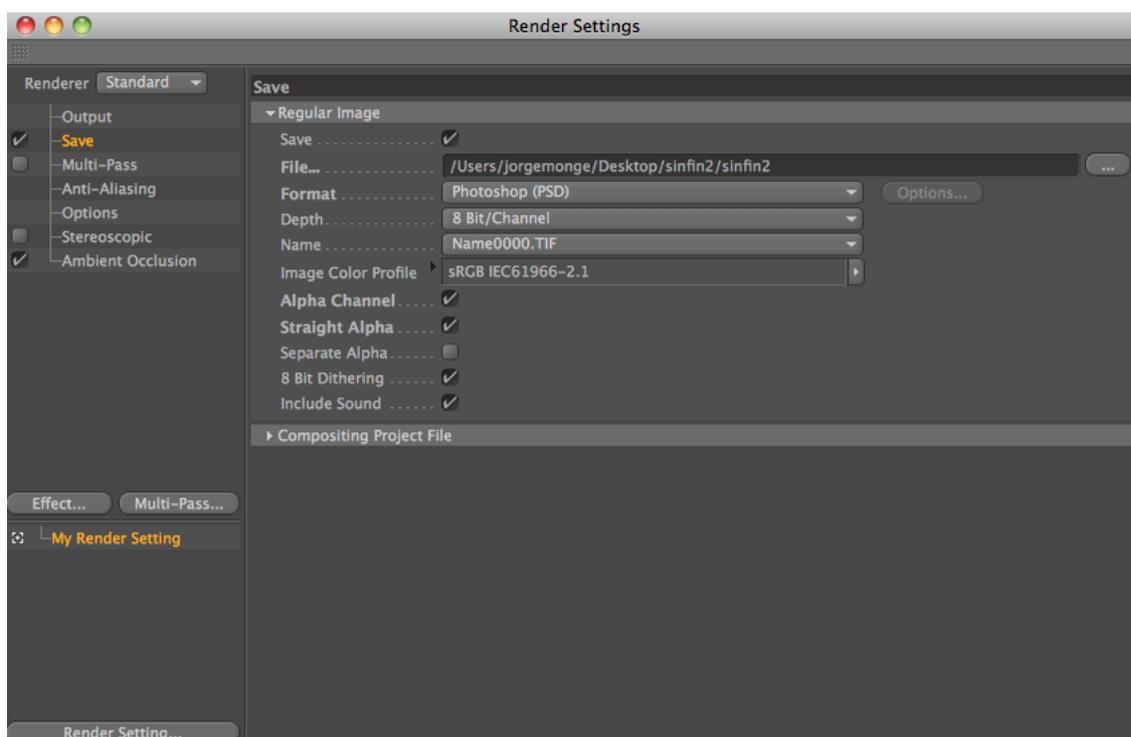


Ilustración 5-16: Implementación “Sin Fin”. Cinema 4d. Render Settings 2

Terminado el render llevar las secuencias de imágenes al After Effects uniéndose todo. Luego colocar los fondos ya ilustrados, hacer el loop del video y agregar efectos de corrección de color, brillo y contraste, además de lens flare.



Ilustración 5-17: Implementación “Sin Fin”. After Effects

Una vez concluida la composición en After Effects exportar el video, para luego dirigirse a menú composition y dar click en la opción render queue.

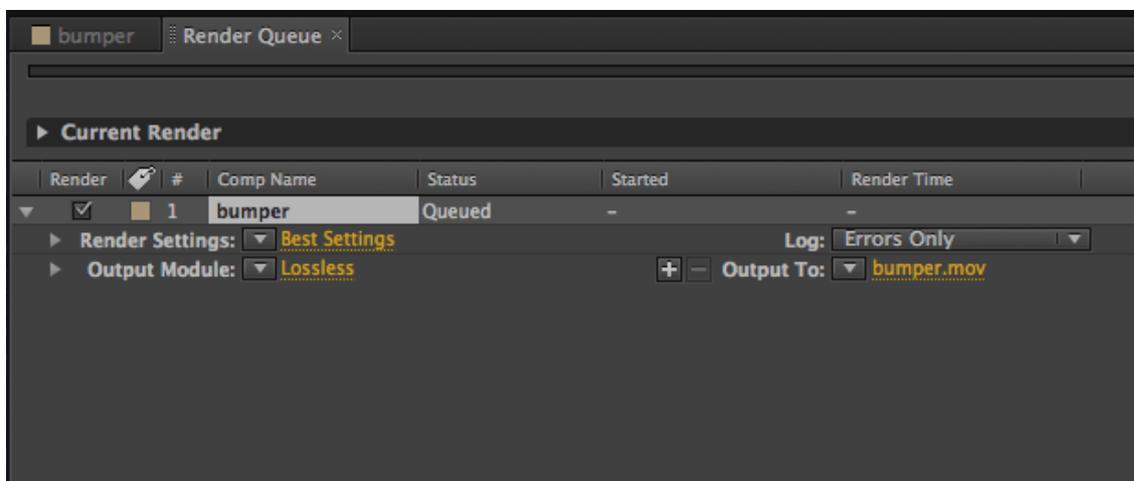


Ilustración 5-18: Implementación “Sin Fin”. After Effects. Render Queue

En lossless configurar el formato del video, en format dejarlo como Quicktime y en format opciones escoger la opción H.264.

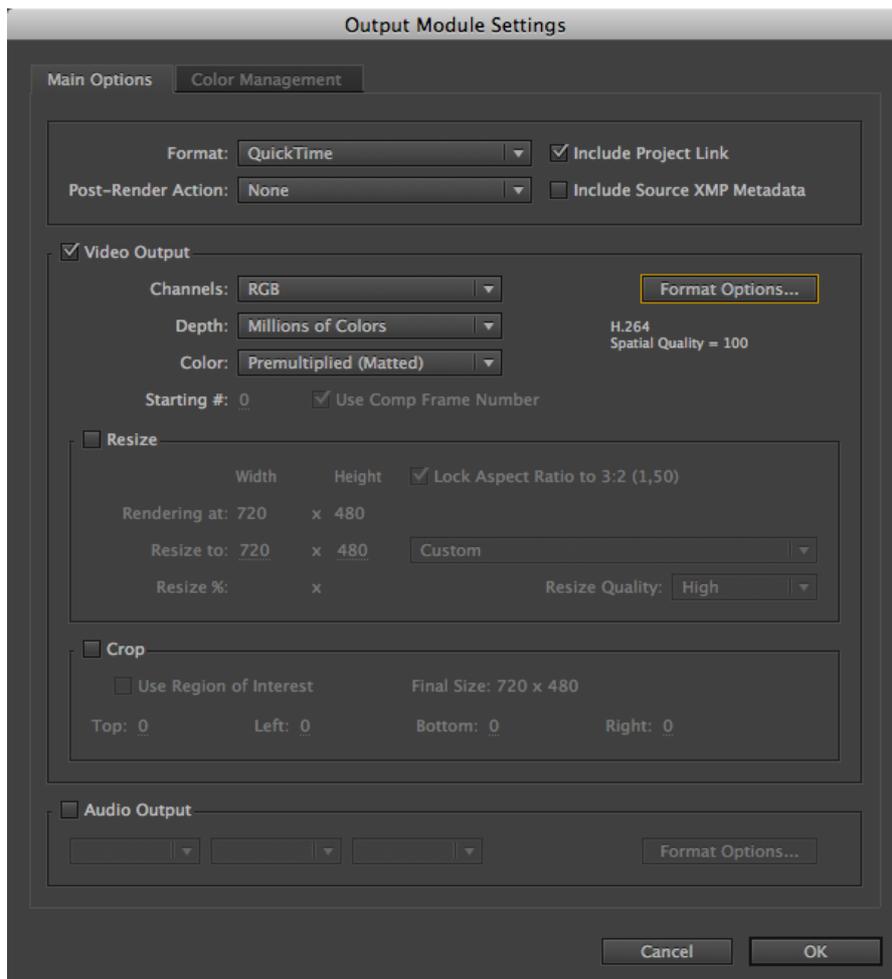


Ilustración 5-19: Implementación “Sin Fin”. After Effects. Output Module Settings

5.4.3 SEGMENTOS

Para la creación de cada segmento debe iniciar modelando y texturizando. Utilizar la misma iluminación ya antes tratada en el bumper para animar. Se usan algunos key frames y efectos del Cinema para dar un toque de rebote en las animaciones.

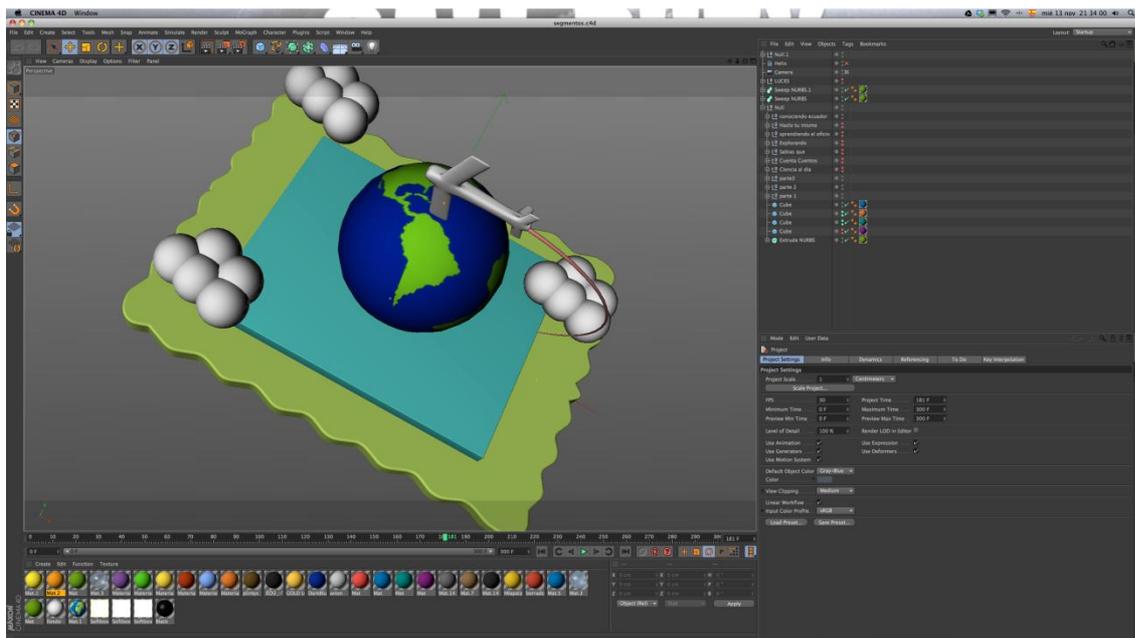


Ilustración 5-20: Implementación “Segmentos”. Cinema 4d

Para cada segmento debe utilizar la misma animación, reemplazando los últimos frames donde aparece el nombre del segmento.



Ilustración 5-21: Implementación “Segmentos”. Cinema 4d

Una vez completada la animación debe dirigirse a configuraciones del Render estableciendo el formato NTSC y guardándolo como secuencia de imágenes en formato PSD con canal alpha para luego agregar el fondo ilustrado.

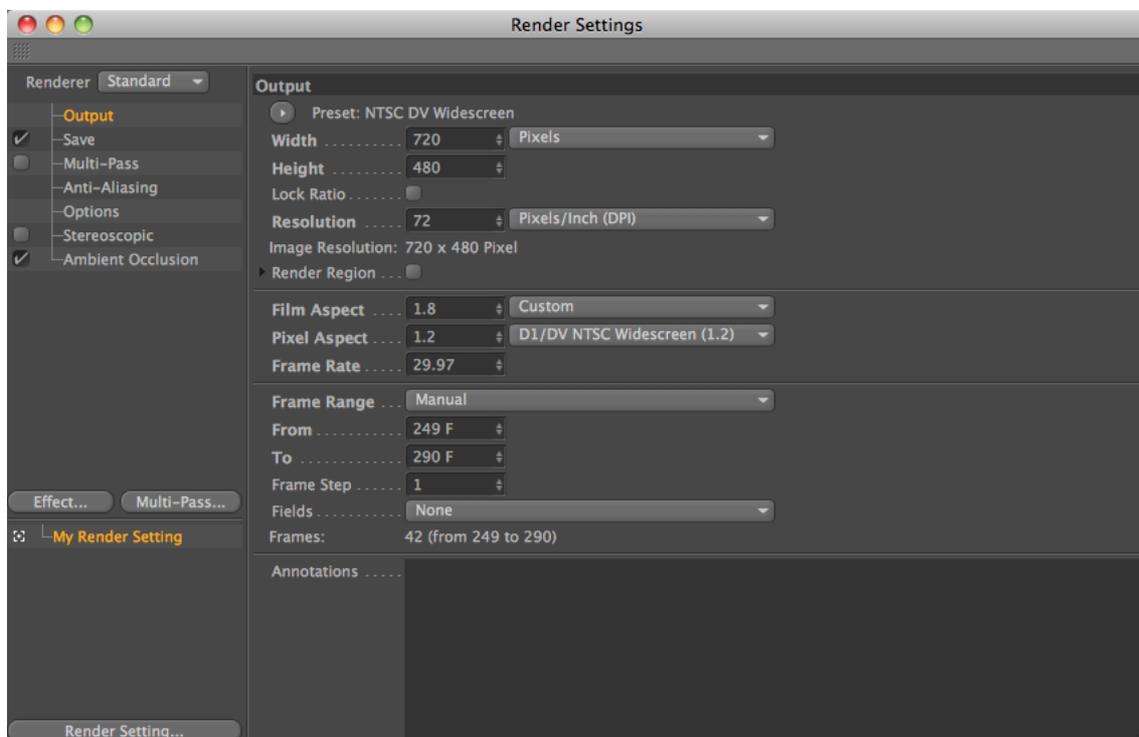


Ilustración 5-22: Implementación “Segmentos”. Cinema 4d. Render Settings

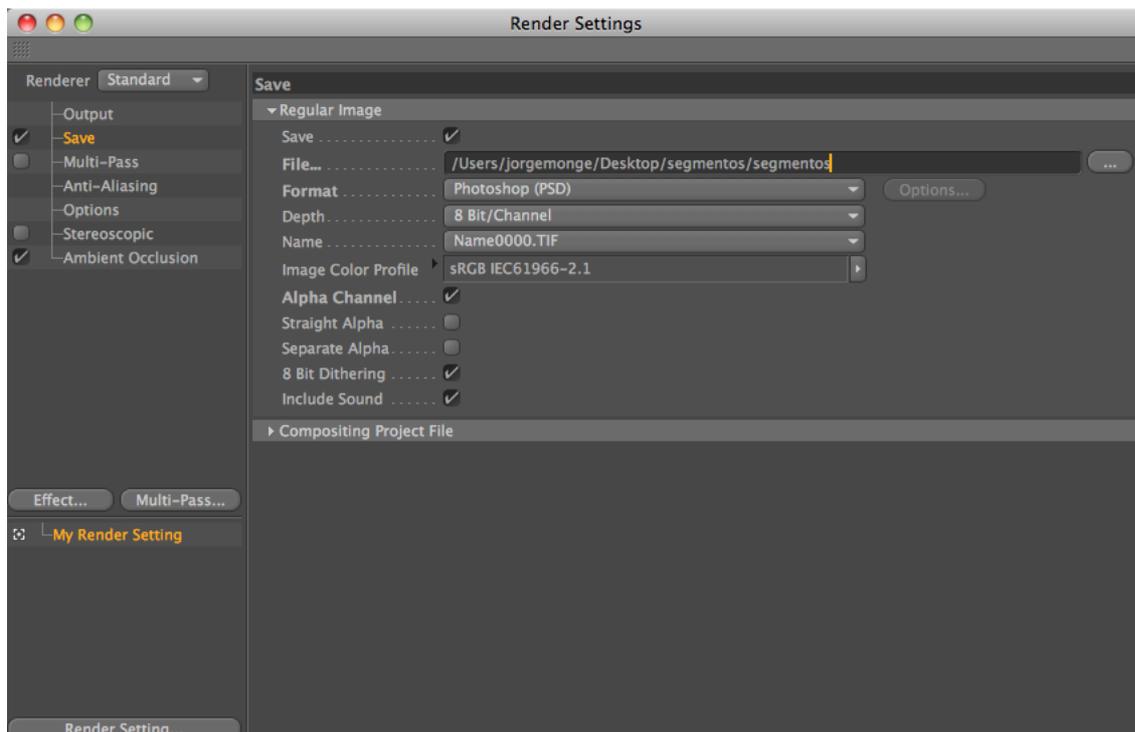


Ilustración 5-23: Implementación “Segmentos”. Cinema 4d. Render Settings 2

Una vez obtenida toda la secuencia de imágenes de los segmentos en PSD, debe dirigirse a After Effects uniéndose en una secuencia de imágenes en PSD con el fondo ilustrado y añade efectos de brillo y contraste, corrección de color y optical flares.

Se realiza esto para cada uno de los segmentos del programa.



Ilustración 5-24: Implementación “Segmentos”. After Effects

Cuando se termina la composición en After Effects debe exportar el video. En el menú composition dar click en la opción de Render Queue.

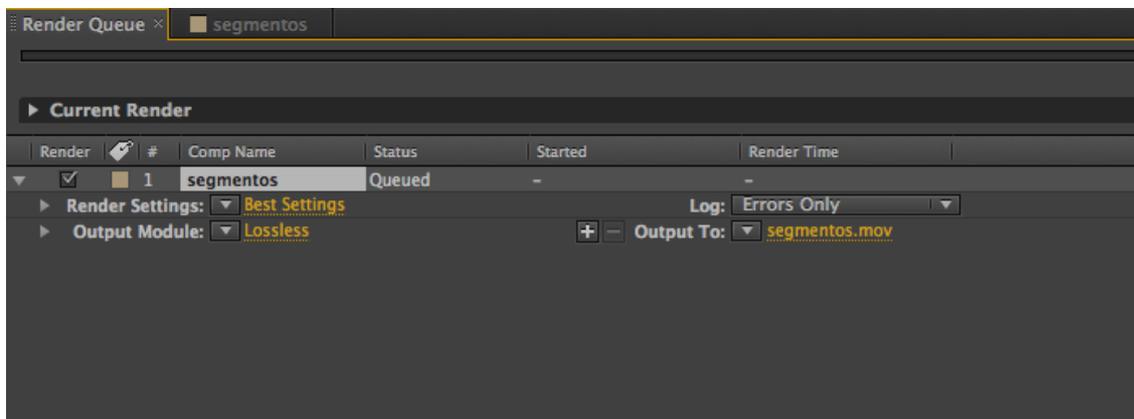


Ilustración 5-25: Implementación “Segmentos”. After Effects. Render Queue

En lossless configure el formato del video dejándolo en Quicktime, en Format Options escoger la opción H.264.

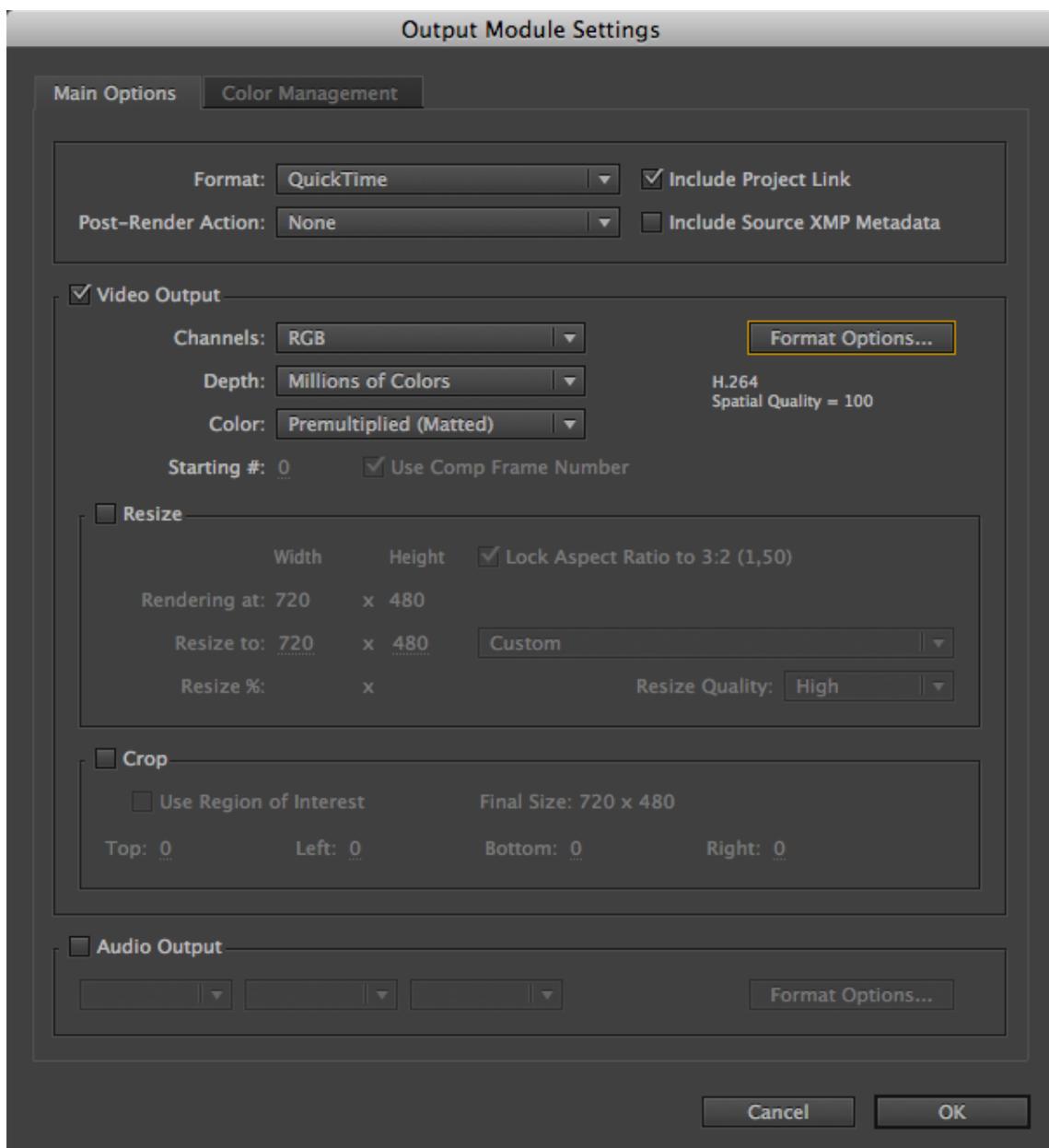


Ilustración 5-26: Implementación “Segmentos”. After Effects. Render Queue. Output Module Settings

5.4.4 SOBREIMPOSICIONES LOWER THIRD

Para elaborar las claquetas, utilizar partes del bumper tales como el fondo ilustrado y la lupa que aparece al final del bumper. No debe realizar nada en Cinema 4d, solo se trabaja directamente en After Effects animando y agregando efectos como lens flare.

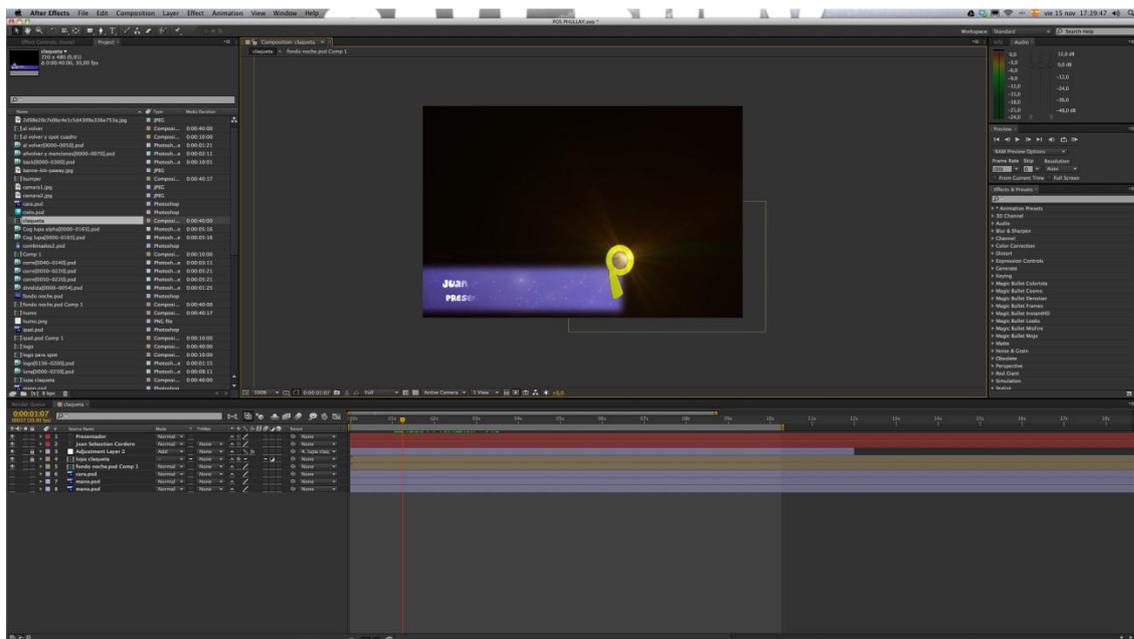


Ilustración 5-27: Implementación “Claquetas”. After Effects

Ya terminada la composición en After Effects exportar el video, dirigirse a menú composition y dar click en la opción Render Queue.

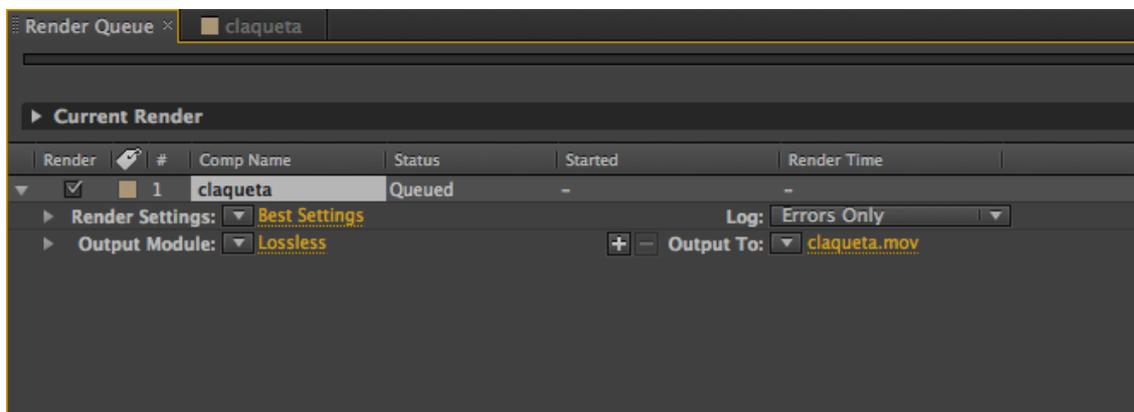


Ilustración 5-28: Implementación “Claquetas”. After Effects. Render Queue

En lossless configurar el formato del video y dejarlo como Quicktime. En Channels escoger la opción RGB + ALPHA.

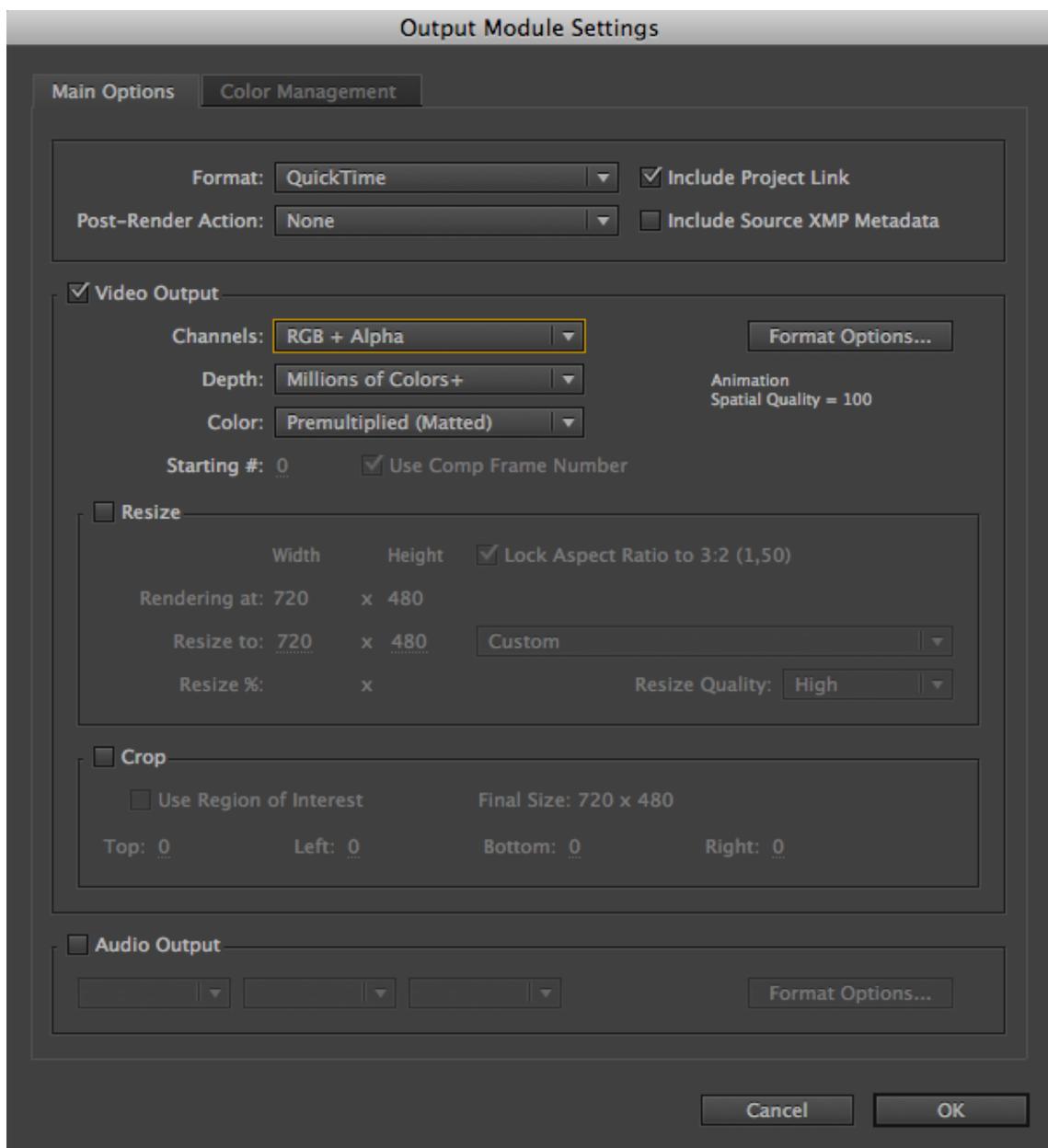


Ilustración 5-29: Implementación “Claquetas”. After Effects. Output Module Settings

5.4.5 AL VOLVER

Para realizar el video de “Al volver” debe animar por separado el marco y el texto de “Al volver”, después texturizar e iluminar.

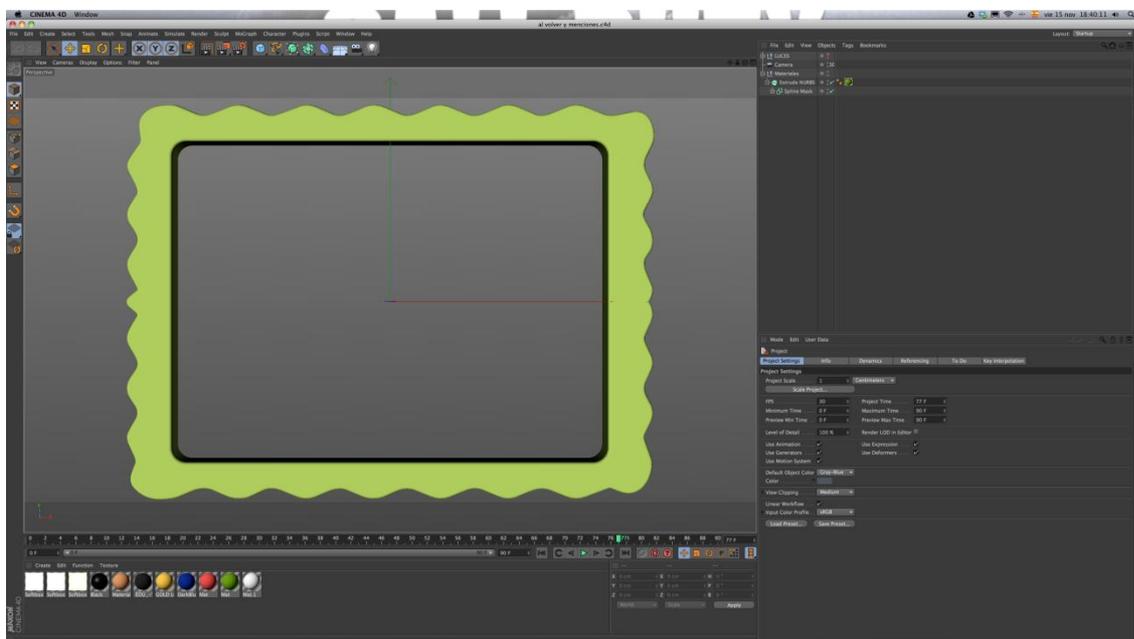


Ilustración 5-30: Implementación “Al volver”. Cinema 4d. Marco



Ilustración 5-31: Implementación “Al volver”. Cinema 4d. Texto

Al terminar la animación debe configurar el render en NTSC y exportar en secuencia de imágenes .PSD con canal alpha para posteriormente montar los fondos ilustrados en el After Effects.

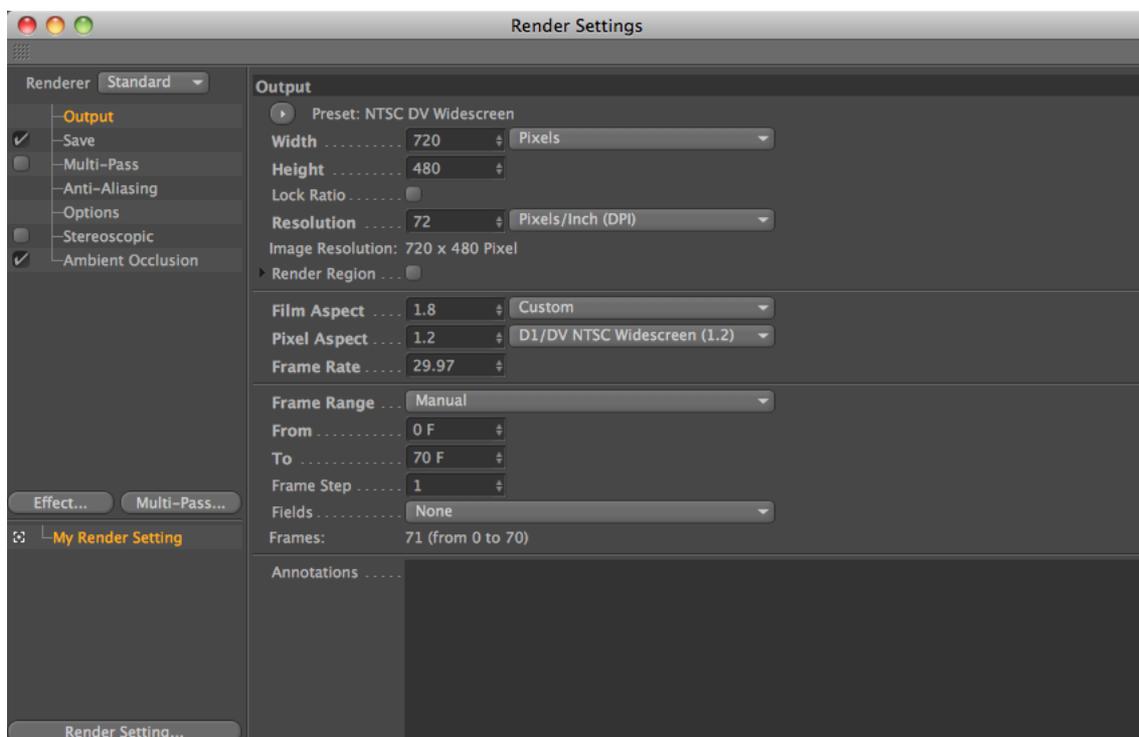


Ilustración 5-32: Implementación “Al volver”. Cinema 4d. Render Settings

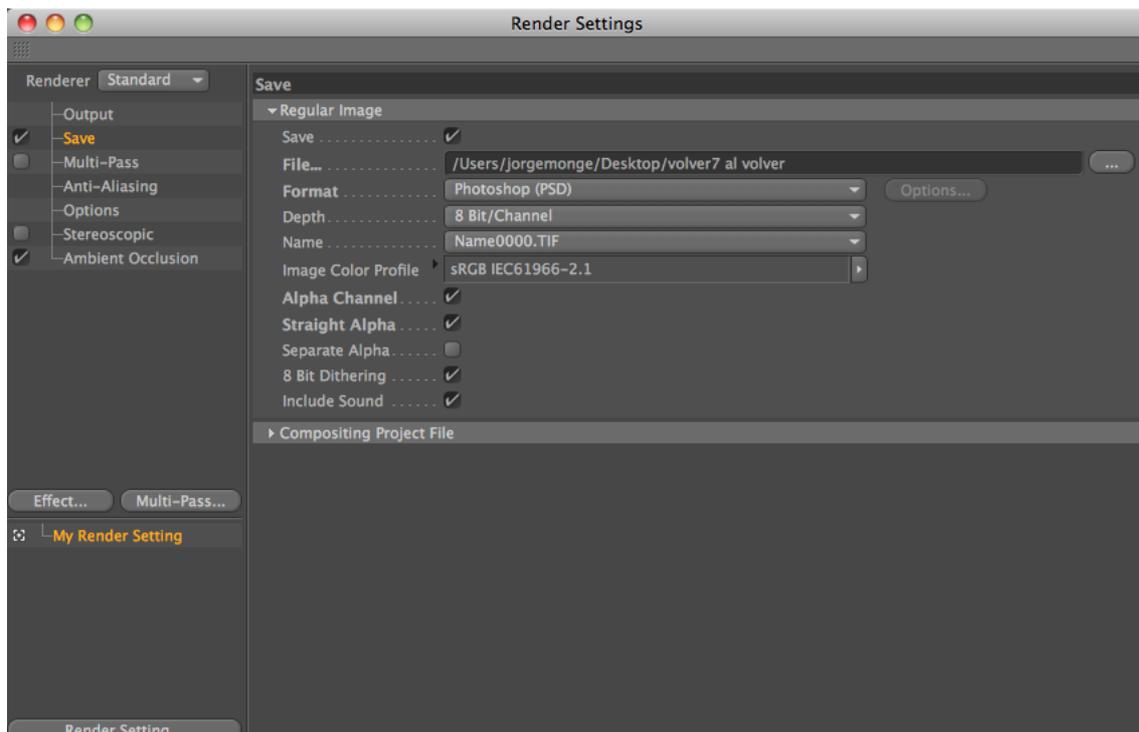


Ilustración 5-33: Implementación “Al volver”. Cinema 4d. Render Settings 2

Una vez terminado el render debe llevar las secuencias de imágenes a After Effects uniendo todo, colocar los fondos ya ilustrados y agregar la animación del logo que aparece en la parte final del bumper adhiriendo efectos de corrección de color, brillo y contraste.



Ilustración 5-34: Implementación “Al volver”. After Effects

Con la composición terminada en After Effects deben exportar el video.

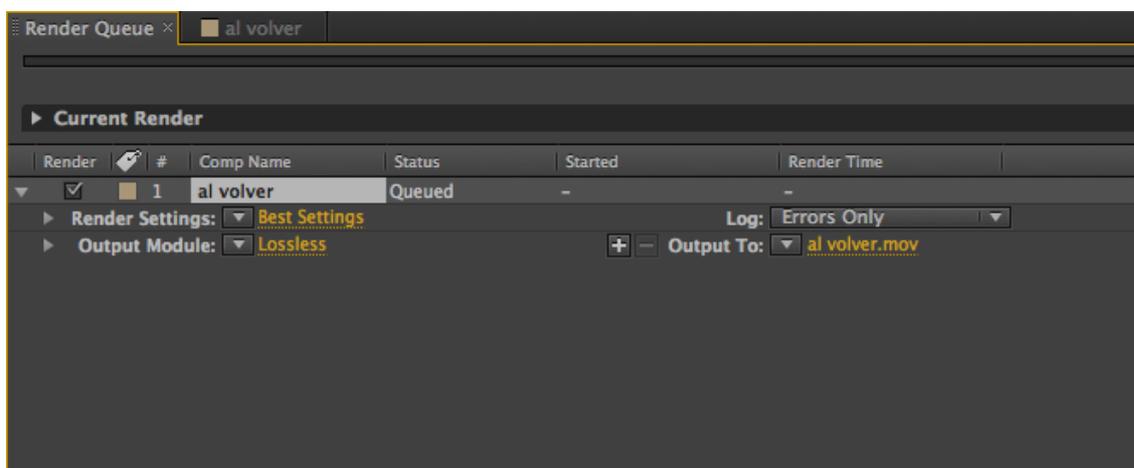


Ilustración 5-35: Implementación “Al volver”. After Effects. Render Queue

En la opción lossless debe configurar el formato del video, dejándolo como Quicktime, y en Format seleccionar la opción H.264.

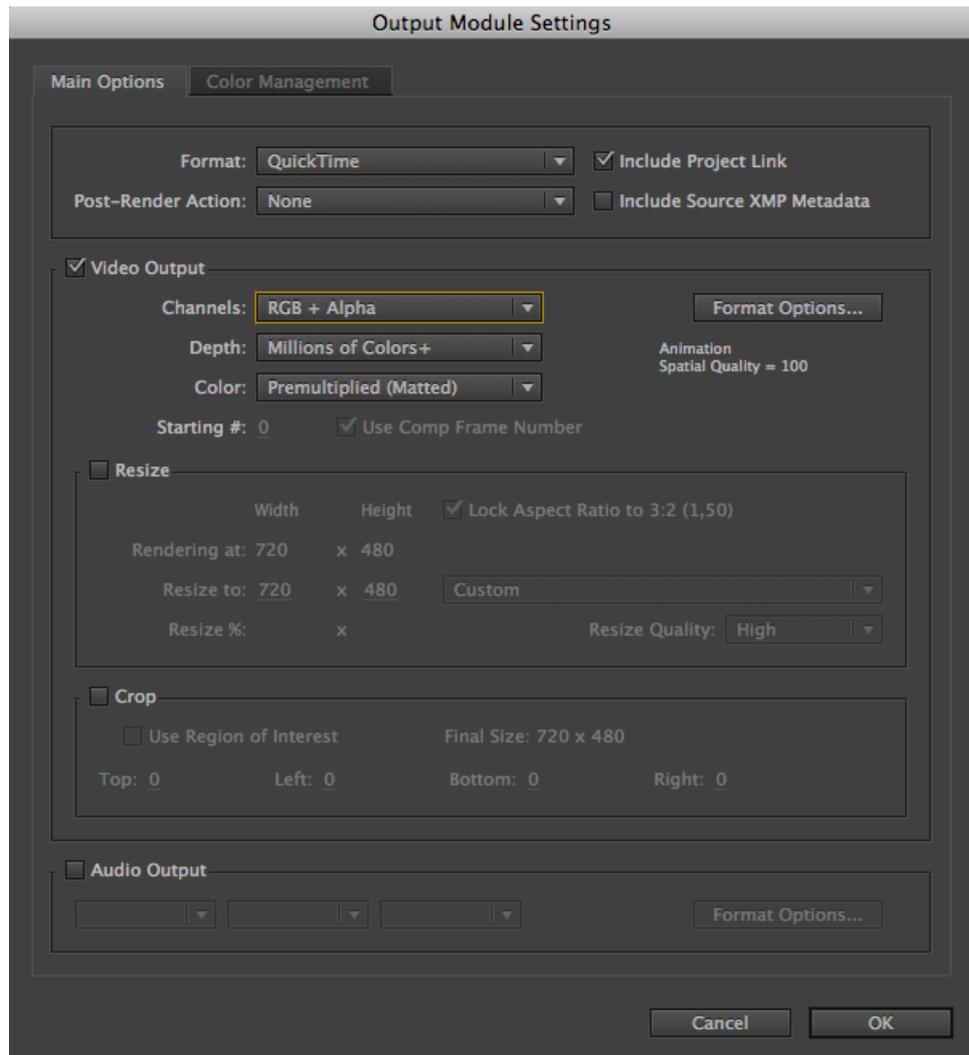


Ilustración 5-36: Implementación “Al volver”. After Effects. Output Module Settings

5.4.6 MATERIALES

Para realizar la claqueta para materiales debe modelar los objetos y para animar se utilizan los efectos del Cinema 4d después de texturizar e iluminar.

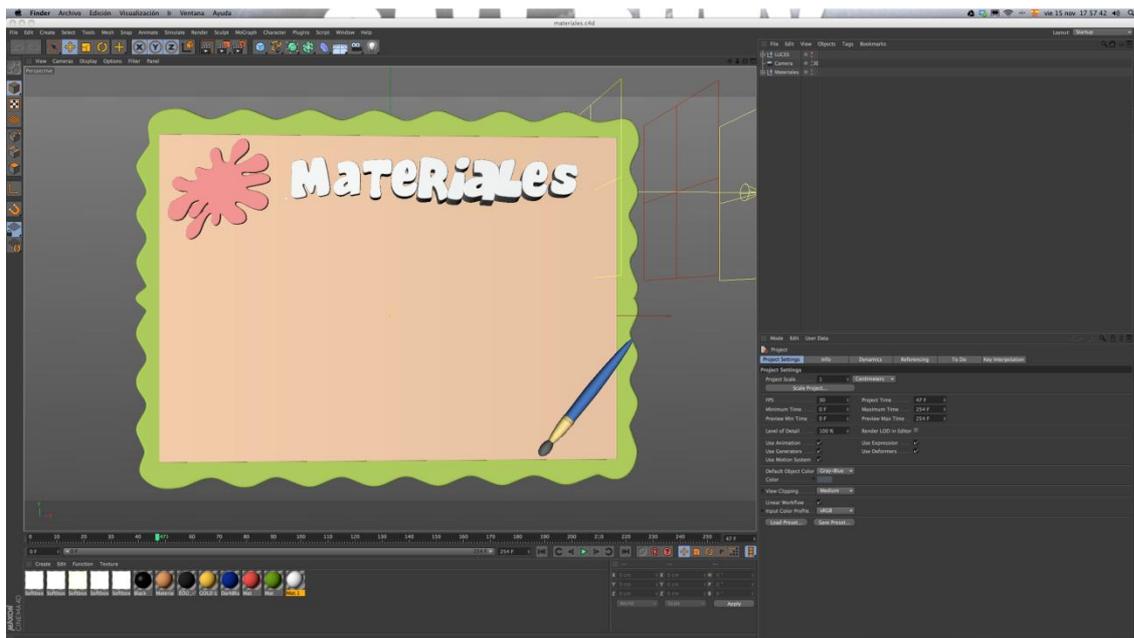


Ilustración 5-37: Implementación “Claqueta Materiales”. Cinema 4d

Terminada la animación debe configurar el Render en NTSC exportándolo en secuencia de imágenes .PSD con canal alpha para luego montar los fondos ilustrados en After Effects.

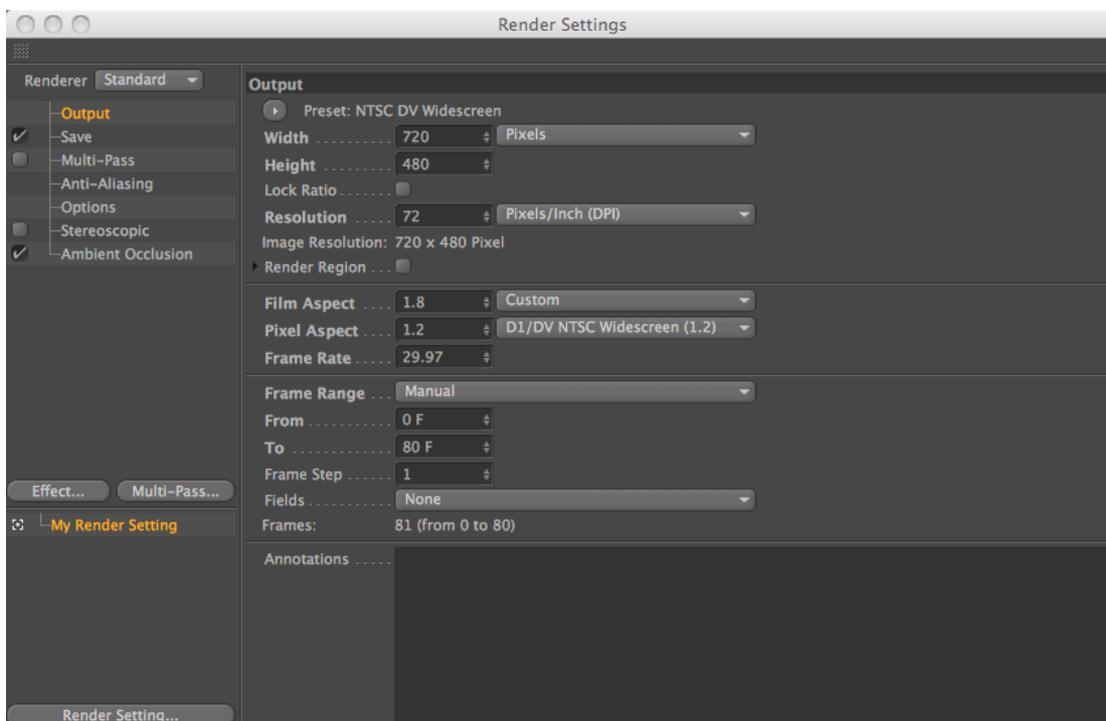


Ilustración 5-38: Implementación “Claqueta Materiales”. Cinema 4d. Render Settings

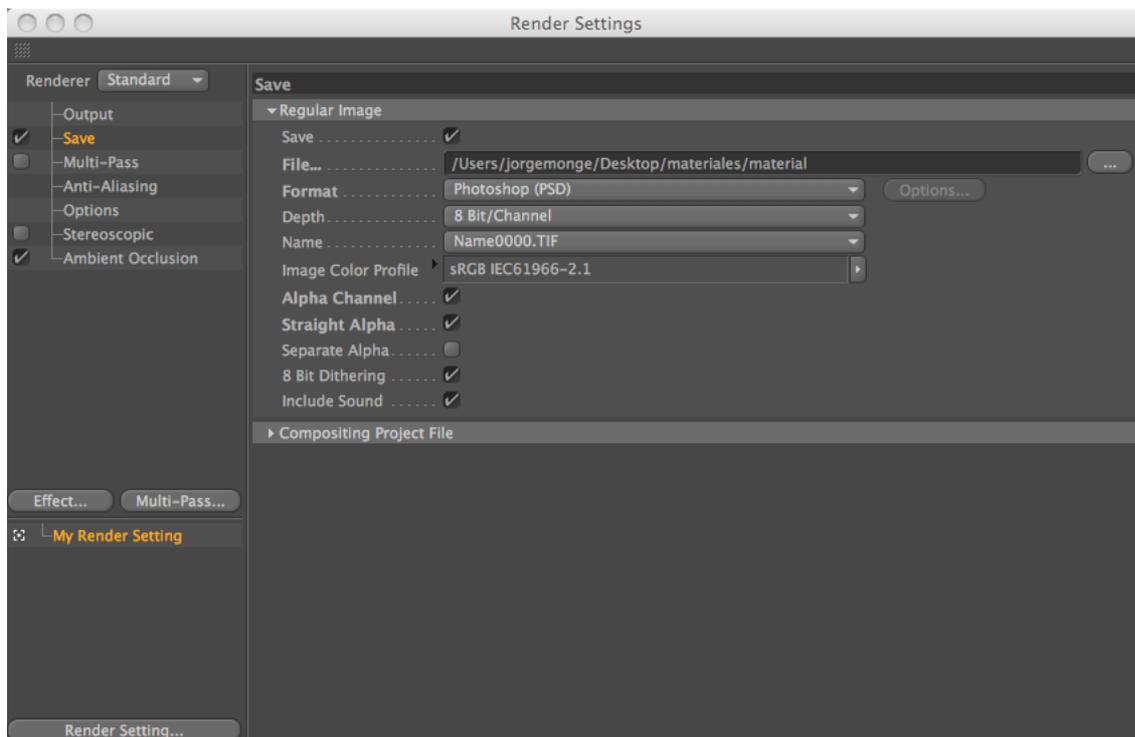


Ilustración 5-39: Implementación “Claqueta Materiales”. Cinema 4d. Render Settings 2

Concluido el render se debe lleva la secuencias de imágenes a After Effects uniéndolo todo, colocar los fondos ilustrados, montar el texto con los materiales a usar, agregar efectos de corrección de color, brillo y contraste y Optical Flares.

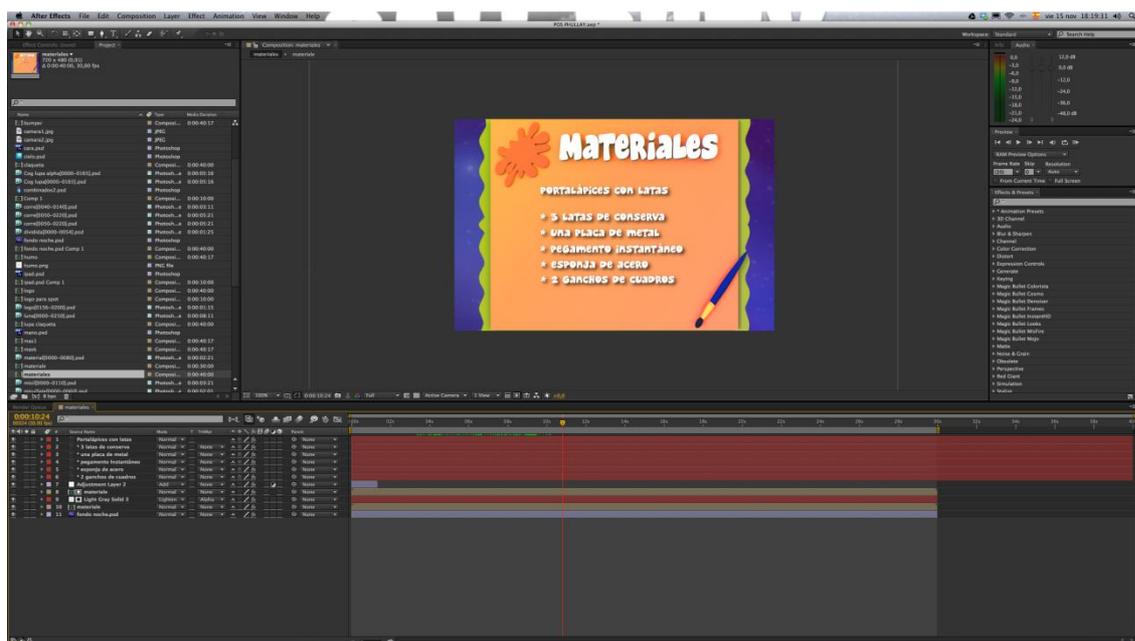


Ilustración 5-40: Implementación "Claqueta Materiales". After Effects

Una vez terminada la composición en After Effects se debe exportar el video.

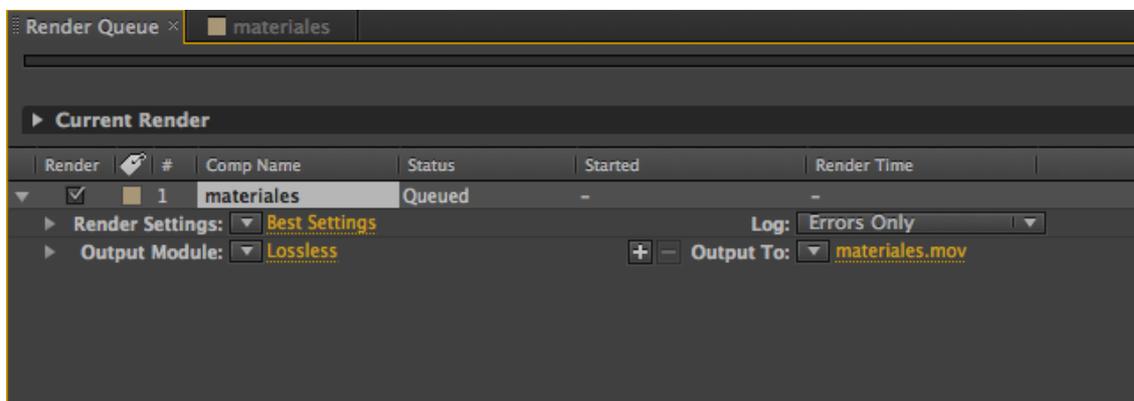


Ilustración 5-41: Implementación "Claqueta Materiales. After Effects". Render Queue

En la opción lossless debe configurar el formato del video dejándolo en Quicktime y en format opciones seleccionando H.264.

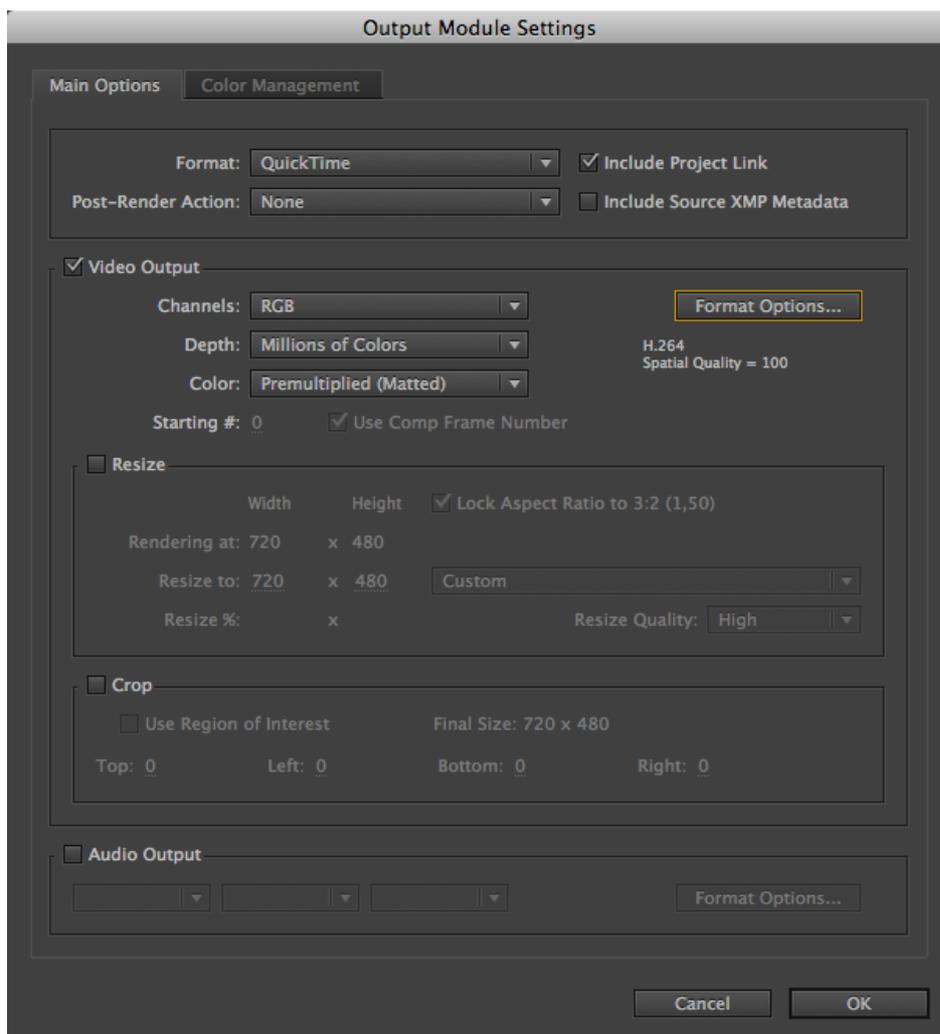


Ilustración 5-42: Implementación “Claqueta Materiales”. After Effects. Output Module Settings

5.4.7 ANTI-ZAPPING

Para el antizapping de “¿Sabías que...?” modele, anime las palabras con efectos, texturice e ilumine y proceda a realizar el render.



Ilustración 5-43: Implementación “¿Sabías que...?”. Cinema 4d

Terminada la animación debe configurar el render en NTSC, exportándolo en secuencia de imágenes .PSD con canal alpha para luego montar los fondos ilustrados en After Effects.

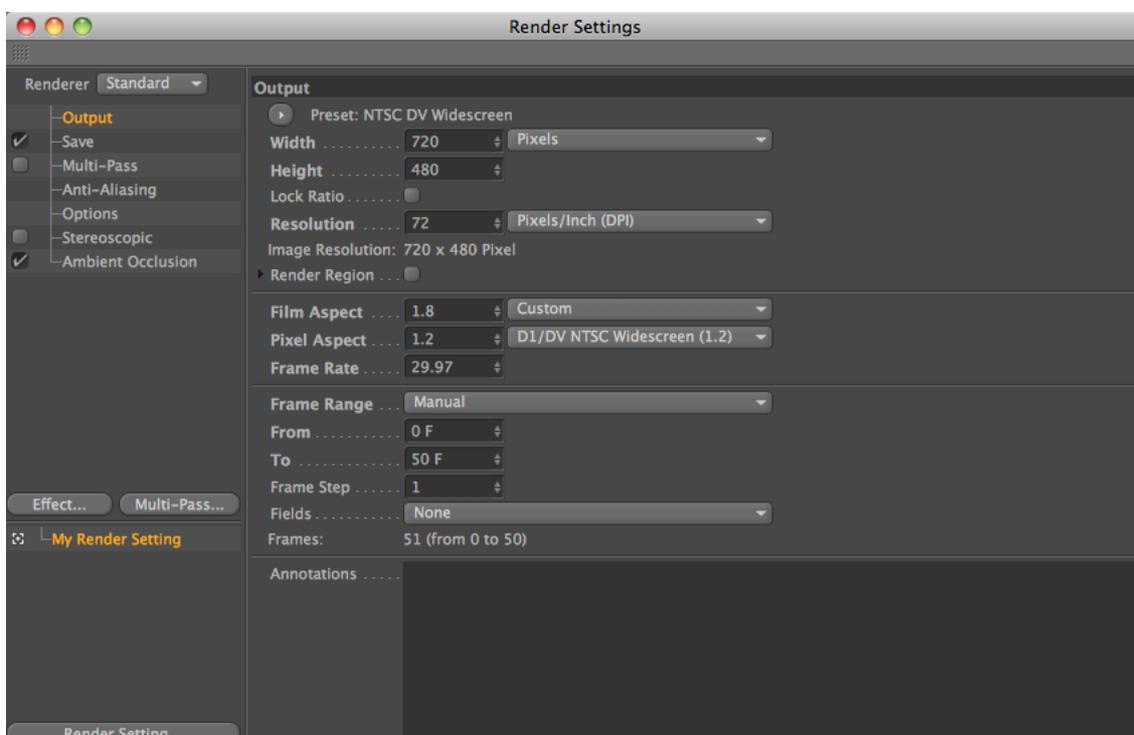


Ilustración 5-44: Implementación “¿Sabías que...?”. Cinema 4d. Render Settings

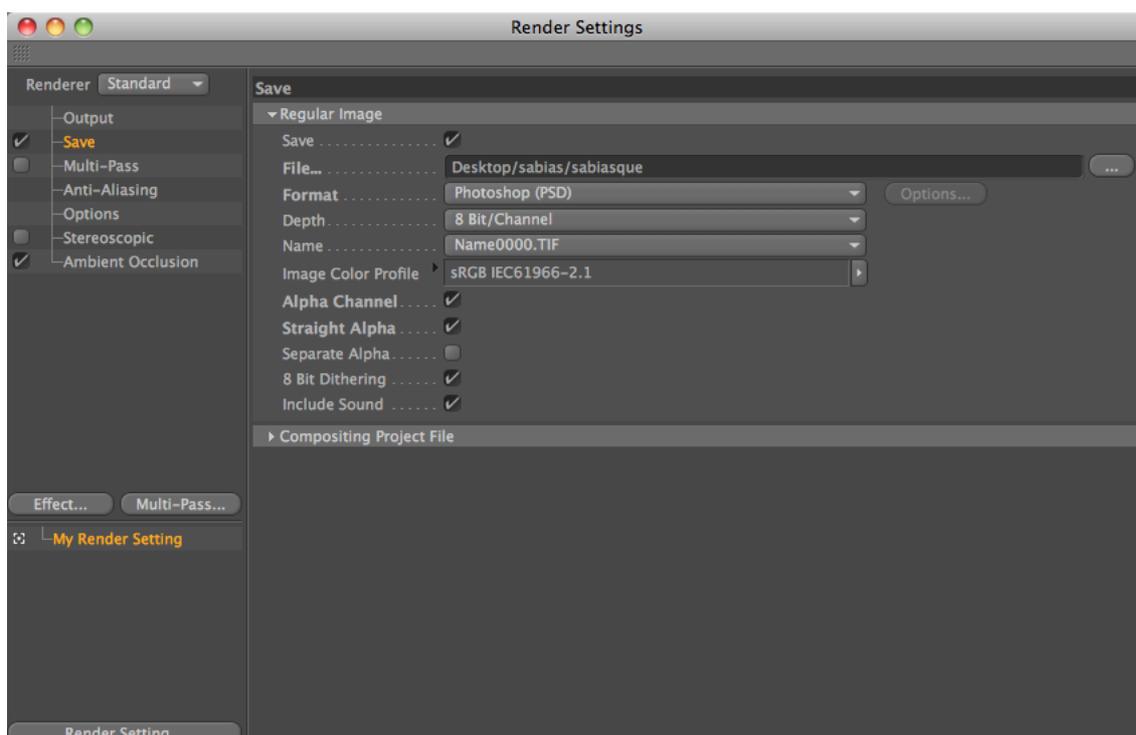


Ilustración 5-45: Implementación “¿Sabías que...?”. Cinema 4d. Render Settings 2

Para la elaboración del video “¿Sabías que...?” utilice la misma composición de “Al volver” reemplazando las imágenes que aparecen dentro del cuadro y cambiando la animación de “Al volver” por la animación de “¿Sabías que...?”.

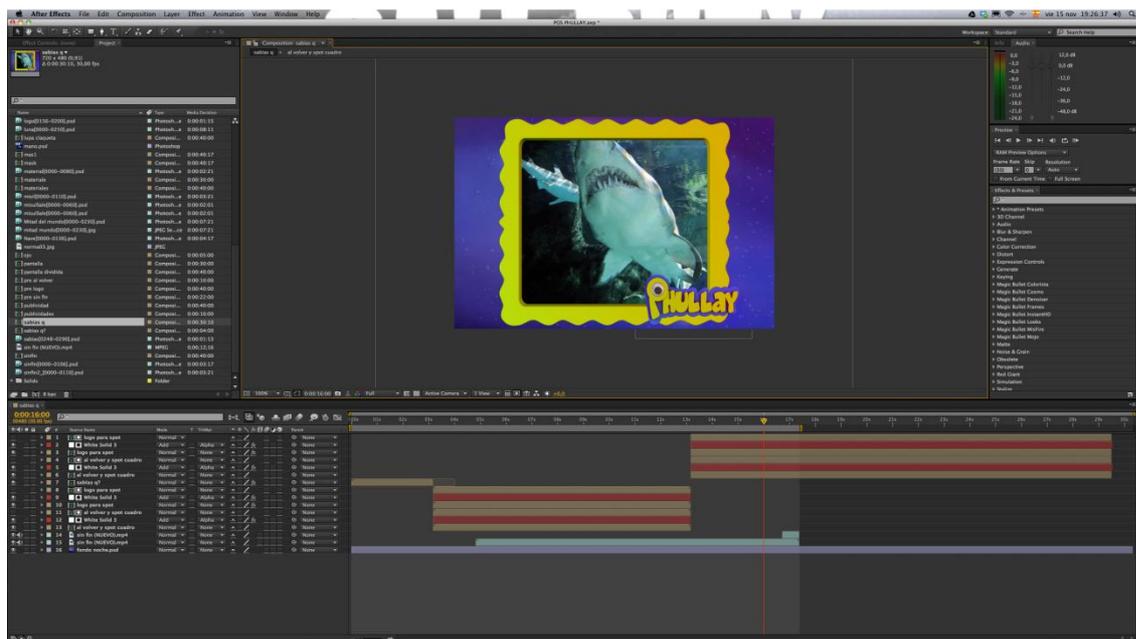


Ilustración 5-46: Implementación “¿Sabías que...?”. After Effects

Al terminar la composición en After Effects debe exportar el video.

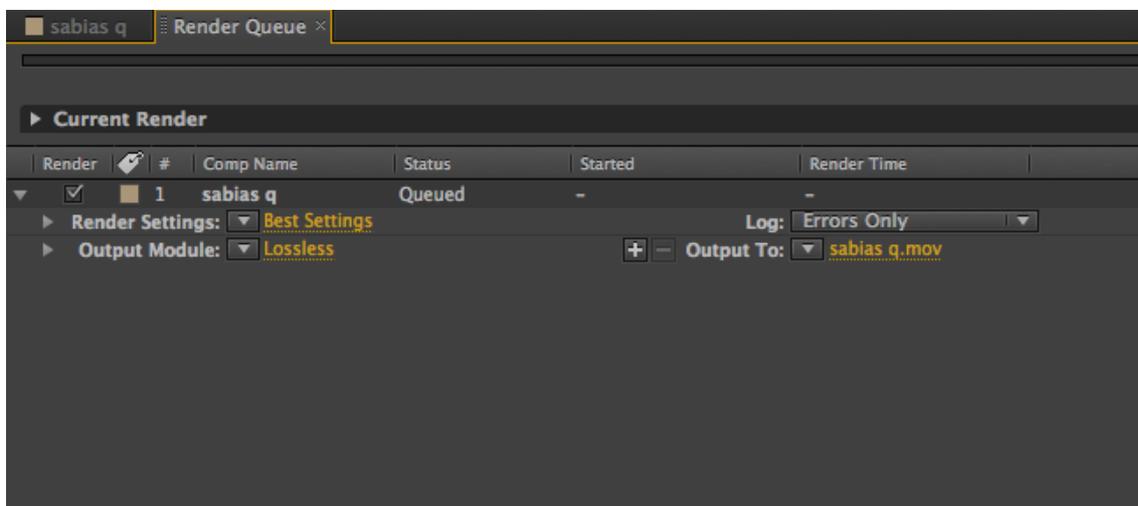


Ilustración 5-47: Implementación “¿Sabías que...?”. After Effects. Render Queue

En lossless se debe configurar el formato del video, dejándolo como Quicktime y en format options escoger H.264.

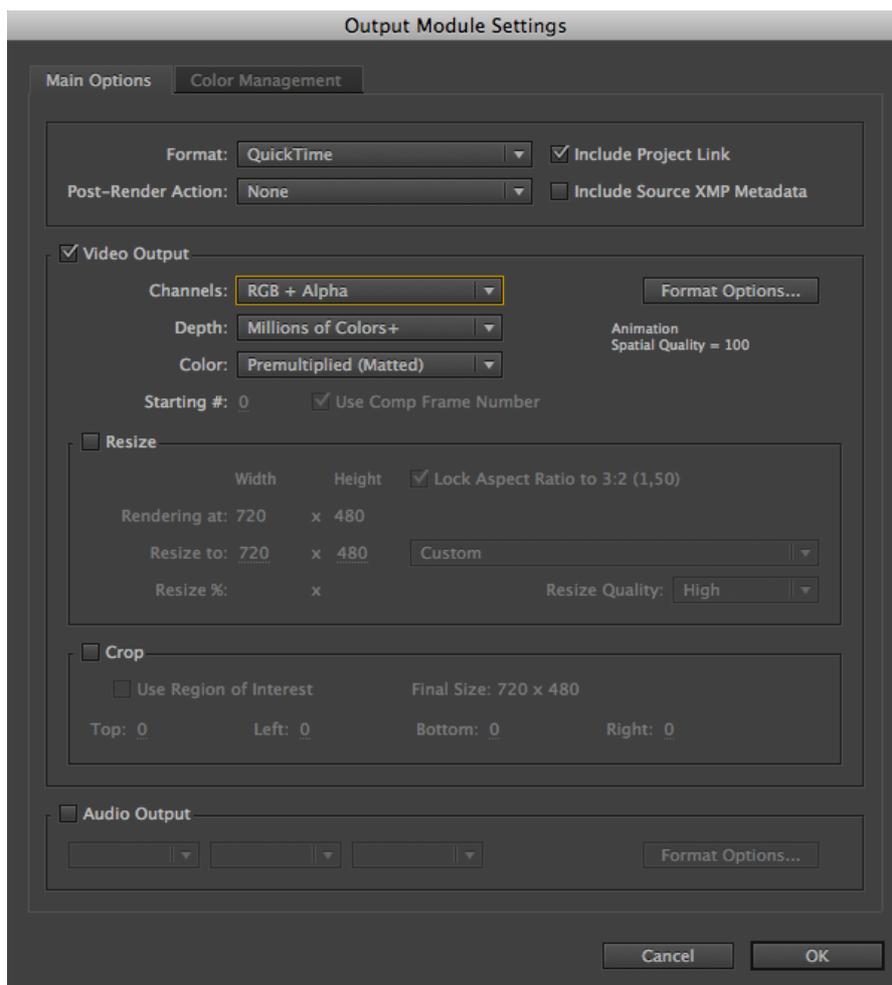


Ilustración 5-48: Implementación “¿Sabías que...?”. After Effects. Output Module Settings

5.4.8 MENCIONES AUSPICIANTES

Para realizar el video de las menciones de auspiciantes se utiliza la misma composición de “Al volver”, solo debe remplazar las imágenes que van dentro del cuadro y cambiar la animación de “Al volver”.



Ilustración 5-49: Implementación “Mención de Auspiciantes”. After Effects

Ya terminada la composición en After Effects debe exportar el video.

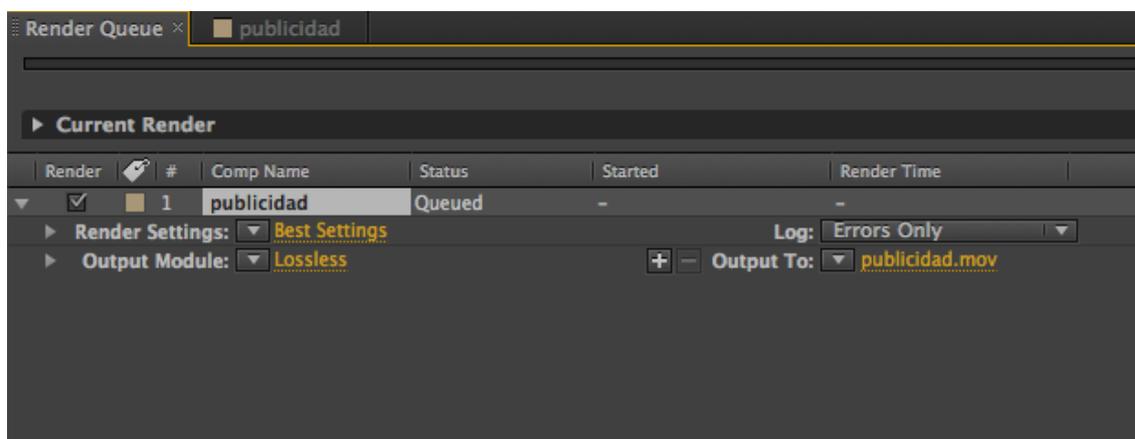


Ilustración 5-50: Implementación “Mención de Auspiciantes”. After Effects. Render Queue

En lossless configure el formato del video, dejándolo en Quicktime y en Format Options seleccione H.264.

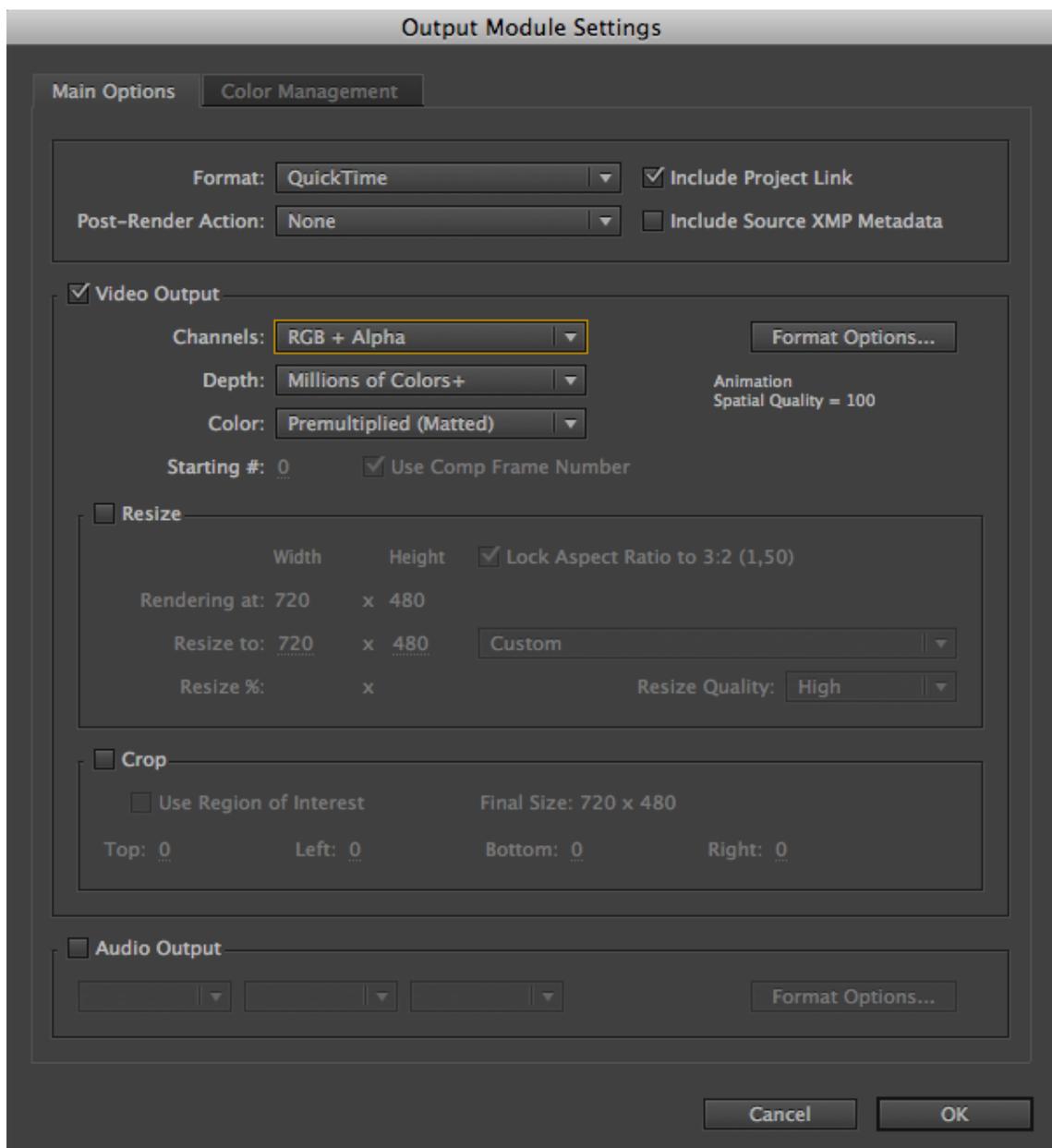


Ilustración 5-51: Implementación “Mención de Auspiciantes”. After Effects. Output Module Settings

5.4.9 PANTALLA DIVIDIDA

Para realizar la pantalla dividida se utiliza el marco ya usado anteriormente, se debe animar en escala, texturizar e iluminar como en el Bumper de entrada.

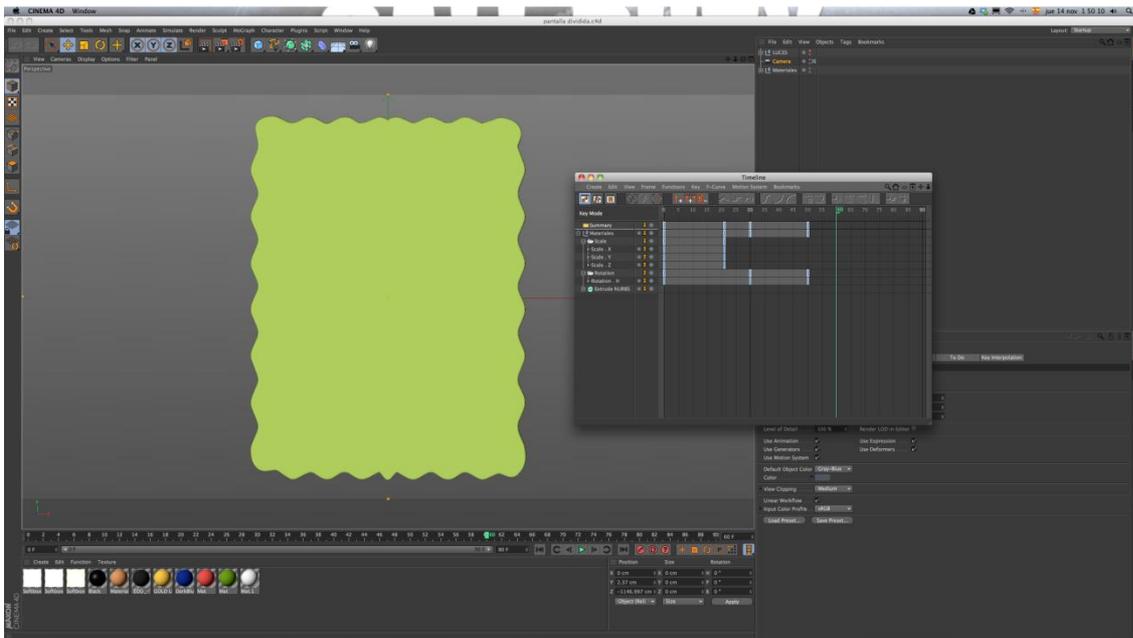


Ilustración 5-52: Implementación “Pantalla Dividida”. Cinema 4d

Terminada la animación debe configurarse el render en NTSC, exportando en secuencia de imágenes .PSD con canal alpha para luego montar los fondos ilustrados en After Effects.

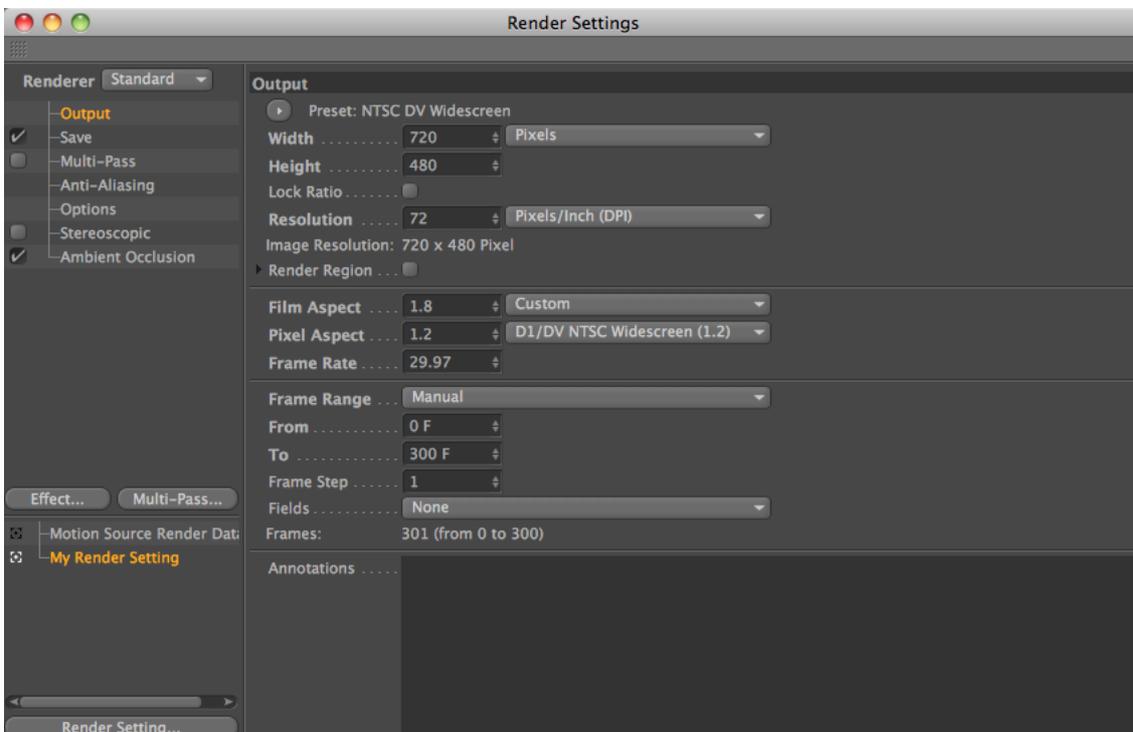


Ilustración 5-53: Implementación “Pantalla Dividida”. Cinema 4d. Render Settings

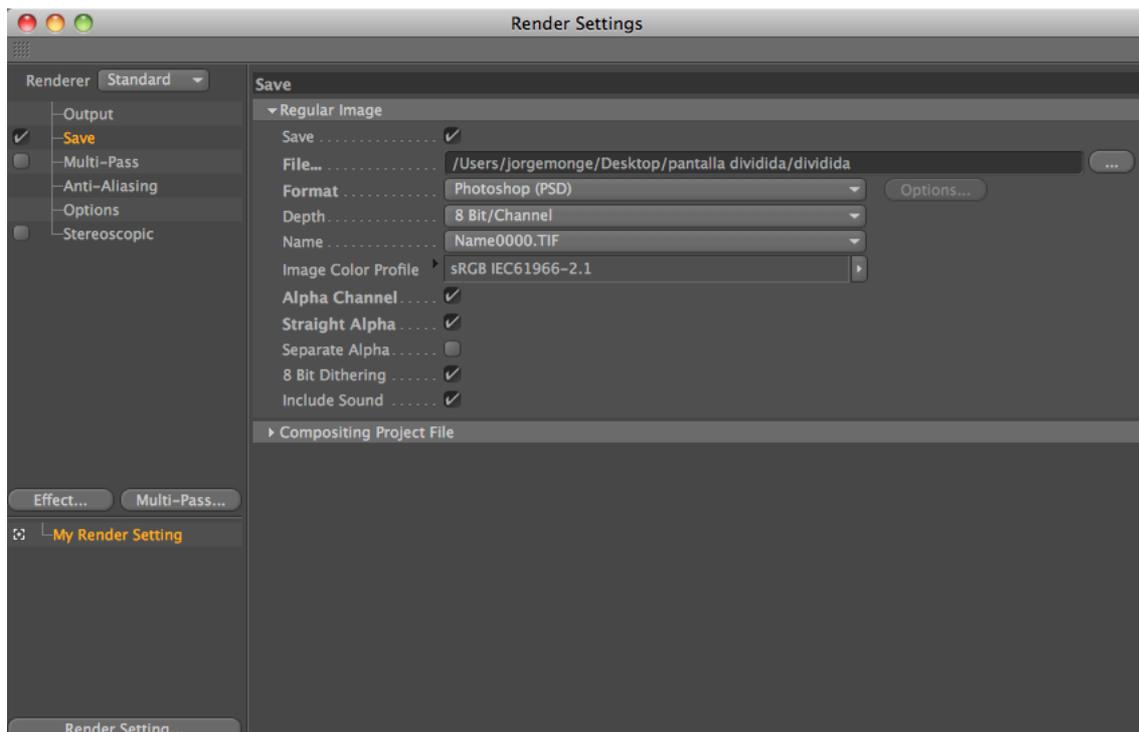


Ilustración 5-54: Implementación “Pantalla Dividida”. Cinema 4d. Render Settings II

Una vez terminado el render llevar todas las secuencias de imágenes a After Effects y unirlo todo. Se debe incorporar los fondos ya ilustrados, además de efectos como corrección de color, brillo y contraste y Optical Flares.

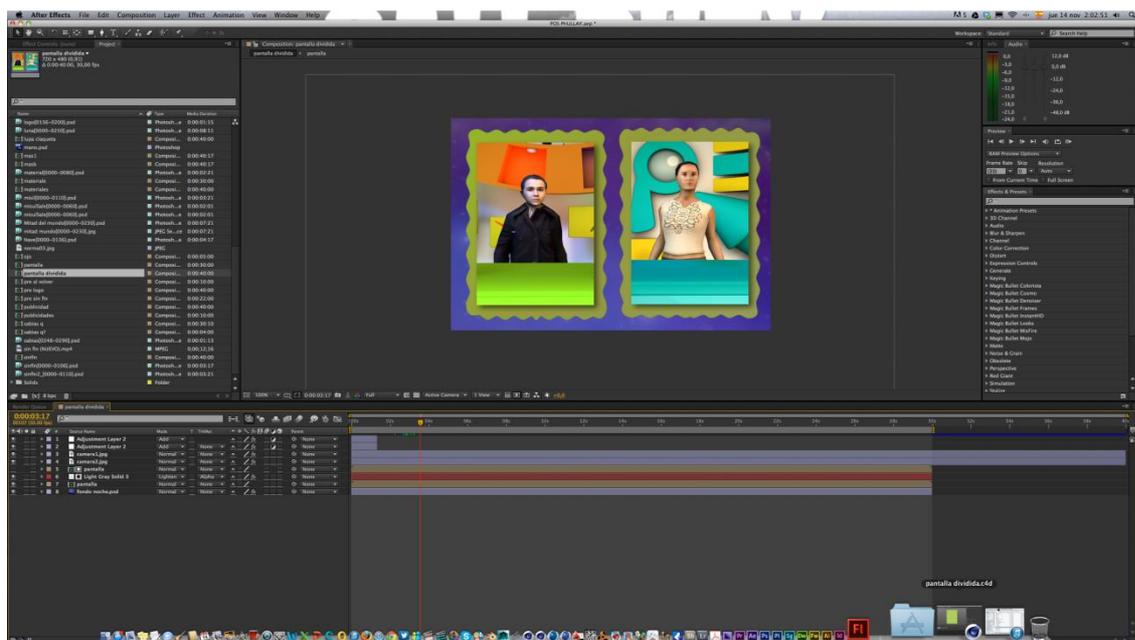


Ilustración 5-55: Implementación “Pantalla Dividida”. After Effects

Al terminar la composición en After Effects debe exportar el video.

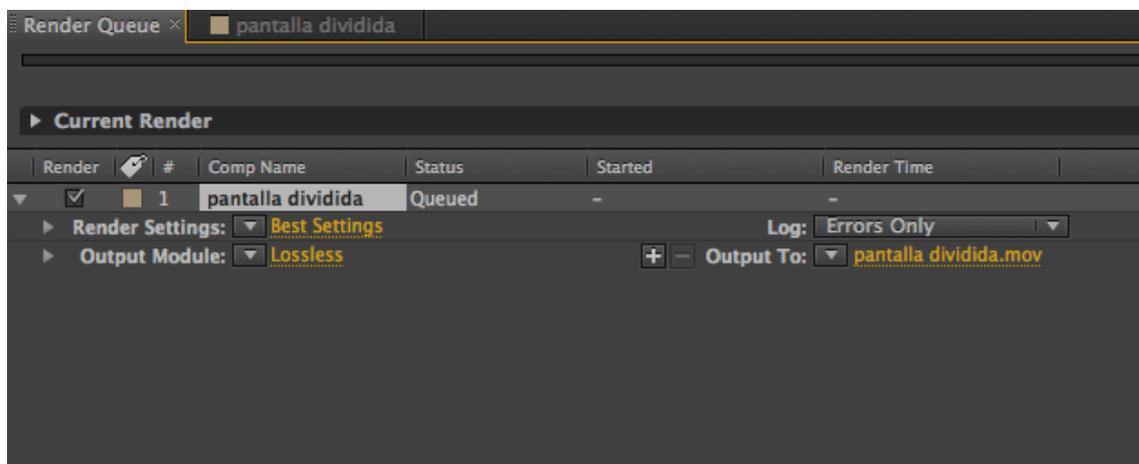


Ilustración 5-56: Implementación “Pantalla Dividida”. After Effects. Render Queue

En lossless debe configurar el formato del video, dejándolo en Quicktime y en Format Options escoger H.264.

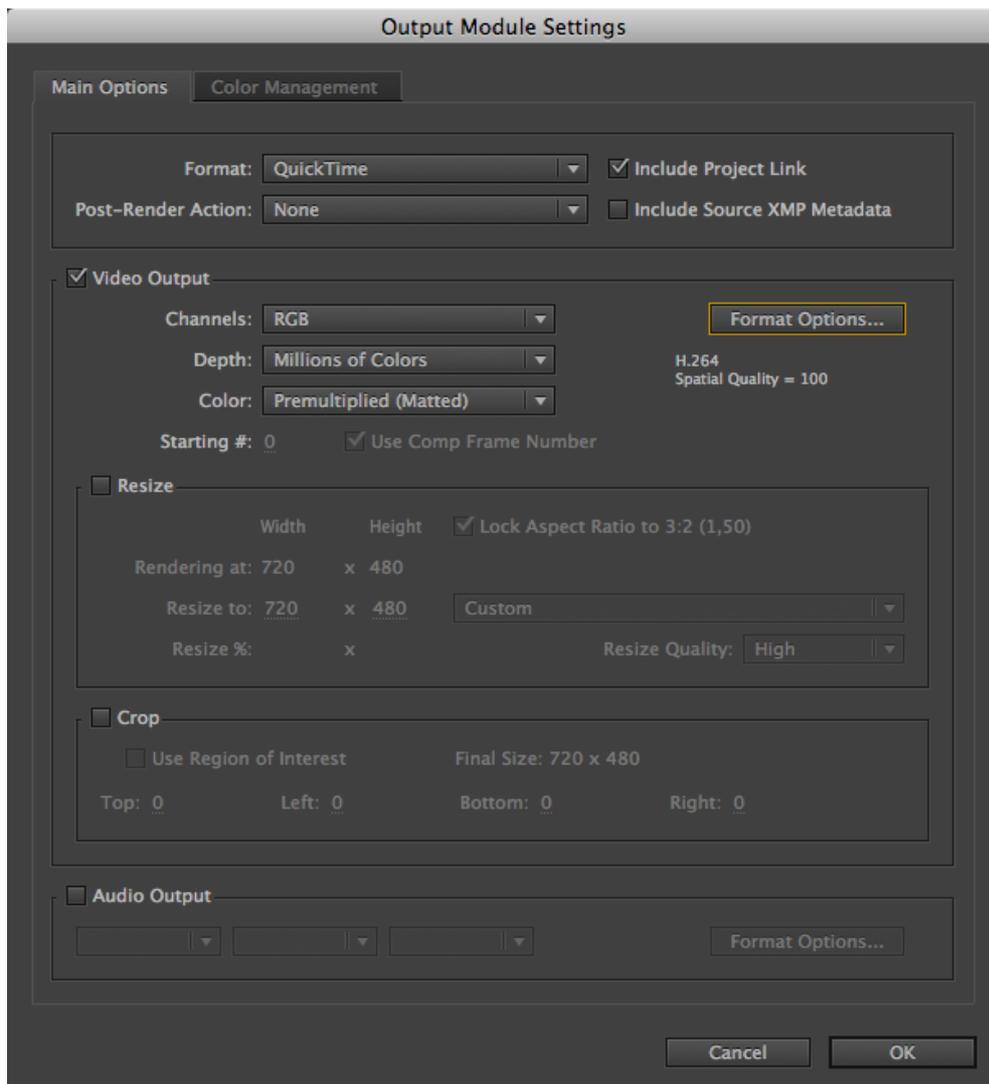


Ilustración 5-57: Implementación “Pantalla Dividida”. After Effects. Output Module Settings



CAPÍTULO VI
IMPLEMENTACIÓN DE
LA ESCENOGRAFÍA

6 IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA

6.1 PROCESO DE ELABORACIÓN

La escenografía es un conjunto de elementos visuales que crean un ambiente, sean corpóreos, de iluminación o de caracterización de los personajes.

El espacio escenográfico en un programa de televisión es de vital importancia debido a que describe y personifica el concepto del programa e interactuará con el presentador y espectador respectivamente.

6.1.1 BOCETOS

La creación de un *diseño* parte de una idea plasmada en papel para luego ser llevada a realizarse físicamente. A continuación se presentará los *bocetos* realizados del escenario.

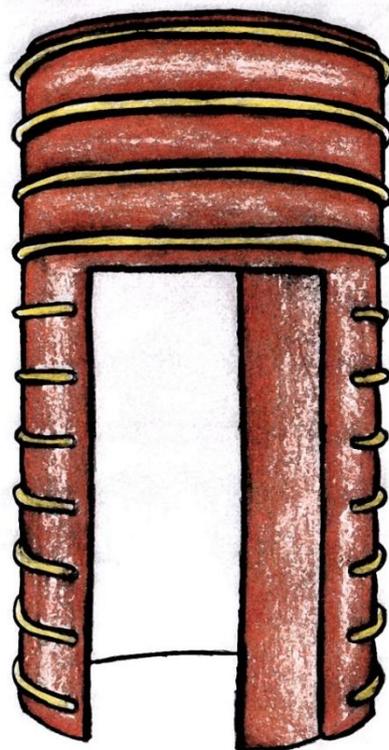


Ilustración 6-1: Boceto de la Escenografía. Entrada

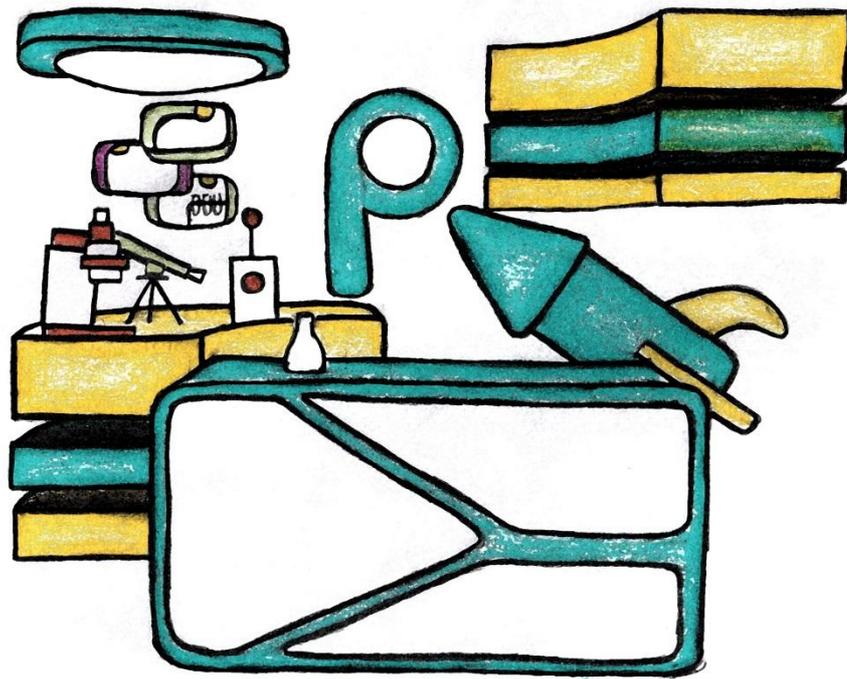


Ilustración 6-2: Boceto de la Escenografía. Laboratorio



Ilustración 6-3: Boceto de la Escenografía. Manualidades

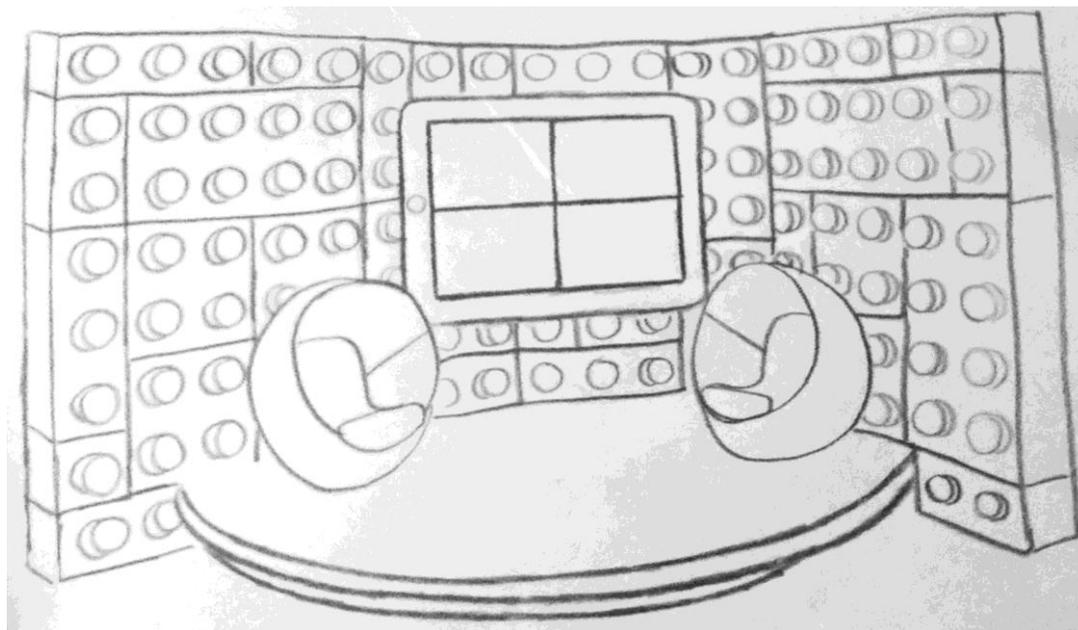


Ilustración 6-4: Boceto de la Escenografía. Central

1.1.1. LEVANTAMIENTO EN 3D

Con la aprobación de los bocetos se procede al levantamiento en el *software 3D*; este proceso nos permite visualizar como quedará la escenografía de forma realista.



Ilustración 6-5: Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D

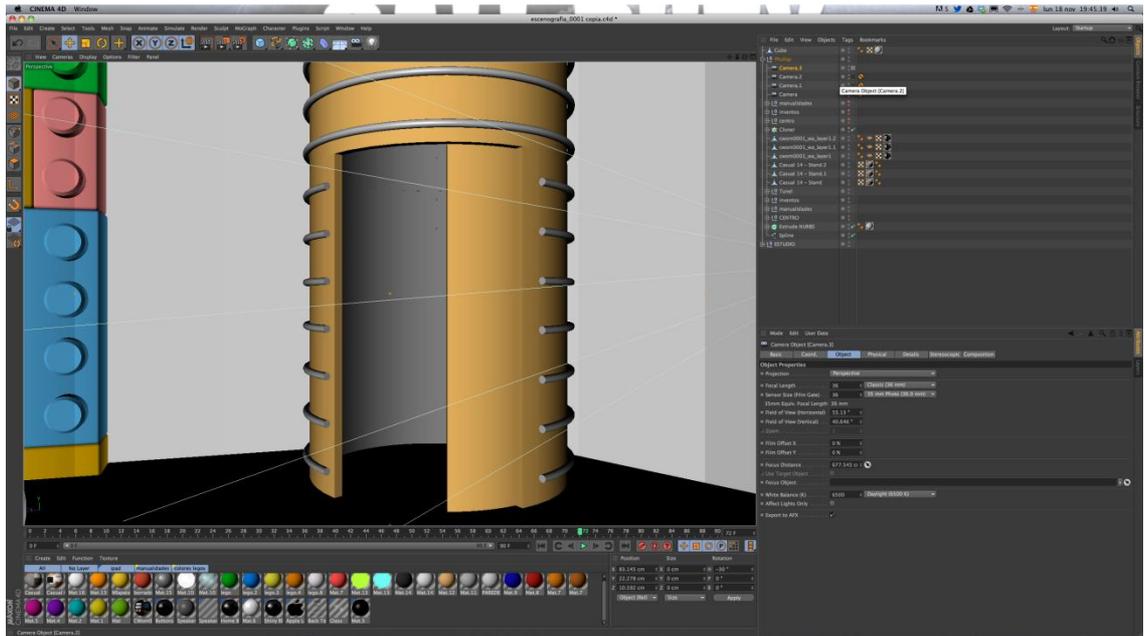


Ilustración 6-6: Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D. Entrada

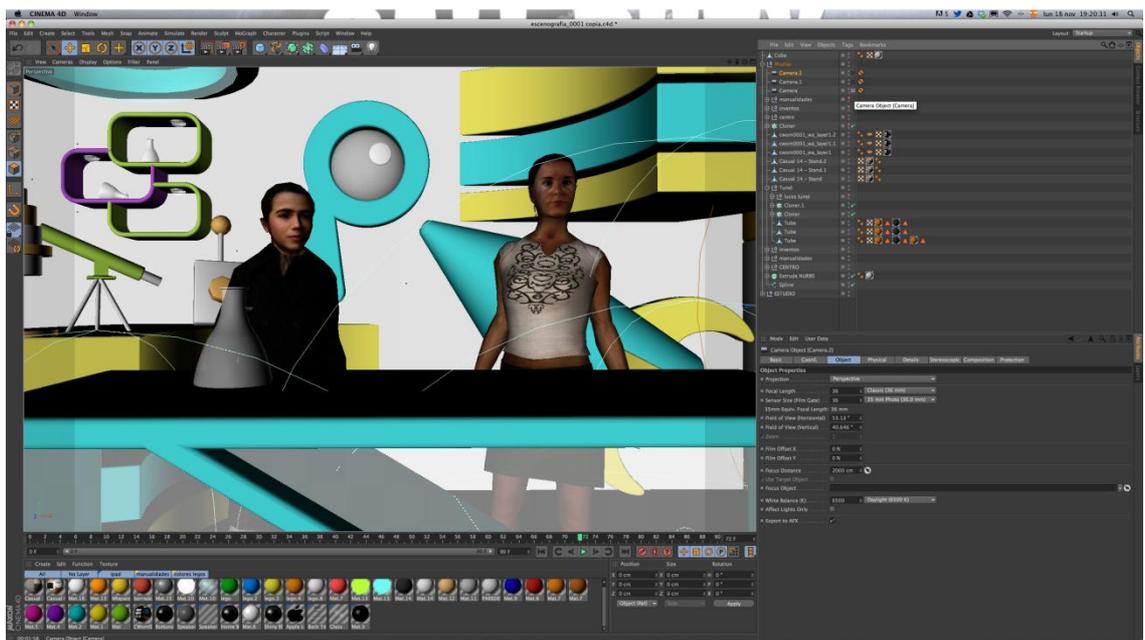


Ilustración 6-7: Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D. Laboratorio

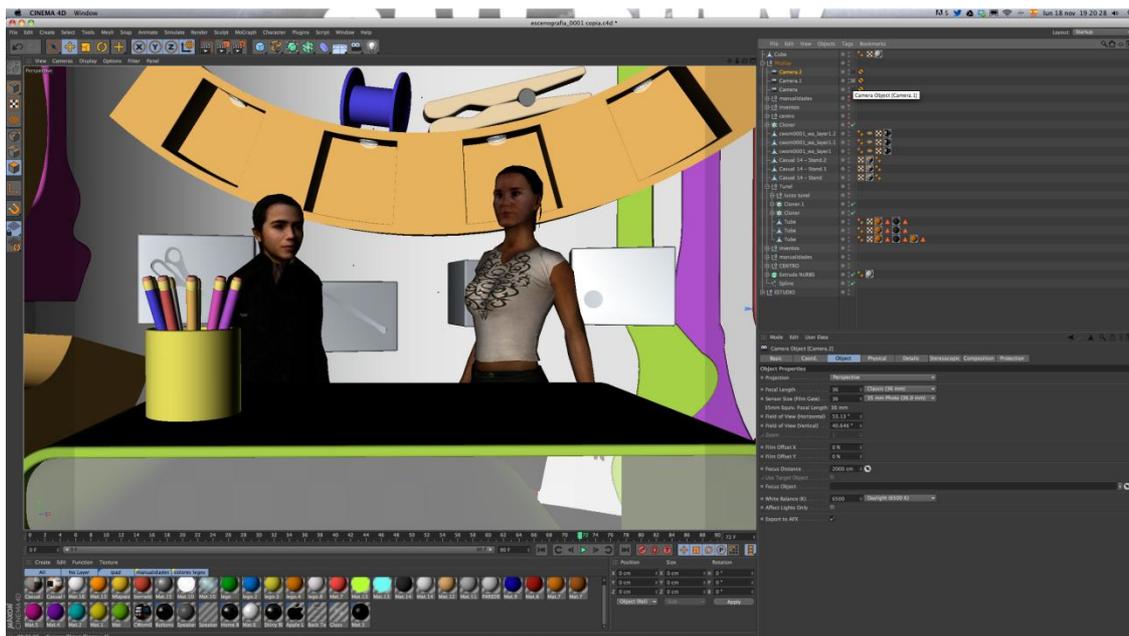


Ilustración 6-8: Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D. Manualidades



Ilustración 6-9: Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D. Central

6.2 ILUMINACIÓN

El proceso de iluminación en la televisión es de suma importancia porque determina el acabado que tendrá la escenografía. Para la iluminación de set hay que tener en cuenta lo siguiente:

Una de la mejor forma de iluminar es usando la ILUMINACIÓN BÁSICA DE 3 PUNTOS:

- Iluminando al personaje con una luz clave o principal, un contraluz desde arriba y una luz suave de relleno desde el costado. Esto proporciona una adecuada iluminación y elimina la mayor parte de las sombras.

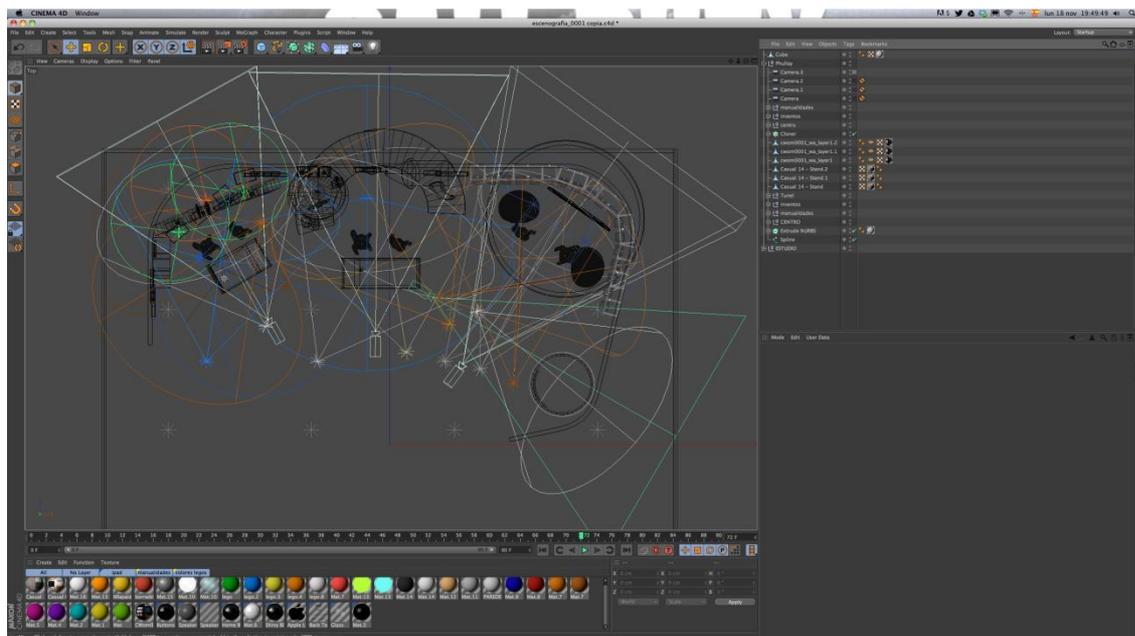


Ilustración 6-10: Iluminación de la escenografía en Cinema 4D.



Ilustración 6-11: Iluminación de la escenografía en Cinema 4D. Entrada



Ilustración 6-12: Iluminación de la escenografía en Cinema 4D. Laboratorio



Ilustración 6-13: Iluminación de la escenografía en Cinema 4D. Manualidades



Ilustración 6-14: Iluminación de la escenografía en Cinema 4D. Central

6.3 ESPACIO Y MEDIDAS DE LA ESCENOGRAFÍA

Tc Televisión cuenta con tres estudios propios donde graban “De Casa en Casa”, “Granados en Pijama” y “El Noticiero”. Para “Phullay” se utilizará el estudio B, cuyas medidas son 13,9 x 13,8 y 4 m de altura.

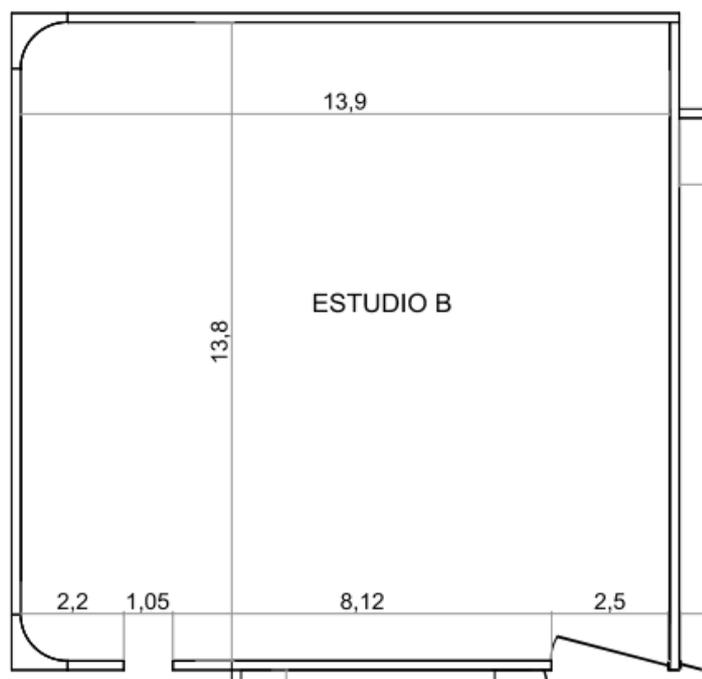


Ilustración 6-15: Plano del Estudio B de Tc Televisión

1.1. MATERIALES SUGERIDOS

A continuación se establecerá una lista de materiales sugeridos para la construcción física del *set* de "Phullay". Los cuales se han establecido como recomendación debido a su calidad, acabado y precio.

MATERIALES BASE	
Material	Especificación
MDF	Tableros de madera.
ACRÍLICO	Variante del plástico
FORMICA	Material plástico de colores
METAL	Usados para soporte

Tabla 6-1: Materiales Base para la escenografía

1.2. MANO DE OBRA

Para la construcción de la escenografía se requerirá de los siguientes trabajadores, los cuales realizarán el levantamiento físico de la obra basándose en las especificaciones establecidas y bajo la supervisión del Director de Arte y Arquitecto.

EQUIPO DE TRABAJO	
Cargo	Función
Arquitecto	Profesional que se encarga de proyectar en planos la escenografía y su supervisión.
Ebanista	Persona que hace muebles o que trabaja con ébano y otras maderas finas.
Electricista	Especialista en Instalaciones Eléctricas
Maestro de Materiales Translúcidos	Maestro especializado en la utilización de materiales translúcidos.
Pintor	Se dedicará a dar color a las piezas del set.
Técnico de Iluminación	Trabaja en el acople de la iluminación según la orientación del Director de Fotografía.

Tabla 6-2: Materiales Base para la escenografía



CAPÍTULO VII
PRESUPUESTO,
CRONOGRAMA Y
ORGANIGRAMA

7 PRESUPUESTO, CRONOGRAMA Y ORGANIGRAMA

7.1 PRESUPUESTO

El presupuesto es, en este sentido, la cantidad de dinero que se estima que será necesaria para hacer frente a ciertos gastos; es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros.

Estos costos se los dividen en: bajo la línea y sobre la línea.

7.1.1 COSTOS SOBRE LA LÍNEA

En el presupuesto los costos “sobre la línea” equivalen a los gastos que se negocian antes de que el programa comience. Se refieren a los elementos de realización y producción. Estos costos incluyen los materiales en el cual se basa la escenografía y los rubros para director de arte, escenógrafo, director, maquillista, vestuarista, arquitectos, etc.

7.1.2 COSTOS BAJO LA LÍNEA

Los costos “bajo la línea” representan los recursos (equipos técnicos y *software*) que se necesitan para realizar el programa, además del equipo operativo, es decir, el recurso humano que manejará los equipos con los que cuenta la empresa.

7.1.3 PRESUPUESTO POR ETAPAS

El presupuesto se lo ha dividido en tres fases: *Pre-producción*, *Producción* y *Postproducción*.

Los costos están repartidos según las actividades por desempeñar, incluyendo sueldos del equipo humano, mano de obra y valores de materiales.

PRESUPUESTO GENERAL									
CATEGORIA	TARIFA	UNIDADES	PRE PRODUCCION		PRODUCCION		POST PRODUCCION		GRAN TOTAL
			UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	
BOCETO				\$494,00					\$494,00
ILUSTRADOR 1	\$7,50	ILUSTRACIÓN	15	\$112,50	0	\$0,00	0	\$0,00	
ILUSTRADOR 2	\$7,50	ILUSTRACIÓN	11	\$82,50	0	\$0,00	0	\$0,00	
MODELADOR 3D	\$299,00	PAQ. GRÁFICO	1	\$299,00	0	\$0,00	0	\$0,00	
MARCA				\$335,00					\$335,00
DISEÑO GRÁFICO	\$335,00	PAQ. GRÁFICO	1	\$335,00	0,00	\$0,00	0,00	\$0,00	
DIRECCION DE ARTE				\$1.125,00		\$1.625,00		\$1.327,50	\$4.077,50
DIRECTOR DE ARTE	\$1.500,00	MENSUAL	0,75	\$1.125,00	0,75	\$1.125,00	0,75	\$1.125,00	\$3.375,00
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA	\$810,00	MENSUAL	0,00	\$0,00	0,50	\$405,00	0,25	\$202,50	\$607,50
ILUMINADOR	\$380,00	MENSUAL	0,00	\$0,00	0,25	\$95,00	0,00	\$0,00	\$95,00
LEYANTAMIENTO DE OBRA						\$3.705,00			\$3.705,00
ARQUITECTO	\$700,00	OBRA	0	\$0,00	1	\$700,00	0	\$0,00	
EBANISTA	\$850,00	OBRA	0	\$0,00	1	\$850,00	0	\$0,00	
MAESTRO DE MAT. TRANSLU	\$468,00	OBRA	0	\$0,00	1	\$468,00	0	\$0,00	
VIDRIO Y ALUMINIO	\$235,00	OBRA	0	\$0,00	1	\$235,00	0	\$0,00	
ELECTRICISTA	\$315,00	OBRA	0	\$0,00	1	\$315,00	0	\$0,00	
PINTOR	\$475,00	OBRA	0	\$0,00	1	\$475,00	0	\$0,00	
MOVILIZACION	\$187,00	OBRA	0	\$0,00	1	\$187,00	0	\$0,00	
IMPREVISTOS	\$200,00	OBRA	0	\$0,00	1	\$200,00	0	\$0,00	
TECNICO DE ILUMINACION	\$275,00	OBRA	0	\$0,00	1	\$275,00	0	\$0,00	
PAQUETE GRÁFICO								\$1.534,00	\$1.534,00
POST-PRODUCTOR	\$535,00	PROGRAMA	0	\$0,00	0	\$0,00	1	\$535,00	
ANIMADOR	\$376,00	PROGRAMA	0	\$0,00	0	\$0,00	1	\$376,00	
MUSICALIZADOR	\$136,00	PROGRAMA	0	\$0,00	0	\$0,00	1	\$136,00	
EDITOR	\$487,00	PROGRAMA	0	\$0,00	0	\$0,00	1	\$487,00	
ESCENOGRAFÍA						\$16.605,34			\$16.605,34
PRINCIPAL		GLOBAL	0		1	\$4.593,61	0		
LABORATORIO		GLOBAL	0		1	\$1.561,68	0		
MANUALIDADES		GLOBAL	0		1	\$1.071,00	0		
ENTRADA		GLOBAL	0		1	\$363,69	0		
BASE		GLOBAL	0		1	\$9.015,36	0		
TOTAL									\$26.750,84

Tabla 7-1: Presupuesto General

7.1.4 COSTOS DE MATERIALES PARA LA ESCENOGRAFÍA

COSTOS MATERIALES				
PRINCIPAL				
MATERIAL	UNIDADES	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
SILLAS REDONDAS	UNIDAD	\$700,00	2	\$1.400,00
TELEVISOR LCD HD 32"	UNIDAD	\$577,00	4	\$2.308,00
TABLERO MDF 15MM	PLANCHA	\$52,07	1	\$52,07
TABLERO PLYWOOD 6	PLANCHA	\$21,44	1	\$60,79
TIRAS DE MADERA	UNIDAD	\$4,50	8	\$36,00
TABLERO MDF 15MM	UNIDAD	\$52,07	4	\$208,28
TABLERO 10MM	UNIDAD	\$48,07	3	\$144,21
CLAVOS MADERA 2"	LIBRA	\$1,55	2	\$3,10
PINTURA BLANCA	GALÓN	\$21,52	2	\$43,04
PINTURA AZUL	GALÓN	\$21,52	2	\$43,04
PINTURA ROJA	GALÓN	\$21,52	2	\$43,04
PINTURA AMARRILLA	GALÓN	\$21,52	2	\$43,04
PINTURA NARANJA	GALÓN	\$21,52	2	\$43,04
LUCES MANGUERA	UNIDAD	\$27,00	2	\$54,00
SOPORTE DE TV	UNIDAD	\$27,99	4	\$111,96
SUBTOTAL				\$4.593,61
LABORATORIO				
MATERIAL	UNIDADES	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
TABLERO MDF 15MM	PLANCHA	\$52,07	5	\$260,35
TABLERO MDF 10MM	PLANCHA	\$48,07	2	\$96,14
TIRAS DE MADERA	UNIDAD	\$4,50	10	\$45,00
CLAVOS DE MADERA 2"	LIBRA	\$1,55	4	\$6,20
PINTURA AMARILLA	GALÓN	\$21,52	3	\$64,56
PINTURA TURQUESA	GALÓN	\$21,52	1	\$21,52
PINTURA GRIS	GALÓN	\$21,52	2	\$43,04
PINTURA VERDE	GALÓN	\$21,52	1	\$21,52
PINTURA MORADA	GALÓN	\$21,52	1	\$21,52
PINTURA NARANJA	GALÓN	\$21,52	1	\$21,52
TELEVISOR LCD HD 22"	UNIDAD	\$420,00	1	\$420,00
OJO DE BUEY	UNIDAD	\$15,00	3	\$45,00
LUZ LED	UNIDAD	\$39,99	1	\$39,99
ACRILICO CELESTE	PLANCHA	\$103,22	2	\$206,44
TABLERO MDF 10MM CON FORMICA COLOR TURQUESA	PLANCHA	\$76,15	1	\$76,15
TABLERO MDF 6MM CON FORMICA COLOR TURQUESA	PLANCHA	\$60,79	1	\$60,79
FORMICA COLOR TURQUESA	PLANCHA	\$36,45	1	\$36,45
SOPORTE DE TV	UNIDAD	\$19,99	1	\$19,99
LUZ LED COLORES	UNIDAD	\$18,50	3	\$55,50
SUBTOTAL				\$1.561,68

Tabla 7-2: Costos de Materiales para la escenografía

MANUALIDADES				
MATERIAL	UNIDADES	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
TABLERO MDF 15MM	PLANCHA	\$52,07	3	\$156,21
TABLERO MDF 10MM	PLANCHA	46,12	3	\$138,36
TIRAS DE MADERA	UNIDAD	4,5	12	\$54,00
CLAVOS DE MADERA 2"	LIBRA	1,55	2	\$3,10
PINTURA NARANJA	GALÓN	\$21,52	2	\$43,04
PINTURA MORADA	GALÓN	\$21,52	2	\$43,04
PINTURA AMARRILLA	GALÓN	\$21,52	2	\$43,04
PINTURA VERDE	GALÓN	\$21,52	1	\$21,52
PINTURA ROJA	GALÓN	\$21,52	1	\$21,52
PINTURA AZUL	GALÓN	\$21,52	1	\$21,52
PINTURA BEIGE	GALÓN	\$21,52	1	\$21,52
LUCES OJOS DE BUEY	UNIDAD	\$15,00	8	\$120,00
LUZ LED COLORES	UNIDAD	\$18,50	4	\$74,00
TABLERO MDF 10MM CON FORMICA COLOR VERDE	PLANCHA	\$76,15	1	\$76,15
TABLERO MDF 6MM CON FORMICA COLOR	PLANCHA	\$60,79	1	\$60,79
FORMICA COLOR VERDE	PLANCHA	\$36,45	1	\$36,45
ACRILICO VERDE	PLANCHA	\$103,22	1	\$103,22
BISAGRA PIN BRONCE	UNIDAD	\$4,19	8	\$33,52
SUBTOTAL				\$1.071,00
ENTRADA				
MATERIAL	UNIDADES	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
TIRAS DE MADERA	UNIDAD	\$4,50	6	\$27,00
TABLERO MDF 6MM	PLANCHA	\$21,44	5	\$107,20
CLAVOS 2"	LIBRA	\$1,55	1	\$1,55
CLAVOS 2 1/2"	LIBRA	\$1,90	1	\$1,90
LUCES MANGUERA	UNIDAD	\$27,00	5	\$135,00
PINTURA NARANJA	GALÓN	\$21,52	2	\$43,04
RIELES	UNIDAD	\$12,00	4	\$48,00
SUBTOTAL				\$363,69
BASE				
MATERIAL	UNIDADES	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
TABLERO MDF 15MM CON FORMICA	PLANCHA	\$76,15	1	\$76,15
TABLERO MDF 6MM CON FORMICA	PLANCHA	\$60,79	1	\$60,79
FORMICA BLANCA	PLANCHA	\$36,45	1	\$36,45
CLAVOS 2"	LIBRA	\$1,55	2	\$3,10
CLAVOS 2 1/2"	LIBRA	\$1,90	2	\$3,80
RODILLO	UNIDADES	\$3,68	4	\$14,72
PACK ESPONJAS RODI	UNIDADES	\$8,99	2	\$17,98
BANDEJA PLÁSTICA	UNIDADES	\$1,79	3	\$5,37
TIRAS DE MADERA	UNIDADES	\$4,50	10	\$45,00
VINIL	METRO 2	\$37,00	196	\$7.252,00
IMPREVISTOS				\$1.500,00
SUBTOTAL				\$9.015,36
TOTAL				\$16.605,34

Tabla 7-3: Costos de Materiales para la escenografía

7.2 CRONOGRAMA

Las actividades a desarrollar se distribuyen según tres etapas: pre-producción, producción y posproducción.

CRONOGRAMA "PHULLAY"																
Actividades	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Pre-producción																
Investigación Antecedentes y tendencias																
Elaboración de Bocetos																
Planeación																
Cotización																
Producción																
Realización de la línea gráfica																
Plano de escenografía																
Levantamiento de obra																
Post-producción																
Animación																
Instalación																
Edición - Música - FX																
Supervisión del acabado de la obra																

Tabla 7-4: Cronograma de Actividades

7.2.1 PRE-PRODUCCIÓN

La pre-producción es la etapa que consiste en la planificación, programación, organización, preparación y prevención de cada uno de los elementos que participarás durante todo el proceso de producción.

Es la etapa más importante, pues hay una asignación de recursos ya que se los distribuye y organiza de tal manera que satisfagan los requerimientos de cada una de las áreas que participan.

7.2.2 PRODUCCIÓN

La fase de producción es donde todos los elementos se vinculan para la realización del programa. Esta etapa comprende la filmación propiamente dicha. Los mayores retos aparecen en la producción, puesto que hay que dirigir al equipo y realizar las actividades previstas.

7.2.3 POSTPRODUCCIÓN

En la posproducción se desarrollan los procesos que se llevan a cabo después de *filmar*: editar, añadir títulos y mezclar el sonido.

7.3 ORGANIGRAMA

El proyecto se basará específicamente en el desarrollo de la dirección de arte y necesitará del siguiente personal:

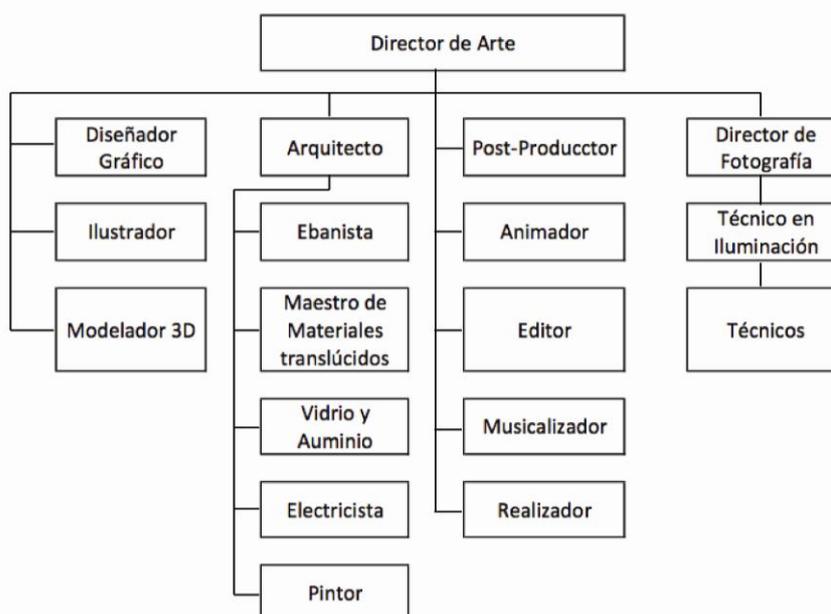


Ilustración 7-1: Organigrama

7.3.1 RESPONSABILIDADES Y ACTIVIDADES DE CADA MIEMBRO DEL EQUIPO DE TRABAJO

7.3.1.1 DIRECTOR DE ARTE

Es el encargado de crear los conceptos de comunicación en base a una propuesta a comunicar. Dedicado específicamente a la parte visual y a la estética de una gráfica.

El director de arte sabe de diseño gráfico y coordina con los diseñadores para producir las imágenes teniendo amplios conocimientos en *semiótica*, fotografía, iluminación, etc.

7.3.1.2 DISEÑADOR GRÁFICO

El Diseñador es un comunicador visual quien mediante formas y colores logra expresar un concepto y que es captado fácilmente por las personas. Cumple la función de realizar y estructurar su creatividad e innovación en diseños e imagen que se requiera transmitir.

7.3.1.3 ILUSTRADOR

Se le conoce como un artista gráfico que desarrolla las representaciones visuales de un concepto. Es la persona encargada de plasmar en papel la escenografía.

7.3.1.4 MODELADOR 3D

Está capacitado para crear un mundo conceptual en tres dimensiones.

7.3.1.5 DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA

Es la persona responsable de la creación artística de imágenes para la puesta en escena de la producción.

Toma las decisiones en cuanto a la iluminación, *encuadre* y composición.

7.3.1.6 ILUMINADOR

Estudia las incidencias de las luces en el estudio para crear condiciones cromáticas adecuadas para la puesta en escena. En ocasiones también se encarga de la instalación de las luces. Trabaja directamente con el director y el director de fotografía.

7.3.1.7 ARQUITECTO

Es un profesional que interpreta las necesidades de sus clientes. Diseña espacios funcionales, estéticos y habitacionales. Participa en todas las etapas de construcción y diseño del espacio.

Conoce de materiales, diferentes sistemas constructivos y técnicos para lograr su trabajo en un tiempo determinado. Trabaja de la mano con otros profesionales como electricistas o ingenieros.

7.3.1.8 EBANISTA

Es la persona que trabaja con madera. Se encarga de hacer paneles, muebles o de restaurar muebles antiguos. Produce su trabajo en un número reducido.

El ebanista garantiza las etapas de fabricación, y es sobre todo un artesano.

7.3.1.9 ELECTRICISTA

Profesionales que se encargan de realizar instalaciones relacionadas con la electricidad, como maquinas e iluminación. Es responsable de la reparación desde enchufes hasta líneas de alta tensión.

Forma una parte muy importante dentro del equipo de construcción.

7.3.1.10 PINTOR

Un pintor es aquel que mediante el uso de herramientas como brochas y rodillos da color a las paredes, bien sea que éstas se encuentren en interiores o exteriores.

Usa diferentes tipos de pintura según las características de la habitación o superficie donde se vaya a colocar.

7.3.1.11 POSTPRODUCTOR

Es la persona responsable de revisar todo el material grabado, selecciona el mejor y por medio de un software se encarga de corrección de color y montaje. Luego supervisa el trabajo de sonorización y, si se requiere, de doblaje.

7.3.1.12 ANIMADOR

Es quien da la sensación de que los personajes ilustrados parezcan reales, de tener masa y lidian con la gravedad, darles estilo. Algunas veces requiere la colaboración de varios animadores.

7.3.1.13 EDITOR

Es el profesional que manipula imágenes, video y audio; tiene el criterio necesario para darle dinamismo y ritmo al material seleccionado, contando una historia a través de ella.

7.3.1.14 MUSICALIZADOR

Es la persona que se encarga de estudiar la información y contenido del programa para seleccionar una música apropiada. Maneja audio, música y efectos sonoros. Además, elabora una lista de canciones para acompañan a cada sección del programa.

7.4 ENTREGABLES DEL PROYECTOS

Al desarrollar el concepto de “Phullay” se compromete a entregar la línea gráfica y la escenografía del espacio infantil.



CAPÍTULO VIII
DERECHOS DE AUTOR

8 DERECHOS DE AUTOR

Según el Dr. Mena, H de IEPI Ecuador, en su libro *Derecho de Autor y Derechos Conexos*. (Mena)

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

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

El derecho de autor dura la vida del creador más 70 años después de su muerte. El uso de una obra sin la autorización expresa de su autor es considerado ilegal y puede ser castigado con multas e incluso prisión.

8.1 ¿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. Derechos que pueden ejercer el autor o sus herederos.

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.

8.2 SIGNOS DISTINTIVOS

8.2.1 CONCEPTOS

El Dr. Mena, H de IEPI Ecuador cita en su libro *Signos distintivos*.

Marca: signo de derecho exclusivo utilizado para la identificación de un servicio o producto. Las marcas pueden imágenes, texto, símbolos gráficos, cifra o una mezcla de ellas.

Marca tridimensional: objeto que ocupa un espacio determinado con altura, anchura y profundidad.

8.2.2 ¿QUIÉN PUEDE REGISTRAR UNA MARCA?

Una marca puede ser registrada por cualquier persona natural o jurídica, nacional o extranjera.

8.2.3 BENEFICIOS Y DERECHOS QUE CONFIERE EL REGISTRO DE UNA MARCA

- Derecho al uso exclusivo, solo el titular puede hacer uso del signo.
- Protección en toda la República Ecuatoriana y derecho de prioridad en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), dentro de los primeros seis meses de presentada la solicitud en 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.

8.2.4 CONSEJOS PARA REGISTRAR UNA MARCA

Previo a presentar la solicitud, se recomienda realizar una búsqueda y verificación de que no exista en el mercado signos parecidos que impidan el registro de su marca.

8.2.5 PROCEDIMIENTO DE REGISTRO

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.

8.2.6 TASAS POR REGISTRO DE MARCAS

- Trámite de solicitudes de registro, inscripción o concesión de derechos de marcas, nombre comercial, lema comercial, apariencias distintivas. USD \$116,00
- Trámite de solicitudes de registro, inscripción o concesión de derechos de marca tridimensional. USD\$336,00

8.3 DERECHOS DE AUTOR DE LAS OBRAS AUDIOVISUALES

Serrano, J. EGEDA en su escrito de Ase. *Legal Del Derecho De Retransmisión*(Serrano)

El artículo 13, letra b) de la **Decisión 351** de la Comunidad Andina: “*El autor o, en su caso derechohabientes, tienen el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir: (...) b) La comunicación pública de la obra por cualquier medio que sirva para difundir las palabras, los signos, los sonidos o las imágenes*”.

Art. 34 del Reglamento a la Ley de Propiedad Intelectual: “*Las sociedades de gestión colectiva estarán legitimadas, en los términos que resulten de sus propios estatutos, para ejercer los derechos confiados a su administración y hacerlos valer en toda clase de procedimientos administrativos y judiciales, sin presentar más título que dichos estatutos y presumiéndose, salvo prueba en contrario, que los derechos ejercidos les han sido encomendados, directa o indirectamente, por sus respectivos titulares*”.

Art. 35 de la Ley de Propiedad Intelectual: “*Se reputa titular de una obra audiovisual al productor, esto es la persona natural o jurídica que asuma la iniciativa y la responsabilidad de la realización de la obra. Se considera productor,*

salvo prueba en contrario, a la persona natural o jurídica cuyo nombre aparezca en dicha obra en la forma usual”.

8.4 CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA EL REGISTRO DE MARCAS

La clasificación Niza es una distribución de los productos y servicios para el registro de las marcas. En el momento del registro, el solicitante debe indicar la clase o clases a la que pertenece.

Signos de derecho exclusivo utilizado para la identificación de un servicio o producto. Los signos pueden consistir de sonido numerología, sonido, textura diseño de logotipo, isotipo y a su vez una combinación de todos los anteriores.

8.4.1 SIGNOS DISTINTIVOS

8.4.1.1 PROCESO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS BUSQUEDA FONÉTICA

La búsqueda fonética es un procedimiento anterior al registro del nombre comercial, lema comercial, apariencia distintiva, medios televisivos y material promocional.

Esto permite verificar que no existan en el mercado registros de sonidos parecidos o similares. La documentación respectiva a presentar es la siguiente:

Nombre de la marca.

Slogan de la marca.

Formulario (solicitud de búsqueda fonética).

Papeleta de depósito correspondiente a USD \$16.00 (valor del proceso en el IEPI).

8.4.1.2 TIPOS DE MARCAS A PATENTAR

El signo, que va a representar al programa, está clasificado por su naturaleza y sus elementos distintivos.

8.4.1.3 REGISTRO DE LA MARCA POR SU NATURALEZA

Requerimientos a presentarse en el proceso de inscripción:

Formulario (solicitud de registro de signos distintivos) respaldado por la firma de un abogado patrocinador.

Abogado patrocinador USD \$200.00.

Papeleta de depósito de USD \$116.00. Costo del valor de proceso en el IEPI.

Si la persona es jurídica deberá presentar una copia notariada del nombramiento del representante legal (valor del documento USD \$25.00).

Seis artes a color de tamaño 5x5 cm impreso en papel adhesivo.

Imagen corporativa o manual de uso de marca.

8.4.1.4 LISTA DE MARCAS POR SU NATURALEZA A REGISTRAR

8.4.1.4.1 FIGURATIVO

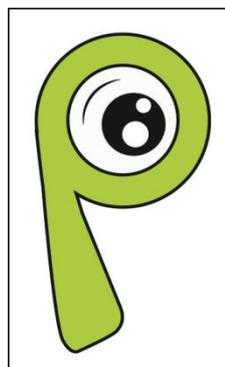


Ilustración 8-1: Marca Figurativa

8.4.1.4.2 DENOTATIVO



Ilustración 8-2: Marca Denotativa

1.2.1.1.1. MIXTO



Ilustración 8-3: Marca Mixta

1.2.1.2. REGISTRO DE OBRAS AUDIOVISUALES

Al documentar contenidos de programas televisivos, se debe presentar un programa en el cual debe constar material artístico, efectos, sonoro, animaciones, etc. Para este proceso debe presentarse:

- Formulario, solicitud de registro de obras audiovisuales, el mismo que tiene un costo de USD \$20.00.
- Abogado patrocinador (este costo se paga solo una vez en el proceso).
- Si la persona es jurídica debe presentar una copia notariada del nombramiento del representante legal (valor del documento notariado se paga una sola vez y sirve para todo el proceso).

- Programa piloto.
- Tanto los sonidos creados, comprados, así como los descargados, deben constar dentro del formulario de obras artísticas y musicales.

8.4.1.4.3 REGISTRO DE OBRAS ARTISTICAS Y MUSICALES

Según la ley, los sonidos inéditos o ya existentes, deben constar con los datos del autor, su respectivo permiso y especificaciones del uso la misma.

8.4.1.4.4 PATENTE DE SONIDO Y MÚSICA

Para la patente de se debe presentar:

Formulario, registro de obras artísticas y musicales, el mismo que tiene un costo de USD \$20.00.

Abogado patrocinador (Este costo se paga solo una vez en el proceso).

Si la persona es jurídica debe presentar una copia notariada del nombramiento del representante legal (valor del documento notariado se paga una sola vez y sirve para todo el proceso).

En caso de sonidos inéditos, propios del autor, se debe adjuntar la lista de sonidos creada y copia de cédula del autor o autores.

Si los sonidos son comprados, así como los descargados, se debe adjuntar los permisos o títulos de propiedad de dichas obras.

8.4.1.4.5 PATENTE DE ESCENOGRAFÍA

Patentar la escenografía está dentro el mismo artículo de registro y obras artísticas musicales, siguiendo el mismo proceso con nuevo formulario, se presentan los siguientes datos:

- Formulario, registro de obras artísticas y musicales, el mismo que tiene un costo de USD \$20.00.
- Copia de los autores que desarrollaron la escenografía.
- En el formulario se debe especificar (en DATOS DE LA OBRA) en la opción otra: "Diseño de escenografía"
- Se debe adjuntar fotos de la escenografía.
- Adjuntar plano de ubicación de escenario, plano de luces (en caso de registrar planos de medidas). Para esto se requiere un formulario con un costo adicional por cada referencia.
- Firma del Abogado patrocinador (este costo se paga solo una vez en el proceso).
- Si la persona es jurídica debe presentar una copia notariada del nombramiento del representante legal (valor del documento notariado se paga una sola vez y sirve para todo el proceso).



CAPÍTULO IX
CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES

9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de una extenuante investigación y recopilación de datos, una vez cumplidos los objetivos específicos en la creación de la nueva gráfica, se llegó a las siguientes conclusiones y recomendaciones.

9.1 CONCLUSIONES

- Los abundantes colores y las grandes formas son las preferidas para los niños.
- La escenografía es únicamente aplicable al espacio físico antes indicado.
- Al haber creado esta nueva imagen se espera llegar al target ya establecido e ir captando la atención de un nuevo público.
- El costo del espacio infantil “Phullay” es de \$ 26.750,84

9.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda para la realización de este proyecto los pasos previamente establecidos.
- Para el desarrollo de este proyecto es necesario trabajar con el equipo humano antes mencionado para asegurar un buen resultado.
- Debe de ser registrada la marca en el IEPI para evitar cualquier forma de plagio.
- Se sugiere incluir nuevos espacios educativos con la misma línea de “Phullay” para captar más audiencia.



BIBLIOGRAFÍA

10 BIBLIOGRAFÍA

- AGUILERA GAMONEDA, J. (1980). "La educación por televisión. Un servicio público desatendido". En J. AGUILERA GAMONEDA, *"La educación por televisión. Un servicio público desatendido"*. Pamplona.
- Arte España (s.f). Recuperado el 21 de Marzo de 2013, de <http://www.arteespana.com/futurismo.htm>
- Arte España (s.f). Recuperado el 21 de Marzo de 2013, de <http://www.arteespana.com/futurismo.htm>
- Caliente, G. (2005). www.guayaquilcaliente.com. Recuperado el 21 de Marzo de 2013, de Programa 'Magneto' se estrena hoy con Paloma: http://www.guayaquilcaliente.com/actualidad/actual/paloma_fiuza/_programa_magneto_se_estrena_hoy_con_paloma/
- Censos, I. N. (s.f.). www.inec.gob.ec. Recuperado el 21 de Marzo de 2013, de Uso de Tiempo: <http://www.inec.gob.ec/variosdos/UsoTiempo.pdf>
- D., R. O. (1992). *"La televisión, fábrica de mentiras"*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Dondis, D. A. (1987). La Sintaxis de la imagen. En D. A. Dondis, *La Sintaxis de la imagen*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA.
- Dr. Mena, H. (s.f.). www.iepi.gob.ec. Recuperado el 2 de Mayo de 2013, de IEPI Ecuador. Derecho de Autor y Derechos Conexos: <http://www.iepi.gob.ec/index.php/propiedad-intelectual/derecho-de-autor-y-derechos-convexos>
- Dr. Mena, H. (s.f.). www.iepi.gob.ec. Recuperado el 2 de Mayo de 2013, de IEPI Ecuador. Signos distintivos: <http://www.iepi.gob.ec/index.php/propiedad-intelectual/propiedad-industrial/signos-distintivos>
- F., Ruiz. Vasallo. (1989). *"Televisión"*. Barcelona: Ed. CEAC.
- Fellini, F. (s.f.).
- Heller, E. (2004). *Psicología del color*. Madrid, España.
- HILL, A. E. (1970). "Tv educativa: presente y futuro". En A. E. HILL, *"Tv educativa: presente y futuro"*. Buenos Aires: Troquel.
- IBOPE. (s.f.). www.ibopetime.com.ec. Recuperado el 29 de Abril de 2013, de IBOPE Ecuador: <http://www.ibopetime.com.ec/ibope>
- Liendo, Eduardo. (s.f.).

- Liendo, E. (s.f.). *www.analitica.com*. Recuperado el 2 de Marzo de 2013, de <http://www.analitica.com/va/sociedad/articulos/5318791.asp>
- MASTERMAN, L. (1993). "La enseñanza de los medios de comunicación". Madrid: De la Torre.
- Mena, D. (s.f.). H de IEPI Ecuador, Derecho de Autor y Derechos Conexos. En D. Mena.
- Monografías.com. (2001). *www.monografias.com*. Recuperado el 22 de Marzo de 2013, de Programas Infantiles: <http://www.monografias.com/trabajos76/falta-programas-infantiles-tv-argentina/falta-programas-infantiles-tv-argentina2.shtml>
- Rowe, J. M. (1989). *Cómo diseñar marcas y logotipos*. Barcelona, España.
- sinónimos., Word. Reference. (s.f.). *www.wordreference.com*. Recuperado el 20 de Marzo de 2013, de Diccionario de Sinónimos y Antónimo: <http://www.wordreference.com/sinonimos/>
- Serrano, J. E. (s.f.). Legal Del Derecho De Retransmisión.
- Serrano, J. E. (s.f.). *www.egeda.ec*. Recuperado el 2 de Mayo de 2013, de Ase. Legal Del Derecho De Retransmisión: <http://www.egeda.ec/#10>
- Vilain, r. (s.f.). *www.udec.cl*. Recuperado el 19 de Abril de 2013, de <http://www.udec.cl/-ivalfaro/apsique/desa/nitv/html>
- Wong, W. (1995). *Fundamentos del Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, SA.
- Wikipedia. (2000). *es.wikipedia.org*. Recuperado el 22 de Marzo de 2013, de TC Televisión: http://es.wikipedia.org/wiki/TC_Televisi%C3%B3n
- *www.clasesdisenografico.blogspot.com*. (s.f.). Recuperado el 18 de Mayo de 2013, de <http://casesdisenografico.blogspot.com/2009/04/imagen-corporativa.html>
- *www.fotonostra.com*. (s.f.). Recuperado el 2013 de Abril de 20, de <http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm>
- *www.mercadeogrupo.blogspot.com*. (s.f.). Recuperado el 18 de Mayo de 2013, de <http://mercadeogrupo1.blogspot.com/2011/02/estrategia-de-marca.html>



ANEXOS

11 ANEXOS

ANEXO 1: USO DE TIEMPO

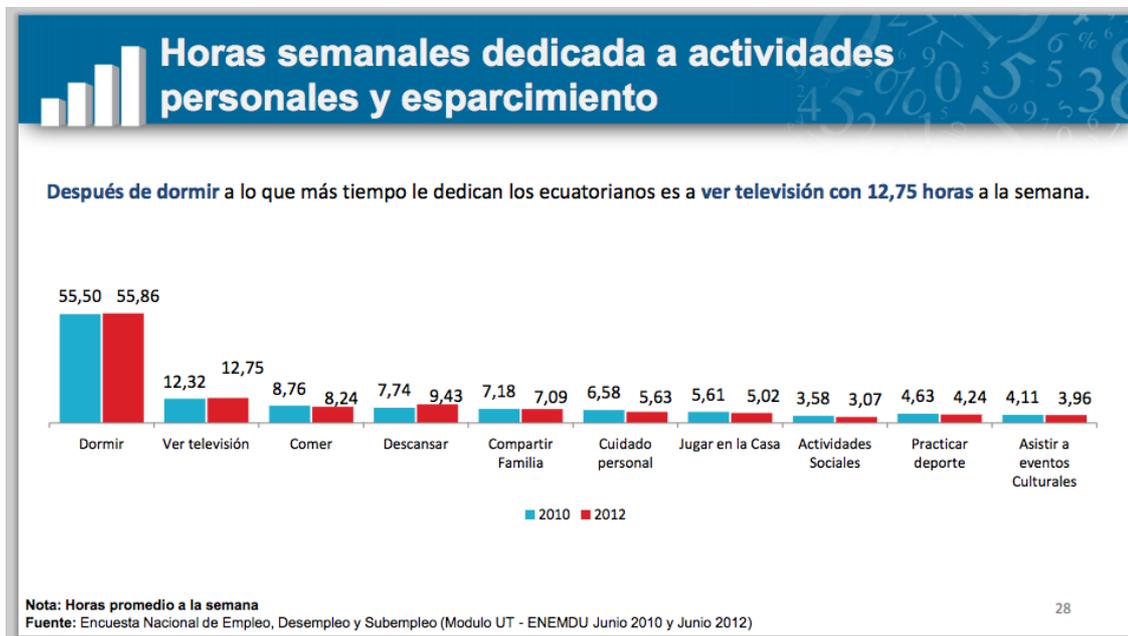


Ilustración 11-1: Uso de Tiempo

ANEXO 2: El Show de Yuly (Estudio de Tendencias)



Ilustración 11-2: El Show de Yuly (Estudio de Tendencias)

ANEXO 3: El Rincón de los Bajitos (Estudio de Tendencias)



Ilustración 11-3: El Rincón de los Bajitos (Estudio de Tendencias)

ANEXO 4: Magneto (Estudio de Tendencias)



Ilustración 11-4: Magneto (Estudio de Tendencias)

ANEXO 5: Dr. Expertus (Estudio de Tendencias)



Ilustración 11-5: Dr. Expertus (Estudio de Tendencias)

ANEXO 6: MEDIDAS DE ESCENOGRAFÍA LABORATORIO

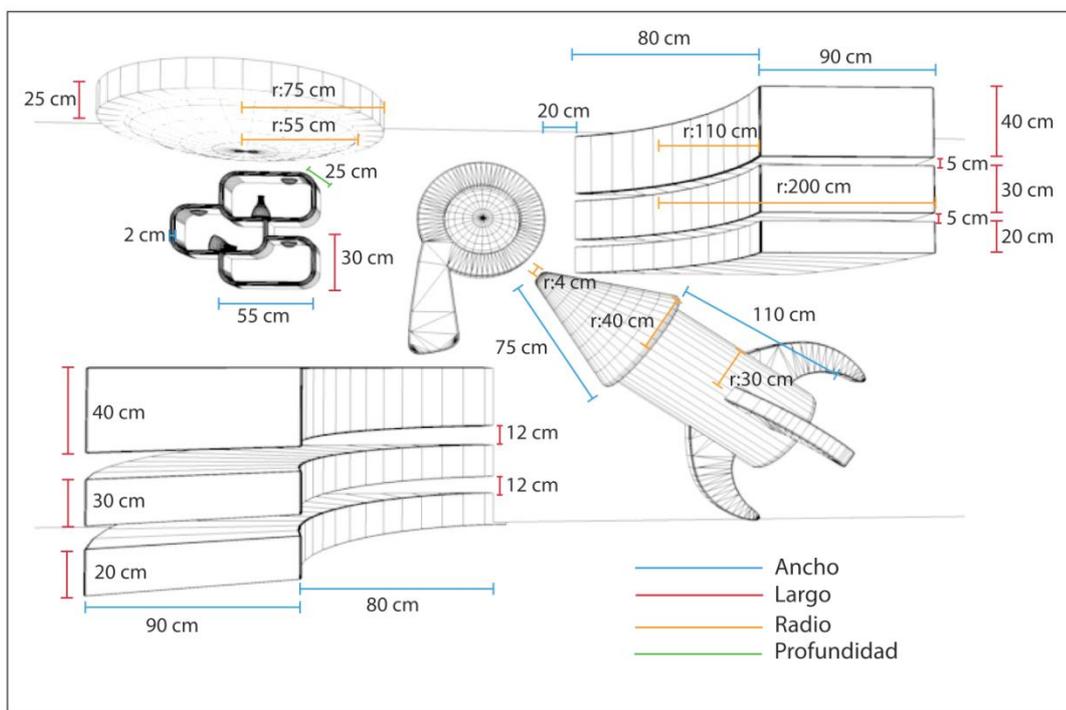


Ilustración 11-6: Medidas de Escenografía. Laboratorio

ANEXO 7: MEDIDAS ESCENOGRAFÍA LABORATORIO

OBJETOS

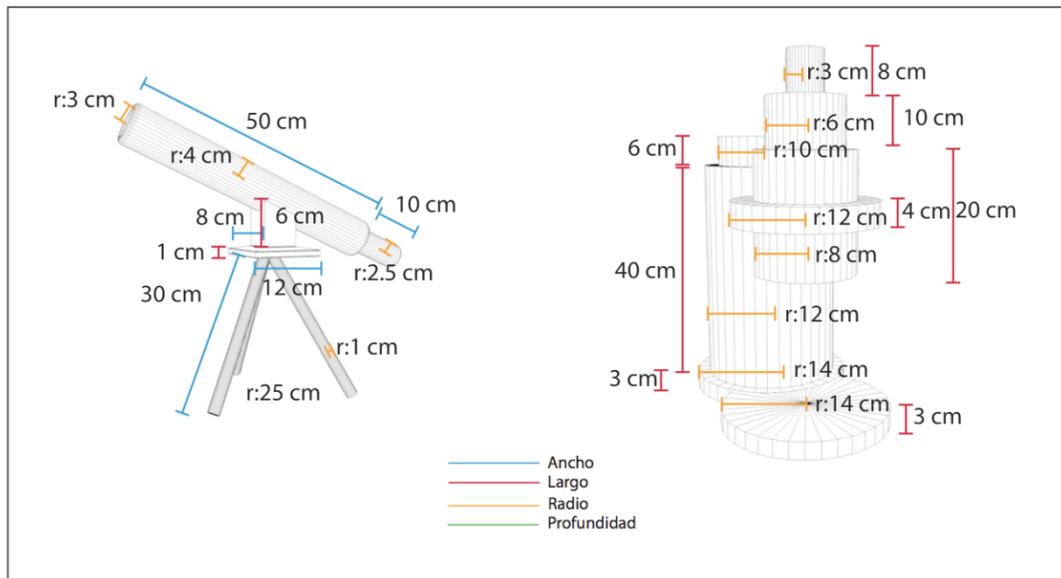


Ilustración 11-7: Medidas Escenografía. Laboratorio. Objetos

ANEXO 8: MEDIDAS DE ESCENOGRAFÍA LABORATORIO

MESA

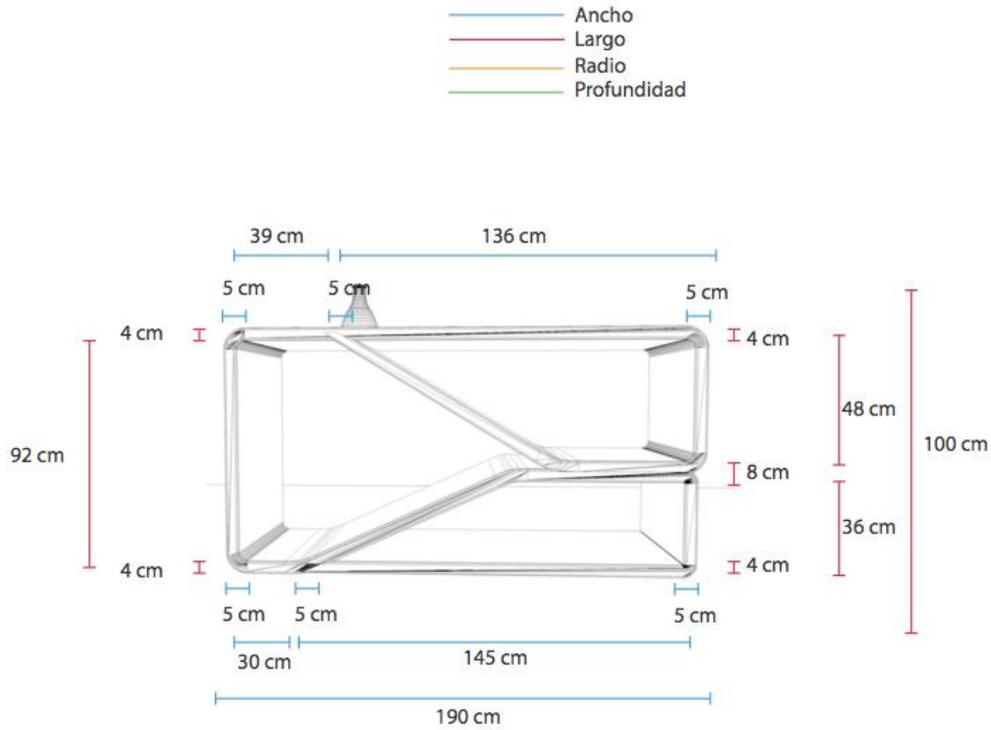


Ilustración 11-8: Medidas de Escenografía. Laboratorio. Mesa

ANEXO 9: MEDIDAS ESCENOGRAFÍA LABORATORIO OBJETOS 2

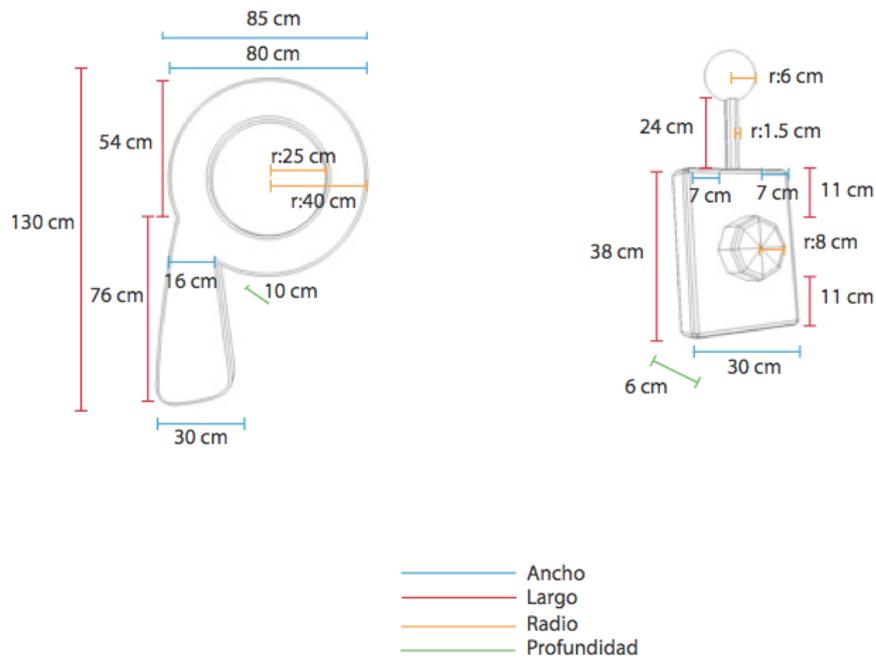


Ilustración 11-9: Medidas de Escenografía. Laboratorio. Objetos 2

ANEXO 10: MEDIDAS DE ESCENOGRAFÍA CENTRAL

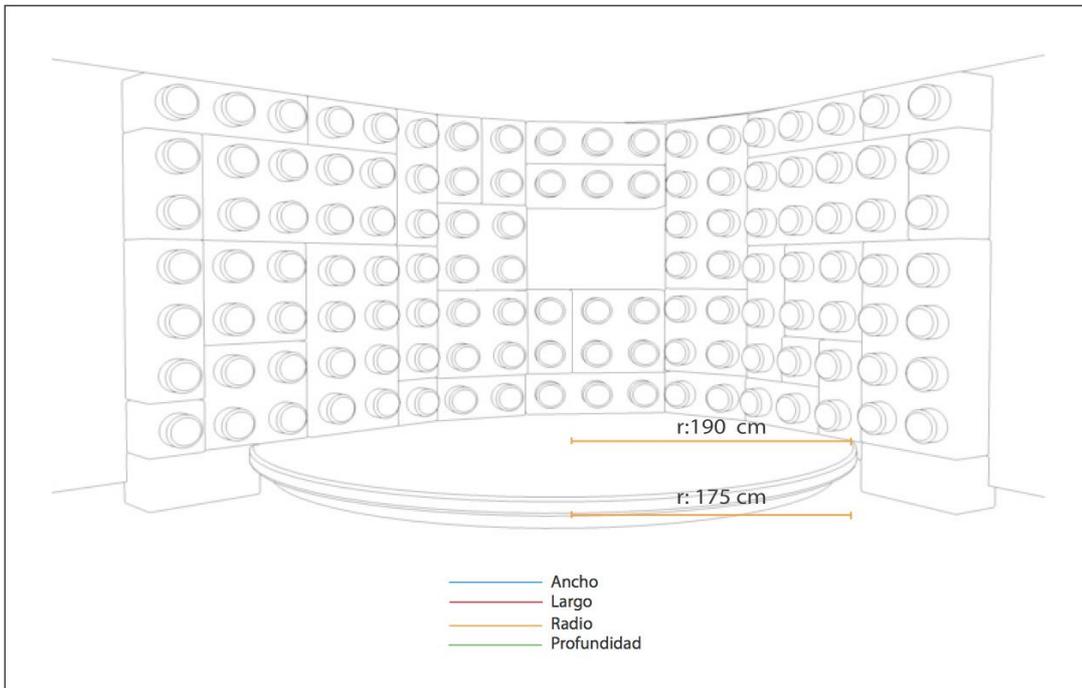


Ilustración 11-10: Medidas de Escenografía Central

ANEXO 11: MEDIDAS DE ESCENOGRAFÍA CENTRAL LEGOS

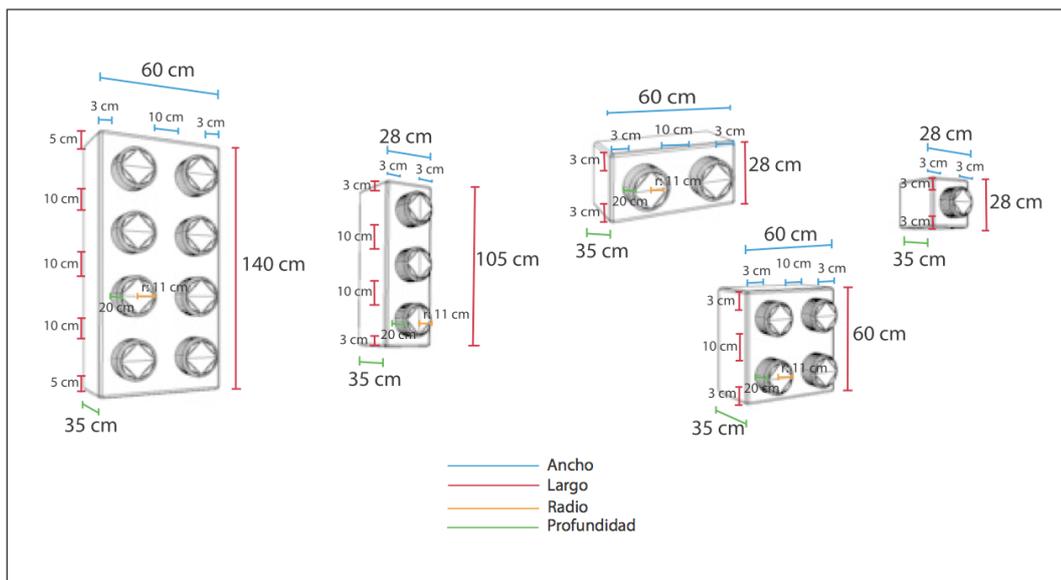


Ilustración 11-11: Medidas de Escenografía. Central. Legos

ANEXO 12: MEDIDAS DE ESCENOGRAFÍA CENTRAL IPAD

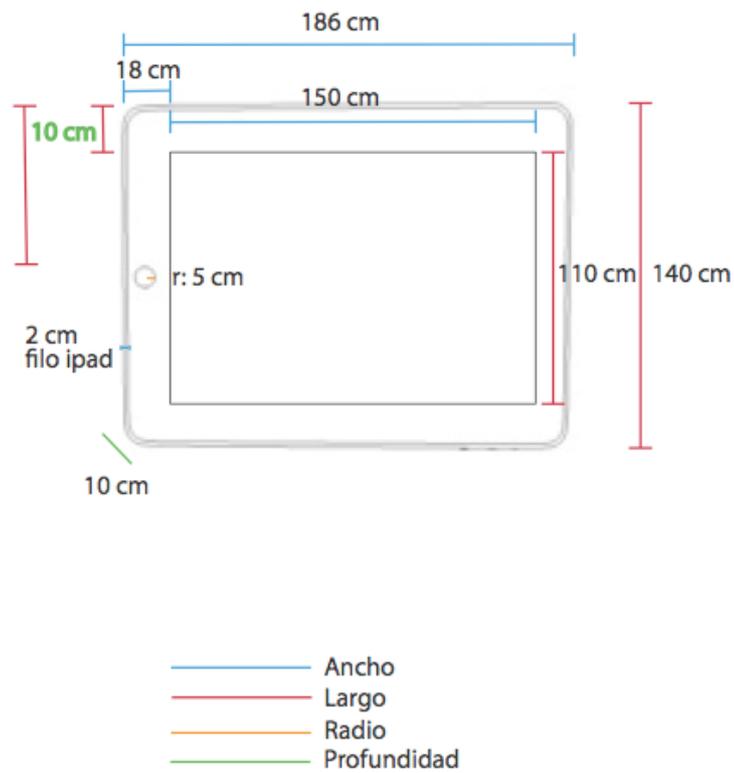


Ilustración 11-12 Medidas de Escenografía. Central. Ipad

ANEXO 13: MEDIDAS DE ESCENOGRAFÍA CENTRAL SILLA

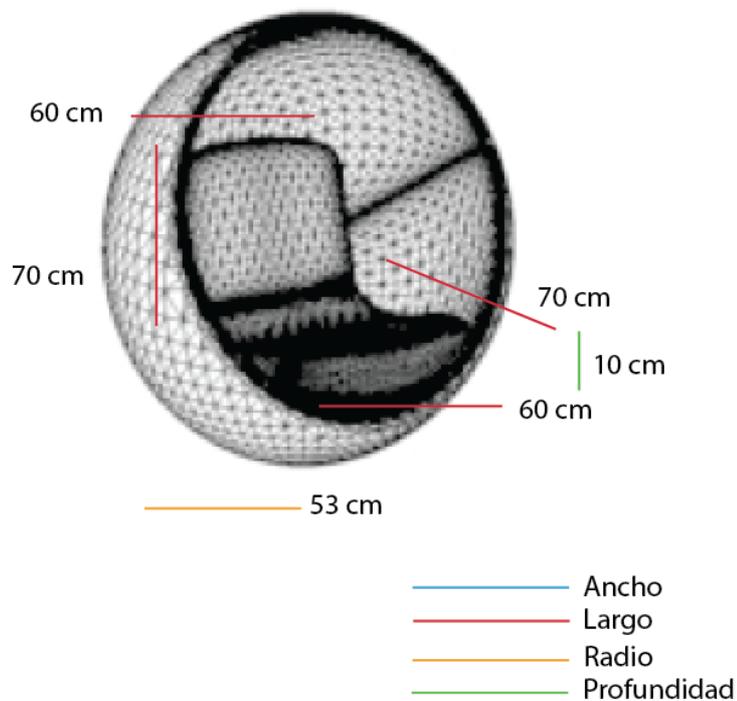


Ilustración 11-13: Medidas de Escenografía. Central. Silla

ANEXO 14: MEDIDAS DE ESCENOGRAFÍA ENTRADA

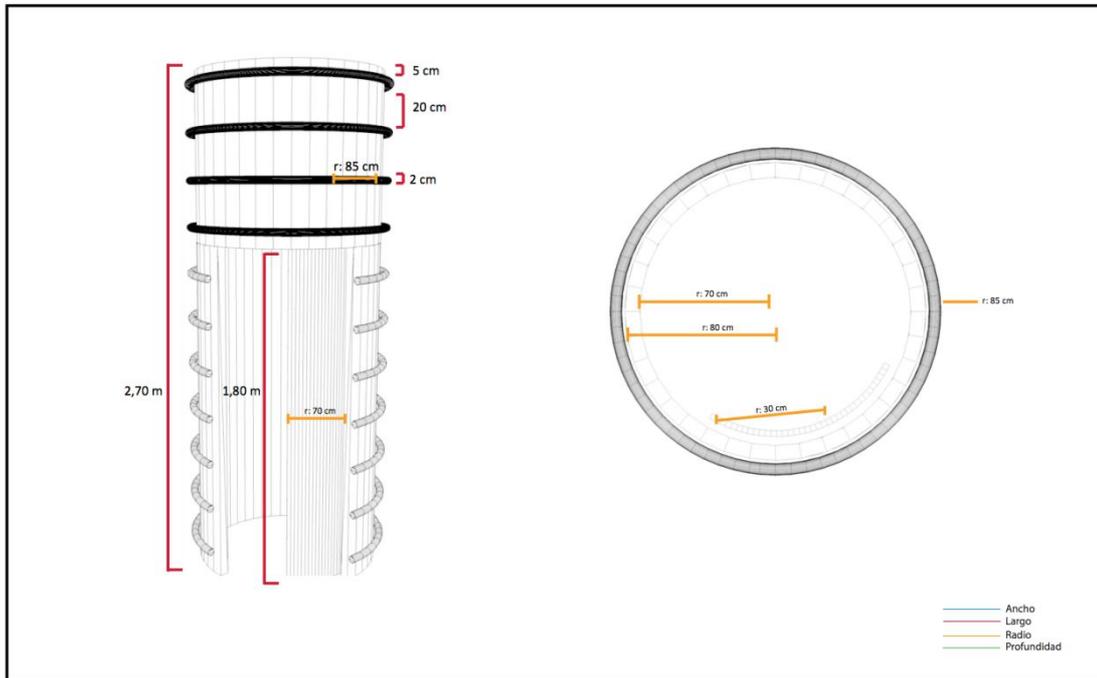


Ilustración 11-14: Medidas de Escenografía. Entrada

ANEXO 15: MEDIDAS DE ESCENOGRAFÍA MANUALIDADES

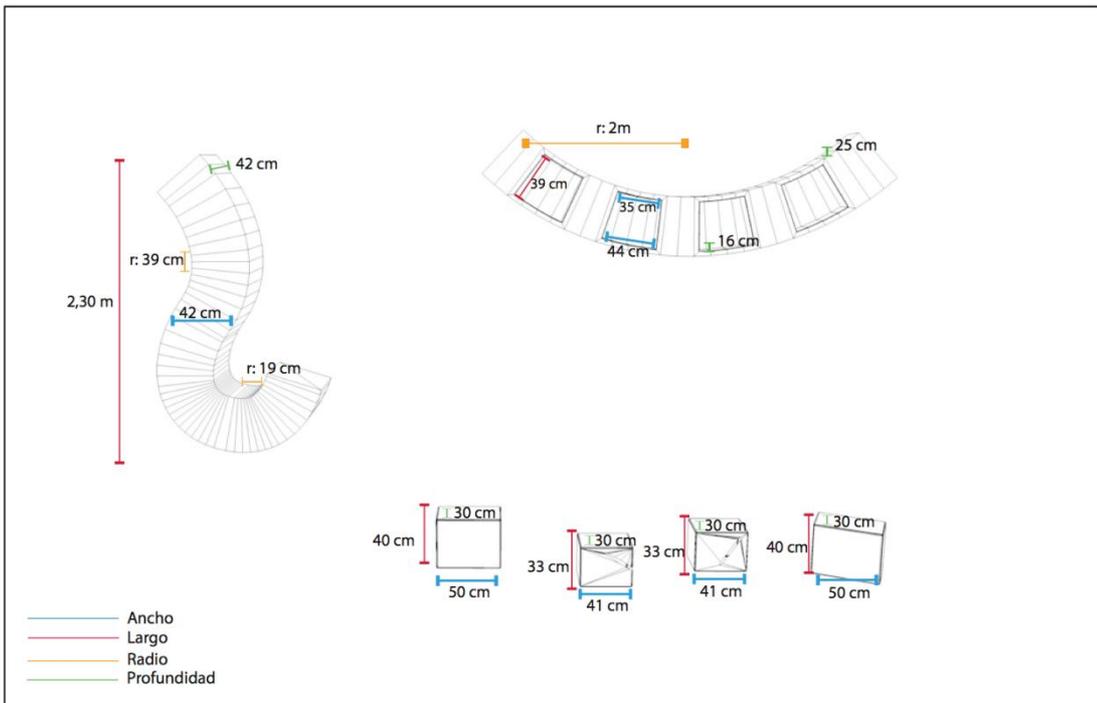


Ilustración 11-15: Medidas de Escenografía. Manualidades

ANEXO 16: MEDIDAS DE ESCENOGRAFÍA MANUALIDADES

MESA

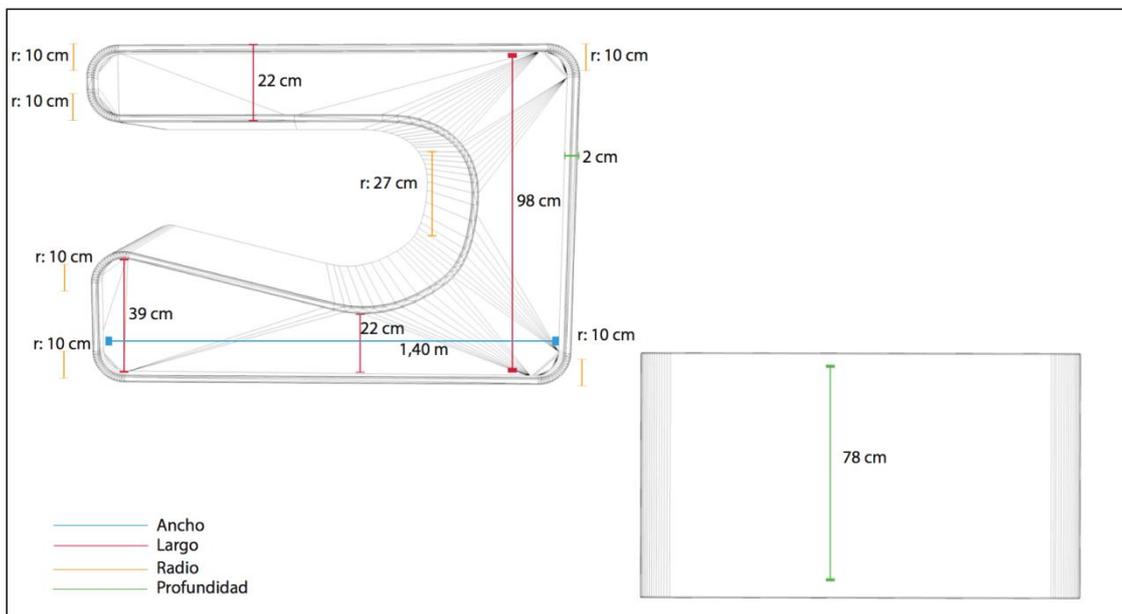


Ilustración 11-16: Medidas de Escenografía. Mesa

ANEXO 17: MEDIDAS DE ESCENOGRAFÍA MANUALIDADES

PINTURA

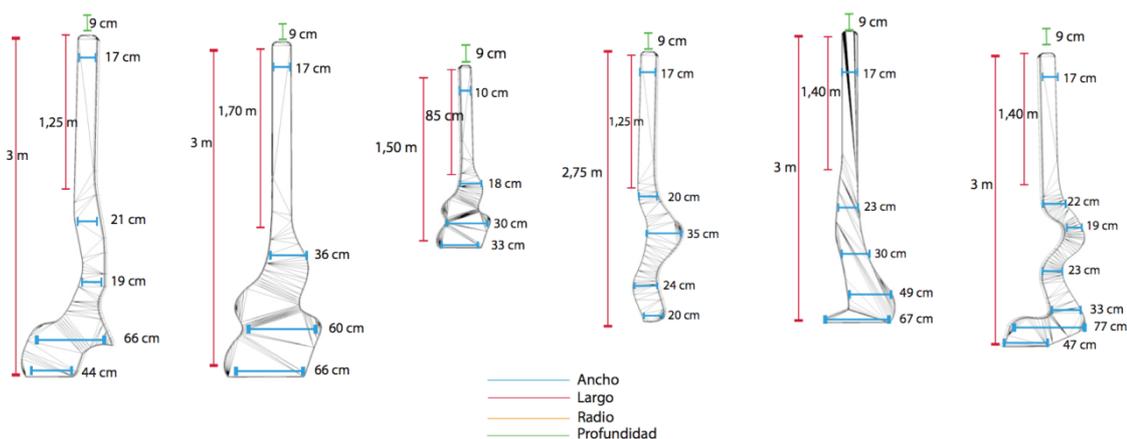


Ilustración 11-17: Medidas de Escenografía. Manualidades. Pintura

ANEXO 18: MEDIDAS DE ESCENOGRAFÍA MANUALIDADES OBJETOS

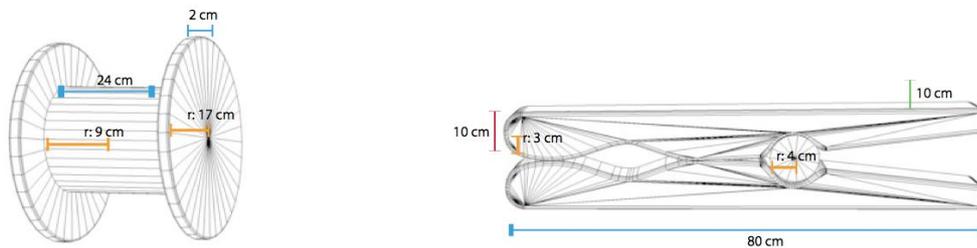


Ilustración 11-18: Medidas de Escenografía. Manualidades. Objetos

ANEXO 19: MODEL SHEET NIÑO

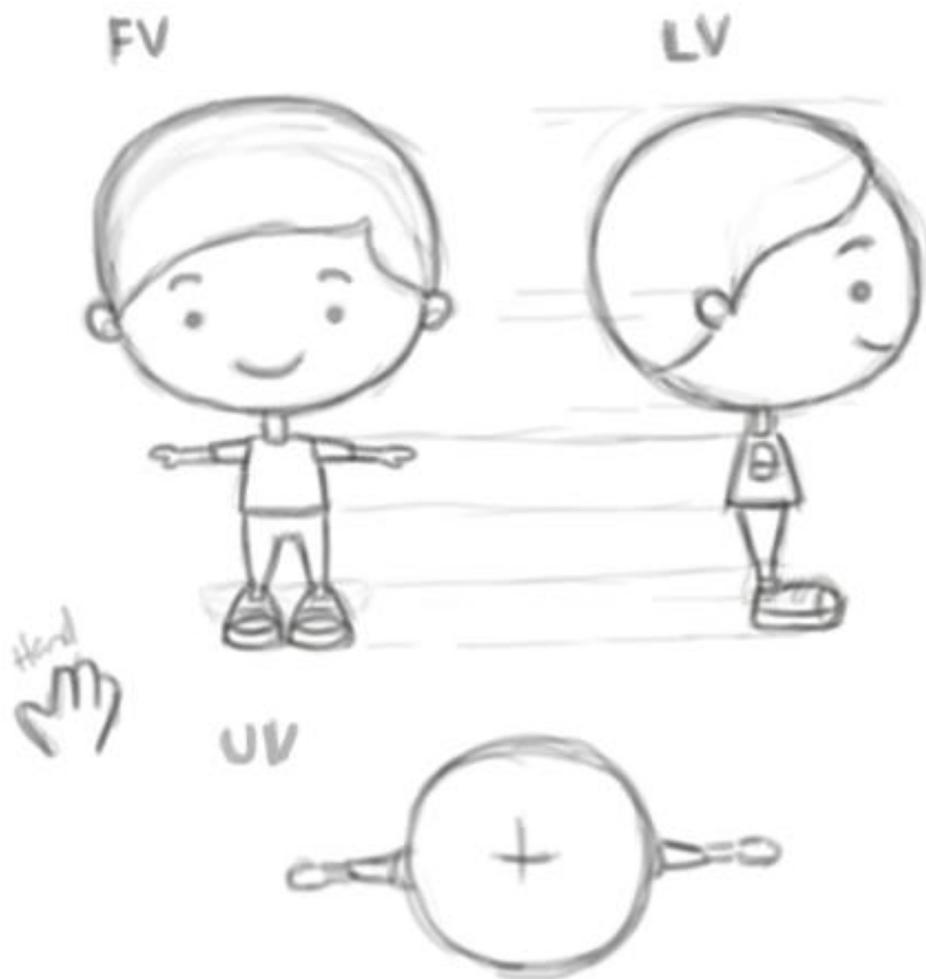


Ilustración 11-19: Model Sheet Niño

ANEXO 20: TIROS DE CÁMARA CENTRAL



Ilustración 11-20: Cámara Frontal. Plano General. Presentadores



Ilustración 11-21: Cámara Frontal. Plano Americano. Presentadores

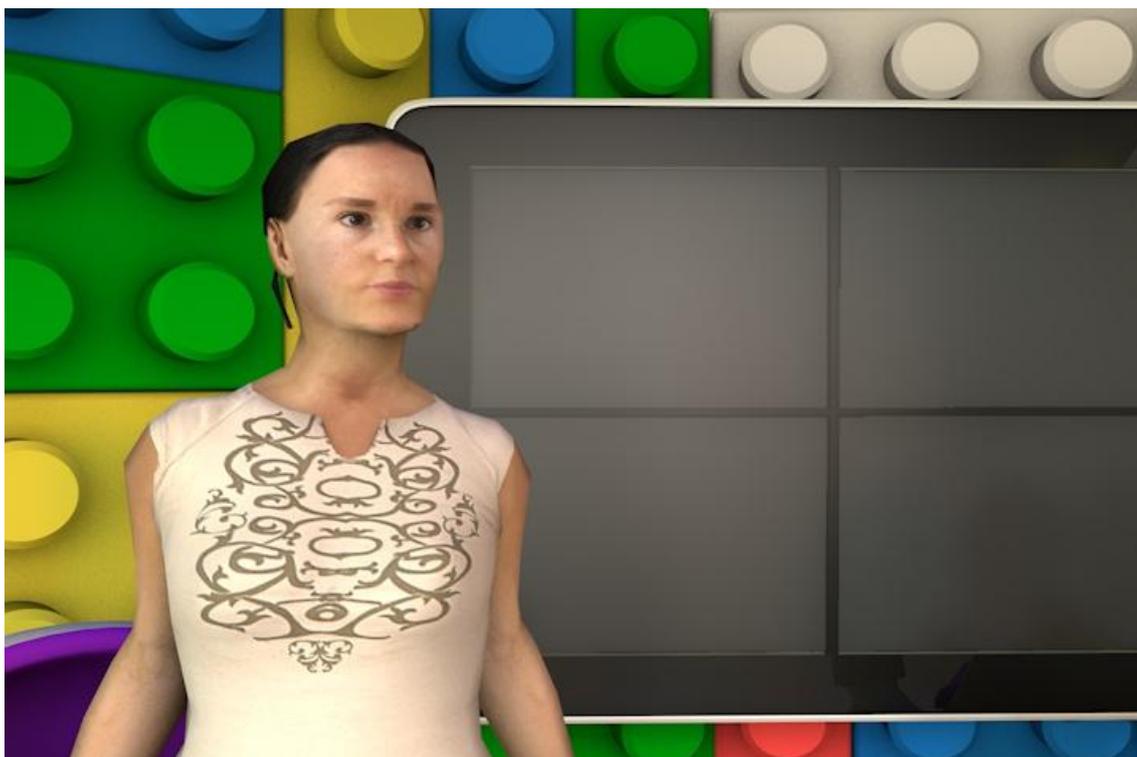


Ilustración 11-22: Cámara Lateral. Plano Medio. Presentadora



Ilustración 11-23: Cámara Lateral. Plano Medio. Presentador

ANEXO 21: TIROS DE CÁMARA LABORATORIO



Ilustración 11-24: Cámara Central. Plano General. Presentadores

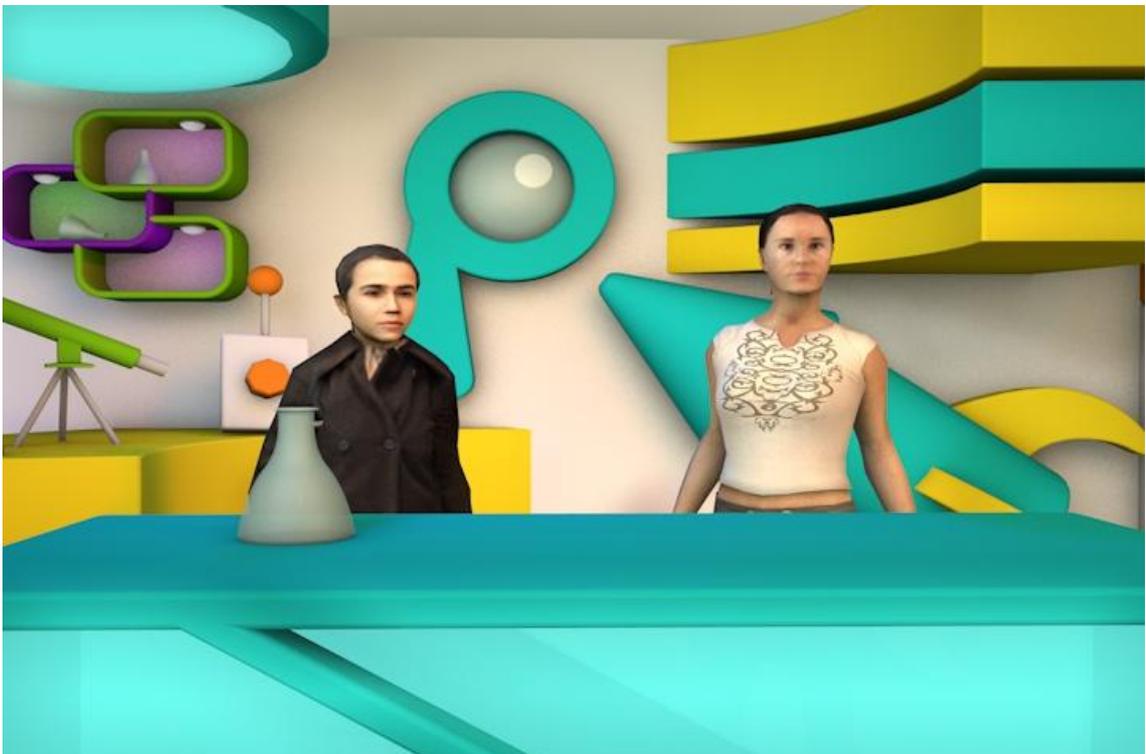


Ilustración 11-25: Cámara Central. Plano Americano. Presentadores



Ilustración 11-26: Cámara Lateral. Plano Medio. Presentador

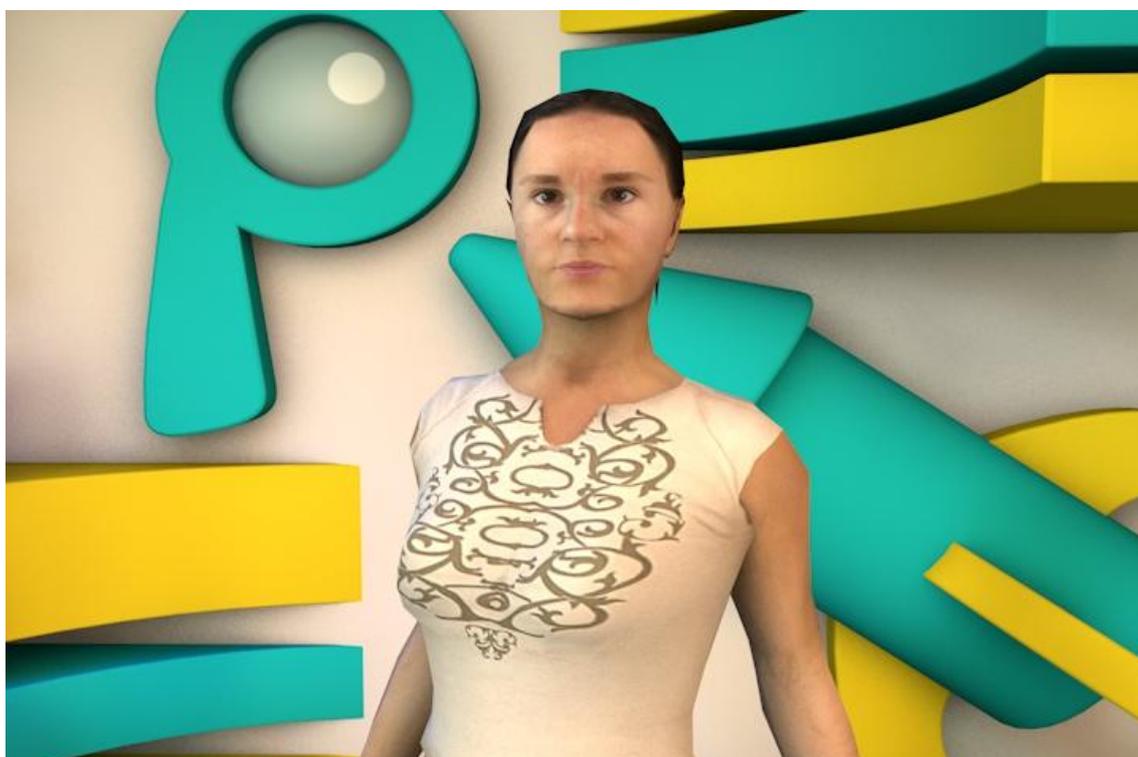


Ilustración 11-27: Cámara Lateral. Plano Medio. Presentadora

ANEXO 22: TIROS DE CÁMARA MANUALIDADES



Ilustración 11-28: Cámara Central. Plano General. Presentadores

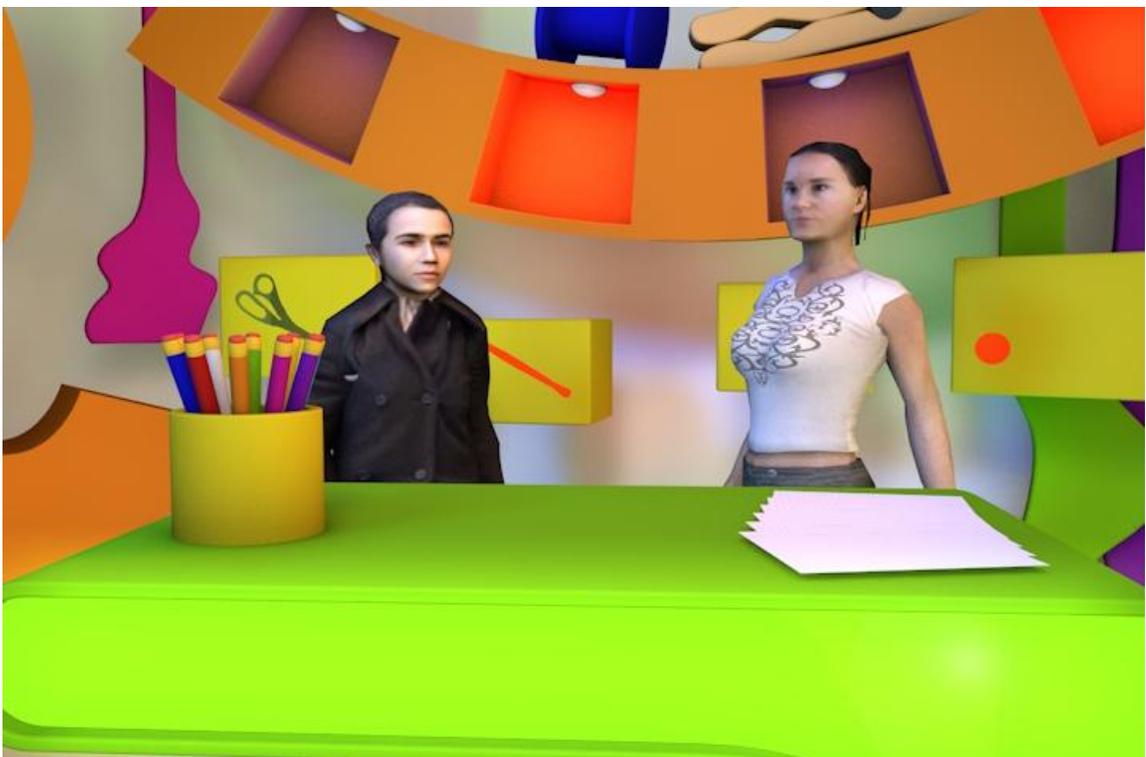


Ilustración 11-29: Cámara Central. Plano Americano. Presentadores

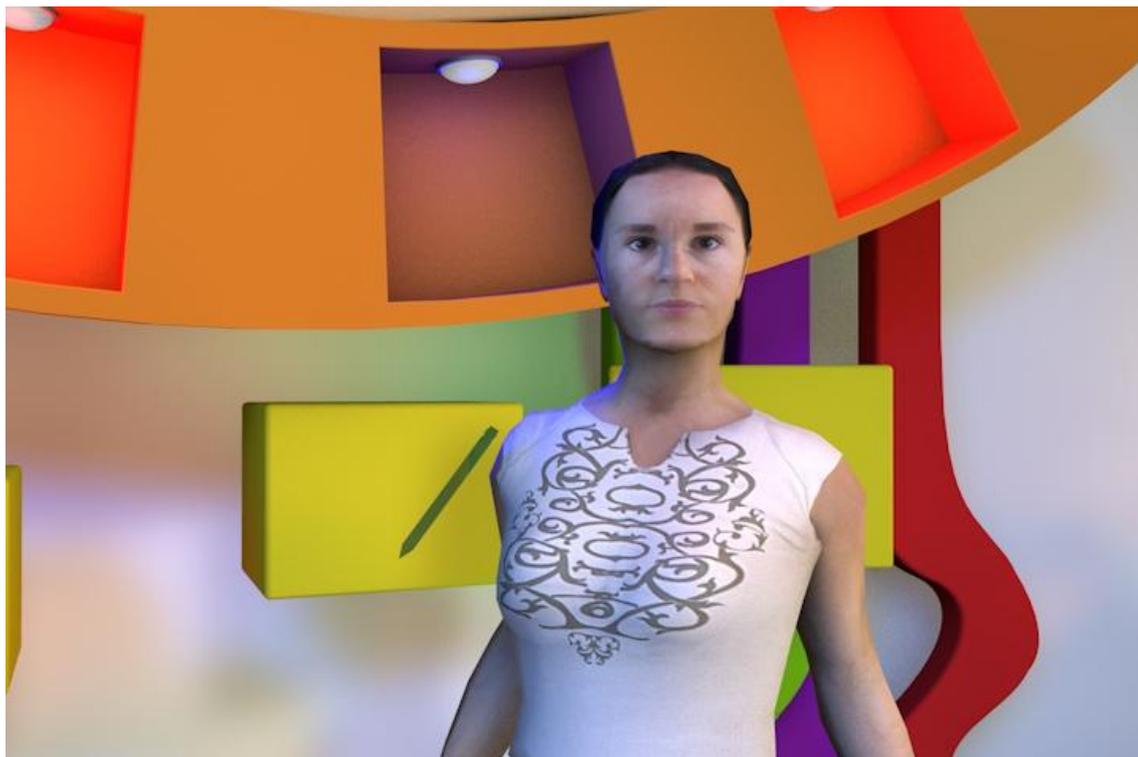


Ilustración 11-30: Cámara Lateral. Plano Medio. Presentadora

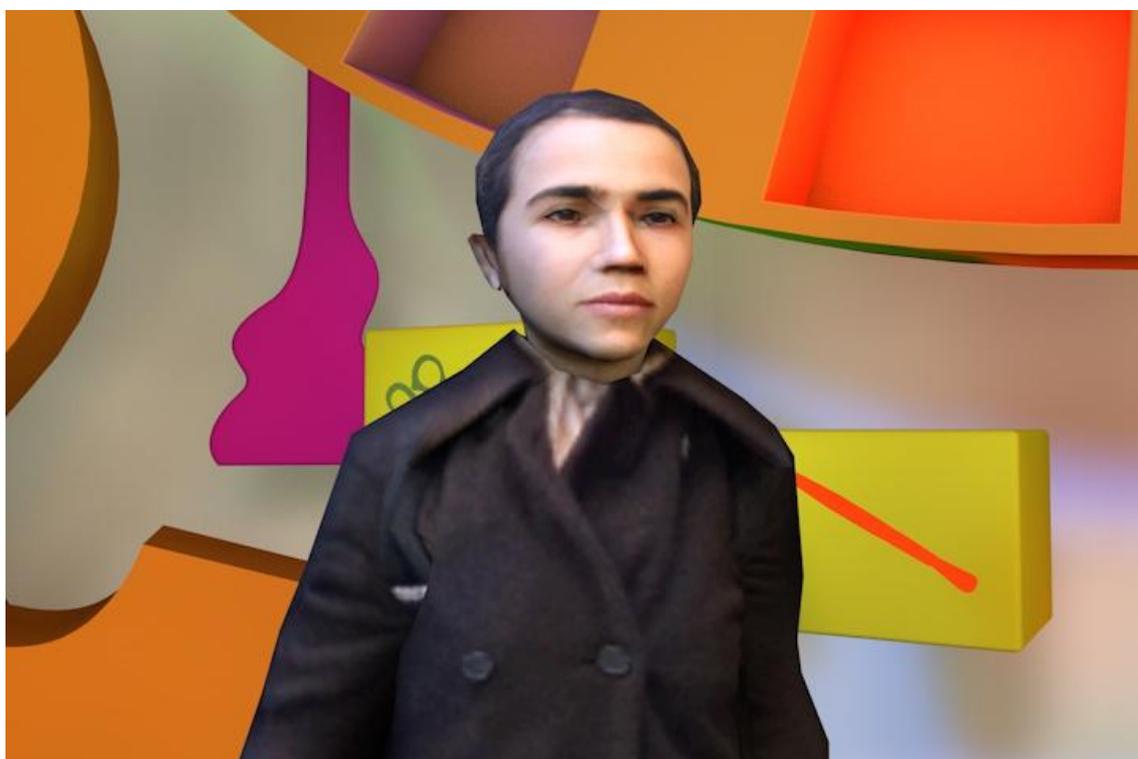


Ilustración 11-31: Cámara Lateral. Plano Medio. Presentador

ANEXO 23: PREGUNTAS FOCUS GROUP

PREGUNTAS FOCOS GROUP

1.- ¿Ves la televisión?

Si

No

2.- En los días de escuela ¿Cuánto tiempo ves televisión?

1 hora

1 a 2 horas

Más de 3 horas

3.- ¿A qué hora ves televisión?

Tarde

Noche

4.- ¿Qué tiempo ves la televisión los fines de semana?

Mañana

Tarde

Noche

5.- ¿Qué haces cuando vas a ver televisión?

Prendes la televisión para ver que hay

Ves la guía

Ya te sabes de memoria lo que hay en la televisión

Prendes y ves lo que sea

6.- De la siguiente lista de programas ¿Cuáles te gustan más?

Drake y Josh

Oie

El chavo

Big Time Rush

Bob Esponja

Veo Veo

Bad

7.- ¿Por qué ves la televisión?

Te hace reír

Te entretiene

Te informa

Hay actividades que después puedes realizar

8.- ¿Qué es lo que más te gusta de la televisión?

Anuncios

Dibujos animados

Series

Programas concurso

Ilustración 11-32: Preguntas

Películas
Novelas

9.- Prefieres los programas:

Televisión nacional
Cable

10.- ¿Qué te gustaría ver en un programa infantil?

Experimentos
Juegos
Tecnología
Cuentos
Música
Manualidades

11.- ¿Cuáles son los colores que más te gustan?

12.- Si pudieras crear un espacio para ti ¿Cómo sería?

Llena de objetos grandes
Lleno de objetos pequeños

13.- ¿Qué objetos le pondrías si fuera un laboratorio?

14.- ¿Qué objetos le pondrías si fuera un lugar para hacer manualidades?

Ilustración 11-33: Preguntas 2

ANEXO 24: RESULTADO DE FOCUS GROUP

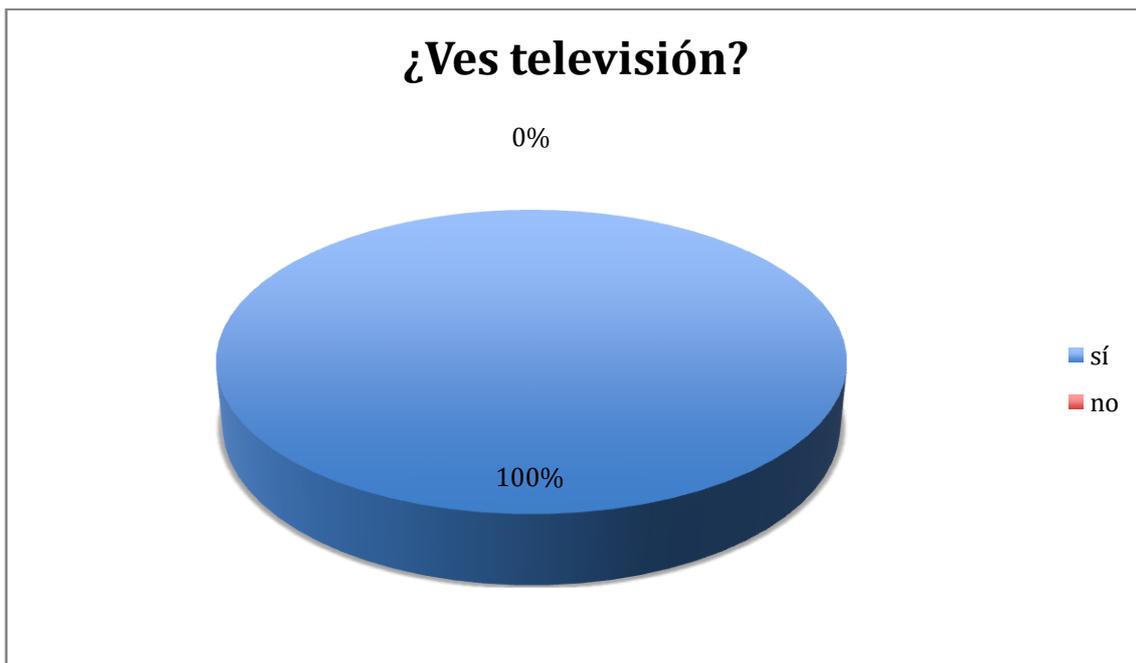


Ilustración 11-34: ¿Ves la televisión?

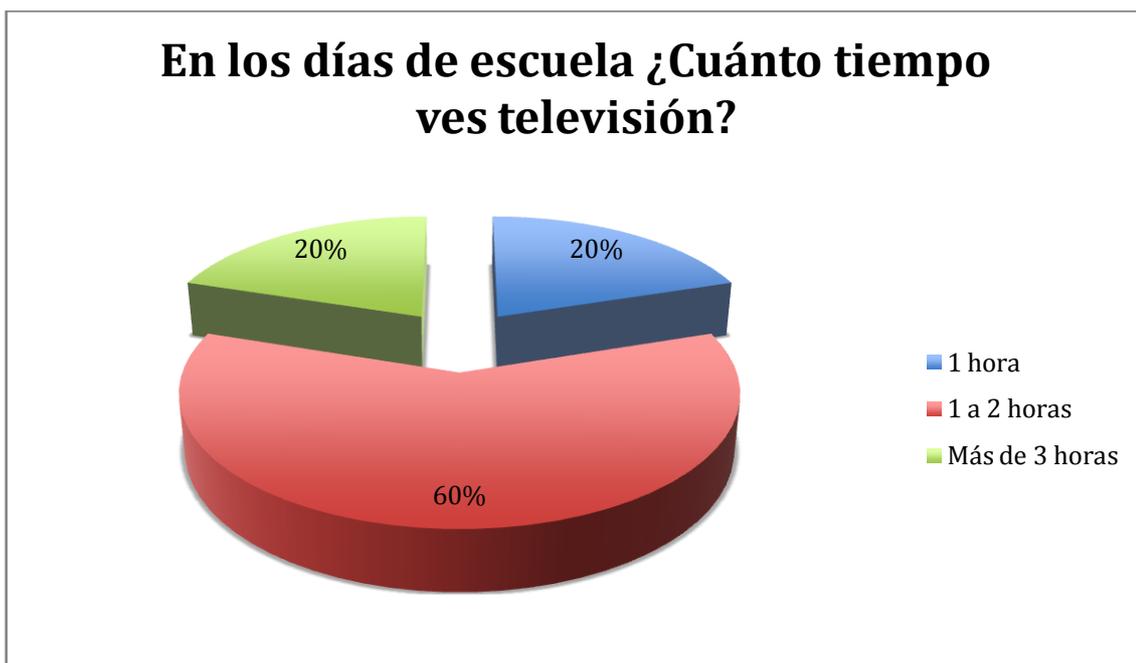


Ilustración 11-35: En los días de escuela ¿Cuánto tiempo ves televisión?



Ilustración 11-36: ¿A qué hora ves televisión?



Ilustración 11-37: ¿Qué tiempo ves la televisión los fines de semana?



Ilustración 11-38: ¿Qué haces cuando vas a ver televisión?



Ilustración 11-39: De la siguiente lista de programas ¿Cuáles te gustan más?

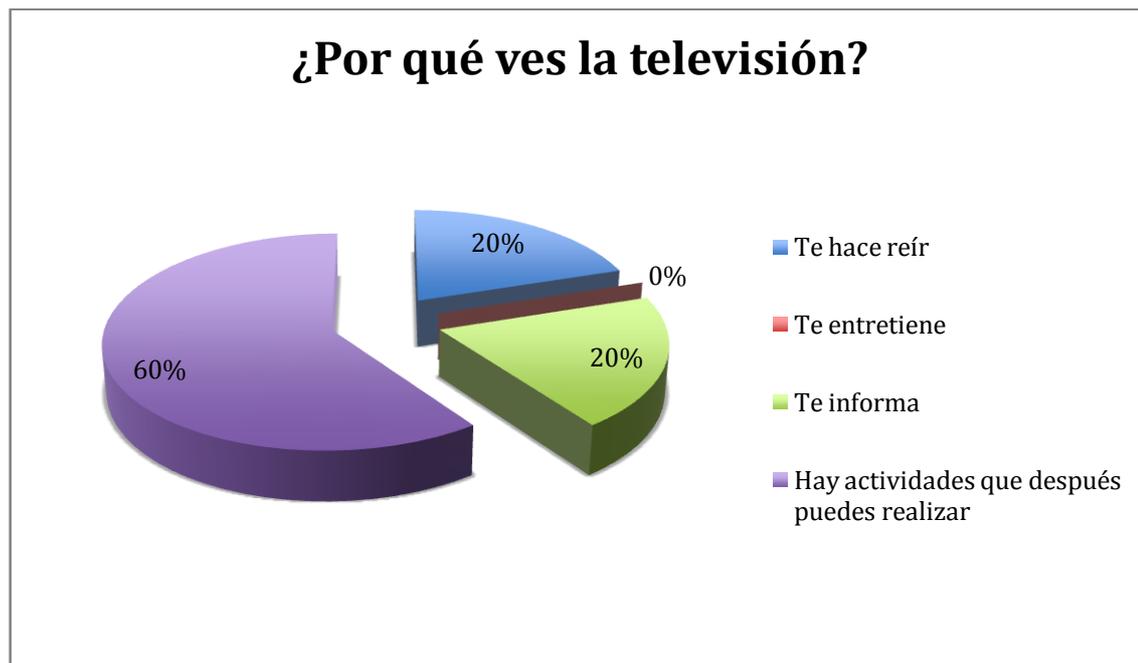


Ilustración 11-40: ¿Por qué ves la televisión?



Ilustración 11-41: ¿Qué es lo que más te gusta de la televisión?

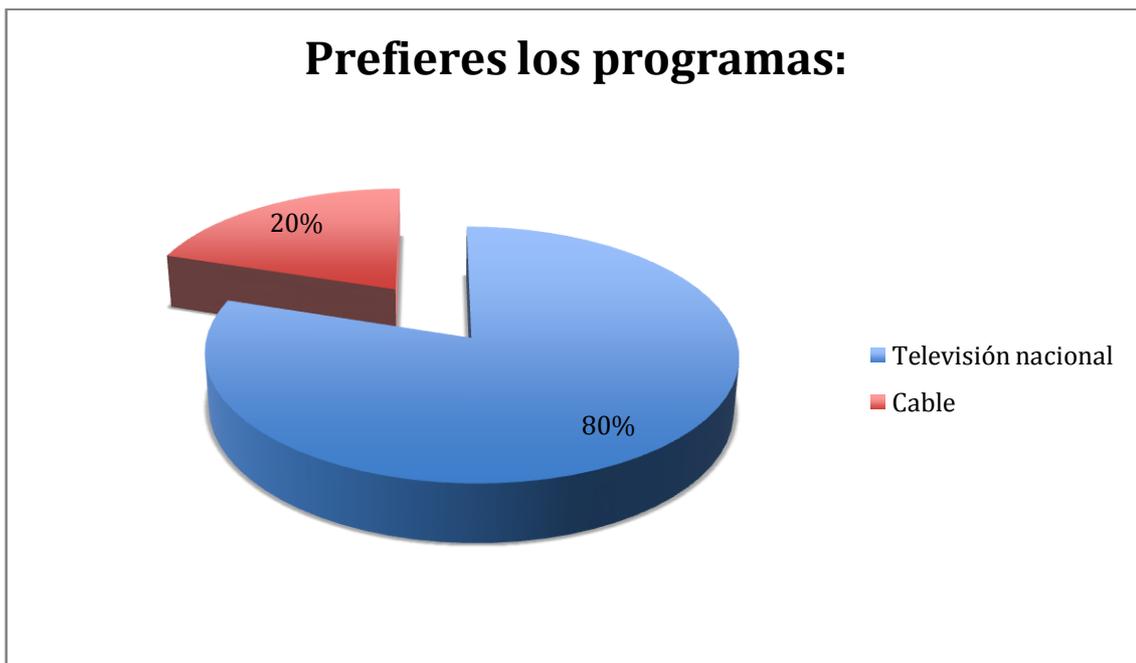


Ilustración 11-42: Prefieres los programas



Ilustración 11-43: ¿Qué te gustaría ver en un programa infantil?



Ilustración 11-44: ¿Cuáles son los colores que más te gustan?

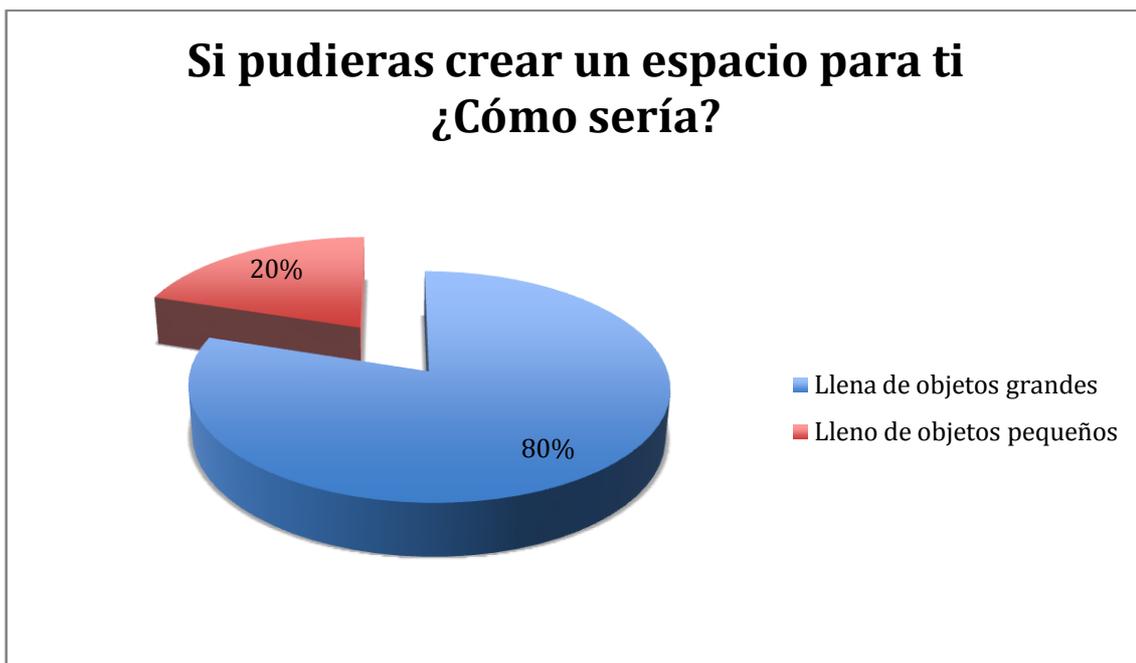


Ilustración 11-45: Si pudieras crear un espacio para ti ¿Cómo sería?

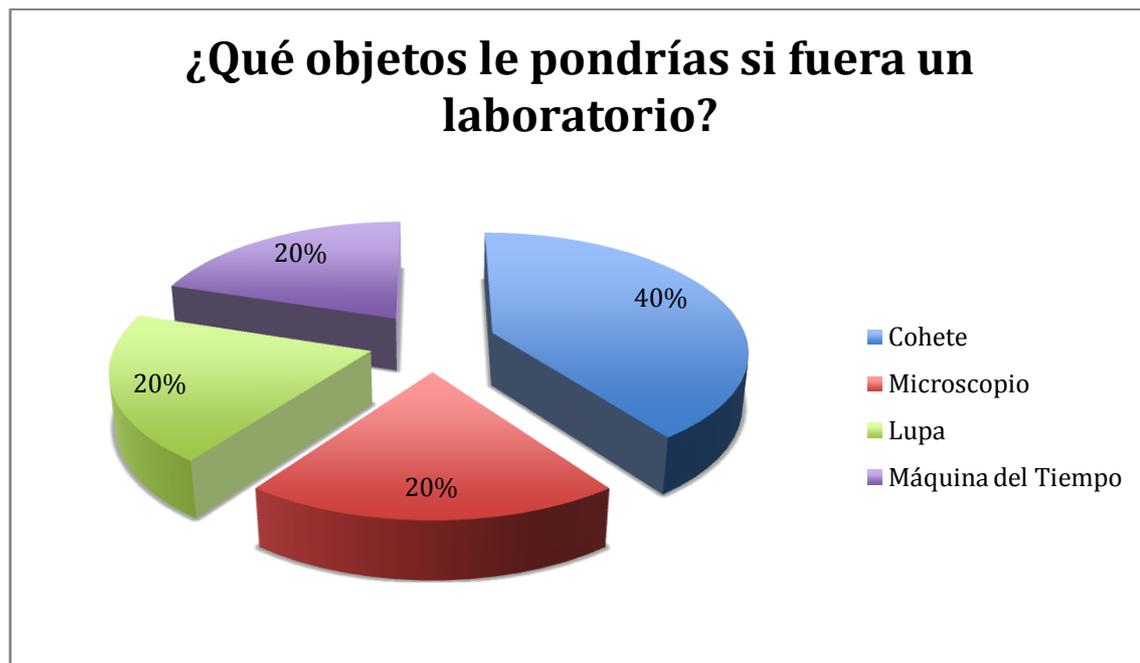


Ilustración 11-46: ¿Qué objetos le pondrías si fuera un laboratorio?



Ilustración 11-47: ¿Qué objetos le pondrías si fuera un lugar para hacer manualidades?

ANEXO 25: FOTOGRAFIAS FOCO GROUP



Ilustración 11-48: Fotos focus group



Ilustración 11-49: Fotos focus group 2



Ilustración 11-50: Fotos focus group 3

ANEXO 26: ESPACIOS INFANTILES DEL ECUADOR

HORA	Formativo		Entretención		Formativo y entretenimiento		TC TELEVISIÓN		Ecuador TV		CANAL 1		HORA
	Sábado	Domingo	Sábado	Domingo	Sábado	Domingo	Sábado	Domingo	Sábado	Domingo	Sábado	Domingo	
5:00	Go Diego Go	Go Diego Go											5:00
6:00	Dora La Exploradora	Dora La Exploradora	Metabots		La Granja	Padrinos Mágicos				Vevo Vevo			6:00
7:00	Plaza Sesamo	Plaza Sesamo	Aprendamos	Medabots	Planeta Sheen	Bob Esponja				Cocoricoco	Aprendamos	Aprendamos	7:00
8:00	Mr. Maker	Rugrats		Aprendamos		El Chapulín Colorado			Doug	Los Pies Mágicos de Franny			8:00
9:00	Pájaro Loco	Encantador de Perros		Zatch Bell				Kim Possible	Expresarte	321 Pinguinos			9:00
10:00	Doraemon		Expresarte		Expresarte					La Casa de Mickey Mouse			10:00
11:00			Naruto	Naruto	Bob Esponja					Mickey y Donald	Expresarte		11:00
12:00			El Show de la Pantera Rosa	El Show de la Pantera Rosa	Kung Fu Panda	Robot y Monster				El Mundo de Quest			12:00
13:00			Los Padrinos Mágicos	Los Padrinos Mágicos	Pinguinos de Madagascar					Mini Einstein			13:00
14:00					Wink Club					Casper			14:00
15:00					Marvin Marvin					La Pequeña Lulú			15:00
16:00					ICarly								16:00
17:00					Victorious								17:00

Ilustración 11-51: Espacios infantiles en el Ecuador

ALVARADO FARFÁN ALFONSO BENITO
 DISTRIBUIDOR DE MATERIALES PARA EBANISTERIA Y FABRICA DE PUERTAS
 PLYWOOD - MDF - ENCHAPES - LACAS - SELLADORES

Guayaquil, 8 de Mayo de 2013
 PN.0193-1883-13
 Fecha de Entrega: / /
 Numero del Pedido:
 Número del Sistema: 1883

PROFORMA

Cliente
 CONSUMIDOR FINAL

UND	Código	Descripción del Producto	Adic.	Valor Unitario	Valor con IVA
1.00	1792	A FIBRAPLAC 4 212X244 mdf		17.8000	17.79
1.00	32	A FIBRAPLAC 15 mdf		48.0700	48.07
1.00	35	A FIBRAPLAC 30 mdf		97.3500	97.35
1.00	66	NOVO MDP 6		21.4436	21.44
1.00	69	NOVO MDP 15		39.7010	39.70
1.00	74	NOVO MDP RH 6		31.2449	31.24
1.00	77	NOVO MDP RH 15		56.1600	56.15
1.00	1591	NOVO MDP RH 25		94.2638	94.25
1.00	1487	NOVO MDP 25 MM		62.6771	62.67
TOTAL:					468.71

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 3 1 4 8 0

ALMACEN.....: 0065 HIPERMARKET NORTE
 NOMBRE DEL CLIENTE: 000192 MERCADERIA MERCADERIA
 CEDULA / R.U.C.....: 0916242647
 DIRECCION.....: H.NORTE
 TELEFONO.....: 00
 FECHA DE EMISION..: Mie 8/Mayo/2013
 DETALLE.....: 000192

ARTICULO	DESCRIPCION	COLOR	REFERENCIA	MARCA	TAMANO	UDC	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
0088332693	LATEX PERMALATEX TRO PASTEL		2100BP-1G	SIN MARCA	1GL	4	4.00	15.91	61.76 I
0088332694	LATEX PERMALATEX TRO TINT		2100EB-1G	SIN MARCA	1GL	4	1.00	17.67	17.67 I
0088332692	LATEX PERMALATEX TRO DEEP		2100I-1G	SIN MARCA	1GL	4	4.00	17.49	69.96 I
0088332691	LATEX PERMALATEX TRO ACCENT		2100UI-1G	SIN MARCA	1GL	4	6.00	17.76	106.56 I
0088842991	SELLADOR LACA ALTOS SOLIDOS GL		84100A	UNIDAS	1GL	4	1.00	14.90	14.90 I
No. ITEMS:	5	TOTAL ITEMS:	16	SUBTOTAL:					270.88
<N>				IVA 12.00%					32.50
				TOTAL:					303.38

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

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

EMITIDO POR: M FARFAN

Ilustración 11-52 Cotizaciones

TRECC CIA. LTDA. RUC:1791812484001
Rumihurco OE4-365 y Pedro Freile Telf.:2
Iborada / Telf.:2236872 / Dir.:Av. Rodolfo Baquerizo Nazur w379 B.Carrión frente Mc D

PROFORMA CONTRIBUYENTE ESPECIAL
Resolución 9170104 PCGR - 0590
S.R.I. 08-NOV-2004

Nombre: 1723134118 LUIS LEMA - Consumidor Final Caja/Cajero
Cliente: 1 1723134118 LUIS LEMA - Consumidor Final 6/Nelly

Ticket: 381736 Fecha: Guayaquil, 08/05/2013 14:43:33

Código	Cant.	Producto	P.U.	%	%	Subtotal
P17276D-GL	1	INTERVINIL BASE DEEP 3.78LT. [4]	24,32			24,32 43-70
P17276D-GL	1	INTERVINIL BASE DEEP 3.78LT. [4]	20,96			20,96 40-70
P17277A-GL	1	INTERVINIL BASE ACCENT 3.78LT. [20,12			20,12 88-8A
P17277A-GL	1	INTERVINIL BASE ACCENT 3.78LT. [19,80			19,80 87-8A
P17276D-GL	1	INTERVINIL BASE DEEP 3.78LT. [4]	16,84			16,84 76-6D
P17277A-GL	1	INTERVINIL BASE ACCENT 3.78LT. [25,48			25,48 61-8A
P17277A-GL	1	INTERVINIL BASE ACCENT 3.78LT. [29,08			29,08 52-8A
P17275T-GL	1	INTERVINIL BASE TINT 3.78LT. [4]	17,45			17,45 20-5T
P17273-GL	1	INTERVINIL NARANJA AVENTURERO 3.	16,86			16,86
P17200-GL	1	INTERVINIL BCO. 3.78LT. [4] PINT	16,86			16,86
P17277A-GL	1	INTERVINIL BASE ACCENT 3.78LT. [21,12			21,12 08-8A

CON ESTE DOCUMENTO NO DESPACHAR

Total:	228,89	Subtot.:	\$228,89
		I.V.A. 12%:	\$27,47
		Interés:	\$0,00

Rumihurco OE4-365 y Pedro Freile Telf.:2
Iborada / Telf.:2236872 / Dir.:Av. Rodolfo Baquerizo Nazur w379 B.Carrión frente Mc D

PROFORMA CONTRIBUYENTE ESPECIAL
Resolución 9170104 PCGR - 0590
S.R.I. 08-NOV-2004

Nombre: 1723134118 LUIS LEMA - Consumidor Final Caja/Cajero
Cliente: 1 1723134118 LUIS LEMA - Consumidor Final 6/Nelly

Ticket: 381737 Fecha: Guayaquil, 08/05/2013 14:45:08

Código	Cant.	Producto	P.U.	%	%	Subtotal
P17277A-GL	1	INTERVINIL BASE ACCENT 3.78LT. [20,36			20,36 109-8A
M3840TR-CU	1	MONTOXIL LISO BASE TR 750ML. MO	11,27			11,27
P17274P-GL	1	INTERVINIL BASE PASTEL 3.78LT. [16,46			16,46 160-2P
840C-GL	1	DECORLAC SELLADOR 3.78LT. [2]	17,91	5		17,01

CON ESTE DOCUMENTO NO DESPACHAR

Total:	66,00	Subtot.:	\$65,10
		I.V.A. 12%:	\$7,81
		Interés:	\$0,00
		A Pagar:	\$72,91

En esta compra su ahorro es: 0,90
Su Cambio : 0,00 **Válido por 8 días**

Forma de Pago Valor Vence
Diners Corriente 72,91 08/05/2013

80026 FUCSIA
Sr. Cliente: Por favor VERIFIQUE si sus datos están correctos, NO habrá cambio de factura.
Fue un placer atenderle

Ilustración 11-53 Cotizaciones II

COTIZACIONES**EDINCA**

MATERIAL	TAMAÑO	CANTIDAD	PRECIO/IVA
MDF 4MM	212X 244	1	17,79
MDF 15MM	183X244	1	48,07
MDF 30MM	183X244	1	97,35
MDP 6MM (aglomerado)	215X244	1	21,44
MDP 15MM (aglomerado)	215X244	1	39,70
MDP 2.5MM (aglomerado)	215X244	1	62,67
MDP RH 6MM	215X244	1	31,24
MDP RH 15MM	215X244	1	56,15
MDP RH 25MM	215X244	1	94,25

FERRISARIATO

MATERIAL	TAMAÑO	CANTIDAD	PRECIO/IVA
MDF 4MM (crudo)	244x213	1	21,99
MDF 15MM (crudo)	244x213	1	51,99
MDF 18MM (crudo)	244x213	1	62
MDP 6MM (crudo)	244x213	1	17,49
MDP 15MM (crudo)	244x213	1	31,99
MDP 18MM (crudo)	244x213	1	36,66
YIPSUM 12MM	122X244	1	9,63

SOPORTE TV 36-50" ROSS		1	27,99
SOPORTE TV 17-32" ROSS		1	19,99

TV TEKNO	24"	1	310
TV SAMSUNG LET HD	32"	1	589
TV LG LED HD	32"	1	579
TV SAMSUNG LED SLIM	40"	1	1599

OJO DE BUEY (sin vidrio)	14.5 CM	1	7,88
OJO DE BUEY (con vidrio)	11.5 CM	1	4,59
OJO DE BUEY (con vidrio)	80 MM	1	3,49
OJO DE BUEY (con vidrio)	10.5 CM	1	8,99

RODILLO		1	3,68
PACK ESPONJAS RODILLO		3	8,99
BANDEJA PLASTICA RODILLO		1	1,79

GARRUCHA (rueda)	4"	1	4,98
------------------	----	---	------

BISAGRA PIN BRONCE	2"	2	4,19
--------------------	----	---	------

Ilustración 11-54 Cotizaciones III

LA GANGA

MATERIAL	TAMAÑO	CANTIDAD	PRECIO/IVA
TV SONY LED	40"		1050
TV SONY	55"		2500

COMANDATO

MATERIAL	TAMAÑO	CANTIDAD	PRECIO/IVA
TV LG	60"		1788
TV PANASONIC	60"		2240
TV LG	47"		1415
TV SAMSUNG	46"		2230
TV SONY	22"		420
TV PANASONIC	32"		574

SUKASA

MATERIAL	TAMAÑO	CANTIDAD	PRECIO/IVA
TV SAMSUNG LET	75"		10.328,39
TV SONY 3D	65"		6.845,99

Ilustración 11-55 Cotizaciones IV



Ilustración 11-56 Entrevista



GLOSARIO

12 GLOSARIO

A

ADOBE AFTER EFFECTS: es una aplicación en forma de estudio destinado para la creación o aplicación en una composición, así como realización de gráficos profesionales en movimiento, de montaje de vídeo y de efectos especiales audiovisuales, que desde sus raíces han consistido básicamente en la superposición de capas.

ARQUETIPO: modelo, tipo ideal.

AUDIOVISUAL: Que se refiere conjuntamente al oído y a la vista; Proyección de imágenes de una película o diapositivas combinada con sonidos, con fines didácticos:

B

BOCETO: Esbozo o bosquejo de rasgos generales que sirve de base al artista antes de emprender la obra definitiva.

C

CINEMA 4D: es un software de creación de gráficos y animación 3D desarrollado originariamente para Commodore Amiga por la compañía alemana Maxon.

CMYK: El modelo CMYK (acrónimo de Cyan, Magenta, Yellow y Key) es un modelo de color sustractivo que se utiliza en la impresión en colores.

COLOR ADITIVO: implica que se emita luz directamente de una fuente de iluminación de algún tipo. El proceso de reproducción aditiva normalmente utiliza luz roja, verde y azul para producir el resto de colores.

COLOR SUBSTRACTIVO: explica la teoría de la mezcla de pinturas, tintes, tintas y colorantes naturales para crear colores que absorben ciertas longitudes de onda y reflejan otras. El color que parece que tiene un determinado objeto depende de qué

partes del espectro electromagnético son reflejadas por él, o dicho a la inversa, que partes del espectro no son absorbidas.

COLORIMETRÍA: es la ciencia que estudia la medida de los colores y que desarrolla métodos para la cuantificación del color, es decir la obtención de valores numéricos del color.

D

DENOTAR: presentar un significado primario y básico, común a los hablantes por estar ausente de subjetividad:

DISEÑO: actividad creativa y técnica encaminada a idear objetos útiles y estéticos que puedan llegar a producirse en serie.

E

EDITAR: realizar el montaje de una película o programa de televisión.

ENCUADRE: en fotografía, vídeo y cine, límites de la imagen determinados por la posición de la cámara y su distancia.

F

FILMAR: registrar con una cámara imágenes en movimiento o escenas.

FUENTE TIPOGRÁFICA: es la que se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes.

H

HABILIDADES COGNITIVAS: son aquellas que se ponen en marcha para analizar y comprender la información recibida, cómo se procesa y como se estructura en la memoria. Desde le punto de vista cognitivo, se concibe el aprendizaje como un conjunto de procesos que tienen como objeto el procesamiento de la información.

I

IBOPE: es una multinacional brasileña de capital privado y la más grande empresa de investigación de mercados en Latinoamérica. Desde 1942 ofrece informaciones y estudios de medios, opinión pública, intención de voto, consumo, marca, comportamiento y mercado.

ICÓNICO: del ícono o relativo a él.

ICONOTIPO

IEPI: Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual.

IMAGOTIPO:

INTERACTIVO: que permite una interacción, a modo de diálogo, entre un ordenador y el usuario.

ISOTIPO: se refiere a la parte, generalmente icónica o más reconocible, de la disposición espacial en diseño de una marca, ya sea corporativa, institucional o personal.

L

LOGOTIPO: es un elemento gráfico que identifica a una entidad ya sea pública o privada y lo que distingue a una marca.

M

MARCA: Signo externo reconocido legalmente que certifica la autenticidad de un producto.

MOVIMIENTO ARTÍSTICO: es una tendencia referente al arte, con una filosofía o estilo común, seguida por un grupo de artistas durante un período (como el movimiento dadaísta o el pop-art), o característico de una época más extensa de la Historia del Arte, como el renacentista o barroco.

P

PHULLAY: palabra proveniente del quechua que significa jugar.

PIEZAS GRÁFICAS: es una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades.

PIXELES: una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades.

POST-PRODUCCIÓN: es la manipulación de material audiovisual digital o analógico usado para cine, publicidad, programas de televisión o radio.

PRE-PRODUCCIÓN: comprende desde el momento en el que nace la idea hasta que empieza la grabación.

PRIME TIME: horario estelar.

PRODUCCIÓN: Es la puesta en práctica de todas las ideas pensadas en la fase de preproducción.

PÚBLICO OBJETIVO: personas al que va dirigido una campaña.

R

RGB: es la composición del color en términos de la intensidad de los colores primarios de la luz.

S

SEMIÓTICA: Teoría general y ciencia que estudia los signos, sus relaciones y su significado.

SOFTWARE: Término genérico que se aplica a los componentes no físicos de un sistema informático.

SOPORTES DIGITALES: es aquella imagen que está grabada en un medio de transporte de información digital.

T

TARGET: público objetivo.

TELEVIDENTE: persona que contempla las imágenes transmitidas por televisión.

TIPOGRAFÍA: es el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión.

TIPOGRAFÍA BOLD: es una tipografía que se distingue porque ciertas líneas en el símbolo (usualmente verticales) se duplican.

TIPOGRAFÍA SIN SERIFA: son aquellas que no llevan ningún tipo de terminación; por lo general son consideradas inadecuadas para un texto largo ya que la lectura resulta incómoda pues existe una tendencia visual a identificar este tipo de letras como una sucesión de palos verticales consecutivos.