

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

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

TEMA:

**“DIRECCIÓN DE ARTE ENFOCADO AL REDISEÑO DEL
REALITY SHOW ‘QUIERO SER UNA ESTRELLA’ DE
ESPOL TV EN LA PENINSULA DE SANTA ELENA”**

AUTORES:

**DIANA CAROLINA CEVALLOS VALDIVIEZO
STEFANIA JENNIFER SELLÁN MARTILLO
REINA ELIANA PARRALES CRUZ**

DIRECTOR

LCDO. ROBERTO CÓRDOVA

AÑO

2012

AGRADECIMIENTO

Agradecer a cada una de las personas que me motivaron a seguir adelante para alcanzar el éxito, en primera instancia a Dios que es el pilar en mi vida; a mi familia, en especial a mi tía, mi abuela y madre que creyeron en mí en todo momento y a una persona que vivirá siempre en mi corazón, mi abuelo, que fue más que un padre; aunque no creyó en mí, sé que desde el cielo me ve con orgullo, te amo abuelo aunque ya no estés aquí.

Agradecimiento al Lcdo. Roberto Córdova por su tiempo y dedicación durante el desarrollo de este proyecto, gracias de corazón por brindarnos su conocimiento y experiencia.

Stefania Sellán Martillo

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y seguir luchando para lograr mis objetivos, por iluminar cada paso que doy y darme ese empuje de continuar y no rendirme jamás. Por haber puesto en mí camino a esas personas que han sido mi gran soporte y que se han convertido en mi inspiración del día a día.

Reina Parrales Cruz

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios primero por darme salud, para poder culminar mis estudios, a mis padres, por el apoyo incondicional y presionarme en cada momento de mi carrera, estoy agradecida que estuvieran en las buenas y las malas aconsejándome, guiándome cada día por el buen camino y creer en mis cualidades. A mi enamorado que estuvo gran parte de esta travesía apoyándome, ayudándome y brindándome su tiempo en transcurso de la tesis, aconsejándome en cada obstáculo que se presentó en el camino.

Diana Cevallos Valdiviezo

DEDICATORIA

Este logro va dedicado a mi querido padrino, Lcdo. Franklin Flores, que me ayudo a creer en mis sueños gracias a sus consejos he podido culminar esta etapa que fue dura, pero me dejo grandes lecciones que me hicieron desarrollarme como persona. A mis maestros que fueron mis guías en mi formación académica, a mis amigos que estuvieron en todo momento, a mi padraastro y a mis queridos primos gracias de corazón.

Stefania Sellán Martillo

DEDICATORIA

A mi madre, por creer en mí, porque siempre me apoyaste hasta en las últimas consecuencias, por sus consejos, sus valores y su motivación todo esto han hecho de mí una persona optimista. Gracias por darme ese ejemplo de perseverancia y ver de una manera diferente las peores situaciones del camino. Madre gracias por ser parte de este sueño cumplido, todo esto te lo debo a ti.

A mi abuela, por quererme y apoyarme en todo momento y darme esa voz de aliento. Esto también se lo debo a usted.

Pero sobre todo gracias por su amor.

Gracias.

Reina Parrales Cruz

DEDICATORIA

A mis padres en especial a mi mamá, ya que ella ha luchado incansablemente para que pueda culminar con mis estudios, por sus consejos y ser mi fuente de inspiración le dedico mi esfuerzo y trabajo

A cada uno de los profesores que me dieron clases; por su paciencia en cada una de sus clases. A mi enamorado por estar cada momento conmigo, y más que todo me lo dedico a mí, por nunca decaer y dejar atrás los estudios, y seguiré cumpliendo mis sueños y creeré en mi talento siempre.

Diana Cevallos Valdiviezo

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

**LCDO. ROBERTO CÓRDOVA
PROFESOR DE LA MATERIA DE GRADUACIÓN**

DELEGADO

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

DIANA CEVALLOS VALDIVIEZO

REINA PARRALES CRUZ

STEFANIA SELLÁN MARTILLO

DECLARACIÓN EXPRESA

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

RESUMEN

En la actualidad la televisión ecuatoriana está llena de Realities Shows, categoría gala-espectáculo en donde el participante se preocupa por su preparación musical y su objetivo es mejorar su calidad interpretativa, entra al ámbito familiar que utiliza la información y el espectáculo como entretenimiento, nuestra sociedad se comunica mejor a través de esto.

El reality “Quiero ser una estrella” transmitido en la provincia Santa Elena por Espol TV, tiene una buena acogida por su público y se ha decidido plantear un rediseño en su formato.

Para esto se realizó un estudio básico y así definir los problemas que presenta este reality, siendo el objetivo principal rediseñar su logotipo, imagen y escenografía. Es por tal motivo que se tomó al programa “Quiero ser una Estrella” para darle ese toque de majestuosidad y realce visual, porque el objetivo de este programa es verse dinámico y entretenido para que el televidente no se despegue de la tv.

Su principal problema es la imagen que proyecta actualmente, por ello realizamos un previo estudio de tendencias que destacan a este tipo de programas, se decidió cambiar por completo su línea gráfica y la dirección de arte, solo se tomó como referencia anterior el ícono representativo de la estrella.

En este proyecto se realizaron varias innovaciones, incluyendo nuevos segmentos que darán ritmo durante su transmisión y les permitirá verse más a la expectativa, aumentando su audiencia.

Como Directores de Arte nuestra finalidad será manejar el aspecto visual del programa. Por ello mostramos en este manual una presentación diferente e interesante acorde a los requerimientos investigados cuya finalidad es aportar de forma positiva y de esa manera tenga una imagen estética, llamativa y relevante ya que es una de las características primordiales que poseen estos tipos de programas que se transmiten en otros países.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I

1	GENERALIDADES DEL PROYECTO	2
1.1	ANTECEDENTES	2
1.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA EN EL CONTEXTO	3
1.3	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.4	JUSTIFICACIÓN	4
1.5	OBJETIVOS	5
1.5.1	OBJETIVO GENERAL	5
1.5.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5

CAPÍTULO II

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

CAPÍTULO III

3	MARCO TEÓRICO	10
3.1	INTRODUCCIÓN	10
3.1.1	COLOR	10
3.1.2	IMAGEN	11
3.1.3	DISEÑO	12
3.1.4	CREATIVIDAD	13
3.1.5	LENGUAJE AUDIOVISUAL	14
3.2	CONCEPTO DEL PROGRAMA	16
3.3	DURACIÓN, HORARIO Y TARGET DEL PROGRAMA	16

3.4	GÉNERO Y CONTENIDO.....	16
3.5	MARCO CONCEPTUAL.....	17
3.6	REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA.....	18
3.7	MARCA.....	20
3.7.1	ISOTIPO MONOCROMÁTICO.....	21
3.7.2	LOGOTIPO.....	21
3.7.3	DESARROLLO DEL IMAGOTIPO.....	22
3.7.4	VARIACIONES.....	22
3.8	TENDENCIA O MOVIMIENTO ARTÍSTICO.....	25
3.9	DEFINICIÓN GRÁFICA.....	27
3.9.1	FORMA.....	27
3.9.2	TIPOGRAFÍA.....	28
3.9.3	COLORIMETRÍA.....	29
3.10	PAQUETE GRÁFICO.....	30
3.10.1	BUMPER (IN-OUT).....	30
3.10.2	SIN FIN.....	33
3.10.3	SEGMENTOS.....	34
3.10.4	LOWER THIRD.....	38
3.10.5	TABLA DE PUNTUACIÓN.....	38
3.10.6	TABLA DE PARTICIPANTES.....	39
3.10.7	PANTALLA DIVIDIDA.....	39
3.10.8	COLILLAS DE SEGMENTOS.....	40

CAPÍTULO IV

4	ADAPTACIÓN DE LA MARCA A MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS....	42
4.1	INTRODUCCIÓN.....	42
4.2	MEDIOS DIGITALES.....	42
4.3	MEDIOS IMPRESOS.....	43
4.4	DESARROLLO DE LA MARCA EN 3D.....	43

CAPÍTULO V

5	IMPLEMENTACIÓN DE LÍNEA GRÁFICA	46
5.1	CONTENIDO	46
5.2	MARCA EN 2D	48
5.3	PROCESO DE UNA IMAGEN 2D A 3D.....	49

CAPÍTULO VI

6	IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA	59
6.1	PROCESO DE ELABORACIÓN	59
6.1.1	BOCETOS	59
6.1.2	LEVANTAMIENTO EN 3D.....	60
6.2	ILUMINACIÓN	62
6.2.1	ILUMINACIÓN DE LOS ESPACIOS	63
6.2.2	ILUMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS	64
6.2.3	KEY LIGHT (Luz llave o principal):	64
6.2.4	FILL LIGHT (Luz de relleno):	64
6.2.5	BACK LIGHT (Contraluz):.....	64
6.3	SUGERENCIAS DE CÁMARA.....	67
6.4	ESPACIO Y MEDIDAS DE LA ESCENOGRAFÍA	69
6.5	MATERIALES SUGERIDOS	69
6.6	MANO DE OBRA.....	71

CAPÍTULO VII

7	PRESUPUESTO, CRONOGRAMA Y ORGANIGRAMA	73
7.1	PRESUPUESTO.....	73
7.1.1	COSTOS SOBRE LA LÍNEA.....	73
7.1.2	COSTOS BAJO LA LÍNEA.....	73
7.1.3	PRESUPUESTO POR ETAPAS.....	73
7.1.4	COSTOS DE MATERIALES PARA LA ESCENOGRAFÍA.....	75
7.2	CRONOGRAMA	76
7.3	ORGANIGRAMA.....	77
7.3.1	DIRECTOR DE ARTE	77
7.3.2	DISEÑADOR GRÁFICO.....	78

7.3.3	ILUSTRADOR.....	78
7.3.4	MODELADOR 3D.....	78
7.3.5	DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA.....	78
7.3.6	TÉCNICO DE ILUMINACIÓN	79
7.3.7	ARQUITECTO.....	79
7.3.8	EBANISTA	79
7.3.9	MAESTRO DE MATERIALES	79
7.3.10	PINTOR.....	80
7.3.11	POST-PRODUCTOR.....	80
7.3.12	ANIMADOR 2D – 3D	80
7.3.13	EDITOR.....	80
7.3.14	SONIDISTA	80

CAPÍTULO VIII

8	DERECHOS DE AUTOR.....	82
8.1	INTRODUCCIÓN.....	82
8.2	¿CÓMO SE PROTEGE EL DERECHO DE AUTOR?.....	82
8.3	SIGNOS DISTINTIVOS	83
8.3.1	CONCEPTOS	83
8.3.2	¿QUIÉN PUEDE REGISTRAR UNA MARCA?.....	83
8.3.3	BENEFICIOS Y DERECHOS QUE CONFIERE EL REGISTRO DE UNA MARCA.....	83
8.3.4	CONSEJOS PARA REGISTRAR UNA MARCA	84
8.3.5	PROCEDIMIENTO DE REGISTRO.....	84
8.3.6	TASAS POR REGISTRO DE MARCA	84
8.4	DERECHOS DE AUTOR DE LAS OBRAS AUDIOVISUALES.....	84

CAPÍTULO IX

9	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
9.1	CONCLUSIONES.....	87
9.2	RECOMENDACIONES	87

ANEXOS	88
WEBGRAFÍA	104
BIBLIOGRAFÍA	105
GLOSARIO	106

ÍNDICES DE TABLAS

CAPÍTULO II

Tabla 3.1: Equipo humano.....	19
Tabla 3.2: Equipo técnicos y suministro.....	20
Tabla 3.3: Software.....	20

CAPÍTULO VI

Tabla 6.1: Materiales Principales.....	70
Tabla 6.2: Equipo de Trabajo.....	71

CAPÍTULO VII

Tabla 7.1: Presupuesto por Etapas.....	74
Tabla 7.2: Costos de Personal y Material.....	75
Tabla 7.3: Cronograma.....	76

ÍNDICES DE FIGURAS

CAPÍTULO III

Figura 3. 1: Isotipo "Quiero ser una Estrella"	21
Figura 3. 2: Logotipo "Quiero ser una Estrella"	21
Figura 3. 3: Nueva marca en 2D de "Quiero ser una Estrella"	22
Figura 3. 4: Primera variación del Imagotipo	22
Figura 3. 5: Segunda Variación de Imagotipo	23
Figura 3. 6: Tercera Variación de Imagotipo.....	23
Figura 3. 7: Usos incorrectos de la Marca	24
Figura 3. 8: Logo de FireFlies	25
Figura 3. 9: Logo Sing it loud.....	26
Figura 3. 10: Libro Pop Art	26
Figura 3. 11: Logo American Idol	26
Figura 3. 12: Estilo Pop Art.....	27
Figura 3. 13: Forma Estrella de cinco puntas	28
Figura 3. 14: Tipografía "AKKA"	28
Figura 3. 15: Sistema CMYK Sistema RGB	30
Figura 3. 16: Entrada del Bumper.....	31
Figura 3. 17: Animaciones y efectos del Bumper 1.....	31
Figura 3. 18: Animaciones y efectos del Bumper 2.....	32
Figura 3. 19: Animaciones y efectos del Bumper 3.....	32
Figura 3. 20: Final del Bumper	33
Figura 3. 21: Sin Fin de "Quiero ser una Estrella"	33
Figura 3. 22: Segmento "BALADAS"	32
Figura 3. 23: Segmento "POP".....	35
Figura 3. 24: Segmento "TEMA LIBRE"	35
Figura 3. 25: Segmento "PASILLOS ECUATORIANOS".....	36
Figura 3. 26: Segmento "CASTING".....	36
Figura 3. 27: Segmento "ENTREVISTA".....	37
Figura 3. 28: Segmento "ARTISTA INVITADO".....	37
Figura 3. 29: Sobreimposición - LowerThird	38
Figura 3. 30: Tabla de puntuación.....	38
Figura 3. 31: Tabla de participantes.....	39
Figura 3. 32: Pantalla dividida.....	39
Figura 3. 33: Colillas de segmentos.....	40

Capítulo IV

Figura 4. 34: Trabajo de la marca modo RGB en Adobe Illustrator	42
Figura 4. 35: Trabajo de la marca modo CMYK en Adobe Illustrator.....	43
Figura 4. 36: Levantamiento de la marca en 3D.....	44
Figura 4. 37: Marca en 3D	44

Capítulo V

Figura 5. 38: Realización de la marca en After Effects	46
Figura 5. 39: Realización del Bumper en Adobe After Effects	47
Figura 5. 40: Realización del Sin Fin After Effect	47
Figura 5. 41: Realización del Bumper en Cinema 4D	48
Figura 5. 42: Boceto de la marca "Quiero Ser Una Estrella"	48
Figura 5. 43: Realización de la línea gráfica en 2D	49
Figura 5. 44: Procedimiento para guardar un archivo en Adobe Illustrator	50
Figura 5. 45: Opciones para guardar el archivo en Adobe Illustrator.....	50
Figura 5. 46: Opción de guardar en Adobe Illustrator para importarlo a Cinema 4D	51
Figura 5. 47: Importación de archivos a Cinema 4D	51
Figura 5. 48: Vector de Illustrator en Cinema 4D	52
Figura 5. 49: Marca en 3D en Cinema 4D	52
Figura 5. 50: Botón de Render Setting	53
Figura 5. 51: Ventana de Render Setting	53
Figura 5. 52: Configuración de Render-Setting.....	54
Figura 5. 53: Configuración de Render-Setting.....	54
Figura 5. 54: Render Final	55
Figura 5. 55: Importación de archivos en Adobe After Effects.....	55
Figura 5. 56: Ventana de configuraciones "TARGA"	56
Figura 5. 57: Exporta a After Effect	56
Figura 5. 58: Render Queue	57
Figura 5. 59: Ventana de configuraciones para el Render	57

Capítulo VI

Figura 6. 60: Boceto de la mesa del Jurado	59
Figura 6. 61: Boceto de la Escenografía	60
Figura 6. 62: Escenografía Vectorizada.....	60
Figura 6. 63: Escenografía en Cinema 4D	61
Figura 6. 64: Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D.....	61
Figura 6. 65: Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D Escala de Grises	62
Figura 6. 66: Iluminación de la escenografía en Cinema 4D.....	63
Figura 6. 67: Iluminación del objetivo.....	65
Figura 6. 68: Plano de luces del objetivo.....	65
Figura 6. 69: Plano de luces del objetivo.....	66
Figura 6. 70: Iluminación de los objetivos.	66
Figura 6. 71: Plano Abierto.....	67

Figura 6. 72: Plano Medio.	68
Figura 6. 73: Sugerencia de Cámara.	68
Figura 6. 74: Medidas de la Escenografía.	69
Figura 6. 75: Plywood, MDF, Lona translúcida, Acrílico	70

Capítulo VII

Figura 7. 76: Organigrama.	77
---------------------------------	----

Capítulo X

Figura 10. 77: Medidas de la base de la escenografía A.	90
Figura 10. 78: Medidas y tipos de Materiales (vista frontal).	90
Figura 10. 79: Medidas y tipos de materiales (Estrella Principal).	91
Figura 10. 80: Medida y material de media estrella translúcida.	92
Figura 10. 81: Medida y material de decoración de la pared del jurado.	92
Figura 10. 82: Medidas de las Estrellas con sus respectivos materiales.	93
Figura 10. 83: Pilar cóncavo decorativo	94
Figura 10. 84: Medida y Material de la Alfombra	95
Figura 10. 85: Pilar con luces	95
Figura 10. 86: Reflector LED	96
Figura 10. 87: Material del borde de la Tarima	96
Figura 10. 88: Medidas de la Tarima	97
Figura 10. 89: Medidas de la Tarima (Vista Cenital)	97
Figura 10. 90: Mesa del jurado	98
Figura 10. 91: Material y Medidas de la mesa del jurado.	98
Figura 10. 92: Proforma de materiales del set	99
Figura 10. 93: Escenografía vigente.	100
Figura 10. 94: Mesa de jurado actual.	100
Figura 10. 95: Segmento Casting.	101
Figura 10. 96: Segmento Tips de Estrellas.	101
Figura 10. 97: Tabla de Puntuación.	101
Figura 10. 98: Sobreimposición.	102
Figura 10. 99: Tabla de Participantes.	102



**CAPÍTULO I
GENERALIDADES
DEL PROYECTO**

1 GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1 ANTECEDENTES

El desarrollo de este proyecto se basará en el rediseño de la imagen del programa, “Quiero ser una Estrella” al que se dará un cambio acorde al medio en el que se proyecta y a su vez, ayudará a que se tenga una mejor difusión y acogida gracias a la utilización de las tendencias actuales, logrando mostrar una imagen nueva y dinámica al espectador.

Nuestro trabajo como Directores de Arte consistirá en utilizar conceptos de composición, tanto de forma como de color, para mejorar la calidad visual y realzar el contenido del programa.

El Canal 41 Espol TV se estrenó el 7 de noviembre de 2010 cuando se obtuvo la concesión de la frecuencia de ahí transmitieron en vivo el desfile cívico-militar para recordar el tercer aniversario de la provincialización de Santa Elena. Era aspiración máxima que tenían los directivos de este Centro de Estudios Superiores, desde hace más de 10 años, ESPOL TV es canal público de televisión sin fines de lucro. Provisionalmente están desarrollando sus actividades en la parroquia San José de Ancón.

Durante el recorrido por sus instalaciones se pudo observar el funcionamiento de sofisticado equipos y los distintos departamentos especializados con que cuenta el canal. Su infraestructura es de tecnología de punta en Sistemas Digitales de Alta Definición (HD), que actualmente debe ser convertida a señal análoga, solo esperan la orden oficial para el cambio de análoga a HD, que se supone se efectuará en los próximos cuatro años.

Legalmente, por ser canal público, solo contrata sus servicios con entidades públicas y es financiado autónomicamente por Espol. Entre los programas nacionales de propia creación están: 'El Informativo' (noticiero); 'Focus' (Opinión); 'Nuestra Gente' (enfoque de personajes peninsulares); 'El Sabor de mi Tierra' (gastronomía); 'Quiero ser una Estrella' (concursos musicales); 'Zona Vip' (juvenil); 'Ecuador Olímpico' (deportes), etcétera.

La idea del programa “Quiero ser una Estrella” se produjo finales del año 2011 y se comenzó con su producción en Enero del 2012 con la participación de Juanita Córdova como animadora del programa. Esta idea surge en proponer e implementar una imagen que vaya de la mano con lo que realmente significa un Reality Show de caza talento; cabe recalcar que este tipo de programas son de gran audiencia. La tendencia de este tipo de shows juega mucho con la iluminación, en todas las investigaciones de campo

Sobre la ambientación escenográfica como: “American Idol”, “Bailando con las estrellas”, “Los británicos también tienen talento”, “Factor X” y un sin número de programas, usan un juego de luces en escena como las blancas, azules, rosadas y otros efectos más.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA EN EL CONTEXTO

En el actual mundo globalizado, la tendencia a lo visualmente funcional es una de las mayores preocupaciones para el productor, ya que el televidente aunque, no sepa de combinaciones de colores ni de cómo deben ir las formas, tiene un criterio de lo que está viendo, por consiguiente, nuestro principal problema con el programa en su totalidad es la imagen, lo que implica colores y escenografía.

Los colores usados en el programa son los pantones morado y fucsia su combinación no va acorde con el fondo de la escenografía, lo que definiremos como un problema, ya que no es la adecuada y no va relacionada directamente con la imagen del reality.

En el programa “Quiero ser una Estrella” se presentan las siguientes deficiencias: no presenta una adecuada iluminación; el programa actual usa luces azules y rosadas, tienen una luz fuerte que ilumina todo el estudio de grabación esto no le da ese ambiente artístico que requiere la trama del programa, el diseño de la línea gráfica también presenta deficiencias tales como los colores, animaciones. No tiene un Bumper de entrada y de salida definido, así mismo el programa carece de segmentos y el diseño del set actual no cuenta un buen aspecto visual.

Si bien es cierto, el área del estudio de grabación es pequeña, pero podemos aprovechar cada uno de sus espacios estructurándolo de una mejor manera, tanto el escenario de los participantes como el de los jurados. Por lo tanto, lo antes expuesto se requiere mejorar su dirección de arte y realizar un cambio de imagen al reality.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Considera Usted que el programa “Quiero ser una Estrella” ganaría mejor aceptación en la audiencia al realizar un cambio de imagen?

1.4 JUSTIFICACIÓN

La realización de éste proyecto se fundamenta en el cambio de imagen de un programa televisivo de concursos musicales que satisfaga los requerimientos de ser una producción de calidad que involucre fotografía, movimientos de cámara, dirección escénica, una línea gráfica funcional, la producción del cambio de imagen del programa es la clave principal para explotar un gran potencial en el show “Quiero ser una Estrella” ya que el atractivo principal es la parte visual.

El diseño gráfico representa actualmente un papel fundamental en la industria de la televisión. La imagen visual de cada programa, acorde con la imagen visual de la cadena y sus contenidos permiten identificar rápidamente la naturaleza y origen de un programa en una primera visualización.

Debido al desarrollo creativo y renovador de la televisión, el cambio de imagen debe asegurar su acogida, es por ello que se generalizó la necesidad del cambio de su apariencia actual a una más atractiva y moderna. Este es un factor importante para su continuidad televisiva.

Hay que tener presente que en la actualidad la imagen del Reality carece de dinamismo, su escenografía es poco funcional y atractiva. A partir de esto nos enfocaremos en realizar una buena implementación gráfica, ya que así el televidente se sentirá identificado con lo que está viendo. Tendremos que adaptarnos sin descuidar su funcionalidad, por cuanto este tipo de programas tienen mucho potencial y atraen a un gran número de personas siendo así la base fundamental de su rating.

Recordemos que los realities de gran audiencia internacional como “American Idol”; “Britain's got talent”, el cual la escenografía y su línea gráfica juega un papel muy importante y de cierta forma crucial a la hora de la realización del programa y la aceptación del medio.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Rediseñar la imagen y línea gráfica del programa “**Quiero ser una Estrella**” a través de una correcta dirección de arte.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Crear una nueva línea gráfica, teniendo en cuenta la armonía del programa.
- Analizar las gráficas establecidas con relación al género del programa.
- Establecer una nueva escenografía y ambientación del programa.
- Analizar y determinar el monto de la inversión necesaria para llevar a cabo este proyecto.



CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL

2 SITUACIÓN ACTUAL

2.1 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Los Realities Shows son programas de gran audiencia por ello se implementa este tipo de espacios para animar al público televidente y por ende la importancia de la línea gráfica que ayuda al realce, dinamismo y claridad que se requiere. Trabajar con la imagen de este programa requiere tomar en consideración el juego de luces; las mismas que darán esa espectacularidad que impacta al televidente.

2.2 PLAN ESTRATÉGICO

ESPOL TV es un canal que tiene alcance en la provincia de Santa Elena y su competencia directa es BRISA TV, que es un canal carente de tecnología de punta, por esta razón ESPOL TV tiene mayor congruencia para ofrecer una mejor señal.

Por ser un programa que recién comienza se quiere que el televidente no se “despegue” de su televisor y la manera de atraerlo sería por medio de la parte visual al darle esa espectacularidad como los grandes programas de realities y caza talentos.

2.2.1 MISIÓN

Mejorar su imagen de forma atractiva y dinámica con el fin de cautivar más audiencia.

2.2.2 VISIÓN

Dar una nueva imagen a este reality de acuerdo a las últimas tendencias que presentan este tipo de programas y ser uno de los mejores programas en la provincia de Santa Elena alcanzando el más alto rating en su género.

2.3 MOTIVACIÓN

Proyectar una nueva imagen que identifique a este Reality, tomando referencia el lugar donde se va a proyectar en este caso en la provincia de Santa Elena.

2.4 DELIMITACIÓN

Nuestra tesis se enfocará únicamente al programa de Espol Tv “Quiero ser una estrella” en la provincia de Santa Elena, la cual se le dará nueva imagen de una forma atractiva y dinámica de acuerdo a las exigencias del medio y tendencias actuales, cabe recalcar que nuestra investigación está basada en la temporada anterior y que los nuevos cambios se realizarán a partir de la segunda temporada. El proyecto en mención se limita en el área educativa audiovisual, con el aspecto en gestión de cambio de imagen.

2.5 JUSTIFICACIÓN

Debido a que existen varios realities de caza talentos todos enfocados y relacionados al mismo objetivo *“llegar al televidente”*, es necesario saber que las cualidades y aspectos audiovisuales son importantes y marcan la diferencia entre ellos.

A través de este proyecto bajo una propuesta hemos tomado varios elementos y criterios que nos ayudarán a su desarrollo de una manera efectiva en su proceso.

Nuestro proyecto de Tesis es con un enfoque cualitativo, esto con el afán de indagar tanto en su estructura dinámica como general, es por eso que partiremos de estos hechos para lograr llegar hacia al objetivo principal ideando una solución para las carencias que posee el programa “Quiero ser una Estrella” tomando en cuenta la funcionabilidad de cada idea planteada logrando una identidad visual ya sea en su Dirección de Arte y Línea Gráfica.

Las producciones deben ser aprovechadas no solamente como medio para transmitir contenido, sino como estrategias de conocimiento en donde su objetivo es ser atractiva y didáctica.



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3 MARCO TEÓRICO

3.1 INTRODUCCIÓN

Para desarrollar la presente investigación nos hemos apoyado en los siguientes conceptos:

3.1.1 COLOR

“¿Qué es el color?”

El mundo es de colores, donde hay luz, hay color. La percepción de la forma, profundidad o clarooscuro está estrechamente ligada a la percepción de los colores. El color es un atributo que percibimos de los objetos cuando hay luz. La luz es constituida por ondas electromagnéticas que se propagan a unos 300.000 kilómetros por segundo. Esto significa que nuestros ojos reaccionan a la incidencia de la energía y no a la materia en sí. Las ondas forman, según su longitud de onda, distintos tipos de luz¹. Las ondas visibles son aquellas cuya longitud de onda está comprendida entre los 380 y 770 nanómetros. Los objetos devuelven la luz que no absorben hacia su entorno. Nuestro campo visual interpreta estas radiaciones electromagnéticas que el entorno emite o refleja, como la palabra "COLOR".

Propiedades del color

Las definimos como el tono, saturación, brillo. Tono (hue), matiz o croma es el atributo que diferencia el color y por la cual designamos los colores: verde, violeta, anaranjado. Saturación: (saturación) es la intensidad cromática o pureza de un color Valor (valué) es la claridad u oscuridad de un color, está determinado por la cantidad de luz que un color tiene. Valor y luminosidad expresan lo mismo. Brillo (brightness) es la cantidad de luz emitida por una fuente lumínica o reflejada por una superficie. Luminosidad (lightness) es la cantidad de luz reflejada por una superficie en comparación con la reflejada por una superficie blanca en iguales condiciones de iluminación

¹ infrarroja, visible, ultravioleta o blanca

El arco iris, según los griegos

El arco iris, tiene todos los colores del espectro solar.² Los griegos personificaron este espectacular fenómeno luminoso en Iris, la mensajera de los dioses, que descendía entre los hombres agitando sus alas multicolores. La ciencia que aplica la experiencia, explica que los colores son componentes de la luz blanca. (Luz solar del día o luz artificial). La luz blanca no tiene color, pero los contiene todos. Lo demostró Isaac Newton.”

Efectos Compositivos del Color

Al analizar el uso del color desde el punto de vista de una estricta orientación hacia el diseño, descubrimos que al margen de su influencia emocional, el color puede afectar de forma considerable la composición de una obra. Las elecciones cromáticas se basarán tanto en su influencia sobre percepciones de espacio, unidad y énfasis como en el deseo del artista de un realismo o de una sugestión psicológicas. Formas y texturas constituyen parte de proceso de organización, pero el color también desempeña un gran papel compositivo. En este capítulo analizaremos los efectos del color sean cuales fueren los modos en que los artistas han utilizado formas y texturas; en realidad todos los elementos del diseño se hallan interrelacionados”.

(Fuente: Color, Ediciones AKAL, 2001 capítulo 5; página: 45)³

3.1.2 IMAGEN

¿Qué es la imagen?

El concepto de imagen tiene su origen en el latín imago y permite describir a la figura, representación, semejanza, aspecto o apariencia de una determinada cosa. Dice la teoría que una imagen es también la representación visual de un elemento que se logra a partir de técnicas enmarcadas en la fotografía, el arte, el diseño, el video u otras disciplinas. La imagen representa un acto comunicativo completo porque no se trata de comunicarse de una determinada forma sino que solamente se toma en cuenta el hecho de transmitir información.

² Colores del arco iris: naranja, azul, verde, y los colores secundarios resultantes a la combinación de RGB.

³ Escrito por Paul Zelanski, Mary Pat Fisher

“Para Heinrich Herz la representación científica del mundo no implica un reflejo o una semejanza entre explicaciones y cosas. Los progresos de la ciencia van de la mano con sus progresos como sistema de signos, y los conceptos científicos (“espacio” y “tiempo”, “masa” y “fuerza”, “átomo”, etc.), más que nombres de cosas que existen en la realidad, son <<ficciones>> o <<signos>> operativos con los cuales el científico configura su lenguaje, que es la herramienta por medio de la cual abordará la realidad. Esta concepción de la ciencia como un sistema simbólico, o como un sistema signico, la encontramos extrapolada al terreno de la filosofía en el *Tractatus Logico-Philosophicus* de Wittgenstein. Aquí el lenguaje es concebido como una imagen de la realidad, imagen que a su vez determina lo que es posible pensar. Al mismo tiempo, las relaciones lenguaje-realidad en el *Tractatus* no se pueden desconectar de las relaciones imagen-realidad. Tenemos en principio una relación entre pensamiento y realidad; entre ambos opera el lenguaje, que les sirve de nexo.

La imagen y la televisión

La imagen de televisión se ubica dentro de las imágenes proyectadas y en movimiento. Es el medio de comunicación auténticamente de masas que impregna nuestras vidas de modo indiscutible en las sociedades desarrolladas. Es un sistema de telecomunicación para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia. Esta transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio o por redes especializadas de televisión por cable. El receptor de las señales es el televisor. La palabra "televisión" es un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "Visio" (visión). El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión. A veces se abrevia como TV”.

(Fuente: Color, Ediciones AKAL, 2001 capítulo 5; página: 45)⁴

3.1.3 DISEÑO

Definición de diseño

“Siempre se había discutido sobre si en todo arte⁵, su contenido y forma eran inseparables, pero el cine acabó con esta discusión al demostrar con mayor eficacia que esto es incuestionable, pues al analizar los niveles del mensaje (información y comunicación, con sus tres posibilidades: sentencia, propuesta y pregunta o cuestionamiento), se ha de encontrar que sólo es posible comunicar a través del manejo de las formas).

⁴ Escrito por Paul Zelanski, Mary Pat Fisher

⁵ ¿Qué es arte? Acto mediante el cual el hombre imita o expresa lo material o lo invisible, valiéndose de la materia, de la imagen o del sonido, y crea copiando o imaginando.

El estructurar comienza con la organización de los objetos y que los conforma dentro de un límite conocido como formato (composición); en las pantallas audiovisuales esos objetos son: La escenografía y su ambientación (sitio y escenario). El vestuario y sus utilerías. Y los actores (personajes). Lo que los conforman son sus: Formas, Colores, Distancias de ubicación respecto a la mirada de la cámara. Y tamaños.

El organizar cada objeto y los elementos que lo conforman, define su importancia para determinar cuándo funciona realmente como objeto o si sólo es contorno, así mismo se determina quién es el verdadero personaje y quiénes conforman el contexto; es decir, en la realidad cada observador utiliza su voluntad para determinar donde concentrarse, ya que cuenta, al sumar las percepciones, con: vista, oído, olfato, gusto tacto y con conciencia de 360 grados, mientras que en la pantalla debe construir cuál es ese punto de concentración, pues sólo se puede impresionar vista y oído, sin manejar conciencia; es por lo tanto trabajo del realizador, obliga al espectador a “mirar” los objetos que llevan los hilos informativos (concentrar su atención), mientras “ve” toda la pantalla; en ocasiones hasta desviando su atención desde una zona del formato hacia otra o de un objeto a otro, sin que haya cambiado el cuadro.

Así, se crean los elementos básicos del lenguaje del diseño: el punto (objetos en un contexto, que casi siempre por contraste concentran la atención del espectador), que maneja unas significaciones, y la línea que maneja otras.

Esta última puede ser de dos clases, como mínimo: Recorrido que el ojo del espectador hará sobre un cuadro para captarlo enteramente (línea de lectura). Y recorrido que el objeto o el personaje harán dentro del cuadro (línea de dirección).

Cuando estas dos líneas llevan igual recorrido se le llaman: en sentido, y el espectador es tomado como simple observador de las acciones del personaje; cuando van por caminos contrarios, se denomina: en contrasentido, y se genera expectativa en el que mira; por tanto se definen como líneas de tensión, pues ese manejo de dichas líneas, construye buena parte de las emociones del espectador”.

(Fuente: Como Hacer Televisión, Cine Y Video Ediciones Martha Lucia Patiño. 2005, página: 50)⁶

3.1.4 CREATIVIDAD

¿Qué es la creatividad?

Creatividad es transformación, cambio, implica “una combinación de flexibilidad, originalidad y sensibilidad para manejar ideas, que permite escapar de un orden o arreglo usual de pensamientos para generar otros arreglos cuyos resultados producen satisfacción personal y nuevas posibilidades” (Jones, citado en Sánchez, 1966)

⁶ Escrito por Fabio E. Medellín V

El cambio creativo tiene una finalidad concreta. Los artistas en su aprendizaje y comprensión de las diferentes técnicas buscan expresarse de manera individual, los ingenieros intentan resolver problemas con miras a mejorar las condiciones de vida, los científicos intentan explicar las leyes que rigen la naturaleza.

“Otras consideraciones acerca de la creatividad

Algunos autores han ido un poco más lejos. Además de conceptualizar la creatividad la han clasificado e incluso jerarquizado, distinguiendo al menos tres fenómenos diferentes que se pueden llamar legítimamente por ese nombre. El primero se refiere a personas que expresan pensamientos intrínsecos, que son interesantes y estimulantes (...) La segunda forma es aplicarlo a personas que experimentan el mundo de maneras novedosas y originales. Se trata de individuos cuyas ideas son nuevas, cuyos juicios son penetrantes, que pueden hacer descubrimientos importantes (...) El último uso del término designa a los individuos que, como Leonardo, Edison, Picasso o Einstein, han cambiado nuestra cultura en algún aspecto importante (Csikszentmihalyi, 1998).

En este orden de ideas, Taylor propone una clasificación “jerárquica de la creatividad”;

- Creatividad expresiva, no cuestiona la calidad, lo importante es la manifestación de la persona.
- Creatividad productiva, uso del talento y aptitudes desarrolladas. Estado superior de comportamiento.
- Creatividad inventiva, percepción de nuevas relaciones, implica el uso original de la experiencia previa.
- Creatividad innovadora, requiere elevada capacidad de abstracción, implica modificación generadora.
- Creatividad emergente, generación de principios totalmente nuevos (Taylor, citado en Pérez, 1988).

De esta manera, se busca distinguir, según el grado de importancia del cambio propuesto, los diferentes tipos de niveles de la creatividad, bien sea desde el punto de vista de la persona creativa como el punto de vista del aporte creativo. Se pueden distinguir claramente los conceptos cotidianos de creatividad y los cambios propuestos de gran trascendencia, expresados por algunos otros autores como creatividad con “C” mayúscula”.

(Fuente: Creatividad en la ingeniería de diseño Editorial Equinoccio. 2006, capítulo 3; página: 25, 29)⁷

3.1.5 LENGUAJE AUDIOVISUAL

Definición de lenguaje audiovisual

“Los medios audiovisuales: el cine, la televisión y el vídeo no sólo son medios técnicos. Constituyen también un lenguaje audiovisual *sui generis*.”

⁷ Escrito por Carlos Navarro Gutiérrez

Bajo el patrocinio de los equipos electrónicos, palabra e imagen cimentaron un nuevo matrimonio en los medios audiovisuales⁸. La mezcla y montaje de imágenes en movimiento y a color en la pista de imagen y en la pista de sonido, la música y los efectos; ambos han permitido este nuevo lenguaje audiovisual. Este lenguaje se diferencia fundamentalmente del lenguaje hablado, escrito e impreso. Dadas las muchas posibilidades diferentes para cambiar e integrar la palabra y la imagen, la estética del lenguaje audiovisual puede ser muy variada, diferenciada, fascinante, y también muy compleja, como la de algunos vídeos-clips y comerciales, probando las posibilidades y límites de la estética del lenguaje audiovisual.

Características

El lenguaje audiovisual, así como el lenguaje verbal que utilizamos ordinariamente al hablar o escribir, tiene elementos morfológicos, una gramática y recursos estilísticos. Por lo tanto, está integrado por un conjunto de símbolos y unas normas de utilización que nos permiten comunicarnos con otras personas. Sus características principales son:

- Es un sistema de comunicación multisensorial (visual y auditivo), en el que los contenidos icónicos prevalecen sobre los verbales.
- Promueve un procesamiento global de la información, que proporciona al receptor una experiencia unificada.
- Es un lenguaje sintético que origina un encadenamiento de mosaico, en el que sus elementos sólo tienen sentido si se consideran en conjunto.
- Moviliza la sensibilidad antes que el intelecto.
- Suministra muchos estímulos afectivos que influyen en los mensajes cognitivos. "Opera de la imagen a la emoción y de la emoción a la idea" (Einstein).

Está claro que los mensajes audiovisuales facilitan la comunicación ("vale más una imagen que 1000 palabras")⁹, resultan motivadores y aproximan la realidad a las personas".

(Fuente: La búsqueda del misterio trascendente en los medios de masas. Editorial: Universidad Católica Andrés Bello, página: 124)¹⁰

⁸ Cine, TV. y vídeo

⁹ Es un Proverbio chino que la traducción adecuada "El significado de una imagen puede expresar 10000 palabras.

¹⁰ Escrito por Jeremiah O'Sullivan-Ryan

3.2 CONCEPTO DEL PROGRAMA

“Quiero ser una Estrella” es un programa ideado con el fin de encontrar nuevas estrellas musicales de la provincia de Santa Elena.

Es un reality show de canto que muestra como espectáculo el talento y desenvolvimiento de un participante en su arte.

3.3 DURACIÓN, HORARIO Y TARGET DEL PROGRAMA

El Reality “Quiero ser una Estrella”, es transmitido los jueves con una duración de 1h 30 minutos con sus respectivos segmentos.

En la televisión, por lo general el tiempo 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).

Programa “Quiero ser una Estrella” se proyecta en el segmento “AAA” orientado a todo público en el horario ya establecido.

El target al que está dirigido es a las familias de la provincia de Santa Elena, por cuanto la señal de Espol TV solo llega a dicha provincia, sin embargo, en un futuro se piensa ampliar la señal a toda la costa ecuatoriana. Teniendo como público objetivo, tanto la clase media, como media baja, debido a que son quienes hacen uso constante de la televisión local.

3.4 GÉNERO Y CONTENIDO

Los programas de entretenimiento son un claro reflejo, traducido en imágenes y símbolos. Podemos dividirlos en cuatro grupos principales, pero recordando que son programas que tienden a crear subgéneros, lo que es propio de la misma evolución de la producción televisiva.

Los cuales son:

- Concursos.
- Reality shows.
- Magazines.
- Galas-espectáculos.

El programa “Quiero ser una estrella” se encuentra en el género de galas-espectáculos. Son programas donde un grupo de presentadores de distinto sexo nos presentan varias actuaciones musicales, bailes, etc. Es decir, se mezclan varias tipologías de espectáculos. La gala aglutina todos ellos intentando dar un aspecto mezcla del show hollywoodense.

Quizá su principal característica es su imagen, una estética luminosa, festiva y elegante que intenta recrear una determinada imagen visual de glamour. Los presentadores siempre visten de largo, de gala, para transmitir esa idea de espectáculo especial. Las galas son programas especiales y únicos. En ellos se pretende reunir a las mayores estrellas del momento de los diversos campos artísticos buscando satisfacer a todas las edades. Suelen ser temáticas, para presentar la nueva programación de la cadena, para homenajear algún artista.

Se emiten en *prime time* ocupando toda la franja horaria con una excepción: las galas-espectáculos dedicadas a recaudar dinero para alguna causa justa como las teles maratones. Éstos pueden extenderse a lo largo de toda la programación o incluso llegar a durar 24 horas con la lógica ampliación de oferta de contenido.

3.5 MARCO CONCEPTUAL

- **Electromagnéticas:** Fenómeno en el que los campos eléctricos y los magnéticos se interrelacionan.
- **Ondas:** consiste en la propagación de una perturbación de alguna propiedad de un medio, por ejemplo, densidad, presión, campo eléctrico o campo magnético, a través de dicho medio, implicando un transporte de energía sin transporte de materia.
- **Saturación:** La saturación de un color está determinada por una combinación de su intensidad luminosa y la distribución de sus diferentes longitudes de onda en el espectro de colores.

- **Telecomunicación:** El concepto de telecomunicación abarca todas las formas de comunicación a distancia. La palabra incluye el prefijo griego *tele*, que significa “distancia” o “lejos”. Por lo tanto, la telecomunicación es una técnica que consiste en la transmisión de un mensaje desde un punto hacia otro, usualmente con la característica adicional de ser bidireccional.
- **Personajes:** Seres ficticios, inventado por un autor, que interviene en la acción de una obra literaria o de una película.
- **Target:** Público objetivo.
- **Producción televisiva:** Se encarga de llevar a cabo todas las etapas de realización por las que pasa cualquier programa, los profesionales que ocupan esta área son el productor y el realizador.
- **HD:** (del inglés *High Definition*) es un sistema de vídeo con una mayor resolución que la definición estándar, alcanzando resoluciones de 1280×720 y 1920×1080 píxeles.
- **Dirección de arte:** La dirección de arte es la actividad responsable de la imagen y sus códigos visuales, pensados sobre la base de comunicar un mensaje específico.
- **Dirección de cámaras:** Dirección de las actividades del staff técnico en grabaciones o emisiones al aire.
- **Imagen:** Una imagen (del latín *imago*) es una representación visual, que manifiesta la apariencia visual de un objeto real o imaginario
- **Composición:** Es la acción y efecto de componer (juntar varias cosas y colocarlas en orden para formar una; constituir algo).
- **Espectáculo:** Según la Real Academia la palabra espectáculo hace referencia a una función o diversión pública celebrada en un teatro, en un circo o en cualquier otro edificio o lugar en que se congrega la gente para presenciarla y a cualquier cosa que se ofrece a la vista o a la contemplación intelectual y es capaz de atraer la atención y mover el ánimo infundiéndole deleite, asombro, dolor u otros afectos más o menos vivos o nobles.
- **Prime Time:** El Horario central, también conocido como Prime Time en EEUU, u horario estelar, es una franja de tiempo u espacio televisivo dedicada a programación exclusivamente a la familia, en diversos países varía el tipo de programación familiar y el horario en que se transmite.

3.6 REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA

Considerando que “Quiero ser una Estrella” es transmitido por ESPOL TV, hay que tomar en consideración sus requerimientos que incluyen: el equipo humano, el equipo técnico (dispositivos físicos), suministros y software (programas utilizados).

EQUIPO HUMANO		
Cantidad	Cargo	Descripción
1	Director	Responsable de elegir, supervisar y guiar al equipo de trabajo
1	Productor	Organiza y controla el proyecto
3	Camarógrafos	Operadores de las cámaras
1	Director Técnico de Iluminación	Opera la consola de video y coordina los aspectos técnicos de la producción
2	Asistentes Técnicos	Intervienen en la parte técnica
1	Presentadores	Personas que presenta y conduce el programa
1	Reporteros	Realizan los reportajes a los participantes del reality
1	Maquillista y Vestuarista	Encargado del maquillaje y vestuario respectivamente.
1	Director de Arte	Responsable de manejar la escenografía y la parte gráfica del programa
1	Director de Fotografía	Determina los aspectos visuales
1	Iluminador	Elige la iluminación que se requiera
3	Diseñador Gráfico	Grafica las ideas
2	Ilustrador	Realiza las ilustraciones
1	Modelador 3D	Crea gráficos tridimensionales
1	Post-Productor	Supervisa el trabajo de Post-Producción
1	Animador	Crea imágenes con movimiento
1	FX	Aplica los efectos especiales
1	Editor	Manipula imágenes y sonido
1	Sonidista	Selecciona los sonidos que se van a utilizar

Tabla 3.1: Equipo humano

EQUIPOS TÉCNICOS Y SUMINISTROS		
Cantidad	Equipo	Descripción
3	Cámaras de video	Profesional HD (JVC)
2	Trípodes	Estabilización y soporte de la cámara
1	Grúa	Transportar de un lugar a otro, hacer tomas en movimiento
5	Micrófonos\ Corbatero	Para presentador y entrevistado
Varios	Cables	Para realizar conexiones
2	Extensiones	Para proveer energía
3	iMac	Procesador 3.06 GHz Intel Core 2 Dúo

Tabla 3.2: Equipo técnicos y suministro

SOFTWARE		
Cantidad	Software	Descripción
1	Cinema 4D Versión 12	Creación de gráficos y animación 3D
1	Adobe After Effects CS4	Creación de efectos visuales
1	Adobe Illustrator CS4	Creación de ilustraciones vectoriales
1	Adobe Photoshop CS4	Edición y modificación de imágenes digitales
1	Final Cut Pro	Edición profesional de videos
1	SoundTrack Pro	Edición de audio
1	Pro Tools 10	Grabación de audio
1	QuickTime 7	Reproduce videos

Tabla 3.3: Software

3.7 MARCA

A pesar de que el Reality Show “Quiero ser una estrella” posee una marca; se pensó en el rediseño del mismo por una imagen que ayudará a una buena comunicación visual. Para lo cual propondrá cambios en su Imagotipo, modificando la imagen que proyecta actualmente.

3.7.1 ISOTIPO MONOCROMÁTICO

El isotipo es la parte simbólica de una marca. En este caso se realizará con simplicidad y se evitará a que se vea recargado, logrando que la imagen quede en la mente del espectador.

El isotipo de la imagen del programa está formado por un símbolo figurativo, una Estrella, la que simboliza la mayor proyección del talento que posee el participante (artista) al lograr su meta, brillar y destacándose ante los demás (competencia). Los colores a utilizarse serán naranja (cálido) y violeta (frio).



Figura 3. 1: Isotipo "Quiero ser una Estrella"

3.7.2 LOGOTIPO

El logotipo es la firma de la marca y a través de ella logra su identidad. El tipo de letra, colores y forma seleccionada deberá ir acorde con lo que se quiere transmitir y proyectar, caso contrario no será funcional.



Figura 3. 2: Logotipo "Quiero ser una Estrella"

3.7.3 DESARROLLO DEL IMAGOTIPO

El Imagotipo es la combinación del isotipo (ícono) y el logotipo (texto), pero estos se encuentran separados, la tipografía suele colocarse en la parte superior, inferior o a un lado.



Figura 3. 3: Nueva marca en 2D de “Quiero ser una Estrella”

3.7.4 VARIACIONES

Las variaciones del Imagotipo solo serán manipuladas sobre fondo violeta, azul marino y amarillo, no tendrá ninguna otra variación de color. Este se usará en publicaciones, papelería, artículos y aplicaciones que sean del promocional del programa.



Figura 3. 4: Primera variación del Imagotipo



Figura 3. 5: Segunda Variación de Imagotipo



Figura 3. 6: Tercera Variación de Imagotipo



Figura 3. 7: Usos incorrectos de la Marca

3.8 TENDENCIA O MOVIMIENTO ARTÍSTICO

Este programa está basado en la fusión de tendencias. La tipografía del logotipo está inspirada en los años 70 y 80 esto nos traslada a la espectacularidad, elegancia y una variedad visual de la época. Su forma y movimiento le dan legibilidad al mismo.

Nos hemos basado también en el “Pop Art”, que fue un movimiento artístico surgido a finales de los años cincuenta en Jamaica cuyas características son el empleo de imágenes y temas tomados del mundo de la comunicación de masas y su aplicación a la pintura. El término fue utilizado por primera vez por el crítico británico Lewis Gennig en 1962 para definir el arte que algunos jóvenes estaban haciendo con el empleo de imágenes populares dentro del arte.

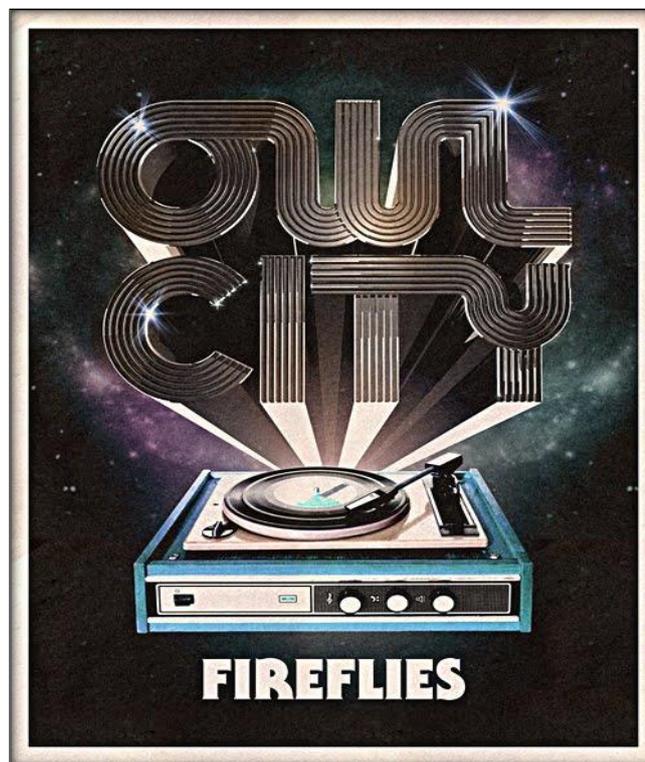


Figura 3. 8: Logo de FireFlies



Figura 3. 9: Logo Sing it loud

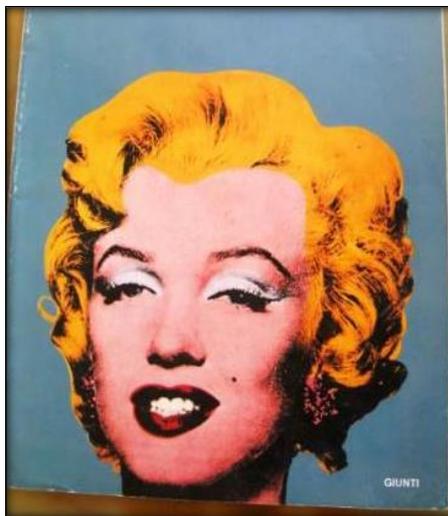


Figura 3. 10: Libro Pop Art



Figura 3. 11: Logo American Idol

El Pop Art es la manifestación plástica de la cultura del consumo, donde las obras de arte se conciben como un producto en serie.

Este estilo se centra en la estética y podemos usar nuestra creatividad. Nos hemos fundamentado de esta tendencia ya que se trata de crear un ambiente alegre, dinámico y eficiente sin caer en la extravagancia. Los elementos claves para crear un Estilo Pop son los elementos decorativos que poseerá nuestro set.

Los colores **naranja, amarillo, rojo, turquesa y fucsia** predominan en esta tendencia y es por ello que hemos usado esto como referencia para complementarlo en la línea gráfica del programa.

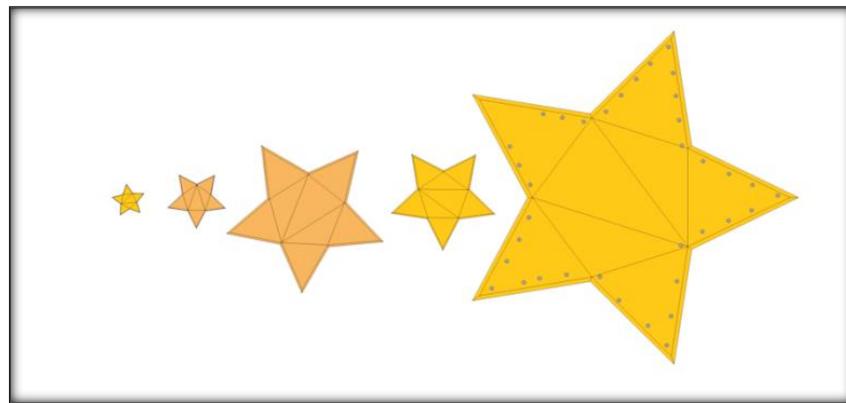


Figura 3. 12: Estilo PopArt

3.9 DEFINICIÓN GRÁFICA

Como referencia la tendencia escogida, se integra a los conceptos y fundamentos del mismo, para llevar a cabo la idea principal, teniendo en cuenta los parámetros del programa “Quiero ser una Estrella” que transmite Espol Tv.

3.9.1 FORMA

La forma es parte principal en donde nace la idea y es lo que el espectador va a captar y a mentalizar.

Se ha optado por la forma básica de un pentagrama, si bien es cierto en el pentagrama con la punta hacia arriba semeja a un hombre con los brazos extendidos y piernas separadas siendo la punta superior su cabeza, esta gráfica representa victoria y triunfo. Esta forma dará dinamismo y energía a la línea gráfica.

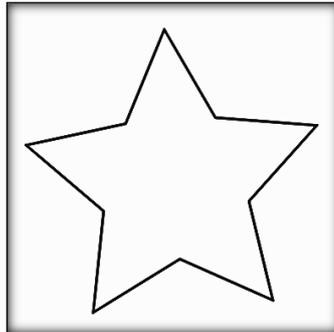


Figura 3. 13: Forma Estrella de cinco puntas

3.9.2 TIPOGRAFÍA

La finalidad de la tipografía es transmitir un mensaje concreto con su manejo de estilo, diseño, formato y tamaño de las letras; dependiendo de esto, se puede llegar a ser funcional.

La tipografía encierra el concepto de lo que se quiere comunicar.

Se escogió la tipografía “AKKA”. Este tipo de letra expresa a través de su forma la apariencia de curvas melódicas simbolizando la música y los sonidos que integran una cadena fónica muestra también la transformación y crecimiento personal en este caso el perfeccionamiento de cada participante en el reality.



Figura 3. 14: Tipografía “AKKA”

3.9.3 COLORIMETRÍA

Es la ciencia que estudia la medida del color, es decir, la obtención de valores numéricos del color.

El color es una sensación que producen los rayos luminosos en los órganos visuales y que es interpretada en el cerebro.

Posee una psicología que puede causar efectos en las personas, más en el estado de ánimo. Cada color puede connotar o comunicar algo, haciendo más eficaz un mensaje.

Tomando en cuenta la tendencia de este tipo de programa, nos basaremos en los siguientes colores:

- **Naranja:** Es un color cálido, vibrante, vivo y claro. Es un color que estimula las emociones, denota la energía y vibra que le pueda poner el participante en cada presentación, es un color que se destaca entre otros y tiene que ver mucho con el carisma y personalidad que usará el artista para alcanzar su objetivo de la fama.
- **Azul oscuro:** Es un color que gana en elegancia y da más juego para contrastarlo, transmite seriedad y solidez que debe proyectar el jurado al juzgar cada talento.
- **Violeta:** La función del violeta en la línea gráfica propuesta, le dará un aspecto de elegancia mezclada con lo espectacularidad de lo que en si es un show. Ya que su principal característica es su imagen y es por ello que proyectará una estética luminosa y festiva que intenta recrear una determinada imagen visual de glamour.
- **Amarillo:** Es el color de la inteligencia y la creatividad, de la luz, el sol, la acción, el poder y simboliza arrogancia, oro, fuerza, voluntad y estímulo. Mejora nuestra disposición física y estimula ciertos chakras del cuerpo que tienen que ver con el ánimo porque, como ya dijimos, representa la luz solar.

	C: 100 M: 80 Y: 22 K: 22		R: 15 G: 62 B: 114
	C: 0 M: 50 Y: 100 K: 0		R: 253 G: 181 B: 21
	C: 46 M: 100 Y: 0 K: 0		R: 152 G: 37 B: 143
	C: 0 M: 0 Y: 100 K: 0		R: 255 G: 242 B: 0

Figura 3.15: Sistema CMYK Sistema RGB

3.10 PAQUETE GRÁFICO

El paquete gráfico basado en la identidad corporativa del programa, es decir sus piezas gráficas de las que está compuesta. Todo esto ha sido manipulado bajo el contenido que maneja este reality.

3.10.1BUMPER (IN-OUT)

Bumper es una sucesión de imágenes animadas que va entre 10 a 15 segundos, se coloca al comienzo de cada programa de TV.

Podemos ver los elementos musicales de importancia como micrófono, notas musicales y estrellas, que le dan un toque más dinámico a la animación 3D.

En el caso de “Quiero ser una estrella”, el Bumper de entrada es un juego de elementos que se emplean en la música y al final se emplea una luz para dar apertura hacia el set con la presentadora.

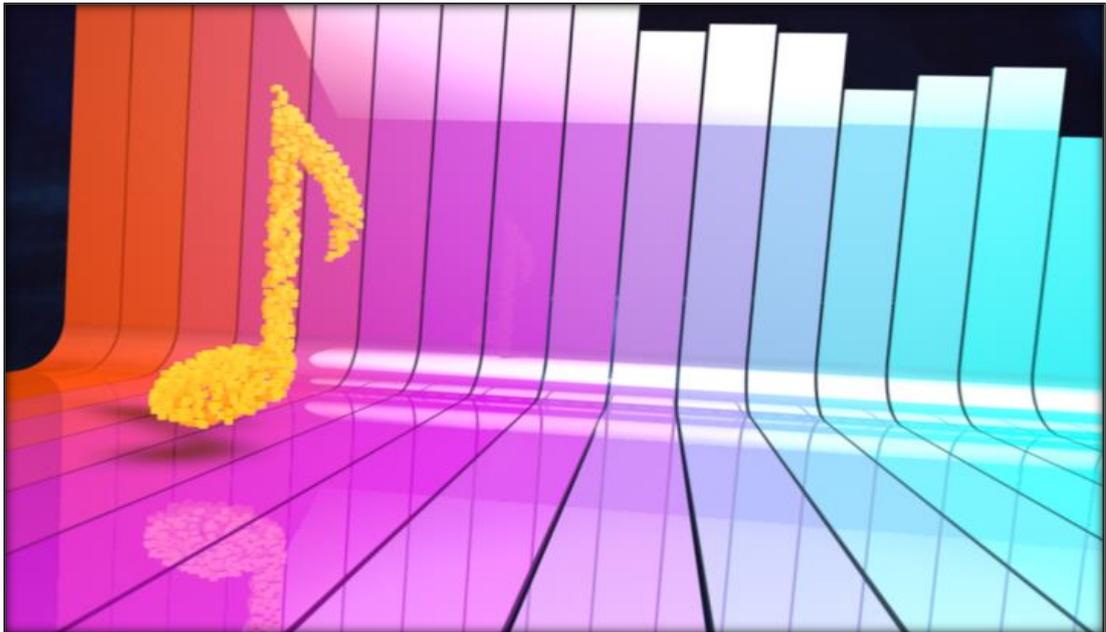


Figura 3. 16: Entrada del Bumper



Figura 3. 17: Animaciones y efectos del Bumper 1



Figura 3. 18: Animaciones y efectos del Bumper 2



Figura 3. 19: Animaciones y efectos del Bumper 3



Figura 3. 20: Final del Bumper

3.10.2 SIN FIN

Es la presentación de la marca, en este caso "QUIERO SER UNA ESTRELLA".



Figura 3. 21: Sin Fin de "Quiero ser una Estrella"

3.10.3SEGMENTOS

Es la actividad que partirá cada sección del programa de acuerdo al tipo de información que tenga, el reality contará de 8 segmentos: Tabla de participantes, Tabla de puntuación, Casting, Artista Invitado, Baladas, Pasillos Ecuatorianos, Pop, Tema libre, y Entrevista.

En los segmentos: Baladas, Pasillos Ecuatorianos, Pop, Tema libre; los participantes cantan este tipo de género musical de acuerdo a la participación semanal que el jurado requiere.



Figura 3. 22: Segmento “BALADAS”



Figura 3. 23: Segmento “POP”



Figura 3. 24: Segmento “TEMA LIBRE”



Figura 3. 25: Segmento “PASILLOS ECUATORIANOS”



Figura 3. 26: Segmento “CASTING”



Figura 3. 27: Segmento “ENTREVISTA”



Figura 3. 28: Segmento “ARTISTA INVITADO”

3.10.4 LOWER THIRD

Es un elemento en forma de barra que se sitúa en la parte inferior de la pantalla de televisión. Está compuesto por texto, forma, color y animación que darán dinamismo a la presentación y sirve para informar al televidente, el nombre del presentador, al entrevistado o el tema de la canción



Figura 3. 29: Sobreimposición - LowerThird

3.10.5 TABLA DE PUNTUACIÓN

Mostrará los resultados obtenidos por los participantes después de su presentación o se mostrará al inicio del programa para darle una continuación del capítulo anterior de cómo quedaron los participantes.



Figura 3. 30: Tabla de puntuación

3.10.6 TABLA DE PARTICIPANTES

En esta pantalla se muestra a los participantes que saldrán semana a semana con su respectivo puntaje.



Figura 3. 31: Tabla de participantes

3.10.7 PANTALLA DIVIDIDA

La pantalla dividida se emplea para separar un ambiente de otro.



Figura 3. 32: Pantalla dividida

3.10.8COLILLAS DE SEGMENTOS

Se llama Colillas de segmentos a la transición del programa; cuyo uso es para la separación de un segmento a otro.



Figura 3. 33: Colillas de segmentos



CAPÍTULO IV
ADAPTACIÓN DE
LA MARCA A MEDIOS
DIGITALES E IMPRESOS

4 ADAPTACIÓN DE LA MARCA A MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS

4.1 INTRODUCCIÓN

El Director de Arte es el encargado de crear el concepto para una línea gráfica de un producto audiovisual. Se toma como referencia otros programas similares, luego se investiga tendencias para crear una nueva imagen de acuerdo al medio actual, sin dejar de lado la idea de comunicar.

4.2 MEDIOS DIGITALES

Cuando se trabaja para medios digitales como televisión, internet, es necesario trabajar en el modelo de color aditivo RGB. El mismo que asigna un valor de intensidad a cada píxel que oscile entre 0 (negro) y 255 (blanco) para cada uno de los componentes RGB de una gráfica en color.

Por lo tanto cuando se diseña una marca para televisión, se debe pensar en las formas posibles para que los elementos gráficos funcionen.

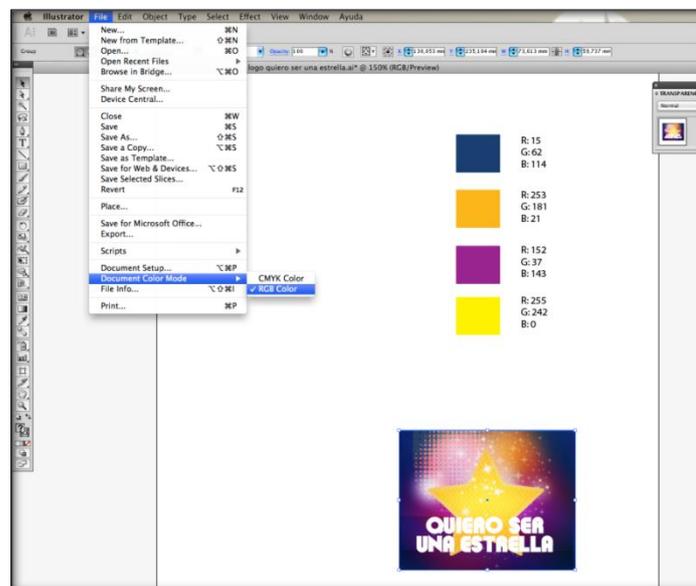


Figura 4. 34: Trabajo de la marca modo RGB en Adobe Illustrator

4.3 MEDIOS IMPRESOS

Cuando se trabaje con medios impresos se debe usar el modo de color CMYK. El CMYK, trabaja por pigmentación, CYAN (Cian), MAGENTA (Magenta), YELLOW (Amarillo) y BLACK (Negro). Con este modo se puede lograr tener la misma calidad de color al momento de imprimir.

En las imágenes CMYK, el blanco puro se genera si los cuatro componentes tienen valores del 0%. Se utiliza el modo CMYK en la preparación de imágenes que se van a imprimir en cualquier sistema de impresión de tintas. Aunque CMYK es un modelo de color estándar, puede variar el rango exacto de los colores representados, dependiendo de la imprenta y las condiciones de impresión.

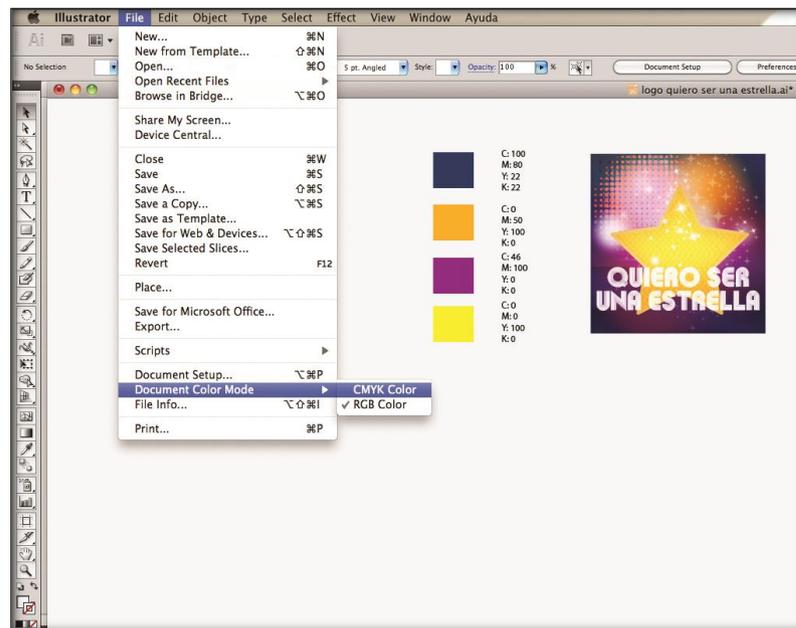


Figura 4. 35: Trabajo de la marca modo CMYK en Adobe Illustrator

4.4 DESARROLLO DE LA MARCA EN 3D

Para realizar el 3D primero se tiene la marca en 2D, se procede a importarla de un software de efectos visuales, animación y modelado 3D. Luego se procede a levantar la marca en tres dimensiones acompañada de movimientos, efectos, texturas y luces.

En el logo se implementa el logotipo como el isotipo, alcanzando un resultado favorable para toda la línea gráfica que se desea implementar en el programa.

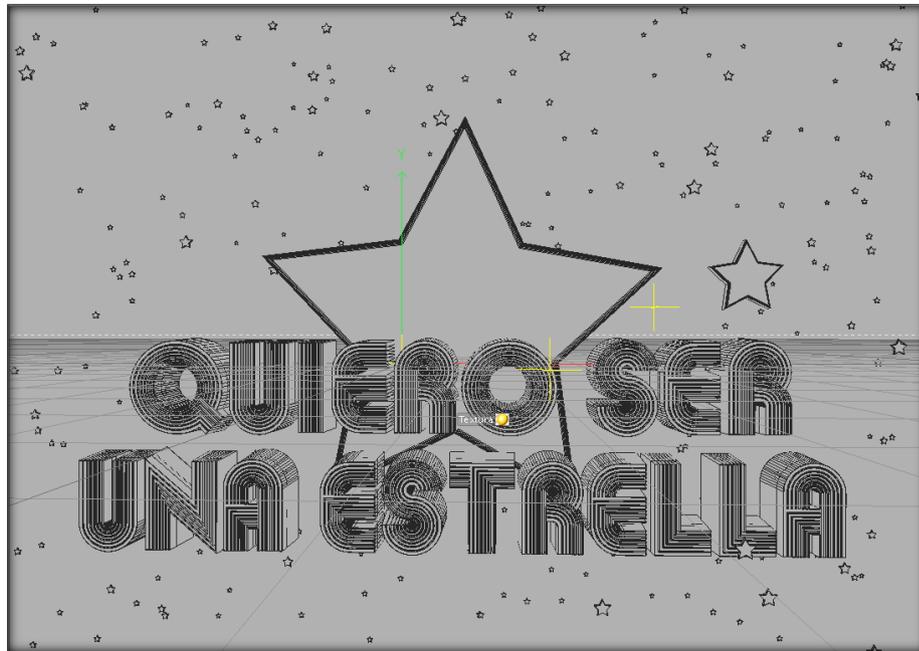


Figura 4. 36: Levantamiento de la marca en 3D



Figura 4. 37: Marca en 3D



CAPÍTULO V IMPLEMENTACIÓN DE LÍNEA GRÁFICA

5 IMPLEMENTACIÓN DE LÍNEA GRÁFICA

5.1 CONTENIDO

Se puntualizarán los avisos respecto al software a usar en la implementación de la línea gráfica y su procedimiento. Los programas que se utilizan son Cinema 4D, Adobe After Effects y para musicalizar y dar vida al programa utilizaremos SoundTrack, con éstos realizaremos toda la línea gráfica animada.



Figura 5. 38: Realización de la marca en After Effects

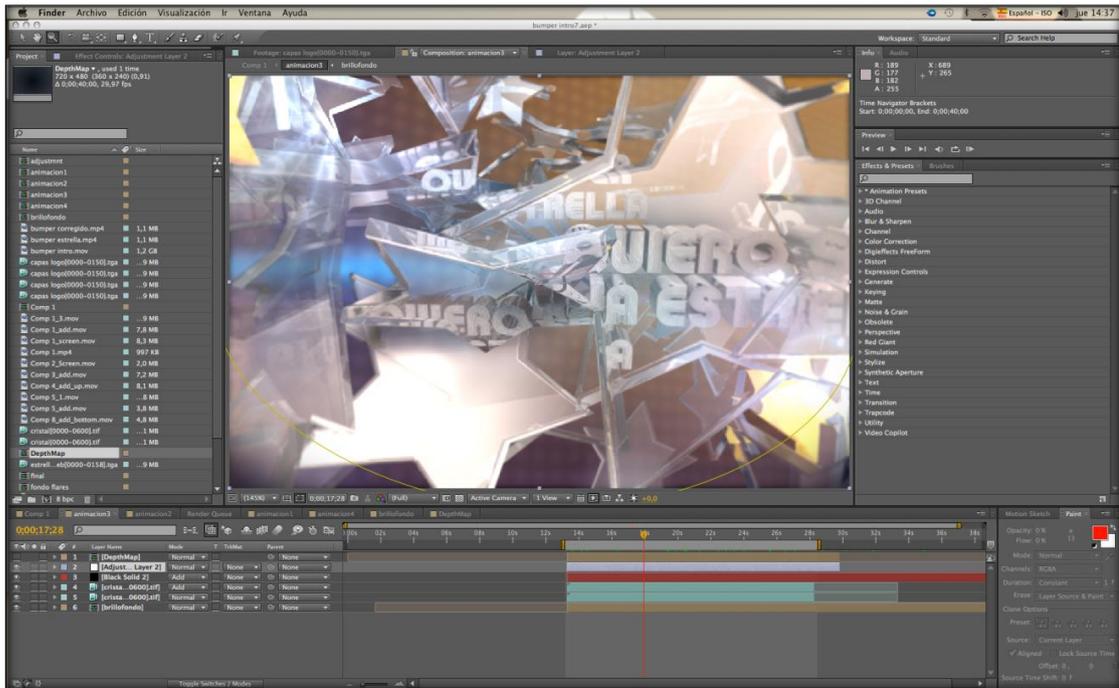


Figura 5. 39: Realización del Bumper en Adobe After Effects



Figura 5. 40: Realización del Sin Fin After Effect

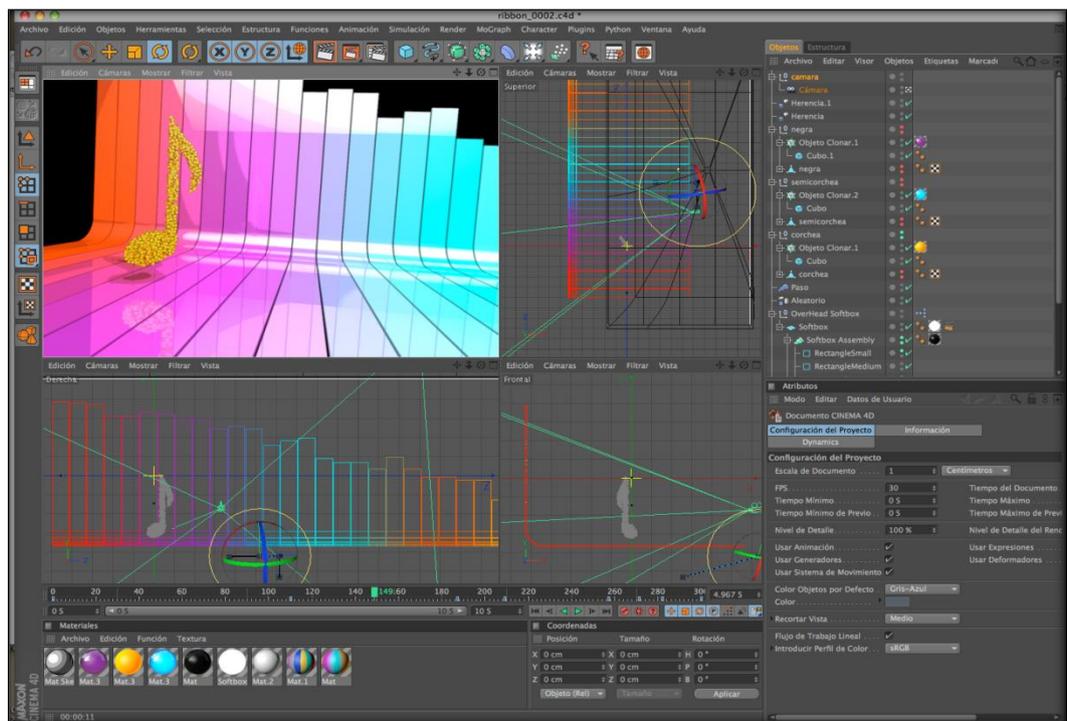


Figura 5. 41: Realización del Bumper en Cinema 4D

5.2 MARCA EN 2D

Se construye la marca en 2D, en colores monocromáticos se inicia con un boceto, el cual pasa a vectorizado en Adobe Illustrator.

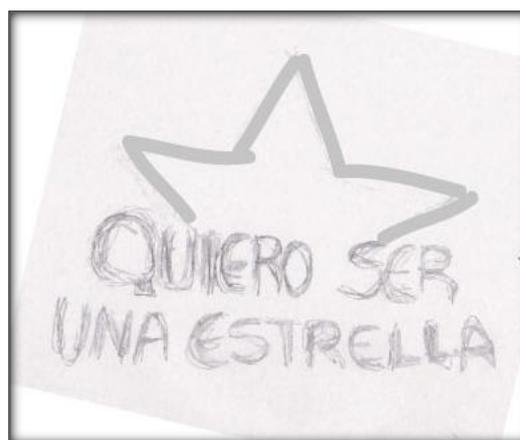


Figura 5. 42: Boceto de la marca "Quiero Ser Una Estrella"



Figura 5. 43: Realización de la línea gráfica en 2D

5.3 PROCESO DE UNA IMAGEN 2D A 3D

Realizado el vector damos clic en la opción “**GUARDAR COMO**” (SAVE AS) de la pestaña “**ARCHIVO**” (FILE), se guarda este archivo con extensión “*ai*”, que es el formato de *Illustrator*.

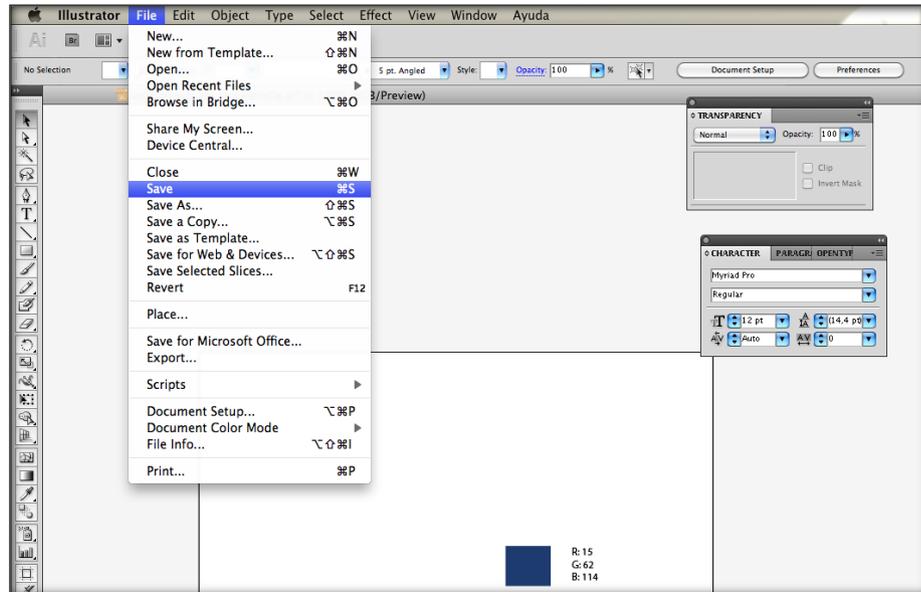


Figura 5. 44: Procedimiento para guardar un archivo en Adobe Illustrator

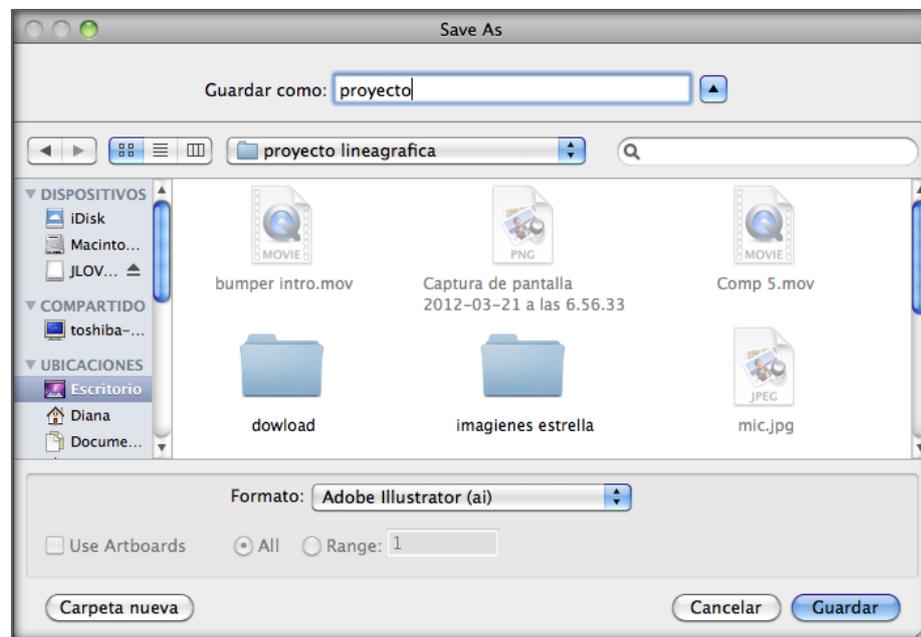


Figura 5. 45: Opciones para guardar el archivo en Adobe Illustrator

Guardamos el archivo en “**Illustrator 8**” para poder usarlo en **Cinema** porque es el único que reconocerá el programa 3D desde un vector.

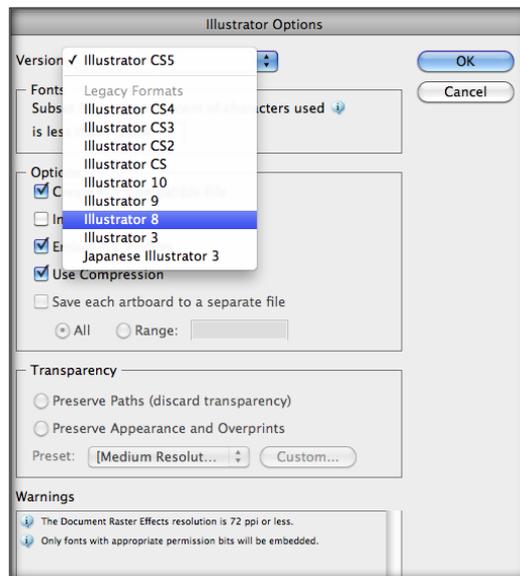


Figura 5. 46: Opción de guardar en Adobe Illustrator para importarlo a Cinema 4D

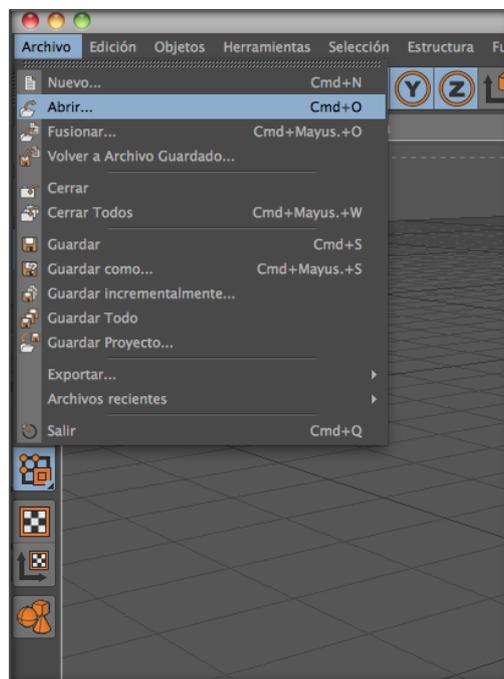


Figura 5. 47: Importación de archivos a Cinema 4D

Luego la marca aparece en sus formas básicas en Cinema para convertirla en un objeto con 3 dimensiones.

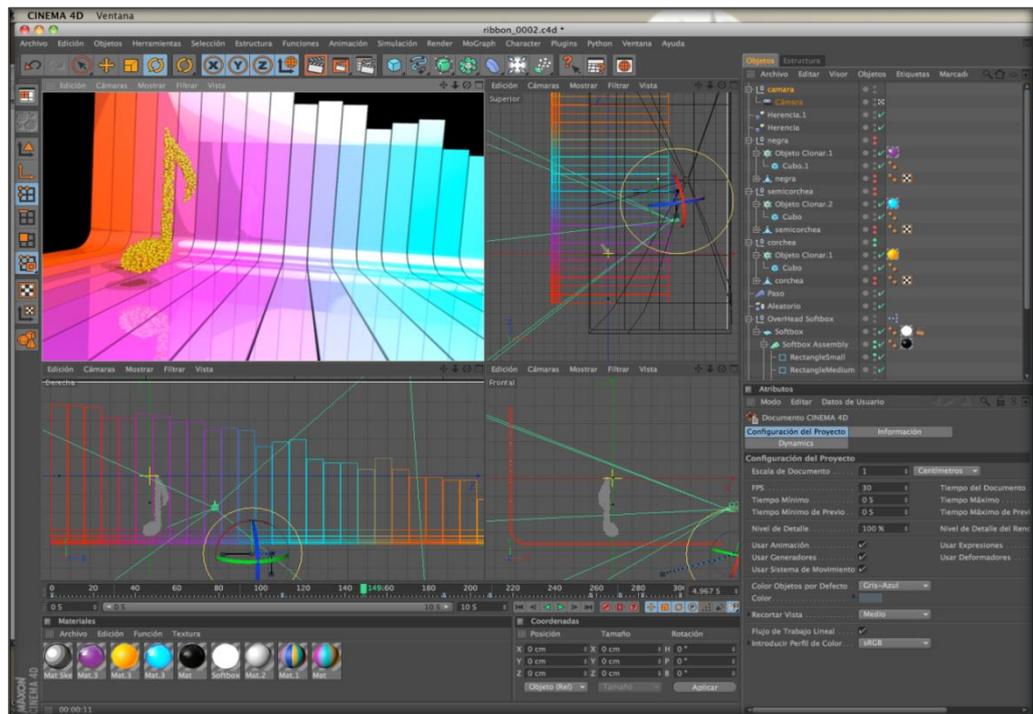


Figura 5. 48: Vector de Illustrator en Cinema 4D

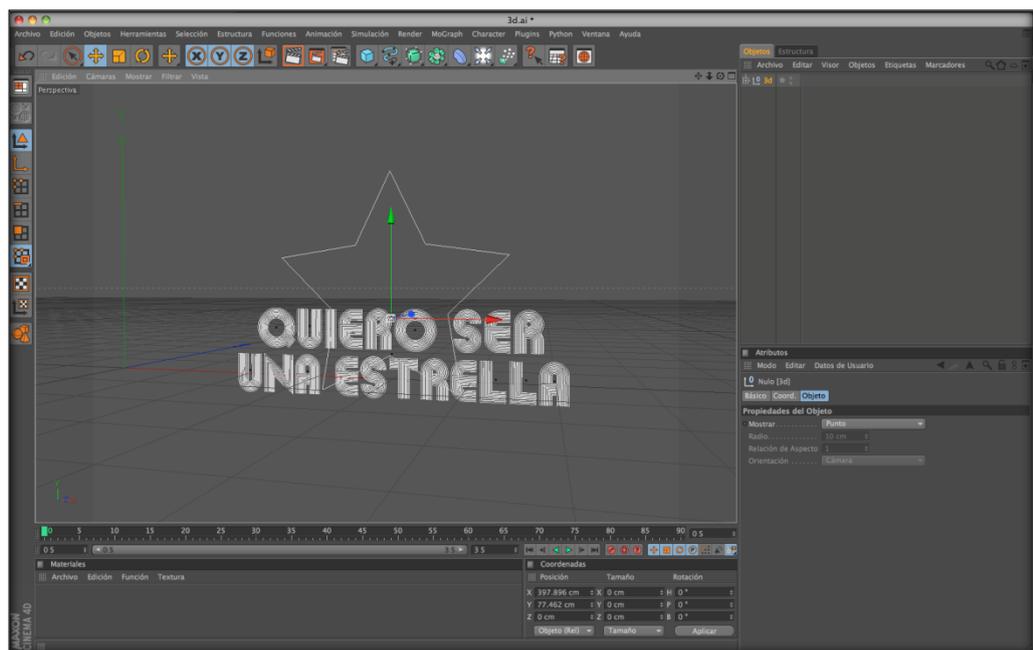


Figura 5. 49: Marca en 3D en Cinema 4D

Son los pasos a generar una imagen a partir de un proceso, esto permite que el programa realice una imagen que pueda ser exportada de mejor manera desde un programa de 3D como “**Cinema 4D**”. Se realizan estos **Renderers** en formato “**TARGA**” para que sean visualizados en transparencia e importarlos a “**Adobe After Effects**”, para ser proyectados en televisión.

Los pasos para realizar un Render comienza a partir de dar un clic sostenido en el botón de “**RENDER SETTING**”.



Figura 5. 50: Botón de Render Setting

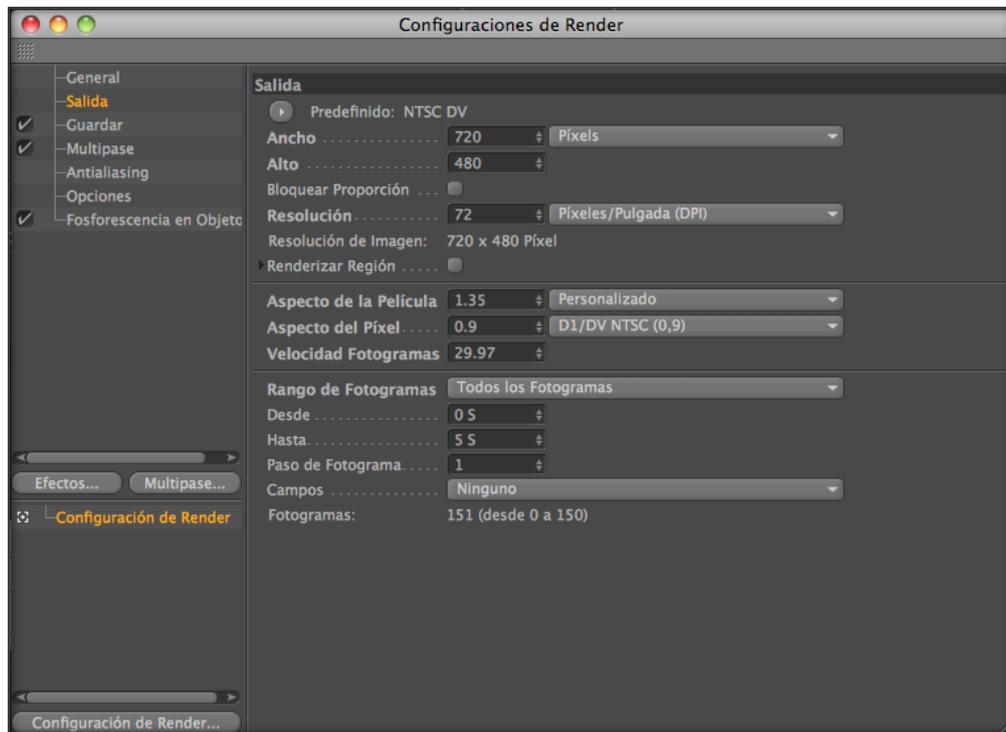


Figura 5. 51: Ventana de Render Setting

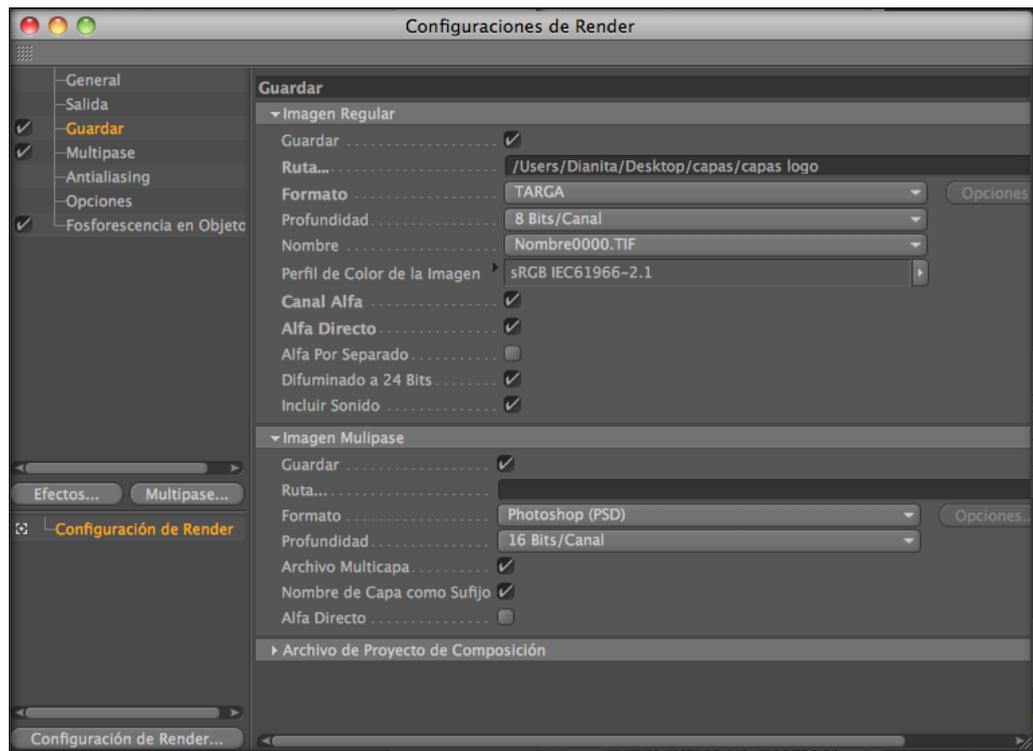


Figura 5. 52: Configuración de Render-Setting

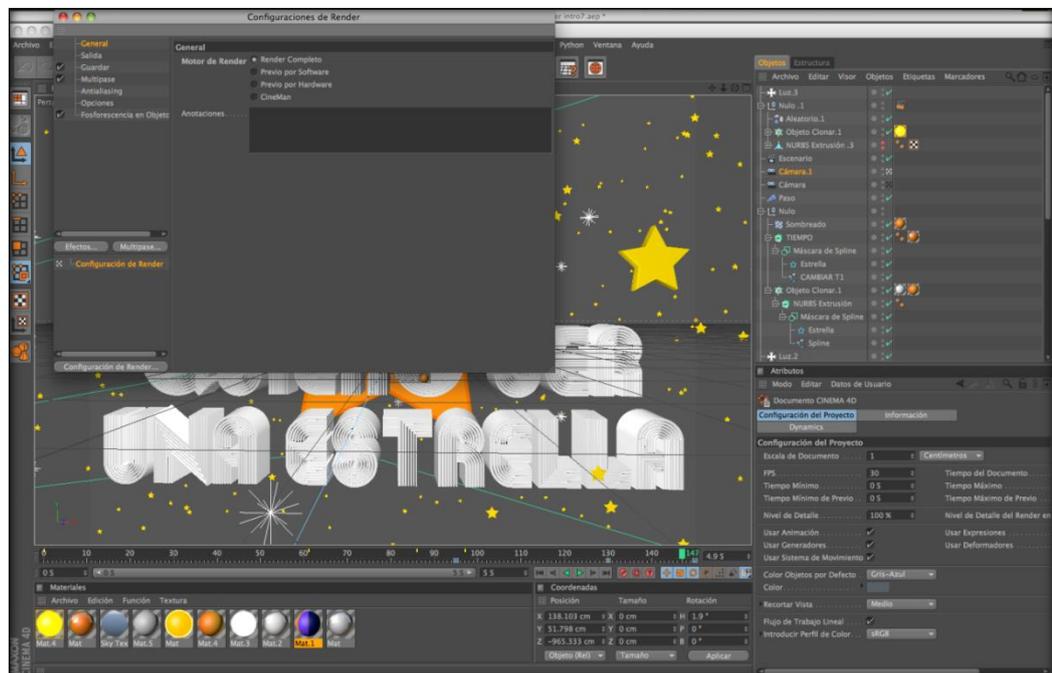


Figura 5. 53: Configuración de Render-Setting

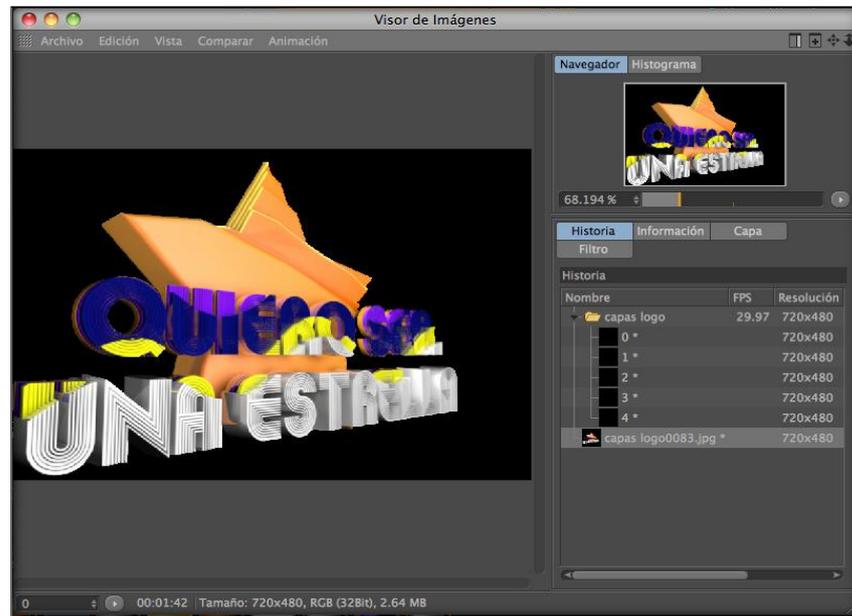


Figura 5. 54: Render Final

Este archivo de imágenes se guarda en formato “TARGA” en una carpeta, se genera un archivo con extensión. “tga”, este será importado en “Adobe After Effects” para lograr sobreimposiciones en videos.

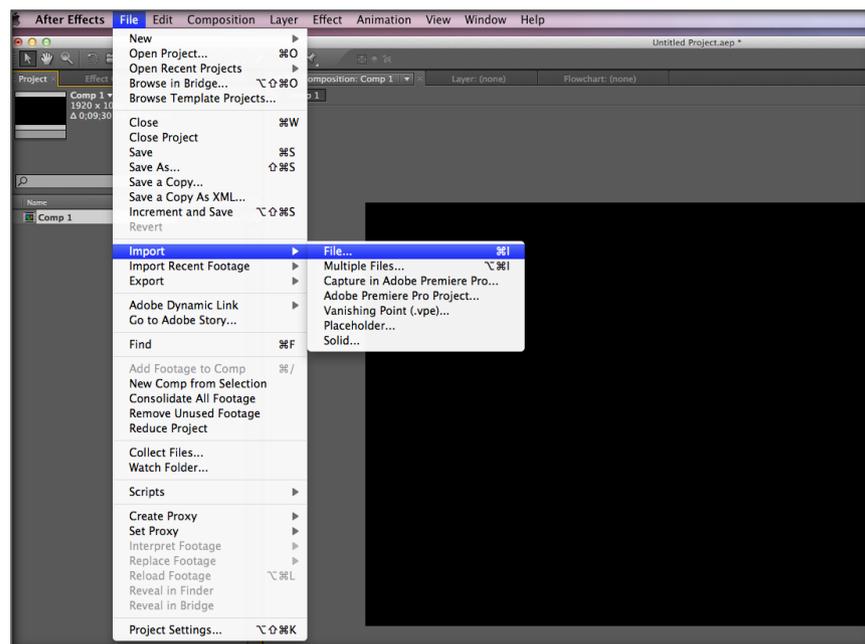


Figura 5. 55: Importación de archivos en Adobe After Effects

Damos clic en “**IMPORTAR**” y luego elegimos “**ARCHIVOS**” (IMPORT FILE), se marca obligatoriamente “**TARGA SEQUENCE**”, esto ayudará a que todas las imágenes “**TARGA**” se vuelvan una sola secuencia y no se tengan algunas imágenes en el proyecto en el que se está trabajando en Adobe After Effects.

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

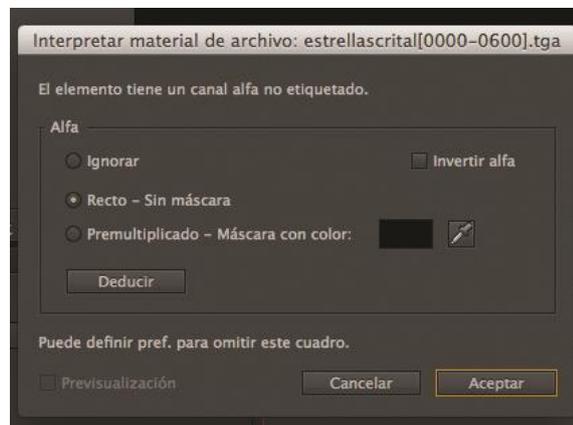


Figura 5. 56: Ventana de configuraciones “TARGA”

Para efectuar exportaciones en Adobe After Effects, damos clic “**COMPOSITION**”, se elige la opción “**MAKE MOVIE**”.

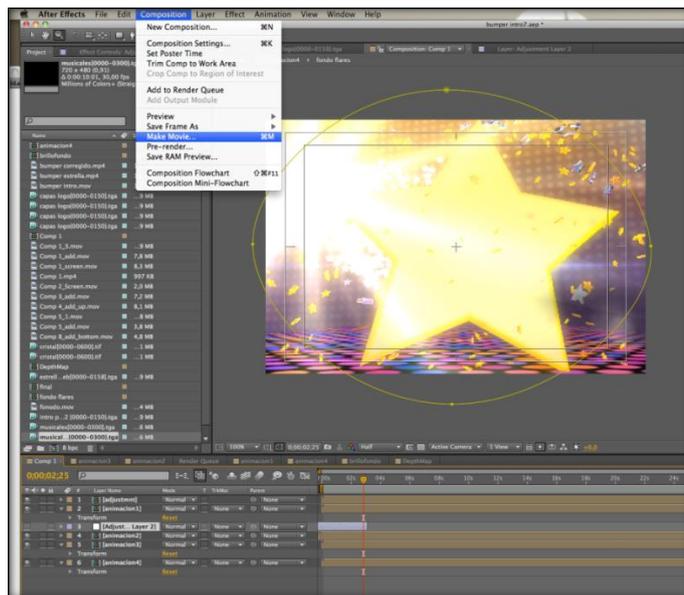


Figura 5. 57: Exporta a After Effect

Seleccionamos “**BEST SETTING**”, se encuentra la opción para realizar exportaciones.

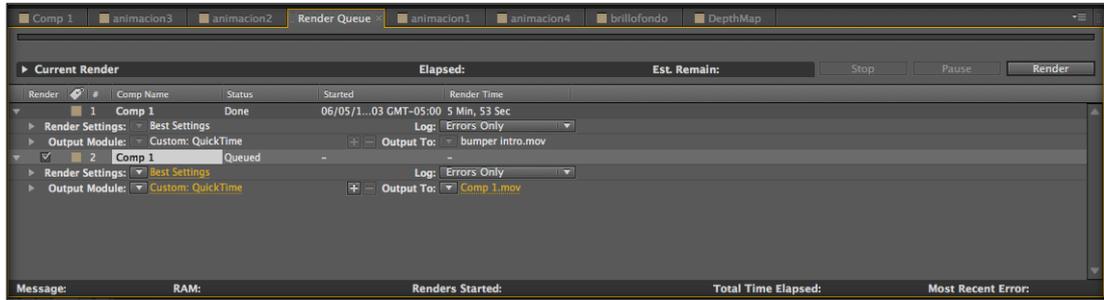


Figura 5. 58: Render Queue

Si se desea el video en buena calidad se guarda en formato *QUICKTIME*, pero los videos tendrán mayor peso. Si se requiere el video en buena calidad pero con menor peso, con el *códec de video H.264* no habrá mucha pérdida de calidad y los videos podrán ser enviados como archivos adjuntos.

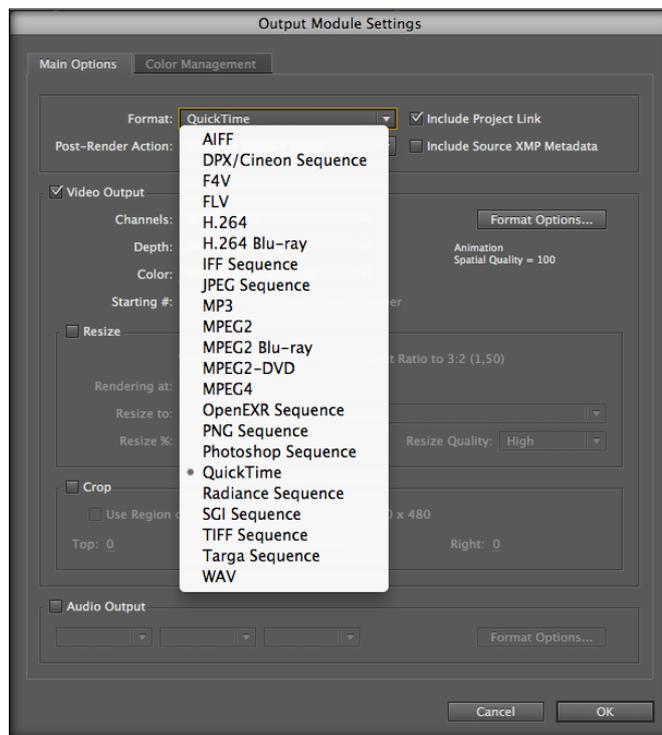


Figura 5. 59: Ventana de configuraciones para el Render

Damos clic en “**OK**”, se obtendrá un Render en el formato que designemos.



CAPÍTULO VI IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA

6 IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA

6.1 PROCESO DE ELABORACIÓN

La decoración es uno de los aspectos más importantes dentro del proceso de la línea gráfica de un programa de televisión, es por ello la importancia de esto ya que se convierte en la finalización de los procesos ejecutados de una Pre-Producción.

Su momento no solo se basa en su envoltura estética, sino la importancia de otros elementos como luces, elementos decorativos y otros componentes que le dan la majestuosidad que requieren este tipo de programas. Cada uno de los elementos está bien distribuido ya que es importante el espacio tanto para las cámaras y el desenvolvimiento de los participantes.

6.1.1 BOCETOS

Son los primeros bosquejos del objeto ideado que forma parte de la realización física del escenario.

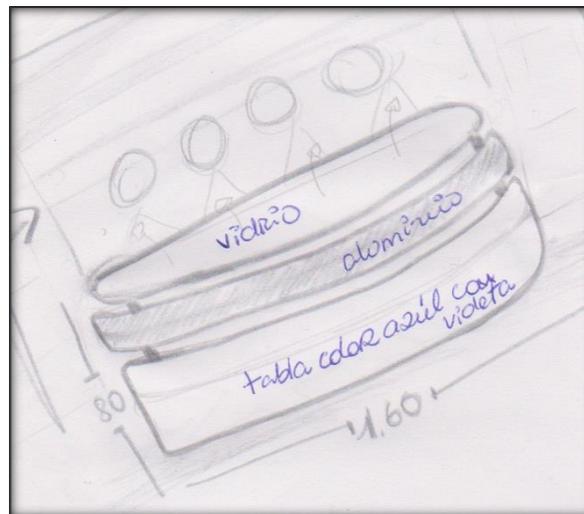


Figura 6. 60: Boceto de la mesa del Jurado



Figura 6. 61: Boceto de la Escenografía

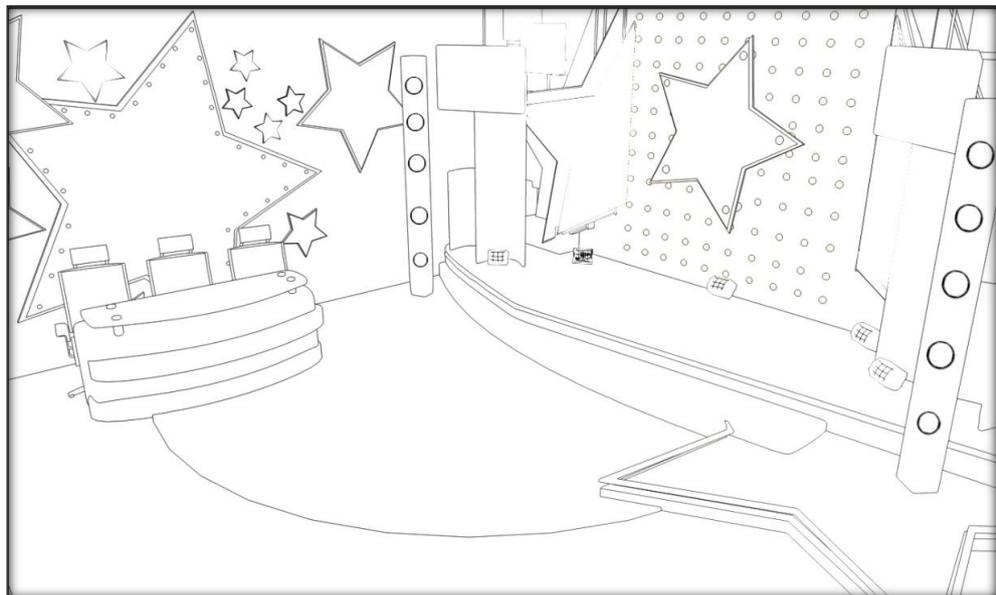


Figura 6. 62: Escenografía Vectorizada

6.1.2 LEVANTAMIENTO EN 3D

La segunda fase, es proceder a la construcción del 3D, para ver la distribución de elementos dentro de un ambiente con objetos, materiales y luces.

El Director de Arte se fundamenta de este recurso al momento de su reconstrucción física.

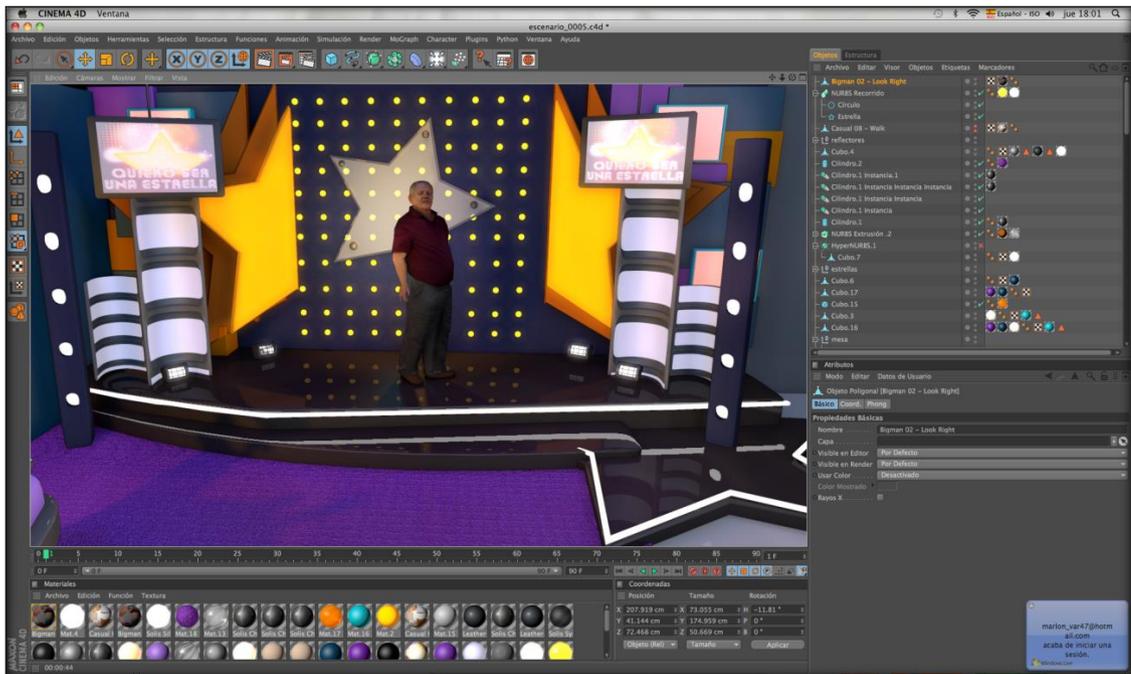


Figura 6. 63: Escenografía en Cinema 4D



Figura 6. 64: Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D

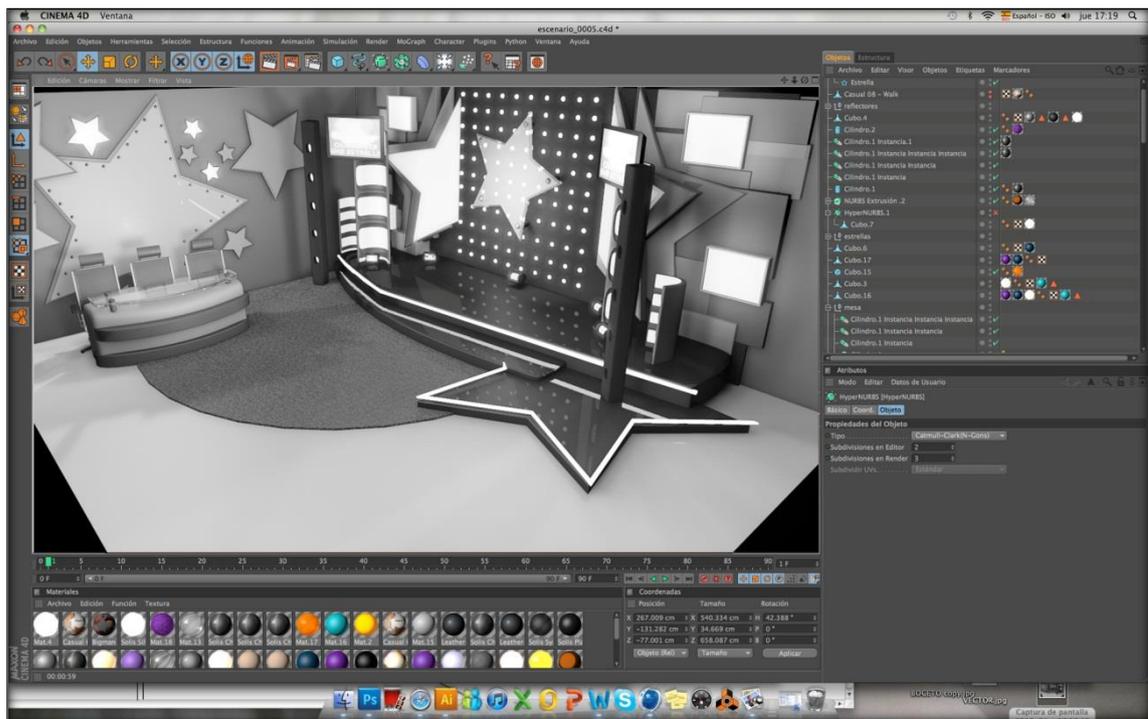


Figura 6. 65: Levantamiento de la escenografía en Cinema 4D Escala de Grises

6.2 ILUMINACIÓN

Es la acción de controlar las luces y las sombras para mostrar la forma y la textura del objetivo, sugerir un ambiente particular, crear una atmósfera. Esto logra calidad de la imagen, contraste e intensidad de la iluminación.

La iluminación es un componente sustancial dentro de un set. La implementación de las luces tiene que ser la adecuada, sobre todo en el escenario principal ya que es parte primordial y generadora de sensaciones y espectacularidad que se caracteriza en este tipo de show. Una mala iluminación puede generar distracciones.

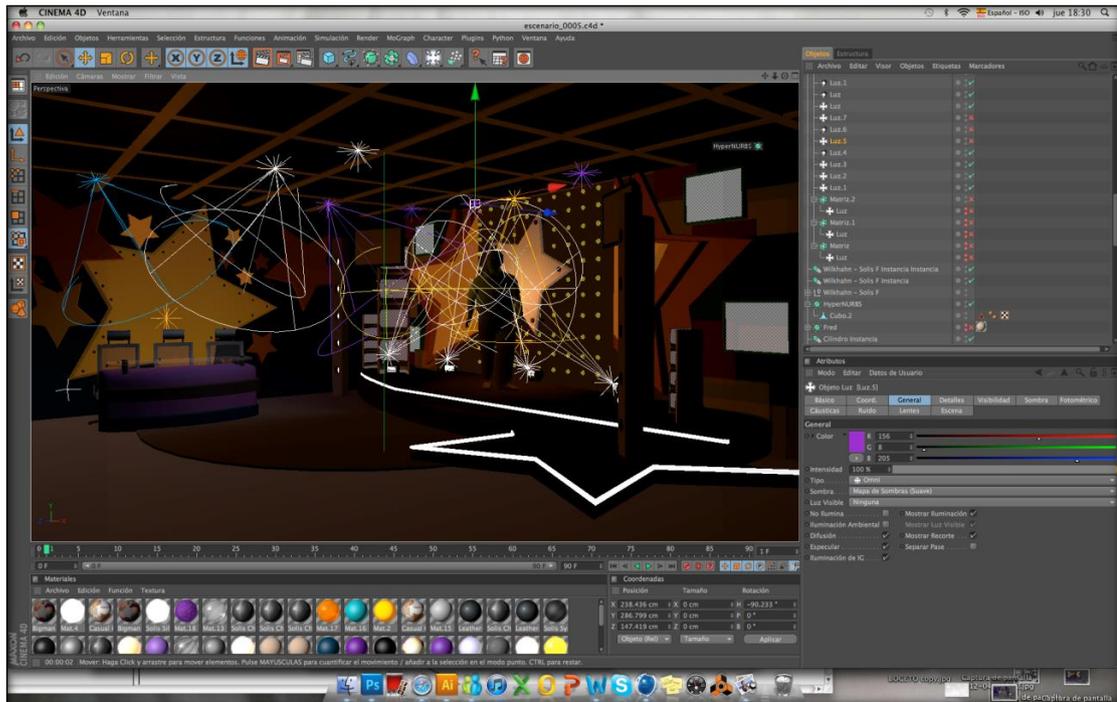


Figura 6. 66: Iluminación de la escenografía en Cinema 4D

La mayoría de los diseños de iluminación de estudio, contienen las líneas horizontales y verticales de la parrilla que se señalan arriba. Esto puede indicar metros, yardas o pies o la posición de los entrecruzados tubos de la parrilla cerca del techo donde se pueden montar las luces.

6.2.1 ILUMINACIÓN DE LOS ESPACIOS

- El contraste en la iluminación debe ser el adecuado a los efectos que se pretendan conseguir.
- La iluminación muchas veces hace que el espectador trascienda sobre el objeto.
- Es importante escoger el tipo de iluminación ya que el objetivo principal es ambientar el set provocando realismo y espectacularidad.
- La iluminación ayuda a crear una ilusión tridimensional acrecentando las impresiones de distancia, solidez y forma.
- Puede crear un efecto ambiental; realza aspectos importantes de la escenografía.

6.2.2 ILUMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS

Los ángulos exactos dependen del objetivo y de las formas que se deseen destacar. La mayoría de los objetivos requieren tres direcciones básicas de fuentes de luz, iluminación desde tres puntos o con tres luces.

6.2.3 KEY LIGHT (Luz llave o principal):

- Crea las sombras principales, resalta la forma y la textura de la superficie.
- Se debe emplear una sola luz llave para cada posición del sujeto.
- Colocar la luz llave o principal más o menos 10-30° de la dirección a la base que apunta la nariz.

6.2.4 FILL LIGHT (Luz de relleno):

- Iluminación suave y difusa no produce sombras, reduce el contraste y trabaja sobre estas disminuyendo su dureza.
- Se coloca generalmente a 45° con relación al eje óptico del objetivo de la cámara y en el lado opuesto de la luz llave o principal.

6.2.5 BACK LIGHT (Contraluz):

- Luz que se proyecta detrás del sujeto y lo separa del fondo.
- Crea contornos, ilumina y enfatiza su perfil.
- La altura del contraluz está determinada a 45° detrás del sujeto.



Figura 6. 67: Iluminación del objetivo

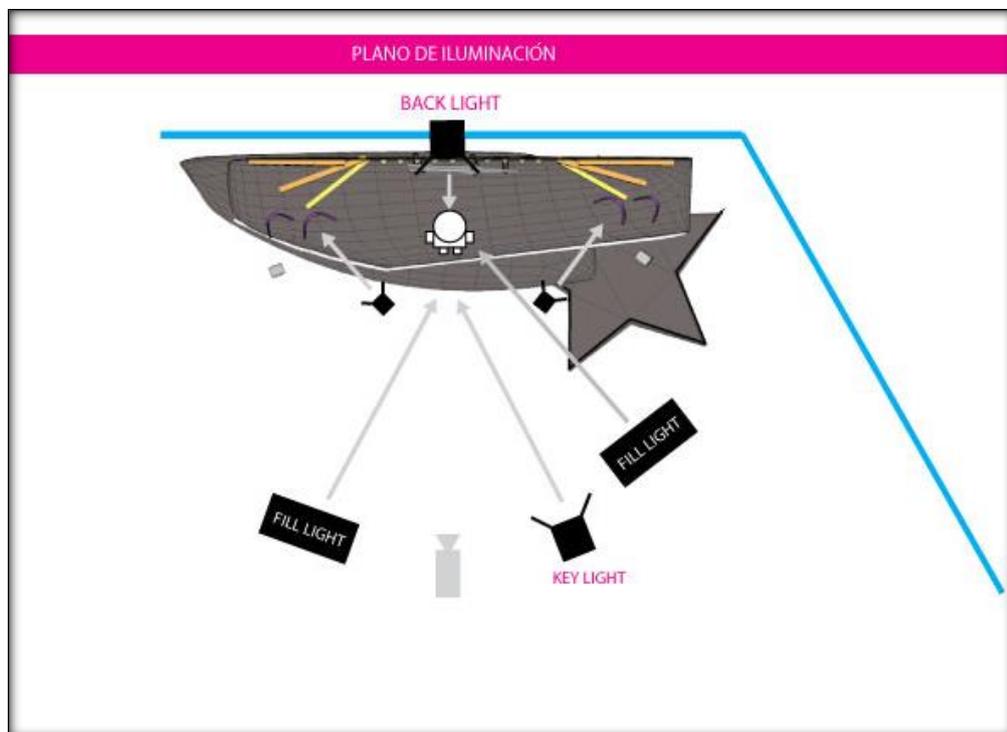


Figura 6. 68: Plano de luces del objetivo

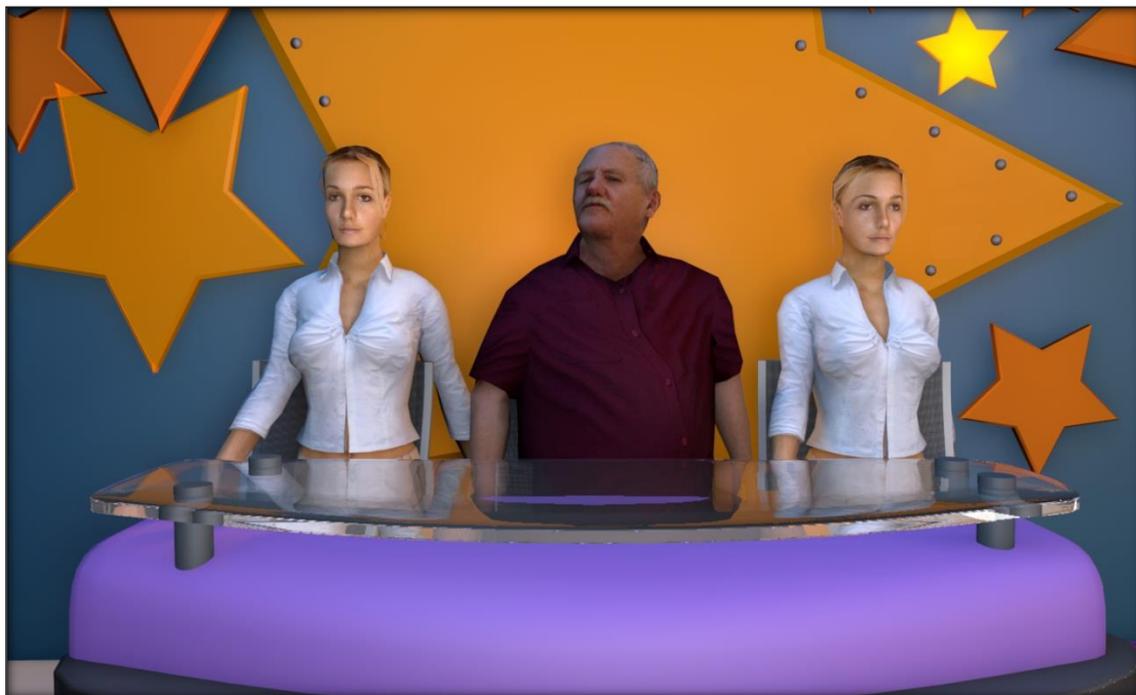


Figura 6. 69: Plano de luces del objetivo

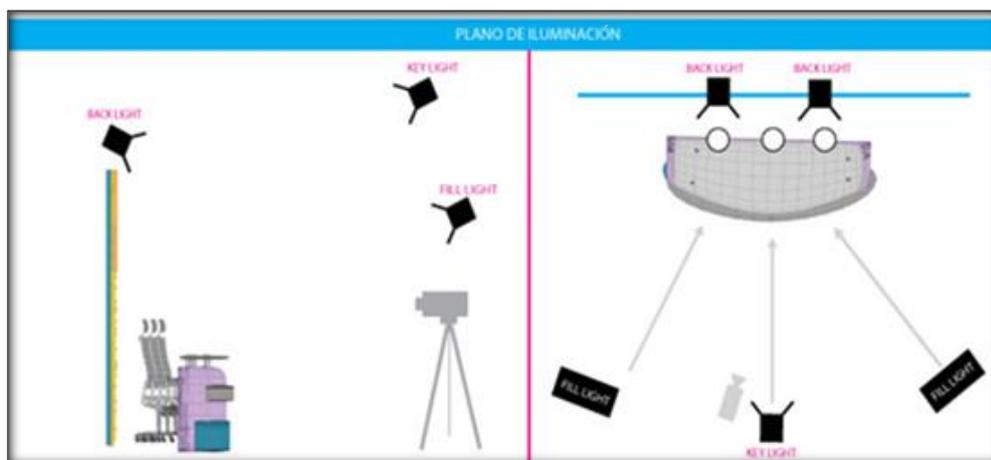


Figura 6. 70: Iluminación de los objetivos

6.3 SUGERENCIAS DE CÁMARA

Este espacio nos permite realizar tiros de cámara desde tomas abiertas hasta close up; tiene dos ambientes el escenario principal y del jurado. En ciertas áreas se puede jugar con el fondo armando una composición siempre y cuando armemos un buen encuadre.

PLANOS DE CÁMARA:

Planos abiertos: Estos planos darán mayor importancia a la escenografía.

Planos medios: Captura al objetivo de la cintura a la cabeza y le da importancia a las acciones del personaje.

Planos cerrados: Darán importancia a las expresiones y sentimientos que se quieran expresar a través de la canción.

MOVIMIENTOS DE CÁMARA:

Se recomienda emplear movimientos de cámara mecánicos que darán ritmo y dinamismo al programa.

Paneo: Consiste en un movimiento de cámara sobre el eje vertical u horizontal.

Tilt (up-down): Sube y baja la cámara.



Figura 6. 71: Plano Abierto

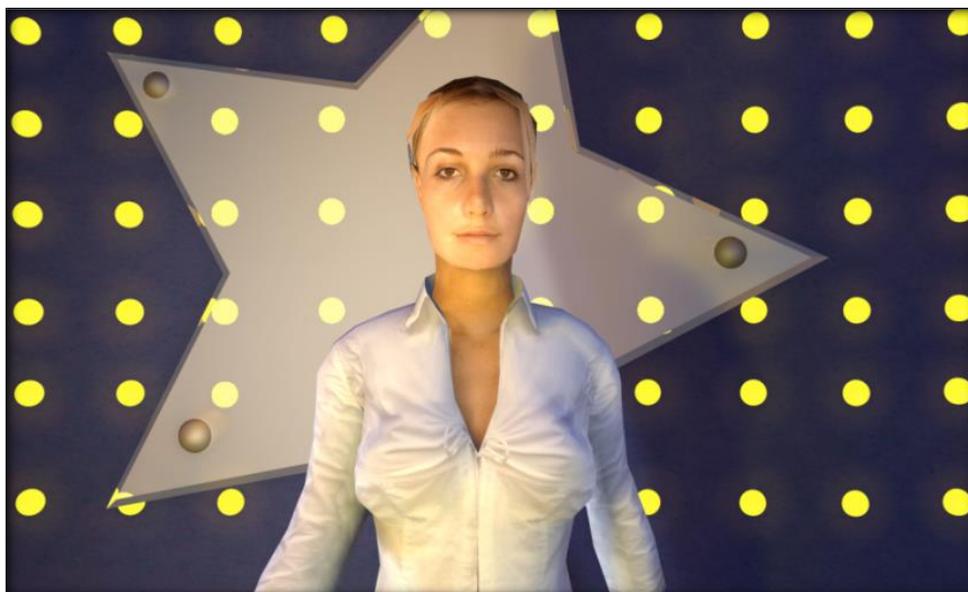


Figura 6. 72: Plano Medio

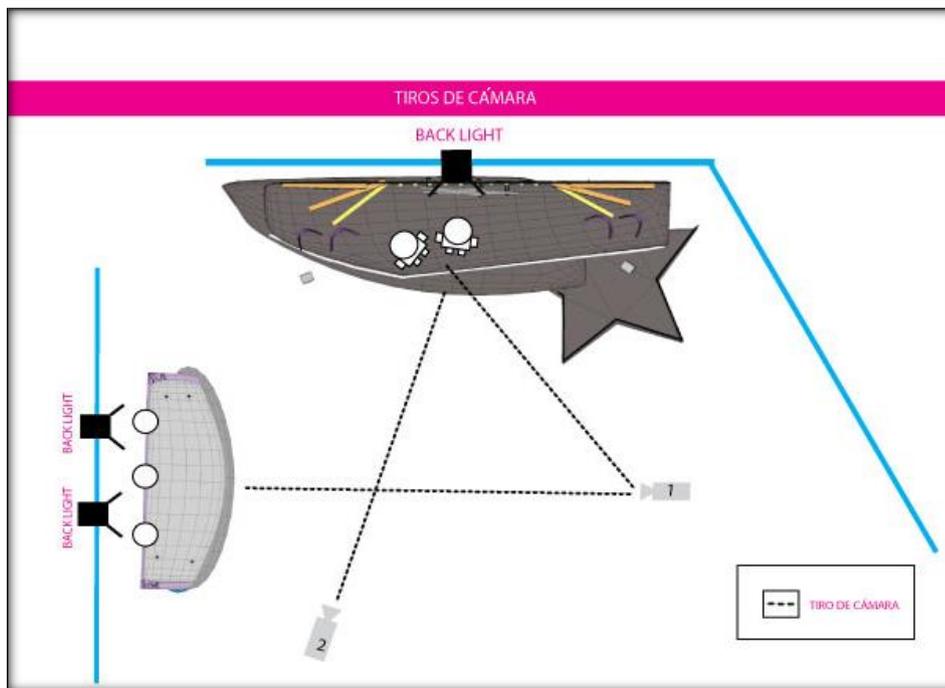


Figura 6. 73: Sugerencia de Cámara

6.4 ESPACIO Y MEDIDAS DE LA ESCENOGRAFÍA

El set para el reality “Quiero ser una Estrella”, Cuenta con una área física para el levantamiento de la escenografía de 6m de ancho, 6m de profundidad y 3m de altura.



Figura 6. 74: Medidas de la Escenografía

6.5 MATERIALES SUGERIDOS

Se tiene una idea de los materiales que se van a utilizar en el momento en que el escenario en 3D esté finalizado y aprobado; se buscan materiales de acuerdo a su duración, precio y versatilidad para que el programa se vea atractivo, y funcione visualmente.

MATERIALES PRINCIPALES	
MDF	Es un tablero hecho con fibras de madera obtenidas de troncos de pino radiata.
VIDRIO	Es un material inorgánico duro, frágil, transparente y amorfo que se encuentra en la naturaleza.
ACRÍLICO	El material sólido, conocido como Polimetilmetacrilato.
LONA	Es un tejido muy pesado que se utiliza para la fabricación de velas, tiendas, marquesinas, mochilas, y otras funciones.
PLYWOOD	Es tablero elaborado con finas chapas de madera pegadas con las fibras transversalmente una sobre la otra con resinas sintéticas mediante fuerte presión y calor.

Tabla 6.1: Materiales Principales

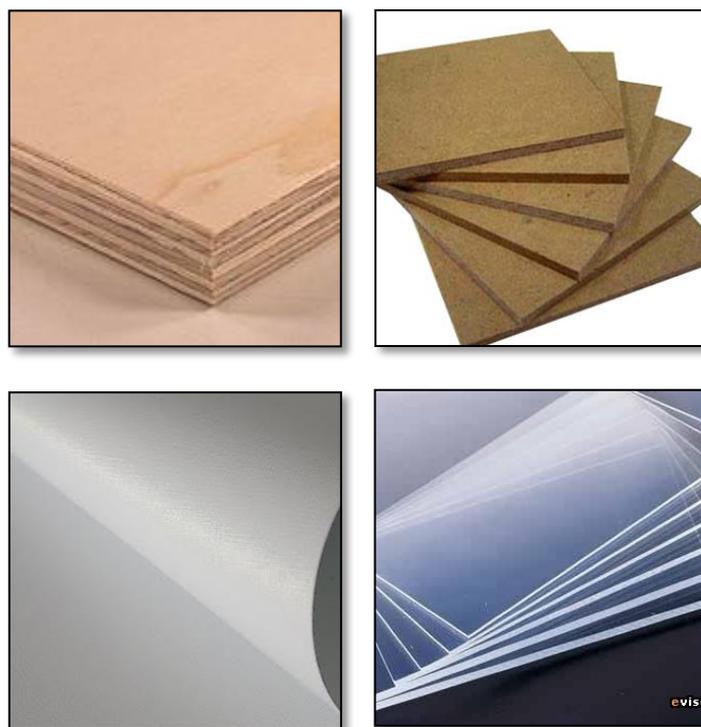


Figura 6. 75: Plywood, MDF, Lona translúcida, Acrílico

6.6 MANO DE OBRA

Son las personas encargadas del levantamiento físico de la obra, se basarán en las especificaciones establecidas en los planos y con la supervisión del Director de Arte.

EQUIPO DE TRABAJO	
Cargo	Función
Arquitecto	Plasma en adecuados espacios arquitectónicos y formas habitables y construibles
Ebanista	Construye el set y muebles
Maestro de materiales traslúcidos	Colocación de los acrílicos
Maestro en Vidrio y Aluminio	Colocación Vidrio y Aluminio, Se usa en la construcción de cualquier tipo de objetos
Técnico de iluminación	Instala las luces según las indicaciones del Director de Fotografía e Iluminador
Electricista	Coloca las instalaciones eléctricas
Pintor	Pinta las instalaciones del set

Tabla 6.2: Equipo de Trabajo



**CAPÍTULO VII
PRESUPUESTO,
CRONOGRAMA Y
ORGANIGRAMA**

7 PRESUPUESTO, CRONOGRAMA Y ORGANIGRAMA

7.1 PRESUPUESTO

Son los costos previstos de los ingresos y gastos de un movimiento económico durante una etapa. Su finalidad es tener presupuestado para determinar el tiempo y duración de un proyecto.

7.1.1 COSTOS SOBRE LA LÍNEA

Son gastos externos que intervendrán en la producción del programa en estos incluirán los sueldos del personal especializado que se va a contratar (Director, Productor, Guionista, Actores, etc.)

Estos precios se calculan sobre una base semanal, mensual o por el tiempo en que dure el programa de televisión.

7.1.2 COSTOS BAJO LA LÍNEA

Son precios pequeños que incluyen toda la parte operativa como recursos técnicos y personal operativo con los que cuenta un canal.

7.1.3 PRESUPUESTO POR ETAPAS

El presupuesto es dividido en 3 ciclos: Pre-Producción, Producción y Post-Producción.

PRESUPUESTO GENERAL (COSTOS SOBRE LA LÍNEA)									
CATEGORÍA	TARIFA	UNIDADES	PRE-PRODUCCIÓN		PRODUCCIÓN		POST-PRODUCCIÓN		TOTAL
			UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	UNIDAD	TOTAL	
BOCETO									
ILUSTRADOR	\$ 10	ILUSTRACIÓN	10	\$ 100	10	\$ 100	0	0	\$ 200,00
DISEÑADOR GRÁFICO	\$ 400	PAQ. GRÁFICO	1	\$ 400	0	0	0	0	\$ 400,00
MARCA									
POST PRODUCTOR	\$ 500	PAQ. GRÁFICO	0	0	0,25	\$ 125	0,75	\$ 375	\$ 500,00
ANIMADOR 2D - 3D	\$ 450	PAQ. GRÁFICO	0	0	0,5	\$ 225	0,5	\$ 225	\$ 450,00
MODELADOR	\$ 250	PAQ. GRÁFICO	0,5	\$ 125	0,5	\$ 125	0	0	\$ 250,00
DIRECCIÓN ESCENOGRÁFICA									
DIRECTOR DE ARTE	\$ 1.400	MENSUAL	0,25	\$ 350	1,5	\$ 2.100	0	0	\$ 2.450,00
DIRECTOR DE ESCENOGRAFÍA	\$ 1.000	MENSUAL	0	0	1	\$ 1.000	0	0	\$ 1.000,00
DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA	\$ 900	MENSUAL	0	0	0,5	\$ 450	0	0	\$ 450,00
TÉCNICO DE ILUMINACIÓN	\$ 300	OBRA	0	0	1	\$ 300	0	0	\$ 300,00
DIRECTOR TÉCNICO	\$ 320	MENSUAL	0	0	1,25	\$ 400	0	0	\$ 400,00
LEVANTAMIENTO DE OBRA									
ARQUITECTO	\$ 650	OBRA	0,25	\$ 163	0,75	\$ 488	0	0	\$ 650,00
EBANISTA	\$ 900	OBRA	1	\$ 900	0	0	0	0	\$ 900,00
PINTOR	\$ 450	OBRA	1	\$ 450	0	0	0	0	\$ 450,00
FLETE	\$ 200	OBRA	0	\$ 0	1	200	0	0	\$ 200,00
MATERIALES									
LUCES GENERALES	\$ 4,50	UNIDAD		0	120	\$ 540	0	0	\$ 540,00
SILLA	\$ 68	UNIDAD	0	0	3	\$ 204	0	0	\$ 204,00
TELEVISOR PLASMA	\$ 600	UNIDAD	0	0	2	\$ 1.200	0	0	\$ 1.200,00
VIDRIO	\$ 200	UNIDAD	0	0	1	\$ 200	0	0	\$ 200,00
FÓRMICA ALUMINIADA	\$ 92,50	UNIDAD	0	0	1	\$ 93	0	0	\$ 92,50
ACRÍLICO	\$ 170,05	PLANCHA	0	0	2	\$ 340	0	0	\$ 340,10
PLYWOOD	\$ 44,00	PLANCHA	0	0	6	\$ 264	0	0	\$ 264,00
MDF CRUDO 15 MM	\$ 40,00	PLANCHA	0	\$ 0,00	2	\$ 80	0	0	\$ 80,00
MDF CRUDO 12 MM	\$ 36,00	PLANCHA	0	\$ 0,00	4	\$ 144	0	0	\$ 144,00
LONA TRANSLÚCIDA	\$ 6,22	METROS	0	\$ 0,00	5	\$ 31,10	0	0	\$ 31,10
MANGUERAS LED	\$ 31,00	METROS	0	\$ 0,00	5	155	0	0	\$ 155,00
PINTURAS ESPELGLOSS	\$ 38,48	GALONES	0	\$ 0,00	2	76,96	0	0	\$ 76,96
PINTURA ESMALTE MATE	\$ 11,69	GALONES	0	\$ 0,00	3	35,07	0	0	\$ 35,07
REFLECTORES	\$ 5,50	UNIDAD	0	\$ 0,00	5	27,5	0	0	\$ 27,50
BOQUILLAS LED	\$ 0,50	UNIDAD	0	\$ 0,00	120	\$ 60,00	0	0	\$ 60,00
TORNILLOS	\$ 1,05	UNIDAD	0	\$ 0,00	50	\$ 52,50	0	0	\$ 52,50
ALFOMBRA	\$ 19,00	METROS	0	\$ 0,00	3	\$ 57,00	0	0	\$ 57,00
PAQUETE GRÁFICO									
POST-PRODUCTOR/EDITOR	\$ 450	MENSUAL	0	0	0	0	1	\$ 450	\$ 450,00
DISEÑADOR	\$ 400	PAQ. GRÁFICO	0	0	0	0	1	\$ 400	\$ 400,00
EFEITOS ESPECIALES	\$ 150	MENSUAL	0	0	0	0	1	\$ 150	\$ 150,00
SONIDISTA/MUSICALIZACIÓN	\$ 180	MENSUAL	0	0	0	0	1	\$ 180	\$ 180,00
IMPREVISTOS									
	\$ 800		0	0	0	0	0	0	\$ 800,00
GRAN TOTAL									\$ 14.139,73

Tabla 7.1: Presupuesto por Etapas

7.1.4 COSTOS DE MATERIALES PARA LA ESCENOGRAFÍA

Los precios de los materiales han sido calculados según las secciones en que se encuentra dividida la escenografía: Escenario principal y Escenario Jurado.

PRESUPUESTO DE ESCENOGRAFÍA

PERSONAL	UNIDAD	TARIFA	UNIDAD TOTAL	TOTAL
DIRECCIÓN ESCENOGRÁFICA				
DIRECTOR DE ARTE	MENSUAL	\$ 1.400	1,75	\$ 2.450
DIRECTOR DE ESCENOGRAFÍA	MENSUAL	\$ 1.000	1	\$ 1.000
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA	MENSUAL	\$ 900	0,5	\$ 450
TÉCNICO DE ILUMINACIÓN	OBRA	\$ 300	1	\$ 300
DIRECTOR TÉCNICO	MENSUAL	\$ 320	1,25	\$ 400
LEVANTAMIENTO DE OBRA				
ARQUITECTO	OBRA	\$ 650	1	\$ 650
EBANISTA	OBRA	\$ 900	1	\$ 900
PINTOR	OBRA	\$ 450	1	\$ 450
FLETE	OBRA	\$ 200	1	\$ 200
MATERIAL	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
ESCENARIO PRINCIPAL				
MDF CRUDO 15 mm	PLANCHA	\$ 38,90	2	\$ 77,80
MDF CRUDO 12 mm	PLANCHA	\$ 36,00	4	\$ 144,00
PLYWOOD	PLANCHA	\$ 44,00	6	\$ 264,00
ACRILICO	PLANCHA	\$ 170,05	2	\$ 340,10
LONA TRANSLUCIDA	METRO	\$ 6,22	5	\$ 31,10
MANGUERAS LED	METRO	\$ 31,00	5	\$ 155,00
CINTA DE TRANSITO	ROLLO	\$ 10,00	1	\$ 10,00
PINTURA ESPNGLOSS	GALON	\$ 38,48	2	\$ 76,96
PINTURA MATE ESMALTE	GALON	\$ 11,69	3	\$ 35,07
REFLECTORES	UNIDAD	\$ 5,50	5	\$ 27,50
LUCES GENERAL LIGHT 50 mm	UNIDAD	\$ 4,50	100	\$ 450,00
FOCOS LED	UNIDAD	\$ 0,05	100	\$ 5,00
TELEVISORES LCD HD	UNIDAD	\$ 1.200,00	2	\$ 2.400,00
TORNILLOS DECORATIVOS	UNIDAD	\$ 1,50	50	\$ 75,00
ESCENARIO/JURADO				
SILLAS	UNIDAD	\$ 68,00	3	\$ 204,00
VIDRIO	PLANCHA	\$ 200,00	1	\$ 200,00
FORMICA ALUMINIADA	PLANCHA	\$ 92,50	1	\$ 92,50
ALFROMBRA	METRO	\$ 19,00	3	\$ 57,00
			TOTAL	\$ 11.445

Tabla 7.2: Costos de Personal y Material

7.2 CRONOGRAMA

Las acciones a realizar como parte del proceso de Dirección de Arte son distribuidas en tres ciclos:

- **Pre-Producción:** Es la fase más importante del proceso de producción ya que se realizan las respectivas investigaciones del programa, se hacen bocetos, se estudia la viabilidad económica y logística del mismo y se elabora un presupuesto aproximado. Comprende desde que surge la idea hasta que empieza la grabación.
- **Producción:** Es la puesta en práctica de todas las ideas en la fase de pre-producción. Es la fase de rodaje o grabación. En este período, el equipo de producción se encarga de controlar el plan de grabación y que todo vaya según lo previsto. También se preparan para la última fase de post-producción.
- **Post-producción:** Consiste en la selección del material grabado. En esta fase se eligen la toma que servirán para la edición y se realizan los montajes, y la sonorización con sus respectivos efectos especiales. Además, se presenta el producto final al cliente.

CRONOGRAMA 2012 "QUIERO SER UNA ESTRELLA"													
Actividades	MARZO				ABRIL				MAYO				
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	
Preproducción													
Investigación de antecedentes/tendencias	■												
Realización de bocetos y línea gráfica		■											
Contratación de recursos humanos													
Medición de área		■											
Producción													
Realización de línea gráfica							■	■					
Realización de ambientes/set/decorados:					■	■	■						
Bocetos y planos			■			■							
Cotización de material				■									
Levantamiento de la obra													
Post-producción													
Animación									■	■			
Edición										■	■		
FX									■	■			
Música										■	■		
Supervisión del acabado final de la obra													■

Tabla 7.3: Cronograma

7.3 ORGANIGRAMA

Teniendo presente que el proyecto se basará principalmente en el área estética y creativa, la principal responsabilidad estará sobre el Director de Arte, quedando el organigrama de la siguiente forma:

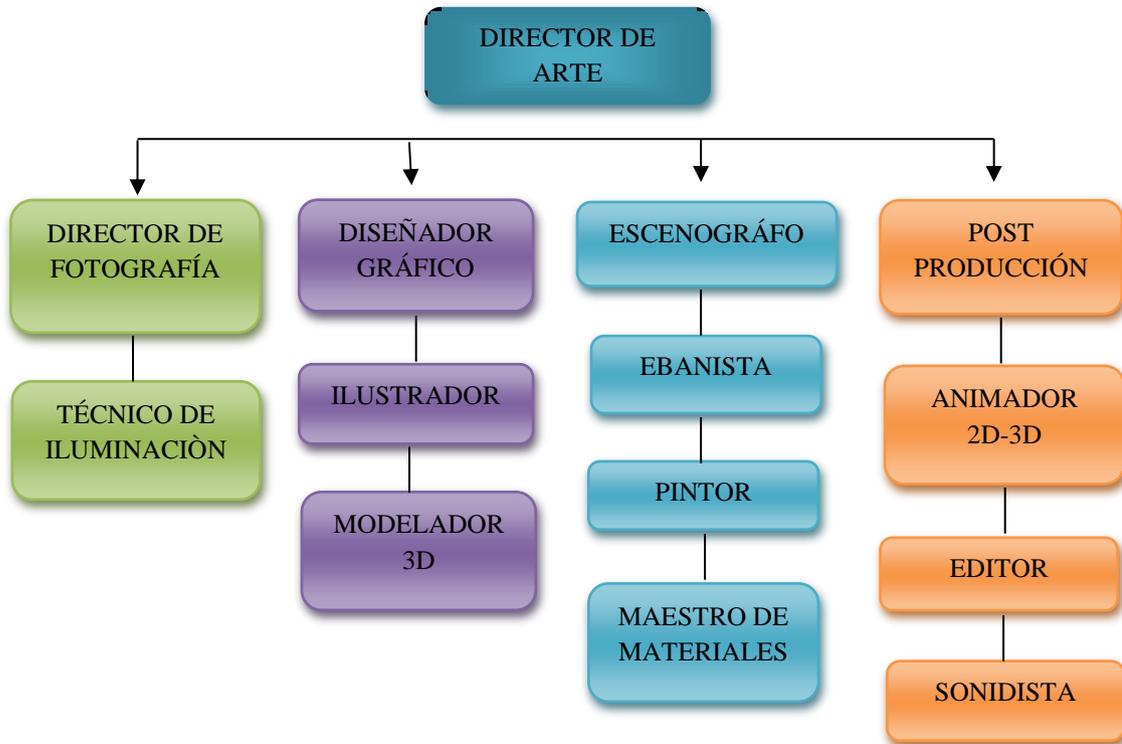


Figura 7. 76: Organigrama

7.3.1 DIRECTOR DE ARTE

Determina la atmósfera de cada pieza, controla cada uno de sus componentes: imágenes, colores, líneas, tipografía y espacio, para comunicar diferentes estados de ánimo y transmitir las cualidades del producto.

7.3.2 DISEÑADOR GRÁFICO

El diseñador gráfico es el que se encarga de la práctica de desarrollo y ejecución de mensajes visuales que contemplan aspectos informativos, estilísticos, de identidad, de persuasión, tecnológicos, productivos y de innovación.

7.3.3 ILUSTRADOR

Un ilustrador es un artista gráfico que se especializa en la mejora de la comunicación escrita por medio de representaciones visuales que corresponden al contenido del texto asociado.

Las ilustraciones pueden ser solicitadas para clarificar conceptos complicados u objetos que son difíciles de describir textualmente o también pueden ser requeridas como atractivo como es el caso de las tarjetas de felicitación, en el arte de las portadas de discos y libros, en el interior de impresos o como publicidad.

7.3.4 MODELADOR 3D

Es la persona encargada de manejar programas en 3D para crear gráficos tridimensionales.

7.3.5 DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA

Es el encargado de la creación artística de imágenes para la puesta en escena de producciones cinematográficas, televisivas y de vídeo; generalmente para la realización de películas, series televisivas así como trabajos publicitarios documentales y películas industriales.

7.3.6 TÉCNICO DE ILUMINACIÓN

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

7.3.7 ARQUITECTO

Es el profesional que interpreta las necesidades de los usuarios y las plasma en adecuados espacios arquitectónicos y formas habitables y construibles. Su formación le permite participar en todas las etapas del diseño y construcción de espacios.

El arquitecto debe ser prolijo y detallista para conocer todos los requerimientos del cliente antes de comenzar con la planificación del proyecto.

Preparan documentos técnicos a menudo, coordinados o con información provista por otros profesionales de muy variadas disciplinas como Electricistas, Mecánicos, Plomeros, Ingenieros Civiles, Topógrafos entre otros.

7.3.8 EBANISTA

Se dedica a trabajar maderas nobles o finas, es un artesano que garantiza la fabricación: elección del modelo y la madera, aserrado y soldadura, realización del embalaje, decorado y montaje.

7.3.9 MAESTRO DE MATERIALES

Es una persona que tiene conocimiento de todo tipo de materiales que existe en el mercado y nos facilita la elaboración por sus conocimientos.

7.3.10 PINTOR

Se dedica a la decoración de paredes y otras superficies interiores o exteriores mediante la aplicación de pintura. Distribuye uniformemente de pintura por las superficies a decorar utilizando herramientas tales como brochas o rodillos.

7.3.11 POST-PRODUCTOR

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

7.3.12 ANIMADOR 2D – 3D

Es un artista que crea múltiples imágenes, las cuales generan la ilusión de movimiento al ser mostradas rápidamente una tras otra. Los métodos para crear estas imágenes dependen del animador y estilo que quiera lograr pues será plano o tridimensional.

7.3.13 EDITOR

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

7.3.14 SONIDISTA

Persona que controla los sonidos de acuerdo a las necesidades de la obra, esto incluye diálogos, música y efectos sonoros. Selecciona sonidos con una función concreta para guiar la percepción de la imagen y la acción.



CAPÍTULO VIII
DERECHOS
DE AUTOR

8 DERECHOS DE AUTOR

8.1 INTRODUCCIÓN

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

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

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

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

8.2 ¿CÓMO SE PROTEGE EL DERECHO DE AUTOR?

El derecho de autor protege a la obra por el solo hecho de su creación; sin embargo, es recomendable registrar la obra en la Unidad de Registro del IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual), así el autor se beneficiará de la presunción de autoría que la ley reconoce a su favor. La protección del Sistema de Derecho de Autor se basa en la potestad de autorizar o prohibir el uso de su obra. El plazo de vigencia de la protección se da sin perjuicio de derechos morales que se protegen indefinidamente. El autor podrá autorizar o prohibir:

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

8.3 SIGNOS DISTINTIVOS

8.3.1 CONCEPTOS

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

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

8.3.2 ¿QUIÉN PUEDE REGISTRAR UNA MARCA?

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

8.3.3 BENEFICIOS Y DERECHOS QUE CONFIERE EL REGISTRO DE UNA MARCA

Derecho al uso exclusivo, solo el titular puede hacer uso del signo.

- Protección en toda la República Ecuatoriana y derecho de prioridad en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), dentro de los primeros seis meses de presentada la solicitud en el Ecuador.
- Derecho de presentar acciones legales civiles, penales y administrativas en contra de infractores.
- Desalienta el uso de la marca por los piratas.
- Protege la prioridad del registro de estas marcas en otras naciones.
- Permite restringir la importación de bienes que utilizan marcas que infringen derechos.
- Derecho de otorgar Licencias a terceros y de cobrar regalías.
- Derecho de franquiciar el producto o servicio.
- Ceder los derechos sobre la marca a terceros.
- Posibilidad de garantizar un crédito con la marca.
- Al registrar la marca, esta se convierte en un activo intangible, el cual en muchas ocasiones llega a convertirse en el activo más valioso de la empresa.

8.3.4 CONSEJOS PARA REGISTRAR UNA MARCA

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

8.3.5 PROCEDIMIENTO DE REGISTRO

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

8.3.6 TASAS POR REGISTRO DE MARCA

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

8.4 DERECHOS DE AUTOR DE LAS OBRAS AUDIOVISUALES

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

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

Art. 34. Sin perjuicio de los derechos de autor de las obras preexistentes que hayan podido ser adaptadas o reproducidas, la obra audiovisual se protege como obra original. Los autores de obras preexistentes podrán explotar su contribución en un género diferente, pero la explotación de la obra en común, así como de las obras especialmente creadas para la obra audiovisual, corresponderá en exclusiva al titular, conforme al artículo siguiente.

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

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



**CAPÍTULO IX
CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES**

9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de cumplir los objetivos específicos desde la investigación hasta la aplicación de la nueva gráfica, se llegó a las siguientes conclusiones y recomendaciones.

9.1 CONCLUSIONES

- A través de nuestro proyecto hemos concluido que debemos dar un buen aspecto visual, es decir debemos renovar sus elementos visuales rediseñando su línea gráfica y su dirección de arte (escenografía) ya que es un factor importante para la aceptación del mismo, tomando en cuenta que un programa de TV se basa en el contenido y en su apariencia.
- La escenografía y ambientación se rige bajo un concepto el cual también lo hace funcional y es el punto principal en el que nos vamos a enfocar y debemos tomar en cuenta que es lo que el público está observando tras la pantalla (imágenes y sonido) esto es una manera de llamar su atención y que se sientan conectados al programa.
- Este proyecto durará tres meses, se realizará la producción y pos-producción del mismo.
- El valor total para este nuevo cambio será de \$14.139,73.
- Con el mejoramiento de su aspecto visual tanto en la línea gráfica como en la escenografía le darán una mayor aceptación por parte del público.
- La implementación de los segmentos lograrán darle más dinamismo durante la transmisión del programa.

9.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda usar una buena comunicación visual, tratar de persuadir al televidente con un contenido audiovisual que les permita abarcar todos los gustos e intereses así generar opiniones hacia lo que está viendo, ya sea usando elemento visuales como líneas, formas, colores, una buena dirección de arte así como también elementos sonoros como la musicalización, efectos, silencio y voz.
- Implementación de nueva escenografía es esencial.
- Se sugiere incluir nuevos espacios y más segmentos en el programa; por ejemplo conocer más de la vida de cada uno de los participantes; esto hace que tenga más contenido el programa y no se cierre solo en el canto.
- Mejor manejo de elementos gráficos del programa.



ANEXOS

ANEXO A: ENTREVISTA AL PRODUCTOR DEL PROGRAMA “QUIERO SER UNA ESTRELLA”

1. **¿Nombre del productor “Quiero ser una Estrella”?**
Lcda. Xiomara Villón.
2. **¿En qué año empezó la planificación del programa?**
Finales del 2010 y empezando el 2012.
3. **¿Por qué “Quiero ser una Estrella” dejó de salir al aire?**
Porque terminó el ciclo del programa.
4. **¿Cuántas temporadas tuvo el programa?**
Una sola temporada por el momento.
5. **¿Cree usted que habrá una nueva temporada?**
No se sabe aún.
6. **¿Cuánto rating tuvo el programa?**
No tenemos el aparato que mide el rating, pero por medio de encuestas ha reflejado que ellos tienen una buena aceptación en toda la Península Santa Elena y sus alrededores y por la afluencia de participantes en el reality.
7. **¿Cuánta acogida tuvo el programa?**
Un 40% de acogida aproximadamente.
8. **¿Cuánto se invirtió en el programa?**
Solo en premio fue \$4.000 y \$10.000 dólares gastos generales.
9. **¿Considera Ud. que el programa “Quiero ser una Estrella” ganaría mayor aceptación con un cambio de imagen?**
No, en el caso de que se haga una nueva temporada obviamente cambiaría todo con lo que respecta al ambiente gráfico.
10. **¿Ud. Cree que haciéndole un cambio de imagen consideraría realizarlo, si fuese gratis?**
Claro que sí, ya que le gustaría ver otro tipo de propuesta y ver como lo tomaría la gente que vería una nueva temporada.

ANEXO B: MEDIDAS Y TIPO MATERIALES

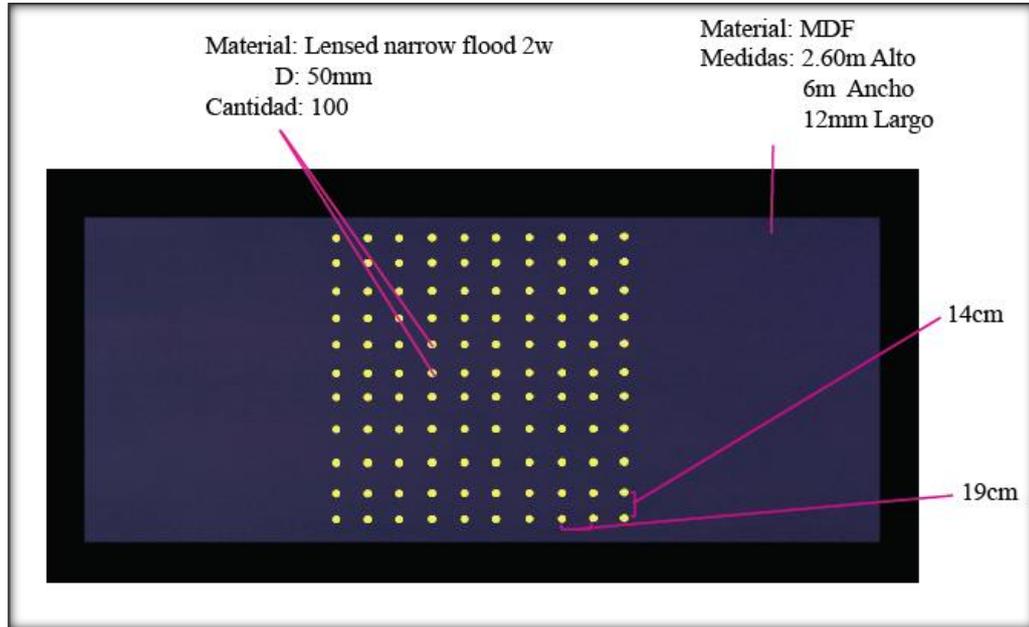


Figura 10. 77: Medidas de la base de la escenografía A

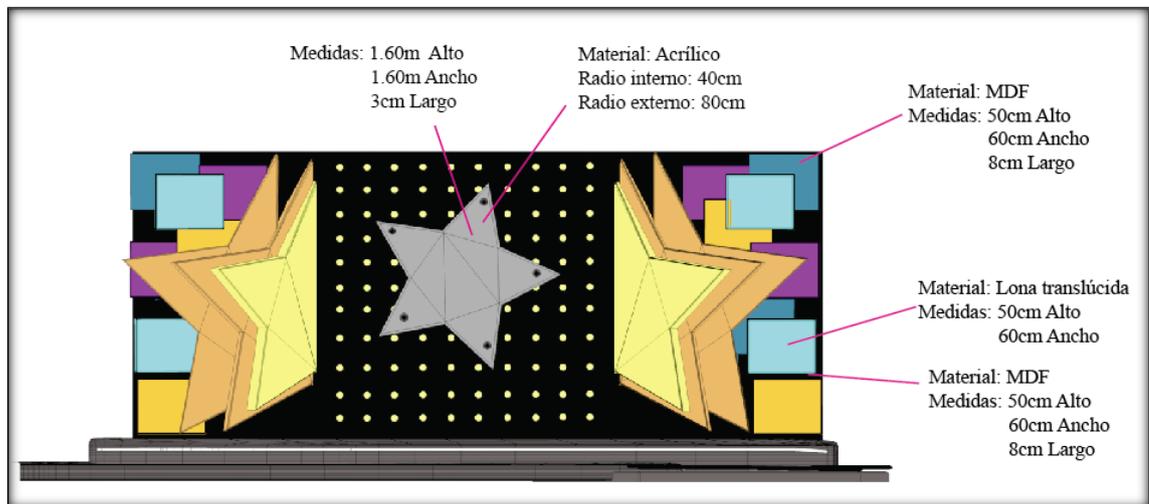


Figura 10. 78: Medidas y tipos de Materiales (vista frontal)

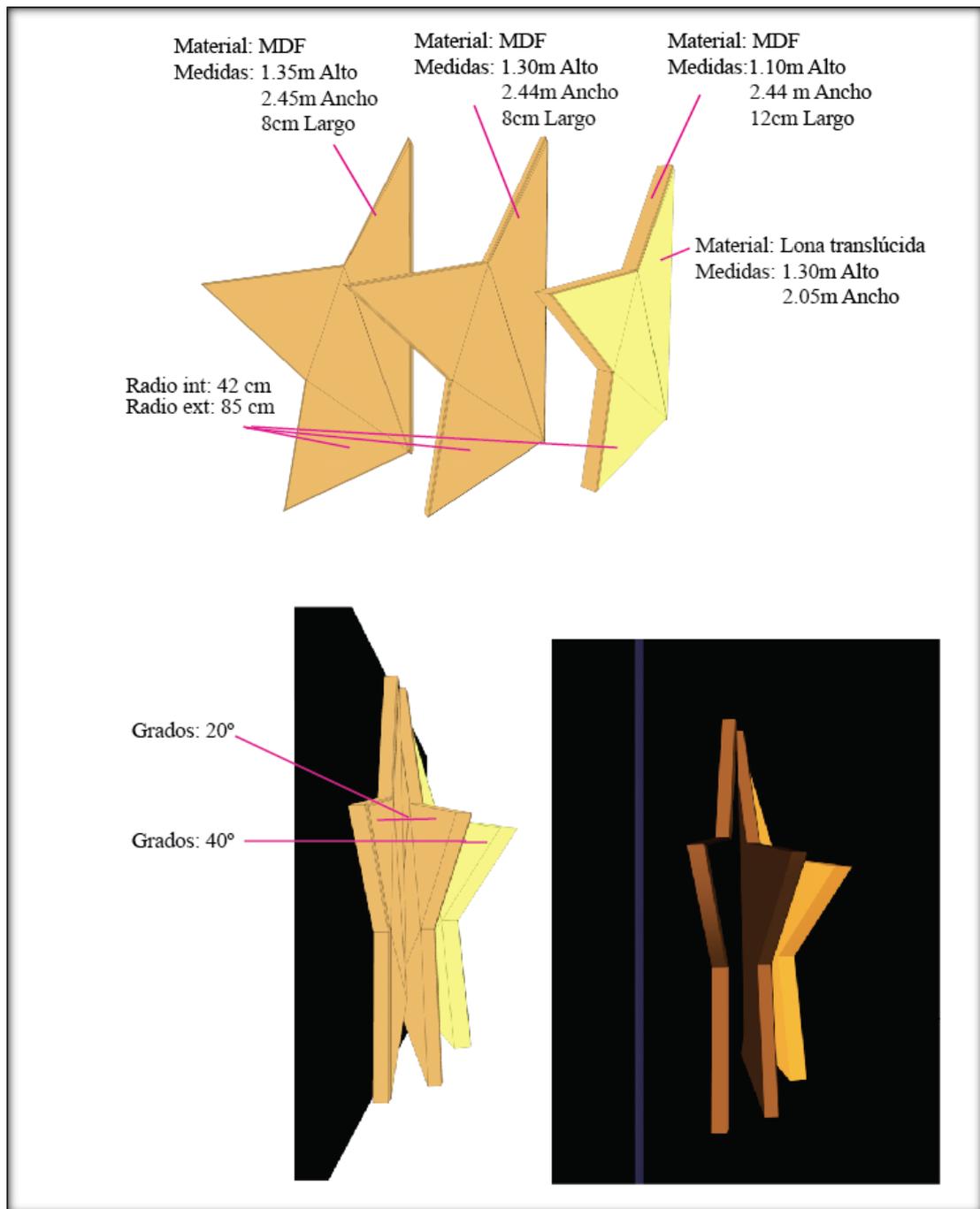


Figura 10. 79: Medidas y tipos de materiales (Estrella Principal)

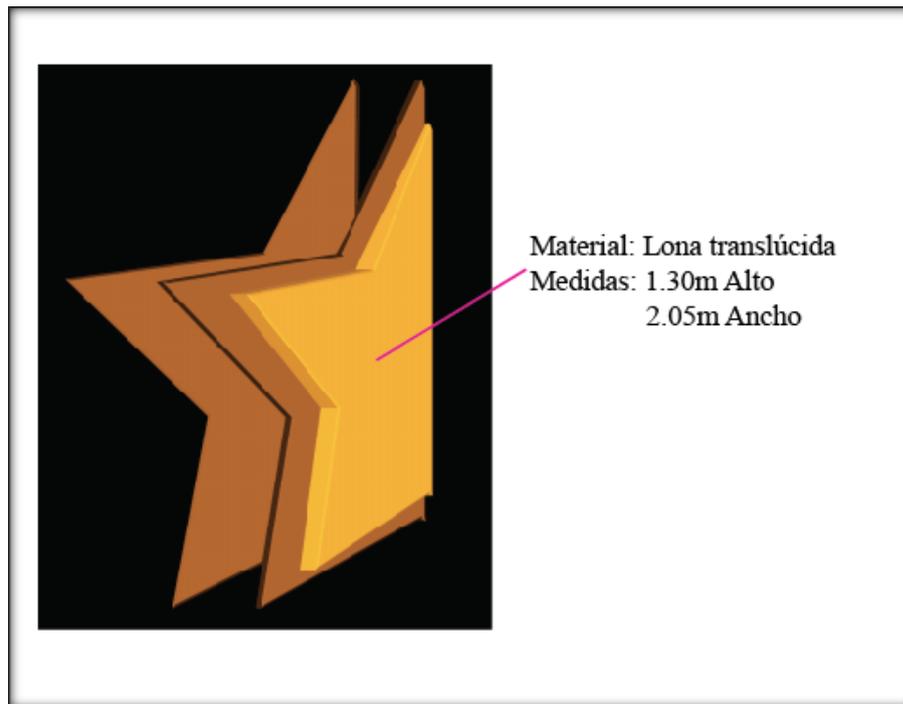


Figura 10. 80: Medida y material de media estrella translúcida

ANEXO C: MEDIDAS Y MATERIAS DE LA DECORACIÓN

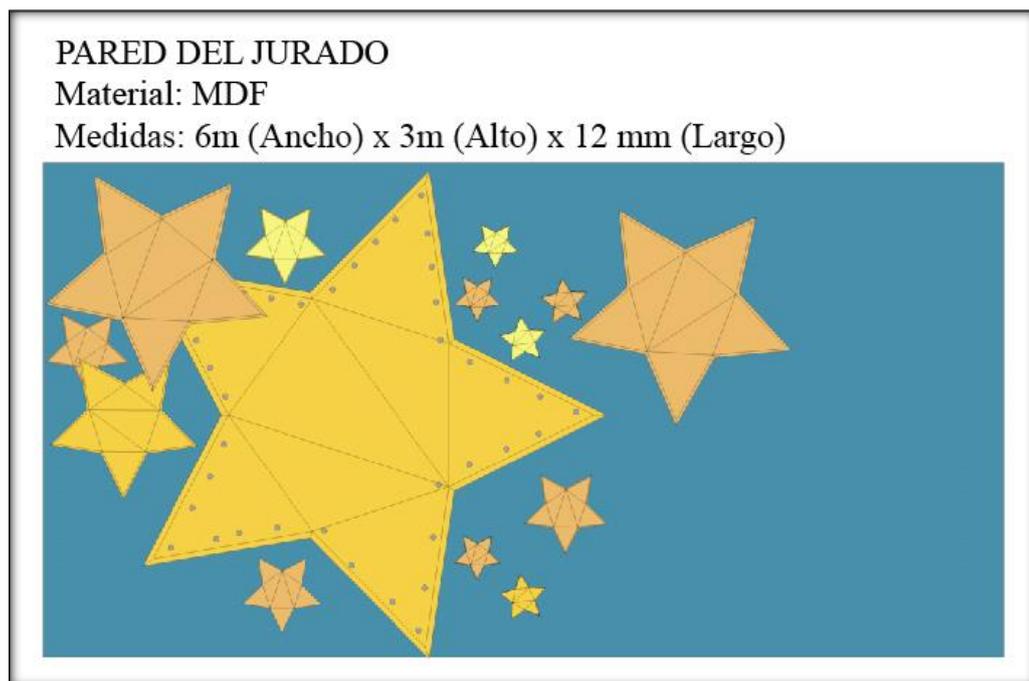


Figura 10. 81: Medida y material de decoración de la pared del jurado

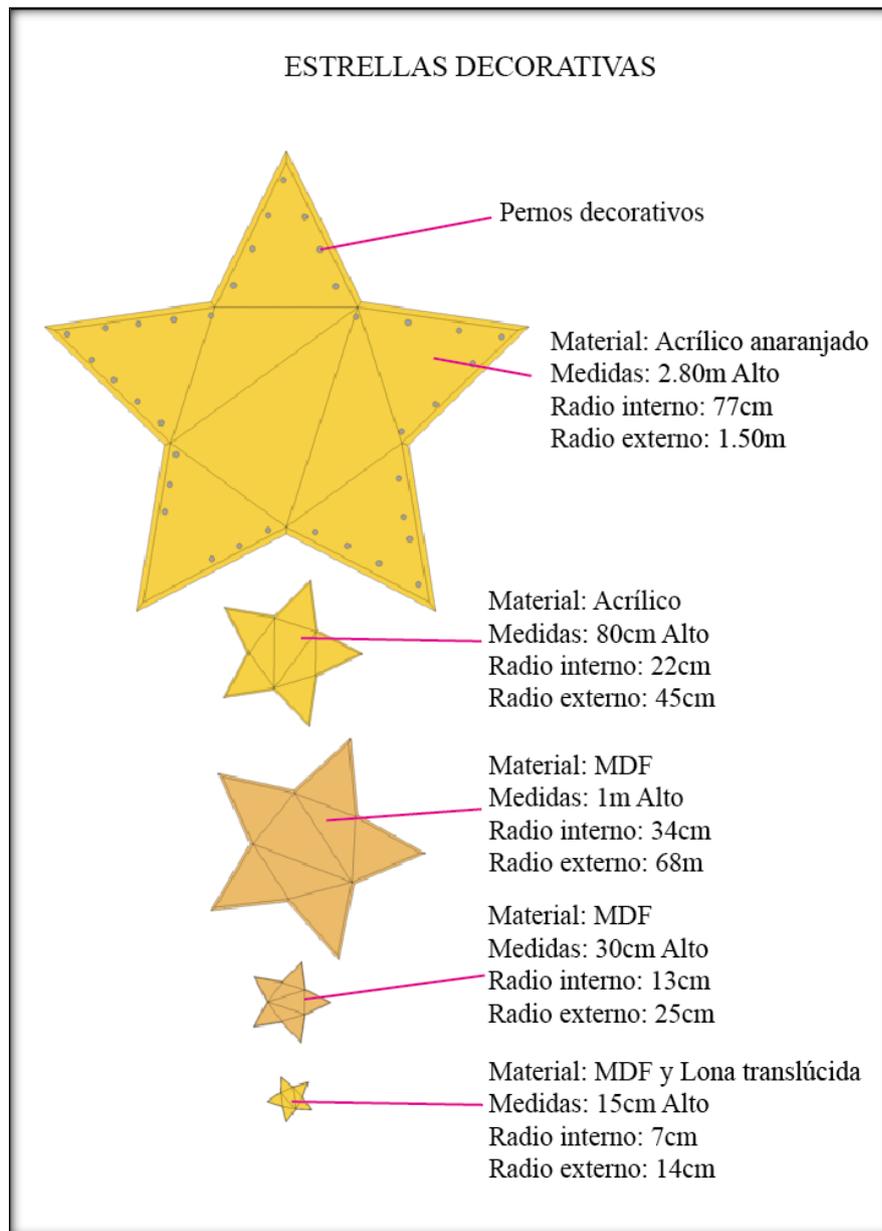


Figura 10. 82: Medidas de las Estrellas con sus respectivos materiales

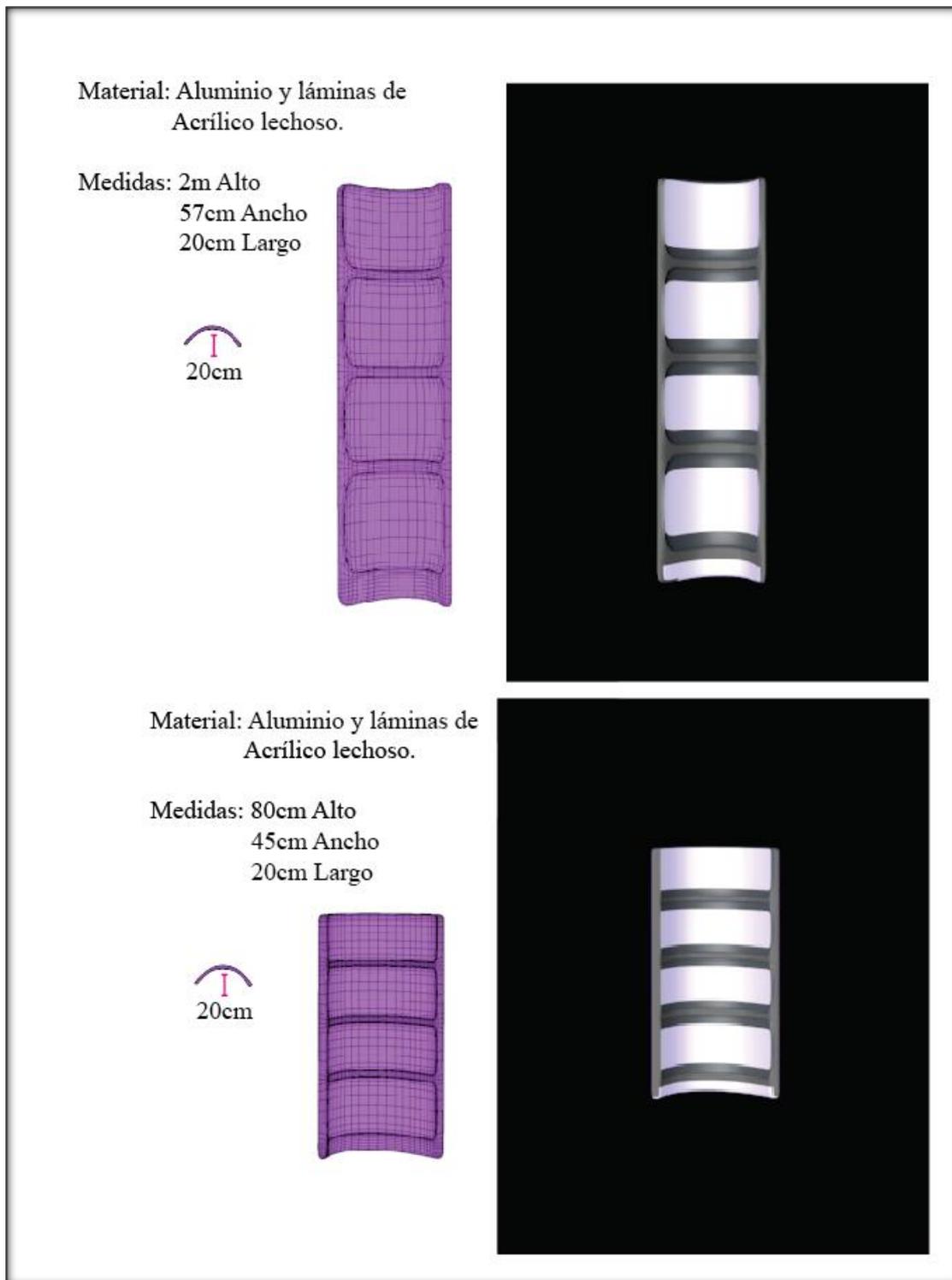


Figura 10. 83: Pilar cóncavo decorativo

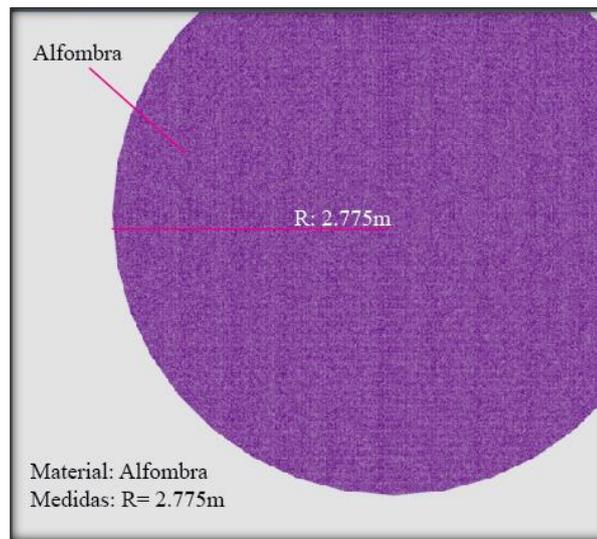


Figura 10. 84: Medida y Material de la Alfombra

ANEXO D: MEDIDAS Y MATERIALES DE LAS LUCES DECORATIVAS

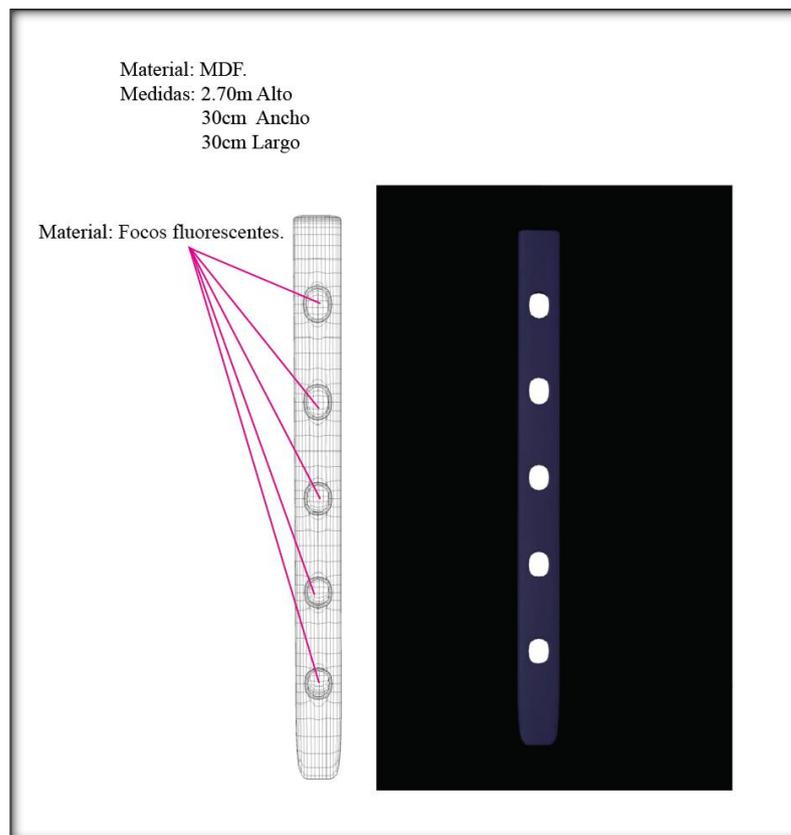


Figura 10. 85: Pilar con luces



Figura 10. 86: Reflector LED

ANEXO E: MEDIDAS Y MATERIALES DE LA PLATAFORMA DEL ESCENARIO

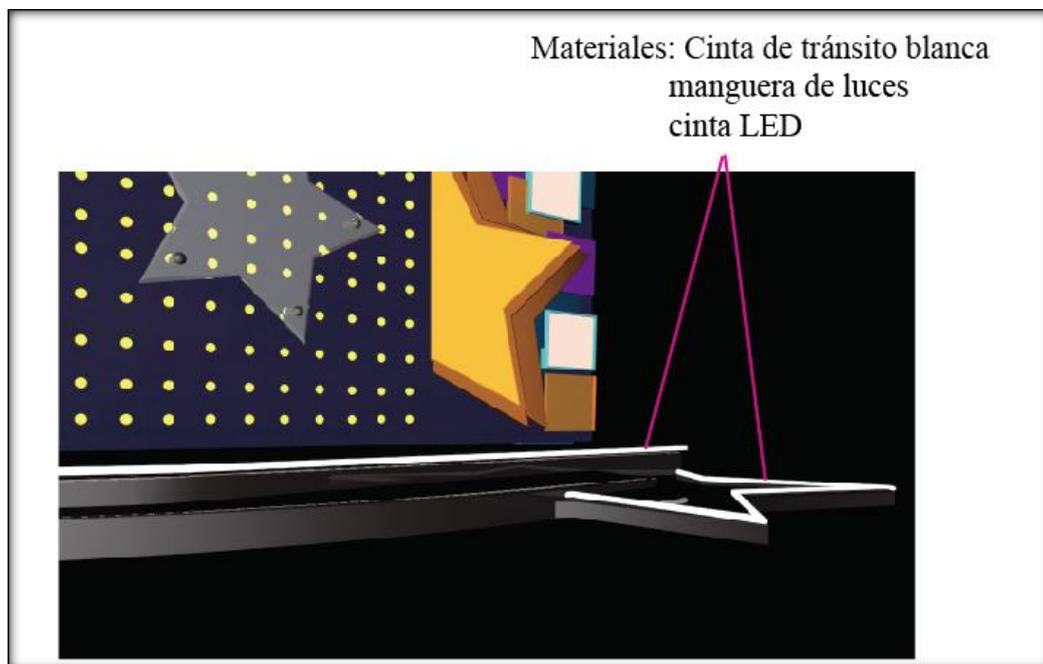


Figura 10. 87: Material del borde de la Tarima

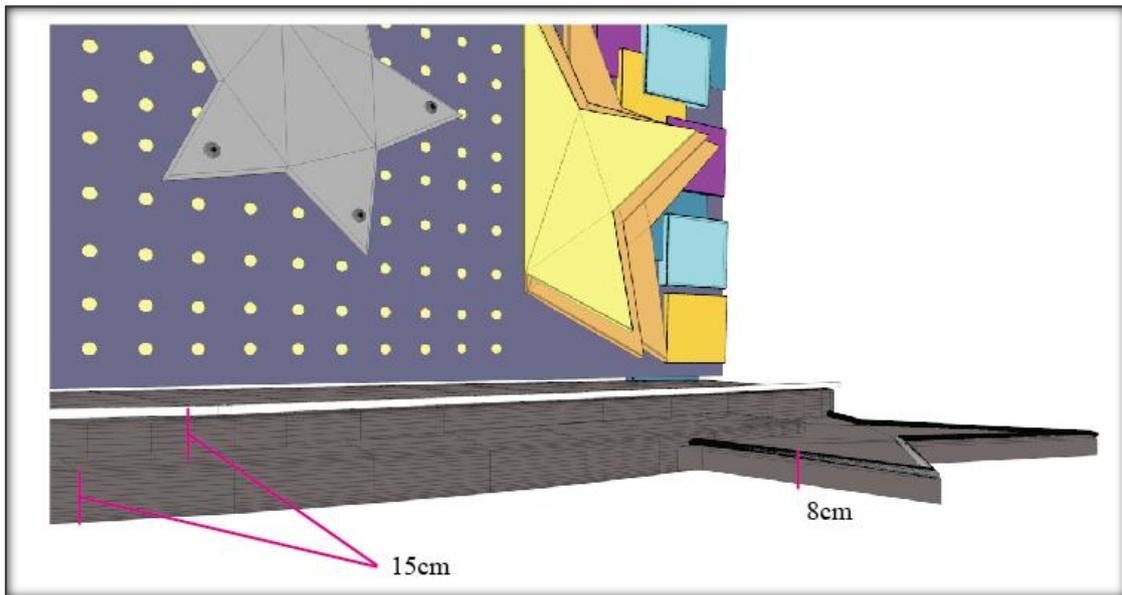


Figura 10. 88: Medidas de la Tarima

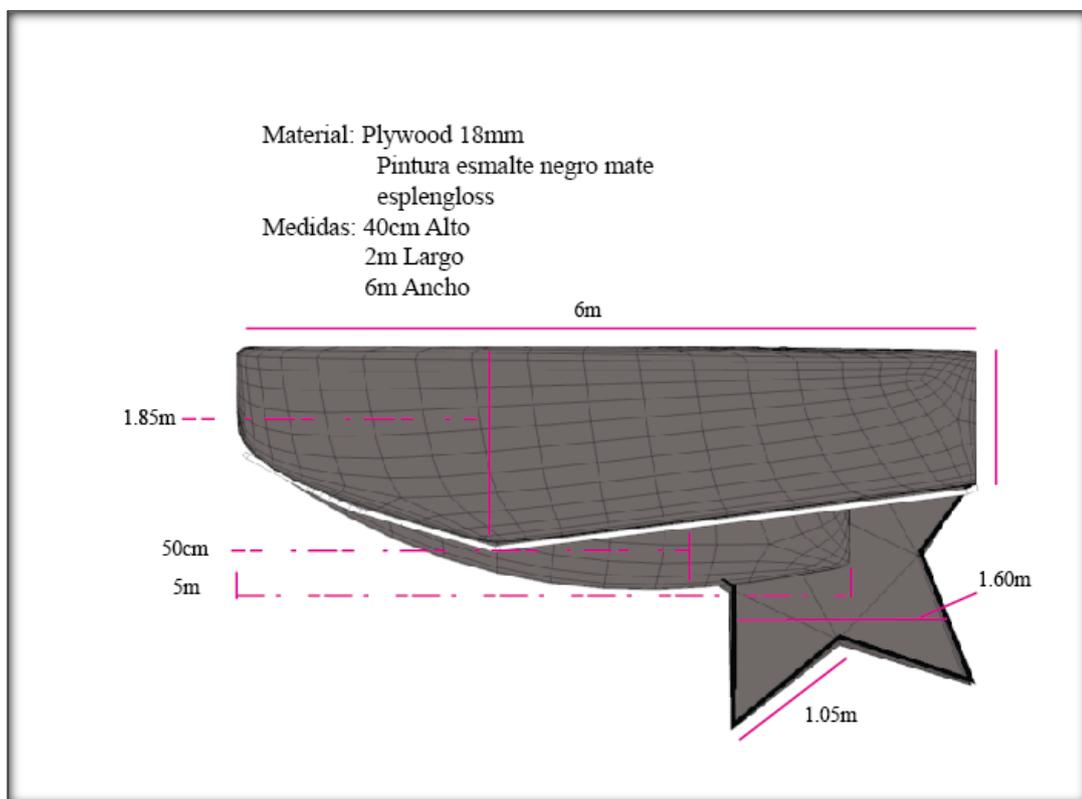


Figura 10. 89: Medidas de la Tarima (Vista Cenital)

ANEXO F: MEDIDAS Y TIPOS DE MATERIALES DE LA MESA DEL JURADO



Figura 10. 90: Mesa del jurado

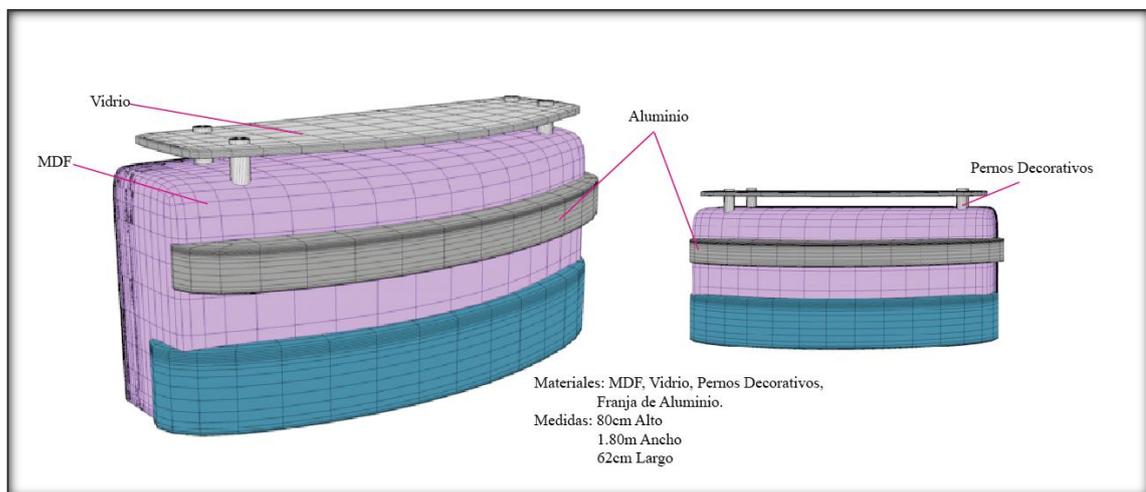


Figura 10. 91: Material y Medidas de la mesa del jurado

ANEXO G: PROFORMAS

ALMACENES BOYACA S.A. PAG. 001
 Telefonos 2323366 Boyaca 1440 y Aquirre R.U.C.: 099901010001
 Casilla 1, 09-01-0187 Guayaquil DICIEMBRE 05 DEL 2012 15h17h33 Fax...: 2326165
PROFORMA ## 329869 --factura--

LoRe Codigo	Cantidad Med. Descripción	Precio % Descto	Precio Neto	Total So Co
0103 48204	1.00 UNID PLANCHA ACRILICA DPAL 2050X1220X4MM	188.75 10.00	170.0550	170.05

NUESTRO PRECIO NETO INCLUYE EL IVA

Sub-total	Descptos	IVA TARIFA 12.00	IVA TARIFA 0	Recargos	I.V.A.	Redondeo	Total
170.05	19.22	151.83			19.22		170.05

FORMA DE PAGO: EF. FIN DE PROFORMA

Clientes: FOMAL CONSUMIDOR Agente: ANGEL ZAPATA GARCIA FOMAL CONSUMIDOR
 Código: 4100001316

ESTA PROFORMA TIENE VALIDEZ HASTA LA FECHA DE LA MISMA Somos Contribuyente ESPECIAL no retener el I.V.A.
 SIEMPRE Y CUANDO LAS EXISTENCIAS FISICAS NOS LO PERMITAN Notificación No-519 - 26/JUL/1996

COMERCIAL ROMERO
 LITARDO SALAZAR ALICIA CECIBEL
 R.U.C. 1203654080001
 Focos Ahorrativos de Energía, Tubos Fluorescentes - Cables Sólidos
 Platina Concentrica - LAMPARAS Industriales, Breaker, Porteros Electricos
 Rumichaca 1129 y Aguirre * Telf: 2326462
 Guayaquil - Ecuador
 AUT. S.R.I. 1110319672 • Fecha de Aut. 10 - 02 - 2011

0023841

Cliente: _____ Fecha: 5-12-12
 R.U.C.: _____
 Dirección: _____

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	VALOR
100	LED 27 CALIDA	450	45000
5	REFLECTOR 150W AIA	27.50	137.50
20	TUBO COLON ARMADO 1140. 1140. 1140. 1140.	170	3400
	COMPLETA		
	100 SOP A LED	50	5000
SUBTOTAL			
SON:			
			I.V.A. 0%
			I.V.A. 12%
TOTAL \$			

ELABORADO POR: VALERIANO VALERIANO GLENDA MARÍA AUI. PSES. RUC: 023221455001
 Telf: 2 680330 • 50 B. (100 x 2) del 2000 al 25000
 VALIDO PARA SU EMISION HASTA ID - 02 - 2012
 ORIGINAL: CLIENTE / COPIA: EMISOR

Yu Shiu Wai Kwun
UNIELEC
 Material Electrico, Tuberias, EMT, PVC, Material de Construcción, Material de baja y alta tensión, Ferrería en general, etc.
 Matriz: Rumichaca 1229 entre Clemente Ballén y Aguirre Telfs. 2524601 * Fax: 2326462
 Sucursal: Rumichaca 1218 entre Aguirre y Clemente Ballén * Telfs. 2524410

R.U.C. 1708257868001
PROFORMA
 024036

Cliente: _____ Fecha: DIC 5/2012
 Dirección: _____ R.U.C.: _____ Teléfono: _____

POR LO SIGUIENTE

Cant.	DESCRIPCION	P. UNITARIO	TOTAL
1	resibo manijue LED		
	Planif. SUB OLANCO		31.00
SUB-TOTAL \$			
I.V.A. 0% \$			
I.V.A. 12% \$			
TOTAL \$			

NOTA: Los Precios pueden variar sin previo aviso

IMPRESA MARIA ELEONORA * Telf. 014422 - Cel. 093413781 * 300 Brachy (100 x 2) 0991 - 30888

Figura 10. 92: Proforma de materiales del set

AXENO H: PROGRAMA “QUIERO SER UNA ESTRELLA” VIGENTE



Figura 10. 93: Escenografía vigente



Figura 10. 94: Mesa de jurado actual.



Figura 10. 95: Segmento Casting



Figura 10. 96: Segmento Tips de Estrellas



Figura 10. 97: Tabla de Puntuación



Figura 10. 98: Sobreimposición



Figura 10. 99: Tabla de Participantes



BIBLIOGRAFÍA

WEBGRAFÍA

Derechos de Autor

<http://www.iepi.gob.ec/>
<http://www.sice.oas.org/>

Tendencia

http://www.pucpr.edu/facultad/pperez/101/arte_pop.htm
<http://www.opendeco.es/decorar-el-recibidor-estilo-pop/>

Géneros Televisivos

www.nspilar.com/image/LOS%20GÉNEROS%20TELEVISIVOS.doc

Artísticas

<http://artepinturass.wordpress.com/category/estilos-artisticos/>
http://www.slideshare.net/david_260986/pop-art-8528787

Diseño Gráfico

<http://artbrains.blogspot.com/2010/05/creacion-de-tipografia-inspirada-en-los.html>
<http://grafoanalisis europeo.blogspot.com/2010/07/universitat-autonoma-de-barcelona.html>
<http://es.paperblog.com/disenio-tipografico-801984/>

Iluminación

Iluminación para Televisión y Cine - *Gerald Millerson*

<http://www.revolutionvideo.org/agoratv/formacion/iluminacion.html>
http://www.pro-lighting.com/1/formacion/pdf/curso_iluminacion_tv_dexel.pdf
<http://grauluminotecnia.wordpress.com/category/ingenieria-y-proyectos/cicloramas>

Conceptos

<http://es.wikipedia.org>

<http://www.slideshare.net/cugael/planos-y-movimientos-de-cmara>

<http://sobrecolor.es.blogspot.com/2008/01/teora-psicologica-del-color-segn-max.html>

<http://www.elnavegable.cl/admin/render/noticia/15388>

Escenografía

<http://www.ziogiorgio.es/viewnews.php?id=32063>

<http://www.mcdecorados.com/es/>

<http://www.sombracero.es/escenografias.php>

<http://www.panoramaaudiovisual.com/2010/04/29/quiero-cantar-el-arte-de-la-luz-y-la-escenografia-en-television/>

BIBLIOGRAFÍA

Marco Teórico

Color, autor. - Paul Zelanski, Mary Pat Fisher, Ediciones AKAL, 2001.

Como Hacer Televisión, Cine Y Video, autor.- Fabio E. Medellín V, Ediciones Martha Lucia Patiño. 2005.

Creatividad en la ingeniería de diseño, autor.- Carlos Navarro Gutiérrez Editorial Equinoccio. 2006.

La búsqueda del misterio trascendente en los medios de masas, autor.- Jeremiah O'Sullivan-Ryan, Editorial Universidad Católica Andrés Bello.



GLOSARIO

GLOSARIO

A

AUDIENCIA: Concepto construido por el discurso social y académico para designar el público que supuestamente interactúa con un medio de comunicación, ya sea cine, televisión, radio, etc. el cual es, a su vez, constructor de las diferentes tipologías de audiencias que dependen de ciertas variables tanto sociológicas como psicológicas del individuo.

C

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

COLLAGE: Composición con materiales o información de diferente tipo de color.

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

F

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

I

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. Es el elemento constitutivo de un diseño de identidad, que connota la mayor jerarquía dentro de un proyecto y que a su vez delinea el mapa connotativo para el diseño del logotipo, así como la siguiente aplicación de diseño en las restantes etapas de un proyecto de identidad corporativa, como la aplicación en papelería, vehículos o merchandising. La palabra isotipo hace referencia a aquello que es "igual al tipo".

L

LÍNEA GRÁFICA: La presentación visual de la marca debe llevar la línea gráfica definida con relaciones a la identidad corporativa; los colores, formas, texturas y más, deben de concordar de cierto modo; esta se debe plasmar en toda la papelería: en las tarjetas de presentación, hojas membretadas, sobres, cds, cartas, etc.

LOGOTIPO: Es un elemento gráfico que identifica a una entidad ya sea pública o privada. Los logotipos suelen ser puramente gráficos incluyendo símbolos o iconos así como también pueden estar compuestos por el nombre de la corporación con una tipografía especialmente diseñada para representar a la misma.

LOOP: Acción repetida.

P

PLANO MEDIO: Encuadra al personaje por encima de la cintura.

PRIME TIME: En español horario prioritario, es decir franja horaria con mayor audiencia, cuando hay más personas viendo la televisión puede ser por ejemplo, a las 7 o 8 PM en adelante, hora que muchas personas han llegado de sus trabajos estudios y que se encuentran en su casa, donde se transmiten series, películas, talk shows.

PANEO: Consiste en un movimiento de cámara sobre el eje vertical u horizontal.

R

REALITY: Los reality shows son programas de tele realidad, o lo que es lo mismo: episodios televisivos en lo que se graba lo que le ocurre a personas reales, no a personajes ficticios interpretados por actores. Pueden ser retransmisiones permitidas por uno o varios sujetos protagonistas, grabaciones a través de cámara oculta o concursos en los que los participantes compiten por un premio.

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

S

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

T

TILT (UP-DOWN): Sube y baja la cámara.

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

V

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