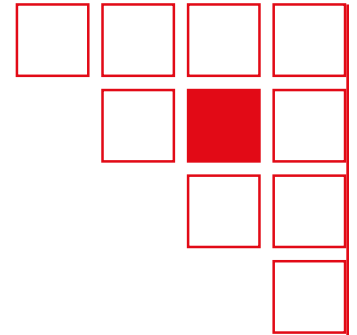
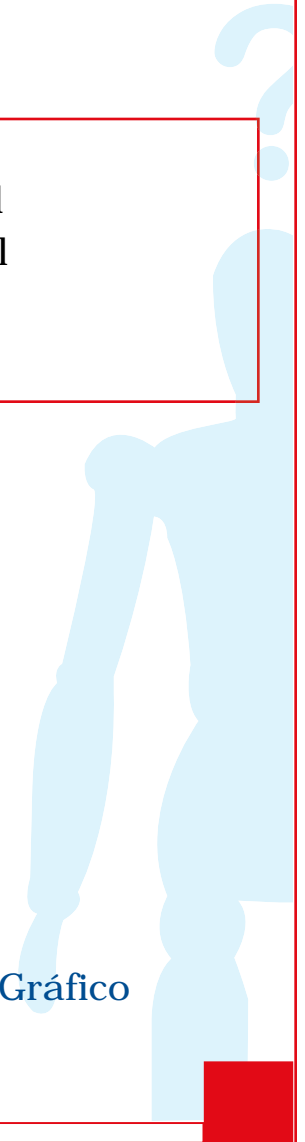


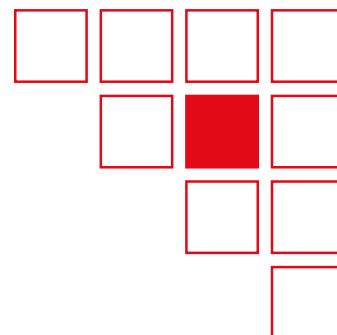
Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Programa de Diseño Gráfico
Licenciatura en Diseño Gráfico



Desarrollo de spot publicitario informativo de actividad
creada para aumentar material audiovisual nacional
del Canal Universitario T.V. USAC

Lilian Beatriz Salazar Rivera
Carné: 9710308
Previo a optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico
Guatemala, 30 de octubre de 2005





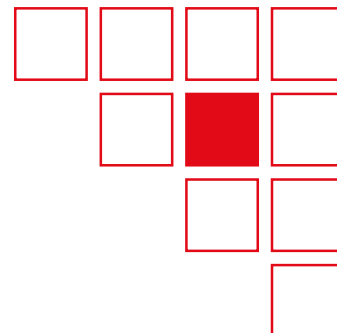
Desarrollo de spot publicitario informativo de actividad creada para
aumentar material audiovisual nacional del Canal Universitario T.V.
USAC

Desarrollo de spot publicitario informativo de actividad creada para
aumentar material audiovisual del Canal Universitario T.V. USAC
Proyecto de investigación comunicación realizado en la ciudad de
Guatemala, en el período de julio a noviembre del año 2005.



• ÍNDICE

Nomina de autoridades	4
Agradecimiento y dedicatoria	5
Presentación	6
Capítulo 1: Introducción	7
1.1 Antecedentes	8
1.2 Problema	9
1.3 Justificación	9
1.4 Objetivos específicos	11
Capítulo 2: Perfil del cliente y grupo objetivo	12
2.1 Perfil del cliente	13
2.2 Grupo objetivo	14
Capítulo 3: Conceptos fundamentales	15
Capítulo 4: Concepto de diseño, método y bocetaje	22
4.1 Concepto básico	23
4.2 Método de diseño	24
4.3 Proceso de bocetaje	27
Capítulo 5: Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final	32
5.1 Comprobación de eficacia	33
5.2 Propuesta gráfica final y fundamentación	41
Conclusiones	44
Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta	47
Bibliografía y fuentes consultadas	48
Glosario	49
Anexos	50



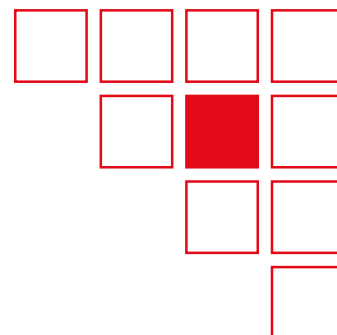
- Nómina de autoridades

MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA

- Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo Decano
- Arq. Jorge Arturo González Peñate Vocal I
- Arq. Raúl Estuardo Monterroso Juárez Vocal II
- Arq. Jorge Escobar Ortiz Vocal III
- Br. José Manuel Barrios Recinos Vocal IV
- Br. Herberth Manuel Santizo Rodas Vocal V
- Arq. Alejandro Muñoz Calderón Secretario

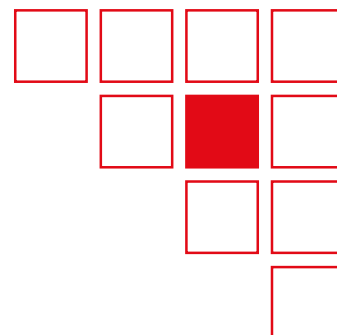
TRIBUNAL EXAMINADOR

- Licda. Wendy Herrera Navas
- Lic. Américo Santizo
- Lic. José Monroy



A Dios, nuestro Señor
A mis padres, Mario Enrique Salazar y María Elena de Salazar
A mis Hermanos, Carolina, Ivan, Mario, Edgar y Luis
A todos mis familiares y amigos
A La Universidad San Carlos de Guatemala
A La Facultad de Arquitectura
y el Programa de Diseño Gráfico
A mi Patria Guatemala





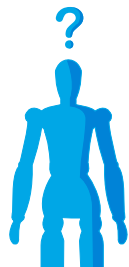
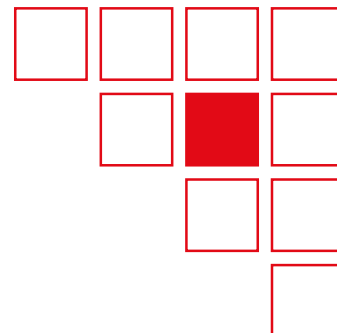
Los medios de comunicación masiva como la televisión, representan todo un reto para los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala que estudian las carreras de Diseño Gráfico y Ciencias de la Comunicación. La Universidad de San Carlos cuenta con un canal de televisión que promueve actividades realizadas por las distintas facultades con el fin de demostrar este interés por mejorarla.

T.V. USAC surge de la necesidad de educar al espectador permitiéndole observar de cerca su labor de enseñanza.

El estudiante debe conocer los recursos con los que cuenta para ampliar sus conocimientos y oportunidades en este medio.

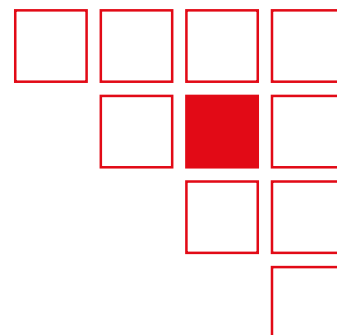
La creación de una actividad interactiva con los estudiantes, es una estrategia que une esfuerzos para mejorar la calidad de las producciones nacionales y al mismo tiempo promover las habilidades de los futuros profesionales.

T.V. USAC se interesa y apoya a los alumnos que deseen hacer carrera en T.V. y que compartan su visión. Demostrando así que es posible que el estudiante encuentre el apoyo necesario para publicar sus propuestas audiovisuales y que el canal a su vez encuentre material de calidad entre estas propuestas creativas.



• CAPÍTULO 1

I N T R O D U C C I Ó N



• 1.1 Antecedentes

El canal universitario TVUSAC, surge en el año 2002, transmitiendo desde el cerro Alux en frecuencia UHF, bajo la dirección general del Arquitecto Byron Rabe, como una alternativa televisiva a la escasa cobertura que en el país tiene la educación y la cultura.

El Canal Universitario T.V. USAC, no cuenta con material audiovisual nacional suficiente para transmitir en su programación. La labor del canal es transmitir los beneficios de la Universidad de San Carlos de Guatemala, sin embargo deben complementar su programación con temas variados y de interés para el estudiante y televidentes en general.

Dar a conocer las distintas áreas con las que cuenta la Universidad de San Carlos de Guatemala, sus facultades, historia, servicios, programas, etc., ha sido durante el tiempo que T.V. USAC ha estado al aire, uno de los principales objetivos de su labor.

Actualmente la programación del canal abarca programas educativos, universitarios, actos académicos, culturales y de entretenimiento.

El Canal Universitario no cuenta con los recursos necesarios para crear los suficientes materiales televisivos que abarquen todas las áreas de interés cultural, social e informativo.

Ya que no cuenta con el recurso suficiente para realizar una campaña informativa que exprese esta necesidad, T.V. USAC mostró interés en promover un mensaje dirigido hacia aquellos alumnos que deseen participar en darle solución a este problema.



• 1.2 Problema

Partiendo de esta necesidad del canal y de la experiencia obtenida como alumno de la Licenciatura de Diseño Gráfico, se ha desarrollado la propuesta de un spot publicitario que informe las bases de una actividad creada específicamente para aumentar el material audiovisual nacional que complemente la programación regular de T.V. USAC.

El spot publicitario es una invitación del canal universitario, dirigido a estudiantes del primer año de la Licenciatura de Diseño Gráfico y de la carrera de Ciencias de Las Comunicaciones, en la cual se le explicará la oportunidad de enviar material creativo audiovisual que por selección será transmitido en el T.V. USAC, dándoles la oportunidad a los estudiantes de participar en una galería de material audiovisual con tema libre, para dar a conocer la opinión y el talento creativo de los estudiantes. El spot será transmitido por T.V. USAC en el mes de noviembre del presente año.



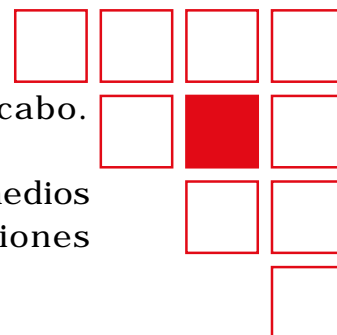
• 1.3 Justificación

1.3.1 Magnitud

El grupo objetivo son estudiantes del primer año de la Licenciatura de Diseño Gráfico de la USAC y los alumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Tanto el canal como los alumnos que participen en dicha actividad disfrutarán de una programación nacional creativa y amena.

1.3.2 Trascendencia

En Guatemala no se ha explotado el talento y la creatividad de los estudiantes que se interesan por este tipo de actividades, no por la falta



de interés sino por la falta de recurso para llevarlo a cabo.

Así como el hecho de que el estudiantado desconoce los medios que podrían promover actividades en pro de sus creaciones audiovisuales.

1.3.3 Vulnerabilidad

Con la realización de este spot publicitario y el material de apoyo gráfico se pretende:

- Hacer del conocimiento de los estudiantes, que cuentan con una oportunidad de darse a conocer por medio de un audiovisual creativo.
- Aportar material nacional al canal universitario para que diversifique el contenido de su programación.

Sin el spot y la publicidad sería imposible desarrollar la actividad del proyecto para el canal.

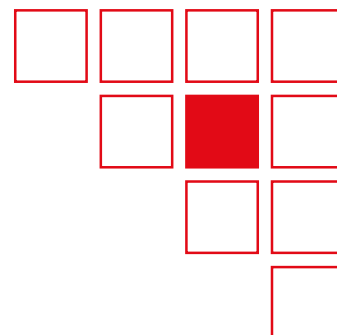
1.3.4 Factibilidad

Para la realización de este material se cuenta con el recurso necesario para informar al grupo objetivo sin problema alguno. Y el material audiovisual que generen los alumnos complementarán el proyecto con el aporte de cada participante.

• 1.4 Objetivos de diseño

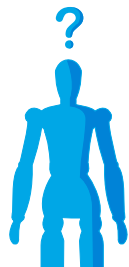
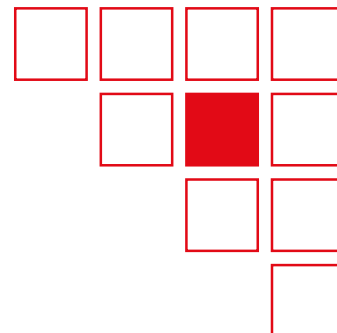
1.4.1 Objetivos generales

- Impulsar al talento creativo de la USAC.
- Promover el aporte de material audiovisual por parte de los estudiantes de Diseño Gráfico y Ciencias de la Comunicación hacia el canal Universitario T.V. USAC, por medio de la elaboración de material promocional.



1.4.2 Objetivos específicos

- Diseño de las siguientes piezas promocionales de la campaña para T.V. USAC: Spot publicitario, correo electrónico animado, tres afiches de espectación y un afiche de revelación de campaña.
- Recaudar material audiovisual nacional para generar variedad en la programación de T.V. USAC.
- Informar a los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala de las carreras de Diseño Gráfico y Ciencias de la Comunicación de la disposición de T.V. USAC para recibir sus propuestas.
- Comprobar la eficacia de la publicidad directa y multimedia.



- CAPÍTULO 1

Perfil del cliente y grupo objetivo



• 1.2 Perfil del cliente

Datos Generales:

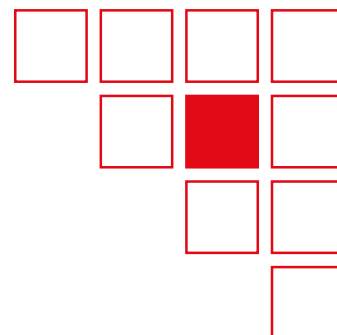
- Canal Universitario TVUSAC, 2 a av. 12-40 zona 1, Paraninfo Universitario. Tels: 2232-6215, 2232-4441 ext. 115-127. Director general: Arq. Byron Rabe.
- Uno de los principales medios de desarrollo más importantes que tiene la USAC, es el Canal Universitario, el cual cumple sus labores utilizando medios alternativos para la educación y desarrollo cultural.
- El Canal Universitario se ve en la necesidad de seguir en la búsqueda de ideas que despierten el interés del estudiante por las diferentes actividades que se dan tanto en la USAC como en el Canal TV USAC, que contribuyan a enriquecer la educación.

Los principales objetivos del Canal Universitario son:

- Mejorar continuamente la calidad de las producciones de TV USAC.
- Obtener nuevas fuentes de programación educativa y cultural.
- Incrementar la productividad de los procesos de producción.

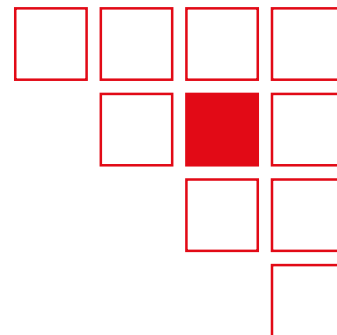
Dado estos objetivos, TV USAC está de acuerdo en ser partícipe de proyectos que fomenten a todos los estudiantes universitarios que se interesen en aprender y poner en práctica las técnicas audiovisuales aprendidas en Diseño Gráfico o Ciencias de la Comunicación, que les permitan crear material televisivo en el cual expresen su opinión y sean partícipes de un cambio favorable para la libre expresión.

- TV USAC está en toda la disponibilidad de llevar a cabo actividades que permitan la interactividad con su grupo objetivo, los estudiantes de la San Carlos.



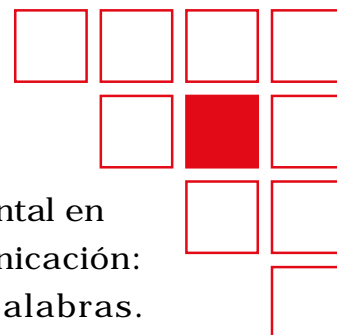
• 2.2 Grupo objetivo

- Mujeres y hombres comprendidos entre las edades de 18 a 40 años.
- Que sean estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico y C. C. de la Comunicación.
- Nivel económico -B y +C.
- Grupo étnico: Ladinos e indígenas.
- Jóvenes creativos con gusto por los retos, extrovertidos.
- Cuyo idioma sea español.
- Que residan en la ciudad capital o departamentos aledaños.
- Hábitos: Que vean televisión, escuchan música actual y juvenil o de otras épocas.
- Cuya situación económica les permita crear el material televisivo que se solicita en la campaña de dicha actividad.



- CAPÍTULO 3

C o n c e p t o s f u n d a m e n t a l e s

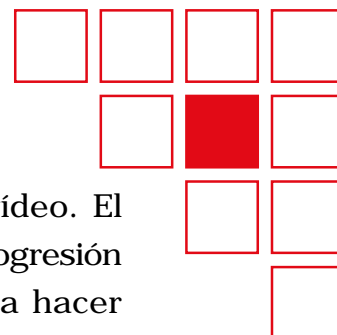


- **La comunicación:** La comunicación es un aspecto fundamental en la vida de las personas. Existen diversas formas de comunicación: Dos personas se comunican por medio de gestos y palabras. La ropa que lleva puesta una persona, indica a que se dedica esa persona. Ej. Enfermera, policía, bombero, etc.
El reloj es un medio de comunicación que da la hora.
Un pictograma de "Prohibido fumar" puede ser interpretado por cualquier persona en todo el mundo.

- **Producción de televisión:** El diseño y producción de las imágenes en televisión corresponde hoy día a un esquema estandarizado y aceptado convencionalmente en todos los países. La operación de los instrumentos necesarios para poner en funcionamiento una estación transmisora, exige la colaboración continua y sincronizada de un numeroso equipo humano, entre profesionales, técnicos y personal administrativo. Todos con un objetivo común: lanzar al aire una señal electromagnética que contiene información codificada, la cual al ser captada por un receptor da como resultado un programa de imagen y sonido, cuya duración puede abarcar las 24 horas del día.

- **Pre-producción:** Se refiere a las actividades previas al rodaje, como la elaboración de un presupuesto, planificación y otros preparativos. El periodo de preproducción puede llegar a exigir meses de preproducción. La duración de la pre-producción puede variar, según la complejidad del material a realizar.

- **Producción:** Durante la grabación se filma toda la cinta o película necesaria para el proyecto. Todos los programas de televisión se graban utilizando uno de los dos métodos básicos: la producción con una sola



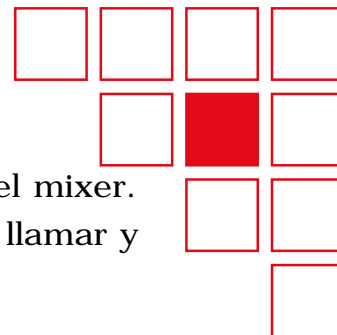
cámara y en película o la producción con varias cámaras y en vídeo. El orden de grabación de las escenas no se corresponde con el de la progresión de la historia, sino que se organiza según su conveniencia, para hacer la producción más eficiente. En una producción se asegura de que la toma quede grabada en una cinta máster. El resultado es un programa completo, que ya sólo necesita efectos de sonido, música, efectos ópticos y títulos sobre-impresionados.

- **Post-producción:** La post-producción empieza cuando se completa la grabación y continúa hasta que el programa está listo para que la cadena lo emita. Las dos partes fundamentales de la posproducción son la edición, o montaje, de la grabación en vídeo y la creación de una banda sonora completa. La edición puede comenzar durante la producción. En las tomas con una sola cámara la filmación de cada día es revisada más tarde por el director, el productor y la cadena en el orden de grabación, El paso final de la posproducción es la adición de efectos ópticos, fundidos o virados por ejemplo, títulos de crédito y efectos especiales, como las animaciones, y la corrección del color.

- **Transmisión**

Terminada la etapa de posproducción existe tal cantidad de información que se hace necesario "detener" por un instante el flujo de señales, para reordenarlas y prepararlas para la siguiente fase: la modulación y envío al aire.

El control absoluto de audio y video de toda la estación se canaliza desde una consola mezcladora (mezcladora de presentación), la cual puede ser automática y diseñada para poner en marcha las reproductoras de video (VTR), los proyectores de cine, tocacintas y tornamesas. En la



pared se instala un reloj alimentado por pulsos provenientes del mixer. También, un sistema de intercomunicación con el que se puede llamar y escuchar en cualquier rincón de la estación.

Al salir la señal del control maestro, ésta se halla lista para modularse y, finalmente, enviarla al aire. En esta etapa un generador de radiofrecuencia produce una oscilación continua y estable en un ancho de banda específico.

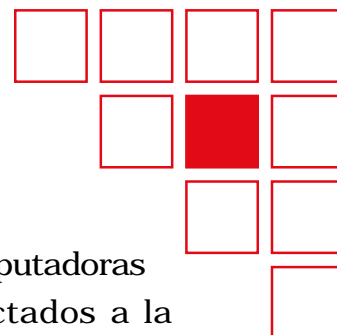
Dicha señal de radiofrecuencia "envuelve" el audio y el video; después estas señales se amplifican y se conducen a la antena de transmisión. Así, la señal compuesta (portadora) se difunde directamente en un área específica, calculando su cobertura de acuerdo con su potencia de emisión.

Cuando la señal compuesta sale de la antena, comienza otro proceso de emisión que sigue diferentes caminos:

1. La señal se envía directamente a los receptores de los hogares.
2. Se lleva a una estación retransmisora, ubicada estratégicamente en algún punto periférico de la zona metropolitana, y de ahí retransmitirse a otras repetidoras.
3. Se envía a un satélite en órbita, el cual retransmitirá selectivamente a diferentes países.
4. La señal sigue las anteriores trayectorias simultáneamente (2).

Una vez recibida la señal por los receptores, concluye este asombroso proceso de telecomunicación.

De alguna forma se puede comparar el nacimiento de la televisión, con todo lo que supuso, con el de Internet, que quizás sea el único competidor con ciertas garantías de llegar a alcanzar o incluso superar al complejo mundo de la televisión.

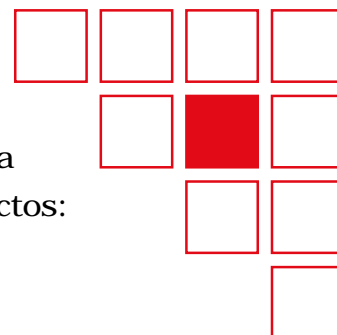


- **Internet:** Internet puede definirse como una red de redes de computadoras de alcance mundial, que permite a millones de usuarios conectados a la misma: compartir, intercambiar, extraer e introducir información desde cualquier lugar del mundo.

El punto fuerte del sistema es que no se necesita saber en qué lugar se encuentra lo que se busca, sino qué es lo que se busca. El éxito que tiene Internet hoy en día, se debió a la aparición de programas navegadores (Internet Explorer, Netscape Navigator y otros) que permiten unirse a la red personas sin grandes conocimientos de computación.

El avance tecnológico, ha causado una revolución en la forma de pensar, de vivir, y hasta de vincularse, tanto del hombre con su par, como del hombre con las cosas. Internet, es el ejemplo claro de uso y abuso de dicha herramienta para toda clase de fines. Internet, es el correo en casa, Internet es el supermercado en casa, Internet es la tienda de ropa en casa, es la librería en casa. Internet ha sido motivo de encuentro de muchos hombres y mujeres, y ha sido motivo de desencuentro de otros tantos.

- **Diseño Gráfico:** El Diseño Gráfico conforma una nueva visión en cuanto a la creación de objetos, trayendo como consecuencia un cambio en el orden cultural, que se sustrae a una imagen que se tiene del mundo. Todos los objetos pueden ser interpretados como un mensaje icónico, instaurados en un nuevo esquema de contenidos: carteles, vidrieras, volantes, guías telefónicas, planos, libros, mapas, afiches, envases, etc. Este conjunto de elementos se encuentra distribuido por doquier y ejerce una fuerte influencia, con una lectura disímil, como un gran hipertexto capaz de acrecentar nuevos hábitos.



- **Diseño para persuasión:** Está destinado a influir en la conducta del público, abarcativas de tres áreas: la publicidad en sus dos aspectos: comercial y no comercial.

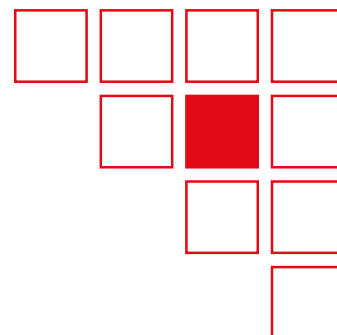
Lo primero que hay que hacer para diseñar algo (un anuncio en revista, una tarjeta...), es saber que es lo que se quiere transmitir al público y qué tipo de público es ese. En definitiva, cuál es la misión que debe cumplir ese diseño. El dilema con el que se encuentra el diseñador es cómo elegir la mejor combinación de los elementos y su ubicación (texto, fotografías, líneas, titulares...), con el propósito de conseguir comunicar de la forma más eficaz y atractiva posible.

- **Composición:** La composición de un diseño es, adecuar distintos elementos gráficos dentro de un espacio visual, que previamente habremos seleccionado, combinándolos de tal forma que todos ellos sean capaces de poder aportar un significado para transmitir un mensaje claro a los receptores del mensaje (3).

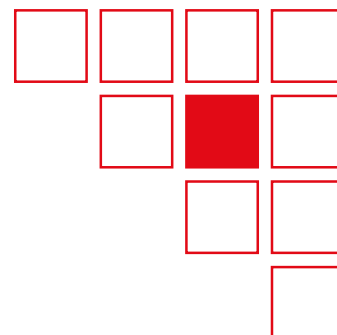
Todo mensaje en diseño gráfico se elabora siempre por medio de una combinación coherente y estudiada previamente, de los elementos visuales con los que hayamos decidido trabajar. Estos elementos pueden ser imágenes, texto, ilustraciones, espacios en blancos..., o por el contrario, construir nuestra composición con la ausencia deliberada de alguno de estos elementos.

- **Contraste:** El contraste puede conseguirse a través de múltiples articulaciones: En el caso de la imagen que se maneja para esta campaña en búsqueda de material audiovisual de los universitarios para el canal, por la fuerza visual que proyecta, se estableció una imagen juvenil combinada con colores elegidos por contraste.



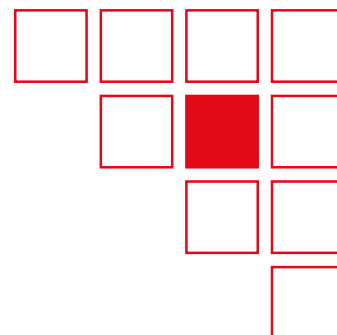


Contraste de colores: El tono tiene mayor fuerza que el propio color en el establecimiento del contraste. Dentro de las dimensiones del color (el matiz, el tono y el croma) el tono domina. Después de la cualidad tonal, el contraste de color más interesante es la que establece en cuanto a cálidos-fríos. Como ya vimos en el tema color, las gamas frías verdes-azules tienen un carácter regresivo, mientras que las gamas cálidas rojos-amatillos, tienen un carácter expansivo. Mediante la utilización adecuada de la temperatura de color en diferentes elementos de la composición podremos dar mayor dimensión a un determinado elemento o bien dar la sensación de mayor proximidad. El contraste complementario es el equilibrio relativo entre cálido y frío. En concreto Munsell establece, con base a su teoría del contraste simultáneo, que el color complementario es el que se sitúa en el lugar exactamente opuesto de la rueda de colores.



• CAPÍTULO 4

Concepto de diseño, método y bocetaje



• 4.1 Concepto básico

El concepto que se trabajó para esta campaña, surgió de la necesidad de cooperar con T.V. USAC para que los estudiantes de Diseño Gráfico y de Ciencias de la Comunicación, envíen sus proyectos.

Se ideó entonces una interrogante: Y tú ¿que dirías si estuvieras en T.V.? Esta interrogante tiene como objetivo que el estudiante conozca la oportunidad que tiene de aparecer o mostrar algo en un espacio televisivo. La estrategia de este concepto pretende persuadir al estudiante para que éste considere su participación en esta actividad y que lo vea como un reto profesional. Partiendo de esto, se originó la campaña de espectación a las cuales se les suma dos interrogantes más distribuidas una en cada uno de los 3 afiches:

- Primer afiche: Y tú ¿qué dirías si estuvieras en T. V.?
- Segundo afiche: Y tú ¿expresarías tus ideas por T.V.?
- Tercer afiche: Y tú ¿qué harías para estar en T.V.?

Estas interrogante asume que ya el estudiante tiene la oportunidad de proyectarse a través de la televisión, y así solo tenga que concentrarse en pensar cuál será su mensaje.

El objetivo es que envíen sus proyectos, no enterarlos de la carencia del canal, pero si comunicándoles cuando soliciten información, que a través de esta actividad estarán también mostrando su apoyo. En síntesis, este concepto remarcará el beneficio que esta actividad representa para el estudiante para obtener pronta respuesta, pues T.V.USAC se compromete a revisar todo proyecto y escoger los que serán transmitidos.

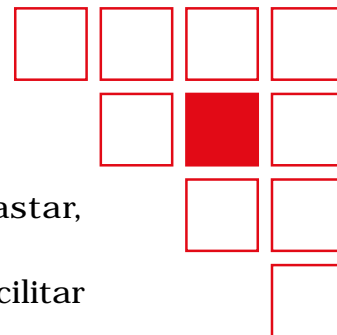


Imagen del concepto:

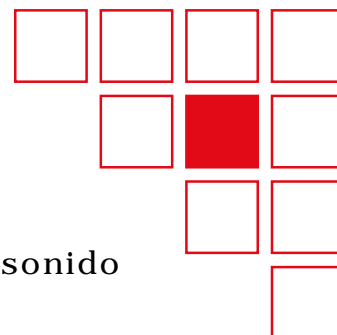
- Colores: Cálidos (naranja, amarillo, rojo y para contrastar, azul) para darle atractivo visual.
- Tipografía: Moderna y sin serif (Verdana 12pts.), para facilitar su legibilidad.
- Tipo de animación: En 2d y 3d, con diseño contemporáneo. Para combinar con el tipo de proyecto (moderno)
- Ritmo de edición: Corte. Fade out y fade in. Para darle dinamismo.
- Tipo de música: Dinámica. un (re-make) o cover, de una canción. Para mayor aceptación del grupo objetivo.



• 4.2 Método de diseño

4.2.1 Proyecto A: Spot Publicitario

- Dado que el canal tiene todo el recurso televisivo, se planteó proseguir con un spot publicitario, que es la pieza principal de la campaña.
- El spot publicitario informará acerca de la actividad haciendo énfasis que se trata de una oportunidad, por lo tanto se desarrolló su estructura pensando en los jóvenes deseosos de aparecer en T.V. o de hacer transmitir sus propias ideas por televisión.
- El desarrollo de su realización se dio de la siguiente manera:



2) Pre-producción

- Elaboración de un story line y story board
- Indicación de imagen, tiempo, música y efectos de sonido

3) Elaboración de guión

- Presentación del guión publicitario al canal universitario T.V. USAC.

4) Elaboración preliminar del guión.

5) Elaboración final de guión.

6) Producción

- Filmación
- Manejo de cámara: Planos, zoom, paneos.
- Manejo de sonido: Efectos de sonido alternados.
- Dirección general
- Iluminación
- Fotografías

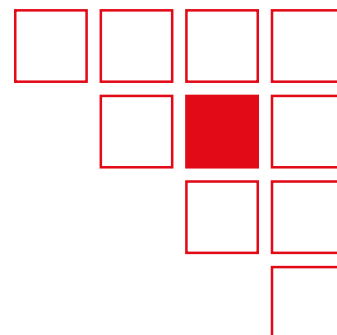
7) Edición

- Edición en Premier Pro.
- Corrección de color a tomas editadas en After effects.
- Musicalización y edición de efectos de sonido.

8) Post-producción

- Modelado de figuras en 3D
- Animaciones 3D
- Texturización de modelos
- Animación de modelos





- Animaciones 2D
- Ilustraciones 2D
- Animaciones de textos
- Composición de animaciones y edición.

9) Presentación final:

- Reproducción de DVD´s
- Elaboración de material promocional e imagen del proyecto (portadas, línea gráfica, etc.)

4.2.2 Proyecto C1: Correo electrónico animado informativo de la actividad del canal y bases del proyecto.

- Relización de animaciones en 2D.
- Diagramación.
- Publicación.

4.2.3 Proyecto C2: 3 Afiches publicitario 11 x 17 full color de espectación promocional del proyecto.

- Diagramación.
- Artes finales.

4.2.4 Proyecto C3: 2 Afiches publicitarios 11x17 full color de revelación del proyecto.

- Diagramación.
- Artes finales.

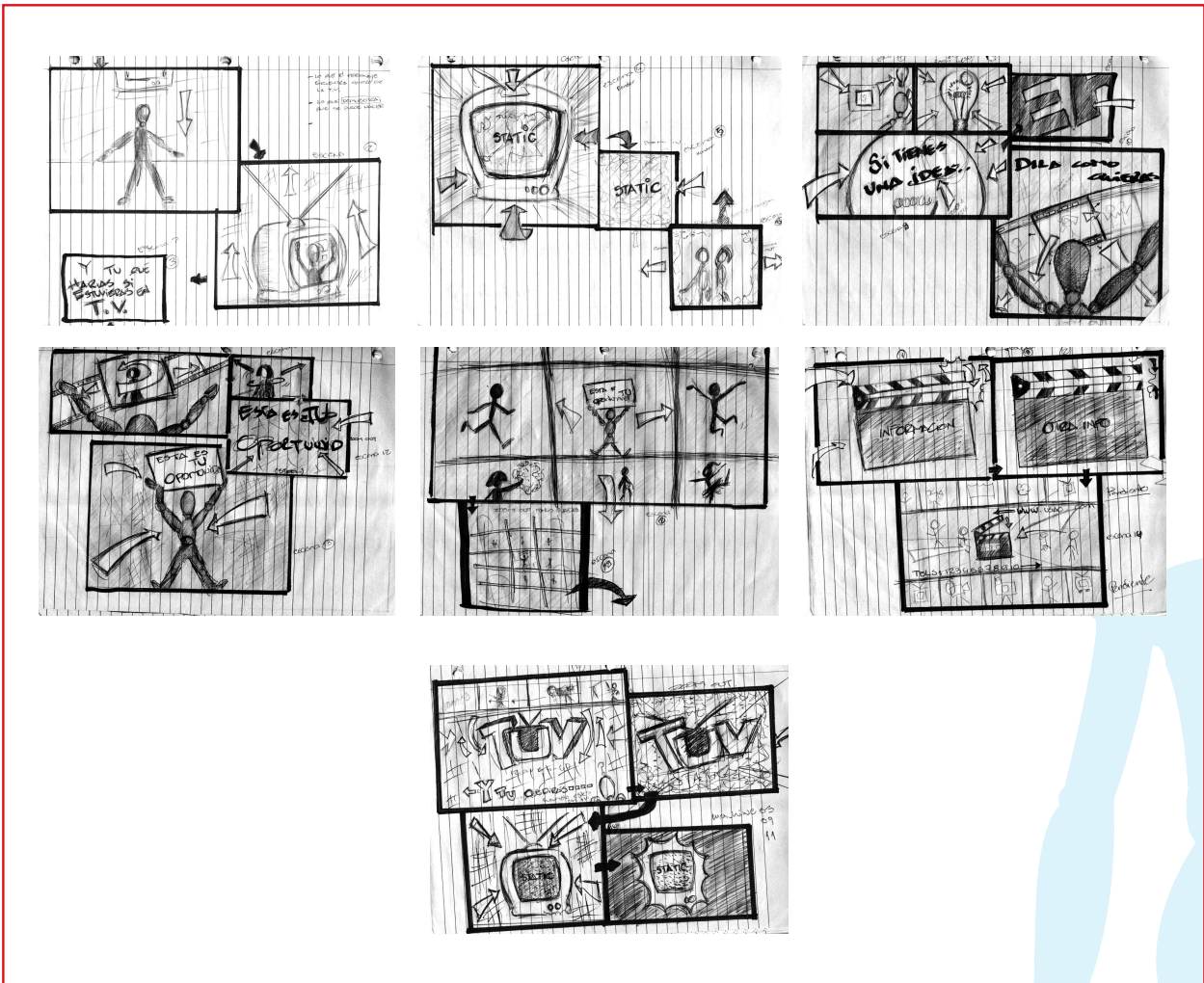
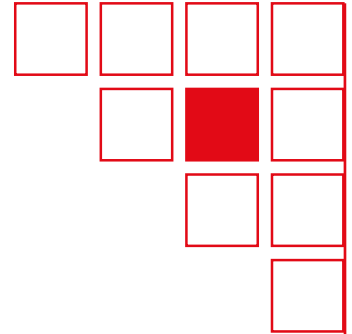


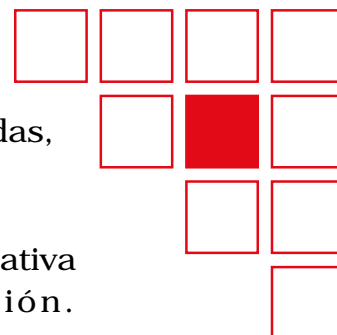


• 4.3 Proceso de bocetaje

Proyecto A: spot publicitario

- La campaña mostrará a un personaje que ingresa a una televisión, encuentra un ambiente creativo en donde se le ocurre una idea y llevarla a cabo será su gran oportunidad. A esta animación la acompaña música con bastante ritmo que le da vida a los distintos elementos que se encuentran dentro del ambiente de la televisión, en el cual también se encuentran tomas de estudiantes en la realización de un proyecto audiovisual.
- Al finalizar se cierra con la frase “ queremos verte en acción ” la cual el personaje lanza al final del spot. Su objetivo es dejar abierta la invitación a realizar algo original y de calidad, como un reto al cual se puede responder con creatividad.
- Se propuso que el spot de televisión se represente con un video de un minuto 30 segundos con imagenes de jóvenes en la realización de su audiovisual. Se presentaron tomas de jóvenes manipulando cámara de video, haciendo uso de una “claqueta” para filmar; jóvenes editando en una computadora y tomas variadas del equipo de producción de una isla.
- También se contempló animaciones que complementarán el spot. La mayoría de las animaciones serían en el momento de presentar los titulares que contienen el mensaje principal de la campaña.
- A continuación se presenta el boceto preliminar de las tomas de los estudiantes que y animaciones sugeridas que forman la estructura del spot.





Proyecto C1: Tres afiches campaña expectación, 11 x 17 pulgadas, full color.

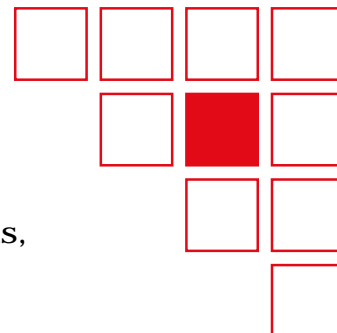
• Para la campaña de T.V. USAC se realizaron 3 afiches de expectativa que deben revelar solo un 40% de la información. Para esto se hizo uso de las siluetas de jóvenes en diversas actividades

El propósito es despertar la curiosidad y el interés del grupo objetivo .

En línea con el spot, se utilizaron los fondos, titulares y elementos clave para su realización.



Primeros bocetos

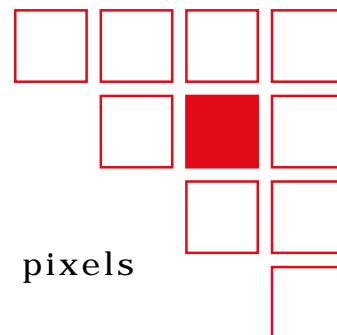


Proyecto C2: Afiche de revelación de campaña, 11 x 17 pulgadas, full color.

- Afiche de revelación:

El afiche que da a conocer la actividad de T.V. USAC, contiene los elementos principales del spot, contiene la información más importante de la actividad.

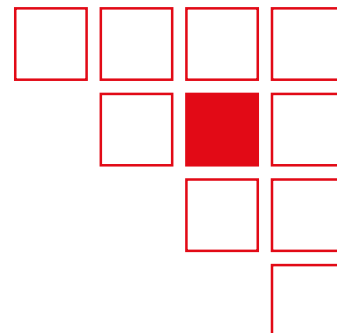




Proyecto C3: Correo electrónico de 400 x 250 pixels

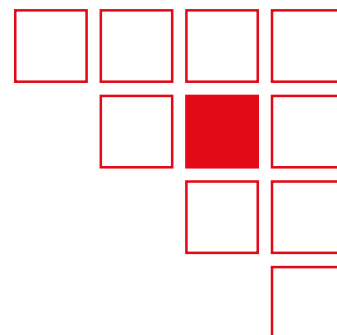
- El correo electrónico contiene una síntesis de la información. El diseño sigue en línea gráfica con el spot y los afiches. Los elementos que se utilizan son los mismos que en el afiche de revelación, pero presentan una animación sencilla y la información aparece más resumida. Contiene la dirección de correo electrónico del canal. Este recurso es utilizado por un porcentaje alto del grupo objetivo.





- **CAPÍTULO 5**

Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final



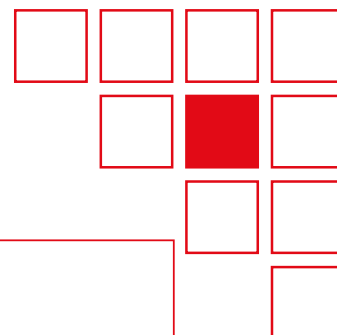
• 5.1 Comprobación de eficacia

5.1.1 Validación

Para demostrar la eficacia de las piezas que representan la campaña, se hizo circular una encuesta el día miércoles 19 de octubre de 2005 en la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

5.1.2 Perfil del informante:

La muestra la conformaron 25 estudiantes de Diseño Gráfico y de Ciencias de la Comunicación. Sus edades están comprendidas entre 18 y 35 años, viven en la ciudad capital y de nivel socioeconómico (B).



5.1.3 Instrumento de validación

1. ¿ Creé Ud. que hay oportunidad de ampliar la variedad del material televisivo de T.V. USAC nacional con esta campaña?

SI NO

2. ¿Cómo calificaría Ud. el concepto de esta campaña?

Bueno Malo Regular

3. Indique qué considera Ud. que se le está solicitando con esta campaña:

Audiovisual de carácter publicitario Audiovisual con tema libre Audiovisual promocional

4. Cree Ud. que la campaña de espectación despierta la curiosidad de los estudiantes con carreras afines a la comunicación?

SI NO

5. Alguna vez ha realizado un audiovisual para su transmisión por T. V.?

SI NO

6. Participaría Ud. en esta actividad con su mejor proyecto?

SI NO

7. Con qué frecuencia navega en internet?

Siempre A veces Nunca

8. Tiene Ud. correo electrónico?

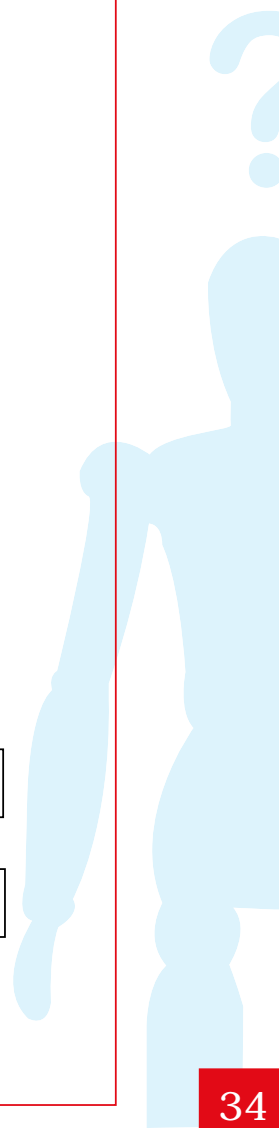
SI NO

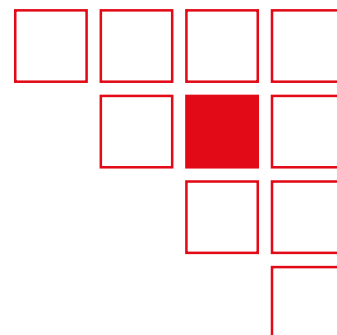
9. Indique los programas que domina:

10. En qué area del diseño tiene Ud. más interés?

11. Califique según su criterio la campaña para la actividad en T.V. USAC:

Muy buena Buena Regular





5.1.4 Resultados

1. ¿ Cree Ud. que hay oportunidad de ampliar la variedad del material televisivo de T.V. USAC nacional con esta campaña?

SI NO

2. ¿Cómo calificaría Ud. el concepto de esta campaña?

Bueno Malo Regular

3. Indique qué considera Ud. que se le está solicitando con esta campaña:

Audiovisual de carácter publicitario Audiovisual con tema libre Audiovisual promocional

4. Cree Ud. que la campaña de espectación despierta la curiosidad de los estudiantes con carreras afines a la comunicación.

SI NO

5. Alguna vez ha realizado un audiovisual para su transmisión por T. V.?

SI NO

6. Participaría Ud. en esta actividad con su mejor proyecto?

SI NO

7. Con qué frecuencia navega en internet?

Siempre A veces Nunca

8. Tiene Ud. correo electrónico?

SI NO

9. Indique los programas que domina:

Freehand 25 Photoshop 25 otros 25

10. En qué área del diseño tiene Ud. más interés?

Publicidad 13 Multimedia 12

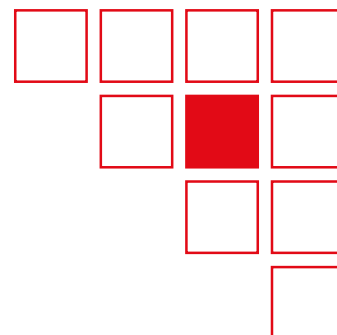
11. Califique según su criterio la campaña para la actividad en T.V. USAC:

Muy buena Buena Regular

5.1.5 Interpretación de resultados

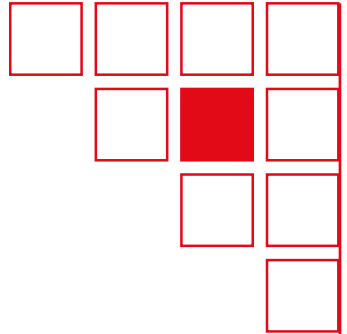
Con los resultados obtenidos de la muestra se concluye lo siguiente:

- El 92% considera que hay oportunidad de mejorar el material televisivo de TVUSAC.
- El 88% de la muestra considera que el concepto de campaña es buena.
- El 100% de los encuestados comprenden el objetivo de la campaña.
- El 80% cree que la campaña de expectación despierta el interés en el grupo objetivo.
- El 100% de los encuestados nunca ha realizado un proyecto audiovisual, para ser transmitido en televisión.
- El 92% estaría dispuesto a aportar material televisivo para TVUSAC.
- El 8% de los encuestados no utilizan el servicio de internet.
- El 80% de los encuestados posee correo electrónico.
- El 76% de los encuestados consideró “muy buena” la campaña realizada para TVUSAC.



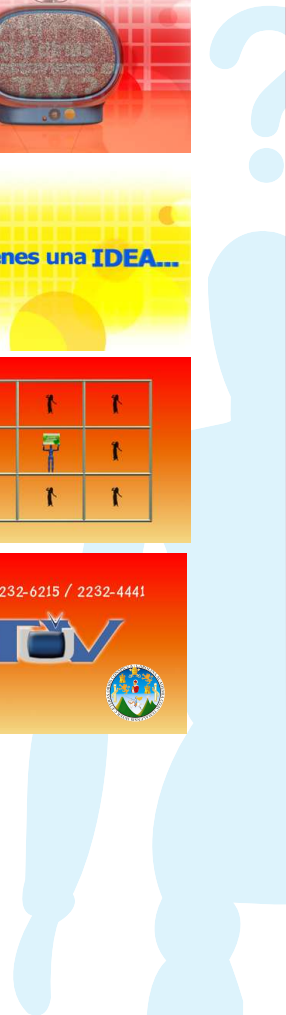
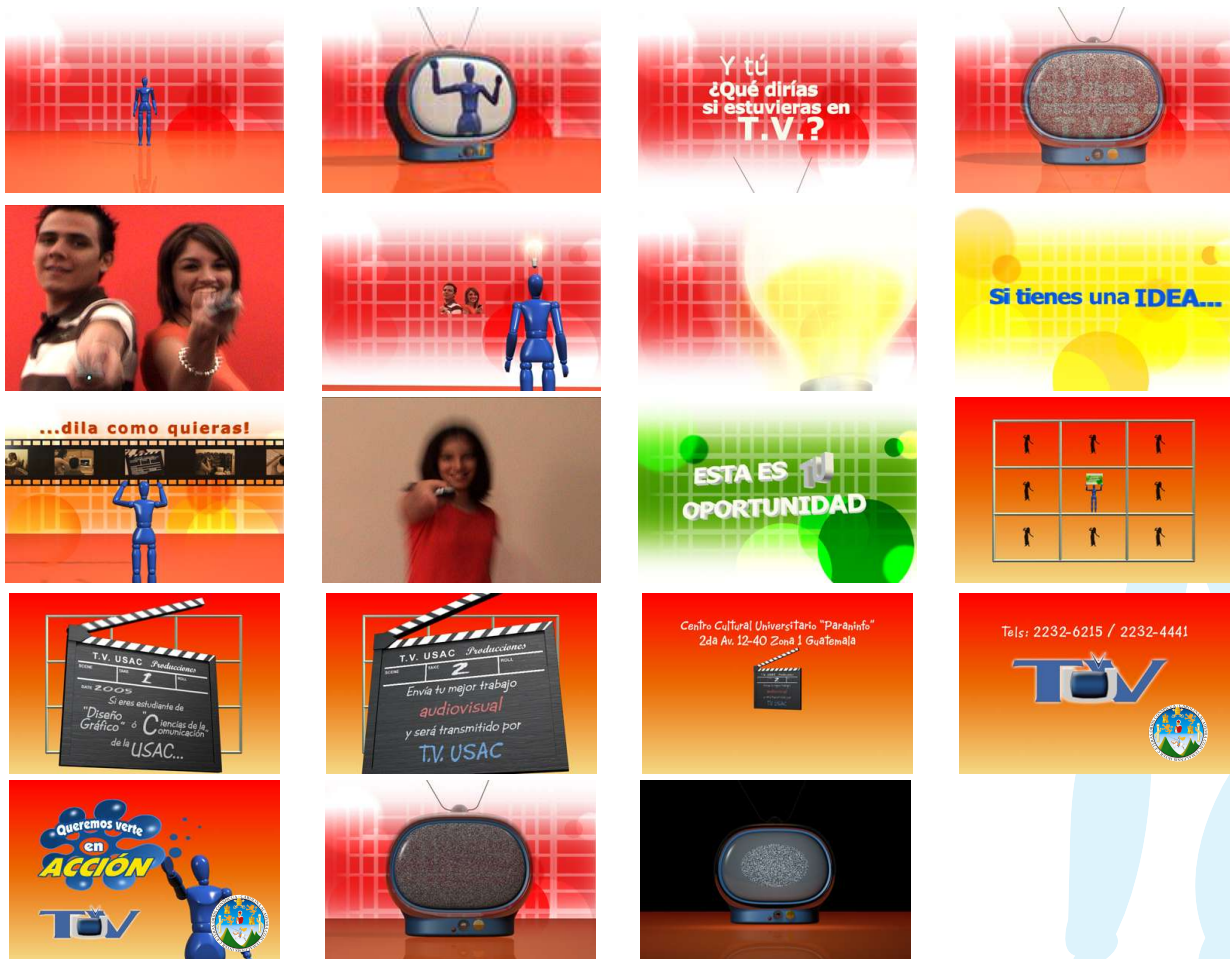


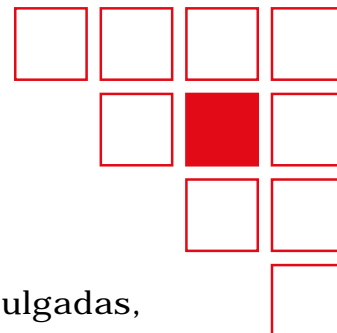
• 5.2 Propuesta gráfica final y fundamentación



5.2.1 Propuesta gráfica final

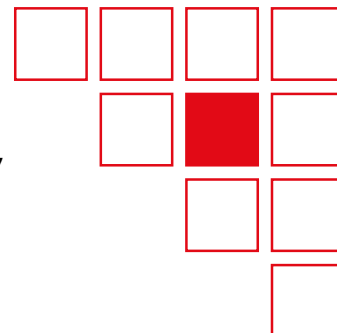
5.2.1.1 Proyecto A: Spot publicitario de 1.20 minutos, NTSC, 720 X 480 pixels.





5.2.1.2 Proyecto C1: Afiches de espectación, 11 x 17 pulgadas, full color.





5.2.1.3 Proyecto C2: Afiches de revelación, 11 x 17 pulgadas, full color.

Y tú... ¿Qué harías para estar en T.V.???



T.V. USAC

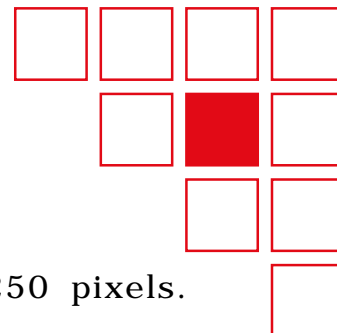
Te invita a que envíes tu mejor trabajo audiovisual. Los videos más creativos serán seleccionados para que puedan ser transmitidos por el canal.

Queremos verte en ACCIÓN

Información
Para saber como enviar tu material comunícate al:
2331-0904
2334-6064

Centro Cultural Universitario "Paraninfo"
2da. Ave. 12-40, zona 1





5.2.1.4 Proyecto C3: Correo electrónico de 400 x 250 pixels.



5.2.2 Fundamentación

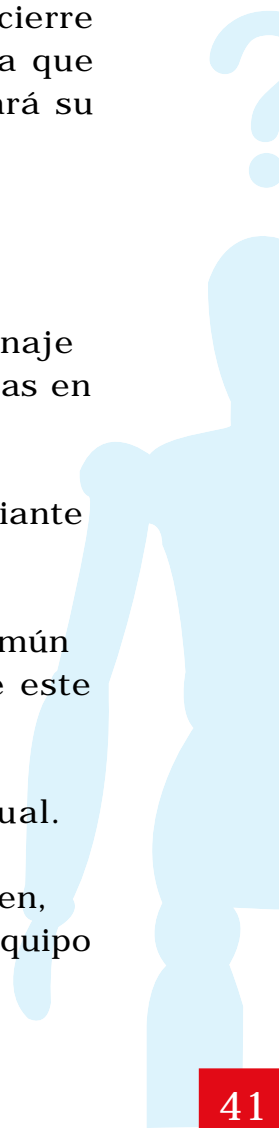
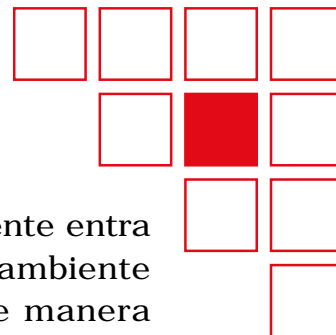
5.2.2.1 Concepto general

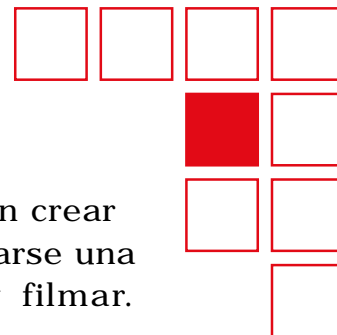
Básicamente el spot presenta un personaje que repentinamente entra a un estudio de televisión. Dentro de ella se encuentra un ambiente colorido en donde este personaje piensa en una idea y de manera creativa trata de lanzar un mensaje con ella. Una secuencia de titulares en movimiento, refuerzan el mensaje central del spot “Si tienes una idea, dila como quieras, esta es tu oportunidad”.

El ambiente que se maneja utiliza mucho contraste para mayor atractivo visual. Finalmente, el personaje lanza la frase de cierre “queremos verte en acción” con esta se reta al estudiante a que envíe su mejor material audiovisual, pues con él representará su habilidad creativa.

5.2.2.1 Elementos

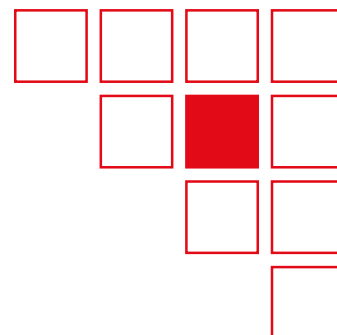
- **Dummie:** El dummie representa al creativo y es el personaje principal del spot. Representa al creador de las ideas expuestas en un audiovisual.
- **T.V.:** La televisión representa el medio por el cual el estudiante comprobará su creatividad.
- **Bombilla:** Representa la idea del creativo. Este símbolo es común y muy bien conocido por el diseñador gráfico. Por medio de este recurso se refuerza la frase “Si tienes una idea...”
- **Cinta filmica:** Hace referencia a un proyecto audiovisual.
- **Steels o fotografías:** Demuestran con claro ejemplo de imagen, como se puede llevar a cabo un audiovisual para T.V. con el equipo mínimo de filmación.

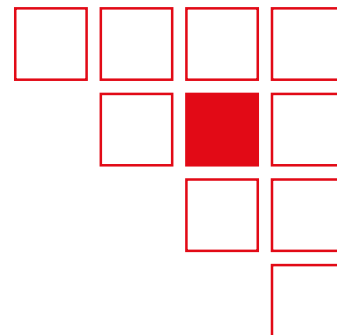




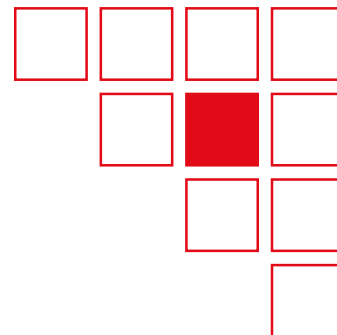
- **Siluetas:** Representan las diversas situaciones que se pueden crear en una filmación. Baile, canto, actuación, locución, etc. Para darse una idea de todas las alternativas que se pueden realizar y filmar.
- **Claquetas:** En ellas se expone la razón de la dinámica, y explica de qué se trata y cómo será transmitido el material que se está solicitando. La función real de las claquetas en una filmación, es similar ya que en la realidad las claquetas contienen información que con estas especificaciones dividen las escenas para facilitar la edición.
- **Información:** Obligadamente debe incluirse la información que oriente al estudiante al lugar donde deben dirigirse o comunicarse para su participación.
- **Logo T.V. USAC:** Es el mandatorio representante del canal, su aparición en el spot es obligatoria.
- **Icono con frase de cierre:** Pone fin al spot. Se empleó para reafirmar que se trata de una actividad que pone a prueba el talento creativo del diseñador o comunicador.
- **Fondos:** Se utilizó colores primarios porque se trata de una actividad dinámica y el grupo objetivo en su mayoría son jóvenes. El ritmo de las animaciones amerita resaltar las imágenes con colores que llamen la atención.
- **Titulares:** Se utilizaron fuentes sencillas sin serif, de colores sólidos, altas y bajas.

- **Color e imagen:** Los colores que se utilizaron fueron escogidos por contraste según el fondo en el que aparecen en la animación (si es fondo amarillo, el texto será azul, etc.)
- **Justificación:** Se utilizó fuentes de fácil lectura por que se integran de forma animada. La fuente que se utilizó para la información, se acopla a la imagen juvenil guardando una línea informal y sencilla.





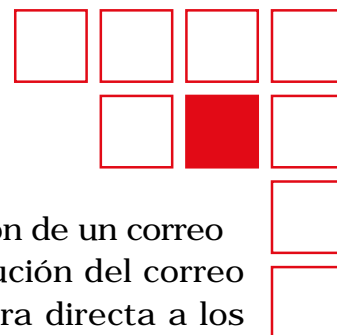
- El Canal Universitario está en toda la disposición de colaborar con los estudiantes y promover su participación en proyectos ha realizarse.
- T.V. USAC necesita realizar actividades que impulsen el talento de los alumnos de la Universidad de San Carlos, para que de esta manera el alumno genere material creativo que pueda ser tranmitido por el canal y a su vez que los estudiantes estén pendientes de estas actividades y aumente la sintonía.
- Acorde a los resultados obtenidos, los estudiante son capaces de participar en actividades que pongan a prueba su creatividad.
- El Canal Universitario necesita medios alternos a la televisión para darse a conocer, como correo electrónico y afiches entre otros. La mayoría de los estudiantes de Diseño Gráfico y Ciencias de la Comunicación tienen los conocimientos fundamentales para realizar material audiovisual de calidad, que pueda ser utilizado en la programación del canal universitario T.V. USAC.
- T.V. USAC cubrió el costo de impresión de los 4 afiches.



- Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta

Proyecto A: Spot Publicitario de un minuto de duración, en formato NTSC a 30 cuadros por segundo. El cual contiene animación 2D y 3D, tomas realizadas en el Canal universitario y área de producción de la agencia de publicidad Ogilvy de Centro América. La información será según los datos del canal T. V. USAC (dirección, teléfonos, fax, horarios, etc.); información acerca de la dinamica de la actividad a realizar y sus requisitos de participación.

Proyecto A: T.V. USAC transmitirá el spot en su programación diaria, con una frecuencia de 8 transmisiones diarias en horario regular, a partir de noviembre del año 2005, con una duración de 12 meses. Debido a que TVUSAC, es un medio no lucrativo y forma parte de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la transmisión del spot publicitario, no representará costo alguno.

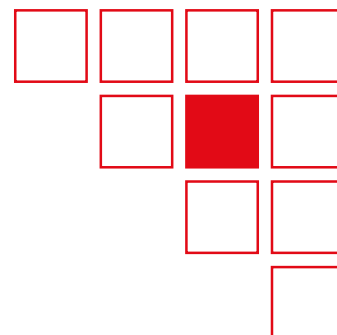


Proyecto C1: Elaboración de un correo electrónico en archivo .swf, de 550 x 250 pixels, full color, animación 2D, con datos generales (dirección, teléfonos, etc.) del Canal Universitario. Estará dirigido a los estudiantes de Diseño Gráfico y de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos. Se manejará el mismo concepto e imagen de la campaña. Únicamente se agregará una invitación adicional para estar pendientes de la sintonía de T.V. USAC.

Proyecto C1: Elaboración de un correo electrónico: La distribución del correo electrónico será manera directa a los estudiantes de Diseño Gráfico y Ciencias de la Comunicación según base de datos de la Universidad de San Carlos, proporcionados por AEDG. Se colocará en la página web de la Facultad de Arquitectura y el programa de Diseño Grafico. Con la información básica además de ser enviado a los bancos de datos de cada Facultad (Diseño Gráfico y Ciencias de la Comunicación). La publicación de este correo iniciará a partir de noviembre del 2005. La elaboración de este correo electrónico no representará costo alguno debido a que sera publicado por internet.

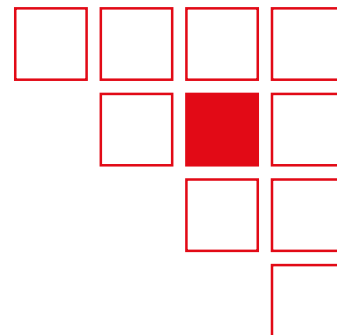
Proyecto C2: Elaboración de afiche. Se lanzará una campaña de espectación en la que con 3 afiches se dará únicamente una pista del resto de la campaña y dejará la incognita de la actividad a realizarse, revelando únicamente el 20% de la información.

Proyecto C2: Afiches de espectación. Los 3 afiches de la campaña de espectación se colocarán dos en Diseño Gráfico y uno en Ciencias de la Comunicación, a partir del 1 de noviembre del 2005, para dar inicio a la campaña de espectación con una duración de una semana. La impresión de estos afiches tendrá un costo de Q.170.00 por cada uno, sumando un total de Q510.00.



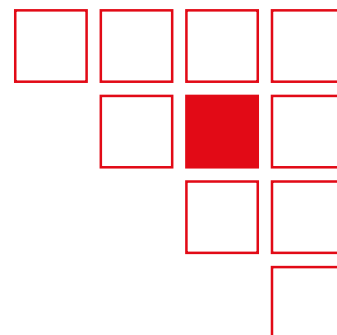
Proyecto C3: Afiche informativo. Este afiche revelará con su campaña la actividad a realizarse en el Canal Universitario T.V. USAC, las bases de la dinámica, los teléfonos, las sugerencias y la invitación a participar. Se mantendrá la línea gráfica iniciada por la campaña de espectación. Se agregará la datos generales que completan la información. Este afiche revelará de igual manera los tres afiches de espectación.

Proyecto C3: Afiche informativo. Será un sólo diseño para 2 afiches que revelaran la campaña y se colocarán uno, en la facultad de Arquitectura y el otro se colocará en Ciencias de la Comunicación. La distribución de estos materiales se iniciará a partir de la segunda semana de noviembre de 2005. La impresión de estos dos afiches será de Q.170.00 por cada uno, sumando un total de Q340.00.



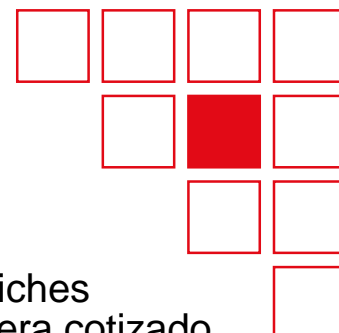
- Bibliografía y fuentes consultadas

1. Revista, COMMUNICATIONS ARTS, Septiembre/Octubre 2001
Volumen 43, Número 5.
2. www.monografias.com
3. www.artesvisuales.com



1. Artes Finales: Archivos listos para ser impresos, publicados, o transmitidos todos los medios de comunicación.
2. Canal: Medio por el cual se transmite un mensaje.
3. Claqueta: Instrumento creado para identificar las escenas de una producción audiovisual, que permiten agilizar la búsqueda de tomas filmadas en el proceso de edición.
4. Diagramación: Ordenamiento por computadora de textos e imágenes en un layout o diseño.
5. Steels: Escena estática extraída de un video.
6. Story line: Documento escrito que contiene la descripción precisa de una producción audiovisual.
7. Spot: Breve audiovisual que se transmite por televisión que envía un mensaje sintetizado.





El costo total del spot publicitario, correo electrónico y afiches publicitarios en conjunto por campaña en caso se le hubiera cotizado a T.V. USAC, habría sido un total de: Q.54,635.00 sin incluir los gastos de reproducción.

AFICHES	Costo de impresión por unidad
Afiche 1	Q.56.00
Afiche 2	Q.56.00
Afiche 3	Q.56.00
Afiche 4	Q.56.00
Afiche 4	Q.56.00
TOTAL	Q.280.00

PRODUCTO	DESCRIPCION	PRECIO
Spot publicitario de un minuto 30 segundos con animaciones en 3D edición, post-producción y audio.	Spot publicitario de un minuto 30 segundos con animaciones en 3D y Video, en formato NTSC 720X480,30 fps.	Q.54,000.00
Elaboración de correo electrónico	Elaboración de correo electrónico en formato GIF animado.	Q 355.00
Elaboración de 4 diseños de afiches publicitarios	4 Afiches publicitarios impresión laser formato 11x17".	Q 280.00
costo sin IVA	TOTAL	Q.

