



**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Creación de un programa de televisión piloto dirigido a jóvenes entre 14 y 27 años de edad
para fomentar principios y valores cristianos.

Canal de Cable R E Visión
Guatemala, Guatemala, 2014

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Anagladys Jerez Argueta

10003100

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, abril 2014

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto

Guatemala 05 de junio de 2013

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

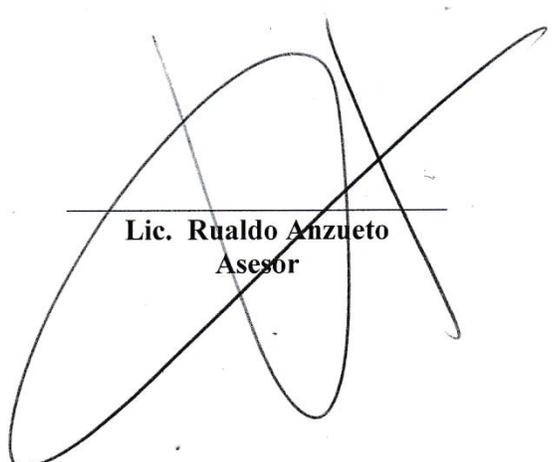
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
CREACIÓN DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN PILOTO DIRIGIDO A JÓVENES ENTRE 14 Y 27 AÑOS DE EDAD PARA FOMENTAR PRINCIPIOS Y VALORES CRISTIANOS. CANAL DE CABLE R E VISIÓN, GUATEMALA, GUATEMALA 2014. Así mismo solicito que el Lic. Rualdo Anzueto, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Anagladys Jerez Argueta
10003100



Lic. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

**Señorita
Anagladys Jeréz Argueta
Presente**

Estimada Señorita Jeréz:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **CREACIÓN DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN PILOTO DIRIGIDO A JÓVENES ENTRE 14 Y 27 AÑOS DE EDAD PARA FOMENTAR PRINCIPIOS Y VALORES CRISTIANOS. CANAL DE CABLE R E VISIÓN, GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Así mismo, se aprueba al Lic. Rualdo Anzueto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación**



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2014

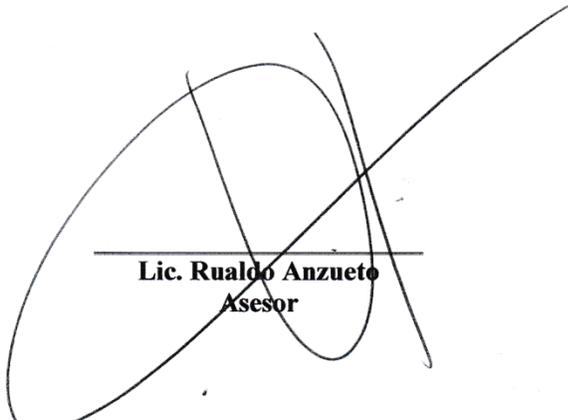
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

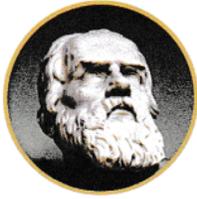
Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **CREACIÓN DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN PILOTO DIRIGIDO A JÓVENES ENTRE 14 Y 27 AÑOS DE EDAD PARA FOMENTAR PRINCIPIOS Y VALORES CRISTIANOS. CANAL DE CABLE R E VISIÓN, GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: Anagladys Jeréz Argueta, con número de carné: 10003100, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Lic. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 10 de octubre de 2014

**Señorita
Anagladys Jeréz Argueta
Presente**

Estimada Señorita Jeréz:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 20 de febrero de 2015.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **CREACIÓN DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN PILOTO DIRIGIDO A JÓVENES ENTRE 14 Y 27 AÑOS DE EDAD PARA FOMENTAR PRINCIPIOS Y VALORES CRISTIANOS. CANAL DE CABLE R E VISIÓN, GUATEMALA, GUATEMALA 2014**, de la estudiante Anagladys Jeréz Argueta, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 05 de marzo de 2015

**Señorita
Anagladys Jeréz Argueta
Presente**

Estimada Señorita Jeréz:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **CREACIÓN DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN PILOTO DIRIGIDO A JÓVENES ENTRE 14 Y 27 AÑOS DE EDAD PARA FOMENTAR PRINCIPIOS Y VALORES CRISTIANOS. CANAL DE CABLE R E VISIÓN, GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: Anagladys Jeréz Argueta, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Dedicada a Dios Padre, Hijo y Espíritu Santo por su ayuda, bendición e inspiración en todo momento de mi carrera, especialmente en la elaboración de este proyecto.

A mis padres, por su amor y apoyo, así como por el esfuerzo al ayudarme a realizar mis metas y mis sueños durante todos mis años de estudio.

Resumen

El canal de televisión R.E. visión no cuenta con un programa de televisión dirigido a jóvenes ente 14 a 27 años de edad, para fomentar principios y valores cristianos.

Se planteó el siguiente objetivo:

Crear un programa de televisión piloto "Generación con Visión" dirigido a jóvenes entre 14 a 27 años de edad, para fomentar principios y valores cristianos. Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por jóvenes de 14 a 27 años y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue crear un programa piloto que puede llegar a ser implementado en el canal RE Visión, que abriría puertas de oportunidades para muchas personas, no solamente laborales sino que también de desarrollo empresarial, económico, cultural y educativo.

También puede ser abierto a todo tipo de profesionales para compartir sus enseñanzas y consejos a un público objetivo que está en etapa de aprendizaje y formación para la vida.

Con esta idea, se propone producir un programa de televisión piloto para que sirva de incentivo a muchos profesionales del diseño y la comunicación, abriendo puertas de oportunidades para los involucrados en el proyecto y también a otro tipo de profesionales tales como médicos, cirujanos, sicólogos, industriales, abogados, ingenieros, y muchos más que se seguirán adjuntando al proyecto para llegar a tocar y afectar las mentes jóvenes que necesitan ser orientados por el buen camino.

Así como incluir personas que inviertan en la juventud a través de patrocinios para el programa presentado.

Se ha logrado realizar un trabajo de primera calidad con todos los propósitos planteados desde el principio que, poco a poco, se fueron consiguiendo a través de trabajo y esfuerzo.

Además, se ha presentado un producto intangible que satisface la necesidad de llevar orientación, enseñanza y buenos ejemplos a la juventud, mostrándoles las posibilidades y oportunidades que Dios, la vida y este programa les ofrecen a través de un trabajo en conjunto.

Se ha realizado también una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo conformado por personas jóvenes entre 14 y 27 años, entre los que hay diferentes niveles de estudios y formación económica y cultural. Así como también profesionales de la comunicación y el diseño para reforzar y evaluar el proyecto.

El resultado obtenido fue una producción profesional, con dos jóvenes presentadores que llevan hasta los hogares del grupo objetivo un programa de televisión único en su género, con principios y valores cristianos.

Al momento de que este programa sea implementado, se tendrá la oportunidad de alcanzar a una buena parte de la juventud para transmitirle nuevas ideas, posibles profesiones para que estudien, nuevos deportes y ocupar su tiempo en algo que les ayudará en su vida futura y a agradar a Dios con sus actos.

Se recomienda no dejar al tiempo esta propuesta, ya que es urgente para la sociedad guatemalteca el rescate de cada joven que se encuentra perdido en un mundo de mala información, aunque lleno de tecnología, pero sin mucha orientación para que cada uno sepa lo que es bueno y es malo.

Se presenta en este proyecto toda la elaboración de la propuesta del programa de televisión juvenil “Generación con Visión”, para que se convierta en una realidad práctica y posible.

Para efectos legales

Únicamente la autora es responsable del contenido de este proyecto.

ÍNDICE

	Página
Resumen.....	ix
Capítulo I:	1
1.1 Introducción.....	1
Capítulo II: Problemática.....	2
2.1 Contexto.....	2
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	3
2.3 Justificación.....	3
2.3.1 Magnitud.....	4
2.3.2 Vulnerabilidad.....	4
2.3.3 Trascendencia.	5
2.3.4 Factibilidad.....	5
Capítulo III: Objetivos de diseño.....	7
3.1. Objetivo general.....	7
3.2. Objetivos específicos.....	7
3.2.1 Investigar a través de libros de texto y sitios web.....	7
3.2.2 Recopilar información.....	7
3.2.3 Definir los segmentos	7
3.2.4 Diseñar los cintillos y cortinas.....	7
Capítulo IV: Marco de referencia.....	8
4.1 Información general del cliente.....	8
4.1.2 Historia.....	8

4.1.3 Visión.....	8
4.1.4 Misión.....	8
4.2 Organigrama de la empresa.....	9
FODA.....	10
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	11
5.1 Perfil geográfico.....	11
5.2 Perfil demográfico.....	12
5.3 Perfil Psicográfico.....	13
5.4 Perfil Conductual.....	14
Capítulo VI: Marco Teórico.....	15
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	15
6.1.1 Biblia.....	15
6.1.2 Valores.....	15
6.1.3 Moral.....	15
6.1.4 Espiritual.....	15
6.1.5 Juventud.....	15
6.1.6 Televisión.....	16
6.1.7 Televisión por cable.....	16
6.1.8 Programa de televisión.....	16
6.1.9 Programa piloto para televisión.....	16
6.1.10 Programación.....	16
6.1.11 Iberoamérica.....	16
6.1.12 Cuerpo de Cristo.....	17
6.1.13 Fomentar.....	17

6.1.14 Religiones en Guatemala.....	17
6.1.15 Religión Evangélica.....	18
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	18
6.2.1 La Comunicación.....	18
6.2.1.1 Elementos de la comunicación.....	18
6.2.1.2 Esquema de la comunicación.....	19
6.2.1.3 Ruido y Redundancia.....	20
6.2.1.4 Autores de la Comunicación.....	20
6.2.1.5 Tipos de comunicación.....	22
6.2.1.6 Géneros Periodísticos.....	58
6.2.2 El Diseño.....	60
6.2.2.1 El Diseñador Gráfico.....	60
6.2.2.2 Historia del Diseño Gráfico.....	61
6.2.2.3 Clasificaciones del Diseño Gráfico.....	62
6.3. Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	63
6.3.1. Ciencias auxiliares.....	63
6.3.2 Artes.....	70
6.3.3 Teorías.....	72
6.3.4 Tendencias.....	74
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.....	75
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	75
7.1.1 Ciencias auxiliares.....	75
7.1.2 Arte.....	79
7.1.3 Teorías.....	80

7.1.4 Tendencias.....	80
7.2 Conceptualización:.....	81
7.2.1 Método: Mapa Mental.....	81
7.2.2 Definición del Concepto.....	83
7.3 Bocetaje.....	83
7.3.1 Composición.....	84
7.3.2 Estilo.....	84
7.3.3 Colores.....	84
7.3.4 Tipografía.....	84
7.3.5 Elementos.....	84
7.3.6 Propuesta segundo nivel de Bocetaje.....	86
7.3.7 Propuesta Preliminar.....	108
Capítulo VIII: Validación técnica.....	130
8.1 Población y muestreo.....	130
8.2 Método e Instrumentos.....	131
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	138
8.4 Cambios en base a los resultados.....	138
Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....	139
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.....	141
10.1 Plan de costos de elaboración.....	141
10.2 Plan de costos de producción.....	142
10.3 Plan de costos de reproducción.....	143
10.4 Plan de costos de distribución.....	143
10.5 Cuadro resumen general de costos.....	143

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.....	144
11.1 Conclusiones.....	144
11.2 Recomendaciones.....	145
Capítulo XII: Conocimiento general.....	147
Capítulo XIII: Referencias.....	148
Capítulo XIV: Anexos.....	150
14.1 Herramienta para validación Técnica.....	150
14.2 Fotografías validación por expertos.....	152

CAPITULO I
INTRUDUCCIÓN

Capítulo I:

1.1 Introducción

El presente proyecto de graduación consiste en un programa piloto de televisión dirigido a jóvenes denominado “Generación con Visión”, el que se estará presentando en su segunda temporada, ya que la primera temporada muy diferente en el sentido de su estética, probablemente muy rudimentario, poco rentable y sin los conocimientos profesionales que se necesitan para la producción de un programa de televisión.

El presente proyecto lanzará la segunda temporada totalmente nueva. Innovadora, impactante, especial y diferente a cualquier programa de telerevista. Diferente también totalmente a todos los programas juveniles que hemos estado acostumbrados a ver en el mundo de la televisión. Se espera con este proyecto impactar especialmente los corazones de los jóvenes de diferentes edades.

Se reunirán en un solo programa varios segmentos de interés para todos en los que recibirán enseñanzas de temas diferentes enfocados a rescatar a la juventud de las ideas vanas.

Se incluirán segmentos como el proverbio del día, basado en la meditación de un pequeño pasaje tomado de la Biblia. Un segmento llamado “De Tour” en el que se presentarán lugares atractivos combinados con deportes que pueden realizar los jóvenes, con información para que busquen la manera de participar en ellos. Otro segmento con opiniones de los jóvenes, entrevistas en diferentes lugares en donde se encuentran los muchachos y muchachas relacionados con el tema del programa.

CAPITULO II
PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

Guatemala es un país con el 70% de jóvenes. Los principios y los valores humanos se han perdido y aunque hay gente tratando de hacer la diferencia, la realidad es que la enseñanza de persona a persona se queda muy corta para los millones de jóvenes guatemaltecos que están esperando recibir ayuda para cambiar su situación. Hoy en día se tiene acceso a más de 100 canales de televisión en los que los jóvenes pueden ver videos musicales, películas, reality shows, documentales, telenovelas, noticias y pornografía. Muchas opciones pero finalmente ninguna de ellas creada con el propósito de aportar un mensaje positivo u ofrecer una solución a los problemas actuales.

2.1 Contexto.

El 9 de abril del año 2009 nace el canal de televisión por cable RE visión, con la intención de llevar el mensaje cristiano a todo el país por iniciativa de un grupo internacional liderado por el señor Marco Tulio Noriega Reyes, con sede en Austin, Texas, Estados Unidos. Se realiza un análisis previo de mercado, y se determina que Guatemala es el país indicado para iniciar el proyecto televisivo.

R. E. visión no produce programas propios del canal, debido a que la empresa es relativamente nueva y ha tenido que optimizarse en cuanto a cobertura, transmisión, equipo, personal y todos los factores que el televidente demanda. Siempre ha tenido la intención de hacerlo y muchos han dado propuestas, pero no ha habido nadie que se haya atrevido a producir un programa por el nivel de dificultad que esto representa.

En la actualidad el canal ya cuenta con los suficientes recursos para desarrollar una producción televisiva profesional. La empresa está muy interesada en invertir en un programa de edificación juvenil que no solamente sea capaz de llamar y retener la atención de su grupo objetivo, sino que también logre ser rentable y obtener patrocinio de empresas fuertes y así desarrollarse cada vez más.

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

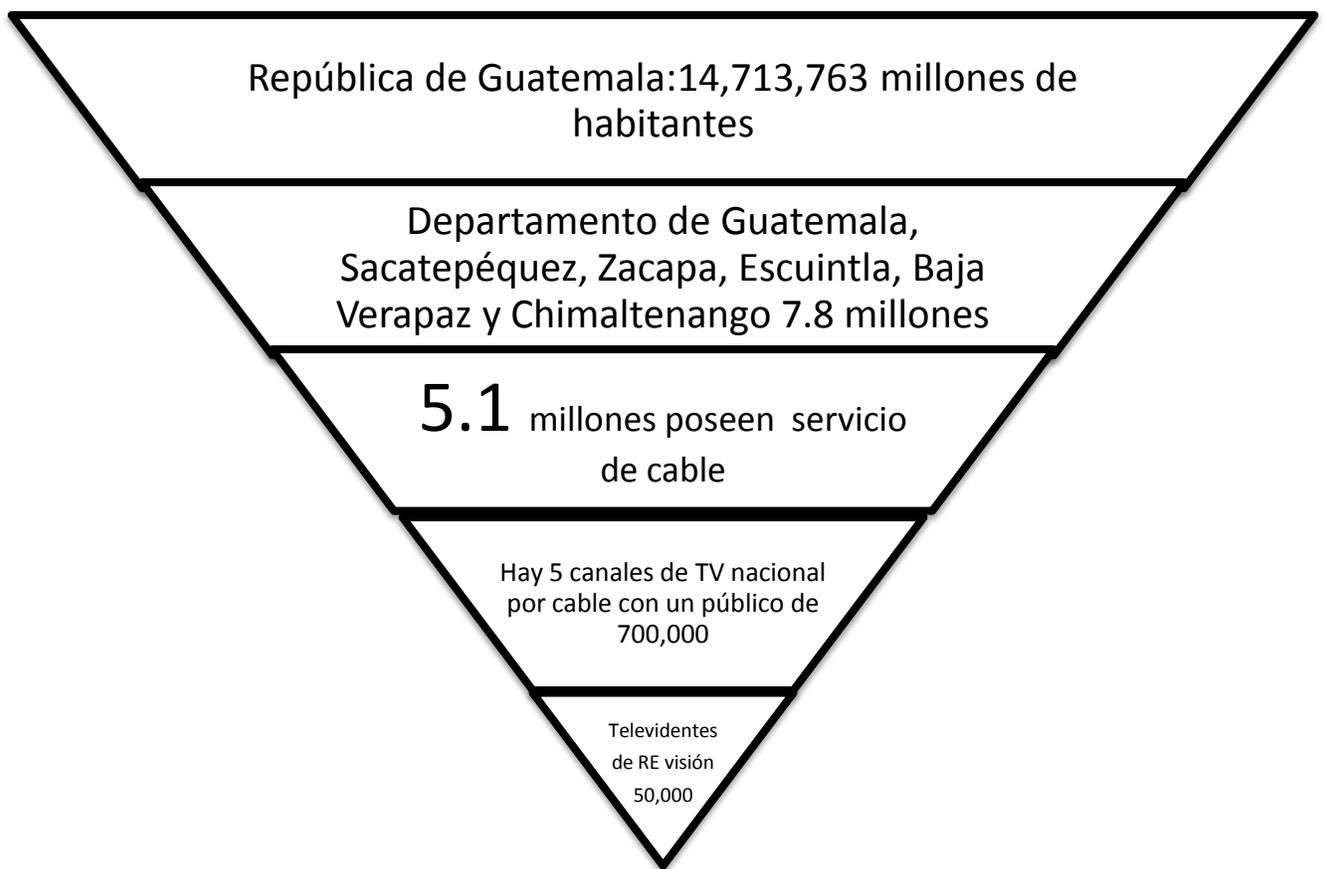
Canal de cable R.E. visión no cuenta con un programa de televisión piloto dirigido a jóvenes ente 14 a 27 años de edad, para fomentar principios y valores humanos y cristianos.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador y comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: magnitud, trascendencia, vulnerabilidad y factibilidad.

2.3.1 Magnitud

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas Guatemala C.A (INE) para el año 2011, el país de Guatemala tiene una población estimada de 14, 713,763 millones de hombres y mujeres, siendo el departamento de Guatemala el más alto en con un estimado, de 2, 541,581 de habitantes.



2.3.2 Vulnerabilidad

Al ver la televisión en general no hay un programa que de verdad haga un cambio importante en la juventud actual. Solamente se enfocan en llevarles hasta sus hogares los videos musicales “del momento” sin preocuparse del contenido de esas canciones a través de la letra especialmente. Existe gran necesidad de llevarles un

mensaje que cambie las mentes de los jóvenes al buscar un rescate de los que se están perdiendo en malos consejos o mala información, pues la ignorancia ha sido un factor determinante en la juventud que no alcanza grandes logros en la vida.

RE visión no ha podido producir un programa de televisión juvenil de alto nivel por medio del que pueda aumentar su audiencia y sea comercialmente atractivo de modo que le permita generar recursos para sostenerse económicamente.

2.3.3 Trascendencia

Un programa de televisión que enseñe principios y valores humanos y cristianos, dirigido a jóvenes y transmitido por un medio masivo, sería la forma más rápida de llegar a miles de personas, motivarlos a cambiar la mala conducta con base Bíblica y mostrando soluciones reales a problemas actuales. Animándolos a vivir una vida sana y a encontrar su propósito en ella.

2.3.4 Factibilidad

Esto sí es factible, ya que contamos con todos los elementos necesarios para la elaboración de todo el plan para llevar a cabo este programa de televisión.

2.3.4.1 Recursos Humanos

R.E. visión cuenta con el equipo humano suficiente y capacitado en sus diferentes áreas, con conocimiento, experiencia y habilidades para producir un programa de televisión.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales

El Director General del canal R.E. visión da órdenes a todos los colaboradores de la empresa de que brinden toda la información que sea requerida para la realización de este proyecto y al mismo tiempo contribuyan con este en todo lo que sea necesario, mostrando la mejor actitud.

2.3.4.3 Recursos Económicos

R.E. visión cuenta actualmente con los recursos necesarios, lo que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos

El canal R.E. visión cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación.

CAPITULO III
OBJETIVOS DE DISEÑO

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1. Objetivo general

Crear un programa de televisión piloto dirigido a jóvenes entre 14 y 27 años de edad para fomentar principios y valores cristianos, a través del canal de cable RE Visión

3.2. Objetivos específicos

3.2.1 Investigar a través de libros de texto y sitios web todos los términos y conceptos necesarios en la toma de decisiones para el desarrollo de programas de televisión para jóvenes.

3.2.2 Recopilar información, fotografías y materiales audiovisuales a través de entrevistas, visitas a personalidades importantes, opiniones de jóvenes, maestros y padres de familia, para ser incluidas en el programa piloto de Generación con Visión.

3.2.3 Definir los segmentos del programa y sus respectivos nombres, para que el televidente pueda identificarlos rápidamente.

3.2.4 Diseñar los cintillos y cortinas que van a servir para identificar distintos elementos y segmentos del programa Generación con Visión.

CAPITULO IV
MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

4.1.2 Historia

R E Visión es el canal de televisión por cable que opera en el departamento de Guatemala, Sacatepéquez, Chimaltenango, Baja Verapaz y Zacapa. Está al aire desde el año 2008. Con una programación las 24 horas del día los 365 días del año.

4.1.3 Visión

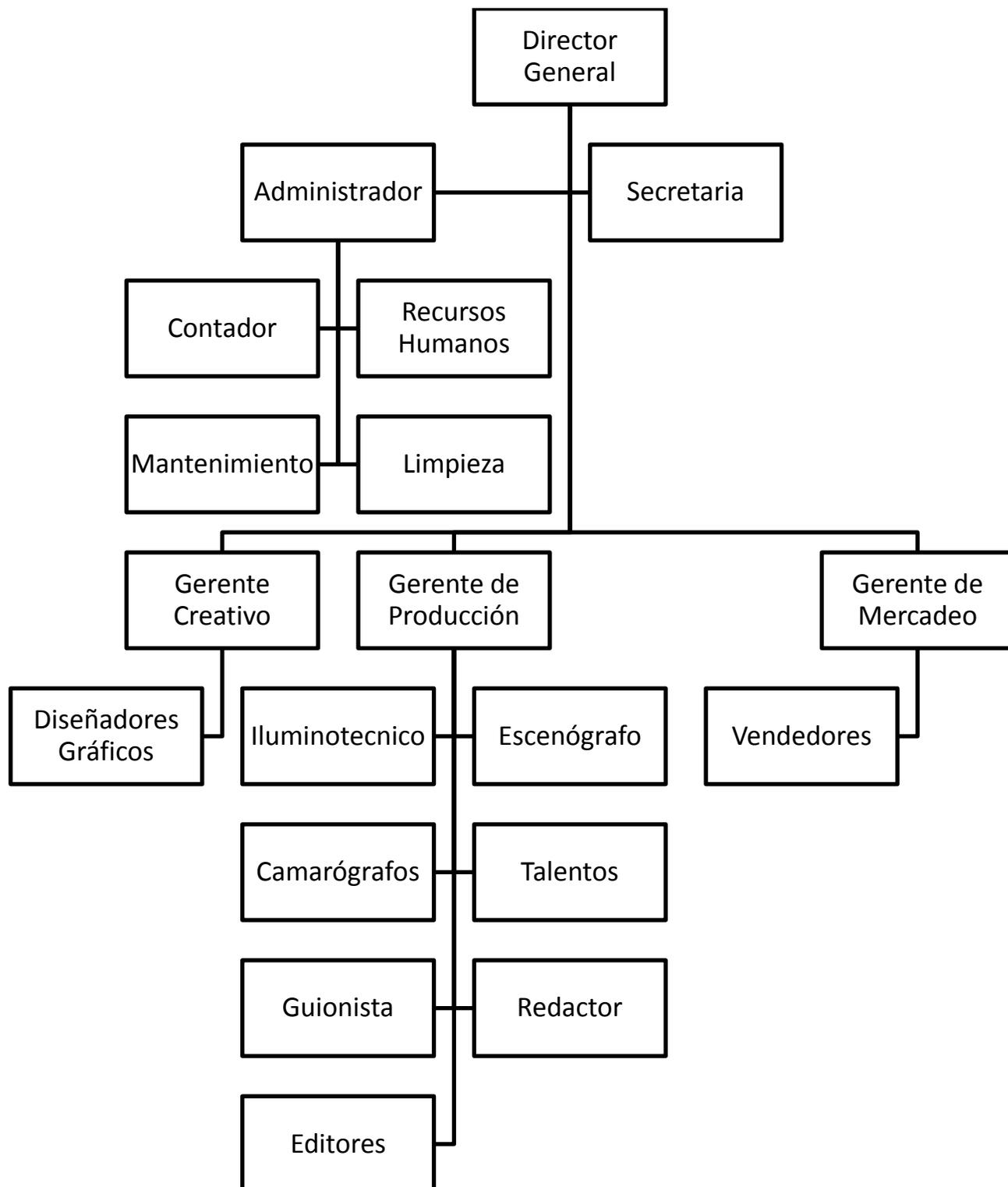
Ser el canal de televisión que lleve la Palabra de Dios a toda Iberoamérica a través de una señal satelital, siendo una plataforma para la edificación del cuerpo de Cristo.

4.1.4 Misión

Trabajar cada día en equipo con los valores y principios morales y espirituales, perfectos en unidad, para dar a conocer al mundo el propósito eterno de Dios.



Organigrama de la empresa



FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Es el único canal de televisión cristiana que no pide dinero.• Es el único canal de televisión cristiana que está autorizado para ofrecer espacios publicitarios legalmente.	<ul style="list-style-type: none">• No llega a todo el país.• No cuenta con suficiente personal.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Se está trabajando para sacar una señal digital.• Puede llegar pronto a cubrir toda la República.	<ul style="list-style-type: none">• La incrementación de costos de parte de los cables.• Algún fallo en el servicio de luz que interrumpa la programación.

CAPITULO V
DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

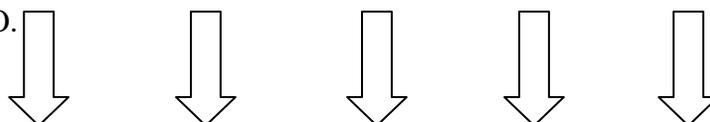
Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico

Personas que viven en la ciudad capital y en todo el departamento de Guatemala y sus 17 municipios, también en el departamento de Chimaltenango, Sacatepéquez, Zacapa, Escuintla, Baja Verapaz y Suchitepéquez. Todo esto reúne un aproximado de 6.4 millones de habitantes.

5.2 Perfil demográfico

El nivel socio económico va desde el nivel B hasta el nivel D, según tabla de niveles socio económico 2009/Multivex con un nivel educativo básico, para hombres y mujeres de 15 a 30 años, solteros. Esto en base a que los televidentes de ese canal son personas ubicadas entre estos rangos. Estamos tomando en cuenta a los hijos jóvenes y adolescentes de las familias ya evaluadas en este G.O.



CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
INGRESO MENSUAL	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q1.4 mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehiculos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor
OTRAS PROPIEDADES	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias				
PERSONAL DE SERVICIOS	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual		
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
POSESIONES	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo	
BIENES DE COMODIDAD	3 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadoras/miembro, internet porton eléctrico, todos los electrodomesticos	2 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomesticos básicos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
DIVERSIÓN	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

5.3 Perfil Psicográfico

El grupo objetivo son personas cristianas que buscan, en un canal cristiano, algo nuevo y diferente pero a la vez que no se salga de lo que saben y creen con relación a un solo Dios y un solo mediador entre Dios y los hombres que es Jesucristo hecho hombre, en base a Jesús como Dios y parte de una trinidad, viene la enseñanza principal. Personas que les gusta ver televisión, que tienen tiempo libre, gente relajada y sin preocupaciones.

- Que creen que la Biblia contiene la palabra de Dios, inspirada por el Espíritu Santo y escrita por hombres de diversas épocas, posiciones sociales e intelectuales, y ha sido reunida en los 66 libros desde el Génesis hasta el Apocalipsis, creen que es la guía de fe y conducta cristiana a seguir. Entienden que la Biblia no contiene todo el pensamiento de Dios, pero que es lo básico que el hombre necesita en esta época, iluminando el conocimiento para la salvación y purificación de la vida, creen que contiene la realidad de la historia humana, así como la declaración profética de los acontecimientos futuros.
- Creen en la existencia de un Dios único, manifestado en tres personas, Padre, Hijo y Espíritu Santo, tres personas eternas e iguales en todo, de la misma sustancia, pero distintas en la subsistencia.
- Creen que la salvación es otorgada por gracia, sobre la base de la fe.
- Creen que la palabra de fe que predicán es creer con el corazón y confesar con la boca.
- Creen que la salvación no se pierde, mientras se mantenga la fe inicial que dio origen a su seguridad de salvación.
- Creen que las personas que no creen en el hijo de Dios, ya han sido condenadas por no creer.

- Creen en el bautismo de agua como una ordenanza de Jesucristo, y que debe ser realizado inmediatamente después de haber creído de todo corazón.
- Creen que el bautismo debe ser por inmersión total, figurando una sepultura.
- Creen que en el bautismo son sepultados juntamente con Cristo para muerte, a fin de que como Cristo resucitó de los muertos, por la gloria del Padre, así también ellos andan en vida nueva.
- Creen en el Bautismo con el Espíritu Santo con la señal de hablar en otras lenguas.
- Creen que el bautismo en el Espíritu Santo es dado sobre la base de creer y pedirlo por ser una promesa del Padre.
- Creen que no debe haber oveja sin pastor y pastor sin cobertura apostólica.
- Creen que el Señor Jesucristo vendrá personalmente a la tierra por segunda vez, ya sin relación con el pecado, manifestándose literalmente a todo ser viviente.

5.4 Perfil conductual.

Son personas que saben escuchar, que prestan atención y que les gusta recibir consejo, pero también inquietos, les gusta reírse, buscan tener cada vez mas amigos, quieren estar a la moda y al tanto de todo lo que está pasando en el mundo, les gusta auto documentarse y no cargarse con muchas ocupaciones.

CAPITULO VI
MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

6.1.1 Biblia: Es el conjunto de libros canónicos del judaísmo y el cristianismo. La canonicidad de cada libro varía dependiendo de la tradición adoptada. Según las religiones judías y cristiana, transmite la palabra de Dios. La Biblia ha sido traducida a 2303 idiomas.

6.1.2 Valores: Un valor es una cualidad de un sujeto u objeto. Los valores son agregados a las características físicas o psicológicas, tangibles del objeto; es decir, son atribuidos al objeto por un individuo o un grupo social, modificando a partir de esa atribución su comportamiento y actitudes hacia el objeto en cuestión. El valor es una cualidad que confiere a las cosas, hechos o personas una estimación, ya sea positiva o negativa.

6.1.3 Moral: La moral o moralidad son las reglas o normas por las que se rige la conducta o el comportamiento de un ser humano en relación a la sociedad, a si mismo o a todo lo que lo rodea.

6.1.4 Espiritual: Algo que es invisible a la vista humana y que da indicación de fuerza en movimiento.

6.1.5 Juventud: Es la edad que se sitúa entre la infancia y la edad adulta. Según la Organización de las Naciones Unidas de la juventud comprende el rango de edad entre los 10 y los 24 años; abarca la pubertad o adolescencia inicial de 10 a 14 años, la adolescencia media o tardía de 15 a 19 años y la juventud plena de 20 a 24 años.

El término juventud también puede referirse a los primeros tiempos en la existencia de algo, y puede ser sinónimo de energía, vigor y frescura.

6.1.6 Televisión: Es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia que emplea un mecanismo de difusión. La transmisión puede ser efectuada por medio de ondas de radio, por redes de televisión por cable, televisión por satélite o IPTV. El receptor de las señales es el televisor.

6.1.7 Televisión por cable: La televisión por cable o televisión paga, comúnmente llamada video cable, o simplemente cable, es un sistema de servicios de televisión prestado a los consumidores a través de señales de radiofrecuencia que se transmiten a los televisores fijos a través de fibras ópticas o cable coaxial.

6.1.8 Programa de televisión: Es la difusión de emisiones transmitidas periódicamente.

6.1.9 Programa piloto para televisión: Es la primera demostración de una nueva serie. Es el episodio que presenta a los personajes principales, su mundo y lo que es único acerca de ellos y su situación, y qué será lo que hará que el televidente lo quiera sintonizar cada semana. Este es necesario para conseguir que un programa se ponga en marcha.

6.1.10 Programación: La programación es el proceso de diseñar, codificar, depurar o mantener el código fuente de programas computacionales.

6.1.11 Iberoamérica: Es un término formado a partir de las palabras Iberia y América para designar el conjunto de territorios de Europa y América donde se hablan lenguas

ibero romances. Iberoamérica constituye una de las regiones lingüísticas más grandes y culturalmente más cohesionadas del mundo.

Su ámbito no es del todo preciso. El Diccionario panhispánico de dudas define Iberoamérica como la región integrada por las naciones americanas que pertenecieron como colonias a los antiguos imperios Ibéricos español y portugués. Según esta definición, Iberoamérica se refería solo a una región americana. Sin embargo, en la misma entrada, al definir el gentilicio iberoamericano, se señala que en ocasiones, y sólo en ocasiones, puede usarse dicho gentilicio para incluir a lo relativo a España y Portugal. (Tomado de internet en Wikipedia. <http://es.wikipedia.org/wiki/Iberoam%C3%A9rica>)

6.1.12 Cuerpo de Cristo: Es el nombre dado a la Iglesia universal fundada por Jesucristo.

6.1.13 Fomentar: Hacer que una actividad u otra cosa se desarrolle o aumente su intensidad.

6.1.14 Religiones en Guatemala: Guatemala no tiene religión oficial, la Constitución Política de 1985 declara que Guatemala es un Estado laico. Según datos del XXI Censo de Guatemala de 2002 la religión más profesada era la católica, según datos oficiales recientes de la Iglesia Católica y la asociación Ayuda para la Iglesia Necesitada, la religión predominante es el protestantismo, siendo la denominación con mayor número de miembros la iglesia pentecostés o pentecostal, sin embargo otras alianzas aseguran que tanto la religión católica como evangélica se encuentra en un mismo porcentaje. Es el quinto país con más protestantes, y el décimo con mayor número de católicos a nivel latinoamericano.

6.1.15 Religión Evangélica: Las iglesias evangélicas o movimiento evangélico son diversas congregaciones y denominaciones cristianas protestantes que se hallan difundidas por todo el mundo y que afirman tres creencias básicas dentro de su doctrina: la Trinidad, la salvación sólo por medio de la fe en Cristo y por la infalibilidad bíblica.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño:

6.2.1 La Comunicación: Es el proceso mediante el que se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones medidas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como “El intercambio de sentimientos, opiniones o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales.

6.2.1.1 Elementos de la comunicación

Los elementos que intervienen en el proceso de comunicación son los siguientes:

6.2.1.1.1 Emisor: Aquél que transmite la información (un individuo, un grupo o una máquina).

6.2.1.1.2 Receptor: Aquél, individual o colectivamente, que recibe la información. Puede ser una máquina.

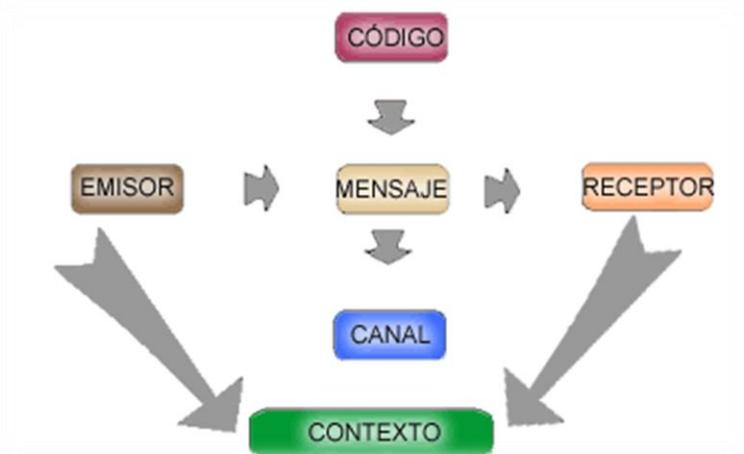
6.2.1.1.3 Código: Conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.

6.2.1.1.4 Canal: Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales. Se denomina canal tanto al medio natural (aire, luz) como al medio técnico empleado (imprensa, telegrafía, radio, teléfono, televisión, ordenador) y se perciben a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto).

6.2.1.1.5 Mensaje: La propia información que el emisor transmite.

6.2.1.1.6 Contexto: Circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida.

6.2.1.2 Esquema de la comunicación:



Así, un emisor envía un mensaje a un receptor, a través de un canal y de los signos de un código, y de acuerdo al contexto en que se sitúa ese acto de comunicación.

6.2.1.3 Ruido y Redundancia: Dichos fenómenos suponen una perturbación en el proceso de comunicación.

Se denomina ruido todo obstáculo que dificulte la comunicación, de tal modo que suponga una pérdida de contenido del mensaje. Llamamos redundancia a la aparición en el proceso de comunicación de elementos que no aportan información nueva al mensaje.

(en http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm)

6.2.1.4 Autores de la Comunicación:

6.2.1.4.1 Norbert Wiener: Habla por primera vez de la cibernética y la comunicación entre humanos y animales.

(http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/wiener2.pdf)

6.2.1.4.2 Claude Elwood Shannon: Primer teórico en hablar de la teoría de la información. Se basaba en un modelo matemático.

(http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_la_informaci%C3%B3n)

6.2.1.4.3 Warren Weaver: Basado en la teoría de Shannon propone que de la teoría de la información se produce la comunicación.

http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_la_informaci%C3%B3n

6.2.1.4.4 Erving Goffman: Se refiere a la comunicación como una interacción humana. http://es.wikipedia.org/wiki/Erving_Goffman

6.2.1.4.5 Marshall McLuhan: Afirmaba que el medio es el mensaje.
Creador de la teoría de la aldea global.

http://es.wikipedia.org/wiki/Marshall_McLuhan

6.2.1.4.6 Karl Bühler: Determinó que el lenguaje satisfacía tres necesidades o funciones humanas fundamentales: la función representativa, la función expresiva o emotiva y la función apelativa o conativa.

http://saylerrene.blogspot.com/2011_02_13_archive.html

Para el lenguaje es:

6.2.1.4.6.1 Símbolo o representación: Función representativa, centrada en los seres del mundo real o en cosas imaginadas posibles.

6.2.1.4.6.2 Síntoma o expresión: Función expresiva centrada en el mundo afectivo (sentimientos) del hablante.

6.2.1.4.6.3 Señal o apelación: Función apelativa, centrada en el oyente. Se utiliza el lenguaje para mover a actuar al oyente. La primera función es privativa del hombre; las otras dos se dan también en el mundo animal.

6.2.1.4.7 Roman Jakobson: Dedujo la existencia de seis funciones del lenguaje: la expresiva, la apelativa, la referencial, la fática, la poética y la metalingüística, completando así el modelo de Karl Bühler.

6.2.1.4.7.1 Función expresiva: (llamada también emotiva) No proporciona datos sobre el objeto sino una opinión acerca del objeto o del sujeto mismo.

6.2.1.4.7.2 Función apelativa: Induce u ordena determinadas acciones de consumo, llega al sentimiento más que a la razón.

6.2.1.4.7.3 Función referencial: Es la función por la que se comunican contenidos objetivos. Es decir, define al objeto o sujeto.

6.2.1.4.7.4 Función fática: Son palabras que no tienen significado específico, pero se utilizan para mantener la comunicación.

6.2.1.4.7.5 Función poética: Cuando el mensaje deja de ser un medio para lograr algo y se convierte en un fin.

6.2.1.4.7.6 Función metalingüística: Explica el significado de una palabra que se está utilizando en una conversación para que el interlocutor la entienda.

6.2.1.5 Tipos de comunicación:

6.2.1.5.1 Comunicación corporativa: Es el conjunto de mensajes que una institución (empresa, fundación, universidad, ONG) proyecta a un público determinado (Público/target) a fin de dar a conocer su misión y visión, y lograr establecer una empatía entre ambos.

6.2.1.5.2 Comunicación intercultural: Es una disciplina que tiene como objetivo estudiar la forma en que la gente de diferentes orígenes culturales se comunica entre sí. Se encarga también de producir algunos lineamientos que permitan esta comunicación intercultural.

6.2.1.5.3 Comunicación social: Es un campo de estudios interdisciplinarios que investigan la información y la expresión, los medios de difusión masivos y las industrias culturales. Sus conceptos teóricos provienen primordialmente de la sociología, seguidos del periodismo y la filosofía.

6.2.1.5.4 Comunicación audiovisual: Llamamos Comunicación Audiovisual a una comunicación de masas donde juegan un papel muy importante el audio y la imagen (son ambos “medios”). Algunos ejemplos son: Visual: Televisión y cine. Audio: Radio.

Además de esto, podemos decir que es lo colectivo con un lenguaje específico, la trascendencia fundamental está en dos aspectos básicos: el lenguaje audiovisual es muy complejo y su carácter institucional hace que se rompa la direccionalidad del medio. La Comunicación Audiovisual está dentro de la naturalidad, el conjunto de AUDIO + VISUAL es exclusivamente comprensivo, es decir, el termino está unido a la capacidad básica del oído y la vista.

La Comunicación Audiovisual tiene un carácter ilusivo, es decir, nos genera ilusiones sobre lo que vemos u oímos.

6.2.1.5.4.1 El lenguaje audiovisual: Son los distintos modos artificiales de organizar la imagen y el sonido para que posean sentido. <http://html.rincondelvago.com/la-comunicacion-audiovisual.html> Decimos que es un lenguaje mixto, porque posee los lenguajes del sonido y los lenguajes de la vista o superior, porque la suma de estos dos o más lenguajes

genera un nuevo tipo de expresividad. Debido a estos dos conceptos podemos decir que este nuevo lenguaje es experimental.

En el mundo audiovisual, los lenguajes de la vista o el del sonido no son legibles uno sin el otro; es decir, la desaparición de uno de estos dos lenguajes provoca una incompreensión debido a la falta de una parte del sentido.

El lenguaje Audiovisual tiene 3 características que lo hacen característico, que son: el hecho de que siempre existe la voluntad del emisor para estimular a otras personas que van a presenciarlo y comparten el sentido.

La capacidad que tiene de generar imágenes en el espectador muy parecidas a la realidad, es decir, el lenguaje audiovisual simula la realidad.

La capacidad que tiene este lenguaje para articular dentro de él cualquier lenguaje inventado por el hombre.

El lenguaje audiovisual es multisensorial ya que para que alcance su sentido total, se usan distintos sentidos dependiendo de los mensajes. Es un lenguaje que permite un conocimiento global del mensaje, debido en parte a su multisensorialidad; además es un lenguaje sintético, porque sintetiza los demás lenguajes en él. Podemos decir que este lenguaje es a priori, promueve antes la sensibilidad que la inteligencia.

6.2.1.5.4.2 La imagen y el sonido: Se puede decir que aunque varios componentes de una sociedad conozcan el lenguaje audiovisual, éstos quizás no sepan estructurar los morfemas y la forma del lenguaje para formar un discurso.

En el lenguaje audiovisual hay una serie de elementos que van a través de 2 bandas: la de imagen y la de sonido; dos factores de implicación obligatorios. También existen otros elementos o factores de implicación optativos.

Los elementos básicos del factor imagen poseen unas características que son iconicidad/abstracción en función de si la imagen pretende representar más o menos la realidad. Si representa fielmente se denomina iconicidad y si no, abstracción.

También tienen características simbólicas y esquemáticas:

6.2.1.5.4.2.1 Polisémico: es cuando posee varios significados puesto que es un lenguaje mixto formado por varios tipos de lenguajes.

6.2.1.5.4.2.2 Simplicidad o complejidad, dependiendo de su iconicidad.

6.2.1.5.4.2.3 Originalidad o redundancia, formas nuevas o ya muy utilizadas.

6.2.1.5.4.3 Elementos sonoros: Palabras, silencio, música y los efectos de sonido. Son elementos de la materialidad del lenguaje audiovisual. (Si fuera muda sólo sería una imagen secuencial, mientras que se pone una banda

sonora para que esto no suceda). Tienen una función informativa, formativa, recreativa, sugestiva y testimonial.

6.2.1.5.4.4 Dimensión sintáctica: Evidentemente se deben usar una serie de reglas sintácticas para que lo que se quiere decir porte significado. Un elemento básico es “el encuadre”. <http://html.rincondelvago.com/la-comunicacion-audiovisual.html>

El encuadre se puede definir como el espacio que vemos, es decir, la limitación del campo.

Una vez mencionado el campo, hay que hablar sobre la profundidad de campo, es decir, lo que vemos alrededor de un objeto fijado en el centro de la imagen. Depende de:

6.2.1.5.4.4.1 La distancia focal: Es la distancia entre el centro óptico de la lente y el foco (o punto focal) cuando enfocamos al infinito.

6.2.1.5.4.4.2 Apertura del diafragma: Poco abierto mayor profundidad de campo.

6.2.1.5.4.4.3 La distancia de los objetos a la cámara: Si es mayor, los objetos serán más pequeños y más lejanos.

6.2.1.5.4.4.4 Profundidad de Campo. Gran profundidad de campo o poca profundidad de campo.

6.2.1.5.4.4.1 Gran profundidad: Se puede aumentar la luminosidad de los objetos. Al variar la distancia de los objetos, se varía su tamaño. Hacer más pequeños los objetos.

6.2.1.5.4.4.2 Poca profundidad: diafragmas muy abiertos. Menor distancia focal. Aumentar el tamaño de los objetos.

6.2.1.5.4.4.3 Fuera de campo: juega un papel en la imagen del campo indirectamente ya que se puede utilizar para introducir cosas que no se ven pero se sabe que están ahí. Nosotros “vemos” el fuera de campo aunque no físicamente.

6.2.1.5.4.5 Tipos de planos: el plano es una unidad mínima, un segmento de imagen. Se puede definir de varias formas dependiendo de numerosos factores. Es la cantidad de imagen que capta la cámara desde que comenzamos hasta que acabamos de filmar. Los tipos de planos son:

6.2.1.5.4.5.1 Descriptivos

6.2.1.5.4.5.1.1 Gran plano general (GGG): Es el plano más grande, no debe ser de mucha duración ya que puede ser aburrido.

6.2.1.5.4.5.1.2 El plano general: Es menor que el GGG pero se sitúa a los personajes en el entorno donde se realiza la acción. Permite apreciar la acción. No puede ser muy duradero ya que no es muy detallado pero por otro lado habría que dejar al espectador que visualice los detalles.

6.2.1.5.4.5.2 Narrativos

6.2.1.5.4.5.2.1 Plano entero: es un plano más próximo donde se ve algo más que los pies y la cabeza del personaje. No en exceso, pero algo más. También aporta un cierto valor descriptivo.

6.2.1.5.4.5.2.2 Plano americano: Es un plano que va desde la cabeza a la rodilla. Se pretende mostrar el conjunto de la parte más descriptiva del personaje. No caben muchos personajes dentro del plano.

6.2.1.5.4.5.2.3 Plano Medio: Es del pecho para arriba. Se pierde expresividad, así como el ambiente y otras cosas. Es el plano más utilizado pero tiene corta duración.

6.2.1.5.4.5.3 Expresivos

6.2.1.5.4.5.3.1 Primer plano: Muestra la mejor parte del personaje, la cara de éste y la parte superior del hombro. Sirve para mostrar gran cantidad de detalles, pero se tiene que tener un motivo para realizarlo para que tenga sentido realizarlo.

6.2.1.5.4.5.3.2 Primerísimo primer plano: Es un plano desde los ojos hasta la parte de debajo de la boca. Es para detalles muy concretos pero tiene que ser por un motivo importante.

6.2.1.5.4.5.3.3 Plano subjetivo o de detalle: Muestra algo muy concreto. Por ejemplo: un objeto o una parte concreta del objeto. Se usa para poner énfasis en el personaje.

6.2.1.5.4.6 Tipos de ángulos: Cuando se habla de ángulos se habla de punto de vista. Dependiendo de la posición de la cámara, se denominará de una forma u otra.

6.2.1.5.4.6.1 Angulación normal o natural: Cuando la línea sale perpendicular a la cámara también incide perpendicularmente a la cara del personaje.

6.2.1.5.4.6.2 Ángulo picado: La cámara encuadra desde un ángulo que va desde arriba-abajo. Es expresivo e intimidatorio.

6.2.1.5.4.6.3 Ángulo contrapicado: Se obtiene al contrario, desde abajo hacia arriba. Se usa cuando se quiere resaltar un personaje o alguna cosa en concreto.

6.2.1.5.4.6.4 Inclinación lateral: Se obtiene inclinando la cámara, presentando inestabilidad.

6.2.1.5.4.6.5 Ángulo frontal: Delante de los personajes.

6.2.1.5.4.6.6 Ángulo lateral: en el lateral del personaje.

6.2.1.5.4.7 La composición: Es la colocación de los elementos dentro del encuadre. Los tipos de encuadre son distintos dependiendo de los tipos de filmaciones. El encuadre de las TV Movies es de 3:4 mientras que el utilizado para el cine es de 16:9.

Con respecto a la a composición podemos hablar de las líneas verticales. Éstas dan una sensación de paz, de quietud o incluso de muerte.

Las líneas inclinadas dan sensación de inquietud, nerviosismo, etc. Las líneas curvas producen dinamismo y sensualidad.

Se denomina aire al espacio lateral, tanto por arriba como por abajo, así como los laterales del objeto o personaje que se encuentra en el encuadre. Dependiendo de la toma que queramos hacer, el aire debe ir en un sitio u otro; por ejemplo, en una vista lateral de un personaje que va caminando, el aire suele ir delante.

6.2.1.5.4.8 Reglas

6.2.1.5.4.8.1 La regla de los tercios: Los personajes u objetos se deben encontrar en una parte en concreto del encuadre, que es la parte central. También dice que la colocación simétrica de éstos produce monotonía, mientras que la asimétrica produce dinamismo.

Con respecto a los personajes “Principales” no deben ocupar el centro geométrico.

6.2.1.5.4.8.2 Horizonte: No se debe partir el encuadre por la mitad con ellos sino que hay que situarlos por encima o por debajo de la mitad.

6.2.1.5.4.9 Movimientos de cámara: Pueden ser movimientos físicos o movimientos ópticos.

6.2.1.5.4.9.1 Panning (Paneo): Se dice cuando la cámara gira sobre su propio eje, en un movimiento horizontal.

6.2.1.5.4.9.2 Tilt: Movimiento de la cámara sobre su eje, en forma vertical.

6.2.1.5.4.9.2.1 Tilt up: Movimiento hacia arriba.

6.2.1.5.4.9.2.2 Tilt Down: Movimiento hacia abajo.

6.2.1.5.4.9.3 Travelling: Movimiento de la cámara sobre una plataforma rodante o rieles. Este movimiento no tiene una dirección determinada. También se utiliza para nombrar el movimiento en círculos que se realiza alrededor de un sujeto.

6.2.1.5.4.9.3.1 Travel left: Movimiento hacia la izquierda.

6.2.1.5.4.9.3.2 Travel right: Movimiento hacia la derecha.

6.2.1.5.4.9.4 Movimientos ópticos: Zoom in / out: Lente que permite, en forma manual o automática, acercarnos o alejarnos ópticamente del sujeto u objeto.

6.2.1.5.4.10 Producción televisiva: la televisión establece tres valores temporales para los programas: proyectos a largo plazo de un mes en adelante, como teatro televisado, documentales, a plazo medio de una o dos semanas, como revistas o series y proyectos a corto plazo que son programas diarios de actualidad.

6.2.1.5.4.10.1 Proyectos televisivos:

6.2.1.5.4.10.1.1 Documental: Es la expresión de un aspecto de la realidad, mostrada en forma audiovisual. La organización y estructura de imágenes y sonidos (textos y entrevistas), según el punto de vista del autor, determina el tipo de documental.

6.2.1.5.4.10.1.2 Tele revista: Es un tipo de proyecto televisivo, por lo común semanal, que ha de atraerse al televidente, no por el interés de la noticia inmediata (que de ello se ocupa cotidianamente el diario) si no por la utilización de otros elementos. A ello viene precisamente la denominación de la “revista” “revé” o “vuelve a ver”. La tele revista tiene esas noticias ya dadas a conocer por el diario para agregarles suplementos que la complementan. En comparación con el diario, trae valores inéditos como la sugestión del público, la imagen, color, etc. Las relaciones entre la literatura y las revistas son más cercanas y estables que las del periodismo diario, que está mucho más concentrado por el curso rápido y en detalles de la actualidad. Sus características más notorias son:

6.2.1.5.4.10.1.2.1 Capacidad de segmentación: Las tele revistas atraen a un público muy selecto, todo depende del genero de la misma, debido a que las personas que ven tele revistas lo hacen con un propósito y buscan información sobre determinado tema (político, social, económico, entretenimiento, entre otros).Las tele revistas seleccionan su propio público y por otro lado las personas seleccionan las tele revistas de acuerdo a sus intereses.

6.2.1.5.4.10.1.2.2 Permanencia: Las tele revistas pueden ser semanales, quincenales, mensuales o por periodos más largos; pero su vigencia va hasta que el televidente lo decida.

6.2.1.5.4.10.1.2.3 Durabilidad. Se destina más tiempo a las tele revistas: El televidente dedica más tiempo ver tele revistas que estar en otros medios.

Para realizar una producción audiovisual se debe pasar por una serie de etapas que varían de acuerdo a la complejidad del proyecto.

Para la producción de proyectos de actualidad y a corto plazo, se deben tomar en cuenta los siguientes pasos: Planteamiento del problema, trabajos de investigación, plan de rodaje, preparación, cálculo presupuestario según las directrices, autorización de la producción, anticipo de gastos de viaje y caja para gastos menores, producción, montaje, texto, aceptación, emisión, liquidación producción/viajes y archivo.

6.2.1.5.4.10.2 Proceso de Producción audiovisual: también se puede dividir en tres etapas generales: Pre-producción, producción y post-producción.

6.2.1.5.4.10.2.1 Pre – Producción: Es la etapa previa a la realización. Etapa de planeación y la más importante de la producción. Es mejor improvisar sobre el papel que durante la grabación, una buena preproducción asegura 60% del éxito del programa.

Esta es la etapa inmediata anterior a la grabación o transmisión de un programa televisivo, en donde se lleva a cabo la conjunción de todos los elementos que integrarán la producción y realización de un programa; esto se lleva a cabo en varias reuniones o juntas, participando todos los directamente involucrados con la grabación o transmisión, organizando y coordinando los elementos que intervendrán en la producción, que son:

Juntas con el director. Es importante darle toda la información y lineamientos de la idea: Cuál es el objetivo, el género del programa, a qué público va dirigido, características socioeconómicas del mismo, investigación antecedentes históricos según se requiera. El escritor aterriza las ideas, presenta la sinopsis, crea el guión literario por capítulos o programas unitarios según el género o lineamiento del programa. Diseño de presupuesto. Creación del plan de producción. Contratación del personal de producción. Creación del storyboard o storyline, según el caso.

- Contratación de los servicios de comida.
- Lectura del libreto con actores y equipo de producción.
- Renta de vehículos, utilería o del equipo necesario.
- Renta o compra del sistema de comunicaciones walkie-talkie.
- Solicitud de permisos a las instituciones públicas, parques o instancias privadas.
- Casting o audición de locutores, actores y talento artístico.
- Contratación de servicios de producción.
- Scouting o búsqueda de locaciones.
- Apartado de equipo de edición y salas de post-producción.
- Reservación de hoteles en caso necesario.
- Juntas y reuniones antes de la producción.
- Realizar ensayos.

Realizar y entregar mapas de la localización del lugar de grabación. Entregar libretos autorizados y llamados a todos los implicados en el programa (producción, técnicos, talento artístico, servicios a producción).

En la preproducción se verifica que nada, absolutamente nada, falte en la producción. Es probable que esta lista parezca exagerada, sin embargo, nada es imposible cuando se sale a grabar y más vale prevenir que lamentar.

6.2.1.5.4.10.2.2 Producción: Es la realización del programa en sí, la grabación ya sea en estudio o en exteriores (locación), de todo lo planeado en la preproducción. Es necesario seguir al pie de la letra el breakdown (Un breakdown es un documento utilizado para clasificar y distribuir el conjunto general de datos de una producción, llámese actores, extras, escenarios, comida, vehículos, equipo especial, a incluir en una grabación determinada); si éste no tiene ningún problema, la producción tampoco lo tendrá. Puede haber imprevistos, pero con una buena preproducción se garantiza una excelente producción.

- Desarrollo:
- Seguir el desarrollo del breakdown.
- Entregar llamado de actores y personal.
- Revisar la utilería.
- Revisar el vestuario.
- Revisar la escenografía.
- Coordinar locaciones.

- Coordinar servicios a producción.
- Grabar el tema musical (música original).
- Grabar el programa.
- Grabar tomas de ubicación.
- Solucionar imprevistos.

6.2.1.5.4.10.2.3 Post Producción: Esta etapa es decisiva, implica cómo va a quedar conformado al final el programa. Se realiza la edición, la inclusión de efectos digitales, la musicalización, la grabación de incidentales y locutor en off, titulado. De ella depende que el programa sea bueno o malo.

Puede tenerse una excelente preproducción y una buena producción, pero si la postproducción no está bien realizada, no tendrá caso el éxito en las etapas anteriores.

Es el proceso de operación y de arte que se realiza para armar o editar todos los elementos que conforman un programa de televisión. Una vez grabadas las tomas que conforman el programa, se procede al acabado final, es decir, a unir cada toma dentro de una secuencia lógica narrativa, ajustándolas a un tiempo delimitado, agregando títulos, créditos, gráficas, efectos especiales, sonidos, música, incidentales, de manera que el resultado sea un acabado definitivo, un programa listo para transmitir.

Desarrollo:

- Calificación del material grabado.

- Lista de créditos.
- Edición.
- Incluir efectos digitales.
- Incluir títulos y créditos al video.
- Grabación de locutor en off contra imagen o en frío.
- Grabación de incidentales.
- Musicalización.
- Regrabación de audio para mezclar todos los sonidos.
- Etiquetar el video casete con los datos del programa.
- Realizar las copias necesarias.
- Enviar a control de calidad.
- Entregar al máster para su transmisión.

6.2.1.5.4.10.3 Roles y oficios en una producción de televisión

6.2.1.5.4.10.3.1 Productor Ejecutivo: Realiza y evalúa las ideas para proyectos audiovisuales. Realiza la gestión administrativa de la producción. Integra todo el equipo de producción para una serie o programa unitario.

Supervisa las series o programas desde el punto de vista artístico y financiero. Revisa las cuestiones inherentes a derechos de transmisión de los

programas, condiciones de las diferentes contrataciones, mecanismos de comercialización y distribución de los programas a su cargo.

Monitorea sus producciones, elabora el plan de promoción y difusión en los diferentes medios de comunicación y evalúa los resultados de impacto en la audiencia ya sean educativos o comerciales para desarrollar nuevas estrategias de comunicación con el público para lograr el éxito de sus productos.

6.2.1.5.4.10.3.2 Diseñador Audiovisual: Es quien se encarga de dar forma (diseñar) a las ideas iniciales hasta convertirlas en proyectos audiovisuales.

Trabaja con el productor ejecutivo diseñando los segmentos en los cuales se dividen los programas, así como los géneros abordados, el estilo de narración, algunos aspectos de la composición visual, la transición de los segmentos y los valores de producción, sugiere los tipos de locaciones y la ambientación del estudio. En otras palabras, diseña la estructura de las series y los programas.

Se coordina con el equipo de guionistas y el pedagogo para tomar en cuenta la investigación, el público, los objetivos de la producción, los mensajes a transmitir, los medios disponibles y el número adecuado de programas de la serie.

El perfil profesional del diseñador audiovisual está comprendido entre los campos del diseño gráfico, comunicador colectivo o social, productor realizador, y estudioso de las bellas artes.

6.2.1.5.4.10.3.3 Asesor de Contenido: Es el experto en la disciplina del tema que se trata en el programa. Generalmente se destaca por su erudición y en coordinación con el pedagogo vigila que el tratamiento audiovisual del contenido del programa sea claro y veraz, que no sufra alteraciones, tergiversaciones o se haga uso inadecuado de términos, conceptos o interpretaciones.

Colaborar con ideas o sugerencias para reproducir experimentos y fenómenos en pantalla de modo que su explicación y exposición sean claras y comprensibles.

6.2.1.5.4.10.3.4 Guionista: Realiza la estructura del guión, escaleta o sinopsis con base en la primera reunión en donde el productor ejecutivo, el productor del programa, el realizador o director de cámaras, el diseñador audiovisual y el asesor de contenido. La somete a consideración y de ser aprobada escribe el libreto con las sugerencias de audio y video para el realizador y el diseñador audiovisual.

Por lo general trabaja más estrechamente con el asesor de contenido y el pedagogo. Debe investigar las características del público al que se dirigirá el programa y los contenidos del tema que manejará en el guión.

Por ser su trabajo un hecho social no se considera que este terminado del todo sino hasta que se concluye el programa.

Lo anterior es en virtud de las posibilidades de la producción debido a las variantes que puedan surgir por la imposibilidad de conseguir los elementos o personajes que se desea que participen en la producción.

En el ámbito comercial ésta característica es más acentuada cuando se trata de seriales de ficción dramatizados en donde el público emite opiniones acerca de cómo le gustaría que se desarrollara la historia principal.

6.2.1.5.4.10.3.5 Productor: Las actividades generales del productor para la realización de programas grabados son:

Administra los recursos humanos y financieros que facilitan el camino de la creatividad del guionista y el realizador. Junto con el equipo de producción y creativos determina el tono de la producción. Coordina al equipo de producción y al staff técnico.

Asegura que los recursos necesarios para la producción se presenten en el tiempo, forma y calidad requeridos.

En algunas ocasiones invierte su propio capital para la realización de un programa o serie televisiva (productor asociado). Coordina la lectura del guión con todos los involucrados: guionista, realizador, asesor de contenido, actores y personal técnico.

En coordinación con el realizador y junto con los asistentes elabora el desglose de necesidades de producción (breakdown) para conocer cada uno de los requerimientos, sus características y especificaciones. Presupuesta y determina los costos de los insumos.

Coordina la participación del equipo de producción y representantes del staff técnico para la realización del scouting o localización de escenarios. Gestiona permisos de grabación o arrendamientos de los inmuebles seleccionados en el scouting.

Contrato los servicios de comedor en locación o gestiona los viáticos para todos los participantes durante las grabaciones.

Coordina y soluciona problemas económicos y logísticos surjan eventualmente en el transcurso de la producción. Coordina, autoriza y supervisa los tiempos de edición y posproducción.

Autoriza la nómina de los participantes y los pagos de todos los servicios e insumos utilizados en la producción.

Entrega el máster y sus copias para transmisión, copiado, o los fines para lo que fue realizado el programa o video.

6.2.1.5.4.10.3.6 Asistente de Producción: Es el representante del productor en todas las actividades operativas que se requieran para la realización del programa.

Junto con el productor realiza el desglose del guión anotándolo según las indicaciones recibidas.

Ejecuta todos los trámites con las áreas involucradas en la producción de la serie o el programa.

Lleva un minucioso registro de:

Las peticiones de permisos, peticiones de elaboración o compra de insumos, datos del elenco para su localización, contratación y posibilidad histriónica.

Prevé y verifica las actividades programadas según el plan de producción.

Reporta al productor el estado de la evolución de la producción en todos sus rubros para evitar contingencias.

Investiga y localiza todo lo relacionado a la producción como son la información documental visual y sonora, las locaciones, sus condiciones de uso o contratación, vestuario, utilería, escenografía y efectos especiales; realiza la invitación del posible reparto al “casting” o prueba de talento y al término de la producción supervisa que todo lo utilizado en la producción que sea reutilizable regrese a su lugar de origen.

Facilita las actividades de coordinación durante la grabación o emisión de los programas.

Prepara informes de diversa índole que le entrega al productor sobre eventualidades en la preproducción, grabación, edición y gastos entre otros.

Registra y controla todos los casetes utilizados.

Entrega el máster o versión final del programa al área de transmisión e ingresa el material video gráfico utilizado al área de videoteca para su almacenaje y resguardo.

Realiza las cartas de agradecimiento a las instituciones o personas ajenas a la producción que apoyaron para la realización del programa.

6.2.1.5.4.10.3.7 Director de Cámaras ó Realizador: Dirige las actividades del staff técnico en grabaciones o emisiones al aire.

Su principal meta es entregar el programa, desde el punto de vista técnico, en tiempo, forma y calidad.

Se reúne con el equipo de producción para acordar y asignar las actividades tiempos y ritmo en que realizará la grabación o emisión al aire.

A partir de la versión final del guión realiza el guión técnico en el que asienta los planos a grabar, la técnica a utilizar, el equipo, staff y demás condiciones que son necesarias para la grabación o emisión de los programas.

Propone el reparto y presencia las pruebas de actores y voces (casting).

Intercambia impresiones con el productor y staff técnico sobre el plan de trabajo y la intención en cada fase del mismo.

Determina y Supervisa la iluminación, emplazamiento de cámaras, escenografía, ambientación y caracterización durante la grabación en estudio o locación sin perder de vista el propósito de cada una de estas áreas atendiendo a la totalidad de la obra.

Previamente a la transmisión o grabación ensaya con el elenco y el día del evento o un día antes, dependiendo de las exigencias del programa, realiza ensayos parciales o generales para prever los tiempos, movimientos y contingencias posibles.

Supervisa con el editor la edición, doblaje y mezclas tanto de audio como de imagen.

NOTA: En algunos casos en la producción de programas de comerciales diferencian al realizador como el creativo que conceptualiza la idea y no dirige cámaras en estudio.

Asimismo, al director de cámaras lo ubican como el vínculo entre el área técnica y el área de producción que solamente dirigirá cámaras durante la grabación o transmisión en directo.

6.2.1.5.4.10.3.8 Asistente De Dirección ó Realización: Apoya al Director de cámaras previendo las actividades que deben sucederse para la que se logre el producto final ya sea una grabación o emisión en directo.

Algunas de esas actividades son:

La previsión de que todos los equipos estén listos para el momento del evento.

Que todo el personal técnico, de servicios a la producción y el elenco estén en sus puestos al momento de los ensayos, grabación y transmisión.

Elabora la bitácora de registro de los tiempos de grabación, duración de los planos, número y clave de las cintas utilizadas para la grabación y/o emisión; staff y ponentes que participaron en las diferentes grabaciones y las incidencias sobre el trabajo cotidiano: bitácoras de grabación, continuidad.

Apoya en la edición y postproducción del programa facilitándole toda la información al editor o al director de cámaras según sea el caso.

6.2.1.5.4.10.3.9 Director de Escena: Propone el reparto.

Se coordina con el productor y el director para la elección del reparto.

De la lectura del guión y el conocimiento del diseño del set decide la puesta en escena y sugiere el tipo y los colores de vestuario.

Se coordina con producción para la lectura de guión con los actores.

Marca los movimientos y las gesticulaciones de los actores, así como el énfasis en las voces según el guión.

Ensayo con los actores en aula y en el set.

Se encarga de la puesta en escena coordinadamente con el director de cámaras para que se determine la intencionalidad de la toma y la coordinación entre tiempos espacios y movimientos.

6.2.1.5.4.10.3.10 Continuista o Raccord: Este puesto se presenta solamente en producciones de programas seriadados de diseño concatenado en donde generalmente la historia se desarrolla lentamente.

Su principal función es vigilar la coherencia cronológica audiovisual, (la continuidad de acción, vestuario y/o diálogos, también llamada raccord). Para tal efecto se auxilia del break de producción, el break de grabación cámaras fotográficas y de video, guión técnico, story board y las grabaciones preliminares de montaje o pistas.

Realiza la calificación del material grabado para facilitar su edición y posproducción.

6.2.1.5.4.10.3.11 Jefe de piso: Por definición del gremio, el floor manager o jefe de piso son los brazos, ojos y piernas del director en el foro.

Una de sus funciones es establecer el lazo de comunicación entre el personal que trabaja en el piso del estudio y los que trabajan en la cabina.

Es por eso que en algunas instituciones lo ubican en el área de producción y en otras en el área técnica.

Sigue las instrucciones del realizador o director de cámaras a través de un intercomunicador para la grabación o emisión de los programas.

Coordina en el foro los movimientos de los camarógrafos, microfonistas, actores e invitados.

Señala el inicio de la grabación gritando la pizarra que identifica al programa y el término (corte) de la grabación.

Si el programa no debe de apegarse totalmente al guión y su columna vertebral es ad libitum, el floor manager o jefe de piso, le indica a los actores y/o comentaristas cuando iniciar, alargar, acortar o terminar su diálogo.

* Señala la cámara que está al aire y previene al conductor de los cambios de cámara para que los movimientos del conductor sean naturales.

Indica el tiempo restante de grabación y final del programa.

En emisiones, con ponentes o invitados les da una breve explicación de las señales que se usará para comunicarse con ellos.

En programas al aire puede colocar o retirar micrófonos si se da el caso.

Siempre debe tener el guión técnico para prevenir y asegurar que se lleve a cabo lo marcado por el realizador.

En una palabra es la autoridad en el foro.

6.2.1.5.4.10.3.12 Responsable del Área Técnica: Dirige las actividades del personal técnico y del buen funcionamiento de todos los equipos de ingeniería de la producción para la realización de programas.

Lleva un estricto inventario del uso de los equipos para programar el mantenimiento preventivo y la renovación de equipos por desgaste.

Para esta actividad requiere que todos los operadores de equipo electrónico reporten las condiciones de uso y el tiempo que fue empleado el equipo para cada evento.

Programa y supervisa tareas complejas de mantenimiento correctivo y operación del equipo electrónico.

Establece y verifica la calidad de los enlaces, así como de la señal emitida y grabada y planea la distribución de la señal de TV.

Lleva la bitácora de los servicios de cámara portátil, edición, postproducción, audio y estudio de TV.

Otorga todas las facilidades técnicas para la emisión y/o grabación de los programas.

6.2.1.5.4.10.3.13 Switcher: Dirige las actividades del personal técnico y del buen funcionamiento de todos los equipos de ingeniería de la producción para la realización de programas.

Lleva un estricto inventario del uso de los equipos para programar el mantenimiento preventivo y la renovación de equipos por desgaste. Para esta actividad requiere que todos los operadores de equipo electrónico reporten las condiciones de uso y el tiempo que fue empleado el equipo para cada evento.

Programa y supervisa tareas complejas de mantenimiento correctivo y operación del equipo electrónico.

Establece y verifica la calidad de los enlaces, así como de la señal emitida y grabada y planea la distribución de la señal de TV.

6.2.1.5.4.10.3.14 Camarógrafo: Se encarga del registro de imágenes en movimiento mediante la cámara de TV o video. Para tal efecto, está familiarizado con su operación bajo diversas circunstancias: ya sea soportada en los propios hombros o en otros instrumentos mecánicos (como un trípode o una grúa), ya sea en locación o en estudio.

El camarógrafo debe tener conocimientos técnicos precisos como son la operación de cámara, óptica, iluminación, audio básico, composición de la señal de TV y colorimetría entre otros.

También debe tener conocimientos estéticos para la acertada composición de la imagen y utilización adecuada del equipo y accesorios a utilizar para cumplir con la intencionalidad de la toma y la transmisión de emociones y/o conocimientos a través de las emisiones televisivas.

Participa en la selección de escenarios (scouting) para verificar las condiciones en las que se realizará su trabajo e intercambia puntos de vista con el realizador sobre la toma, encuadres y equipos que se utilizarán en la grabación.

6.2.1.5.4.10.3.15 Operador de Audio: Realiza la planeación y registro de las tomas de audio en todas sus fases. Conoce con profundidad los equipos técnicos que le permiten realizar su trabajo así como las variables de sonido, la sensibilidad y características de los micrófonos y sus soportes.

Controla la consola de audio para realizar las diferentes mezclas de las fuentes sonoras como voz directa, música en directo, ambiente en directo o pregrabado emitidas por la VTR, el deck, DAT, CD, o torna mesa.

6.2.1.5.4.10.3.16 Microfonista: Al enterarse del contenido e intención del programa, elige e instala y/o coloca las líneas y micrófonos en los lugares más idóneos para el registro de audio y de manera que no aparezcan en las tomas de imagen.

En locación debe estar verificar que las líneas de audio no estén cerca de cables de corriente eléctrica para que no se induzcan ruidos indeseables a la línea de audio.

Debe estar atento a las condiciones climatológicas para tener dispuestos el uso de accesorios como el wind screen de esponja sintética, o el de armadura rígida llamado “cacahuete” o “zeppelin” o el “peluche”. Y en

ocasiones interponer grandes barreras físicas para desviar los vientos que sean muy intensos.

6.2.1.5.4.10.3.17 Iluminador: Es el responsable de que la imagen que es captada por la cámara aparente ser estereoscópica y tenga la calidad técnica e intención emocional requerida por el mensaje que se transmitirá a través del video.

Planea, controla y distribuye las cargas eléctricas, las fuentes de luz y los elementos luminotécnicos como los “espejos de sol” y “babinetos”. Coordina, y en ocasiones ejecuta, la instalación, montaje y conexión de fuentes luminosas.

Dirige a los asistentes de iluminación para emplazar los elementos necesarios de acuerdo con la intención o propósito del programa.

6.2.1.5.4.10.3.18 Operador del Control de Video: Analiza, controla y ajusta las señales de color y luminancia de las diferentes fuentes como cámaras, VTR y señales remotas que llegan a la cabina de control dispuesta en el estudio de TV o en la unidad móvil.

Regula y controla el equipo para que observe las normas y estándares técnicos exigidos para su emisión así como control del iris de las cámaras en eventos que requiera más de una.

6.2.1.5.4.10.3.19 Operador de Efectos Digitales de Video: Es el encargado de operar a los aparatos que desarrollan los efectos digitales como el

manipulador de efectos digitales (DPM, por sus siglas en inglés: Digital Picture Manipulator), que es una consola en la cual se programan eventos como rotación, giros, arrastre del cuadro, virado de color entre otros.

Su labor la realiza en la cabina de control o en la sala de postproducción lineal.

En el estudio o en la sala de postproducción el operador debe comunicarse estrechamente con el switcher para realizar su labor, pues este último se encarga de revisar en el monitor de previo y enviar al aire, o a la cinta, el efecto pedido por el realizador.

6.2.1.5.4.10.3.20 Operador del Titulador o Generador de Caracteres: Es el encargado de capturar toda la información que aparecerá escrita en pantalla, por lo que su perfil requiere de una muy buena ortografía y conocimiento adecuado del idioma para sintetizar ideas en uno o dos renglones.

Elige con el realizador el tipo y tamaño de letra, así como los fondos más adecuados de acuerdo con el propósito del programa.

6.2.1.5.4.10.3.21 Editor Técnico: El trabajo de edición consiste en operar el editor electrónico y coordinado con el realizador o con el asistente de realización seleccionar el material videográfico que construirá el discurso audiovisual, por lo que debe contar con conocimientos estéticos necesarios que eleven la calidad de su trabajo.

Antes de iniciar la edición debe enterarse de los objetivos del guión, su intención y el plan general de la obra para que mientras se edita se prepare el material que será post-producido.

Reordena y selecciona las mejores secuencias y planos que se encuentran dispersas en varias cintas atendiendo al montaje sugerido en el guión y coordinado por el realizador o su asistente.

Al término del servicio realiza un reporte del funcionamiento y tiempo de uso del equipo utilizado en la elaboración de cada programa.

En la edición no lineal, el trabajo del editor trasciende esta etapa y se encarga de las mezclas finales de audio y video, así como de los efectos de transición entre imágenes o sonidos (post-producción).

6.2.1.5.4.10.3.22 Escenógrafo: Planea y diseña los escenarios, su ambientación, construcción y montaje atendiendo las características indicadas en el guión y de común acuerdo con el productor.

Coordina los servicios a la producción como decorado, montaje de sets, atrezzo o utilería, efectos especiales físicos, maquillaje, diseño gráfico, vestuario y peluquería.

Investiga en el mercado cuales son los materiales más adecuados por su calidad, utilidad y precio.

Lleva el control de los insumos que se utilizan y mantiene siempre disponible el inventario básico para las producciones.

6.2.1.5.4.10.3.23 Montadores y Pintores: Se encargan del montaje y armado de las escenografías o sets, así como de la pintura de los mismos.

6.2.1.5.4.10.3.24 Utilero: Propone y consigue los elementos requeridos para la ambientación del guión ya sean reales o de attrezzo (objetos con apariencia real pero contruidos con otros materiales que aparentan su autenticidad) como tapicería, mobiliario, accesorios, adornos florales y jardinería tomando en cuenta la época, zona geográfica, usos y costumbres de los personajes descritos en el guión.

6.2.1.5.4.10.3.25 Maquillista: Se encarga del maquillaje en donde ocultará o resaltará las imperfecciones de los participantes del elenco siguiendo las indicaciones del productor y el realizador.

Tiene conocimientos sobre el manejo y cuidado de la piel y el cabello.

Debe dominar las diferentes técnicas básicas de aplicación de maquillaje en video ya sea para locaciones o estudio.

Debe estar actualizado en el uso de los nuevos materiales y la conservación y manejo de los cosméticos. Selecciona y prepara el maquillaje, las pelucas, prótesis y postizos para la realización de caracterizaciones de los personajes.

Realiza peinados, tintes y cortes de cabello a los actores o a pelucas y demás accesorios postizos como barbas, bigotes, y cejas.

Reporta al encargado del área la utilización y gasto de los materiales cosméticos para que sean repuestos y así mantener el inventario básico de maquillaje.

6.2.1.5.4.10.3.26 Efectos Especiales: El personal encargado de los efectos especiales (SFX por sus siglas en inglés: (Special Effects), elabora toda serie de efectos físicos y químicos, lluvia, niebla, viento y telas de araña, entre otros. Para conseguir que una ambientación o set tenga credibilidad.

Utilizan toda serie de herramientas y materiales para conseguir que aquello que aparece en el guión pueda trasladarse a la pantalla con el realismo requerido y dentro de altos rangos de seguridad. Investigan y experimentan con nuevos materiales para lograr mayor eficiencia en su trabajo.

Reportan al encargado del área los presupuestos y los gastos que implican la utilización de los efectos especiales en las producciones.

6.2.1.5.4.10.3.27 Vestuario: Realiza el diseño de prendas y atuendos de los actores dependiendo de la zona geográfica y época descrita en el guión, tomando en cuenta aspectos tales como la cultura y costumbres para lograr una buena caracterización de los personajes.

La persona responsable del vestuario tiene entre sus responsabilidades la costura a mano o a máquina de los diferentes trajes y atuendos utilizados por los actores.

Además de su cuidado: planchado, ajuste de prendas, doblaje y almacenaje, bordado, transporte, lavado o tintorería y finalmente, entrega a los almacenes una vez concluida la producción.

6.2.1.5.4.10.3.28 Programador de Televisión: Es el último eslabón de la cadena antes de que el teleauditorio vea el programa.

Sus funciones generales son la de programar, elaborando la pauta de transmisión diaria, todas las series, programas unitarios y especiales, anuncios promocionales y de identificación de canal en los horarios de mayor aprovechamiento para el público.

Debe atender a todos los criterios como son: los educativos, técnicos, administrativos, financieros, y en contadas ocasiones, comerciales.

Solicita al área de producción la realización de los anuncios promocionales e identificaciones de canal.

Lleva las estadísticas y demás informes sobre los programas transmitidos. Con el productor ejecutivo planea a corto, mediano y largo plazo el desarrollo de series y programas que cumplan con los objetivos y metas financieras del canal.

Verifica la programación diaria del canal para detectar posibles fallas y en caso de presentarse alguna eventualidad, tomar decisiones sobre lo que aparecerá al aire. Se coordina con el centro transmisor (máster) de la estación para la emisión de programas y series.

Acuerda con el área de producción las fechas de entrega de los programas de realización interna que se transmitirán según los proyectos de la institución.

Reporta a la Dirección General y a la Administrativa los resultados de la exhibición de programas.

6.2.1.5.4.10.3.29 Continuista de Master o Productor de Master: Es el encargado directo de que toda la transmisión sea emitida en tiempo y forma.

Coordina en el máster de transmisiones cada entrada y salida de programa, y en el caso de televisión comercial también cada anuncio según le haya sido marcado en la pauta de transmisión.

Su trabajo está íntimamente ligado al switcher de máster, a quien dirige para los cambios de señales que salgan al aire ya sean programas pregrabados o en directo.

Coordina las señales remotas y las enlaza con la transmisión que lo requiera. Reporta al programador el resultado de la transmisión diaria.

6.2.1.5.4.10.3.30 Evaluador: La evaluación del audiovisual es mucho más extensa y precisa cuando se trata de producciones de carácter educativo.

En primera instancia pasa a través del tamiz del análisis de audiencias para conocer la cobertura e impacto efectividad del mensaje de acuerdo con los objetivos planteados inicialmente de los programas.

Evalúa la calidad técnica y de realización del programa bajo criterios objetivos y no exclusivamente de la persona que realiza esta tarea.

Realiza estudios de la efectividad del medio o canal de acuerdo con las necesidades y horarios de la audiencia.

Analiza la presentación de contenido y la estrategia didáctica utilizada.

Valora y elige los canales de retroalimentación disponibles para recibir las opiniones del público.

6.2.1.6 Géneros Periodísticos: Se puede definir en función del papel que juega el narrador o emisor del mensaje en relación con la realidad observada. La noticia pertenece al género periodístico de información por excelencia, y el artículo de opinión es el más abierto a la subjetividad. Para algunos autores, son estrategias comunicativas que se organizan y se hacen reconocibles tanto para el emisor como para el destinatario.

Los textos que pertenecen al género periodístico informan a una gran cantidad de lectores sobre sucesos de actualidad. Predominan, en ellos, la función referencial o informativa del lenguaje y el estilo formal. En este tipo de texto se privilegia el hecho.

El periodismo es un método de interpretación de la realidad; para hacer esta interpretación y transmitirla al público se necesita una serie de filtros, unas fórmulas de redacción, que es lo que llamamos géneros periodísticos.

Algunos teóricos de la comunicación definen los géneros periodísticos como formas de comunicación culturalmente establecidas y reconocidas en una sociedad, un sistema de reglas a las que se hace referencia para realizar los procesos comunicativos.

Otros autores ven los géneros periodísticos como categorías básicas que construyen la realidad. Los géneros periodísticos se diferencian entre sí con el fin de recoger la complejidad de lo que pasa y exponerlo a los lectores.

Hay gran variedad de clasificaciones que varían según los diferentes autores y corrientes. Según la tipología anglosajona, basada en la frase "los hechos son sagrados, las ideas libres", se conocen dos tipos de géneros: los que dan a conocer hechos, como la noticia, el reportaje y la crónica, y los que dan a conocer ideas, principalmente el editorial y el artículo de opinión.

6.2.1.6.1 Noticia: Es el género periodístico por excelencia y la base de todos los demás, en ella se informa con el menor número de palabras posibles, de lo fundamental de un hecho o situación.

6.2.1.6.2 Artículo de opinión o Comentario: La presencia del autor es total. El periodista muestra sus opiniones de una manera muy subjetiva, está dando su visión particular sobre un hecho.

6.2.1.6.3 Crónica: Enmarca lo que ha pasado y lo interpreta, pero directamente sobre los hechos, no hay opinión.

6.2.1.6.4 Reportaje: Es una narración ampliada, exhaustiva y documentada de un suceso. Se complementa con la fotografía para hacer más comprensible el mensaje. Expone detalladamente descripciones de lugares, sucesos, personas y hechos.

6.2.1.6.5 Editorial: Es la expresión de la opinión o postura del diario o periódico sobre un tema de interés social. Aparece siempre de manera destacada en las primeras páginas. Se caracteriza por el anonimato, aunque son el director o el consejo los encargados de dar su opinión.

6.2.2 El Diseño: Definimos el diseño como un proceso o labor destinado a proyectar, coordinar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos para producir y crear objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. Un diseño es una pieza con un cierto atractivo visual, con personalidad propia y un gran equilibrio estético.

6.2.2.1 El Diseñador Gráfico: Es uno de los elementos más importantes dentro del ámbito de la publicidad y la comunicación visuales, quien tiene el

conocimiento, experiencia e ideas que ayudan a comunicar un mensaje gráfico de la manera más acertada. Podría considerársele como el doctor o cirujano plástico de la imagen que se quiere dar al público.

Un Diseñador Gráfico Profesional no se limita únicamente a crear el producto/diseño solamente por entregarlo. Realiza una investigación para reunir la información y elementos necesarios, junto con su experiencia, que le ayudarán a dar una mejor solución.

Asimismo, un Diseñador Gráfico Profesional es parte de una red de trabajo donde colabora junto con otros especialistas como los mercadólogos, los publicistas, los impresores, los programadores, los fotógrafos, los ilustradores y muchos más.

Un Diseñador Gráfico Profesional sabe el por qué de la solución que ofrece y sabe que cada proyecto requiere un tratamiento especial y personalizado para obtener un resultado óptimo.

6.2.2.2 Historia del Diseño Gráfico: La definición de la profesión del diseñador gráfico es más bien reciente, en lo que se refiere a su preparación, su actividad y sus objetivos. Aunque no existe consenso acerca de la fecha exacta en la que nació el diseño gráfico, algunos lo datan durante el período de entreguerras. Otros entienden que comienza a identificarse como tal para finales del siglo XIX.

Puede argumentarse que comunicaciones gráficas con propósitos específicos tienen su origen en las pinturas rupestres del Paleolítico y en el nacimiento del lenguaje escrito en el tercer milenio a. de C. Pero las diferencias de métodos de trabajo, ciencias auxiliares y formación requerida son tales que no es posible identificar con claridad al diseñador gráfico actual con el hombre de la prehistoria, con el xilógrafo del siglo XV o con el litógrafo de 1890.

La diversidad de opiniones responde a que algunos consideran como producto del diseño gráfico a toda manifestación gráfica y otros solamente a aquellas que surgen como resultado de la aplicación de un modelo de producción industrial; es decir, aquellas manifestaciones visuales que han sido "proyectadas" contemplando necesidades de diversos tipos: productivas, simbólicas, ergonómicas y contextuales.

6.2.2.3 Clasificaciones del Diseño Gráfico: Algunas clasificaciones difundidas del diseño gráfico son: el diseño gráfico publicitario, el diseño editorial, el diseño de identidad corporativa, el diseño web, el diseño de envase, el diseño tipográfico, la señalética y el llamado diseño multimedia, entre otros.

6.2.2.4 Elementos que enriquecen el Diseño Gráfico: Todo lo que tenemos que tomar en cuenta a la hora de diseñar está desglosado a continuación.

6.2.2.4.1 Tipografía: Es la forma gráfica de expresar el lenguaje. Es el arte y técnica del manejo y selección de "tipos" para crear trabajos de impresión.

Los tipos son los moldes que originalmente eran de plomo, con los cuales se llevaban a cabo las impresiones en las imprentas.

6.2.2.4.2 El Color: Es una percepción visual que se genera en el cerebro de los humanos y algunos animales, interpretando las señales nerviosas que envían los ojos a través de la retina, y a su vez interpretan las diferentes longitudes de onda que captan de la parte visible en la luz.

6.2.2.4.3 La Diagramación: También conocida como “maquetación” es parte del diseño editorial, que se encarga de organizar en un espacio determinado, contenidos escritos, visuales y audiovisuales, en medios impresos y electrónicos, como revistas, diarios, periódicos, y libros .

6.2.2.4.4 La Ilustración: Fotografía o dibujo que se coloca en un texto para representar gráficamente lo expuesto.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:

6.3.1 Ciencias auxiliares: Son aquellas que funcionan como soporte de otra ciencia para que ésta cumpla con sus metas y objetivos. Se trata de disciplinas científicas que pueden complementar a una ciencia en ciertos casos específicos.

6.3.1.1 Ciencias de la Comunicación: Son aquellas ciencias que se encargan de estudiar todos los procesos de comunicación como fenómenos en sí mismos, los medios que se emplean y el conjunto semiótico que construyen, al generar sus propios métodos de estudio y herramientas analíticas.

6.3.1.1.1 Semiología: Ciencia general de los medios de comunicación, por signos. Los inicios de la semiológica se remontan a la escuela de Praga, así como Charles Sanders Peirce y Ferdinand de Saussure. Según Peirce la semiológica es independiente de la lingüística y cumple ciertas funciones a través de los iconos, los signos y los símbolos. Las principales ramas de la semiología son:

6.3.1.1.1.1 Semiología del discurso: Rama de la semiología que se encarga de hacer un análisis del contenido y elementos de los discursos, tales como: tamaño, lenguaje, contexto, connotación y del orador que los pronuncia. Harold Laswell fue uno de los pioneros de la semiología del discurso, quien mediante técnicas cualitativas exhaustivas determinaba la ausencia o presencia de determinados elementos.

6.3.1.1.1.2 Semiología de la imagen: de la semiología que estudia la connotación así como la denotación de los signos y de los símbolos presentes en contenidos gráficos, tales como: publicidad, propaganda, arte, revistas, caricaturas, entre otras.

La semiología de la imagen es de gran utilidad para evaluar si un contenido publicitario es adecuado o no para el público objetivo al que está siendo enviado. En la propaganda principalmente la política, la semiología de la imagen le puede indicar a un candidato a un cargo público si este en contenido gráfico de su propaganda refleja el de su ideología. Los contenidos gráficos en la mayoría de las ocasiones contienen figuras retóricas que

ayudan a la simplificación del mensaje y también son un campo de estudio de la semiología de la imagen.

6.3.1.1.1.3 Semiología del color: Rama de la semiología que estudia la implementación de los colores, así como el significante y el significado de cada uno de ellos. Aunque la psicología del color nos explica que los colores y tonalidades tienen algún efecto en el cerebro y por ende en la conducta humana lo que sería el significado de cada color. La semiología del color comprende también al significante por la impronta o experiencias que cada ser humano tiene con los colores.

6.3.1.1.1.4 Semiología del cine: Rama de la semiología que comprende la relación dialéctica de los signos y símbolos presentes en un film y de la relación que estos tienen con los espectadores en un complejo afectivo e intelectual. Las escenas y secuencias de un film han sido construidas según la voluntad de su creador y con los elementos que este ha querido utilizar en el orden que ha querido darles, todo esto con el fin de enviar un mensaje.

El éxito del mensaje que desea enviar un director cinematográfico no solo depende de la utilización y comprensión de los signos y símbolos adecuados, se debe tener presente que todo lo que se muestra en la pantalla genera también un significante. Por esta razón la mayoría de films son interpretables en varios niveles según el grado de sensibilidad, imaginación y de cultura de los espectadores.

La yuxtaposición de las imágenes, escenas y secuencias debe producir en la mente del espectador un golpe psicológico, cuyo fin es facilitar la percepción y asimilación del mensaje que el realizador desea enviar. Uno de los pioneros del montaje, Serguei Eisenstein que derivan sus teorías en el estudio de los ideogramas japoneses, en los que dos nociones yuxtapuestas conforman una tercera, como por ejemplo: ojo + agua = llanto. (http://es.wikipedia.org/wiki/Sergu%C3%A9i_Eisenstein)

6.3.1.2 Semiótica: Tiende a suplantar a la semiología, ya que es un campo más amplio de la misma e incluye a las artes a las modas y más. Para Barthes la semiótica significa sistemas particulares de mensajes, como el cine, los gestos y semiología es el conjunto de estas semióticas.

6.3.1.3 Antropología: Es una ciencia social que estudia al ser humano de una forma integral. Para abarcar la materia de su estudio, la Antropología recurre a herramientas y conocimientos producidos por las ciencias naturales y las ciencias sociales. La aspiración de la disciplina antropológica es producir conocimiento sobre el ser humano en diversas esferas, pero siempre como parte de una sociedad. De esta manera, intenta abarcar tanto la evolución siempre como parte de una sociedad.

De esta manera, intenta abarcar tanto la evolución biológica de nuestra especie, el desarrollo y los modos de vida de pueblos que han desaparecido, las estructuras sociales de la actualidad y la diversidad de expresiones culturales y lingüísticas que caracterizan a la humanidad.

6.3.1.4 Sociología: Ciencia que estudia la sociedad humana, entendida como el conjunto de individuos que viven agrupados en diversos tipos de asociaciones colectivas e instituciones.

Su objeto primordial de investigación son los grupos sociales, sus formas internas de organización, su grado de cohesión y las relaciones entre ellos y con el sistema social general.

En opinión del sociólogo francés Emile Durkheim “Los sociólogos tienen la necesidad urgente de estar informados regularmente de las investigaciones realizadas por la ciencias especiales, historia, el derecho de las costumbres y de la religión, las estadísticas sociales, las ciencias económicas, y demás”. Porque es precisamente en estas ciencias donde puede encontrarse el material de la sociología.

(<http://escarceossociales.blogspot.com/2009/10/la-sociologia-concepto-objeto.html>)

6.3.1.5 Cibernética: Ciencia que estudia los mecanismos de comunicación, regulación y control de sistemas complejos, especialmente sistemas informáticos.

6.3.1.6 Etnología: Ciencia que estudia los pueblos y las culturas a través de los datos que le proporciona la etnografía. Intenta establecer leyes que determinan la conducta, las realizaciones y la evolución de un grupo humano o de un área cultural.

6.3.1.7 Pedagogía: Ciencia que estudia los métodos y las técnicas destinadas a enseñar y educar, especialmente a los niños y a los jóvenes.

6.3.1.8 Andragogía: es la ciencia que, siendo parte de la Antropología y estando inmersa en la educación permanente, se desarrolla a través de una praxis fundamentada en los principios de participación y horizontalidad.

6.3.1.9 Tecnología: es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.

6.3.1.10 Psicología: Ciencia que tiene como objeto de estudio la compleja estructuración del comportamiento humano tomando como punto de partida las razones de índole consciente o subconsciente que dinamizan dichos comportamiento. La psicología también analiza los elementos que interfieren en la vida interior del ser humano como recuerdos, imágenes, sueños, miedos y de esta manera genera sus juicios.

6.3.1.10.1 Psicología del color: Es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Desde el punto de vista estrictamente médico, todavía es una ciencia inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea, teniendo en cuenta que muchas técnicas adscritas a este campo pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa.

Sin embargo, en un sentido más amplio, el estudio de la percepción de los colores constituye una consideración habitual en el diseño arquitectónico, la moda, la señalética y el arte publicitario.

6.3.1.10.2 Psicología de la comunicación: Campo de estudio de la psicología destinada a comprender la reacción racional, emotiva o comporta

mental que se producen en los emisores y en los receptores durante el proceso de la comunicación.

6.3.1.10.3 Psicología del consumidor: Campo de estudio de la psicología que estudia a los consumidores, así como las variables que los hacen elegir determinados bienes y servicios.

Por lo tanto su objetivo principal es explicar el comportamiento del consumidor: describir el tipo de elecciones que hacen los individuos, así como las circunstancias razones en las que el consumidor hace la elección.

Se tiene en cuenta factores de muy diferentes tipos, incluyendo factores de mercado, efectos de publicidad, condiciones económicas características de población.

Se destaca entre estos el énfasis de mercado y publicidad. Las organizaciones querrían poder predecir los patrones de comportamiento del consumidor para influir sobre sus elecciones en sentido favorable para sus productos.

6.3.1.11 Lingüística: Estudio de la lengua humana como los medio de comunicación. Estudia su historia su estructura comprende la morfología y la sintaxis. Trata de determinar los sistemas de reglas que rigen las gramáticas, sus principios y particularidades, también lo que es común y lo que representa coacciones universales.

6.3.1.12 Gramática: Es el estudio de las reglas y principios que regulan el uso de las lenguas y la organización de las palabras dentro de una oración. También se denomina así al conjunto de reglas y principios que gobiernan el

uso de un lenguaje muy determinado; así, cada lengua tiene su propia gramática.

6.3.1.13 Deontología: Rama de la ética cuyo objeto de estudio son aquellos fundamentos del deber y las normas morales. Se refiere a un conjunto ordenado de deberes y obligaciones morales que tienen los profesionales de una determinada materia. La deontología es conocida también bajo el nombre de “teoría del deber” y, al lado de la axiología, es una de las dos ramas principales de la ética normativa. Un código deontológico es un conjunto de criterios, apoyados en la deontología con normas y valores, que formulan y asumen quienes llevan a cabo una actividad profesional.

6.3.1.14 Epistemología: Rama de la filosofía cuyo objeto de estudio es el conocimiento. La epistemología, como teoría del conocimiento, se ocupa de problemas tales como las circunstancias históricas, psicológicas y sociológicas que llevan a la obtención del conocimiento, y los criterios por los cuales se le justifica o invalida, así como la definición clara y precisa de los conceptos epistémicos más usuales, tales como verdad, objetividad, realidad o justificación.

6.3.2 Artes: Manifestación de la actividad humana mediante la que se expresa una visión personal y desinteresada que interpreta lo real o imaginario con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros.

6.3.2.1 Artes Gráficas: Se conoce como artes gráficas al conjunto de oficios, procedimientos o profesiones involucradas en la realización del proceso gráfico, editorial o esculpido.

6.3.2.2 Artes Plásticas: Son una clase de arte que utiliza materias creadas, dispuestas o modificadas de cualquier otra forma o por artes decorativas.

6.3.2.3 Arte Digital: Siendo el arte digital producto de la tecnología informática, se da la tentación de distinguir el arte tradicional del digital señalando que éste es tecnológico, y el resto no. La tecnología consiste básicamente en un instrumento o procedimiento que posibilita una creación, y en ese sentido no existe diferencia entre un pincel y una paleta gráfica, pero es común encontrar clasificaciones de arte digital basadas en el soporte usado:

6.3.2.4 Video Arte: Es un movimiento artístico, surgido en Estados Unidos y Europa hacia 1963, viviendo su apogeo en los años sesenta y setenta del siglo XX, aunque aún mantiene su vigencia. Es una de las tendencias artísticas que surgieron al hilo de la consolidación de los medios de comunicación de masas, y que pretendían explorar las aplicaciones alternativas y aplicaciones artísticas de dichos medios. Se usan medios electrónicos (analógicos o digitales) con un fin artístico.

6.3.2.5 Artes Escénicas: Son las artes destinadas al estudio y/o práctica de cualquier tipo de obra escénica o escenificación. Toda forma de expresión capaz de inscribirse en la escena: el teatro, la danza, la música.

6.3.2.6 Cinematografía: Arte de representar el movimiento por medio de la fotografía. Denominación dada al invento de los Lumiere como arte, ciencia y técnica.

El éxito de este invento fue inmediato, no solo en Francia, sino también en toda Europa y América del Norte. En un año los hermanos

Lumiere creaban más de 500 películas, marcadas por la ausencia de actores y los decorados naturales, la brevedad, la ausencia de montaje y la posición fija de la cámara. Pero los espectadores acabaron aburriéndose por lo monótono de las tomas.

Fue George Méliès quien profundizó por primera vez en el hecho de contar historias ficticias y quien comenzó a desarrollar las nuevas técnicas cinematográficas.

<https://docs.google.com/document/preview?hgd=1&id=1kHj0aNFUuarLRRwDjyEwTRBVYqKFgfPc0gmD7Ie0NS0>

6.3.2.7 Fotografía: Es el arte y la técnica para obtener imágenes duraderas debidas a la acción de la luz. Es el proceso de capturar imágenes y fijarlas en un medio material sensible a la luz.

Basándose en el principio de la cámara oscura, se proyecta una imagen captada por un pequeño agujero sobre una superficie, de tal forma que el tamaño de la imagen queda reducido. Para capturar y almacenar esta imagen, las cámaras fotográficas utilizaban hasta hace pocos años una película sensible, mientras que en la actualidad, en la fotografía digital, se emplean sensores CCD; CMOS y memorias digitales. Este término sirve para denominar tanto al conjunto del proceso de obtención de esas imágenes como a su resultado: las propias imágenes obtenidas o «fotografías».

6.3.3 Teorías: Una teoría es un sistema lógico-deductivo constituido por un conjunto de hipótesis, un campo de aplicación y algunas reglas que permitan extraer

consecuencias de las hipótesis de la teoría. En general las teorías sirven para elaborar modelos científicos que interpreten un conjunto amplio de observaciones.

6.3.3.1 Ética: Filosofía de lo bueno y de lo malo que estudia los valores y sus relaciones con pautas y planes de acción, la moral y la fundación teórica de la misma. Ciertos aspectos de la sociología que tratan de las costumbres, de las fuerzas sociales, del ajuste defectuoso, de la desorganización, de los problemas sociales, de los movimientos de reforma y del progreso social pertenecen al campo de la ética.

6.3.3.2 Moral: Conjunto de normas más aceptadas y sancionadas por una sociedad o criterio, en un tiempo determinado.

6.3.3.3 Filantropía: Norma o voluntad moral que significa “amor a la humanidad”. Los filántropos suele ver a la sociedad en una forma positiva y constructiva, expresado en la ayuda a los demás sin que necesariamente se requiera de un intercambio o interés alguno en una respuesta. Los esfuerzos filantrópicos son realizados por parte de individuos o por grupos de individuos organizados.

Los donativos a organizaciones humanitarias, personas, comunidades, o trabajando para ayudar a los demás, directamente o a través de organizaciones no gubernamentales con fines no lucrativos, así como lo es el trabajo de voluntario para apoyar instituciones que tienen el propósito específico de ayudar a los seres vivos y mejorar sus vidas, son considerados actos filantrópicos, siempre y cuando no estén movidos por intereses.

6.3.4 Tendencias: Inclinación, idea o corriente que sigue determinada dirección. La tendencia está vigente hasta su sustitución por una tendencia opuesta.

6.3.4.1. Súper-geométrica: Las líneas rectas, los detalles, la perfección y la inspiración tomada por el arte chino “origami“, son algunas de las características de esta tendencia. Es importante no dejarse engañar por la aparente simplicidad, aunque, el nivel de habilidad y la atención necesaria para producir este tipo de trabajo no es para los débiles de Eso es probablemente por lo que este estilo de diseño está en tendencia.

CAPITULO VII
PROCESO DE DISEÑO Y
PROPUESTA PRELIMINAR

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1. Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:

7.1.1 Ciencias auxiliares: Para la realización del proyecto va a ser necesario el estudio de varias ciencias que se encargan de estudiar todos los procesos de comunicación ya que cada una de ellas cumple una función específica que va a consolidar las bases del proyecto de manera que cada aspecto que en él se toque tenga un respaldo científico, estando en el entendido que el empirismo no podrá de ninguna manera incorporarse en un el área profesional.

7.1.1.1 Ciencias de la Comunicación: Indispensables para un proyecto televisivo, estas ciencias respaldan y fundamentan el programa y su contenido.

7.1.1.1.1 Semiología: Para que el mensaje sea efectivo, es necesario acudir a la ciencia que se encarga del estudio y la aplicación de ciertas funciones a través de los iconos, los signos y los símbolos. Se aplica a las imágenes y sonidos que serán el medio por el que se va a llegar al grupo objetivo y transmitirles la información. La semiología es necesaria en el diseño gráfico para resolver problemas de comunicación, por medio de ella los elementos visuales tienen sentido y los auditivos respaldan el proyecto para que al momento de unir ambas cosas se obtenga el resultado esperado.

7.1.1.1.1.1 Semiología del discurso: Para el guión del programa de televisión se necesita hacer un análisis del contenido y elementos de los discursos, tales como: tamaño, lenguaje, contexto, connotación y del orador

que los pronuncia y así determinar la ausencia o presencia de determinados elementos.

7.1.1.1.1.2 Semiología de la imagen: Se hará uso de esta rama de la semiología para estudiar la connotación y la denotación de los signos y de los símbolos presentes en todo el contenido gráfico del programa de televisión, como: escenarios, cortinas, cintillos, publicidad, propaganda, animaciones, artes y diseños entre otros.

A través de ella se va evaluar si el contenido del programa es adecuado o no para el público objetivo al que será enviado.

7.1.1.1.1.3 Semiología del color: fundamental para la selección de colores que se van a utilizar en los elementos gráficos y que van a identificar el programa de televisión.

7.1.1.1.1.4 Semiología del cine: A pesar de que el cine y la televisión tienen grandes diferencias, las bases y reglas de grabación son las mismas, se debe cuidar que los signos y símbolos que estén presentes en el momento de la producción y post producción sean los más apropiados para que el grupo objetivo reciba el mensaje correcto.

7.1.1.2 Semiótica: En ella se toman en cuenta de forma más amplia algunos elementos significantes como el arte que se va utilizar para la realización del diseño gráfico que va contener el proyecto. La moda que en este caso va ser

fundamental por el grupo objetivo joven, y otros elementos importantes en un proyecto televisivo.

7.1.1.3 Antropología: Elemental en el proyecto, nos permitirá conocer a profundidad al grupo objetivo, ya que por medio de esta ciencia podremos identificar ciertas características en el ser humano que nos ayudarán a determinar la manera en que se dará el mensaje para que sea recibido de forma óptima y produzca el resultado que se espera.

7.1.1.4 Sociología: Nuestro grupo objetivo vive en sociedad, es por eso que se necesita el apoyo de esta ciencia, ya que se debe estudiar el comportamiento de este en medio de su entorno y de qué forma se puede afectar positiva o negativamente a la persona dependiendo de cuál sea la forma en que se envíe el mensaje y su contenido.

7.1.1.5 Cibernética: Muy utilizada actualmente, principalmente por los jóvenes que son el grupo objetivo al que queremos llegar, y sin la correcta utilización de la cibernética no se tendrá tanta aceptación como se puede llegar a tener.

7.1.1.6 Etnología: Es necesario conocer el ambiente, el entorno y la cultura en la que se manejan las personas a las que se les desea comunicar el mensaje a través del programa de televisión, es por eso que esta ciencia tiene gran participación en este proyecto, ya que dependiendo de la cultura, así debe ser el mensaje.

7.1.1.7 Pedagogía: El principal objetivo de este programa de televisión es enseñar y educar, especialmente a los jóvenes y para ello se requiere de métodos y técnicas que la pedagogía estudia.

7.1.1.8 Andragogía: Es de beneficio para el proyecto, ya que posee casi las mismas facultades que la pedagogía, con la diferencia de que estas se aplican a un grupo más adulto y parte de nuestro grupo objetivo entra en este rango.

7.1.1.9 Tecnología: Será útil en el proyecto audiovisual, ya que todo lo que ella abarca es atractivo para el grupo objetivo y utilizando la mayor cantidad de herramientas tecnológicas, más efectivo será el mensaje que se desea comunicar.

7.1.1.10 Psicología: Estudiando al ser humano podremos conseguir información para hacer que el proyecto sea atractivo para el televidente

7.1.1.10.1 Psicología del color: Es preciso analizar el efecto de los colores en la percepción y la conducta humana para la selección de estos y así determinar su rol dentro del proyecto.

7.1.1.10.2 Psicología de la comunicación: Necesaria en este proyecto audiovisual para comprender la reacción racional, emotiva o comportamental que se producen en los emisores y en los receptores durante el proceso de la comunicación.

7.1.1.10.3 Psicología del consumidor: Mediante esta psicología se puede entender mejor la mente de los televidentes, y saber así que es lo que esperan y piensan acerca del programa de televisión “Generación con Visión”, en

especial los jóvenes que son el grupo objetivo, y así crear las estrategias que ayuden a que el proyecto tenga buena aceptación.

7.1.1.11 Lingüística: Es una herramienta que no se puede descartar en este proyecto, ya que el estudio de la lengua humana como los medio de comunicación va influir en el proyecto, así se tomará en cuenta la estructura del mensaje, comprendiendo la morfología y la sintaxis.

7.1.1.12 Gramática: Ya que el programa de televisión se va transmitir en un medio masivo, se tiene la responsabilidad de velar porque en los mensajes hablados por los conductores se dé el uso correcto del idioma y de las palabras, estructurando bien las oraciones de manera ordenada y lógica, cumpliendo con las reglas ya establecidas.

7.1.1.13 Deontología: Si se pretende fomentar los valores, los principios y la moral, también es necesario que todo el personal que va participar en la producción de este programa, ya sea al aire o fuera de cámaras posea estos principios morales que corresponden al deber profesional.

7.1.1.14 Epistemología: Esta rama de la filosofía ayudará al proyecto audiovisual a proyectar en el grupo objetivo una iniciativa por la búsqueda constante del conocimiento, entendiendo que es por medio del conocimiento que se puede consolidar a la sociedad, superando los obstáculos que presenta la ignorancia.

7.1.2 Arte: Se cree que para que un programa de televisión tenga éxito, este debe poseer alto contenido artístico, ya sea de parte de los creativos que lo produzcan como por el talento que lo representa.

7.1.2.1 Cinematografía: Este arte nos permitirá darle un sentido lógico y estético a la serie de imágenes en movimiento a través de sus normas y reglas, sin descuidar la creatividad.

7.1.2.2 Fotografía: Así como se tienen procesos, técnicas y reglas para conseguir buenas fotografías estáticas, de la misma forma se deben tomar en cuenta todos estos aspectos para aplicarlos en la serie de imágenes que componen una grabación para hacer que estas sean casi tan atractivas como una buena fotografía estática.

7.1.3 Teorías: Se toma en cuenta, para un proyecto televisivo, algunas teorías relacionadas a los temas.

7.1.3.1 Ética: Compartir con los jóvenes por medio de un programa de televisión acerca de todo lo relacionado a esta filosofía es uno de los objetivos principales para su realización, es por eso que es indispensable su consulta y aplicación en este proyecto.

7.1.3.2 Moral: El objetivo es aprender a utilizarla y mostrarles a los televidentes las consecuencias positivas que les puede traer también a ellos si las saben aplicar.

7.1.3.3 Filantropía: Este pensamiento positivo es uno de los grandes apoyos con los que se cuentan, ya que es una buena alternativa para unificar esfuerzos por mejorar el nivel de vida a través de la restauración de la sociedad.

7.1.4 Tendencias: Es necesario tomar en cuenta tendencias actuales, que permitan que el proyecto sea innovador.

7.1.4.1: Súper-geométrica: Esta tendencia nos da sensación de modernismo y juventud lo que encaja perfectamente con el programa.

7.2 Conceptualización:

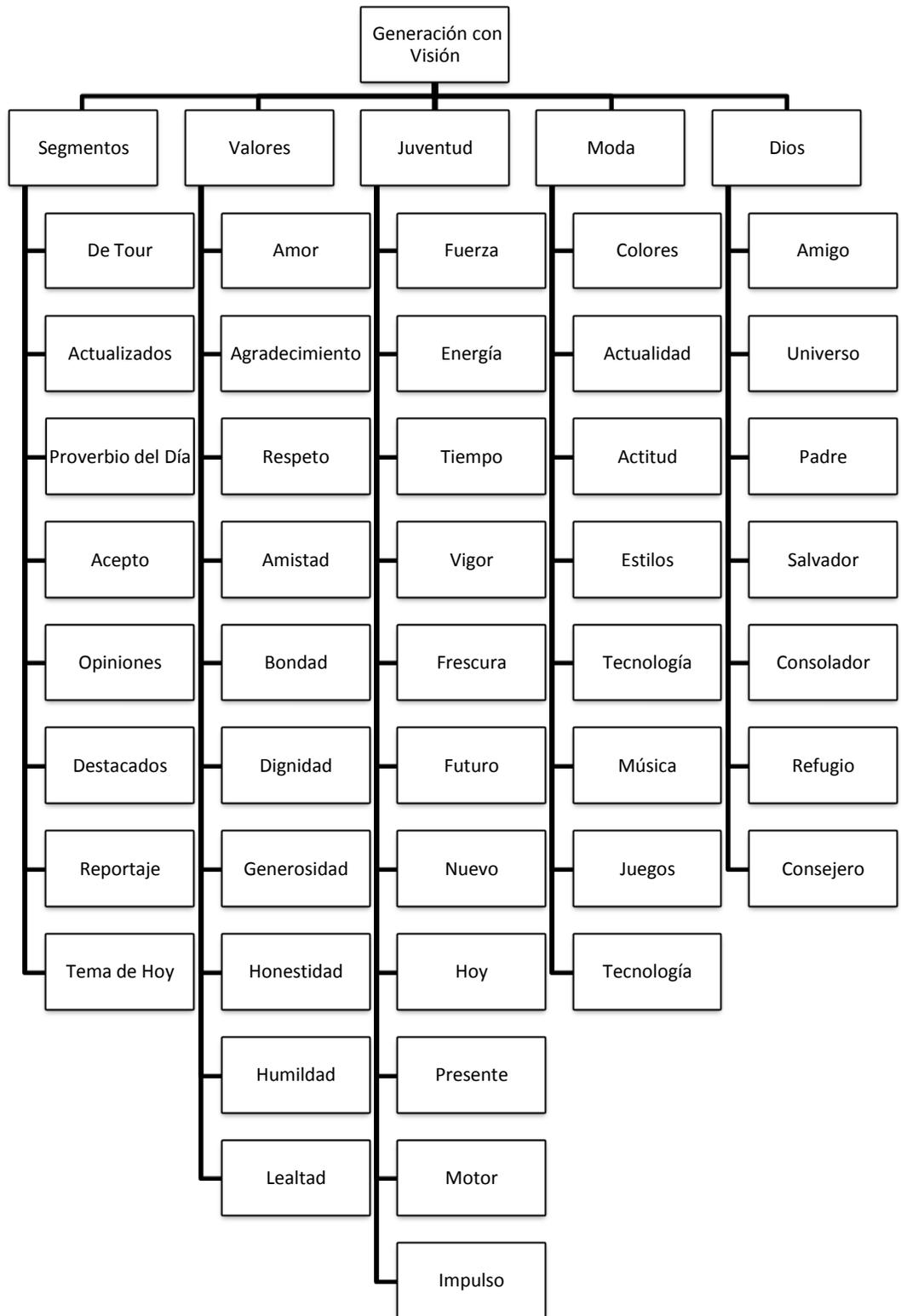
7.2.1 Método: Mapa Mental

Es la técnica creada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation. La importancia de los mapas mentales radica en que son expresión de una forma de pensamiento. El mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro.

Dibujar un mapa mental requiere plasmar y relacionar las distintas ideas sobre una hoja de papel de manera individual o grupal, para establecer vínculos a través del tema planteado. Para analizar dicho tema se requiere utilizar palabras claves que se generen de forma automática pero clara, formando así una estructura nodal.

Dicha técnica es de usos múltiples donde la principal aplicación se centra en el proceso creativo, además de la exploración del problema y la generación de ideas. En la exploración del problema, es recomendable su uso para generar distintas perspectivas del mismo.

A continuación se presenta una gráfica que presenta un mapa mental, de acuerdo a las ideas principales para el programa piloto.



7.2.2 Definición del Concepto:

Por medio de la técnica de mapa mental, que permitió elaborar el concepto creativo, se realizó el análisis evaluativo que contribuyó con la presentación de las distintas propuestas creativas donde se consideraron y eligieron las mejores ideas que permitieron responder a los objetivos planteados, de acuerdo a las necesidades del cliente.

Propuestas finales desarrolladas a través del concepto creativo:

- Cuadros azules refrescantes.
- Jóvenes a color.
- Universo Futurista.
- Colores y formas.
- Estructuras metálicas.
- Decoración futurista.

El concepto creativo final que se presentó para la elaboración del programa piloto es:

Universo Futurista. Porque la juventud está inclinada a la tecnología, a lo nuevo, a lo desconocido, porque su imaginación nunca se sacia, similar al “espacio” que no tiene límites. Además los jóvenes deben brillar como las estrellas.

7.3 Bocetaje: Se realizó un guión técnico que permite mantener una secuencia lógica de tomas gráficas para obtener la propuesta final. Es necesario tomar en cuenta cada uno de los aspectos de diseño y comunicación audiovisual que contiene el programa piloto Generación con Visión.

7.3.1 Composición: Se utilizaron figuras geométricas con el propósito de generar estilo vanguardista en torno a la animación de objetos, para crear un aspecto armonioso en cada una de las escenas del video corporativo.

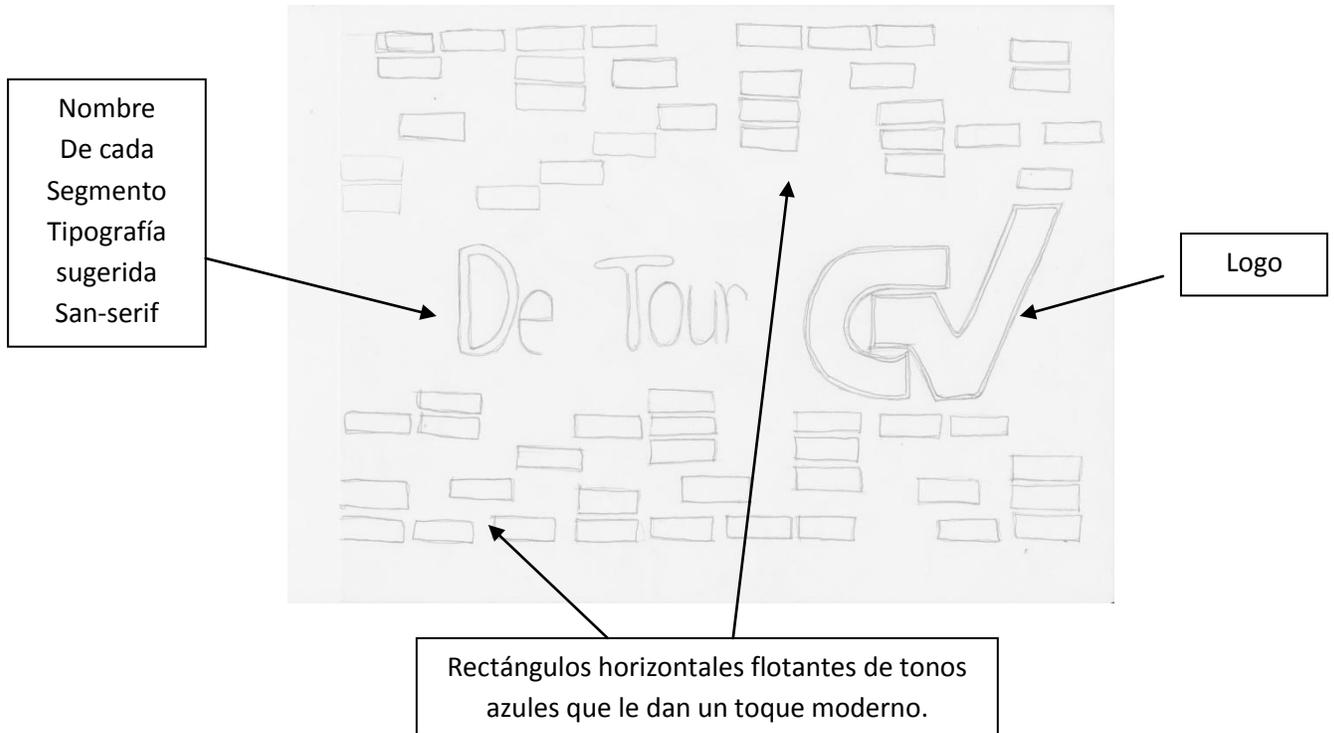
7.3.2 Estilo: El programa piloto está relacionado al concepto moderno, con aspectos de frescura, juventud, alegría, dinamismo y creatividad dentro de un marco cristiano.

7.3.3 Colores: Se mantiene en todo el proyecto, una paleta de colores azules, celestes, turquesa, blancos y plateados, ya que según análisis psicológicos, estos colores son fríos y frescos. Por lo tanto, los utilizan los jóvenes, y también están relacionados con la tecnología y da la impresión de ser algo moderno.

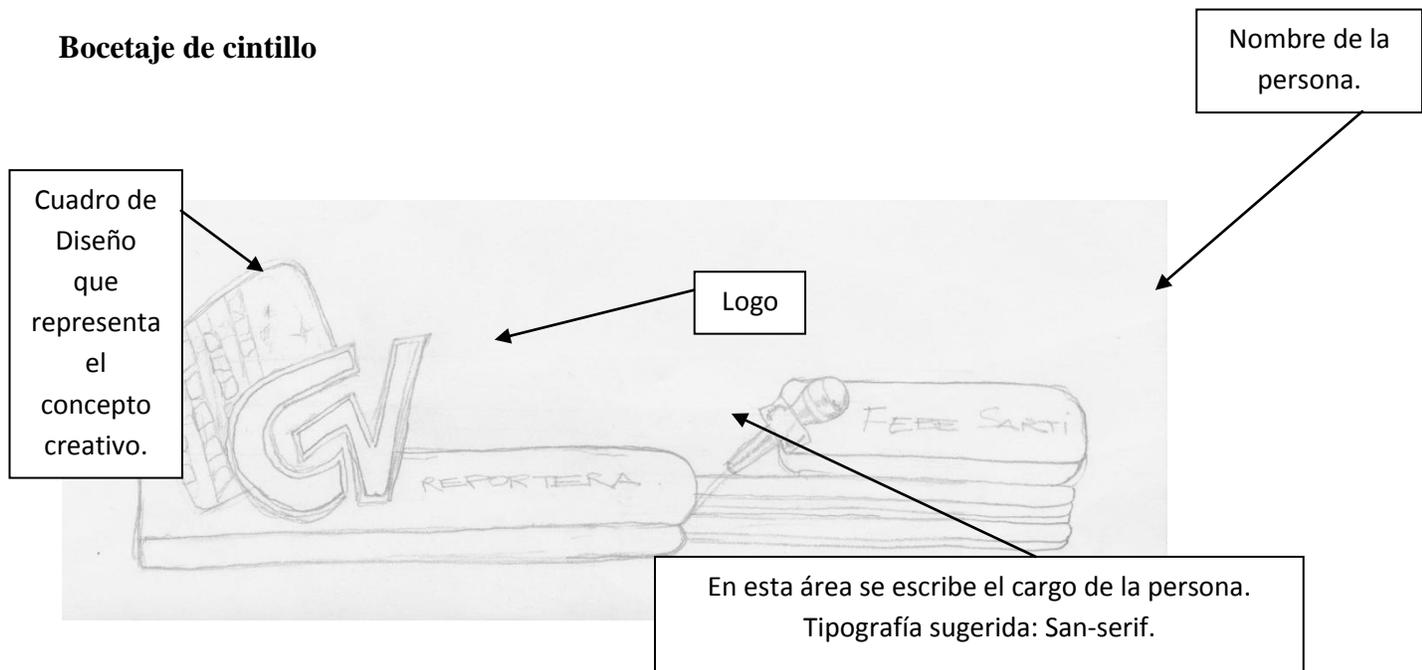
7.3.4 Tipografía: Se utilizaron dos tipos de tipografía relacionados con el logotipo, la A Little Mixed Up y la Are You Freaking de la familia de las Sanserif para generar dinamismo y energía.

7.3.5 Elementos: En los diseños se utilizó siempre el logotipo del programa para reforzar la imagen de marca.

Bocetaje de cortina



Bocetaje de cintillo



7.3.6 Propuesta segundo nivel de Bocetaje

Programa Piloto “Generación con Visión”

Cliente: Canal RE Visión

Resolución: 1280 x 720

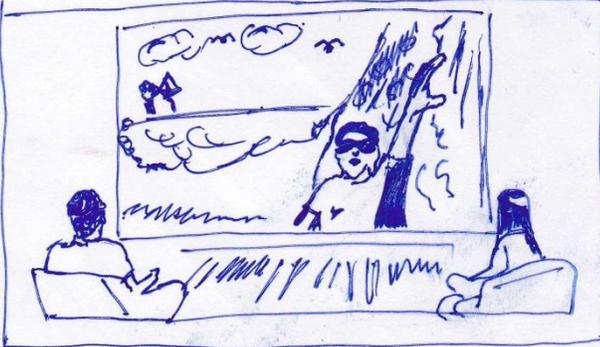
Duración: 50 min.

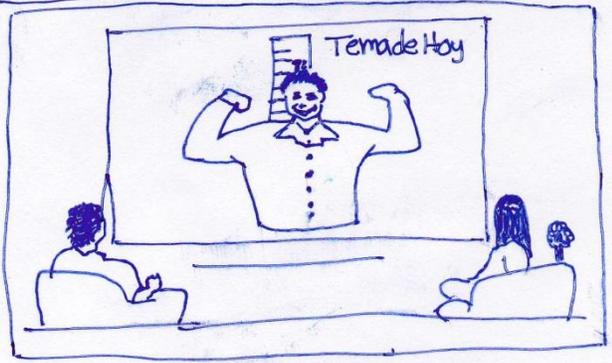
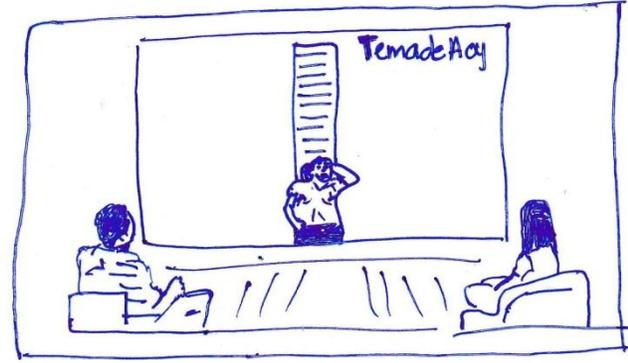
Fecha: Diciembre 2013

STORYBOARD

Guión Técnico	Story Board	Audio SFX
Dos personas sentadas en sillones, prenden la televisión.		Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis
En la televisión aparecen las letras GV y el slogan: Tu conexión a la verdad.		Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis

<p>En la pantalla se ve a una joven feliz de lanzarse de un avión con paracaídas.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Aparece ahora en la pantalla el muchacho sobre el avión muy atemorizado.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>El muchacho se lanza del avión gritando con mucho miedo. Aparecen las letras Reportaje</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Se ven de espaldas a dos personas que van en una montaña rusa.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

<p>Se ven de frente las personas que van en una montaña rusa, la joven feliz y el atemorizado .</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Se ve a un escalador, tratando de subir a una gran roca.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Llega una joven corriendo para subir la roca que el escalador trataba de subir.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>El joven muestra un pez pequeño, y la señorita muestra un gran tiburón.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

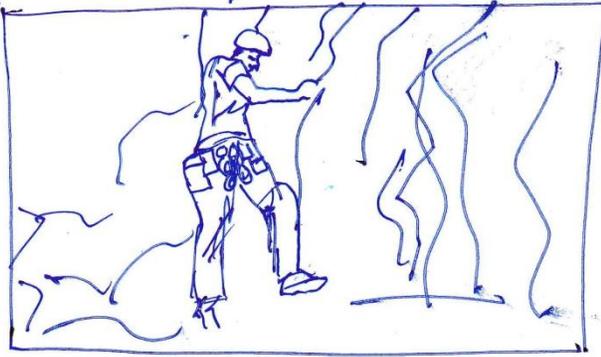
<p>A la hora del desayuno la señorita no quiere comer y el joven come mucho.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cuando el joven se mide, crece mucho y tiene fuerzas.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cuando la joven se mide se hace pequeña y se ve desganada.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>La muñequita del pastel se quiere ir, y el muñequito le machuca el vestido para detenerla.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

<p>Muchas tomas con diferentes ángulos de un muchacho manejando moto.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>El joven le está planchando el pelo a la señorita.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>El joven se distrae y el pelo de la señorita agarra fuego.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Los jóvenes están en el cine tratando de escoger una película pero ninguna les gusta.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

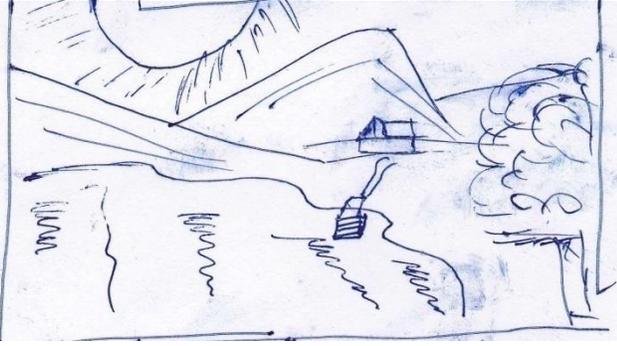
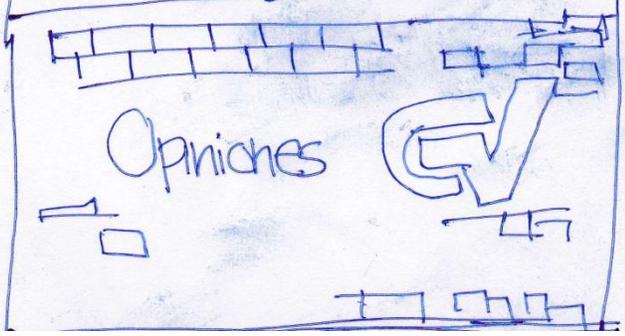
<p>Los jóvenes ven la cartelera de Generación con Visión y escogen ver eso.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>La cartelera de Generación con visión toma una animación 3D y la cámara se acerca.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>La cartelera en 3D gira y la rodean unas letras que dicen: Generación con Visión</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Plano medio, el conductor saluda y da la bienvenida al programa.</p>		<p>Música de fondo de Sinapsis</p>

<p>Plano medio de la conductora, quien saluda también a los televidentes.</p>		<p>Música de fondo de grupo sinapsis.</p>
<p>Plano medio, ambos conductores dan inicio al programa.</p>		<p>Música de fondo de grupo sinapsis.</p>
<p>Cortinilla del segmento: De Tour</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: De Tour</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

<p>Cortinilla del segmento: De Tour</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Varias tomas de la llegada a la escalada en roca en Amatitlán.</p>		<p>Música de fondo de biblioteca.</p>
<p>Primer Plano, conductor presenta el segmento: De Tour.</p>		<p>Música de fondo de biblioteca.</p>
<p>Se ve al conductor escalando en la roca de Amatitlán.</p>		<p>Música de fondo de biblioteca.</p>

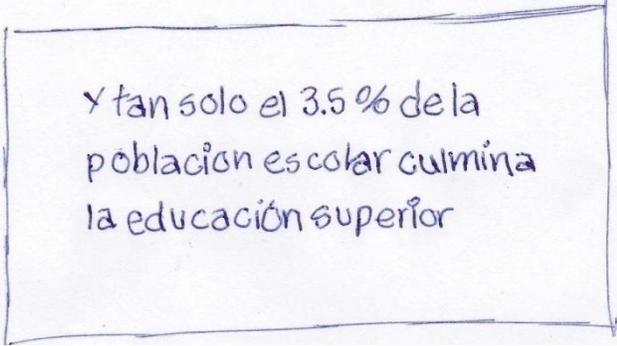
<p>Plano medio de Pablo, quien da información a cerca de la escalada.</p>		
<p>Se ve cómo Pablo Cabrera escala la roca.</p>		<p>Música de fondo de biblioteca.</p>
<p>Plano Americano, ángulo contrapicado o, José explica el deporte.</p>		
<p>Plano medio, el conductor entrevista a un escalador trasplantado.</p>		

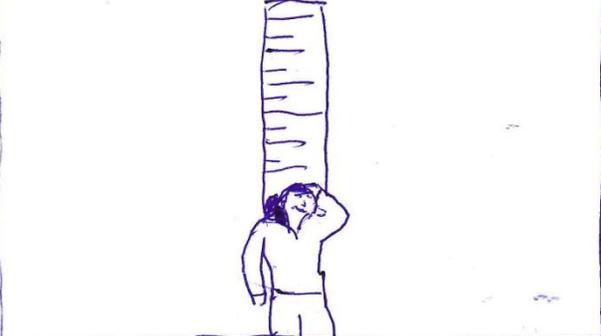
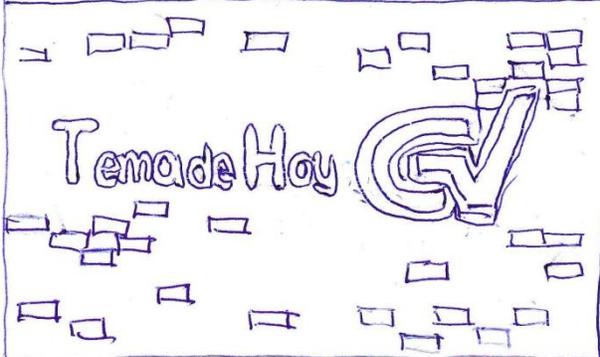
<p>Primer Plano, entrevista a una mujer escaladora</p>		
<p>Varias tomas de mujeres escalando.</p>		<p>Música de fondo de biblioteca.</p>
<p>Primer Plano, el conductor entrevista a Pablo Cabrera de extremo a extremo.</p>		
<p>Primer plano conductor despide segmento: De Tour</p>		<p>Música de fondo de biblioteca musical.</p>

<p>Tomas del paisaje.</p>		<p>Música de fondo de biblioteca musical.</p>
<p>Plano Medio, conductor del programa anuncia segmento: opiniones.</p>		<p>Música de fondo de grupo sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Opiniones</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Reportaje</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

<p>Primer plano de diferentes personas jóvenes dando su opinión del tema.</p>		
<p>Plano medio, conductora presentando segmento reportaje.</p>		
<p>Cortinilla del segmento: Reportaje</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Reportaje</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

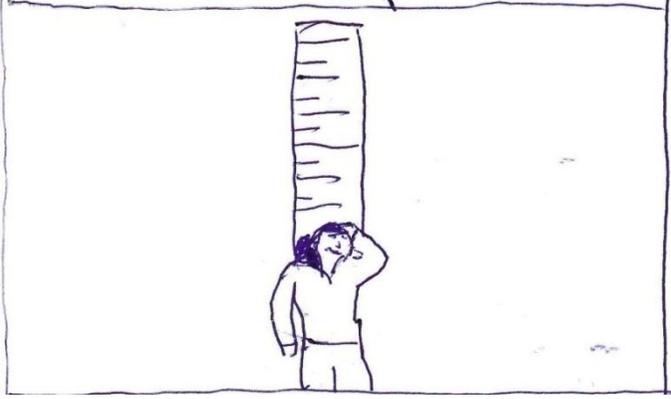
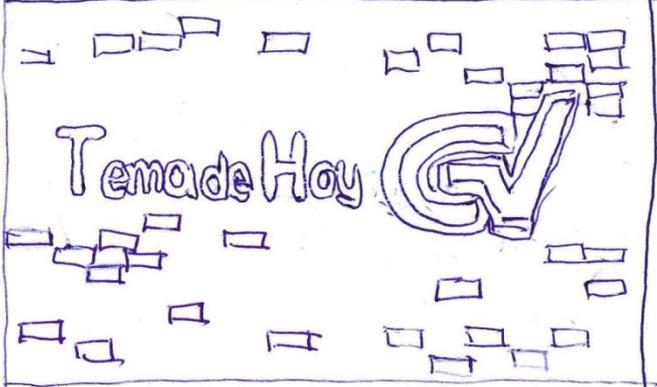
<p>Cortinilla del segmento: Reportaje</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Texto: Deserción Escolar en Guatemala. Sobre fondo desenfocado</p>		<p>Vos off: Deserción Escolar en Guatemala. Música de fondo biblioteca.</p>
<p>Tomas de distintos centros educativos del país.</p>		<p>Vos off: guión reportaje. Música de fondo de biblioteca musical.</p>
<p>Primer Plano, entrevista a niño que lava carros.</p>		

<p>Entrevista a alumna de la universidad y a profesor de educación media.</p>		
<p>Tomas de distintos centros educativos del país.</p>		<p>Música de fondo de biblioteca musical.</p>
<p>Texto sobre fondo negro, efecto máquina de escribir.</p>		<p>Música de fondo de biblioteca musical.</p>
<p>Plano medio, presentador a anuncia segmento: "Tema de Hoy"</p>		<p>Música de fondo de sinapsis.</p>

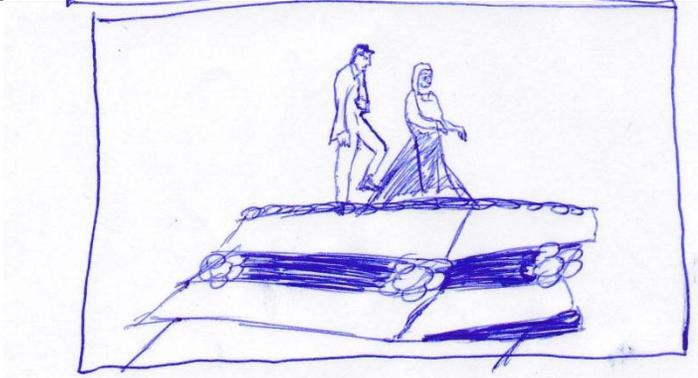
<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

<p>Plano general del de los presentador es en uno de los sets. Hablando del tema.</p>		<p>Música de fondo instrumenta l</p>
<p>Plano medio, conductor habla del tema de la semana.</p>		<p>Música de fondo instrumenta l</p>
<p>Plano medio, conductora habla del tema de la semana.</p>		<p>Música de fondo instrumenta l</p>
<p>Cortinilla del segmento: Destaca2</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

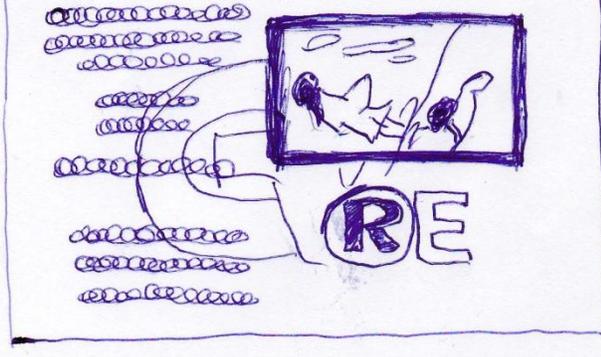
<p>Cortinilla del segmento: Destaca2</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Plano medio, entrevista especial con Linda Chen.</p>		
<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Plano medio, conductor habla del tema de la semana.</p>		<p>Música de fondo instrumenta 1</p>
<p>Plano medio conductora habla del tema de la semana.</p>		<p>Música de fondo instrumenta 1</p>

<p>Cortinilla del segmento: Proverbio del Día</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Proverbio del Día</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Stop motion del atardecer. Y las letras Proverbios 1:4</p>		<p>Biblia en audio, versión Reina Valera 1960, por Salvador Bellozo.</p>
<p>Plano medio del conductor haciendo la oración final.</p>		<p>Música de fondo instrumenta 1</p>

<p>Plano medio y zoom in a plano detalle del rostro y luego del logo.</p>		<p>Música de fondo de sinapsis.</p>
<p>Plano general. Los muñecos del pastel se mueven.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento "Acepto"</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Primer plano de la reportera.</p>		<p>Música de biblioteca.</p>

<p>Varias tomas del Hotel.</p>		<p>Música de biblioteca.</p>
<p>Plano medio de los presentadores.</p>		<p>Música de fondo de sinapsis.</p>
<p>Varias tomas del salón de belleza con los presentadores.</p>		<p>Voz en off: Los presentadores de Generación con Visión cuidan su imagen en:</p>
<p>Plano general, ángulo contrapicado o Saliendo del salón de belleza.</p>		<p>Befashion medical spa. Música de fondo de biblioteca de música.</p>

<p>Fondo azul desenfocado y logo completo del programa con su slogan.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Fondo azul con la GV con opacidad, créditos, video de la entrada y logo de la productora.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

7.3.7 Propuesta Preliminar

Programa Piloto “Generación con Visión”

Cliente: Canal RE Visión

Resolución: 1280 x 720

Duración: 50 min.

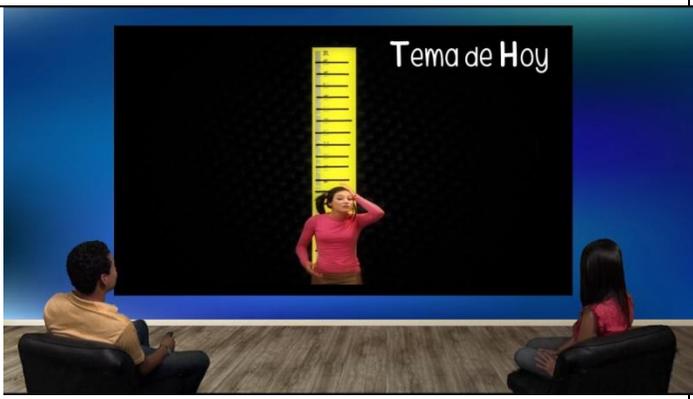
Fecha: Diciembre 2013

STORYBOARD

Guión Técnico	Story Board	Audio SFX
Dos personas sentadas en sillones, prenden la televisión.		Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis
En la televisión aparecen las letras GV y el slogan: Tu conexión a la verdad.		Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis

<p>En la pantalla se ve a una joven feliz de lanzarse de un avión con paracaídas.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Aparece ahora en la pantalla el muchacho sobre el avión, muy atemorizado.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>El muchacho se lanza del avión gritando con mucho miedo. Aparecen las letras Reportaje</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Se ven de espaldas a dos personas que van en una montaña rusa.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

<p>Se ven de frente las personas que van en una montaña rusa, la muchacha feliz y el muchacho atemorizado.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Se ve a un escalador, tratando de subir a una gran roca.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Llega una joven corriendo para subir la roca que el escalador trataba de subir.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>El joven muestra un pez pequeño y la señorita muestra un gran tiburón.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

<p>A la hora del desayuno la señorita no quiere comer y el joven come mucho.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cuando el joven se mide, crece mucho y tiene fuerzas.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cuando la joven se mide se hace pequeña y se ve desganada.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>La muñequita del pastel se quiere ir, y el muñequito le machuca el vestido para detenerla.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

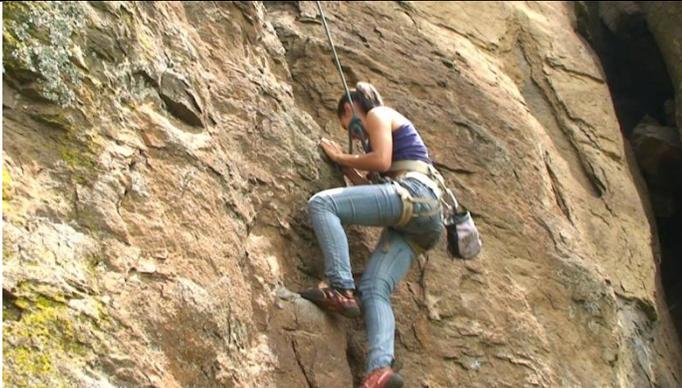
<p>Muchas tomas con diferentes ángulos de un muchacho manejando moto.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>El joven le está planchando el pelo a la señorita.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>El joven se distrae y el pelo de la señorita agarra fuego.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Los jóvenes están en el cine tratando de escoger una película pero ninguna les gusta.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

<p>Los jóvenes ven la cartelera de Generación con Visión y escogen ver eso.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>La cartelera de Generación con visión toma una animación 3D y la cámara se acerca.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>La cartelera en 3D gira y la rodean unas letras que dicen: Generación con Visión</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Plano medio, el conductor saluda y da la bienvenida al programa.</p>		<p>Música de fondo de grupo sinapsis.</p>

<p>Plano medio de la conductora, quien saluda también a los televidentes.</p>		<p>Música de fondo de grupo sinapsis.</p>
<p>Plano medio, ambos conductores dan inicio al programa.</p>		<p>Música de fondo de grupo sinapsis.</p>
<p>Cortinilla del segmento: De Tour</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: De Tour</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

<p>Cortinilla del segmento: De Tour</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Varias tomas de la llegada a la escalada en roca en Amatitlán.</p>		<p>Música de fondo de biblioteca.</p>
<p>Primer Plano, conductor presenta el segmento: De Tour.</p>		<p>Música de fondo de biblioteca.</p>
<p>Se ve al conductor escalando en la roca de Amatitlán.</p>		<p>Música de fondo de biblioteca.</p>

<p>Plano medio de Pablo Cabrera, quien da información acerca de la escalada.</p>	 <p>A man in a grey shirt and red cap, identified as Pablo Cabrera, is speaking into a yellow microphone. He is positioned on a rock face. A blue graphic overlay at the bottom left shows the letters 'GV' and the text 'Extremo a Extremo'. A name tag at the bottom center reads 'Pablo Cabrera'.</p>	
<p>Se ve cómo Pablo Cabrera escala la roca.</p>	 <p>A man in a grey shirt and dark pants is climbing a vertical rock face. He is wearing a harness and has climbing gear on his waist. The rock is dark and textured.</p>	<p>Música de fondo de biblioteca.</p>
<p>Plano Americano, ángulo contrapicado, José explica el deporte.</p>	 <p>A man in a blue and white striped shirt and a dark cap is speaking into a yellow microphone. He is on a rock face with green foliage in the background. A blue graphic overlay at the bottom left shows the letters 'GV' and the text 'Escalador'. A name tag at the bottom center reads 'Jose miguel'.</p>	
<p>Plano medio, el conductor entrevista a un escalador trasplantado.</p>	 <p>Two men are standing in front of a rock face. The man on the left is wearing a black and white striped shirt and a red cap. The man on the right is wearing a black t-shirt with a white logo that says 'I [mountain icon] the north face'. They are both looking towards the camera.</p>	

<p>Primer Plano, entrevista a una mujer escaladora</p>		
<p>Varias tomas de mujeres escalando.</p>		<p>Música de fondo de biblioteca.</p>
<p>Primer Plano, el conductor entrevista a Pablo Cabrera y hablan de extremo a extremo.</p>		
<p>Primer plano conductor despide segmento: De Tour</p>		<p>Música de fondo de biblioteca musical.</p>

<p>Tomas del paisaje.</p>		<p>Música de fondo de biblioteca musical.</p>
<p>Plano Medio, conductor del programa anuncia segmento: opiniones.</p>		<p>Música de fondo de grupo sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Opiniones</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Reportaje</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

<p>Primer plano de diferentes personas jóvenes dando su opinión del tema.</p>		
<p>Plano medio, conductora presentando segmento reportaje.</p>		<p>Música de fondo de grupo sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Reportaje</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Reportaje</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

<p>Cortinilla del segmento: Reportaje</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Texto: Deserción Escolar en Guatemala. Sobre fondo desenfocado</p>		<p>Vos off: Deserción Escolar en Guatemala. Música de fondo biblioteca.</p>
<p>Tomas de distintos centros educativos del país.</p>		<p>Vos off: guión reportaje. Música de fondo de biblioteca musical.</p>
<p>Primer Plano, entrevista a niño que lava carros.</p>		

<p>Entrevista a alumno de la universidad y profesor de educación media.</p>		
<p>Tomas de distintos centros educativos del país.</p>		<p>Música de fondo de biblioteca musical.</p>
<p>Texto sobre fondo negro, efecto máquina de escribir.</p>	<p>Y tan solo el 3.5 % de la población escolar culmina la educación superior.</p>	<p>Música de fondo de biblioteca musical.</p>
<p>Plano medio, presentadora anuncia segmento: “Tema de Hoy”</p>		<p>Música de fondo de sinapsis.</p>

<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

<p>Plano general del de los presentadores en uno de los sets. Hablando del tema.</p>		<p>Música de fondo instrumental</p>
<p>Plano medio, conductor habla del tema de la semana.</p>		<p>Música de fondo instrumental</p>
<p>Plano medio, conductora habla del tema de la semana.</p>		<p>Música de fondo instrumental</p>
<p>Cortinilla del segmento: Destaca2</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

<p>Cortinilla del segmento: Destaca2</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Plano medio, entrevista especial con Linda Chen.</p>		
<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Tema de Hoy</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Plano medio, conductor habla del tema de la semana.</p>		<p>Música de fondo instrumental</p>
<p>Plano medio conductora habla del tema de la semana.</p>		<p>Música de fondo instrumental.</p>

<p>Cortinilla del segmento: Proverbio del Día</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento: Proverbio del Día</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Stop motion del atardecer. Y las letras Proverbios 1:4</p>		<p>Biblia en audio, versión Reina Valera 1960, por Salvador Bellozo.</p>
<p>Plano medio del conductor haciendo la oración final.</p>		<p>Música de fondo instrumental</p>

<p>Plano medio y zoom in a plano detalle del rostro y luego del logo.</p>		<p>Música de fondo de sinapsis.</p>
<p>Plano general. Los muñecos del pastel se mueven.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Cortinilla del segmento "Acepto"</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Primer plano de la reportera.</p>		<p>Música de biblioteca.</p>

<p>Varias tomas del Hotel.</p>		<p>Música de biblioteca.</p>
<p>Plano medio de los presentadores</p>		<p>Música de fondo de sinapsis.</p>
<p>Varias tomas del salón de belleza con los presentadores</p>		<p>Voz en off: Los presentadores de Generación con Visión cuidan su imagen en:</p>
<p>Plano general, ángulo contrapicado Saliendo del salón de belleza.</p>		<p>Befashion medical spa. Música de fondo de biblioteca de música.</p>

<p>Fondo azul desenfocado y logo completo del programa con su slogan.</p>		<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>
<p>Fondo azul con la GV con opacidad, créditos, video de la entrada y logo de la productora.</p>	<p>Este programa ha sido realizado primero con la guianza de Dios a quien damos honra y gloria.</p> <p>Idea Original Anagladys Jerez</p> <p>Producción y Dirección Anagladys Jerez</p> <p>Tema La Deserción Escolar</p> <p>CONDUCTORES</p>  	<p>Jingle: Generación con Visión De: Sinapsis</p>

CAPITULO VIII
VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación técnica

Luego de realizado el video con el piloto del programa de televisión, se procedió a una serie de pasos de validación para verificar que dicho material audiovisual cumpla con los requerimientos del cliente, con el propósito de establecer la funcionalidad del proyecto, de acuerdo a los objetivos planteados.

Aplicando el instrumento de validación orientados en las áreas de comunicación y diseño:

- Fundamentar los logros obtenidos, según los objetivos del proyecto.
- Verificar la efectividad de cada uno de los elementos que conlleva el programa, al lograr proporción audiovisual acorde con los colores, textos, animaciones, grabaciones y participaciones incluidas en el programa.
- Comprobar que el programa cumpla con su funcionalidad primordial de informar, enseñar, transformar las vidas de los jóvenes que televidentes, brindando un práctico y comprensible material audiovisual.

8.1 Población y muestreo

Para la validación de este proyecto es fundamental establecer parámetros de referencia que permitan obtener óptimo desarrollo del proyecto al proporcionar de esta manera un excelente y atractivo programa de televisión para jóvenes. Se comprueba el logro de los objetivos establecidos a través de las 30 personas que fueron encuestadas, para identificar así los cambios que puedan surgir como soporte del proyecto.

Por consiguiente, fue necesario obtener la información específica de tres grupos poblacionales considerables para lograr efectiva la validación.

- **Cliente:** Gerente de la empresa, quien solicitó y financió la elaboración del programa de televisión.
- **Grupo objetivo:** Personas jóvenes de diferentes sectores poblacionales entre las edades de 14 a 27 años.
- **Expertos:** Tres personas expertas en el área de comunicación y diseño.

Licda. Lourdes Donis (Diseño Gráfico)

Lic. Rolando Barahona (Diseño Gráfico).

Lic. Emilio Ramírez (Producción Audiovisual)

8.2 Método e Instrumentos.

Escala Likert

Este tipo de escala se utiliza comúnmente en la investigación por encuesta, que mide las actitudes mediante el uso de una gama de opciones de respuestas consideradas de un extremo a otro. Esta escala permite descubrir grados de opinión y reunir datos cuantitativos acerca de un tema. Luego analizar sus respuestas con el objetivo de identificar de manera más sencilla cada una de las áreas a mejorar, para comprender los niveles de eficiencia de un proyecto.

Selección múltiple.

Este tipo de preguntas cerradas ofrecen variedad mucho mayor de respuestas dentro de los extremos de una escala. Lo que se le solicita al encuestado es indicar la alternativa que exprese su opinión, dé una lista o si es necesario elegir varias opciones de respuesta dependiendo de la pregunta realizada.

Preguntas dicotómicas.

Son aquellas preguntas sencillas de tabular con las que el encuestado solamente debe responder con un Sí o con un No, considerando una elección única; por ende solo tiene dos alternativas, aunque en ocasiones complementan con alternativa neutral como ninguna de las anteriores alternativas.

Encuesta.

Es un instrumento fundamental para evaluar la funcionalidad del proyecto, es por ello que se clasifica en tres áreas como área objetiva, área semiológica y área operativa. Por medio de ellas se realizan las doce preguntas para generar óptima evaluación y realización del programa de televisión.

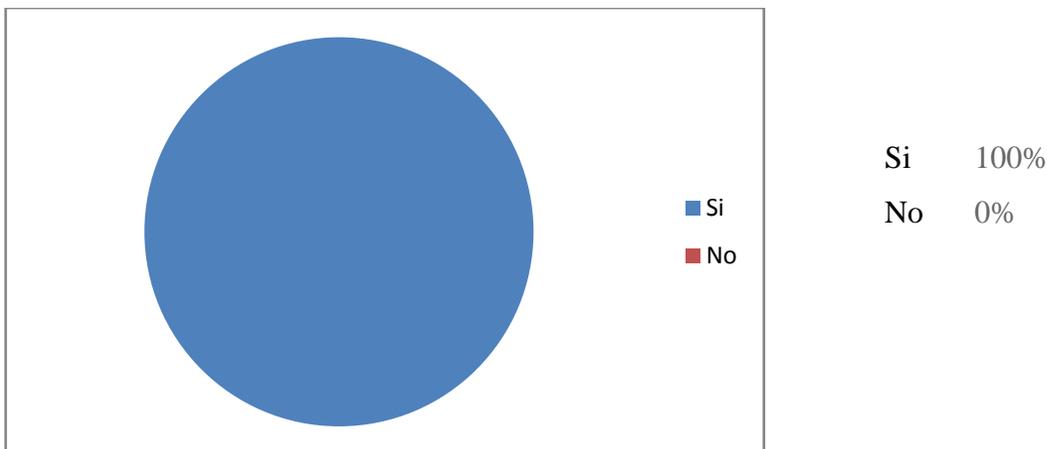
- La parte objetiva está basada en los objetivos generales y específicos del proyecto.
- La parte semiológica consiste en todos los elementos visuales que integran el video corporativo como los colores, imágenes, diagramación y tipografía.
- La parte operativa verifica que el video corporativo cumpla con su funcionalidad, legibilidad, accesibilidad y utilidad.

El instrumento de validación o encuesta está adjunto en el capítulo XIV en el área de anexos.

A continuación se presentan las gráficas de los resultados a través de la tabulación, codificación e interpretación de los mismos.

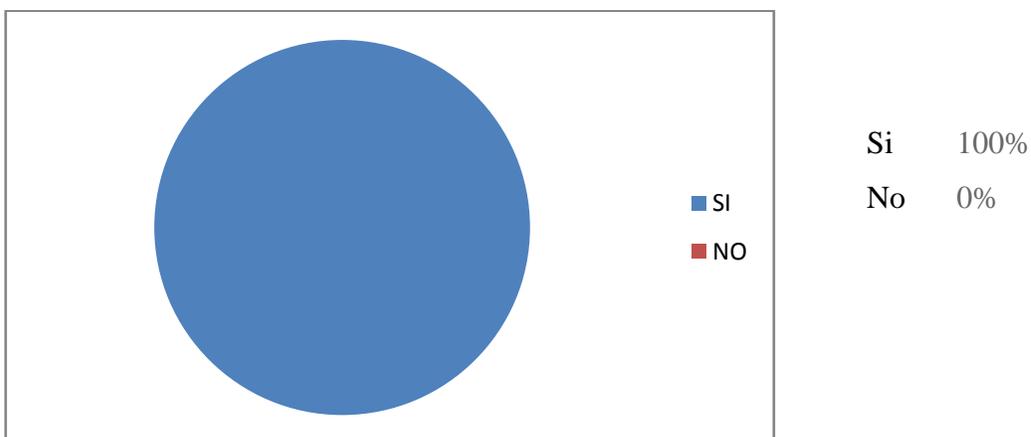
Parte Objetiva

1. ¿Considera necesaria la creación de un programa de televisión piloto "Generación con Visión" dirigido a jóvenes entre 14 a 27 años de edad para fomentar principios y valores?



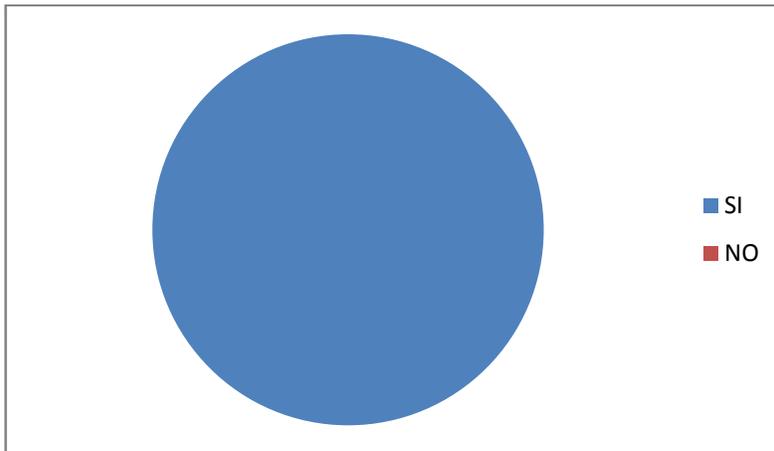
Interpretación de la pregunta 1: El 100 % de los encuestados considera interesante la implementación de un programa piloto dirigido a jóvenes que fomente principios y valores.

2. ¿Considera necesaria la recopilación de información, fotografías y materiales audiovisuales para ser incluidas en el programa piloto de Generación con Visión y enriquecer su contenido?



Interpretación de la pregunta 2: El 100% de los encuestados consideran necesaria la presentación en el programa piloto de fotografías y material audiovisual para enriquecer el contenido del programa juvenil "Generación con Visión".

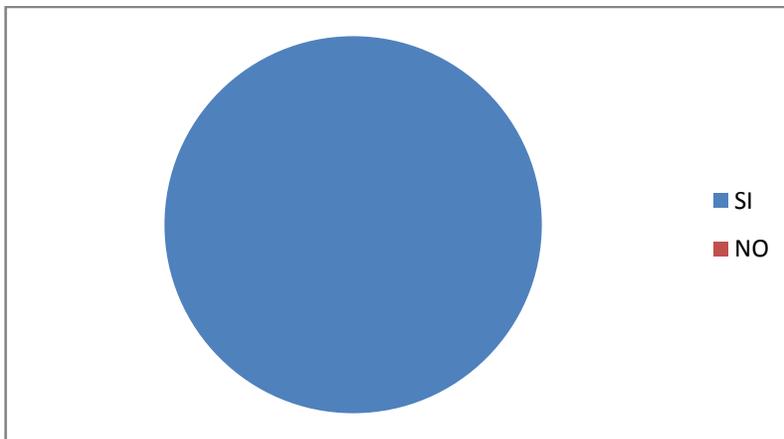
3. ¿Considera necesaria la elaboración de un guión para que se desarrolle el programa piloto dirigido a jóvenes "Generación con Visión" de forma ordenada?



Si 100%
No 0%

Interpretación de la pregunta 3: El 100% de los encuestados está de acuerdo en que se debe realizar un guión para presentar el programa de forma continua y ordenada.

4. ¿Considera necesario definir los segmentos del programa piloto "Generación con Visión" y sus respectivos nombres, para que el televidente pueda identificarlos rápidamente?

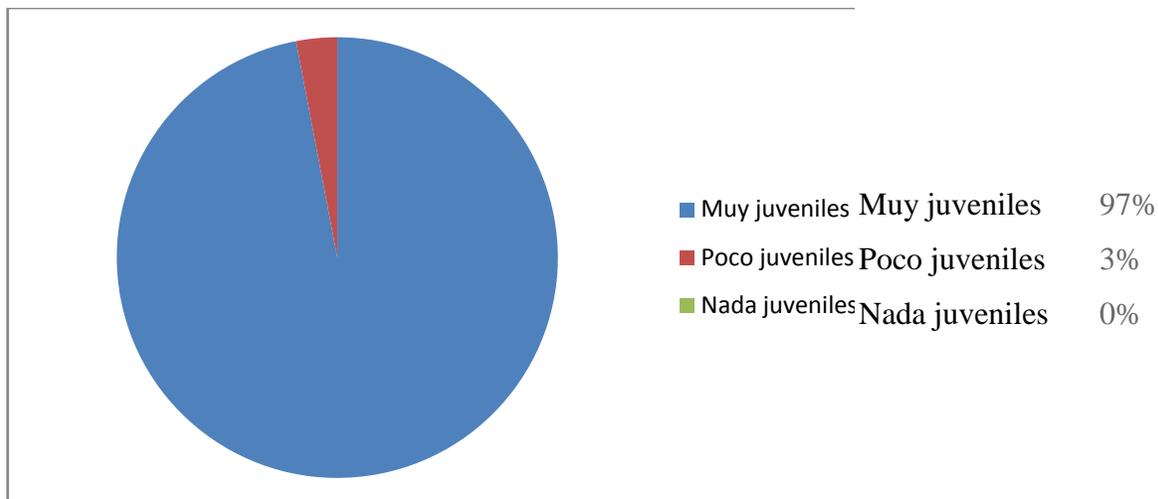


Si 100%
No 0%

Interpretación de la pregunta 4: El 100% de los encuestados considera que es bueno definir cada segmento del programa con diferentes nombres para que sean identificados adecuadamente.

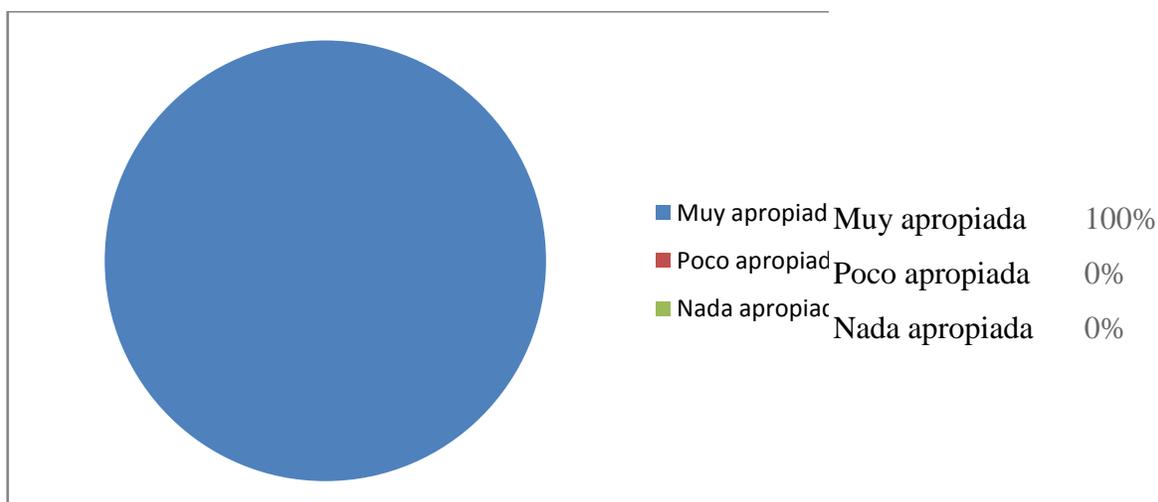
Parte Semiológica

5. ¿Según su criterio, considera que los colores utilizados en los cintillos y cortinillas del programa piloto "Generación con Visión" son?



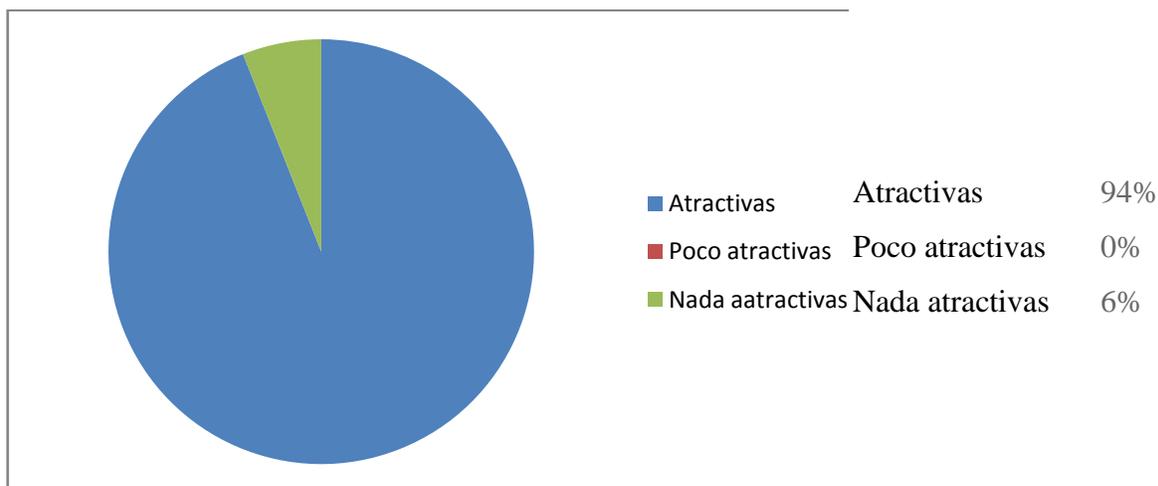
Interpretación de la pregunta 5: 97% de los encuestados considera que los cintillos son muy juveniles, solamente 3% de ellos dijo que son poco juveniles y nadie dijo que no lo fueran. O sea que se está cumpliendo con el propósito de nuestro grupo objetivo.

6. ¿Considera que la musicalización utilizada es apropiada para el programa piloto dirigido a jóvenes Generación con Visión?



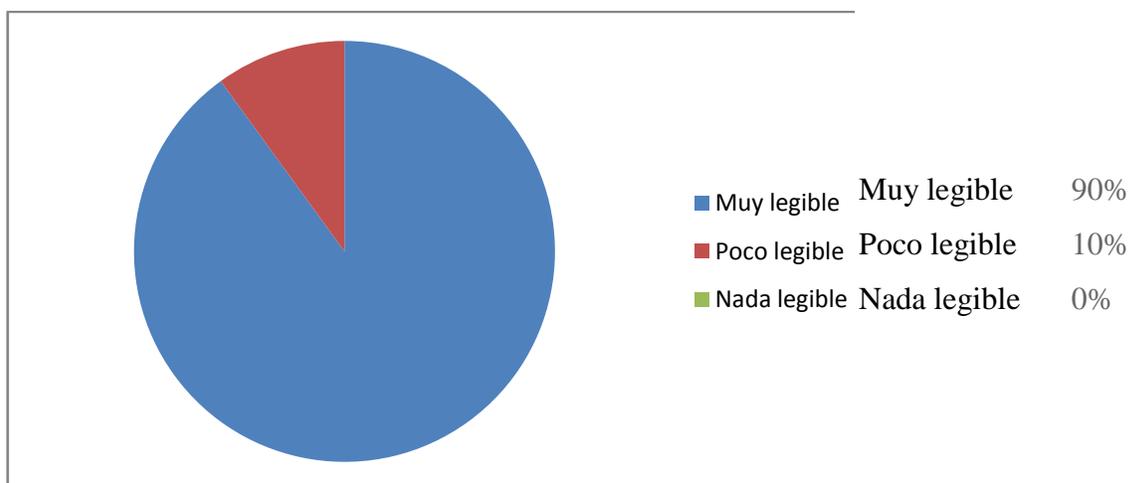
Interpretación de la pregunta 6: El 100% o sea que todos los encuestados encontraron la musicalización bastante adecuada para el programa juvenil "Generación con Visión"

7. ¿Cómo cataloga las transiciones y efectos especiales del video utilizado en el programa piloto dirigido a jóvenes "Generación con Visión"?



Interpretación de la pregunta 7: 94% de los encuestados consideró atractivas las transiciones y efectos especiales del video utilizado. Contra 6% que opinó que no eran nada atractivas. Ninguna persona dijo que fueran poco atractivas.

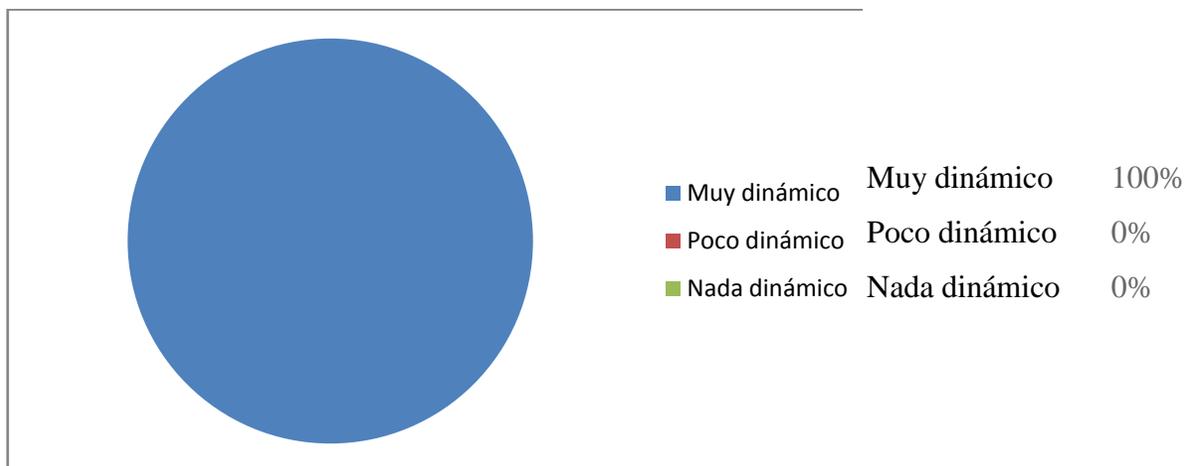
8. ¿Cómo considera la tipografía utilizada en el programa piloto dirigido a jóvenes "Generación con Visión"?



Interpretación de la pregunta 8: 90% consideró legible la tipografía utilizada en el programa piloto del programa juvenil Generación con Visión. 10% lo consideró poco legible. Y ninguna persona lo consideró ilegible.

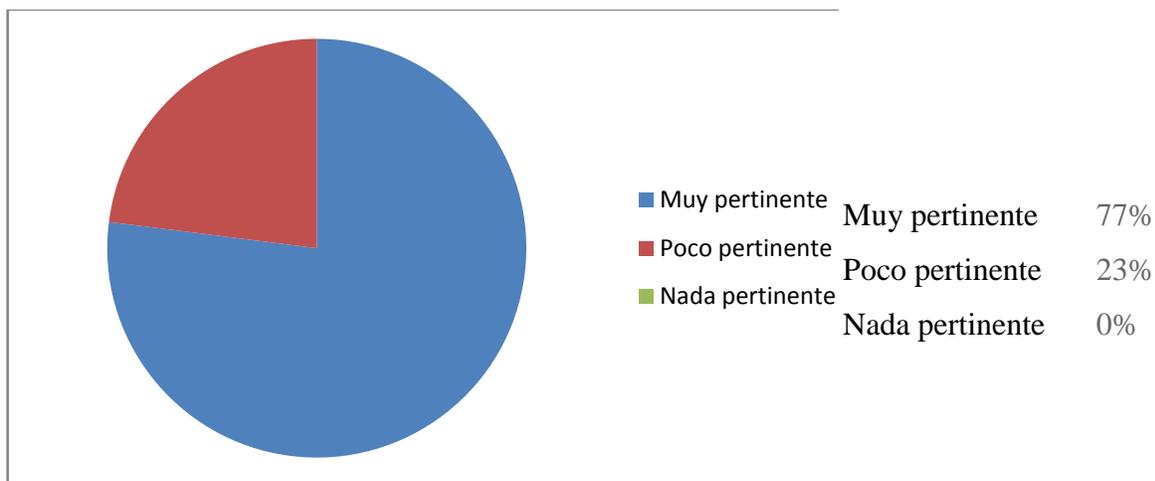
Parte Operativa

9. ¿Cómo considera que es el programa de televisión piloto dirigido a jóvenes de entre 14 a 27 años "Generación con Visión" al reproducirlo?



Interpretación de la pregunta 9: El 100% de los encuestados dijo que el programa piloto de Generación con Visión es muy dinámico.

10. ¿Considera que la duración del programa piloto dirigido a jóvenes "Generación con Visión" es pertinente para mantener la atención de su grupo objetivo?



Interpretación de la pregunta 10: El 77% de los encuestados considera que el tiempo de duración del programa es bueno. Mientras que un 23% lo consideró muy largo. Por lo que se toma la decisión de convertirlo en un programa de media hora en lugar de una hora, como se muestra el piloto.

8.3 Resultados e Interpretación de resultados.

La fase de validación del proyecto: Producción de Programa piloto para programa juvenil “Generación con Visión”, dirigido a jóvenes de 14 a 27 años.

- Cumple con los objetivos propuestos dentro del proyecto.
- Los resultados obtenidos según las respuestas de los encuestados detallan favorablemente el porcentaje de acuerdo al funcionamiento, objetividad, operatividad y correcta visualización del programa piloto de televisión.
- Constituye un audiovisual eficaz para presentar la propuesta de televisión en programa juvenil.
- Asiste como apoyo de referencia acerca de los conocimientos que se desean transmitir en este programa de televisión.

8.4 Cambios en base a los resultados.

Se debe cambiar el tiempo del programa que era de 55 minutos, quedando ahora de 30 minutos.

CAPITULO IX
PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX: Propuesta gráfica final.

Antes

Programa Piloto
“Generación con Visión”
Cliente: Canal RE Visión
Resolución: 1280 x 720
Duración: 50 min.
Fecha: Diciembre 2013

Después

Programa Piloto
“Generación con Visión”
Cliente: Canal RE Visión
Resolución: 1280 x 720
Duración: 30 min.
Fecha: Diciembre 2013

En el canal de televisión R E Visión fue requerido que se ajustara la duración del programa, de 50 minutos pasó a ser de 30 minutos.

Antes



Después



Antes



Después



Antes

Después



Se solicitó que se coloque el logo del programa, en la cantidad de escenas posible para tener mayor presencia de marca.

CAPITULO X
PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y
DISTRIBUCIÓN

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

Para lograr que el proyecto de un programa de televisión juvenil cumpla su función, es necesario implementarlo para dar a conocer el material al grupo objetivo al que va dirigido, así como a la organización televisiva, para avalar el proyecto.

10.1 Plan de costos de elaboración.

El proyecto a elaborar es un programa piloto en forma digital para el canal de televisión R E Visión. Para estimar el tiempo de elaboración del programa de televisión fue necesario detallar algunos puntos:

- La recopilación de información teórica y conceptos de diseño apropiados para el desarrollo eficaz del piloto del programa juvenil, que se desarrolló en un tiempo estimado de seis meses.
- El proceso de producción de un video piloto de programa juvenil y propuesta preliminar en el que se realizó el guión técnico, permitió crear una respuesta a las necesidades del cliente las que se desarrollaron en un estimado de dos meses.
- Total de meses laborados: 8 meses.
- Total de semanas laboradas: 32 semanas.
- Total de días trabajados: 192 (6 días por semana)
- Total de horas trabajadas 1536 (8 horas diarias)

Tomando en cuenta que un Diseñador Gráfico promedio tiene un salario mensual de Q 5,000.00, según agencias de publicidad para este tipo de trabajo que incluyen gráficos audiovisuales, el pago del día es de Q 224.00 y la hora tiene valor de Q 28.00.

El precio total por hora: $1536 \text{ horas} \times Q 28.00 = 43,800.00$

El costo total de elaboración del piloto del programa de televisión juvenil “Generación con Visión” asciende a: **Q 43,800.00**

10.2 Plan de costos de producción.

Digitalización del guión técnico y presentación del video del programa piloto del programa juvenil “Generación con Visión” a la empresa concluye de esta manera. Dicha etapa consistió en la validación de la propuesta, elaboración de artes gráficas y la implementación del video piloto del programa finalizado. Uso de cámaras, luces, cables, equipo técnico. Personal técnico. Transporte. Uso de internet. Energía eléctrica.

- Alquiler de equipo por día: Q 1,200.00
- Por 10 días: Q 12,000.00
- Viáticos: Q 600.00
- Por 10 días: Q 6,000.00
- Días trabajados en planificación de grabaciones y análisis de contenidos: 10
- Horas trabajadas en planificación de grabaciones y análisis de contenidos: 80
- Costo de la hora: Q 28.00
- Total: Q 2,240.00
- Tiempo empleado: 1 mes (4 semanas)
- Total de días trabajados: 20 días
- Total de horas de trabajo: 160 horas.
- Costo salarios: Q 4,480.00
- Costo alquiler de equipo: Q 12,000.00
- Viáticos Q 6,000.00
- TOTAL Q 22,480.00

El costo total de producción del video piloto del programa juvenil Generación con Visión asciende a **Q 22,480.00**

10.3 Plan de costos de reproducción.

El video del programa juvenil será utilizado en presentaciones del canal de televisión, por lo que se cotizó la cantidad de 20 DVD que serán distribuidos con posibles patrocinadores. Se cotizó en Grafi Pronto, la impresión de 20 sticker y 20 discos, y el precio es de Q 8.25 por DVD. El costo total de distribución es de: **Q 165.00**

10.4 Plan de costos de distribución.

La distribución del video piloto del programa juvenil para presentar a los patrocinadores por medio de un material audiovisual reconociendo la trayectoria del canal R E Visión con su slogan “hacia la perfección” le permite estar a la vanguardia de la tecnología actual, no tiene costo ya que será entregado directamente a la directiva de la empresa.

El costo total del proyecto en sus fases de elaboración, producción, reproducción y distribución asciende a: **Q 66,445.00**

10.5 Cuadro de resumen general de costos:

Plan de Costos de elaboración	Q 43,800.00
Plan de Costos de Producción	Q 22,480.00
Plan de Costos de Reproducción	Q 165.00
TOTAL DE COSTOS	Q 66,445.00

CAPITULO XI

**CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES**

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.

11.1 Conclusiones.

Se logró crear un programa de televisión piloto llamado Generación con Visión, dirigido a jóvenes entre 14 y 27 años de edad para fomentar principios y valores cristianos.

De principio fue necesario investigar a través de libros de texto y sitios web, todos los términos y conceptos necesarios en la toma de decisiones para el desarrollo de programas de televisión para jóvenes.

También se tuvo que recopilar información, fotografías y materiales audiovisuales a través de entrevistas, visitas a personalidades importantes, opiniones de jóvenes, maestros y padres de familia, que fueron incluidas en el programa piloto de Generación con Visión.

Además se definieron los segmentos del programa y sus respectivos nombres, para que el televidente pueda identificarlos rápidamente.

Se diseñaron también los cintillos y cortinas que sirven para identificar distintos elementos y segmentos del programa Generación con Visión.

11.2 Recomendaciones

Después de que se logró producir un programa de televisión piloto que ya fue aceptado para su transmisión, es necesario seguir estrictamente los patrones con los que fue creado para no perder la visión y mantener los estándares de calidad, de lo contrario se perderá la audiencia.

Se recomienda que antes de comenzar las transmisiones del programa, se tengan por lo menos tres programas terminados, de manera que las producciones se vayan trabajando por adelantado, ya que si se tienen percances sobre la marcha, y no se logra producir un programa a tiempo, no se interrumpirá ni se repetirá ningún episodio.

La producción televisiva es muy amplia, y constantemente surgen nuevos términos, herramientas y tendencias que se deben conocer, es necesario estar actualizándose para no quedarse atrás.

Es importante que se haga una planificación de los programas que se van a ir produciendo y los temas que se van a tocar en cada uno de ellos, para que se logre hacer una investigación profunda de los temas y se cuente con suficientes ejemplos, definiciones y recomendaciones.

Así también se debe planificar cada segmento que va ir en los programas, por lo menos para tres meses, para que se vaya recopilando con tiempo el material necesario, haya orden y se tenga una base sobre la que se pueda ir desarrollando toda la producción, de lo contrario se podría caer en una desorientación.

Una vez establecidos los nombres de los segmentos, se deben respetar tal y como hayan quedado, sin hacer alteraciones, ya que esto podría confundir a la audiencia y en lugar de que se popularicen, podrían llegar a causar molestias.

Sobre todo es importante mantener el diseño en el material gráfico que se presenta en el programa piloto.

CAPITULO XII
CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII: Conocimiento general

mercadeo

Se debe estudiar al grupo objetivo para hacer un cálculo a cerca de la aceptación que puede llegar a tener un proyecto televisivo, ya que no se puede trabajar en el, sin antes haber hecho los estudios de mercado correspondientes, debido a los costos que esto representa.

Psicología del Consumidor
- Administración de Recursos Humanos
- Planeación Estratégica
- Aplicada - Fundamentos de Reingeniería - Administracion de la Calidad Total - Analisis Final
- Sociología - Técnicas de Investigación - Investigación de Mercados - Investigación de Mercados - Mercadeo Total

Sin los conocimientos adquiridos en los cursos de software acerca de programas como Ilustrador, Photoshop, Premiere, Audition y After Effects, no habría sido posible llevar a cabo este proyecto.

software

Software I - II - III - IV - V - VI - VII

diseño

Fundamentos Para el Diseño y Composición - Diseño Visual y Electrónico - Diseño Grafico - Diseño Interactivo - Fotografía Digital - Creatividad - Grafico I - II - III - IV - Practica de Diseño - Administración Para el Diseño - Gestión del Diseño

El diseño contribuye a que el proyecto televisivo sea atractivo visualmente, tomando en cuenta aspectos como la composición, diagramación, fotografía, paleta de colores y tipografía, todos esos factores utilizados de una forma creativa logran un programa exitoso.

Los cursos de comunicación fueron indispensables para la realización de este proyecto ya que este va dirigido al medio de comunicación más fuerte que es la televisión, es por ello que se debe conocer como enviar el mensaje para que sea recibido de la mejor manera por el televidente que es el receptor. Principalmente el curso de comunicación audiovisual brinda todos los conocimientos esenciales para producir televisión.

Para que una producción de televisión llegue a ser exitosa, es necesario poner buenas bases, una de ellas es la realización de un guion audiovisual o story board, lo cual nos permite tener idea del resultado final desde antes de iniciar la producción.

COMUNICACIÓN

Comunicación I - II - III - IV
- Psicología de la Comunicación
- Semiología del Discurso - Lenguaje y Gramática - Semiología de la Imagen - Comunicación Audiovisual - Interpretación de Textos - Comunicación Corporativa - Técnicas de Redacción - Comunicación Intercultural - Comunicación y Poder - Fundamentos de Derecho - Deontología - Relaciones de Públicas y Diplomáticas - Relaciones de Empresas - Administración de Comunicaciones - Analisis de Contenido

visualización gráfica

Visualización Grafica I - II - III - IV

CAPITULO XIII
REFERENCIAS

Capítulo XIII: Referencias.

Gowan John (2010): cristianos hagamos buena televisión.

MARTÍNEZ ABADÍA, José (1997): Introducción a la tecnología audiovisual; Televisión, vídeo, radio. Barcelona. Paidós. Comunicación.

Kamin, Bebe. Introducción a la producción cinematográfica: Presupuesto - Plan financiero. Ed. Centro de Investigación Cinematográfica. Buenos Aires. 1999.

Pierre Bourdieu, Sobre la Televisión, (2005) Editorial Anagrama.

50 años de TVE de Lorenzo Díaz (2006)

Años de radio de Lorenzo Díaz (2013)

BreakingBad de Varios Autores (2007)

Varios Autores, Cómo crear una serie de televisión, (1998)

Informe sobre la televisión en España (1989-1998) La década abominable de Lorenzo Díaz (1999)

http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm

http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/wiener2.pdf

http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_la_informaci%C3%B3n

http://es.wikipedia.org/wiki/Erving_Goffman

http://es.wikipedia.org/wiki/Marshall_McLuhan

http://saylerrene.blogspot.com/2011_02_13_archive.html

<http://html.rincondelvago.com/la-comunicacion-audiovisual.html>

http://es.wikipedia.org/wiki/Sergu%C3%A9i_Eisenstein

<http://escarceossociales.blogspot.com/2009/10/la-sociologia-concepto-objeto.html>

<https://docs.google.com/document/preview?hgd=1&id=1kHj0aNFUuarLRRwDjyEwTRBVYqKFgfPc0gmD7Ie0NS0>

CAPITULO XIV
ANEXOS

Capítulo XIV: Anexos

14.1 Herramienta para validación técnica

Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Proyecto Final

A continuación se le presenta una serie de preguntas, responda marcando la respuesta que usted considere correcta.

Parte Objetiva

¿Considera necesaria la creación de un programa de televisión piloto "Generación con Visión" dirigido a jóvenes entre 14 a 27 años de edad para fomentar principios y valores? *

- Si
- No

¿Considera necesaria la recopilación de información, fotografías y materiales audiovisuales para ser incluidas en el programa piloto de Generación con Visión y enriquecer su contenido? *

- Si
- No

¿Considera necesaria la elaboración de un guion para que se desarrolle el programa piloto dirigido a jóvenes "Generación con Visión" de forma ordenada? *

- Si
- No

¿Considera necesario definir los segmentos del programa piloto "Generación con Visión" y sus respectivos nombres, para que el televidente pueda identificarlos rápidamente? *

- Si
- No

Parte Semiológica

¿Según su criterio, considera que los colores utilizados en los cintillos y cortinillas del programa piloto "Generación con Visión" son? *

- Muy juveniles

- Poco juveniles
- Nada juveniles

¿Considera que la musicalización utilizada es apropiada para el programa piloto dirigido a jóvenes Generación con Visión? *

- Muy apropiada
- Poco apropiada
- Nada apropiada

¿Cómo cataloga las transiciones y efectos especiales del video utilizado en el programa piloto dirigido a jóvenes "Generación con Visión"? *

- Atractivas
- Poco atractivas
- Nada atractivas

¿Cómo considera la tipografía utilizada en el programa piloto dirigido a jóvenes "Generación con Visión"? *

(Letra)

- Muy legible
- Poco legible
- Nada legible

Parte Operativa

¿Cómo considera que es el programa de televisión piloto dirigido a jóvenes de entre 14 a 27 años "Generación con Visión" al reproducirlo? *

- Muy dinámico
- Poco dinámico
- Nada dinámico

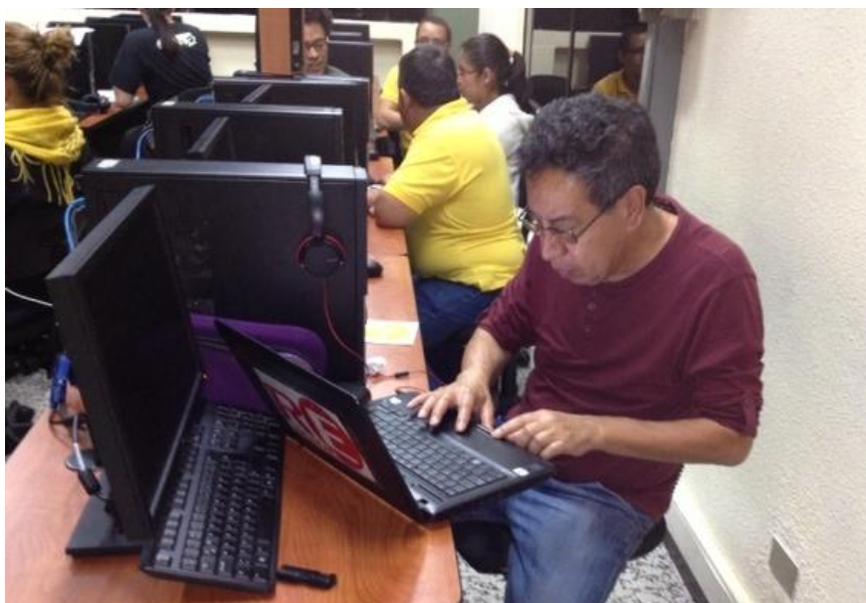
¿Considera que la duración del programa piloto dirigido a jóvenes "Generación con Visión" es pertinente para mantener la atención de su grupo objetivo? *

- Muy pertinente
- Poco pertinente
- Nada pertinente

14.2 Fotografías validación por expertos



Lic. Rolando Barahona experto catedrático de FACOM al momento de validar la propuesta inicial del proyecto.



Lic. Emilio Ramírez experto catedrático de FACOM al momento de validar la propuesta inicial del proyecto.