

**DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL
Y APLICACIONES AUDIOVISUALES
PARA EL PROGRAMA DE TELEVISIÓN
IMPRONTA**

Diseño de Comunicación Visual
Instituto Superior de Diseño
Curso 2014/2015

DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL Y APLICACIONES AUDIOVISUALES PARA EL PROGRAMA DE TELEVISIÓN IMPRONTA

Diplomantes: Daniel D. Pérez González
Ricardo J. Bringas

Tutor: D.I Carlos Quesada Díaz

Asesores: D.I Alfredo Ernesto Aguilera
D.I Carlos Luis Mesa Vera

Diseño de Comunicación Visual
Instituto Superior de Diseño
Curso 2014/2015

DE DANIEL:

Gracias a mi mami por la constante preocupación y por ser la mujer que me indicó el camino.

Gracias a mi papá.

A mis abuelitos lindos.

A mi niñita Carla por apoyarme y entender los momentos duros de la tesis.

Gracias a Maritza y a Aldana.

Gracias a Edel y a Omarito por su apoyo.

Al profe Alfredo por ocuparse y atendernos siempre que lo necesitamos, y por su inmenso conocimiento de la tipografía.

Gracias al profesor Carlos Mesa por sus consejos muy oportunos en audiovisual.

Gracias a la Mariiii por su After Effects al extremo y a la profesora Laura por sus buenos consejos y críticas.

Finalmente agradecer al profesor Escobar y a todas las personas que nos ayudaron en esta locura.

DE RICARDO:

Gracias a todos los que me han apoyado de algún modo durante estos años y en especial a todos los que colaboraron con este trabajo de diploma.

Gracias a Alejandro y a Cynthia por prestarme su casa y por la ayuda sin poner peros.

Gracias a mis amigos del barrio que siempre me han apoyado sin preguntar.

Gracias a Día y Ale por brindarme no pocas horas de trabajo y por la disposición.

Gracias a Lisi , a Ivis y todos los que en mi han confiado y han visto un diseñador desde el comienzo.

Gracias a mi mamá, que aunque nunca se lo digo es a quien más le debo por haberme empujado hasta aquí.

Gracias Linet por todo los días que te tuve sin cámara.

Resumen del proyecto

El programa "Impronta" surge en el año 2001 como espacio histórico-documental. Nace con la finalidad de dar a conocer las personalidades cubanas que han marcado un hito en la historia y desarrollo del país mediante sus logros, en diferentes esferas sociales y culturales.

La dirección del canal Cubavisión del Instituto de Radio y Televisión solicita al Instituto de Diseño el rediseño de la identidad visual y las aplicaciones audiovisuales del espacio, lo que permite dar solución a la carencia visual adecuada que defina e identifique, realce su personalidad y logre ocupar un lugar en la mente del público objetivo.

El proyecto está dividido en 4 etapas, (Necesidad, Problema, Concepto y Proyecto) la de conceptualización define un nuevo discurso de identidad y soluciones para la imagen actual, así como el establecimiento de los atributos y rasgos de estilos que debe comunicar el identificador y el sistema de aplicaciones audiovisuales de la cual surgió el concepto óptimo.

La etapa proyectual contiene el resultado final de todo el proceso de trabajo y comprende: el manual de identidad donde quedan definidas todas las pautas para la implementación de la marca, el manual de aplicaciones impresas y promocionales y las aplicaciones audiovisuales

El resultado final demuestra una propuesta tanto coherente como funcional con las características y las necesidades comunicativas y estéticas del programa. Esto le proporcionará al espacio una visualidad diferente con respecto a sus homólogos, contribuirá además a mejorar el estado actual de la estética en la televisión cubana y a posicionarse y atraer mayor cantidad de consumidores

Sumario

INTRODUCCIÓN

Capítulo 1 NECESIDAD

Encargo de diseño	.8
Necesidad	.9
Validación de la necesidad	.10
Condicionantes del proyecto	.11
Estrategia de Gestión	.12

Capítulo 2 PROBLEMA

Problema de diseño	.14
Procedimiento Investigativo	.15
Misión y Visión	.16
Factores de diseño	.17
Requisitos de diseño	.34

Capítulo 3 CONCEPTO

Definiciones estratégicas	.36
Estrategia de identidad	.37
Discurso de identidad	.38
Premisas conceptuales	.41
Alternativas conceptuales	.44
Concepto óptimo	.49

Capítulo 4 PROYECTO

Manual de Identidad	.52
Identificador visual	.53
Construcción del logotipo	.54
Código de colores	.58
Variantes de colores	.59
Código tipográfico	.60
Reducción de la marca	.61
Área de restricción	.62
Prohibiciones	.63
Gráfica de apoyo	.64
Manual de aplicaciones	.66

APLICACIONES INSTITUCIONALES

Memorándum	.68
Libreta de notas	.70
Agenda de notas	.72
Etiquetas	.74
Banderola	.78
Plantilla para correo electrónico	.80

APLICACIONES PROMOCIONALES

Portada de Label y CD	.82
Pullover, Camisa y Gorra	.85
Llavero	.90
Reloj	.91
Bolígrafo	.92
Almanaque	.93
Carteles	.94

APLICACIONES AUDIOVISUALES

Formato audiovisual	.97
Estrategia audiovisual	.98
Presentación del programa	.99
Animación de cortinillas	.101
Generador de caracteres	.103
Animación de mosca	.105

Créditos de cierre	.107
Banda sonora	.108
Conclusiones	.109
Recomendaciones	.110
Bibliografía	.111

ANEXOS

Cronograma	.113
Análisis sincrónico y diacrónico de identificadores	.114
Tabla de procedimiento investigativo	.115
Modelo de la encuesta	.117



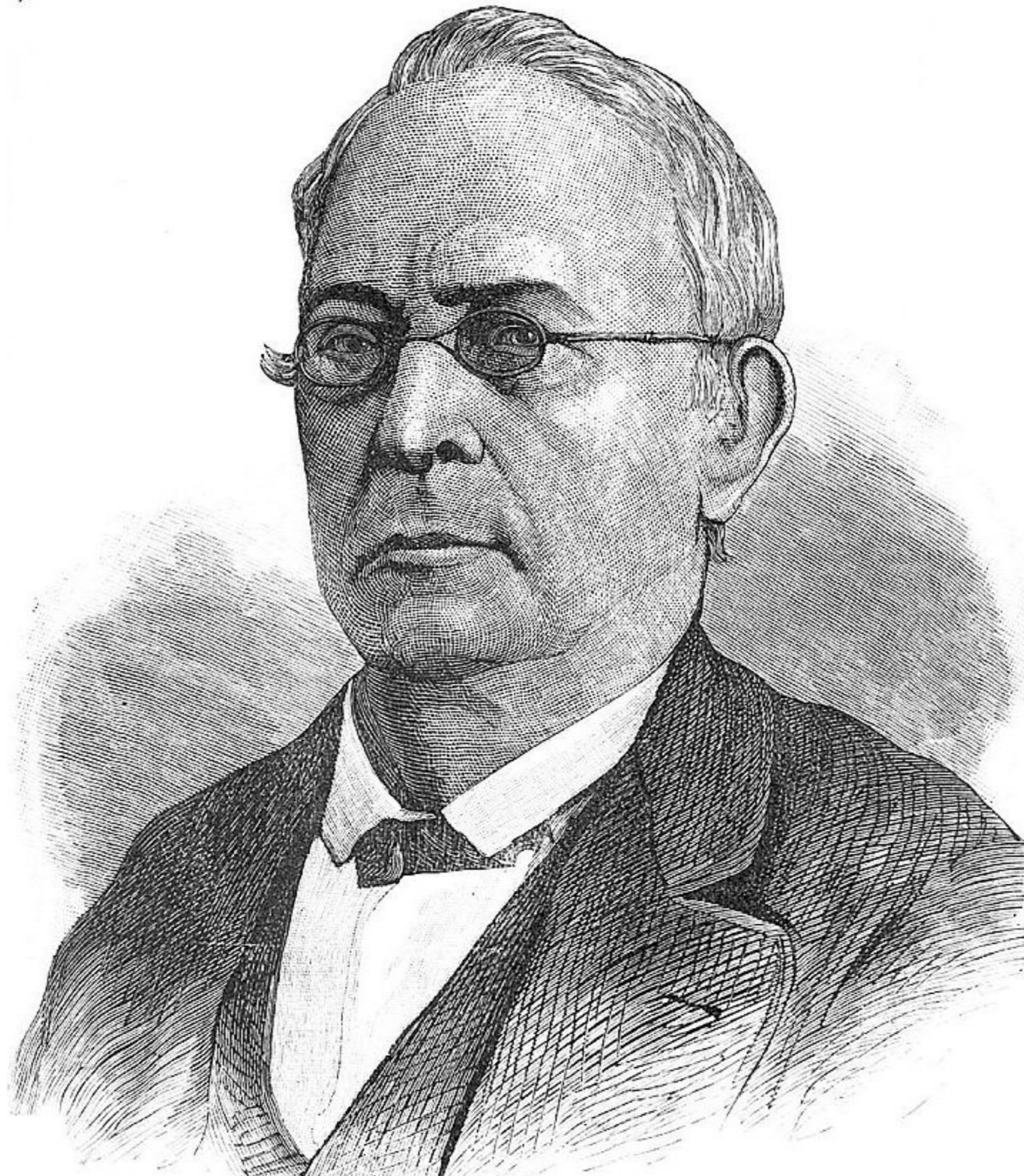
Introducción

El programa televisivo “Impronta” surge con el objetivo de dar a conocer al público cubano, todas las personas que han dejado, como su nombre indica, una huella de sus conocimientos y quehaceres en diferentes esferas, como la cultura, la ciencia, el deporte y la política.

“Impronta” ha mantenido su transmisión por 14 años contando con una audiencia que se ve representada por la vida y obra de las personalidades dentro del programa, así mismo se interesa por el conocimiento general de diferentes ramas y especialidades dentro del espacio televisivo. En el transcurso de estos años sus horarios han variado, ha ocupado en ocasiones horarios estelares como las 8:30 pm contando con gran audiencia. Actualmente se puede disfrutar del programa los martes a las 10:40pm.

Capítulo 1

Etapa Necesidad



Encargo de diseño



El programa “Impronta” lleva más de 14 años en el aire con una Identidad visual que no se corresponde con los códigos actuales de comunicación ni con los cambios que hoy se están produciendo dentro de la televisión cubana, por lo que el espacio necesita de una identidad coherente con el contenido que transmite a la población, que sea capaz de captar nuevos públicos, sea impactante y tenga un alto grado estético-formal. Por esta razón el programa al no considerarse conforme con la proyección actual ni futura de su identidad visual demanda un rediseño de su imagen.

La Dirección del programa “Impronta” solicita al Instituto Superior de Diseño (ISDi) que se desarrolle como parte de los Trabajos de Diploma del curso 2014-2015 el proyecto de Identidad Visual y Sistema de Aplicaciones Audiovisuales para este espacio.



Necesidad

“Impronta” carece desde sus inicios de un apropiado diseño de identidad y aplicaciones que lo represente, capte la atención de los espectadores y rinda el merecido homenaje a las personalidades que de este programa son objeto. Esto atenta contra el debido reconocimiento con que debería contar el programa, su aceptación y la familiarización con el contenido del mismo entre la población cubana.

Es un programa que a lo largo de 14 años ha entrevistado a algunas de las figuras más relevantes del pasado siglo y de este, dando a conocer sus vidas y obras. Además rinde homenaje a personalidades fallecidas que han marcado su huella en la historia, formación y desarrollo de la nación y cultura cubana, las cuales han alcanzado logros tanto en el contexto nacional como internacional.

La presentación del programa consta de un collage de imágenes que en su mayoría se asocian solo con el sector artístico, el espacio carece de un impacto visual debido a la baja calidad e impacto que presentan sus imágenes, su animación e interacción están concebidas de forma muy llana, por consiguiente no logra captar la atención del público y afecta la imagen del programa. Al carecer de un sistema de identidad y aplicaciones audiovisuales coherentes carece también

de reconocimiento y posicionamiento, esto se traduce en poca popularidad e incompreensión del programa por parte del televidente, además desfavorece mucho el hecho de que no presenta algunas aplicaciones audiovisuales como cortinilla, mosca y tyser, las cuales brindan un mayor ritmo y flujo de información.

A estos problemas se le añaden el hecho de que en los medios audiovisuales es necesario un constante cambio de imagen, debido al frecuente uso que estos tienen a través de los años y la nueva política del ICRT que hace un llamado a nuevos cambios en la televisión cubana en cuanto a la calidad y variedad de programas, escrita por Yuris Nórido en el Artículo: *Vendrán cambios en la programación cubana, afirma directivo del ICRT* de marzo del 2012. En este artículo se entrevistan al vicepresidente del ICRT Omar Olazábal Rodríguez y al jefe de contenidos Fabio Fernández Kessel.

Por estos motivos el colectivo del programa considera necesario un sistema de identidad y aplicaciones audiovisuales que estén acorde con las últimas tendencias de la comunicación en el medio audiovisual con esta tipología de programas.

Validación de la necesidad



Humanismo:

Desde comienzo de los años 60 del pasado siglo, nuestro país se ha visto inmerso en la tarea por rescatar valores morales y sociales en nuestro pueblo para hacer de nuestra nación un país más próspero y culto.

El programa "Impronta" nos brinda la oportunidad de conocer a varias de las personalidades más influyentes en la historia de nuestro país. Con el seguimiento de este programa los televidentes tienen la posibilidad de conocer sobre personalidades y su medio, ya sea: cultural, científico, deportivo o político.

El espacio aboga por la formación de valores y brinda ejemplos e ideales a seguir, al ser un espacio con diferentes temáticas tiene la posibilidad de abarcar a un público muy amplio.

Con la nueva imagen y aplicaciones audiovisuales se aspira atraer a una mayor cantidad de tele espectadores. Buscando un crecimiento intelectual, de valores sociales y creativos que permitan un desarrollo de la población cubana desde el punto de vista cultural, científico y deportivo desarrollando el sentido de pertenencia tanto para el público interno como externo y el orgullo de ser cubano. Además

le aporta belleza, prestigio y visibilidad al mismo, lo que ayuda al entorno donde se desarrolla este, y mejora la calidad estética de su público meta, por lo que consideramos que estos tipos de proyecto contribuyen con el ambiente interno y externo, enriqueciendo el entorno y mejorando la manera en que la población cubana recibe los contenidos, lo que contribuye a su crecimiento espiritual y profesional.

Sustentabilidad:

El diseño de una Identidad Visual para un programa de televisión implica la generación de aplicaciones audiovisuales. En este caso se realizarán acorde a la tecnología con que cuenta el ICRT y los participantes en el proyecto de diploma. Es de suma importancia decir que la mayor parte de la implementación del proyecto se desarrolla en el medio digital, por lo que no afecta el entorno ni está relacionado a proceso industrial alguno.

Este proyecto es perfectamente viable ya que está pensado sobre la base de la tecnología que se explota hoy en el canal Cubavisión y en los cambios que se están desarrollando en la televisión.

Económico:

El ICRT es una institución financiada por el estado, en

este sentido, los canales reciben un presupuesto que le es asignado todos los años para el aseguramiento y producción de todos los espacios televisivos de cada canal.

En el caso que nos ocupa, Cubavisión destina un presupuesto muy reducido para cubrir todas las necesidades del programa "Impronta."

La aplicación del presente proyecto no constituye ningún gasto para la institución que lo solicita ya que se desarrolla como parte del ejercicio académico que constituye la Tesis de Grado de los diplomantes del ISDi como parte de su formación profesional.

Debido a que el soporte principal donde se implementará este proyecto es el medio televisivo, la solución final podrá ser transmitida con los medios técnicos con que cuenta el programa actualmente y un personal técnico con experiencia para la puesta al aire de la nueva imagen.

Condicionantes del proyecto

Producción:

El programa "Impronta" cuenta para su salida diaria al aire para todo el territorio nacional, del sistema de televisión convencional o broadcasting a través de ondas hertzianas que son captadas libremente por las antenas de los telerreceptores.

La norma de codificación utilizada es la estándar: NTSC (Nacional Television System Committee). En el proceso de edición se utilizará el Avid y para la post-producción el Adobe AfterEffects, por lo que los productos finales deberán ser entregados en formatos compatibles con dichos softwares.

Circulación:

El programa "Impronta" se transmite los martes a las 10:45pm durante solamente 3 minutos y tiene un alcance nacional, esto implica que cuenta con un tiempo reducido para informar sobre la obra de la personalidad a que va dedicado el programa. Por lo tanto las aplicaciones audiovisuales deben aportar dinámica y fluidez al espacio y economizar en tiempo.

El espacio televisivo se transmite por el canal Cubavisión por lo que todo el pueblo cubano tiene la oportunidad de disfrutarlo, así que se deberán

trabajar con elementos que no se limiten al saber local o identifiquen solo una provincia o región específica del país además de manejar mensajes claros, precisos y adecuados que no excluyan a ningún grupo etario.

Consumo:

El horario en el que se transmite el programa actualmente no es favorable para su consumo por parte de la mayoría de los televidentes, es justo después de la novela, su corta duración implica que la recepción de las aplicaciones audiovisuales y los contenidos a comunicar a las diferentes audiencias estén muy restringidos

El tipo de contenido que se maneja en el programa son reportajes, entrevistas mediante una voz en off que relata la vida y obra de las personalidades objeto del programa.

Estrategia de gestión

Alcance:

El proyecto abarcará todas las etapas definidas en un proceso de diseño: detección de la necesidad, definición del problema de diseño, conceptualización, y fundamentalmente se desarrollará la etapa proyectual de un sistema que brinde una nueva identidad al programa que estará compuesta por el diseño de los signos identitarios, Manual de Identidad y las aplicaciones audiovisuales; quedando todo listo para la Etapa de Producción e Implementación que realizará el equipo técnico del programa, la que pudiera estar acompañada por la supervisión de los diplomantes.

La entrega final estará compuesta por:

Documentos del proyecto:

Los documentos del proyecto servirán de guía para la correcta aplicación de la identidad y el sistema de aplicaciones audiovisuales: libro de tesis, manual de marca y manual de aplicaciones.

Aplicaciones institucionales y promocionales:

Dado para micrófonos
Etiqueta para cassetes
Etiqueta para cámaras
Cubierta y label para DVD
Pullover para Staff de trabajo

Gorras para Staff de trabajo
Llaveros, plumas, almanagues

Aplicaciones audiovisuales:

Presentación del programa
Cortinilla
Pie de pantalla (Tyser)
Mosca
Presentación de créditos

TIEMPO:

El proyecto se desarrollará en un plazo establecido por la Facultad de Diseño de Comunicación Visual, del 12 de enero hasta el 8 de Junio del 2015. En este tiempo se deberán cumplir con máxima exigencia todas las fechas de pre defensas, consultas con el tutor y la entrega final.

PARTICIPANTES:

A cargo del desarrollo de este proyecto se encuentran los diplomantes Daniel Delfín Pérez González y Ricardo Javier Bringas, bajo la tutoría del D.I. Carlos Quesada Díaz

COMPLEJIDAD:

El trabajo de diploma presenta un nivel de complejidad balanceado ya que existe un equilibrio

entre la extensión del proyecto y la profundidad de la investigación.

RECURSOS:

Los diplomantes cuentan para realizar este proyecto con el equipamiento necesario. Por parte del cliente se recibirá todo el apoyo y colaboración necesarios para desarrollar el proyecto, destinando documentos de la empresa, análisis e investigaciones hechas por parte de la dirección, material para la confección del Demo funcional y el acceso directo a trabajadores para poder realizar encuestas y entrevistas.

Capítulo 2

Etapa Problema



... el diseñador es una persona que resuelve problemas (...) él no puede alterar ninguno de los problemas, sino que debe encontrar las soluciones apropiadas.

Wicius Wong, 1862

Problema de diseño

ENUNCIADO DEL PROBLEMA:

Diseño de la Identidad Visual y aplicaciones audiovisuales para el programa de televisión "Impronta" del Canal Cubavisión.

OBJETIVO GENERAL:

Diseñar el sistema de Identidad Visual y aplicaciones audiovisuales para el programa "Impronta".

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Definir el discurso de identidad visual del programa "Impronta"
- Diseñar los signos de identidad visual del programa "Impronta".
- Diseñar las aplicaciones audiovisuales del programa "Impronta".
- Elaborar el Manual de Identidad Visual del programa "Impronta".

Procedimiento investigativo

Con el inicio de la etapa problema se ha confeccionado la tabla del procedimiento investigativo con el objetivo de definir qué temas son necesarios investigar para arribar a conclusiones que serán convertidas en requisitos de diseño, la investigación se basó en la búsqueda de información sobre tres variables fundamentales analizadas a través de indicadores: Programa Impronta, Identidad Visual y Usuario-Público.

Para realizar correctamente la investigación de estos tres indicadores se han tomado como fuente de investigación tanto el público interno como el público externo, a la directora del programa “Impronta”, al productor, se buscó bibliografía publicada en internet, conferencias de diseño, bibliografía especializada de diseño y programas nacionales e internacionales en los que se hable sobre la vida y obra de las personalidades. Cada una de estas fuentes de información fueron planteadas mediante los métodos y técnicas de entrevistas, cuestionarios y revisiones documentales.

Programa “Impronta”:

Conocer la evolución del programa “Impronta” a través de sus años en transmisión, su realidad institucional, su estructura, funcionamiento, la Misión

y la Visión, las características de sus funciones, los requerimientos técnicos, particularidades y líneas de deseo sobre los atributos que debe manifestar la identidad del espacio a través de búsqueda bibliográfica y entrevistas estructuradas a técnicos del canal y su directora Marilú Macía.

Identidad Visual:

Para el análisis con esta variable se estableció el análisis de programas homólogos tanto nacionales como extranjeros, se utilizó la técnica de observación estructurada para la consulta de bibliografía especializada en temas de identidad visual, diseño de identidad para televisión, lenguaje y técnicas audiovisuales entre otros.

Completado el análisis de las variables seleccionadas se definieron datos de interés para la definición de los requisitos de diseño. Los cuestionarios aplicados fueron bajo el método intencional de acuerdo al criterio del investigador buscando aquellos sujetos que pudieran aportar datos de interés.

Para las entrevistas realizadas se tuvo en cuenta el criterio de expertos, buscando la mayor cantidad de información de los decisores y especialistas de la materia.

Usuario – Público:

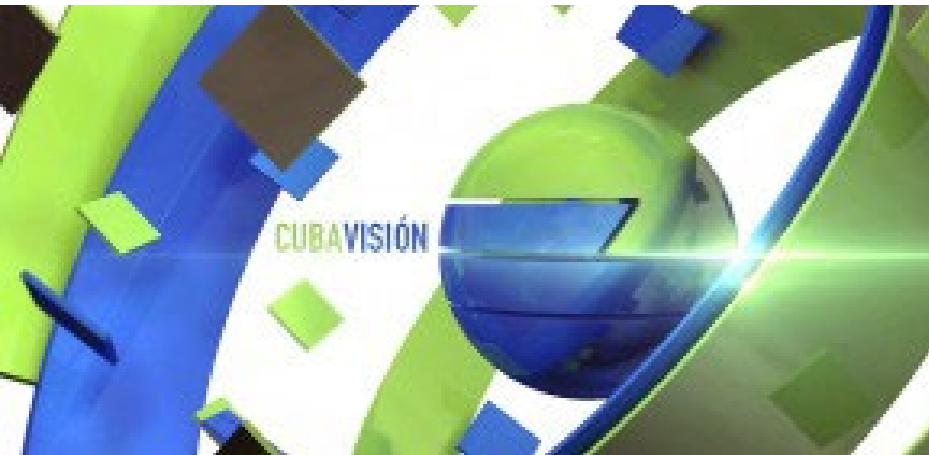
Para la realización de la encuesta se tomó un muestreo aleatorio simple, ya que al ser “Impronta” un programa de alcance nacional, la magnitud del universo es demasiado amplia y por razones de tiempo y recursos resultó imposible enfrentar a una muestra más representativa, resultando así la aplicación de la encuesta a una gran variedad de público. Se tuvo en cuenta los indicadores de rango de edades, características y preferencias visuales del público que gusta del espacio mediante métodos de investigación cualitativa y cuantitativa, así como búsqueda bibliográfica.

Misión y Visión

El programa “Impronta” como programa que se subordina al canal Cubavisión, y este a su vez al ICRT, se le transfiere la misión y visión que tiene como estatuto actualmente el instituto.

Desde su creación el ICRT tiene como misión ofrecer una programación radial y televisiva, portadora de altas virtudes políticas, ideológicas, sociales, éticas y estéticas, al servicio de los conocimientos, la cultura, la recreación y la defensa de los valores e intereses más sagrados de la Nación y de todos sus ciudadanos, dirigida a profundizar los más elevados ideales patrióticos e internacionalistas del pueblo cubano en la lucha por su independencia, soberanía e identidad nacional y su amor a la construcción del socialismo en nuestra Patria, teniendo en cuenta los intereses, necesidades y deseos del público al que va dirigida.

El ICRT busca desarrollar y satisfacer los intereses y necesidades informativas, educativas, culturales y de entretenimiento de los diferentes públicos de la nación cubana. Corresponde al ICRT la materialización práctica de los ejes temáticos en la programación televisiva y radial, considerando el contexto internacional, la perspectiva de desarrollo y continuidad de la revolución cubana.



Factores de diseño/ Contextuales

El programa Impronta es transmitido por un canal de alcance nacional, Cubavisión. El nuevo diseño será apreciado entonces por todos los usuarios, que en nuestro país, estén en sintonía con este canal en el horario del programa.

La permanencia de Impronta en el conjunto de la programación ofrecida por los canales nacionales supone un análisis de las convergencias, similitudes y virtuales reiteraciones de su contenido por parte de otros espacios que al margen de las especificidades de índole formal tengan, en esencia, el mismo propósito, tal y como sucede con "Cubanos en primer plano".

Ante todo se trata de elucidar si tales coincidencias responden a una estrategia del ICRT o han surgido de modo paralelo y espontáneo, por lo que no obedecen a una intención de generar alternativas capaces de explorar múltiples ángulos y facetas de una misma personalidad. En ese caso y excluyendo cualquier escenario competitivo en términos de rivalidad por captar la audiencia, bien pudiera ocurrir, sin proponérselo, tanto idénticas selecciones de protagonistas como la búsqueda de individualidades diferentes, procuradas en primera instancia para evadir esa duplicidad y no con el

objetivo meditado de lograr un balance y articular la complementariedad entre los espacios y canales.

En la programación actual, por ejemplo, se transmiten dos programas para exaltar deportistas estelares, con formato casi idéntico, el antiguo "Confesiones de grandes" y otro relativamente más reciente "Glorias del deporte". Grandes y glorias, en tanto que adjetivos se orientan al mismo objetivo con el riesgo de establecer una virtual jerarquización, establecida de hecho por el nivel o categoría de las premiaciones obtenidas por cada uno en su carrera como atletas de alto rendimiento.

Un rediseño de Impronta en el contexto de las innovaciones y expectativas que, teniendo a Cubavisión como eje de las opciones más universales, pretender dotar a cada uno de los restantes canales de un perfil que se corresponda en lo fundamental con las apetencias de segmentos concretos de la teleaudiencia nacional, implica ante todo la identificación y fundamentación de los protagonistas del espacio. En este sentido, la formulación "personalidades" resulta ambigua y susceptible de diversas lecturas.

Factores de diseño/ Contextuales

Mientras en los programas donde se dialoga con celebridades consagradas o debutan exponentes de nuevas generaciones, favorecidos por la proliferación de este recurso promocional, el protagonismo se integra binomio, entrevistado – entrevistador, en Impronta toda la atención se concentra en demostrar la legitimidad de la selección a través de su huella indeleble en un ámbito de dimensión nacional y social, también seleccionado en un margen tan diverso como la formación de la nación, las ciencias, las artes, el deporte, la cultura en suma. En lugar del testimonio y de la anécdota, propios de la entrevista, en Impronta lo determinante es la evidencia convincente.

La dispersión de profesiones y aportes, en apariencia aleatoria, constituye una alternativa que le confiere a cada emisión de Impronta un elemento de sorpresa, de lo inesperado, potencialmente atractivo. A su vez, si el espacio es revalorado en el marco de una estrategia institucional que intentara contribuir el enriquecimiento y consolidación de la cultura nacional, se abstendría de incursionar en efemérides o panegíricos asociados a campañas presentes en muchos otros espacios, y la selección de personalidades obedecería a un agrupamiento lógico y orgánico en ciclos con una proyección anual,

alternando las ciencias y las artes.

El aporte de Impronta se estructuraría entonces en variantes cuyos parámetros temporales pudieran ser por siglos (del XIX al XXI), para lo cual sus guionistas y asesores se documentarían en obras como “Mil criollos del siglo XIX” y “Personalidades cubanas del siglo XX”.

CONTEXTO EN CUBAVISIÓN:

Impronta forma parte de la programación del canal Cubavisión, el canal de la familia cubana, de más diversidad temática y tipologías en su parrilla televisiva. Es el canal que cubre los grandes acontecimientos (noticias, conciertos, galas culturales, eventos políticos), donde tienen lugar los espacios de mayor diversidad de público (telenovelas, 23yM, Arte7, Mediodía en TV, humorísticos) los horarios están dispuestos según las necesidades del núcleo familiar promedio cubano, además de mantener su transmisión durante las 24 horas del día. La nueva identidad visual del espacio convivirá, en el contexto televisivo, con los identificadores de los demás programas y el del propio canal donde hay programas que abordan temas que demandan mayor duración y que atraen mayor cantidad de público, y que en algunos casos cuentan con una retransmisión durante

la semana, ventajas con la que no cuenta Impronta y que inciden directamente en el reconocimiento del público dentro de la amplia parrilla de Cubavisión.

Factores de diseño/ Tecnológicos



Debido a que el principal objetivo de este trabajo de diploma es diseñar una identidad visual y un sistema de aplicaciones audiovisuales para que funcionen en el medio televisivo, se ha realizado un profundo estudio del soporte tecnológico con que cuenta el ICRT para los procesos de producción, postproducción y transmisión de la señal.

El canal Cubavisión e “Impronta” cuentan con las tecnologías imprescindibles para su implementación, las cuales se encuentran obsoletas en la actualidad con la aparición de la televisión digital. Aunque se han hecho pequeñas modificaciones en este aspecto.

Cuba inició su entrada al mundo de la tv digital (TVD) en el año 2013, actualmente se transmiten 8 canales de televisión y 6 emisoras de radio mediante esta tecnología. Debido a los venideros cambios que enfrentará el ICRT para dar paso a la televisión digital en Cuba es necesario analizar las particularidades tecnológicas que presenta la norma China para la televisión digital.

Es importante estudiar las particularidades tecnológicas del programa “Impronta” ya que posibilitará que el diseño sea encaminado por la

solución más pertinente y se concluya de manera eficiente la etapa de producción e implementación de la nueva identidad visual.

TECNOLOGÍA PARA APLICACIONES AUDIOVISUALES:

La tecnología con la que se transmitirán los soportes de este tipo dependerá del sistema de teledifusión nacional, el cual es principalmente analógico, aunque ya en algunos lugares de nuestra capital se ha ido implementando la televisión digital.

Los audiovisuales para la transmisión analógica son elaborados empleando la norma de codificación NTSC, que reproduce a 29,97 fotogramas por segundo en un formato de 720 x 486 píxeles y un aspecto 2 a 3. Es importante evadir el empleo de colores primarios, ya que para un mejor rendimiento del croma es mejor lograrlos a través del uso de texturas y mezcla de colores. También es recomendable evitar contrastes elevados entre la tipografía y el fondo, para que así no se produzca un efecto de sombra, empeorando el hormigueo en las uniones; para que esto no ocurra, es bueno aplicarle leves sombras o utilizar texturas de fondo.

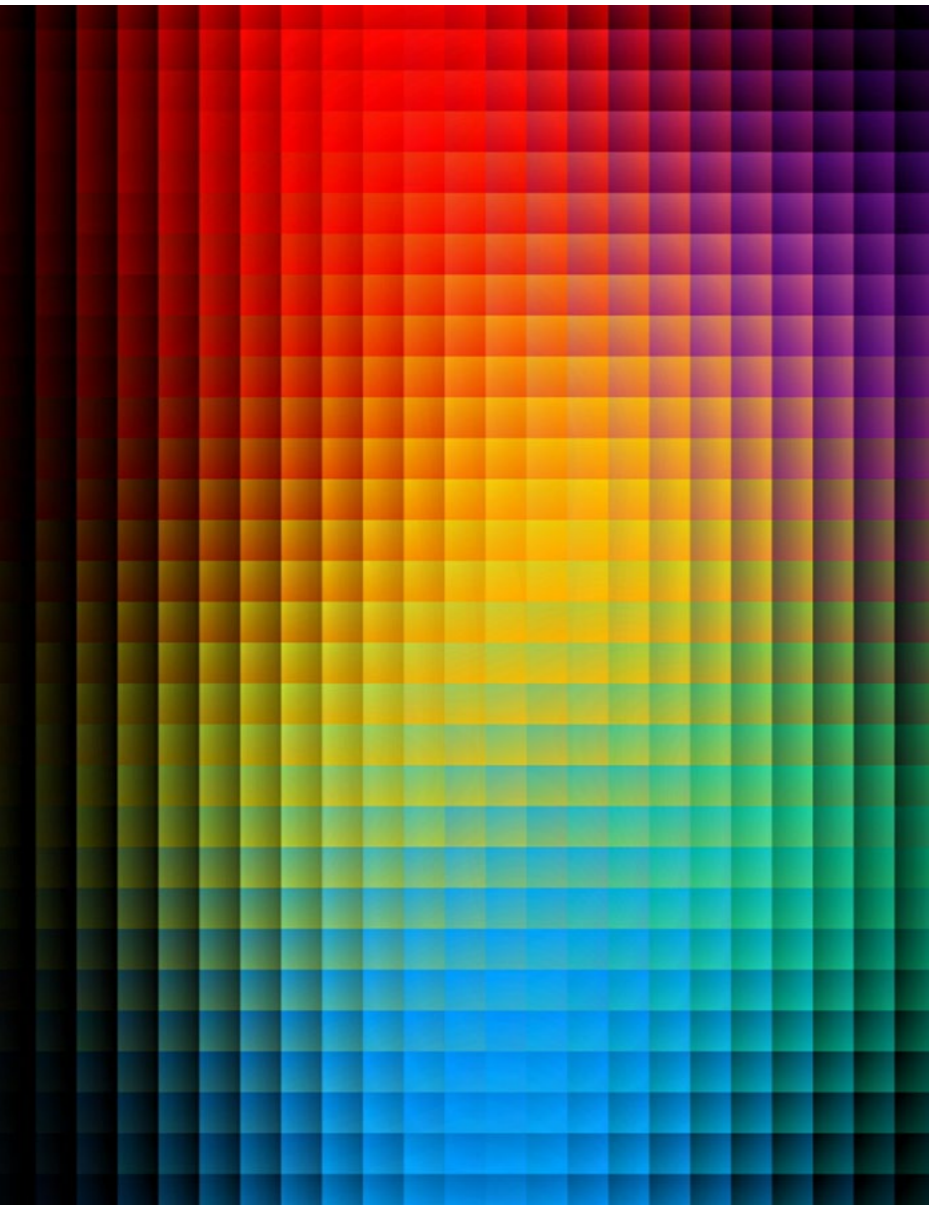
TELEVISIÓN ANALÓGICA:

Norma NTSC: La norma NTSC fue el primer sistema de codificación y transmisión de televisión analógica en color que respetaba la doble compatibilidad con la televisión monocroma. El NTSC consiste básicamente en la transmisión de 29.97 cuadros entrelazados de vídeo por segundo; cada cuadro se compone de 525 líneas horizontales, de las cuales 486 conforman la trama visible, con hasta 648 píxeles cada una. Utiliza una banda útil de 4.25 MHz, que se traduce en una resolución de unas 270 líneas verticales. Para garantizar la compatibilidad con el sistema en blanco y negro, el NTSC de color mantiene la señal monocromática de blanco y negro como componente de luminancia de la imagen en color.

VENTAJAS:

Los sistemas NTSC ofrecen la ventaja de cansar menos la vista al no tener el clásico parpadeo del sistema PAL funcionando a 50Hz/25FPS, en cambio NTSC funciona a 60Hz; esto es como comparar el parpadeo de una lámpara o tubo fluorescente a un bombillo incandescente. En la actualidad este problema fue superado con televisores que actualizaban la imagen al doble del estándar, o sea, a 100hz.

Factores de diseño/ Tecnológicos



DESVENTAJAS:

Los problemas de transmisión e interferencia disminuyen la calidad de la imagen. Esto hace imprescindible incluir un control de tinte, que no es necesario en los sistemas PAL o SECAM. Otra de sus desventajas es su limitada resolución, la más baja de todos los sistemas de televisión, lo que da lugar a una imagen de calidad inferior a la que es posible enviar en el mismo ancho de banda con otros sistemas de codificación.

RESOLUCIÓN DE PANTALLA:

Se refiere al número de píxeles que puede ser mostrado en la pantalla. Viene dada por el producto del ancho por el alto, medidos ambos en píxeles, con lo que se obtiene una relación, llamada relación de aspecto. En esta relación de aspecto, se puede encontrar una variación, está de acuerdo a la forma del monitor o display. Se pueden diferenciar dos tamaños de pantalla diferentes:

- Tamaño absoluto: son las dimensiones anchura y altura de la ventana del monitor, medido generalmente en pulgadas. Depende del monitor.
- Resolución o tamaño relativo: viene determinada por el número de píxeles que se muestran en la ventana del monitor, siendo el píxel la unidad mínima

de información que se puede presentar en pantalla, de forma generalmente rectangular.

Esta resolución en píxeles es la cantidad de puntos individuales llamados píxeles en una pantalla dada. Una resolución típica de 720x486 (como la utilizada en Cuba) significa que la pantalla del televisor tiene 720 píxeles horizontales y 486 píxeles en el eje vertical, la resolución afecta la nitidez de la imagen, cuanto mayor es la resolución de una pantalla, mayor es su nitidez.

EQUIPAMIENTO:

El programa posee para su producción tecnologías de aproximadamente 15 años en uso, entre los que se incluyen cámaras Sony 100 BW analógicas Betacam SP, video casetes Betacam SP, máquinas de edición Sony Recorder BW 70 Betacam SP.

COLOR:

Conocer el funcionamiento de los colores en pantalla es esencial para el proyecto pues influirá de manera directa, no solo en la definición de los cromas a utilizar, sino además en el tratamiento gráfico de las soluciones de diseño que serán consumidas por los televidentes.

El modo de color de la televisión es RGB. Teniendo en

cuenta el funcionamiento de los colores en la pantalla no es conveniente utilizar colores primarios, el uso de los colores planos y puros evita que se pueda lograr una resolución al máximo.

No es aconsejable el uso de colores muy claros en pantalla ya que estos se perciben de color blanco. Para lograr un mayor rendimiento es recomendable la utilización de texturas. En el caso del uso de degradados se deben utilizar de 16 a 32 bits para evitar el escalonamiento pronunciado en la imagen.

TIPOGRAFÍA:

El rendimiento de la tipografía en pantalla es un aspecto importante a tener en cuenta a la hora de realizar las aplicaciones audiovisuales.

Uno de los principales requisitos es la legibilidad, teniendo en cuenta el tratamiento gráfico de la imagen se debe garantizar un contraste adecuado entre la tipografía y el fondo; un contraste demasiado marcado entre estos crea un efecto de sombra, produciéndose el hormigueo en las uniones.

Se aconseja en este medio el uso de tipografías acompañadas de sombras o texturas de fondo que eviten que las diferencias entre los tonos sean muy

Factores de diseño/ Tecnológicos

fuertes.

Es recomendable el uso de tipografías Sans Serif de cuerpos grandes; nunca usar tipos condensados que tienden a empastelarse.

SOFTWARE:

El proceso de conformación y montaje de cada transmisión del programa "Impronta", consta de diferentes etapas en las que intervienen distintas tecnologías.

Se comienza por la grabación de entrevistas en las distintas locaciones que cubre el programa, (esto varía según las condiciones físicas del entrevistado) para esto se cuenta de un equipo formado por un camarógrafo, un productor y un entrevistador. Estas entrevistas son filmados en casetes MiniDV en formato digital, luego, una vez en el departamento de audiovisuales de la Casa del Creador el editor captura hacia las imágenes obtenidas durante el día a las Desktops PC para proceder a la edición en Avid y corrección de colores u aplicación de algún efecto en After Effects. Una vez terminada la edición y post producción de la emisión, esta es transferida en formato digital a la tecnología de casetes DVCAM o DVCPRO para la entrega en los estudios de los canal Cubavisión Internacional para la transmisión hacia los

telerreceptores.

Los softwares Avid y After Effects permiten el uso de transparencias, incorporan efectos visuales y reconocen la integración de familias tipográficas al sistema. Ambos trabajan con extensiones de archivo como: .avi, .divx, .mov, .mpg y .dv. En el caso del Avid, permite, al importar un archivo, salvarlo en una base de datos que crea automáticamente, con una extensión .xmf, evitando que los archivos se dupliquen en el disco duro innecesariamente.

TELEVISIÓN DIGITAL:

Características técnicas generales: El estándar de Televisión Digital Terrestre Chino DTMB (Digital Terrestrial Multimedia Broadcasting) a pesar de ser relativamente reciente en el mercado ha logrado responder a muchos requerimientos que ha impuesto la sociedad actual. A diferencia de los otros estándares posee un amplio desarrollo integral. Este estándar desde sus inicios da soporte a:

TASAS DE TRANSMISIÓN:

DTMB permite tasas de transmisión de 4.813Mbps a 32.486Mbps dentro de un canal convencional

de televisión UHF/VHF. Posee un gran alcance de cobertura y de acuerdo a la experiencia internacional durante la etapa de transición, en que la televisión analógica y la televisión digital coexistirán, sus sistemas de transmisión no se interferirán entre sí.

NORMAS DE COMPRESIÓN:

Por razones financieras se adoptará la norma de compresión AVS desarrollada por China, que busca ser similar en calidad percibida pero mucho más sencilla que la MPEG4 AVC.

RESOLUCIÓN:

La norma DTMB transmite televisión digital de alta definición (HD) que soporta una resolución de 1920x1080i, con una proporción de aspecto de 16:9.

TIPOGRAFÍA:

Es de suma importancia a la hora de usar tipografías para la televisión tener en cuenta el aspecto de la legibilidad, pues como se ha plasmado anteriormente, la proporción en pixeles es bien reducida en la norma NTSC lo que limita la reducción del tamaño de las letras en pantalla. Las tipografías idóneas a emplear para este tipo de soportes en pantalla son las sans serif y las egipcias cuya altura de las x no presenta contraste alguno con la altura



Factores de diseño/ Tecnológicos

de las mayúsculas, ya que las tipografías como las elzevirianas y las bodonianas en textos largos pueden producir fatiga. La forma en la que el ojo percibe los bordes de las letras en este soporte se dificulta por la poca resolución de la televisión analógica y sus terminaciones distorsionan la tipografía y dificultan la lectura.

Tampoco debe hacerse uso de las variantes light o extra condensada de las familias tipográficas porque tienden a empastelarse los caracteres. Esto se debe a que las curvas pequeñas son muy difíciles de reproducir en los píxeles de la pantalla.

TECNOLOGÍA PARA APLICACIONES PROMOCIONALES:

En cuanto a las aplicaciones promocionales, se utilizará el método de impresión digital, pues la variedad de cromas de la identidad visual lo requiere; esto no supone un gasto considerable de presupuesto, pues los pullovers promocionales serán impresos en ocasiones especiales.

IMPRESION DIGITAL:

Es la copia permanente, de textos o gráficos de documentos almacenados en formato digital, sobre medios físicos como el papel, transparencias, tela

u otro material. El dispositivo de impresión es la impresora. Esta es un periférico de computadora que se emplea para imprimir; sobre medios físicos, una copia permanente de textos o gráficos de documentos almacenados en formato digital.

Formatos para imprimir:

Se puede entregar al impresor la imagen ya digitalizada, asegurando que esté en el formato más adecuado, ya sea: *.gif, *.tif, *.eps, o *.jpg. En el caso de que tengan selección de color, se debe cuidar también de que estén en modo CMYK. También pueden ser entregados en PDF, pero teniendo en cuenta que no se pueden hacer correcciones en imprenta, en caso de errores en el mismo.

COLORES:

Con los cuatro colores principales (CMYK) es posible obtener casi todos los tonos deseados, pero a veces puede ser difícil o imposible obtener un tono muy exacto, como puede ser el naranja y verde (brillantes, es decir, puros). En tal caso se debe evaluar si es conveniente imprimir una tinta directa (Pantone).

TINTAS:

Pueden ser monocromo (un solo color), duotono (dos colores), tritono (tres colores) o en cuatricromía,

(cuatro colores, CMYK).

Los barnices (brillantes u opacos) también se pueden considerar una tinta extra cuando se aplica sólo en un área específica. Los barnices deben ser especificados en una capa (hoja) aparte en su área correspondiente en el original y en un color que no se haya utilizado en el diseño del trabajo.

También se usan tintas directas cuando se desea lograr un efecto especial, tal como tinta metálica o fosforescente.

Para el caso de los stamping, deben seleccionarse del catálogo, especificando el código deseado y en qué área del trabajo debe ser usado. Se presentan de igual forma que los barnices, los alto y bajo relieves.

Software para la entrega en el taller:

- Corel Draw, más utilizado.
- Adobe Illustrator
- Photoshop, sólo para imágenes.
- Page Maker, para editorial.
- InDesign, principal para productos editoriales.
- Formato PDF



Factores de diseño/ Función



FUNCIÓN DEL DOCUMENTAL:

Es una tipología de programas con carácter instructivo, educativo. Presentan diferentes espacios como entrevistas, reportajes, presentación de archivos históricos.

FUNCIÓN DEL DISEÑO AUDIOVISUAL:

La progresiva implantación de la cultura audiovisual, de la cultura mediática y de la cultura de la imagen ha creado nuevas formas de comunicación, como el diseño audiovisual. A través de los años se ha creado una sociedad en la que el ocio y el consumo son las fuentes principales de entretenimiento, con un desarrollo tecnológico de tan alto nivel y en la que los medios de comunicación audiovisual tienen una influencia creciente.

El diseño presenta varias funciones en el medio audiovisual, una de ellas es la organizativa, en este contexto se articula como una herramienta idónea para la creación de una sensación de orden y coherencia dentro del flujo audiovisual de un programa o canal de televisión, crear aperturas e introducir al espectador en lo que viene a continuación. Otra de las funciones del diseño audiovisual es la informativa si se quiere brindar

distintos tipos de información o diferentes niveles de la misma. Esta tipología de diseño es también persuasiva ya que consiste en despertar la curiosidad y atraer la atención del espectador

Las aplicaciones audiovisuales cumplen mayormente una función organizativa. Sirven para informar e introducir al espectador en lo que viene a continuación, estas se hacen imprescindibles cuando el programa cuenta con varias secciones y cuando se quiere brindar varios tipos de información o diferentes niveles de esta. Es una manera de distinguir particularidades sin perder la coherencia de las partes y de aumentar a su vez el ritmo visual y optimizar el espacio televisivo. El diseño audiovisual debe surgir de los mismos contenidos que complementa, debe inducir, concretar y sintetizar. El diseño audiovisual además cumple con la función de construir la identidad del programa y su estructura, logrando una diferenciación y coherencia entre sus diferentes segmentos, que permitan al espectador percibirlos como partes de un único programa.

FUNCIÓN DE LA IDENTIDAD EN EL AUDIOVISUAL:

El identificador es el signo más empleado para identificar un programa entre otros que componen las diferentes programaciones de los canales que

existen en la parrilla televisiva. Este es el producto gráfico a partir del cual se diseñarán las aplicaciones audiovisuales. La televisión permite una mayor cantidad de recursos a la hora de crear una identidad, más libertad en el uso de color, volúmenes, texturas, sonidos y animaciones, pero a su vez, requiere de del cumplimiento de precisos requisitos técnicos para su rendimiento.

La función básica de la Identidad Visual y de las aplicaciones audiovisuales a diseñar, será identificar al programa mediante una comunicación eficiente, logrando un mayor reconocimiento y aceptación de público.

FUNCIÓN PRÁCTICA DE LAS APLICACIONES AUDIOVISUALES:

Presentación:

Precede a un programa con el objetivo de introducirlo y de preparar emotivamente a la audiencia para su consumo. Es importante el conocimiento de las pretensiones del programa, cuáles serán los contenidos y el tipo de público al que se dirige para formular la forma en que serán presentados. Sobre la presentación del espacio recae la mayor parte de la carga semántica que el diseño audiovisual es capaz de transmitir, la misión de aportar la espectacularidad y calidad suficiente para que el

Factores de diseño/ Función

espectador advierta en ella todo el potencial y prestigio del programa. Debe dar a entender que el mismo sea de toda confianza y crédito.

Cortinillas de separación:

Se utilizan para separar e identificar espacios o secciones dentro de la estructura del programa, para delimitar los diferentes bloques de información, para hacer pausas o pueden tener el único fin de promocionar el programa empleando los signos de identidad del mismo.

MOSCA:

La mosca es una pieza gráfica institucional que refuerza la identidad audiovisual del programa o canal. Generalmente consta del elemento básico del identificador situado en los extremos de la pantalla. Su función principal es identificar durante la transmisión aunque también funciona como marca de agua para los materiales producidos en el programa.

CRÉDITOS DE CIERRE:

Los créditos de cierre son los textos que se agregan al final del programa de televisión para listar y acreditar los miembros del reparto.

Normalmente consisten en una lista de las personas

que han contribuido con la realización del programa, destacando el tipo de participación y la función que realizan. Estos créditos deben tener un puntaje necesario para ser leído por el espectador y el tiempo de duración adecuado en pantalla óptima para su lectura. En la actualidad existe una tendencia a aumentar el valor estético y narrativo de los créditos convirtiéndolos en una continuidad del programa.

TYSERS:

Su función es brindar información que complemente el material audiovisual o lo sintetice, titulares de noticias, la fecha, el lugar donde se ha producido, el nombre del periodista y del entrevistado, resúmenes de la información que se está generando, complementos de la misma o cualquier otro tipo de información que se quiera brindar. Puede conformarse con más de un zona de interés según los diferentes niveles de lectura que correspondan a la variedad de información que contenga, lo que conlleva a disponer de los elementos gráficos en función de una correcta jerarquización. Generalmente se ubica en el borde inferior de la pantalla. Debe ser editado en cada caso para su salida al aire.

SONIDO:

El audio en los materiales audiovisuales forma parte

importante de la identidad. Algunos programas pueden ser identificados solo por el tema de la presentación e incluso este puede ser el principal componente de su identidad. Este no solo acompaña la información gráfica sino que además es percibido por el televidente cuando no está frente al televisor e identifica que programa se está transmitiendo. Los efectos sonoros son frecuentemente la primera clave para una correcta interpretación de los contenidos, emociones y sensaciones que el espectador podrá experimentar si finalmente ve el programa. El sonido puede convertirse en el gancho de la promoción. Las imágenes serán leídas en función del sonido con el que sean presentadas.

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA:

Presenta una estructura que caracteriza a la emisión, aunque varía en función del contenido. Esta estructura determina en qué momento sucederán la apertura, presentación, bloques de información y cierre del programa. Cada momento está cronometrado con exactitud para no exceder el tiempo de duración del espacio, sin embargo esta puede estar sujeta a cambio según la personalidad de que trate el programa.

El programa comienza con la presentación que se



Factores de diseño/ Función



extiende hasta 12 segundos, le sigue un bloque de información sobre la personalidad en cuestión que dura aproximadamente 18 segundos, este segmento introduce una voz en off y una recopilación de imágenes de archivo que complementan y grafican dicha información para dar paso a la entrevista con 1:40 min de duración. El espacio de la entrevista varía en dependencia de la personalidad que se trate, ya sea porque esta se encuentra fallecida o su ocupación no se lo permita. Concluye con los créditos del programa, con una duración de 40 segundos.

El televidente habitual no distingue entre las diferentes secciones del programa debido a la carencia de aplicaciones que definan el tránsito entre una y otra. La ausencia aparente de la estructura básica que lo compone y de un trabajo serio de identidad son los aspectos que deterioran la imagen restándole seriedad y haciéndolo parecer solo una cápsula. Los únicos elementos detectables en el programa son: la presentación, bloque de información y créditos.

ANÁLISIS DE LA DENOMINACIÓN:

CONCEPTOS DE LA PALABRA IMPRONTA:

IMPRONTA:

• Conjunto de Características culturales o humanas que son consecuencia del contacto con una persona o grupo social: la profesora ha de su impronta en los alumnos

• Reproducción de una imagen en hueco o en relieve sobre una materia blanda.

• Proceso de aprendizaje de los animales, para el que solamente están sensibilizados durante la etapa juvenil y que tiene carácter irreversible.

USO MÁS FRECUENTE:

Ejemplo a seguir, influencia que marca a una generación o grupo de personas en su modo de hacer.

El significado real de la palabra no es conocido, debido a su empleo mayormente como símil, de modo que si tributa y aporta debidamente al concepto y eje psicológico del programa sin embargo presenta un bajo nivel de sugestión, no despierta curiosidad en el televidente ni impulso emocional debido a que por su empleo se puede considerar trillado lo que contradictoriamente si aporta a su recordabilidad.

El análisis anterior se realizó para entender de qué

se trata el programa "Impronta". Si lo traspolamos al contexto donde se desarrolla el espacio, estamos hablando de la huella o marca en la historia que deja una persona, en este caso personalidades cubanas.

DENOMINACIÓN OFICIAL:

Impronta

DENOMINACIÓN ABREVIADA:

La palabra no presenta abreviatura debido su simplicidad y fácil pronunciación.

TIPOLOGÍA DEL NOMBRE:

La tipología del nombre es simbólica, ya que en la denominación no aparece ningún elemento que refiera a personalidades o los distintos escenarios a las que el programa se acerca. Por lo que una persona que no esté familiarizado con el programa no sabe de lo que se trata.

A continuación se realiza un análisis de las reglas fundamentales para la evaluación cualitativa de los nombres de marca basada en la evaluación que propone el reconocido teórico de la comunicación visual Joan Costa en su libro Identidad Corporativa.

Factores de diseño/ Función

EVALUACIÓN CUALITATIVA DEL NOMBRE:

BREVEDAD:

La denominación del programa es corta, por lo que las personas no utilizan ninguna estructura abreviada del nombre, siendo eficaz y rápida la forma de referirse al programa.

EUFONÍA:

Ya que la denominación es breve no presenta ninguna dificultad fónica, más bien es agradable al oído. También se evalúa su pertinencia dada la rapidez con la que el nombre se grabe en la mente de los usuarios y la frecuencia con que, a posteriori, aparezca inserto en el lenguaje habitual. El nombre ya es reconocido por los televidentes debido a los 14 años que se ha mantenido en el aire el programa.

PRONUNCIABILIDAD:

Este parámetro se puede enfocar como el resultado de la combinación óptima entre brevedad, eufonía y sencillez. Por lo que como anteriormente se analizó no daña la pronunciabilidad.

RECORDABILIDAD:

Un nombre es recordable en la medida en que sea breve, eufónico, pronunciable y de acuerdo a lo

familiarizado que esté usuario con la(s) palabra(s) que lo compone(n).

En el caso de la palabra Impronta, aunque no la empleamos cotidianamente, se escucha a menudo en los Medios de Comunicación Masiva (MCM). Por esta razón cuando le preguntamos a una persona que tal vez nunca se haya sentado a ver el espacio, le parece conocido por su nombre. Evidentemente las características del nombre, junto con sus años de salida al aire hacen que se recuerde con facilidad.

SUGESTIÓN:

El aspecto sugestivo de los nombres se refiere a la condición psicológica, emotiva o cualitativa, a la capacidad de sugerir o indicar indirectamente los contenidos y objetivos del programa. La sugestión está estrechamente vinculada a los conceptos y significados utilizados.

El análisis de la denominación y los cuestionarios realizados reflejan que la palabra Impronta no presenta problemas graves a la hora de denominar, nombrar y dialogar. Debido la simplicidad de la palabra no es propicia a abreviaturas y es sumamente recordable debido a su utilización en los MCM por lo que esta palabra es un factor fundamental para el

posicionamiento en el mercado y la diferenciación entre sus homólogos.

Identidad Visual del Programa "Impronta":

Debido a que el programa no presenta un Manual de Identidad Visual y su logotipo carece de una correcta implementación de diseño, se hace un análisis de los aspectos positivos y negativos de este a través de algunos parámetros de evaluación.

Además se analiza la presentación con el objetivo de poder determinar, con bases fundamentadas, qué puntos débiles presenta y arribar a la conclusión de qué es necesario cambiar y qué se debe mantener.

SIMPLICIDAD:

El logotipo es simple debido a que es, literalmente, la palabra Impronta escrita con una tipografía Arial Regular.

ESTÉTICA:

La estética con que se presenta el logotipo del programa "Impronta" es obsoleta e insípida, presenta una total desactualización con las nuevas tendencias estético – formales del medio audiovisual.

LEGIBILIDAD:

El logotipo presenta buena legibilidad ya que no

IMPRONTA

Factores de diseño/ Función



presenta ajustes aparentes en la tipografía, aunque su desaparición de la pantalla puede resultar algo agresiva para la lectura y entendimiento de la palabra.

VISUALIDAD:

El logotipo no presenta ningún tipo de gag ni recurso formal que atente contra el identificador, por lo que la visualidad del mismo es pobre y monótona.

FASCINACIÓN:

El logotipo no despierta ningún tipo de motivación o concepto que pueda atraer la concentración del espectador.

CAMINO GRÁFICO:

El logotipo no presenta ninguna base conceptual que pueda comunicar con eficiencia el contenido o la misión del programa, sus códigos estéticos están desactualizados de las últimas tendencias, carece de impacto visual y pregnancia.

COMPOSICIÓN:

El identificador presenta un equilibrio axial y es simétrico debido al diseño de la tipografía con el que está realizado.

NIVEL DE REPRESENTACIÓN/ TIPO DE LOGOTIPO:

El identificador se ubica dentro de la clasificación de logotipo simple ya que la tipografía no presenta ajustes ni diferencias de tamaños.

CÓDIGO SONORO:

El tema musical del programa está compuesto por un background de música electrónica que presenta un ritmo muy rápido, contradictoriamente el sonido más preponderante es más lento, llano y puede asociarse con una flauta o algún instrumento de viento aunque por la calidad del sonido parece ser creado por medios digitales. Debido a que este musical lleva mucho tiempo siendo parte del programa se percibe desactualizado.

CONCLUSIONES:

El programa "Impronta" carece de un manual de marca y un discurso de identidad. La identidad visual actual carece de un correcto funcionamiento donde le muestra a su público una imagen carente de personalidad e impacto visual.

El espacio televisivo presenta la falta de muchas aplicaciones audiovisuales que son fundamentales para poder darle un eficiente dinamismo, calidad e impacto visual al programa y poder percibirlo

con toda la seriedad que se merece. El diseño de la presentación presenta desigualdad y obsolescencia en su estilo gráfico, y el tema musical que lo acompaña no está acorde al ritmo que presenta la animación de sus imágenes.

Por estos motivos el programa "Impronta" ganaría la atención y el interés de un mayor número de televidentes si se hiciera una renovación de la imagen.

Factores de diseño/ Uso



CARACTERÍSTICAS DEL USUARIO:

El programa "Impronta", a través de los años ha ganado la audiencia de un público que gusta de la cultura general y del conocimiento de las principales personalidades que han fomentado importantes valores en nuestra sociedad, como la perseverancia, profesionalismo, ambición, esfuerzo y espontaneidad. Al ser este programa parte de la difusión de estos valores es necesario analizar a toda la población cubana que pueda estar expuesta a televisar el espacio, por lo que el presente proyecto abarca dos grupos significativos de personas: El público interno del programa y el público externo.

PÚBLICO INTERNO:

El equipo de trabajo del programa "Impronta" está conformado por técnicos especializados, periodistas y directivos. En este colectivo se encuentran fundadores del programa, que llevan 14 años trabajando para mantener el espacio en sintonía y documentar al público sobre las obras más trascendentales de las personalidades cubanas. Es de este grupo y los demás integrantes del equipo el sentir de la necesidad apremiante de diferenciarse y hacerse notar en la amplia parrilla de programas que presenta el canal Cubavisión.

"Impronta" presenta un equipo de trabajo reducido con solo 12 personas por lo que el 100% de los trabajadores fueron encuestados. El cuestionario reflejó problemas sobre la imagen actual del programa, 8 de 12 personas expresan que tanto la presentación como el identificador del programa no los representa y 4 personas piensan que no es necesario cambiar la banda sonora. Las encuestas también evidenciaron la necesidad de las personas de crear un sistema de identidad que organice e identifique los diferentes espacios dentro del programa.

La mayoría del público interno está consciente de la necesidad de modificar a favor de la mejora del programa, la identidad visual y el sistema de aplicaciones audiovisuales.

PÚBLICO EXTERNO:

Este público está vinculado o interesado en la misma rama del conocimiento que el sujeto abordado en cada programa particular (ciencias, literatura, deporte, política, arte, historia), o presencian el programa por su interés en la cultura general, los cuales aumenta en dependencia de la relevancia que tenga la personalidad de que se trate.

Dentro de las encuestas realizadas por el Centro de Investigaciones del ICRT aplicadas a 500 personas en el mes de febrero de 2015, indicaron que dentro de la muestra encuestada el mayor número de espectadores que televisan la emisión son adultos medios masculinos con formación profesional. Se aplicó un cuestionario en los municipios Plaza de la Revolución, Lisa, Centro Habana y Diez de Octubre mediante un muestreo aleatorio simple por sorteo, con el objetivo de levantar un estado de opinión a 70 personas, que en su mayoría no eran habituales del programa.

La encuesta reveló que la 85% de la muestra conoce el término Impronta y que lo asocian con un programa de carácter histórico, totalmente entendible si se tiene en cuenta que en muchas ocasiones el programa se acerca a la vida y obra de personalidades de otra época y que además el término es muy utilizado en los medios al tratarse la obra de una personalidad. Además se realizó una técnica de observación a los encuestados y el 52% asocia el tema de presentación con la televisión y asumen que pertenece a algún programa, sin embargo una vez que se les muestra un fragmento de la presentación ninguno reconoce el producto audiovisual y el 100% lo asocian con un programa

Factores de diseño/ Uso

netamente artístico. Estos datos demuestran que el público está familiarizado con el nombre del programa y que es su mejor signo identitario, sin embargo los encuestados perciben al programa de ámbito artístico por lo que no transmite la variedad de personalidades que el programa se propone.

Este público diariamente está expuesto a las nuevas tendencias del medio audiovisual, por lo que se hace necesario recurrir a soluciones innovadoras, impactantes y dinámicas con el fin de mantener satisfechos a los televidentes con la calidad del material. De esta manera se conservan los índices de teleaudiencia y se atraen nuevos públicos.

CONDICIONES DE USO

MODO DE USO:

El uso de la Identidad Visual y el Sistema de Aplicaciones Audiovisuales de "Impronta" por parte de los televidentes cuando sintonizan el canal Cubavisión los martes sobre las 10:45 y las 11:00 de la noche está determinado por la atención que presten al audiovisual, por el volumen en que programen su televisor y los motivos que los hagan sintonizar el programa.

El usuario cuenta con un corto tiempo para recibir mediante la visión y la audición las aplicaciones audiovisuales. La presentación que es la principal pieza audiovisual presenta una duración de solo 15 segundos, mientras que los créditos, que por tratarse del desenlace de programa llevan una carga gráfica menor, se extienden 35 segundos, abarcando ambos prácticamente el 25% del tiempo del programa. En las condiciones óptimas de uso, el audio y la correcta selección de los recursos visuales para las cortinillas, presentación del programa, tyser y créditos es fundamental para orientar e introducir al usuario y lograr el correcto posicionamiento del programa.

No existe una sistematicidad en las aplicaciones audiovisuales del programa, dado a que la representación del nombre como palabra no funciona como logotipo ni da pie a una pauta tipográfica, cromática ni de tratamiento gráfico que integre las aplicaciones, dificultando que el televidente las asocie como un conjunto dentro de la visualidad del programa y que se construya una imagen de este. Este bajo rendimiento de las piezas de comunicación impide que se cumpla correctamente la función de identificar y orientar al público externo dentro del espacio. Tampoco existen todas las aplicaciones pertinentes para la correcta fluidez del programa y la

complementación debida de la información brindada por los materiales audiovisuales.

INTENSIDAD DE USO:

Por su duración se hace necesario optimizar el tiempo para brindar la mayor información posible, que junto con su poca frecuencia hacen escasa la intensidad de uso de las aplicaciones y la permanencia del programa en la memoria de los públicos. Actualmente la distribución del espacio del programa es un poco desproporcional, destinándose hasta 35 segundos en créditos comparados con dos escasos minutos de duración del contenido. Es necesario que a lo largo del programa la gráfica intervenga con frecuencia para que aumente considerablemente el ritmo visual y potencie el flujo de información.

Factores de diseño/ Mercadológico

Inside the Actors Studio
THE CRAFT OF THEATER AND FILM

oprah



Se realizó un análisis sincrónico y diacrónico a una muestra total de 5 identificadores de documentales y shows Anexo 4, para analizar las tendencias gráficas de programas en el que se entrevisten personalidades de distintas esferas o de corte histórico, así como un estudio de los identificadores de canales generalistas de la televisión cubana con el objetivo de ahondar el tema de la identificación marcaria y las aplicaciones audiovisuales en los diferentes contextos y poder determinar las principales tendencias gráficas

Se analizó 1 espacio de la muestra total para resumir el análisis de la identificación marcaria y sistema de aplicaciones audiovisuales en el contexto internacional.

INSIDE THE ACTORS STUDIO:

DENOMINACIÓN:

El nombre del show Inside The Actors Studios (Dentro del estudio de actores) es netamente simbólico ya que no hace referencia a lo que sucede en el programa, deja entrever no obstante la temática que aborda por dos pilares fundamentales en el nombre, Actors y Studio. La palabra Inside es lo que le da el toque sugestivo, lo que invita a los televidentes a

CAMINO GRÁFICO:

El identificador está compuesto por un logotipo y un genérico ("The craft of theater and film") Ambos se presentan sobre un fondo negro y la jerarquía entre ellos se resuelve con diferencia de puntaje.

COMPOSICIÓN:

El identificador presenta una composición simétrica y equilibrada apoyando el concepto de la dinámica pausada y la intimidad que existe en el set del programa

NIVEL DE REPRESENTACIÓN:

El identificador presenta un nivel de representación figurativo en su logotipo, El logotipo a simple vista es muy sencillo pero presenta modificaciones tanto en el punto de la "i" como el cambio de la "i" mayúscula de "Inside" por la minúscula.

TIPOLOGÍA DEL LOGOTIPO:

En el identificador el logotipo presenta una tipografía simple con algunos ajustes tipográficos y de interletrado.

CÓDIGO CROMÁTICO:

El programa utiliza colores sobrios, nulos como el negro y blanco, símbolos de elegancia y seriedad y

Factores de diseño/ Mercadológico

profesionalismo.

CÓDIGO TIPOGRÁFICO:

La tipografía que se emplea en el logotipo presenta serif, con rasgos muy puntiagudos y rectos.

CÓDIGO DE ANIMACIÓN:

La animación del programa es muy simple, consiste en mostrar imágenes del teatro John L. Tishman de la escuela de arte de California (Los Ángeles, USA) mediante disolvencia y detalles del local, como la bandera, las puertas que se abren, el interior del teatro e imágenes de personalidades que han transitado por el programa.

CÓDIGO SONORO:

En el programa solamente se utiliza un fondo musical en la presentación y luego el mismo en los créditos de cierre. El musical consiste en una canción instrumental pausada, compuesta por violines, apoyando el código de animación empleado y la dinámica del programa.

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE IDENTIFICADORES INTERNACIONALES:

TIPOLOGÍA DE NOMBRE:

Existe una paridad del carácter descriptivo y simbólico en las denominaciones de los programas, en algunos casos representado el nombre de la persona que entrevista, en otros aludiendo al lugar donde se entrevista o a los atributos a comunicar.

CAMINO GRÁFICO:

Las soluciones logotipadas son las más comunes en este caso ya que la mayoría comunican el nombre de una persona o lugar. En algunos casos se emplean los fondos gráficos para complementar conceptual y gráficamente al identificador.

COMPOSICIÓN:

En las muestras analizadas se evidencia el predominio de la horizontalidad, ya que en muchas de estos identificadores conviven actualmente en el sistema de televisión de alta definición que presenta un formato apaisado, son soluciones equilibradas y simétricas.

CÓDIGO TIPOGRÁFICO:

En este aspecto las marcas varían mucho en dependencia del contenido y de la dinámica que tenga el programa, además según los análisis se demuestra que si el programa está dirigido a un público adulto la dinámica de las aplicaciones es más

pausada, sobria, empleando tipografías san serif por su buena legibilidad en puntaje pequeños.

CÓDIGO CROMÁTICO:

El uso de los colores es muy variado, no hay un color prevaleciente, sin embargo la gama cromática es limitada, generalmente se emplea un solo tinte o combinaciones de colores análogos de modo sutil, sin contrastes.

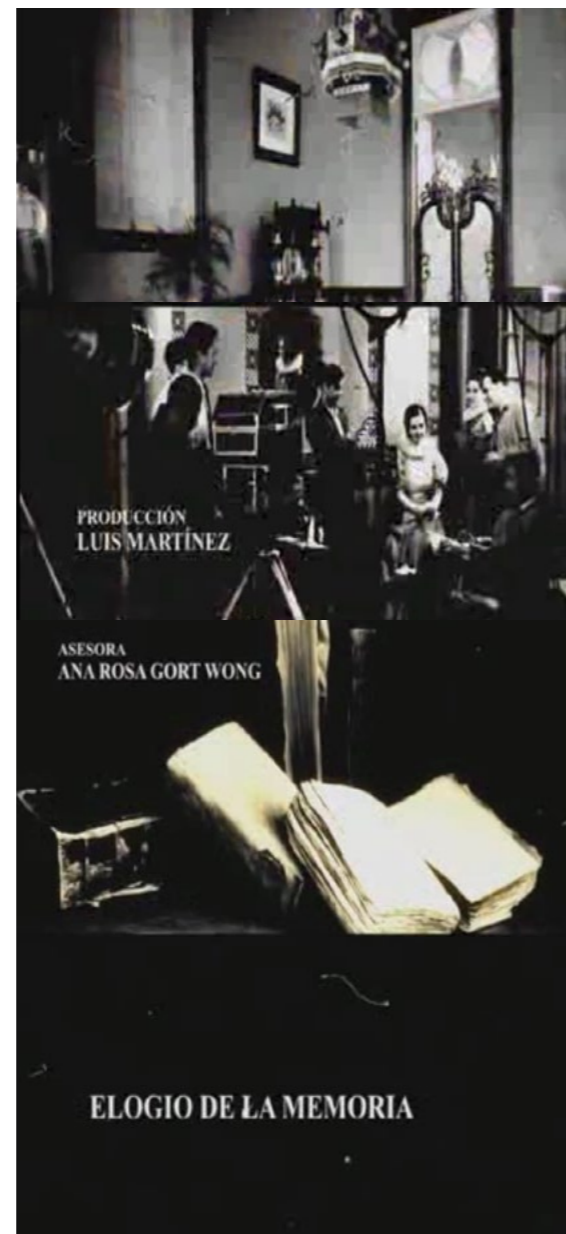
ESTILO GRÁFICO:

En las marcas de este tipo de programa el lenguaje es directo para lograr un rápido entendimiento, por lo que las representaciones gráficas son figurativas en el mayor de los casos. Predomina el uso de elementos bidimensionales y combinado con fotografía y el empleo de la tridimensionalidad es muy básico y generalmente lo más empleado es lo que extraoficialmente denominamos 2,5D en la que los elementos interactúan en un espacio tridimensional pero carecen de volumen.

ANÁLISIS MERCADOLÓGICO NACIONAL:

Se realizó un análisis de la imagen de los principales programas históricos – documentales sobre personalidades en Cuba que transmiten en todos los canales. En la amplia parrilla de la Televisión Cubana

Factores de diseño/ Mercadológico



algunos de los principales programas que presentan el mismo contenido de Impronta son "Elogio de la Memoria", un espacio del Canal Habana, este trata esencialmente sobre personalidades del arte, no tiene set de filmación ni conductor, es muy corto, la presentación no dura más de 10 segundos y el contenido está compuesto por imágenes de archivo y una voz en off con música instrumental de fondo pero este tiene una estética muy marcada, todo el programa presenta el mismo tratamiento y el audio es una composición clásica, tocado en piano, que marca el ritmo del programa muy simple y fácil de recordar, además presenta una sistematicidad en sus piezas audiovisuales y el diseño del identificador.

Existen otros programas como "Glorias Deportivas", "Confesiones de Grandes", "Contra el Olvido", "Entre tú y yo", "Cubanos en Primer Plano" y "Con dos que se quieren" los cuales tienen mucha similitud en cuanto a contenido que "Impronta".

A continuación se le hará un análisis de la identidad visual para posteriormente analizar sus deficiencias.

TIPOLOGÍA DEL NOMBRE:

Existe al contrario de los programas internacionales analizados anteriormente una mayor tendencia a las

denominaciones simbólicas de los espacios, dejando abierto a la imaginación de lo que el programa se propone y el dinamismo o tendencia gráfica que podría tener el mismo.

CAMINO GRÁFICO:

Las soluciones logotipadas son las más comunes en este caso. En algunos casos se emplean los fondos gráficos para complementar conceptual y gráficamente al identificador.

COMPOSICIÓN:

En las muestras analizadas se evidencia el predominio de la horizontalidad, son soluciones equilibradas y simétricas.

CÓDIGO TIPOGRÁFICO:

En este aspecto las marcas varían mucho en dependencia del contenido y de la dinámica que tenga el programa, en algunos casos no tienen cuidado con la tipografía que se proyecta en la televisión a puntaje pequeño haciendo un intento de sistematicidad con el identificador que da como resultado la poca legibilidad y funcionamiento en pantalla.

CÓDIGO CROMÁTICO:

Factores de diseño/ Mercadológico

El uso de los colores es muy variado, no hay un color prevaleciente, se tratan de usar colores cálidos como el amarillo o en algunos casos solamente recurren al blanco, generalmente se emplea un solo tinte o combinaciones de colores análogos de modo sutil, sin contrastes.

ESTILO GRÁFICO:

En las marcas de este tipo de programa el lenguaje es directo para lograr un rápido entendimiento, por lo que las representaciones gráficas son figurativas en el mayor de los casos. Predomina el uso de elementos bidimensionales y combinado con fotografía y el empleo de la tridimensionalidad es muy básico.

CÓDIGO SONORO:

Algunos programas pueden ser identificados solo por el audio de la presentación e incluso este puede ser el principal componente de su identidad, como sucede con los programas "Cuando una Mujer", "23 y M", "A Todo Motor". Esto puede estar determinado por su calidad musical, por su adecuación al contenido del programa, por la relevancia de este como tema musical, o lo que es más efectivo, que es cuando la letra está compuesta específicamente para el programa y contiene su nombre. Que el audio tenga letra, sin duda, aporta a su reconocimiento

ya que el mensaje es mucho más explícito y es más fácil de reproducir de forma oral, por lo que los instrumentales deben tener una singular particularidad y calidad para que puede ser recordado por los televidentes como ocurre con el tema de la presentación de "Pasaje a lo Desconocido", "Tras la Huella", "Sitio del Arte" entre otros.

A modo de conclusión se puede decir que la mayoría de los programas analizados presentan una identidad visual desactualizada de las últimas tendencias gráficas, no presentan sistematicidad con sus aplicaciones audiovisuales y en algunos no existen todas las aplicaciones necesarias que requiere un programa de televisión.

En la mayoría de los casos se abusa del ornamento y los efectosvisuales atentando contra una buena visualidad y pertinencia de la imagen, lo que afecta la finalidad comunicativa del programa.

Existen espacios que sufren transformaciones y cambios constantes en el diseño de su imagen, que en muchas ocasiones son soluciones que mejoran la misma, sin embargo los realizadores y directores de estos continúan utilizando los productos audiovisuales de la imagen anterior provocando una contraposición visual en el discurso de identidad del

Requisitos de diseño

CONTEXTUALES:

El diseño de las aplicaciones audiovisuales no deberá comprometerse con ninguna personalidad, dada la corta duración que presenta cada edición y la variedad de personalidades.

Para la salida al aire del programa "Impronta", la identidad y aplicaciones audiovisuales que se diseñen deberán cumplir las normativas establecidas por el canal Cubavisión, así como tener en cuenta la convivencia de ambas marcas simultáneamente en la pantalla.

El diseño del producto final no debe hacer alusión a ninguna región en específico del país, por lo que se hace necesario utilizar códigos neutrales desde el punto de vista geográfico.

Las aplicaciones audiovisuales que se diseñen deberán cumplir las normativas o legislaciones establecidas por el ICRT.

TECNOLÓGICOS:

El Sistema de Aplicaciones Audiovisuales deberá ser compatible con la norma de televisión digital DTMB y la norma de televisión analógica NTSC. Con una resolución de 1920x1080 que pueda ajustarse a las dimensiones 720x486px y a una velocidad de 29,97 f/s.

Se entregarán los archivos de las aplicaciones audiovisuales en formatos .MOV, .AVI para que sea posible a través del software y el equipamiento con que se cuenta la implementación por parte del equipo de postproducción del programa.

Se deberá incluir los archivos originales en formato Adobe AfterEffects CS4 del generador de caracteres y los créditos para posibilitar la edición de los elementos que deben ser cambiados en cada emisión.

Para el uso de textos en pantalla se deben emplear tipografías sans serif porque brindan mayor legibilidad a la hora de leer textos con un pequeño puntaje.

USO:

El identificador y las aplicaciones audiovisuales, deberán regir su tratamiento gráfico en base al grupo etéreo (adultos) y nivel académico (profesionales).

Se deben hacer ajustes de tiempo tanto de la presentación del programa como de los créditos de cierre con el fin de homogenizar y brindarle cohesión al espacio.

Durante el programa deben existir elementos identitarios en pantalla que permitan al usuario reconocer qué espacio televisivo está viendo.

Los audiovisuales deben garantizar la atracción (captar la atención, diferenciarse) y la retención (que sea memorizable) del público objetivo.

FUNCIONALES:

Se debe lograr, a partir de los símbolos de identidad visual, reflejar los atributos que se definan como identitarios del programa televisivo "Impronta".

Se debe garantizar la sistematicidad e integración de los rasgos de estilo de la identidad visual con las aplicaciones audiovisuales para que puedan ser percibidos por el espectador como partes de un único programa.

MERCADOLÓGICOS:

Las aplicaciones audiovisuales deben tener un nivel de impacto y pregnancia elevado, para que puedan ser recordados con facilidad por el televidente, la tipografía seleccionada para el identificador debe ser singular, con un gran impacto visual y que refleje la personalidad y prestigio con que gozan las personalidades entrevistadas en el programa, las aplicaciones serán dinámicas y se determinará una pauta de color adecuada para una mejor identificación del espacio.

Para el diseño del identificador se abogará por soluciones logotipadas, potenciando el reconocimiento del programa por su nombre y adoptando las tendencias del mercado.

Capítulo 3

Etapas Concepto





Definiciones estratégicas

DENOMINACIÓN:

El nombre Impronta surge hace 14 años con la idea de darle al programa un toque atractivo y pretencioso, con el fin de sellar con una sola palabra la concepción por la cual sale al aire este espacio televisivo ajustándose perfectamente a este.

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas al público meta y el análisis funcional se mantendrá el nombre "Impronta" propuesto por la dirección del programa, debido a que la comprensión del nombre y la recordabilidad del mismo por el público son piezas importantes en el posicionamiento de mercado y la atracción de nuevos espectadores.

IDENTIFICADOR:

El logotipo que presenta el programa en estos momentos carece de pregnancia, impacto y estética. Para su realización se utilizó la tipografía Arial sin modificaciones de ningún tipo, por lo que se hace necesaria la realización de un nuevo logotipo que capte tanto la concepción del programa como el nombre, que sea atractivo, sugerente y funcional, pero sobre todo que se diferencie por encima de los espacios televisivos del mismo corte y pueda consolidar una imagen propia.

Estrategia de identidad

Actualmente el ICRT se encuentra realizando transformaciones en cuanto a su estructura interna de canales. La reestructuración está orientada a una organización por canales dentro de los que se encuentra Cubavisión. Con la nueva estructura, el programa se inserta dentro de la estrategia del canal Cubavisión a nivel institucional.

Dentro del estudio mercadológico realizado se analizaron las estrategias de identidad de los espacios y canales históricos - documentales. La mayoría de estos presentan una estrategia de marca con sus principales espacios informativos con el objetivo de diferenciarlos dentro de su parrilla de programación y con los demás programas de este corte de otros canales, permitiéndole identificar al televidente cuando sintonice el canal qué espacio se está televisando.

El canal Cubavisión presenta una estrategia de marca con todos sus espacios. Con el objetivo de diferenciarse por encima de los demás programas y de consolidar una imagen propia, se decide adoptar para el programa "Impronta" una estrategia de marca.

Discurso de identidad



En la definición del discurso de identidad para el programa Impronta se tuvieron en cuenta los objetivos que este se propone enfocados en su teleaudiencia, unido a los resultados de la etapa de investigación con el objetivo de determinar los principales atributos y rasgos de estilo que debe portar la identidad y el sistema de piezas de comunicación.

Para la creación de las propuestas, se seleccionan una serie de atributos que definirán y representarán al programa, tomando como base los requisitos de diseño que se definieron en el anterior capítulo. Estos atributos son organizados y desglosados en la siguiente tabla.

ATRIBUTOS:

GENÉRICOS:

-Profesionalidad:

En esta tipología de programas se reúnen y entrevistan a personas con un alto grado cultural y académico.

-Informativo:

Estos programas se especializan en brindar conocimiento, comunicar, mostrar y enseñar sobre la

vida y obra de las personalidades.

-Prestigio:

Se reúne mucho público especializado, artistas, científicos, deportistas, políticos, personas que tienen un gran impacto en la sociedad tanto en formas de conducta como ideológicas.

-Alegria:

En estos espacios se reflejan un espíritu jovial, potenciándolas connotaciones positivas del entrevistado, la alegría de haber alcanzado sus metas y de cumplir una parte importante en la sociedad.

ESPECÍFICOS:

-Cubanía:

La mayoría de las personas a las que se rinden homenaje son cubanas y a las personalidades foráneas que han tenido un gran impacto en diferentes esferas de la sociedad en Cuba.

-Dinámico:

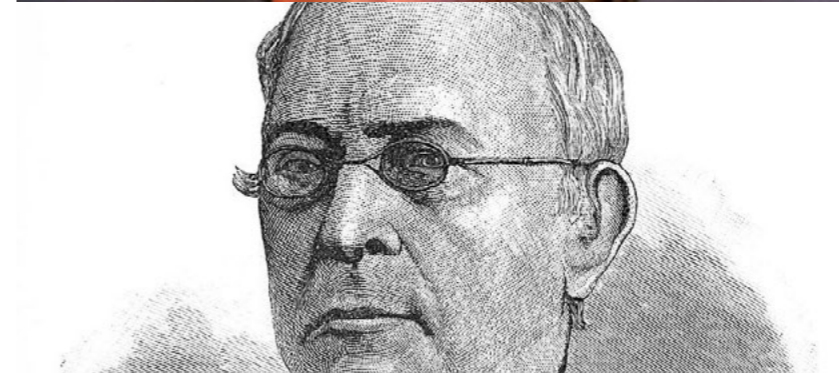
Alude en general al tiempo y estructuración del programa en tv y a la plataforma de implementación para la cual está diseñado principalmente. Es por esto la síntesis y brevedad deben ser características de las

piezas audiovisuales.

-Variado:

Es un programa que no se compromete con ninguna esfera social o personalidad.

Discurso de identidad



ATRIBUTOS A COMUNICAR:

Cubanía
Prestigio
Variado

Discurso de identidad

RASGOS DE ESTILOS:

CÓDIGOS TIPOGRÁFICOS:

El identificador como parte esencial de la identidad del programa debe transmitir un alto grado estético formal, pregnancia e impacto, además debe lograr comunicar los principales valores de las personas a las que el programa va dedicado, por lo que la tipografía a utilizar para este caso será una caligráfica sans serif por el carácter tradicional, humanista y elegante que presenta.

Toda tipografía a emplear debe ser sans serif, para potenciar la legibilidad en pantalla, además de ser una tendencia moderna para marcas en televisión.

Utilización de una familia tipográfica que contenga diversas variantes de la misma. Se utilizará tanto para los créditos de presentación como los de cierre. También se utilizará para describir la ocupación o hecho(s) donde se destacó el entrevistado.

Balance visual de los blancos, para garantizar limpieza y fácil legibilidad.

CÓDIGO DE COLORES:

Se emplearán colores que caracterizan la elegancia,

profesionalismo y sobriedad del programa.

Se mantendrá un contraste bien definido entre figura y fondo por color.

CÓDIGO GRÁFICO Y DE COMPOSICIÓN:

Concentrar la atención del espectador en la imagen mediante un correcto encuadre.

Uso de los distintos planos de la fotografía para evitar la monotonía.

Las imágenes estarán concebidas a todo color además de hacer referencia a personalidades o a las actividades donde se desempeñaban.

Uso de textura, regular o irregular; ya que posee la capacidad de enriquecer las superficies y posibilita un trabajo expresivo interesante.

Utilización de formas que representen el carácter versátil de las personalidades.

CÓDIGO SONORO:

Se empleará una música dinámica instrumental que apoye las animaciones, sea recordable y capaz de transmitirle al espectador que está viendo un

programa sobre personalidades cubanas y/o hechos históricos.

CÓDIGO DE ANIMACIÓN:

La animación tendrá un ajuste coherente entre la gráfica y el código sonoro.

Se utilizarán tanto la fotografía como el video.

Se emplearán diferentes tipos de planos para darle mayor dinámica a la animación.

La dinámica de la animación será pausada.

PREMISAS CONCEPTUALES:

Se describen a modo de texto y esquemas, ilustran la estrategia sobre la cuál se desarrollará el concepto.

Premisas conceptuales

01

LA HUELLA DE LAS PERSONALIDADES EN EL TIEMPO:

Representar la impronta que dejan en la historia estas personalidades con elementos perdurables.



Premisas conceptuales

02

LA UNIÓN DE LAS PERSONALIDADES:

Destacar cómo la fusión de personalidades conlleva a alcanzar resultados excelentes.



Premisas conceptuales

03

UN PROGRAMA SOBRE PERSONALIDADES:

Representar cómo mediante la televisión se da a conocer los logros y experiencias en la vida de las personalidades.



IMPRONTA

IMPRONTA

IM
PR
LON
TA

Alternativas conceptuales

ALTERNATIVA: TRABAJO EN EQUIPO

Representar la unión en el trabajo en equipo de varias personalidades en el cual han logrado alcanzar grandes metas y logros mediante la unión.

PREMISA 02: LA UNIÓN DE LAS PERSONALIDADES

Alternativas conceptuales

ALTERNATIVA01: CUÑOS+ PERSONALIDADES
Mediante características que deja el estampado de un cuño materializar la huella que dejan en el tiempo las personalidades y sus obras.

PREMISA 01: LA HUELLA DE LAS PERSONALIDADES EN EL TIEMPO



IMPRONTA

IMPRONTA

IMPRONTA

IMPRONTA

IMPRONTA

IMPRONTA

Impronta

Alternativas conceptuales

ALTERNATIVA02: FIRMA + PERSONALIDADES
Destacar los trazos y los elementos que se utilizan en las firmas para darle un toque más distintivo y exclusivo al programa.

PREMISA 01: LA HUELLA DE LAS PERSONALIDADES EN EL TIEMPO

Referentes conceptuales



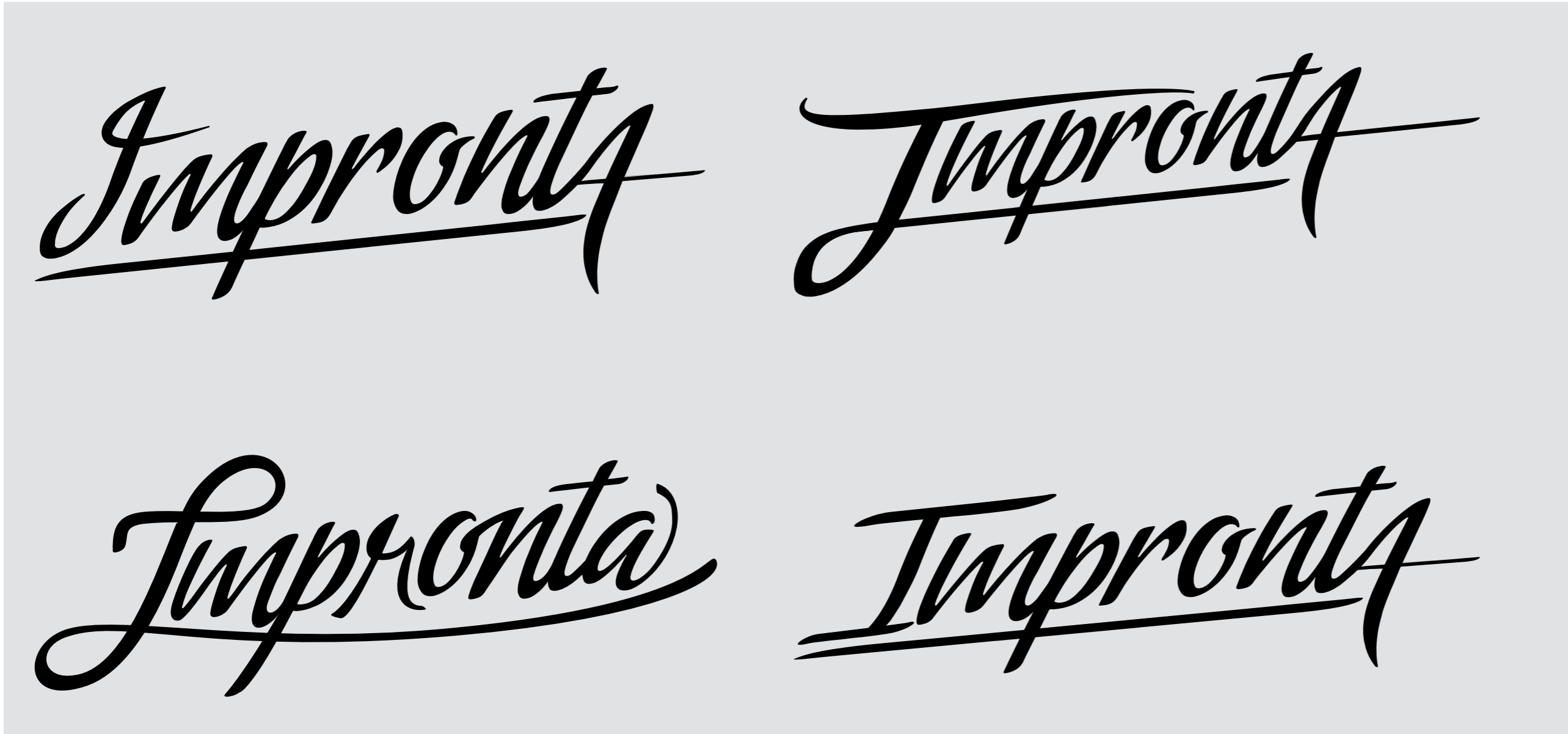
Al definir qué atributos se quieren transmitir en la identidad y en sus aplicaciones, y conocer a través de qué rasgos se verán evidenciados, se decidió realizar un estudio de algunos referentes visuales que contengan los códigos necesarios para transmitir correcta y eficientemente la identidad del programa "Impronta".

En los presentes identificadores podemos observar un uso continuo de tipografías sans serif y trazos caligráficos con un alto grado de singularización que se manifiesta en ajustes de sus caracteres a través del uso de ligaduras, sustracciones de partes y reconstrucción de sus terminales.

Se observa además un alto nivel de contraste y jerarquización tipográfica a través del uso de diferentes familias, cajas o puntajes.

El peso de las variantes tipográficas nunca resulta mayor que bold o semibold, y predomina el uso de las minúsculas.

Variantes conceptuales



**PREMISA01: LA HUELLA DE LAS
PERSONALIDADES EN EL TIEMPO**

Alternativa 02: *FIRMA + PERSONALIDADES*

Impromptu

Impronta

Concepto óptimo

La identidad comunica la forma de una firma como elemento resaltante de la huella en el tiempo de una persona, es un signo identitario único de cada persona. Agregándole trazos sinuosos y rebuscados que comienzan desde la "i" y terminan en la "a" se pretende darle personalidad, belleza y elegancia a la composición, se le añaden a los trazos distintos grosores que fluyen por cada una de las palabras para darle más realidad a lo que sería un trazo real hecho con una pluma.

De esta manera el identificador evidencia todos los atributos que presenta el programa personalidad, elegancia, dinamismo y autenticidad.

Capítulo 1

Etapas Proyecto



Manual de identidad

Este documento llamado "Manual de Identidad" constituye un reglamento para el uso y la aplicación de la Identidad Visual Institucional y los recursos gráficos, tipográficos y de imagen.

Leer y observar atentamente todo el contenido antes de realizar cualquier acción con la Identidad Visual, contribuirá a la correcta construcción de la Imagen de la institución por la que sus directivos deberán velar constantemente. En caso de que surja alguna duda, recomendamos consultar al equipo responsable de este trabajo para evitar errores.

Este Manual de Identidad está comprendido por dos acápites. El primero está relacionado con la identidad visual y la segunda parte con las aplicaciones.

*“Trabajar con tipografía significa una constante preocupación por la abstracción de las formas de las letras”
Adrian Frutiger*

Impronta

Identificador visual

El identificador Visual está compuesto solamente por logotipo, como se pautaó anteriormente en los requisitos de diseño.

El logotipo es la forma particular que toma una palabra escrita la cual en este caso identifica a un programa televisivo.

Se utilizó una tipografía caligráfica para resaltar el humanismo , la elegancia, personalidad y la interacción con las personas que presenta el programa. Además de ser una característica fundamental que distingue a las firmas, está generado a partir de una serie de ajustes tipográficos realizados a todos sus caracteres con el fin de garantizar su rendimiento visual y sobre todo dotarlo de un alto grado de singularidad.

AMORINDA

Impronta

ROTACIÓN DE 5 GRADOS

Impronta

AJUSTES ESTRUCTURALES DE LA TIPOGRAFÍA

m

p

o

n

Construcciones del logotipo

SELECCIÓN TIPOGRÁFICA

Para la construcción del logotipo se escogió la tipografía *Amorinda* en su versión regular.

Esta tipografía nos brinda una gran legibilidad en puntaje alto y convive perfectamente con el discurso de identidad anteriormente planteado.

Este rediseño se caracteriza por el equilibrado contraste de sus trazos y serif redondeados y asimétricos, que aluden a la antigua tradición de tallar manualmente los tipos.

AJUSTES A LA FORMA:

Ante todo se le hizo una rotación a la palabra para darle más carácter de firma al logotipo y plantear la forma de la composición. A continuación se le hacen ajustes estructurales a algunos de sus caracteres para brindarle más dinamismo y acentuar algunos de sus rasgos.

Construcciones del logotipo

LIGADURAS



Ajustes de grosores



LIGADURA:

Se le añade una ligadura a los caracteres “o” y “m” para homogenizar más la tipografía, además de adicionarle realidad de la escritura de una persona a la composición y optimizar el espacio.

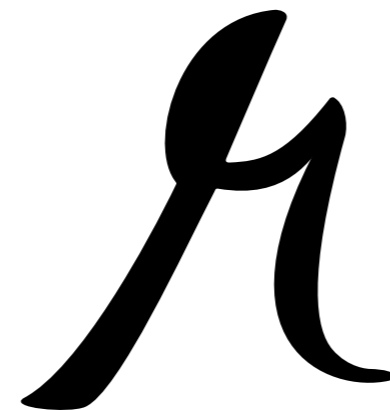
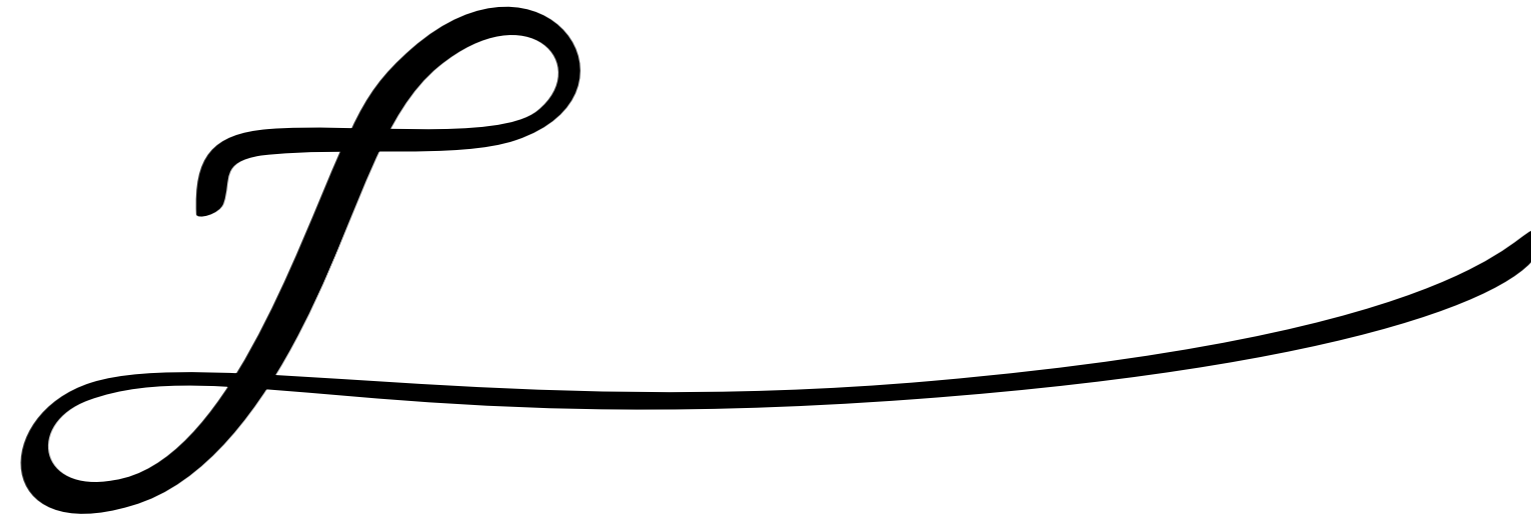
AJUSTE DE GROSORES:

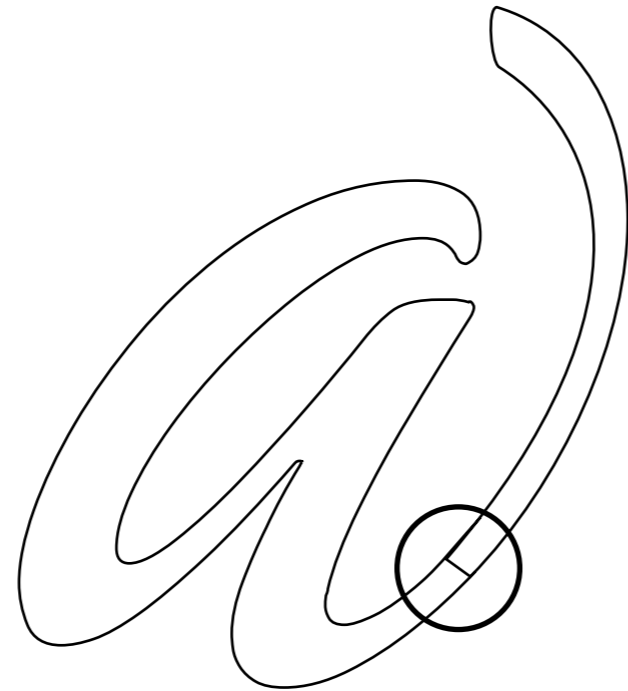
Finalmente se ajustaron los grosores de todos los caracteres, de forma tal que se homogenizaran, anulando así la diferencia de anchos producida por la variación de escala.

Construcciones del logotipo

REDISEÑO DE CARACTERES:

El rediseño de caracteres está construido en el caso de la "i" mayúscula para darle más personalidad y carácter a la composición, además para sobresalir como letra mayúscula y diferenciarse de los demás letras, mientras que en la "r" sucedió por la necesidad de equilibrar los espacios blancos en la composición y diseñar un caracter más coherente con el estilo tipográfico de la fuente *AMORINDA*



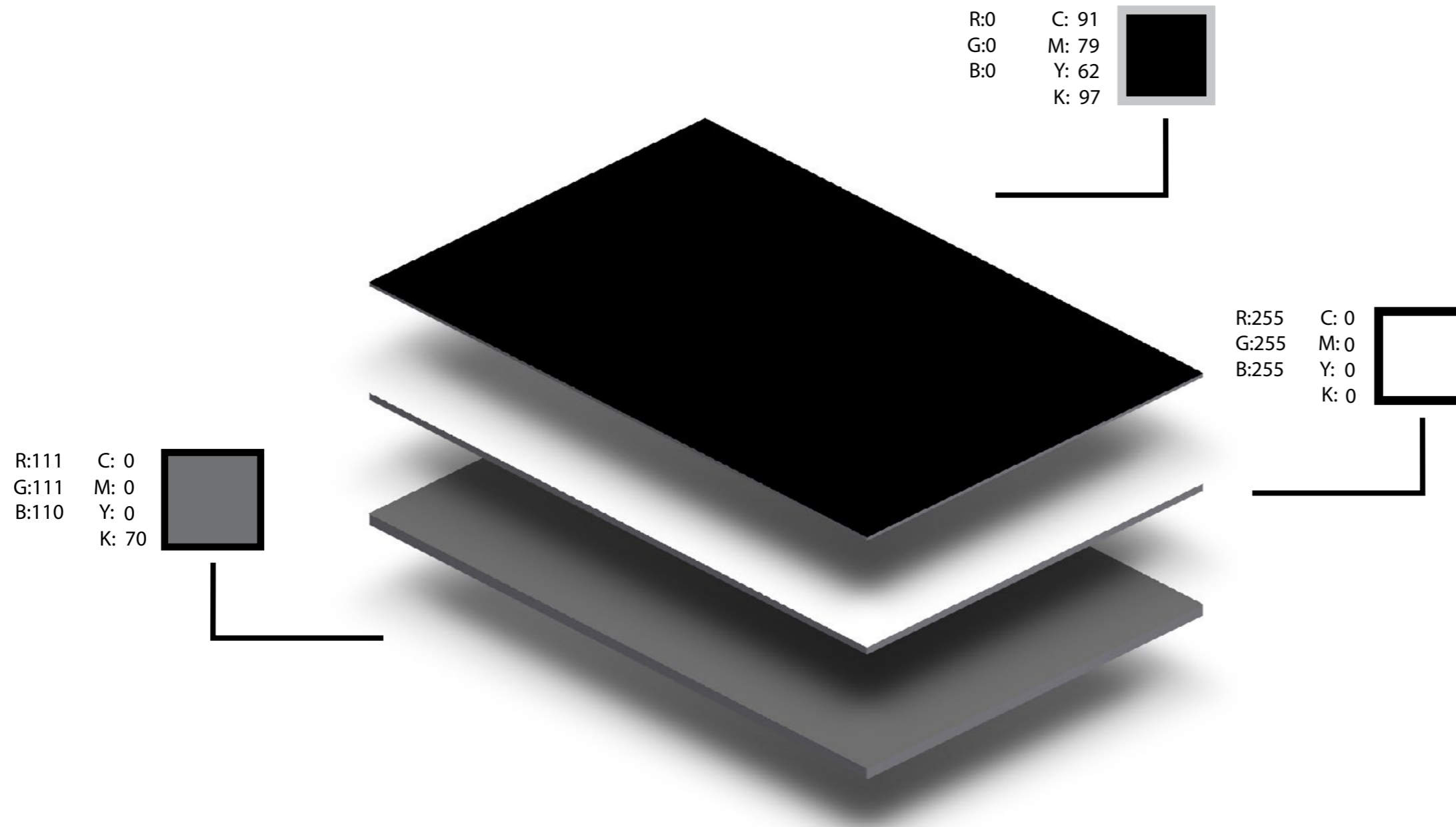


Construcciones del logotipo

AJUSTE DE TERMINAL

Se le añade este terminal al carácter "a" para darle más estilo, ajustarla a la forma que presentan los trazos finales que presentan las diferentes letras de la tipografía y darle un efecto de cierre al identificador.

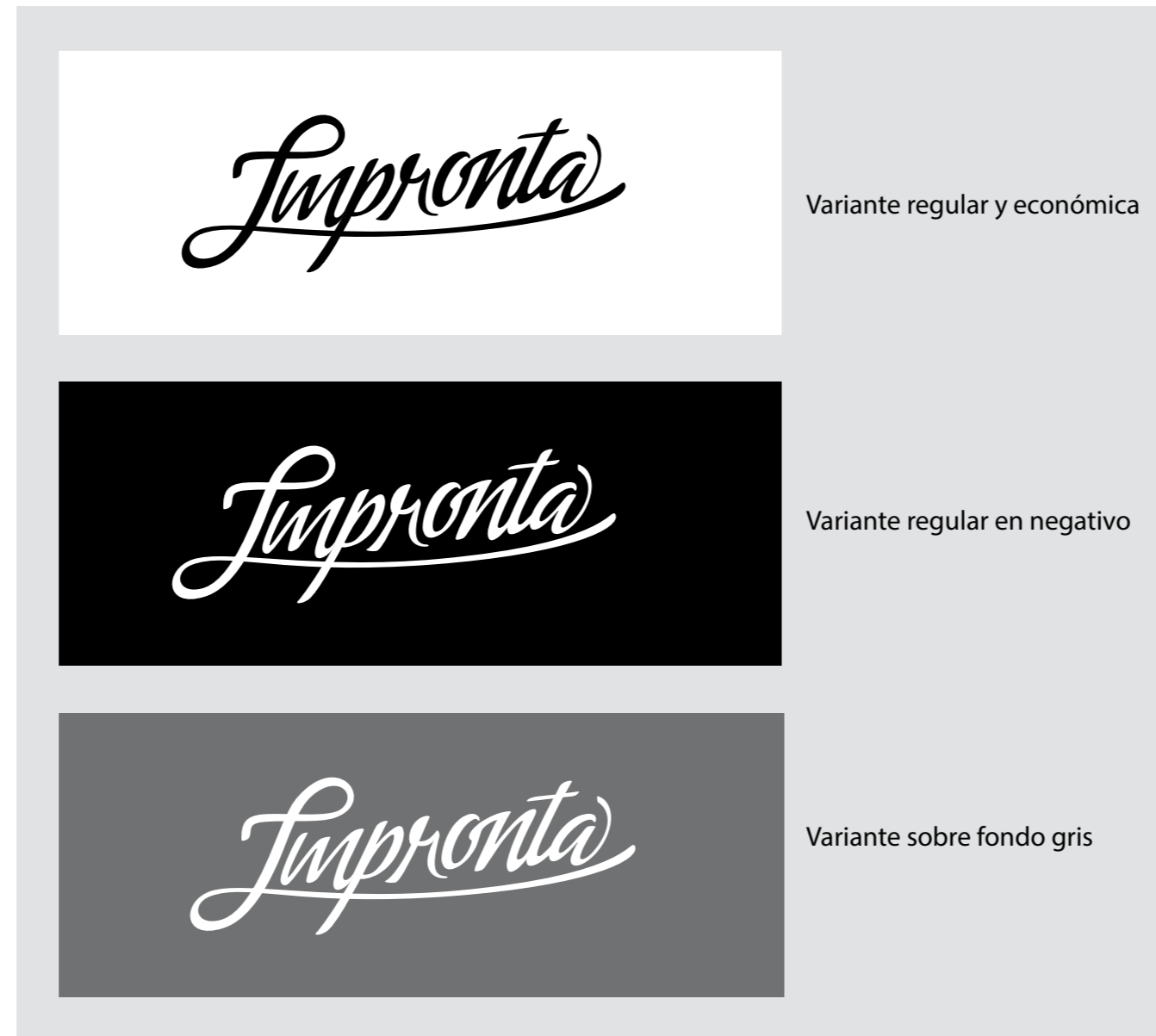
Códigos de colores



Se seleccionó el negro como color principal para el programa "Impronta" ya que este color tributa al prestigio y sobriedad que presenta el espacio, además este croma es el más utilizado por las personas a la hora de escribir, o realizar sus firmas, por lo que atendiendo al concepto en el que se trabajó la identidad, le aporta más connotación al identificador.

Se utiliza la versión blanca para las piezas audiovisuales como la mosca por ser este color uno de los más utilizados en el análisis de homólogos por el buen rendimiento a pequeña escala en pantalla.

La variante gris puede servir para trabajar sobre distintos contextos y aplicaciones la marca.



Variantes de colores

A continuación se describen las combinaciones de color pertinentes para la reproducción de la marca. Estas variantes se tuvieron en cuenta por la versatilidad que pueda ofrecer la marca en diferentes contextos cromáticos, y para que no afecte de ninguna manera el concepto principal del identificador.

Se pautaron tres combinaciones de colores de una misma gama: negros, blancos y grises.

Estas variantes posibilitan la implementación de la identidad en varias aplicaciones con los colores que se pautan en esta página.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890 a ! " . \$ % & / () = ? ;

Myriad Pro Regular

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz 1234567890 a ! " . \$ % & / () = ? ;**

Myriad Pro Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890 a ! " . \$ % & / () = ?
;

Myriad Pro Condensed

Código tipográfico

La tipografía pautada para los cuerpos de texto es la Myriad Pro. Esta tipografía fue diseñada por Robert Slimbach y Carol Twombly junto con Freed Brady, Christopher Syle y Adobe en el año 1992.

Posee una legibilidad y comodidad propia de las tipografías Sans Serif humanistas de los tipos de letra redonda clásicos, pero combinadas con sutiles formas geométricas y un color monótono.

Su ajuste preciso, las formas claras y limpias la convierten en una excelente opción. A finales de los años 90 se amplió la familia creando la Myriad Pro que incorpora un mayor abanico de pesos tipográficos y variantes, incluyendo juegos de caracteres griegos, cirílicos y centroeuropeos, figuras Old Style y varios pesos y anchos que le proporcionan una amplia gama de colores para el diseño más exigente.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890 a ! " . \$ % & / () = ? ;**

Myriad Pro Bold Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890 a ! " . \$ % & / () = ? ;*

Myriad Pro Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890 a ! " . \$ % & / () = ?
;*

Myriad Pro Condensed Italic

Reducciones de marca

Reducción para medios impresos

3cm

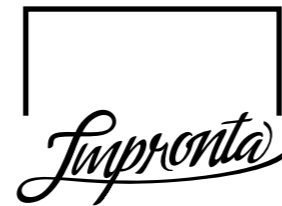


3,05cm



Reducción para medios digitales

100 px



112 px



Estos ejemplos pautan las reducciones máximas que puede admitir el identificador en sus diversas variantes. Esto permitirá una correcta implementación de la marca y garantizará su legibilidad.

Las medidas en esta página están pautadas para que se vea la reducción real en pantalla.



Reducciones de marca

Al determinarse el área total ocupada por el identificador, se le añade un espacio paralelo al mismo definido por un cuadrado creado a partir de la altura de la letra "r" minúscula del logotipo, con lo que se obtiene el espacio vital de cada articulación que deberá ser respetado en la implementación del identificador en cualquier soporte y evitar que dicho espacio sea invadido por otros elementos.

También será de vital aplicación el uso de esta área en los casos que la marca tenga que convivir con otras identidades. El cumplimiento de este parámetro garantizará el correcto reconocimiento de la marca.



Prohibiciones

Bajo ninguna circunstancia se pueden interpretar los signos de identidad de otra manera que no sean las pautadas en este Manual.

NO CAMBIAR NINGUNO DE LOS COLORES PAUTADOS PARA EL IDENTIFICADOR.

NO INTERCAMBIAR LAS COMBINACIONES DE COLORES PAUTADAS.

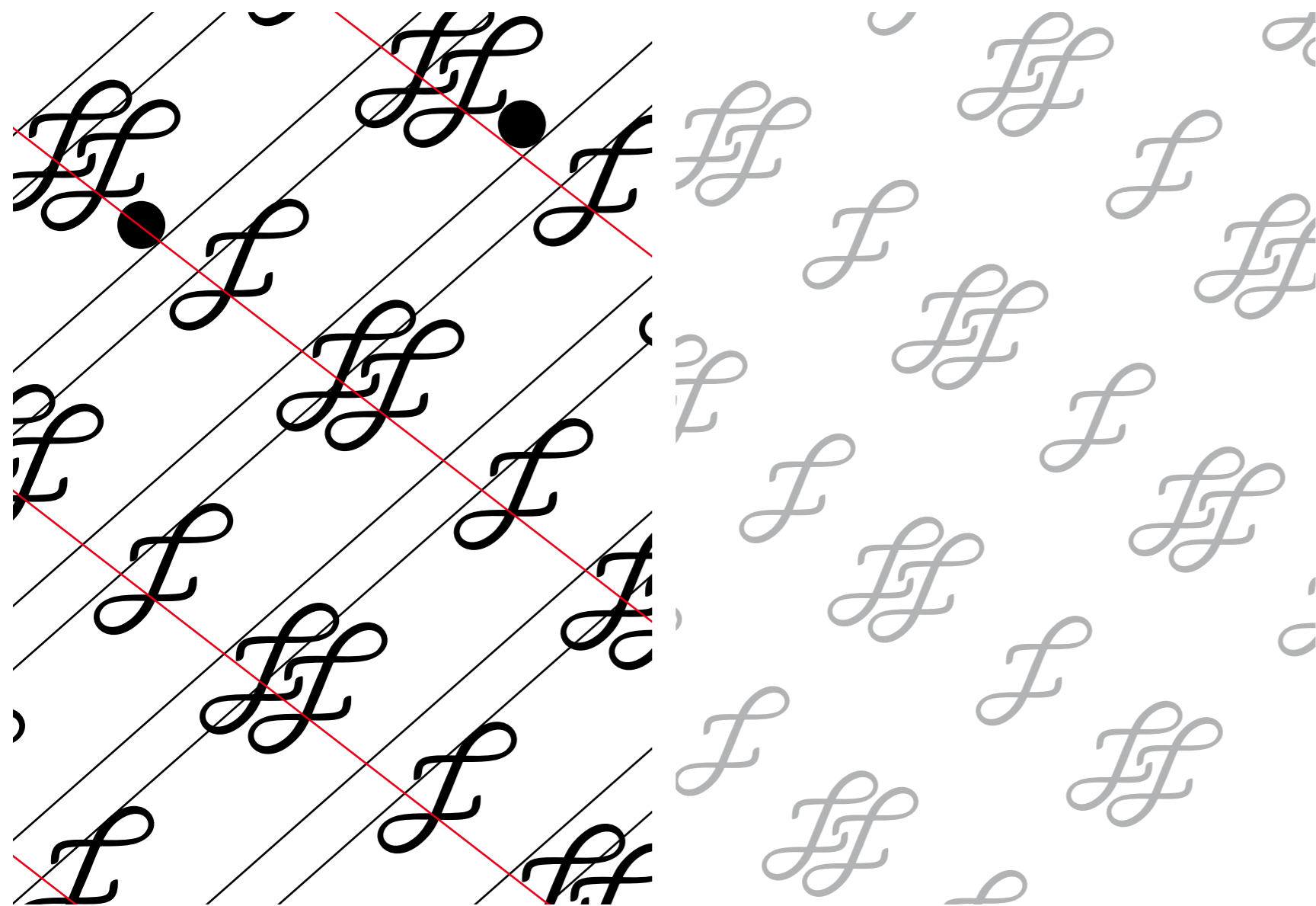
NO DEFORMAR EL IDENTIFICADOR CAMBIANDO SUS PROPORCIONES.

NO ROTAR, INCLINAR, O AÑADIR PERSPECTIVA AL IDENTIFICADOR.

NO APLICAR SOMBRE PARARELA AL IDENTIFICADOR.

NO APLICAR DEGRADADO EN LA COMPOSICIÓN

CONSTRUCCIÓN DE LA TRAMA



Gráfica de apoyo

La gráfica corresponde directamente al identificador, se parte de la primera letra del mismo y reproducirlo varias veces en un mismo formato en secuencia 2- 1, es decir, dos letas "i" y una sola. En esta gráfica se representa la variedad de personalidades que son entrevistados en el programa, la cantidad de firmas de los mismas, así como la versatilidad de pensamientos y conductas entre ellos.

Se resalta además el dinamismo de los protagonistas del programa, así como su elegancia y prestigio haciendo alusión al famoso Art and Craft de William Morris y sus tapices.

Esta gráfica puede funcionar tanto para artículos promocionales como institucionales.



Gráfica de apoyo

En caso de que se desee implementar la marca sobre la gráfica de apoyo se debe introducir un campo circular entre ambas, con el fin de evitar el abigarramiento en la composición y permanezca la estética y elegancia del programa.

El diámetro del círculo debe ser la suma por dos del ancho del identificador.

Ejemplo: Si el logotipo mide 3cm de ancho el diámetro del círculo debe ser 5cm.

Manual de aplicaciones

Este manual servirá de guía para la diferentes pautas de cómo se verá la identidad visual aplicada a los diferentes soportes que necesita el programa "Impronta".

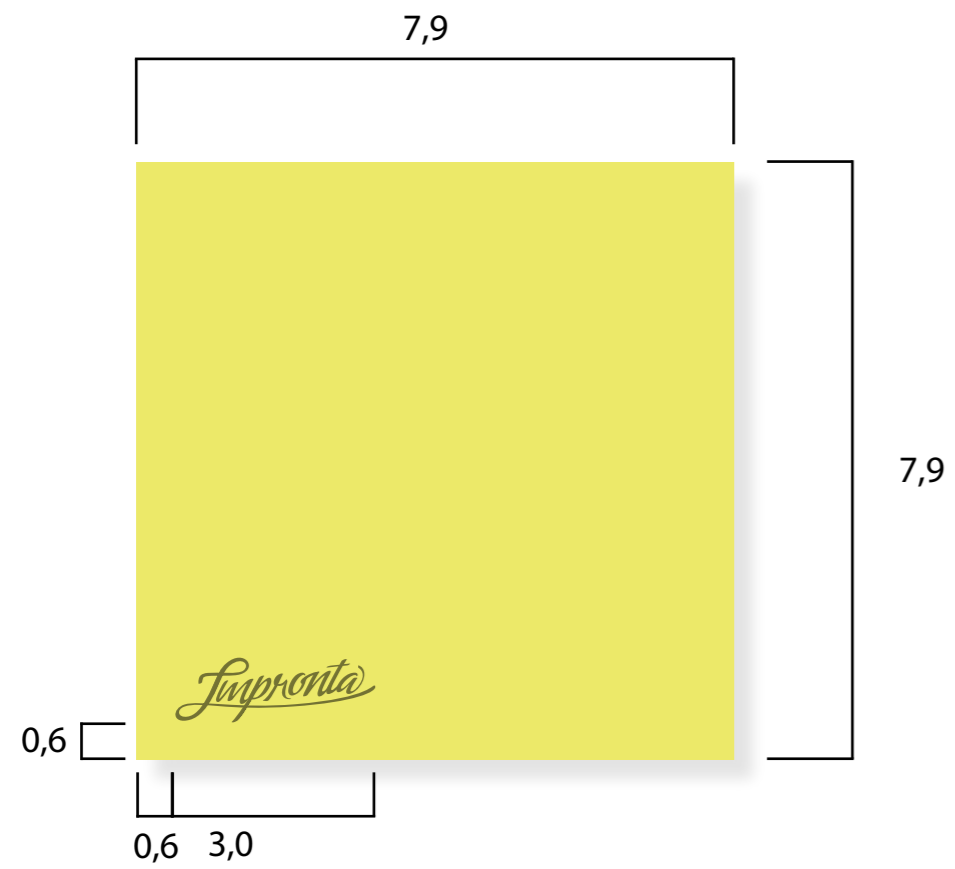
Este manual está dividido en tres partes. La primera comprende las aplicaciones institucionales, que son todas aquellas de carácter funcional y necesario para el programa en los diferentes momentos de actuación, estas presentan la prioridad por encima de las otras y son las que no estarán sujetas a cambios en el transcurso del tiempo. Le siguen las aplicaciones promocionales que presentan un carácter más efímero y de uso irregular y concluyen la última parte las aplicaciones audiovisuales que son las de más importancia para este programa debido a la ruptura que hace con las aplicaciones que presentaban anteriormente al espacio.

*Aplicaciones
institucionales*

Memorándum

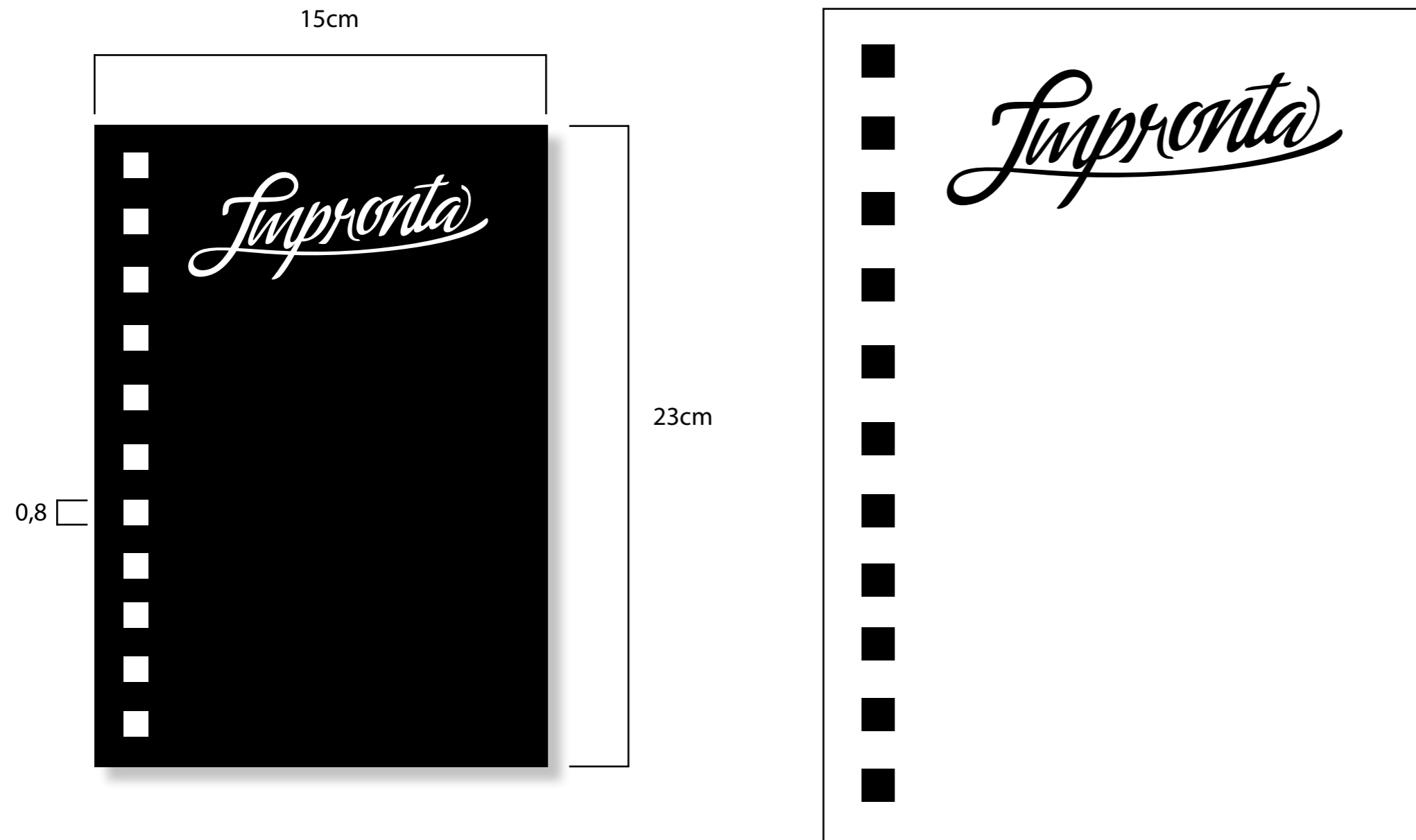
FORMATO: 7,9 x 7,9

TIPO DE PAPEL: Bond de 75 gramos

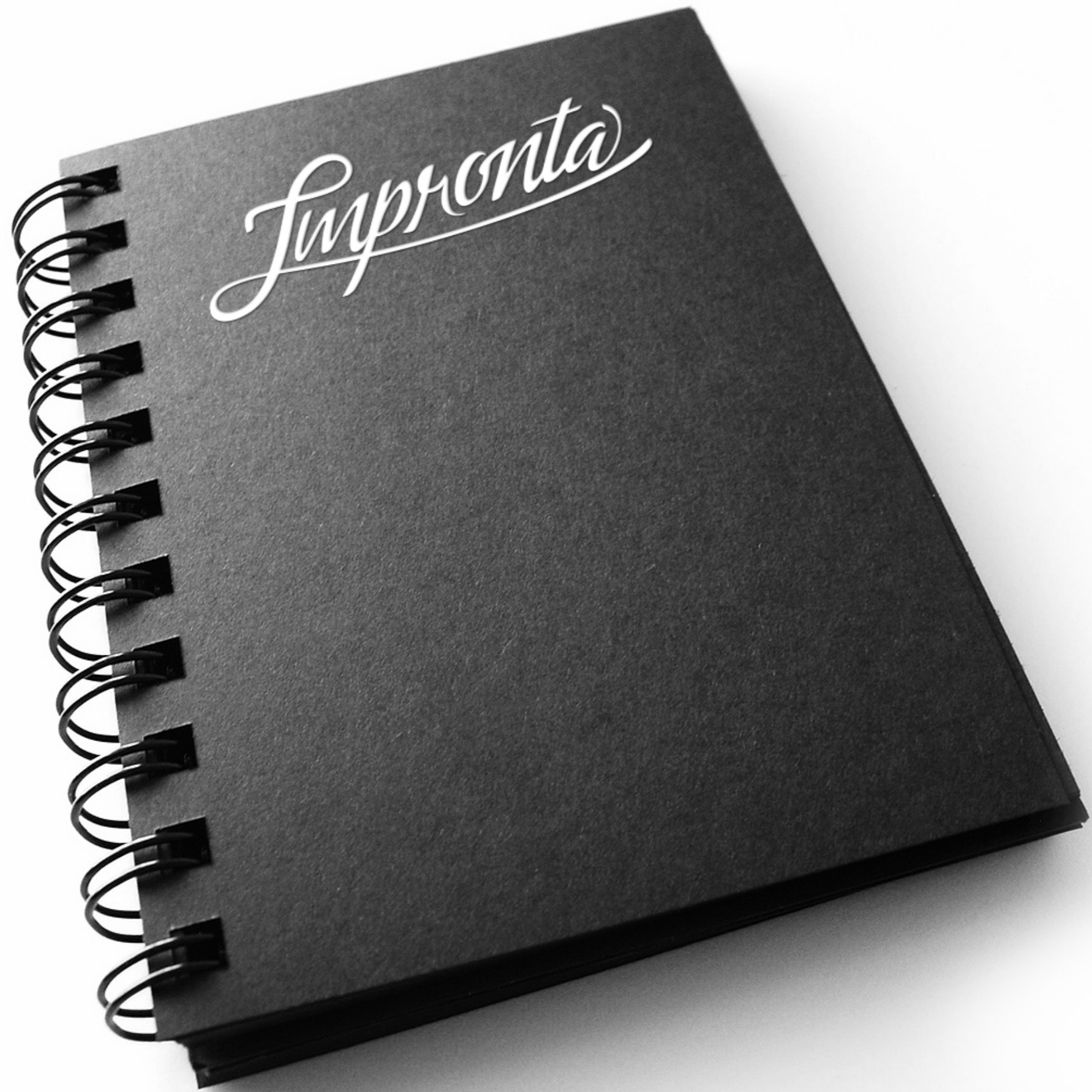




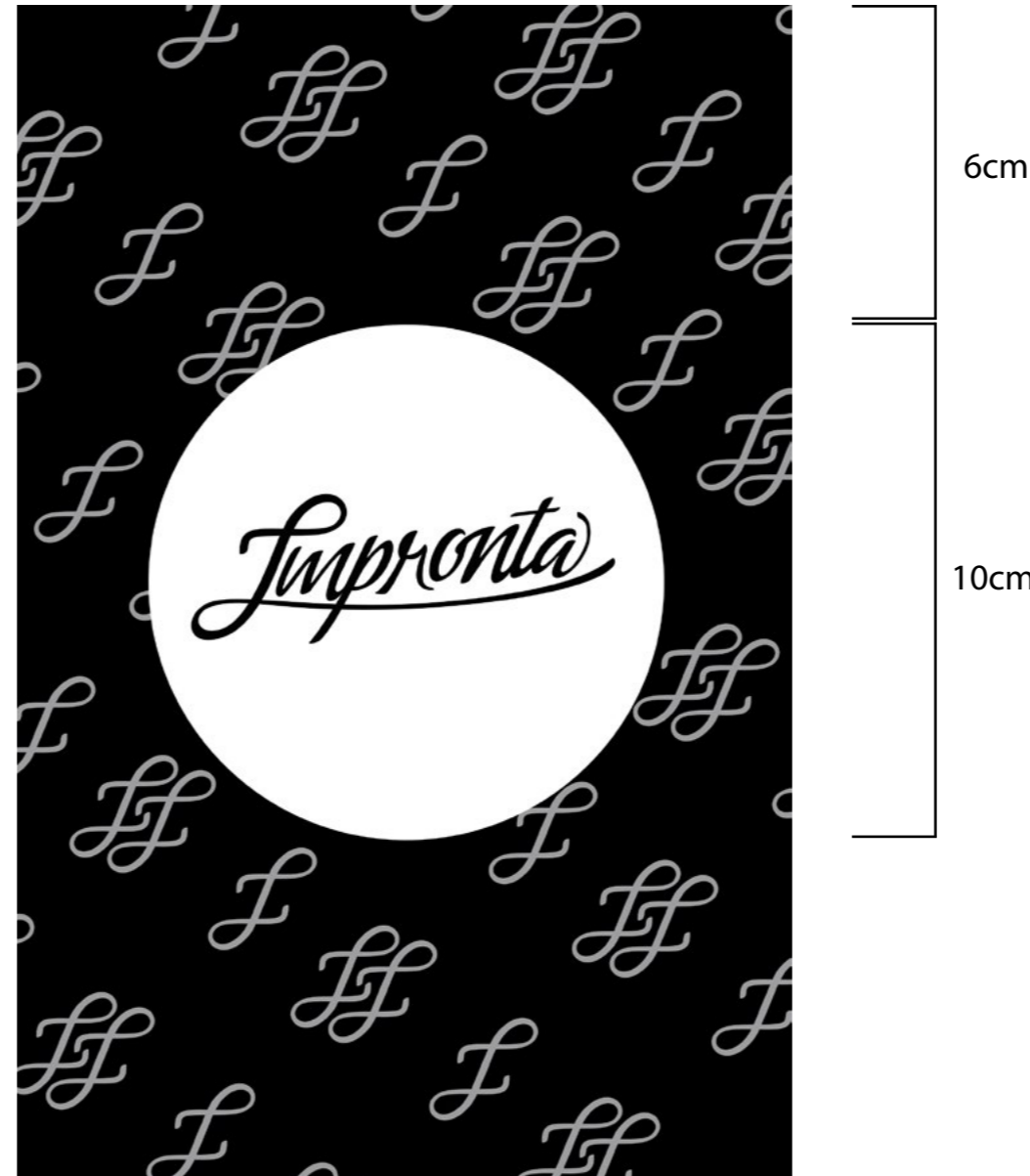
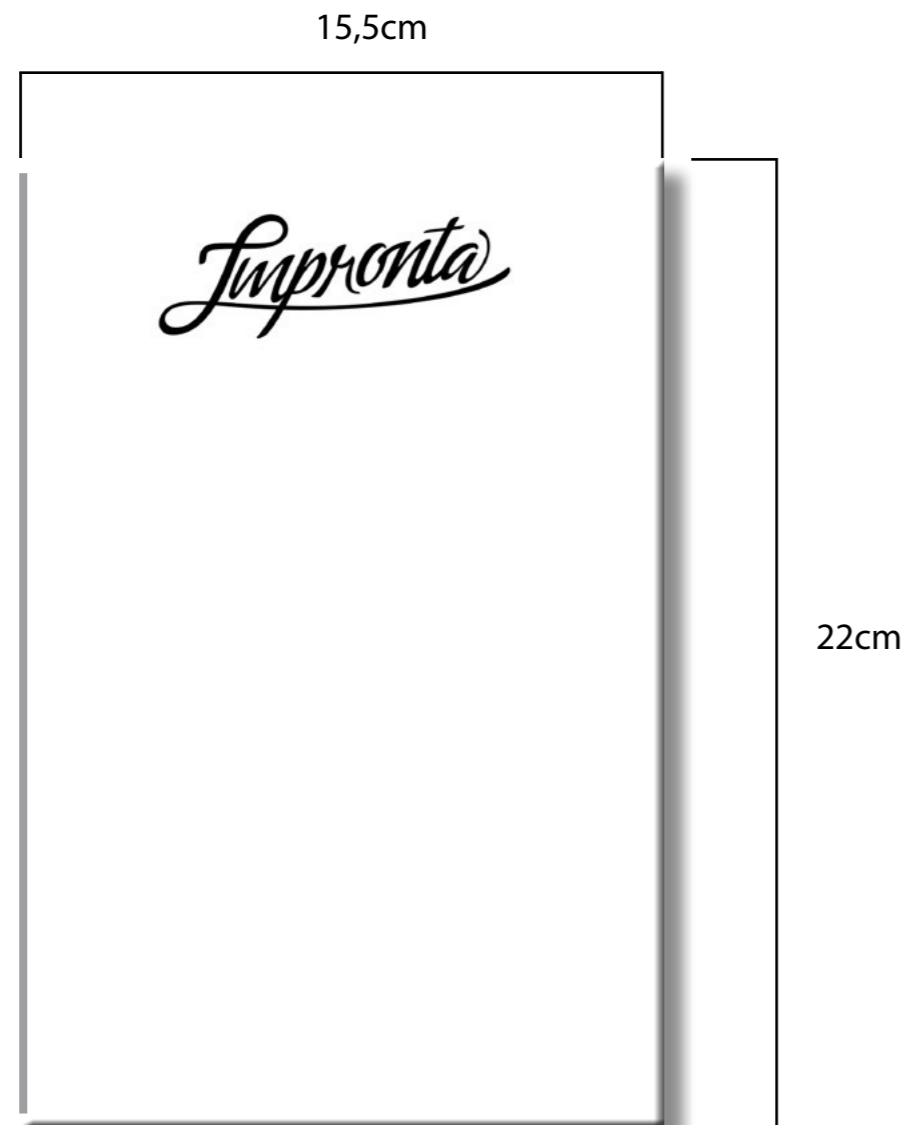
Libreta de notas



FORMATO: 15x23 cm
TIPO DE PAPEL: Para la tripa Bond de 75 gramos,
para la cubierta cartulina de 200 gramos.



Impronta



Agenda de notas

FORMATO: 15x22cm

PAPEL: Bond 95 gramos

Encuadernada en cartón con recubrimiento de piel en la cubierta y tipografía a relieve por golpe en seco



Etiquetas

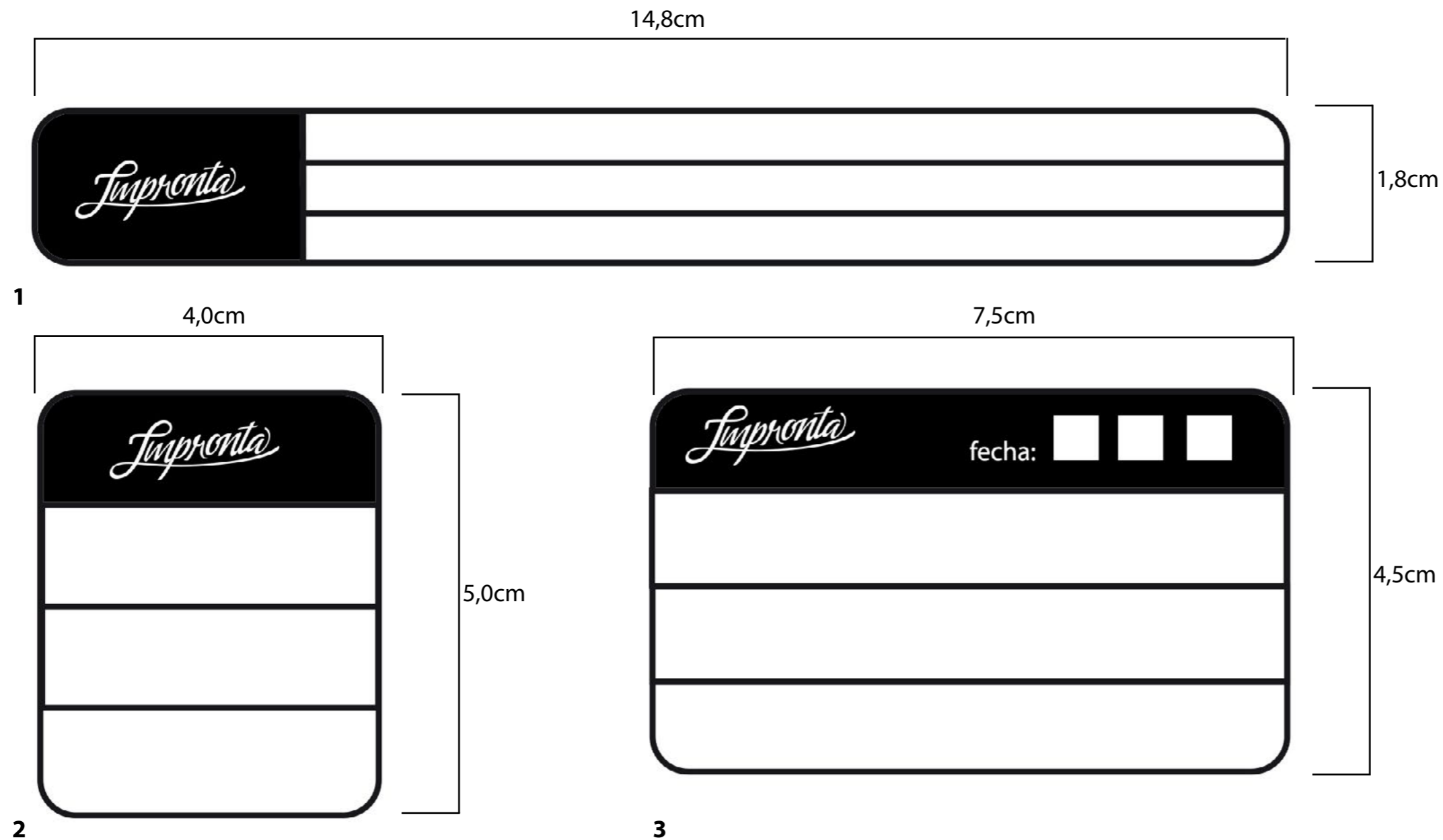
FORMATO 1: 14,8 x 1,8cm

FORMATO 2: 4,0 x 5,0cm

FORMATO 3: 7,5 x 4,5cm

MATERIAL: Vinilo impreso

FECHA: Myriad Pro Regular 14pts







Supronta

fecha

Supronta



Bandera

30cm

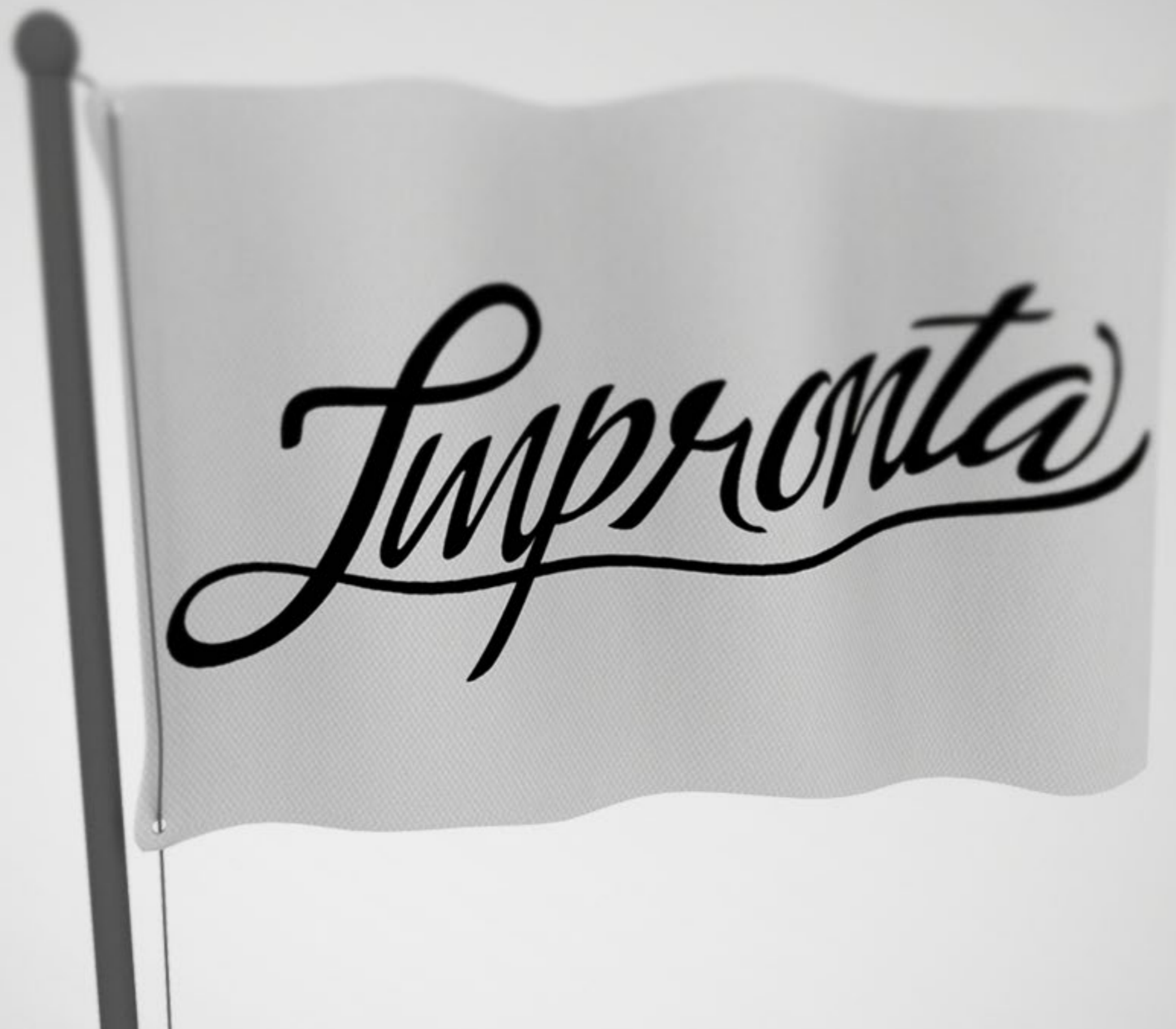


20cm

Esta aplicación permite al programa identificarse en eventos de importancia como conferencias, debates, seminarios etc..

FORMATO: 30x20cm

MATERIAL: Tela



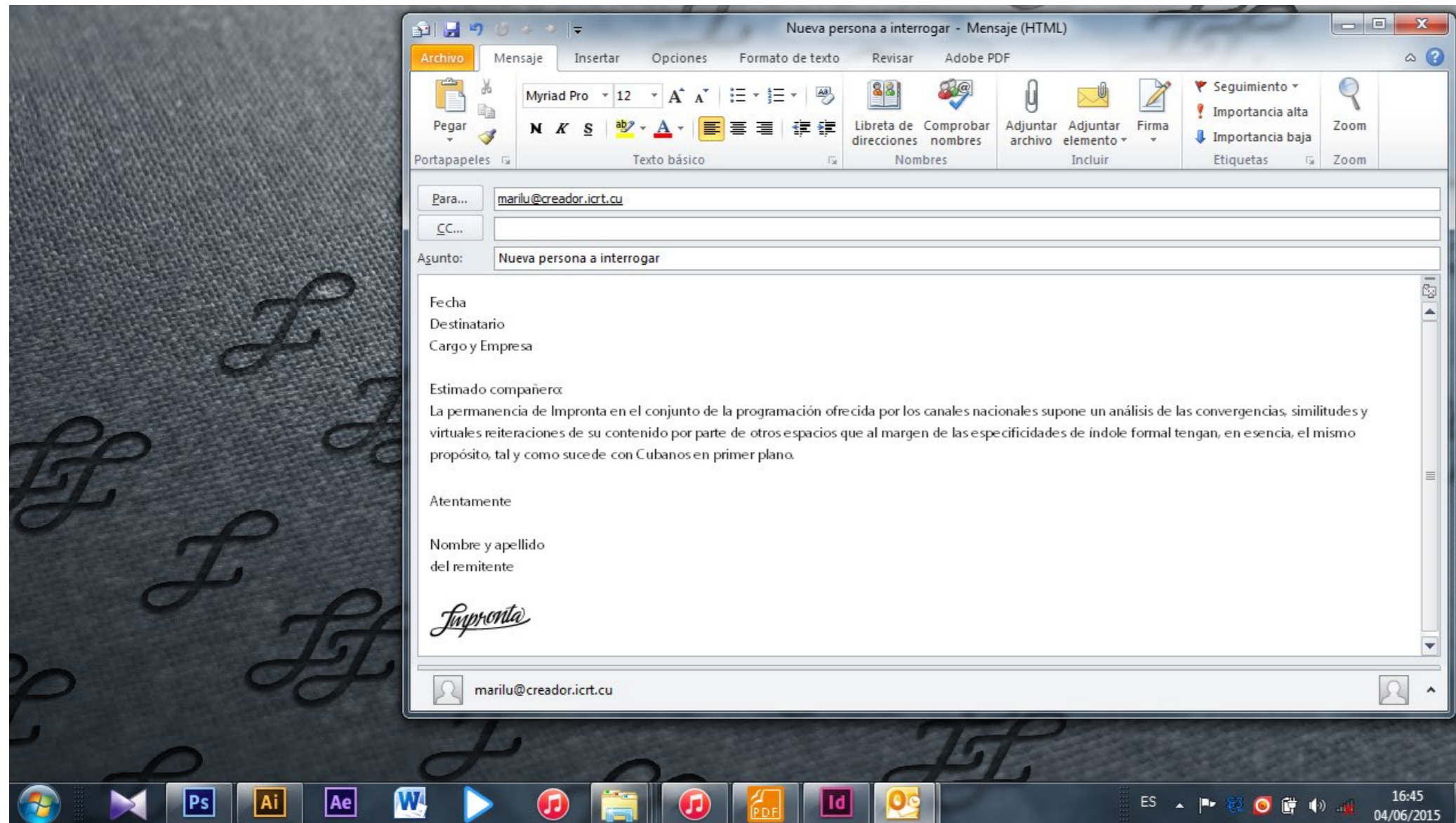
Supremata

Plantilla para correo electrónico

La identidad se ubicará en la plantilla de correo en el extremo inferior izquierdo y a su derecha los datos institucionales.

Texto: Myriad Pro Regular 12 pts y 14 pts de interlineado.

Tamaño de la identidad: 120 px

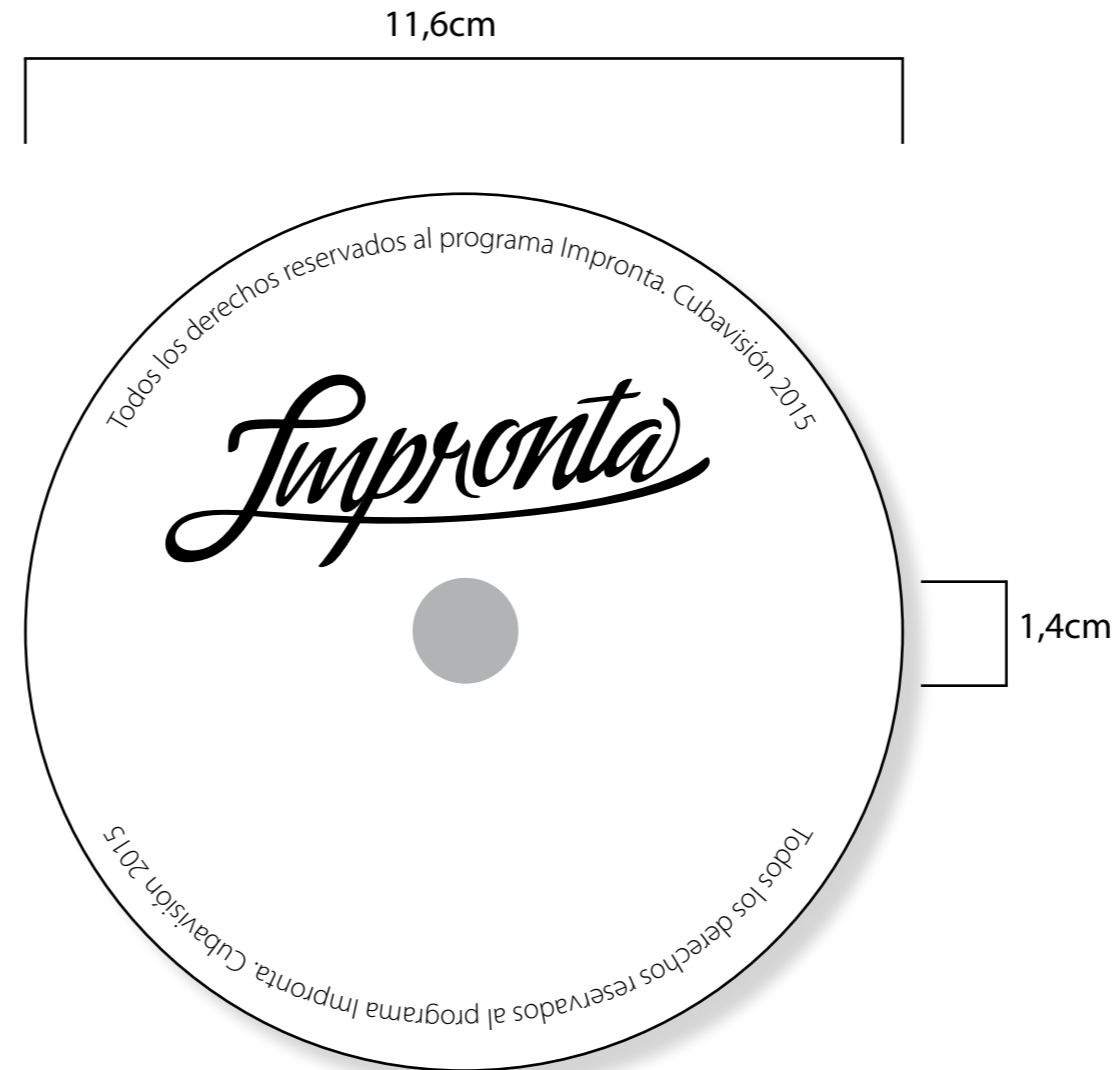
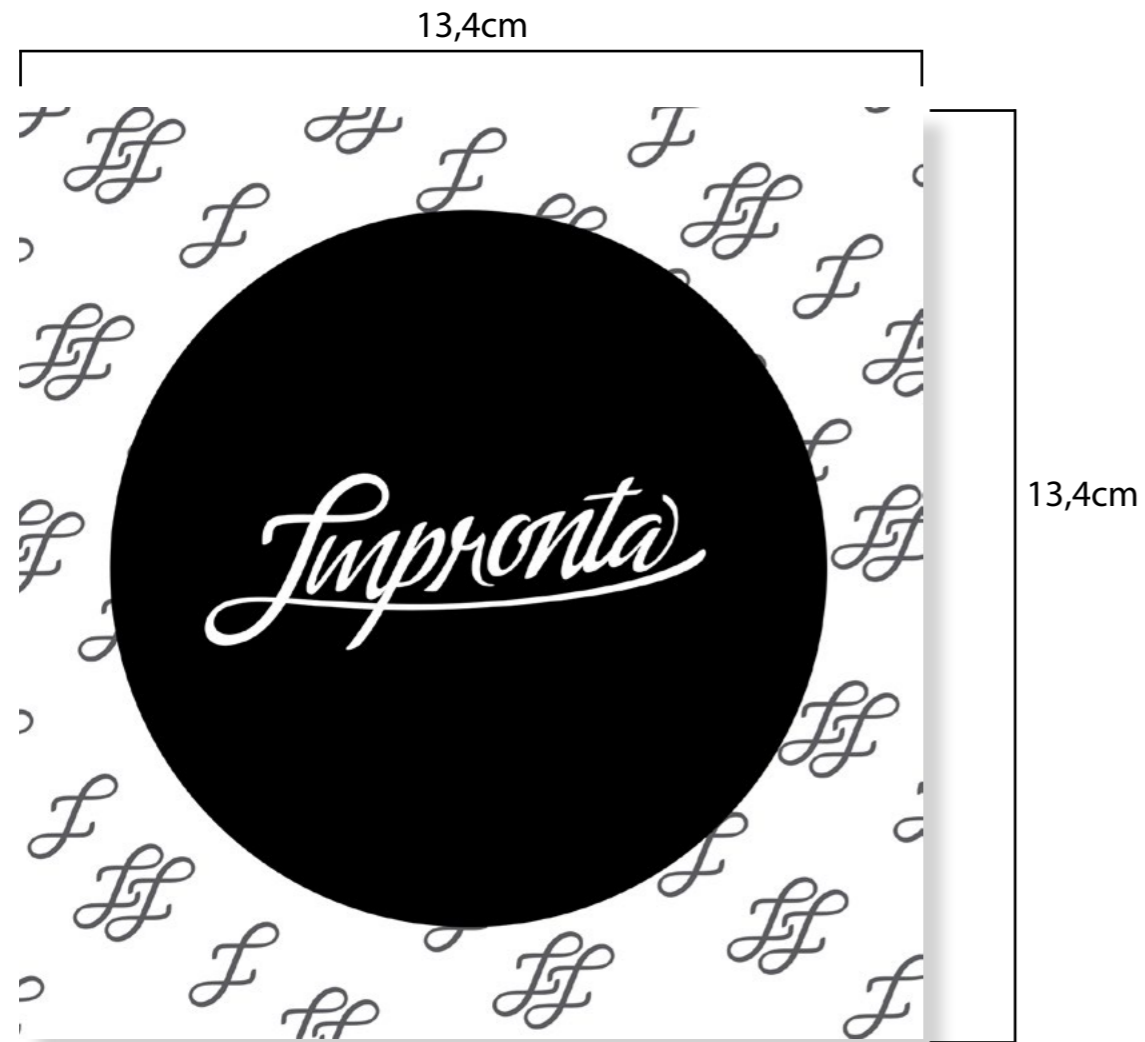


*Aplicaciones
promocionales*

Capítulo 04 Proyecto /

“No es la marca la encargada de transmitir un posicionamiento estratégico de una organización, es el posicionamiento (que se comunica al público por diversos medios) el que termina por llenar de contenidos y significados a la marca”

Norberto Chaves / Raúl Bellucía



Portada y label cd- dvd

En el caso de la portada el identificador estará en el centro del formato sobre un círculo negro con el fin de darle especial connotación a la marca y pueda convivir con la gráfica de apoyo .

En el caso del CD el identificador se encontrará en la parte superior media del disco, con justificación centrada.



Todos los derechos reservados al programa Impronta. Cubavisión 2015

Impronta

Todos los derechos reservados al programa Impronta. Cubavisión 2015

Impronta



Impronta

programa Impronta. Cubavisión 2015

Impronta

Todos los derechos reservados al pro...

Pullover, Camisa y Gorra

Los pulóveres, gorras y camisas funcionarán como soportes para promocionar la marca, podrán ser empleados por el personal de trabajo como elemento visual unificador dentro del espacio.

Este tipo de aplicaciones promocionales posibilita mostrar la presencia del programa en el trabajo exterior durante las salidas en búsqueda de imágenes y archivos, y a la hora de trasladarse al lugar donde será entrevistada la personalidad.

Los artículos promocionales pueden ser de color negro, blanco o gris.

La marca estará ubicada en el extremo superior izquierdo en el caso de los pulóveres, mientras que en las gorras se encontrará centrada.



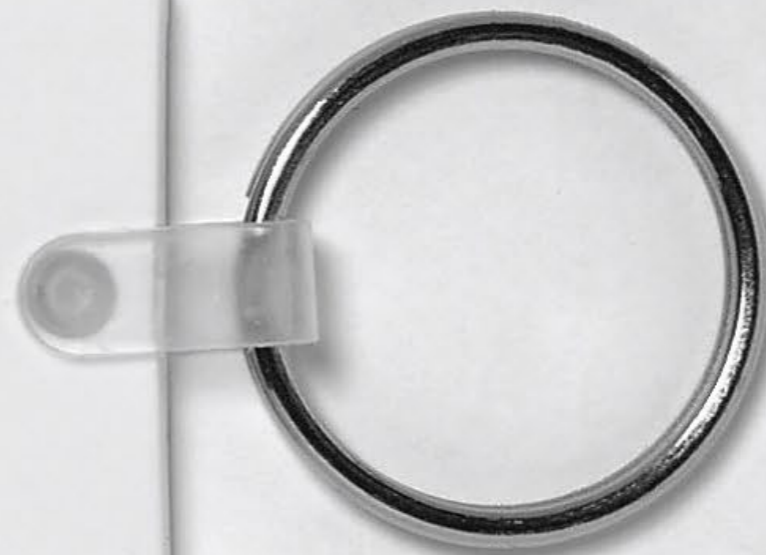


Imprenta





Impronta







Almanaque



FORMATO: 27,7 x 12,9cm
TIPO DE PAPEL: Cartulina 200 gramos
MES: Myriad Pro Bold 20pts
FECHA: Myriad Pro Regular 12pts y 11 de interlineado

Carteles



FORMATO A3: 29,7 x 42,0cm



Impronta

*Aplicaciones
audiovisuales*

Formato audiovisual



FORMATO 1: 1920x1080 **FORMATO 2:** 720x486

En el diseño de las aplicaciones audiovisuales se respetaron los márgenes de seguridad para colocar los textos y las gráficas.

Se diseñaron las aplicaciones audiovisuales como la presentación del programa y presentación de secciones en formato 720 x 486 px posibilitando ajustarse a 1920 x 1080px.

Los originales de las aplicaciones audiovisuales se encontrarán en una carpeta guardados en formato After Effects CS4 y otra en secuencia de imágenes .TAG listas para ser implementadas por los técnicos de postproducción.

Estrategia audiovisual

Se creó una estrategia visual coherente basada en un sistema de aplicaciones que responden al discurso de identidad planteado en la Etapa Conceptualización.

Para la realización de las aplicaciones audiovisuales se tuvieron en cuenta los siguientes rasgos:

COLOR:

Se ajustaron tanto la exposición como el contraste de las imágenes para darle una coherencia a las tomas a lo largo de la presentación, este resultado sobrio dota de un impacto visual a las imágenes acorde con las tendencias actuales, en los bordes se les aplicó a las secuencias una tonalidad oscura con un toque de difuminado con el objetivo de centrar la atención del espectador.

TIPOGRAFÍA:

Para los créditos de presentación, y de cierre se utiliza la Myriad Pro Regular para nombrar el cargo de las personas involucradas con el programa.

Se utiliza la Amorinda Regular para resaltar el nombre del entrevistado en el tyser así como en los créditos de presentación y de cierre.

Se trabaja con distintas familias tipográficas para evidenciar la diferencia de información y se utiliza siempre el color blanco debido a la buena legibilidad que brinda a la tipografía en pequeño puntaje.

IMÁGENES Y RECURSOS GRÁFICOS:

Las imágenes tomadas para las aplicaciones audiovisuales fueron diseñadas con el objetivo de que funcionen como un sistema. En todo momento se evidencia la actividad que realizan las personas con el fin de lograr un objetivo. Se utilizaron tomas de primer plano y planos detalles con el objetivo de mostrar los rostros de estas personas y enfocar más al televidente en el quehacer de los individuos y lograr además la sustentabilidad en el tiempo.

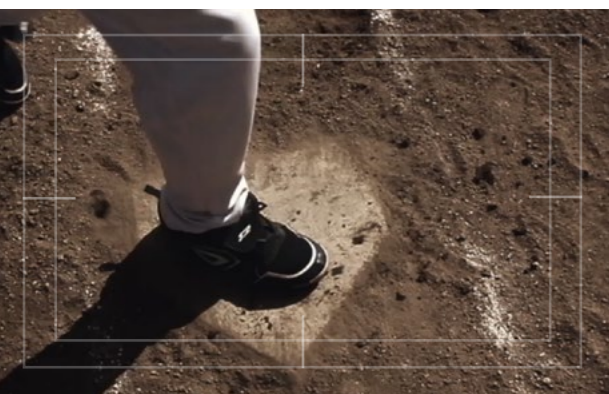
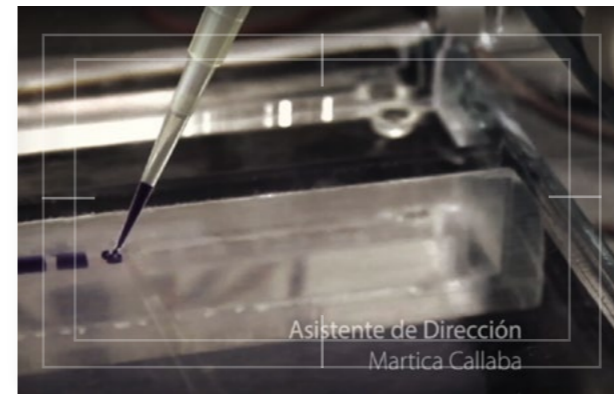
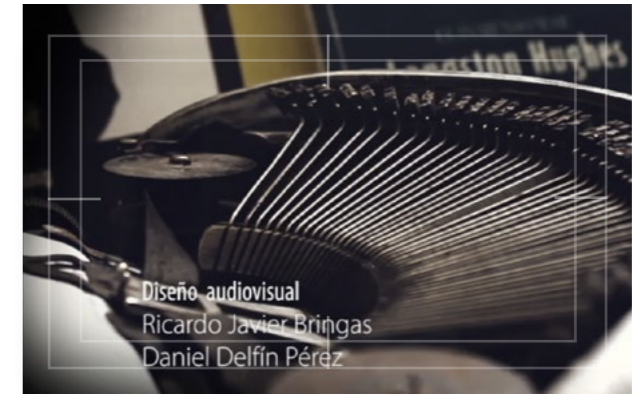
Presentación del programa

La realización se basó en el concepto que encierra la palabra impronta en el programa (huella en el tiempo), se decidió trabajar sobre las distintas tareas que desempeñan las personalidades objetivas del espacio con distintas imágenes, desde la preparación de las actividades hasta el resultado del trabajo. Se utilizan además para reforzar esta analogía con la palabra distintas huellas que dejan estas personas en el fin de sus metas, como la huella en home del pelotero, los frascos y la jeringuilla y las palabras escritas sobre una hoja de la escritora.

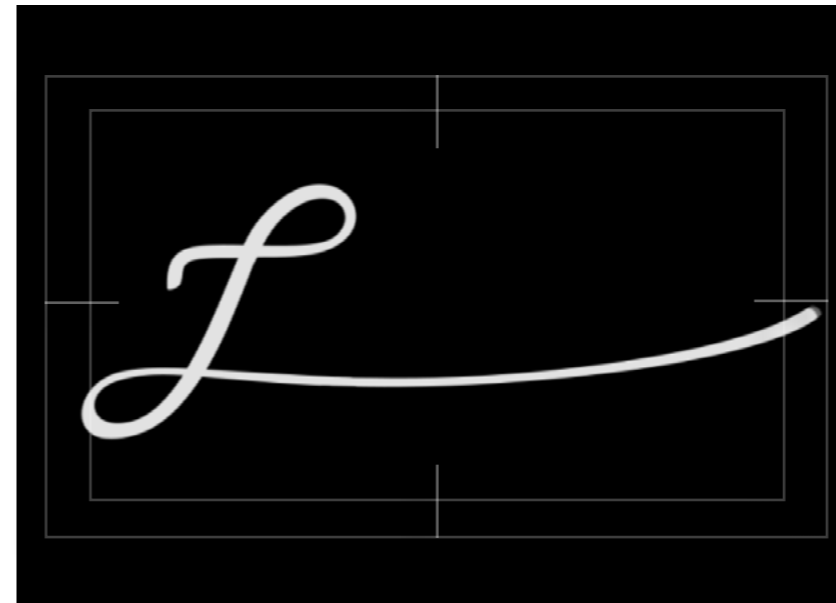
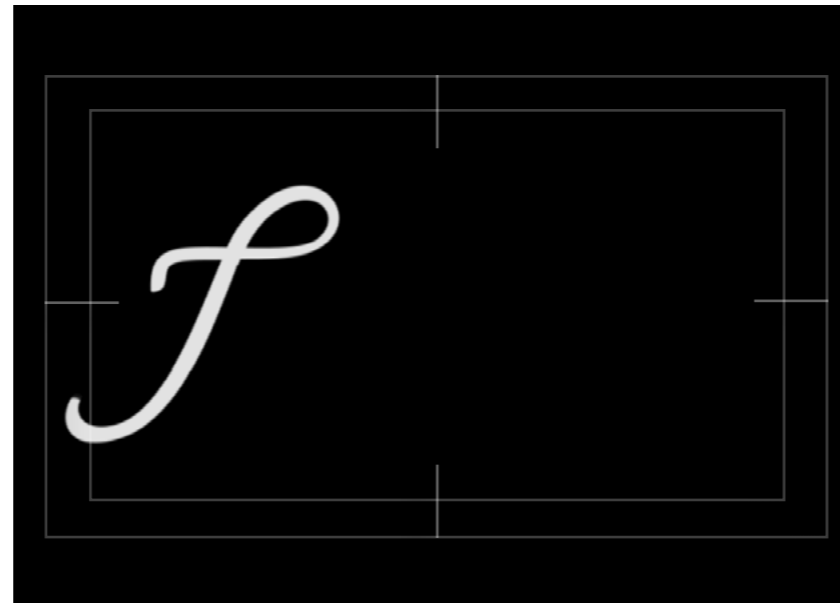
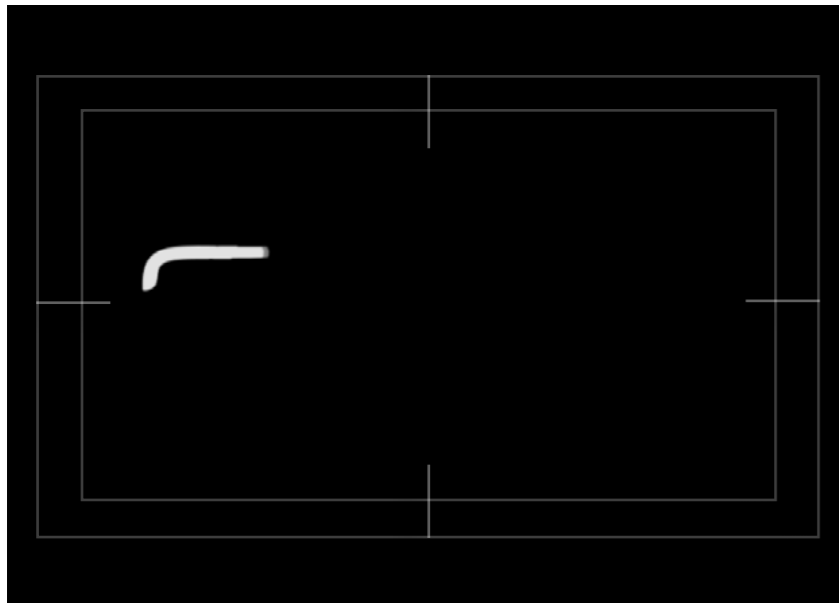
Se manejaron elementos y ambientes que fueran altamente pregnantes para el espectador, como son el caso de instrumentos de laboratorios, máquina de escribir, un bateador, etc. con el propósito de aumentar el interés visual y la comprensión de lo que se está viendo por parte del público.

DURACIÓN: 00:00:32

Presentación del programa



Cortinillas



El medio audiovisual requiere de una serie de aplicaciones funcionales para lograr transiciones armónicas entre los contenidos que se exponen, aumentando el ritmo visual y dinamismo del programa. Las cortinillas logran capturar nuevamente la atención del espectador y son momentos excelentes en el programa para remarcar la identidad portadora de la esencia del noticiero.

Este elemento se utilizará solamente para separar las secciones de entrevistas y de voz en off con secuencia de imágenes.

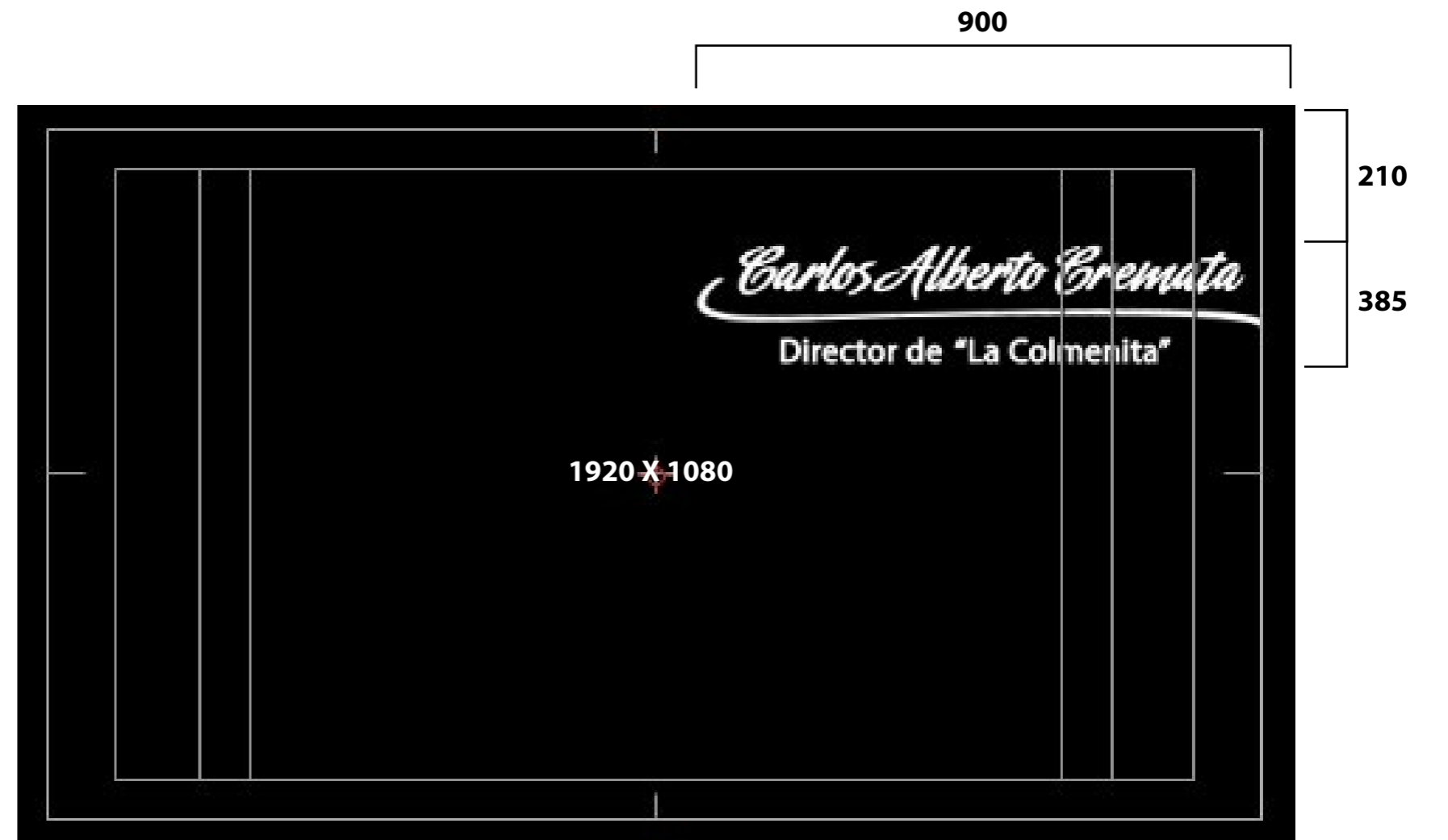
Cortinillas



El medio audiovisual requiere de una serie de aplicaciones funcionales para lograr transiciones armónicas entre los contenidos que se exponen, aumentando el ritmo visual y dinamismo del programa. Las cortinillas logran capturar nuevamente la atención del espectador y son momentos excelentes en el programa para remarcar la identidad portadora de la esencia del noticiero.

Este elemento se utilizará solamente para separar las secciones de entrevistas y de voz en off con secuencia de imágenes.

Generador de caracteres



Todas las medidas en las imágenes se encuentran en píxeles.

Generador de caracteres



Todo programa donde se entrevistan personas debe indicar el nombre del entrevistado y su ocupación. La solución a este problema la ofrece el generador de caracteres, que a pesar de su carácter funcional comparte forma, color y concepto con todo el sistema de aplicaciones.

Se decidió trabajar esta aplicación en base al concepto óptimo por lo que tanto la composición como la animación pretenden aludir a una firma.

TIPOGRAFÍA:

Amorinda Regular 36px
(nombre y apellidos)

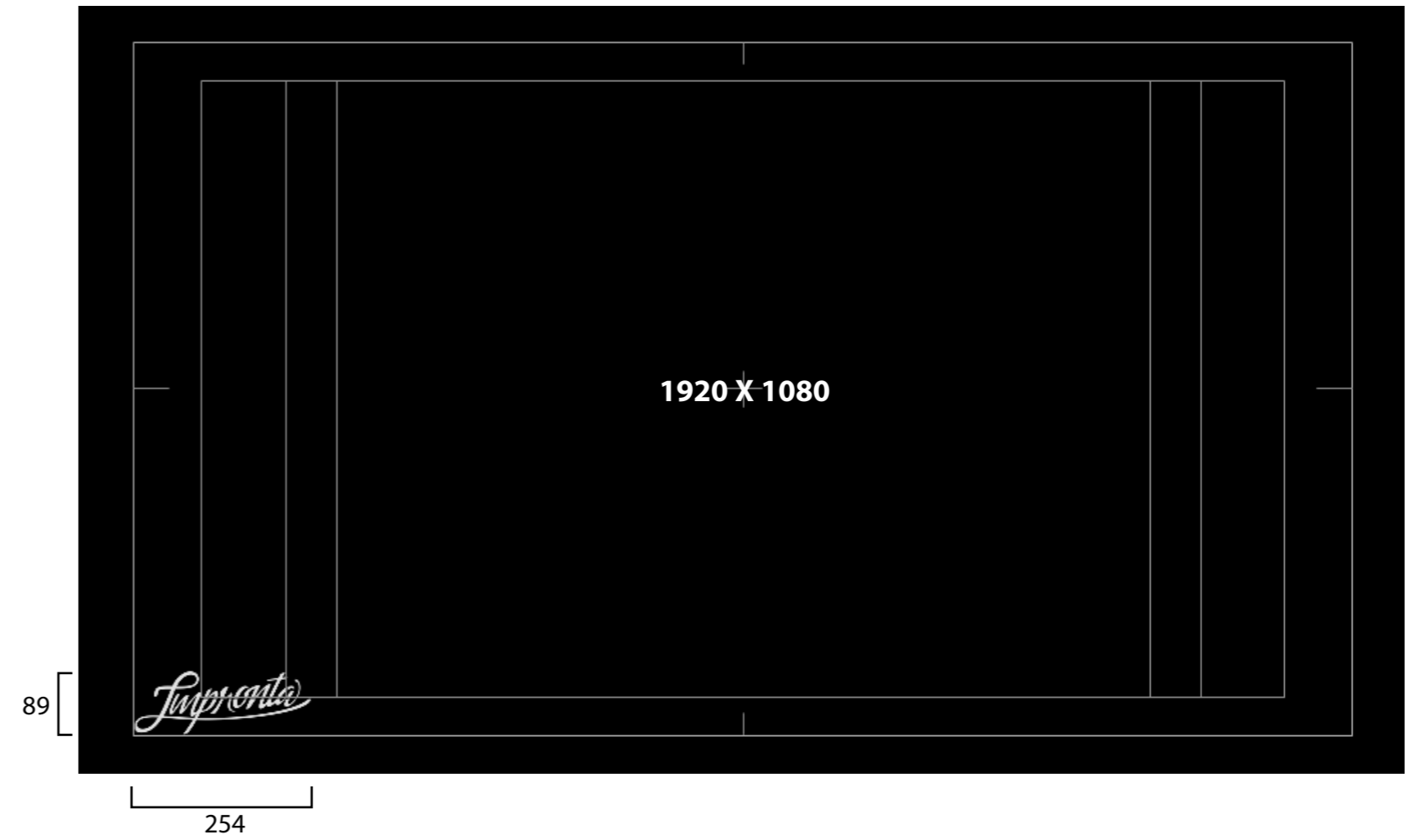
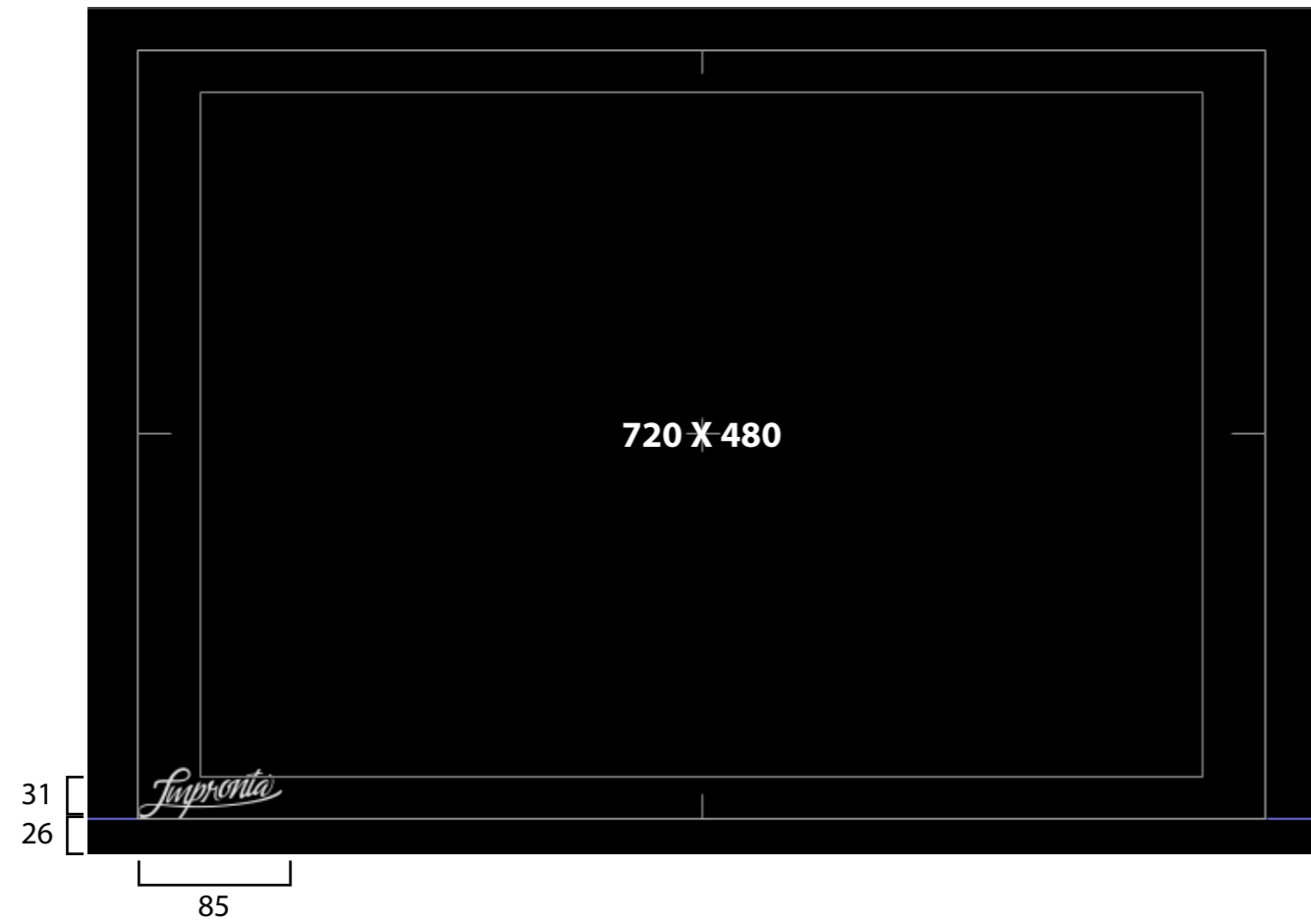
COLOR: BLANCO

Myriad Pro Regular 18px justificado al medio
(cargo o profesión)

COLOR: BLANCO

DURACIÓN: 00:00:06

Mosca



Todas las medidas en las imágenes se encuentran en píxeles.

Mosca

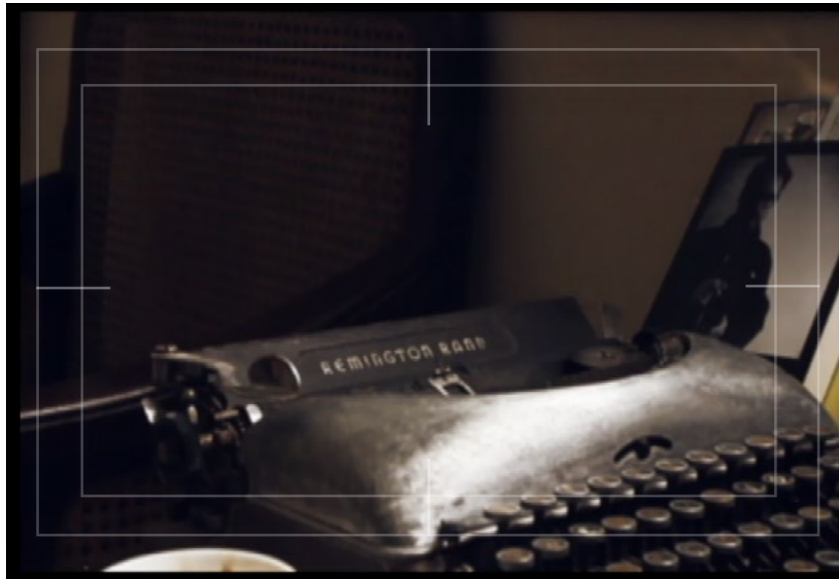


Se denomina mosca a la identificación gráfica de un canal o programa de pequeñas dimensiones que se sitúa en un ángulo de la pantalla y se mantiene de forma continua durante toda la transmisión.

La marca funciona como mosca en el extremo inferior izquierdo y está presente en todo momento salvo en el momento que comienza la animación de la cortinilla.

Esta se produce mediante la animación de marca.

Créditos de cierre



En los créditos se mostrará todo el personal o equipo de profesionales que colaboran con la producción del programa.

La animación de fondo surge de algunas tomas que se tomaron como parte de la presentación y otras que enseñan otras maneras de ver las actividades que realizan las personalidades, estas imágenes fueron extendidas en el tiempo y enriquecidas con más elementos.

Los créditos cierran con la animación de la marca en su modo negativo luego de que una de las personas de la historia que transcurre en el video de fondo llega dejar su impronta.



Banda sonora



AUDIOVISUAL:

Debido a la escasez de conocimiento del tema musical del programa por parte del público se decide cambiar el audio. Se mantiene una música instrumental pero esta vez se aboga más por un ritmo pregnante, que transmita cubanía y una variedad de ritmos y fusiones instrumentales con el fin de dar emoción y dinamismo al espacio. Es creada por el Grupo de Experimentación Sonora del ICAIC y presenta todos los atributos para responder de una manera más eficiente a las tendencias actuales y la nueva imagen del programa "Impronta".

PRESENTACIÓN Y CRÉDITOS DE CIERRE:

Para cada uno de estos casos se extraen partes del tema principal y se modifica de manera tal que se ajuste al tiempo estipulado. Esto se hace con el objetivo de mantener la sistematicidad en las aplicaciones como partes de un sistema de comunicación. En estos casos donde el audio forma parte intrínseca de la identidad del programa, siendo un fuerte elemento de identificación con sus usuarios, se hace necesario respetar y mantener el sistema como se pauta en este manual.

PRESENTACIÓN: 00:00:32

CREDITOS: 00:00:30

“Podrá suceder que volváis a vuestra tesis incluso decenas de años más tarde. Pues habrá sido como vuestro primer amor y os resultará difícil olvidarla.”

Umberto Eco

Conclusiones

El Diagnóstico realizado permitió detectar los elementos necesarios que constituyeron punto de partida para las soluciones posteriores; de tal forma que fue posible no sólo establecer y desarrollar las propuestas gráficas y audiovisuales necesarias, sino que las mismas se articulasen sistémicamente.

El trabajo de diploma da respuesta al problema de diseño planteado, pues dota de un sistema de identidad visual que representa al programa, además propone una nueva estrategia de identidad, para reparar y actualizar los códigos visuales, y de comunicación, de los soportes audiovisuales.

Esta tesis se convierte así en un instrumento fundamental para el desarrollo de dicho programa, con la fuerza y calidad suficiente para representar el perfecto funcionamiento del equipo de trabajo que hace posible cada emisión del programa “Impronta”.

Todos los requisitos a tener en cuenta, así como las restricciones de la identidad visual y el sistema de aplicaciones, están recogidos en este trabajo de diploma dando respuesta suficiente al encargo planteado por el cliente, en el tiempo acordado para su desarrollo.

Recomendaciones

- Ante la necesidad de realizar algún cambio consultar siempre el Manual de Identidad y respetar cada uno de los parámetros pautados.

- No sería conveniente para la gestión empresarial la contratación de un personal ajeno a la institución cada vez que sea necesario realizar cambios permitidos a las piezas de comunicación. Para ello se recomienda la superación del personal interno de la institución; dígase técnicos de postproducción, editores y diseñadores.

- El personal que implementará tanto las aplicaciones audiovisuales como las impresas y promocionales, tienen que tener conocimiento de las restricciones pautadas por los autores en el manual de identidad.

- La identidad visual y sus aplicaciones audiovisuales están diseñadas para funcionar como un todo unido. El proyecto se deberá implementar como un sistema, nunca como piezas aisladas.

-En caso de ser extremadamente necesario para la directiva del programa que se realice un proyecto de escenografía que funcione como un sistema, es recomendable respetar los códigos visuales de la identidad y se deben tomar en cuenta el punto

de partida que el manual propone en sus últimos acápites. Dicho estudio puede ser realizado por el equipo de realización del programa o ser solicitado al ISDI.

-Se recomienda actualizar el diseño del sistema de aplicaciones audiovisuales en un plazo máximo de dos años a partir de la fecha de su implementación. El nuevo sistema debe estar en concordancia con el discurso de identidad y la estrategia audiovisual presentes en este manual.

Bibliografía

LIBROS:

Ráfols, R; Colomer, Antoni (2006) "Diseño Audiovisual". Barcelona: Gustavo Gili.

Harvey, Wilson. (2005) "1000 Diseños con tipografía". Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

Silver, Lisa. "Diseño de Logotipos, Pasos para conseguir el mejor diseño.

Villafañe, Justo y Mínguez Norberto. (2002) "Principios de teoría general de la imagen". Editorial Pirámide, Madrid

Costa, Joan. "Imagen global". Editorial Enciclopedias del Diseño. Argentina. 1993

Chaves, N.; Belluccia Raúl (2003). La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos. Buenos Aires: Paidós.

Costa, J. (2003). Identidad Corporativa. México D. F: Trillas.

González Requena, Jesús, (1987). "El Discurso Televisivo Espectáculo de la Posmodernidad", Editorial Cátedra, Barcelona,

TESIS:

García Díaz, Patricia; Cano Solés, Anabel (2011-2012) Identidad Visual del Canal Telerebelde. Tesis de Diploma, ISDi.

Vera García, Sarah Amaya; González Ramirez Yimit (2010 - 2011) "Identidad Visual y Signos de Señalización del Hotel Marqués de Cárdenas de Monte Hermoso". Tesis de Diploma, ISDi.

CONFERENCIAS:

Conferencias de identidad corporativa (2011-2012).

Conferencias de audiovisual (2012-2013).

Conferencias de Tecnología de las Artes Gráficas (2012-2013).

Conferencias Taller Pre-profesional (2013-2014)

PÁGINAS WEB:

www.icrt.cu

www.fromupnorth.com

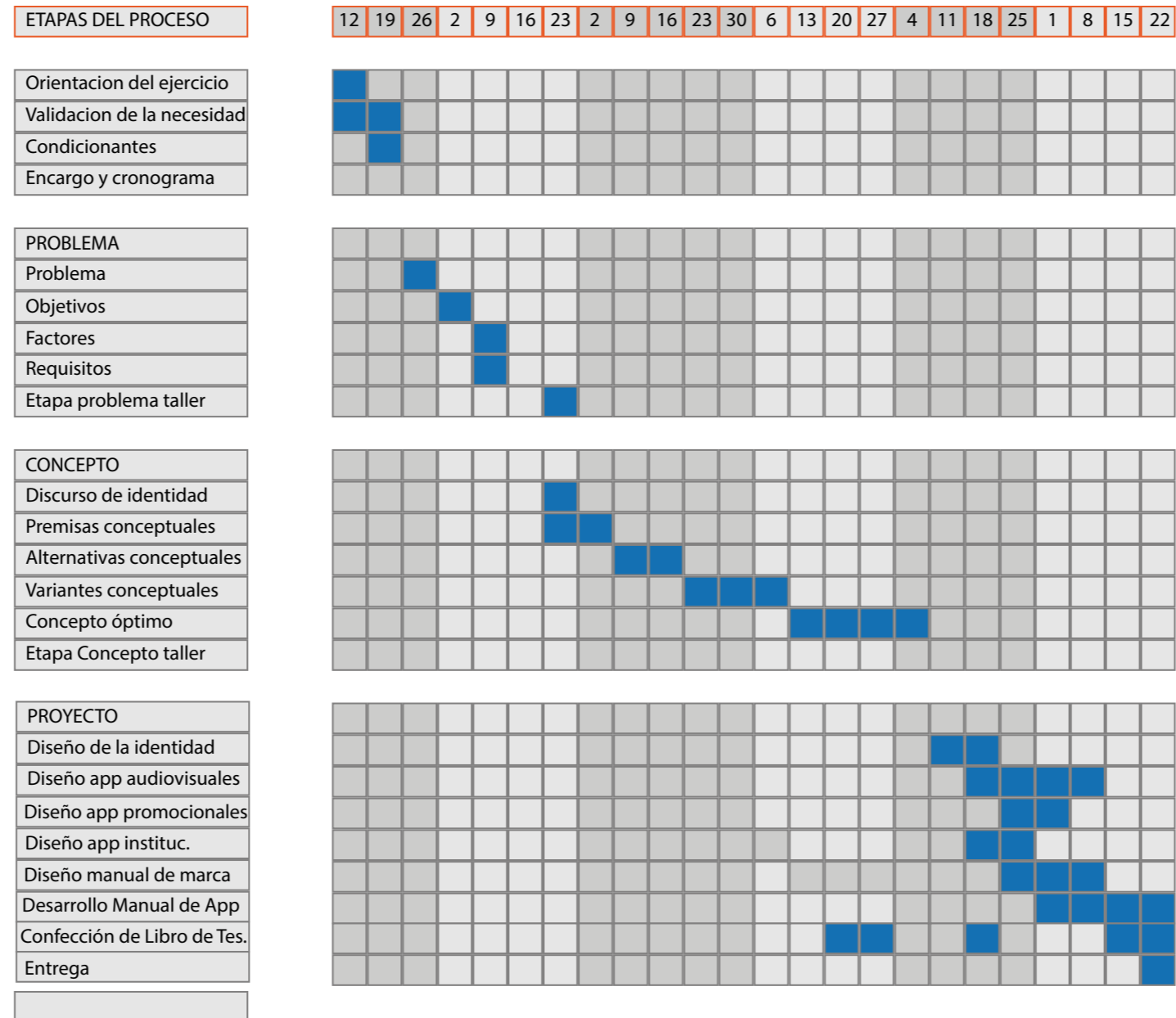
[www.wikipedia.org/wiki/teoría del color](http://www.wikipedia.org/wiki/teoría_del_color)

[www.foroalfa.net/con símbolo o sin símbolo](http://www.foroalfa.net/con_símbolo_o_sin_símbolo), Norberto Cháves

www.compix.tv/products/gencg

Anexos

Cronograma de trabajo



Análisis sincrónico y diacrónico de identificadores

Programas		Tipología de nombre					Camino gráfico		Representación / tipo de identificador				Codigo tipográfico		Codigo cromático			variedad de colores			Composición			
		descriptivos	toponimicos	patronimicos	contracciones	simbolicos	simbolo	sin simbolo	abstracto	figurativo	estandar norm.	estandar alter.	singular norm.	singular alter.	serif	San serif	plano de color	gradiente	blanco y negro	un color	dos colores	tres colores	más colores	simétrica
Internacionales	Oprah	■								■					■	■			■				■	
	Inside the Actors Studio	■								■					■	■			■				■	
	Ellen	■								■					■	■			■				■	
	Vidas	■								■					■	■			■				■	
	Tocados por la Fama					■				■					■	■		■	■				■	
Nacionales	Entre Tu y Yo	■					■		■						■	■					■		■	■
	Con dos que se Quieran	■							■						■	■		■	■				■	■
	Elogio de la Memoria					■			■						■	■		■		■			■	■
	Cubanos en primer plano	■							■					■		■	■		■				■	■
	Confeciones de Grande	■							■						■	■		■	■				■	■
	Glorias Deportivas	■							■						■	■		■	■				■	■

Tabla de procedimiento investigativo

Fuentes de inf.	Métodos y técnicas	Decisiones muestrales	Variables	Dimensiones	Indicadores
Directora del programa Publico externo documentos especializados	Entrevista Revisión documental Cuestionario Diagnósticos de Diseño	Muestreo intencionas	Diagnóstico Instituciona	Realidad institucional	Funcinamiento Estructura Administrativa
				Imagen institucional	Reconocimiento Percepción
				Identidad institucional	Reconocimiento Percepción
Bibliografía web otros programas similares trabajo de diploma Conferencias de diseño	Observación estructurada Revisión documental Diagnósticos de Diseño	Muestreo intencionas	Factor Mercadológico	Sistema de aplicaciones Audiovisuales	Código de animación, camino gráfico, codigo cromático, secciones, duración, nivel de complejidad
				Tipología de nombre	Descriptivos, simbólicos, contracciones, patronímicos, toponímicos
				Camino gráfico	Imagotipo o logotipo
				Composición	Simétricas, asimétricas
				Nivel de Representación	Abstracto, figurativo
				Código cromático	Planos de color, degradados
				Código tipográfico	Sans serif, serif
Técnicos del departamento de postproducción Bibliografía web	Entrevista Revisión documental	Muestreo intencionas	Factor Tecnológico	Recursos humanos	Humanos materiales financieros
				tecnología de la tv	Normas, equipamiento, software, colores, resolución, funcionamiento

Tabla de procedimiento investigativo

Fuentes de inf.	Métodos y Técnicas	Decisiones muestrales	VARIABLES	Dimensiones	Indicadores
Directora Bibliografía web Audiencia del programa.	Entrevista Revisión documental	Muestreo intencionas	Factor Uso	Características del público interno	Sentido de pertenencia Cultura y códigos estéticos
				Características del público externo	identificadores demograficos Comportamiento social Cultura y códigos estéticos
				Condicionantes de usoS	istematicidad, pertinencia
Directora Bibliografía web	Entrevista Revisión documental	Muestreo intencionas	Factor Cotexto	Características del público interno	Sentido de pertenencia Cultura y códigos estéticos
				Características del público externo	identificadores demograficos Comportamiento social Cultura y códigos estéticos
				Condicionantes de usoS	istematicidad, rendimiento pertinencia
Directora Bibliografía web	Entrevista Revisión documental	Muestreo intencionas	Factor función	Características del público interno	Sentido de pertenencia Cultura y códigos estéticos
				Características del público externo	identificadores demograficos Comportamiento social Cultura y códigos estéticos
				Condicionantes de usoS	istematicidad, rendimiento pertinencia

Modelo de la encuesta

El Instituto Superior de Diseño, como parte de los trabajos de diploma del curso 2014-2015, se le ha encargado el rediseño de la identidad visual y aplicaciones audiovisuales para el programa "Impronta" Este cuestionario busca conocer cómo es el reconocimiento del espacio y su identidad actual por los televidentes. Su colaboración es de gran importancia para el correcto desarrollo de este proyecto de tesis. Gracias por su apoyo.

MARQUE CON UNA (X)

- 1. Edad _____
- 2. Sexo F _____ M _____
- 3. ¿Conoce usted el programa "Impronta"?
Si _____ No _____
- 4. ¿Con qué frecuencia sintoniza el programa "Impronta"?
Todos los días _____ Algunas veces _____ Nunca _____
- 5. ¿Conoce usted el logotipo del Programa Impronta?
Si _____ No _____ Más o menos _____
- 6. ¿Usted utiliza algún termino para referirse al

- programa "Impronta"?
Si _____ No _____
- 7. ¿Cuál?
- 8. Marque no más de 3 atributos que usted percibe del programa "Impronta":
 Dinámico Original Actual
 Sobrio Tradicional Moderno Elegante
 Revolucionario Desactualizado Diverso
 Otros _____
- 9. Marque no más de 3 atributos que describan cómo le gustaría a usted que fuese el programa:
 Dinámico Original Actual Estable
 Tradicional Moderno Elegante
 Revolucionario Diverso
 Otros _____
- 10. ¿Le resulta atractivo el logotipo del programa?
Si _____ No _____
- 11. ¿Qué elementos del logotipo le desagrada?
 El color El tipo de letra La animación

- _____ Ninguno
- 11. ¿Qué elementos del logotipo le resulta más atractivo?
 El color El tipo de letra La animación
 Ninguno
- 12. ¿Cree usted que es necesario el rediseño del logotipo del programa "Impronta"?
Si _____ No _____
- 13. Le gustaría que el logotipo del Noticiero Nacional Deportivo tuviera:
Un color _____ Dos colores _____ Tres colores _____
- 14. Diga cuál color o combinación de colores le gustaría para la nueva imagen del programa "Impronta":

- 15. ¿Cree usted que es necesario cambiar la banda sonora del programa "Impronta"?
Si _____ No _____

Belascoaín 710 e/ Estrella y Maloja, Ciudad de la Habana 10 300, Cuba. Telef.: (537) 877 5793, Fax: (537) 203 0798, E-mail: cquesada@isdi.cu Departamento de Diseño de Comunicación Visual DCV Belascoaín 710 e/ Estrella y Maloja, Ciudad de la Habana 10 300, Cuba. Telef.: (537) 877 5793, Fax: (537) 203 0798, E-mail: cquesada@isdi.cu Departamento de Diseño de Comunicación Visual DCV Departamento de Diseño de Comunicación Visual

DISEÑO DE COMUNICACIÓN VISUAL
Instituto Superior de Diseño
Curso 2014 - 2015