



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

APLICACIÓN DE DISEÑO Y ANIMACIÓN DIGITAL EN LA CREACIÓN DE LA IMAGEN DEL NOTICIERO ESTUDIANTIL “CLICK” DE LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los
requisitos establecidos para optar por el título de:
Tecnólogo en Animación Digital Tridimensional

Profesor guía
José Velásquez

Autor
Christian Vargas López

Año
2014

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

José Lenin Velásquez Ortiz

Máster en Ciencias

0908834096

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

Christian Andrés Vargas López

1712486438

AGRADECIMIENTOS

A Dios, a mi familia y a todas las personas que contribuyeron con su conocimiento para la realización de este trabajo de titulación.

DEDICATORIA

Dedicado a mis padres, hermanos, novia y familia por ser las piezas fundamentales en mi desarrollo personal, espiritual y profesional.

RESUMEN

Este trabajo de titulación trata sobre el desarrollo de la línea gráfica para el noticiero estudiantil "Click" de la Universidad de las Américas, haciendo un análisis comparativo entre noticieros estudiantiles similares pertenecientes a otras universidades del Ecuador.

Para esto se realizaron propuestas a los productores responsables de este espacio informativo de la Universidad de las Américas y por otro lado se entrevistó a productores de noticieros televisivos a nivel nacional.

ABSTRACT

This titling work deals with the development of the graphic line for the student newscast "Click" of the America's University, doing a comparative analysis between similar student's newscasts belonging to other universities of Ecuador.

For this work, proposals were made to producers of this student's newscast at America'sUniversity and on the other side interviews were made to television news producers nationwide.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1.1. ANTECEDENTES.....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.2.1. Alcance	6
1.3. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	8
1.3.1. Objetivo general.....	8
1.3.2. Objetivos específicos.....	8
2. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. Piezas gráficas de un noticiero	9
2.2. Psicología del color según Heller (2008)	12
2.3. Significado de los colores.....	15
3. METODOLOGÍAS.....	21
3.1. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	21
3.1.1. Enfoque cuantitativo	21
3.1.2. Enfoque cualitativo	21
3.1.3. Instrumentos	22
3.2. VARIABLES	22
3.2.1. Variables dependientes	22
3.2.2. Variables independientes	22
3.3. CONCLUSIONES A ENTREVISTAS DE EXPERTOS	23
4. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.....	24
4.1. PREPRODUCCIÓN	24
4.1.1. Definición de colores	25
4.1.2. Estilo gráfico	25
4.1.3. Técnicas de animación.....	26
4.2. PRODUCCIÓN.....	27

4.2.1.	Logotipo del noticiero estudiantil “Click”	27
4.2.1.1.	Modelado del logotipo del noticiero estudiantil “Click”	28
4.2.2.	Presentación / Intro noticiero “Click”	28
4.3.	POST-PRODUCCIÓN	32
4.3.1.	Sobreimposiciones de caracteres y titulares	35
4.3.2.	Cuadros de texto	37
4.4.	ESCENOGRAFÍA	39
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	40
	REFERENCIAS	41
	ANEXOS	42

1. INTRODUCCIÓN

1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1. ANTECEDENTES

En las Universidades es común que se elaboren noticieros estudiantiles cuya finalidad es informar sobre las actividades que se llevan a cabo en los campus.

Estos noticieros generalmente son producidos en conjunto por profesores y estudiantes de carreras acordes al periodismo, comunicación audiovisual, entre otras, con el fin de que los estudiantes puedan desarrollar prácticas afines a sus estudios.

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador, la Universidad Técnica Particular de Loja, la Universidad de los Hemisferios, entre otras, poseen noticieros de ese estilo. Para ello se revisarán casos parecidos detallados a continuación:

Tv noticias PUCE

Producción:

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Dirección de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas

Centro de Audiovisuales de la Facultad de Comunicación Lingüística y Literatura

Dirección de Informática

Gráfica:



Fig. #1. Gráfica del noticiero estudiantil "TV Noticias PUCE"

Adaptado de Tv Noticias PUCE, 2014, Canal de Youtube

7 días en la técnica

Producción:

Unidad de Gestión de la Comunicación
Universidad Técnica Particular de Loja

Dirección: José Luis Alvarado

Gráfica:

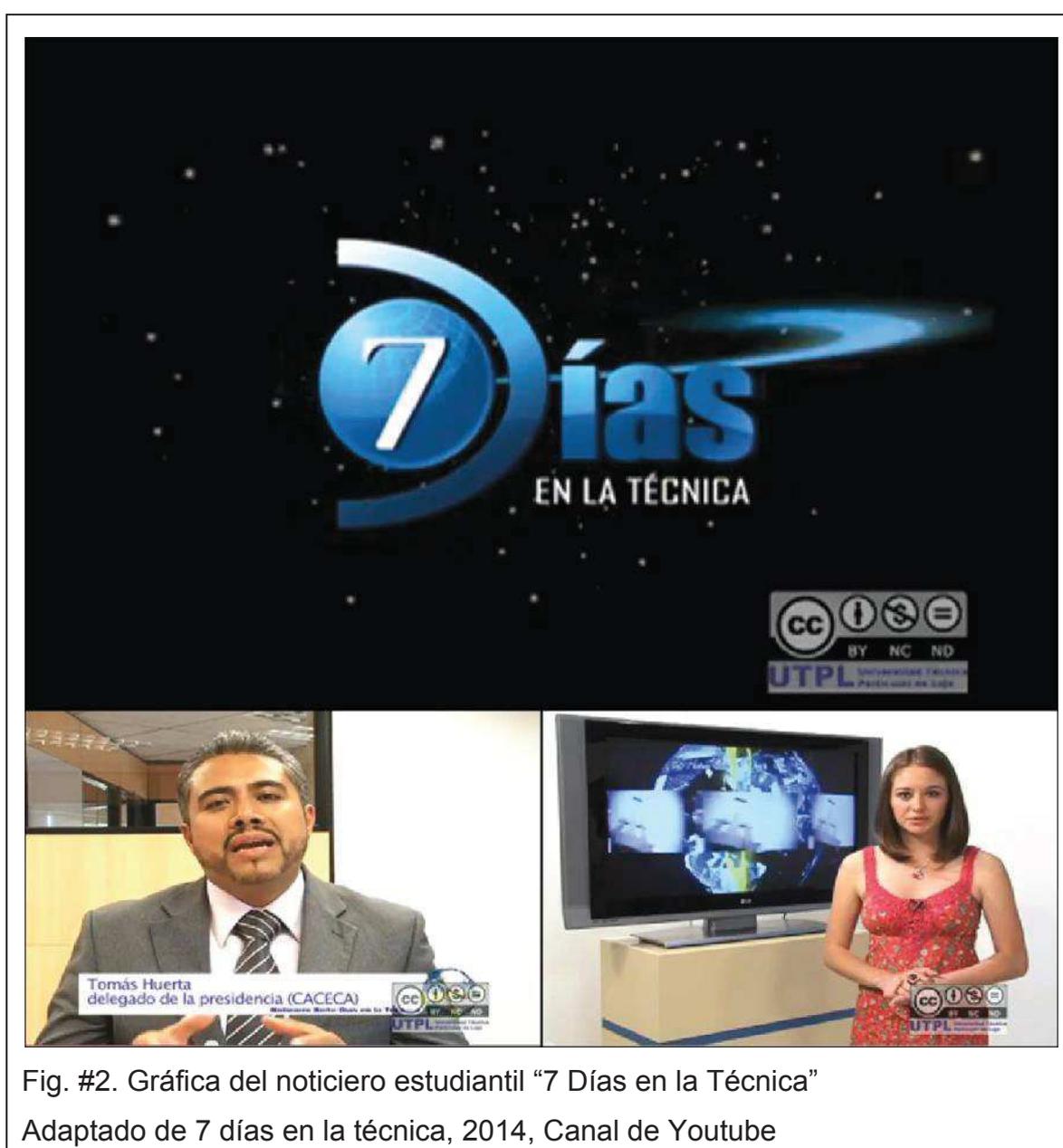


Fig. #2. Gráfica del noticiero estudiantil "7 Días en la Técnica"

Adaptado de 7 días en la técnica, 2014, Canal de Youtube

NotiHemisferios

Producción:

Facultad de Comunicación

Universidad de Los Hemisferios

Gráfica:



Fig. #3. Gráfica del noticiero estudiantil "NotiHemisferios"

Adaptado de Notihemisferios UDLH, 2014, Canal de Youtube

Dentro de este contexto, la Universidad de las Américas también desea implementar una propuesta de noticiero cuya finalidad sea informar a los estudiantes sobre las diferentes actividades que se realizan en la Universidad.

Noticiero “Click” – Universidad de las Américas

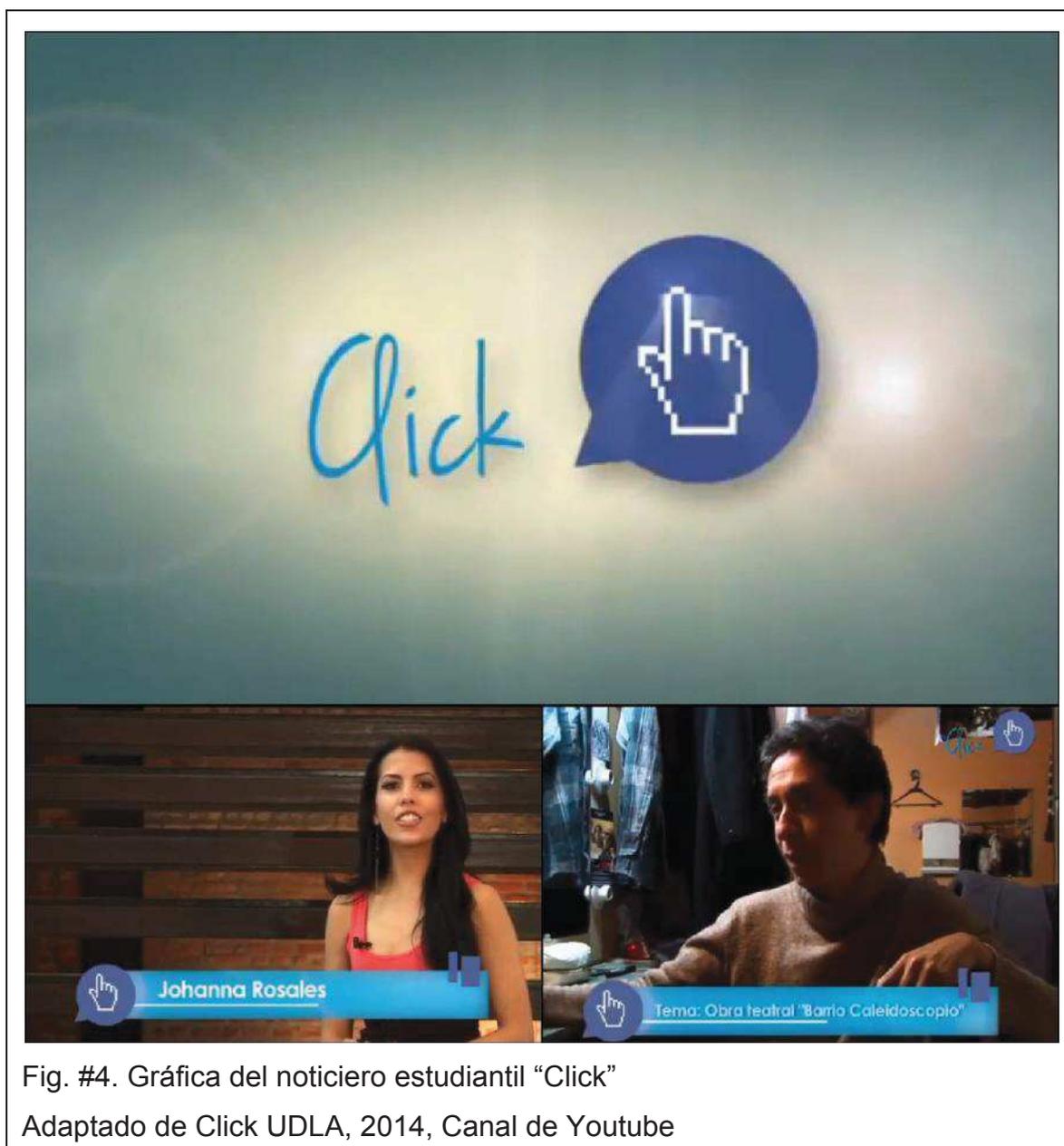


Fig. #4. Gráfica del noticiero estudiantil “Click”

Adaptado de Click UDLA, 2014, Canal de Youtube

El noticiero “Click” nació en el año 2011 como proyecto de la carrera de periodismo de la Universidad de las Américas con la producción de Alex Calles y bajo la dirección de Yolanda Aguilar.

Este proyecto fue pensado para que los estudiantes de dicha carrera apliquen sus conocimientos en su labor periodística mediante la creación de reportajes sobre información de la Universidad.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La Universidad de las Américas tiene la necesidad de incorporar una línea gráfica a su noticiero “Click” con el fin de contribuir a una presentación estética más profesional de las notas o reportajes realizados por los estudiantes de la carrera de periodismo de dicha Universidad con el objetivo de informar a los alumnos sobre eventos, acontecimientos o información de interés académico.

Utilizando herramientas de diseño y animación digital 2D y 3D se creará la línea gráfica del noticiero de forma dinámica y llamativa.

1.2.1. Alcance

La gráfica para el noticiero “Click” complementará estéticamente en su totalidad a la presentación de sus reportajes por medio de las siguientes piezas gráficas:

- **Presentación del noticiero / Opening:**
Animación de inicio del noticiero.

- **Generador de caracteres / Sobreimposiciones:**

Lugar específico en pantalla en donde se mostrará información relevante al reportaje que se está mostrando ya sean nombres, lugares, o situaciones que se deseen informar al espectador.

- **Cuadros:**

Pieza gráfica que ocupara toda la pantalla en donde se mostraran datos relacionados con el tema que se está tratando ya sean fechas, fragmentos de un documento o valores que el reportero considere necesarias para informar al público.

- **Push / Cortina:**

Transición con logotipo de “Click” utilizada para dar paso de un reportaje a otro.

- **Looplogotipo“Click”:**

Animación continua del logotipo o la presentación del noticiero.

- **Titulares:**

Sobreimposición con información de los temas más relevantes de los acontecimientos a presentar.

- **Escenario / Set:**

Espacio físico en el que va a ser grabado el noticiero “Click”.

1.3. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo general

Crear una imagen llamativa juvenil e innovadora creando así una marca del noticiero “Click” de la Universidad de las Américas.

1.3.2. Objetivos específicos

- Reconocer los estilos gráficos de noticieros estudiantiles de otras Universidades.
- Contribuir visualmente a la presentación de noticias de interés de los estudiantes de la Universidad de las Américas, creando un modelo de noticiero con las especificaciones gráficas vistas en televisión nacional.
- Aplicar conceptos de diseño y animación creando una propuesta visual juvenil y llamativa para la difusión del informativo “Click”.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Piezas gráficas de un noticiero

Los noticieros han sido básicamente un espacio de interés a nivel local, institucional, nacional o internacional en el que se transmite información de interés para el público en general al cual está dirigido cada tipo de noticiero con el fin de informar, educar, comunicar una noticia o hecho ocurrido en un lugar en específico; es por esto que con el paso del tiempo y los avances de la tecnología se ha incorporado elementos visuales que llamen la atención del espectador y contribuyan a la noticia que se está transmitiendo, convirtiéndose en un espacio más interactivo y dinámico en el que la forma de presentar noticias sea cada vez más innovadora y amigable con el público.

Las piezas gráficas, su definición y funcionamiento en un noticiero, según Rubina (2009) son las siguientes:

Sobreimposición de caracteres

“Es un sistema de rotulación dinámica, que acompaña y apoya a la imagen en pantalla. Apareciendo y desapareciendo en función de los diferentes estímulos audiovisuales. Sirve para nombrar personas, describir hechos y resumir eventos” (Rubina, 2009).

Las sobreimposiciones son necesarias en un reportaje televisivo ya que complementan la narración de la noticia informando al televidente los nombres lugares, personas y situaciones, ayudando al mejor entendimiento del reportaje.

Cortinas

“Son secuencias gráficas rápidas que anteceden y presentan los diferentes bloques o temas dentro de la programación” (Rubina, 2009).

Son utilizadas con el fin de promocionar la programación que se está viendo en ese momento.

Separadoras o Transiciones

Tal como su nombre lo indica, estas piezas gráficas sirven para separar un reportaje de otro dentro de un mismo bloque.

Comúnmente lo utilizan los editores de noticieros para indicar al televidente el fin y el inicio del siguiente video de una secuencia de reportajes.

Presentación

También llamado intro, es una secuencia de imágenes por lo general animadas, que marcan el inicio de un programa.

La presentación es una de las piezas más importantes de un noticiero y de cualquier programa ya que de ella se desprenden todas las demás piezas gráficas que complementan la línea visual del programa.

Cierre

Es una secuencia de imágenes que marcan el fin de un programa, en ocasiones el cierre comprende a los créditos del programa y en otras simplemente a una animación o video promocional de cierre.

Titulares

Similar a las sobreimposiciones de caracteres, pero estas tienen la finalidad de mostrar descripciones cortas y precisas de las noticias más destacadas que se van a presentar en esa emisión del noticiero.

Barra informativa o Scroll

Es un soporte textual de forma horizontal que se ubica generalmente en la parte posterior de la pantalla, su función es mostrar información rápida de corrido para el televidente.

El scroll es muy utilizado para transmitir noticias de último momento a manera de texto.

Colgada o Mosca

Descripción corta y precisa que orienta al televidente a saber qué es lo que está viendo o el programa que esta a continuación del que se está transmitiendo.

Dúplex, Tríplex

Es un soporte gráfico que divide la pantalla en 2 o 3 partes según requiera el programa. En estas partes se muestran distintas locaciones en donde se está suscitando la noticia.

Overshoulder

Imágenes de apoyo que se sitúan por lo general a un lado del presentador y sirven para identificar visualmente el reportaje que se va a presentar.

Infografías

También llamados cuadros informativos, estos ayudan a que el reportero pueda presentar información relevante al tema que se está tratando. Por ejemplo esta pieza gráfica se la puede utilizar para mostrar datos porcentuales de la población del Ecuador en el año 2011 vs la población en el año 2014 de una manera interactiva y de fácil entendimiento para el televidente.

Contacto telefónico

Es una pieza informativa que puede estar en toda la pantalla y que sirve para mostrar el nombre y ubicación de la persona contactada permitiendo así que el televidente pueda escuchar el audio y visualizar en que lugar se encuentra y quien es la persona que esta transmitiendo la información.

2.2. Psicología del color según Heller (2008)

“La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Desde el punto de vista estrictamente médico, todavía es una ciencia inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea. Sin embargo, en un sentido más amplio, el estudio de la percepción de los colores constituye una consideración habitual en el diseño arquitectónico, la moda y el arte publicitario” (Heller, 2008)

Los colores transmiten ideas, sentimientos, sensaciones, emociones, etc. Por medio de ellos podemos sentir frío o calor, alegría o tristeza, tranquilidad o impaciencia. Cada individuo está relacionado a un color en específico que depende directamente de varios factores culturales, sociales y psicológicos que influyen en la apreciación de cada uno de ellos. Pero ¿Quién nos enseña que significa cada color?, ¿Cómo asociamos los colores con nuestras propias experiencias?, ¿Cómo catalogamos que color es apropiado para cada cosa o

circunstancia?, son muchas preguntas que nos hacemos al momento de elegir un color y depende de cada persona el saber como hacerlo.

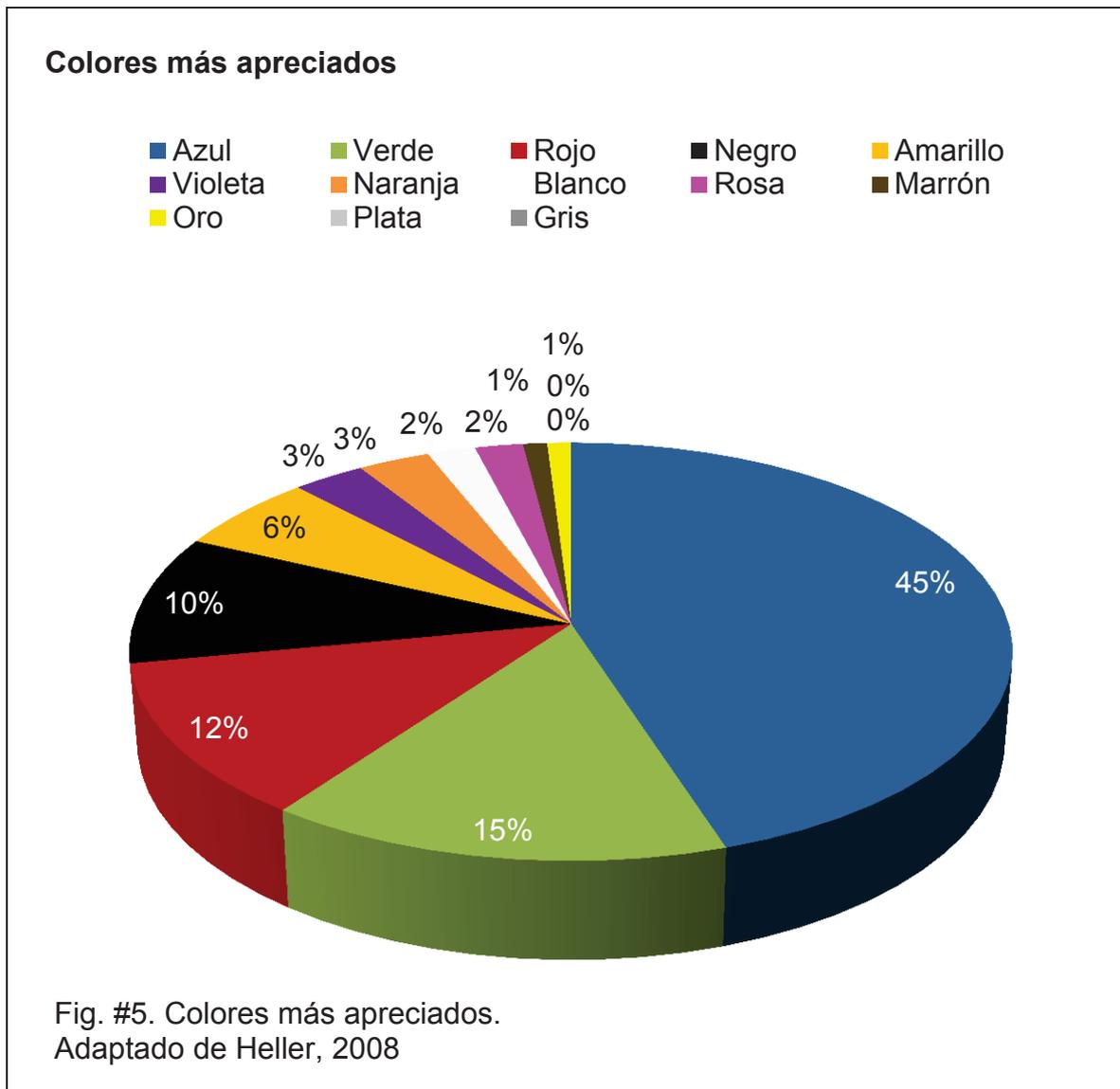
El estudio de Eva Heller “Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón”, basado en una encuesta a 2.000 personas en la que se demostró que colores y los sentimientos que estos evocan en las personas no son de manera accidental.

Las asociaciones que los individuos hacen con los colores no son por cuestión de gusto, mas bien están directamente relacionadas con la cultura de cada persona y dentro de este contexto la manera de pensar y de sentir.

A pesar de la diferencia de una persona con otra y las sensaciones que esta pueda sentir, existe una apreciación universal producida por las impresiones y vivencias que cada uno de estos colores producen en los individuos, aunque cada uno vea, sienta y juzgue a cada color personalmente.

Los profesionales de la publicidad y el mercadeo, utilizan la psicología del color para crear sensaciones en las personas sean hombres, mujeres, niños o niñas, incluso si son personas de la tercera edad, todos los factores que hacen que un producto sea diseñado e introducido dentro de un segmento en específico está directamente relacionado con los colores del mismo.

Según el estudio de Heller (2008), el promedio de los colores más y menos apreciados en hombres y mujeres son los siguientes:



Los porcentajes mostrados en el gráfico anterior fueron producto de la encuesta de Heller, sin embargo se puede visualizar que en la realidad hay algunas diferencias en cuanto al nivel de apreciación que tienen cada uno de estos colores, por ejemplo: el color rosa tiene apenas el 2% de apreciación pero si se analiza la tendencia de colores favoritos de la mayoría de niñas o adolescentes mujeres se darán cuenta de que este color es el de mayor afinidad al genero femenino, es mas se podría decir que es el color icono, sin

embargo como antes se había mencionado esto no es una constante, mas bien varía según factores culturales e históricos de cada región.

2.3. Significado de los colores

Azul



“Muchos de los simbolismos y significados del azul provienen de las asociaciones con el firmamento y con el agua, por lo que hay gran semejanza en los conceptos de diversos autores” (Ortiz, 2011, pp.119).

Goethe afirma que el azul oscuro, es el color de la privación, la sombra, la oscuridad, la sensibilidad, la lejanía, la repulsión y la inquietud; sin embargo, el mismo autor, al referirse al color azul claro expresa que este simboliza al idealismo juvenil y causa a la vista una impresión singular, una mezcla de excitación y serenidad (Ortiz, 2011, pp.119).

A nivel de noticieros, el color azul es uno de los más utilizados ya que proyecta sobriedad y seriedad al televidente.

Violeta



El color violeta o también llamado azul rojizo, tal como lo dice su segundo nombre, es el resultado de la mezcla entre pigmentos azules y rojos en diferentes medidas.

Según Goethe, el violeta produce el efecto de una excitación libre de alegría; Luckiesh señala que es el color de la flor popular en los ritos religiosos del Domingo de Pascua.

Lüscher dice que el violeta esta relacionado con la mafia, por ser un color que inspira poder y diferenciación.

El violeta es también relacionado con la magia, generalmente por el color de los atuendos de la gran mayoría de magos, hechiceros y demás personajes ficticios.

“Kandinsky define el violeta como un rojo enfriado, que contiene, en el sentido físico y espiritual, un elemento de fragilidad inspirador de tristeza” (Ortiz, 2011, pp.122).

Púrpura



“Goethe afirma que el color púrpura causa una impresión de seria dignidad, no menos que de serna gracia. No obstante, considera que cuando el púrpura contiene más tonalidad azul adquiere una presencia intolerable” (Ortiz, 2011, pp.123-124).

Tradicionalmente el color púrpura significa riqueza, abundancia y al este ser una combinación del azul con el rojo, adquiere los significados y poderes que cada uno de estos colores.

Blanco



“Aunque el blanco no se considera propiamente un color, ya que desde el punto de vista físico es la integración de todos los colores y por ello actualmente se le conoce como color acromático” (Ortiz, 2011, pp.124).

Goethe señala que el blanco es el primer elemento del universo y por esto es el color más neutro y claro de los que llenan el espacio.

Anaranjado (rojo amarillento)



Para Goethe y varios autores, el color naranja transmite una sensación de calidez, esto se debe a que es una combinación del rojo con el amarillo.

En la asociación de los colores con la edad del hombre, realizada por Le Heard, el anaranjado abarca de los 10 a los 20 años de vida por ser el segundo color del arco iris. Debido a que la vida del hombre en este periodo está caracterizada por la imaginación, el color anaranjado es un símbolo del amor apasionado que origina reacciones emocionales negativas; también representa el Sol, el origen de la vida y, por tanto, la estimación de Dios (Ortiz, 2011, pp.111).

Amarillo



Es el color de la luz solar, del mediodía. Es el segundo color que más simboliza la luz.

“Para Goethe el amarillo es un color atrayente, se encuentra en el polo positivo y significa luz, claridad, fuerza, cercanía, atracción y afinidad por los ácidos (en contraposición con el azul, que tiene afinidad por los alcalinos)” (Ortiz, 2011, pp.112-113).

El amarillo posee una condición alegre, risueña, lo cual da una impresión marcadamente grata y confortable.

Negro



El color negro es el color que mayores sentimientos negativos transmite de todos los demás, según los análisis de la mayoría de autores antes citados.

Este color transmite energías negativas y está conectado directamente a la oscuridad, a la tristeza, al luto, a lo desconocido, lo tenebroso.

Sin embargo en términos de diseño, el negro es el color que más contribuye al contraste de una imagen y por lo tanto se convierte en el color esencial para enriquecer visualmente una obra.

Gris



El gris es un color compuesto por negro y blanco en cantidades iguales por lo que heredan los significados de cada uno, sin embargo según Ortiz (2011),

“El gris es color de la sobriedad, de la penitencia, de la humildad, de la piedad, de la tristeza, de la edad de los juicios maduros. En la naturaleza pueden ser frío, retraído o sugerente de distancia; también puede recordar los cielos de invierno, las lluvias, los días nublados” (Ortiz, 2011, pp.129).

Café / Marrón



Luckiesh le da al café un significado ambivalente, es decir por un lado es un ensombrecimiento del amarillo, y significa tristeza al ser un color común en otoño y, por el otro, dice que se asocia al vigor, fuerza, solidaridad, confianza y dignidad.

“Lüscher trabajó con el color marrón, al cual relaciona con la sensualidad en lo que respecta a la condición sensorial. Le Heard únicamente dice que el color café es destrucción” (Ortiz, 2011, pp.129).

Sin embargo pese a todas las apreciaciones de los autores antes mencionados actualmente el café se lo relaciona con la naturaleza, con la madera, y significa

calidez y rusticidad, pero a su vez lujo y elegancia. Por ejemplo en el interior de los autos de lujo usan paneles y accesorios de madera café que al ser mezclados con otros elementos como el cuero dejan una sensación acogedora y elegante.

Asimismo el color café está relacionado con la bebida que lleva su mismo nombre y por esto adquiere sus significados y sensaciones que este deja en las personas.

Rojo



Goethe le da al rojo una gran relevancia en rango de dignidad y seriedad, pues según el este color reúne a todos los colores; afirma que un vidrio rojo impresiona porque su atmosfera crea un temor reverencial al hacer pensar en la luz que aparecerá difusa en el cielo y en la Tierra en el día del Juicio Final.

El rojo es el color que más llama a la atención de una persona, sin embargo al ser un recurso sobreutilizado por la publicidad en la historia, es cada vez más ignorado por las personas, lógicamente todo esto depende del entorno de cada persona.

Social e históricamente el color rojo simboliza lo prohibido, lo incorrecto y esto se debe a que, al igual que el color verde, este ha sido utilizado para transmitir ese tipo de mensajes negativos a las personas. Sin embargo, no siempre los significados son negativos, todo es dependiente de la cultura de cada individuo.

Verde



El verde es considerado como el punto intermedio entre los colores cálidos y fríos.

Este color es el más relacionado con la naturaleza y por lo tanto se le atribuyen significados naturales, saludables, ecologistas, etc.

Socialmente este color es insignia del positivismo, de lo bueno y, al igual que la luz verde de un semáforo significa que el conductor es libre de avanzar, simbólicamente el verde es uno de los colores que mayores significados universales tiene.

Juventud, innovación, cuidado por el planeta, ecológico, son algunos de los términos en los que se utiliza el color verde para influir en la apreciación de las personas hacia cierto producto, experiencia, tendencia, o costumbre.

“Para Luckiesh el verde se utilizó en la antigüedad como símbolo de inmortalidad y perdurable memoria; el simbolismo del verde, según él, se origina por la asociación con la naturaleza en el cenit de su existencia. Tal vez por ello era usado, por medio de la corona de olivo, para representar la victoria y en algunas épocas fue color sagrado; ejemplo de lo anterior es que en la mitología griega el caballo y los vestidos de Neptuno y de las ninfas eran verdes” (Ortiz, 2011, pp.116).

Según Pawlik (1996), el verde es también la base de nuestra percepción del color, la medida de comparación, porque son precisamente las longitudes de onda medias las que desencadenan la sensación del verdor, aquellas pues que equilibran las radiaciones de onda larga (activas) y corta (pasivas) y son por tanto comparables al gris (en el área de lo acromático) (Pawlik, 1996, pp.72).

3. METODOLOGÍAS

3.1. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. Enfoque cuantitativo

La Investigación Correlacional...

“es un tipo de estudio que tiene como propósito evaluar la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables (en un contexto en particular). Los estudios cuantitativos correlacionales miden el grado de relación entre esas dos o más variables (cuantifican relaciones). Es decir, miden cada variable presuntamente relacionada y después también miden y analizan la correlación. Tales correlaciones se expresan en hipótesis sometidas a prueba” (Hernández, 2003, pp.121).

Se analizará de manera correlativa las características de las líneas gráficas de los noticieros universitarios antes mencionados, comparando entre ellos su estructura, estilo visual, composición, colores y otros aspectos que influirán en la creación de la imagen del noticiero “Click”.

3.1.2. Enfoque cualitativo

Como se trata de dar ropaje y apoyar en la transmisión de la información, la metodología cualitativa adecuada es la fenomenología, con la cual se analizará la influencia de los colores y sus combinaciones.

3.1.3. Instrumentos

Se realizarán reuniones con las personas encargadas de la producción de este informativo en las que se tratarán temas acordes a la estética visual del noticiero “Click”, sus piezas gráficas y requerimientos técnicos.

También se entrevistarán a productores y realizadores de noticieros de medios de comunicación televisivos y se analizarán las respuestas de cada uno de ellos con el fin de unificar

3.2. VARIABLES

3.2.1. Variables dependientes

Las piezas gráficas que conforman un noticiero están establecidas según la necesidad de los productores del mismo, es por esto que al momento de diseñar la línea gráfica que se va a utilizar como imagen, se debe tomar en cuenta los parámetros, especificaciones y características, con el fin de crear piezas adaptables a la estructura y las necesidades de los directores y productores del mismo, es decir, que la variable de la que depende el diseño es la estructura del informativo.

Los videos finales deben presentarse en calidad HD(1280x720px), formato .mov a 30fps.

3.2.2. Variables independientes

Los colores, formas, estilos, composición, animación y algunos otros elementos son variables independientes en el trabajo de crear la gráfica para un noticiero

estudiantil, sin embargo, se debe respetar las características del tipo de pieza gráfica que se va a diseñar y aplicarlas al momento del proceso creativo.

Las técnicas utilizadas en el proceso de la elaboración también son variables independientes ya que son analizadas, seleccionadas y ejecutadas según el dominio del diseñador y también según las especificaciones de la gráfica.

3.3. CONCLUSIONES A ENTREVISTAS DE EXPERTOS

Los cuatro entrevistados proporcionaron detalles específicos y concretos sobre las preguntas que se les realizó. Todos comparten en gran mayoría las características y argumentos que debe tener una imagen gráfica de un noticiero estudiantil, así como también su importancia en cuanto a la identidad del mismo.

Los argumentos y detalles técnicos serán tomados en cuenta para la realización de cada pieza gráfica del noticiero estudiantil Click, aplicando estándares utilizados en noticieros de importantes medios de comunicación televisivos a nivel nacional, con el fin de crear profesionalmente una identidad visual al noticiero estudiantil de la Universidad de las Américas.

De esta manera también se contribuirá a que el noticiero Click sea visualmente más llamativo a su audiencia.

4. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

La producción audiovisual consta de 3 etapas fundamentales las cuales contribuyen a la concepción, ejecución y finalización de todo proyecto.

4.1. PREPRODUCCIÓN

“La preproducción es la etapa más trascendental en el proceso de producción audiovisual. En este momento del proceso se fijan los elementos estructurales del trabajo de filmación y se define el equipo técnico y artístico que será parte del proyecto. Es cuando más minuciosamente se deben preparar todos los elementos que conformarán una película, dado que, mientras mejor previstos estén, menores serán los riesgos que se corran, tanto artísticos como económicos” (Sierra, 2011).

Para la preproducción de la gráfica para el noticiero “Click” se mantuvieron reuniones con los responsables de la producción de este noticiero estudiantil, aquí se definieron los parámetros, requerimientos y lineamientos necesarios para crear una gráfica que cumpla con las necesidades y expectativas de la producción.

Se inicio la búsqueda de referencias de noticieros similares de otras universidades a nivel nacional con el fin de crear una imagen innovadora sin recurrir a la utilización de recursos gráficos tradicionales en noticieros.

4.1.1. Definición de colores

La definición de los colores para el noticiero "Click" fue una de las etapas más importantes ya que se debían escoger los colores apropiados para un noticiero estudiantil con características modernas y llamativas pero a su vez que proyecten una sensación de seriedad y veracidad ante los estudiantes de la Universidad de las Américas y la audiencia que mire su noticiero estudiantil por medio de cualquier canal electrónico.

Se plantearon algunas alternativas de colores ante los miembros de la dirección del noticiero y se llegó a la concesión de utilizar el color verde y celeste como colores principales de la identidad del noticiero "Click", por su naturaleza contemporánea, juvenil y llamativa.

4.1.2. Estilo gráfico

La definición del estilo gráfico de "Click" constó de referencias visuales en cuanto a formas a utilizar en la grafica, incluyendo cuadrículas empleadas en el estilo arquitectónico de los edificios de la Universidad de las Américas, las cuales contribuyeron a la definición de un estilo moderno y minimalista al momento de definir la identidad del noticiero.

Para esto fueron utilizadas imágenes de las fachadas de los edificios y que, complementadas con abstracciones en forma de cuadrículas en movimiento, ayudaron a proyectar un producto visualmente atractivo, moderno y juvenil, cumpliendo así con los requisitos de los productores de este espacio informativo.

Se recopilaron imágenes de estudiantes, aulas, laboratorios y demás espacios dentro de los campus que posee la universidad con el propósito de dar un sentido de identidad y pertenencia concreta al noticiero estudiantil.

4.1.3. Técnicas de animación

Para la animación de la presentación y demás piezas graficas se realizó una combinación de animación 3d con objetos modelados, texturizados y animados en Autodesk 3D Studio Max para luego ser compuestos en Adobe After Effects utilizando la técnica de motion graphics mezclando así las imágenes renderizadas en 3d junto con fotografías reales de la infraestructura de los campus dentro de la Universidad de las Américas. De esta manera se definieron las técnicas de animación a utilizar en el proyecto.

4.2. PRODUCCIÓN

4.2.1. Logotipo del noticiero estudiantil “Click”

La producción del noticiero “Click” empezó con el retoque visual y pruebas de colores para el logotipo corporativo.

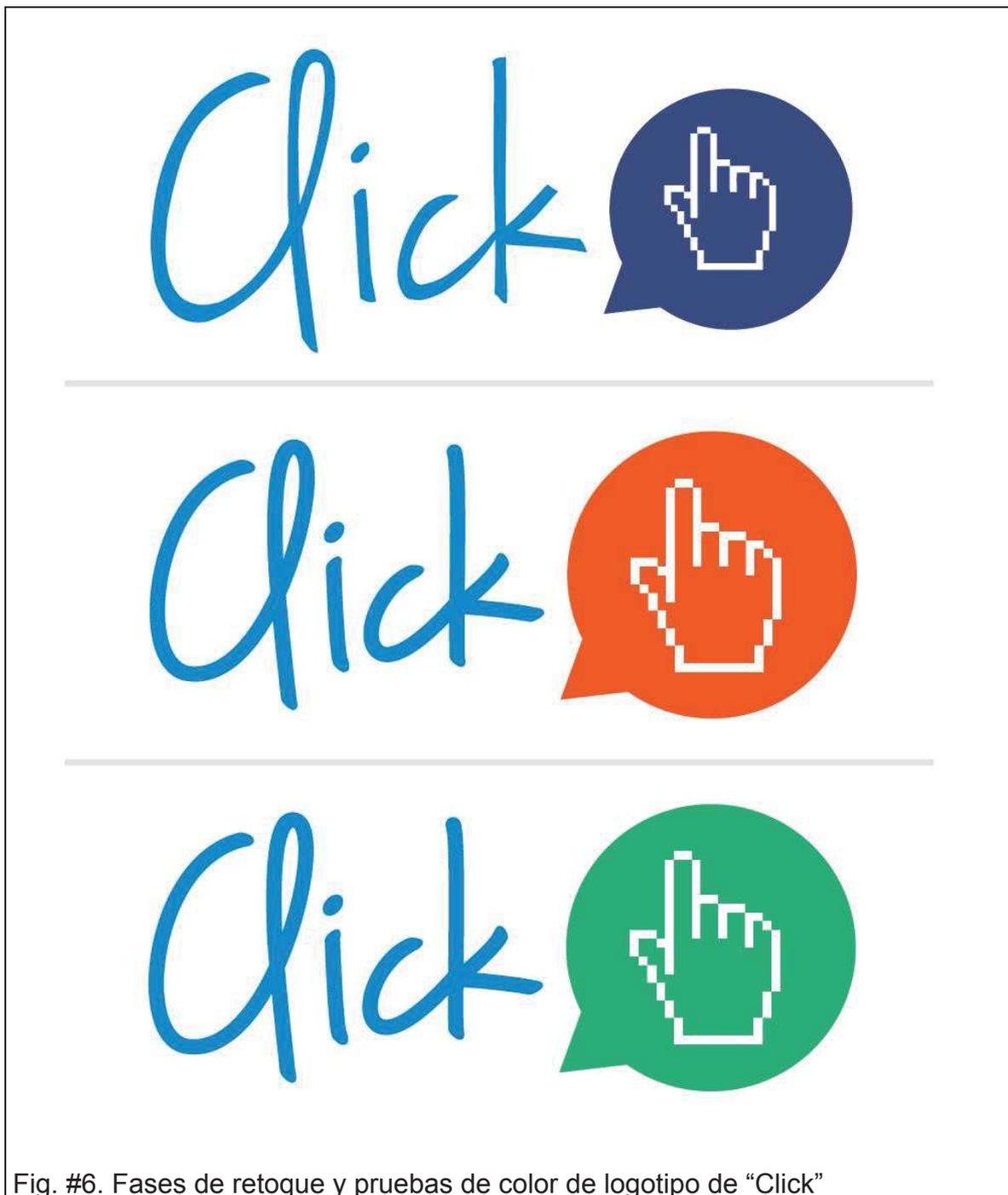


Fig. #6. Fases de retoque y pruebas de color de logotipo de “Click”

4.2.1.1. Modelado del logotipo del noticiero estudiantil “Click”

Una vez aprobado el logotipo y los colores a utilizar en la imagen de "Click" se procedió a la fase de modelado en 3d y texturizado del mismo.

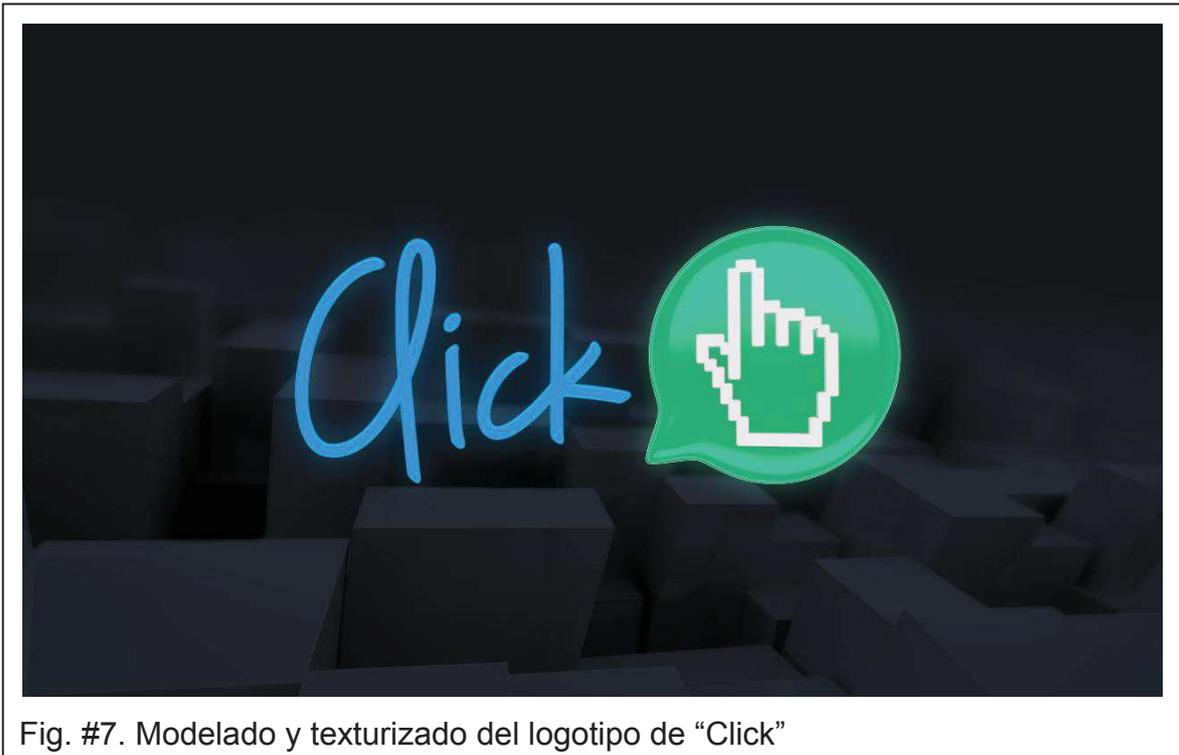


Fig. #7. Modelado y texturizado del logotipo de “Click”

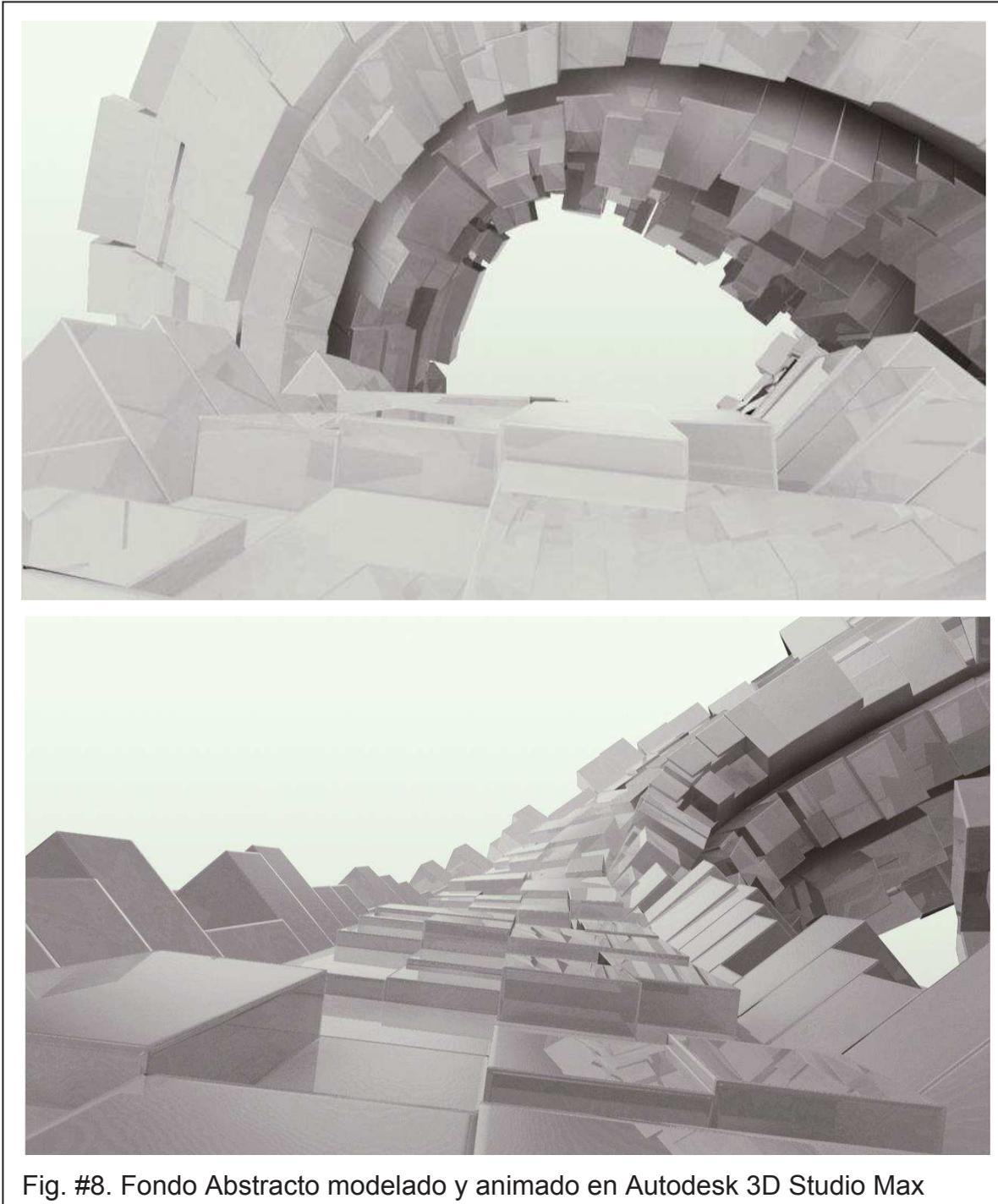
4.2.2. Presentación / Intro noticiero “Click”

La presentación de un noticiero es la pieza gráfica más importante ya que en esta se definen los parámetros, el estilo, colores y lineamientos que tendrán todas las piezas gráficas que pertenezcan al producto audiovisual.

Según Rubina (2009),

“es una secuencia de imágenes que se basa en la presentación de la marca gráfica del canal. En muchos casos, el logotipo adquiere el protagonismo en pantalla, y se exalta su morfología mediante el exceso, muchas veces, de efectos de brillos y luces.”

Para la animación de inicio del noticiero “Click” se realizó una abstracción en 3D de elementos cuadrícula aleatorios y sobrepuestos alusivos a la estructura arquitectónica de los campus de la Universidad de las Américas, combinados con una animación de cámaras a modo de recorrido.



La necesidad de crear un producto audiovisual que inspire un sentido de pertenencia a la Universidad de las Américas condujo también a la utilización de imágenes reales de los campus de la misma fusionados con elementos modulares siguiendo el estilo visual ya antes mencionado con el fin de enriquecer visualmente a la presentación del noticiero “Click”.



Fig. #9. Composición visual de imágenes de campus de la Universidad de las Américas



Fig. #10. Composición visual de imágenes de campus de la Universidad de las Américas

El siguiente paso fue la animación de un elemento decorativo que vaya acorde a la identidad visual del logotipo del noticiero, de esta manera se utilizó el recurso del cursor de mano proveniente del mismo logotipo de “Click”.



Fig. #11. Animación del cursor de mano del logotipo “Click” en Autodesk 3D Studio Max

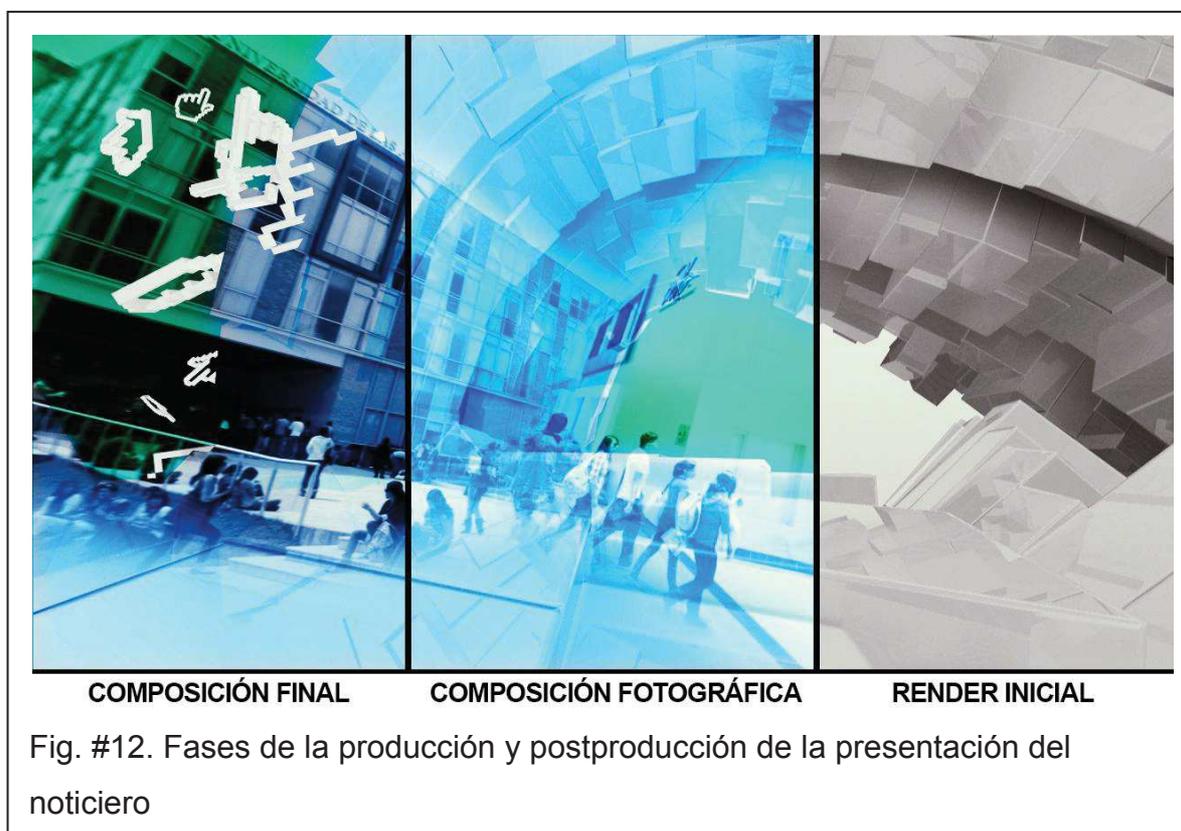
4.3. POST-PRODUCCIÓN

“La postproducción se identifica en el ámbito audiovisual con el trabajo de integración en un único soporte que se lleva a cabo a partir una materia prima potencialmente heterogénea, compuesta por imágenes, sonidos, textos y gráficos, grabados o sintetizados” (Rubio, 2006, pp. 26).

Una vez culminada la animación en 3d de la presentación del noticiero “Click” se procedió a la armada y composición de las piezas visuales utilizando como herramienta el software Adobe AfterEffects.

En este proceso se tomó en cuenta los colores verde y celeste de la identidad visual del logotipo del noticiero, así como también todos los recursos gráficos realizados en la etapa de producción.

El proceso consistió también en la adición de efectos visuales y corrección de color, así como la animación de los mismos.



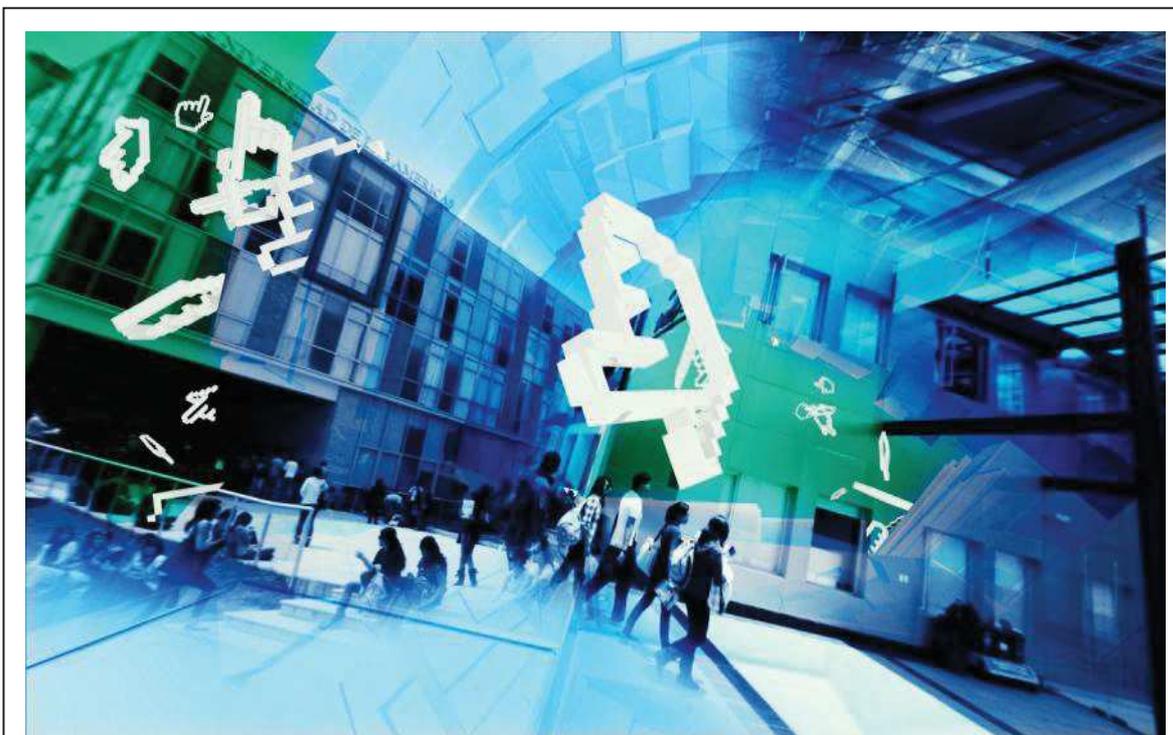


Fig. #13. Presentación del noticiero "Click"



Fig. #14. Presentación del noticiero "Click"

El final de la presentación fue compuesta con una animación del logotipo haciendo alusión a su nombre "Click"

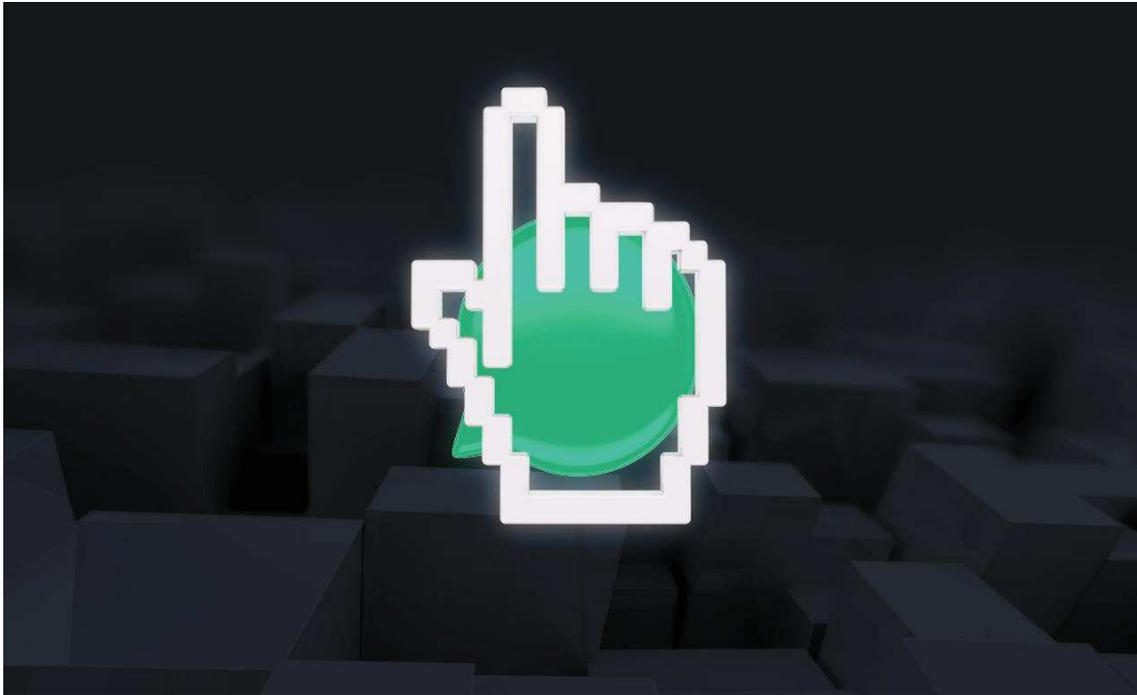


Fig. #15. Animación del logotipo de "Click"

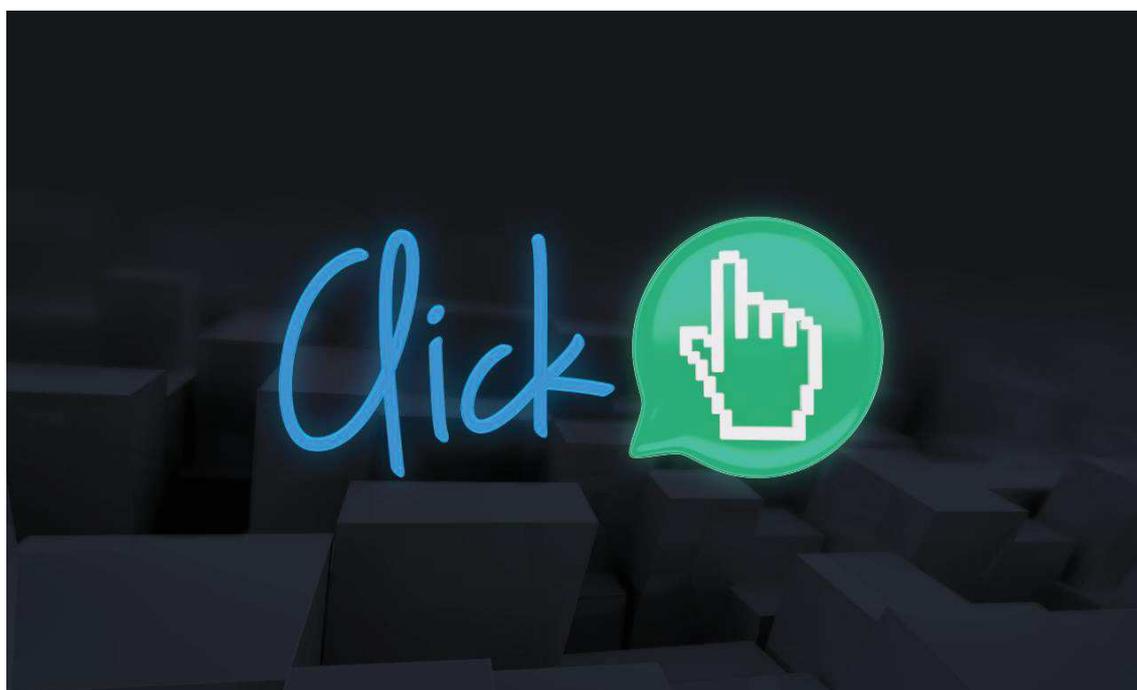


Fig. #16. Animación del logotipo de "Click"

4.3.1. Sobreimposiciones de caracteres y titulares

“Comúnmente se asocia el nombre GC, a la viñeta que acompaña a la mayoría de los programas de televisión y que describe nombres y situaciones” (Rubina, 2009)

Tal como lo dice Rubina, las sobreimposiciones sirven para mostrar información en texto relevante al reportaje que se está mostrando en pantalla, así como también nombres de personas, lugares, acontecimientos que esté narrando el reportero

Para el diseño y animación de sobreimposiciones del noticiero “Click” se utilizaron recursos de la presentación así como los colores corporativos.



Fig. #17. Sobreimposición de una línea para noticiero “Click”



Fig. #18. Sobreimposición de dos líneas para noticiero "Click"



Fig. #19. Titulares para noticiero "Click"

4.3.2. Cuadros de texto

Los cuadros de texto son utilizados en los noticieros como un recurso informativo de texto relevante al reportaje que se está presentando, con el fin de que el televidente pueda apreciar de manera visual cifras y valores, así como también nombres, comunicados, etc.



Fig. #20. Cuadros con valores comparativos

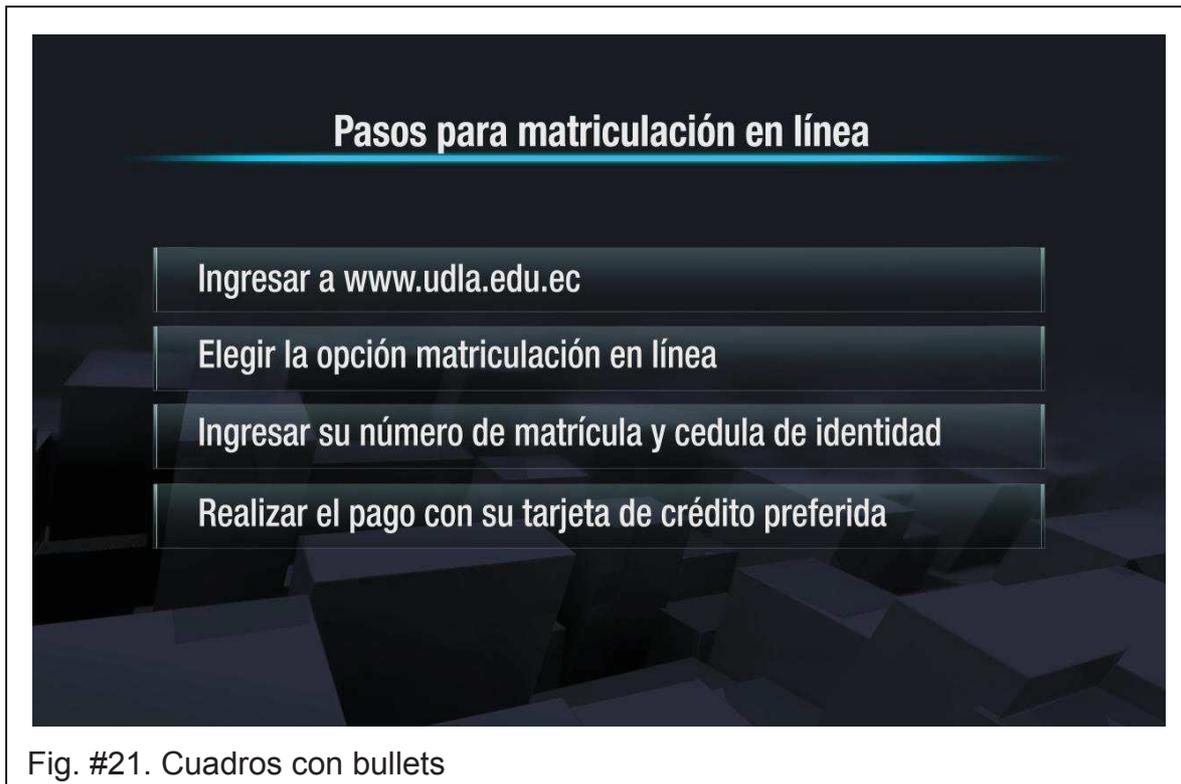


Fig. #21. Cuadros con bullets

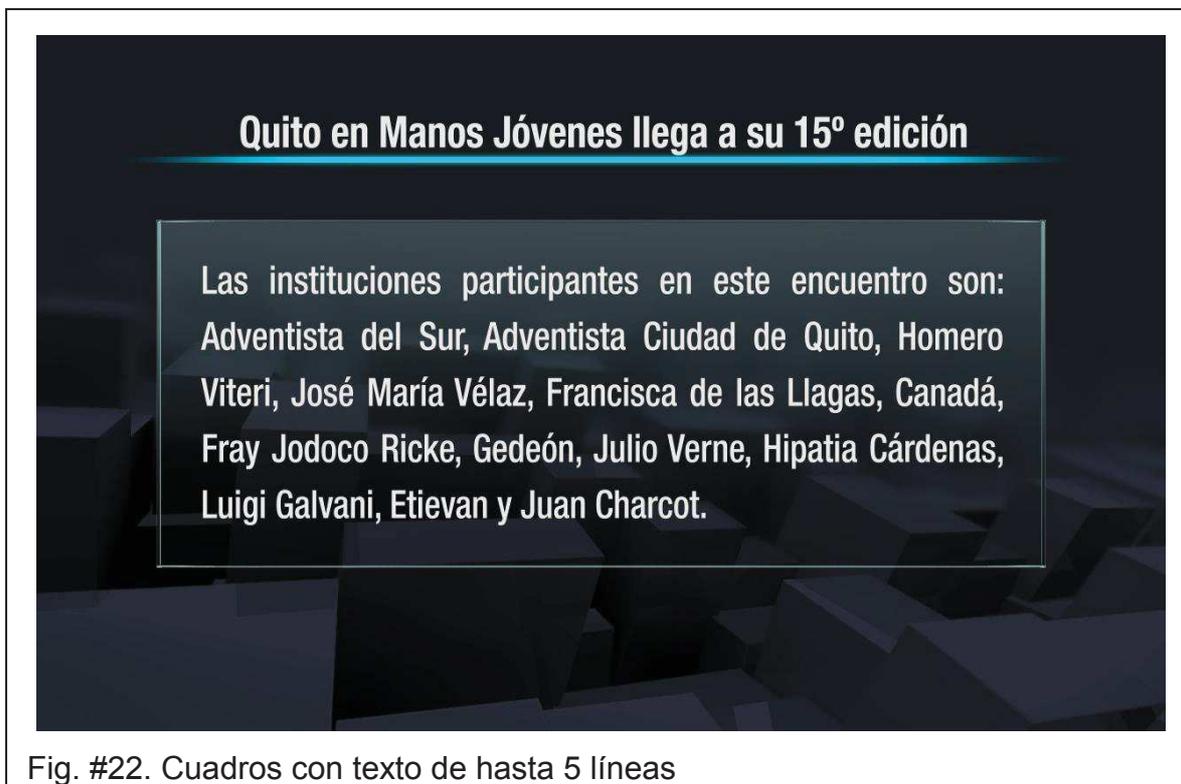


Fig. #22. Cuadros con texto de hasta 5 líneas

4.4. ESCENOGRAFÍA

La escenografía es el espacio físico que se utiliza para la presentación del noticiero, en el caso de “Click” debía ser una escenografía modular que sea de fácil transporte y manipulación ya que la presentación de este noticiero estudiantil se la realizaba en exteriores de la Universidad de las Américas.

Como propuesta se realizó una composición de 3 bastidores con lona impresa que vayan acorde con la gráfica, el logotipo y los colores de “Click”.



Fig. #23. Bastidores de lona impresa / Escenografía Noticiero “Click”

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Los noticieros estudiantiles de las universidades han surgido ante la necesidad de que los estudiantes de las facultades de comunicación y periodismo desarrollen sus prácticas y a su vez informen a los demás estudiantes sobre las noticias de la universidad.
- La línea gráfica de un noticiero es una parte muy importante de la producción, debido a que permite que el noticiero pueda llamar la atención visual del televidente ya que aporta con dinamismo y creatividad.
- Los colores utilizados en la imagen institucional de un noticiero van de la mano con el tipo de audiencia al que va dirigido ese espacio informativo.
- Los elementos utilizados en la línea gráfica de un noticiero dependen de los requisitos de la producción, por esto no hay una lista específica, más bien lo que sí se debe tomar en cuenta es que en caso de requerir una pieza gráfica adicional, esta deberá seguir la misma forma, color y composición de toda la línea gráfica ya establecida.
- Motivar a los diseñadores y animadores digitales a desarrollarse profesionalmente dentro del campo de la televisión y sus programas.
- Incentivar a los estudiantes de carreras a fines a la comunicación a crear espacios informativos que sean visualmente creativos, llamativos e innovadores.

REFERENCIAS

- Carreras, O. (2008). Reseña: "Psicología del color" de Eva Heller. Recuperado el 10 de octubre de 2013 de <http://olgacarreras.blogspot.com.es/2008/11/resea-psicologa-del-color-de-eva-heller.html>
- Goethe, J. (1992). Teoría de los colores. Colegio Oficial de Arquitectos de Murcia, España.
- Heller, E. (2008). Psicología del Color. Gustavo Gilli SA. Barcelona.
- Hernández, Fernández, C. & Baptista, P. (2007). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill, México.
- Ortiz, G. (2011). El significado de los colores. 3a. Ed. Trillas, México.
- Pawlik, J. (1996). Teoría del color. Paidós, Barcelona.
- Rubina, O. (2009). Identidad Audiovisual. Recuperado el 5 de octubre de 2013 de <http://snaphd.tumblr.com/post/230213563/elementos-graficos-en-pantalla>.
- Rubio, A. (2006). Producción audiovisual. Recuperado el 10 de septiembre de 2014 <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10457/rubio.pdf;jsessionid=A24D3CD0CBBCE35A246D6F5787D5BE0C.tdx2?sequence=1>
- Sierra, G. (2011). Producción audiovisual. Recuperado el 2 de febrero de 2014 http://escritorioalumnos.educ.ar/datos/recursos/produccion_audiovisual_3.pdf
- Noticiero 7 días en la técnica (2014). Canal de Youtube. Recuperado el 20 de noviembre de 2014 de <https://www.youtube.com/user/utpl/videos>
- Notihemisferios UDLH (2014). Canal de Youtube. Recuperado el 20 de noviembre de 2014 de https://www.youtube.com/channel/UCBupYJBPgKpdk6q6_2VjM6Q
- Tv Noticias PUCE (2014). Canal de Youtube. Recuperado el 20 de noviembre de 2014 de <https://www.youtube.com/user/videosPUCE>
- Click UDLA (2014). Canal de Youtube. Recuperado el 20 de noviembre de 2014 de <https://www.youtube.com/user/ClickUDLA>

ANEXOS

ENTREVISTAS A EXPERTOS

Milton Pérez

Productor Ejecutivo Noticiero 24 Horas – Teleamazonas

1. **¿Dentro de la producción de un noticiero por qué es importante que este tenga una imagen gráfica específica para su medio?**

Es importante porque se marca una identidad que es relacionada y familiarizada por el televidente.

2. **¿Cuáles son los colores más apropiados para utilizar en una gráfica para noticiero?**

Colores fuertes, vivos.

3. **¿Cuáles son los elementos gráficos indispensables que debe contener una propuesta de imagen de un noticiero?**

Un icono o logotipo, un opening de presentación, una línea clara de elementos que identifiquen al noticiero (sobreimposiciones, banners, etc).

4. **¿En qué factor influye la psicología del color en una imagen para un noticiero?**

Atrae, identifica, familiariza, crea fidelidad.

5. **¿Qué estilo gráfico considera usted que es más llamativo para la audiencia de un noticiero estudiantil?**

Sobrio, con letras claras, colores contrastes.

6. **¿Cómo lograr que un producto gráfico llame la atención de la audiencia dentro de una universidad?**

Con la fuerza de la creatividad y lo bien logrado del paquete gráfico.

- 7. ¿Es conveniente separarse de la imagen institucional ya establecida de una universidad con el fin de crear un producto audiovisual?**

No necesariamente, creo que se debe apoyar en la imagen institucional teniendo una especie de sub línea.

- 8. ¿Cuánto debe durar una presentación de inicio de un noticiero?**

De 10 a 15 segundos.

- 9. ¿Cuál es el número ideal de tiros de cámara que debería tener una escenografía para un programa de noticias?**

Debe tener mínimo tres tiros de cámara.

- 10. ¿Qué sensaciones cree usted que debería transmitir la gráfica de un noticiero dirigido a estudiantes universitarios?**

Seguridad, confianza, credibilidad.

Julián Ceballos

Productor Noticiero Televistazo Guayaquil - Ecuavisa

- 1. ¿Dentro de la producción de un noticiero por qué es importante que este tenga una imagen gráfica específica para su medio?**

La gráfica de un noticiero es importante para que este tenga una identidad definida que la haga diferente de los otros noticieros.

- 2. ¿Cuáles son los colores más apropiados para utilizar en una gráfica para noticiero?**

Regularmente se usa entre los colores azules que inspiran al televidente vigor y confianza; y naranja que da la sensación de energía.

- 3. ¿Cuáles son los elementos gráficos indispensables que debe contener una propuesta de imagen de un noticiero?**

Para mi lo mas indispensable son imágenes y en movimiento son mucho mejor, bien dicen que una imagen vale mas que mil palabras, el resto ya queda a gusto e imaginación

- 4. ¿En qué factor influye la psicología del color en una imagen para un noticiero?**

Influye en que el televidente conozca que tipo de noticiero esta viendo, influye en la credibilidad, incluso en lo dinámico que pueda ser.

- 5. ¿Qué estilo gráfico considera usted que es más llamativo para la audiencia de un noticiero estudiantil?**

Considero que debe ser un estilo sobrio y a la vez que venda credibilidad y profesionalismo, muchas veces tan solo con ver la gráfica te engancha para ver un producto.

- 6. ¿Cómo lograr que un producto gráfico llame la atención de la audiencia dentro de una universidad?**

Por medio de la creatividad lograda en el diseño del producto gráfico.

- 7. ¿Es conveniente separarse de la imagen institucional ya establecida de una universidad con el fin de crear un producto audiovisual?**

No es una regla pero a mi personalmente no me parece conveniente, siempre deben ir de la mano: la imagen institucional con el producto audiovisual, sino serian dos temas completamente diferentes.

- 8. ¿Cuánto debe durar una presentación de inicio de un noticiero?**

Debe durar máximo 20 segundos.

- 9. ¿Cuál es el número ideal de tiros de cámara que debería tener una escenografía para un programa de noticias?**

En la tv como en el mundo todo esta inventado, no creo que haya un parámetro de tiros de cámara establecidos todo depende del tipo de escenografía que tengas puedes tener mínimo 2 y máximo lo que la creatividad y la fotografía te permitan.

- 10. ¿Qué sensaciones cree usted que debería transmitir la gráfica de un noticiero dirigido a estudiantes universitarios?**

Creo que la misma sensación de un noticiero normal solo que un poco mas juvenil pero siempre tratando de llamar la atención con gráficas o animaciones llamativas.

Xavier Suárez

Productor Nacional Noticiero 24 Horas - Teleamazonas

- 1. ¿Dentro de la producción de un noticiero por qué es importante que este tenga una imagen gráfica específica para su medio?**

Porque es parte de la identidad y la personalidad de un programa y mucho más si es de un programa informativo.

- 2. ¿Cuáles son los colores más apropiados para utilizar en una gráfica para noticiero?**

Colores primarios de alto contraste que den fuerza y calidez a los contenidos.

- 3. ¿Cuáles son los elementos gráficos indispensables que debe contener una propuesta de imagen de un noticiero?**

Opening, barras gráficas, cuadros o infografías, ganchos, separadores.

- 4. ¿En qué factor influye la psicología del color en una imagen para un noticiero?**

En gran manera ya que predispone o indispone al televidente.

- 5. ¿Qué estilo gráfico considera usted que es más llamativo para la audiencia de un noticiero estudiantil?**

Cálido, fresco, liviano.

- 6. ¿Cómo lograr que un producto gráfico llame la atención de la audiencia dentro de una universidad?**

Por medio de la combinación de colores y formas que llamen la atención de los estudiantes.

- 7. ¿Es conveniente separarse de la imagen institucional ya establecida de una universidad con el fin de crear un producto audiovisual?**

Si la imagen de la universidad es muy sobria, no hay ningún problema en realizar un producto audiovisual que contenga colores llamativos.

- 8. ¿Cuánto debe durar una presentación de inicio de un noticiero?**

Entre 10 y 15 segundos.

- 9. ¿Cuál es el número ideal de tiros de cámara que debería tener una escenografía para un programa de noticias?**

Debe tener 3 o 4 tiros de cámara.

- 10. ¿Qué sensaciones cree usted que debería transmitir la gráfica de un noticiero dirigido a estudiantes universitarios?**

Debe transmitir una sensación de frescura y modernidad.

Lorena Quezada

Productora Noticiero Televistazo Quito –Ecuavisa

- 1. ¿Dentro de la producción de un noticiero por qué es importante que este tenga una imagen gráfica específica para su medio?**

Es importante para el televidente ya q por medio de una imagen definida establece y reconoce la identidad y posicionamiento del noticiero en la mente del espectador.

- 2. ¿Cuáles son los colores más apropiados para utilizar en una gráfica para noticiero?**

Azul, naranja y rojo.

- 3. ¿Cuáles son los elementos gráficos indispensables que debe contener una propuesta de imagen de un noticiero?**

Banners e infografías.

- 4. ¿En qué factor influye la psicología del color en una imagen para un noticiero?**

En la percepción y respuesta que se obtenga del espectador.

- 5. ¿Qué estilo gráfico considera usted que es más llamativo para la audiencia de un noticiero estudiantil?**

Poco texto, imágenes llamativas y claras y colores apropiados.

- 6. ¿Cómo lograr que un producto gráfico llame la atención de la audiencia dentro de una universidad?**

Adaptando colores institucionales al programa, animaciones o figuras utilizadas.

- 7. ¿Es conveniente separarse de la imagen institucional ya establecida de una universidad con el fin de crear un producto audiovisual?**

La imagen institucional crea gran impacto de posicionamiento dentro de un grupo, sin embargo al tratarse de un producto audiovisual que forma parte de la misma universidad no es necesario que este comparta la misma línea gráfica.

- 8. ¿Cuánto debe durar una presentación de inicio de un noticiero?**

De 10 a 15 segundos

- 9. ¿Cuál es el número ideal de tiros de cámara que debería tener una escenografía para un programa de noticias?**

Ideal: 5 tiros de cámara

Básico: 3 tiros de cámara

- 10. ¿Qué sensaciones cree usted que debería transmitir la gráfica de un noticiero dirigido a estudiantes universitarios?**

Interés, jovialidad, dinamismo, veracidad, actualidad.