



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA**  
**ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

**DESARROLLO DE UN INFOMERCIAL PARA LA PROMOCIÓN**  
**DE LAS CARRERAS DE LA FACULTAD DE INFORMÁTICA Y**  
**ELECTRÓNICA ESPOCH**

Trabajo de titulación presentado para optar al grado

Académico de:

**INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO**

**AUTOR: LUIS ALBERTO HERNÁNDEZ MEJÍA**

**TUTOR: LCDO. DIEGO TAPIA**

Riobamba - Ecuador

2016

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO**

El Tribunal de Tesis certifica que: El trabajo de investigación “DESARROLLO DE UN INFOMERCIAL PARA LA PROMOCIÓN DE LAS CARRERAS DE LA FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA ESPOCH”, de responsabilidad del señor Luis Alberto Hernández Mejía, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal de Tesis, quedando autorizada su presentación.

<b>NOMBRE</b>	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Dr. Miguel Tasambay <b>DECANO</b>	.....	.....
Dis. Mónica Sandoval <b>DIRECTORA DE ESCUELA</b>	.....	.....
Lcdo. Diego Tapia <b>DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	.....	.....
Lcda. Blanquita Naula <b>MIEMBRO TRIBUNAL.</b>	.....	.....

Yo Luis Alberto Hernández Mejía, soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis de Grado y el patrimonio intelectual de la misma pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

.....

Luis Alberto Hernández Mejía

## **DEDICATORIA**

A Dios y a Mi Madre: Rocío por el apoyo y el esfuerzo incondicional que me han brindado durante toda la vida apoyándome siempre en todo cuanto he querido hacer.

A mis hijos Leo y Leah, por ser el motivo por lo cual cada mañana me levanto con ganas de luchar y triunfar en la vida.

A mi esposa Cristina, que con su apoyo y palabras de aliento he sobrellevado toda dificultad que la vida me ha puesto en mi camino.

A mis hermanos y mi sobrina que de alguna u otra forma me ayudaron a seguir adelante.

A mis amigos que con sus palabras, y camaradería me brindaron su ayuda y apoyo incondicional.

A todas las personas que directa o indirectamente me extendieron la mano para culminar esta etapa de mi vida.

**Luis Alberto Hernández Mejía**

## **AGRADECIMIENTO**

A las personas que conforman la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, tanto a las autoridades, docentes así como también personal administrativo de la Facultad de Informática y Electrónica y la Escuela de Diseño Gráfico.

A Dios, a mi Madre, quien con su amor infinito supo sacarme adelante a pesar de todas las barreras y dificultades que la vida le puso en su camino. Gracias a ti hoy soy lo soy.

A mi Esposa, por ser una mujer excepcional, por tu apoyo y comprensión en las buenas y en las malas siempre estás tú.

A mis adorables hijos son por sobre todo, lo mejor que la vida me ha dado. Los llevo siempre en mi corazón y en mi mente.

A mis apreciables amigos por todo el apoyo que me brindaron, por las veces que estuvieron allí para seguir adelante juntos, de manera especial a Víctor, Javier, Enrique, Ely y Miguel por su empuje y ayuda tan necesaria.

A Eliecer que se ha convertido en un amigo que me ha brindado su apoyo y ayuda.

Al Ingeniero Hugo Gálvez, que con su sabiduría y buena voluntad me brindo los conocimientos necesarios para el desarrollo de este proyecto.

A todas aquellas personas que contribuyeron de una u otra forma a la culminación de mi carrera, en especial al Lcdo. Diego Tapia y Lcda. Blanquita Naula, quienes me supieron guiar y orientar en el transcurso de este proyecto.

**Luis Alberto Hernández Mejía**

## TABLA DE CONTENIDO

	Páginas
Certificación.....	i
Declaratoria de Responsabilidad.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Índice General.....	v
Índice de Figuras.....	xi
Índice de Tablas.....	xiv
Resumen.....	xv
Summary.....	xvi
Introducción.....	xvii
Justificación.....	xviii
Objetivos.....	xix

## CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Relaciones entre funciones .....	1
1.2 Especificación de funciones .....	2
1.2.1 Escuela de Diseño Gráfico.....	2
1.2.2 Escuela de Ingeniería en Sistemas.....	4
1.2.3 Escuela De Ingeniería En Electrónica Control Y Redes Industriales.....	7
1.2.4 Escuela De Ingeniería En Electrónica, Telecomunicaciones Y Redes.....	9
1.3 Estructura General.....	10
1.4 Campo ocupacional y lugares de ocupación.....	11

<b>1.5</b>	<b>Compilación de información de la identidad corporativa de la FIE-</b>	
	<b>ESPOCH.....</b>	<b>16</b>
<b>1.5.1</b>	<b>La marca.....</b>	<b>16</b>
<b>1.5.2</b>	<b>El logotipo.....</b>	<b>16</b>
<b>1.5.3</b>	<b>Análisis de la marca FIE.....</b>	<b>17</b>
1.5.3.1	Logotipo.....	17
1.5.3.2	Factor X.....	17
1.5.3.3	Zona de seguridad y uso mínimo del logotipo.....	17
1.5.3.4	Usos y Variantes del logotipo.....	18
1.5.3.5	Colores Corporativos.....	19
1.5.3.6	Tipografía Corporativa.....	19
<b>1.5.4</b>	<b>Análisis de la marca Escuela Diseño Gráfico.....</b>	<b>20</b>
1.5.4.1	Logotipo.....	20
1.5.4.2	Factor X.....	20
1.5.4.3	Zona de seguridad y uso mínimo del logotipo.....	20
1.5.4.4	Usos y Variantes del logotipo.....	21
1.5.4.5	Colores Corporativos.....	22
1.5.4.6	Tipografía Corporativa.....	22
<b>1.5.5</b>	<b>Análisis de la marca Escuela Ingeniería En Sistemas.....</b>	<b>22</b>
1.5.5.1	Logotipo.....	22
1.5.5.2	Factor X.....	23
1.5.5.3	Zona de seguridad y uso mínimo del logotipo.....	23
1.5.5.4	Usos y Variantes del logotipo.....	24
1.5.5.5	Colores Corporativos.....	25
<b>1.5.6</b>	<b>Análisis de la marca Escuela Electrónica Control Y Redes</b>	
	<b>Industriales.....</b>	<b>25</b>
1.5.6.1	Logotipo.....	25
1.5.6.2	Factor X.....	25

1.5.6.3	<i>Zona de seguridad y uso mínimo del logotipo.....</i>	26
1.5.6.4	<i>Usos y Variantes del logotipo.....</i>	27
1.5.6.5	<i>Colores Corporativos.....</i>	27
1.5.6.6	<i>Tipografía Corporativa.....</i>	27
<b>1.5.7</b>	<b><i>Análisis de la marca Escuela Electrónica, Telecomunicaciones Y</i></b>	
<b>Redes.....</b>		<b>28</b>
1.5.7.1	<i>Logotipo.....</i>	28
1.5.7.2	<i>Factor X.....</i>	28
1.5.7.3	<i>Zona de seguridad y uso mínimo del logotipo.....</i>	28
1.5.7.4	<i>Usos y Variantes del logotipo.....</i>	29
1.5.7.5	<i>Colores Corporativos.....</i>	30
1.5.7.6	<i>Tipografía Corporativa.....</i>	30
<b>1.6</b>	<b><i>Que es el infomercial.....</i></b>	<b>30</b>
1.6.1	<i>La estructura espacial en el infomercial.....</i>	30
1.6.2	<i>El concepto de plano y toma del infomercial.....</i>	31
1.6.2.1	<i>Plano en término de tamaño.....</i>	32
1.6.2.2	<i>Plano en termino de movimiento.....</i>	34
1.6.2.3	<i>Plano en término de duración.....</i>	35
1.6.3	<i>El encuadre en el infomercial.....</i>	35
1.6.3.1	<i>El campo de visión.....</i>	35
1.6.3.2	<i>El aire superior.....</i>	35
1.6.3.3	<i>Aire lateral y dirección.....</i>	36
1.6.3.4	<i>Encuadre de planos cortos.....</i>	36
1.6.3.5	<i>Plano detalle.....</i>	36
1.6.3.6	<i>El fondo.....</i>	37
1.6.4	<i>El concepto de plano.....</i>	37
1.6.4.1	<i>Campo vacío.....</i>	38
1.6.4.2	<i>Forma que determina el espacio off.....</i>	38

1.6.4.3	<i>El sonido</i> .....	38
<b>1.6.5</b>	<b><i>Sistemas de grabación y formatos de video para infomercial</i></b> .....	<b>38</b>
1.6.5.1	<i>Sistema de video digital</i> .....	38
1.6.5.1.1	Conceptos básicos de video digital.....	39
1.6.5.2	<i>Formatos de video digital</i> .....	40
<b>1.6.6</b>	<b><i>Sonido en el infomercial</i></b> .....	<b>43</b>
1.6.6.1	<i>Intensidad</i> .....	44
1.6.6.2	<i>Tono</i> .....	44
1.6.6.3	<i>Timbre</i> .....	44
1.6.6.4	<i>Control de nivel y mezcla</i> .....	45
<b>1.6.7</b>	<b><i>Iluminación en el Infomercial</i></b> .....	<b>45</b>
1.6.7.1	<i>Coherencia de la luz</i> .....	45
1.6.7.2	<i>Temperatura de color</i> .....	47
1.6.7.3	<i>Fuentes de luz artificial</i> .....	48
1.6.7.4	<i>Intensidad de la luz</i> .....	48
1.6.7.5	<i>Control de intensidad variando la distancia</i> .....	49
1.6.7.6	<i>La iluminación de tres puntos (triángulo básico)</i> .....	49
<b>1.7</b>	<b>Medios de difusión del infomercial</b> .....	<b>51</b>
1.7.1	<i>Concepto</i> .....	51
1.7.2	<i>La televisión</i> .....	51
1.7.3	<i>Internet</i> .....	54

## **CAPITULO II**

<b>2.</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>58</b>
<b>1.8</b>	<b>Modalidad de Investigación</b> .....	<b>58</b>
<b>1.9</b>	<b>Tipos de Investigación</b> .....	<b>58</b>
<b>1.10</b>	<b>Población y Muestra</b> .....	<b>58</b>
<b>1.11</b>	<b>Métodos, Técnicas e Instrumentos</b> .....	<b>58</b>

1.12	Diseño de los Instrumentos de Investigación.....	59
1.12.1	Fichas de observación.....	59

### CAPITULO III

#### 3. PLAN DE MEDIOS. PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y

	POSTPRODUCCIÓN.....	60
3.1	Plan de medios.....	60
3.1.1	Objetivo.....	60
3.1.2	Análisis del target.....	60
3.1.3	Estrategia.....	60
3.1.4	Canales.....	61
3.1.5	Medios.....	61
3.1.6	Definición del formato.....	61
3.1.7	Presupuesto.....	61
3.1.8	Calendario / Timing.....	61
3.2	Preproducción .....	61
3.2.1	Idea creativa.....	62
3.2.2	Grupo de trabajo.....	62
3.2.3	Locaciones.....	62
3.2.4	Guion Literario.....	63
3.2.5	Storyboard.....	67
3.2.6	Equipo.....	73
3.2.7	Desarrollo de Agendas de Rodaje.....	74
3.2.8	Plan de trabajo.....	74
3.2.9	Presupuesto.....	75
3.3	Producción y rodaje.....	76
3.4	Posproducción.....	78
3.4.1	Recolección de material.....	78

3.4.2	<i>Selección de material</i> .....	79
3.4.3	<i>Manipulación de material</i> .....	79
3.4.4	<i>Edición del infomercial</i> .....	80
3.4.5	<i>Masterización y montaje de audio</i> .....	81
3.4.6	<i>Montaje de texto y efectos</i> .....	83
3.4.7	<i>Renderización</i> .....	83
<b>CONCLUSIONES</b> .....		<b>84</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....		<b>85</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....		<b>A</b>
<b>ANEXOS</b> .....		<b>B</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Fig. 1.1 Facultad de Informática y Electrónica .....	17
Fig. 1.2 Factor X Facultad de Informática y Electrónica.....	17
Fig. 1.3 Zona Facultad de Informática y Electrónica.....	17
Fig. 1.4 Min Facultad de Informática y Electrónica.....	18
Fig. 1.5 Min Facultad de Informática y Electrónica.....	18
Fig. 1.6 Usos Facultad de Informática y Electrónica.....	18
Fig. 1.7 Variante Facultad de Informática y Electrónica.....	19
Fig. 1.8 Colores Facultad de Informática y Electrónica.....	19
Fig. 1.9 Tipografía Facultad de Informática y Electrónica.....	19
Fig. 1.10 Diseño Gráfico.....	20
Fig. 1.11 Factor X Diseño Gráfico.....	20
Fig. 1.12 Seguridad Diseño Gráfico.....	20
Fig. 1.13 Min Diseño Gráfico.....	21
Fig. 1.14 Min Diseño Gráfico.....	21
Fig. 1.15 Usos Diseño Gráfico.....	21
Fig. 1.16 Variante Diseño Gráfico.....	21
Fig. 1.17 Colores Diseño Gráfico.....	22
Fig. 1.18 Tipografía Diseño Gráfico.....	22
Fig. 1.19 Sistemas.....	22
Fig. 1.20 factor X Sistemas.....	23
Fig. 1.21 Seguridad Sistemas.....	23
Fig. 1.22 Min Sistemas.....	23
Fig. 1.23 Min Sistemas.....	23
Fig. 1.24 Usos Sistemas.....	24
Fig. 1.25 Variantes Sistemas.....	24
Fig. 1.26 Colores Sistemas.....	25

Fig. 1.27 Electrónica Control.....	25
Fig. 1.28 Factor X Electrónica Control.....	25
Fig. 1.29 Seguridad Electrónica Control.....	26
Fig. 1.30 Min Electrónica Control.....	26
Fig. 1.31 Min Electrónica Control.....	26
Fig. 1.32 Usos Electrónica Control.....	27
Fig. 1.33 Variantes Electrónica Control.....	27
Fig. 1.34 Colores Electrónica Control.....	27
Fig. 1.35 Tipografía Electrónica Control.....	27
Fig. 1.36 Electrónica, Telecomunicaciones.....	28
Fig. 1.37 Factor X Electrónica, Telecomunicaciones.....	28
Fig. 1.38 Seguridad Electrónica, Telecomunicaciones.....	28
Fig. 1.39 min Electrónica, Telecomunicaciones.....	29
Fig. 1.40 min Electrónica, Telecomunicaciones.....	29
Fig. 1.41 Uso Electrónica, Telecomunicaciones.....	29
Fig. 1.42 Variante Electrónica, Telecomunicaciones.....	29
Fig. 1.43 Colores Electrónica, Telecomunicaciones.....	30
Fig. 1.44 Tipografía Electrónica, Telecomunicaciones.....	30
Fig. 1.45 Planos.....	33
Fig. 1.46 Planos.....	33
Fig. 1.47 Planos.....	34
Fig. 1.48 Planos.....	34
Fig. 1.49 Planos.....	36
Fig. 1.50 Planos.....	36
Fig. 1.51 Luz.....	50
Fig. 2.1 Ficha de Observación.....	59
Fig. 3.1 Story board.....	67
Fig. 3.2 Story board.....	68

Fig. 3.3 Story board.....	68
Fig. 3.4 Story board.....	69
Fig. 3.5 Story board.....	69
Fig. 3.6 Story board.....	70
Fig. 3.7 Story board.....	70
Fig. 3.8 Story board.....	71
Fig. 3.9 Story board.....	71
Fig. 3.10 Story board.....	72
Fig. 3.11 Story board.....	72
Fig. 3.12 Story board.....	73
Fig. 3.13 Selección.....	79
Fig. 3.14 Manipulación.....	79
Fig. 3.15 Edición.....	80
Fig. 3.16 Audio.....	81
Fig. 3.17 Audio.....	82
Fig. 3.18 Audio.....	82
Fig. 3.19 Texto.....	83
Fig. 3.20 Texto.....	83

## ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1.1 Fuentes de luz.....	47
Tabla 3.1 Grupo Trabajo.....	62
Tabla 3.2 Locaciones.....	62
Tabla 3.3 Guion.....	63
Tabla 3.4 Equipos.....	73
Tabla 3.5 Agendas.....	74
Tabla 3.6 Plan de Trabajo.....	74
Tabla 3.7 Presupuesto.....	75
Tabla 3.8 Producción y rodaje.....	78

## RESÚMEN

*Se desarrolló este material audiovisual llamado infomercial para promocionar las carreras de la Facultad De Informática y Electrónica de la ESPOCH. Mediante la técnica de investigación entrevista y conjuntamente con el instrumento de las fichas de observación se localizó nuestro público objetivo y el mejor medio para la difusión del material, arrojando como resultado siguiente: el material audiovisual está dirigido a personas hombres y mujeres de entre 17 a 25 años de edad, de todas las clases sociales, a nivel nacional y como la promoción es en un medio Internet el cual es global y de gran alcance, se observó además que es un público el cual brinda mucho su tiempo libre a navegar en las plataformas virtuales como redes sociales. Este proyecto tuvo varias etapas para su elaboración las cuales son: la etapa de la preproducción, es la más trascendental en el proceso de producción audiovisual, en esta se fijan los elementos estructurales del trabajo de producción. La siguiente es la producción y rodaje en sí del producto. Al final está la postproducción en la cual se edita, y se optimiza la pieza gráfica para su lanzamiento. Con el desarrollo de este producto audiovisual se llegará con la información a nuestro público objetivo, además de enriquecer en gran porcentaje al conocimiento de su autor.*

**Palabras claves:** <Infomercial, producción audiovisual, FIE, ESPOCH, promoción FIE, Facultad de Informática y Electrónica.>

## SUMMARY

*An audiovisual material called infomercial has been developed in order to promote the careers of Computing and Electronics Faculty at ESPOCH. The target public and the best media for material campaign were found by means of interview and the observation cards. The following results were gotten: This material is for men and women from 17 to 25 years old of all social classes at a national level and the promotion is an internet media which is global and from wide circulation. It was observed that is a public who spend their free time browsing in the virtual platforms such as social nets. This project had several phases: pre-production phase which was the most important in the audiovisual process. In this phase the structural elements of the production work were fixed. The following phase was the production and the filming of the product. The final phase was the post production in order to edit and optimize the graphic piece for its launching. The target public will be informed and the author will get knowledge by the development of this audiovisual product.*

**Key words:** <INFOMERCIAL, AUDIOVISUAL PRODUCTION, FIE, ESPOCH, FIE PROMOTION, COMPUTING AND ELECTRONICS FACULTY>

## INTRODUCCIÓN

La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), tiene su origen en el Instituto tecnológico Superior de Chimborazo, creado mediante Ley No.6090, expedida por el Congreso Nacional, el 18 de abril de 1969. Inicia sus actividades académicas el 2 de mayo de 1972 con las Escuelas de Ingeniería Zootécnica, Nutrición y Dietética e Ingeniería Mecánica. Se inaugura el 3 de abril de 1972.

El 19 de agosto de 1996, mediante resolución N° 236, la Facultad de Ciencias crea, adjunta a la Escuela de Computación, la carrera de Ingeniería Electrónica.

En 1999, mediante resolución Del H.C.P. se crea la Facultad de Informática y Electrónica la misma que agrupa a las escuelas de Ingeniería en Sistemas, Ingeniería Electrónica y Tecnología en Computación y Diseño Gráfico<sup>1</sup>.

Debido al desconocimiento del verdadero campo ocupacional de cada carrera que oferta la facultad de Informática y Electrónica de la ESPOCH hemos visto conveniente desarrollar un infomercial para la misma.

Al hacer una breve investigación mediante entrevistas boca a boca con representantes de importancia de la facultad como es su decano y algunos profesores, además de constatar que en plataformas virtuales como broadcast, no existe un material audiovisual profesional de alto nivel que dé a conocer las carreras y el campo laboral de cada una de ellas.

Para ello se debe saber que es un infomercial y para o porque lo utilizaremos. El infomercial es un concepto de mensaje audiovisual de características comerciales y promocionales, que exhibe en forma amena e interesante las bondades de un producto o servicio y su uso.

En este caso no será comercial, será más promocional e informativo, porque se enfocara en promocionar la FIE y dar a conocer sus carreras y sus campos ocupacionales.

---

<sup>1</sup> S/N (15 de diciembre de 2015).Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Recuperado de: [http://www.espoch.edu.ec/index.php?action=i\\_general](http://www.espoch.edu.ec/index.php?action=i_general)

## **JUSTIFICACIÓN**

Mediante un infomercial se cubrirá las necesidades de comunicación entre nuestro público objetivo que son los graduados del tercer año de bachillerato de los colegios, dando a conocer la información más relevante y necesaria de cada carrera de la FIE para que nuestro target se aficione por una de ellas, para difundir este infomercial se elaborará un plan de medios que llegue eficazmente a nuestro target.

Este proyecto comunicacional será factible ya que la FIE está pasando por una etapa de transición en cuanto a su imagen y al momento no cuenta con un producto de publicidad de alto nivel que promocióne las carreras en un medio adecuado, por lo cual el producto que se propone será de gran ayuda para dar a conocer la facultad.

Para el desarrollo de este infomercial se utilizara tecnología y equipos profesionales, con los cuales se elaborara un producto profesional de excelente calidad. El fin de este infomercial exhibir en forma amena, interesante y cara las bondades de ingresar a la FIE tanto al ser estudiante como al futuro laboral.

Entonces al informar los beneficios que implica estudiar en una facultad de muy alto nivel académico de una de las mejores escuelas politécnicas a nivel nacional, las personas del target tendrán como primera opción la FIE.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar un infomercial para promocionar las carreras de la Facultad de Informática y Electrónica de la ESPOCH.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Recopilar información sobre cada aspecto relevante del perfil profesional de las carreras de la facultad.
- Producir el infomercial para la promoción de las carreras que oferta la FIE.
- Aplicar el infomercial, mediante un estudio de medios dar las opciones más eficaces para la difusión del material audiovisual (infomercial).
- Determinar la aceptación que tiene el infomercial en nuestro público objetivo.

## **CAPITULO I:**

### **1. MARCO TEÓRICO**

#### **1.1 Relaciones entre funciones**

##### **Relaciones conceptuales entre perfiles, funciones y competencias.**

La formación para el trabajo es una mezcla entre educación, experiencia laboral y formación específica adquirida a lo largo de la vida, de ahí que las competencias se definan y se construyen en la práctica social y son una tarea conjunta entre empresas, trabajadores y educadores.

“Las competencias son descritas en términos de actividades profesionales, del saber hacer profesional de acuerdo con un determinado perfil” y “los perfiles definen las tareas para los puestos descritos y permiten acompañar y anotar la competencia de los empleados”.

Según referencias de estudios para definir competencias previamente se establecen las funciones y perfiles, es así que para la formación basada en competencias diferentes países han usado un método conocido como DACUM, en el cual se plantea nace la validación del perfil, en este se pasa por la selección de funciones y tareas para llegar por un lado a las redes curriculares, y por el otro al listado de competencias. Es conocido como un método de análisis ocupacional efectivo y de bajo costo. Se basa en que cualquier trabajo puede ser descrito en términos de tareas y de funciones y que los trabajadores expertos son capaces de describir y de definir su ocupación de la mejor forma. Por ello se seleccionan de la profesión en cuestión las personas que realizan mejor su trabajo y se designan como expertos para establecer el trabajo grupal y definir las propuestas de funciones y tareas.

Respecto a la relación perfiles y funciones, en este caso el perfil profesional, su relación se fundamenta en que, en este se identifican los conocimientos teóricos, las aptitudes que deben demostrar el profesional y toda la información que se necesite, para poder establecer posteriormente las funciones.

También el perfil profesional es descrito como la imagen contextualizada de la profesión en un momento y lugar que orienta la determinación de los objetivos curriculares, sirve de referencia para la valoración de la calidad de la formación y para la elaboración de clasificadores de cargo. Para definirlo se debe partir del objeto de la profesión, los principales problemas que aborda y los modos de actuación que debe adquirir para darle solución a esos problemas, lo que dará respuesta a su encargo social.

Otra definición útil para determinar el encargo social de una profesión es la de competencias laborales que no es más que la integración de conocimientos, habilidades, actitudes y aptitudes conducentes a un desempeño adecuado y oportuno en diversos contextos; necesarias para realizar las funciones, tareas y roles de un profesional para desarrollarse adecuada e idóneamente en su puesto de trabajo que es el resultado de un proceso relacionado con la experiencia, capacitación y calificación.<sup>2</sup>

## **1.2 Especificación de funciones**

Las especificaciones en funciones se basan en cada una de las escuelas pertenecientes a la Facultad de Informática y electrónica, es por eso que cada una de las escuelas tiene respectivas y específicas funciones y perfiles.

### ***1.2.1 Escuela de Diseño Gráfico***

#### **Definición e importancia de la carrera:**

La Ingeniería en Diseño Gráfico es un espacio académico de formación de profesionales de tercer nivel en la rama específica, cuya función es formar profesionales idóneos, capaces, competentes para insertarse en el desarrollo integral del País.

La importancia de la carrera radica en que sus profesionales graduados deberán resolver con el apoyo de ciencias básicas y específicas del Diseño Gráfico, los problemas relacionados con la comunicación gráfica para aportar al desarrollo del Ecuador y del mundo.

La Escuela de Diseño Gráfico, es una Unidad Académica comprometida con los más altos intereses de la sociedad. En todos los ámbitos institucionales y de la opinión pública se reconoce la importancia y la influencia en la formación de recursos humanos, producción y divulgación de conocimiento: científico, técnico y socio cultural.

#### **Misión de la carrera:**

Formar ingenieros en Diseño Gráfico idóneos, competitivos, emprendedores, conscientes de su identidad local y nacional; justicia social, democracia y preservación del ambiente, a través de la generación, transmisión, adaptación y aplicación del conocimiento científico y tecnológico en el área de humanidades y artes para contribuir al desarrollo integral y sustentable del país, en concordancia a las políticas del Plan Nacional del Buen Vivir.

#### **Visión de la carrera:**

---

<sup>2</sup>S/N. (25 de enero de 2016) Relaciones conceptuales entre perfiles, funciones y competencias. Recuperado de [http://www.bvs.sld.cu/revistas/ems/vol20\\_1\\_06/ems02106.htm](http://www.bvs.sld.cu/revistas/ems/vol20_1_06/ems02106.htm).

Ser en el siguiente quinquenio la Carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico líder en la Educación Superior del País y en el soporte científico, técnico, productivo y sociocultural, para el desarrollo integral de la provincia de Chimborazo y del país, con calidad, pertinencia y reconocimiento social”.

**Objetivo general:**

Formar ingenieros en Diseño Gráfico idóneos y competentes con conocimientos, habilidades y actitudes, a través de la construcción, transmisión, adaptación y aplicación del conocimiento científico, técnico, productivo y sociocultural en el área de humanidades y artes, para contribuir al desarrollo socio económico y cultural del país, en concordancia con las líneas del Plan Nacional del Buen Vivir.

**Objetivos específicos:**

- Brindar al estudiante una concepción científico-técnica, teórico-crítica y humanística, que le permita visualizar el rol que desempeñará el profesional, en relación a la cultura y la sociedad, aplicando los conocimientos de las ciencias básicas y específicas del diseño gráfico.
- Desarrollar el pensamiento creativo y habilidades para que aporten a la sociedad en la construcción del lenguaje visual, fundamentados en el área de humanidades y artes (UNESCO - CINE), su identidad y en la ética profesional.
- Fortalecer el pensamiento simbólico para identificar, formular y resolver problemas de la comunicación, mediante el estudio de las áreas y disciplinas de las ciencias sociales, empleando técnicas y métodos que permitan aportar en el desarrollo de múltiples identificadores visuales para distintos referentes del país y del mundo, con un criterio de responsabilidad social corporativa.

**Perfil de egreso del estudiante:**

El estudiante al finalizar su formación profesional, debe ser capaz de demostrar sus capacidades relacionadas con conocimientos (saber), habilidades y destrezas (saber hacer) y actitudes (saber ser) en relación con las necesidades del contexto, particularmente:

- Capacidad para aplicar los conocimientos de las ciencias relacionadas al diseño gráfico en la solución de problemas de la realidad local, nacional e internacional.
- Capacidad de desarrollar una concepción científico-técnica, teórico-crítica y humanística, que le permita visualizar el rol que desempeñará en los ámbitos cultural y social.

- Capacidad creativa, intelectual y personal que le permitan participar en forma activa y consciente en la transformación de la sociedad fundamentado en la sostenibilidad y sustentabilidad.
- Capacidad para identificar, formular y resolver problemas del proceso gráfico empleando técnicas y métodos que permitan generar propuestas con criterios de eficiencia, eficacia, efectividad y ecológicos.
- Capacidad de aplicar la investigación científica, los métodos de trabajo profesional y las técnicas en la solución de problemas del sector que se presenten en el ejercicio cotidiano de la profesión o que son el objetivo de la investigación en su esfera de actuación.
- Capacidad para identificar las oportunidades de aprendizaje continuo para el desarrollo y mejoramiento profesional.
- Capacidad para participar y contribuir con efectividad en la solución de problemas de diseño gráfico integrando equipos multi, inter y transdisciplinarios.
- Capacidad de emprendimiento en las áreas del diseño gráfico.
- Habilidad para el manejo de las TIC's y software especializado como una herramienta práctica para el diseño gráfico, investigación y comunicación audiovisual.
- Habilidad para comunicarse en más de un idioma como medio de interrelación profesional con el contexto.
- Demostrar y practicar los valores éticos y morales en su actividad profesional.

### ***1.2.2 Escuela de ingeniería en sistemas***

#### **Definición e importancia de la carrera.**

La carrera de Ingeniería en Sistemas de la ESPOCH, es un espacio académico de formación de profesionales de tercer nivel en la rama específica, cuya función es formar profesionales idóneos, capaces, competentes para insertarse en el desarrollo integral del país.

La importancia de la Carrera radica en que sus profesionales graduados deberán resolver con el apoyo de las Ciencias Básicas de la Ingeniería, problemas relacionados con Ingeniería de Software, el Análisis y Diseño de Sistemas de Información, Administración de Proyectos Informáticos, Redes de Información e Interconectividad, Consultorías Informáticas e Investigación Científica y Técnica.

La Escuela de Ingeniería de Sistemas de la Facultad de Informática y Electrónica –FIE- es una unidad académica comprometida con los más altos intereses de la sociedad. En todos los

ámbitos institucionales y de la opinión pública se reconoce la importancia y la influencia en la formación de recursos humanos, producción y divulgación de conocimiento científico técnico.

Cambios incesantes en el contexto nacional e internacional nos plantean nuevos desafíos; la propia dinámica de la Escuela torna inaplazable la necesidad de un cambio en la gestión. Hasta el momento su desarrollo se ha manejado con iniciativas y planes de carácter coyuntural bajo la óptica de lo momentáneo y de lo emergente.

La planificación curricular, nos permitirá obtener, procesar y analizar información interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente, anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la Carrera hacia el futuro.

### **Misión de la carrera**

Formar Ingenieros en Sistemas Informáticos competentes, emprendedores, conscientes de su identidad nacional, justicia social, democracia y preservación del ambiente sano, a través de la construcción, transmisión, adaptación y aplicación del conocimiento científico y tecnológico para contribuir al desarrollo sustentable del país en concordancia con los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir.

### **Visión de la carrera**

Ser líderes en la formación de Ingenieros en Sistemas Informáticos y generación de ciencias y tecnologías para el desarrollo humano integral, con reconocimiento nacional e internacional.

### **Objetivo general**

Formar Ingenieros en Sistemas Informáticos competentes y emprendedores a través de la construcción, transmisión, adaptación y aplicación del conocimiento científico y tecnológico en el área de sistemas informáticos para contribuir al desarrollo sustentable del país en concordancia con los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir.

### **Objetivos específicos**

Para alcanzar el objetivo general, la carrera de Ingeniería en Sistemas, se propone formar profesionales capaces de:

- Aplicar conocimientos específicos de Matemática y Física en la Ingeniería de Sistemas Informáticos.
- Conceptualizar problemas de sistematización de información y evaluar la factibilidad de las alternativas de soluciones informáticas.

- Empezar y gestionar proyectos de software.
- Aplicar habilidades e identificar técnicas y herramientas tecnológicas en el desarrollo de sistemas informáticos.
- Trabajar efectivamente en equipo para lograr los objetivos y metas de un proyecto.
- Tomar decisiones legales y éticas con responsabilidad profesional, ambiental y social.
- Interactuar con su entorno a través de una comunicación efectiva.
- Actualizar sus conocimientos continuamente para su desarrollo profesional y personal.
- Analizar los temas contemporáneos y su vinculación con la sociedad y profesión.

### **Perfil de egreso del estudiante**

El estudiante al finalizar su formación profesional, debe ser capaz de demostrar sus capacidades relacionadas con conocimientos (saber), habilidades, destrezas (saber hacer) y actitudes (saber ser).

Las capacidades descritas en el perfil de ingreso, se integrarán también, en el perfil de egreso, con la diferencia de que éstas deberán conseguir mayores cotas de desarrollo, acordes al modelo educativo de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

En el transcurso de su vida estudiantil por la carrera de Ingeniería en Sistemas, aunque el alumno posee su propia personalidad (Logros o Resultados de Aprendizaje), se fomenta en él cualidades como:

- Trabajar efectivamente en equipo para lograr los objetivos y metas de un proyecto.
- Tomar decisiones legales y éticas con responsabilidad profesional, ambiental y social.
- Interactuar con su entorno a través de una comunicación efectiva.
- Actualizar sus conocimientos continuamente para su desarrollo profesional y personal.
- Analizar los temas contemporáneos y su vinculación con la sociedad y profesión.

Además de incluir en su perfil los siguientes conocimientos (Logros o Resultados de Aprendizaje):

- Aplicar conocimientos específicos de Matemática y Física en la Ingeniería de Sistemas Informáticos.
- Conceptualizar problemas de sistematización de información y evaluar la factibilidad de las alternativas de soluciones informáticas.
- Emprender y gestionar un proyecto de software.
- Aplicar habilidades e identificar técnicas y herramientas tecnológicas en el desarrollo de Sistemas Informáticos.

### ***1.2.3 Escuela de Ingeniería en Electrónica Control y Redes Industriales***

#### **Definición e importancia de la carrera.**

La carrera de ingeniería en electrónica, control y redes industriales es un espacio académico de formación de profesionales de tercer nivel en la rama específica, cuya función es formar profesionales idóneos, capaces, competentes para insertarse en el desarrollo integral del país.

La importancia de la carrera radica en que sus profesionales graduados deberán resolver con el apoyo de las ciencias básicas de la ingeniería, los problemas relacionados la planificación, diseño, administración, supervisión y explotación de sistemas de instrumentación, automatización y control en líneas de montaje y procesos de sistemas industriales, tales como empresas petroleras, papeleras, textiles, de alimentos, de manufactura, mineras, de servicios, entre otros sectores de fundamental relevancia para la sociedad ecuatoriana.

Además cada día existe mayor demanda en el ámbito industrial debido a que los sectores productivos del país, están en una constante carrera contra el tiempo en procura de mejorar sus procesos de producción.

#### **Misión de la carrera:**

Formar ingenieros en electrónica, control y redes industriales, competentes, emprendedores, conscientes de su identidad local y nacional para contribuir al desarrollo sustentable del país, en función al Plan Nacional del Buen Vivir.

**Visión de la carrera:**

Ser líder en la formación de profesionales e investigadores en el área de electrónica, control y redes industriales contribuyendo al soporte científico y tecnológico para el desarrollo humano integral con calidad, pertinencia y reconocimiento social.

**Objetivo general:**

Formar ingenieros en electrónica, control y redes industriales con capacidad analítica, creativa, emprendedora y competitiva, comprometidos con la calidad, la ética para contribuir al desarrollo sustentable del país, en función al plan nacional del buen vivir.

**Objetivos específicos:**

- Brindar al estudiante una concepción científica para el trabajo profesional de la ingeniería electrónica en control y redes industriales, aplicando los conocimientos de las ciencias básicas y de la ingeniería en la solución de problemas de su formación profesional.
- Generar y fomentar una actitud ingeniosa en la solución de problemas relacionados a la especialidad con eficiencia, efectividad y calidez.
- Identificar, formular y resolver problemas de mantenimiento y optimización de los procesos que utilicen tecnologías de control automático empleando técnicas y métodos que permitan elevar la producción y la productividad sin afectar el ambiente.
- Aplicar el método de investigación científica, los métodos de trabajo profesional y las técnicas informáticas y estadísticas en la solución de los problemas del sector que se presentan en el ejercicio cotidiano de la profesión.
- Aplicar e integrar los conocimientos, habilidades y actitudes adquiridos, para resolver problemas del contexto.

**Perfil de egreso del estudiante**

El estudiante al finalizar su formación profesional, debe ser capaz de demostrar sus capacidades relacionadas con conocimientos (saber), habilidades y destrezas (saber hacer) y actitudes (saber ser) en relación con las necesidades del contexto, particularmente:

- Capacidad para aplicar los conocimientos de las ciencias básicas y la ingeniería en la solución de problemas de su formación profesional.
- Capacidad de identificar, analizar y resolver problemas de mantenimiento y optimización de los procesos que utilicen tecnologías de control automático

empleando técnicas y métodos que permitan elevar la producción y la productividad sin afectar el medio ambiente.

- Capacidad para aplicar la investigación científica, los métodos de trabajo profesional y las técnicas informáticas y estadísticas en la solución de los problemas del sector que se presentan en el ejercicio cotidiano de la profesión o que son objeto de investigación en su esfera de actuación.
- Capacidad para identificar las oportunidades de aprendizaje continuo para el desarrollo y mejoramiento profesional.
- Capacidad de identificar el contexto social de la ingeniería en electrónica, control y redes industriales, y comprender el impacto de las soluciones que se propongan en el ámbito del desarrollo sustentable y del buen vivir.
- Capacidad para participar y contribuir con efectividad en la solución de problemas de la ingeniería en electrónica, control y redes industriales como integrante de equipos multi, inter y transdisciplinarios.
- Capacidad de emprendimiento en las áreas de la ingeniería en electrónica, control y redes industriales.
- Habilidad para diseñar e implementar sistemas de control así como analizar e interpretar los datos y resultados relacionados con la ingeniería en electrónica, control y redes industriales.
- Habilidad para el manejo de las TIC's y software especializado como una herramienta práctica de la ingeniería para análisis, diseño, investigación y comunicación.
- Habilidad para comunicarse en más de un idioma como medio de interrelación profesional con el contexto.
- Demostrar y practicar los valores éticos y morales en su actividad profesional.

#### ***1.2.4 Escuela de Ingeniería en Electrónica, Telecomunicaciones y Redes***

##### **Definición e importancia de la carrera.**

La Escuela de Ingeniería Electrónica, tiene un reconocido prestigio en la formación integral de profesionales líderes, honestos y preparados con vocación para contribuir al desarrollo científico, técnico, social, económico e industrial del país.

El profesional en esta área de la Ingeniería, por su visión y conocimiento de la Electrónica, las telecomunicaciones y la informática, puede desempeñarse como diseñador y administrador de

sistemas de comunicación de datos, hardware y software para optimizar procesos, que permitan el desarrollo de la organización.

Invitamos a todos los bachilleres de la república a que se incorporen a esta gran escuela, para que a través del compromiso de estudiar para triunfar, alcancen como meta un título que les permita involucrarse de forma inmediata y con éxito al mundo laboral en el sector de la electrónica, redes de información.

### **Objetivo general**

Examinar la situación de una organización, mejorando la estructura con métodos y procedimientos adecuados, que permitan la utilización y optimización de recursos humanos, físicos, productivos y tecnológicos.

### **Objetivos específicos**

Los objetivos específicos de este profesional pueden ser sistematizados de la siguiente manera:

- Optimizar la gestión de redes de computadores y protocolos de comunicaciones.
- Perfeccionar los sistemas digitales de comunicaciones.
- Mejorar el análisis, diseño e implementación de sistemas de telecomunicaciones y computación.
- Incrementar investigaciones en el campo de la Electrónica, las telecomunicaciones.
- Implementar sistemas de información.
- Mejorar la formación para la administración de centros de información y recursos telemáticos.
- Investigar tecnologías alternativas.
- Educar en el campo de la Electrónica, Computación, comunicación y gestión de datos.

### **1.3 Estructura general**

La facultad de Informática y Electrónica cuenta con infraestructura moderna, con aulas acogedoras y mobiliario actual y ergonómico además de espacios para el esparcimiento estudiantil al contacto con la naturaleza y el deporte, en tecnología, sus laboratorios están provistos con equipos de última generación.

### **Escuela De Diseño Gráfico**

La Escuela de Diseño Gráfico cuenta con 6 laboratorios:

- Laboratorio de Software
- Laboratorio de Multimedia
- Laboratorio de Mac
- Laboratorio de Programación
- Laboratorio de Video y Fotografía
- Laboratorio de Radio

### **Escuela De Ingeniería En Sistemas**

La Escuela de Ingeniería en Sistemas cuenta con 6 laboratorios:

- Laboratorio de Redes
- Laboratorio de Multimedia
- Laboratorio de Programación
- Laboratorio de Desarrollo
- Laboratorio de Automatización
- Laboratorio de Investigación

### **Escuela De Ingeniería Electrónica Y Control De Redes Industriales**

La Escuela de Ingeniería Electrónica cuenta con 4 laboratorios:

- Laboratorio de Internet
- Laboratorio de Programación
- Laboratorio de Robótica
- Laboratorio de Comunicaciones

### **Escuela De Ingeniería En Electrónica, Telecomunicaciones Y Redes**

La Escuela de Ingeniería Electrónica cuenta con 4 laboratorios:

- Laboratorio de Electrónica General
- Laboratorio de Comunicación Digital
- Laboratorio de Informática
- Laboratorio de Sistemas Digitales

## **1.4 Campo ocupacional y lugares de ocupación**

### **Ingeniero en diseño gráfico**

El egresado de Ingeniería en Diseño Gráfico podrá desempeñarse dentro de empresas en las áreas de diseño, imagen, promoción, publicidad, desarrollo de productos, mercadotecnia,

comunicación, medios digitales, administración de sitios web, y demás áreas que involucren procesos de comunicación de ideas y mensajes.

De forma independiente, el egresado podrá desarrollarse creando su propio estudio de diseño, atendiendo las áreas de desarrollo de imagen y marca, publicidad, promoción, diseño digital, diseño fotográfico, diseño y desarrollo de multimedia, diseño y desarrollo web, asesoría de color y estrategias de comunicación visual.

Un Ingeniero En Diseño Gráfico se puede desempeñar como:

- Diseñador de Sistemas de Identidad (Branding)
- Diseñador Editorial
- Diseñador de Estrategias Publicitarias
- Director Creativo
- Diseñador de Exhibiciones
- Líder de Proyecto
- Ejecutivo de Cuentas
- Diseñador Web y Digital
- Consultor de Comunicación Visual
- Fotógrafo
- Ilustrador
- Animador Gráfico
- Agencias de publicidad
- Talleres de artes gráficas o editoriales de prensa, revistas y libros
- Compañías de pre-prensa digital
- Canales de televisión
- Productoras audiovisuales.
- Oficinas de Diseño Gráfico Publicitario.
- Prensa
- Instituciones gubernamentales.
- Instituciones educativas y culturales.
- Dentro de la empresa o instituciones, en departamentos de marketing y comunicaciones.
- Productoras de eventos.
- Ejercicio Independiente de la Profesión.
- Docencia.

## **Ingeniero de sistemas**

El profesional en Ingeniería en Sistemas se desempeña en los siguientes cargos y funciones:

- Análisis y diseño de sistemas informáticos.
- Dirección de desarrollo de software.
- Mantenimiento de infraestructuras.
- Administración de bases de datos.
- Comunicaciones.
- Consultoría técnica.
- Auditoría informática.
- Diseño, selección y evaluación de infraestructuras tecnológicas.
- Diseño, evaluación y control de proyectos informáticos.

El Ingeniero en Sistemas Computacionales puede desempeñarse en cargos tanto en el sector público como en el privado de nuestra sociedad ocupando diversos cargos.

- Gerente de Informática.
- Analista programador de sistemas.
- Líder de proyectos Informáticos.
- Auditor de Informática.
- Gerente de soporte técnico.
- Agente vendedor.
- Asesor Informático en el sector financiero, manufactura, y empresas de comunicación, entre otros.
- Instituciones educativas.
- Desarrollo de sistemas.
- Auditor de informática.
- Consultor externo.
- Instructor en los diferentes tópicos de informática.
- Investigador.
- Agente distribuidor.

## **Ingeniero en electrónica control y redes industriales**

Profesional que está capacitado para proyectar, planificar, diseñar, instalar y administrar sistemas electrónicos, de control de procesos industriales y de aplicaciones de sistemas digitales y computadores.

Además, está dotado de conocimientos científicos, tecnológicos y de gestión necesarios para un desempeño eficiente en su área. Aplica los nuevos avances de la ciencia y de la tecnología con conocimiento económicos, de una eficaz utilización de los materiales, recursos humanos, y del capital disponible.

Las áreas específicas del Ingeniero en Electrónica Control y Redes Industriales son:

### **Control de Procesos Industriales**

La actividad del ingeniero especialista en control se centra aquí en la planificación, diseño, supervisión y explotación de sistemas de control automático en líneas de montaje y procesos y de sistemas industriales.

Como ejemplo de empresas que requieren los servicios de estos profesionales se pueden mencionar las mineras, las de celulosa, las pesqueras, las textiles, las de manufacturas, etc.

El control automático moderno emplea en forma intensiva y creciente computadores en variados esquemas. Asimismo, la disciplina envuelve sistemas de índoles no convencionales tales como \*robótica, \*sistemas expertos, \*sistemas neuronales, \*sistemas difusos y otros sistemas de \*Inteligencia Artificial.

### **Electrónica Industrial**

El uso eficiente de la energía requiere de la planificación, diseño y administración de los sistemas de instrumentación, automatización y control de la energía eléctrica en una gran diversidad de procesos, como en empresas papeleras, pesqueras, mineras, industrias manufactureras y empresas de servicios.

### **Tareas o actividades específicas que se realizan en la profesión.**

- Diseñar equipos y sistemas electrónicos de acuerdo con la función que deban cumplir, y dirigir su implementación.
- Dirigir la instalación de sistemas y equipos electrónicos.
- Interpretar planos, diagramas y manuales de su especialidad.
- Supervisar actividades de mantenimiento electrónico.
- Capacitar al personal técnico del área.
- Participar en la administración de los procesos de trabajo correspondientes a su profesión.
- Asumir actitudes de liderazgo y compromiso en su trabajo y con su entorno social

- Mantenerse actualizado en su disciplina.
- Participar en proyectos de investigación aplicada.

### **Campo Ocupacional**

- Empresas Petroleras y todo tipo de industrias que requieran automatizar sus procesos de producción.
- Empresas dedicadas a la venta e instalación de equipos electrónico de instrumentación.
- Sistemas de Control e instalaciones de edificios inteligentes
- Libre Ejercicio Profesional en el diseño e implementación de sistemas de automatización de procesos y redes industriales.
- Asesoría técnica y consultoría de sistemas y proyectos tecnológicos.
- Ministerios, Gobiernos Seccionales, ONG's, Bancos, Hospitales
- Sector Académico Docente
- Investigación Científica y Tecnológica

### **Ingeniero En Electrónica, Telecomunicaciones Y Redes**

El Ingeniero de Telecomunicación puede definirse como un profesional cuya formación lo faculta para planificar, proyectar, diseñar y calcular sistemas, redes y servicios de generación, transmisión, detección, manejo y gestión de tele información. Incluye también una sólida formación en las áreas de la administración y economía que lo habilitan para dirigir, organizar y explotar servicios de telecomunicaciones y para ejecutar, supervisar y evaluar proyectos relacionados con el área.

En particular, la carrera de Graduado de Telecomunicación aspira a formar a un ingeniero con un perfil técnico gerencial, que sea creativo, innovador, competitivo, emprendedor, competente para el trabajo en equipo, con sensibilidad hacia los problemas sociales y con potencialidad para incidir en sus soluciones.

- Uno de los papeles del ingeniero de telecomunicación en cuanto al diseño de nuevos sistemas de comunicación es analizar las propiedades físicas del medio de transmisión.
- El profesional ocupa hoy en día las redes digitales y analógicas a lo largo y ancho del planeta (océanos incluidos) donde existan personas que necesiten comunicarse.
- Su tarea es diseñar, instalar, operar y mantener equipos y redes de difusión de Radio y Televisión, Redes Telefónicas fijas (pares y coaxiales de cobre), teléfonos

móviles y Globales mediante teléfonos satelitales, redes de comunicación de datos privadas y públicas.

### **Campo Ocupacional**

Está constituido por las personas, ambiente en instituciones, organizaciones, empresas, industrias donde el Ingeniero en Electrónica, Telecomunicaciones y Redes presta sus servicios, con los siguientes objetos de trabajo:

#### **Procesos**

- Automáticos y semiautomáticos para la comunicación de información.
- Uso tecnológico de equipo hardware y su administración con software.
- Elaboración, supervisión, ejecución y mantenimiento de proyectos electrónicos, de telecomunicaciones e informáticos.
- Investigación - Docencia –Extensión.
- Organización, Soporte y evaluación de servicios de empresas de producción y servicios.

### **1.5 Compilación de información de la identidad corporativa de la FIE-ESPOCH.**

#### ***1.5.1 La marca***

La marca es un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y para diferenciarlos de los productos de los competidores.

La marca, además de ser un elemento de diferenciación de empresas y organizaciones, permite al consumidor identificar con mayor rapidez los productos y servicios que necesite.

#### ***1.5.2 El Logotipo***

El logotipo es el elemento que puede ser reconocido a la vista pero que no puede ser pronunciado o expresado.

El logotipo o logo es un importante elemento que forma parte de la marca porque ayuda a que ésta sea fácilmente identificada, rápidamente reconocida y dependiendo el caso, mentalmente relacionada con algo con lo que existe cierta analogía.

### 1.5.3 Análisis de la marca FIE

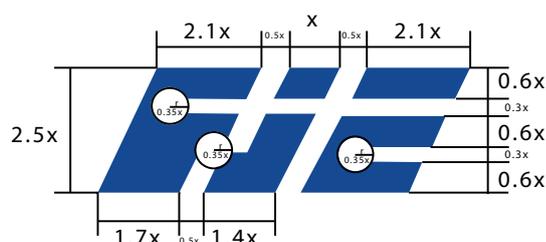
#### 1.5.3.1 Logotipo



**Fig. 1.1** Facultad de Informática y Electrónica

Realizado por: Hernández L.

#### 1.5.3.2 Factor X



**Fig. 1.2** Factor X Facultad de Informática y Electrónica

Realizado por: Hernández L.

#### 1.5.3.3 Zona de seguridad y uso mínimo del logotipo

##### Zona de seguridad

Se entiende como zona de seguridad al espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento lo rebase o interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo.

Definir una zona de seguridad para el logotipo o marca asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.



**Fig. 1.3** Zona Facultad de Informática y Electrónica

Realizado por: Hernández L.

### Uso mínimo del logotipo

Se entiende como el menor tamaño al que puede ser reproducido el logotipo conservando su adecuada visibilidad.

Este tamaño mínimo será diferente según el soporte sea on-line o impreso.

Tamaño mínimo para soporte on-line:



**Fig. 1.4** Min Facultad de Informática y Electrónica

Realizado por: Hernández L.

Tamaño mínimo para soporte impreso:

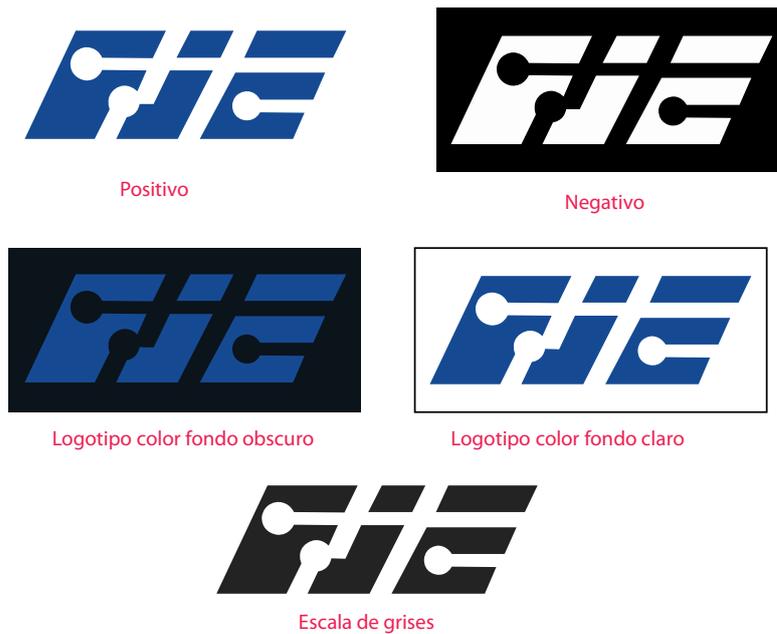


**Fig. 1.5** Min Facultad de Informática y Electrónica

Realizado por: Hernández L.

#### 1.5.3.4 Usos y Variantes del logotipo

Usos correctos del logotipo



**Fig. 1.6** Usos Facultad de Informática y Electrónica

Realizado por: Hernández L.

Variantes del logotipo

Logotipo + tipografía (con el nombre de la facultad)



FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA

**Fig. 1.7** Variante Facultad de Informática y Electrónica

Realizado por: Hernández L.

### 1.5.3.5 Colores Corporativos

El color es un elemento fundamental para identificar y personalizar la identidad visual corporativa. La aplicación de estos colores debe mantenerse constante en la medida de lo posible.

	Pantones	RGB	CMYK
	HEX: #144A92	R 255	C 0%
		G 51	M 92%
		B 102	Y 42%
			K 0%

**Fig. 1.8** Colores Facultad de Informática y Electrónica

Realizado por: Hernández L.

### 1.5.3.6 Tipografía Corporativa

La normalización de la tipografía es un elemento que aporta homogeneidad y armonía a todos los soportes contemplados en un programa de identidad visual. Al igual que los colores corporativos, también deberá mantenerse constante, no obstante se definirá una tipografía auxiliar para soportes informáticos.

TIPOGRAFÍA	Arial bold
MAYÚSCULAS	A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
MINÚSCULAS	a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
NUMERACIÓN	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

**Fig. 1.9** Tipografía Facultad de Informática y Electrónica

Realizado por: Hernández L.

### 1.5.4 Análisis de la marca Escuela Diseño Grafico

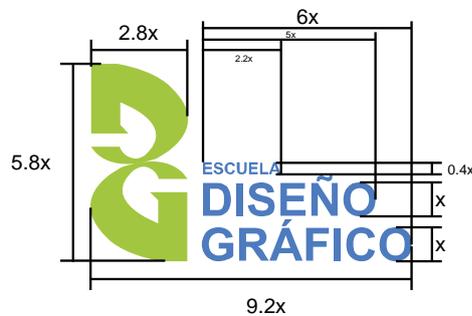
#### 1.5.4.1 Logotipo



**Fig. 1.10** Diseño Gráfico

Realizado por: Hernández L.

#### 1.5.4.2 Factor x



**Fig. 1.11** Factor X Diseño Gráfico

Realizado por: Hernández L.

#### 1.5.4.3 Zona de seguridad



**Fig. 1.12** Seguridad Diseño Gráfico

Realizado por: Hernández L.

### Uso mínimo del logotipo

Este tamaño mínimo será diferente según el soporte sea on-line o impreso.

Tamaño mínimo para soporte on-line:



**Fig. 1.13** Min Diseño Gráfico

Realizado por: Hernández L.

Tamaño mínimo para soporte impreso:



**Fig. 1.14** Min Diseño Gráfico

Realizado por: Hernández L.

#### 1.5.4.4 Usos y Variantes del logotipo

Usos correctos del logotipo



**Fig. 1.15** Usos Diseño Gráfico

Realizado por: Hernández L.

Variantes del logotipo



**Fig. 1.16** Variante Diseño Gráfico

Realizado por: Hernández L.

#### 1.5.4.5 Colores Corporativos

	<b>Pantones</b>	<b>RGB</b>	<b>CMYK</b>
	HEX: #A3C63F	R 163 G 198 B 63	C 41% M 4% Y 96% K 0%
	<b>Pantones</b>	<b>RGB</b>	<b>CMYK</b>
	HEX: #144A92	R 255 G 51 B 102	C 0% M 92% Y 42% K 0%

**Fig. 1.17** Colores Diseño Gráfico

Realizado por: Hernández L.

#### 1.5.4.6 Tipografía Corporativa

TIPOGRAFÍA	Arial bold
MAYÚSCULAS	A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
MINÚSCULAS	a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
NUMERACIÓN	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

**Fig. 1.18** Tipografía Diseño Gráfico

Realizado por: Hernández L.

### 1.5.5 *Análisis de la marca Escuela Ingeniería En Sistemas*

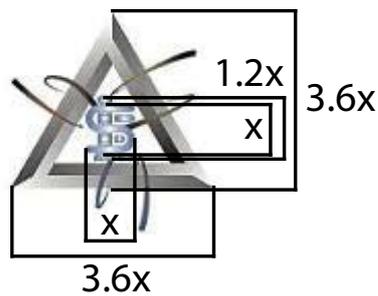
#### 1.5.5.1 Logotipo



**Fig. 1.19** Sistemas

Realizado por: Hernández L.

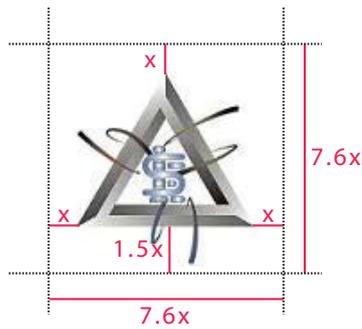
#### 1.5.5.2 *Factor X*



**Fig. 1.20** factor X Sistemas

Realizado por: Hernández L.

#### 1.5.5.3 *Zona de seguridad*



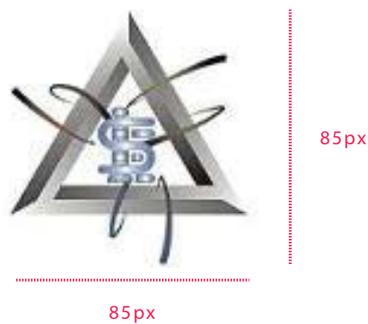
**Fig. 1.21** Seguridad Sistemas

Realizado por: Hernández L.

### Uso mínimo del logotipo

Este tamaño mínimo será diferente según el soporte sea on-line o impreso.

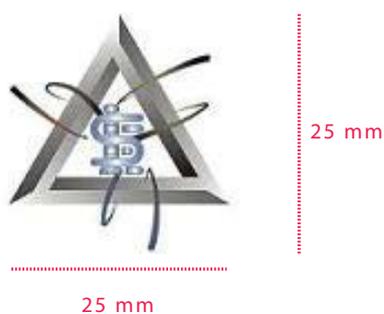
Tamaño mínimo para soporte on-line:



**Fig. 1.22** MinSistemas

Realizado por: Hernández L.

Tamaño mínimo para soporte impreso:



**Fig. 1.23** MinSistemas

Realizado por: Hernández L.

#### 1.5.5.4 Usos y Variantes del logotipo

## Usos correctos del logotipo



**Fig. 1.24** Usos Sistemas

Realizado por: Hernández L.

## Variantes del logotipo

### Logo



**Fig. 1.25** Variantes Sistemas

Realizado por: Hernández L.

### 1.5.5.5 Colores Corporativos

	Pantones	RGB	CMYK
	HEX: #787FA1	R 120 G 127 B 161	C 58% M 48% Y 21% K 1%
	Pantones	RGB	CMYK
	HEX: #444444	R 68 G 68 B 68	C 67% M 60% Y 59% K 44%

**Fig. 1.26** colores Sistemas

Realizado por: Hernández L.

**1.5.6 Análisis de la marca Escuela Electrónica Control Y Redes Industriales**

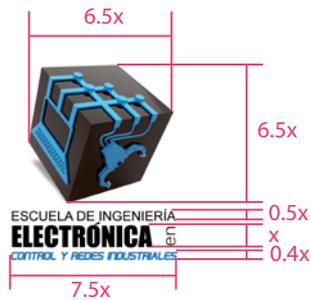
**1.5.6.1 Logotipo**



**Fig. 1.27** Electrónica Control

Realizado por: Hernández L.

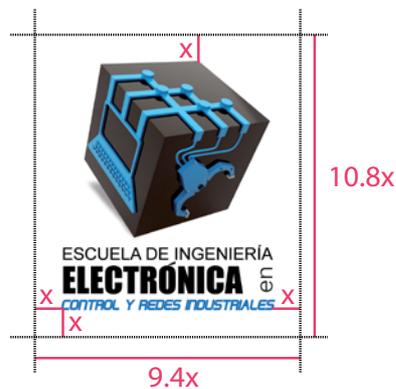
**1.5.6.2 Factor X**



**Fig. 1.28**Factor X Electrónica Control

Realizado por: Hernández L.

**1.5.6.3 Zona de seguridad**



**Fig. 1.29**Seguridad Electrónica Control

Realizado por: Luis Hernández

### Uso mínimo del logotipo

Este tamaño mínimo será diferente según el soporte sea on-line o impreso.

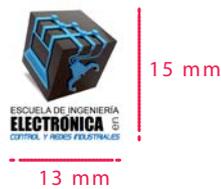
Tamaño mínimo para soporte on-line:



**Fig. 1.30**Min Electrónica Control

Realizado por: Hernández L.

Tamaño mínimo para soporte impreso:



**Fig. 1.31**Min Electrónica Control

Realizado por: Hernández L.

### 1.5.6.4 Usos y Variantes del logotipo

Usos correctos del logotipo



**Fig. 1.32**usos Electrónica Control

Realizado por: Hernández L.

Variantes del logotipo



**Fig. 1.33**Variantes Electrónica Control

Realizado por:Hernández L.

### 1.5.6.5 Colores Corporativos

	Pantones	RGB	CMYK
	HEX: #357DAD	R 53 G 125 B 173	C 80% M 44% Y 14% K 0%
	Pantones	RGB	CMYK
	HEX: #000000	R 0 G 0 B 0	C 86% M 85% Y 79% K 100%

**Fig. 1.34**Colores Electrónica Control

Realizado por: Hernández L.

### 1.5.6.6 Tipografía Corporativa

TIPOGRAFÍA	Arial bold
MAYÚSCULAS	A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
MINÚSCULAS	a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
NUMERACIÓN	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

**Fig. 1.35**Tipografía Electrónica Control

Realizado por: Hernández L.

## 1.5.7 Análisis de la marca Escuela Electrónica, Telecomunicaciones Y Redes

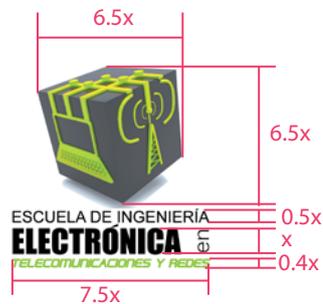
### 1.5.7.1 Logotipo



**Fig. 1.36** Electrónica, Telecomunicaciones

Realizado por: Hernández L.

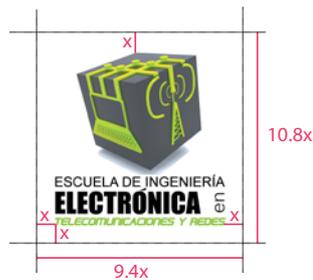
**1.5.7.2** Factor X



**Fig. 1.37** Factor X Electrónica, Telecomunicaciones

Realizado por: Hernández L.

**1.5.7.3** Zona de seguridad



**Fig. 1.38** Seguridad Electrónica, Telecomunicaciones

Realizado por: Hernández L.

**Uso mínimo del logotipo**

Este tamaño mínimo será diferente según el soporte sea on-line o impreso.

Tamaño mínimo para soporte on-line:



**Fig. 1.39**minElectrónica, Telecomunicaciones

Realizado por: Hernández L.

Tamaño mínimo para soporte impreso:



**Fig. 1.40**minElectrónica, Telecomunicaciones

Realizado por: Hernández L.

#### 1.5.7.4 Usos y Variantes del logotipo

Usos correctos del logotipo



**Fig. 1.41**UsoElectrónica, Telecomunicaciones

Realizado por: Hernández L.

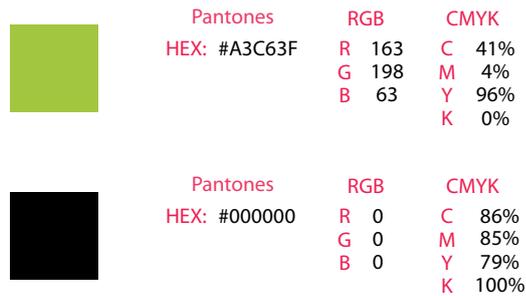
Variantes del logotipo



**Fig. 1.42**VarianteElectrónica, Telecomunicaciones

Realizado por: Hernández L.

#### 1.5.7.5 Colores Corporativos



**Fig. 1.43** Colores Electrónica, Telecomunicaciones

Realizado por: Hernández L.

### 1.5.7.6 Tipografía Corporativa

TIPOGRAFÍA	Arial bold
MAYÚSCULAS	A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
MINÚSCULAS	a b c d e f g h i j k l m n r o p q r s t u v w x y z
NUMERACIÓN	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

**Fig. 1.44** Tipografía Electrónica, Telecomunicaciones

Realizado por: Hernández L.

## 1.6 Que es el Infomercial

Son películas de corta duración, entre 1 y 3 minutos, en los que se describen, en un estilo informativo y cultural, diversos aspectos relacionados con una empresa o con algún producto.

### 1.6.1 La estructura espacial en el infomercial

La sucesión de imágenes pasando ante nosotros da una impresión de realidad. Pero estas imágenes o fotogramas, están colocados delante de un proyector de tal manera, que al pasar a un ritmo concreto da el origen de la imagen en movimiento. Cada segundo de imagen en movimiento pasando ante los ojos está compuesta por una serie de imágenes fijas:

Cine (24 fotogramas/seg.), Vídeo PAL (25 frames/seg.), Vídeo NTSC (30 frames/seg.).

Hay muchas diferencias entre la imagen fija y la imagen en movimiento, pero sobre todo, hay una semejanza fundamental a la hora de hablar del espacio físico de la imagen: ambas se presentan de forma plana y están delimitadas por un cuadro o marco (Bidimensionalidad).

Estas dos características físicas de la imagen representan dos elementos fundamentales de la comprensión de la imagen cinematográfica y televisiva.

La existencia del cuadro en función análoga a la pintura y la fotografía es lo que define el límite de la imagen.

La bidimensionalidad de la imagen:

La experiencia hace que la veamos como si fuese tridimensional, porque lo que se ve es muy parecido al espacio en el que nos movemos habitualmente, esta analogía de la imagen es la que conlleva la impresión de realidad que se manifiesta en la imagen en movimiento y que crea la ilusión de profundidad, haciendo que olvidemos el cuadro y que se reconstruya esa dimensión. De esta idea de carácter artificial surge el concepto imaginario de ventana abierta al mundo. Porque realmente, la imagen no se acaba en los límites del cuadro, la imagen la recomponemos en nuestra mente.

### *1.6.2 El concepto de plano y toma del infomercial*

La imagen está ligada al tiempo y en concreto a la duración. Y en base a esta relación vamos a distinguir entre:

**Plano:** Es un todo, es el conjunto de condiciones, de formato, cuadro, etc. Y los conceptos de duración como el ritmo y la relación con otras imágenes. El plano es la unidad fílmica más importante del lenguaje audiovisual. Se puede decir que es la unidad mínima.

Durante un rodaje o grabación, un término relativamente asemejable a plano es una toma. La toma designaría un punto de vista y un encuadre, sobre una acción durante un tiempo. La diferencia entre cuadro y toma, es que de un plano podemos hacer diferentes tomas.

**Toma:** es el equivalente a dos paradas de cámara, entendiendo estas paradas como el arranque de la cámara y la parada.

**En el montaje,** la definición de plano se precisa más, ya que es cuando el plano se convierte en una verdadera unidad fílmica.

**Es el fragmento de imagen mínima,** que unida a otros fragmentos crea un sentido y a grandes rasgos, el producto final.

**En montaje,** el plano es el fragmento de imagen incluido entre dos cortes, entre dos cambios de plano.

Desde que se rueda, hasta que se monta vamos forjando la idea de plano.

Plano es un término que se emplea constantemente en la producción audiovisual. Podemos comprender el término plano en tres modos diferentes:

- a) Plano en término de tamaño
- b) Plano en término de movimiento
- c) Plano en término de duración

#### *1.6.2.1 Plano en término de tamaño*

Viene dada por la escala o tamaño de los planos, siendo la medida de referencia la figura humana.

Los cuatro términos para clasificarlos son:

- Plano General (PG)
- Plano Americano (PA)
- Plano Medio (PM)
- Primer Plano (PP)

Y dentro de esta clasificación, por cada uno de ellos, se puede añadir los conceptos de largo o corto. Por ejemplo, primer plano cortó.

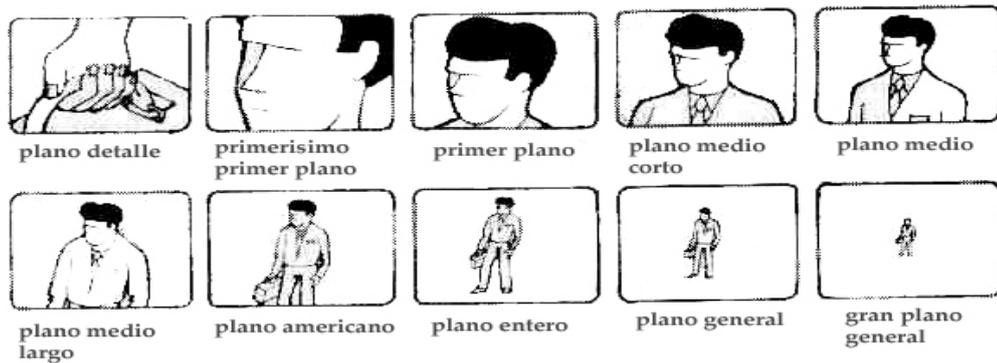
La mala utilización de un plano puede provocar grandes males en el producto final, siempre de cara al espectador, ya que cada plano tiene un sentido dramático y podría perderlo y hacer que “se pierda” el espectador. Por ejemplo, utilizar muchos primeros planos causa pérdidas y desconexión en el espectador o la utilización de un plano general en el lugar donde la narración exige un primer plano, se perdería gran parte de la información y del carácter expresivo y dramático de la imagen.

- **Plano general:** Plano entero, de conjunto, muestra la actividad, la acción y también es descriptivo y ubica espacialmente al espectador.
- **Plano Americano:** O de tres cuartos. Se acentua la relación del espectador con el personaje. Da mayor intencionalidad y más detalle. Nace con las películas Western, por la necesidad de mostrar las cartucheras en los duelos.

- **Plano Medio:** Se da importancia a lo que se narra y se aprecia con claridad la expresión del personaje.

- **Primer plano:** Se concentra toda la acción en el personaje, y enfatiza la dramatización.

La elección de cada tipo de plano viene determinada por el dramatismo que se desea expresar, además de por una cuestión estética. Es decir, que la elección del tamaño de plano no es arbitraria, nos va a dar un significado dramático.



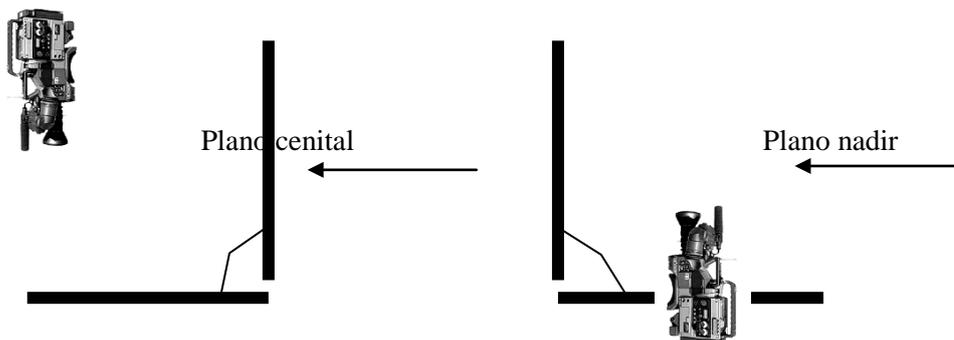
**Fig. 1.45** Planos

Autor: S/N. Lenguaje Audiovisual. (Septiembre 2010). Módulo 1

A la hora de grabar a un sujeto, habitualmente situaremos el punto de vista de la cámara a la altura de los ojos, pero si alteramos el ángulo en la horizontal obtenemos otras variaciones:

- **Plano picado:** aplasta a la persona en función de la distancia a la que esté situada. Dramáticamente podemos decir que la subordina a otra. Por ejemplo un niño siendo regañado, con la cámara como si fuese un plano subjetivo de la madre.
- **Contrapicado:** Engrandece al personaje, por ejemplo, la imagen de la madre, siendo la cámara los ojos del niño regañado.

La variedad de éstos dos últimos llevada a su extremo son el plano cenital, que es una vista desde arriba hacia abajo desde la vertical y el plano nadir que es una vista desde abajo hacia arriba coincidiendo también con la vertical.



### Fig. 1.46 Planos

Autor: S/N. Lenguaje Audiovisual. (Septiembre 2010). Módulo 1

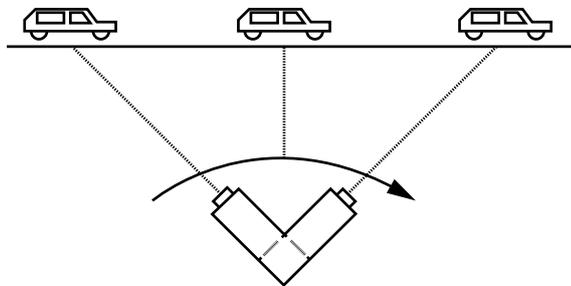
Todos pueden ser combinados y tienen una gran importancia en la narración.

#### 1.6.2.2 Plano en termino de movimiento

Se distingue entre la posición estática de la cámara y su movilidad.

Los movimientos más sencillos van a ser:

- **Panorámica:** Una mirada estática que sigue la acción, el movimiento se realiza sobre el eje de la cámara, pero ésta no se desplaza físicamente.



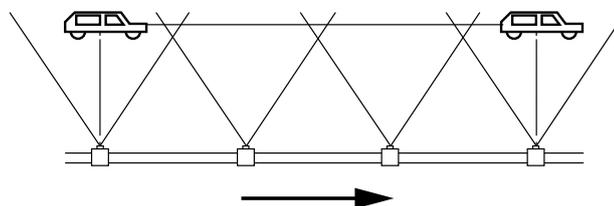
PANORAMICA HORIZONTAL

### Fig. 1.47 Planos

Autor: S/N. Lenguaje Audiovisual. (Septiembre 2010). Módulo 1

- **Travelling:** La cámara se desplaza físicamente, desplazando a la vez la mirada.

Una variante visual del travelling es el zoom, aunque éste, representa un movimiento virtual de la cámara, que se logra mediante la óptica de la misma. Pero con el travelling variamos la posición de la cámara y con el zoom no, aunque se pueden alternar ambas cosas.



TRAVELLING

### Fig. 1.48 Planos

Autor: S/N. Lenguaje Audiovisual. (Septiembre 2010). Módulo 1

En ocasiones se verá movimientos complejos de cámara, realizados con grúa o con vehículos especiales, pudiendo entremezclar panorámicas y travellings en un mismo movimiento, al que no podemos dar una definición concreta.

La estética del cine cambió con la llegada del movimiento de cámara. El efecto de los diferentes planos que se puedan incluir en el desplazamiento, trae consigo unas percepciones distintas de la visión. Podemos llegar a considerar que estamos creando nuevas formas de ver, porque hablar de plano en un travelling, es muy difícil ya que podemos cambiar el punto de vista, el cuadro, etc. El travelling es un conjunto de planos sucesivos.

### **1.6.2.3** *Plano en término de duración*

Se puede hacer que los planos sean más o menos largos y aunque la duración va implícita en el propio concepto de plano y en lo que se desea expresar dramáticamente, al final se tendrá una tipología, sin embargo, va destacar como el más diferenciador el plano secuencia. En este tipo de plano se va a mantener la grabación de la cámara durante un largo tiempo, de tal forma que independientemente del tamaño y movimiento, va a darle una gran carga narrativa. A fin de cuentas tendrá un plano de larga duración que cuenta lo que muchos planos juntos pero sin cortes.

## **1.6.3 El encuadre en el infomercial**

El propósito de encuadrar un plano es mostrar las imágenes lo más claras que sea posible y presentarlas de tal manera que transmitan significado y energía.

Básicamente, con el encuadre, se clarifica e intensifica el evento que se tiene ante nosotros. Las imágenes están sujetas a la convención de ciertas normas estéticas de composición de imagen. Las normas fundamentales van a ser las siguientes:

### **1.6.3.1** *El campo de visión*

Va a mostrar con qué amplitud o con qué proximidad aparece el objeto con respecto a la cámara, es decir con que proximidad aparece para el espectador. Como ya hemos visto, conseguiremos este fin con los diferentes tipos de plano según su tamaño: corto, medio, general....etc. (ubicación que le damos al actor u objeto dependiendo del tamaño de plano elegido)

### **1.6.3.2** *El aire superior*

Como siempre se está rodeado de espacio, tanto en espacios abiertos como cerrados, se debe dejar algo de espacio sobre las cabezas de las personas, lo que se llama aire superior. Por lo tanto hay que evitar que la cabeza aparezca pegada al borde superior de la pantalla, pero ojo, si se deja un exceso de aire superior la imagen puede quedar desequilibrada, dando la impresión de que al actor se le está tragando la tierra.



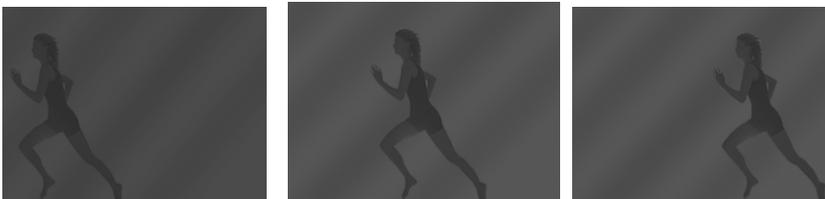
Mucho aire superior    Poco aire superior    Encuadre correcto

**Fig. 1.49** Planos

Autor: S/N. Lenguaje Audiovisual. (Septiembre 2010). Módulo 1

### 1.6.3.3    *Aire lateral y dirección*

Si alguien mira, señala o se mueve en una dirección, debemos dejar algo de espacio en esa dirección. Al igual que la carencia de aire superior, la carencia de aire lateral y direccional hace que la imagen quede desequilibrada, dando la sensación de que el actor está bloqueado contra el borde de la pantalla.



Carencia aire lateral

Poco aire lateral

Aire lateral correcto

**Fig. 1.50** Planos

Autor: S/N. Lenguaje Audiovisual. (Septiembre 2010). Módulo 1

### 1.6.3.4    *Encuadre de planos cortos*

Los planos cortos y los planos detalle son elementos comunes dentro del lenguaje visual de la televisión, y por lo tanto, debemos prestar especial atención al encuadre de estos planos. Un plano corto normal, muestra aire superior habitual y un poco de la parte superior del cuerpo, quedando también equilibrado por ambos lados, es decir centrando la figura en la pantalla.

### 1.6.3.5    *Plano detalle*

El plano detalle es algo más complicado de encuadrar, el borde superior de la pantalla corta parte de la zona superior de la cabeza y el borde inferior corta justo a la altura de los hombros. Como ayuda podemos decir que siempre debemos tratar de situar los ojos del sujeto en el tercio superior de la pantalla. También podemos utilizar un plano detalle de un objeto, por ejemplo en una película de intriga, el cuchillo oculto en el cinturón del asesino antes de entrar en acción. Este además es un ejemplo que nos sirve para demostrar el dramatismo implícito en determinados planos, para hacer que el espectador se inmiscuya en la acción.

#### ***1.6.3.6 El Fondo***

Debido al nerviosismo y el ajetreo que conlleva el contar una historia en el momento (por ejemplo una noticia en el lugar y momento de los hechos), es fácil olvidarse y no mirar detrás del objeto importante que estamos grabando. El fondo a menudo, puede estropear una buena composición de la imagen. Los objetos que aparecen por encima de las cabezas de las personas y las líneas horizontales inclinadas son los problemas de composición más comunes. Desequilibran la composición de la imagen y también pueden generar interpretaciones no deseadas.

#### ***1.6.4 El Concepto De Plano***

Es la porción de espacio imaginario contenida en el cuadro.

Estudiar la naturaleza del campo lleva a la dimensión espacial. La impresión de realidad de la imagen hace que se olvide de su bidimensionalidad, creando una tridimensionalidad imaginaria. Más allá del espacio que se ve hay otro espacio (en apariencia hay otro espacio).

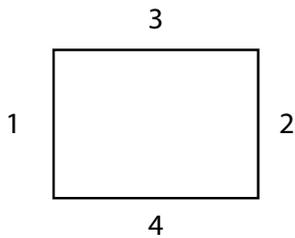
Esto lleva directamente al concepto de fuera de campo.

El fuera de campo es el conjunto de elementos, personajes, decorados, etc. Que no estando en el campo, son imaginariamente perceptibles por el espectador a través de diferentes medios.

El espacio en campo está definido por lo que ve el ojo en la pantalla.

El espacio fuera de campo, está definido por seis segmentos:

1, 2, 3, 4: determinados por los bordes del cuadro



5: Espacio que no se puede delimitar claramente, pero que sería lo que está detrás de la cámara.

6: Todo lo que está por delante de la cámara pero detrás del decorado y que no vemos.

El espacio fuera de campo tiene la misma importancia que el que está en campo.

#### **1.6.4.1** *Campo vacío*

Es el campo que se ve antes y después de las entradas y salidas del plano de los personajes u objetos. Es determinante para el ritmo de la película.

De manera que mucho campo vacío dará un ritmo lento y viceversa.

En el campo vacío determina e importa mucho el sonido.

Es el campo vacío el que muestra todo el potencial sobre una manera de contar historias, relacionando esto siempre con el ritmo. Un ejemplo sería grabar unos segundos de un plano fijo de una puerta justo antes de ser abierta por alguien (quizá el malo de una película de intriga).

#### **1.6.4.2** *Forma que determina el Espacio Off*

La parte de los personajes que se mantiene dentro del encuadre. En el espacio off a pesar de las diferencias que se está estableciendo, éstas no existen, se puede hablar de un solo espacio, porque lo que no está en los ojos del espectador, está en su imaginación y él lo recompone.

#### **1.6.4.3** *El Sonido*

Es el elemento primordial para hacer la reconstrucción del campo y del fuera de campo, porque el sonido nos va a dar la continuidad. Para ello encontramos los sonidos en off y las voces en off.

### **1.6.5** *Sistemas De Grabación Y Formatos De Video Para Infomercial*

#### **1.6.5.1** *Sistema de Video Digital*

Es una representación digital (la información se presenta en forma de bits) de la señal analógica.

La calidad de la reproducción de un sistema digital de video bien diseñado es independiente del medio y solo depende de la calidad de procesos de conversión.

Si una grabación digital es copiada, aparecen los mismos números en la copia, es decir que se trata de un duplicado sino más bien de una clonación. Si no se puede distinguir del original no habrá ninguna pérdida en la generación. Es por eso que una grabación digital puede ser clonada (copiada) indefinidamente sin que haya pérdida de calidad.

La mayor ventaja que presenta la tecnología digital es su costo, ya que si la realización de clonaciones no ocasiona pérdida de calidad, no hay porque utilizar equipos de grabación más caros o mejores.

#### *1.6.5.1.1 Conceptos básicos de video digital*

- **Dimensiones.**

Es el tamaño del video (alto x ancho) expresado en pixeles, sin agrandar o reducir.

- **Códec**

Acrónimo de “codificador/decodificador”. Un códec es un algoritmo que reduce el número de bytes que ocupa un archivo de video digital. Los archivos que son codificados con un códec específico necesitan el mismo para su reproducción. Entre los códecs más utilizados por el formato AVI tenemos: DivX, XviD, CinePak, Intel Indeo, DV, entre otros.

- **Velocidad de transmisión (bitrate)**

El bitrate define la cantidad de espacio físico (en bits) que ocupa un segundo de duración el video. El video tendrá muchas más calidad si su bitrate sea mayor y a su vez su peso también se incrementara. Este bitrate puede ser variable o fijo. El bitrate variable consigue mayor calidad de imagen porque recoge mejor calidad en escenas cargadas con mucho movimiento y ahorra en aquellas más estáticas.

- **Fotogramas por segundo**

Un video resulta de la exposición fotogramas o imágenes una detrás de otra. Un parámetro de la calidad de video es el número de fotogramas por segundo que contiene el mismo, este oscila entre 15 y 30.

- **Fotogramas clave**

Al aplicar un códec de compresión a un video, se suele perder cierta pérdida de los fotogramas. Algunos fotogramas es decir los llamados fotogramas claves se almacenan completamente en el archivo perdido, mientras que el resto se guardan parcialmente. En a descompresión estos fotogramas intermedios se reconstruyen a partir del fotograma clave.

- **Sistemas de televisión**

- **NTCS** (National Television StandarComite = Comité Nacional de Estándares de televisión). Cada fotograma está formado por 525 líneas y reproduce 30 fotogramas por segundo. Se utiliza en América del Norte, Centroamérica, Suramérica, Japón, etc.

- **PAL** (Phase Alternation Line = Línea alternada en Fase) el video PAL tiene 625 líneas por fotograma y 25 fotogramas por segundo. Es el sistema más extendido en Europa.

- **SECAM** (SequentielCouleur à Mémoire = color secuencial con memoria). Muestra 625 líneas y 25 fotogramas por segundo. De origen francés ha perdido territorio gracias a la llegada del PAL.

- **Proporción o ratio de aspecto**

Es la proporción entre anchura y altura de un video. Cuando se reproduce un video se suele mantener por defecto esta proporción para evitar deformaciones de la imagen. Por este motivo es que al visualizar el video en pantalla completa aparecen franjas negras arriba y abajo de la pantalla. Es habitual un relación 4:3 para los videos domésticos un ejemplo de sus medidas serían 352x288 pixeles, mientras que un DVD tiene como ratios de 16:9.

### *1.6.5.2 Formatos De Video Digital*

Los videos digitales pueden ser guardados en archivos de distintos formatos. Cada uno se corresponde con una extensión específica del archivo que lo contiene. Hay muchos formatos de archivo para video. Se citaran algunos de los más utilizados. Asimismo cada tipo de archivo admite en cada momento un códec de compresión distinto.

AVI (Audio Video Interleaved = Audio y Video Intercalado)

- Es el formato estándar para almacenar video digital.
- Cuando se captura video desde una cámara digital al ordenador, se suele almacenar en este formato con el códec DV (Digital Video).

- El archivo AVI puede contener video con una calidad excelente. Sin embargo el peso del archivo resulta siempre muy elevado.
- Admite distintos códecs de compresión como CinePak, Intel Indeo 5, DV, etc. Los códecs con más capacidad de compresión y una calidad aceptable son DivX y XviD.
- El formato AVI puede ser visualizado con la mayoría de reproductores: Windows Media, QuickTime, etc. siempre y cuando se encuentren instalados en el equipo los adecuados códecs para cada tipo de reproductor.
- Es ideal para guardar videos originales que han sido capturados de la cámara digital (codificados con DV).
- No es recomendable publicarlos en Internet en este formato por su enorme peso.
- Los códecs CinePak, Intel Indeo, DV, etc. no ofrecen una gran compresión. Los códecs DivX y XviD por el contrario consiguen una óptima compresión aunque se suelen destinar sobre todo a la codificación de películas de larga duración.

MOV (<http://www.apple.com/es/quicktime/>)

- Es el formato de video y audio desarrollado por Apple.
- Utiliza un códec propio que evoluciona en versiones con bastante rapidez.
- Este tipo de archivos también pueden tener extensión \*.QT
- Se recomienda utilizar el reproductor de QuickTime. Existe una versión gratuita del mismo que se puede descargar de Internet.
- Es ideal para publicar videos en Internet por su razonable calidad/peso.
- Admite streaming.

WMV (<http://www.microsoft.com/windows/windowsmedia/es/>)

- Ha sido desarrollado recientemente por Microsoft.
- Utiliza el códec MPEG-4 para la compresión de video.
- También puede tener extensión \*.ASF
- Sólo se puede visualizar con una versión actualizada de Windows Media 7 o superior. Esta aplicación viene integrada dentro de Windows.
- Es ideal para publicar videos en Internet por razonable calidad/peso.
- Admite streaming

RM (<http://spain.real.com/>)

- Es la propuesta de Real Networks para archivos de video. Utiliza un códec propio para comprimir el audio.
- Este tipo de archivos tiene extensión \*.RM y \*.RAM.
- Se visualiza con un reproductor específico: Real Player. Existe una versión gratuita del mismo que se puede descargar de Internet.
- Se puede utilizar para publicar videos en Internet por su aceptable calidad/peso.
- Admite streaming.

FLV (<http://www.adobe.com>)

- Es un formato que utiliza el reproductor Adobe Flash para visualizar vídeo en Internet.
- Utiliza el códec SorensonSpark y el códec On2 VP6. Ambos permiten una alta calidad visual con bitrates reducidos.
- Son archivos de extensión \*.FLV.
- Se pueden reproducir desde distintos reproductores locales: MPlayer, VLC media player, Riva, Xine, et.
- Opción recomendada para la web por su accesibilidad. Al visualizarse a través del reproductor de Flash es accesible desde la mayoría de los sistemas operativos y navegadores web.
- Los repositorios de vídeo más conocidos en Internet utilizan este formato para ladifusión de vídeos: YouTube, Google Video, iFilm, etc.
- Permite configurar distintos parámetros del vídeo para conseguir una aceptable calidad/peso.
- Admite streaming.

**MPEG** (MovingPicturesExpertGroup = Grupo de Expertos de Películas)

- Es un formato estándar para la compresión de video digital.
- Son archivos de extensión \*.MPG ó \*.MPEG.
- Admite distintos tipos de códecs de compresión: MPEG-1 (calidad CD), MPEG-2 (calidad DVD), MPEG-3 (orientado al audio MP3) y MPEG-4 (más orientado a la web).
- Se reproducen con Windows Media Player y QuickTime.

Este último formato es el que se utilizara para el proyecto ya que gracias a su tamaño en archivo y óptima calidad en imagen, es decir que no hay pérdida al momento de la transformación, es el más idóneo.

## STREAMING

La tecnología de streaming se utiliza para optimizar la descarga y reproducción de archivos de audio y video que suelen tener un cierto peso.

El streaming funciona de la siguiente forma:

- Conexión con el servidor. El reproductor cliente conecta con el servidor remoto y éste comienza a enviarle el archivo.
- Buffer. El cliente comienza a recibir el fichero y construye un buffer o almacén donde empieza a guardarlo.
- Inicio de la reproducción. Cuando el buffer se ha llenado con una pequeña fracción inicial del archivo original, el reproductor cliente comienza a mostrarlo mientras continúa en segundo plano con el resto de la descarga.
- Caídas de la velocidad de conexión. Si la conexión experimenta ligeros descensos de velocidad durante la reproducción, el cliente podría seguir mostrando el contenido consumiendo la información almacenada en el buffer. Si llega a consumir todo el buffer se detendría hasta que se volviera a llenar.

### *1.6.6 Sonido en el Infomercial*

Se puede definir el sonido (como fenómeno físico) como la perturbación producida por un cuerpo vibrante dentro de un medio elástico (como el aire o el agua), el cual puede identificarse por las sucesivas variaciones de presión, que dan lugar a las ondas sonoras las cuales se propagan a través del medio transportando una energía a una velocidad determinada.

Dichas variaciones de presión u ondas de sonido, se desplazan haciendo vibrar el tímpano o el diafragma de un micrófono.

La representación gráfica de una onda será sinusoidal, y tiene una serie de parámetros que nos conviene conocer:

- Longitud de onda: distancia entre dos crestas consecutivas o dos puntos que estén en fase.
- Ciclo: movimiento completo visto sinusoidalmente. (Periodo)
- Frecuencia: número de oscilaciones que se producen en un segundo. Se mide en ciclos / segundo o hertzios.

También se debe familiarizarse con las medidas más habituales cuando se trabaja con sonido:

La unidad de medida de la frecuencia (tono) de un sonido es el ciclo / segundo o hertzio y sus múltiplos:

1 Khz: 1000 hertzios

1Mhz: 1000 000 hertzios

La unidad de medida de la intensidad sonora es el decibelio que compara la intensidad de un determinado sonido con un valor de referencia elegido. Este valor de referencia es el punto más bajo de una escala y corresponde a la mínima potencia capaz de hacer vibrar el tímpano humano. Una conversación normal tiene unos 50 db. El ruido del motor de un avión sobrepasa los 100 db, el ruido de un motor de avión, más allá de los 130 db, el sonido es demasiado intenso para el oído humano, que empieza a sentir dolor al percibirlo.

Al hablar de sonido hay que tener en cuenta tres aspectos que lo conforman, son los siguientes:

#### ***1.6.6.1 Intensidad***

Se define como la energía que transmite la onda sonora por segundo a través de la unidad de superficie situada normalmente a la dirección de propagación.

Depende de la amplitud de la vibración y permite clasificar los sonidos en fuertes (muchas intensidad) y débiles (poca intensidad).

#### ***1.6.6.2 Tono***

Se define como el número de compresiones y enrarecimientos que el oído percibe por segundo. Mediante el tono se pueden distinguir, por ejemplo, las distintas notas que emite un mismo instrumento. En general, se pueden distinguir tres tipos de tonos:

- Los agudos: de frecuencia alta
- Los medios: de frecuencia media
- Los graves: de baja frecuencia

#### ***1.6.6.3 Timbre***

El timbre es la cualidad que permite distinguir el sonido de dos fuentes diferentes aunque éstas tengan el mismo tono e intensidad.

Esa diferente percepción va a depender de la propia señal que se genere.

Así, en un principio se pensaba que el ser humano era capaz de distinguir el sonido de un saxofón del de un violín porque la señal periódica que generan es muy diferente. Esa diferencia depende de las frecuencias que compongan cada señal y de la energía individual de cada una de ellas. Sin embargo, estudios posteriores han llegado a la conclusión de que no es del todo cierto que el contenido espectral de una señal determine por sí solo su timbre, es algo más complicado que debe tener en cuenta la evolución temporal de cada armónico (tiempos de ataque, caída, mantenimiento y relajación).

#### **1.6.6.4**     *Control de nivel y mezcla*

La mezcla de audio va más allá de vigilar los medidores de señal. El efecto subjetivo de audio como se escucha a través de los auriculares debe usarse para evaluar el efecto final.

Por ejemplo, si la voz de un locutor y la música "de fondo" están ambas fijadas en 0dB, la música tapaná las palabras del locutor.

Al seleccionar música de fondo se prefiere música instrumental y nunca cantada ya que resultar molesta al oírse a la vez que la del locutor. Sin embargo, si la música tiene letra cantada por un/a vocalista (algo definitivamente no recomendado como fondo a una narración), la letra tendrá que ser nivelada mucho más baja, para no competir con la locución.

#### **1.6.7**     *Iluminación en el Infomercial*

Iluminar no es sólo conseguir que los objetos se vean. La iluminación puede enfatizar los detalles importantes o eliminarlos por completo. Puede favorecer un sujeto enfatizando sus atributos positivos y ocultando sus rasgos menos favorecedores.

La iluminación es el elemento base de todas las técnicas visuales (cine, televisión, fotografía...) y a partir de estas bases se persigue un acercamiento a la representación en tres dimensiones. En nuestro caso, la televisión, también está basada en la luz: de hecho, sin la luz no podría existir. Así como el sonido debe ser cuidadosamente controlado en la producción de audio, la luz debe ser especialmente controlada en televisión.

Pero, antes que controlar la luz con éxito, debemos entender sus tres características básicas:

- Coherencia (calidad)
- Temperatura de color

- Intensidad

### *1.6.7.1 Coherencia de la luz*

La coherencia, o calidad, es la dureza o la suavidad de la luz. La calidad de la luz es probablemente la variable menos comprendida y más olvidada de las tres variables mencionadas.

#### **Luz Dura**

La luz que es emitida directamente desde una fuente concentrada resulta en rayos (paralelos) relativamente coherentes. Esto da a la luz una apariencia dura, vigorosa y cortante. La luz de una lámpara transparente, la de un fresnel (ver punto 2.5.8.) enfocado, y la luz del sol de una tarde despejada, son fuentes representativas de luz dura.

La luz dura crea una sombra claramente definida. Cuando la luz dura es utilizada para iluminar una cara, las imperfecciones de la piel se resaltan. El resultado no siempre es agradable. Pero en otras aplicaciones, así como para hacer notar la textura de una superficie, o el grabado de una joya, esto puede ser una ventaja.

Varios tipos de instrumentos de iluminación son utilizados en la TV para crear una luz dura, incluyendo el proyector de spot y el comúnmente utilizado fresnel elipsoidal.

#### **Luz Suave**

La luz suave (difusa) tiene el efecto opuesto de la luz dura. Los difusores se colocan al frente de las luces para suavizar y difundir sus rayos. Al mismo tiempo, reducen la intensidad de la luz.

Grandes softlights (difusores) son utilizadas en los estudios de producción para crear un área amplia y uniforme de luz.

Usualmente las cámaras (sobre todo en fotografía) se apoyan en el uso de reflectores sombrilla para crear un efecto de iluminación suave, esto es simplemente una luz rebotada desde el interior plateado o blanco de un reflector tipo sombrilla.

A diferencia de la fuente concentrada de luz que se asocia a las fuentes de luz dura, la amplia superficie de reflexión del interior de la sombrilla, provee una gran área de iluminación suave. Como la luz suave tiende a esconder líneas, arrugas y defectos, es útil para realizar trabajos de embellecimiento.

Al colocar una fuente de luz suave cerca de la cámara, se minimizan los detalles de la superficie. El efecto es comúnmente denominado iluminación plana.

Aunque tiene ciertas aplicaciones, especialmente en primerísimos primeros planos de objetos donde las sombras oscurecerían detalles importantes, la iluminación plana deja "sin dimensiones" al sujeto. Cuando es utilizada en un área grande, puede dar una apariencia árida y estéril.

La iluminación ha sido denominada como "el arte de controlar las sombras". Aunque de buenas a primeras podría parecer que las sombras deberían ser eliminadas o minimizadas, hemos visto que ellas proporcionan detalles y dimensiones importantes a las imágenes. Una de las mayores metas en la iluminación es hacer que las sombras funcionen bien.

#### *1.6.7.2 Temperatura de color*

Aunque el segundo atributo de la luz, la temperatura de color, se refiere a su color básico, también hablamos de una característica de la luz que va más allá de lo obvio.

En condiciones normales ocurre un ajuste perceptual humano conocido como consistencia de color aproximado que permite ajustar la percepción para fuentes de luz que creemos blancas. En el vídeo o cine, la consistencia de color aproximado no funciona de la misma manera. A menos que se haga la corrección de color cuando se ruedan la toma, veremos significativos y molestos cambios de color entre una escena y otra. Esto es debido a las radiaciones que emite cada color dentro del espectro visible, y que varía desde los más fríos, que son los tonos rojos, a los más cálidos que son los azulados.

Aunque la luz puede ser de cualquier color entre infra-rojo y ultra-violeta, existen 2 estándares de color básicos para cine y TV: 3.200°K (grados Kelvin) para las lámparas incandescentes de estudio y 5.600°K para la luz de día (algunas fuentes artificiales dan como estándar de luz de día 5.600°K aunque, la temperatura exacta depende de varios de factores).

<b>FUENTE DE LUZ</b>	<b>TEMPERATURA DE COLOR (°K)</b>
Cielo Nublado	7000
Luz solar a mediodía	5600
Lámparas fluorescentes Tipo 'Blanco neutro'	4000

Focos Iluminación	3200 - 3400
Halógenas domésticas	2900
Bombilla 100 vatios doméstica	2800
Luz de vela	1900

**Tabla 1.1 Fuentes de luz**

Autor: S/N. Lenguaje Audiovisual. (Septiembre 2010). Módulo 1

### **Variaciones de color en la luz solar**

El color de la luz solar puede variar mucho, de acuerdo a la hora, la bruma y la latitud y longitud geográfica del lugar.

Debido al ángulo que tiene temprano en la mañana y al final del día, los rayos solares deben atravesar una porción mayor de la atmósfera. En consecuencia, la temperatura de color del sol vira hacia el rojo, lo que determina el tono rojizo del atardecer y el amanecer.

A mediodía la luz del sol debe recorrer una menor distancia y la temperatura de la luz directa del sol cercana a 5.500 °K.

Entre estos dos extremos hay variantes de tonalidades más sutiles de acuerdo a la posición del sol en el cielo. Y si las nubes lo tapan y lo descubren, la temperatura de color (y la cualidad de la luz) variarán dramáticamente.

La temperatura de color varía también como consecuencia de la bruma o de un cielo nublado, donde la temperatura de color es mayor. Si la cámara no se balancea (o filtra) bajo esas mismas condiciones, la luz resultante creará un efecto frío y azulado.

#### **1.6.7.3 Fuentes de luz artificial**

Se dijo que 3.200°K es el color de la luz estándar para televisión, considerablemente más bajo (más rojizo) que la luz solar promedio. La mayoría de estas fuentes de luz pueden ser ajustadas por el circuito de balance de blanco de las cámaras de vídeo. Hay sin embargo, ciertas fuentes de luz artificial, que son un verdadero reto para el balance de blanco, como suelen ser las lámparas fluorescentes. Al tomar una imagen en interiores iluminada con luz de tungsteno (iluminación de bombillas común en cualquier hogar), se puede observar que si no se realiza ningún balance en la cámara, da como resultado una iluminación con tonalidad rojiza, pero si se

toma una imagen iluminada con luz de fluorescente nos ocurre todo lo contrario, la tonalidad es verde/azulada, es decir, con una mayor temperatura de color.

#### **1.6.7.4** *Intensidad de la luz*

La tercera y última de las variables de la iluminación que se ve es la intensidad. El control de la intensidad de la luz es una variable importante en la producción. En una localización (o en un estudio) el ojo es un juez muy pobre de la intensidad relativa y la temperatura de color. La intensidad lumínica que incide sobre una superficie se mide en foot-candles (en los Estados Unidos) o en lux (en la mayor parte de los demás países). Un foot-candle es igual a aproximadamente 10.74 lux (o, en una conversión menos precisa, multiplica 1 foot-candle por 10 para tener un lux).

#### **1.6.7.5** *Control de intensidad variando la distancia*

Cuando aumenta la distancia entre una fuente luminosa y el objeto, la luz es difundida en un área más amplia y la intensidad disminuye.

Específicamente decir, la intensidad de un haz luminoso no enfocado decrece conforme a la ley del inverso del cuadrado de la distancia (o de la proporción de la distancia).

Ejemplo.

Si una luz se encuentra a 10 metros del objeto e inciden 4000 Lux de luz en el mismo, si se duplica la distancia entre fuente y objeto a 20 metros, obtendremos solamente la cuarta parte de la intensidad de la luz original ( $1/2^2$ , es decir  $1/4$  de 4000 fc=1000 Lux).

Con este concepto, se puede variar rápidamente las intensidades luminosas acercándolas o alejándolas del sujeto, recordando la ley del inverso de los cuadrados, según los requerimientos de la escena.

#### **1.6.7.6** *La iluminación de tres puntos (triángulo básico)*

La iluminación de tres puntos es el montaje completo más sencillo de iluminación. Se puede usar esta idea para obtener buenos resultados con cualquier tema tridimensional.

En esta fórmula se emplean (curiosamente) hasta cuatro tipos de luces:

- Luz principal
- Luz de relleno
- Contraluz
- Luz de fondo

### 1) Luz Principal (Key light)

Como su nombre indica es la luz más importante y la que define y afecta en mayor medida la apariencia del sujeto. En términos de calidad, debe situarse entre aproximadamente en un término medio entre la luz dura y luz difusa. Dentro del esquema, debe situarse formando un ángulo entre 30 y 45 grados con el eje que forman la cámara y el sujeto, bien a la derecha o bien a la izquierda de la cámara. El ángulo de 45 grados es el que produce un mayor modelado y resalta mejor las texturas del sujeto

### 2) Luz de Relleno

La luz principal utilizada sola puede producir sombras que resulten no deseadas. Para suavizar estas sombras utilizamos la luz de relleno, sin eliminarlas por completo. La luz de relleno es una fuente de luz difusa. Se coloca formando unos 90 grados con el eje que forma la luz principal con el sujeto.

### 3) El Contraluz

La función de esta luz es separar al sujeto del fondo creando un sutil borde de luz alrededor del sujeto. El contraluz debe colocarse justamente detrás del sujeto con relación a la cámara. Deberíamos poder trazar una línea recta ficticia que parte del objetivo de la cámara, pasa por el sujeto y llega hasta la luz de contra. Si esta luz está muy desviada hacia uno de los lados del sujeto arrojará mucha más luz sobre ese, dejando el otro oscuro. Para esta luz es mejor utilizar fuentes pequeñas y de menor potencia que las anteriores ya que generalmente se colocan más cerca del sujeto y el área a iluminar es más pequeño.

### 4) La Luz de Fondo

Ilumina los fondos y añade profundidad y separación entre los elementos de la escena. Se puede utilizar cualquier tipo de luz siempre y cuando genere una iluminación lo más uniforme posible

y no afecte al sujeto. Si el fondo tiene detalle o textura, es preferible poner la luz al mismo lado que la principal, para mantener consistencia en la dirección de la luz.<sup>3</sup>



**Fig. 1.51** Planos

Autor: S/N. Lenguaje Audiovisual. (Septiembre 2010). Módulo 1

## 1.7 Medios de difusión del infomercial

Concepto y clasificación de los medios

### 1.7.1 Concepto

Medios: canales de comunicación. Ejemplo: televisión.

Soporte: distintas secciones en las que se divide en canal de comunicación. Ejemplo: Ecuavisa

Clasificación de los medios

- **Convencionales:** Cine, internet, tv, radio, prensa y diarios, vallas publicitarias o publicidad exterior. Tienen razón de ser sin la publicidad.
- **No convencionales:** marketing directo, PLV, publicidad directa (mailing o buzoneo). No tienen razón de ser sin la publicidad, excepto el mobiliario urbano.

Clasificación según soporte técnico empleado:

- **Medios impresos, soporte gráfico:** diarios, suplementos, cabinas, mailing, buzoneo, PLV...
- **Medios audiovisuales:** Tv, radio, cine.

<sup>3</sup>S/N. (septiembre 2010). Lenguaje Audiovisual. Módulo 1

- **Nuevas Tecnologías:** internet, tv digital.
- **Otros medios:** instalaciones deportivas, medios de transporte, carros de supermercados.

Clasificación según la interactividad y la densidad de información:

### *1.7.2 La Televisión*

La penetración de la tv en la población, ronda al 98% de los mismos, en algunos casos existe más de un aparato de tv en las casas. Algunos dicen que no sólo es un medio de publicidad, sino también es educativo.

Es un medio tradicional y al mismo tiempo convencional.

Es un medio con una gran apuesta de futuro, debido a la proyección que la tv por cable o por satélite puede ofrecer como medio publicitario.

El rol del televidente cambia, de pasivo a activo; ahora la publicidad va enfocada hacia él. Con la evolución de la tv también se pasará de mensajes estándar y masivos, a específicos e individualizados.

Formas publicitarias en televisión:

- Spots: formato estándar de publicidad en tv. Podemos definirlo como una película de corta duración, que por lo general tiene una duración de 20 a 30 segundos.
- Programas patrocinados: no dejan de ser una visión estándar de una parrilla de un canal de tv, en la cual un anunciante va a tener un rol especial, principal y diferenciador, patrocinando dicho espacio.
- El publirreportaje o infomercial: “son películas de corta duración, entre 1 y 3 minutos, en los que se describen, en un estilo informativo y cultural, diversos aspectos relacionados con una empresa o con algún producto.”
- Publicidad estática: se produce cuando se retransmite por tv un acontecimiento, normalmente un evento deportivo, en cuyas instalaciones se exponen publicidad.
- Productplacement: consiste en enseñar intencionadamente un producto o una marca en algún programa o serie de tv, se trata de una publicidad indirecta, o por lo menos ese es el objetivo que se persigue con esta. Hay 3 tipos:
  - a) **Pasivo:** aquel en el que únicamente se muestra el producto o la marca.
  - b) **Activo:** aquel en el que además de enseñar el producto, el actor o presentador hace uso de él.

c) **Guionado:** aquel en el que se visualiza el producto, se hace uso de él y además el actor o presentador hace alusión verbal del producto.

- **Las sobreimpresiones:** son textos que aparecen sobre las propias imágenes de tv, normalmente en la parte inferior de la pantalla, y que son muy usuales en las retransmisiones deportivas.

- **El bartering:** consiste en que el anunciante realiza o produce un programa en el cual vende al medio a cambio de espacio publicitario, existente dentro de la retransmisión del programa y nunca en los cortes publicitarios.

- **Telepromociones:** son cortinillas que aparecen antes y después de cada programa vendiendo algún producto o dando una determinada información; en algunos casos también suelen patrocinar los programas que le siguen o le preceden.

- **Presentaciones internas:** consiste en combinar la mención de la marca, dentro del programa o serie de tv, por parte del presentador, con una visualización del producto, que puede ser directa o mediante un spot.

Características publicitarias de la televisión:

- **La naturaleza audiovisual:** el carácter audiovisual de la televisión consigue una alta eficacia en la emisión de un mensaje para los anunciantes.

- **Selectividad geográfica:** con la aparición de las numerosas cadenas locales, e incluso con las continuas desconexiones autonómicas o locales, se consigue llegar a un público más segmentado y al mismo tiempo tienen cabida nuevos anunciantes que sin este tipo de formatos o desconexión, no invertirían en tv.

- **Gran penetración:** ningún medio de comunicación alcanza niveles de audiencia similares a los de la televisión.

- **Fugacidad de los mensajes:** la mayor dificultad que encontramos en la comunicación de un mensaje o concepto en televisión es la brevedad de su exposición.

- **Coste absoluto elevado vs coste por contacto bajo:** un anuncio en televisión tiene un coste elevado, pero si lo dividimos entre la audiencia, el coste por impacto resultará bajo.

- **Saturación publicitaria:** cada día es más frecuente encontrar mayor grado de publicidad en televisión y también es más frecuente que las cadenas de televisión incumplan la legislación vigente (12 minutos/hora de publicidad).

Medios para luchar contra la saturación publicitaria:

1. **Bloque clásico:** consiste en emitir una serie de anuncios o spots de Tv en los cortes publicitarios de los programas, series o películas.

2. Bloque autopublicitario: consiste en dividir el espacio publicitario en anuncios de la propia cadena y spots de TV.
3. Spots-avance de programación-Spots: consiste en intercalar un avance de la programación de la cadena en medio de una parrilla de spots. (Evita el zapping, GH)
4. Bloque de noticias: consiste en intercalar un bloque de noticias o conexión con los servicios informativos en medio o durante la parrilla de spots.
5. Contraprogramación: su objetivo es “luchar” con la competencia, con el resto de medios de comunicación y atraer hacia si la audiencia que hay en ese momento. Esto se suele usar mucho e programas de máxima audiencia y en horarios de “prime time”, haciendo coincidir los bloques publicitarios con los del programa rival, evitando así que el telespectador se vaya a la otra cadena.

Defensa del espectador contra la saturación publicitaria:

1. zapping: consiste en cambiar de cadena, buscando una mejor elección, normalmente cuando se producen los cortes publicitarios.
2. flipping: consiste en encender la TV sin tener conciencia de lo que se quiere ver, pasando de cadena en cadena, hasta encontrar algún espacio atractivo.
3. grazing: consiste en visualizar dos programas a la vez, conectando con cada uno de ellos, bien durante la emisión o bien durante los cortes publicitarios. Aunque el objetivo último del espectador es ver ambos programas.
4. zipping: consiste en grabar, un programa, serie o película en algún formato de reproducción, y a la hora de ver la reproducción, pasar rápidamente la publicidad, evitándola.

### ***1.7.3 Internet***

Tendencias del mercado en Internet:

- Digitalización de la información: sobre todo ante los sistemas analógicos de la TV, con lo que se vigila y mejora el impacto publicitario. Nos permite dar mayor creatividad a los mensajes.
- Formatos multimedia: el mayor exponente es Internet: imagen, gráficos, textos todo junto.
- Carácter interactivo de la publicidad: la forma de irse personalizando la TV es buscar un feedback, se busca que el consumidor pase de un roll pasivo a un roll activo, en definitiva que el consumidor reclame sus necesidades y las haga patentes.
- Necesidad de información: es cada vez mayor, se refiere a bases de datos e información en general.

Ventajas del marketing on-line para los consumidores:

- Conveniencia: los consumidores pueden hacer pedidos las 24 horas del día, los 365 días del año y en cualquier parte del mundo.
- Información: los consumidores pueden encontrar gran cantidad de información comparativa entre las distintas marcas, empresas, productos.
- Menos discusiones

Ventajas del marketing on-line para las empresas

- Ajustes de la oferta a las condiciones del mercado: just in time: realizar el producto en base de un pedido, con él evito tener en mi stock productos terminados.
- Costes más bajos: ahorro en los stocks, en los alquileres, en los seguros.
- Tamaño de la audiencia: el hecho de tener un mercado global, mundial, te posibilita entrar en muchos rincones. Aunque también puede ser una desventaja, la peor desventaja que puede tener una empresa en on-line es la audiencia que puede tener.

Características de Internet como medio publicitario:

- Es generador de valor añadido: ya que posibilita una gran cantidad de información de los múltiples productos que se comercializan a través de la red.
- Interactividad: Internet cambia el rol del consumidor desde un punto de vista pasivo a uno activo, se puede decir que es una característica que diferencia a este medio del resto de medios publicitarios.
- Acceso voluntario: el usuario de la red solo se expondrá a aquellos mensajes publicitarios que el desee y que estime convenientes y relevantes. Se puede decir que Internet se convierte en el medio de comunicación de la implicación.
- Impulso internacional: Internet se convierte en un escaparate internacional para grandes y pequeñas empresas.
- Versatilidad y flexibilidad: Internet es versátil ya que permite mediante un bajo coste, el cambio de la información emitida, de una forma cómoda y rápida, y es flexible ya que podemos moldear la información que transmitimos de nuestro producto, marca o empresa.
- Mejora de la imagen corporativa: las empresas que tienen Web son concebidas con respecto a las imágenes transmitidas en su página.
- Capacidad de selección del target group: el usuario medio de Internet es un usuario muy homogéneo, por tanto en aquellas empresas en las que su perfil de consumidor sea similar o encaje con el perfil de internauta, supondrá un beneficio diferenciador con respecto al resto del mercado.

- Discriminación geográfica: Es el medio con más discriminación geográfica, ya que detecta la dirección IP desde donde se conecta.
- Medio multimedia
- Medio hipermedia: además de los formatos que componen la denominación multimedia, Internet utiliza el lenguaje hipertexto que no es otra cosa que un enlace a otra sección o página Web

Desventajas del medio Internet:

- Dificultad para entender los mensajes publicitarios: no es de extrañar que encontrar información muy concreta en Internet puede llegar a ser algo escabroso, debido a la cantidad de información que hay en Internet. Cuanto más nos acerquemos a una meta-tracks y cuanto más entre la gente en nuestra página, más posibilidades tendremos de situarnos entre los primeros en los buscadores.
- Necesidad de infraestructura adecuada: Internet como medio masivo puede plantear una oportunidad o una amenaza, esto depende de cómo marquemos el área logística de nuestra Web, es un problema porque no podrá entrar todo el mundo, y si no se lo ofrecemos creamos una mala imagen en la empresa, es necesario crear los horizontes necesarios en la página.
- Necesidad de personal especializado: para organizar un comercio on-line necesitamos gente que tenga conocimientos que tenga más conocimientos que el usuario medio, necesitamos gente especializada en Internet.
- Perfil sociodemográfico: Internet tiene un perfil de internauta muy marcado, personas de ambos sexos, de jóvenes hasta los 35 años más o menos, con una clase económica media-alta...si nuestra empresa se acerca a este perfil, tiene el éxito garantizado.
- Problemas tecnológicos

Cada vez más las empresas quieren acercarse a todos los mercados, adaptándose a ellos, para actuar de una forma global. La tendencia occidental, busca dirigirse a grupos individualizados, es buscar lo personal, lo concreto.

Esquema de la planificación publicitaria en Internet:

Debe haber una concordancia entre los objetivos y acciones de comunicación general tanto on-line (a través de Internet) como off-line (mediante otros medios), lo cual producirá sinergias de comunicación.

Los objetivos que deben planificarse dentro de la publicidad on-line son:

- Generar tráfico.
  - Generar notoriedad: dentro de un sector nos situamos como marca líder.
  - Fidelizar a la clientela: que nuestra clientela se sienta cómoda y que se acostumbre a navegar por nuestra página a través de promociones
  - Otros
1. Braning: crear marca y situarnos los primeros en la mente del consumidor.
  2. Modificador de actitudes logísticas: hacer todo lo posible para que nuestro producto llegue al consumidor final. Nuestro producto es muy especializado y necesita más información. Crearé un soporte para llevar esa información a nuestros clientes que la reclaman.
  3. Apoyo de las ventas.

Principales variables para la planificación on-line:

Las principales herramientas o variables que debe barajar el planificador de medios, cuando se disponga a llevar a cabo una campaña en internet, son las siguientes:

- **El público objetivo:** debemos aprovechar las posibilidades de segmentación que nos ofrece la red.
- **Audiencia:** debemos aprovechar los beneficios de un público global..
- **Las huellas digitales o cookies:** son las huellas o señales personales que deja cada usuario al visitar un website.
- **Frecuencia:** internet permite determinar el número de impactos que recibe cada individuo.
- **Hit:** es el número de ficheros que la web expone y lanza a sus visitantes.
- **Impresión:** es la exposición del anuncio, es decir, cada una de las veces que se carga un formato publicitario en el website.

## **CAPITULO II:**

### **2. MARCO METODOLÓGICO**

#### ***2.1 Modalidad de Investigación***

En el caso de esta tesis se utilizaran estas modalidades:

**Inductiva:** Parte de los datos generales para llegar a conclusiones generales. Este método será de gran utilidad cuando se realice el análisis del estilo del concepto artístico.

**Deductiva:** parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular. Se utilizara para analizar el proceso realizado en la creación del producto.

#### ***2.2 Tipos de Investigación***

**Investigación de campo.-** Ya que se trata de conocer la realidad de la entidad se tendrá que realizar visitas para tomar en consideración la situación en la cual se encuentra la misma.

**Investigación bibliográfica.-** Puesto que se fundamentará teóricamente utilizando libros sobre el tema, con la finalidad de cumplir los objetivos planteados al inicio del proyecto.

#### ***2.3 Población y Muestra***

##### **Población**

La población a la que se dirigirá el producto audiovisual será a jóvenes hombres y mujeres de entre 17 a 25 años de edad de todo el país, de clase social baja, media y alta, cuya actividad es el estudio y sus intereses y opiniones se centren en buscar una opción para educarse superiormente y tener una profesión, cabe mencionar también que este tipo de público tiene como pasatiempo navegar en la red, mas al grano en redes sociales y canales online.

### **Muestra**

Por ser una población a la cual no se definió con exactitud, por no tener datos reales y actuales de las personas con esas características. Se definirá a 10 personas como nuestra muestra.

## ***2.4 Métodos, Técnicas e Instrumentos***

### **Método**

**Exploratorio:** se constataran en la parte artística de la producción del audiovisual, además se desarrollaran varias técnicas para conocer de mejor manera a nuestro público objetivo.

### **Técnicas e instrumentos**

#### **Técnicas**

**La entrevista:** La entrevista permitirá determinar la información exacta y correcta a cerca de los beneficios que se obtendrá al optar por una carrera en la FIE.

#### **Instrumentos**

Como instrumento en el presente proyecto se usó:

**Fichas de observación.** Este instrumento se utilizó para realizar anotaciones importantes obtenidas en la investigación de campo.

## **2.5 Diseño de los Instrumentos de Investigación**

### ***2.5.1 Fichas de observación***

 <p style="text-align: center;"> <b>ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO</b>  <b>FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA</b>  <b>ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO</b> </p> 	
Lugar:..... Fecha:..... Situación:.....	
Observación:..... ..... ..... ..... ..... .....	Comentario:..... ..... ..... ..... ..... .....

**Fig. 2.1**Ficha de Observación

Realizado por: Hernández L.

### CAPITULO III

## 3. PLAN DE MEDIOS. PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN

### 3.1 Plan de medios

#### 3.1.1 *Objetivo*

Publicitar mediante un audiovisual a la Facultad de informática y electrónica de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

### 3.1.2 *Análisis del Target*

Nuestro target está definido por personas:

#### **Demográficamente:**

- **Género:** hombres y mujeres
- **Edad:** de entre 17 a 25 años de edad. Ya que son las personas que necesitan ser informadas para escoger una carrera a seguir.
- **Clase social:** baja – media – alta. Porque las tres clases?, sencillamente porque toda persona indistintamente de la clase social tiene derecho a educarse y desarrollarse como persona.

**Geográficamente:** va dirigida para personas de todo el país y como se presenta en una plataforma que no tiene fronteras se espera presentarse a nivel de países de Latinoamérica.

**Conductual:** ya que por la edad estas personas pasan mucho tiempo navegando en internet y vinculándose a redes sociales se optado por escoger como plataforma de presentación la red.

### 3.1.3 *Estrategia*

**Que se va a comunicar?** Lo que se va a dar a conocer y promocionar son las alternativas en educación superior que tiene la Facultad de Informática y Electrónica de la ESPOCH.

**Como se va a comunicar?** Según con los datos obtenidos y verificando el auge de las redes sociales, además que la plataforma internet se presenta con ventajas excepcionales para difusión y promoción de nuestro producto, se optó por desarrollar un infomercial promocionando las carreras de la FIE de la ESPOCH.

### 3.1.4 *Canales*

De acuerdo a nuestro target se analizó las mejores opciones que se presentaron:

Por su conducta y aficiones se determinó que la mejor alternativa será presentar el producto audiovisual como canal principal el internet.

### 3.1.5 *Medios*

Para publicitar el infomercial institucional se eligió como medio, las redes sociales, y canales de video online (YouTube).

### **3.1.6**      *Definición del formato*

El infomercial tendrá el siguiente formato:

**Tamaño:** 1280x720 pixeles

**Calidad:** Full HD

**Formato de video digital:** gracias a sus prestaciones y ventajas se hace muy conveniente el uso del formato MPEG con su códec MPEG-4 el cual tiene como extensión .mp4. Que es orientado y desarrollado para su uso en la web.

### **3.1.7**      *Presupuesto*

El tema de presupuesto ya está elaborado, y se rige a gastos del proyecto, ya que la plataforma utilizada para la difusión no tiene costo.

### **3.1.8**      *Calendario / Timing*

Ya que una de las ventajas de nuestro medio de difusión de nuestro proyecto es, que es sin costo alguno estará vigente en la plataforma las 24 horas del día, todos los días y se podrá ver una y otra vez sin necesidad de pactar horarios exclusivos para sus pasadas.

## **3.2**      **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.

### **3.2.1**      *Idea creativa*

La idea creativa surgió de la necesidad de comunicar a los jóvenes y personas en general los atractivos académicos de cual goza la facultad de Informática y Electrónica de la ESPOCH y los beneficios en presente y a futuro que conlleva pertenecer y haber pertenecido a la misma. Con esto se dará a conocer las fortalezas de cada escuela que pertenece a la FIE.

Con un audiovisual se mostrara a cada una de las escuelas de manera humana y profesional y su desarrollo académico, infraestructura y equipamiento.

### **3.2.2**      *Grupo de trabajo*

Un grupo o equipo de trabajo es un conjunto de personas asignadas o auto asignadas, de acuerdo a sus habilidades, conocimientos y competencias específicas (profesionales o expertos), para cumplir una determinada meta bajo la conducción de un coordinador.

De acuerdo al desarrollo del proyecto se obtendrá ayuda de personas externas, es decir que no están contempladas en la postulación del proyecto, ya que al plantearlo es un proyecto individual.

Como será un proyecto viable se contara con el siguiente grupo de trabajo.

<b>Cargo</b>	<b>Persona</b>
<b>Productor</b>	Luis Alberto Hernández
<b>Asistente de producción y dirección de arte:</b>	Víctor Valverde
<b>Unidad Móvil, tramoyista, asistencia:</b>	Enrique Flores

**Tabla 3.1 grupo trabajo**

Realizado por: Hernández L.

### 3.2.3 *Locaciones*

Las locaciones en su totalidad son en zonas de la facultad de informática y electrónica.

Es decir se utilizara como locaciones las siguientes zonas:

<b>Zona</b>	<b>Toma</b>
<b>Laboratorios</b>	Interiores, con equipo (dolly)
<b>Aulas</b>	Interiores, con equipo (Dolly)
<b>Living edificio FIE</b>	Interiores, equipo (grúa)
<b>Decanato FIE</b>	Interiores, equipo (Dolly)
<b>Áreas verdes</b>	Exteriores, equipo (grúa)
<b>Estacionamientos</b>	Exteriores, equipo (grúa)
<b>Exterior edificio central</b>	Área , equipo (drone)

**Tabla 3.2 Locaciones**

Realizado por: Hernández L.

### 3.2.4 *Guion literario*

La primera etapa en la concepción de un film o de un programa audiovisual es la realización del guion literario que es la narración ordenada de la historia que se desarrollará en el film o programa. Incluye la acción, los diálogos y los detalles ambientales, pero sin indicaciones técnicas. Se plantea en forma escrita pero en un lenguaje visual, cinematográfico y no literario.

Antes de hacer un guion literario es preciso decidir sobre:

- QUÉ se contará

- QUIENES son los personajes
- CÓMO se tratará el film (qué géneros utilizaremos)
- CUÁNDO, en qué época se desarrolla la historia

El guión literario lo desarrolla el guionista, pero a veces también el realizador. El guión literario se adapta a guión técnico que recoge las indicaciones técnicas necesarias para la producción.

Guion literario voz en off	Audio fondo
<p>La Facultad de Informática y Electrónica de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo ha sido desde 1999 la mejor opción para los jóvenes chimboracenses y ecuatorianos, que han visto en ella, la oportunidad para alcanzar sus metas.</p> <p>Aquí somos como tú alegres, creativos, innovadores y con muchos deseos de superación.</p> <p>Es como estar en familia, acompañados de nuestros amigos.</p> <p><b>Por todo esto y más, te queremos aquí.</b></p> <p>(Entrevista decano de la Facultad)</p> <p>La facultad de Informática y Electrónica cuenta con infraestructura moderna, con aulas acogedoras y mobiliario actual y ergonómico además de espacios para el esparcimiento estudiantil al contacto con la naturaleza y el deporte.</p> <p>Esta es nuestra facultad con sus escuelas.</p> <p><b>La Escuela de Ingeniería en Diseño</b></p> <p>Su objetivo es.</p> <p>Formar ingenieros en Diseño Gráfico idóneos y competentes para contribuir al desarrollo socio económico y cultural del país.</p> <p>Esta escuela destaca por sus laboratorios, en los cuales están:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Laboratorio de Software</li> <li>• Laboratorio de Multimedia</li> <li>• Laboratorio de Mac</li> <li>• Laboratorio de Programación</li> <li>• Laboratorio de Video y Fotografía</li> <li>• Laboratorio de Radio</li> <li>• Laboratorio de serigrafía</li> </ul> <p>(Entrevista a la directora de escuela de Diseño Gráfico) exponiendo lo siguiente:</p>	<p>Intro</p> <p>Commercial Background Instrumental Music</p>

<p>- Dialogo</p> <p>Un Ingeniero En Diseño Gráfico se puede desempeñar como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñador de Sistemas de Identidad (Branding)</li> <li>• Diseñador Editorial</li> <li>• Diseñador de Estrategias Publicitarias</li> <li>• Director Creativo</li> <li>• Diseñador de Exhibiciones</li> <li>• Líder de Proyecto</li> <li>• Ejecutivo de Cuentas</li> <li>• Diseñador Web y Digital</li> <li>• Consultor de Comunicación Visual</li> <li>• Fotógrafo</li> <li>• Ilustrador</li> <li>• Animador Gráfico</li> <li>• Agencias de publicidad</li> <li>• Talleres de artes gráficas o editoriales de prensa, revistas y libros</li> <li>• Compañías de pre-prensa digital</li> <li>• Canales de televisión</li> <li>• Productoras audiovisuales.</li> <li>• Oficinas de Diseño Gráfico Publicitario.</li> <li>• Prensa</li> <li>• Instituciones gubernamentales.</li> <li>• Instituciones educativas y culturales.</li> <li>• Dentro de la empresa o instituciones, en departamentos de marketing y comunicaciones.</li> <li>• Productoras de eventos.</li> <li>• Ejercicio Independiente de la Profesión.</li> <li>• Docencia.</li> </ul> <p><b>Escuela de Ingeniería en Sistemas</b></p> <p>Su misión y objetivo es formar Ingenieros en Sistemas Informáticos competentes, emprendedores</p> <p>La Escuela de Ingeniería en Sistemas cuenta con 6 laboratorios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Laboratorio de Multimedia</li> <li>• Laboratorio de Desarrollo</li> <li>• Laboratorio de Programación</li> <li>• Laboratorio de Redes</li> </ul>	
--	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laboratorio de Automatización</li> <li>• Laboratorio de Investigación</li> </ul> <p>(Entrevista al director de escuela de sistemas exponiendo lo siguiente:</p> <p>- Dialogo</p> <p>El Ingeniero en Sistemas Computacionales puede desempeñarse en cargos tanto en el sector público como en el privado de nuestra sociedad ocupando diversos cargos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente de Informática.</li> <li>• Analista programador de sistemas.</li> <li>• Líder de proyectos Informáticos.</li> <li>• Auditor de Informática.</li> <li>• Gerente de soporte técnico.</li> <li>• Agente vendedor.</li> <li>• Asesor Informático en el sector financiero, manufactura, y empresas de comunicación, entre otros.</li> <li>• Instituciones educativas.</li> <li>• Desarrollo de sistemas.</li> <li>• Auditor de informática.</li> <li>• Consultor externo.</li> <li>• Instructor en los diferentes tópicos de informática.</li> <li>• Investigador.</li> <li>• Agente distribuidor.)</li> </ul> <p><b>Escuela de Ingeniería En Electrónica Control Y Redes Industriales</b></p> <p>Nuestra misión y objetivo es formar ingenieros en electrónica, control y redes industriales, competentes, emprendedores, para el desarrollo sustentable del país.</p> <p>Contamos con 4 laboratorios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Laboratorio de Internet</li> <li>• Laboratorio de Programación</li> <li>• Laboratorio de Robótica</li> <li>• Laboratorio de Comunicaciones</li> </ul> <p>(Entrevista al director de escuela de Electrónica Control Y Redes Industriales:</p> <p>- Dialogo</p> <p>El Campo Ocupacional es muy extenso entre algunos se puede mencionar</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas Petroleras y todo tipo de industrias que requieran automatizar sus procesos de producción.</li> <li>• Empresas dedicadas a la venta e instalación de equipos electrónico de instrumentación.</li> </ul>	
---	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de Control e instalaciones de edificios inteligentes</li> <li>• Libre Ejercicio Profesional en el diseño e implementación de sistemas de automatización de procesos y redes industriales.</li> <li>• Asesoría técnica y consultoría de sistemas y proyectos tecnológicos.</li> <li>• Ministerios, Gobiernos Seccionales, ONG's, Bancos, Hospitales</li> <li>• Sector Académico Docente</li> <li>• Investigación Científica y Tecnológica)</li> </ul> <p><b>Escuela De Ingeniería En Electrónica, Telecomunicaciones Y Redes</b></p> <p>Nuestro objetivo Examinar la situación de una organización, mejorando la estructura con métodos y procedimientos adecuados, que permitan la utilización y optimización de recursos humanos, físicos, productivos y tecnológicos.</p> <p>Cuatro laboratorios de punta desarrollan profesionales de calidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Laboratorio de Electrónica General</li> <li>• Laboratorio de Comunicación Digital</li> <li>• Laboratorio de Informática</li> <li>• Laboratorio de Sistemas Digitales</li> </ul> <p>(Entrevista al director de escuela de Electrónica, Telecomunicaciones Y Redes - Dialogo</p> <p>El profesional en esta área de la Ingeniería, por su visión y conocimiento de la Electrónica, las telecomunicaciones y la informática, puede desempeñarse como diseñador y administrador de sistemas de comunicación de datos, hardware y software para optimizar procesos, que permitan el desarrollo de la organización)</p> <p>En si la facultad de informática y electrónica de la ESPOCH es la mejor opción que tienes para llegar a triunfar en tu vida.</p> <p>No te conformes con nada, somos triunfadores.</p>	
--	--

**Tabla 3.3 Guion**

Realizado por: Hernández L

### **3.2.5 Storyboard**

En producciones publicitarias dibujos animados y en algunos filmes es frecuente realizar un storyboard que añade a las especificaciones del guion técnico, una viñeta dibujada en la que se representa el contenido visual de cada plano. En las viñetas se señalan los encuadres, ángulos de cámara, posición de los personajes en la escena, dirección de las miradas, disposición de los

proyectors de iluminación, grúas, travellings, etc. El storyboard es un guion técnico más elaborado.

Proyecto		INFOMERCIAL PARA LA PROMOCIÓN DE LAS CARRERAS DE LA FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA ESPOCH				Página		1							
Escena	1	Plano/Cuadro	1 / 1	Escena	1	Plano/Cuadro	1 / 4	Escena	1	Plano/Cuadro	3 / 3	Escena	2	Plano/Cuadro	1 / 3
Diálogo	Voz en Off La Facultad de Informática y Electrónica de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo			Voz en Off Ha sido desde 1999 la mejor opción para los jóvenes chimboracenses y ecuatorianos,			Voz en Off Que han visto en ella, la oportunidad para alcanzar sus metas.			Voz en Off Aquí somos como tú alegres, creativos, innovadores					
Acción	Aerea			Plano general Toma en contrapicada			Plano general Toma en contrapicada			Plano Americano Travelling izquierda - derecha					
Tiempo				Tiempo				Tiempo				Tiempo			

**Fig. 3.1** Storyboard

Realizado por: Hernández L.

Proyecto		INFOMERCIAL PARA LA PROMOCIÓN DE LAS CARRERAS DE LA FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA ESPOCH				Página		2							
Escena	2	Plano/Cuadro	2 / 3	Escena	2	Plano/Cuadro	3 / 3	Escena	3	Plano/Cuadro	1 / 1	Escena	4	Plano/Cuadro	1 / 1
Diálogo	Voz en Off y con muchos deseos de superación			Voz en Off Es como estar en familia, acompañados de nuestros amigos.			Voz en Off Por todo esto y más, te queremos aquí.			Audio (Entrevista decano de la Facultad)					
Acción	Plano Americano Travelling Fuera - dentro			Plano general Toma en contrapicada			Primer Plano Animación (aparición - Desvanecimiento)			Plano medio Toma estatica (tripode)					
Tiempo				Tiempo				Tiempo				Tiempo			

**Fig. 3.2** Storyboard

Realizado por: Hernández L.

	Escena	Plano/Cuadro		Escena	Plano/Cuadro		Escena	Plano/Cuadro		Escena	Plano/Cuadro	
	5	1 / 4		5	2 / 4		5	3 / 4		5	4 / 4	
Dilego												
	Voz en Off La facultad de Informática y Electrónica cuenta con infraestructura moderna,			Voz en Off con aulas acogedoras y mobiliario actual y ergonómico			Voz en Off Además de espacios para el esparcimiento estudiantil al contacto con la naturaleza			Voz en Off Y el deporte		
Acción	Plano Americano Travelling Fuera - dentro			Plano general Travelling Izquierda - derecha			Plano General Paneo			Plano General Travelling izquierda - derecha		
	Tiempo			Tiempo			Tiempo			Tiempo		

**Fig. 3.3** Story board

Realizado por: Hernández L.

	Escena	Plano/Cuadro		Escena	Plano/Cuadro		Escena	Plano/Cuadro		Escena	Plano/Cuadro	
	6	1 / 1		7	1 / 1		8	1 / 8		8	2 / 8	
Dilego												
	Voz en Off Esta es nuestra facultad con sus escuelas.			Voz en Off Escuela de Diseño Gráfico			Voz en Off Su objetivo es. Formar ingenieros en Diseño Gráfico idóneos y competentes para contribuir al desarrollo socio económico y cultural del país.			Voz en Off Esta escuela destaca por sus laboratorios como son: Laboratorio de Software		
Acción	Plano general Cranck positivo			Primer Plano Animación (aparición - Desvanecimiento)			Plano general Cranck positivo			Plano General Travelling izquierda - derecha		
	Tiempo			Tiempo			Tiempo			Tiempo		

**Fig. 3.4** Story board

Realizado por: Hernández L.

	Escena	8	Plano/Cuadro	3 / 8	Escena	8	Plano/Cuadro	4 / 8	Escena	8	Plano/Cuadro	5 / 8	Escena	8	Plano/Cuadro	6 / 8															
Diálogo																															
	Voz en Off				Laboratorio de Multimedia				Voz en Off				Laboratorio de Mac				Voz en Off				Laboratorio de Programación				Voz en Off				Laboratorio de Video y Fotografía		
Acción	Plano medio corto Travelling Fuera - dentro				Plano medio Travelling Izquierda - derecha				Plano medio Travelling Izquierda - derecha				Plano General Travelling izquierda - derecha																		
	Tiempo				Tiempo				Tiempo				Tiempo																		

**Fig. 3.5 Storyboard**

**Realizado por:** Hernández L.

	Escena	8	Plano/Cuadro	7 / 8	Escena	8	Plano/Cuadro	8 / 8	Escena	9	Plano/Cuadro	1 / 1	Escena	10	Plano/Cuadro	1 / 7															
Diálogo																															
	Voz en Off				Laboratorio de Radio				Voz en Off				Laboratorio de serigrafía				Audio				(Entrevista a la directora de Escuela de Diseño Gráfico)				Voz en Off				Su misión y objetivo es formar Ingenieros en Sistemas Informáticos competentes, emprendedores,		
Acción	Plano Americano Travelling Fuera - dentro				Plano medio Travelling Izquierda - derecha				Plano medio Toma estatica (tripode)				Plano General Travelling izquierda - derecha																		
	Tiempo				Tiempo				Tiempo				Tiempo																		

**Fig. 3.6 Story board**

**Realizadopor:** Hernández L.

	Escena	10	Plano/Cuadro	2 / 7	Escena	10	Plano/Cuadro	3 / 7	Escena	10	Plano/Cuadro	4 / 7	Escena	10	Plano/Cuadro	5 / 7
Diálogo																
		Voz en Off	Laboratorio de Multimedia		Voz en Off	Laboratorio de Desarrollo		Voz en Off	Laboratorio de Programación		Voz en Off	Laboratorio de Redes				
Acción		Plano medio corto Travelling Fuera - dentro		Plano medio Travelling Izquierda - derecha	Plano medio Travelling Izquierda - derecha	Plano medio Travelling Izquierda - derecha	Plano General Travelling izquierda - derecha									
		Tiempo		Tiempo	Tiempo	Tiempo	Tiempo									

**Fig. 3.7** Story board

Realizado por: Hernández L.

	Escena	10	Plano/Cuadro	6 / 7	Escena	10	Plano/Cuadro	7 / 7	Escena	11	Plano/Cuadro	1 / 1	Escena	12	Plano/Cuadro	1 / 6
Diálogo																
		Voz en Off	Laboratorio de Automatización		Voz en Off	Laboratorio de Investigación		Audio	Entrevista al director de escuela de sistemas		Voz en Off	Escuela de Ingeniería En Electrónica Control Y Redes Industriales				
Acción		Plano medio corto Travelling Fuera - dentro		Plano medio Travelling Izquierda - derecha	Plano medio Travelling Izquierda - derecha	Plano medio Travelling Izquierda - derecha	Primer Plano Animación (Deslizamiento derecha-izquierda)									
		Tiempo		Tiempo	Tiempo	Tiempo	Tiempo									

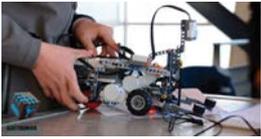
**Fig. 3.8** Storyboard

Realizado por: Hernández L.

	Escena	12	Plano/Cuadro	2 / 6	Escena	12	Plano/Cuadro	3 / 6	Escena	12	Plano/Cuadro	4 / 6	Escena	12	Plano/Cuadro	5 / 6
																
Diálogo	Voz en Off  Nuestra misión y objetivo es formar ingenieros en electrónica, control y redes industriales.				Voz en Off  Contamos con 4 laboratorios: Laboratorio de Internet				Voz en Off  Laboratorio de Programación				Voz en Off  Laboratorio de Comunicaciones			
Acción	Plano General Travelling Izquierda - derecha				Plano medio Travelling Izquierda - derecha				Plano medio Travelling Izquierda - derecha				Plano General Travelling izquierda - derecha			
	Tiempo				Tiempo				Tiempo				Tiempo			

**Fig. 3.9** Story board

Realizado por: Hernández L.

	Escena	12	Plano/Cuadro	6 / 6	Escena	13	Plano/Cuadro	1 / 1	Escena	14	Plano/Cuadro	1 / 7	Escena	15	Plano/Cuadro	1 / 7
																
Diálogo	Voz en Off  Laboratorio de Robótica				Audio  Entrevista al director de escuela de Electrónica Control Y Redes Industriales				Voz en Off  Escuela De Ingeniería En Electrónica, Telecomunicaciones Y Redes				Voz en Off  Nuestro objetivo Examinar la situación de una organización, mejorando la estructura con métodos y procedimientos adecuados, que permitan la utilización y optimización de recursos humanos, físicos, productivos y tecnológicos.			
Acción	Primer plano Travelling Fuera - dentro				Plano medio Toma estatica (tripode)				Primer Plano Animación (Deslizamiento derecha-izquierda)				Plano General Travelling izquierda - derecha			
	Tiempo				Tiempo				Tiempo				Tiempo			

**Fig. 3.10** Story board

Realizado por: Hernández L.

	Escena	15	Plano/Cuadro	2 / 6	Escena	15	Plano/Cuadro	3 / 6	Escena	15	Plano/Cuadro	4 / 6	Escena	15	Plano/Cuadro	5 / 6
Diálogo																
	Voz en Off Cuatro laboratorios de punta desarrollan profesionales de calidad: Laboratorio de Electrónica General				Voz en Off Laboratorio de Comunicación Digital				Voz en Off Laboratorio de Informática				Voz en Off Laboratorio de Sistemas Digitales			
Acción	Plano General Travelling fuera - dentro				Plano medio Travelling Izquierda - derecha				Plano medio Travelling Izquierda - derecha				Plano General Travelling izquierda - derecha			
	Tiempo				Tiempo				Tiempo				Tiempo			

**Fig. 3.11 Storyboard**

Realizado por: Hernández L.

	Escena	16	Plano/Cuadro	1 / 1	Escena	17	Plano/Cuadro	1 / 1	Escena	18	Plano/Cuadro	1 / 1	Escena	Plano/Cuadro	/	
Diálogo																
	Audio Entrevista al director de escuela de Electrónica, Telecomunicaciones Y Redes				Voz en Off No te conformes con nada, somos triunfadores											
Acción	Plano medio Toma estatica (tripode)				Primer Plano Animación (aparición - Desvanecimiento)				Primer Plano Animación (aparición)							
	Tiempo				Tiempo				Tiempo				Tiempo			

**Fig. 3.12 Storyboard**

Realizado por: Hernández L.

### 3.2.6 Equipos

<b>EQUIPOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>COMPUTADOR:</b> Procesador: Intel(R) Core( TM ) i7 CPU 860 @ 2.80 Ghz 2.80 Ghz RAM: 12 GB Disco Duro: 1 Tera	1
<b>CÁMARA DE FOTOS</b> Marca: Nikon D7000	1
<b>CÁMARA DE VIDEO</b> Marca: Sony 4k Cine alta	1
<b>Drone DJI Inspire</b>	1
<b>Grúa de 5m – 7m</b>	1
<b>Dolly</b>	1
<b>Trípode</b>	1

**Tabla 3.4 Equipos**

Realizado por: Hernández L

### 3.2.7 *Desarrollo de agendas de rodaje*

La agenda de producción es una tabla en la cual se ubica la actividad que se llevará a cabo a diario, además de contener el lugar específico en el cual se rodará la toma.

<b>Día</b>	<b>Fecha</b>	<b>Actividad</b>
1	15-02-2016	Tomas: exteriores, interiores edificio FIE, tomas: espacios verdes y recreativos de la FIE
2	16-02-2016	Tomas: edificio, laboratorios, aulas y alumnos de la Escuela de Diseño Gráfico
3	17-02-2016	Tomas: edificio, laboratorios, aulas y alumnos de la Escuela de Ingeniería en Sistemas
4	18-02-2016	Tomas: edificio, laboratorios, aulas y alumnos de la Escuela Electrónica Control Y Redes Industriales
5	19-02-2016	Tomas: edificio, laboratorios, aulas y alumnos de la Escuela De Ingeniería En Electrónica, Telecomunicaciones Y Redes
6	22-02-2016	Tomas: Área administrativa de la FIE
7	23-02-2016	Tomas: clubs y aspectos relevantes de cada escuela
8	24-02-2016	Tomas: grabación de la entrevistas a profesores y autoridades de la FIE y sus escuelas

9	25-02-2016	Tomas: Aéreas de la FIE y cada una de las escuelas
10	26-02-2016	Reserva para alguna toma faltante

**Tabla 3.5 Agendas**

Realizado por: Hernández L

**3.2.8 Plan de trabajo**

Objetivo	Día	Fecha	Actividad	Encargados
Desarrollar un infomercial para promocionar las carreras de la Facultad de Informática y Electrónica de la ESPOCH.	1	15-02-2016	Tomas: exteriores, interiores edificio FIE, tomas: espacios verdes y recreativos de la FIE	<b>Productor:</b> Luis Alberto Hernández
	2	16-02-2016	Tomas: edificio, laboratorios, aulas y alumnos de la Escuela de Diseño Gráfico	<b>Asistente de producción y dirección de arte:</b>
	3	17-02-2016	Tomas: edificio, laboratorios, aulas y alumnos de la Escuela de Ingeniería en Sistemas	Víctor Valverde
	4	18-02-2016	Tomas: edificio, laboratorios, aulas y alumnos de la Escuela Electrónica Control Y Redes Industriales	<b>Unidad Móvil, tramoyista, asistencia:</b>
	5	19-02-2016	Tomas: edificio, laboratorios, aulas y alumnos de la Escuela De Ingeniería En Electrónica, Telecomunicaciones Y Redes	Enrique Flores
	6	22-02-2016	Tomas: Área administrativa de la FIE	
	7	23-02-2016	Tomas: clubs y aspectos relevantes de cada escuela	
	8	24-02-2016	Tomas: grabación de la entrevistas a profesores y autoridades de la FIE y sus escuelas	
	9	25-02-2016	Tomas: Aéreas de la FIE y cada una de las escuelas	
	10	26-02-2016	Reserva para alguna toma faltante	

**Tabla 3.6 Plan de Trabajo**

Realizado por: Hernández L

### 3.2.9 Presupuesto

<b>RECURSOS</b>	<b>CARACTERISTICAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>PRECIO U.</b>	<b>PRECIO TOTAL x 6m</b>
<b>Computadora</b>	Procesador: Intel(R) Core(TM) i7 CPU 860 @ 2.80 Ghz 2.80 Ghz RAM: 12 GB Disco Duro: 1 Tera	Depreciación	1	31,25	187,5
<b>Scanner</b>	Marca : Epson	Depreciación	1	5,2	31,25
<b>Cámara de fotos</b>	Olympus E-500	Depreciación	1	10,4	62,5
<b>Cámara de video</b>	SONY 4K CINE ALTA	Depreciación	1	45,6	273.6
<b>Grúa</b>	5m	Depreciación	1	28.4	170.4
<b>Dolly</b>	8m	Depreciación	1	15.5	93
<b>Impresora scanner</b>	Epson L355	Depreciación	1	6,25	37,5
<b>Impresiones en papel bond</b>		Compra	250	0.3	75
<b>Cartucho de tinta negra</b>		Compra	1	20	20
<b>Cartucho de tinta color</b>		Compra	1	35	35
<b>Carpetas</b>		Compra	10	0.2	2
<b>Útiles de oficina</b>		Compra		40	40
<b>Internet</b>		Alquiler de servicio		26 mens	156
<b>Movilización</b>		Alquiler de autos	20	2.5	50
<b>Alimentación</b>		Compra	180	3	540
<b>Otros</b>			3	60	180
				<b>TOTAL</b>	<b>1955,75</b>

**Tabla 3.7 Presupuesto**

Realizado por: Hernández L

### 3.3 Producción Y Rodaje

Con lo mencionado en la preproducción se llevó acabo la etapa de producción.

Dejando claro que lo proyectado en la etapa anterior en esta tiene cambios, por logística, tiempo y medio ambiente. Es decir que cuando se proyecta algo se está a expensas del tiempo, clima y demás factores que se escapan de las manos para realizar el rodaje acorde con el plan de trabajo.

Día	Fecha	Actividad
1	15-02-2016	 <p data-bbox="507 1196 1305 1272">Tomas: exteriores, interiores edificio FIE, tomas: espacios verdes y recreativos de la FIE</p>
2	16-02-2016	 <p data-bbox="536 1480 1378 1556">Tomas: edificio, laboratorios, aulas y alumnos de la Escuela de Diseño Gráfico</p>
3	17-02-2016	 <p data-bbox="520 1800 1394 1877">Tomas: edificio, laboratorios, aulas y alumnos de la Escuela de Ingeniería en Sistemas</p>

4	18-02-2016	 <p>Tomas: edificio, laboratorios, aulas y alumnos de la Escuela Electrónica Control Y Redes Industriales</p>
5	19-02-2016	 <p>Tomas: edificio, laboratorios, aulas y alumnos de la Escuela De Ingeniería En Electrónica, Telecomunicaciones Y Redes</p>
6	22-02-2016	 <p>Tomas: Área administrativa de la FIE</p>
7	23-02-2016	 <p>Tomas: clubs y aspectos relevantes de cada escuela</p>
8	24-02-2016	 <p>Tomas: grabación de la entrevistas a profesores y autoridades de la FIE y sus escuelas</p>
9	25-02-2016	 <p>Tomas: Aéreas de la FIE y cada una de las escuelas</p>
10	26-02-2016	Reserva para alguna toma faltante

**Tabla 3.8 Producción y rodaje**

Realizado por: Hernández L

## 3.4 Postproducción

### 3.4.1 *Recolección de material*

Finalizado el día de producción se recomienda archivar todo el material en una computadora bien protegida, dejando libre la memoria de la cámara, para su uso posterior.

Ya recopilados los archivos en la computadora, se procede a revisar el material.

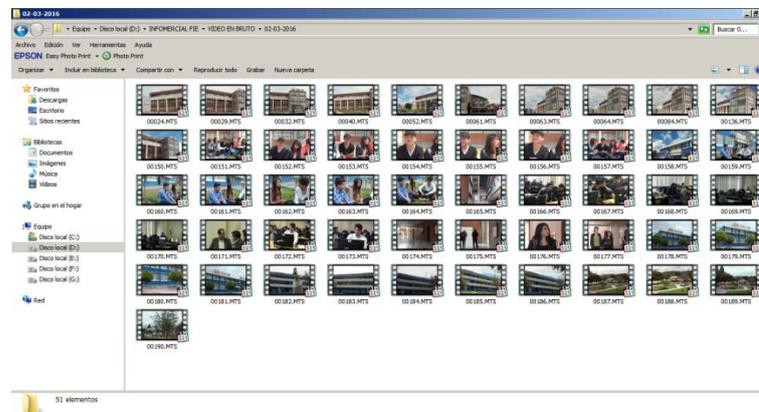
Y si un dado caso falta hacer alguna toma se deja unos días de tolerancia para realizarlas.

Con esto se inicia la etapa final del proceso de producción de video.

### 3.4.2 *Selección de material*

Dado que hay un poco más de 3 horas de material en bruto se procederá a la elección del que contenga mejor calidad en tomas.

Hasta el momento aún no se toma mucha importancia al tiempo de video, ya que se establecerá las tomas más adecuadas.



**Fig. 3.13** Selección

Realizado por: Hernández L.

Después de una exhausta revisión el resultado arroja 35 minutos de material crudo para edición

### 3.4.3 *Manipulación de material*

Con el material ya selecto se procede a dar un tratamiento de imagen, el cual es tener un color uniforme en las imágenes, desaturar brillos, contrastes, calidez y frialdad de las tomas.

Al mismo tiempo se corta las escenas que se quedarán definitivamente, para la edición del proyecto.



Fig. 3.14 Manipulación

Realizado por: Hernández L.

### 3.4.4 Edición del infomercial

El sistema no – lineal, no copia, sino que organiza y luego a la hora de pasar la información del producto final al disco la procesa. En algunas ocasiones y dependiendo del tipo de montaje (si tiene muchos y complicados efectos, por ejemplo) o de la tecnología del equipo se tardara un lapso de tiempo, al final del montaje o en determinados momentos de complejidad técnica, se debe renderizar la información.

**Render:** es procesar datos digitales para poder ser mostrados a tiempo real.

Los sistemas de edición no lineal se basan en la utilización de imágenes transferidas en forma de archivos a un ordenador, que luego vamos a utilizar aleatoriamente. En vez de operar con una imagen detrás de la otra (sist. Lineal) se trabaja con dirección de ficheros. Debido a las constantes mejoras del software y del hardware se puede operar con multitud de equipos o módulos funcionales con cada vez menos espera. Pero como ocurre con cualquier proceso de grabación en soporte informático, a mayor información, más disco ocupamos, es decir a archivos más “pesados”, más espacio libre utilizaremos.

Pero si se hace por partes, veremos que lo primero que se debe hacer es “volcar” las imágenes que se ha grabado a un disco duro.

En esta etapa ya después de los arreglos de color, se corta y se empata las escenas para el infomercial.

De igual manera se utiliza un programa de edición de video.



**Fig. 3.15** Edición

Realizado por: Hernández L.

### 3.4.5 *Masterización y montaje de audio*

La música en el montaje sonoro se puede dividir en cuatro tipos:

- a) **Incidental:** Refleja o realiza una situación dramática y que, se supone, es escuchada solamente por el espectador. Es lo que suele ocurrir con las músicas de las bandas sonoras de las películas.
- b) **Real o documental:** es la que escuchan los personajes de la historia.
- c) **Integrada:** Engloba los dos tipos anteriores.
- d) **Asincrónica:** No corresponde con la imagen, ya que se usa como contrapunto. Por ejemplo, música navideña con imágenes de guerra.

Con este proceso se asegura que el audio del proyecto sea claro a un nivel adecuado y sin pérdida.

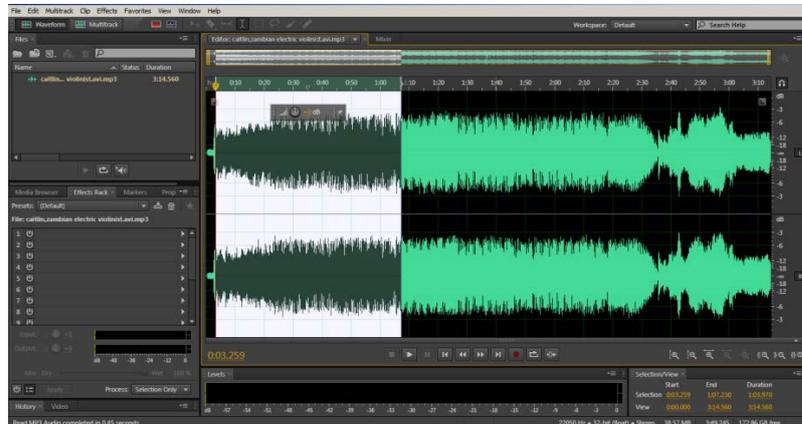
Se hace hincapié en esta etapa porque el audio es el que le da vida al audiovisual ya que sin el mismo los espectadores pierden interés y sería un fracaso como comunicación.

El audio es grabado en un estudio especial. Simplemente se le monta en el video y se da las pausas.

Pero el audio musical si tiene un tratamiento completo.

Desde la selección de track o pista hasta el empate acorde a cada sensación que se desea transmitir durante el transcurso del infomercial.

La siguiente imagen muestra cómo se desarrolló la Masterización y edición del audio.



**Fig. 3.16** Audio

Realizado por: Hernández L.

Y para el montaje de audio en el infomercial en primer lugar se elimina el audio original del video el cual no nos sirve para este proyecto.



**Fig. 3.17** Audio

Realizado por: Hernández L.

Como se puede observar en esta captura de pantalla, el audio original fue eliminado en su totalidad para dar paso al montaje de audio de locución y de musicalización.



**Fig. 3.18** Audio

Realizado por: Hernández L.

Lo siguiente es proceder al montaje como se puede observar hay 2 canales.

El primer canal contiene el Audio de locución, al cual se le debe empear con cada parte predestinada a ingresó del locutor en voz en off.

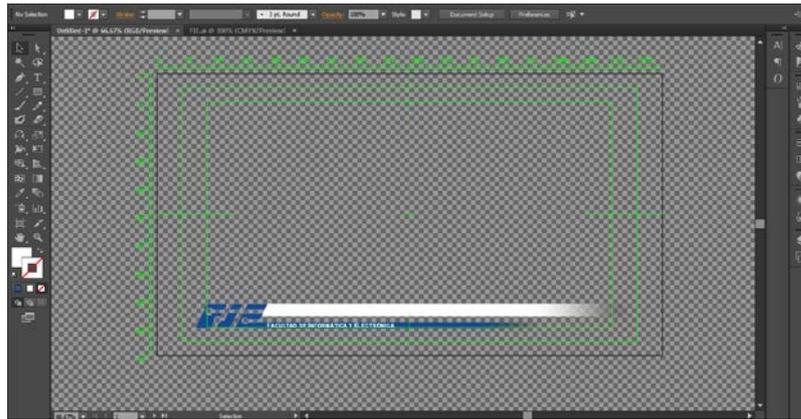
El segundo canal de audio contiene la musicalización pre editada para el infomercial, en algunos casos es la mezcla de diferentes pistas de instrumentos musicales.

En zonas donde se requiere de audio ambiental como son sonidos de la naturaleza se les montara de la misma manera.

### **3.4.6** *Montaje de texto y efectos*

Según los requerimientos en posproducción se da el tratamiento al montaje de textos y algunos efectos que servirá para identificación de personajes o dará realce al producto final

Para este proceso se desarrolla en un software diferente para postproducción el cual ayudará a darles los efectos de realismo y transparencia que se necesita para la presentación del infomercial.



**Fig. 3.19** Texto  
Realizado por: Hernández L.



**Fig. 3.20** texto  
Realizado por: Hernández L.

### 3.4.7 *Renderización*

Esta etapa es la menos complicada porque se encarga el equipo netamente de la renderización, y dependiendo de las características del mismo se verá transmitida en el tiempo de espera. En este caso el render será rápido, durará apenas alrededor de hora con 42 minutos un poco más un poco menos.

## CONCLUSIONES

Una vez finalizado el producto se obtuvo como conclusiones lo siguiente.

- Para el desarrollo del producto se estableció una investigación previa, para poder establecer a quien se dirigirá nuestro material audiovisual, es decir nuestro público objetivo.
- Para desarrollar un producto audiovisual de calidad se necesita de mucha planificación, organización y creatividad.
- Constatamos que la producción audiovisual en este caso el infomercial abarca muchas situaciones, las cuales se pudo resolver mediante la autoeducación, por el uso de materiales elementos nuevos para el desarrollador de la tesis.
- Con estudios preliminares el material audiovisual se presenta en plataformas globales, como es el internet mediante redes sociales y canales online a los cuales las personas de nuestro público objetivo están constantemente conectados.

## **RECOMENDACIONES**

Para el desarrollo de esta tipo de proyectos se recomienda que.

- Antes de desarrollar el proyecto se haga un estudio previo de público objetivo, condiciones de lugares, permisos respectivos, planificación de agendas, y establecer contactos con las personas a las cuales se desarrollaras las tomas si es el caso.
- Los equipos deben estar en óptimas condiciones para su uso, en toda ocasión porque al momento de producir video no todo puede salir como está planificado y se produce otra toma mientras se tenga todo los aspectos óptimos para seguir con la planificación diaria.
- Tener muy en cuenta que como productor de video se está a expensas de elementos que escapan de nuestras manos al hacer la producción, como es el clima, si se está en manos de terceras personas como son personajes para entrevistas, fallas en los equipos, etc. Es por eso tener múltiples actividades diarias.

## BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía general

- CALLE, Juan. *Libros de uso*. Saragosa. España. Edit rolo. 2010
- FUENTES, Manuel. *La orientación profesional para elegir fundamentada mente una ocupación*. México. México. Revista mexicana de psicología vol. 27 núm. 2. 2011
- MONTERO, Miguel. *Elección de carrera profesional*. Bogotá. Colombia Imprenta Universitaria. 2011
- S/N. *Diez cosas que debes saber antes de elegir una carrera*. Madrid. España Universia España. 2011

### BIBLIOGRAFÍA RELACIONADA AL TEMA

- BOLUDA, Carmen - Organización de la Producción. Valencia. España. 2012.
- MARZAL, José Javier. *Teoría y Técnica de la Producción Audiovisual*. Buenos Aires, Argentina. Tirant lo Blanch. 2010
- LÓPEZCANTOS Francisco. *Tecnología de los medios audiovisuales I – Estados Unidos*. Universitat Jaume. 2014

### LINKOGRAFÍA

- Sin Autor. *Perfiles Escuelas de Informática y Electrónica ESPOCH (web)*. Riobamba. Ecuador. Recuperado 22 de julio de 2015. Disponible en: [http://www.eieo.org/wp-content/uploads/perfiles/informatica\\_noviembre05.pdf](http://www.eieo.org/wp-content/uploads/perfiles/informatica_noviembre05.pdf)
- MARZAL JOSÉ. *Teoría y Técnica de la Producción Audiovisual (pdf)*. Buenos Aires. Argentina. Recuperado 22 de julio de 2015. Disponible en: <http://www.tirant.com/humanidades/libro/teoria-y-tecnica-de-la-produccion-audiovisual-jose-javier-marzal-felici-9788498762204#sthash.a2GMvuhh.dpuf>
- SIERRA GUILLERMO. *Producción Audiovisual (pdf)*. Recuperado 22 de julio de 2015. Palermo. Argentina. Disponible en: [http://escritorioalumnos.educ.ar/datos/recursos/produccion\\_audiovisual\\_3.pdf](http://escritorioalumnos.educ.ar/datos/recursos/produccion_audiovisual_3.pdf)

- CABAÑAS RAFAEL. *La efectividad de los infomerciales en la Motivación de compra(pdf)*. Guadalajara. México. Recuperado 22 de julio de 2015. Disponible en: <http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/28362/1/Gomez%20Caba%C3%B1as%20Rafael.pdf>

ANEXOS

Anexo A. Ficha de Observación.

 <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO</p> 	
Lugar: <i>Secretaría de Diseño Gráfico ESPOCH</i>	
Fecha: <i>10/Septiembre 2015</i>	
Situación: <i>Matriculas ordinarias de los Estudiantes.</i>	
Observación:..... <i>Afluencia de jóvenes de entre 17 a 25 años que la mayor parte del tiempo dedican a navegar en las redes sociales.</i>	Comentario:..... <i>Medio principal el internet</i>