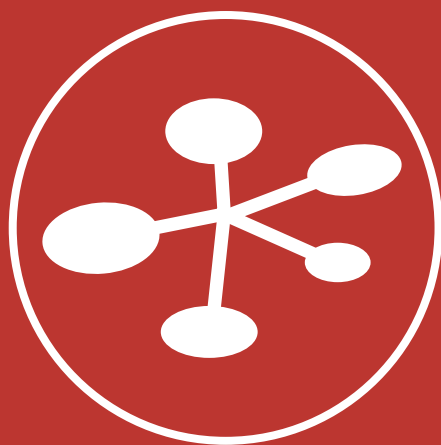




Propuestas
de Solución





El principal objetivo de este proyecto es que *Horizonte TV* llame la atención de una mayor cantidad y diversidad de personas, principalmente niños.

Sin embargo, los límites de esta tesis establecen que el producto habrá de ser un medio para llamar la atención del público meta. Los contenidos de los programas que sean parte de la barra serán única y exclusivamente responsabilidad de la televisora.

Para que el objetivo del proyecto sea alcanzado de forma óptima, la importancia del marco referencial es fundamental debido a varios aspectos:

1. Las fórmulas gráficas que tienen los canales y barras programáticas para niños son el resultado de décadas de análisis e investigación por parte de las casas productoras.¹
2. En el proceso de retroalimentación, el público se ha ido moldeando en mayor o menor medida también a dichas fórmulas.
3. La existencia misma de las emisiones infantiles justifica su correcto desarrollo, debido a que cuando algo deja de funcionar, es decir, de ser redituable en términos monetarios para los productores simple y sencillamente es sacado del aire.

¹ “Cuando se encuentra alguna fórmula que sea aparentemente exitosa, se mantiene en esa línea o cambia detalles, pero no la esencia. Cuando alguna organización tiene un gran éxito con algún tipo de mensaje, los demás lo copian, no por falta de originalidad, sino porque ésta es una de las pocas oportunidades de retroalimentación disponibles que provienen del auditorio masivo.” Wilbur Schramm, *Cómo funciona la comunicación*.

No se puede dejar de mencionar que el éxito o el fracaso de una emisión televisiva depende en buena medida de los contenidos de la programación misma más que de los gráficos que la promocionen, pero como ya se ha mencionado, la intención de este proyecto es ayudar de la mejor manera y dentro de las posibilidades a captar la atención del público meta, llegando a una solución gráfica con dinamismo y gran impacto visual.

A continuación se mencionan los parámetros generales, extraídos del marco teórico y el referencial, que la solución habrá de tomar en cuenta.

IMAGEN GENERAL

Lo esencial para la imagen de una canal para niños es, como se menciona en el capítulo 2, el impacto visual y todos los parámetros (formas, colores, composición, sonido y movimientos) habrán de enfocarse a ese objetivo.

- **Formas.**

Básicas y orgánicas, no hay complejidad en el diseño de elementos, son sólo parte de la composición que se integran para apoyar regularmente a un sólo elemento focal.

- **Colores.**

Colores muy saturados y usualmente muy iluminados. Se maneja un buen nivel de contraste por tinte más que por luminosidad. La paleta de colores se aleja lo más posible de los cafés, grises y negro.

- **Composición.**

Es aquí donde el manejo de la forma y el color permiten lograr un gran impacto visual. Repetición, variación, ritmo y todos los elementos son manejados de forma tal que el mensaje llegue de forma clara, dinámica y atractiva al receptor.

- **Movimiento.**

Es parte fundamental en la composición. De hecho, en el diseño para video, la composición y el movimiento son elementos que no deben separarse.²

El movimiento en los canales infantiles es fuerte y constante.³ Incluso en las partes de los elementos de diseño en las que se hace entrega de información por medio de textos hay cierto grado de movimiento, lo suficiente para que la composición no pierda vida y que no estorbe a la información. Regularmente hay un elemento principal en movimiento acompañado por un fondo lleno de elementos animados con menor jerarquía visual.

Hay un frenesí en aumento que termina entregando cierta información de forma mucho más relajada pero todavía con algo de movimiento. Los elementos animados tienen siempre características orgánicas de movimiento, es decir, se mueven de un punto a otro, pero dentro de esa trayectoria demuestran detalles que les dan *vida* mediante el movimiento: se encogen y estiran, vibran, etc.

² Dadas las posibilidades que ofrece el video, al no integrar el movimiento a la composición se desaprovecha un canal importantísimo de este medio. Es equivalente a simplemente poner un impreso en pantalla.

³ "Los programas comerciales (para niños) tienen mucha animación y humor, en gran medida humor no verbal. Están hechos con atractivas formas preceptuales-acción rápida, cambios de escena y personajes y variación considerable. Contienen efectos de audio y video y usan mucho a personajes no humanos. Contienen poco diálogo. Esta programación está hecha para un particular tipo de niño cuya atención debe ser capturada y retenida por la acción constante, cambio, ruido y caos visual." (Huston et al., 1981)

El tiempo es una variable de la animación y por lo tanto es un importante elemento a discutir. Los tiempos *aire* (tiempos de transmisión) en los medios masivos de comunicación son regularmente costosos, por lo que los elementos gráficos deben ser lo más cortos posible pero deben también tomar lo necesario para: a) entregar la información transmitida de forma satisfactoria, y b) llamar y mantener la atención del auditorio.

- **Sonido.**

“No hay duda del enorme poder que existe cuando una adecuada sincronización de imágenes animadas y sonido es lograda. No se requiere un grado avanzado para apreciar cuan rica es la relación.” (Kit Laybourne, *The Animation Book*, 1998).

Gran parte de la vida que se le quiera dar a una animación depende de una rica y bien seleccionada banda sonora.

En el campo de la televisión para niños se emplean regularmente melodías simpáticas con instrumentos poco comunes o canciones juveniles y sonidos graciosos como silbatos, resortes, etc. Aunque la selección del sonido, como todos los demás elementos, depende básicamente de la intención del animador.

LOGOTIPO

Los parámetros gráficos que se siguen en los canales analizados son diversos. El único parámetro constante parece ser la búsqueda de la mayor síntesis posible para una clara percepción y retención del logotipo por parte del espectador.

La selección de elementos para el diseño tiende al uso de formas básicas y colores saturados.

IDENTIFICADOR

Procura plasmar por todos los medios posibles la imagen del canal y dejar bien clara en la memoria del auditorio el logotipo del mismo. Su duración es variable, incluso en identificadores diferentes dentro de un mismo canal, pero van de los 10 segundos hasta más de un minuto.

CARTELERA

La finalidad de este gráfico es comunicar de forma clara la programación del canal.

Sus elementos y programación son variables, siendo la única constante anunciar el programa que sigue al que se está transmitiendo en ese horario, y se programa regularmente al final de esa transmisión.

Es de duración breve (15 segundos a lo mucho) y siempre remata con el logotipo del canal. Usualmente va apoyada con voz en *off*.

La presentación de la información varía de un canal a otro, pero en todos la prioridad es una clara entrega de la información. El texto debe ser perfectamente legible y debe permanecer en pantalla el tiempo necesario para que pueda ser correctamente percibido.

ENTRADA Y SALIDA DE COMERCIALES

Se siguen los mismos parámetros que en la cartelera: entrega de información de forma clara, tiempo suficiente para lectura y remate del logotipo, todo con voz en *off*.

La función es de aviso para la salida de un programa a corte comercial y su entrada después de éste.

Regularmente se usa el nombre del programa y un texto como: "en seguida continuamos con", "continúa", "regresa", "regresa en unos momentos", "estamos de vuelta", etc.

MARCA DE AGUA

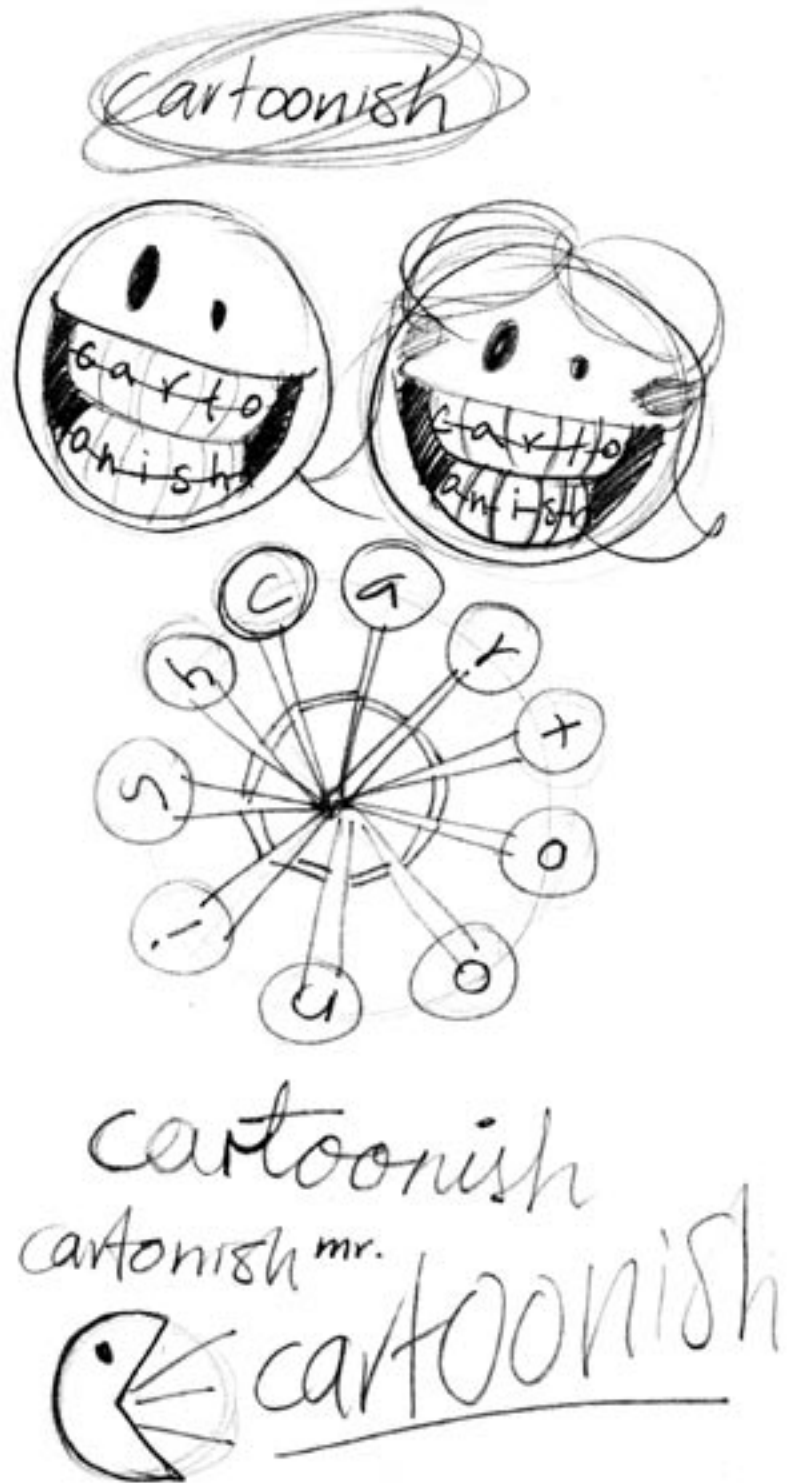
Se usa el logotipo o una parte de él a una proporción de aproximadamente 1/50 de la pantalla y con una opacidad de 80%, aunque en más de un canal se utiliza al 100%. Se coloca en una esquina de la pantalla, siendo la inferior derecha la más común. La marca de agua sirve para identificar un canal mientras su programación está siendo transmitida. Debe buscar ser percibida sin competir con el programa detrás de ella.

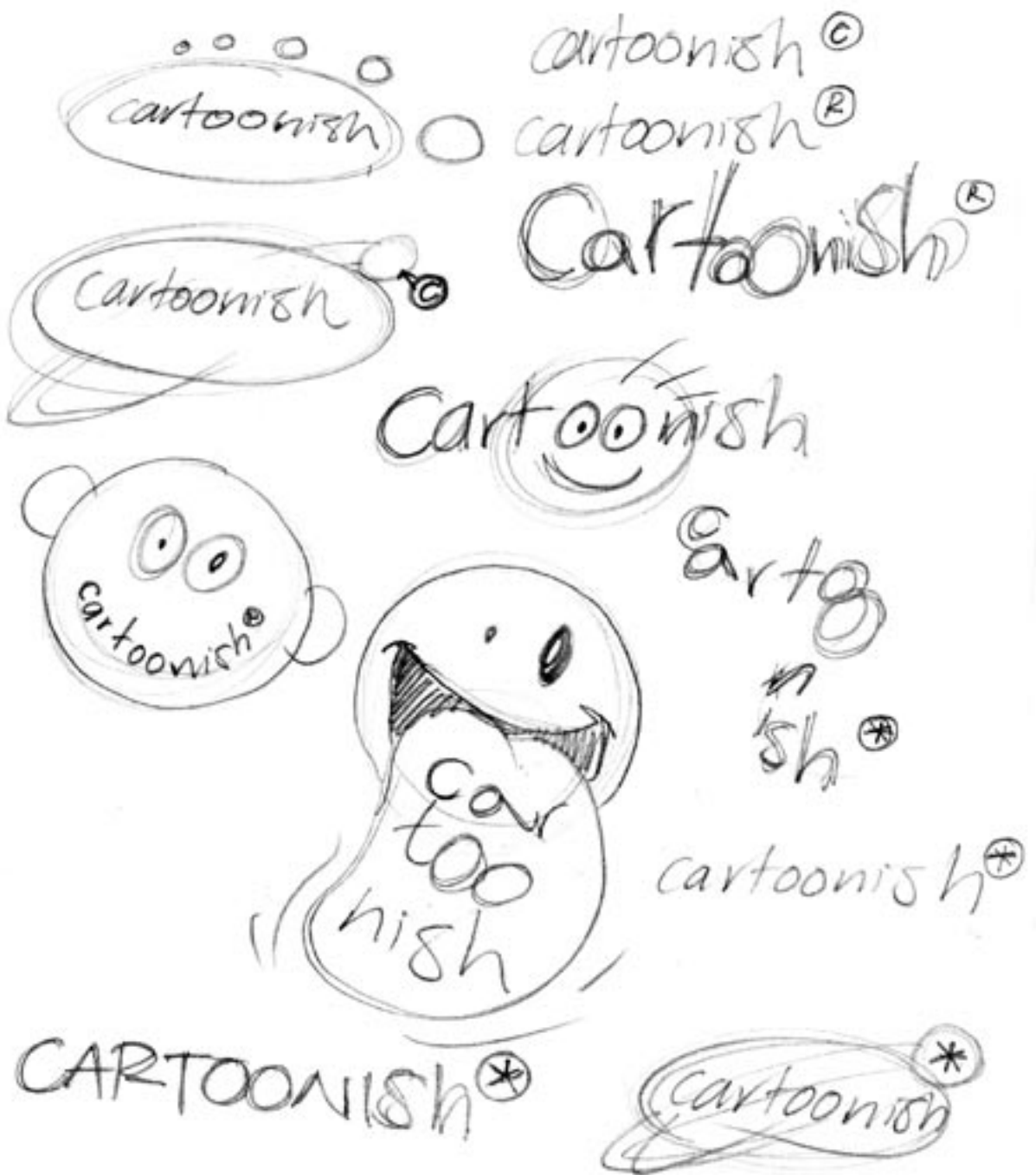
Propuesta de Solución

Habiendo establecido los parámetros básicos a seguir en cuanto a diseño, procederemos al desarrollo de posibles soluciones para el proyecto, es decir, al proceso de bocetaje.



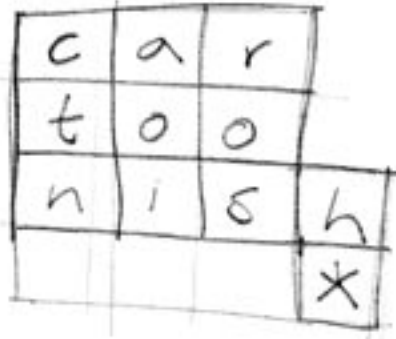
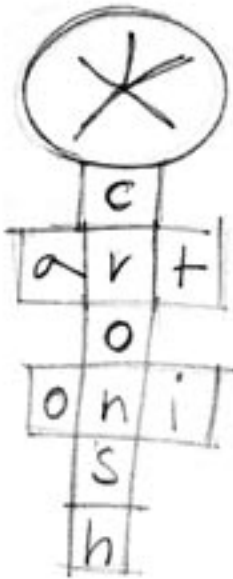
cartoonish*





cartoonish*

cartonish *



cartoonish

