

Nivel II | Ejercicio 5

## ***Branding de TV***

### **1- Objetivos pedagógicos a cumplir**

Que los alumnos diseñen un sistema de identidad visual (*identificadores, separadores, etc.*) para un canal de televisión dado.

Como ejemplos de piezas a diseñar se sugiere ver los siguientes videos:

<http://www.youtube.com/watch?v=3V6MjSVOn2o>

<http://www.youtube.com/watch?v=Bd-VM4SebXs>

<http://vimeo.com/16001166>

<http://vimeo.com/10346621>

<http://www.youtube.com/watch?v=-wTsMiXRwds>

<http://vimeo.com/7683508>

<http://www.youtube.com/watch?v=HUcOg56XLU0>

[http://medialuna.tv/index.htm#/portfolio/37/war\\_10\\_reel](http://medialuna.tv/index.htm#/portfolio/37/war_10_reel)

<http://www.theidentgallery.com> (Aquí hay infinidad de ejemplos de la televisión inglesa)

### **2- Contenidos principales**

Función y características de las principales piezas audiovisuales para la identificación de un canal de televisión

Sistemas gráficos audiovisuales

La calidad en el medio audiovisual

Movimiento, tiempo y ritmo

### **3- Pedido de diseño**

Cada estudiante deberá diseñar las siguientes piezas:

Dos Identificadores (*ID*). Uno de 5 a 10 seg. y otro de 10 a 15 seg.

<http://vimeo.com/21620083>

<http://vimeo.com/21620043>

<http://www.youtube.com/watch?v=MMvn2qjqBto>

<http://www.youtube.com/watch?v=mX6faA7Fy9M>

<http://www.youtube.com/watch?v=cZpsKr5N6Bw>

<http://www.youtube.com/watch?v=-rOYTx3qKDI>

[http://www.youtube.com/watch?v=\\_GnlW8mOUuU](http://www.youtube.com/watch?v=_GnlW8mOUuU)  
<http://www.youtube.com/watch?v=wN9Gq1N5wA4>  
<http://www.youtube.com/watch?v=tSgog-WxUo>  
<http://www.youtube.com/watch?v=yT4w9R-Sv4c>  
<http://www.youtube.com/watch?v=5gKyASSwGFI>  
<http://www.youtube.com/watch?v=pm-4Fj918Mk>  
<http://www.martescorp.com/motion/lifestyle/>  
<http://www.youtube.com/watch?v=Jlzc3z3thoI>  
<http://www.martescorp.com/motion/foxlife/>  
[http://medialuna.tv/index.htm#/portfolio/34/fxbrands\\_10\\_edit](http://medialuna.tv/index.htm#/portfolio/34/fxbrands_10_edit)  
[http://medialuna.tv/index.htm#/portfolio/15/ng\\_09\\_ids\\_imanes](http://medialuna.tv/index.htm#/portfolio/15/ng_09_ids_imanes)  
[http://medialuna.tv/index.htm#/portfolio/15/ng\\_09\\_ids\\_mirror](http://medialuna.tv/index.htm#/portfolio/15/ng_09_ids_mirror)  
[http://medialuna.tv/index.htm#/portfolio/15/ng\\_09\\_ids\\_thauma](http://medialuna.tv/index.htm#/portfolio/15/ng_09_ids_thauma)  
<http://www.youtube.com/watch?v=p9gJk8qPGJM>

Tres separadores (*Bumpers*).

1. «comienzo de espacio publicitario» o «fin de espacio publicitario» (3 a 5 seg.)
2. «a continuación...» o «estamos viendo...» (3 a 5 seg.)
3. «Grilla de programación» (Ej: Esta noche 20 Hs. tal cosa, 21 Hs. tal otra, 22 Hs. tal otra.) de 10 a 20 seg.

[http://www.youtube.com/watch?v=nGhVD\\_H6ejg](http://www.youtube.com/watch?v=nGhVD_H6ejg)  
<http://www.youtube.com/watch?v=QOvGcHZR2L4>  
<http://www.youtube.com/watch?v=1fnF37x8eMU>  
[http://www.youtube.com/watch?v=lCaUy\\_IP17I](http://www.youtube.com/watch?v=lCaUy_IP17I)  
<http://www.youtube.com/watch?v=i2-A4XAUB8Q>  
<http://www.youtube.com/watch?v=CXVCHRhofYE>  
<http://www.youtube.com/watch?v=OjmIIwRgOA0>  
<http://www.youtube.com/watch?v=lcAg2xLNYyA>  
<http://www.youtube.com/watch?v=t8fCMCU6Nrs>  
<http://www.youtube.com/watch?v=4qVN3AnGThI>  
[http://www.youtube.com/watch?v=toKKIMFh\\_-Y](http://www.youtube.com/watch?v=toKKIMFh_-Y)  
<http://www.youtube.com/watch?v=ljtDAKtFRYU>  
<http://www.youtube.com/watch?v=0slmDTN0t6c>  
[http://www.youtube.com/watch?v=aykVsS\\_hw1w](http://www.youtube.com/watch?v=aykVsS_hw1w)  
<http://www.youtube.com/watch?v=DIhI8a0tIKM>

El identificador en formato «mosca» (*Bug*) con entrada y salida (10 a 20 segundos en total)

<http://www.youtube.com/watch?v=Dr6tzIOI5bo>

<http://www.youtube.com/watch?v=71A3SShBw0I>

Dos placas promocionales de programas hipotéticos

<http://www.youtube.com/watch?v=ZXo7ymEwCnw>

<http://www.youtube.com/watch?v=29LKNw-HPXU>

<http://www.youtube.com/watch?v=7fITyAYAz3g>

Una placa legal (*disclaimer*). «Película para para mayores de 13 años» o «La siguiente películas puede contener escenas de sexo explícito...», o similar. (5 a 10 seg.)

<http://www.youtube.com/watch?v=VFHQI-w6a4&NR=1>

<http://www.youtube.com/watch?v=pPxVvpoDCy4>

El conjunto de las piezas deberá conformar un sistema identitario ajustado específicamente al canal, deberá tener alta calidad audiovisual. Cada pieza deberá cumplir con sus funciones específicas.

A cada alumno le será asignado uno de los siguientes canales (temas del ejercicio):

## Canal Óleo

El canal surge como evolución de la guía de restaurantes en la Web (<http://www.guiaoleo.com.ar>). Incorporará como contenidos, además de la crítica a restaurantes, recomendaciones sobre vinos, comidas y contenidos sobre estilo de vida, culturas regionales, *bon vivant*, viajes, etc.

Ejemplos de programas que se transmitirán: Los críticos (crítica de restaurantes en general), Muzzarella (historia y crítica de las principales pizzerías argentinas y del mundo), Sabor local (programa de viajes centrado en platos locales), La copa (programa de vinos, crítica, visita a viñedos, etc), La verdad de la milanesa (Historia de la gastronomía).

Canales similares: El Gourmet.com.

Canales con contenidos solapados: Utilísima, Discovery Travel & Living, National Geographic Channel, Fox Life.

## Nike TV

La marca genera un nuevo canal para consolidar una cierta cultura que ya ha logrado instalar en la sociedad. Se trata de un canal popular que apunta a tanto a adolescentes y

jóvenes como personas de mediana edad.

Grilla de programas: Personal *Training* (programa de gimnasia), Maratón (información y cobertura de competencias), *Just do it* (reportajes a gente que logró cosas importantes en cualquier área), Nike X (deportes extremos y aventura), Nike *Style* (estilo de vida, moda informal, etc.), *Can do it* (reality de deportistas), Nike *Travel* (turismo y deportes), Nike Rock (Música y cultura rock), etc.

Competencia más directa: no hay un competidor directo hoy.

Competencia por temáticas cercanas: MTV, VH1, Much Music, Fox Sports, ESPN, Discovery Travel & Living.

## Canal YPF

YPF, legendaria institución argentina, ha decidido crear un canal de televisión como estrategia para reafirmar y consolidar su presencia en el mercado argentino y también para comenzar a construir su imagen en toda Latinoamérica.

El mismo abarcará todos los temas relacionados con el automóvil (nuevos modelos, autos de colección, salones, carreras de autos, etc.) como también temas de turismo en Latinoamérica (especialmente Argentina y países limítrofes).

Grilla de programas: Hoja de ruta (Viajes y escapadas por las rutas argentinas), Los clásicos (sobre autos de antaño), El viajero (programa de viajes por ruta), Paisajes (programa de turismo en general), Tuning (programa sobre tuneado de coches, ejemplos, recomendaciones), Tierra adentro (documentales sobre culturas regionales) y Fauna Argentina (documentales sobre especies autóctonas).

Competencia más directa: El Garage.

Competencia por temáticas cercanas: Discovery Travel & Living, National Geographic, Discovery Channel.

## Muy TV

El Grupo Clarín decide salir a competir con Crónica TV creando un nuevo canal con su marca Muy. A la vez se adelanta a sus competidores Libre y otros diarios populares. Será un canal de noticias con perfil sensacionalista que ofrecerá una programación de mejor calidad que su único competidor.

Grilla de programas: Noticias las 24 Hs.

Competencia más directa: Crónica TV.

Competencia por temáticas cercanas: Todos los canales de noticias y noticieros de otros canales.

#### 4- Pautas principales de evaluación

*Pertinencia tipológica:* La inscripción de cada pieza dentro del tipo adecuado.

*Carácter sistémico:* La capacidad de las piezas de articularse como partes de un mismo conjunto.

*Adecuada claridad informativa:* Que las piezas, acompañados de sus correspondientes leyendas, transmitan mensajes de correcta y unívoca interpretación.

*Calidad audiovisual:* La correcta selección y relación armónica entre elementos gráficos, el movimiento, manejo del tiempo y banda de sonido.

#### 5- Trabajos prácticos especiales

TP1.

Grupal: Hasta tres alumnos. Generación de una animación de 10 segundos para la presentación de un texto. Se proporcionará una pista de sonido. Se presentará la animación en formato HDV 720p30 (720 x 1280 px), MP4 o MOV.

TP2.

A definir.

#### 6- Condiciones de la entrega

Cada alumno deberá entregar:

Un video en formato HDV 720p30 (720 x 1280 px) que incluirá la siguiente secuencia de piezas:

1. Primera pieza de *ID* o identificador
2. Segunda pieza de *ID* o identificador
3. Primer separador o *bumper*

4. Segundo separador o *bumper*
5. Tercer separador o *bumper*
6. Ejemplo de identificador en formato «mosca» o *bug*
7. Primera placa promocional
8. Segunda placa promocional
9. Placa legal o *disclaimer*

Se deberá incluir una placa de 2 segundos antes de cada pieza (a modo de rótulo), indicando el nombre de la pieza y el nombre del alumno. Al inicio y al final del video se deberá incluir una placa de 5 segundos con la siguiente información:

Universidad de Buenos Aires

Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo

Diseño Gráfico II

Cátedra Belluccia

Ejercicio N° 5: *Branding* de TV para «Nombre del Canal»

Alumno: Nombre y apellido del alumno

Docentes: Nombres y apellidos de los docentes de la comisión

Formatos de video recomendados: MOV, MP4