

Nivel: Diseño II

Ejercicio 3

Introducción a gráfica en medios digitales

Campaña promocional en Internet

Marco general

El objetivo del ejercicio es que los alumnos diseñen la gráfica para una campaña promocional que tendrá fuerte presencia en Internet. Se trata de una introducción a la especificidad de la problemática del diseño gráfico para nuevos medios: aquellos que utilizan la pantalla como soporte.

Cuando se piensa en el medio digital, inmediatamente surge la asociación con sitios Web de todo tipo, CD y kioscos interactivos. Pero además de ese tipo de problemas de comunicación, los diseñadores también se encargan con muchísima frecuencia de desarrollar otros tipos de mensajes que tienen particularidades diferentes, y que resultan fundamentales para el funcionamiento de una grandísima cantidad de organizaciones:

1. Sitios promocionales.
2. Anuncios publicitarios (generalmente denominados *banners*).
3. Mensajes gráficos o “volantes digitales” que se envían por email.

Este ejercicio aborda esas problemáticas en forma combinada. A cada alumno le será asignada una temática diferente entre las siguientes:

Maridajes 2010

Exposición internacional de vino en Mendoza

El evento es organizado por una cámara empresaria, con el apoyo de los Gobiernos Provincial y Municipal de Mendoza. Se realizará entre los días 15 al 22 de noviembre de 2010 en un centro de exposiciones. Se ha decidido dar al evento gran difusión, y para ello se hará una importante inversión en publicidad. La primera etapa de la campaña se realizará únicamente en la Web y comenzará con mucha anticipación. Sobre la fecha del evento se sumará la aparición en otros medios masivos.

MixTour 2011

Festival de música electrónica

Un grupo de importantes empresarios de la industria musical organiza un festival de música electrónica en Buenos Aires. Tendrá varios auspiciantes de primer nivel. El evento será el día 2 de Abril de 2011. Para promocionar el ciclo los organizadores harán una campaña en medios masivos, pero dado que consideran necesario instalar el tema con bastante anticipación, han decidido comenzar con la campaña en la Web que favorezca la comunicación viral del evento.

Tarjeta Eki

Tarjeta de crédito con descuentos para compras

Super Eki lanza la promoción de su nueva tarjeta de crédito. Se trata de una tarjeta de crédito que, además de otorgar facilidades de financiación, también permite acceder a descuentos promocionales. Una de las intenciones del proyecto es fidelizar a los clientes. Debido al posicionamiento buscado, la empresa se ha propuesto focalizar la promoción en Internet.

Demanda del cliente

El cliente solicita el diseño de la imagen gráfica de campaña y un sistema conformado por las siguientes piezas:

1. Un mini-sitio Web, de unas pocas páginas (según el caso) para brindar información y facilitar el acceso a la promoción a los interesados.
2. Un volante digital para enviar por email. Esta pieza tendrá como función promocionar el mini-sitio Web.
3. Un anuncio animado que saldrá publicado en los principales periódicos y en sitios especializados y/o del sector. Se requieren cuatro variantes adicionales de ese mismo anuncio. Los formatos son:
728 x 90 px (apaisado)
160 x 600 px (vertical)
250 x 250 px
240 x 400 px (vertical)

Todos los elementos enlazarán con el mini-sitio Web que ampliará la información y permitirá al público inscribirse/comprar. La campaña también incluirá afiches, folletos, avisos en medios impresos, etc. Estas piezas no forman parte de la demanda, pero es importante tener en cuenta que la gráfica de la campaña deberá funcionar coherentemente en todas ellas.

Demanda del ejercicio y forma de presentación

En el caso del mini-sitio, cada alumno trabajará únicamente en la página de inicio. No es necesario que se programe el sitio, basta con presentar el *layout* mediante una imagen JPG, PNG o GIF. El formato del sitio no debe superar el ancho correspondiente al standard actual de 1024 pixeles.

Los anuncios podrán realizarse tanto en formato GIF Animado como SWF (Flash), respetando los siguientes pesos máximos:

728 x 90	IAB Leaderboard	60 KB
120 x 600	IAB Wide Skyscraper	60 KB
250 x 250	IAB Square	50 KB
240 x 400	IAB Vertical Rectangle	60 KB

Evaluación

En la evaluación del trabajo se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

1) **Pertinencia tipológica y estilística**

Pertinencia tipológica de las piezas diseñadas respecto de su función. Afinidad del clima gráfico con el estilo del emisor y la ocasión.

2) **Claridad informativa**

Claridad en la presentación de la información, inteligibilidad, legibilidad y eficiencia comunicativa.

3) **Calidad sintáctica**

Armonía en el manejo de elementos gráficos, coherencia sistémica y ajuste general.