

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA UNITEC

ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO

Proyecto de Graduación

Tema del Proyecto:

Diseño de la plataforma virtual de artistas

“S MART”

Sustentado por:

Stacy Michelle Martínez Ferrera

NUMERO DE CUENTA:

11511130

Previa Investidura al Título de Comunicación Audiovisual y

Publicitaria.

TEGUCIGALPA, M D C

HONDURAS, CA

JUNIO, 2020

Miembros de la terna:

Beatriz Lovo Reichmann

Ana Isabel Martins Palacios

Fredes Aurora Vásquez Hernández

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2020

STACY MICHELLE MARTINEZ FERRERA

Todos los derechos son reservados.

I. INDICE

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

RESUMEN EJECUTIVO	10
CAPITULO 1 INVESTIGACIÓN PREVIA A LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO	12
1.1 Objetivos de Investigación:	12
1.2 Metodología de la investigación.	12
1.3 Marco Teórico	13
1.3.1 <i>La evolución de los medios y la sociedad junto a la era digital.</i>	13
1.3.2 <i>El ser humano y su necesidad de hacer arte.</i>	15
1.3.3 <i>El proceso creativo de una idea.</i>	15
1.3.4 <i>Modelos de negocios en la era digital.</i>	16
1.3 Resultados de las entrevistas realizadas	17
CAPITULO 2 DESARROLLO DEL PROYECTO.	21
2.1 Objetivos del Proyecto.	21
2.1.1 <i>Objetivo general.</i>	21
2.1.2 <i>Objetivos específicos.</i>	21
2.2 Público Objetivo.	21
2.3 Justificación del proyecto.	22
2.4 Fases del desarrollo del proyecto.	22
CAPITULO 3 COMPONENTES DEL PROYECTO.	31
3.1 Diseño Gráfico.	31
3.1.1 Boceto del logo	31
3.1.2 Manual básico de Identidad Gráfica.	32
3.2 Generación y Gestión de Contenido.	33
3.2.1 Mapa de Publicaciones	33
3.2.2 Propuesta de promoción	33
3.2.3 Plan de Negocio.	34
3.2 Producción Audiovisual.	37
3.3.1 Guion y Storyboard	37
3.3.2 Animaciones	38
3.3.3 Proceso de Producción para la selección de artistas.	38
3.3.4 Plan de rodaje/Línea de Tiempo de Producción de proyecto.	38

3.3.3 Presupuesto	39
CAPITULO 4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	41
BIBLIOGRAFÍA	43
GLOSARIO	45
ANEXOS	47
7.1 Entrevistas a expertos sobre el contenido digital.	47
7.2 Entrevista de empatización.	48
7.3 Manual Básico de Identidad Gráfica.	49
7.4 Mapa de Publicaciones.	51
7.5 Encuesta realizada para el mapa de publicaciones.	54
7.6 Plan de rodaje/Línea de tiempo de Producción del proyecto.	57
7.7 Guion Técnico y Storyboard/Videos del canal.	61
7.8 Animaciones	87
7.9 Videos Promocionales.	92

II. TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Proceso del Design Thinking.....	23
Ilustración 2 Estadística del video EntrevistART	29
Ilustración 3 Estadística del alcance de la publicación en YouTube	29
Ilustración 4 Estadística de la participación del público	29
Ilustración 5 Estadística del público.....	30
Ilustración 6 Estadística sociodemográfica del público,.....	30
Ilustración 7 Boceto del logotipo de S MART	31

AGRADECIMIENTO

Es de suma importancia, agradecer y reconocer a cada una de las personas que formaron parte de este proyecto para poder ser realizado.

Doy un agradecimiento especial al Lic. Kevin Mejía por mostrar su paciencia, compromiso y disponibilidad para poder lograr el objetivo de la creación de dicho proyecto; asimismo es de sumo agradecimiento a las personas expertas que ayudaron a darme una guía para las interrogantes que tenía respecto al tema a la Lic. Marisa Morales, Lic. Celeste Pineda Baca, Lic. Mauricio Pineda, Lic. Katherine Mendoza y Lic. Armando Milla.

Se les agradece a todos los expertos que me dio una guía y me aconsejaron de manera objetiva, de esta manera logré aprender con sus conocimientos, logrando que cada asesoramiento fuera clave y fundamental para estructurar de forma exitosa la plataforma digital, esto apporto de gran magnitud para que esto se lograra desarrollar.

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a mi familia y amigos que me apoyaron en la realización de este proyecto, también está dedicado a todas las personas que tienen sueños y metas en su vida, que están dispuestas a dejar un legado en este mundo haciendo lo que les apasiona, luchar por los sueños es la clave para alcanzar la felicidad en nuestras vidas, luchan por ello porque a pesar de todo el sacrificio realizado, todo tiene su recompensa.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento resume las actividades realizadas por Stacy Martínez durante su proyecto de graduación, creando una plataforma digital de artistas escénicos, S MART durante los meses de Abril a Junio 2020, previo a su investidura con el título de Licenciada en Comunicación Audiovisual y Publicitaria de la Universidad Tecnológica Centroamericana, UNITEC.

En el capítulo 1 se encuentran los datos de la investigación cualitativa que se realizó a expertos en el tema, asimismo información importante. En este capítulo también se muestran los objetivos de la misma.

En el capítulo 2 se encuentra la información general del proyecto, desde los objetivos del proyecto, hasta la descripción del público objetivo, la justificación y las fases por las que este se fue desarrollando.

S MART es un vlog de artistas escénicos enfocado en la educación y valoración del arte, de una manera entretenida y creativa para cubrir la necesidad de ofrecer contenido visual, cubriendo temas de arte, cultura y salud emocional, en la cual surgió la necesidad de crear diferentes secciones dentro de ella (*EntrevistART, ContART y Art Session*).

Este proyecto le otorga al estudiante comprender y hacer una de sus habilidades y conocimientos académicos para ser reflejados en el mismo, de esta manera comprender en un contexto general, el ámbito laboral de su área.

El presente documento describe la información general del proyecto, las actividades realizadas y finalmente las conclusiones que se pudieron obtener de este.

INTRODUCCIÓN

La televisión y la radio han sido el medio de difusión más grande durante décadas. La televisión comenzó su primera transmisión alrededor de los años 1920s y tener una participación en ella, era lo más grande por la cantidad masiva de personas que la miraban, hoy en día sigue sucediendo eso, no obstante el internet llegó a revolucionar el mundo a finales de los 90s, es allí cuando el siglo XXI comenzó a tomar un curso diferente, a mediados del 2000, se comenzó a generar contenido digital, pero es hasta hace unos cuantos años atrás, que esto se ha venido a tomar más importancia de la que se le estaba dando anteriormente. Actualmente muchas personas generan dinero creando contenido digital, diversas empresas están comenzando a digitalizar muchas cosas que anteriormente se miraba imposible de realizar, el *e-commerce* es uno de los mayores ejemplos, incluso muchos formatos tradicionales como las revistas y periódicos, también cuentan con un formato digital. Muchos artistas no podían conseguir una participación en la tele o en la radio, pero los medios digitales han venido a cambiar eso y muchos artistas han optado por generar contenido a través del internet para lograr ser reconocidos de una manera más cercana y directa al público. S MART se enfoca en apoyar el arte a través de estos medios para que los artistas puedan ser reconocidos y el arte pueda ser apoyado y valorado, principalmente por el público hondureño ya que Honduras es un país con mucho talento y aún no se ha logrado apoyar el arte de la mejor manera posible.

S MART es un vlog de artistas escénicos, el cual tiene como propósito inspirar a las personas, promover el arte mostrando diversos talentos y dar a conocer su importancia a nivel nacional e internacional, brindando la oportunidad de que muchos artistas puedan ser reconocidos y valorados, aprovechando la oportunidad que el mundo digital ofrece para romper barreras

alrededor del mundo con solo un *click*. S MART hará pasó en plataformas digitales actuales tales como: YouTube, Instagram y Facebook.

CAPITULO 1 INVESTIGACIÓN PREVIA A LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO

1.1 Objetivos de Investigación:

- Analizar el rubro del contenido digital a través de una serie de entrevistas realizadas a expertos.
- Desarrollar un conocimiento más amplio del tema, realizando una investigación más detallada del mismo.

1.2 Metodología de la investigación.

Con el fin de sustentar el proyecto a nivel teórico, hay dos componentes principales que lo constituyen: La Generación y Gestión de Contenido y la Producción Audiovisual.

La metodología del proyecto es una investigación cualitativa respecto al tema por medio de entrevistas a expertos en contenido digital de esta manera es más factible conocer los componentes principales que se necesitan para poder realizar este proyecto de manera más efectiva y precisa.

Para esta investigación cualitativa se desarrollaron una serie de interrogantes con respecto a la temática a tratar, con el principal propósito de obtener el principal cometido de conocer la amplia experiencia a nivel técnico, teórico y empírico.

1.3 Marco Teórico

1.3.1 *La evolución de los medios y la sociedad junto a la era digital.*

Los medios han ido evolucionando con el tiempo, podemos ver como en base de las necesidades del ser humano, se crean nuevas invenciones. El ser humano siempre ha tenido la necesidad de comunicarse de una u otra forma, a raíz de eso se ha inventado el teléfono, la televisión, la radio, el periódico, la revista, la computadora, el teléfono móvil, entre otros.

El teléfono móvil, es actualmente de los medios de comunicación más utilizados hoy en día, muchas personas trabajan desde allí, miran noticias, series, interactúan en las redes sociales, se ha convertido en una herramienta eficaz para el ser humano.

Con el tiempo se han creado plataformas para que las personas puedan interactuar con todo tipo de personas, entre ellas Facebook una de las redes sociales más conocidas y fundada en el 2004 por Mark Zuckerberg, pero existe una plataforma creada con el objetivo inicial de que se pudieran ver todo tipos de videos a través de allí, YouTube, esta fue la masificación del concepto de videos a través de internet, que si bien no era algo nuevo, pero si la forma en la que se presentaba, poniendo a los visitantes como productores de sus propios videos. (Yanover, 2007)

Una de las mayores razones por las que generar contenido digital se ha vuelto un éxito es debido a la interactividad y la inmediatez, asimismo ayuda a que haya más cercanía entre la empresa y el cliente.

Morales Coello (2020) afirma: “El contenido digital ha venido a darle voz y empoderamiento al usuario. Una gran ventaja del contenido digital es que es mucho más fácil de monitorear, editar y modificar, es bastante flexible.”

Hoy en día muchas personas no miran televisión porque la mayoría de las cosas que observan son a través de Internet, es por eso que ha venido a popularizarse la televisión en móvil, el cual tiene la misma función que ver televisión solo que a través del celular, no solo la televisión ha pasado a ser digital sino que la radio también, no siempre se tendrá una radio al lugar que vayas pero si un celular, es por eso que resulta a veces más factible tenerlo en un dispositivo que estas cargando todo el tiempo.

El uso cada vez más extendido de internet como medio de comunicación de masas ha provocado que la radio no tenga más remedios que unirse a estos medios en su labor diaria. (Gómez, 2020)

Estamos en una época en la que todo se está digitalizando, ahora existen tiendas virtuales y es allí donde abre paso al *e-commerce*, muchas personas prefieren comprar en línea porque puede llegar a salir menos costoso, que comprarlo presencialmente, lo mismo sucede con la publicidad, últimamente las empresas virtuales, los *influencers* entre otros pagan publicidad en línea y resulta ser menos costoso que en los medios tradicionales.

YouTube se ha encargado de hacer negocios con sus *influencers* llamados *Youtubers*, ellos reciben cierta cantidad de dinero dependiendo de la evolución de su contenido, generar contenido a través de estas plataformas se ha vuelto realmente efectivo y sencillo.

Esto nos puede llevar a una pregunta ¿Los medios digitales podrían venir a sustituir a los medios tradicionales?

Pineda Baca (2020) menciona que una gran ventaja que tienen los medios tradicionales es que aun gozan de mucha credibilidad, mientras que los medios digitales contienen una gran cantidad de *Fake News* o Noticias Falsas, considerando que a pesar de esto, en algún futuro tal vez no sustituya los medios tradicionales pero sí podrían llegar a tomar más importancia.

Ambos medios aún siguen siendo relevantes y actualmente se complementan, así que es importante sacar el máximo provecho de estos dos, de la mejor manera, respetando el propósito de cada uno.

1.3.2 *El ser humano y su necesidad de hacer arte.*

La improvisación es la génesis del arte, asimismo el arte es la inmovilización de la vida.

(México, 2010)

El ser humano siempre ha sentido la necesidad de expresarse a través de algo, de manifestarse de una manera diferente a lo normal, el arte viene a mostrar ese lado sensible y profundo que tiene la persona para poder demostrarlo a través de una fotografía, una canción, un poema, entre otros.

El arte y la estética son dos términos que han sido familiarizados desde siglos atrás. En el siglo XVI el arte y la belleza eran considerados como una invención libre de la imaginación. (Arte, 2014)

El arte ha venido a suplir la necesidad de que el ser humano pueda expresarse a través de algo más profundo, poder plasmar sus sentimientos a través de algo abstracto y subjetivo.

1.3.3 *El proceso creativo de una idea.*

La creatividad y la creación son inherentes al ser humano. El proceso de la creación, es semejante al término de la procreación. De esta forma la creación artística o científica y la procreación biológica tienen muchos puntos en común y confronta al ser humano siempre con el misterio de la vida y con la perdurabilidad en el tiempo de la misma. (Curiel, 2013)

No existen las ideas malas, una idea puede sonar mal al inicio, pero evoluciona a través de los procesos creativos.

No hay una única persona que esté haciendo la creatividad o siendo creativa. Por el contrario, todos los miembros del equipo están participando en la creatividad; y la participación de cada una de las personas parece diferente. (Clapp, 2018)

Todo trabajo creativo requiere un equipo detrás de ello, no hay trabajo individual ya que el ser humano se complementa con otro.

1.3.4 Modelos de negocios en la era digital.

Los años 80 fueron llamados el decenio de la calidad y los 90 la reingeniería de los procesos. Bill Gates mencionaba que la primera década del nuevo milenio sería el de la velocidad, de la rapidez con que cambiaría la naturaleza de las empresas, de la rapidez que se desarrollarían las transacciones. También mencionaba que las empresas, a la par de desarrollar un sistema nervioso digital que les provea de la información necesaria para ganar mercado o permanecer en él, se debería de poner en práctica la oficina sin papel, es decir la eliminación paulatina del papel. (Luis Ramón, 2000)

Muchos emprendedores con mentes digitales, al visualizar las alternativas tecnológicas disponibles para su sitio, comenzaron por introducirles aplicaciones que transformaron sus portales en eficientes prototipos tecnológicos, pero con desorientados modelos de negocios. Como todo lo que sucede en internet, el aprendizaje fue rápido. Nuevos modelos de negocios y bien explotados pueden generar ingresos y rentabilidades exponenciales a las empresas con mentes digitales. Esfuerzos en diseño, contenidos y aplicaciones se vuelcan en un sitio web.

Cuando todo está listo y dispuesto se publica y, en la gran mayoría de los casos, las visitas no son explosivas como se esperaba. Se descubre que lo que no está en un buscador no existe. Debemos diseñar, editar, corregir, programar, publicar, indexar y linkear entre otras cosas. Todo negocio debe de considerar si, efectivamente su producto satisface una necesidad.

Solo así se configura la demanda del mercado. En este contexto, un modelo de negocio debe definir si su mercado consumidor serán clientes del tipo de persona natural o del tipo de persona jurídica; deberá definir también que eslabón de una cadena de valor interviene; si existe integración horizontal o vertical; si la forma de obtener ingresos es de manera directa, a través de la venta de bienes o servicios, o si la forma de hacerlo es a través de vías alternativas como es la generación de ingresos publicitarios vía *rating*. (Espinoza, 2013)

Hoy en día es accesible hacer negocios en internet, por generar contenido te pagan cierta cantidad, dependiendo la cantidad de personas que se suscriban al canal, o la cantidad de visitas que tu contenido pueda generar, generar contenido digital se ha vuelto un estilo de vida para muchas personas y logran vivir de eso, es más les logra abrir las puertas en otros negocios también.

1.3 Resultados de las entrevistas realizadas

- **¿Qué es lo primero que debemos preguntarnos al momento de generar contenido digital?**

R/Celeste Pineda (Catedrática de la Carrera de Comunicación Audiovisual y Publicitaria en UNITEC) menciona que lo primero que debemos preguntarnos al momento de generar contenido digital es a quien va dirigido y con qué propósito lo voy a hacer, para saber si lo que vamos a realizar va a ser útil y de mayor agrado para el consumidor.

- **¿Qué cambios ha venido a realizar el contenido digital?**

R/ Marisa Morales (Jefa de la Carrera de Comunicación Audiovisual y Publicitaria en UNITEC) menciona que la interacción entre el que está generando contenido y el consumidor es más directa, las personas comprenden que el contenido digital es

relevante y necesario y de esa manera ha logrado darle voz y empoderamiento al usuario.

- **¿Cuáles son las ventajas de generar contenido digital?**

R/ Armando Milla (Licenciado en Comunicación Audiovisual y Publicitaria) menciona que el contenido digital es bastante flexible, es mucho más fácil de monitorear, ya que la redes cuentan con este tipo de herramientas para conocer qué tan factible está siendo tu contenido, asimismo pagar por publicidad en redes es mucho más cómodo que en los medios tradicionales.

- **¿Cuáles son algunas dificultades o desventajas que podrían surgir al generar contenido digital?**

R/ Marisa Morales y Celeste Pineda mencionan que la mayor desventaja es la falta de planificación e investigación sobre el tema que estés desarrollando porque si no tienes la idea muy clara puede que no logres obtener el resultado deseado, es por eso que hoy en día es importante la realización de *benchmarking* para conocer lo que tu competencia está generando y tratar de tener puntos de inspiración y pensar en los elementos diferenciadores que le puedes agregar a tu contenido.

- **¿Considera que en algún momento los medios digitales vendrían a sustituir los medios tradicionales?**

R/ Celeste Pineda menciona que la probabilidad de que los medios digitales sustituyan a los medios tradicionales todavía es poca, debido a que los medios tradicionales aún tienen credibilidad del usuario, los medios digitales tienden a realizar una gran cantidad de noticias falsas, no obstante lo que sí podría pasar es que los medios digitales lleguen a tomar más importancia que los medios tradicionales, ya que muchas cosas se están digitalizando debido a la inmediatez, tales como las revistas y los periódicos.

- **¿Considera que el talento de las personas se podría reconocer a través de los medios digitales de la misma magnitud que en los medios tradicionales? Porque?**

R/ Katherine Mendoza (Licenciada en Comunicación Audiovisual y Publicitaria) menciona que estamos en una era en la que todo lo que se mira a través de las redes se viraliza y es muy probable que si una persona muestra su talento de una manera autentica pueda llegar a ser reconocido a través de múltiples plataformas en línea, anteriormente salir en los medios tradicionales era la única manera en la que podías ser reconocido, pero una ventaja que ha venido a tomar forma en los medios digitales es que si algo te gusta, fácilmente puedes verlo las veces que quieras, cosa que no puedes hacer en los medios tradicionales, mientras más reproducciones logre obtener cualquier contenido en internet, más viral se convierte, sea bueno o malo lo que se esté presentando.

- **¿Considera que los baby boomers y la generación x consumen bastante contenido digital hoy en día o siguen siendo los millennials y centennials los principales consumidores de este?**

R/Celeste Pineda y Marisa Morales mencionan que todo depende del contenido, la forma y la plataforma en la que se esté presentando. Katherine Mendoza menciona que Facebook sigue siendo la red social número 1 para distintos tipos de público, es decir que los baby boomers y la generación probablemente consuman menos que la generación millennial y z, pero definitivamente ya están consumiendo bastante contenido digital.

- **¿Cuál es el principal propósito del marketing digital?**

R/Marisa Morales menciona que centrar todos los esfuerzos de comunicación y marketing de tu empresa a través de plataformas digitales es lo más indicado, para

lograr la fidelización de clientes actuales y clientes potenciales que tu empresa o proyecto puede llegar a tener.

- **¿Cómo idear, crear y planificar de una forma efectiva? Hay herramientas que ayuden a ello?**

R/ Marisa Morales menciona que el proceso de ideación nace a base de una investigación de lo que nuestro público meta disfruta consumir, esto se logra a través de un *benchmarking* de la competencia, analizando sus usuarios y clientes. La planificación se logra a base del comportamiento del consumidor y de cómo se mueven los canales de difusión en los que se está trabajando. Hay distintas herramientas que ayudan a realizar estos procesos tales como: *Hootsuit, Buffer, Topic Flower, Hubspot.*

- **¿Cuál o cuáles son los aspectos claves al generar contenido digital?**

R/ Mauricio Pineda (Catedrático de la Carrera de Comunicación Audiovisual y Publicitaria en UNITEC) y Marisa Morales mencionan que lo primero que se debe de hacer es conocer bien a tu público meta, asimismo, tener claro lo que quieres hacer, hacer uso del *storytelling* ya que las personas muchas veces se sienten identificadas al momento de escuchar historias, eso promueve la empatía y que las personas quieran saber más.

- **¿Cómo puedo saber lo que mi público objetivo realmente desea ver?**

R/ Katherine Mendoza menciona que una gran ventaja que podemos resaltar de esto es que las mismas plataformas digitales te ayudan a saber si tu consumidor realmente disfruta de lo que tú estás creando, las redes sociales traen consigo métricas para definir que tanto está interactuando las personas con lo que publicas, las encuestas en línea también son una opción para interactuar con tu público y saber lo que piensan.

CAPITULO 2 DESARROLLO DEL PROYECTO.

2.1 Objetivos del Proyecto.

2.1.1 Objetivo general.

Promover el arte a través de un vlog, cumpliendo con los elementos de Generación y Gestión de Contenido, Diseño Gráfico y Producción Audiovisual.

2.1.2 Objetivos específicos.

- Desarrollar y estructurar el contenido en el canal de YouTube por medio de un proceso de pre-producción, producción y posproducción.
- Elaborar una propuesta de promoción del vlog S MART a través de las herramientas adecuadas para la creación del contenido digital.
- Diseñar la identidad corporativa del canal por medio de un manual básico de marca que logre definir la línea gráfica.

2.2 Público Objetivo.

S MART se dirige al público millennial y centennial, entre 15 a 30 años, jóvenes curiosos que consumen internet, no solo para entretenerse sino para descubrir cosas nuevas, tienen ganas de aprender de una forma diferente y dinámica.

2.3 Justificación del proyecto.

El arte es una base fundamental para la cultura de un país, a lo largo del tiempo se ha visto como distintas ramas del arte han influido en la evolución de una sociedad, cada país se siente identificado, con un género musical, con distintas pinturas, con los diferentes géneros dentro del cine, entre otras, es parte de la identidad. Honduras a lo largo de los años ha mostrado su talento en el arte, lastimosamente no ha logrado sobresalir como otros países en este ámbito. Últimamente el público está consumiendo una gran cantidad de contenido digital y las personas son reconocidas a nivel mundial a través del internet, sobre todo en el arte, es por eso que se decidió hacer este vlog donde muchos artistas hondureños pueden ser reconocidos a nivel nacional e internacional, ya que este medio te permite llegar a otros lugares del mundo con más facilidad y rapidez, haciendo que de esta forma no solo logren entretenerse a través de lo que se verá reflejado sino que podrán apreciar y valorar el arte desde una diferente perspectiva, de una manera educativa, creativa y entretenida a su vez, logrando inspirar y motivar a hacer cosas grandes y a valorarnos no solo como artistas sino como personas.

2.4 Fases del desarrollo del proyecto.

Para el desarrollo de este proyecto se trabajó con el proceso de design thinking.

El Design Thinking es una metodología que impregna todo el espectro de actividades de innovación con un espíritu de diseño centrado en el hombre, este se nutre de la capacidad que todos tenemos, pero que se pasan por alto por las prácticas de la resolución de problemas más

convencionales. No solo se centran en la creación de productos y servicios, se basa en la capacidad de ser intuitivo, reconocer patrones, construir ideas con significado emocional, funcional y expresarse en los medios de comunicación.

El Design Thinking tiene 5 etapas:

Empatizar: Adquirir conocimientos básicos sobre los usuarios y sobre la situación o el problema en general y lograr empatía con los usuarios mirándoles de cerca.

Definir: Crear un usuario típico para el cual se está diseñando una solución o producto.

Idear: Generar todas las ideas posibles.

Prototipar: Construir prototipos reales de algunas de las ideas más prometedoras.

Evaluar: Aprender a partir de las reacciones de los usuarios a los distintos prototipos.

(OBS, 2020)

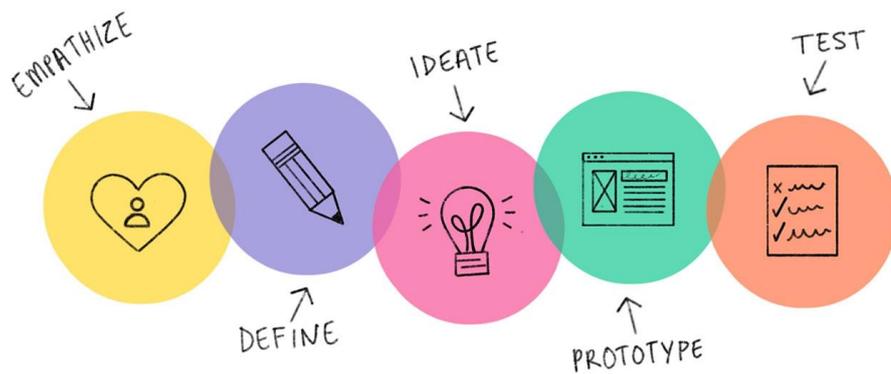


Ilustración 1 Proceso del Design Thinking

Ilustración sacada del blog de Galia Puerto Sevilla

En esta imagen se puede observar por medio de ejemplos gráficos el proceso del design thinking, desde el proceso de empatización que es el primero, hasta el de testeo que viene siendo el último.

- **Empatizar:**

Para lograr comprender más sobre el proyecto, se realizaron una serie de entrevistas a personas expertas en el tema de contenido digital, y los temas que se pueden abordar dentro de ella, de esta forma es más posible que se comprenda el contexto en el que se está trabajando para lograr crear un contenido viable y factible.

Se realizaron una serie de preguntas para lograr conocer la perspectiva de las personas en cuanto al tema que aborda el proyecto y así profundizar y empatizar con ellos para saber realmente la problemática y la necesidad que se tiene de esto.

La mayoría de las personas entrevistadas contestaron que Honduras no es tan apoyada en el arte como debería, asimismo comentaron que el hondureño no conoce en gran magnitud el arte que se realiza en su país, la mayor parte de ellos consumen contenido digital, asimismo comentaron que les parece muy bien la idea de crear un espacio donde los artistas se den a conocer y muestren su talento.

- **Definir**

La realización del video blog hará paso en la plataforma de YouTube, ya que, según José Patricio Pérez Rufi esta se presenta como un canal de video en continua actualización e invita a que el usuario participe activamente en él y es una de las plataformas digitales para video más utilizadas en los últimos años.

El público al que va dirigido este canal, es al público millennial y centennial, ya que es el principal consumidor de estas plataformas.

Para poder establecer un orden en las publicaciones se decidió realizar un mapa de publicaciones con la fecha, hora y los días que se estará publicando cada video. Para realizar este mapa, se tuvo que realizar previamente una encuesta, para conocer más al usuario y su interacción con las redes sociales, más adelante se especificará sobre los resultados de esta.

- **Idear**

La idea de este proyecto, comenzó a raíz de la necesidad del apoyo hacia el arte y a los artistas que realizan el mismo, para poder darlo a conocer y poder no solo saber de él, sino también disfrutarlo. Surgieron muchas ideas a partir de esto, para poder retratarlo de una forma entretenida y educativa a la vez, se hizo una lluvia de ideas, al principio se tenía pensado un blog, pero a la vez se fue desarrollando más la idea, hasta que se llegó a la idea de un programa de talentos y de arte virtual, es decir, una plataforma virtual con contenido audiovisual en formato video blog, en donde las personas pudieran conocer a los artistas a través de distintos tipos de videos, pero este no sería con solo la muestra de ellos, este tendría a la persona que creó el video blog como presentadora de los videos, para tener la cara que representaría este vlog y así poder tener una cercanía con el público.

La idea del nombre vino a raíz del nombre de la fundadora y presentadora de este video blog, Stacy Martínez, que vendría a acortarse de forma que dijera S MART queriendo dar la idea de la palabra Smart que significa inteligente o listo en inglés, y que a su vez muestra la palabra art que significa arte en español, ya que esta es la principal base del proyecto, que a su vez haría juego con el nombre de las diferentes secciones que se realizarían en este video blog, cuyos nombres llevan como *EntrevistART*, *ContART* y *ART Session*. En estas se muestra el arte y al artista de diferente manera, en la sección *EntrevistART* se realizan meramente entrevistas con

los artistas, se realizan juegos o dinámicas relacionadas al área que ellos manejan del arte y al final mostrar un poco de lo que ellos han realizado como artistas, en la sección de ContART, el artista cuenta una experiencia que lo ha hecho crecer mucho como artista y como persona, finalmente en la sección de ART Session, el artista mostrará su talento a través de una sesión de arte, este se inspiró en los live sessions que hacen muchos artistas para que las personas puedan ver en vivo este tipo de muestras, no obstante en el Art Session no es necesario que sea en vivo pero sí que las personas puedan ver en un video la realización de esta.

Para poder comprender más el rubro de este proyecto, se decidió hacer un proceso de benchmarking para conocer a las competencias directas. Se pudieron conocer canales de YouTube con temáticas relacionadas al arte tales como: La Gata Verde, Hoy es arte, The Art of Aaron Blaise, Louisiana Channel, también se usaron de referencias de programas que se transmitían en medios tradicionales, un ejemplo de este sería Derbez En Cuando ya que dentro de ese programa habían diferentes segmentos y cada día eran diferentes, S MART conlleva una idea similar, ya que es un canal que cuenta con diferentes secciones, uno basado en entrevistas, otro en storytelling y otro en sesiones en vivo, asimismo se buscaron referencias de canales de juegos en los que la gente pudiera agilizar su mente, aprender y a su misma vez, divertirse tales como Xpress Tv, Lifeder. La imagen visual de la sección de entrevistas tomó como base inicial los canales de gamers, ya que estos interactuaban en sus pantallas desde el lugar donde estaban tales como Flamingo o Juega Germán.

Para que el canal pudiera tener una identidad gráfica se realizó un manual de identidad con los elementos básicos principales para que la marca pueda tener una línea gráfica al momento de publicar el contenido en las redes sociales y en los videos dentro del canal de YouTube.

- **Prototipar**

Se realizó el guion y el Storyboard del primer episodio de la sección de EntrevistART, pero este sería dividido en dos partes, así que a continuación se presentará el guion y el Storyboard de la primera parte de esta, este prototipo se realizó con el objetivo de ver los resultados que obtuvo la primera parte y luego saber si ese contenido era del gusto del público y poder seguirlo realizando de la misma manera en la que se tenía estipulado, asimismo poder agregar cosas nuevas a esto.

Guion técnico y Storyboard						
PRIMER EPISODIO ENTREVISTART						
Primera Parte.						
Tiempo	Vídeo	Audio	Encuadre	Angulo	Diálogo	Storyboard
0:00-0:10	Cortina de Entrada S.MART/Entrevistart.	Música				
0:11-1:29	Introducción de la presentadora.	Música de fondo. SFX de Aplausos	Plano medio	Normal	Stacy: ¡Hey hola! Bienvenidos chicos a mi primer programa de ENTREVISTART. ¿Qué, que que es eso? Bueno eso no es queso por si van a decir eso, porque no se come ni se huele pero si se puede ver, se	

					Katherine, denle unos aplausos (SFX de Aplausos). Bueno Katherine, eres dichosa de ser la primera invitada. ¿Estás Lista?"	
--	--	--	--	--	--	--

					Stacy: Me imagino que hay momentos en los que careces de creatividad y no sabes qué hacer ¿Qué haces en esas situaciones? Katherine:	
6:31-10:00	Cortina de entrada del Primer juego: Enigmoji Juego enigmoji	Música de fondo. Voice en off diciendo el nombre del juego.	Plano medio	Normal	Bueno ahorita hemos conocido un poco de vos, pero para relajarnos un poco más, vamos a hacer un juego, es como un pequeño recreo. ¿Estás lista? Bueno yo se que te encanta el cine, lo audiovisual, entonces vamos a hacer un pequeño	

						
17:01-17:11	Cortina de Salida S.MART Entrevistart.	Música de fondo				

- **Testeo**

Luego de haber lanzado el primer episodio, se pudo ver en la estadística que tanto interactuó el público con las publicaciones a través de las estadísticas que se pudieron sacar de YouTube.



Ilustración 2 Estadística del video EntrevistART



Ilustración 3 Estadística del alcance de la publicación en YouTube



Ilustración 4 Estadística de la participación del público



Ilustración 5 Estadística del público

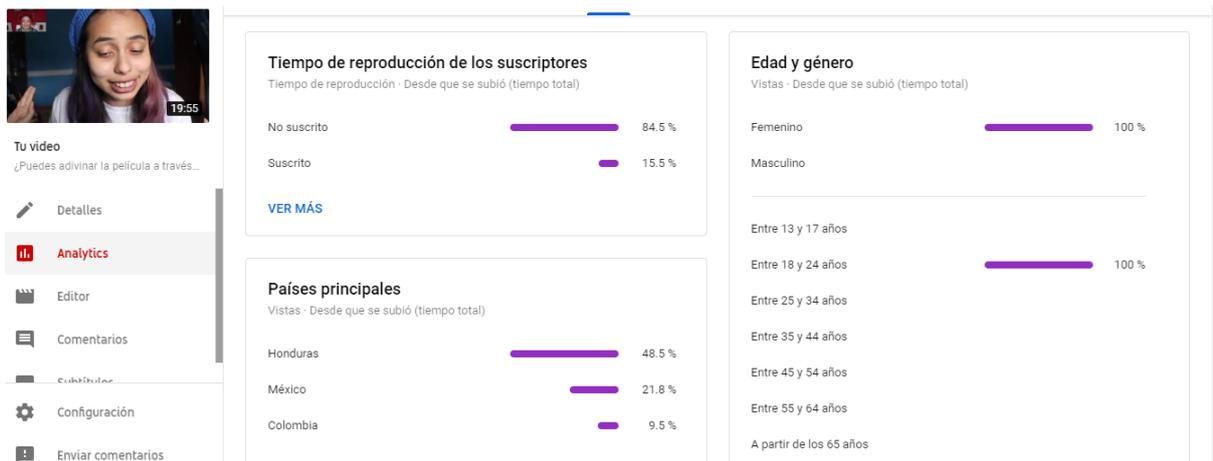


Ilustración 6 Estadística sociodemográfica del público,

Según las estadísticas de YouTube, el video tuvo un buen nivel de aceptación para ser la primera vez, fue visto por 670 personas, con un total de 508 impresiones, la mayoría de las personas que vieron este video fueron personas entre los 18-24 años, que están dentro del rango del público objetivo.

CAPITULO 3 COMPONENTES DEL PROYECTO.

3.1 Diseño Gráfico.

Para la obtención de un resultado óptimo en la línea gráfica se realizó un manual básico de Identidad de S MART.

3.1.1 Boceto del logo

Primero se realizó un boceto de lo que sería el logo. La idea surgió a partir de la unión del nombre Stacy con Martínez, juntos formaban la palabra, al reducir Stacy dejando solo una S y Martínez en Mart, se formó S MART, haciendo juego con la palabra ART que significa ART, está estaba planificada desde un inicio en ir en diferente color para resaltar la palabra.



Ilustración 7 Boceto del logotipo de S MART

Luego de tener la idea más clara, se logró hacer la imagen gráfica que se quería de la marca, a través de un manual básico de identidad.

3.1.2 Manual básico de Identidad Gráfica.

En este manual se muestran las herramientas básicas para poder tener una línea gráfica en todas las publicaciones.

- **Marca y Logotipo**

En esta se explica brevemente de lo que trata la marca y conlleva la explicación del logotipo.

- **Espacio circundante y tamaño mínimo de reproducción**

Aquí se muestra la ampliación óptima del logo, se muestra el área de seguridad que lleva este y sobre todo el tamaño mínimo en el que este logo se puede reproducir en los videos para que no pierda legibilidad.

- **Colores Corporativos.**

Se explica brevemente los colores que son correspondientes a la marca, que son azul, blanco y negro, para que haya una unidad en la base de los colores, asimismo se explican los usos correctos e incorrectos de este.

- **Tipografía**

Un aspecto muy importante es que cada título y texto que vayan en las publicaciones debe de ir con una tipografía establecida, estas son el Arial Rounded MT Bold para los títulos y Ebrima para los textos, de esta manera, podrá verse más ordenado.

3.2 Generación y Gestión de Contenido.

3.2.1 Mapa de Publicaciones

Para tener un control de los días de publicación, se realizó un mapa de publicaciones con los días y la hora en las que se publicará, pero para saber qué días y que horas publicar se realizó una encuesta, para saber qué días y que horas se conectaban más las personas, en primer lugar se encontró el viernes, en segundo, el sábado, en tercero, el lunes, en cuarto el domingo y en quinto lugar el miércoles, los martes y los jueves son de los días en los que menos se conectan las personas; también se les preguntó cuáles eran las horas a las que más se conectaban, un 51.7% dijo que se conectaba entre las 6:00 p.m. a las 9:00 p.m.

3.2.2 Propuesta de promoción

Para promocionar S MART se realizaron una serie de videos promocionales para que las personas pudieran estar al tanto de los videos que se estarían subiendo al canal, estos se publicaron en las redes sociales, Facebook e Instagram, ya que según la encuesta realizada son las dos redes sociales más utilizadas, después de Whatsapp, un 44.8% dijo que utilizaba más Whatsapp, dejando en un empate a Facebook e Instagram con un 17.2%. Cada video promocional cumple con un objetivo diferente, se realizaron videos de expectativa y promos de estreno para cada sección a realizarse dentro del canal.

3.2.3 Plan de Negocio.

A. Concepto del negocio.

- Descripción de la empresa: S MART es un vlog de artistas escénicos enfocado en la educación y valoración del arte, de una manera entretenida y creativa para cubrir la necesidad de ofrecer contenido audiovisual, cubriendo temas de arte, cultura y salud emocional, en la cual surgió la necesidad de crear diferentes secciones dentro de ella (*EntrevistART, ContART y Art Session*).
- Visión: Ser un medio influyente, que cree espacios para los artistas tanto nacionales como internacionales, para contribuir al desarrollo cultural y artístico dentro de cada uno de sus países.
- Misión: Promover el arte nacional e internacional de una manera entretenida, educativa y creativa con la presentación de artistas de diversos rubros desenvolviéndose de distintas maneras.

B. Análisis Estratégico:

- Competencia: La Gata Verde, Hoy es arte, The Art of Aaron Blaise, Louisiana Channel, entre otros.
- Público objetivo: S MART se dirige al público millennial y centennial, entre 15 a 30 años, jóvenes curiosos que consumen internet, no solo para entretenerse sino para descubrir cosas nuevas, tienen ganas de aprender de una forma diferente y dinámica.
- Modelo de Negocio: Los videos que se suban a la plataforma de YouTube serán monetizados, para poder alcanzar un buen rating dentro de ellos; asimismo la publicidad

dentro de las redes sociales, Facebook e Instagram. para tener un mayor alcance y circulación.

C. Plan de Acción:

- Plan de Marketing:
 - ✓ Producto: Este será el contenido que consumirá las personas a través de los videos.
 - ✓ Precio: Facebook e Instagram te dan la oportunidad de publicitar tu contenido desde una cifra muy cómoda y puedes obtener un alcance muy alto, ya que te da la oportunidad de escoger a los lugares en los que quieres que llegue tu publicidad o contenido y en menos de una semana ya obtienes bastantes reproducciones e interacción con público de diferentes lugares. En vista de esto se decidió que cada anuncio publicado en las redes sociales tendrá un precio de L.125 semanal en Facebook y L.125 semanal en Instagram, haciendo un total de L.500 mensual en cada red social y esto conlleva a un ingreso anual de L.12,000 de publicidad en redes sociales.
 - ✓ Plaza: Este será distribuido en la plataforma digital de YouTube.
 - ✓ Promoción: S MART formará alianzas con otras empresas y se encargará de patrocinarlos a través de menciones en sus videos, de esta manera habrá un gane para todos los que estén involucrados, tanto para los que están siendo patrocinados así como la misma marca S MART, asimismo YouTube te da la opción de notificar que estas usando contenido promocional. Los patrocinios se conseguirían a través de un breve pitch describiendo a los patrocinadores de lo que trata el proyecto, asimismo mostrando un cápsula de las producciones hechas para el canal. Otra forma en la que se promocionará es a través de

Facebook e Instagram, mostrando los videos promocionales y todo tipo de publicidad que se vaya a realizar en estos medios. También habrá patrocinio tanto para el artista como para el canal, ya que el artista al compartir los videos en donde obtuvo su participación en el canal, con sus amigos y conocidos a través de las redes sociales dan a conocer el canal, asimismo el canal justamente se encarga de promoverlos, de esta forma ambos obtendrán ese reconocimiento, y el canal obtendrá más suscriptores, más reproducciones y YouTube comenzará a pagar por cada contenido que se vaya subiendo a medida que este vaya creciendo.

- **Financiamiento.**

S MART													
PLAN DE NEGOCIOS (FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO)													
DEL MES DE AGOSTO DEL 2020 AL MES DE JULIO DEL 2021													
Ingresos	agosto 2020	Sep-20	Oct-20	Nov-20	dic 2020	enero 2021	Feb-21	marzo 21	abril 21	mayo 21	junio 21	julio 21	Ingreso Anual
SALDO INICIAL EN BANCOS	L0.00	L4,716.00	L4,272.00	L1,693.00	L7,543.00	L13,393.00	L16,243.00	L19,837.00	L23,431.00	L27,025.00	L31,363.00	L35,701.00	
Comisión de Youtube por subir contenido a la plataforma													
Videos subidos	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
reproducciones	24000	24000	24000	25000	25000	25000	26000	26000	26000	27000	27000	27000	306000
Ingreso por video	\$0.03	\$0.03	\$0.03	\$0.03	\$0.03	\$0.03	\$0.03	\$0.03	\$0.03	\$0.03	\$0.03	\$0.03	\$0.03
Ingreso mensual dolares	\$720.00	\$720.00	\$720.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$780.00	\$780.00	\$780.00	\$810.00	\$810.00	\$810.00	\$9,180.00
ingreso mensual lempiras	L17,856.00	L17,856.00	L17,856.00	L18,600.00	L18,600.00	L18,600.00	L19,344.00	L19,344.00	L19,344.00	L20,088.00	L20,088.00	L20,088.00	L227,664.00
Capital semilla del emprendedor	L25,000.00												L25,000.00
Patrocinio de empresas por publicidad	L7,000.00	L7,000.00	L7,000.00	L10,000.00	L111,000.00								
Total Ingresos	L49,856.00	L24,856.00	L24,856.00	L28,600.00	L28,600.00	L28,600.00	L29,344.00	L29,344.00	L29,344.00	L30,088.00	L30,088.00	L30,088.00	L363,664.00
DISPONIBLE	L49,856.00	L29,572.00	L29,128.00	L30,293.00	L36,143.00	L41,993.00	L45,587.00	L49,181.00	L52,775.00	L57,113.00	L61,451.00	L65,789.00	L363,664.00

Egresos	agosto 2020	Sep-20	Oct-20	Nov-20	dic 2020	enero 2021	Feb-21	marzo 21	abril 21	mayo 21	junio 21	julio 21	Ingreso Anual
Gastos administrativos	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	93,000.00
Sueldos	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	93,000.00
Gastos operativos													
Contrataciones de Servicios	L38,140.00	L18,300.00	L20,435.00	L15,750.00	218,625.00								
Camaraografo	L3,150.00	37,800.00											
Editor de Video	L6,300.00	75,600.00											
Sonidista	L3,150.00	37,800.00											
Iluminador	L3,150.00	37,800.00											
Alquiler de Equipo	L2,550.00	L2,550.00											5,100.00
Compra de Equipo	L19,840.00		L4,685.00										
Publicidad en redes sociales	L1,000.00	12,000.00											
Facebook	L500.00	6,000.00											
Instagram	L500.00	6,000.00											
Total Egresos	L45,140.00	L25,300.00	L27,435.00	L22,750.00	L22,750.00	L25,750.00	L323,625.00						
SALDO EN BANCOS AL FINAL DE CADA MES	L4,716.00	L4,272.00	L1,693.00	L7,543.00	L13,393.00	L16,243.00	L19,837.00	L23,431.00	L27,025.00	L31,363.00	L35,701.00	L40,039.00	L40,039.00

3.2 Producción Audiovisual.

3.3.1 Guion y Storyboard

Se realizó un guion técnico y un Storyboard para cada video.

El primer video realizado fue el primer episodio de *EntrevistART* el cual fue dividido en dos partes, asimismo el guion. La primera parte muestra la introducción de Stacy, la presentadora hacia la primera artista invitada, Katherine Mendoza, le hace una serie de preguntas iniciales y luego hay un pequeño receso acompañado de un juego llamado *Enigmoji*, que trata de adivinar la película a través de *emojis*, después de un breve receso, se regresa a las preguntas de la entrevista, hasta llegar a una parte en la que se menciona que ese episodio continuará.

El segundo fue de la segunda parte del episodio de *EntrevistART*, este comienza con un breve resumen de lo que pasó en la primera parte y se prosigue a un segundo receso con otro juego llamado *Trivia Smart*, que consiste en una trivia de películas para saber que tanto conoce Katherine sobre el tema, luego de termina se da paso a las últimas preguntas, después se da a demostrar una pequeña muestra de lo que ha hecho el o la artista en este caso, Katherine.

El tercer video es sobre la otra sección llamada *ContART*, este ya no es de entrevistas pero si de conocer una experiencia que ha vivido el artista invitado y que lo ha hecho crecer como artista y como persona, este muestra primero a la presentadora, Stacy Martínez, dando una breve introducción de lo que se va a ver, luego se introduce a la artista, en este caso Andrea Mejía, después ella sale contando su experiencia hablando un poco de ella y al final la presentadora hace una breve reflexión de lo que esta artista contó, luego llega la despedida para que el programa logré terminar.

El último video es de la sección *ART Session*, sección apartada para que el artista pueda mostrar su talento. El primer video de esta sección muestra a Stacy Martínez la presentadora de las demás secciones, realizando una muestra de su arte, que es el canto, a través de un cover.

3.3.2 Animaciones

Se realizaron una serie de animaciones para cada video, tales como la cortina de entrada del vlog S MART, cortinas de entrada para las secciones de EntrevistART, ContART y ART Session, también se realizaron cortinas de entrada para los juegos de la sección EntrevistART, que son *Enigmoji* y *Trivia Smart*, asimismo se realizaron Lower Thirds, tanto para la presentación de cada invitado como para sus redes sociales.

3.3.3 Proceso de Producción para la selección de artistas.

Para la selección de artistas se realiza un proceso de benchmarking, el único criterio es que a esa persona le apasione el arte, luego se contactan a través de las redes sociales. En el primer año se contactarán personas a nivel nacional, después de un año cuando el proyecto obtenga mayor reconocimiento se tomarán en cuenta artistas a nivel internacional.

3.3.4 Plan de rodaje/Línea de Tiempo de Producción de proyecto.

Se realizó un plan de rodaje con las fechas, horas y días establecidos para la grabación de cada video. De esta forma se logra llevar un orden en el proceso de producción y un estimado del tiempo que conlleva la realización de este.

3.3.3 Presupuesto

Se realizó un presupuesto de la utilería que se necesitó para la realización del proyecto.

Partiendo por el equipo que se necesita para la iluminación, el audio y el video.

Estos también fueron tomados en cuenta en la parte de financiamiento.

PRESUPUESTO EQUIPO				
Iluminación, Audio y Video				
Tipo	Código	Cantidad	Costo	
<i>SMART</i>	Luz de estudio	Foto & Tech 45 W, luz de día fotografía fluorescente luz 5500 K de la foco 110 V	3	29.97\$/ L.743.256
	Cámara Canon t5i	Cámara digital Canon EOS Rebel T5i, 18.0 Mpx	1	\$799.00/ L.19,815

	Micrófono	Micrófono	1	\$99/
	Rode	Rode VideoMic de condensador direccional de video con soporte		L.2,455
			Total	927.97\$/ L.23,013.656

CAPITULO 4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- Se logró analizar de manera más amplia el rubro del contenido digital, gracias a las entrevistas realizadas con los expertos, de esta forma, se pudo generar contenido a través de la plataforma digital de YouTube y en las redes sociales de una forma más óptima y viable, asimismo poder llegar al público de acuerdo al contenido esperado.
- Se obtuvo un conocimiento más profundo del tema del contenido digital y de sus modelos de negocios a través de investigaciones en revistas y libros, que lograron darle un camino y una dirección más clara al concepto del proyecto.
- Se estructuró el contenido en YouTube a través de producciones audiovisuales, a partir del proceso de pre-producción donde nace la idea a través de un guion, siguiendo a la parte de producir el contenido, hasta la posproducción donde el contenido agarra su forma y estructura para poder ser visualizado.
- Se realizó un plan de promoción para que las personas lograsen conocer de esta plataforma virtual a través de videos promocionales de expectativa y de estreno en Facebook e Instagram y así el público pudiese llegar al contenido realizado en la plataforma de YouTube.
- Se logró definir la línea gráfica que se quería para para la plataforma, a través del manual básico de identidad, de esta forma se logró encontrar unidad en las publicaciones y en cada elemento visual del video blog.

4.2 Recomendaciones

En el transcurso del desarrollo del proyecto, se identificaron y se diagnosticaron ciertos aspectos que deben ser tomados en consideración. Entre estos se puede mencionar:

- Al analizar la gran demanda que conlleva generar contenido, se aconseja tratar de contratar personas altamente calificadas para poder llevar el control y el seguimiento en las redes sociales y seguir creciendo como marca a través de más estrategias digitales.
- Otro aspecto a considerar es la carencia de equipo audiovisual para crear contenido digital. Es necesario poder contar con un equipo profesional, para que el canal pueda alcanzar una calidad óptima y el público desee ver más, no solo por el contenido sino también por la estética.
- Mejorar el financiamiento y el modelo de negocios de S MART a través de patrocinios, que puedan lograr crecer la marca.

BIBLIOGRAFÍA

- Amazon. (2020). *Amazon*. From Amazon.com: https://www.amazon.com/-/es/Foto-Tech-Daylight-Photography-Fluorescent/dp/B072Z4FNJF/ref=pd_di_sccai_1/139-8244530-1381916?_encoding=UTF8&pd_rd_i=B072Z4FNJF&pd_rd_r=d38131c7-51af-462e-a3a1-dd6dc6dbc25d&pd_rd_w=M3Qeu&pd_rd_wg=hrPpm&pf_rd_p=7d91b49a-6b22-4d
- Amazon. (2020). *Amazon*. From amazon.com: https://www.amazon.com/-/es/Canon-EOS-Rebel-EF-S-18-55/dp/B00BW6LWO4/ref=sr_1_3?__mk_es_US=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=canon+t5i&qid=1594010233&sr=8-3
- Amazon. (2020). *Amazon*. From Amazon.com: https://www.amazon.com/-/es/Rode-Lightweight-Microphone-Integrated-Shockmount/dp/B00GQDORA4/ref=sr_1_2?__mk_es_US=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=rode+mic&qid=1594011784&sr=8-2
- Amazon. (2020). *Amazon*. From Amazon.com: https://www.amazon.com/-/es/Dell-Inspiron-Touch-Screen-Laptop/dp/B07KVFTVHX/ref=sr_1_2?__mk_es_US=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crid=3977TM9E7ABI2&dchild=1&keywords=dell+laptop+intel+core+i3&qid=1594014615&s=electronics&prefix=dell+laptop+intel+co%2Cel
- Arte, H. d. (2014). *José Manuel Lozano Fuente*. México D.F: Grupo Editorial Patria.
- Clapp, E. P. (2018). *La creatividad como proceso participativo y distribuido*. . Narcea Ediciones.
- Curiel, J. D. (2013). *Proceso Creativo, Arte y Psicopatología*. *Asociación Española de Neuropsiquiatría*.

- Espinoza, R. (2013). *Innovación en negocios para mentes digitales*. . RIL editores.
- Gómez, E. S. (2020). *Medios de Comunicación, medios digitales y derechos de autor*. . Editorial Reus.
- Luis Ramón, M. M. (2000). Bill Gates, los negocios en la era digital. *Región y Sociedad*.
- México, U. A. (2010). Sobre Arte . *La Colmena*, 79.
- Neuvoo. (2020). *Neuvoo*. From neuvoo.com.mx:
<https://neuvoo.com.mx/salario/?job=Creador%20Contenidos>
- OBS. (2020). *obsbusiness.school*. From obsbusiness.school:
<https://obsbusiness.school/es/blog-investigacion/direccion-general/que-es-design-thinking-y-como-ponerlo-en-practica>
- Puerto, G. (2019). *galiapuerto.es*. From Galia Puerto Sevilla: <https://galiapuerto.es/aplica-a-tu-empresa-el-design-thinking/>
- Yanover, D. A. (2007). La revolución digital en los medios. *Revista Latinoamericana de Comunicación* , 95.

GLOSARIO

Manual de Identidad Gráfica: Es un documento que recoge los principales elementos gráficos de la marca para explicar cómo aplicarlos a través de un medio digital o impreso.

Benchmarking: Es un proceso por el cual se toma como referencia los productos o servicios de otras empresas, para luego compararlos con la tuya y posteriormente realizar mejoras e implementarlas como un elemento diferenciador.

Tipografía: Es el tipo de letra que está diseñada con una unidad de estilo para definir a una marca.

Storyboard: Es un conjunto de ilustraciones que sirven de pre visualización para poder entender cómo se verá una imagen o video una vez realizado.

Logotipo: Es la palabra que se utiliza para definir la representación gráfica de la marca.

Isotipo: Es la parte simbólica que representa la imagen gráfica de la marca.

Imagotipo: Es la combinación del logotipo con el Isotipo. La palabra va acompañada de un ícono.

Isologo: Esta es cuando dos piezas no pueden estar separadas porque una complementa a la otra.

Millennials: Mejor conocida como generación Y. Es la generación de personas nacidas entre 1981 y 1999.

Centennials: Mejor conocida como generación Z. Son aquellos nacidos a finales de los 90s e inicios de los 2000.

Presupuesto: Es el cálculo determinado de los costos que se obtienen de una producción o de un trabajo en particular.

Marca: Es el nombre, señal, término, símbolo o diseño que ayuda a identificar el producto o servicio de una empresa.

Guion: Es un esquema que contiene diálogos, indicaciones técnicas y puntos importantes a tratar en un programa de televisión, película, discurso, entre otros.

Plan de rodaje: Indica en cuantos días y como se va a llevar a cabo el rodaje de la producción.

Plan de Negocio: Es un planteamiento formal de un proyecto, el cual conlleva varios elementos, que se constituyen como una proyección y evaluación del mismo.

Financiamiento: Es el mecanismo que se lleva a cabo para tener una proyección de cuanto se va a aportar, gastar y cumplir compromisos con proveedores en el proyecto a realizar.

Misión: La misión de la empresa describe su razón de ser y su objetivo principal.

Visión: La visión de una empresa es la meta, sobre la aspiración de los logros que se desean obtener en un futuro.

Patrocinio: Es el conjunto de acciones que una compañía utiliza para promocionar su marca o producto en el mercado.

Plaza: Es la distribución o el medio en el que los consumidores van a tener el alcance del producto o servicio que se está ofreciendo.

Promoción: Es una herramienta dentro del marketing que tiene como objetivo persuadir, comunicar e informar acerca de los productos que ofrece una empresa, organización o marca.

ANEXOS

7.1 Entrevistas a expertos sobre el contenido digital.

1. ¿Qué es lo primero que debemos preguntarnos al momento de generar contenido digital?
2. ¿Qué cambios ha venido a realizar el contenido digital?
3. ¿Cuáles son las ventajas de generar contenido digital?
4. ¿Cuáles son algunas dificultades o desventajas que podrían surgir al generar contenido digital?
5. ¿Cree que en algún momento los medios digitales vendrían a reemplazar a los medios tradicionales?
6. ¿Considera que el talento y arte de las personas se podría reconocer a través de los medios digitales de la misma magnitud que en los medios tradicionales? Porque?
7. ¿Considera que la generación x y los baby boomers consumen bastante contenido digital hoy en día o sigue siendo el público millennial y centennial el principal consumidor de este?
8. ¿Cuál es el principal propósito del marketing digital?
9. ¿Cómo idear, crear y planificar de forma efectiva? ¿Hay herramientas que ayuden a ello?
10. ¿Cuál o cuáles son los aspectos claves al generar contenido digital?
11. ¿Cómo puedo saber lo que mi público objetivo realmente desea ver o consumir?

7.2 Entrevista de empatización.

- ¿Considera que el arte en Honduras recibe bastante apoyo? Si su respuesta es no, responda porque considera que no es así. Si su respuesta es sí, mencione de qué manera ha recibido este apoyo.
- ¿Considera que el hondureño conoce bastante del arte que se realiza en su país? Si su respuesta es no, responda porque considera que no es así
- ¿Dónde consume más contenido? A través de plataformas digitales o a través de medios tradicionales como la televisión, la radio, el periódico, etc?
- ¿Qué tipo de contenido le gusta ver?
- ¿Le gustaría ver un espacio donde los artistas hondureños den a conocer su talento? Porque?
- ¿Considera que es viable realizar este tipo de espacios en plataformas digitales? ¿Porque?
- ¿Qué recomendación o consejo podría brindar para que la realización de este tipo de contenido pueda tener éxito?

7.3 Manual Básico de Identidad Gráfica.

Marca y Logotipo

S MART es un vlog de arte, cuyo principal objetivo es promover el mismo, a través de distintos videos.

El logotipo muestra el nombre de la marca, el cual tiene como significado la abreviación de Stacy Martínez haciendo juego con la palabra "SMART" que significa listo en español, con una clave de sol al principio representando la letra s y a su vez resaltando en distinto color la palabra "ART", la palabra arte en inglés.



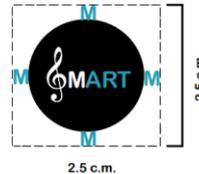
Manual de Identidad Gráfica

Elementos Básicos

Espacio circundante y tamaño mínimo de reproducción.

Para asegurar la amplia óptima aplicación y percepción del isologotipo en todos los formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente a la letra "M" del propio logotipo.

El tamaño mínimo de reproducción del isologotipo no será menor de 2.5 c.m. de ancho por 2.5 c.m. de alto ya que menor de esta medida afectará la legibilidad.



Variación de colores.

Las variaciones de color en el isologotipo permitirán el uso correcto del mismo sin que este pierda su identidad. Las variaciones de color en este manual deberán de respetarse para cada situación.



Versión a un color.



Versión a un color invertido en negativo.



Isologotipo oficial con fondo negro.



Versión a escala de grises.



Versión monocromática.



Isologotipo con fondo blanco.

Colores corporativos.

Para asegurar que la marca lleve una línea gráfica se decidieron tres colores corporativos, el negro, el azul y el blanco.

El color blanco representa pureza e inocencia y la marca quiere mostrar la esencia pura del artista.

El azul representa frescura e inteligencia, el canal quiere mostrar algo fresco como artistas que no son muy conocidos y también intenta ser educativo.

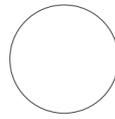
El negro representa misterio y crecimiento, uno de los principales objetivos de esto es que las personas conozcan de cosas que no conocían del arte y de esta manera el arte y el artista crecerán no solo artísticamente sino humanamente.



R: 0% G: 0% B: 0%
C: 75% M: 68% Y: 67% K: 90%
#000000



R: 36% G: 160% B: 181%
C: 76% M: 18% Y: 25% K: 0%
#24A0B5



R: 255% G: 255% B: 255%
C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%
#FFFFFF

Usos incorrectos.

No se deben alterar o combinar los colores institucionales, aún con reemplazo de los mismos colores corporativos, ya sea la alteración como fondo y la tipografía.



Tipografía

Arial Rounded MT Bold.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

La tipografía de la marca es Arial Rounded MT Bold. Debido a que esta tipografía solamente cuenta con la regular y no cuenta con más familia, pues es la única que se utiliza de esta tipografía, para títulos.

Ebrima

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz

La tipografía Ebrima es exclusivamente para los textos que van incluidos dentro de los videos. La familia tipográfica que se utiliza es la regular.

7.4 Mapa de Publicaciones.

MAPA DE PUBLICACIONES S MART						
Lunes 1 de Junio	Martes 2 de Junio	Miércoles 3 de Junio	Jueves 4 de Junio	Viernes 5 de Junio	Sábado 6 de Junio	Domingo 7 de Junio
		Promo expectativa "Muy Pronto" 4:00 p.m.	2da Promo expectativa 6:00 p.m.			
8 de Junio	9 de Junio	10 de Junio	11 de Junio	12 de Junio	13 de Junio	14 de Junio
	Expectativa de la sección de entrevistas S MART "Entrevistart" 3:00 p.m.			Estreno primera parte del primer episodio de "Entrevistart" 5:30 p.m.		
				Promo Recordatorio Estreno Primer episodio		

JUNIO

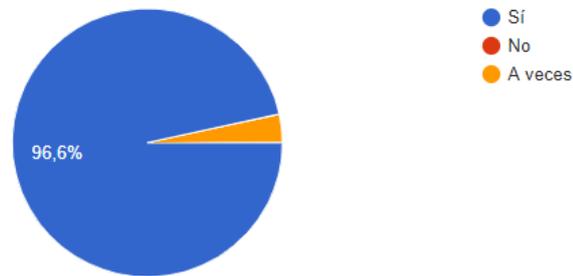
Julio					primera parte "Entrevistart" 8:00 p.m.		
	15 de Junio	16 de Junio	17 de Junio	18 de Junio	19 de Junio	20 de Junio	21 de Junio
	Resumen primera parte primer episodio "Entrevistart". 2:00 p.m.	Estreno segunda parte del primer episodio "Entrevistart". 8:00 p.m.			Resumen primera parte primer episodio "Entrevistart". 5:00 p.m.		
	22 de Junio	23 de Junio	24 de Junio	25 de Junio	26 de Junio	27 de Junio	28 de Junio
	29 de Junio	30 de Junio	1 de Julio	2 de Julio	3 de Julio	4 de Julio	5 de Julio
						Promo Sección ContART	
	6 de Julio	7 de Julio	8 de Julio	8 de Julio	9 de Julio	10 de Julio	11 de Julio
						Promo estreno primer	Resumen del primer

						video de ContART	video de ContART
12 de Julio	13 de Julio	14 de Julio	15 de Julio	16 de Julio	17 de Julio	18 de Julio	
			Promo sección ART Session				
19 de Julio	20 de Julio	21 de Julio	22 de Julio	23 de Julio	24 de Julio	25 de Julio	
					Promo estreno primer Art Session		
26 de Julio	27 de Julio	28 de Julio	29 de Julio	30 de Julio	31 de Julio.	1 de Agosto.	
Resumen del primer Art Session.							

7.5 Encuesta realizada para el mapa de publicaciones.

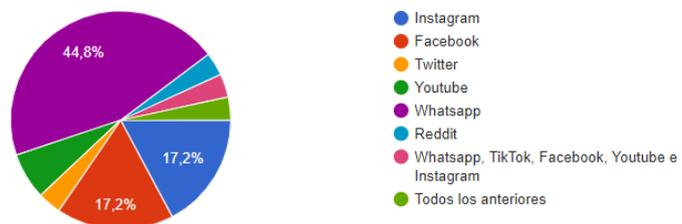
¿Utilizas las redes sociales? Si no las utilizas pasa a datos demográficos

29 respuestas



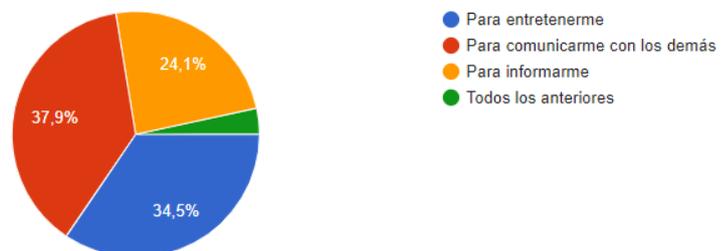
Que redes sociales utilizas más

29 respuestas



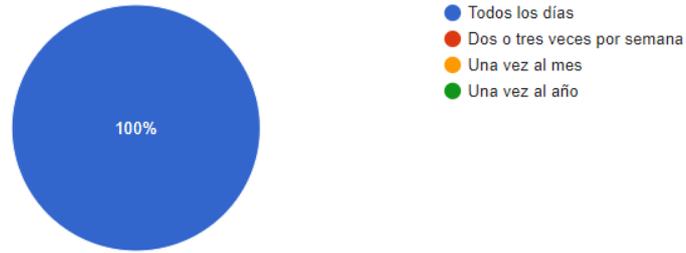
¿Para qué utilizas más las redes sociales?

29 respuestas



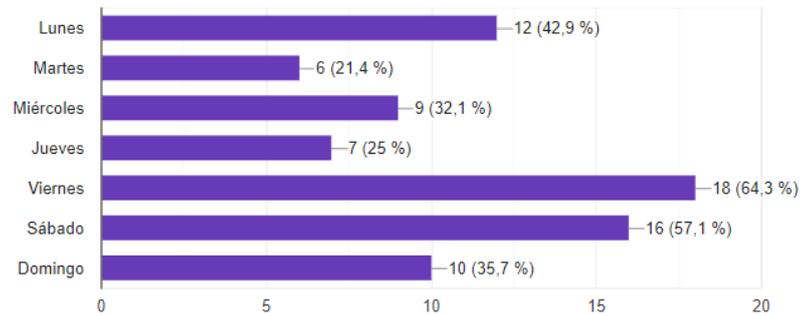
¿Cada cuanto te conectas a las redes sociales?

29 respuestas



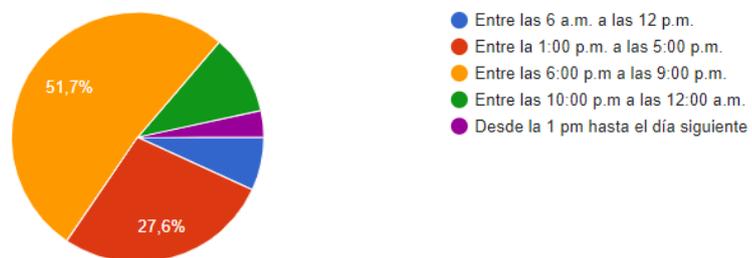
¿Qué días te conectas más?

28 respuestas



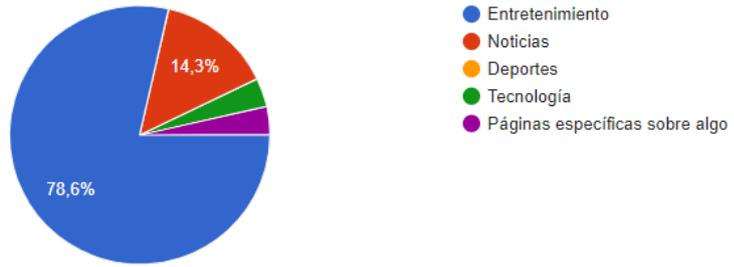
¿En que momento del día te conectas más?

29 respuestas



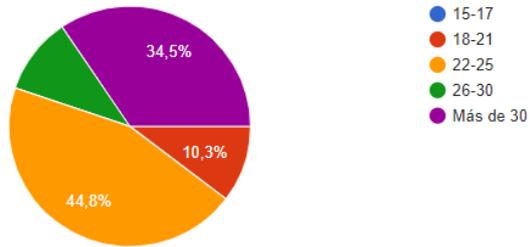
¿Qué tipo de contenido te gusta ver más en las redes sociales?

28 respuestas



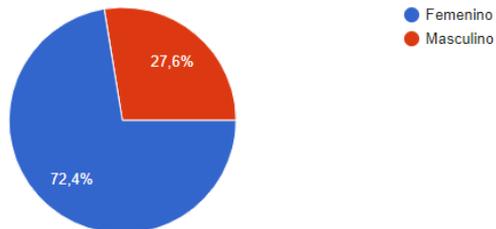
Edad

29 respuestas



Género

29 respuestas



7.6 Plan de rodaje/Línea de tiempo de Producción del proyecto.

EntrevistaART		Sábado 30 de Mayo del 2020			3:00 p.m.	4:30 p.m.
Ep. 1						
No.	Hora	Plano	Cámara	Locación	Varios	Audio
1	3:00 p.m. a 4:30 p.m.	Plano a medio	Cámara fija	Interior-habitación.	Computadora Fondo habitación	Aplausos/Postproducción
ContART Ep 1 Toma 1 y 2		Lunes 22 de Junio del 2020			9:30 a.m.	11:00 a.m.
No.	Día y Hora	Plano	Cámara	Locación	Varios	Audio
1	Lunes 22 de Junio 9:30 a.m.- 10:30 a.m.	Plano a medio	Cámara fija	Exterior-Intibucá	Fondo de montaña	Diálogo
2	10:40 a.m.-	Boost Shot	Cámara fija	Exterior-intibucá	Fondo de montaña.	Diálogo.

	11:00 a.m.					
ContART Ep 1 Toma 3 y 4		Domingo 3 de Julio del 2020			2:00	3:00 p.m
No. o	Hora	Encuadre	Cámara	Locación	Varios	Audio
3	2:00- 2:30 p.m.	Plano Medio	Cámara fija	Interior- habitación.	Fondo habitación.	Diálogo
4	2:40 p.m.- 3:00 p.m.	Plano Medio	Cámara fija	Interior- habitación	Fondo habitación.	Diálogo"
Art Session Ep 1		Martes 31 de Junio			4:00 p.m.	5:30 p.m.
No. o	Día y Hora	Encuadre y Ángulo	Cámara	Locación	Varios	Audio
1	4:00- 4:10	Plano medio/Ángulo Contrapicado	Cámara fija	Patio de casa.	Decoraciones del patio.	Voz y Ukulele.

2	4:20- 4:40	Primerisimo plano	Cámara fija	Balcón de casa	Cielo	Voz y Ukulele.
3	4:50- 5:05	Plano detalle	Cámara fija.	Balcón de casa	Pared	Voz y Ukulele.
4	5:10- 5:25	Plano medio	Cámara fija.	Balcón de casa.	Cielo.	Voz y Ukulele.
Art Session		Sábado 25 de Julio			4:30	6:00 p.m.
Ep 2						
No.	Hora	Encuadre y Ángulo	Cámara	Locación	Varios.	Audio.
1	4:30- 4:50	Plano medio/Ángulo normal	Cámara fija	Terraza	Fondo de montaña.	Diálogo
2	5:00 p.m- 5:25 p.m.	Primer Plano/Ángulo picado.	Cámara en movimiento/Tavel de derecha a izquierda/	Balcón de terraza.	Fondo cielo.	Voz y Ukulele.

			Tilt de arriba hacia abajo y de arriba hacia abajo			
3	5:35- 6:00 p.m.	Plano General	Cámara en movimi ento/T ravel de derech a a izquie rda y de izquie rda a derech a/Tilt de	Terraza	Fondo montaña	Voz y Ukulele.

			Arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba .			
--	--	--	---	--	--	--

7.7 Guion Técnico y Storyboard/Videos del canal.

Primer episodio *EntrevistART* primera parte

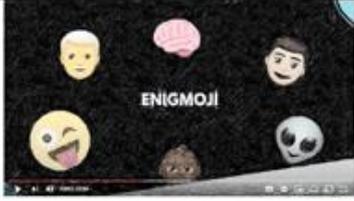
Guion técnico y Storyboard
PRIMER EPISODIO ENTREVISTART
Primera Parte.

Tiempo	Video	Audio	Encuadre	Ángulo	Diálogo	Storyboard
0:00-0:10	Cortina de Entrada S.MART/Entrevistart.	Música				
0:11-1:29	Introducción de la presentadora.	Música de fondo. SFX de Aplausos	Plano medio	Normal	<p>Stacy: ¡Hey hola! Bienvenidos chicos a mi primer programa de ENTREVISTART. ¿Qué, que que es eso? Bueno eso no es queso por si van a decir eso, porque no se come ni se huele pero si se puede ver, se</p>	

					<p>puede sentir, se puede vivir, porque así es el arte y si tú eres amante del arte como yo, vas a disfrutar de este canal y de los videos que vamos a estar subiendo, el día de hoy tenemos a una invitada que es cineasta, fotógrafa, escritora y ¿Qué más? Bueno el día de hoy vamos a descubrirlo, así que te invito a que te sientas en casa, bueno si estás en casa por la cuarentena y todo eso, pero los invito a que se pongan cómodos porque se van a divertir</p>	
--	--	--	--	--	--	--

					mucho el día de hoy, así que, siganme los buenos, no mejor no.	
1:30-1:32	Preparación para comunicarse con la invitada	Música de fondo.	Plano medio	Normal	Stacy: "Ya nos vamos a comunicar con nuestra invitada. Ya se está conectando ya se está conectando."	
1:33-2:05	Bienvenida a la invitada.	Música de Fondo	Plano medio	Normal	Stacy: "Hola Katherine, bienvenida, bienvenida." Katherine: Stacy: Chicos denle la bienvenida a nuestra primera invitada a	

					Katherine, denle unos aplausos (SFX de Aplausos). Bueno Katherine, eres dichosa de ser la primera invitada. ¿Estás Lista?"	 
--	--	--	--	--	--	--

					<p>Stacy: Me imagino que hay momentos en los que careces de creatividad y no sabes qué hacer ¿Qué haces en esas situaciones? Katherine:</p>	
6:31-10:00	<p>Cortina de entrada del Primer juego: Enigmoji</p> <p>Juego enigmoji</p>	Música de fondo. Voice en off diciendo el nombre del juego.	Plano medio	Normal	<p>Bueno ahorita hemos conocido un poco de vos, pero para relajarnos un poco más, vamos a hacer un juego, es como un pequeño recreo. ¿Estás lista? Bueno yo <u>se</u> que te encanta el cine, lo audiovisual, entonces vamos a hacer un pequeño</p>	 

					<p>juego que se llama enigmoji, vas a tener que adivinar la película por medio de emojis. Es con tiempo son 10 segundos y tenes que decir el nombre porque si no te acuerdas del nombre de la película entonces no vale.</p>	
10:01-16:30	Segunda ronda de preguntas	Música de fondo	Plano Medio	Normal	<p>Stacy: "Bueno ya terminó el recreo por ahorita así que vamos con las otras preguntas, ¿Que te dijeron cuando se enteraron que ibas a estudiar una carrera artistica?". Katherine: Stacy: ¿Hubieron</p>	

					<p>momentos en los que dudaste de lo que hacías? Katherine: Stacy: ¿Qué aspiraciones tienes para el futuro o prefieres enfocarte más en lo que tienes en el presente? Katherine:</p>	
16:31-17:00	Avance de la segunda parte.	Música de fondo	Plano Medio	Normal	<p>Stacy: ¿Qué es algo que escuchas bastante de tu rubro? como algo que tiene bien estigmatizado la gente Katherine:</p>	

					<p>momentos en los que dudaste de lo que hacías? Katherine: Stacy: ¿Qué aspiraciones tienes para el futuro o prefieres enfocarte más en lo que tienes en el presente? Katherine:</p>	
16:31-17:00	Avance de la segunda parte.	Música de fondo	Plano Medio	Normal	<p>Stacy: ¿Qué es algo que escuchas bastante de tu rubro? como algo que tiene bien estigmatizado la gente Katherine:</p>	

							
17:01-17:11	Cortina de Salida S.MART Entrevistart.	Música de fondo					

Video



¿Puedes adivinar la película a través de emojis? Entrevista con Katherine Mendoza/Verslet parte 1

665 vistas · Se estrenó el 12 jun. 2020

20 0 COMPARTIR GUARDAR

S MART 21 suscriptores

ESTADÍSTICAS EDITAR VIDEO



EntrevistART

0:09 / 19:54

¿Puedes adivinar la película a través de emojis? Entrevista con Katherine Mendoza/Verslet parte 1

665 vistas • Se estrenó el 12 jun. 2020

20 0 COMPARTIR GUARDAR ...



1:30 / 19:54

¿Puedes adivinar la película a través de emojis? Entrevista con Katherine Mendoza/Verslet parte 1

665 vistas • Se estrenó el 12 jun. 2020

20 0 COMPARTIR GUARDAR ...



¿Puedes adivinar la película a través de emojis? Entrevista con Katherine Mendoza/Verslet parte 1

665 vistas · Se estrenó el 12 jun. 2020

👍 20 💬 0 ➦ COMPARTIR ≡ GUARDAR ...



¿Puedes adivinar la película a través de emojis? Entrevista con Katherine Mendoza/Verslet parte 1



¿Puedes adivinar la película a través de emojis? Entrevista con Katherine Mendoza/Verslet parte 1

Primer episodio *EntrevistART* segunda parte.

Guion técnico y Storyboard
PRIMER EPISODIO ENTREVISTART
Segunda Parte.

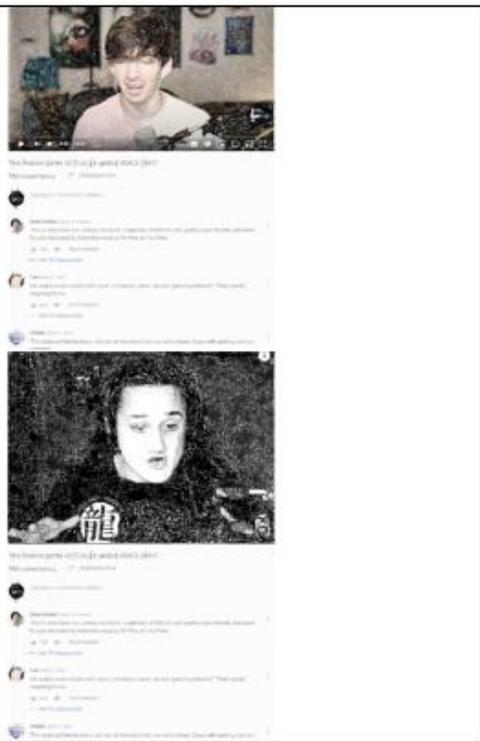
Tiempo	Video	Audio	Encuadre	Angulo	Diálogo	Storyboard
0:00-0:30	Anteriormente	Música de fondo	Plano Medio	Normal	Stacy: ¿Qué aspiraciones tienes para el futuro o prefieres enfocarte más en lo que tienes en el presente? Katherine:	 

S.MART

0:31-0:41	Cortina de Entrada S MART ENTREVISTART Parte 2	Música				 
0:42-1:00	Platica con Invitada.	Música de fondo.	Plano medio	Normal	Stacy: "Bueno no sé si en tu escuela tenían dos recreos o solo uno o tres, porque habían escuelas en las que habían tres" Katherine: Stacy: "Bueno entonces vamos al segundo juego que se llama".	 

						
1:01-6:00	<p>Cortina de entrada <u>trivia SMART</u></p> <p>Juego <u>Trivia SMART</u>.</p>	Música de Fondo	Plano medio	Normal	<p>Stacy: Porque vamos a ver qué tan lista e inteligente sos en este juego. Katherine: ¿Estás lista?</p>	

						 
--	--	--	--	--	--	---

	6:01-12:30	Últimas Preguntas	17 de Junio	18 de Junio	19 de Junio	<p>Stacy: ¿Qué es algo que escuchas bastante de tu rubro? como algo que tiene bien estigmatizado la gente</p> <p>Katherine:</p> <p>Stacy: ¿Consideras que la mayoría de artistas somos sensibles? ¿Porque?</p> <p>Katherine:</p> <p>Stacy: ¿Qué le dirías a todas esas personas que tienen sueños de tal magnitud pero no se atreven a agarrar ese envión?</p> <p>Katherine:</p> <p>Stacy: Bueno gracias</p> <p>Katherine, esto ha sido todo</p>	
--	------------	-------------------	-------------	-------------	-------------	---	--

					<p>por hoy ¿Te has divertido?</p> <p>Katherine:</p> <p>Stacy: Gracias por compartir con nosotros de tu talento, si te queremos encontrar en las redes sociales como te encontramos?</p> <p>Katherine:</p> <p>Stacy: Bueno ya saben la pueden encontrar como... Así que bueno nos vemos, espero que nos podamos ver en otro programa de estos para conocernos más y que la hayas pasado bien y se SMART.</p>	
--	--	--	--	--	---	--

	12:31-14:00	Introducción a la muestra de arte de Verslet/Katherine.	Música de fondo.	Plano medio	Normal	<p>Chicos, estuvo increíble, espero hayan disfrutado de este video, mi primer episodio en el canal (SFX de Aplausos). Estoy muy emocionada y muy feliz y bueno antes de terminar porque esto no termina aquí, tranquilos ya casi vamos a terminar, vamos a mostrar un trabajo que ha hecho Verslet, este es uno de sus cortos más conocidos hasta el día de hoy, se llama querida sociedad, este corto estuvo en el festival <u>icaro</u>(explicación</p> 
--	-------------	---	------------------	-------------	--------	--

						<p>n de lo que es <u>icaro</u>) y lo pueden encontrar en la plataforma de <u>Piccen Play</u>(explicación de lo que es <u>PiccenPlay</u>), pero esta vez lo mostramos aquí y nada más que aquí este corto, así que espero lo disfruten y vamos a verlo.</p>
	14:01-19:01	Presentación del corto de Verslet/Muestra de arte.	Música de fondo	Plano Medio	Normal	

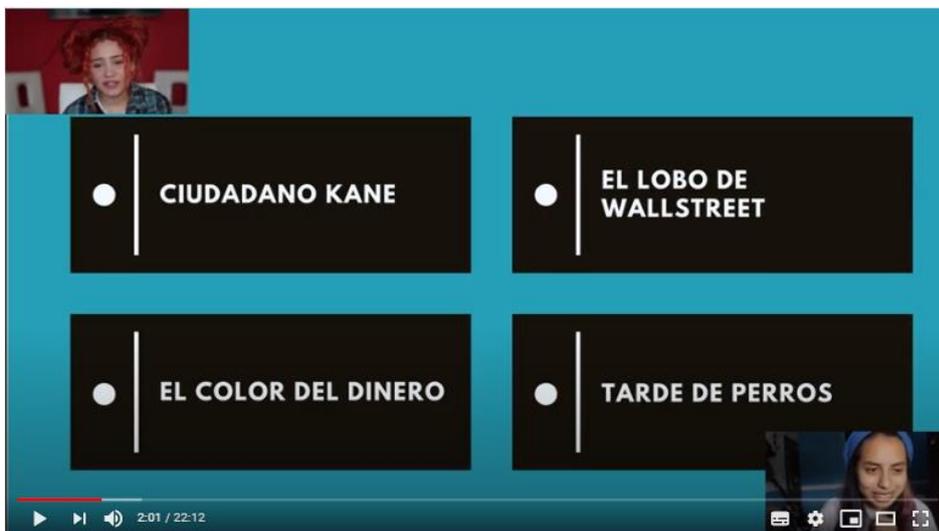
	19:01-19:35	Despedida.	Música de fondo	Plano Medio	Normal	Stacy: No se olviden de seguirme en mis redes sociales, si les gustó este video, no olviden darle like, comentar que más les gustaría ver, estoy abierta a sugerencias, también si les gusta el contenido de este canal, no olviden suscribirse y activar la campanita para que puedan recibir notificaciones, así que nos vemos.	
--	-------------	------------	-----------------	-------------	--------	---	--

	19:36-19:46	Cortina de Salida S.MART Entrevistart.	Música de fondo				
--	-------------	--	-----------------	--	--	--	---

Video



¿Qué tanto sabes de cine? Entrevista con Katherine Mendoza/Verslet parte 2



¿Qué tanto sabes de cine? Entrevista con Katherine Mendoza/Verslet parte 2



¿Qué tanto sabes de cine? Entrevista con Katherine Mendoza/Verslet parte 2

Guion primer video de ContART.

Guion técnico y Storyboard PRIMER VIDEO CONTART							
	Tiempo	Video	Audio	Encuadre	Ángulo	Diálogo	Storyboard
S.MART	0:00-0:05	Intro a la bienvenida.	Sonido de la cámara	Boost shot.	Normal	Stacy con la cámara: "Sonrían".	
	0:06-0:16	Cortina de Entrada S MART	Música				
	0:17-1:15	Bienvenida e Introducción a la artista.	Música de fondo.	Boost Shot.	Normal	Stacy: <u>Holaaaaaa</u> chicos, chicas, amigos, amigas, hijos, hijas, padres, madres y a todos los cibernautas que están aquí el día de hoy, bienvenidos a un nuevo video	

					<p>en mi canal, espero estén muy muy muy pero muy muy bien el día de hoy, porque tendremos muchas sorpresas y no esta vez no tendremos entrevistas porque esta no es la sección de EntrevistART o entrevistarte, pero si es la sección de ContART o contarte, como quieras llamarle y se preguntarán, porque Stacy estaba tomando fotos al principio del video, pues porque nuestra invitada de hoy, es fotógrafa, ama hacer foto</p>	
--	--	--	--	--	---	--

					<p>documentales y es de Intibucá, tal vez muchos la conozcan tal vez otros no, pero ella nos contará una experiencia que ha sido muy importante en su vida como artista y como persona, pero obviamente no les diré nada de esto ni les daré spoiler, porque o sino no tiene chiste, así que vamos a transportarnos virtualmente hacia Intibucá a conocer un poco de lo que tiene para contarnos, acompáñenme.</p>	
--	--	--	--	--	--	--

1:16-1:22	Presentación de Andrea	Música de Fondo	Plano medio	Normal	
1:24-1:30	Cortina de entrada de la sección ContART.				

1:31-3:00	Experiencia de Andrea con el foto libro.	Música de fondo.	Plano medio	Normal	
3:00-3:50	Andrea explica porque le gusta el foto documental.	Música de fondo	Música de fondo	Normal	

	3:51-4:05	Andrea <u>Despidiéndose</u>	Música de fondo	<u>Boost</u> <u>Shot</u>	Normal		
	4:06-4:20	Stacy Comentando un poco de lo que se vio en el video	Música de fondo	<u>Boost</u> <u>Shot</u>	Normal	Stacy: Wow, es increíble cuando nos damos cuenta de que no sabíamos varias cosas, que buena manera de retratar la cultura lenca, a través de un foto libro, de esta manera podemos ver como se cuenta una historia a	

						través de fotos y así empatizar más con esta cultura y es importante para las identidades de nuestros países.	
	4:21-4:35	Stacy <u>Despidiéndose</u>	Música de Fondo	Plano medio	Normal	Si te gustó el contenido de este canal, no olvides darle like, comentar y si quieres estar más al tanto de los videos que se suben aquí, suscríbete y dale click a la campanita para activar notificaciones y por supuesto no te olvides de seguirme en mis redes sociales que las pueden encontrar por aquí, bueno espero verlos	

						en el próximo video, nos vemos.	
4:36-4:46	Cortina de Salida S.MART ContART.	Música de fondo					

Video:





Guion y Storyboard del primer video de ART Session.

Guion técnico y Storyboard PRIMER VIDEO ART SESSION						
Tiempo	Toma	Audio	Encuadre	Ángulo	Video y Diálogo	Storyboard
0:00-0:10		Música	Boost shot	Normal	Cortina de entrada S MART ART Session.	
0:11-0:20		Música de fondo.			Stacy: Hola Soy Stacy Martínez ya me han conocido en los otros videos y sí como lo ven soy la primera artista en salir en un Art Session y pues espero que disfruten de mi sesión de covers, cantaré una canción en	

					ukelele, así que espero las disfruten.	
0:21-1:00	1	Música de fondo.	Plano medio	Normal		
1:01-1:	2	Música	Plano medio	Contra picado		

1:24-1:30	Toma 3	Música	Primerisi mo primer plano	Normal	
1:31-3:00	Toma 4	Música	Plano detalle	Normal	

3:00-3:50	5	Música	Plano medio	Contra picado	
3:51-4:05	6	Música	Plano medio	Contra picado	
4:06-4:20	7	Música	Plano medio	Normal	

						
4:21-4:35	8	Música	Plano medio	Normal	Si te gustó el contenido de este canal, no olvides darle like, comentar y si quieres estar más al tanto de los videos que se suben aquí, suscríbete y dale click a la campanita para activar notificaciones y por supuesto no te olvides de seguirme en mis redes sociales que las	

					pueden encontrar por aquí, bueno espero verlos en el próximo video, nos vemos.	
4:36-4:46	<u>Cortina de Salida</u> S.MART ART Session.	Música de fondo				 

Video:





7.8 Animaciones

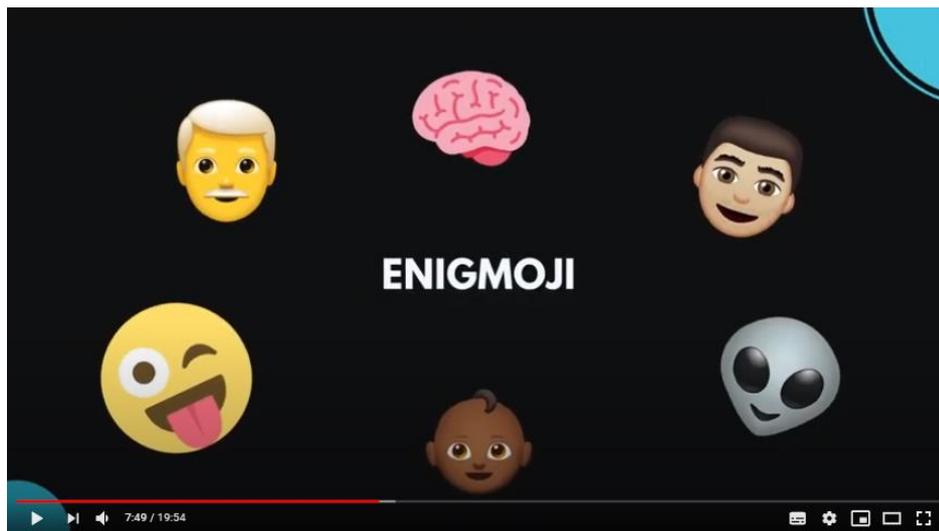
Logo de S MART



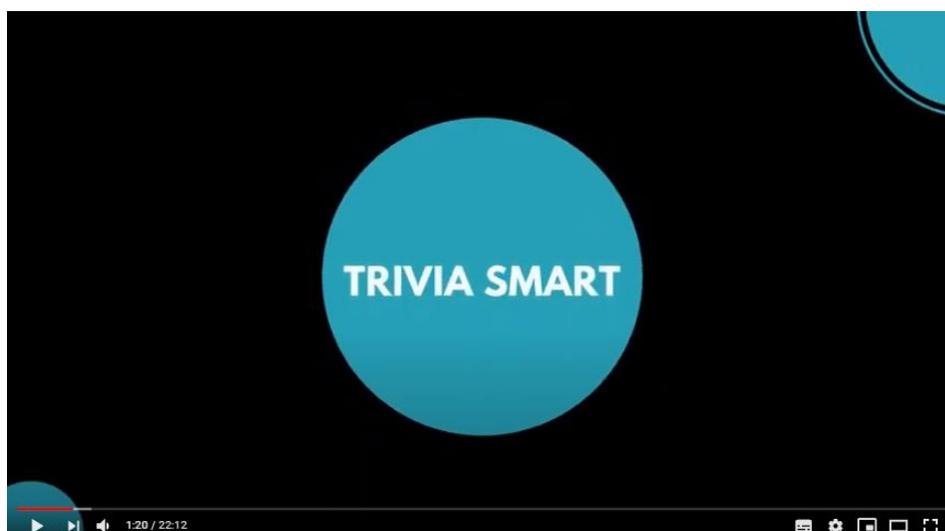
Cortina de Entrada Sección EntrevistART



Cortina de Entrada del Juego Enigmoji



Cortina de Entrada Trivia S MART



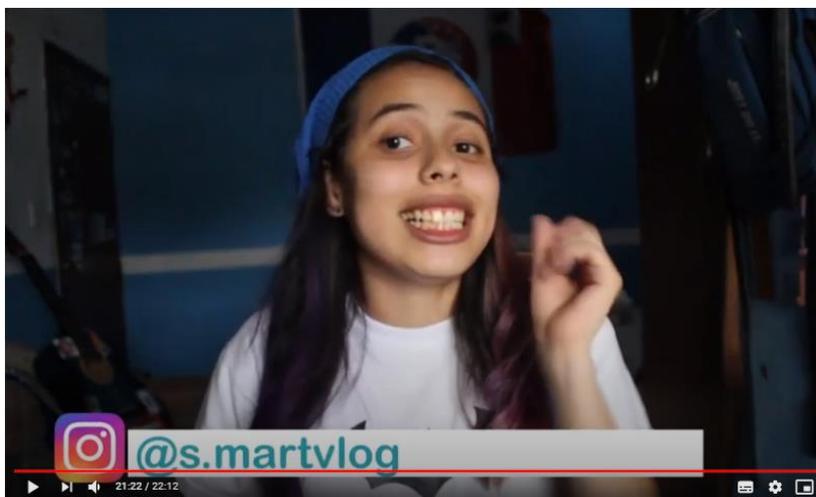
Animación ContART



Animación ART Session



Lower Thirds





7.9 Videos Promocionales.

Campaña de Expectativa del canal.



Promo EntrevistART



Promo Estreno EntrevistART



Promo ContART



Promo estreno ContART



Promo Estreno ART Session

