

Luis Magadan García

Un Diseño
BRILLANTE

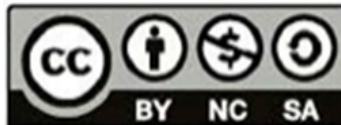


ATENCIÓN

Este material tiene fines pedagógicos y su función es servir como apoyo en las prácticas educativas que se llevan a cabo en las licenciaturas que se imparten en la División de Ciencias y Artes para el Diseño de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco. En este sentido, el único fin de esta obra es generar y compartir material de apoyo para el proceso de enseñanza-aprendizaje en el campo del diseño.

Asimismo, el autor de esta presentación es responsable de todo su contenido y la obra se encuentra protegida bajo una licencia de Creative Commons 4.0.

Para más información se puede consultar el sitio <https://creativecommons.org/>.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.

Dedicado a mis padres, quienes siempre han creído en mí incluso en los momentos más difíciles, quienes siempre me han querido como a nada en este mundo.

A mis amigos y familiares presentes y ausentes, quienes siempre significaron un alivio, un aliento y gran motivación en cada momento.

INTRODUCCIÓN

QUE ES UNA CAMPAÑA

Es un proyecto gráfico con el cuál una marca, organización, empresa, negocio o persona impulsa un determinado producto o servicio a través de medios digitales con la intención de influir en la decisión de compra y que comience a tener lugar en la cultura social a la que esté dirigida, así como aumentar las interacciones producto-usuario generando conversaciones que involucren a la campaña.

Una campaña también puede tener la intención de fortalecer la imagen de una empresa o persona, posicionar una marca antigua o nueva, generar un nuevo target, compartir información, etc.





TIPOS DE CAMPAÑAS

Campañas según la naturaleza del producto:

1. De propaganda

Aquí vemos campañas de tipo no comercial: promueven ideas y/o personas. Algunos ejemplos, son las campañas a favor y en contra del aborto, las que promueven los derechos de la mujer, las que invitan a votar por algún partido o candidato, etc.

Aquí puedes ver un par de casos, como la campaña de 2008 de Barack Obama.

<https://blog.smartup.mx/casos-de-exito-campa%C3%B1as-marketing-politico>

2. Sociales o cívicas

Estas campañas tampoco son comerciales. Su finalidad es impulsar o cambiar ciertos comportamientos, como cuidar el medio ambiente o dejar de fumar.

Un ejemplo es esta campaña de Unicef: “Cada Vida Cuenta”, que busca mejorar las condiciones de los recién nacidos en países de bajos recursos.

<https://www.unicef.org/es/cada-vida-cuenta>

3. Institucionales

Pueden confundirse con las sociales, pero estas sí tienen un fin comercial. Su objetivo es cultivar una buena imagen para una marca o compañía a veces a través del apoyo a buenas causas.

Un ejemplo es la campaña de P&G “El poder del agua limpia”, que incluye un documental con National Geographic.

<https://youtu.be/oBqbRRN8xjE>

4. Industriales

Son las campañas realizadas por grupos de fabricantes o comercializadores de un producto en común, como la industria de leche, la carne, los huevos, etc.

Un ejemplo es esta campaña para promover el consumo de carne de cerdo.

<https://youtu.be/YvBcbS07AHM>

5. De cobranding

Se trata de las campañas realizadas por dos o más marcas que se complementan entre sí y comparten un mismo público objetivo. En estas, todas las partes se

ven igualmente beneficiadas.

Un ejemplo es esta campaña en la que Kit Kat y Uber se unieron para hacer más llevadero el pesado tráfico limeño.

6. De sponsoring o patrocinio

Son las campañas en las que una marca manifiesta su respaldo o patrocinio a un evento, actividad, persona, etc. Mira este ejemplo de la cerveza Tecate como patrocinador del FC Barcelona.

7. Corporativas o de marca

Son las campañas que se realizan para exaltar los valores de una marca, con el fin de fortalecer o mejorar su imagen. Buscan que el público se haga una imagen favorable de la compañía y sus productos a largo plazo. Tal es el caso de esta campaña de Bancolombia, "Es el momento de todos".

8. De producto

Estas se realizan para promover productos o servicios concretos.

9. Sombrilla

Es cuando en una misma campaña se abarcan diferentes productos de una compañía bajo un solo mensaje, como en esta gran campaña de Axe "Encuentra tu magia"

Campañas según el ciclo de vida

1. De expectativa

Como su nombre lo dice, son las campañas que buscan generar expectativa y curiosidad antes del lanzamiento de un nuevo producto o servicio, sin revelar mucho de este. No deben ser demasiado largas para no aburrir al público antes de tiempo y deben estar alineadas con la campaña de lanzamiento.



2. De lanzamiento

Anuncian la salida de un nuevo producto o servicio y, sólo en algunos casos, están precedidas por una campaña de expectativa.

3. De sostenimiento o mantenimiento

Sirven para mantener la buena salud de una marca que ya tiene presencia en el mercado. Estas campañas son vitales para su posicionamiento.

Un maestro en campañas de sostenimiento es Coca-Cola, como puedes ver en este comercial de la campaña "Siente el sabor":

<https://www.youtube.com/watch?v=iYdOYgtGaFM>

4. De reactivación

Estas campañas sirven para darle un nuevo impulso a un producto en momentos de crisis o en temporadas importantes. Es el caso de esta exitosa campaña que realizó Bimbo en México con motivo del Mundial de Fútbol 2010

5. De relanzamiento

Se trata de las campañas que se realizan cuando se cambia el logo, nombre, colores, empaque u otras características importantes de un producto, servicio o compañía.

Un ejemplo es esta campaña para lanzar la nueva botella de Fanta:

<https://youtu.be/spDcirc03wY>

6. De venta fuerte

Son campañas cuyo objetivo es generar beneficios a corto plazo a través del incremento de las ventas. Usan frases que invitan a comprar, como "Sólo por hoy" y "Pruébalo ya".

Ejemplo de ello, son las campañas de Domicilios.com:





PROBLEMA

En las campañas de publicidad digital encontramos diversos problemas a la hora de llevar a cabo una campaña, desde la organización hasta la estética que se llevará a cabo, esto lleva a generar un menor impacto en el público, ya que no se cuenta con una estrategia adecuada para poder llamar la atención del público. Como diseñadores no solo tenemos que ver por el buen diseño, si no también porque este sea efectivo y cuente con una continuidad y un impacto apropiado.

JUSTIFICACIÓN

Es importante crear un sistema o una guía para poder organizar de mejor manera lo que tenemos que realizar como diseñadores, sabiendo cuáles son los pasos a seguir para poder tener una buena continuidad con el contenido de nuestra campaña, así mismo nos facilitará la creación de contenido, ya que todo estará organizado de tal manera que si requerimos ciertos materiales sabremos dónde encontrarlos, así crearemos nuestro sistema para diseñar contenido digital de manera sencilla.






METODOLOGÍA



TEMAS DEL INTERACTIVO


- 1.- ¿Qué es una campaña?
 - 2.- Tipos de Campaña
 - 3.- Preproducción
 - 3.1 Planificación
 - 4.- Hora de Diseñar
 - 4.1ayer
 - 4.2 Recolección
 - 4.3 matriz
 - 4.4 Parrilla de Publicaciones
 - 4.5 Distribución
 - 5.- Ejemplos de Diseño
 - 6.- Conclusiones
- 

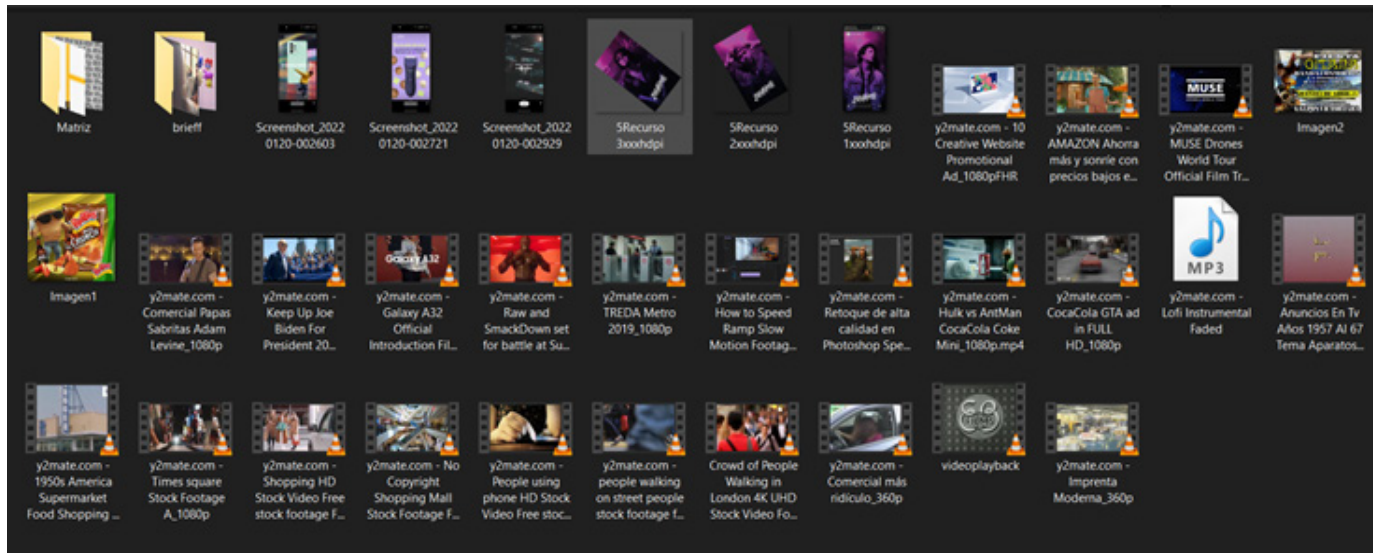


PRODUCTOS A UTILIZAR

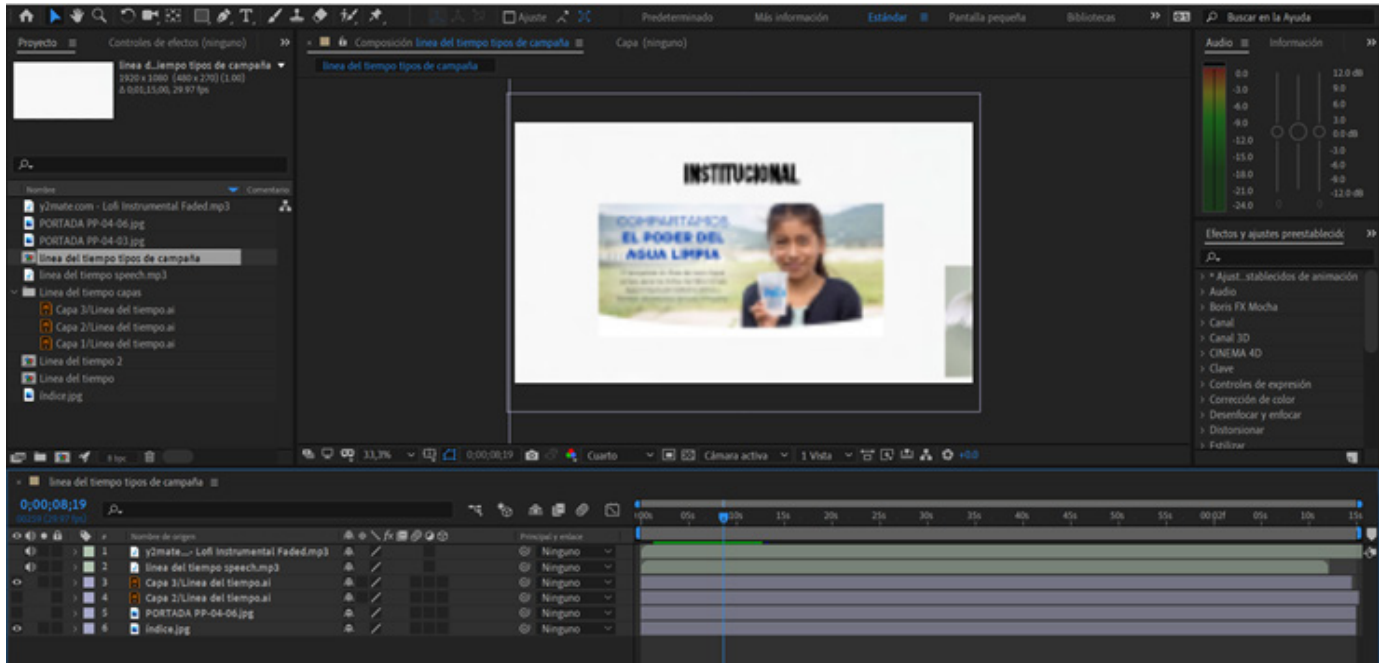
Vídeos

Se realizaron cuatro vídeos como parte complementaria del interactivo tratando diferentes temas en cada uno, siendo por sí solos, vídeos que complementan y explican de una manera más completa la información que se está dando a conocer.

- + Recolección de contenido que se iba a usar en cada vídeo
 - + Escritura de un speech para cada vídeo
 - + Grabación de locución
 - + Edición y montaje de contenido
- 



Archivos recopilados de internet y vectores exportados.



Animación de línea de tiempo en After Effects utilizando imágenes y narración con música de fondo.

MATRIZ DE DISEÑO

Para realizar nuestra matriz de diseño necesitaremos preguntar al cliente si ya tiene identidad gráfica, de ser así le pediremos su manual de identidad para elaborar la matriz.

Compilaremos el logo, los colores y las tipografías, entre otros elementos existentes.

Si la campaña lo requiere se crearán nuevos elementos que acompañen, tales como patrones, colores nuevos, o algún otro elemento de importancia en la campaña.

Ordenaremos todo en un archivo en Photoshop en capas, así tendremos de donde obtener siempre todos nuestros objetos.

En este ejemplo las primeras capas están conformadas por los colores, con un lienzo a color y el nombre como el código hexagesimal, después tenemos el patrón a usar, la tipografía y finalmente el logo.

Con esta pequeña matriz podemos comenzar a crear contenido con forma de manera rápida y eficiente.

|

Guión para vídeo.





Edición de vídeo en Adobe Premiere con contenido extraído de la red y narración propia.





Equipo utilizado para grabar las narraciones de cada video.




Animaciones

Se crearon vectores para ser incluidos en el interactivo y que fueran animados, de esta forma crear una dinámica diferente en diversas partes del interactivo.

Creación de figuras en vector y montaje de material para extraerlo en formato PNG

Colocación y animación de objetos 2D en el interactivo.



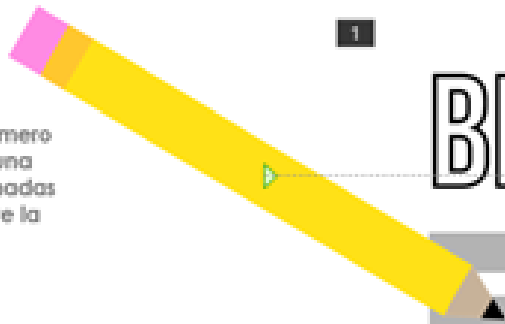
1

BRIEFF

Imero una
nadas
re la

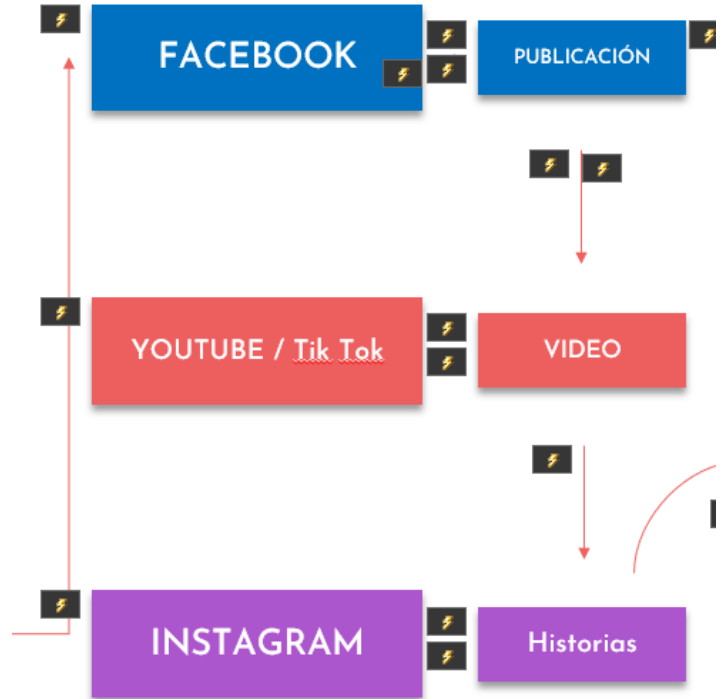
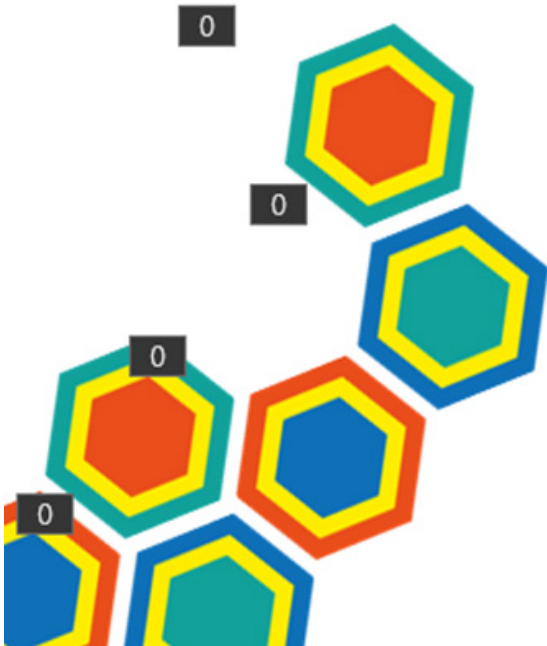
|

eo.



A series of horizontal grey bars representing a writing area, consisting of 11 bars of varying lengths.





Vectores animados con trayectoria, cada vector construido en Adobe Illustrator.



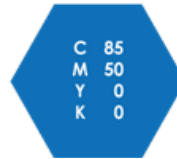
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN





Paleta de color

Para el color se escogió que predomine el blanco, sin embargo, la textura y el logotipo cuentan con los siguientes colores, ya que nuestro producto habla sobre diseño y no hay mejor manera de representarlo que con diferentes colores.



Estilo gráfico

El estilo gráfico seleccionado trata de ir hacia el minimalismo, de jugar con las formas simples y de darle un toque divertido pero simple. Haciendo uso de una textura creada a partir de hexágonos, jugando con ellos para darle un pequeño toque creativo sobre el fondo blanco.



Vídeos

Se realizaron cuatro vídeos como parte complementaria del interactivo tratando diferentes temas en cada uno, siendo por sí solos, vídeos que complementan y explican de una manera más completa la información que se está dando a conocer.

Recolección de contenido que se iba a usar en cada vídeo

Escritura de un speech para cada vídeo

Grabación de locución

Edición y montaje de contenido



**¿QUÉ ES UNA
CAMPAÑA?**



PROPUESTA FINAL



Identidad gráfica

La identidad se basa en la abstracción de los pictogramas comunes relacionados al brillo o la simulación del efecto de cuando un objeto brilla, creando una abstracción simple, que a través de una paleta de color diversa simboliza la creatividad, a través de los colores, en el pictograma tenemos también una abstracción de los dispositivos inteligentes, combinado con la abstracción de lo brillante, para así juntar los conceptos de Diseño Digital "Brillante".

Un Diseño
BRILLANTE





Descripción


El proyecto consiste en un manual para que un diseñador pueda saber los pasos a seguir para crear una Campaña Digital de una manera sencilla, donde pueda aprender los pasos que le ayudarán a tener todo organizado en conjunto con el cliente.

Objetivo

Dar herramientas al diseñador para crear una Campaña Digital de manera adecuada, paso a paso.

Público al que va dirigido

Diseñadores de la comunicación Gráfica de cualquier edad o grado escolar.





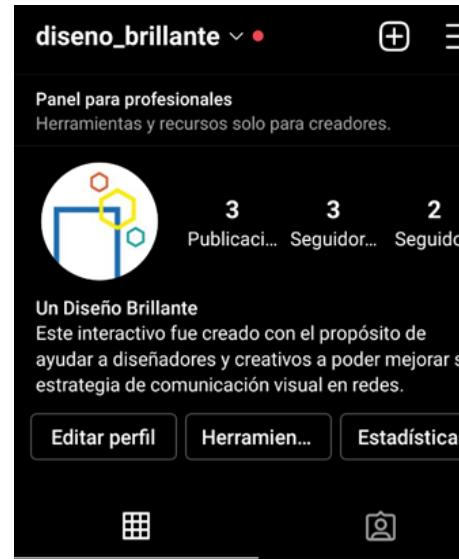
DIFUSIÓN



Redes sociales

Instagram

Se creó un perfil de Instagram para dar difusión al contenido de manera digital, y así poder llegar a diseñadores que se encuentren interesados en el contenido digital a través de redes sociales.



Un Diseño
RDII I ANITE





CONCLUSIONES

APORTES AL DISEÑO

Cuando pensamos en manuales sobre algún objeto o alguna guía para desarrollar algún producto es común imaginar el típico folleto impreso con algunos dibujos y diagramas, con bastante texto que suelen darse en diferentes productos y hasta en páginas web.


Con la era digital, empezó un cambio, algunos productos o guías pasaron al formato de vídeo, llamados tutoriales, donde se ocupaba una manera más práctica y visual sobre cómo usar o hacer diferentes actividades.

Este proyecto combina ambas partes en algo que puede convertirse

en una manera más dinámica de poder aprender algo nuevo, reforzar conocimientos, o hasta una nueva forma de lectura híbrida.

La interactividad de este proyecto permite que la lectura y el contenido audiovisual tanto como el animado sean una herramienta en conjunto, llevando de la mano al usuario por un proceso en el cuál, de una forma creativa, puede aprender. Evitando así la apatía que muchas veces conlleva el leer un manual de muchas páginas o el repasar un vídeo de larga duración tratando de encontrar la parte que se busca.





Este modelo de proyecto puede ser usado por una infinidad de temas y una infinidad de diseños creativos, simplemente replicando la interactividad que conlleva combinada con la lectura. Haciendo que sea un producto totalmente adaptado a las nuevas generaciones y a la dinámica actual de la Tecnología y el Diseño en diferentes ramos, yendo desde lo audiovisual, la animación y el diseño editorial.



BIBLIOGRAFÍA

Sin Autor. (24 Mayo 2018). Campañas publicitarias de todas las especies: ¡Conoce los diferentes tipos que existen!. <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-campanas-publicitarias/>

ClipsyBox.7 may 2017.Hulk vs. Ant-Man - Coca-Cola: Coke Mini. [Archivo de Video].<https://www.youtube.com/watch?v=sMkGw-Cw7iv8>

Comerciales en Like México. 26 mar 2019. TRED A 'Metro' (2019). [Archivo de Video]. https://www.youtube.com/watch?v=rCF_5jR-K4AO

WWE. 21 oct 2021. Raw and SmackDown set for battle at Survivor Series. [Archivo de Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=sm-dgiWuQiVO>

Samsung. 31 mar 2021. Galaxy A32: Película de presentación oficial | Samsung. [Archivo de Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=bKXjF4TbxFw>

Detodov. 1 feb 2017. Comercial Papas Sabritas - Adam Levine. [Archivo de Video] <https://www.youtube.com/watch?v=m-cSx5Tqntg>

Resistencia Mx. 30 ago 2017. Comercial más ridículo. [Archivo de Video] <https://www.youtube.com/watch?v=pxL6jxKTQew>

Comerciales en Like México. 7 sep 2021. AMAZON 'Ahorra más y sonríe con precios bajos en Amazon' (2021). [Archivo de Video] <https://www.youtube.com/watch?v=8ullbV3Cbmg>

Coca-Cola. 2011. Video game. [Archivo de Video] <https://www.youtube.com/watch?v=CHiNwDhLFRs>

NG Intros. 21 sep 2018. UEFA Champions League 2019 Outro - Heineken & Ho-tels.com ES [Archivo de Video] <https://www.youtube.com/watch?v=2Z-SdeAFTYs>

Comerciales en Like México. 21 sep 2018. CITIBANAMEX Cuenta Débito y Tarjeta de Crédito (2018)[Archivo de Video] <https://www.youtube.com/watch?v=jwM-RolwyRg>

Cayendo Ideas. 15 oct 2012. Fiesta Gitana.[Cartel publicitario].Recuperado de <https://cayendoideas.wordpress.com/2012/10/15/analisis-de-mala-publicidad-fiesta-gitana/>

Ruffles Mx. 20 ago 2021. Ruffles tamaño familiar. [Cartel publicitario] Recuperado de https://twitter.com/ruffles_mx

Total Medios. 20 mar 2018. P&G "El poder del Agua Limpia[Cartel publicitario] Re-cuperado de <https://www.totalmedios.com/nota/34519/p-g-presenta-un-documental-para-concientizar-sobre-el-uso-del-agua>

Bachoco. 2011. Pollo Teriyaki. [Cartel publicitario] Recuperado de <https://bachoco.com.mx/cartelera/pollo-teriyaki/>

Ebay. Levis x Pokemon [Cartel publicitario] Recuperado de <https://www.ebay.com/itm/233908273240>

Takis México. 24 feb 2021.El poder el fuego es nuestro.[Cartel publicitario] Recupe-rado de <https://twitter.com/takismx/status/1364772788012265474>

Ben & Frank. Diciembre 2021. Lentes para ver(te) mejor. [Cartel publicitario] Recu-perado de <https://www.facebook.com/benandfrank.mx>

Nu México.2021. Nu, cambia tu futuro.[Cartel publicitario] Recupe-rado de <https://www.facebook.com/nu.mx>

Pokemon Go Latinoamerica. 9 enero 2022. Pokemon Go Community Day. [Cartel publicitario] Recuperado de <https://www.facebook.com/pokemongoappla>

Colorize. 2021. Playlist en Spotify. [Cartel publicitario] Recuperado de https://www.instagram.com/colorize_music/?hl=es

Simla.esp. 2022. Sin un pelo de error, servicio al cliente Simla. [Cartel publicitario] Recuperado de <https://www.instagram.com/simla.esp/?hl=es-la>

Samsung México. 2021. Samsung Galaxy A52s 5g. [Cartel publicitario] Recuperado de <https://www.instagram.com/samsungmexico/?hl=es>



