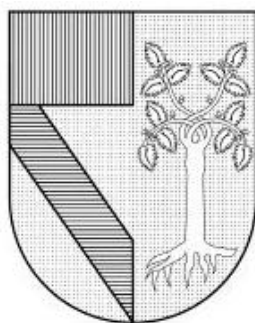


UNIVERSIDAD PANAMERICANA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN



“REDISEÑO CÁPSULA TRAVEL+LEISURE ”

P R O Y E C T O

Q U E P R E S E N T A

LEVI BLANCO NEGRETTI

P A R A O B T E N E R E L G R A D O D E :

MAESTRO EN NARRATIVA Y PRODUCCIÓN DIGITAL

DIRECTOR DEL PROYECTO:

Dra. MARÍA TERESA NICOLÁS GAVILÁN

REVISOR:

Mtra. MARÍA DE LOURDES LÓPEZ GUTIÉRREZ

Índice

Introducción	Pág.1
Objetivo	Pág.3
Sinopsis	Pág.5
Tratamiento y estructura	Pág.5
Ficha técnica	Pág.6
Crew list	Pág.7
Requerimientos técnicos	Pág.7
Programa anterior	Pág.8
Programa actual	Pág.13
Conclusiones	Pág.17
Anexo 1	Pág.18
Bibliografía	Pág.23

Introducción

Realicé por dos años el programa Travel+Leisure para el sitio de Internet CNNExpansión.com, el objetivo de esta cápsula es brindar un servicio informativo al público para sus viajes de placer. En un principio el presupuesto era limitado y sólo contábamos con fotos para realizarlo, solíamos abordar un destino con varias recomendaciones sobre que hacer en ese lugar.

Aunque el contenido de la cápsula era dinámico, la forma de ejecutarlo a través de fotos le restaba energía, lo volvía plano, y no siempre reflejaba un relato.

El rediseño del programa “consiste en un discurso que integra una sucesión de acontecimientos de interés humano en la unidad de una misma acción”¹ es decir que cada cápsula es una narración que relata una experiencia.

Basándome en las teorías de Eisenstein busco “incorporar ideas abstractas a las imágenes, reducirlas a lo concreto de algún modo, no traduciendo simplemente la idea con alguna anécdota o historia, sino encontrando en las imágenes el medio de provocar la reacción sentimental prevista y descontada desde el principio. Se trata de realizar una serie de imágenes compuestas de tal modo, que provoquen un movimiento afectivo y a la vez una serie de ideas.”² Las ideas abstractas, las experiencias que representaremos, la sucesión de imágenes creada buscan conectarse con el lado emotivo del espectador que le produce placer y regocijo, pues al admirar los destinos y experiencias que presentamos, los transportaremos a ese lugar sin importar en donde nos estén viendo.

Tomemos en cuenta que “en la percepción de la forma reside el inicio de la formación de conceptos”³.

¹ Bremond, Claude. 2001, *La lógica de los posibles narrativos, Análisis estructural del relato*. México co, Ed. Coyoacán. Pág.102

² Feldman, Simon. 2002, *La realización cinematográfica*. España, Ed. Gedisa. Pág.38

³ Arnheim, Rudolf. 1998, *El pensamiento visual*. España, Ed. Paidós. Pág.40

A través de secuencias audiovisuales armónicas, crearemos contenidos inteligibles que alimenten y estimulen los sentidos de los usuarios.

Para esto siempre realizaremos “una selección adecuada de los momentos más significativos, eslabonados entre sí de tal manera que la atención sea mantenida mediante la incorporación consecutiva de nuevos datos y acciones que van enriqueciendo, clarificando el sentido total de la narración”⁴

En este caso lo que los fotogramas no puedan explicar, terminará por ser entendido gracias a la intervención de los personajes que rodean o son partícipes en la experiencia que atestiguamos.

A través de la elaboración y conjunción de varias escenas, podemos transmitir al espectador experiencias de viaje únicas, tomando en cuenta que “el significante es fragmentario (varios planos que no son más que <<perfiles>> -Abschattungen-parciales), pero el significado se siente como unitario.”⁵ Tenemos a nuestro favor que la visión de una secuencia de imágenes, película o audiovisual es un fenómeno complejo que produce en el ser humano 3 actividades distintas: “percepciones, reestructuraciones del campo, memoria inmediata”⁶.

Atacaremos los sentidos del espectador creando estructuras inteligibles que permitan recrear la sensación de experiencia.

Partiendo de la idea que “la estructura inteligible que unifique los diversos motivos presentados será la misma que la que reúne los diferentes planos de un sintagma descriptivo clásico”⁷ la edición o montaje; relacionará conceptos, sentimientos y sensaciones que transportarán a nuestros espectadores desde su lugar, hasta los destinos que abordamos.

⁴ Feldman, Simon, íd. Pág.158

⁵ Metz, Christian. 2001, *Análisis estructural del relato, La gran sintagmática del film narrativo*. México, Ed. Coyoacán. Pág.155

⁶ *Ibíd.* Pág.1551

⁷ *Ibíd.* Pág.159

Objetivo

Elaboramos esta cápsula con el objetivo de brindar a nuestros usuarios un espacio con información de utilidad, que entretenga y sirva de guía para los hombres de negocios, viajeros, foodies y sibaritas.

Ya sea a través de una crónica o un testimonial en voz de los actores de cada sitio que visitamos, el usuario podrá conocer los mejores hoteles, spas, restaurantes y –sobre todo- los rincones más exclusivos del planeta, con los mejores consejos y recomendaciones, que van desde rutas, hospedajes, rincones gastronómicos, curiosidades y un sin fin de tips que convertirán al turista en un viajero experto.

Con este objetivo en mente, nuestra misión es contar una experiencia de viaje en un destino, a través de imágenes en video y narración dinámica. Al final de cada entrega el espectador tendrá la sensación de haber vivido una experiencia.

Basado en la clasificación de la oratoria⁸, el fin que persigue el discurso de nuestro programa, es brindar una experiencia de viaje al usuario.

La sensación que deber transmitir esta cápsula debe ser siempre agradable, aquí el montaje debe apoyar para que el discurso no se sienta forzado ni manipulado, pues “También es agradable lo que no es forzado, porque la violencia está al margen de la naturaleza”⁹.

La narración visual debe tener movimiento, ya sean paneos o tilts, las tomas deben ser armónicas y naturales, pues “Lo que carece de ritmo es ilimitado, y por eso es preciso que el discurso tenga medidas... porque lo indeterminado es desagradable o ininteligible”¹⁰ así cuando se presenten tiros estáticos, el movimiento se verá en lo que sucede dentro del cuadro, de esta forma las medidas de nuestro discurso se establecen a

⁸ Aristóteles. 2007, *Arte Retórica*. México, Ed.Porrúa Pág.91

⁹ *Ibíd.* Pág.117

¹⁰ *Ibíd.* Pág.208

través del movimiento y este se contextualiza en cada sensación que pretendemos transmitir.

Las métricas también son marcadas con la combinación de entrevistas y momentos específicos de las experiencias que contamos.

Nuestro discurso debe presentarse naturalmente basándonos en las reglas de elocución y acción, debemos exponer “lo que es por naturaleza primero: los mismos hechos, a partir de los cuales se obtienen los motivos de convicción; en segundo lugar está el colocar estos hechos según una norma de elocución, y en tercer lugar... el uso de la voz...”¹¹ pretendemos recrear la experiencia sensorial del ser humano, que no tiene alteraciones de color o movimientos abruptos en lo que al sentido de la vista se refiere, pues cuando admiramos algo que nos produce placer, normalmente lo tomamos con calma y nuestros movimientos se presentan fluidos.

Nuestras secuencias presentarán conceptos al espectador que le permitan transportarse a los destinos que abordamos, uno de nuestros retos es la exposición de estos conceptos ya que “La percepción de la forma es la captación de los rasgos estructurales que se encuentran en el material estimulante...”¹²

¹¹ Ibíd. Pág.197

¹² Arnheim, Rudolf, íd. Pág.40

Sinopsis

Viajar es un lujo, claro, además de uno de los más grandes placeres, pero también es una respuesta natural a la necesidad de explorar nuestro mundo. El programa semanal de Travel + Leisure es la opción adecuada para el viajero curioso de gusto exquisito, que busca los rincones más auténticos. Ese mismo viajero experto que, gracias a su amplio bagaje cultural, es aficionado a los placeres refinados y disfruta de vivir experiencias únicas en cada destino que visita.

Tratamiento y estructura

Se debe iniciar poniendo en contexto al usuario, explicándole dónde estamos, con quién, que vamos hacer y dando un dato curioso o simplemente de color que nos haga sentir en una conversación entre amigos.

Continuamos con una explicación más detallada de las razones que nos llevaron a visitar ese lugar, qué lo hace especial o lo diferencia de otros lugares que tienen ese giro, esta explicación debe ser en voz de los lugareños, la narración sólo debe rematar con datos “*T+L*”.

La narración se debe combinar con las entrevistas de los personajes que conocimos, pues ellos continúan el hilo conductor que presentamos al inicio, nos cuentan sus anécdotas, secretos o datos curiosos.

El género de la cápsula se basa en una serie pues tiene una periodicidad semanal, pero se utilizan diferentes géneros periodísticos para contarla como crónica y entrevistas. Utilizamos un narrador intradieгético pues es parte de la historia, el tiempo narrativo es lineal ya que empezamos conociendo a un personaje que nos guía por una experiencia desde que esta comienza hasta que culmina. Cerramos la cápsula con una prospección de lo que pasará en el futuro, es decir la siguiente semana.

El tratamiento y la estructura del programa están asentados en la Biblia¹³ del programa.

¹³ Anexo 1

Ficha técnica

Título: Travel+Leisure.

País: México D.F.

Año: 2012 a la fecha.

Duración: 2 a 3min por cápsula.

Transmisión: Todos los jueves por CNNExpansion.com

Género: Entretenimiento.

Subgénero: Viajes.

Productora: Grupo Expansión.

Clasificación: Para toda la familia.

Concepto: Aquel que no encuentre placer en viajar y conocer el mundo, siéntase libre de arrojar la primera piedra. El programa de viajes de **Travel + Leisure** se diferencia del resto porque le habla al viajero de lujo, aquel que más allá de contar con el poder adquisitivo suficiente, tiene un bagaje cultural amplio, gusta de vivir experiencias únicas en cada sitio que visita y es aficionado a los placeres refinados. Ya sea a través de una crónica o un testimonial en voz de los actores de cada sitio del que se habla, el usuario podrá conocer los mejores hoteles, spas, restaurantes y –sobre todo- los rincones más exclusivos del planeta, junto con los pormenores en precio, rutas y otros tips.

En cada cápsula se aborda una experiencia, y al final, se promociona la emisión de la semana siguiente.

Crew List

Video Manager/Productor Ejecutivo: Levi B. Negretti.

Contenidos: Travel+Leisure México.

Realización: Francisco Iñigo Rodríguez.

Postproducción: Francisco Iñigo Rodríguez.

Guión: Pablo Cué.

Equipo Editorial: Roberto Gutiérrez Durán.

Pilar Marroquín.

Pedro Reyes.

Gráficos y Animación: Rodrigo Maldonado Torres.

Conductores: Rafael Lafarga (Anterior).

Juan Luis R. Pons (Anterior).

Pedro Reyes (Actual).

Requerimientos técnicos

Cámara: 1-7D

1-Sony NXCAM X5

Iluminación: 1- kit ARRI LoCaster

1-Photoflex

3-Tripies Kupo

Audio: 1-Grabadora TASCAM de 6 micrófonos

2-Lavaliere SONY EHCB

2-Cables XLR

Programa anterior

TRAVEL + LEASURE ENSENADA	EXPANSIÓN PROGRAMA 7
------------------------------	-------------------------

VIDEO

1 10.00 10.00

CORTINILLA PATROCINADOR

ACCIÓN CONTINUA A

2 6.00 16.00

ENTRADA DE PROGRAMA

CORTE A

3 10.00 26.00

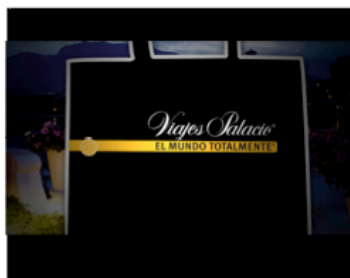
PRESENTACIÓN RAFA

CORTE A

4 2.00 28.00

LOGO TRANSICION

CORTE A



AUDIO

SFX:

SFX:

AUDIO

Almejas pismo, cordero y los mejores vinos de México, son el maridaje perfecto en Ensenada. Soy Rafael Lafarga y éste es el espacio de Travel+Leisure.

TRAVEL + LEASURE
ENSENADA
100

VIDEO

5 21.00 49.00

RAFA A CUADRO



AUDIO

Al visitar el hermoso Valle de Guadalupe es vital tener un estómago lleno, porqué no darás crédito de la gran cantidad de vinos que probarás. No es necesario una gran mesa con manteles largos para probar una rica almeja pismo, o un fresco coctel de pulpo. Las famosas carretas en las calles de Ensenada serán tu primer acercamiento con las delicias del puerto.

CORTE A

6 11.00 60.00

IMÁGENES DE INSTALACIONES



Ahora sí. Dirígete a Casa de Piedra, del emblemático enólogo mexicano, Hugo D'Acosta. Aquí puedes conocer los procesos de elaboración y probar el vino Piedra del Sol, uno de los mejores chardonnay mexicanos.

CORTE A

7 18.00 78.00

IMÁGENES DE INSTALACIONES

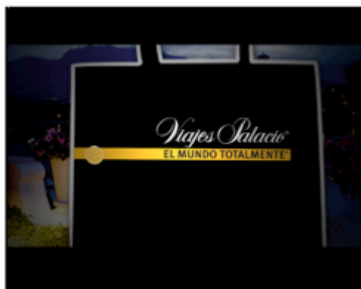


A pocos minutos de ahí, en el poblado de El Porvenir, está situada la Estación de Oficios, mejor conocida como "la escolita". Concebida por D'Acosta, este original concepto arquitectónico es la cuna de varias etiquetas de pequeños productores del valle, además de producir sus propios vinos, no te pierdas Textura 1 y 2.

CORTE A

8 2.00 80.00

LOGO TRANSICION



CORTE A

**TRAVEL + LEASURE
ENSENADA
100**

VIDEO

9 7.00 87.00

RAFA A CUADRO



AUDIO

La tarea de probar diferentes cosechas no es fácil con el estómago vacío. Así que escucha nuestra sugerencia para comer.

ACCIÓN CONTINUA A

10 15.00 102.00

IMÁGENES DE INSTALACIONES



La siguiente parada obligada es el Restaurante Laja, donde el menú lo determinan los ingredientes de su huerto y la carne o pesca del mismo día. Si esto te lo permite, pide el cordero o las sardinas frescas, de los mejores platos del chef Jair Téllez.

CORTE A

11 13.00 115.00

IMÁGENES ILUSTRATIVAS



Para acompañar las estupendas creaciones del Laja, más vino. Esta vez el de Tres Valles. De esta novel bodega destacan el Jalá y Kuwal, muy originales por sus blends de uvas e incluso el diseño de sus etiquetas.

CORTE A

12 2.00 117.00

LOGO TRANSICION



TRAVEL + LEASURE
ENSENADA
100

VIDEO

13 5.00 122.00

RAFA A CUADRO



AUDIO

Para pasar la noche dentro del mismo valle, existen extraordinarias opciones de alojamiento.

ACCIÓN CONTINUA A

14 10.00 132.00

IMÁGENES ILUSTRATIVAS



En Adobe Guadalupe se conjuntan viñedo, bodega y un bed & breakfast de seis habitaciones, donde podrás tener alguna cata privada de sus vinos Miguel, Gabriel, Kerubiel y Serafiel.

CORTE A

15 8.00 140.00

IMÁGENES ILUSTRATIVAS



Otra extraordinaria opción es la posada La Villa del Valle, con una hermosa vista de las montañas y servicios exclusivos de spa y clases de yoga.

CORTE A

16 2.00 142.00

LOGO TRANSICION



TRAVEL + LEASURE
ENSENADA
100

VIDEO

17 9.00 151.00

RAFA A CUADRO



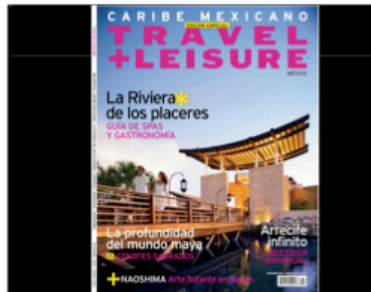
AUDIO

Decídete pronto a visitar la ruta del vino y Ensenada, seguramente será inolvidable. Te invito a viajar con nosotros todos los jueves en Travel+Leisure en CNN Expansión.

FADE A NEGROS

18 6.00 157.00

PORTADA DICIEMBRE



Más información para el viajero inteligente en la edición de diciembre de la revista Travel + Leisure.

19 6.00 163.00

SALIDA DE PROGRAMA



20 10.00 173.00

CORTINILLA SALIDA



<p>SUPER: @MANOLOPITIONA</p>	<p>(MPEG.249 Desde 06:52-07:15)</p> <p>VOZ EN OFF: A PESAR DE SU PASO POR TIERRAS EUROPEAS, MANOLO TIENE BIEN CLARO LO QUE SIGNIFICA SER DE OAXACA.</p> <p>(MPEG.249 Desde 12:23-12:34) “OAXACA ES UN LUGAR PRECIOSO--AMOR HACIA NUESTRA TIERRA”.</p> <p>VOZ EN OFF: Y, POR SUPUESTO, QUE TIENE MUY CLARO SU SIGUIENTE OBJETIVO.</p> <p>MPEG.249 Desde 12:09-12:11 “PUES ESPEREMOS GANAR OTRA VEZ EL DE TRAVEL+LEISURE (RISAS)”</p>
-------------------------------------	---

	<p>(232.MPEG Desde 03:01-03:15) “La tostada Tlamanalli...quesillo, queso y guacamole”.</p> <p>VOZ EN OFF: Por estas razones, Abigail fue acreedora a un Travel+Leisure Gourmet Award, en la categoría especial de trayectoria a una cocinera tradicional.</p> <p>(232.MPEG Desde 02:22-02:31) “Están muy invitados si gustan probar...a ver qué le parece”..</p> <p>(((LA PRÓXIMA SEMANA: XXXXXXXXXXXX)))</p>
--	---

Conclusiones

Se logro el objetivo de contar una experiencia de viaje por cápsula. Adicional optimizamos costos de producción, ya que creamos una estrategia en la que podemos sacarle más jugo a un solo destino, como Productor está es una de mis consignas siempre, obtener el mayor beneficio con los recursos que disponemos.

En lugar de abordar varias experiencias como lo hacíamos en el primer programa, exploramos diferentes actividades, una por programa de la mano de quienes las producen; llámese platillo, masajes, tours, o gente local que vive y percibe esos lugares desde una óptica distinta.

Logramos narrarlo como una charla entre amigos, de esta manera los comentarios y entrevistas de los personajes que aparecen en el programa generan esas anécdotas que sólo pueden contar aquellos que han vivido la experiencia.

“El espectáculo es sólo una parte de la televisión, así como lo es la información; y, conseguir estar en el centro de la atención colectiva es justamente la dimensión de la narración, de la historia”¹⁴ esta parte humana es el factor que más poder le da a nuestra narración ya que el “espectáculo” se deriva de algo real y los personajes que interviene son retratados en su cotidianidad, procurando no alterar la realidad y el contexto en el que se desenvuelven, para que el espectador lo admire como si estuviera en el destino que le presentamos.

Informamos a nuestros espectadores sobre los destinos, a través de una narración tranquila les entretenemos y antojamos vivir esas experiencias para que creen sus propias anécdotas.

Recordemos al maestro Bradbury quien dijo “Una historia tranquila puede entusiasmar y apasionar tanto como cualquier otra”¹⁵ así que bienvenidos a este viaje.

¹⁴ Bechelloni, Giovanni. 1989, *¿Televisión-Espectáculo o Televisión-Narración?/La función bárdica de la televisión*. España, Ed. Catedra. Pág.63

¹⁵ Bradbury, Ray. 1998, *Zen en el arte de escribir*. España, Ed.Minotauro. Pág.43

Anexo 1

TRAVEL + LEISURE MÉXICO

Viajar es un lujo, claro, además de uno de los más grandes placeres, pero también es una respuesta natural a la necesidad de explorar nuestro mundo. El programa semanal de Travel + Leisure es la opción adecuada para el viajero curioso de gusto exquisito, que busca los rincones más auténticos. Ese mismo viajero experto que, gracias a su amplio bagaje cultural, es aficionado a los placeres refinados y disfruta de vivir experiencias únicas en cada destino que visita.

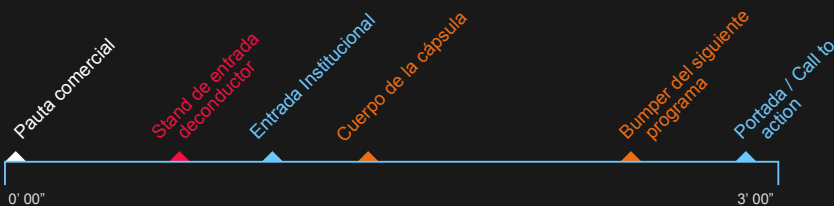
Ya sea a través de una crónica o un testimonial en voz de los actores de cada sitio del que se habla, el usuario podrá conocer los mejores hoteles, spas, restaurantes y –sobre todo– los rincones más exclusivos del planeta, junto con los pormenores en precio, rutas y otros tips.

Objetivo T + L:

Enriquecer la vida de la audiencia a través de experiencias de viaje auténticas e integrales.

Nombre: Travel + Leisure
Género: Entretenimiento
Subgénero: Viajes
Target: Hombres y mujeres apasionados de los viajes, curiosos y sensibles a nuevas experiencias. Son locales y hedonistas.
Canal: www.cnnexpansion.com
Aire: Jueves
Duración: 3'00"
Conductor: Pedro Reyes

Estructura:



Criterios de Marca:

- El conductor y los entrevistados deben evitar a todo costa saludar con "bienvenidos, pasen, vengan".
- En lugares concurridos es importante "determinar la temperatura" del lugar con aspectos de la gente dentro del contexto dado.
- Personalidad: confiable, experta, curiosa, auténtica, exitosa.
- Travel + Leisure se diferencia porque lleva una agenda definida que no da lugar a la improvisación, lo que favorece la calidad.
- En T+L somos viajeros curiosos con gusto por lo exquisito.
- Encauzamos la curiosidad ilimitada de nuestro público.
- Inspiramos y sorprendemos con experiencias profundas de viaje.
- Por un lado, la información debe ser práctica y actualizada para dar un servicio al usuario, y por el otro, debe ser inspiradora y vivencial, que genere una reflexión en la audiencia.

Valores de Producción:

El conductor y los entrevistados tienen que procurar su imagen en todo momento, por lo que deben estar presentables, bien peinados y siempre amables con una sonrisa en el rostro. El uso de barba y bigote es aceptable toda vez que se mantengan delineados.

Vestuario:

No marcas, no rayas delgadas y con poco espacio de interlineado. No colores brillantes. Las telas a cuadros son permitidas toda vez que el realizador se cerciore de que no generan ruido. Hay que mantener en mente el canal en el que se transmite este producto y vestir acorde a ese target. Hay que evitar playeras, sudaderas y moda demasiado casual.

Maquillaje:

Para los hombres no es necesario utilizar maquillaje, simplemente remover el exceso de grasa en la cara con un pañuelo de papel. Mujeres preferentemente con maquillaje discreto y natural.

ENTRADA DEL PROGRAMA

Las entradas del programa deben ser planos medios que muestren al presentador interactuando con el entorno del cual se hablará en la capsula.



CUERPO DE LA CÁPSULA

Entrevistas

Es importante que las entrevistas estén siempre bien encuadradas. En caso de que se relacione a una marca, esta debe tener presencia a cuadro.



El Chef como personaje

Cuando un chef sea el protagonista de la cápsula, se le debe ver interactuando con el entorno en el que crea sus platillos, ya que esto es parte esencial de la narrativa del programa.



Paisajes y establecimiento de lugares

Para un programa de viajes, la calidad fotográfica de los paisajes debe de ser impecable, ya que esto es uno de los principales puntos de atracción del mismo.

Los paisajes siempre se deben hacer de dos o tres formas distintas (es importante tener la mayor cantidad de opciones posibles):

- 1- Cámara fija, con exposición correcta (sin áreas sobrepuestas o subexpuestas)
- 2- Con movimiento, ya sea paneo, tilt up o tilt down (nunca zoom in/out). Con exposición correcta (sin áreas sobrepuestas o subexpuestas)
- 3- Timelapse. Si el lugar es visualmente muy atractivo, el movimiento de objetos dentro del cuadro -o de las mismas nubes- y el tiempo lo permiten, se puede realizar el establecimiento del paisaje en un timelapse (si no se cuenta con cámara de foto fija, dejar la cámara capturando video para acelerarlo en postproducción). Con exposición correcta (sin áreas sobrepuestas o subexpuestas)



Platillos

Los elementos más importantes en un platillo son los colores y las texturas, por ello es esencial tener una buena exposición. De cada platillo se deberán hacer por lo menos tres tiros diferentes: un "master shot", que puede tener movimiento o no, y dos detalles diferentes con movimientos de cámara o cambios de foco. (Nunca movimientos de zoom).



USO DE GRÁFICOS

Lower 3rd (doble renglón)

El Lower 3rd se compone de 2 textos, uno principal y otro secundario. En el principal (blanco) se colocan todos los textos que refieran a nombres propios, nombres de lugares, etc. Mientras que en el texto secundario (azul) se escribirán todos los textos complementarios tales como cargos, direcciones web, etc.

Fuente Tipográfica: PF Encore Sans

Estilo Principal Bold

Estilo Secundario Regular

Color Principal #FFFFFF; RGB: 255, 255, 255; HSB: 0°, 0%, 100%

Color Secundario #7BAAD3; RGB: 123, 170, 211; HSB: 208°, 42%, 83%

Justificado Izquierda

Drop Shadow 2px, 135°, #000000, Softness 0, Opacity 100%



TRAVEL+
LEISURE

AQUÍ SON MÁXIMO 38 CARACTERES
Y AQUÍ MÁXIMO 50 CARACTERES EN EL T



AQUÍ SON MÁXIMO 38 CARACTERES
Y AQUÍ MÁXIMO 50 CARACTERES EN EL T

Lower 3rd (renglón sencillo)

Éste lower 3rd se utiliza para elementos de texto que no hacen referencia a ninguna otra información como nombres de lugares, personajes, etc. Sino que responde como información extra de la cápsula que no tiene relación con otra. Se utiliza para precios de habitaciones, tips del editor sobre el tema etc. El uso tipográfico para éste gráfico es el mismo estilo que en los textos principales pero en altas y bajas y con un tamaño levemente menor.



Wiper

El wiper es un elemento que nos sirve de corte entre momentos distintos dentro de la cápsula, así como para separar contenidos dentro de la misma. Por lo general es utilizado para dividir el cuerpo de la cápsula con el contenido de la siguiente entrega.

El wiper, así como la placa, poseen un canal alpha que debe ser interpretado "Straight" por el software de edición, ya se Final Cut o Adobe Premiere. Esto con el fin de que la transparencia no se vea alterada al convivir con el clip de fondo.



Cierre

El cierre de la cápsula corresponde al call to action y a mostrar la portada de la revista que corresponde al mes en curso de circulación; es por ésto que cada mes hay que cambiar la portada de la revista anterior, por la actual.



Bibliografía

- (2007) Aristóteles. *Arte Poética, Arte Retórica (4ta edición)*. México, Editorial Porrúa.
- (1986) Arnheim, Rudolf. *El pensamiento visual (4ta edición)*. España, Editorial Paidós.
- (1995) Bradbury, Ray. *Zen en el arte de escribir (1ra edición)*. España, Editorial Minotauro.
- (2002) Feldman, Simón. *La realización cinematográfica (7ma reimpresión)*. España, Editorial Gedisa.
- (2001) Barthes, Roland & Greimas, A.J & Eco, Umberto & Gritti, Jules & Morin, Violette & Metz, Christian & Genette, Gerard & Todorov, Tzvetan & Bremond, Claude. *Análisis estructural del Relato (5ta edición)*. México, Editorial Coyoacán.
- (1996) Renaud, Alain & Baudrillard, Jean & Virilio, Paul & Gallino, Luciano & Bechelloni, Giovanni & Bettetini, Gianfranco & Perniola, Mario & Munari, Alberto & Granese, Alberto & Volli, Ugo & Casetti, Francesco & Colombo, Fausto & Walter Bruno, Marcello & Anceschi, Giovanni. *Videoculturas de fin de siglo (2da edición)*. España, Editorial Catedra.