MOMENTO 3 DEL PROYECTO INTEGRADOR

CASIO MIND

Revalorización de marca · Campaña audiovisual

Luz Zuberbuhler - Diseño de Imagen y Sonido - 0139195

Animacion II - Julieta Wagner- Juan Pablo Bermeo - 2026 - 2do cuatrimestre

UP
Universidad de Palermo
Facultad de Diseño y Comunicación

Carpeta contenedora ·
Proyecto Integrador

Casio Mind

Pensá con ayuda.

La calculadora científica que piensa con vos, no por vos.

Luz Zuberbuhler



Índice



1 Descripción del proyecto
2 Análisis de la marca
3 Motivo de elección
4 Problema y objetivo
5 La propuesta: Casio Mind
6 Idea creativa
7 Dirección visual
8 El personaje
9 Storyboards y fotogramas
10 Proceso y correcciones
11 Proyecto final: el spot
12 Kit para redes sociales
13 Reflexión sobre el proceso

01 · El proyecto

Descripción del proyecto

Revalorizar Casio desde el aula

Este Proyecto Integrador propone revalorizar la marca Casio con una campaña audiovisual. Se crea **Casio Mind**, una calculadora científica con un asistente que guía el razonamiento paso a paso sin entregar el resultado, y se comunica con un spot animado protagonizado por Sofi, una estudiante de secundaria.

Tipo de propuesta
Campaña de revalorización de marca

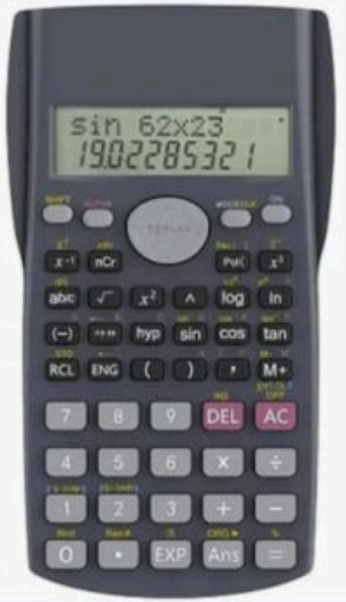
Objetivo
Que la calculadora se elija, no solo se compre

Resultado
Spot animado de 56 segundos y kit para redes

02 · LA MARCA ELEGIDA

Casio, seriedad desde 1946

1. Casio Computer Co., Ltd. es una empresa japonesa de electrónica. Nació en 1946 como taller (Kashio Seisakujo).
2. Se constituye en 1957 con los hermanos Kashio y la 14-A, la primera calculadora compacta totalmente eléctrica.
3. Siempre estuvo asociada a la seriedad y a la exigencia.
4. Se relaciona con el ámbito académico: es la calculadora de la escuela.



La Casio de siempre

03 · Motivo de elección

¿Por qué elegí Casio?



trabarse en un ejercicio...

Es un útil escolar obligatorio que todos los estudiantes de secundaria tienen... y que pasa desapercibido.

Un desafío en el aula actual

Se prohíbe el celular, pero se siguen pidiendo ejercicios complejos.

La calculadora pierde protagonismo frente a las herramientas con IA.

Oportunidad: renovar su identidad para las necesidades de hoy.

03 · MOTIVO DE ELECCIÓN

Cómo comunica Casio hoy

Visual

- Logotipo CASIO en mayúsculas, azul.
- Calculadora gris o negra, sobria.
- Estética funcional: nada decorativo.

Tono

Serio | Exigente | Confiable | Técnico

Audiencia actual

Público principal: estudiantes de secundaria

Estudiantes de secundaria
La usan porque es obligatoria. Nativos digitales: viven con el celular y con IA.

Docentes
Deciden qué se acepta en un examen. Piden confiabilidad y honestidad académica.

04 · PROBLEMA Y OBJETIVO

El problema de comunicación

1

El desafío

- Es un útil obligatorio.
- Colores sobrios, asociada a exámenes.
- Con la IA pierde protagonismo.

2

La oportunidad

Ser la herramienta que ayuda a razonar sin resolver por vos: un reemplazo legítimo del celular en el aula.

3

Por qué revalorizar

- Casio tiene seriedad y confianza.
- Falta sumar deseo: que la elijan, no solo que la compren.

objetivo de revalorizar la marca

Devolverle a la calculadora científica Casio un lugar de valor real en la vida del estudiante: no como objeto obligatorio de la lista escolar, sino como una herramienta que ayuda a razonar, no que resuelve por vos.

Honestidad académica

Identidad visual deseable

Reemplazo real del celular en clase

05 · LA PROPUESTA

Casio Mind

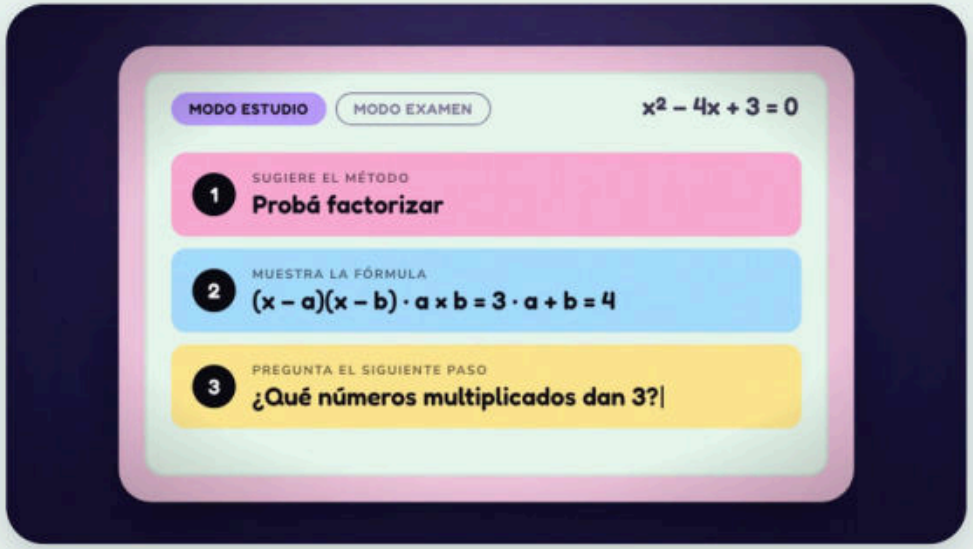
Un asistente que guía el razonamiento paso a paso.

Modo Estudio

IA activada en casa: sugiere el método, muestra la fórmula y pregunta el siguiente paso. Nunca entrega el resultado final.

Modo Examen

IA desactivada por completo: calculadora 100% funcional y confiable para que los docentes la acepten en cualquier prueba.



No te da el resultado: te guía.

06 · IDEA CREATIVA

“Pensá con ayuda”

Un problema difícil, una calculadora que no da la respuesta y una estudiante que la encuentra sola.

Tono	Cercano, joven y optimista
Estética	3D tipo Pixar, pastel, nocturna y cálida
Mensaje	No te da el resultado: te guía. Vos hacés la cuenta.



07 · DIRECCIÓN VISUAL

Estética

1. Romper con la estética tradicional de calculadora gris.
2. Combinar negro mate y azul noche con colores pastel.
3. Tipografías modernas e íconos redondeados.
4. Indicadores visuales que acompañan la interacción con la IA.
5. Un packaging con estética más tecnológica y atractiva.



07 · DIRECCIÓN VISUAL

Paleta y tipografía

Rosa	Celeste	Amarillo	Lila	Azul noche	Negro mate
#FFB3D1	#9FD8FF	#FFE28A	#B9A3FF	#1B1842	#0C0A12

Aa Fredoka
Títulos y teclas

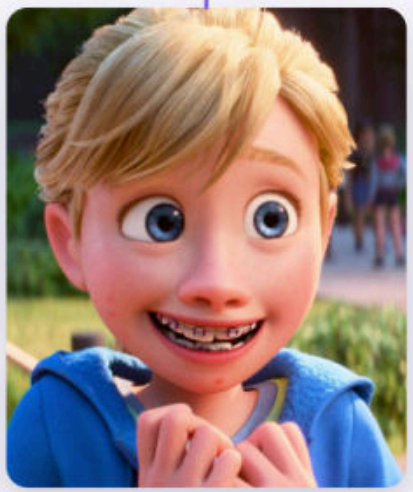
Aa Nunito Sans
Textos y datos

Aa Caveat
Acentos a mano

Moodboard

lo que me inspiró

EMOCIONES



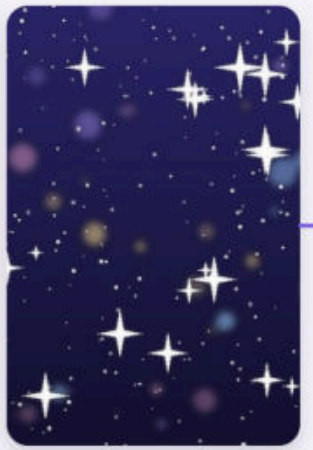
TIPOGRAFÍA

Aa

pensá con ayuda

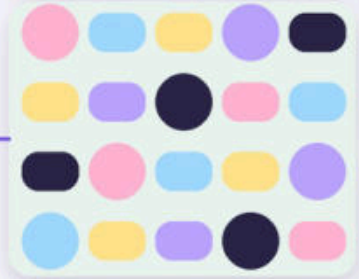
redondas y amables

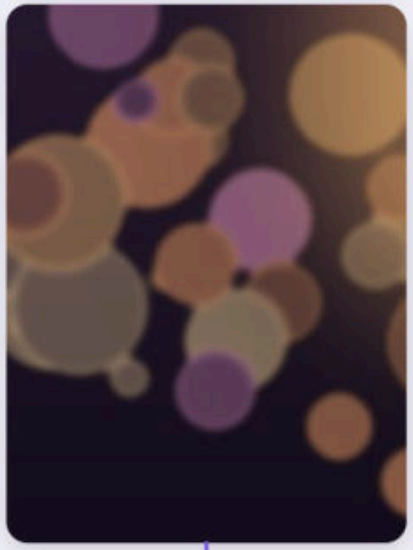




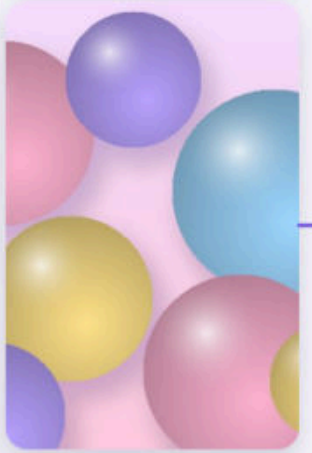
BRILLOS

FORMAS



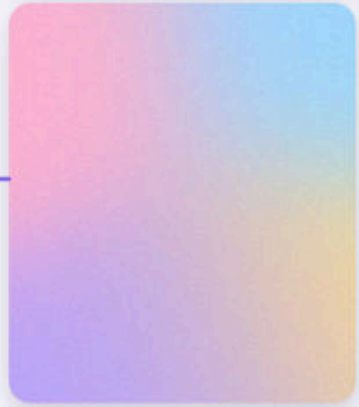






TRANSICIONES

TEXTURA



PALETA



AMBIENTE

PERSONAJES



08 · EL PERSONAJE- CHARACTER SHEET

Sofi

16 años · estudiante de secundaria

- Buzo lila y calculadora rosa: los colores de la marca.
- Estilo 3D tipo Pixar, cercano y expresivo.
- Pasa de la frustración a la confianza.
- Es cualquier estudiante que se traba con un ejercicio.

09 · STORYBOARDS

Storyboard inicial

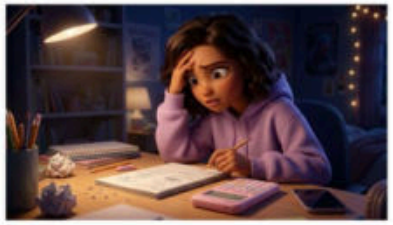
Primera versión del spot de 30 segundos en cinco escenas: el ejercicio difícil, la sugerencia de Casio Mind, el descubrimiento, el examen y el cierre con las tres calculadoras.



09 · STORYBOARDS

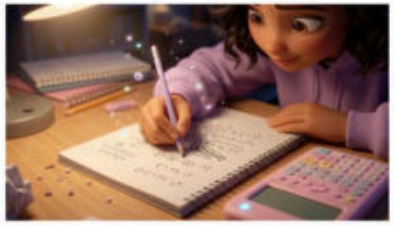
Fotogramas con IA

Escenas generadas con Google Flow a partir del personaje y las calculadoras: la base del spot, en cinco clips de 8 segundos.











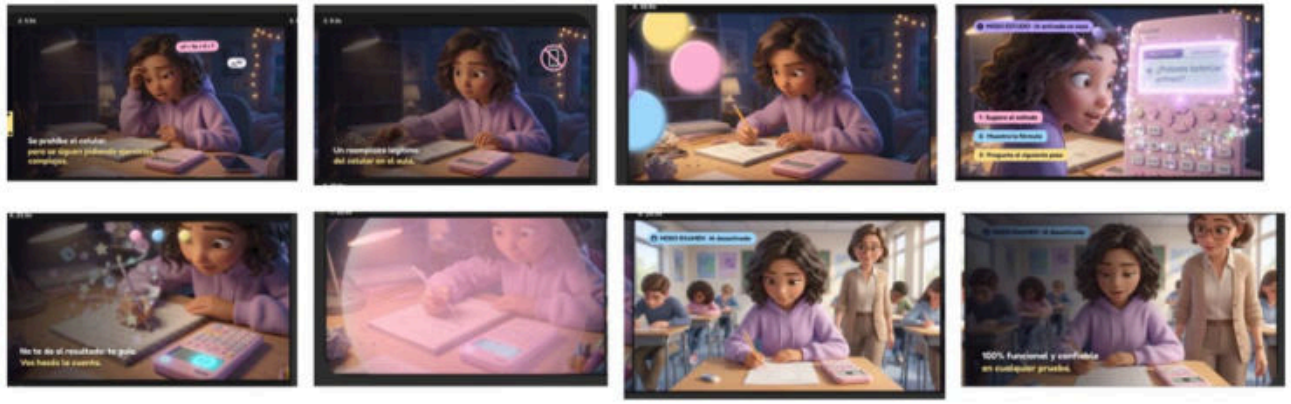




09 · STORYBOARDS

Storyboard con motion

Sobre la base de Flow se suman textos, íconos, esferas pastel y la interfaz de Casio Mind, animados con HyperFrames.



10 · PROCESO Y CORRECCIONES

De la base al video final

Base

5 clips con Google Flow

40 segundos, 8 por escena, a partir del personaje y las calculadoras.

Video 2

Motion graphics

Textos, íconos, esferas y la interfaz de Casio Mind con HyperFrames.

Video 3

Primera corrección

Más planos y zooms, más protagonismo a las funciones y final en el aula.

Video 4

Nuevos planos

Imágenes de Canva animadas como video y un grano que unifica todo.

Video 5

Corte final

Ritmo más lento, luz fija, transiciones con esferas y cierre en las tres calculadoras.

Herramientas: ChatGPT (imágenes) · Google Flow · Canva · HyperFrames · Premiere

11 · PROYECTO FINAL

El spot

Duración 56 segundos

Formato 16:9 · 1280 × 720

Técnica Animación 3D con IA y motion graphics

"La respuesta la encontrás vos."



Resultado final

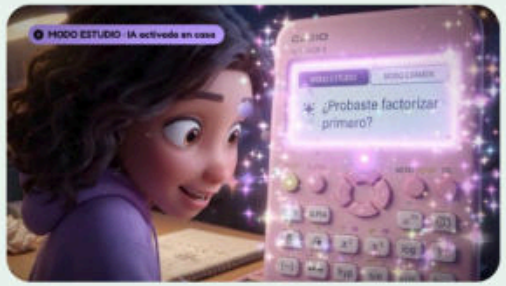
11 · FOTOGRAMAS DEL SPOT



0:06 · El problema



0:12 · La mirada



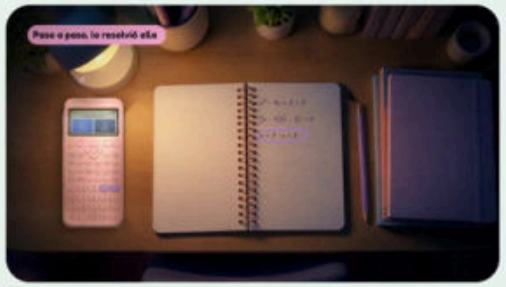
0:19 · Modo Estudio



0:26 · La interfaz



0:30 · Te guía



0:34 · Paso a paso



0:39 · Modo Examen



0:46 · Lo aprendió ella

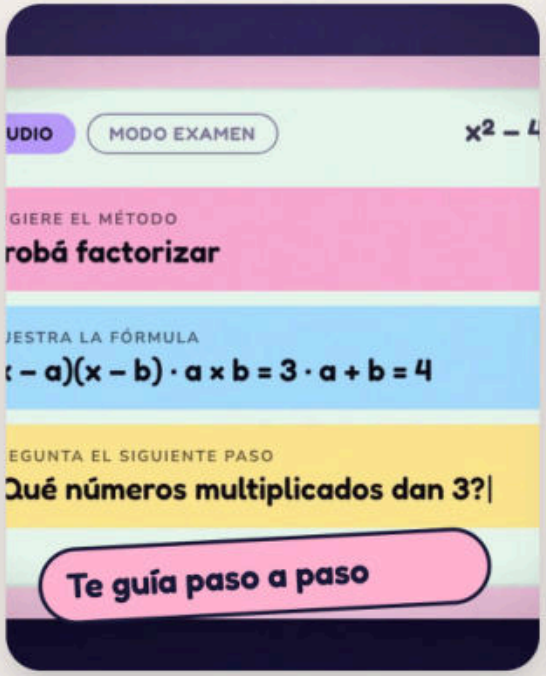

0:12 · La mirada que descubre
= 23

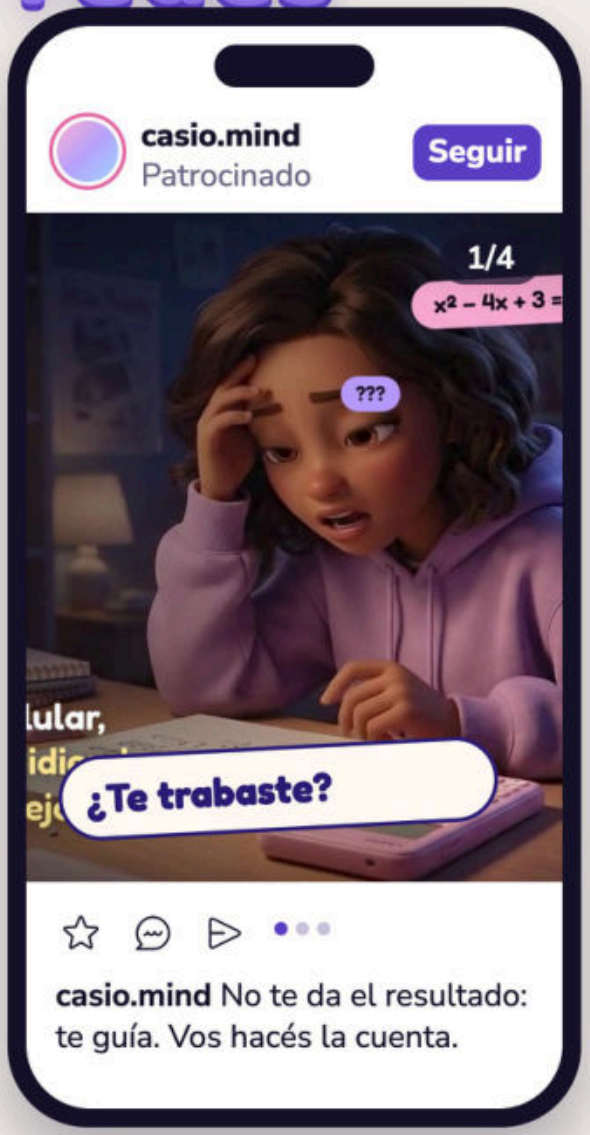

¿Probaste factorizar primero?
0:42 · Lo aprendió ella
= 24


EVALUACIÓN
(x - 2)(x - 3) = 0
x = 2 · x = 3
10
0:46 · Modo Examen, un 10
= 25

12 · Kit para redes

Usos para redes









Carrusel Instagram

Usos para redes

Historias Instagram







13 · Reflexión

Lo que aprendí

sobre mi proceso con Casio Mind



Entendí que revalorizar una marca no es cambiarle la cara, sino encontrar un problema real (el celular prohibido y la IA en el aula) y darle a Casio un lugar nuevo sin perder la seriedad que la hace confiable.

Exploré herramientas que nunca había usado juntas: generé imágenes y video con IA, armé a Sofi desde un character sheet, le sumé motion graphics y edité todo hasta que se sintiera como un solo corto.

Lo más difícil fue que no se notara que estaba hecho con distintas IA, y aprender de las correcciones: más planos, un ritmo más lento y un final que mostrara que Sofi realmente aprendió.

Me llevo un spot con identidad propia y una idea que me representa: igual que con Casio Mind.



Casio Mind

Pensá con ayuda.

La respuesta la encontrás vos.

¡Gracias!

Luz Zuberbuhler · M3 · 2026