

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

EDCOM

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

TEMA:

**“PROPUESTA DE UN INFORMATIVO TELEVISIVO DIRIGIDO A
AUTORIDADES, DOCENTES Y ESTUDIANTES DE ESPOL”**

AUTORES

**JOSÉ DAVID BALLADARES HOLGUÍN
ILIANA MISHEL CHÉRNEZ SOLÍS
SANTIAGO ANDRÉS LANDABURÚ TUFÍÑO**

DIRECTOR:

MSC. ALEX ESPINOZA CARDENAS

AÑO

2010

AGRADECIMIENTO

Cuando ingresé a ESPOL, no sabía el significado de una carrera universitaria. Hoy en día, a finales del 2009, cuando estoy a unos cuantos meses para obtener un título profesional, no me arrepiento ni un solo segundo de estos cuatro años de formación universitaria; que empezó como un intento por seguir una carrera sin mucho esfuerzo, y terminó siendo una de las mejores experiencias que me mostró las dificultades y adversidades que el camino conlleva.

Por todo lo antes mencionado, y por lo que me espere en un futuro, agradezco de antemano a DIOS por aguantarme todos los días; a mi familia... también por aguantarme, a mis compañeros que estuvieron en las buenas y malas, a los que me decepcionaron y a los que siempre me apoyaron, les quedo muy agradecidos por darme su confianza y su amistad.

José David Balladares Holguín

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por darme las fuerzas necesarias para la culminar con felicidad nuestro proyecto, a mi Familia por apoyarme siempre en mis estudios y nunca reprocharme todas las amanecidas que realicé durante mis 4 años en la Universidad, y finalmente a mis amigos, las alegrías compartidas con ellos son importante y también los hace parte de este logro en mi vida.

Iliana Mishel Chérnez Solís

AGRADECIMIENTO

Solo Dios sabe cuanto tiempo espere este momento, culminar mi carrera, parecía algo distante pero ahora es una realidad gracias a mi familia y amigos que confiaron en mí, y en especial a Dios.

Santiago Andrés Landaburú Tufiño

DEDICATORIA

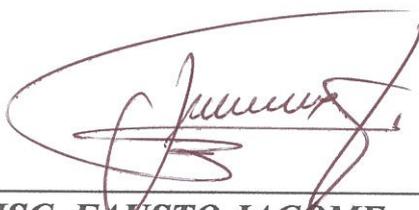
A DIOS, a nuestros padres, familiares, amigos, personas que en el transcurso de nuestro tiempo de estudios perecieron, pero que nos dieron su apoyo incondicional, consejos y demás acontecimientos, con un simple propósito... superarnos; y a todas aquellas personas que colaboraron con la realización de este proyecto.

José David Balladares Holguín
Iliana Mishel Chérnez Solís
Santiago Andrés Landaburú Tufiño

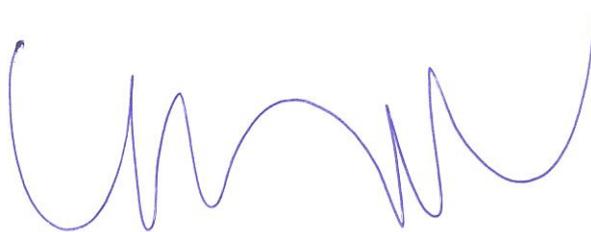
DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

**DIRECTOR DE TESIS
Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL**



MSC. FAUSTO JACOME
Delegado del Proyecto



MSC. ALEX ESPINOZA
Director del Proyecto

AUTORES



JOSE DAVID BALLADARES HOLGUÍN



ILIANA MISHEL CHÉRNEZ SOLÍS



SANTIAGO ANDRÉS LANDABURÚ TUFIÑO

RESUMEN

A medida que la **Escuela Superior Politécnica del Litoral - ESPOL** crece, también crecen sus ansias por descubrir e implementar nuevos modelos de investigación y desarrollo en las diferentes áreas de conocimientos que existen en esta entidad, con el fin de satisfacer necesidades a la sociedad o el de innovar en las áreas científicas, tratando de sobresalir de los demás centros de estudios superiores existentes en el Ecuador y del mundo. Entre las áreas de conocimiento con las que **ESPOL** cuenta, existen proyectos en proceso de gran importancia como por ejemplo: experimentando con biogenética y robótica, implementando la nanotecnología o manteniendo un cuidado intensivo en sus laboratorios para los próximos cultivos en sus invernaderos; en fin, son varias las actividades ejercidas en cada área, que en muchas ocasiones las entidades, relacionados con este centro educativo superior, desconocen.

El presente documento quiere basar su dialéctica en un problema que atañe a todo politécnico, la falta de información de proyectos, eventos y demás acontecimientos institucionales que ponen en lo alto el grado de docencia y alumnado en **ESPOL**.

Siendo más específicos, se tratará la falta de comunicación audiovisual dentro de la comunidad **ESPOL**, dejando pasar un sinnúmero de actividades institucionales de gran valor social y cultural, que concierne a todos los que conformamos parte de esta importante entidad.

Este proyecto tratará de indagar en cada una de las áreas de conocimiento con que cuenta **ESPOL**, destacando lo esencial de cada una.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1. INTRODUCCIÓN.....	2
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	2
1.2 GENERALIDADES	3
1.3 ANTECEDENTES	5
1.4 JUSTIFICACIÓN	6
1.5 OBJETIVOS DEL PROYECTO	7
1.4.1 Objetivo General.....	7
1.4.2 Objetivos Específicos	8

CAPÍTULO 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	10
2.1 PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN	10
2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
2.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	11
2.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	12
2.5 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO	12
2.6 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	13
2.7 DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	14
2.8 TABULACIÓN, RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS.....	17

CAPÍTULO 3. IMAGEN CORPORATIVA

3. IMAGEN CORPORATIVA.....	29
3.1 ELEMENTOS BÁSICOS.....	29
3.1.2 Logotipo.....	29
3.1.3 Trama modular.....	30
3.1.4 Área de reserva	31
3.1.5 Reducción máxima de trabajo.....	31
3.1.6 Tipografía.....	32
3.1.7 Colores corporativos	32
3.1.8 Acromatismo o escala de grises	34
3.1.9 Variaciones autorizadas	35
3.1.10 Variaciones no autorizadas	36
3.1.11 Uso de línea gráfica en otros soportes	40

CAPÍTULO 4. ESTUDIO TÉCNICO

4. ESTUDIO TÉCNICO.....	46
4.1 INGENIERÍA DE LA PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO	46
4.1.1 Resumen del estudio	46
4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO	47

CAPÍTULO 5. EQUIPO DE TRABAJO

5. EQUIPO DE TRABAJO.....	52
5.1 TRABAJADORES POR ÁREA.....	53
5.2 ORGANIGRAMA	56

CAPÍTULO 6. ESTUDIO FINANCIERO

6. ANÁLISIS DE INGRESOS Y EGRESOS.....	58
6.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN, COSTOS Y GASTOS	58
6.1.1 EGRESOS POR HONORARIOS PROFESIONALES.....	59
6.1.2 GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS	60
6.1.3 COSTOS DE EQUIPOS DE TRABAJO E INSUMOS	60
6.1.4 GASTOS VARIOS	61
6.1.5 COSTO FINAL DEL PROYECTO.....	61

CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	64
7.1 CONCLUSIONES	64
7.2 RECOMENDACIONES.....	65

ANEXOS.....	66
-------------	----

ÍNDICE DE ANEXOS

Figura A 1: Origen e importancia de la comunicación	68
Figura A 2: Facultad de artes y humanidades	69
Figura A 3: Tríptico de la carrera en Ingeniera en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales (Lado A).....	69
Figura A 4: Tríptico de la carrera en Ingeniera en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales (Lado B).....	70
Figura A 5: Informativo de la carrera en Ingeniería en Producción y Dirección en artes audiovisuales	71
Figura A 6: Informativo de la carrera en Ingeniería en Producción y Dirección en artes audiovisuales	72
Figura A 7: Informativo de la carrera en Ingeniería en Producción y Dirección en artes audiovisuales (interior)	73
Figura A 8: Informativo de la carrera en Ingeniería en Producción y Dirección en artes audiovisuales	74
Figura A 9: Informativo de las Carreras de la Universidad Casa Grande (portada).....	75
Figura A 10: Descripción de la carrera en Comunicación Audiovisual y Multimedia...	76
Figura A 11: Malla de la carrera Comunicación Audiovisual y Multimedia	77
Figura A 12: Informativo de las carreras en ITV	78
Figura A 13: Descripción de la carrera en producción de televisión	78
Figura A 14: Centros de investigación y desarrollo	79
Figura A 15: Tríptico del Centro de Investigación Científica y Tecnológica (CICYT) (Lado A)	80
Figura A 16: Tríptico del Centro de Investigación Científica y Tecnológica (CICYT) (Lado B)	81
Figura A 17: Información de los números de estudiantes y Docentes registrados en el semestre de Octubre – Febrero.....	82
Figura A 18: Fotografía de encuestas a estudiantes de ESPOL.....	83

Figura A 19: Fotografía de encuestas a estudiantes de ESPOL.....	83
Figura A 20: Fotografía de encuestas a estudiantes de ESPOL.....	84
Figura A 21: Fotografía de encuestas a estudiantes de ESPOL.....	84
Figura A 22: Fotografía de encuestas a estudiantes de ESPOL.....	85
Figura A 23: Fotografía de encuestas a docentes de ESPOL	85
Figura A 24: Fotografía de encuestas a docentes de ESPOL	86
Figura A 25: Fotografía de encuestas a docentes de ESPOL	86
Figura A 26: La evolución de los noticieros de TV.....	87
Figura A 27: iMac.....	88
Figura A 28: Cámara Sony HDR-fx1000	89
Figura A 29: Cable Fireware	89
Figura A 30: Cassette MiniDV	90
Figura A 31: Computador PC básico.....	90
Figura A 32: Proforma de Micrófonos (corbateros, booms y dinámicos).....	91
Figura A 33: Trípode semiprofesional.....	91
Figura A 34: Impresora Multifunción.....	92
Figura A 35: Disco Duro Externo.....	92
Figura A 36: Torre de DVD.....	93
Figura A 37: Carta realizada para la realización de grabaciones de proyectos y demás información en el Campus Gustavo Galindo.....	94
Figura A 38: Carta realizada para la realización de grabaciones de proyectos y demás información en el Campus Ancón	95
Colaboradores del Proyecto.....	95

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO 2

<i>Figura 2.1 Gráfico estadístico de resultados para pregunta 1.</i>	17
<i>Figura 2.2: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 2.</i>	18
<i>Figura 2.3: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 3.</i>	18
<i>Figura 2.4: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 4.</i>	19
<i>Figura 2.5: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 5.</i>	19
<i>Figura 2.6.1: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6.</i>	20
<i>Figura 2.6.2: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6</i>	21
<i>Figura 2.6.3: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6</i>	21
<i>Figura 2.6.4: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6</i>	22
<i>Figura 2.6.5: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6</i>	23
<i>Figura 2.6.6: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6</i>	23
<i>Figura 2.7: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 7.</i>	24
<i>Figura 2.8: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 8.</i>	25
<i>Figura 2.9: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 9.</i>	26
<i>Figura 2.10: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 10.</i>	26

CAPÍTULO 3

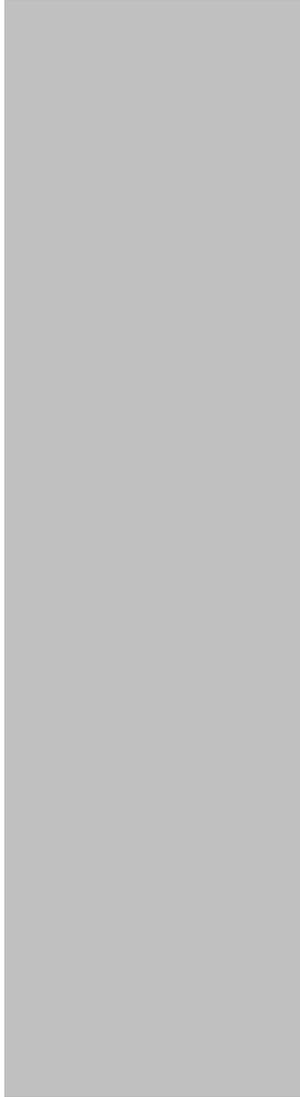
<i>Figura 3.1: Logotipo del informativo.</i>	30
<i>Figura 3.2: Trama modular del logotipo.</i>	31
<i>Figura 3.3: Área de reserva del logotipo</i>	31
<i>Figura 3.4: Reducción máxima del tamaño del logotipo.</i>	32
<i>Figura 3.5: Tipografía utilizada para el logotipo.</i>	32

<i>Figura 3.6: Colores corporativos del logotipo para medios impresos.</i>	33
<i>Figura 3.7: Colores corporativos del logotipo para medios audiovisuales.</i>	33
<i>Figura 3.8: Escala de niveles de acromatismo.</i>	34
<i>Figura 3.9: Logotipo en positivo.</i>	34
<i>Figura 3.10: Logotipo en negativo.</i>	35
<i>Figura 3.11: Logotipo color cyan.</i>	35
<i>Figura 3.12: Logotipo en blanco sobre fondos oscuros.</i>	36
<i>Figura 3.13: Logotipo con sombra.</i>	36
<i>Figura 3.14: Movimiento de las líneas del logotipo.</i>	37
<i>Figura 3.15: Condensación del logotipo.</i>	37
<i>Figura 3.16: Aplanación del logotipo.</i>	38
<i>Figura 3.17: Rotación del logotipo.</i>	38
<i>Figura 3.18: Perspectiva del logotipo.</i>	39
<i>Figura 3.19: Variación del volumen del logotipo.</i>	39
<i>Figura 3.20: Outline.</i>	39
<i>Figura 3.21: Soporte de tela (camisetas).</i>	40
<i>Figura 3.22: Llaveros.</i>	40
<i>Figura 3.23: Aplicación sobre carpetas (modelo 1).</i>	41
<i>Figura 3.24: Aplicación sobre carpetas (modelo 2).</i>	41
<i>Figura 3.25: Papelería (hoja membretada).</i>	42
<i>Figura 3.26: Protectores de pantalla.</i>	43
<i>Figura 3.27: Mobiliaria.</i>	44

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO 6

Tabla 6.1: <i>Tabla de egresos por honorarios profesionales</i>	59
Tabla 6.2: <i>Tabla de gastos en servicios básicos</i>	60
Tabla 6.3: <i>Tabla de costos de equipos audiovisuales e insumos</i>	60
Tabla 6.4: <i>Tabla de gastos varios (primer mes)</i>	61
Tabla 6.5: <i>Tabla de gastos varios (a partir del segundo mes)</i>	61
Tabla 6.6: <i>Tabla de Costo Final del proyecto (primer mes)</i>	61
Tabla 6.7: <i>Tabla de Costo Final del proyecto (a partir del segundo mes)</i>	62



CAPÍTULO 1 **DESCRIPCIÓN DEL** **PROYECTO**

1. INTRODUCCIÓN

Es conocido que dentro de las instituciones educativas de nivel superior, ocurren eventos de carácter social, cultural, educativo o de tipo comunitario, los mismos que en muchos casos son trascendentales para el prestigio de la misma, pero a pesar de lo anterior, muchas de estas instituciones no cuentan con una infraestructura necesaria para la elaboración de un informativo televisivo estudiantil, con acceso en circuito cerrado dentro de un campus, sumado a esto la potencial demanda de los estudiantes y docentes interesados en conocer lo que hace, sucede y se planea dentro del quehacer universitario.

“**NEWSPOL**” será un informativo televisivo estudiantil de frecuencia semanal, por medio del cual, tanto autoridades como docentes y estudiantes, podrán tener conocimiento de los proyectos a nivel de desarrollo, investigación y demás estudios que a beneficio de la sociedad y del país ha realizado y realiza **ESPOL**.

Es importante para los integrantes de cualquier Centro Educativo, y en este caso **ESPOL**, se informe y conozca acerca de los proyectos efectuados en la misma, lográndose de esta forma, que nuevos actores se motiven e integren proponiendo nuevos proyectos. Por eso el propósito fundamental de este informativo televisivo es el de comunicar a través de un medio audiovisual lo que sucede y hace esta institución.

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

“NEWSPOL”

**PROPUESTA DE PRODUCCIÓN DE UN INFORMATIVO TELEVISIVO
DIRIGIDO A AUTORIDADES, DOCENTES Y ESTUDIANTES DE ESPOL**

ESPOL a lo largo de sus 51 años, ha venido realizando diversas labores en los ámbitos de la ecología, ciencia, tecnología, investigación, cultural, social, benéfica, etc. en cooperación con autoridades, estudiantes y docentes de la Institución, los mismos han

permitido abrir nuevos horizontes para desarrollar nuevas y mejoradas técnicas en los áreas anteriormente mencionadas.

Con la realización de este informativo, la comunidad **ESPOL** tendrá la oportunidad de conocer e integrar su participación en los diferentes proyectos, para la ayuda de la sociedad. Además de eso, se considera importante tener informado a los estudiantes acerca de las actividades próximas dentro del centro educativo, como votaciones en las facultades correspondientes, términos de clases, registros en líneas, evaluación en el CENACAD, casas abiertas, pasantías, becas alimenticias, entre otros, etc.

Es así, que la diversidad de temas que se comunicarán en **“NEWSPOL”**, permitirá que los televidentes observen sin monotonía cada cápsula informativa. Es por eso, que gracias a las notas, reportajes o entrevistas a autoridades, atraerá con seguridad a quienes vaya dirigido este informativo.

Sin duda alguna la información proporcionada por los medios de comunicación, son claras y concisas; es decir, muestran situaciones actuales y tendencias de un País, una nación; generando en los tele-espectadores sensaciones, que suelen ser tergiversadas o mal interpretadas. El informativo televisivo estudiantil, es el recurso audiovisual utilizado para la expansión de los diferentes prospectos efectuados en **ESPOL**.

Este recurso, sin duda alguna, generará mayor cantidad de proyectos, además de ayudar a descubrir nuevos talentos dentro de las diversas áreas, y a la agrupación de las distintas carreras impartidas en **ESPOL**.

1.2 GENERALIDADES

“La necesidad de comunicarse nace junto con los primeros seres vivos del Universo, debido a esto nuestros ancestros comenzaron a utilizar gestos, sonidos, luego piedras, arcilla, metal, madera, señales de fuego, humo, tambores, papel, caballos (estos últimos viajan a unos 15Km. por hora), palomas mensajeras, hasta llegar a lo que hoy conocemos.

Comunicación significa: desarrollo, progreso. Igual que antes, en nuestros días, quien posee la mejor y más rápida comunicación tiene el poder.

Siempre hay que tener presente que para lograr una efectiva comunicación se necesita estar organizado (ideas definidas, metas).

Desde 1844 (cuando se inventó el telégrafo) en adelante, los saltos han sido muy rápidos frente a la lentitud observada anteriormente a través de los siglos. Eso no es más que un producto del desarrollo de la transmisión radioeléctrica.”¹

Actualmente en Guayaquil, existen 13 centros de Educación Superior, de las cuales, además de **ESPOL**, se tiene conocimiento que las Universidades:

- Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES).
- Universidad Santiago de Guayaquil (CATÓLICA).
- Universidad Mónica Herrera (CASA GRANDE).

Imparten carreras en el área de “Producción Audiovisual” destacando que la *UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL* cuenta con su propio canal de televisión, sin una transmisión interna de un informativo televisivo estudiantil.

Sin embargo la *UNIVERSIDAD CASA GRANDE* y la *UEES* cuentan con su propia mini infraestructura interna, totalmente equipada para la realización de cualquier tipo de material audiovisual, con el cual transmiten trabajos realizados por los estudiantes de dicha institución.

Institutos como el ITV y el IGAD ofrecen también la carrera de “Producción Audiovisual”, no obstante a diferencia de las otras Universidades, estos institutos se especializan en formar profesionales para radio y televisión.

¹Extracto obtenido según el sitio web <http://www.mitecnologico.com>

1.3 ANTECEDENTES

Durante los 51 años de trayectoria, **ESPOL** ha venido realizando proyectos de inigualables niveles estudiantiles del país, lo que ha permitido generar importante prestigio por su calidad de enseñanza.

ESPOL tiene alrededor de 15 centros de Investigación y Desarrollo ², los cuales realizan un sin números de proyectos. Actualmente la Revista **FOCUS**, es uno de los medios impresos con que cuenta la universidad, para comunicar de manera breve, este tipo de información.

FOCUS fue introducida en **ESPOL** en el 2006, con el propósito de difundir noticias sobre proyectos, eventos y demás acontecimientos que involucre a la misma. A pesar de ser un medio impreso-visual, **FOCUS** es leída por un buen número estudiantes de la institución, de manera mensual, y si el artículo publicado es de interés.

El propósito del informativo audiovisual estudiantil es dar paso a un método nuevo de comunicación dentro de la institución, generando mayor impacto visual en el televidente, y mostrando desde otra perspectiva el artículo seleccionado.

Esta es la razón que motivó a crear el proyecto **“PROPUESTA DE PRODUCCIÓN DE UN INFORMATIVO TELEVISIVO DIRIGIDO A AUTORIDADES, DOCENTES Y ESTUDIANTES DE ESPOL - NEWSPOL”**, la misma que difundirá cápsulas informativas entre 15 y 20 minutos de duración, de manera semanal.

² Según el sitio web de ESPOL <http://www.espol.edu.ec>

1.4 JUSTIFICACIÓN

En **ESPOL**, tanto los **DOCENTES** como los **ESTUDIANTES**, se interrelacionan en una asociación con miras a elaborar tanto proyectos de investigación como de desarrollo, todos estos, factibles para la mejora de la comunidad, y del país.

Es así que resulta importante conocer los centros de investigación y desarrollo con que cuenta **ESPOL**. Los mismos se encuentran en constante proceso e innovación de nuevas aplicaciones científicas y tecnológicas en las diferentes áreas del conocimiento. Además de permanecer en contacto con empresas del país.

Es así que, **CICYT** coordina investigaciones, **CTT** administra proyectos y promociona servicios en **ESPOL**, y la Unidad de Vínculos con la Colectividad, trata en lo posible de solucionar los problemas de la comunidad a través del voluntariado de este centro educativo.

*“Dentro de estas 3 grandes áreas que maneja **ESPOL** encontramos investigaciones como: energía, biotecnología, desarrollo sustentable, robótica, nanotecnología, etc. Las mismas desarrollan y benefician con proyectos para el servicio de la comunidad.*

- *Centro de Investigación Científica y Tecnológica (CICYT)*
*Es la unidad encargada de promover, coordinar y evaluar la investigación en **ESPOL**.*
El CICYT ha coordinado más de 250 proyectos de investigación en áreas de conocimiento como: energía, biotecnología, desarrollo sustentable, robótica, nanotecnología, mecánica, física, agropecuaria, economía, etc.³
- *Centro de Transferencia de Tecnología (CTT)*
*Es un centro creado por **ESPOL** para que sirva de nexo entre la universidad y las empresas e instituciones tanto públicas como privadas. Para dinamizar estos nexos, coordina con los diferentes Centros de Investigación.*

³ Palabras tomadas del Tríptico del CICYT

Por lo tanto, el CTT es el que facilita, gestiona y coordina las relaciones de ESPOL con el sector productivo en los ámbitos de Transferencia de Tecnología y Consultoría Empresarial.

- *Unidad de Vínculos con la Colectividad*

Esta unidad coordina el conocimiento de ESPOL para tratar de solucionar los problemas de la comunidad, de manera que tenga el menor costo posible para la gente que requiere de este conocimiento. Esto se logra con la ayuda del grupo de Voluntariado Universitario de ESPOL”⁴

Debido a la necesidad que existe de mantener informado a toda la institución, es importante comunicar a través de estas cápsulas informativas, los trabajos que realiza y ha realizado ESPOL, durante sus 51 años de existencia, a través de sus áreas de conocimiento.

1.5 OBJETIVOS DEL PROYECTO

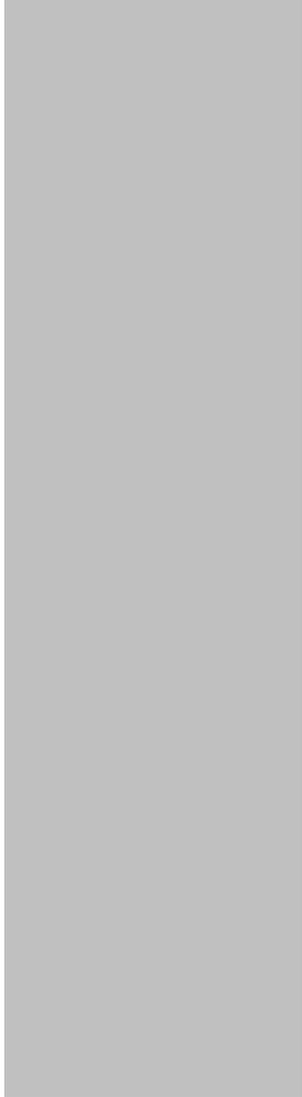
1.4.1 Objetivo General

- En ESPOL no existe por ahora un programa de similares características al que se ha propuesto, ya que lo el propósito de dicho informativo televisivo, es la de comunicar y difundir las diferentes labores que esta entidad académica, ha venido desarrollando durante todos estos años. Además, brindar información rápida y precisa tanto a los estudiantes como a los docentes.

⁴ Palabras tomadas de una entrevista realizada al Ing. Eduardo Cervantes <Director de Vínculos con la Colectividad>

1.4.2 Objetivos Específicos

- Informar a las personas relacionadas con **ESPOL** de acontecimientos como entrevistas a autoridades, docentes relacionados a las áreas de investigación y desarrollo, aspectos académicos, planificación académica, ente otros.
- Difundir los eventos que realicen las facultades o autoridades tales como culturales, graduaciones, parque de la ciencia, casa abierta, etc. Y esto va a depender de que tan a menudo se realicen estos eventos.
- Opinar acerca de temas de interés en que los maestros, estudiantes y autoridades expongan su punto de vista respecto al quehacer universitario de esta entidad.
- Facilitar el desarrollo de prácticas que ayudará a los conocimientos profesionales de los estudiantes activos de la Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual en la facultad **EDCOM**
- Fomentar la excelencia académica de los docentes y estudiantes.



CAPÍTULO 2 **INVESTIGACIÓN DE** **MERCADO**

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El objetivo principal del estudio de mercado es el de determinar la cantidad de personas que estarían dispuestas a invertir de 15 a 20 minutos de su tiempo para observar el informativo televisivo, detallando las novedades que tiene **ESPOL** dentro del ámbito estudiantil y profesional.

Para llevar a cabo la investigación de mercado se utilizará recursos generados por los mismos estudiantes, como por ejemplo la falta de información en las diversas actividades estudiantiles impartidas por los diversos centros de desarrollo e investigación de la institución.

2.1 PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN

Se definirá la investigación como el proceso que tratará de captar y analizar la información recopilada para comprender los problemas existentes, con la calidad de la comunicación impartida por **ESPOL** en relación a la gran cantidad de proyectos y tecnologías implementadas.

Para lo cual se aplicará la investigación a través de un proceso compuesto por las siguientes fases:

- **Delimitación de la Investigación**

Se establecerá claramente parámetros necesarios para la obtención de la información de manera clara y concisa.

- **Recolección de la información**

Realización de encuestas que permitirán obtener información específica.

- **Estudio y análisis de la información recopilada.**

Organizar y tabular los datos obtenidos de manera que proporcionen respuestas a las inquietudes planteadas.

- **Conclusiones.**

Una vez obtenida la información mediante la tabulación de los datos, se recopilará la información que dará como resultado, respuesta a los problemas planteados al inicio de la investigación de mercado.

2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

ESPOL cuenta con varios proyectos efectuados, muchos de ellos en desarrollo y otros por desarrollar, proyectos todos con un mismo propósito, el de mejorar el medio ambiente, la vida y el permitirnos un mejor futuro.

Tanto ingenio como corazón y destreza, son varias de las cualidades que los estudiantes y docentes logran reflejar en cada uno de los proyectos desarrollados y fomentados, dentro de este centro de educación superior.

Debido a la falta difusión de las actividades de investigación, conducidos en el área de desarrollo de proyectos, ya sean estos pasados, presentes o futuros, hemos decido implementar las cápsulas informativas semanales, para que tanto **AUTORIDADES**, **DOCENTES** como **ESTUDIANTES** y en general, se mantenga en una constante retroalimentación de dichas aspiraciones de la comunidad **ESPOL**.

Por todos estos proyectos pasados, en procesos y futuros es la decisión de implementar un informativo semanal a modo de noticiero, transmitido por el canal interno de **ESPOL**.

2.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El estudio de mercado indagará por los siguientes ámbitos:

Análisis del encuestado

- Sexo
- Edad
- Actividad

Análisis del mercado

- Indispensable
- Necesario
- Si la información de la Revista FOCUS cuenta con información eficaz para el público interno a **ESPOL**.
- Tiempo estimado de observación.

2.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR

- **SEXO**
Masculino y Femenino.
- **EDAD**
Desde 18 hasta 60 años.
- **ACTIVIDAD**
Estudiantes, Docentes, Directivos, Administrativos, todos ellos de **ESPOL**.

2.5 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

La población, es definida como el conjunto que engloba todas las mediciones de interés para un estudio de mercado. Mientras que la muestra es un subconjunto de unidades del total, que permite deducir la conducta de una nación en su totalidad.

Se ha considerado que para la realización del presente estudio de mercado, deberíamos centrarnos en **ESPOL**.

Para determinar el tamaño de la muestra a tomar, hemos hecho uso de la información proporcionada por el *Ing. Jorge Magallanes*.¹

Estudiantes, Docentes y Directivos/Administrativos Politécnicos	10.216
---	--------

2.6 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Dado que las encuestas se las van a realizar dentro de **ESPOL**, se ha optado por utilizar un tipo de muestreo por selección, dirigido a los sectores mas familiarizados con el tema, es decir, estudiantes y Docentes, Directivos y administrativos de **ESPOL**.

Estudiantes, Docentes y Directivos/Administrativos Politécnicos	10.216
---	--------

Para poder definir el total de encuestas a realizar, realizamos la siguiente fórmula de población finita:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

$$n = ?$$

$$N = 10216$$

$$p = 60\%$$

$$q = 40\%$$

$$Z = 95\%$$

$$e = 5 \%$$

Dando como resultado **n = 356** siendo este el número de encuestas a realizar.

¹ Docente y empleado administrativo del área de sistemas del C.S.I.

2.7 DISEÑO DE LA ENCUESTA

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ENCUESTA: "NEWSPOL"

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN

DE UN INFORMATIVO TELEVISIVO DIRIGIDO A AUTORIDADES, DOCENTES Y ESTUDIANTES DE ESPOL.

Joven estudiante/Señor docente: El ánimo de esta encuesta es únicamente conocer a través suyo, su valiosa e imparcial opinión sobre la implementación de un informativo audiovisual estudiantil en **ESPOL**, es muy importante para nosotros, por lo que rogaríamos que nos ayudara brindando toda la información para beneficiarle con este servicio.

Agradecemos de antemano la información proporcionada, la cual nos serán de mucha utilidad.

¿Sabía usted que además de la Revista **FOCUS** que emite **ESPOL**, Ud. puede mantenerse informado a través de un informativo audiovisual?

Encuesta autorizada por:

ESPOL – EDCOM _____

Realizada por:

David Balladares _____

Mishel Chérnez _____

Santiago Landaburú _____

Sección 1: Información General

Marque con una X su respuesta a las siguientes preguntas:

1) ¿Por qué medio de comunicación cree que se difunde mejor la información en ESPOL?

- Correo
- Revista Focus
- Página Web
- Carteleras
- Otras, especifique qué área:

2) En caso de abrir otro medio de comunicación, usted considera pertinente:

- Frecuencia Radial
- Informativo audiovisual estudiantil
- Otras, especifique qué área:

3) Ayudan los medios de comunicación dentro de ESPOL a difundir los acontecimientos mas destacados.

- SI NO

4) ¿Le gustaría que ESPOL contara con un informativo audiovisual estudiantil transmitido por un canal interno del mismo centro educativo?

- SI NO

5) En caso de existir un informativo audiovisual estudiantil, ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a invertir en observarlo?

- Entre 5 a 10 minutos.
- Entre 10 a 15 minutos.
- Entre 15 a 20 minutos.
- Entre 20 a 30 minutos

Sección 2: Acerca del Informativo audiovisual

Marque con una X su respuesta a las siguientes preguntas:

6) ¿Qué tipo de información les gustaría que fuera transmitida en el informativo audiovisual estudiantil?

Dar puntaje siendo 1 el menor y 7 el mayor

1 2 3 4 5

<input type="checkbox"/>				
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Proyectos internos de ESPOL.

<input type="checkbox"/>				
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Eventos : Ferias, Casas Abiertas, Actividades.

<input type="checkbox"/>				
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Reportajes ecológicos, culturales y de deportes.

<input type="checkbox"/>				
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Entrevistas.

<input type="checkbox"/>				
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Académicas.

7) ¿Quiénes serían los más calificados para coordinar el informativo estudiantil?

Alumnos

Profesores

Directivos

Todos

8) ¿Cada cuanto tiempo le gustaría que fuera transmitido el informativo?

Semanal

Mensual

Bimestral

9) ¿A qué rango de edad pertenece usted?

Entre 17 a 25 años

Entre 26 a 35 años

Entre 36 a 60 años

Prefiero no especificarlo

10) ¿Qué actividad desempeña usted?

Estudiante.

Directivos/ Administrativos.

Docentes.

Comentarios

Si desea opinar algo más acerca de la implementación de este proyecto, escríbalo a continuación:

2.8 TABULACIÓN, RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS



*Figura 2.1 Gráfico estadístico de resultados para pregunta 1.
Fuente: Elaborado por los autores.*

Correo	25,2%
Revista FOCUS	10,7%
Página Web	28,3%
Carteleras	23,0%
Otras	12,8%

El 28% de encuestados, decidió que el mejor medio con el que cuenta **ESPOL** para difundir su acontecimientos es Página Web, seguido del Correo con un 25%, dejando a las Carteleras en 3er lugar con un 23%, luego quedo Otras con un 13% y en último lugar la Revista **FOCUS** con el 11%.

2) En caso de abrir otro medio de comunicación, usted considera pertinente:

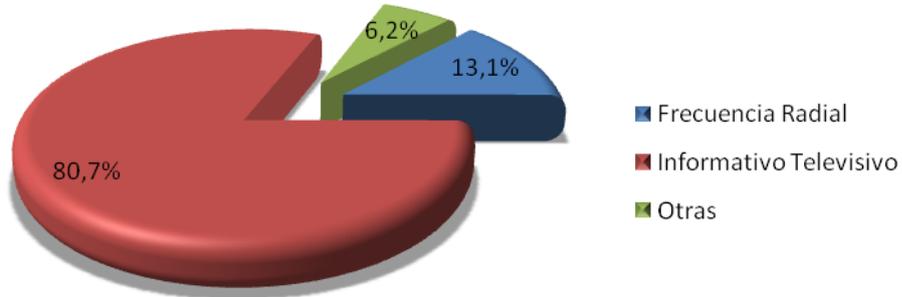


Figura 2.2: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 2.
Fuente: Elaborado por los autores.

Frecuencia Radial	13,1%
Informativo Televisivo	80,7%
Otras	6,2%

El 81% de encuestados decidió optar por un informativo televisivo, seguido de una frecuencia radial con el 13% y por último otros con el 6%.

3) Ayudarían los medios de comunicación dentro de ESPOL a difundir sus acontecimientos más destacados.

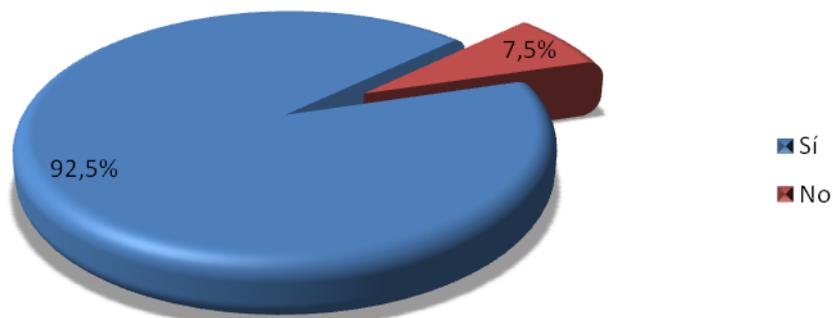


Figura 2.3: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 3.
Fuente: Elaborado por los autores.

Sí	92,5%
No	7,5%

El 92% está de acuerdo con que los medios de comunicación dentro de **ESPOL** ayudarían a difundir sus acontecimientos, el 8% no está de acuerdo.

4) ¿Gustaría usted que ESPOL contara con un informativo audiovisual estudiantil transmitido por un canal interno del mismo centro educativo?

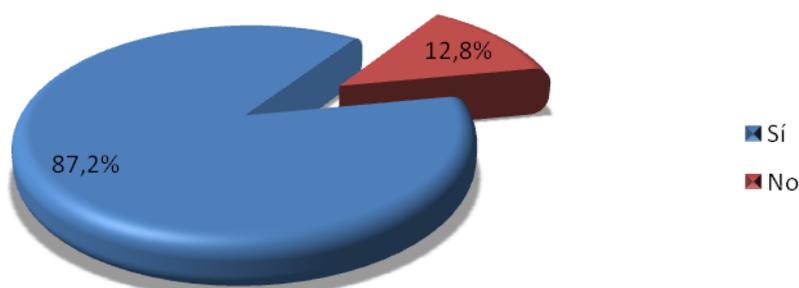


Figura 2.4: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 4.
Fuente: Elaborado por los autores.

Sí	87,2%
No	12,8%

El 87% está de acuerdo con un Informativo Televisivo dentro de **ESPOL**, el 13% esta en contra.

5) En caso de existir un informativo audiovisual estudiantil, ¿Cuánto tiempo estaría usted dispuesto a invertir en observarlo?

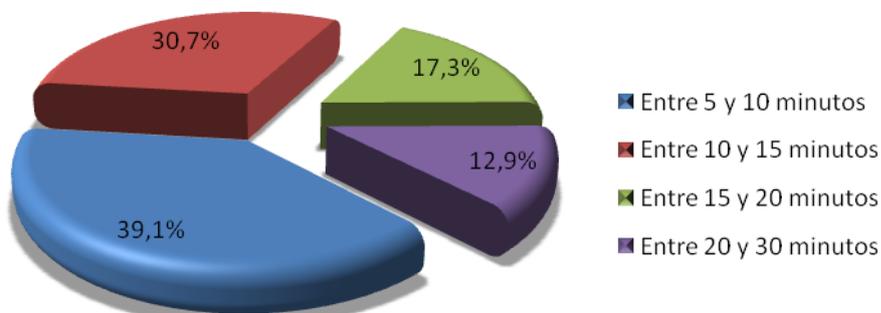


Figura 2.5: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 5.
Fuente: Elaborado por los autores.

Entre 5 y 10 minutos	39,1%
Entre 10 y 15 minutos	30,7%
Entre 15 y 20 minutos	17,3%
Entre 20 y 30 minutos	12,9%

Dentro de los 358 encuestados, el 39% optó entre 5 a 10 minutos, el 31% acepta de 10 a 15 minutos, el 17% está interesados de 15 a 20 minutos, y el 13% esta dentro de los 20 a 30 minutos.

6) ¿Qué tipo de información le gustaría a usted que fuera transmitido en el informativo audiovisual estudiantil?

Dar puntaje siendo 1 el menor y 5 el mayor



Figura 2.6.1: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6.
Fuente: Elaborado por los autores.

Proyecto internos de ESPOL	
1 (menor)	6,2%
2	8,9%
3	20,4%
4	22,9%
5 (mayor)	41,6%

Eventos: Ferias, casas abiertas, actividades

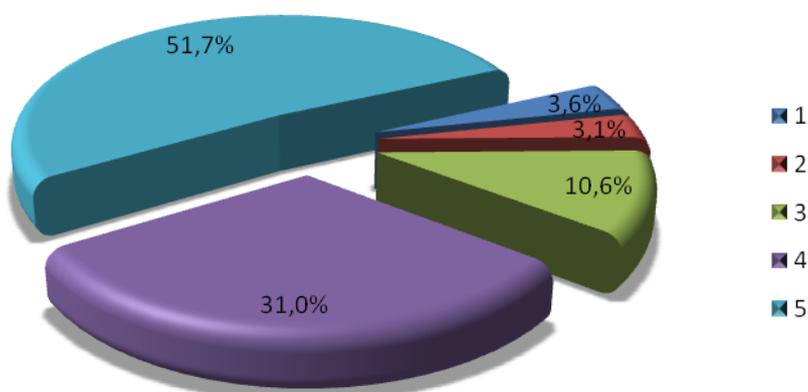


Figura 2.6.2: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6.

Fuente: Elaborado por los autores.

Eventos: Ferias, casas abiertas, actividades	
1 (menor)	3,6%
2	3,1%
3	10,6%
4	31,0%
5 (mayor)	51,7%

Reportajes ecológicos, culturales y deportes

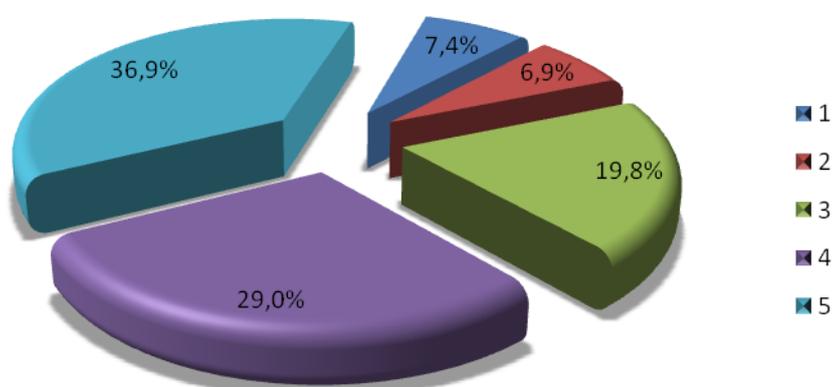


Figura 2.6.3: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6.

Fuente: Elaborado por los autores.

Reportajes ecológicos, culturales y deportes	
1 (menor)	7,4%
2	6,9%
3	19,8%
4	29,0%
5 (mayor)	36,9%



Figura 2.6.4: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6.
Fuente: Elaborado por los autores.

Entrevistas	
1 (menor)	15,4%
2	10,9%
3	32,1%
4	21,2%
5 (mayor)	20,4%

Becas, pasantías, intercambios

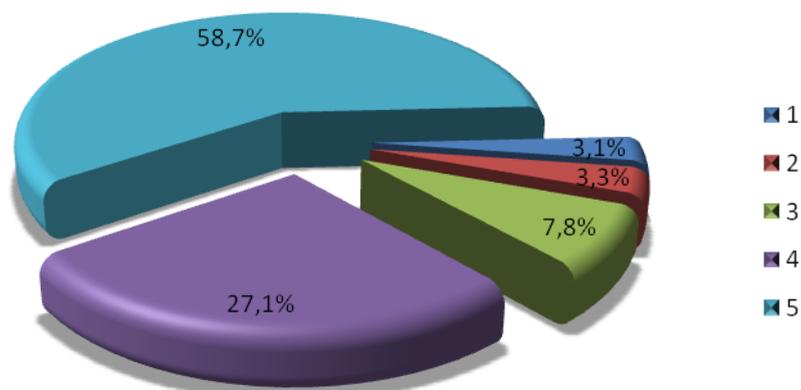


Figura 2.6.5: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6.
Fuente: Elaborado por los autores.

Becas, pasantías, intercambios	
1 (menor)	3,1%
2	3,3%
3	7,8%
4	27,1%
5 (mayor)	58,7%

Académicas(mallas curriculares, registros, clases)

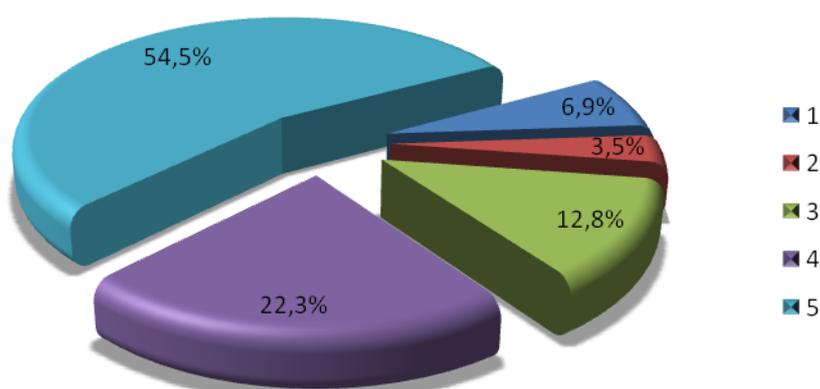


Figura 2.6.6: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 6.
Fuente: Elaborado por los autores.

Académicas(mallas curriculares, registros, clases)	
1(menor)	6,9%
2	3,5%
3	12,8%
4	22,3%
5(mayor)	54,5%

De los 358 encuestados, podemos constatar que tanto el área de proyectos, los eventos, los reportajes, las becas y todo lo referente al área académica, tienen una aceptación con el puntaje mayor 5.

En cuanto a las entrevistas, de los 358 encuestados, el 32% nos arroja un puntaje intermedio de 3, seguido por el 21% con un puntaje de 4, luego el 20% con un puntaje de 5, y el resto repartidos entre los puntajes 1 y 2.

7) ¿Quiénes serían los más calificados para coordinar el informativo estudiantil?

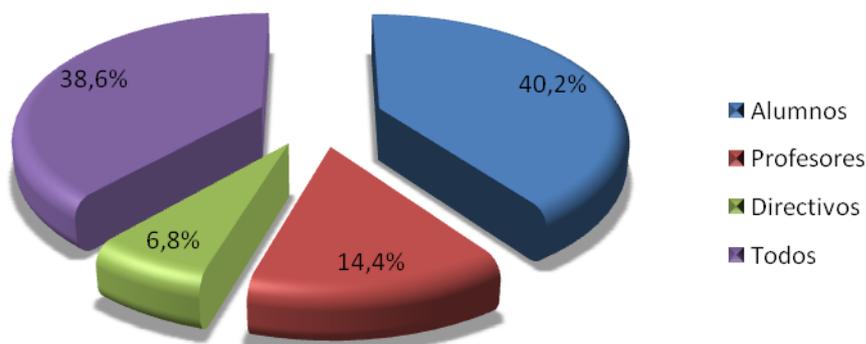


Figura 2.7: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 7.
Fuente: Elaborado por los autores.

Alumnos	40,2%
Profesores	14,4%
Directivos	6,8%
Todos	38,6%

De los 358 encuestados el 40% esta de acuerdo con que los estudiantes fueran los que dirigieran y coordinaran el informativo, seguido del 39% que decidió que fueran todos los que tengan repartos dentro del informativo televisivo.



Figura 2.8: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 8.
Fuente: Elaborado por los autores.

Semanalmente	74,9%
Mensualmente	20,9%
Bimestralmente	4,2%

El 75% de los encuestados decidió que sea transmitido semanalmente, seguido del 21% mensualmente dejando con el 4% a la transmisión bimestral.

9) ¿A qué rango de edad pertenece usted?

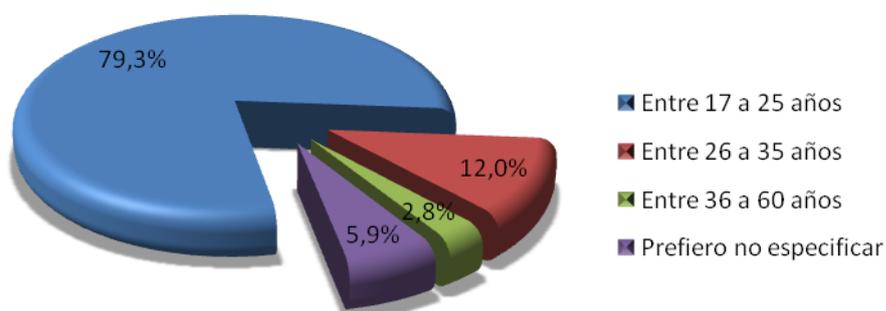


Figura 2.9: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 9.

Fuente: Elaborado por los autores.

Entre 17 a 25 años	79,3%
Entre 26 a 35 años	12,0%
Entre 36 a 60 años	2,8%
Prefiero no especificar	5,9%

De los 358 encuestados, el 79% está entre 17 a 25 años de edad, el 12% está entre 26 a 35 años de edad, el 3% entre 36 a 60 años, y el 6% prefirió no especificar.

10) ¿Qué actividad desempeña usted?

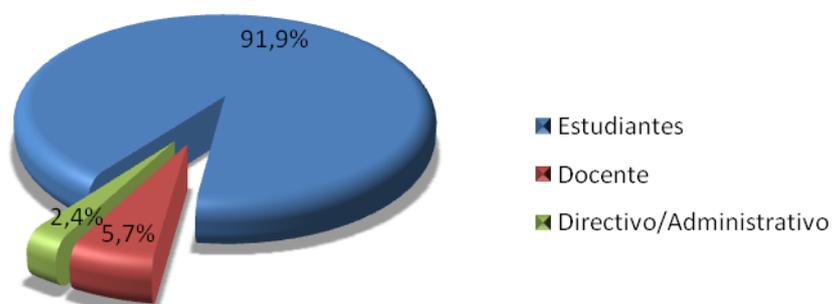


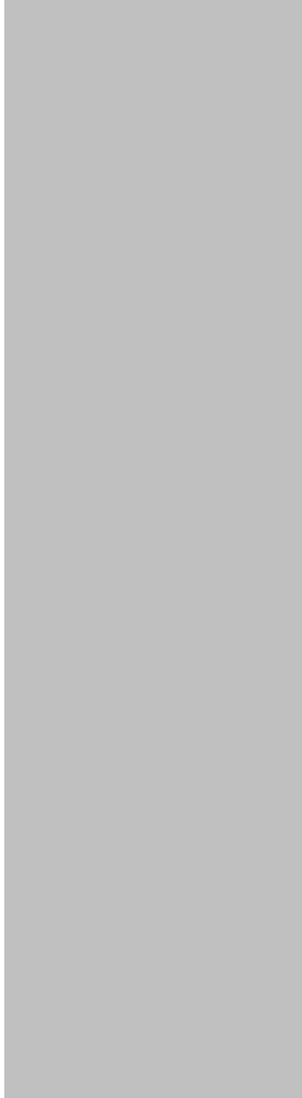
Figura 2.10: Gráfico estadístico de resultados para pregunta 10.

Fuente: Elaborado por los autores.

Estudiantes	91,9%
Docente	5,7%
Directivo/Administrativo	2,4%

De los 358 encuestados, el 92% fueron estudiantes, el 6% fueron a docentes, y el 2% a Directivos/Administrativos de **ESPOL**, dentro de los campus peñas, prosperina y ancón.

En resumen de los 358 encuestados, el 87% está de acuerdo con un informativo audiovisual transmitido dentro de **ESPOL**, en circuito cerrado; con noticias variadas en los ámbitos académicos, proyectos internos, entrevistas, becas y pasantías, administrado por estudiantes y profesores de las carreras competentes.



CAPÍTULO 3 **IMAGEN** **CORPORATIVA**

3. IMAGEN CORPORATIVA

3.1 ELEMENTOS BÁSICOS

3.1.2 Logotipo

Un logotipo es un grupo de letras, símbolos, abreviaturas, cifras, etc., fundidas en un solo bloque para facilitar una composición tipográfica; no es más que la firma de la compañía que se puede aplicar a toda clase de material impreso o visual.

El logo puede incorporarse, como un trabajo posterior de diseño, a la papelería, carteles y demás elementos que indiquen la presencia de la empresa o identifiquen sus locales comerciales. Por lo tanto, es importante tener en cuenta una amplia gama de posibles aplicaciones en las fases iniciales del logotipo, para asegurar una eficacia permanente en una variedad de medios informativos diferentes.

El diseño de un logo o una imagen empresarial deberá estar dictado por los requisitos del cliente y la investigación del diseñador. Un cliente puede tener preferencia por unos temas en particular, que serán influencias importantes en el diseño. No obstante, la prioridad debería siempre consistir en obtener la imagen comercial más apropiada, por muy distinta que resulte el concepto original. Es una cuestión de interpretar el punto de vista subjetivo del cliente y a la vez de sacar ventaja del material de investigación.

Para identificar a “**NEWSPOL**” hemos utilizado como logotipo el recurso tipográfico, con la finalidad de poder llegar de manera directa al tele-espectador, gracias a su fácil lectura.

Se realizó un reconocimiento de marca antes de empezar a elaborar el logotipo “**NEWSPOL**” con el fin de que el nombre escogido esté acorde a las necesidades del programa y sea entretenido para el televidente.

La tipografía que se utiliza, es *sans serif* cursiva, ésta demuestra la rapidez o velocidad de difundir una noticia a través de este informativo televisivo.

Su línea que hace de soporte a la frase *INFORMATIVO SEMANAL* en la parte superior indica y relaciona las noticias con **ESPOL** llegando de una forma directa y rápida a la tele-audiencia. Cuando se pensó en los colores que representarán a este informativo televisivo sin duda prevalecieron los mismos que posee la Institución con el fin de que lleven la misma colorimetría y así, el televidente la pueda asociar inmediatamente con la universidad, logrando de esta manera, tener un rápido posicionamiento de mercado.



Figura 3.1: Logotipo del informativo.

3.1.3 Trama modular

La trama modular consiste en colocar una cuadrícula o rejilla sobre el logotipo con el fin de asegurar la fidelidad en las proporciones y trazos de las letras cuando sea preciso reproducirlas a gran tamaño, como en fachadas, murales, letreros luminosos, etc. La exacta colocación del elemento (logotipo) y el determinar un tamaño de celda apropiado, son ajustes que el propio diseñador debe plantear. Cada módulo se lo denomina “x” y representa una parte proporcional de la imagen.



Figura 3.2: Trama modular del logotipo.

3.1.4 Área de reserva

El área de reserva es un espacio imaginario que rodea el logotipo o marca, y que protegerá la imagen de cualquier distracción visual. Este espacio no debe ser invadido por ningún elemento gráfico: textos, fotografías, dibujos, etc.

El área prevista para el espacio de reserva será proporcional al módulo “x” planteado anteriormente en la trama modular.



Figura 3.3: Área de reserva del logotipo

3.1.5 Reducción máxima de trabajo

La reducción del logotipo está limitada para no desvirtuar sus características de identidad. Sus proporciones no deben ser menores de 1 cm de alto por 3 cm.



Figura 3.4: Reducción máxima del tamaño del logotipo.

3.1.6 Tipografía

El propósito de la tipografía en el logotipo es adaptar un mensaje al público. Y lo que busca es ser funcional, comunicar y transmitir.

En esta ocasión, se ha escogido para el texto “NEWSPOL” la tipografía *Fibel Sued Bold Italic*.

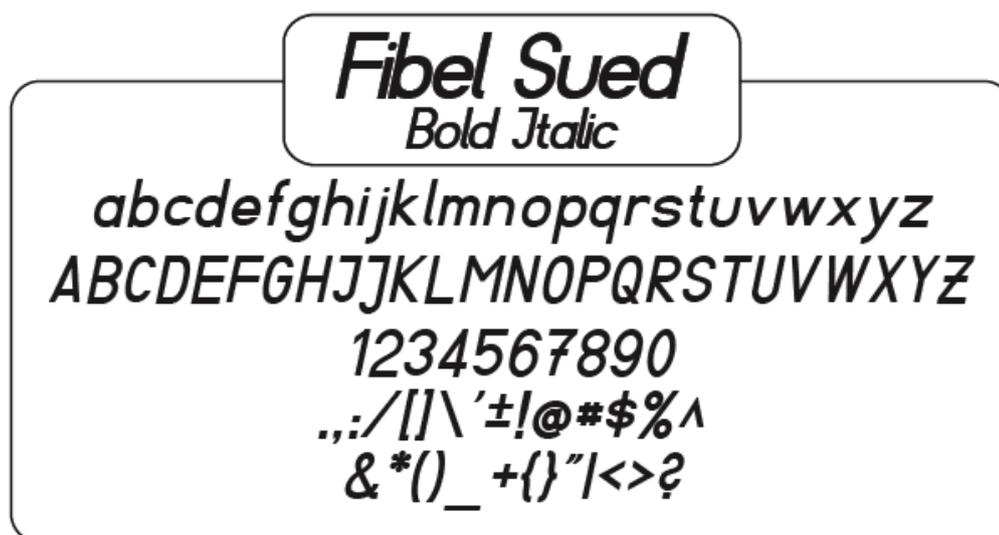


Figura 3.5: Tipografía utilizada para el logotipo.

3.1.7 Colores corporativos

Una parte esencial de toda identidad corporativa es la definición de sus colores corporativos. En esta etapa del desarrollo interviene los códigos cromáticos que han de ser asociados automáticamente a la imagen de “NEWSPOL” con su uso continuo. Por ello es fundamental que se reproduzca con fidelidad el Logotipo de la empresa, evitando

variaciones que puedan contribuir a la confusión y dispersión de la imagen del informativo televisivo estudiantil.

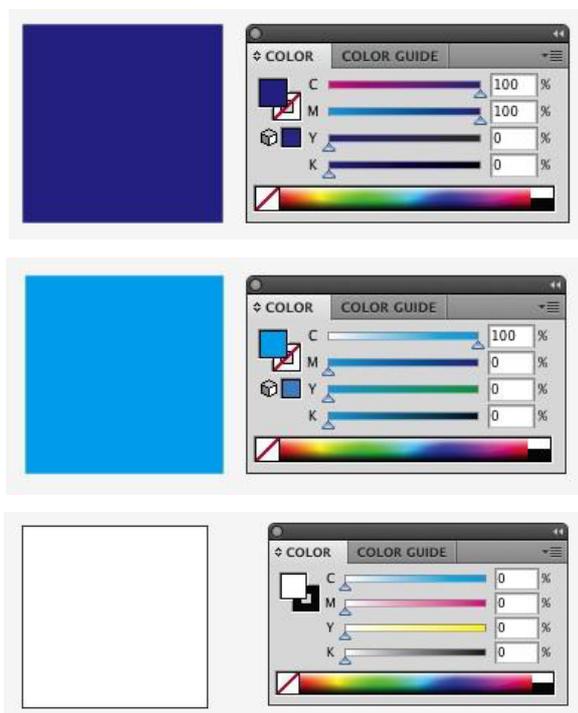


Figura 3.6: Colores corporativos del logotipo para medios impresos.

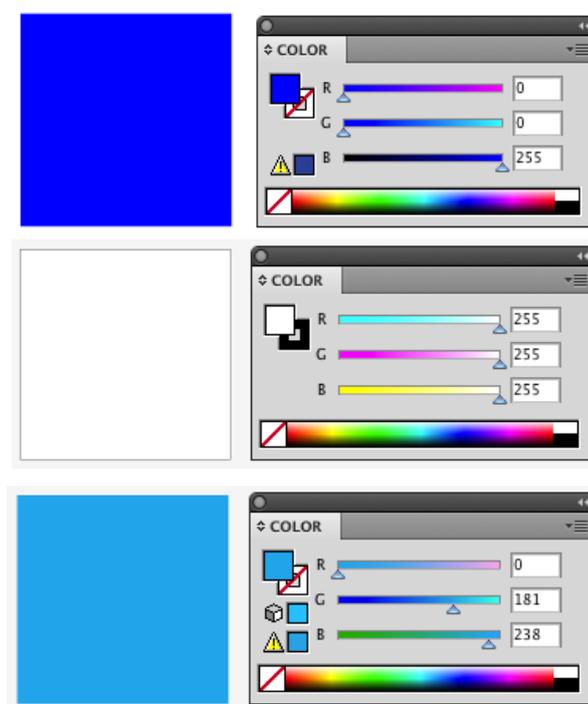


Figura 3.7: Colores corporativos del logotipo para medios audiovisuales.

3.1.8 Acromatismo o escala de grises

Cuando hacemos mención al término acromático estamos hablando de los niveles de grises que existen entre el blanco y el negro.

La escala está determinada con 9 niveles que comenzarán con el blanco y finalizarán en el negro. Los tres primeros niveles están considerados como la escala de más alto valor, los tres siguientes como la escala intermedia o de valor mediano y los tres últimos son los que pertenecen a la escala de menor valor.

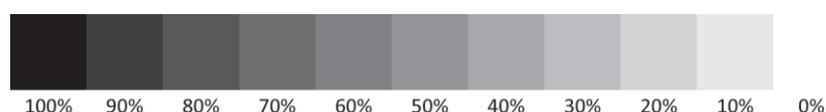


Figura 3.8: Escala de niveles de acromatismo.

Para poder realizar un diseño en escala acromática es necesario realizar una valoración del color utilizado en la escala cromática para poder seleccionar el nivel indicado en la escala grises.



Figura 3.9: Logotipo en positivo.



Figura 3.10: Logotipo en negativo.

3.1.9 Variaciones autorizadas

A continuación presentamos las diferentes variaciones que le podemos dar al logotipo de “NEWSPOL”.



Figura 3.11: Logotipo color cyan



Figura 3.12: Logotipo en blanco sobre fondos oscuros.

3.1.10 Variaciones no autorizadas

Las siguientes variaciones no deben de ser utilizadas en el logotipo de “NEWSPOL”.



Figura 3.13: Logotipo con sombra.



Figura 3.14: Movimiento de las líneas del logotipo.



Figura 3.15: Condensación del logotipo.



Figura 3.16: Expansión del logotipo.



Figura 3.17: Rotación del logotipo.



Figura 3.18: Perspectiva del logotipo



Figura 3.19: Variación del volumen del logotipo.



Figura 3.20: Outline.

3.1.11 Uso de línea gráfica en otros soportes



Figura 3.21: Soporte de tela (camisetas).



Figura 3.22: Llaveros.

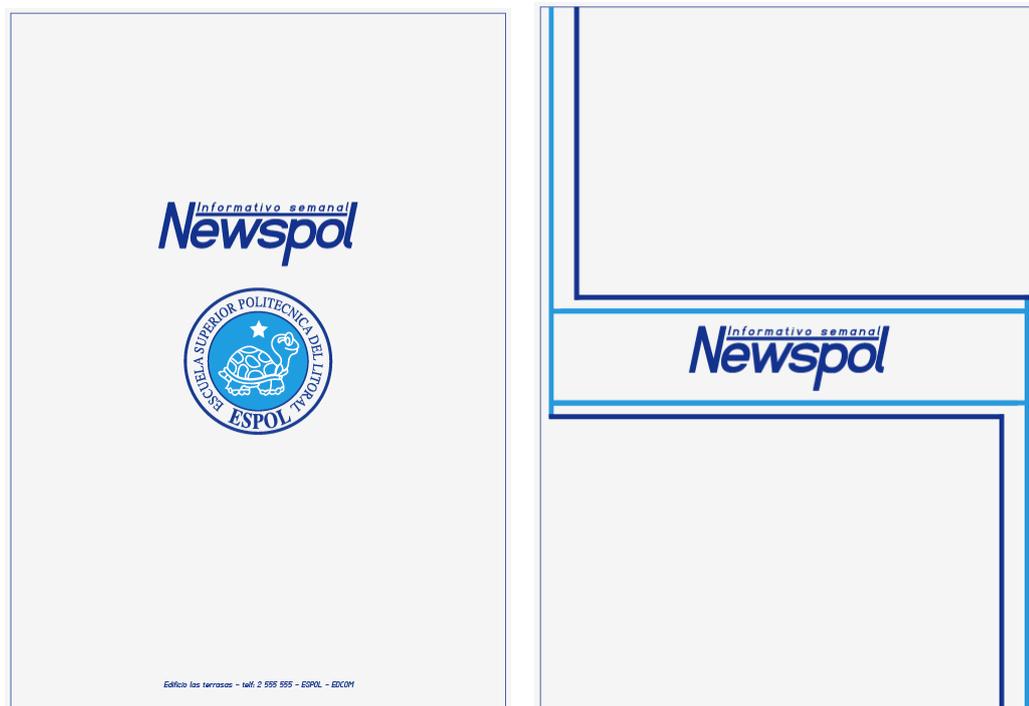


Figura 3.23: Aplicación sobre carpetas (modelo 1).



Figura 3.24: Aplicación sobre carpetas (modelo 2).

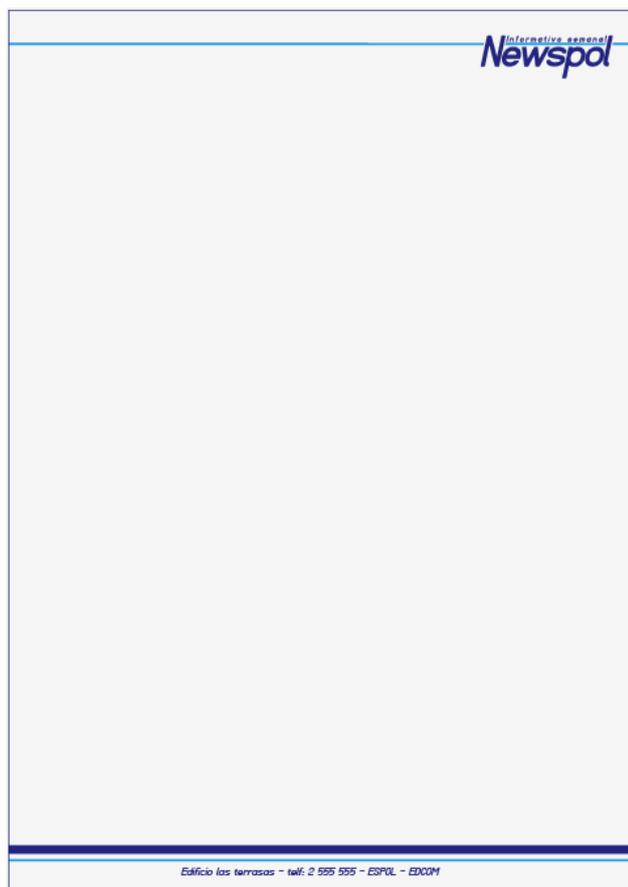


Figura 3.25: Papelería (hoja membretada).





Figura 3.26: Protectores de pantalla.



Figura 3.27: Mobiliaria.



CAPÍTULO 4 **ESTUDIO TÉCNICO**

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 INGENIERÍA DE LA PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO

4.1.1 Resumen del estudio

ESPOL ha mantenido realizando proyectos a lo largo de su funcionamiento en el país, hace ya 51 años, proyectos que benefician a la comunidad y medio ambiente, a través de empresas y voluntariado, a éste último se siguen sumando docentes y estudiantes dentro de este mismo centro educativo. Por esa misma razón, queremos comunicar a toda **ESPOL**, de la existencia de dichos proyectos, con el fin de mantener informado y lograr captar personal interesado para la participación en los diferentes eventos de ayuda social.

1. ¿A quién le vamos a hablar?

Nos dirigiremos a todos los que conforman **ESPOL** (Autoridades, Docentes, Estudiantes).

2. ¿Cuál es el propósito fundamental del informativo?

Que todos en **ESPOL** puedan mantenerse informados de los proyectos e investigaciones que se realizan internamente para el servicio de la comunidad.

3. ¿Qué recompensa prometemos?

Información de circunstancias reales, con fines culturales y de intereses personales.

4. ¿Por cuál medio de comunicación será difundida la información?

A través de una frecuencia interna en cada punto de los establecimientos.

Este informativo estudiantil será transmitido por **ESPOL TV**, a través de frecuencia interna dentro de cada facultad en los diferentes puntos de **ESPOL** (Prosperina, Peñas, Ancón).

En caso de no estar establecido aún el canal ESPOL TV, existirán medios alternos como:

- IPTV
- Circuito Cerrado

5. ¿Qué tono de la comunicación vamos a utilizar?

Animaciones y movimientos sueltos, con diseños y gráficas formales, con el propósito de llegar a toda la comunidad, comprendida en diversos rangos de edades.

6. ¿Cuándo y cómo nuestro grupo objetivo se encuentra más receptivo a la comunicación?

Será transmitido semanalmente en horarios fáciles de observar como hora de entrada, almuerzo y salida.

7. ¿Cuál es el *insight* clave dentro de nuestra estrategia?

El *insight* clave sería que este medio audiovisual será una forma muy rápida de conocer lo más destacado de **ESPOL**.

8. Consideraciones especiales

Se requerirá de una ardua labor por parte de los estudiantes y docentes, que quieran colaborar con la realización de este informativo.

9. ¿Cuáles son las localidades para la realización del informativo?

ESPOL cuenta con un espacio, el Aula Satelital CTI, este será transformado en un mini-estudio, ubicado en el Campus Gustavo Galindo (Prosperina) para la grabación en un estudio de la presentación de notas, las mismas dependerán en que parte de la Institución se encuentren, por ejemplo: alguna entrevista a autoridades, casas abiertas en facultades, desarrollo de proyectos importantes en centros de investigación, etc.

4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

Se define a partir de la cantidad de proyectos, ferias, casas abiertas, académicas, de intereses personales, que **ESPOL** se mantenga realizando.

Bajo esta premisa disponemos el tamaño de nuestro proyecto a la realización de los diversos pasos de producción de un informativo televisivo.

- Desarrollo de línea gráfica.
- Desarrollo de spots introductorios.
- Desarrollo de entrevistas y reportajes.
- Elaboración de escenografía
- Elaboración del programa.

Para lo cual contaremos con un proceso de 20 días laborables, para definir y equipar correctamente el área de producción.

La tecnología del proceso productivo

Al tratarse de un Informativo televisivo se requerirá implementarse durante su producción, la investigación previa (pre-producción), pasando al desarrollo creativo (producción) para culminar con el desarrollo visual (post-producción).

La disponibilidad de insumos y materia prima

Esperando contar con un espacio laboral el cual incluirá diversas áreas, las que están organizadas de la siguiente manera:

Área de pre-producción

Donde se investigará y redactará la información correspondiente a la semana.

Esta área contará con:

- Productor
- Redactor
- Asistente

Área de producción

Contará con una infraestructura dotada de un *ciclorama*¹, iluminación básica y equipos audiovisuales.

En esta fase de la producción, se llevara a cabo la realización de lo planificado en la pre-producción.

Esta área contará con:

- Jefe de Producción.
- Técnico Audiovisual.
- Conductor(a).
- Reportero(a).
- Camarógrafo.

Para la realización de reportajes y notas, el equipo técnico encargado de la elaboración será:

- Reportero.
- Camarógrafo.

Área de post-producción

Contará con máquinas especializadas para la realización del programa, además de disponer con los servicios básicos.

En esta fase de la producción, se llevara a cabo la digitalización de todo el material audiovisual obtenido en la fase de producción.

Esta área contará con:

- Editor
- Jefe de producción

Equipo técnico

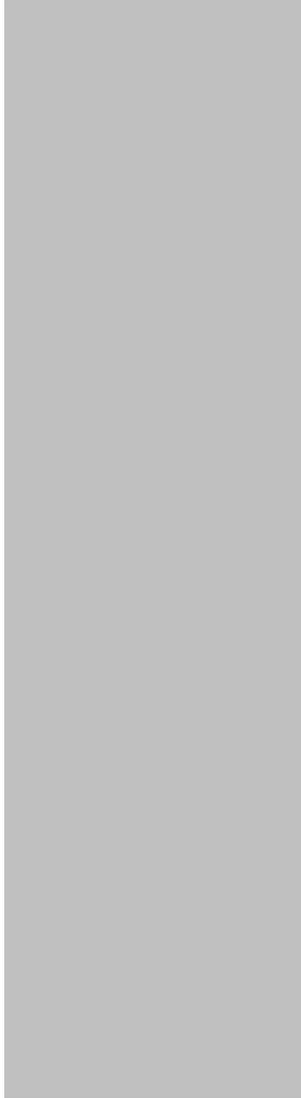
- Para el área de **pre-producción** se recomienda como mínimo:
 - Un computador de última generación (preferiblemente IMAC G5)
 - Internet de alta velocidad
 - Impresora a colores
 - CD y DVD varios
 - Cassettes MiniDV.

¹ Ciclorama: Superficie cóncava situada al fondo del escenario (Sin fin).

- Resmas de papel tamaño A4 e insumos de oficina varios (lápices, plumas, estiletes, etc.)

- Para el área de **producción** se recomienda como mínimo:
 - Una Chevrolet Luv D-Max.
 - Un ciclorama
 - 2 Kits básico de iluminación
 - Dos corbateros
 - Dos micrófonos dinámicos
 - Un Boom
 - Tres cámaras MiniDV con entrada de audio y puerto fireware.
 - Tres trípodes
 - Cables y Adaptadores.

- Para el área de **post-producción** se recomienda como mínimo:
 - Tres IMAC G5 de última generación (preferentemente)
 - Dos discos externos de 1 Tb
 - CD y DVD varios



CAPÍTULO 5 **EQUIPO DE TRABAJO**

5. EQUIPO DE TRABAJO

“En esta época de grandes avances tecnológicos, en los que un acontecimiento es divulgado a los pocos segundos al mundo entero, cuando lo que pasa en un extremo de la Tierra se sabe inmediatamente en el otro, es casi imposible imaginar cómo se podían transmitir las noticias hace medio siglo, sin los recursos de ahora.”¹

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto.

Es así que “**NEWSPOL**” tendrá como función principal informar y detallar actividades realizadas en los Centros y Unidades dentro de **ESPOL**. Para ello se considera importante elaborar investigaciones según corresponda en cada área de conocimiento.

Por esa razón, uno de los puntos importantes en una organización laboral es administrar correctamente el desempeño y cargo del personal, sólo así constituyendo adecuadamente una base sólida en el informativo podrá obtener resultados positivos.

“**NEWSPOL**” desempeñará un sistema de actividades conscientemente coordinadas, para la elaboración semanal del informativo, cuya cooperación por parte del personal es esencial para la existencia del mismo.

Todo en función de un mismo objetivo, informar con noticias destacadas y de interés para autoridades, docentes y estudiantes de **ESPOL**.

¹ Extracto según el sitio web <http://www.elespectador.com>

5.1 TRABAJADORES POR ÁREA

Debido a que **ESPOL** no cuenta con una infraestructura interna con la cual se pueda realizar el informativo, se estima necesaria la adquisición de lo que a continuación se detalla:

• DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

1. Cargo

Productor

Perfil

- Coordinar el equipo de producción y el staff técnico.
- Asegurar los recursos necesarios para la producción se presenten en el tiempo, forma, y calidad requerido.
- Gestionar permisos de grabación o arrendamiento de los inmuebles seleccionados en el *scouting*.

Requisito

Licenciado en Producción Audiovisual / Estudiante activo de la Lic. en Diseño y Producción Audiovisual. Experiencia: 1 año.

2. Cargo

Asistente de producción / redactor

Perfil

- Ejecuta todos los trámites con las áreas involucradas en la producción del Informativo.
- Prevé y verifica las actividades programadas según el plan de producción.
- Facilita las actividades de coordinación durante la grabación del programa.

Requisito

Licenciado en Producción Audiovisual / Estudiante activo de la Lic. en Diseño y Producción Audiovisual. Experiencia: 1 año.

3. Cargo

Reportero

Perfil

- Dominio de la realización y el montaje, en la eficacia del trabajo final.
- Ritmo movimientos, contenido artístico y periodístico.

Requisito

Licenciado en Comunicación Visual/ Estudiante activo de la Lic. en Diseño y Producción Audiovisual. Experiencia: 1 año.

4. Cargo

Conductor

Perfil

- Credibilidad
- Honestidad, profesionalidad, experiencia, imparcialidad,
- Buena voz, buena imagen, claridad, autoridad, confianza, personalidad, entusiasmo y tranquilidad.

Requisito

Licenciado en Comunicación Visual / Estudiante activo de la Lic. en Diseño y Producción Audiovisual. Experiencia: 1 año.

• DEPARTAMENTO DE OPERACIONES

1. Cargo

Camarógrafos de estudio / campo

Perfil

- Realiza la locación del lugar donde se va a realizar la actividad de video.
- Opera cámaras de televisión o filmación para la grabación de eventos.
- Instala y prueba los equipos de grabación y materiales involucrados en la actividad.
- Determina los movimientos de cámara, conjuntamente con el director y productor.

Requisito

Tecnólogo en Producción Audiovisual/ Estudiante activo de la Lic. en Diseño y Producción Audiovisual. Experiencia: 1 año.

2. Cargo

Técnico audiovisual

Perfil

- Responsable de coordinar todos los aspectos técnicos del programa.

Requisitos

Técnico Audiovisual/Estudio Superior. Experiencia: 1 año.

3. Cargo

Editor

Perfil

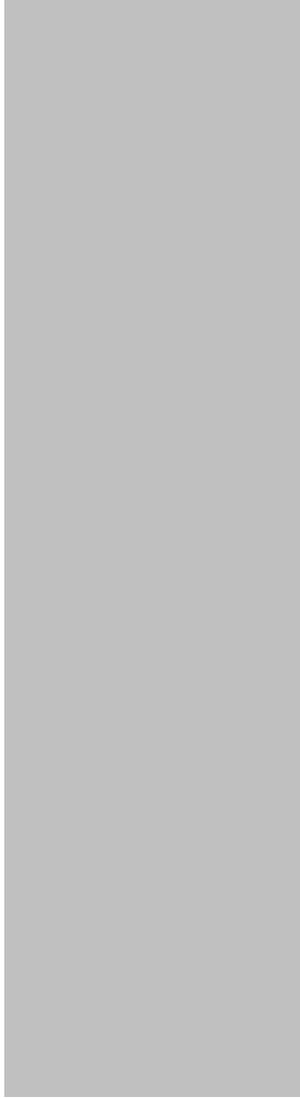
- Encargado de realizar el pietaje, la digitalización de los cassettes y la edición final del informativo semanal.

Requisitos

Licenciado ó Tecnólogo en Producción Audiovisual/ Estudiante activo de la Lic. en Diseño y Producción Audiovisual. Experiencia: 1 año.

5.2 ORGANIGRAMA





CAPÍTULO 6 **ESTUDIO FINANCIERO**

6. ANÁLISIS DE INGRESOS Y EGRESOS

6.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN, COSTOS Y GASTOS

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, elaborar los cuadros analíticos y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

En este capítulo se demostrará lo importante que es este proyecto, respondiendo a la pregunta ¿La idea es rentable?

Inversión

Para detallar el valor de la inversión, necesitamos detallar los recursos necesarios para la realización de este proyecto. Se podrá contar con la ayuda de la Institución, al facilitar equipos audiovisuales existentes en el **CISE**, **CTI** o **EDCOM**, como por ejemplo:

- iMacs
- Video-cámaras
- Trípodes
- Luces
- Cables
- Micrófonos

Y demás equipos audiovisuales necesarios para la elaboración del informativo audiovisual.

Producción

Aquí detallaremos todos los equipos audiovisuales. Este es el punto donde detallaremos más claro los equipos que se deben adquirir.

Gastos

Detallaremos los sueldos de los distintos trabajadores que están vinculados con la realización del proyecto (productor, camarógrafos, tramoyistas, editor, etc.), además de los servicios básicos.

6.1.1 EGRESOS POR HONORARIOS PROFESIONALES

<i>Egresos por honorarios profesionales</i>			
<i>Cargo</i>	<i>Cant.</i>	<i>Sueldo por emisión</i>	<i>Total</i>
<i>Productor(a)/Director(a)</i>	<i>1</i>	<i>\$ 150,00</i>	<i>\$ 600,00</i>
<i>Asistente</i>	<i>1</i>	<i>\$ 90,00</i>	<i>\$ 360,00</i>
<i>Jefe de Producción</i>	<i>1</i>	<i>\$ 112,50</i>	<i>\$ 450,00</i>
<i>Redactor</i>	<i>1</i>	<i>\$ 75,00</i>	<i>\$ 300,00</i>
<i>Téc. Audiovisual</i>	<i>1</i>	<i>\$ 75,00</i>	<i>\$ 300,00</i>
<i>Conductor(a)</i>	<i>1</i>	<i>\$ 75,00</i>	<i>\$ 300,00</i>
<i>Reportero(a)</i>	<i>1</i>	<i>\$ 62,50</i>	<i>\$ 250,00</i>
<i>Camarógrafo</i>	<i>1</i>	<i>\$ 62,50</i>	<i>\$ 250,00</i>
<i>Editor</i>	<i>1</i>	<i>\$ 82,50</i>	<i>\$ 330,00</i>
<i>Total</i>		<i>\$ 785,00</i>	<i>\$ 3.140,00</i>

Tabla 11.1: *Tabla de egresos por honorarios profesionales*
Fuente: *Elaborado por los autores*

6.1.2 GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS

<i>Servicios Básicos(valor mensual)</i>	
<i>Detalle</i>	<i>Total</i>
<i>Luz</i>	<i>\$ 120,00</i>
<i>Agua</i>	<i>\$ 20,00</i>
<i>Teléfono</i>	<i>\$ 30,00</i>
<i>Internet</i>	<i>\$ 45,00</i>
<i>Total</i>	<i>\$ 215,00</i>

Tabla 12.2: *Tabla de gastos en servicios básicos*
Fuente: *Elaborado por los autores*

6.1.3 COSTOS DE EQUIPOS DE TRABAJO E INSUMOS

<i>Costos de equipos audiovisuales e insumos</i>			
<i>Detalle</i>	<i>Cant.</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Total</i>
<i>Cámara Sony HDR-fx1000</i>	<i>3</i>	<i>\$ 3.900,00</i>	<i>\$ 11.700,00</i>
<i>Cable Fireware</i>	<i>3</i>	<i>\$ 10,00</i>	<i>\$ 30,00</i>
<i>Computador alta generación (preferible Imac G5)</i>	<i>1</i>	<i>\$ 2.400,00</i>	<i>\$ 2.400,00</i>
<i>Cassette</i>	<i>30</i>	<i>\$ 2,50</i>	<i>\$ 75,00</i>
<i>PC con funciones básicas</i>	<i>2</i>	<i>\$ 389,00</i>	<i>\$ 798,00</i>
<i>Panel para escenografía</i>	<i>1</i>	<i>\$ 150,00</i>	<i>\$ 150,00</i>
<i>Iluminación</i>	<i>2</i>	<i>\$ 600,00</i>	<i>\$ 1.200,00</i>
<i>Corbatero</i>	<i>2</i>	<i>\$ 76,00</i>	<i>\$ 152,00</i>
<i>Micrófono</i>	<i>2</i>	<i>\$ 35,00</i>	<i>\$ 70,00</i>
<i>Boom BERINGER C-E</i>	<i>1</i>	<i>\$ 105,00</i>	<i>\$ 105,00</i>
<i>Trípode semiprofesional</i>	<i>3</i>	<i>\$ 124,00</i>	<i>\$ 372,00</i>
<i>Total</i>		<i>\$ 7.791,50</i>	<i>\$ 17.032,00</i>

Tabla 13.3: *Tabla de costos de equipos audiovisuales e insumos*
Fuente: *Elaborado por los autores*

6.1.4 GASTOS VARIOS

<i>Gastos varios (primer mes)</i>			
<i>Detalle</i>	<i>Cant.</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Total</i>
<i>Impresora*</i>	<i>1</i>	<i>\$ 83,00</i>	<i>\$ 83,00</i>
<i>DVD (torres)</i>	<i>5</i>	<i>\$ 15,00</i>	<i>\$ 75,00</i>
<i>Camioneta doble cabina*</i>	<i>1</i>	<i>\$ 19.000,00</i>	<i>\$ 19.000,00</i>
<i>Disco Duro Externo*</i>	<i>2</i>	<i>\$ 150,00</i>	<i>\$ 300,00</i>
<i>Útiles de Oficina (resmas A4, plumas, clips, etc.)</i>	<i>-</i>	<i>\$ 30,00</i>	<i>\$ 30,00</i>
<i>Total</i>		<i>\$ 19.278,00</i>	<i>\$ 19.488,00</i>

Tabla 14.4: *Tabla de gastos varios (primer mes).*

Fuente: *Elaborado por los autores*

(*) *Estos gastos se realizarán únicamente en el primer mes*

<i>Gastos varios (a partir del segundo mes)</i>			
<i>Detalle</i>	<i>Cant.</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Total</i>
<i>DVD (torres)</i>	<i>5</i>	<i>\$ 15,00</i>	<i>\$ 75,00</i>
<i>Útiles de Oficina (resmas A4, plumas, clips, etc.)</i>	<i>-</i>	<i>\$ 30,00</i>	<i>\$ 30,00</i>
<i>Total</i>		<i>\$ 45,00</i>	<i>\$ 105,00</i>

Tabla 15.5: *Tabla de gastos varios (a partir del segundo mes).*

Fuente: *Elaborado por los autores*

6.1.5 COSTO FINAL DEL PROYECTO (Producción de 4 Cápsulas Informativas)

<i>COSTO FINAL DEL PROYECTO (Producción del 1er mes)</i>	
<i>RAZON</i>	<i>COSTOS MENSUAL</i>
<i>Gastos de sueldos</i>	<i>\$ 3.140,00</i>
<i>Gastos de servicios básicos</i>	<i>\$ 215,00</i>
<i>Gastos de equipos de trabajo e insumos*</i>	<i>\$ 17.032,00</i>
<i>Gastos varios</i>	<i>\$ 19.458,00</i>
<i>TOTAL</i>	<i>\$ 39.845,00</i>

Tabla 16.6: *Tabla de Costo Final del proyecto (primer mes)*

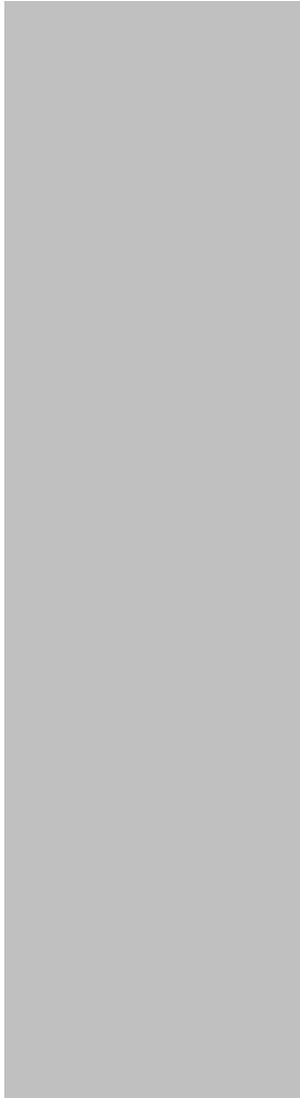
Fuente: *Elaborado por los autores*

(*) Este egreso únicamente ocurre en el primer mes.

<i>COSTO FINAL DEL PROYECTO (a partir del 2do mes)</i>	
<i>RAZON</i>	<i>COSTOS MENSUAL</i>
<i>Gastos de sueldos</i>	<i>\$ 3.140,00</i>
<i>Gastos de servicios básicos</i>	<i>\$ 215,00</i>
<i>Gastos varios</i>	<i>\$ 105,00</i>
<i>TOTAL</i>	<i>\$ 3.460,00</i>

Tabla 17.7: *Tabla de Costo Final del proyecto (a partir del segundo mes)*

Fuente: *Elaborado por los autores*



CAPÍTULO 7 **CONCLUSIONES Y** **RECOMENDACIONES**

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

La importancia de informar a una sociedad con las noticias actuales en nuestro medio es imprescindible. La televisión, se desarrolla como uno de los principales medio de comunicación debido al gran número de audiencia que posee. Por esa razón los noticieros tienen la responsabilidad de comunicar acontecimientos ó sucesos que ocurren a diario en todo el mundo, desde noticias que ocurren en instituciones universitarias hasta noticias que ocurren en toda una nación, sin perder su tarea básica de comunicar y transmitir de una forma segura lo que el televidente necesita conocer.

“**NEWSPOL**” tendrá como propósito principal, utilizar de forma audiovisual un método nuevo de comunicación dentro de la institución, generando mayor impacto visual en el televidente, y mostrando desde otra perspectiva el artículo seleccionado. Destacando entre ellos, proyectos internos e importantes que realiza **ESPOL**.

Como institución de gran importancia en nuestro país, se considera fundamental mostrar constantemente los avances tecnológicos y científicos que impulsa a nuevos y mayores conocimientos dentro y fuera del país.

Ya que **ESPOL** cuenta con una Licenciatura de Producción Audiovisual para los estudiantes de la carrera en Diseño Gráfico, sería vital que se tome nota de esto, con el fin de que ayude en gran manera a la elaboración de prácticas durante la carrera, tomando en consideración les permita desarrollarse en su campo profesional y obtener un mínimo de experiencia para su futuro como próximos Licenciados en Producción Audiovisual.

Además de eso, con la realización de este manual de usuario elaborado para el beneficio y bien del centro educativo, es necesario solicitar el debido respeto al momento de

elaborar cada uno de los puntos importantes que contiene este manual, en cuanto a medidas, estándar, etc.

7.2 RECOMENDACIONES

- *De la Selección de Noticias*

La garantía de un óptimo producto al aire depende de una estructura coherente con las necesidades del tele-espectador de estar bien informado de los temas que se suscitan a su alrededor. Es por ello que la construcción informativa televisiva implica un cuidadoso trabajo por parte de todo el equipo periodístico. En ese proceso se necesita de un máximo aporte profesional en las tres etapas del proceso noticioso la pre-producción, la producción y la post-producción. El recorrido de las noticias tiene su comienzo con el redactor, en donde la noticia apenas se propone.

- *De la Estructura de "NEWSPOL"*

La estructura por temas está relacionada con el diseño de los bloques informativos del informativo. Según la información de las encuestas realizadas en **ESPOL** tanto en Prosperina, Ancón y Peñas, podemos dividir estos bloques de la siguiente manera:

1. **Informativos:** proyectos internos de **ESPOL** en sus centros de investigación
2. **Educativos:** Becas académicas, alimenticias, por deporte, pasantías fuera y dentro del país.
3. **Eventos:** Ferias, casas abiertas, actividades: proyección de películas, novatadas, lunes culturales, etc.
4. **Académicas:** registros en líneas, **CENACAD**, términos de clases, período vacacional

5. **De interés:** entrevistas realizadas a autoridades o docentes de la institución

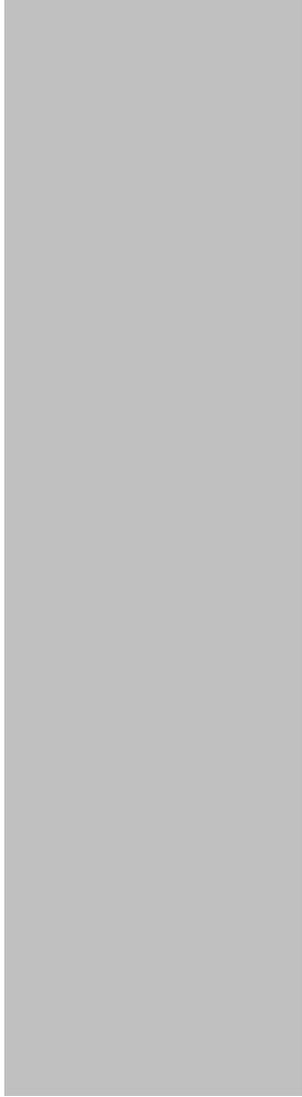
6. **¿Sabías que?:** reportajes ecológicos, “**NEWSPOL**” culturales

- *De las locaciones*

Si existe información que investigar, como por ejemplo un evento a realizarse, alguna conmemoración especial, etc. Se tendrá que estar presente en el lugar donde se realiza dicho acontecimiento, bajo demanda y en ciertas ocasiones en tiempo real.

- *De los salarios de remuneración*

Debido a que **ESPOL** no cuenta en la actualidad con un canal altamente profesional y con años de experiencia para un medio audiovisual como el propuesto, se considera importante tener a una persona bajo un salario justo para la misma, debido al nivel de estudios superior que se requiere para el informativo (Productor). Y en relación al personal restante, en lo posible otorgar un salario mínimo básico, hasta que el canal o el informativo se consoliden.



ANEXOS

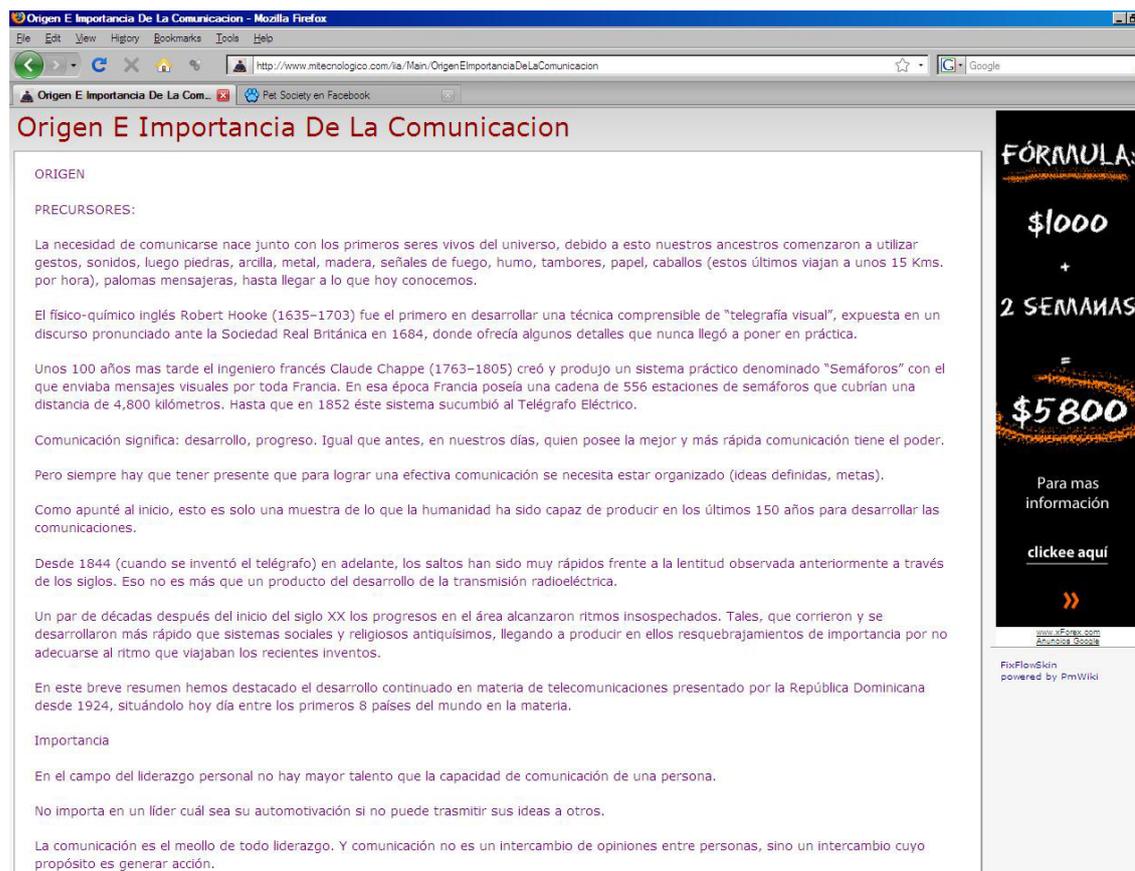


Figura A 1: Origen e importancia de la comunicación
Fuente: <http://www.mitecnologico.com>

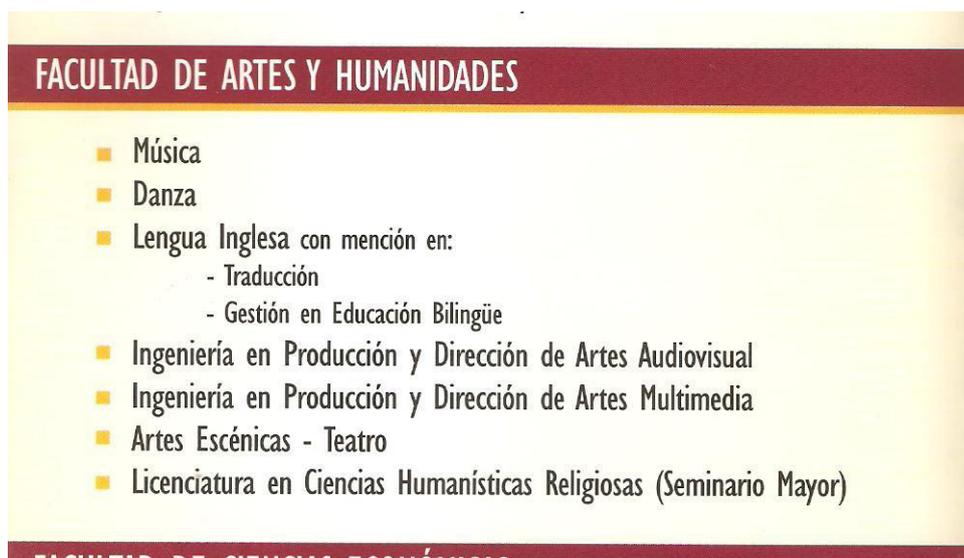


Figura A 2: Facultad de artes y humanidades
Fuente: Universidad Católica Santiago de Guayaquil



Figura A 3: Tríptico de la carrera en Ingeniería en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales (Lado A)
Fuente: Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Facultad Artes y Humanidades

Ingeniería en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales

Malla Curricular

FACULTAD



ARTES Y HUMANIDADES

Objetivo de la Carrera

- Dirigir y producir obras multimedia para medios de comunicación masivos, realizar trabajos interactivos y virtuales en cualquiera de los géneros que fuesen necesarios.
- Utilizar las nuevas tecnologías en función de la creatividad, racionalizando los recursos financieros para la producción multimedia.
- Gestionar procesos académicos y administrativos que permitan emplear adecuadamente el talento humano, los recursos tecnológicos y financieros en función de la formación ética de la sociedad por medio de obras multimedia.

Campos de Acción

- Productoras de multimedia.
- Medios de comunicación masivos: prensa escrita, radio y televisión.
- Productoras independientes.
- Industria cinematográfica.
- Agencias de Publicidad.
- Centros e instituciones culturales.

Áreas de estudio:

- Comunicación Audiovisual.
- Artes Digitales.
- Producción Audiovisual.
- Estudios Generales, Instrumentales y Teológicos.

<p>CICLO I</p> <p>TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN HISTORIA DEL CINE VISIÓN INTEGRAL DE LAS ARTES TALLER DE FICCIÓN I TEORÍA DE LA IMAGEN TEORÍA DEL COLOR IDIOMA ESPAÑOL TEOLOGÍA I</p> <p>CICLO III</p> <p>TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN DRAMATURGIA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN TALLER DE DOCUMENTAL I TALLER DE CÁMARA TEORÍA Y ARTE DEL MONTAJE Y LA EDICIÓN INFORMÁTICA A LA PROFESIÓN</p> <p>CICLO V</p> <p>TELEVISIÓN II RADIO II TALLER DE FICCIÓN II TALLER DE DIRECCIÓN DE ACTORES TALLER DE MONTAJE Y EDICIÓN DIBUJO INGLÉS TÉCNICO</p> <p>CICLO VII</p> <p>ESTÉTICA ÉTICA TALLER DE DOCUMENTAL II ESCENOGRAFÍA Y AMBIENTACIÓN TALLER DE ANIMACIÓN DIGITAL EDICIÓN DIGITAL DE SONIDO ELECTIVA I</p>	<p>CICLO II</p> <p>MEDIOS DE COMUNICACIÓN APRECIACIÓN CINEMATOGRÁFICA COMPOSICIÓN AUDIOVISUAL TALLER DE ILUMINACIÓN SEMIÓTICA FOTOGRAFÍA DIGITAL TRATAMIENTO DE IMÁGENES TEOLOGÍA II</p> <p>CICLO IV</p> <p>TELEVISIÓN I PSICOLOGÍA DE PERSONAJES RADIO I TALLER DE ACTUACIÓN TALLER DE GUIÓN LITERARIO MONTAJE Y EDICIÓN IPC</p> <p>CICLO VI</p> <p>PUBLICIDAD SONIDO Y ACÚSTICA TALLER DE DIRECCIÓN DE TV TALLER DE DIRECCIÓN DE RADIO ANIMACIÓN DIGITAL RECURSOS TECNOLÓGICOS ESTUDIOS CONTEMPORÁNEOS</p> <p>CICLO VIII</p> <p>COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL PROYECTO TALLER DE PRODUCCIÓN DE TV TALLER DE PRODUCCIÓN DE RADIO ADMINISTRACIÓN EFECTOS DIGITALES ELECTIVA II</p>
<p>CICLO IX</p> <p>LEGISLACIÓN Y DERECHOS DEL AUTOR TALLER DE PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN DE TELEVISIÓN TALLER DE PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN DE RADIO PLAN DE MERCADEO</p>	

Figura A 4: Tríptico de la carrera en Ingeniería en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales (Lado B)
Fuente: Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Facultad Artes y Humanidades



Figura A 5: Informativo de la carrera en Ingeniería en Producción y Dirección en artes audiovisuales

Fuente: *Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Facultad Artes y Humanidades*



Misión

Formar profesionales creativos, con responsabilidad ética, sustentados por la integración del arte audiovisual y las nuevas tecnologías digitales, y capaces de resolver, de manera crítica y efectiva, los problemas de la comunicación audiovisual, las tendencias, estilos y géneros, y su compromiso e identificación con el arte, la ciencia y la sociedad.

Visión

Desarrollar un espacio de reflexión, análisis y producción, en el ámbito académico y artístico, para la realización de obras audiovisuales enfocadas en la creatividad, la educación, el registro crítico de la realidad social y los desafíos de la ciencia y la tecnología.

Figura A 6: Informativo de la carrera en Ingeniería en Producción y Dirección en artes audiovisuales

Fuente: Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Facultad Artes y Humanidades

PERFIL PROFESIONAL

- Creador de obras audiovisuales para cine, radio y televisión.
- Dramaturgo de obras audiovisuales.
- Gestor y comunicador en el medio artístico, educativo y publicitario utilizando las nuevas tecnologías.
- Director, productor y administrador de empresas cinematográficas, de estaciones de radio, televisión, agencias publicitarias, empresas privadas que requieran la comunicación audiovisual utilizando las nuevas tecnologías.

CAMPO OCUPACIONAL

- Industria cinematográfica.
- Medios de comunicación masiva: prensa escrita, radio y televisión.
- Productoras de multimedia.
- Productoras independientes.
- Agencias de publicidad.
- Centros e instituciones culturales.

TITULACIONES

Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales con menciones en: Ficción o Documental.

DOCUMENTACIÓN PARA INSCRIPCIÓN

PRE-Universitario (Agosto a Enero)

- Copia de cedula de identidad
- 3 fotos a color
- Copia de certificado de votación
- Certificado de conducta original
- Copia de acta de grado refrendada y notariada

Test psicológico en Facultad de Filosofía.



SERVICIOS QUE PRESTA LA CARRERA

CA través del Centro de Producción Audiovisual y Multimedia (CEPROAM) del Instituto de Cultura, Arte, Idiomas y Multimedia (ICAIM) se ofrece una gama de servicios orientados a las artes multimedia como son:

- Producción audiovisual
- Dirección audiovisual
- Guionista y Dramaturgo
- Dirección de Arte
- Dirección de Fotografía
- Camarografía
- Montaje y Edición de producciones
- Animación y efectos especiales
- Capacitación en el área de artes multimedia





Figura A 7: Informativo de la carrera en Ingeniería en Producción y Dirección en artes audiovisuales (interior)

Fuente: *Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Facultad Artes y Humanidades*



Figura A 8: Informativo de la carrera en Ingeniería en Producción y Dirección en artes audiovisuales

Fuente: *Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Facultad Artes y Humanidades*

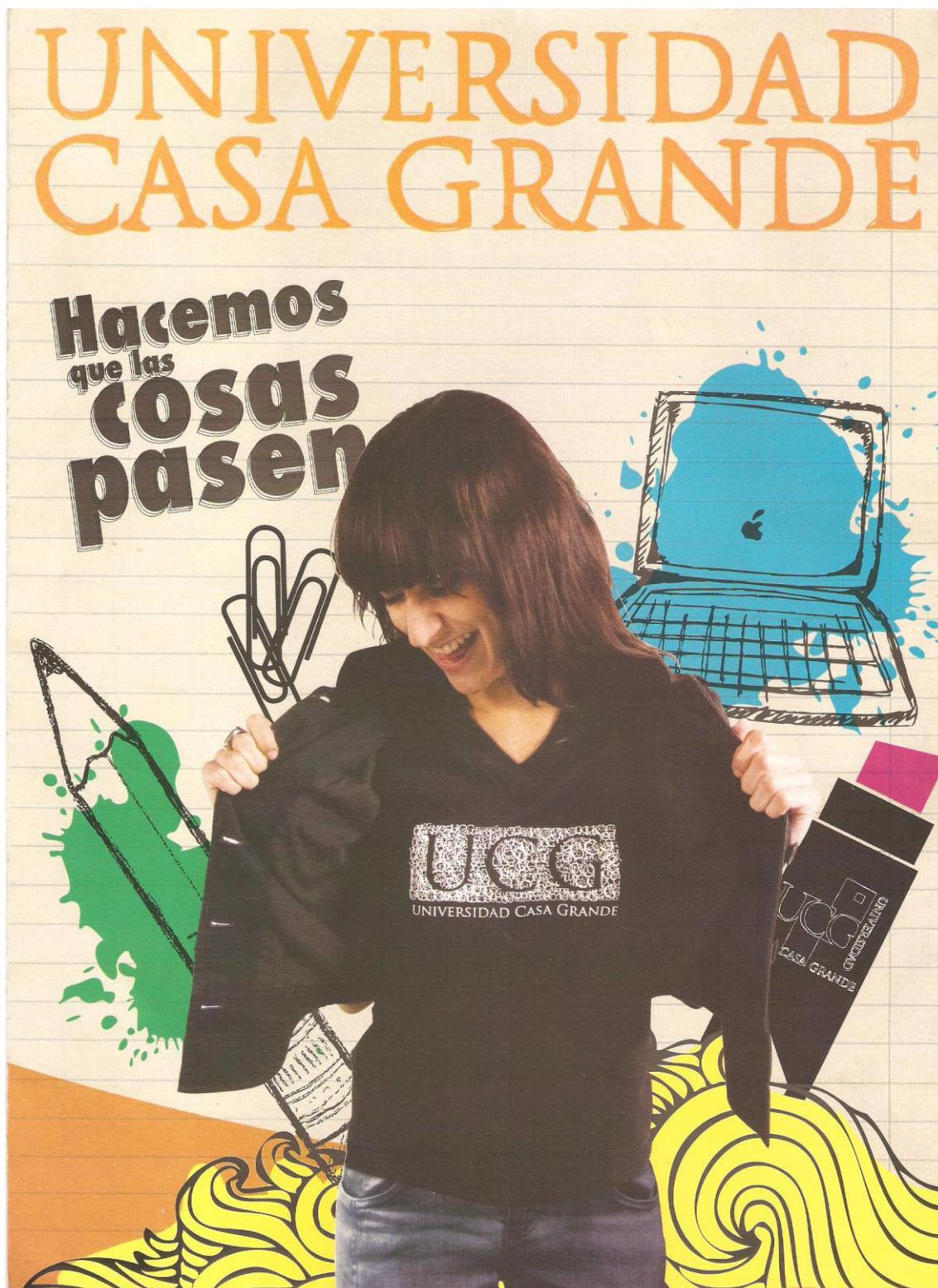
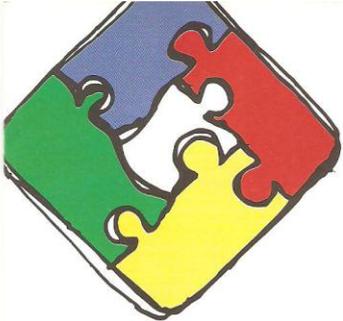


Figura A 9: Informativo de las Carreras de la Universidad Casa Grande (portada)
Fuente: Universidad Casa Grande, Facultad de Comunicación Mónica Herrera



FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

Formamos líderes con una actitud positiva, capaces de ver la comunicación de una manera integrada y de desarrollar sus propios negocios o desempeñarse profesionalmente en cualquier empresa vinculada a la comunicación. Nuestros alumnos siempre están haciendo algo: carteles que aparecen colocados en lugares imposibles, instalaciones multimediales, proyectos en distintas partes de la ciudad, eventos, etc. Sabemos que para aprender y ser creativo hay que estar en un ambiente creativo y hay que pasarla bien. Ese es el ambiente de esta facultad, esa es nuestra metodología y funciona.

Nuestros alumnos participan en concursos y los ganan. No es casualidad. La pasión, entrega y profesionalismo de nuestros alumnos se ve reflejada en los trabajos que consiguen y los proyectos que generan, así como también en los premios que ganan, dentro y fuera del país.

- Comunicación Audiovisual y Multimedia
- Fotografía Digital
- Comunicación Escénica
- Diseño Gráfico y Comunicación Visual
- Periodismo
 - Mención en Ciencias Políticas
 - Mención en Deportes
- Publicidad
- Comunicación Social con mención en:
 - Marketing y Gestión Empresarial
 - Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional
 - Redacción y Creatividad Estratégica
- Negocios de la Comunicación*

* Próximamente
Títulos: Técnico, Licenciatura e Ingeniería



(Únicos acreditados en el Ecuador)



Figura A 10: Descripción de la carrera en Comunicación Audiovisual y Multimedia
Fuente: Universidad Casa Grande, Facultad de Comunicación Mónica Herrera

		FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA UNIVERSIDAD CASA GRANDE								Comunicación Audiovisual y Multimedia								
		PRIMER AÑO		SEGUNDO AÑO		TERCER AÑO		CUARTO AÑO		PRIMER SEMESTRE		SEGUNDO SEMESTRE		TERCER SEMESTRE		CUARTO SEMESTRE		
LÍNEA COMUNICACIÓN	Presentaciones Profesionales	Comunicación I	Comunicación II	Semiótica	Comunicación III	Percepción de Medios	Comunicación IV											
			Taller Responsabilidad Social Ciudadana	Marketing I			Nuevas Medias (memorias virtuales)											
LÍNEA MARKETING Y CREATIVIDAD		Redacción creativa y de páginas web	Publicidad I		Marketing de Servicios													
				Tipografía I														
LÍNEA AUDIOVISUAL	Diseño y Comunicación Visual I	Diseño y Comunicación Visual II	Tipografía I		Lenguaje Cinematográfico	Gestión de proyectos												
	Fotografía	Producción Audiovisual I	Producción de audio	Producción Audiovisual II	Imagen Corporativa	Taller Audiovisual												
LÍNEA INVESTIGACIÓN	Apreciación audiovisual				Guion I	Guion II												
	Neurociencia de la Investigación																	
LÍNEA MULTIMEDIA	Photoshop Básico I (*)	Edición I	Postproducción Digital I	Postproducción Digital II	Dirección Escénica	Producción Dramática I												
		Producción de páginas web I	Producción de páginas web II	Animación en 2D	Taller Multimedia													
LÍNEA JUICIOS PEDAGÓGICOS Y CASOS	Casos Prácticos I de Audiovisual y Multimedia	Casos Prácticos II de Audiovisual y Multimedia	Casos Prácticos III de Audiovisual y Multimedia	Casos Prácticos IV de Audiovisual y Multimedia	Casos Prácticos V de Audiovisual y Multimedia	Casos Prácticos VI de Audiovisual y Multimedia	Casos Prácticos VII de Audiovisual y Multimedia	Casos Prácticos VIII de Audiovisual y Multimedia										
	Puerto Litón			Puerto Nanaraja I de Multimedia		Puerto Nanaraja II para Multimedia												
LÍNEA LENGUA	Lengua I (*)	Lengua II (*)																
LÍNEA INGLÉS	Inglés básico I (*)	Inglés básico II (*)	Inglés básico III (*)	Inglés básico IV (*)	INGLES BASICO V (*)	INGLES BASICO VI (*)	Electiva de inglés I para Comunicación	Electiva de inglés II para Comunicación										

(*) Materias validable por examen de suficiencia

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

Frente a la puerta #6 del C.C. Albán Borja - PBX: 2202180
relacionespublicas@casagrande.edu.ec · www.casagrande.edu.ec

Figura A 11: Malla de la carrera Comunicación Audiovisual y Multimedia
Fuente: Universidad Casa Grande, Facultad de Comunicación Mónica Herrera



Figura A 12: Informativo de las carreras en ITV
Fuente: Instituto de comunicación visual ITV

PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN
DIRECCIÓN DE TELEVISIÓN O PRODUCCIÓN INFORMATIVA

Campo Laboral
Productores, Realizadores y Directores en canales de televisión para programas de noticias, deportes, variedades, reportajes e investigación, eventos especiales, juveniles, concursos; en productoras comerciales y video, radios, agencias de publicidad y productoras de audio, también como editores, libretistas, musicalizadores, guionistas, directores de fotografía, directores de cámara, directores de casting.

Matrícula \$ 300
1 ves x semana
hasta 15/dic \$ 250.

APRENDER ES VIVIR LA EXPERIENCIA
abril - Agosto. (mesualidades \$ 300)
1-5 y ms decho 10%

Figura A 13: Descripción de la carrera en producción de televisión
Fuente: Instituto de comunicación visual ITV

}



Figura A 14: Centros de investigación y desarrollo

Fuente: www.espol.edu.ec



Figura A 15: Tríptico del Centro de Investigación Científica y Tecnológica (CICYT) (Lado A)

Fuente: Centro de Investigación Científica y Tecnológica (CICYT)



Figura A 16: Tríptico del Centro de Investigación Científica y Tecnológica (CICYT) (Lado B)

Fuente: Centro de Investigación Científica y Tecnológica (CICYT)

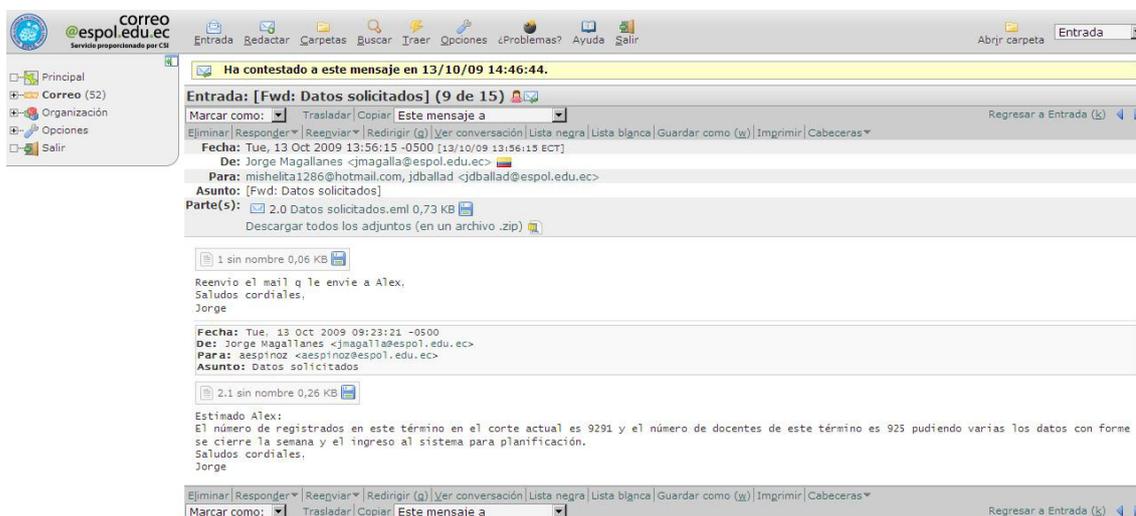


Figura A 17: Información de los números de estudiantes y Docentes registrados en el semestre de Octubre – Febrero
Fuente: Ing. Jorge Magallanes



Figura A 18: Fotografía de encuestas a estudiantes de ESPOL
Fuente: Elaborado por los autores



Figura A 19: Fotografía de encuestas a estudiantes de ESPOL
Fuente: Elaborado por los autores



Figura A 20: Fotografía de encuestas a estudiantes de ESPOL
Fuente: Elaborado por los autores



Figura A 21: Fotografía de encuestas a estudiantes de ESPOL
Fuente: Elaborado por los autores

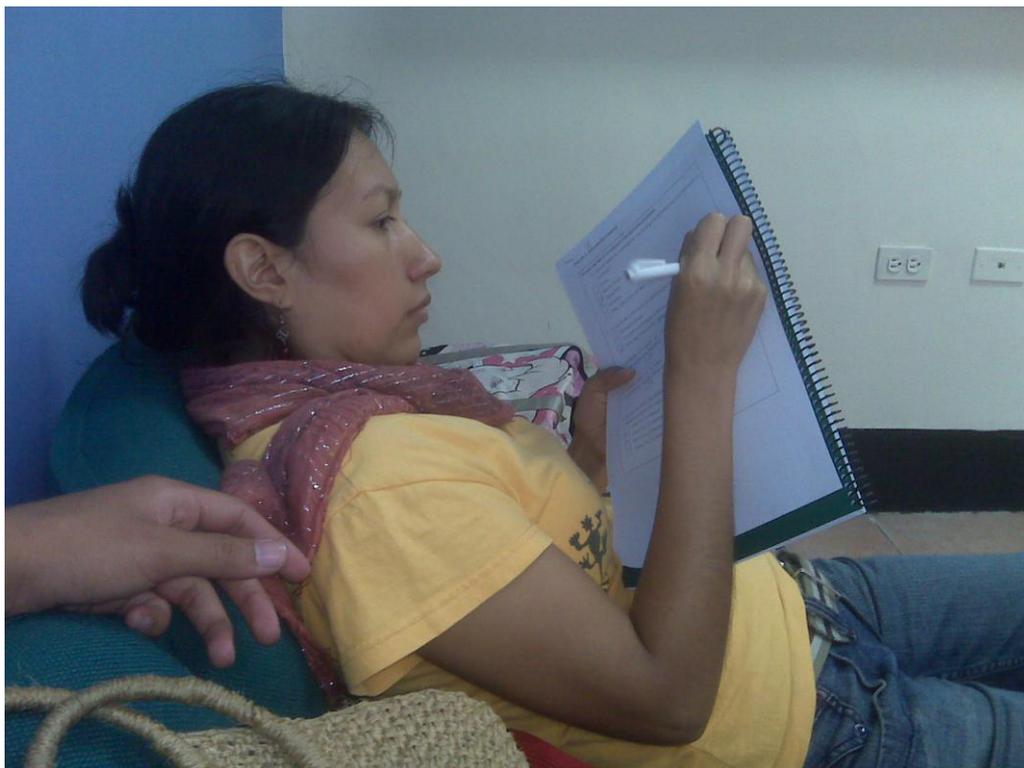


Figura A 22: Fotografía de encuestas a estudiantes de ESPOL
Fuente: Elaborado por los autores



Figura A 23: Fotografía de encuestas a docentes de ESPOL
Fuente: Elaborado por los autores

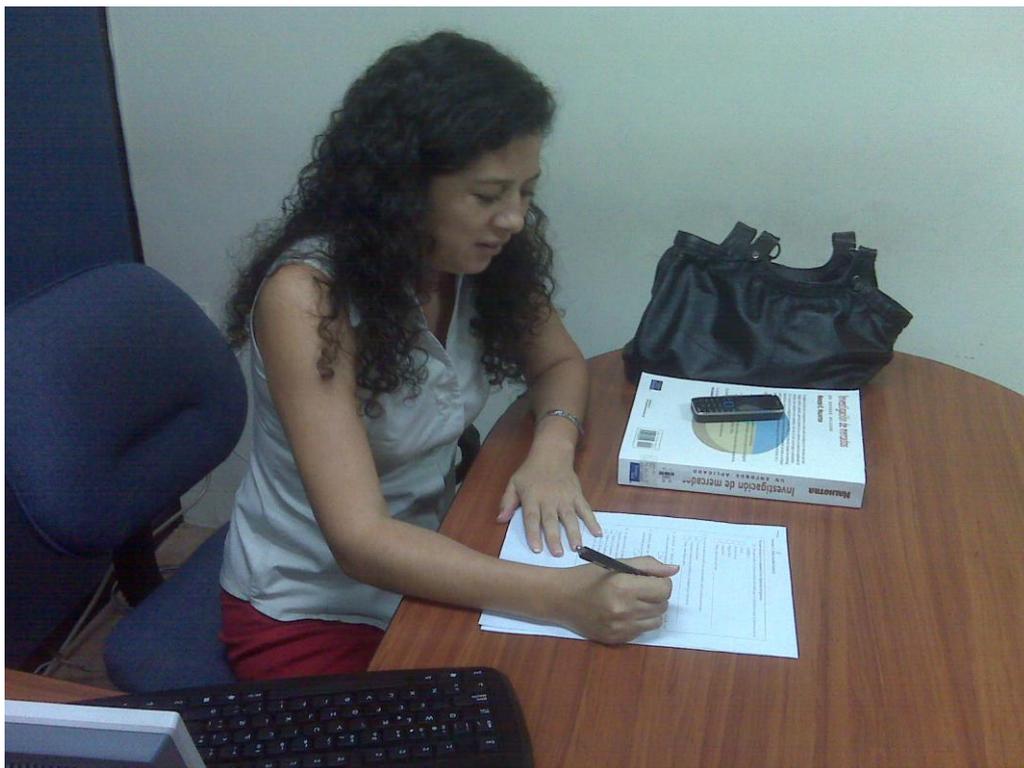


Figura A 24: Fotografía de encuestas a docentes de ESPOL
Fuente: Elaborado por los autores



Figura A 25: Fotografía de encuestas a docentes de ESPOL
Fuente: Elaborado por los autores



Figura A 26: La evolución de los noticieros de TV.

Fuente: www.elespectador.com

Configure your iMac 27-inch

Use the options below to build the system of your dreams



Summary

\$2,398.00

Get same-as-cash financing for 12 months.

Ships: 7-10 business days

Free Shipping

Add to Cart



Processor

Get amazing performance from the quad-core Intel Core i5 or i7 "Nehalem" processor, which features four processor cores on a single chip. Choose the speed and processor you want.

[Learn more](#)

- 2.66GHz Quad-Core Intel Core i5
- 2.8GHz Quad-Core Intel Core i7 (Add \$200.00)



Memory

More memory (RAM) increases performance and enables your computer to perform faster and better. Choose additional 1066MHz DDR3 memory for your iMac.

[Learn more](#)

- 4GB 1066MHz DDR3 SDRAM - 2x2GB (Subtotal \$200.00)
- 8GB 1066MHz DDR3 SDRAM - 4x2GB
- 8GB 1066MHz DDR3 SDRAM - 2x4GB (Add \$400.00)
- 16GB 1066MHz DDR3 SDRAM - 4x4GB (Add \$1,200.00)



Hard Drive

A larger hard drive gives you more space for data and applications. Choose the right capacity for you.

[Learn more](#)

- 1TB Serial ATA Drive
- 2TB Serial ATA Drive (Add \$200.00)



Apple Mouse

The wireless Magic Mouse — the world's first Multi-Touch mouse — comes as standard with your iMac. Or you can choose the wired Apple Mouse.

[Learn more](#)

- Apple Magic Mouse
- Apple Mouse



Apple Keyboard and Documentation

The Apple Wireless Keyboard comes standard with your iMac. Its ultra-compact design saves space and lets you place your mouse comfortably next to your keyboard. Or you can choose the wired Apple Keyboard with Numeric Keypad or the wired Apple Keyboard. In addition, you can select the language of the keyboard and documentation.

[Learn more](#)

- Apple Wireless Keyboard (English) and User's Guide
- Apple Wireless Keyboard (Spanish) and User's Guide
- Apple Wireless Keyboard (French) and User's Guide
- Apple Wireless Keyboard (Japanese) and User's Guide
- Apple Keyboard (English) and User's Guide
- Apple Keyboard (Spanish) and User's Guide
- Apple Keyboard (French) and User's Guide
- Apple Keyboard (Japanese) and User's Guide
- Apple Keyboard with Numeric Keypad (English) and User's Guide
- Apple Keyboard with Numeric Keypad (Spanish) and User's Guide
- Apple Keyboard with Numeric Keypad (French) and User's Guide
- Apple Keyboard with Numeric Keypad (Japanese) and User's Guide



Final Cut Express 4

Based on the same tools used by Hollywood filmmakers, Final Cut Express 4 is a powerful yet easy-to-use video editing solution. Final Cut Express can be pre-installed on your iMac so you can start creating fantastic video projects right out of the box.

[Learn more](#)

- None (Subtotal \$199.00)
- Final Cut Express preinstalled

Specifications

- 2.66GHz Quad-Core Intel Core i5
- 8GB 1066MHz DDR3 SDRAM - 4x2GB
- 1TB Serial ATA Drive
- ATI Radeon HD 4850 512MB
- 8x double-layer SuperDrive
- Apple Mouse
- Apple Keyboard (English) and User's Guide
- Final Cut Express preinstalled

Figura A 27: iMac
Fuente: www.apple.com

EDCOM

Página# 88

ESPOL



Figura A 28: Cámara Sony HDR-fx1000
Fuente: Tomado del proyecto ESPOL TV

Figura A 29: Cable Fireware
Fecha: Noviembre del 2009
Fuente: www.mercadolibre.com

The screenshot shows an eBay product listing for a Panasonic 60-minute Mini-DV Cassette 2 Pack. The main image shows the product box with '60 MIN DVC' branding. The listing details include: Item condition: --; Time left: 1 day 5 hours (Nov 30, 2009 17:50:44 PST); Quantity: 1 (More than 10 available); Price: US \$5.00 with a 'Buy It Now' button; Shipping: \$8.00 Standard Flat Rate Shipping Service; Returns: 7 day money back, buyer pays return shipping; Coverage: Pay with PayPal and your full purchase price is covered. Seller information for '17thstreetphoto' shows a 99.3% positive feedback rating and location in New York, NY. Other item info includes item number 370295838077 and payment via PayPal.

Figura A 30: Cassette MiniDV
Fecha: Noviembre del 2009
Fuente: www.ebay.com

The screenshot shows a Mercado Libre listing for a basic PC. The main image shows a desktop computer system with a tower, monitor, keyboard, and mouse. The listing details include: Price: U\$S 389.00 (Artículo nuevo); Location: Pichincha (Quito); Seller: NETSOFTCONSULTING with a 100% rating and 15 sales; A 'Comprar' button is prominently displayed. The listing title is '\$\$389 Compu Intel Dual Core 2.5, 320gb,2gb,dvd,mon17crt,parl'.

Figura A 31: Computador PC básico
Fecha: Noviembre del 2009
Fuente: www.mercadolibre.com

PROFORMA SOMOS CONTRIBUYENTE ESPECIAL - RESOLUCION N° 215 Cliente: <u>SDEHAYDO UGANDO BULO</u> Fecha: _____ Dirección: _____		ALMACENES JVC Somos la luz y el sonido RUC: 0992239867001 LIVANSUD S.A. N° 0000945 R.U.C./C.I.: _____ Teléfono: _____	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
②	MICROFONO BERMUDA-C-E		\$105,00
②	MICROFONO 100% AUDIO		
	DE CORBATA		\$75,00
①	BANDA S8 A		\$25,00
			\$35,00
①	BB S8 100% AUDIO		
NOTA: Favor emitir los cheques a nombre de LIVANSUD S.A. <i>Sdehaydo</i> VENDEDOR		SUBTOTAL DESCUENTO IVA 12% TOTAL \$	
Rumichaca 817 y Zaruma - Teléfono: 2311950 - 2311955 Guayaquil - Ecuador			

Figura A 32: Proforma de Micrófonos (corbateros, booms y dinámicos)
 Fecha: Noviembre del 2009
 Fuente: Almacenes JVC



Figura A 33: Trípode semiprofesional
 Fuente: Tomado del proyecto ESPOL TV

The screenshot shows the Mercado Libre website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Inicio', 'Regístrate', 'Vender', 'Mi MercadoLibre', and 'Ayuda'. Below this is a search bar with a 'Buscar' button. The main content area displays a listing for an 'Impresora Multifuncion Epson Tx100 3 En 1 Reemplaza A Cx5600'. On the left is an image of the printer. On the right, the product details are listed: 'Precio: U\$S 83⁹⁹ (Artículo nuevo)', 'Ubicación: Pichincha (Quito)', and a 'Comprar' button. Below the product details, the seller information is shown: 'Vendedor: SANTIAGO2112', 'Calificación del vendedor: 1173 puntos (100%+) (0%)-', and 'Ventas de este artículo: 0'. There is also a link to 'Hacer una pregunta al vendedor'.

Figura A 34: Impresora Multifunción
Fecha: Noviembre del 2009
Fuente: www.mercadolibre.com

The screenshot shows the Mercado Libre website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Inicio', 'Regístrate', 'Vender', 'Mi MercadoLibre', and 'Ayuda'. Below this is a search bar with a 'Buscar' button. The main content area displays a listing for a 'Disco Externo 1 Tera 1000gb 1tb Gran Capacidad Nuevo Garant.'. On the left is an image of the external hard drive and its accessories, including a power adapter, USB cable, and SATA cable. On the right, the product details are listed: 'Precio: U\$S 149⁹⁹ (Artículo nuevo)', 'Ubicación: Pichincha (Quito)', and 'Finaliza en: 4d 20h (04/12/2009 12:25)'. Below the product details, the seller information is shown: 'Vendedor: BUYERPROJECT', 'Calificación del vendedor: 936 puntos (99%+) (1%)-', and 'Ventas de este artículo: 3 ¿Qué dijeron sus compradores?'. There is also a link to 'Hacer una pregunta al vendedor'.

Figura A 35: Disco Duro Externo
Fecha: Noviembre del 2009
Fuente: www.mercadolibre.com

The image shows a screenshot of a Mercado Libre product listing. At the top left is the Mercado Libre logo. A search bar with a yellow background and a 'Buscar' button is positioned at the top right. Below the search bar, there are navigation links: 'Volver al listado' on the left and 'Computación → Grabadoras, CDs y DVDs → DVDs Vírgenes' on the right. The main content area is divided into two columns. The left column features a product image of a 'PRINCO' tower of DVD-R discs, with '4.7GB 120MIN' and '8X' printed on the label. Above the image is the 'DDTechnology' logo and website 'ddtechnology.es.tl'. Below the image are two small thumbnail images. The right column contains the product title 'Dvd Imprimibles De Punta A Punta Princo Torre De 50 Unidades'. Below the title, the price is listed as 'U\$\$ 15⁰⁰ (Artículo nuevo)' and the location as 'Pichincha (Quito)'. A blue 'Comprar' button is centered below this information. At the bottom of the right column, the seller's name 'DDTECHNOLOGY' is shown with a rating of '202 puntos (99%+) (1% -)' and 'Ventas de este artículo: 0'. A link to 'Hacer una pregunta al vendedor' is also present.

Figura A 36: Torre de DVD
Fecha: Noviembre del 2009
Fuente: *www.mercadolibre.com*

EDCOM-AEC-003-2009

Guayaquil, 20 de octubre de 2009

Ing. Cristóbal Mariscal Díaz
Vicepresidente Administrativo
ESPOL – Campus La Prosperina



VICEPRESIDENCIA ADMINISTRATIVA
ESPOL

21 OCT 2009

SECRETARÍA / rch 32.
Hora:

De mis consideraciones:

Como es de su conocimiento, el suscrito dirige proyectos de investigación y desarrollo entre los alumnos de las diferentes carreras del EDCOM, y en esta oportunidad uno de los temas que se está conformando, es el de diseñar una propuesta a nivel docente y estudiantil, para el desarrollo de un prototipo de "Informativo Televisivo Estudiantil", el cual permitirá en circuito cerrado y aprovechando la infraestructura existente en el campus, sea bajo demanda o en tiempo real, informar a toda la comunidad politécnica, de las actividades de investigación que nuestra universidad realiza en varios de sus frentes.

Se ha conversado con el Director de Vínculos con la Colectividad, Ing. Eduardo Cervantes y nos ha brindado la ayuda identificando los centros y unidades que ofrecen servicios y labores de investigación, en los que debería de realizarse entrevistas y obtener información de sus actividades.

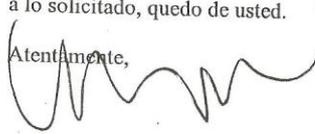
Por lo que, por medio de la presente, solicito se sirva ordenar a quien corresponda el permitir, que los alumnos integrantes del presente proyecto, indicados más abajo, puedan realizar las encuestas, entrevistas y las tomas en locaciones necesarias, para dirigir el enfoque y alimentar el contenido del noticiero, todo esto en base a las necesidades planteadas y colectadas de los encuestados, sean estudiantes o docentes.

Los estudiantes realizarán las encuestas, del día 22 al 30 de Octubre del presente, son alumnos de la Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual, y sus datos se indican a continuación:

Srta. ILIANA MISHEL CHÉRNEZ SOLÍS - Mat. 200524627
Sr. JOSÉ DAVID BALLADARES HOLGUÍN - Mat. 200525913
Sr. SANTIAGO ANDRÉS LANDABURU TUFÍÑO - Mat. 200533024

Agradeciendo de antemano la atención prestada, y seguros de contar con su aprobación a lo solicitado, quedo de usted.

Atentamente,


Alex Espinoza Cárdenas
Director de Materia de Graduación
aespinoz@espol.edu.ec
cc. file.



PASE A MANEJO DE LOS
SEÑORES DIRECTIVOS: de:
- VINCULOS A LA COLECTIVIDAD
- CICAT.
- CTT
Ing. Cristóbal Mariscal
Vicepresidente AM

Figura A 37: Carta realizada para la realización de grabaciones de proyectos y demás información en el Campus Gustavo Galindo

Fuente: Elaborado por los autores

EDCOM-AEC-003-2009

Guayaquil, 20 de octubre de 2009

Msc. Luis Zhingri
Administrador Campus Ancón
ESPOL – Campus Ancón

De mis consideraciones:

Como es de su conocimiento, el suscrito dirige proyectos de investigación y desarrollo entre los alumnos de las diferentes carreras del EDCOM, y en esta oportunidad uno de los temas que se está conformando, es el de diseñar una propuesta a nivel docente y estudiantil, para el desarrollo de un prototipo de “**Informativo Televisivo Estudiantil**”, el cual permitirá en circuito cerrado y aprovechando la infraestructura existente en el campus, sea bajo demanda o en tiempo real, informar a toda la comunidad politécnica, de las actividades de investigación que nuestra universidad realiza en varios de sus frentes.

Se ha conversado con el Director de Vínculos con la Colectividad, Ing. Eduardo Cervantes y nos ha brindado la ayuda identificando los centros y unidades que ofrecen servicios y labores de investigación, en los que debería de realizarse entrevistas y obtener información de sus actividades.

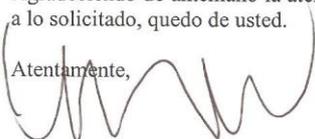
Por lo que, por medio de la presente, solicito se sirva ordenar a quien corresponda el permitir, que los alumnos integrantes del presente proyecto, indicados más abajo, puedan realizar las encuestas, entrevistas y las tomas en locaciones necesarias, para dirigir el enfoque y alimentar el contenido del noticiero, todo esto en base a las necesidades planteadas y colectadas de los encuestados, sean estudiantes o docentes.

Los estudiantes realizarán las encuestas, del día 26 de Octubre al 6 de Noviembre del presente, son alumnos de la Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual, y sus datos se indican a continuación:

Srta. ILIANA MISHÉL CHÉRNEZ SOLÍS - Mat. 200524627
Sr. JOSÉ DAVID BALLADARES HOLGUÍN - Mat. 200525913
Sr. SANTIAGO ANDRÉS LANDABURU TUFÍÑO - Mat. 200533024

Agradeciendo de antemano la atención prestada, y seguros de contar con su aprobación a lo solicitado, quedo de usted.

Atentamente,



Alex Espinoza Cárdenas
Director de Materia de Graduación
aespinoz@espol.edu.ec
cc. file.



Figura A 38: Carta realizada para la realización de grabaciones de proyectos y demás información en el Campus Ancón
Fuente: Elaborado por los autores

COLABORADORES DEL PROYECTO

Ing. Eduardo Cervantes

Director Vínculo con la Colectividad

ecervan@espol.edu.ec

084930705

2269269

2269290

Ing. Jorge Magallanes

Docente y empleado administrativo del área de sistemas del C.S.I.

jmagalla@espol.edu.ec

099987741

Lic. Marcelo Báez Meza

Docente de EDCOM

mbaez@espol.edu.ec

miamibaez@gmail.com