

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

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

TEMA

**“REVISTA DIGITAL INTERACTIVA DE DISEÑO Y PRODUCCION
AUDIOVISUAL PARA LA ESPOL”**

AUTORES

JANETH TRAVERSO HOLGUÍN

OSCAR ARIAS CEVALLOS

SANTIAGO TOVAR MORÀN

DIRECTORA

LCDA. INGRID FIALLOS

AÑO

2011

AGRADECIMIENTO

Primero y antes que nada, dar gracias a **Dios**, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Agradecer hoy y siempre a mi familia porque están conmigo en cada momento y han sido un pilar importante en mi vida dándome la fortaleza necesaria para seguir adelante.

Janeth Traverso Holguin

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por darme la fuerza necesaria, en todo momento para seguir adelante.

De igual manera a mi familia, mis padres, Julio Tovar, Carmen Morán y mi querido hermano Daniel por darme todo su apoyo a lo largo de mi vida y darme ese impulso vital que tanto necesite para lograr llegar hasta aquí.

A mis compañeros de tesis que a pesar de cualquier circunstancia, han demostrado que siempre seremos amigos.

A todas aquellas personas que de alguna manera estuvieron en momentos importantes en mi vida.

Para ellos,

Muchas gracias por todo.

Santiago Tovar Moran

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer este trabajo a todas las personas que lo hicieron posible en especial a mi familia, mis hermanas, con mención especial a mis padres, y a mi padre Ángel Arias que se ha esforzado mucho para que pueda llegar hasta aquí brindándome su apoyo incondicional, gracias papá.

Adicional, quiero agradecer a las personas que también han contribuido grandemente, para que llegue hasta aquí; a mis mejores profesores, que han sido pilar en la formación universitaria y a mis amigos que han estado ahí brindándome alegría y trabajo, con mención a mis compañeros y amigos con quienes realicé este trabajo, sin todos ellos no podría estar aquí hoy,

Gracias por su apoyo.

Oscar José Arias Cevallos

DEDICATORIA

Me gustaría dedicar esta Tesis a toda mi familia.

Para mis padres Luis y Janeth, por su comprensión y ayuda en cada momento.

Me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio.

Para mis hermanas Paola y Verónica que son mis grandes ejemplos a seguir, mujeres llenas de virtudes.

Para Nathalie y mis grandes amigas del colegio por siempre darme palabras de aliento, por soportarme tal y como soy y demostrarme en estos largos años de amistad, a cada instante que a parte de ser mis mejores amigas, son como mis hermanas.

A los que estuvieron conmigo y hoy caminan de la mano de Dios, mis abuelitos.

A todos ellos, muchas gracias de corazón.

Janeth Traverso Holguin

DEDICATORIA

En primer lugar dedico esta tesis a Dios.

A mi familia, mis padres Julio y Carmen quienes estuvieron conmigo en todo momento, quienes esforzándose cada día y poniendo su confianza en mi, lograron generar esa motivación para dar lo mejor y alcanzar mis metas.

Santiago Tovar Moran

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis en primer lugar a Dios y a la persona más importante en mi vida y que es el motor que me impulsa a querer ser mejor persona y profesional en el futuro, este trabajo es para mi madre Janira Cevallos, te amo profundamente y quiero dedicarte a ti principalmente este logro mamá, este es un logro de los dos, sé que tu esfuerzo ha sido magnánimo.

Oscar José Arias Cevallos

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.

(Reglamento de Graduación de Pregrado de la ESPOL).

**FIRMAS DE LOS MIEMBROS DEL
TRIBUNAL DE GRADO**

LIC. INGRID FIALLOS
DIRECTORA DEL PROYECTO

FIRMA MIEMBRO DEL TRIBUNAL

**FIRMA DE LOS AUTORES DEL PROYECTO DE
GRADUACIÓN**

JANETH TRAVERSO HOLGUIN

SANTIAGO TOVAR MORÁN

OSCAR ARIAS CEVALLOS

RESUMEN EJECUTIVO

Esta tesis está basada en un proyecto de una revista digital que contendría material de utilidad para los estudiantes de las carreras de Diseño Gráfico y Producción Audiovisual, que les permitiría enfocarse en las nuevas tendencias y noticias a nivel universitario en general y estar al tanto de las vanguardias y desarrollo de tecnologías para estas áreas.

El proyecto de revista interactiva es una propuesta que estamos ofreciendo a la ESPOL para que la implanten en la página web de dicha institución.

La revista contendría información sobre nuevas tendencias, tecnología, tutoriales, entrevistas a profesionales en estas áreas y también concursos para estudiantes de estas carreras, que se organizan a nivel universitario de producción audiovisual y diseño gráfico entre otros.

ÍNDICE GENERAL

1	GENERALIDADES	1
1.1.	INTRODUCCIÓN	1
1.2.	ANTECEDENTES	1
1.3.	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	4
1.4.	GENERALIDADES	4
1.5.	OBJETIVOS DEL PROYECTO	5
1.5.1.	<i>OBJETIVO GENERAL</i>	5
1.5.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
2	ESTUDIO DE MERCADO	9
2.1.	DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO	9
2.2.	DESARROLLO DE LA ENCUESTA	10
2.2.1.	<i>DISEÑO DE LA ENCUESTA</i>	10
2.3.	TABULACIÓN Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	13
	TABULACIÓN Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	26
3.	PLAN DE DESARROLLO	29
3.1.	PLAN PARA DESARROLLO DE LA REVISTA INTERACTIVA	29
3.2.	PROPÓSITO DEL PROYECTO	29
3.3.	<i>ÁMBITO PARA EJECUCIÓN DEL PROYECTO</i>	29
3.4.	ANÁLISIS DEL PÚBLICO OBJETIVO	30
3.5.	ANÁLISIS F.O.D.A	30
3.5.1.	<i>FORTALEZAS</i>	31
3.5.2.	<i>OPORTUNIDADES</i>	31
3.5.3.	<i>DEBILIDADES</i>	31
3.5.4.	<i>AMENAZAS</i>	31
3.6.	<i>ESTRATEGIAS</i>	32
4.	ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO	34
4.1.	MANUAL DE DISEÑO DEL PROYECTO	34
4.1.5	<i>PAPELERÍA</i>	43
4.1.5.1	<i>HOJA A4</i>	43
4.1.5.2	<i>SOBRE</i>	44
4.1.6	<i>EXTERIORES</i>	46
4.1.6.1	<i>VESTIMENTA</i>	46
4.1.6.2	<i>GORRAS</i>	46
4.1.6.3	<i>VEHÍCULO</i>	47
4.1.6.4	<i>TAZA</i>	47
4.1.6.5	<i>BOLÍGRAFOS</i>	48
4.2.	PIEZAS GRÁFICAS	48
4.2.1.	REVISTA DIGITAL	48
4.2.2.	CONSIDERACIONES TÉCNICAS DEL PROYECTO	49
4.3.	<i>DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN</i>	49
4.3.1.	INVESTIGACIÓN Y SELECCIÓN DE INFORMACIÓN	49
4.3.2.	REDACCIÓN Y EDICIÓN	50
4.3.3.	DISEÑO	50
4.4.	FORMATO DE LA REVISTA	50
4.4.1	<i>.TIPOGRAFÍA DE LA REVISTA</i>	51
4.4.2.	<i>PORTADA DE LA REVISTA</i>	51
4.4.3	<i>CONTRAPORTADA DE LA REVISTA</i>	52

4.4.4. PRIMERAS PÁGINAS INTERIORES DE LA REVISTA	53
4.4.5. PÁGINAS CENTRALES DE LA REVISTA	55
4.4.6. ÚLTIMAS PÁGINAS DE LA REVISTA	57
4.4.7. BLOG	59
4.4.8. CANAL EN YOUTUBE	59
5. EQUIPO DE TRABAJO PARA EL DESARROLLO DE LA REVISTA.....	62
5.1 DESCRIPCIÓN DE CARGOS DE LA CAMPAÑA	62
6. ANÁLISIS DE INGRESOS Y EGRESOS	66
<i>Esta tabla indica los salarios del personal que ayudará a desarrollar la revista durante un período máximo de 12 meses.....</i>	70
7 CONCLUSIONES	74
7.1. RECOMENDACIONES	74
ANEXOS	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Capítulo 2

FIGURA 2-1 GRÁFICO DE PORCENTAJES DE DATOS DE TABULACION.....	13
FIGURA 2- 2 GRÁFICO DE PORCENTAJE DE DATOS DE TABULACION.....	14
FIGURA 2- 4 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 1.....	15
FIGURA 2- 5 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 2.....	16
FIGURA 2- 6 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 3.....	17
FIGURA 2- 7 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 4.....	18
FIGURA 2- 8 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 5.....	19
FIGURA 2- 9 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 6.....	20
FIGURA 2- 10 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 7.....	21
FIGURA 2- 11 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 8.....	22
FIGURA 2- 12 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 9.....	23
FIGURA 2- 13 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 10.....	24
FIGURA 2- 14 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 11.....	25
FIGURA 2- 15 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 12.....	26
FIGURA 2- 16 GRÁFICO ESTADÍSTICO DE LA PREGUNTA 13.....	27

Capítulo 4

FIGURA 4 - 1 LOGOTIPO.	36
FIGURA 4 - 2 GRAFIMETRÍA DEL ISOTIPO.	37
FIGURA 4 - 3 ÁREA DE RESERVA DEL ISOTIPO.	37
FIGURA 4 - 4 REDUCCION MAXIMA DEL ISOTIPO.....	38
FIGURA 4 - 5 TIPOGRAFÍA 1.	38
FIGURA 4 – 6 TIPOGRAFIA 2.	39
FIGURA 4 – 7 TIPOGRAFIA 3.	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
FIGURA 4 - 8 ÁREA DE RESERVA DEL ISOTIPO.	39
FIGURA 4 – 9 ACROMATISMOO ESCALA DE GRISES.	40

FIGURA 4 - 10 VARIACIONES PERMITIDAS.	41
FIGURA 4 - 11 MANEJO INCORRECTO DEL ISOTIPO	42
FIGURA 4 - 12 HOJA A4.	43
FIGURA 4 - 13 SOBRE.....	44
FIGURA 4 - 14 TARJETA DE PRESENTACION.	46
FIGURA 4 - 15 VESTIMENTA.....	46
FIGURA 4 - 16 GORRA.....	47
FIGURA 4 - 17 VEHICULO.....	47
FIGURA 4 - 18 TAZA.	48
FIGURA 4 - 19 BOLIGRAFOS.	48
FIGURA 4 - 20 TIPOGRAFIA DE LA REVISTA.....	51
FIGURA 4 - 21 PORTADA DE LA REVISTA.	52
FIGURA 4 - 22 CONTRAPORTADA DE LA REVISTA.....	53
FIGURA 4 - 23 PORTADA Y CONTRAPORTADA DE LA REVISTA.	53
FIGURA 4 - 24 REVISTA DIGITAL INTERIOR 1.	54
FIGURA 4 - 25 REVISTA DIGITAL INTERIOR 2	54
FIGURA 4 - 26REVISTA INTERIOR SECCIONES 1.....	55
FIGURA 4 - 27 REVISTA INTERIOR SECCIONES 2	55
FIGURA 4 - 28 REVISTA INTERIOR SECCIONES 3.....	56
FIGURA 4 - 29 REVISTA INTERIOR SECCIONES 4.....	56
FIGURA 4 – 30 REVISTA INTERIOR SECCIONES 5.	57
FIGURA 4 - 31 REVISTA DIGITAL ULTIMAS PAGINAS 1	57
FIGURA 4 - 32 REVISTA DIGITAL ULTIMAS PAGINAS 2.....	58
FIGURA 4 – 33 REVISTA DIGITAL ULTIMAS PAGINAS 3.	58
FIGURA 4 – 34 IMAGEN BLOG DE LA REVISTA	59
FIGURA 4 – 35 IMAGEN CANAL YOUTUBE DE LA REVISTA	60

Capítulo 5

FIGURA 5– 1 EQUIPO PARA DESARROLLO DE PROYECTO.	64
FIGURA 5 - 2 DESCRIPCION DE CARGOS DEL PROYECTO	65

INDICE DE TABLAS

Capítulo 2

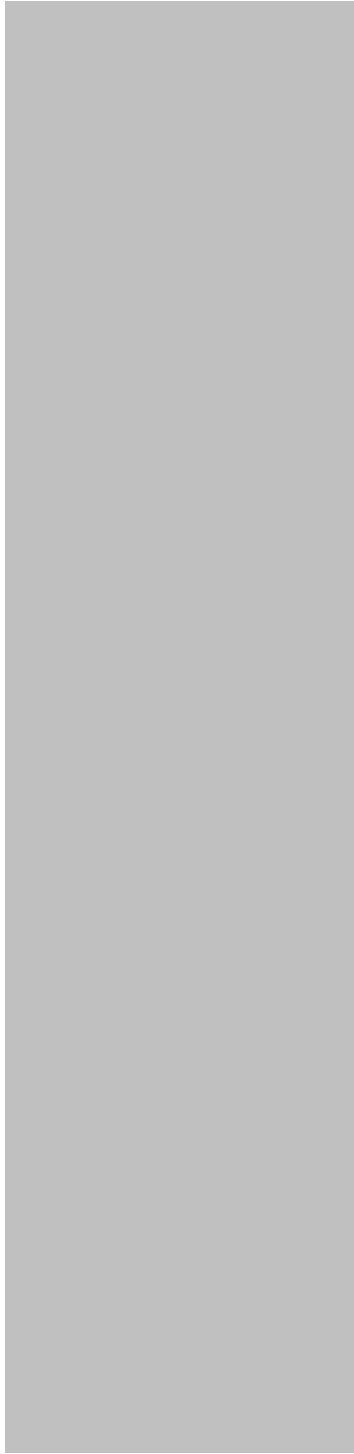
TABLA 2 - 1 ESTUDIANTES ACTIVOS TERMINO II 2010.....	9
TABLA 2 - 2 DATOS TABULACION DE ENCUESTA 1	13
TABLA 2- 3 DATOS TABULACION DE ENCUESTA 2.	14
TABLA 2 - 4 DATOS PREGUNTA 1	15
TABLA 2- 5 DATOS PREGUNTA\ 2.....	16
TABLA 2 -6 DATOS PREGUNTA 3.....	17
TABLA 2- 7 DATOS PREGUNTA 4.....	18
TABLA 2 – 8 DATOS PREGUNTA 5.....	19
TABLA 2- 9 DATOS PREGUNTA 6.....	20
TABLA 2 -10 DATOS PREGUNTA 7	21
TABLA 2- 11 DATOS PREGUNTA 8.....	22
TABLA 2 – 12 DATOS PREGUNTA 9.....	23
TABLA 2- 13 DATOS PREGUNTA 10.	24
TABLA 2 – 14 DATOS PREGUNTA 11	25
TABLA 2- 15 DATOS PREGUNTA 12.....	26

Capítulo 3

TABLA 3 - 1 PLAN DE DESARROLLO.....	29
-------------------------------------	----

Capítulo 6

TABLA 6 - 1 PRESUPUESTO GENERAL 1.	67
TABLA 6 - 2 PRESUPUESTO GENERAL 2	68
TABLA 6 – 3PRESUPUESTO MAQUINARIA Y EQUIPOS 1	68
TABLA 6 – 4 PRESUPUESTO MAQUINARIA Y EQUIPOS 2	69
TABLA 6 – 5PRESUPUESTO SERVICIOS BASICOS	69
TABLA 6 - 6 PRESUPUESTO GASTOS DE PUBLICIDAD.....	70
TABLA 6 – 7 PRESUPUESTO GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS 1	70
TABLA 6 – 8 PRESUPUESTO GASTOS DE SUELDEOS Y SALARIOS 2	71
TABLA 6 – 9 PRESUPUESTO UTILIDADES 1	71
TABLA 6 – 10 PRESUPUESTO UTILIDADES 2	72



CAPÍTULO 1
GENERALIDADES

1 GENERALIDADES

1.1. INTRODUCCIÓN

El término digital e interactivo, de Diseño y Producción Audiovisual comprende casi cualquier medio interactivo que tenga que ver con gráfica visual digital, en el caso del diseño gráfico y cualquier tipo de video o imágenes secuenciales digitales con audio en lo que tiene que ver con la producción audiovisual.

Se emplearía un formato de revista digital que se distribuiría por internet a través de la página web de la ESPOL y que estaría orientada especialmente hacia los alumnos de la escuela de comunicación social EDCOM que cursen las carreras de Licenciatura en Diseño Gráfico y Licenciatura en Producción Audiovisual.

1.2. ANTECEDENTES

Podemos a continuación resumir un punto de vista que no deja de ser preciso y contener verdades históricas con respecto al posmodernismo y la gráfica, pero desde la visión de otro pensador que como es lógico es un componente incipiente de este movimiento o convención en la que ya nos encontramos irremediamente sumergidos.

Según Gilles Lipovetsky nuestro mundo actual vive una crisis, quizá la más grande de todos los tiempos. El analiza de la siguiente manera esta problemática de la época actual:

<http://www.slideshare.net/jorgechavez6816/la-era-del-vaco-lectura>

La técnica: Debido a la técnica el hombre es sacado fuera de la producción y es privado del saber. La que sabe es la máquina. La máquina puede ser un instrumento del hombre o el hombre convertirse en un apéndice de la máquina. El desarrollo técnico nunca había alcanzado semejante expresión. Las máquinas ordenan el mundo, plantean necesidades. El hombre en esta sociedad técnica se convierte también en técnico: el hombre mecánico. El hombre en la gran metrópolis es un número más, pierde su historia y su identidad. Es esta misma sociedad la que produce más de lo que necesita, generando así el consumismo.

Las nuevas actitudes: Apatía, indiferencia, deserción. No hay grandes propósitos:

Ninguna ideología política es capaz de entusiasmar a las masas, la sociedad posmoderna no tiene ni ídolos, ni tabú, ni tan solo imagen gloriosa de sí misma, ningún proyecto histórico movilizador, estamos ya regidos por el vacío, un vacío que no comporta, sin embargo, ni tragedia ni apocalipsis. Otra actitud para destacar es el individualismo: ni los partidos políticos, ni la religión, ni la familia son valores estables y absolutos. Cuanto más la ciudad desarrolla posibilidades de encuentro, más solos se sienten los individuos; más libres se vuelven las relaciones, más rara es la posibilidad de encontrar una relación intensa.

En todas partes encontramos la soledad, el vacío, la dificultad de sentir de ser transportados fuera de sí. En esta sociedad tenemos múltiples modos de estar con otras personas, pero no de encontrarnos profundamente con aquellos que compartimos quizá más de la mitad del día. Estamos juntos; pero estamos solos.

El Narcisismo: Hoy el cuerpo ha cobrado gran importancia, basta con encender la TV y ver un comercial: debemos cuidar nuestro cuerpo con todo tipo de cremas, nuestro cabello necesita determinados Champús, debemos usar determinado tipo de pinturas, etc. Esta imagen estereotipada ha generado dos patologías bastante graves entre los adolescentes: la bulimia y la anorexia. Otro elemento a destacar es la pérdida del sentido de continuidad histórica: queremos vivir el hoy, el ahora, el mañana no importa.

Estamos abarrotados por expresiones de sensibilidad: hay que verlo todo, hacerlo todo, decirlo todo. No hay lugar para el misterio. La pornografía, el sexo libre, son banderas que esgrime nuestra época. ¿Hay lugar para el amor?

El consumismo: Asistimos a la apoteosis del consumismo. Somos disciplinados por medio de las redes de comunicación y la propaganda para consumir cada vez más objetos, información, deportes, etc. Todo es regulado: consumo, información, organización, educación. El consumismo es un proceso que funciona por la seducción, los individuos adoptan sin dudarlo los objetos, las modas, las fórmulas de ocio elaboradas por las organizaciones especializadas, aceptando eso pero no es otro. Esta sociedad nos permite todo, pero he aquí la gran paradoja: somos libres, pero todos queremos lo mismo. Podemos elegir cualquier tipo de ropa, pero todos usamos la misma.

La mass-media: Una de las características de la época, y que tiene que ver con la comunicación son:

La velocidad en el acaecer de los hechos: tenemos tanta información que esta se nos escapa de las manos.

Tenemos acceso a cualquier parte del mundo vía satélite o por medio de la TV por cable. En muchos casos hay muchos intereses de por medio que provocan determinado tipo de información que no siempre coincide con lo que en realidad ocurre en el mundo.

Asistimos a la democratización de la palabra: cuanto mayores, son los medios de expresión, menos cosas se tienen por decir, cuanto más se solicita la subjetividad, más anónimo y vacío es el efecto.

Jean Francois Lyotard, uno de los filósofos que mayormente estudió el posmodernismo, siendo también uno de sus más inteligentes ideólogos, señala al respecto que no debiéramos pensar en términos de continuación, sino en una especie de inicio radicalmente nuevo donde “es preciso correr las manecillas del reloj hasta la hora cero”, pero también el postmodernismo, de acuerdo a este autor, “es una manera de reprimir el pasado”. Afirma a su vez, que el posmodernismo “es una tendencia dentro del modernismo caracterizada por su rechazo a deplorar e incluso por su disposición a celebrar nuestra incapacidad de experimentar la realidad como una totalidad ordenada e integrada”. Lyotard defiende la pluralidad cultural, rechaza el economicismo y las pérdidas de las libertades en el modernismo.

Este posmodernismo se halla de forma inmanente en el modernismo, conforma su rechazo y también su consecuencia, su rechazo a lo establecido, al exceso de racionalismo, a la preponderancia del imperio de la razón y es por ello que acoge al surrealismo como uno de sus antecesores (donde el poeta André Bretón es admirado por su escritura automática, sin cadenas racionalistas), por el carácter icónico en sus pinturas (pensemos en Dalí, por ejemplo), por cuanto existe influencia del inconsciente colectivo, por el sentimiento mágico que va a imperar en el postmodernismo y en querer exaltar a los eventos fortuitos, a contra corriente, extra pictóricos, extra artísticos, y hasta banales de la sociedad de consumo. El llamado Arte Kistch o el Pop Art, podrían también considerarse como antecedentes de este período del arte que para algunos

autores comenzaría a aparecer en nuestros años sesenta y setenta (aunque algunos nos remiten hasta los años cincuenta), pero que es parte de la contradicción de lo moderno, incluso del período de La Ilustración Francesa, como su antítesis y como síntesis surgida. O, sin ir muy lejos, Marcel Duchamp con sus obras, referidas a urinarios, descontextualizadas en su tiempo de los museos, podrían ser antecedentes del postmodernismo debido a su carácter no tradicional, extra artístico y provocador.¹

1: Tomado de una publicación de Mauricio Cifuentes viernes, julio 06, 2007

1.3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

CREACION DE UNA REVISTA DIGITAL UNIVERSITARIA DE DISEÑO Y PRODUCCION AUDIOVISUAL PARA LA ESPOL.

Las revista digital universitaria servirá para dar a conocer a los estudiantes recién integrados a las carreras de diseño y producción audiovisual, sobre avances tecnológicos en estos campos, información actual de tendencias, personajes destacados de nuestra urbe, y entorno en cuanto a estas especialidades para así generar mayor interés y conocimientos en los estudiantes; la revista servirá para que los estudiantes, puedan mostrar su trabajo a través de un blog especializado de la revista y con esto poder ser comentado y a su vez hacer comentarios a otros, en cuanto a los estudiantes que están terminando la carrera o egresados servirá para mantenerse al tanto en las actividades universitarias y con esto compartir conocimientos con el resto de los estudiantes.

Para difundir la revista se harán piezas publicitarias, de las cuales se encargara el área de diseño grafico de la ESPOL, tales como banners que serán colocados en las inmediaciones de la universidad, adicionalmente se elaborará publicidad que pueda ser difundida en un medio impreso de la institución como lo es la revista “FOCUS”, a través de mails masivos en el correo de la ESPOL y también en la página web de EDCOM.

1.4. GENERALIDADES

Es importante saber que el término “Revista digital interactiva” corresponde a una publicación no impresa, que será difundida solo a través de la web en formato PDF por

medio de la página de la ESPOL, que permitirá a los estudiantes interactuar con la revista.

Su característica esencial consiste en que los estudiantes formaran parte activa e importante en la creación de esta revista, ya que serán ellos los que a través de sus comentarios y/o publicaciones sean los que puedan enriquecer cada edición.

Teniendo en cuenta estas definiciones, se puede tener en consideración que la revista sería un medio de introducción para los estudiantes hacia el amplio mundo del diseño y la producción.

1.5. OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

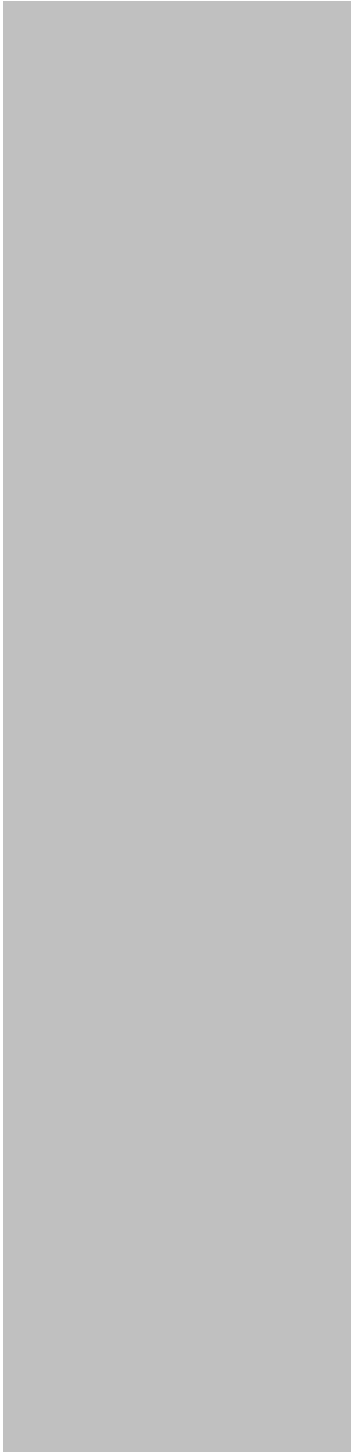
Su interés e intención es básicamente el de informar, fomentar las características del mundo del diseño gráfico y la producción audiovisual en un sentido amplio, ofreciendo a través de esta revista una serie de contenidos para los estudiantes de estas carreras, incorporando conocimientos tecnológicos, avances, vanguardia, concursos, charlas informativas, valores y el desarrollo de destrezas y habilidades.

Para esto contamos con una estructura de revista que incluiría varios temas, al ser interactiva puede contar también con el aporte de los estudiantes de estas carreras, que podrán relacionarse entre sí, colaborando de manera directa con la revista, cargando sus trabajos ya sea de diseño gráfico o de producción audiovisual, fomentando la creación indirectamente de foros o blogs donde podrán debatir sus temas y resolver sus inquietudes.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fomentar una cultura de interés y competitividad hacia los nuevos estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico y Producción Audiovisual, y a los avanzados mantenerlos informados de lo que pasa en dichas carreras.
- Incentivar a los nuevos estudiantes a adentrarse en el mundo de diseño gráfico y la producción audiovisual, en todos los aspectos y niveles, para que puedan elegir de manera más rápida y precisa su campo de acción, o en el que mejor podría desempeñarse.

- Colaborar en el desarrollo mental, intelectual y artístico.
- Influir correctamente y positivamente en el comportamiento y desenvolvimiento de los estudiantes en sus carreras, generando mayor autocrítica y conocimiento general de estas áreas.
- Proporcionar el material adecuado para que estos estudiantes se puedan desenvolver de manera correcta desde el inicio de su vida estudiantil y más adelante profesional.
- Mantener a los estudiantes más avanzados activos para que ganen competitividad, e incentivar sus destrezas y apoyar su trabajo.



CAPÍTULO 2
**PÚBLICO OBJETIVO Y
DESARROLLO DE LAS
ENCUESTA**

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1. DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

La población es definida como el conjunto que representa todas las mediciones de interés para el estudio de campo.

La población que se ha considerado para la realización de la investigación de campo, se concentra en las instalaciones de la Universidad y estará definida por adultos de 18 a 35 años de diferente índole ya sea social o económico.

Estudiantes activos EDCOM Licenciatura Diseño Grafico y Producción Audiovisual 2010

Licenciatura de Producción Audiovisual	506
Licenciatura de Diseño Grafico	196
Tecnología de Diseño Grafico	718

Tabla 2 - 1 Estudiantes activos termino II 2010

Fuente: EDCOM - ESPOL.

2.2. DESARROLLO DE LA ENCUESTA

2.2.1. DISEÑO DE LA ENCUESTA

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL (EDCOM)

DATOS DEL ENTREVISTADO:
MARQUE CON UNA X SU RESPUESTA A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS

HOMBRE ESTUDIANTE Lic. Diseño Gráfico
MUJER PROFESIONAL Lic. Producción Audiovisual
EDAD Lic. Comunicación Social

En caso de estudiar adicionalmente otra carrera, favor especifique que carrera y donde:

LAS PREGUNTAS QUE ENCONTRARÁ A CONTINUACIÓN PERMITIRÁ DETERMINAR SU GRADO DE INTERÉS Y/O CONOCIMIENTO AL RESPECTO DE REVISTAS DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN.

1. ¿CONOCE USTED DE ALGUNA REVISTA DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL QUE SE HAYA DIFUNDIDO ANTES?

SI NO

¿Qué opinión le merece esa revista?: _____

2. ¿CRÉE USTED QUE SERIA DE MUCHA UTILIDAD LA EXISTENCIA DE UNA REVISTA DIGITAL DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL?

SI NO

¿Por qué?: _____

3. ¿HA VISTO USTED UNA REVISTA DIGITAL DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL?

SI NO

Favor indique el nombre: _____

4. ¿CONOCE USTED DE ALGUNA REVISTA DEL MEDIO ESTUDIANTIL QUE TRATE DE ESTOS TEMAS?

SI NO

Favor indique el nombre:

5. ¿QUÉ TIPOS DE TEMAS CREE USTED DEBERÍA TRATAR ESTA REVISTA?

- | | |
|----------------------------------|--------------------------|
| TECNOLOGÍA | <input type="checkbox"/> |
| ACADEMICISMO | <input type="checkbox"/> |
| INNOVACIONES EN DISEÑO | <input type="checkbox"/> |
| INNOVACIONES EN PRODUCCIÓN | <input type="checkbox"/> |
| SEMINARIOS DE DISEÑO/PRODUCCIÓN | <input type="checkbox"/> |
| VANGUARDIAS/ TENDENCIAS | <input type="checkbox"/> |
| CONCURSOS EN LAS AREAS INDICADAS | <input type="checkbox"/> |

Otro (s) tema (s):

LAS PREGUNTAS QUE ENCONTRARÁ A CONTINUACIÓN, SE REFIEREN A PERSONAS QUE GUSTARÍAN PARTICIPAR U OBTENER UNA REVISTA DIGITAL DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN.

6. ¿CONOCE USTED ALGO RESPECTO DE REVISTAS DIGITALES/INTERACTIVAS?

SI NO

Favor indique, ¿que conoce?: _____

7. ¿LE GUSTARIA A USTED OBTENER UNA REVISTA DIGITAL DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN?

SI NO

¿Por qué?

8. ¿LE GUSTARIA A USTED PARTICIPAR O COLABORAR CON LOS TEMAS DE LA REVISTA DIGITAL INTERACTIVA?

SI NO

¿Por qué?

9. ¿PARTICIPARÍA USTED ACTIVAMENTE CON SUS COMENTARIOS Y OPINIONES EN EL BLOG DE LA REVISTA?

SI NO

¿Por qué?:

10. ¿EXPONDRÍA USTED SUS TRABAJOS DE DISEÑO O PRODUCCIÓN EN UN PORTAL DE LA REVISTA?

SI NO

¿Por qué?:

11. ¿EN CASO DE EGRESAR DE LA UNIVERSIDAD O ESTAR EGRESADO SEGUIRÍA PARTICIPANDO EN BLOGS DE LA REVISTA Y EXPONRIENDO SUS TRABAJOS PROFESIONALES O PERSONALES?

SI NO

EN CASO DE SI ¿Por qué?

***Pregunta formulada solo para estadística**

12¿ESTARIA USTED DISPUESTO A PAGAR POR LA REVISTA?

MENOS DE \$2

ENTRE \$2 - \$5

MAS DE \$5

Otro valor:

A CONTINUACIÓN SIÉNTASE LIBRE DE COMPLETAR LA INFORMACIÓN SOLICITADA A CONTINUACIÓN:

Nombre

Apellido

C.I.

Teléfono:

_____ Celular: _____

e-mail:

Prefiero no proveer esta información

Favor indique sus razones:

2.3. TABULACIÓN Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Dato 1

Género

Mujeres	36
Hombres	45

Tabla 2 - 2 Datos tabulación de encuestas 1.

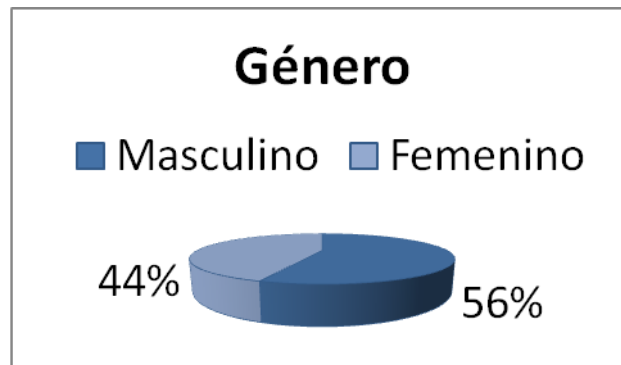


Figura 2- 1 Gráfico de porcentajes de datos de tabulación.

- De un total de 81 personas encuestadas: El 56% (45) fueron hombres, ocupando la mayoría de personas encuestadas. Las mujeres encuestadas representan el 44% (36).

Dato 2

Edad

19-24	77
25-30	3
Más de 30	1

Tabla 2 - 3 Datos tabulación de encuestas 2

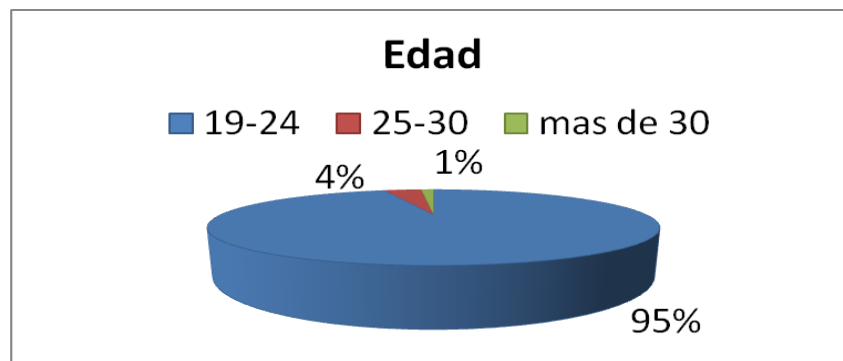


Figura 2- 2 Gráfico de porcentajes de datos de tabulación.

El porcentaje por edad de las 81 personas encuestadas varía de la siguiente manera:

- 19 a 24 años: fueron encuestados 77 personas que representan el 95%
- 25 a 30 años: fueron encuestados 3 personas que representan el 4%
- Mas de 30: fue encuestada 1 persona que representan el 1%

Pregunta 1

¿Conoce usted de alguna revista de diseño y producción audiovisual que se haya difundido antes?

Pregunta 1	
SI	5
NO	76

Tabla 2 – 4 Datos pregunta 1.

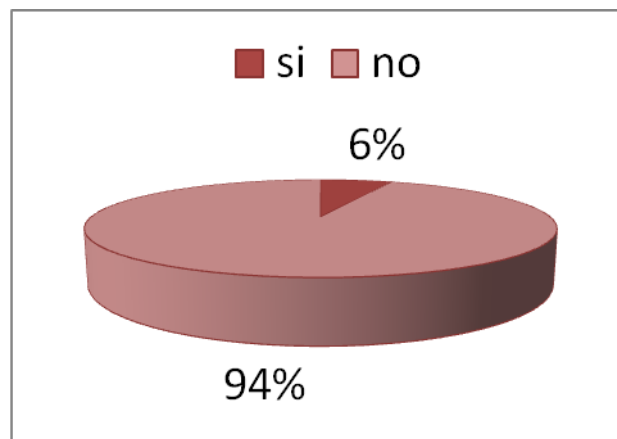


Figura 2- 3 Gráfico estadístico de la pregunta 1.

Dentro de los 81 encuestados la tabulación de esta pregunta arrojó los siguientes datos:

6% de la muestra (5 personas) conocen, o han escuchado, acerca de alguna revista de diseño y producción audiovisual que se haya difundido antes, y el 94% (76 personas) respondió que no conoce o no tiene ninguna información sobre una revista.

Pregunta 2

¿Cree usted que sería de mucha utilidad la existencia de una revista digital de diseño y producción audiovisual?

PREGUNTA 2	
SI	80
NO	1

Tabla 2 - 5 Datos pregunta 2.

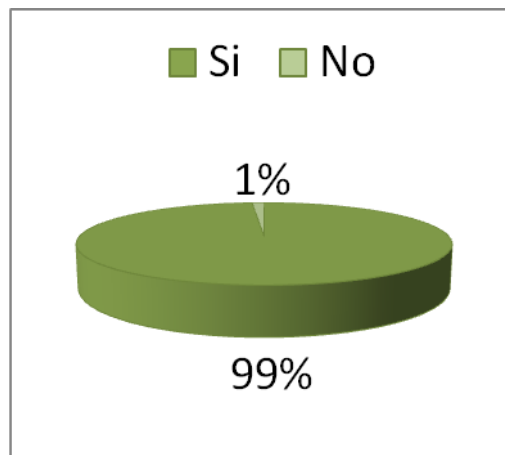


Figura 2- 4 Gráfico estadístico de la pregunta 2.

De esta pregunta pudimos conocer que el 99% (80 encuestados) de los 81 de la muestra creen que sería de mucha utilidad la existencia de una revista digital de diseño y producción audiovisual, mientras que solo el 1% (1 persona) dijeron que no.

Pregunta 3

¿Ha visto usted una revista digital de diseño y producción audiovisual?

PREGUNTA 3	
SI	14
NO	67

Tabla 2 - 6 Datos pregunta 3.

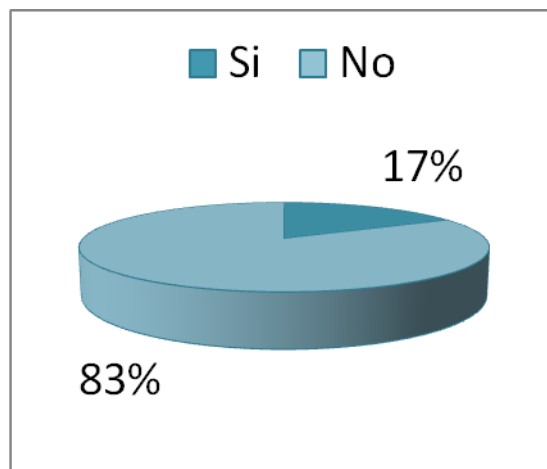


Figura 2- 5 Gráfico estadístico de la pregunta 3.

38% (14 encuestados) de los 81, ha visto una revista digital de diseño y producción audiovisual; el 62% (67 encuestados) aseguran no conocer de alguna revista.

Pregunta 4

¿Conoce usted de alguna revista del medio estudiantil que trate de estos temas?

PREGUNTA 4	
SI	8
NO	73

Tabla 2 - 7 Datos pregunta 4.

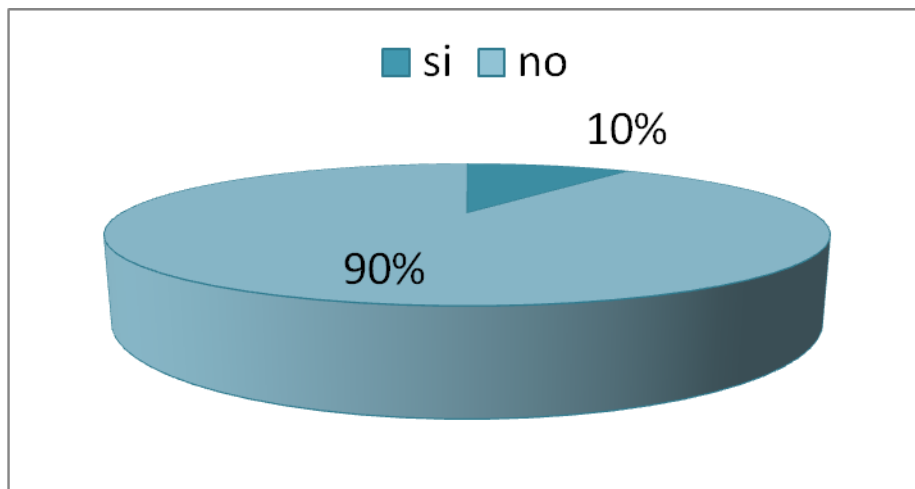


Figura 2- 6 Gráfico estadístico de la pregunta 4.

Más de la mitad de los 81 encuestados, equivalente al 90% (73 personas) dijo no conocer de alguna revista del medio estudiantil que trate de estos temas, mientras que el 10% (8 personas) si conocen.

Pregunta 5

¿Qué tipos de temas cree usted debería tratar esta revista?

PREGUNTA 5	
TECNOLOGÍA	60
ACADEMICISMO	20
INNOVACIONES EN DISEÑO	72
<i>INNOVACIONES EN PRODUCCIÓN</i>	77
<i>SEMINARIOS DE DISEÑO/PRODUCCIÓN</i>	65
<i>VANGUARDIAS/ TENDENCIAS</i>	61
<i>CONCURSOS EN LAS AREAS INDICADAS</i>	53

Tabla 2 - 8 Datos pregunta 5.

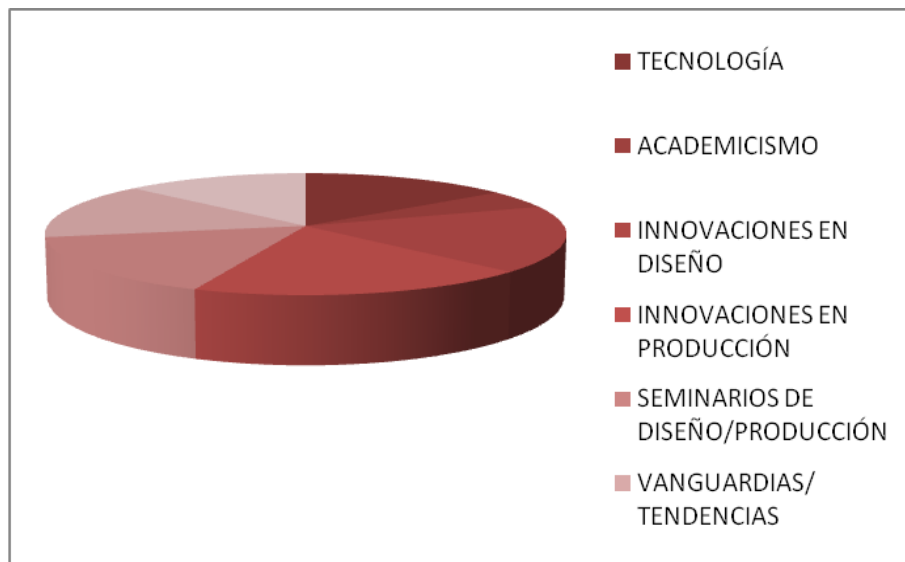


Figura 2- 7 Gráfico estadístico de la pregunta 5.

- El 74% (60 encuestados) desean que se adhiera el tema de tecnología en la revista.
- El 25% (20 encuestados) pidió que se ponga sobre academicismo.
- El 89% (72 encuestados) quiere leer acerca de innovaciones en diseño.
- El 95% (77 encuestados) desea leer de innovaciones de producción.
- El 80% (65 encuestados) se ve interesado acerca de información sobre seminarios de producción.
- El 75% (61 encuestados) quiere ver sobre vanguardias/tendencias.
- El 65% (53 encuestados) piden que pongan acerca de concursos.

Pregunta 6

¿Conoce usted algo respecto de revistas digitales/interactivas?

PREGUNTA 6	
SI	19
NO	62

Tabla 2 - 9 Datos pregunta 6.

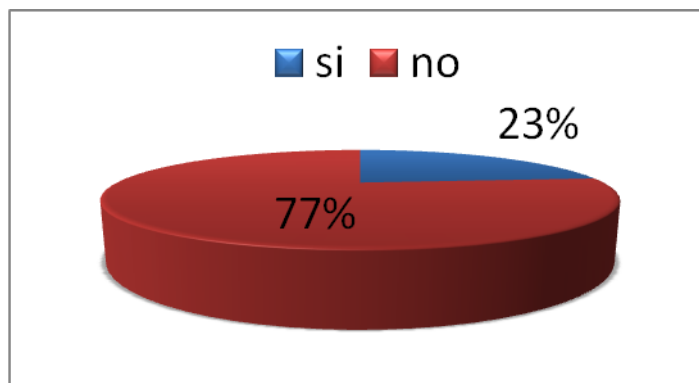


Figura 2- 8 Gráfico estadístico de la pregunta 6.

La encuesta demuestra que el 23% (19 encuestados) conoce algo respecto de revistas digitales/interactivas, mientras que el 77% (62 encuestados) no conocen.

Pregunta 7

¿Le gustaría a usted obtener una revista digital de diseño y producción?

PREGUNTA 7	
SI	80
NO	1

Tabla 2 - 40 Datos pregunta 7.

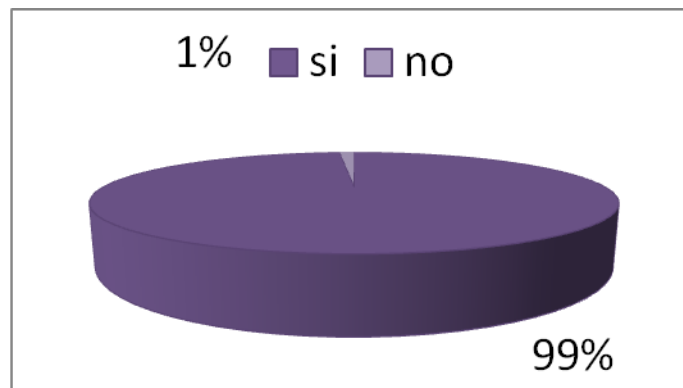


Figura 2- 9 Gráfico estadístico de la pregunta 7.

La mayoría de las 81 personas encuestadas, representadas por el 99% (80 personas), opinan que les gustaría obtener la revista. El 1% (1 encuestado) prefiere que no.

Pregunta 8

¿Le gustaría a usted participar o colaborar con los temas de la revista digital interactiva?

PREGUNTA 8	
SI	54
NO	27

Tabla 2 - 11 Datos pregunta 8.

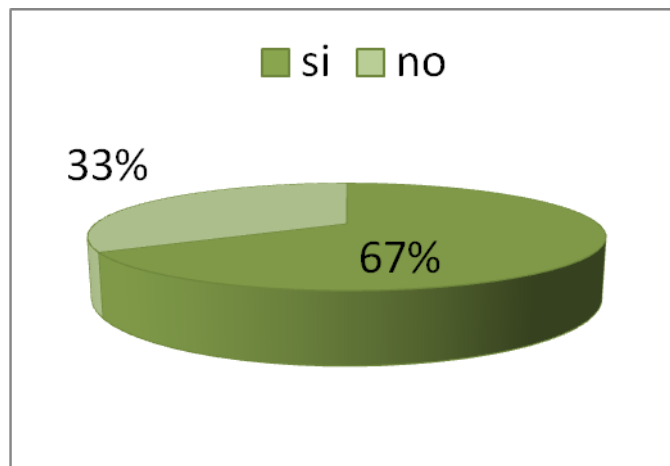


Figura 2- 3 Gráfico estadístico de la pregunta 8.

En esta pregunta el 67% (54 personas) de los 81 encuestados le gustaría participar o colaborar con los temas de la revista digital interactiva, mientras que el 33% (27 personas) no están interesados.

Pregunta 9

¿Participaría usted activamente con sus comentarios y opiniones en el blog de la revista?

PREGUNTA 9	
SI	62
NO	19

Tabla 2 - 12 Datos pregunta 9.

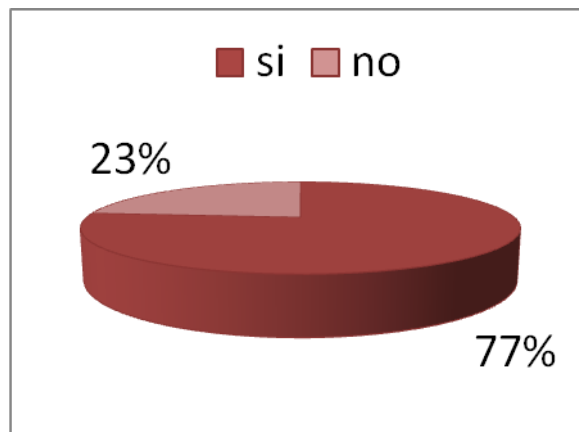


Figura 2- 11 Gráfico estadístico de la pregunta 9.

El 77% (62 encuestados) está interesado en participar activamente con comentarios y opiniones en el blog de la revista, mientras que el 23% (19 encuestados) no desean.

Pregunta 10

¿Expondría usted sus trabajos de diseño o producción en un portal de la revista?

PREGUNTA 10	
Si	66
No	15

Tabla 2 - 13 Datos pregunta 10.

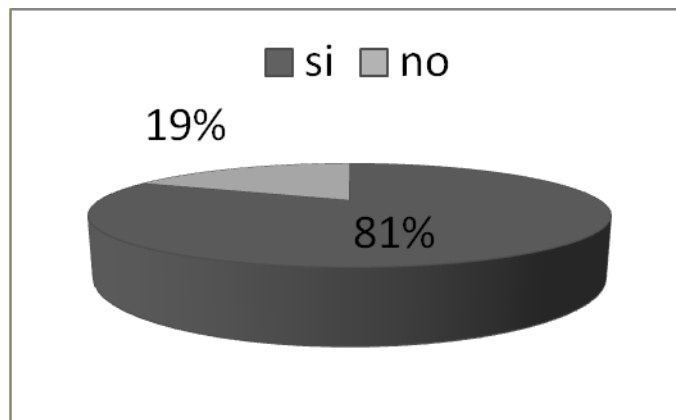


Figura 2- 12 Gráfico estadístico de la pregunta 10.

El 81% de las 81 personas expondrían sus trabajos de diseño o producción en un portal de la revista mientras el 19% no quiere.

Pregunta 11

¿En caso de egresar de la universidad o estar egresado seguiría participando en blogs de la revista y exponiendo sus trabajos profesionales o personales?

PREGUNTA 11	
SI	12
NO	69

Tabla 2 - 14 Datos pregunta 11.

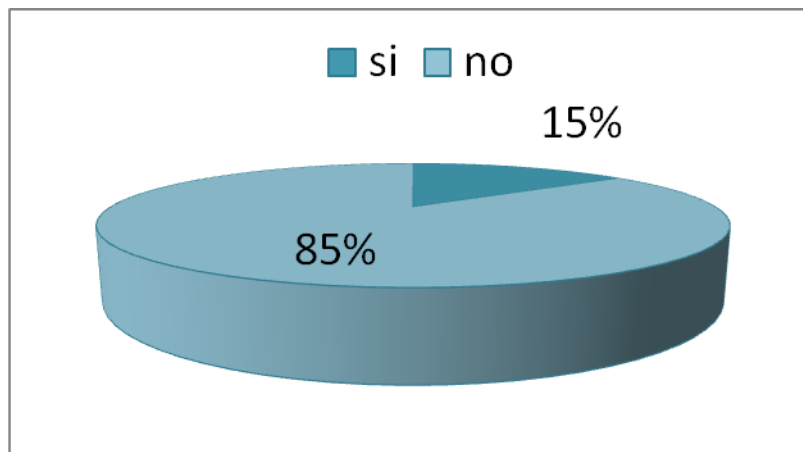


Figura 2- 13 Gráfico estadístico de la pregunta 11.

El 15% de las 81 personas encuestadas afirman que seguirían participando en blogs de la revista y exponiendo sus trabajos profesionales y el 85% no desearían ponerlos.

Pregunta 12

¿Estaría usted dispuesto a pagar por la revista?

PREGUNTA 12	
MENOS DE \$2	19
ENTRE \$2 - \$5	48
MAS DE \$5	14

Tabla 2 - 15 Datos pregunta 12.

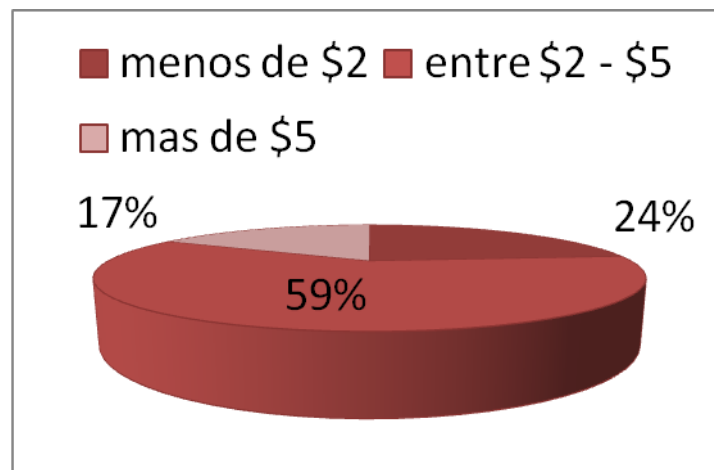


Figura 2- 14 Gráfico estadístico de la pregunta 12.

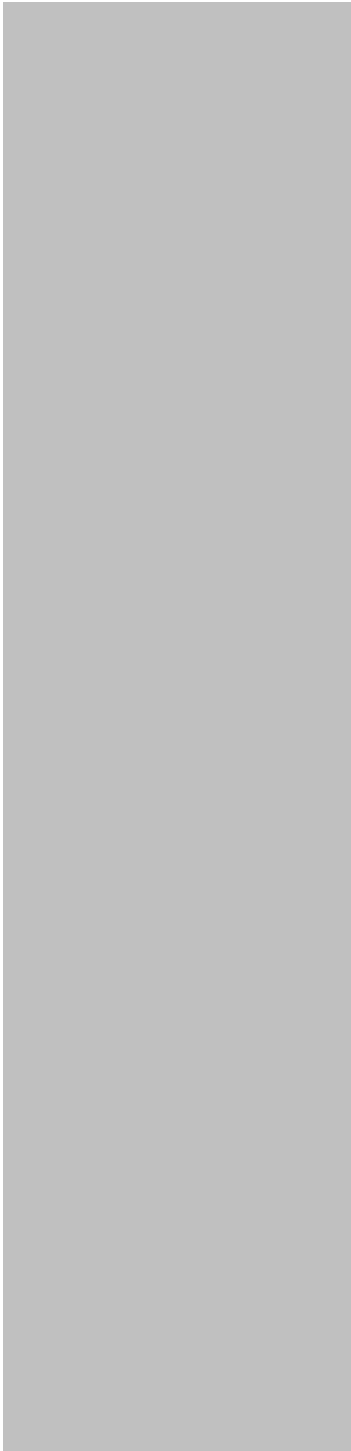
Acerca de cuanto estaría dispuesto a pagar nuestros lectores: El 24% (19 encuestados) dijeron que pagarían menos de \$2, el 59% (48 encuestados) pagarían entre \$2 - \$5 y el 17% (14 encuestados) pagarían mas de \$5.

TABULACIÓN Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

El resultado de las encuestas elaboradas permitirá una mejor orientación para el desarrollo de los elementos que conformarán la revista, tales los temas que se publicaran, piezas gráficas, precio y especialmente para preocuparnos de lo que el lector desea leer en la revista.

De los resultados obtenidos, se concluye lo siguiente:

- Del total de personas encuestadas (81) la mayor parte fueron hombres.
- El 94% (76 personas) respondió que no conoce o no tiene ninguna información sobre una revista acerca de diseño y producción.
- El 99% (80 encuestados) de los 81 de la muestra creen que sería de mucha utilidad la existencia de una revista digital de diseño y producción audiovisual.
- El 65% (53 encuestados) piden que pongan en la revista acerca de concursos, ya que hay muchos que disfrutarían poner sus trabajos. Es una forma de darse a conocer y plasmar lo que les agrada hacer.
- El 99% (80 personas), opinan que les gustaría obtener la revista, porque creen que es importante estar al día de lo que pasa en el mundo de diseño y producción y hoy en día no existe una revista aquí en Guayaquil que trabaje en estas áreas.
- El 77% (62 encuestados) está interesado en participar activamente con comentarios y opiniones en el blog de la revista. Harían críticas constructivas y se tratarían diferentes temas donde uno puede expresarse con respeto.
- El 59% (48 encuestados) pagarían entre \$2 - \$5.



CAPÍTULO 3

PLAN DE DESARROLLO

3. PLAN DE DESARROLLO

3.1. PLAN PARA DESARROLLO DE LA REVISTA INTERACTIVA

Para poder desarrollar la revista se tienen diversas vías de comunicación a las cuales recurriremos para que estudiantes se informen acerca de ella y conozcan sobre el proyecto que se llevará a cabo.

Para el plan de desarrollo de la revista se toman en cuenta tres etapas:

Etapas para Desarrollo de la Revista	Tiempo de Duración
Etapa de investigación y selección de información	3 Semanas
Etapa de redacción y edición	3 Semanas
Etapa de diseño	3 Semanas

Tabla 3 – 1 Plan de desarrollo

3.2. PROPÓSITO DEL PROYECTO

Nuestra intención es dar a conocer la revista en la universidad, generar interés en los estudiantes, dar información acerca de diseño y producción en el entorno universitario y guías para los estudiantes, tutoriales, entrevistas, avances tecnológicos y temas afines.

3.3. ÁMBITO PARA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto será dirigido a los estudiantes de las carreras de diseño gráfico y producción audiovisual, a través del uso de las redes sociales y la creación de un blog en el cual ellos podrán acceder a la información fácilmente y además dejar comentarios o compartir experiencias y consejos de manera gratuita.

Para la ejecución del proyecto se necesitará de la creación de un departamento que se encuentre ubicado de preferencia en los dominios de la universidad de la misma manera que existen ya departamentos afines como lo son FRAME (productora de EDCOM) y CRASH (Club de ilustración de EDCOM).

Para lo que se necesitara recursos suministrados por la misma universidad.

Los posibles auspiciantes designados para contribuir al desarrollo de este proyecto serán:

- CARTIMEX S.A.
- Ministerio de Cultura del Ecuador
- Auditorio Centro Cultural Libertador Simón Bolívar
- MARKKA REGISTRADA
- SIGLO 21
- LIBRERÍA CERVANTES CIA. LTDA.
- EcuadorTV
- TriDesign
- Banco del Pacífico
- Telequipues
- Librería Iliada

3.4. ANÁLISIS DEL PÚBLICO OBJETIVO

Con la información obtenida de la investigación de mercado, hemos comprobado que existe la demanda y aceptación de nuestro proyecto, Revista Digital Interactiva Universitaria de Diseño y Producción Audiovisual para la ESPOL, por parte de nuestro grupo objetivo. Con los resultados de las encuestas realizadas y basándonos en las preferencias y necesidades de los alumnos, podemos comenzar a armar un plan de estrategia de implementación para lograr el posicionamiento de nuestro servicio en la ESPOL.

Se buscará conocer los factores que puedan generar en los estudiantes interés o motiven a la búsqueda de información.

Los estudiantes del primer del nivel más proclives a desconocer el mundo del diseño y la producción estarán mejor informados gracias a la revista.

3.5. ANÁLISIS F.O.D.A

El estudio de **FODA** se constituye en una herramienta analítica que permite identificar y mostrar las fortalezas y debilidades del proyecto (factores endógenos) así como las

eventuales oportunidades y amenazas (factores exógenos) que se pudiesen presentar en el entorno.

3.5.1. FORTALEZAS

- Nuestro departamento tiene opciones novedosas de agrado y alta aceptación en la comunidad politécnica para la transmisión de comunicación de la revista.
- Cuenta con personas especializadas en la realización de una revista, capacitadas en los programas que se usará para diagramarla.
- Al ser un departamento general y único que controla toda la información que se desea transmitir, nos preocuparemos que la revista este completa y contenga información de interés para personas que estudian o trabajan en la carrera de diseño y producción.

3.5.2. OPORTUNIDADES

- Existe la demanda de la creación de un Departamento encargado de la revista.
- Se podrán hacer pasantías en el Departamento de tal manera que los alumnos que estén futuros a graduarse puedan adquirir la experiencia de lo que es trabajar seriamente.
- La tecnología está en crecimiento cada día, permitiendo crear nuevas formas de comunicación para la universidad ESPOL.
- Alumnos que sean talentosos pueden exponer sus trabajos en nuestra revista y ser conocidos.

3.5.3. DEBILIDADES

- No contar con la infraestructura necesaria para cubrir la demanda.
- La falta de personal para cumplir con eficacia los servicios demandados, provocando una falta de tiempo para organizarnos.

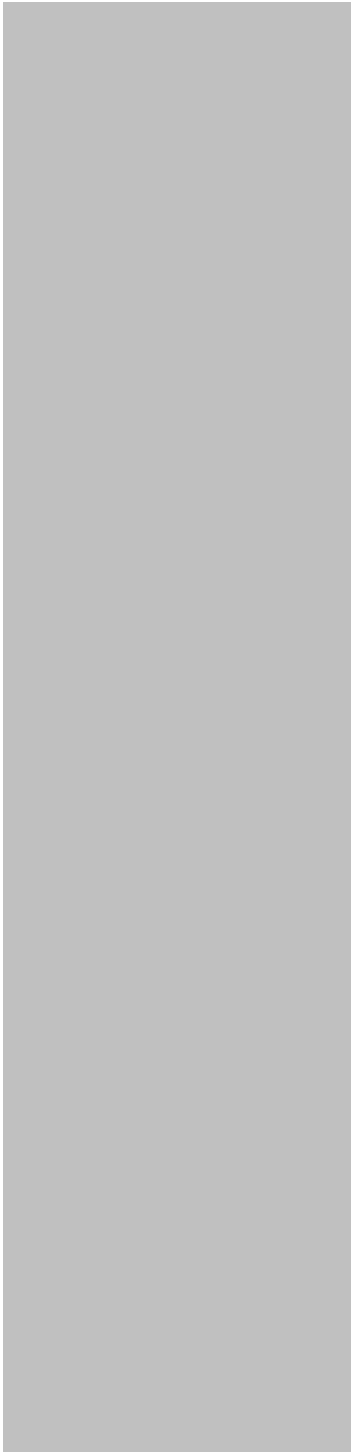
3.5.4. AMENAZAS

- La universidad ESPOL no cuente con suficientes recursos económicos para presupuestar la creación del Departamento de la revista.

- Que los alumnos no se animen en debatir o dar sus críticas constructivas en nuestro blog, ya que no se ven atraídos en hacerlo.
- Tanto la ESPOL, como los estudiantes prefieran contratar los servicios de una revista externas (competidores) en vez de utilizar nuestros servicios.

3.6. ESTRATEGIAS

- Realizar una investigación de mercado para conocer los factores, influencias, tendencias y conocimiento que tiene la juventud de la ESPOL sobre el diseño y producción.
- Uso de avisos y banners para dar a conocer sobre la revista.
- Realización de la revista interactiva para llegar de manera mas fácil hacia el mercado meta.
- Nos pueden contactar por nuestro blog, Facebook, o canal de YouTube.



CAPÍTULO 4
**ESTUDIO TÉCNICO DE
PROYECTO**

4. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

4.1. MANUAL DE DISEÑO DEL PROYECTO

4.1.1 INTRODUCCIÓN

Para el desarrollo del proyecto es importante tener en cuenta que el objetivo es dar a conocer e informar a los estudiantes de las carreras de Diseño Gráfico y Producción Audiovisual acerca de las tendencias, vanguardias y toda información que pueda aportar al desarrollo académico y profesional.

Para alcanzar las metas de este proyecto, es necesario el desarrollo de una marca que será la imagen, y ayudará a que los jóvenes, estudiantes y/o profesionales se identifiquen con ella; de manera que la información llegue más fácil a nuestro grupo objetivo. Su intención no debe ser comercial sino informativa y educativa.

4.1.2 DEFINICIÓN DE MARCA

Una Marca es un título que concede el derecho exclusivo a la utilización de un signo para la identificación de un producto o un servicio en el mercado.

Basándose en que esta revista digital para informar y fomentar las características del mundo del diseño y la producción audiovisual en un sentido amplio, ofreciendo a través de esta revista una serie de contenidos de manera general para los estudiantes de estas carreras , incorporando además conocimientos, tecnologías, avances, desarrollo, vanguardia, concursos, charlas informativas, valores y el desarrollo de destrezas y habilidades y en conceptos relacionados a marca, se estableció que es un requerimiento esencial una imagen con la cual las personas reconozcan de manera directa y eficaz el propósito de este proyecto.

El diseño de la imagen del proyecto queda recogido en un manual tras un proceso de análisis, desarrollo y estudio del conjunto de valores y creencias que conforman la personalidad del proyecto.

Para la elaboración del manual de diseño de la revista es necesario tener en cuenta los siguientes puntos:

- ¿Cuál es el mensaje que se quiere hacer llegar al público objetivo? Establecer los valores (educar y motivar a los estudiantes para fomentar las destrezas y despertar el espíritu creativo).

- ¿A quiénes debe llegar la imagen de la revista? Fundamentándose con datos adquiridos mediante a encuestas previas (VÉASE CAPÍTULO 2) a la realización de este proyecto dio como resultado que el grupo objetivo al cual debe enfocarse este proyecto está comprendido por estudiantes y/o profesionales de las carreras de Diseño Gráfico y Producción Audiovisual de la ESPOL.

El logotipo o nombre es lo más importante, porque es a través de él que el proyecto va a ser reconocida y diferenciada.

Se debe crear una marca que tenga características como las que se detalla a continuación:

- Al momento de la creación del nombre se tiene que optar por uno que sea fácil de recordar, no extenso y viable en el ámbito de comunicación.
- Que sea aplicable a todos los medios de comunicación y soportes (sean estos impresos o audiovisuales), mediante los cuales se realizará este proyecto, para que así el mensaje sea eficazmente recibido por el público objetivo.
- Debe de describir la revista a realizarse.
- No debe de violar la protección reglamentaria que tienen marcas existentes.

Existen ventajas de crear una imagen impactante, atractiva y que tenga identidad visual:

- El público objetivo tiende a recordar fácilmente la imagen propuesta.
- La difusión del mensaje llegará de manera eficaz.

Para esta revista, la imagen creada además de educar y motivar a los estudiantes y/o profesionales, deberá crear un precedente en este tipo de proyectos informativos y educativos a nivel académico y profesional.

4.1.3 IDENTIFICACIÓN

El título o nombre seleccionado para esta propuesta será “PRODesign”, éste se sustenta en el principal objetivo de esta revista, hacer que los estudiantes, así como también profesionales (entre los cuales se incluyen hombres y mujeres), se informen, motiven y tengan una participación constante en todo lo referente a las carreras de Diseño Gráfico y Producción Audiovisual.

4.1.4 ELEMENTOS GRÁFICOS Y TIPOGRÁFICOS

4.1.4.1 LOGOTIPO

Antes de trabajar y darle imagen al proyecto se tiene que entender claramente la definición de un logotipo.

Un logotipo es el conjunto de letras que se van a utilizar en la marca.

Se puede decir que diseño es la transformación y adaptación del entorno objetual para satisfacer necesidades físicas y psíquicas del ser humano y la sociedad.

El objetivo del logotipo es que represente la revista y sea la identificación gráfica para llegar a los estudiantes y profesionales que se sienta afín con la misma.

El tipo de letra que se utiliza para el presente logo es totalmente legible, y connota simplicidad y modernismo por su estética.



Figura 4– 1 Logotipo

4.1.4.2 GRAFIMETRÍA

La grafimetría o trama modular consiste en colocar una cuadrícula en el logotipo propuesto teniendo como objetivo cerciorarse que las medidas y proporciones que tengan los trazos y textos sean exactos al ser aplicados en cualquier medio ya sea este impreso o audiovisual. Cada módulo está planteado una “x” que identificará la medida de la marca para su correcto uso.

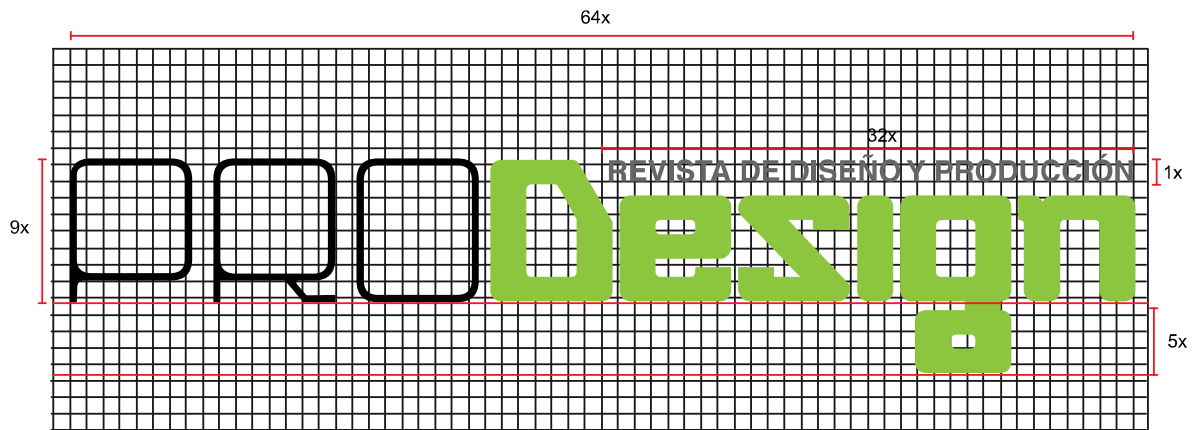


Figura 4- 2 Grafimetría

4.1.4.3 ÁREA DE RESERVA DEL ISOTIPO

El área de reserva es el espacio que encierra al logotipo o marca, y que protegerá la imagen de cualquier distracción visual. Este espacio no puede ser invadido por ningún elemento. El área prevista para el espacio de reserva será proporcional al módulo “x” planteado anteriormente en la trama modular o grafimetría. Las líneas del borde son todos los excesos que tiene la marca. Siempre debe de tener estas áreas para utilizar el diseño de una manera correcta y que después no ocurran variaciones o existen cortes abruptos que interrumpen la marca, material que sirve de imagen para el proyecto puesto en marcha.



Figura 4- 3 Área de reserva del isotipo

4.1.4.4 REDUCCIÓN MÁXIMA DE TAMAÑO DEL ISOTIPO

La reducción del logotipo está limitada para no desvirtuar sus características de identidad. Sus proporciones no deben ser menores de 1,2cm de alto por 6,1 cm.

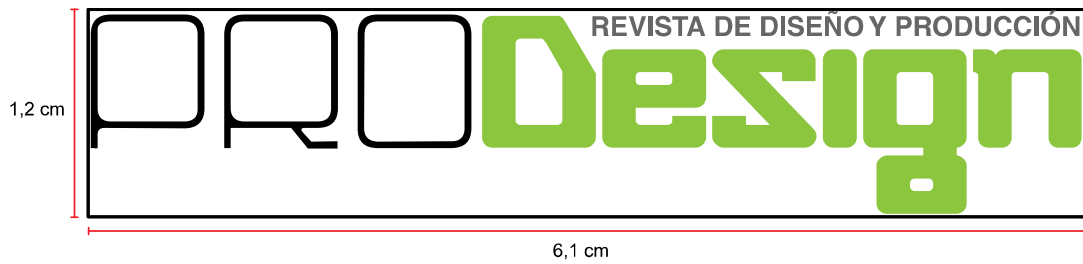


Figura 4– 4Reducción máxima de tamaño del isotipo

4.1.4.5 TIPOGRAFÍA

La tipografía es el oficio que trata el tema de las letras, números y símbolos de un texto tales como su diseño, su forma, su tamaño y las relaciones visuales que se establecen entre ellos.

Es importante para poder consolidar la imagen de la campaña que la tipografía que se seleccione esté acorde con la función comunicacional que se busca en este proyecto.

Debe ser legible, de manera que se facilite el entendimiento del mensaje expuesto en el nombre de la revista.

Considerando los parámetros propuestos para el desarrollo de este proyecto se seleccionó la tipografía Batho y Baby Universe y *Arial Bold* para el soporte literario:

Batho Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 . : ; ' * % & () _ + > <

Figura 4– 5 Tipografía 1

Arial Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789.:;()!"\$%&/@

Figura 4– 6 Tipografía 2

Baby Universe

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789.:;[]!\$"%"& / @

Figura 4–7 Tipografía 3

4.1.4.6 COLORES PARA LA IMAGEN DEL PROYECTO

El Color es un factor muy importante a la hora de comunicar en cualquier imagen corporativa o en este caso la imagen de una revista.

Para el manejo de la imagen de la revista se deberán usar los siguientes colores:

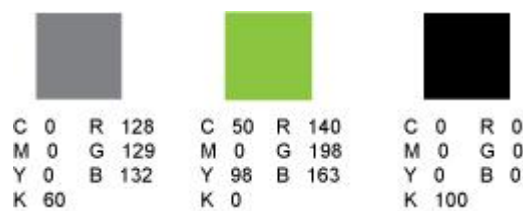


Figura 4– 8 Área de reserva del isotipo

4.1.4.7 ACROMATISMO O ESCALA DE GRISES

En ocasiones será necesario presentar la imagen de la revista de manera acromática. La escala acromática o escala de grises, consiste en una división de los colores o una escala que va variando gradualmente los tonos desde el blanco hacia el negro o viceversa.

La escala de grises se utiliza para establecer comparativamente tanto el valor de la luminosidad de los colores puros como el grado de claridad de las correspondientes gradaciones de este color puro.

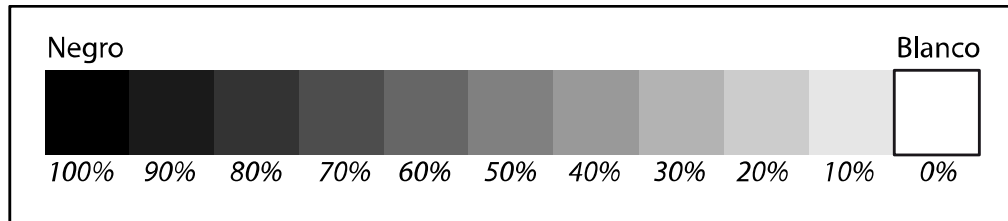


Figura 4– 9 Acromatismo o escala de grises

Para la conversión de los colores puros, de la imagen de este proyecto, hacia la escala de grises se utilizó herramientas del programa Adobe Illustrator, dando los siguientes resultados:



4.1.4.8 VARIACIONES PERMITIDAS DEL LOGOTIPO PARA EL PROYECTO

A continuación se presentan las diferentes variaciones que se le pueden dar al Logotipo de “PRODesign”.



Figura 4– 10 Variaciones permitidas



4.1.4.9 MANEJO INCORRECTO DEL ISOTIPO

A continuación se muestran variaciones no permitidas, para el manejo de la imagen de la revista:

No está permitido cambiar de posición el logotipo o texto de la imagen.



Figura 4– 11 Manejo incorrecto del isotipo

No se podrá utilizar colores diferentes a los seleccionados para el manejo de la revista. Dependiendo del fondo utilizado estos podrán alternarse entre sí.



Deberán respetarse fielmente las proporciones con las que fue creada la imagen de la revista. Las distorsiones del Logotipo en sentido horizontal o vertical están totalmente prohibidas.



4.1.5 PAPELERÍA

A continuación se muestra la aplicación del logotipo sobre la papelería básica institucional.

La papelería podrá ir a una tinta (negro) sin tramas o a color. Esta es necesaria para poder identificarse en cualquier tipo de material impreso que vaya a repartirse a terceras personas para que tengan conocimiento del proyecto.

4.1.5.1 HOJA A4

En las formas de papelería ejecutiva se recomienda utilizar la versión principal del logotipo sobre fondo blanco. Para papelería interna se puede utilizar el logotipo en su versión en blanco y negro.

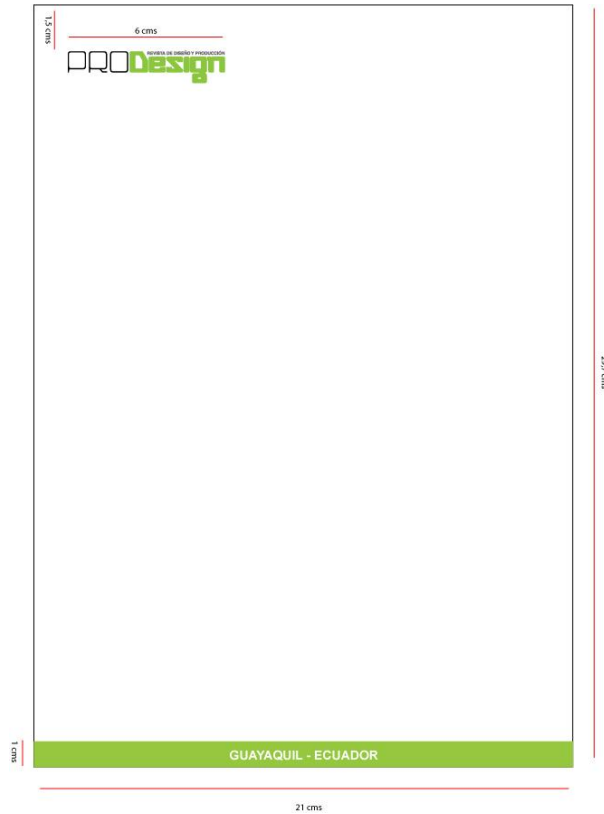


Figura 4– 12 Hoja A4

4.1.5.2 SOBRE

Se utilizarán sobres en formatos normalizados, siendo estos de formato: 10.5x23.5cm con o sin ventana.

Tendrán la marca de “PRODesing” en el extremo superior izquierdo. En el lado posterior se ubicará el logotipo debajo de la solapa. La impresión de la marca deberá realizarse empleando los colores corporativos y siguiendo las indicaciones siguientes:

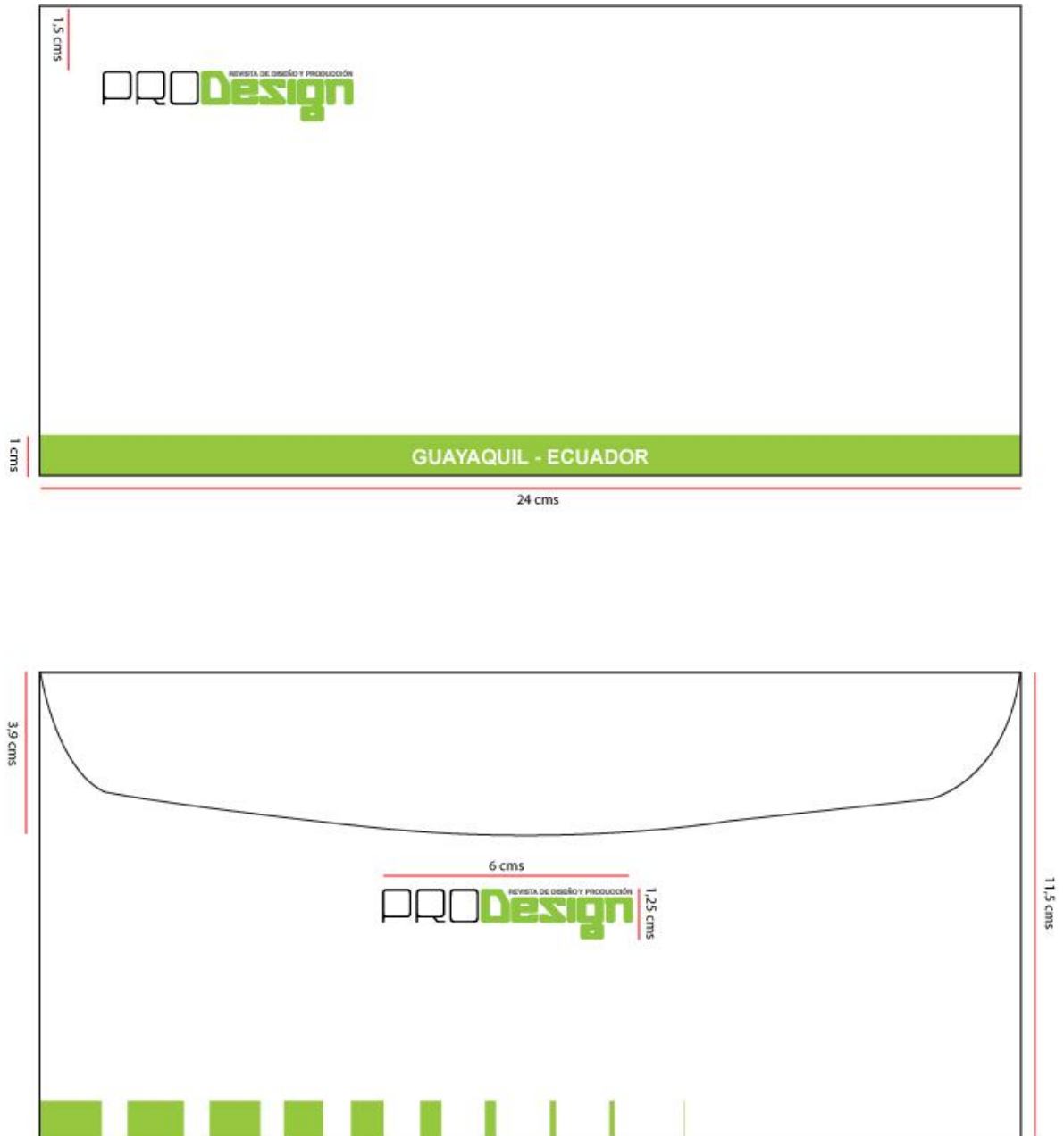


Figura 4– 13 Sobre

4.1.5.3 TARJETA DE PRESENTACIÓN

Se imprimirán en cartulina Hilo, blanco mate, de 200 grs. Su formato debe ser de 8x5 cm. Es importante no sobrepasar estas medidas para que puedan ser guardadas en un tarjetero o cartera.

Tanto el Color, como la tipografía a utilizar en la composición, son las establecidas en este capítulo. Esto es extensivo para el resto de papelería.



Figura 4– 14 Tarjeta de presentación

4.1.6 EXTERIORES

Cumpliendo las normas del manual.

4.1.6.1 VESTIMENTA

Marcaje para personal de atención pública.



Figura 4– 15 Vestimenta

4.1.6.2 GORRAS

El uso de gorra es un elemento complementario de la vestimenta.



Figura 4– 16 Gorra

4.1.6.3 VEHÍCULO

Vehículo genérico, se coloca la marca en los laterales del vehículo. Respetando los colores corporativos.



Figura 4– 17 Vehículo

4.1.6.4 TAZA

Se efectuarán artículos de oficina como tazas, estos se ofrecerán a las diferentes organizaciones y auspiciante.



Figura 4– 18 Taza

4.1.6.5 BOLÍGRAFOS

Material de escritorio.



Figura 4–19 Bolígrafos

4.2. PIEZAS GRÁFICAS

4.2.1. REVISTA DIGITAL

La revista digital es aquella publicación periódica creada mediante medios electrónicos y que para ser consultada requiere de un hardware y un software específicos. Destaca el hecho de que ofrecen mayor capacidad para la actualización constante y el tiempo de publicación se reduce considerablemente.

Los temas principales a desarrollar en la revista serán el diseño gráfico y producción audiovisual: información, tendencias, tutoriales, trabajos realizados por personas del medio, así como opiniones de profesionales con respecto al tema. Esto ayudará a que los estudiantes se informen y tengan un mayor conocimiento del entorno en el que se desenvolverán a futuro como profesionales y a su vez generar interés y competitividad.

4.2.2. CONSIDERACIONES TÉCNICAS DEL PROYECTO

Siendo las piezas gráficas elementos principales en esta revista, a continuación se desglosarán los requerimientos técnicos para su realización.

Revista Digital

- Formato PDF.
- Tamaño A5.
- Equipo Técnico: Director General/Director de Redacción, Director de Arte/Ilustrador, Diseñador/Fotógrafo, Redactor/Editor, Entrevistador.
- Utilización de programas de ilustración y diagramación.
- Publicación de visuales: Fotos, entrevistas, testimonios, proyectos, entre otros.
- Es de contenido temático: cultural, educativo, didáctico, informativo.
- Tipo de letra: Arial 10 pt.

4.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

4.3.1. INVESTIGACIÓN Y SELECCIÓN DE INFORMACIÓN

Será el proceso de preparación previo al desarrollo de una revista, donde se especifican todos los pasos a seguir, recursos o elementos que serán necesarios para llevarlo a cabo.

La **organización** y selección de la información que se ofertará a los lectores será planificada y discutida por todos los redactores de la publicación. Se pondrá en consenso todas las decisiones que afecten al tipo de contenido que se debe ofrecer y se anunciará a todos los miembros de la publicación los trabajos (artículos, reportajes, entrevistas, etc) que se están realizando.

Por ser una revista con una temática que interesa a estudiantes de la ESPOL la información será obtenida por las muchas fuentes que ofrece la internet, blogs, páginas de diseño y producción audiovisual, además de la información que nos podrán brindar la EDCOM y por los mismos estudiantes y profesores. Uno de los objetivos es estar en continuo contacto con la EDCOM por los posibles eventos que puedan realizarse o por el resultado de alguna noticia en el proceso de las mismas. Al mismo tiempo, el hecho de ser estudiantes y tener muchos contactos y amistades con inquietudes acerca de las tendencias, proyectos, eventos y profesionales ha facilitado que nosotros enfoquemos la temática de nuestra revista. La selección de los contenidos publicados será elegida por los creadores de la revista y consultada con los redactores (posiblemente estamos hablando de las mismas personas).

4.3.2. REDACCIÓN Y EDICIÓN

La redacción de la información publicada será responsabilidad de los redactores así como la maquetación de cada una de las páginas que hayan elaborado. La extensión de los contenidos se intentará ajustar a lo planeado en el planillo para que no haya descuadres en el plan. Para diagramar la revista se utilizará la última versión del programa de diagramación y diseño InDesign CS5. Cuando los redactores hayan terminado cada uno de sus contenidos y se hayan juntado todas las partes se realizará un análisis de todo el conjunto para intentar que haya uniformidad en la revista.

4.3.3. DISEÑO

Se quiere diseñar cualquier publicación en InDesign, es con un fin práctico ya que se tiene la posibilidad de crear páginas maestras, las cuales funcionan como plantillas que servirán en la unificación del estilo de la revista. También se cuenta con hojas de estilos “stylesheets” que son una herramienta poderosa en cuanto a cambiar una gran cantidad de texto a lo largo de toda la revista.

El número de columnas, los colores de las secciones, el estilo de letra para cada sección, para los encabezados, títulos, pie de foto, etc. se basa en las preferencias de comunicación.

4.4. FORMATO DE LA REVISTA

El formato que se va a utilizar será A5 tendrá de medidas 21cm x 14,8cm en un archivo .PDF. Se utilizará este recurso ya que nos sirve como medio comunicativo, directo, fácil y al alcance de nuestro grupo objetivo.

Las publicaciones que se realizarán serán creados por diseñadores gráficos, quienes se encargarán de recoger información y desarrollar diseños que contengan mensajes que expliquen mediante sencillas palabras y/o imágenes lo que se quiere decir y que el receptor sea capaz de descifrar el mensaje contenido en estas.

4.4.1 .TIPOGRAFÍA DE LA REVISTA

La tipografía del texto de la revista debe ser legible para que su mensaje sea captado fácilmente.

Considerando los parámetros propuestos para el desarrollo de este proyecto se seleccionó la tipografía *Arial Regular* para el texto.



Figura 4– 20 Tipografía de la revista

4.4.2. PORTADA DE LA REVISTA

En el formato de la portada de la revista se recomienda utilizar la versión principal de la marca sobre fondo blanco.

Esta portada muestra el logotipo de la revista centrado en la parte superior.

Arriba del logotipo se ubicará el número de la edición en la parte izquierda y el trimestre al que pertenece en la parte derecha. Los colores son colores vivos, para así llamar la atención y hacerla más agradable, aunque esto no es una regla porque se puede variar en este aspecto.

En la parte inferior de la portada se ubicará los temas más importantes que contendrá la revista. Su distribución puede variar en cada publicación.

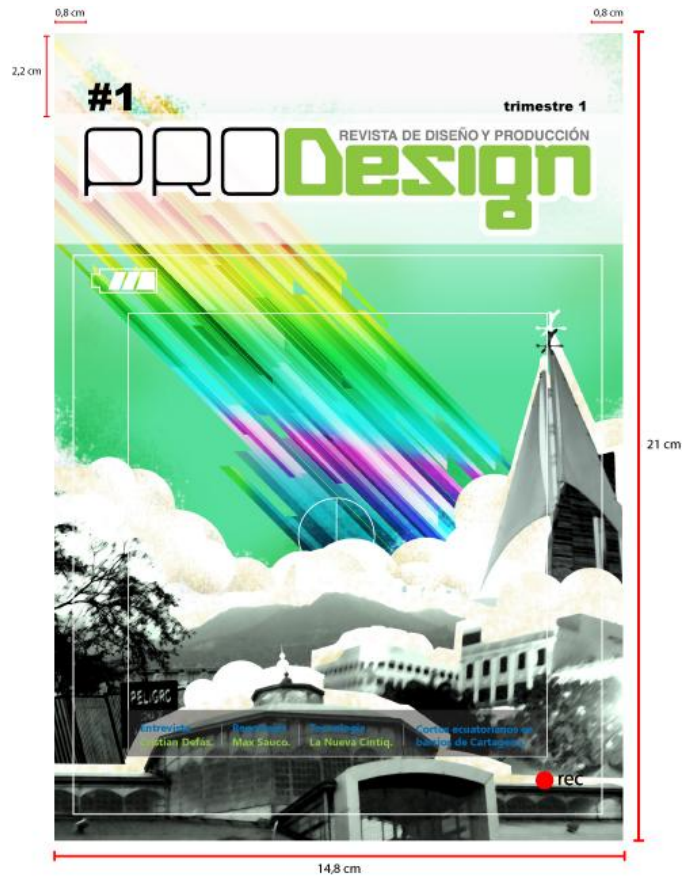


Figura 4– 21 Portada de Revista

4.4.3 CONTRAPORTADA DE LA REVISTA

En esta contraportada de la revista el logotipo está ubicado en la parte central. En la parte inferior se encontrarán las direcciones del blog y del correo de la revista. El fondo contiene una gradación que va desde el gris hasta el blanco para facilitar la visualización de las direcciones que irán de color verde.



Figura 4– 22 Contraportada de Revista

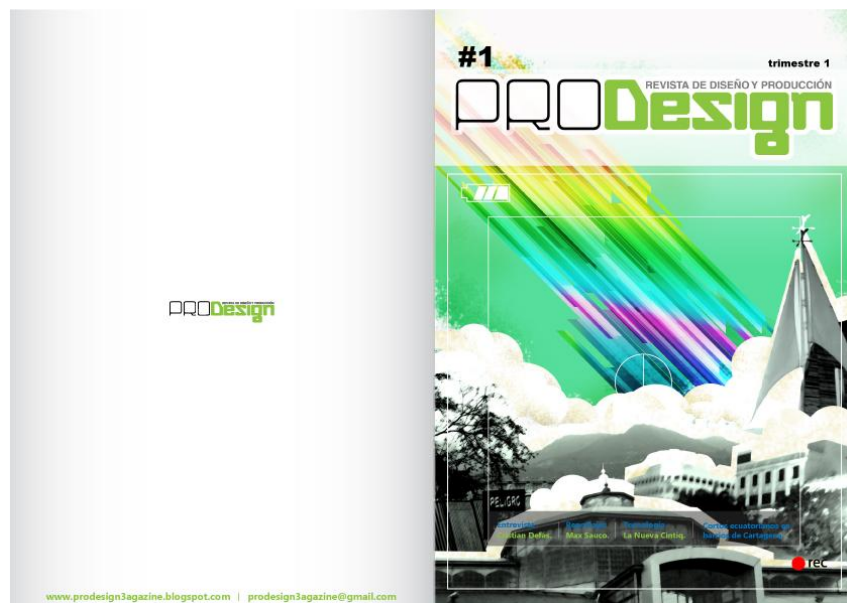


Figura 4– 23 Portada y contraportada de la Revista

4.4.4. PRIMERAS PÁGINAS INTERIORES DE LA REVISTA

En el índice ira el logotipo de la revista, su ubicación y tamaño puede variar en cada publicación así como el diseño del fondo y los colores. El índice estará dividido entre

las secciones de Diseño Gráfico y Producción Audiovisual . Al inicio de cada sección se encontrara el nombre de la misma, en el caso de esta es "Diseño Gráfico".



Figura 4– 24 Revista Digital Interior 1



Figura 4– 25 Revista Digital Interior 2

4.4.5. PÁGINAS CENTRALES DE LA REVISTA

En el índice ira el logotipo de la revista, su ubicación y tamaño puede variar en cada publicación así como el diseño del fondo y los colores. El índice estará dividido entre las secciones de Diseño Gráfico y Producción Audiovisual . Al inicio de cada sección se encontrara el nombre de la misma, en el caso de esta es "Diseño Gráfico".



Figura 4– 26 Revista Digital Interior Secciones 1



Figura 4– 27 Revista Digital Interior Secciones 2

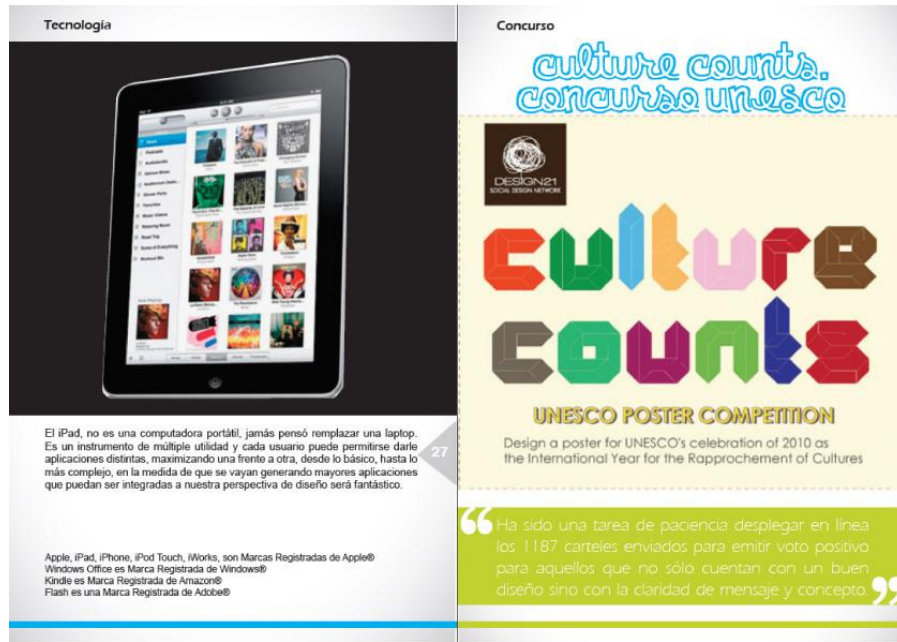


Figura 4– 28 Revista Digital Interior Secciones 3

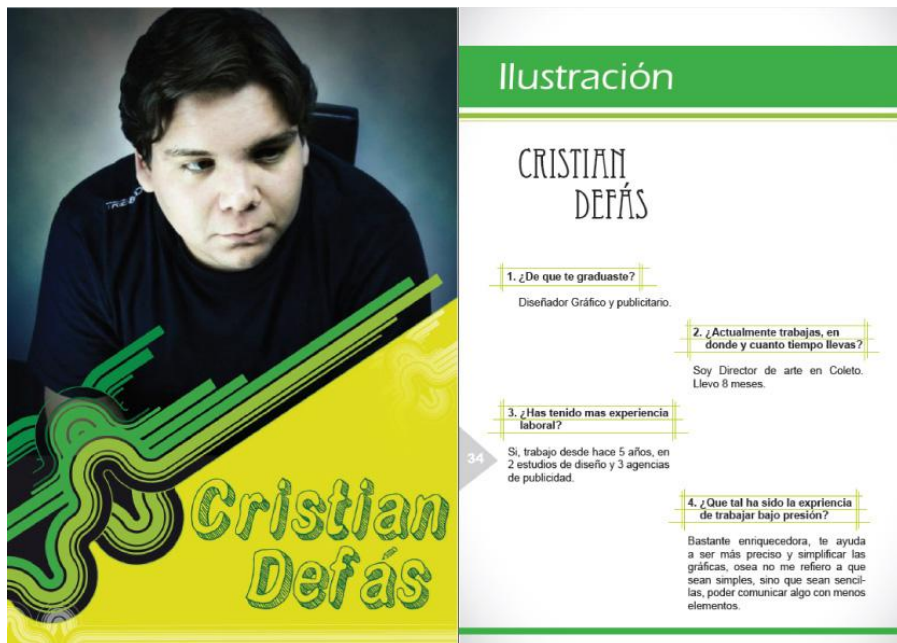


Figura 4– 29 Revista Digital Interior Secciones 4

PRODUCCION AUDIO VISUAL

56

LEY DE FOMENTO AL CINE ECUATORIANO

REGISTRO OFICIAL No. 202 –
Viernes 3 de Febrero del 2006

No. 2006-29

EL CONGRESO NACIONAL
Considerando:

Que por mandato constitucional, el Estado debe promover y estimular las manifestaciones culturales y las expresiones artísticas, que son parte esencial de la identidad nacional;
Que las actividades cinematográficas se han constituido en una importante colaboración para la sociedad ecuatoriana, contribuyendo en forma positiva en la difusión y el conocimiento de valiosos aspectos de las costumbres, historia, desarrollo de nuestro país y de las expresiones culturales de la identidad nacional;
Que las actividades de las empresas cinematográficas se han constituido en fuentes generadoras de ingresos, trabajo y promoción del país, mereciendo innumerables distinciones y reconocimientos que redundan en su beneficio;
Que es necesario adoptar una normativa e incentivos para la promoción y el estímulo de estas actividades productivas que privilegian las manifestaciones culturales; y,
En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

LEY DE FOMENTO DEL CINE NACIONAL

Artículo 1.- La presente Ley regula el régimen de incentivos que el Estado reconoce a la industria del cine nacional, con la finalidad de estimular las actividades dedicadas a este tipo de producciones en el país.
Artículo 2.- Para hacer efectivos los beneficios contenidos en esta Ley, el Consejo Nacional de Cinematografía deberá emitir la correspondiente calificación de película nacional, a las obras cinematográficas, que siendo producidas por personas naturales o jurídicas


Figura 4– 30 Revista Digital Interior Secciones 5

4.4.6. ÚLTIMAS PÁGINAS DE LA REVISTA

En estas páginas ira ubicado ira ubicado una sección que contendrá información de títulos de libros y sus respectivas direcciones en internet que pueden servir como guía a los estudiantes, una bibliografía, además de los links de para visitar el blog y el canal de la revista.

Cortos ecuatorianos presentes en los barrios cartagenos

Etiquetas: Festival de Cartagena




En un salón lleno con más de 100 estudiantes cartagenos, en su mayoría mujeres, se presentó una muestra de cortometrajes ecuatorianos. El pasado jueves, séptimo día del Festival de cine de Cartagena, a las 15:00 en el Colegio Mayor de Bolívar, en el Centro histórico de la ciudad amurallada se llevó a cabo la segunda función de cortometrajes ecuatorianos. La muestra contó con 16 obras de jóvenes realizadores. Metamorfosis, de Marcelo Castillo. Invitación a sepelio, de Mario Rodríguez. No tan distintos y Sinfonía # 4, de David Nieto. Pasajeros, de David Guzmán, 6:03 am, de Pedro Cagigal. En rojo, de Carlos 'Tato' Carrillo. La máquina y Señor Dios del Insecto, de Ifaki Oñate. Hay cosas que no se dicen y Amores telefónicos, de Gabriela Calvache. A la caza del rey, de Patricio Burbano. Yolanda, de Ernesto Salvador. Que viva el muerto, de Randi Kranup. Mapa para historia, de Pancho Yifachi y Pa, de Diego Arteaga quien fue también el curador de esta muestra.

Los cortos se presentaron en el espacio conocido como 'Cine en los barrios' y tuvieron, además de la mencionada tres funciones más, una el jueves en las afueras de la ciudad, vía Turbaco a una hora y media del centro y dos más el día viernes en la Universidad Libre y en la Universidad del Sinú. Durante la presentación los asistentes demostraron interés y sobretodo mucho ánimo para reír. Hubo momento de silencio y reflexión como en el corto Pa o en La máquina y mucho sentido del humor en Amores telefónicos, Yolanda y Que viva el muerto. Lo más destacado fue la afluencia de público, al tratarse de un centro de estudios, la proyección era continua y las personas entraban y salían todo el tiempo, pero sin dejar nunca la sala vacía. Entre el público hubo estudiantes de periodismo y un grupo grande de alumnos de Tunamo.

LOS CORTOS EN ESCENA
Los cortos ecuatorianos que se exhibieron son: Metamorfosis, de Marcelo Castillo; Invitación a sepelio, de Mario Rodríguez; No tan distintos y Sinfonía # 4, de David Nieto; Pasajeros, de David Guzmán; 6:03 am, de Pedro Cagigal; En rojo, de Carlos 'Tato' Carrillo; La máquina y Señor Dios del Insecto, de Ifaki Oñate; Hay cosas que no se dicen y Amores telefónicos, de Gabriela Calvache; A la caza del rey, de Patricio Burbano; Yolanda, de Ernesto Salvador; Que viva el muerto, de Randi Kranup; Mapa para historia, de Pancho Yifachi y Pa, de Diego Arteaga.

Opinión del público



Poco presupuesto, buenos argumentos

Figura 4– 31 Revista Digital Últimas Páginas 1

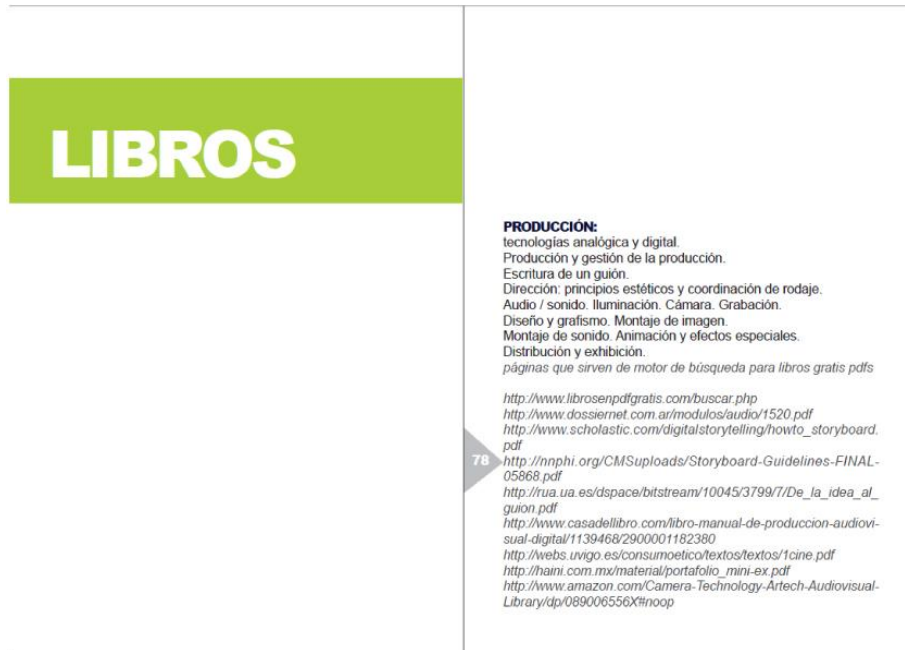


Figura 4– 32 Revista Digital Ultimas Páginas 2



Figura 4– 33 Revista Digital Ultimas Páginas 3

4.4.7. BLOG

Internet permite crear espacios para que la gente conozca acerca de la revista. Los links de blogs se los pondrán en la revista digital y también pueden ser enviados a través de correos masivos. Este medio de comunicación es masivo por lo tanto permitirá llegar a la mayoría de estudiantes de estas carreras y además otra ventaja de este medio es que se puede compartir información. Dentro de estos blogs que se van a crear los estudiantes podrán crear foros y se enviarán correos masivos a las personas que deseen información acerca de algún tema específico.

Se incorporará en el blog elementos de diseño, que añadan un impacto visual e interactividad; sin dejar de mantener una coherencia tanto en la información que se brinda y se comparte entre los usuarios, incrementándose a través de los foros.

<http://www.prodesign3agazine.blogspot.com/>

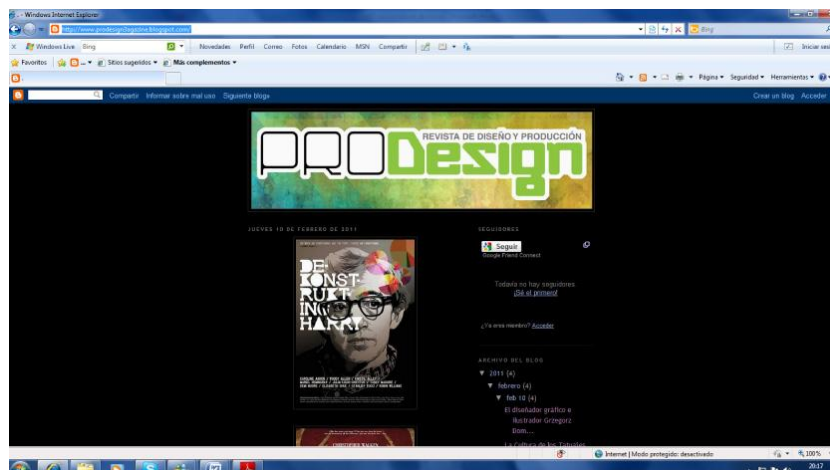


Figura 4 –34 Imagen Blog de la revista

4.4.8. CANAL EN YOUTUBE

Un canal en YouTube funcionará como medio para que las personas interesadas en mostrar sus trabajos en nuestro canal lo hagan. Podrán enviarnos su link del video ya existente en YouTube y este se agregará a la sección de favoritos en el canal de YouTube de la revista.

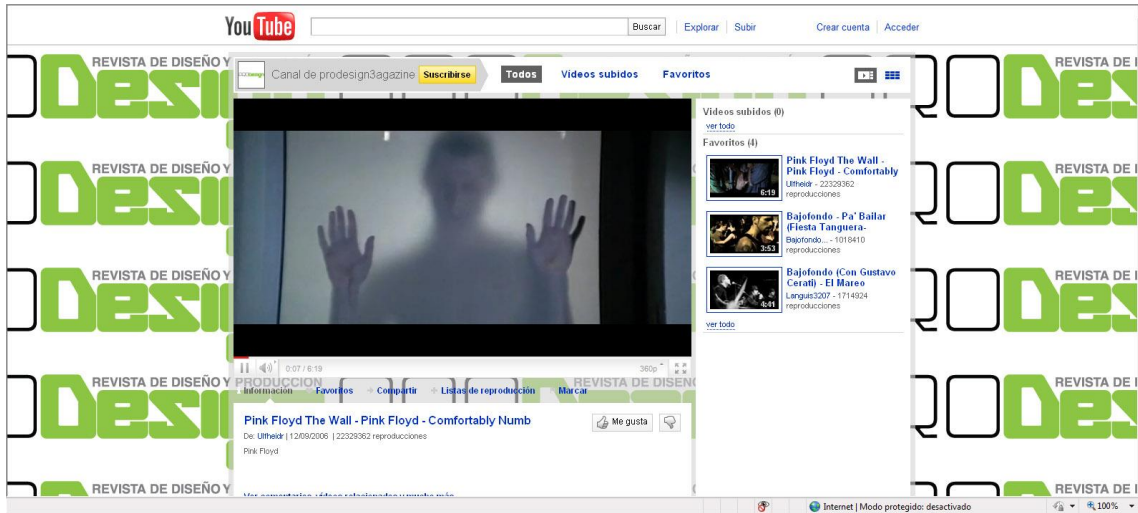
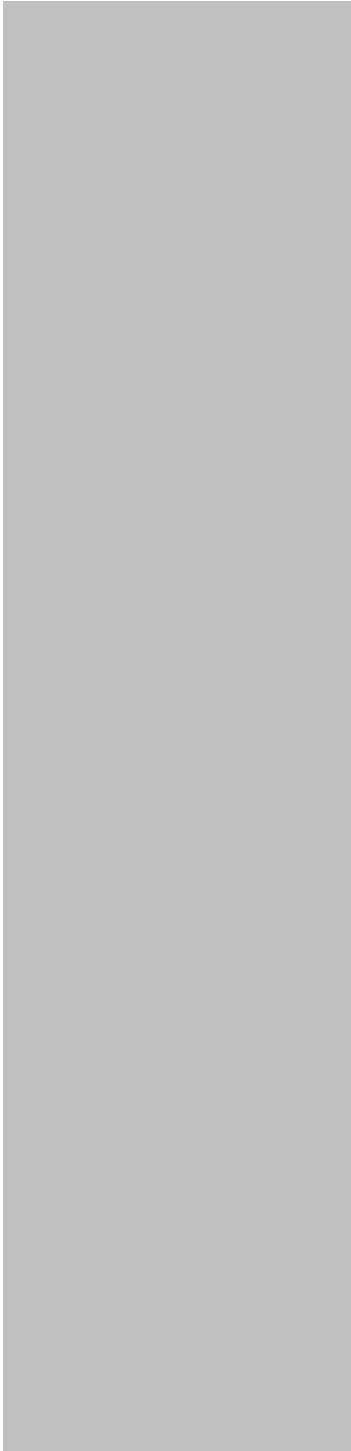


Figura 4 –35 Imagen Canal YouTube de la Revista



CAPÍTULO 5
EQUIPO DE TRABAJO

5. EQUIPO DE TRABAJO PARA EL DESARROLLO DE LA REVISTA

El presente proyecto cuenta con una estructura sencilla, que trata de informar a los estudiantes de las carreras de Diseño Gráfico y Producción Audiovisual. Tendrá un sólido grupo de trabajo los cuales estarán al momento de dar inicio del mismo.

El Equipo de trabajo es el siguiente:

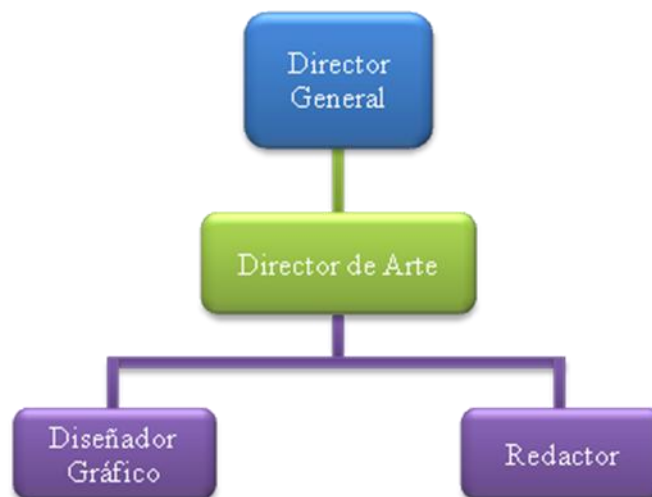


Figura 5 - 1 Equipo para desarrollo de proyecto

5.1 DESCRIPCIÓN DE CARGOS DE LA REVISTA

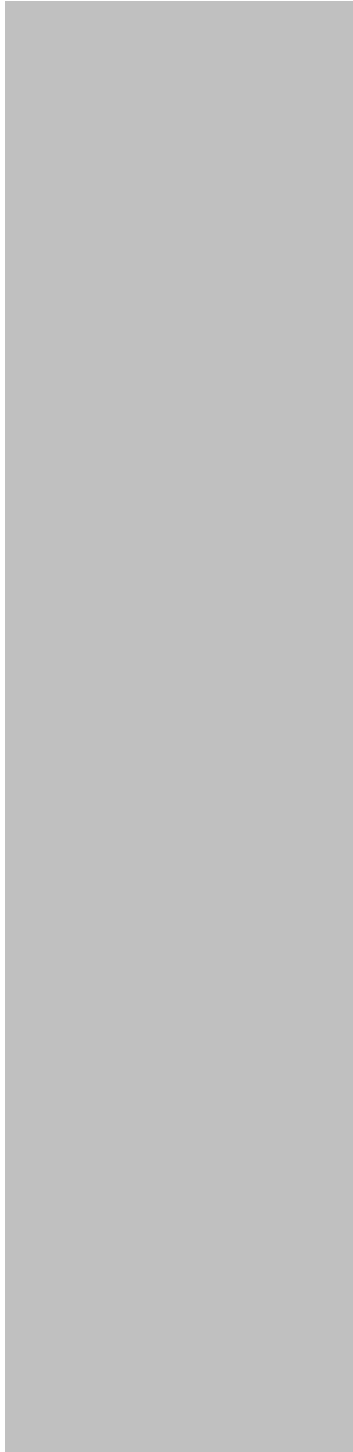
El capital humano es uno de los elementos más importantes para el desarrollo del proyecto propuesto en esta tesis. Es necesario conformar un equipo de trabajo competente y dispuesto a colaborar para alcanzar todo los objetivos propuestos.

Cada miembro del equipo deberá cumplir tareas específicas que se detallarán en la siguiente tabla:

CARGO	FUNCIONES
Director General / Director de Redacción	Cumplirá las funciones de Director General del proyecto y de Director de Redacción, así es el encargado de definir el desarrollo, organizar y distribuir la redacción de la revista.
Director de Arte / Ilustrador	Encargado de la comunicación visual, artes gráficas y de ilustrar la imagen de la revista
Diseñador Gráfico / Fotógrafo	Captura las imágenes, elabora el diseño y desarrolla todas las piezas gráficas.
Redactor / Editor	Es el encargado de la redacción y la distribución de la información en la revista.

Figura 5- 2 Descripción de cargos del proyecto

Detalle: Para disminuir gastos los miembros que conforman el grupo del proyecto ocuparán los cargos principales y a su vez tendremos a estudiantes realizando sus prácticas laborales para que vayan adquiriendo experiencia.



CAPÍTULO 6
ANÁLISIS DE
INGRESOS Y EGRESOS

6. ANÁLISIS DE INGRESOS Y EGRESOS

Se pretende que la revista sea financiada principalmente por la ESPOL y auspiciantes teniendo un listado respectivo de los candidatos.

En la propuesta se detalla beneficios, propósitos, resultados esperados y las razones por las cuales se vio necesario realizar el proyecto.

Se pretende que instituciones privadas o empresas también puedan aportar de manera activa y participativa o con ayuda monetaria.

6.1 PRESUPUESTO E INVERSIÓN

Para el presupuesto se plantean dos propuestas:

En la primera se incluyen gastos de inversión y salarios acordes a los necesarios.

- **PROPUESTA DE PRESUPUESTO MODELO 1**

El siguiente presupuesto corresponde a la propuesta primera; plantea hacer una inversión para la ejecución del proyecto, así como el salario de los miembros del equipo de trabajo es mayor.

Se tiene previsto hacer piezas gráficas para los cuales se necesitará implementos y otros recursos necesarios como los que se detallan a continuación:

PRESUPUESTO

INVERSIÓN MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 7.713,00
GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS	\$ 14.880,00
GASTOS DE SERVICIOS BASICOS	\$ 1.380,00
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 180,00
PRESUPUESTO	\$ 24.153,00

Tabla 6 - 1 Presupuestogeneral 1

En la segunda propuesta se hace una reducción de gastos como detallaremos a continuación.

- **PROPUESTA DE PRESUPUESTO MODELO 2**

PRESUPUESTO

GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS	\$ 11.520,00
GASTOS DE SERVICIOS BASICOS	\$ 1.380,00
GASTOS DE ALQUILER	\$ 5.280,00
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 180,00
PRESUPUESTO	\$ 18.360,00

Tabla 6 -2 Presupuesto general 2

En este punto básicamente se va a detallar los valores totales de los egresos para realizar la revista.

6.2 INVERSIÓN DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS

- **PROPUESTA DE PRESUPUESTO MODELO 1**

En esta primera opción se considera hacer una inversión para la compra de los equipos que se necesitaran para la ejecución del proyecto.

	COSTE UNIT.	CANTIDAD	COSTE TOTAL
CAMARA FOTOGRAFICA PROFESIONAL	\$ 1.500,00	1	\$ 1.500,00
DISCO DURO EXTERNO	\$ 140,00	1	\$ 140,00
SCANNER/IMPRESORA	\$ 73,00	1	\$ 73,00
COMPUTADORA PC	\$ 1.000,00	2	\$ 2.000,00
COMPUTADORA IMAC CI3- 3.6G	\$ 2.000,00	2	\$ 4.000,00
		TOTAL GASTO MAQ. Y EQUIPOS	\$ 7.713,00

Tabla 6- 3 Presupuesto maquinarias y equipos 1

6.3 GASTOS DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS

- **PROPUESTA DE PRESUPUESTO MODELO 2**

En esta tabla se considera alquilar los equipos que se necesitaran para la ejecución del proyecto.

Por esta razón se lo nombra como gastos.

	ALQUILER MENSUAL	ALQUILER ANUAL
CAMARA FOTOGRAFICA PROFESIONAL	\$ 100,00	\$ 1.200,00
DISCO DURO EXTERNO	\$ 50,00	\$ 600,00
SCANNER/IMPRESORA	\$ 10,00	\$ 120,00
COMPUTADORA PC	\$ 120,00	\$ 1.440,00
COMPUTADORA IMAC CI3- 3.6G	\$ 160,00	\$ 1.920,00
	TOTAL GASTO MAQ. Y EQUIPOS	\$ 5.280,00

Tabla 6 - 4 Presupuesto maquinarias y equipos 2

6.4 GASTOS DE SERVICIOS BASICOS

GASTOS DE SERVICIOS BASICOS ANUALES

	TARIFAS MENSUALES	MESES	TARIFAS ANUALES
LUZ	\$ 30,00	12	\$ 360,00
TELÉFONO	\$ 50,00	12	\$ 600,00
AGUA	\$ 15,00	12	\$ 180,00
INTERNET	\$ 20,00	12	\$ 240,00
	TOTAL		\$ 1.380,00

Tabla 6- 5 Presupuesto servicios básicos

En esta tabla se indican los gastos de servicios básicos durante los 12 meses que conciernen a las fases de planeación, producción y ejecución de la campaña.

6.5 GASTOS DE PUBLICIDAD

GASTOS DE PUBLICIDAD

	FRECUENCIA/CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
BANNERS	2	\$ 90,00	\$ 180,00
TOTAL			\$ 180,00

Tabla 6 - 6 Presupuesto gastos de publicidad

Esta tabla indica la inversión que se haría en la difusión de la revista por medio de piezas gráficas, que serian dos Banners que se los colocarán en puntos considerados estratégicos dentro del Campus de la Universidad, como la oficina de EDCOM y otro en el pasillo principal o en el bloque E. Estas piezas graficas permanecerán durante el periodo del proyecto .

6.6 GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS

- PROPUESTA DE PRESUPUESTO MODELO 1**

GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS

	SALARIO MENSUAL	OCUPANTES DEL CARGO	TIEMPO DE TRABAJO	SALARIO ANUAL
DIRECTOR GENERAL DEL PROYECTO	\$ 400,00	1	12	\$ 4.800,00
DIRECTOR DE ARTE	\$ 280,00	1	12	\$ 3.360,00
DISEÑADOR	\$ 280,00	1	12	\$ 3.360,00
REDACTOR	\$ 280,00	1	12	\$ 3.360,00
TOTAL				\$ 14.880,00

Tabla 6 -7 Presupuesto gastos de sueldos y salarios 1

Esta tabla indica los salarios del personal que ayudará a desarrollar la revista durante un período máximo de 12 meses.

Parte del personal técnico a cargo del desarrollo de la revista estará integrado por las mismas personas que dirigen el proyecto.

INGRESOS DE PUBLICIDAD

	APORTE	MESES	COSTE TOTAL
MINISTERIO DE CULTURA DEL ECUADOR	\$ 200,00	12	\$ 2.400,00
AUDITORIO CENTRO CULTURAL SIMÓN BOLÍVAR	\$ 200,00	12	\$ 2.400,00
TRIDESING	\$ 100,00	12	\$ 1.200,00
LIBRERÍA LA ILIADA	\$ 100,00	12	\$ 1.200,00
SIGLO 21	\$ 200,00	12	\$ 2.400,00
CARTIMEX S.A	\$ 200,00	12	\$ 2.400,00
ECUADORTV	\$ 200,00	12	\$ 2.400,00
TELEQUIPUS	\$ 100,00	12	\$ 1.200,00
BANCOS DEL PACÍFICO	\$ 200,00	12	\$ 2.400,00
OTROS CLIENTES	\$ 50,00	12	\$ 600,00
TOTAL INGRESO PUBLICIDAD			\$ 18.600,00

Tabla 6 – 8 Ingreso de Publicidad

• **PROPUESTA DE PRESUPUESTO MODELO 2**

	SALARIO MENSUAL	OCUPANTES DEL CARGO	TIEMPO DE TRABAJO	SALARIO ANUAL
DIRECTOR GENERAL DEL PROYECTO	\$ 240,00	1	12	\$ 2.880,00
DIRECTOR DE ARTE	\$ 240,00	1	12	\$ 2.880,00
DISEÑADOR	\$ 240,00	1	12	\$ 2.880,00
REDACTOR	\$ 240,00	1	12	\$ 2.880,00
TOTAL				\$ 11.520,00

Tabla 6 – 9 Presupuesto gastos y sueldos de salarios 2

Parte del personal técnico a cargo del desarrollo de la revista estará integrado por las mismas personas que dirigen el proyecto y en su mayoría estaría conformado por estudiantes que deseen realizar sus pasantías.

Con esto se lograra disminuir los gastos en los salarios.

*Se considera el sueldo básico mínimo actual, que es el que por ley se debe pagar a los pasantes.

6.7 UTILIDADES

- **PROPUESTA DE PRESUPUESTO MODELO 1**

INGRESOS	\$	18.600,00
GASTOS	\$	16.440,00
UTILIDAD	\$	2.160,00

Tabla 6 - 10 Presupuesto utilidades 1

Esta tabla indica la utilidad del proyecto, esto se obtiene haciendo una previa inversión en la maquinaria y equipo.

- **PROPUESTA DE PRESUPUESTO MODELO 2**

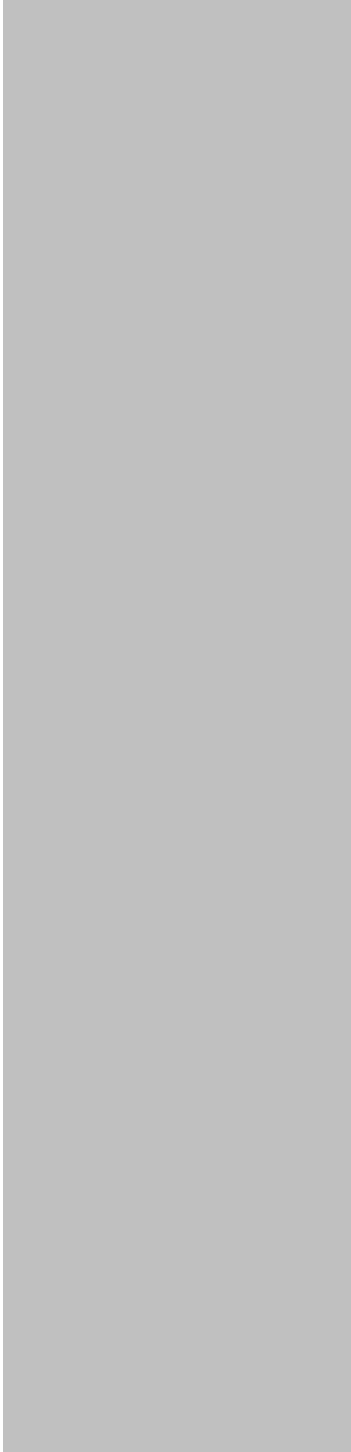
INGRESOS	\$	18.600,00
GASTOS	\$	18.360,00
UTILIDAD	\$	240,00

Tabla 6 – 11 Presupuesto utilidades 2

Esta tabla indica la utilidad del proyecto, aquí no se necesita hacer una inversión en la maquinaria y equipo, ya que serán tomados como un gasto de alquiler.

Varios implementos son facilitados por personas que tienen pleno conocimiento del proyecto.

Al final de esta explicación y especialmente en esta propuesta, vale la pena recalcar que si la ESPOL, pudiera hacerse cargo de facilitar los equipos, los gastos podrían reducirse sustancialmente al hacer ahorrarnos los gastos de alquiler.



CAPÍTULO 7
CONCLUSIONES

7 CONCLUSIONES

Al realizar el lanzamiento de esta revista se espera que los estudiantes de las carreras de Diseño Gráfico y Producción Audiovisual, puedan tener fácil acceso a ella, la obtengan y empiecen a interesarse en el tipo de proyección que ganarían con ella, además de encontrar material de gran interés en su contenido y que les será de utilidad para acrecentar su conocimiento y las relaciones con sus pares de la carrera, (debido a que se tratará de incluir en cada edición información de estudiantes destacados) fomentando así el desarrollo de proyectos entre sí, con los ejemplos.

Se pretende que el blog que propone la revista, sea además una herramienta en la que puedan interactuar todo el tiempo, así mismo puedan plantear temas de discusión entre sí, proponer temas para el blog y la revista, enlazar sus propios blogs, etc.

Otro punto importante será que los estudiantes de la carrera de Producción Audiovisual que cuentan con sus trabajos en internet puedan tener acceso al canal de la revista y el correo de esta para que puedan enviar sus links y a través del canal de la revista anejarlo a los favoritos del canal, de este modo puedan contar con el banco de trabajos propios.

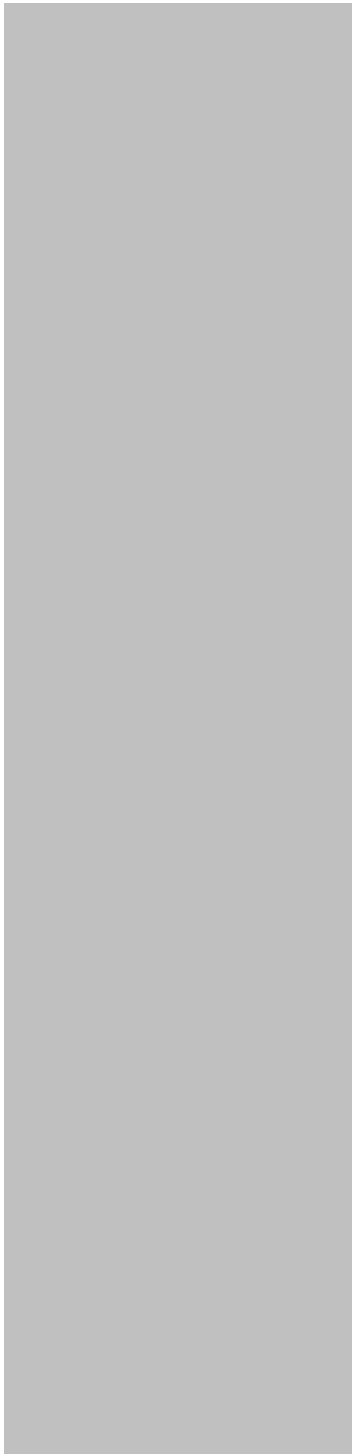
Para la ejecución de esta revista es necesario contar con el apoyo de la universidad en primer lugar, para que de esta manera pueda existir el departamento que haga posible mínimo la realización de esta revista una vez cada tres meses en su edición digital, y también para administrar el blog, mail y su respectivo canal en youtube.

En este manual se han propuesto todas las recomendaciones y posibilidades de ejecución de la revista, además de incluir una muestra digital de lo que será la revista.

7.1. RECOMENDACIONES

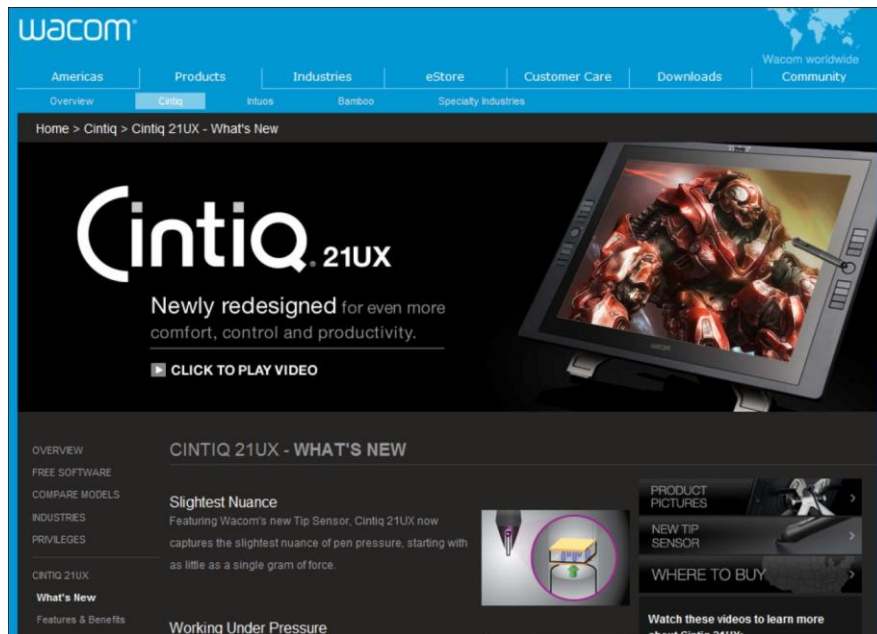
Para el desarrollo de la revista se recomienda:

- Además de la información que incluirá cada número de la revista en cuanto a tecnología, concursos, etc. Se deberá recabar información adecuada y oportuna de los mejores trabajos de estudiantes ya sea en la universidad o en el trabajo real, para mostrarlos a través de esta herramienta e incentivar de este modo a los estudiantes menos destacados.
- En cuanto al e-mail, el blog y el canal, no descuidarlos en ningún momento, siempre mantenerse al tanto y actualizarlos.



ANEXOS

www.wacom.com/






www.sauco.ru



http://www.helveticafilm.com/about.html

Helvetica A Documentary Film by Gary Hustwit

Home
About the Film
About the Director
Screenings
Blog
Stills
Trailers / Clips
Mailing List
Shop



swiss dots **veeb**

Helvetica is a production of [Swiss Dots](#), in association with [Veeb](#).

©2007 Swiss Dots Ltd.

Production Credits
Produced and Directed by:
Gary Hustwit

About the Film


Helvetica is a feature-length independent film about typography, graphic design and global visual culture. It looks at the proliferation of one typeface (which celebrated its 50th birthday in 2007) as part of a larger conversation about the way type affects our lives. The film is an exploration of urban spaces in major cities and the type that inhabits them, and a fluid discussion with renowned designers about their work, the creative process, and the choices and aesthetics behind their use of type.

Helvetica encompasses the worlds of design, advertising, psychology, and communication, and invites us to take a second look at the thousands of words we see every day. The film was shot in high-definition on location in the United States, England, the Netherlands, Germany, Switzerland, France and Belgium.

Interviewees in Helvetica include some of the most illustrious and innovative names in the design world, including Erik Spiekermann, Matthew Carter, Massimo Vignelli, Wim Crowell, Hermann Zapf, Neville Brody, Stefan Sagmeister, Michael Bierut, David Carson, Paula Scher, Jonathan Hoefler, Tobias Freire-Jones, Experimental Jetset, Michael C. Place, Norm, Alfred Hoffmann, Mike Parker, Bruno Steinert, Otmar Hoefler, Leslie Saven, Rick Poynor, and Lars Müller.

Helvetica had its World Premiere at the South by Southwest Film Festival in March 2007. The film subsequently

Ads via The Deck:



Campaign Monitor is [looking for 2 amazing designers](#) to join our team in Sydney.

Contact Info

General Information:
info (at) helveticafilm.com

Filmmaker Contact:
gary (at) helveticafilm.com

Screening Inquiries:
helvetica (at) swissdots.com

Join Helvetica's [Facebook group](#).

http://vectorialia.com/manual/html/paso_a_paso.html

Manual de Diseño Digital

typephases, design
handcrafted digital

UN COMPLETO CURSO DE DISEÑO GRÁFICO, ILUSTRACIÓN, DISEÑO WEB Y TIPOGRAFÍA

INTRO DISEÑO GRÁFICO DISEÑO WEB TIPOGRAFÍA

Elementos Ilustración Mapas de bits **Vectorial**

Anuncios Google [Dibujo](#) [Gráfico](#) [Curso Dibujo](#) [Ilustración](#) [Vectorial](#)

Artículos en esta sección:

- Dibujo vectorial
- Ilustración técnica
- Gráficos 3D...
- Paso a paso: una ilustración digital
- Taller de Flash SVG: el futuro de los gráficos web?
- Ejemplos SVG
- Taller de dibujo e ilustración vectorial
- Taller: dibujo vectorial 2

Paso a paso: una ilustración vectorial

El método más utilizado para preparar ilustraciones en color se basa en los pasos que comentamos aquí. Por ejemplo, todas las divertidas ilustraciones de Terry Colon en [suck.com](#), según el mismo explica, están realizadas así:



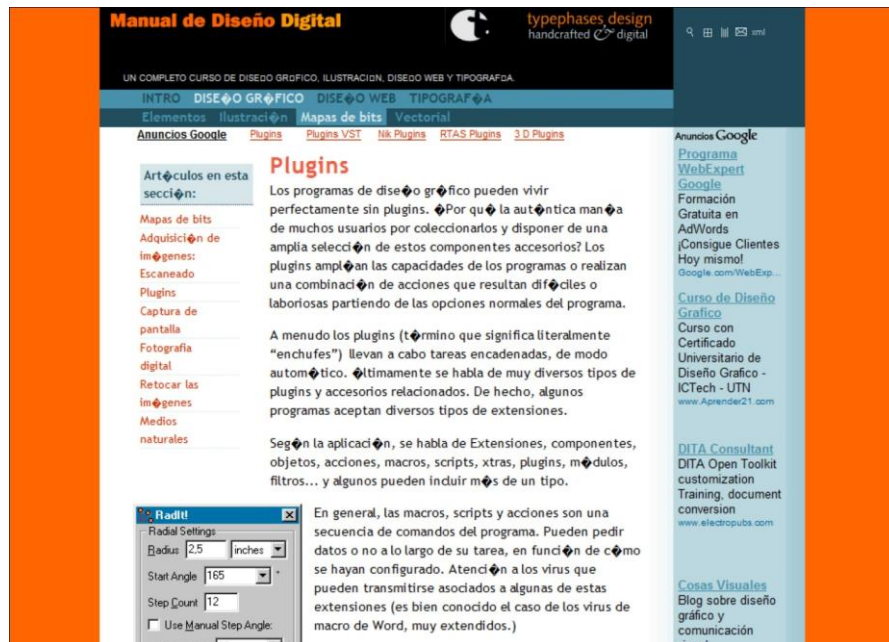
Totes les parts de les capes inferiors que no estan cobertes per objectes superposats es poden veure.

1. **Trabajamos en papel.** Dibujamos un boceto a lápiz, aproximadamente a un tamaño doble del que deber tener la imagen definitiva. Pasamos a tinta, con rotuladores o lo que sea. Si somos valientes y queremos algo espontáneo y rápido, podemos dibujar directamente a tinta. Aquí no aplicamos colores. Lo haremos más adelante. Una forma de trabajar conveniente es el dibujar sobre papel fino, semitransparente o papel de calco

5,721,364 SITOS WEB CREADOS GRATIS

Diseña el tuyo Aquí >>

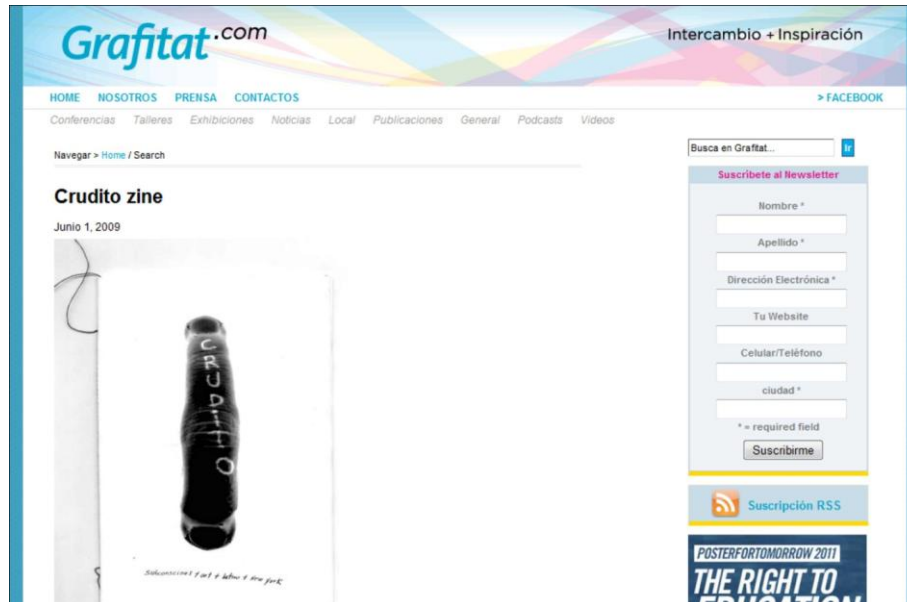
<http://vectoralia.com/manual/html/plugins.html>



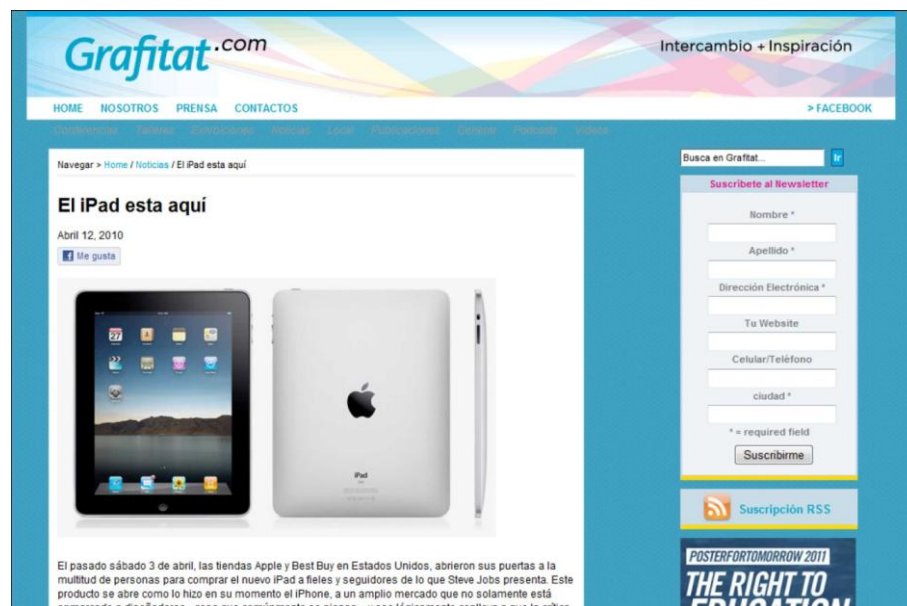
www.grafitat.com/index.php?s=Culture+Counts



www.grafitat.com/index.php?s=crudito+zine



www.grafitat.com/2010/04/12/el-ipad-esta-aqui/



<http://www.ozzypiuntur.com/ARTICULOS/comohacercorto.htm>

3. COMO HACER UN CORTOMETRAJE DIGITAL RÁPIDO.

Lo primero que debes plantearte si sigues estos consejos, es que tu historia se ajuste más o menos a lo que tienes y a este estilo de trabajo. Por ejemplo, no intentes hacer "TITANIC" porque la gente se partirá de risa, en vez de llorar cuando se hunda "tu barco".

Todo comienza a raíz de una idea. La desarrollas hasta crear algo parecido a un guión, recuerda que esto es un proyecto rápido y no te puedes entretener en exceso con el guión. ¡Debemos hacer cortos, por encima de todo! También recuerda que es importante saber lo que tenemos, a la hora de diseñar nuestra historia. Eso te evitará quebraderos de cabeza y perder tiempo buscando cosas. En lo que al equipo técnico se refiere, puedes afrontar el proyecto en solitario, que resulta una misión ardua y pesada, o compartir ese trabajo con otra persona de tu confianza (un muy buen amigo). Yo optaría por la segunda opción, ya que hay muchas funciones que hacer y estando solo se te escaparán incontables detalles. Entre los dos debéis hacer de operador de cámara, iluminadores, productores, directores artísticos... pero también recuerda que pretendéis hacer un corto barato, por ello cuanto menos gente, menos gastos a la hora de comprar comida. La cámara de video y el trípode se pueden conseguir fácilmente pidiéndosela prestada a un amigo o conocido, prometiéndole que si le sucede algo tú te harás cargo. No se te ocurra alquilar, ya que te clavarán y romperás unos de los requisitos. En cuanto a los focos, olvidate de tener algo de mucha potencia, sino quieres iluminar una calle de noche, con un par de flexos puedes crear una luz muy interesante.

En cuanto al equipo artístico tienes varias opciones. Las dos principales para mí son:

EL ACTOR / ACTRIZ. Buscar un actor / actriz que se adapte al personaje del corto. El actor / actriz debe entender tu sistema de trabajo, sino es así, busca otro actor / actriz. Tendrás que ensayar con el actor /actriz hasta acercarte al personaje que querías. Esto puede alargar el proceso de preproducción.

EL PERSONAJE. Buscar a una persona que conozcas, que se aproxime al personaje que buscamos. No suelen poner problemas por tu modo de grabar.

Una vez tienes concretado el guión, el equipo técnico, el material, los actores y los lugares donde vas a grabar, comienza el espectáculo. Nunca se está lo suficientemente preparado para un rodaje, así que haz lo que puedas y ¡tranquilo! El primer día de rodaje siempre es el más duro, ya que existe la incertidumbre de cómo irá todo, pero una vez has comenzado, ya tienes mucho ganado. Seguramente surgirán problemas, pero nada que con un poco de reflexión no se pueda solucionar.

Has terminado el rodaje con más o menos fortuna, llega el momento de mostrar todo ese material. Si no tienes capturadora en el ordenador, y jamás has montado nada, tienes que buscar a alguien que te ayude. Hay mucha gente que controla el tema de montaje, así que no te será difícil encontrar a un montador. Durante el visionado pensarás en la cantidad de errores que hay, pero se reducirán a menos de la mitad, si consigues que tu corto tenga ritmo.

Haber terminado tu proyecto ya es todo un éxito, así que no te alarmes si comienzas a recibir críticas. Este es el inicio de una carrera en la que tendrás que ir puliendo, corto a corto, tu estilo. Muchos optan por un proyecto complejo para su opera prima, y muchos se quedan sin poder terminarlo y sin ganas de volver a intentarlo. Por eso es importante comenzar por pequeños proyectos, que no te supongan un gasto excesivo, que los puedas hacer con cierta rapidez, para ir adquiriendo experiencia.

<http://www.taringa.net/posts/videos/1659286/Cortometraje-Ecuatoriano-muy-bueno.html>



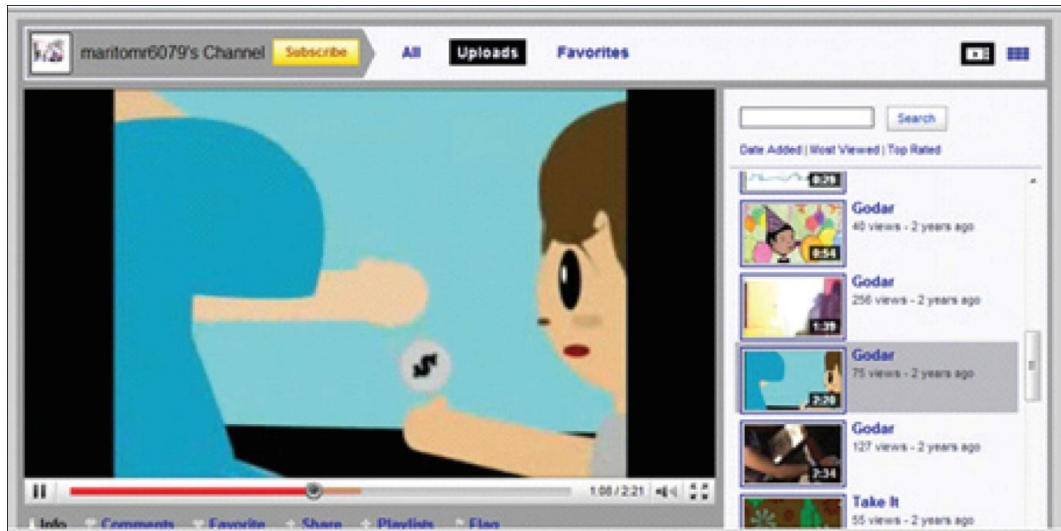
<http://cerolatitud.com/busca.php?buscado=ecuatorianos>



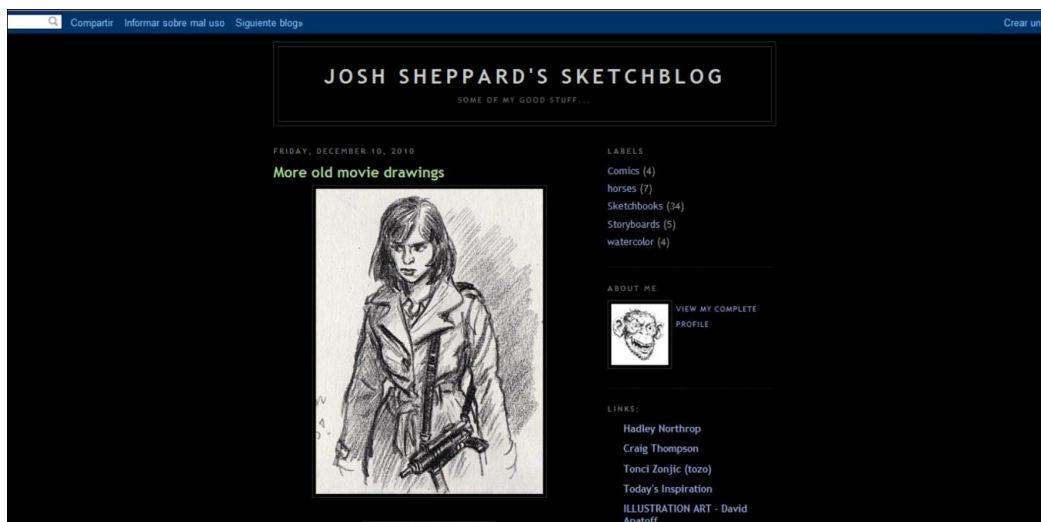
<http://www.ecuacanal.com/show/cortos/>



http://www.youtube.com/user/maritomr6079#p/u/17/CpmM_4Y1F_0



<http://joshsheppard.blogspot.com/>



http://www.abcguiionistas.com/servicios/010_corto1.php

The screenshot shows the homepage of 'El Portal del Guion'. At the top, there's a red banner for 'Targeted Lead Generation' by 'KITARA MEDIA'. Below that, the site's name 'El Portal del Guion' is displayed in a stylized font. A search bar is present with the text '6.791.810 lecturas desde 01/01/2006'. The main content area is titled 'Noticias' and lists several news items, such as 'La guionista de "Crepúsculo" reiniciará la saga de "Los inmortales / Highlander - El inmortal"'. A sidebar on the left contains sections for 'BOLETÍN' (69,066 inscritos), 'ESCAPARATE', 'SCRIPTUM', 'SERVICIOS', and 'CLÍMAX'. A sidebar on the right lists 'RECURSOS' and 'DESCARGAS'. The website is dated 13/02/2011 and shows 27 users online.

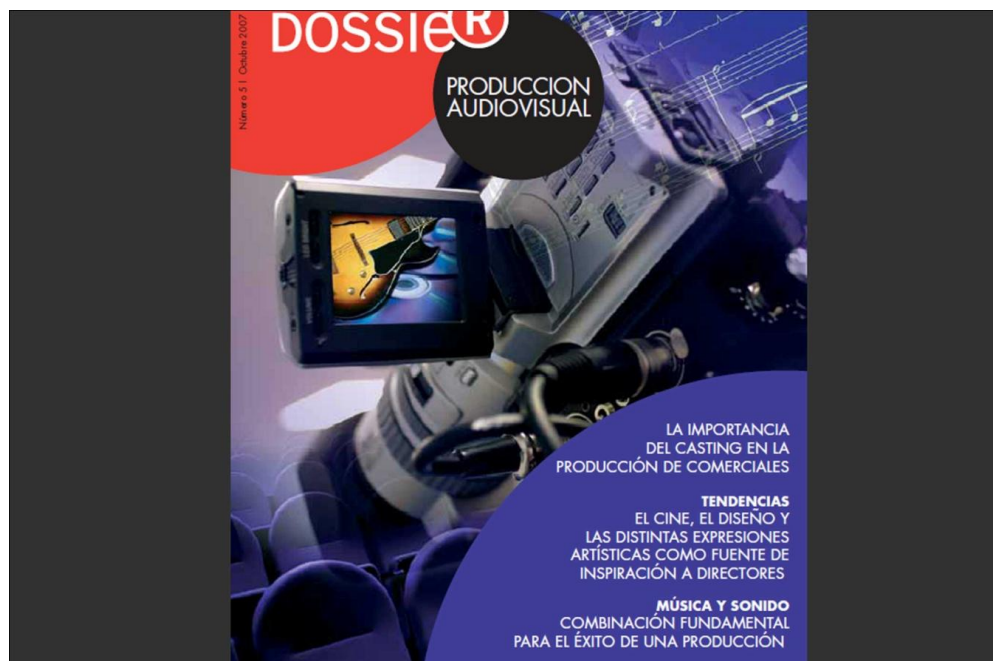
<http://cineenproceso.blogspot.com/2008/03/cortos-ecuatorianos-presentes-en-los.html>

The screenshot shows a blog post from 'cineenproceso.blogspot.com' dated 'LUNES 10 DE MARZO DE 2008'. The title is 'Cortos ecuatorianos presentes en los barrios cartageneros'. Below the title, there's a photo of a group of people sitting in a room, likely at a film screening. The text describes a screening of Ecuadorian short films at the Festival de Cartagena, mentioning 16 works by young filmmakers: 'Metamorfosis, de Marcelo Castillo; Invitación a sepelio, de Mario Rodríguez; No tan distintos y Sinfonía # 4, de David Nieto; Pasajeros, de David Guzmán; 6:03 am, de Pedro Cagigal; En rojo, de Carlos "Tato" Carrillo; La máquina y Señor Dios del Insecto, de Iñaki Oñate; Hay cosas que no se dicen y Amores telefónicos, de Gabriela Calvache; A la caza del rey, de Patricio Burbano; Yolanda, de Ernesto Salvador; Que viva el muerto, de Randi Krarup; Mapa para historia, de Pancho Viñachi y Pa, de Diego Arteaga quien fue también el curador de esta muestra. Los cortos se presentaron en el espacio conocido como 'Cine en los barrios' y tuvieron, además de la mencionada tres funciones más, una el jueves en la afueras de la ciudad, vía Turbaco a una hora y media del centro y dos más el día viernes en la Universidad Libre y en la Universidad del Sinu. Durante la

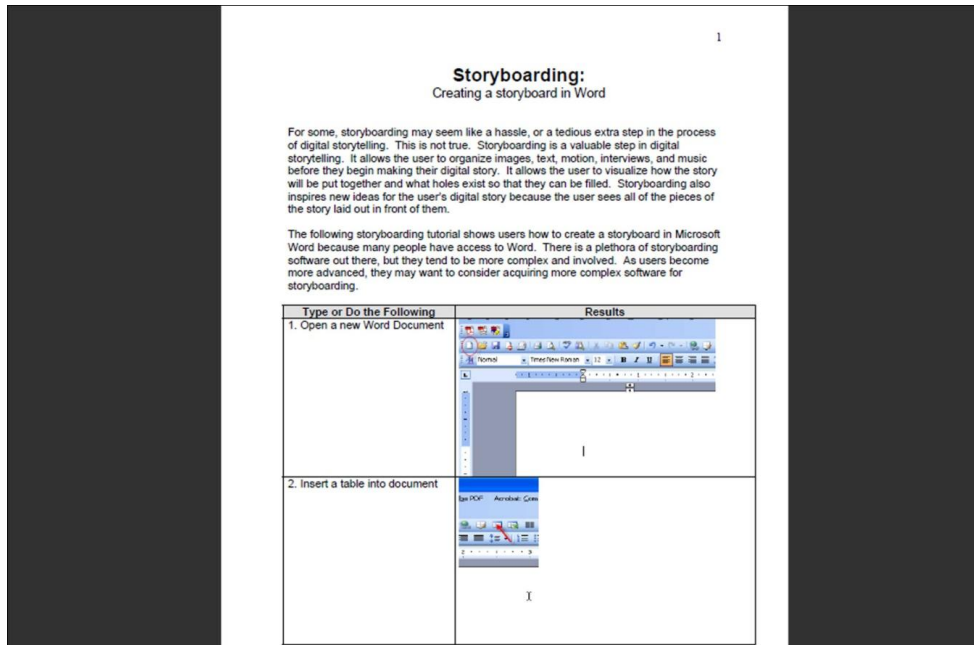
<http://www.librosenpdfgratis.com/buscar.php>



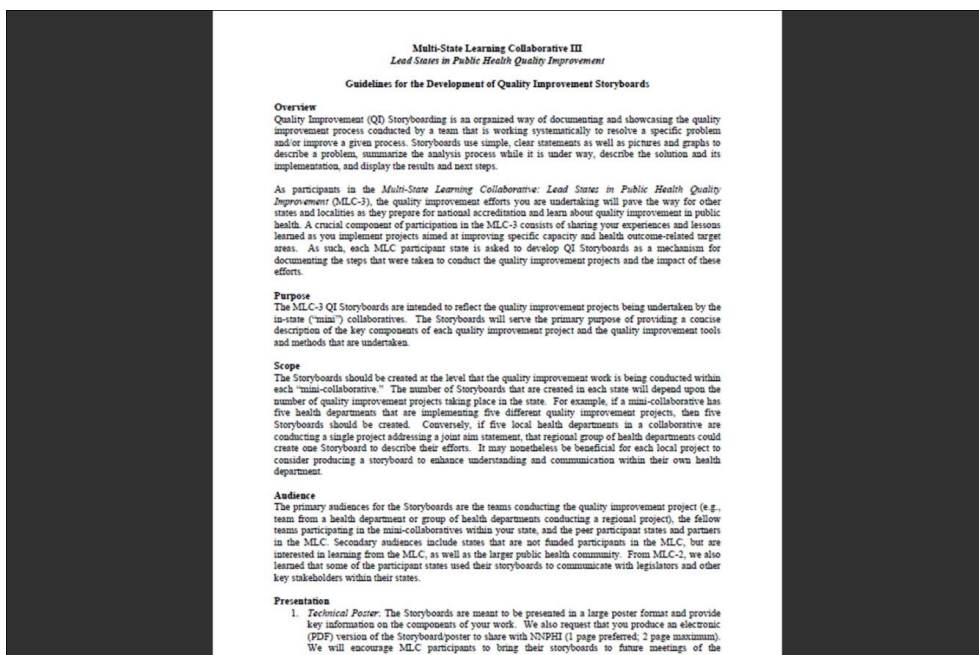
<http://www.dossiernet.com.ar/modulos/audio/1520.pdf>



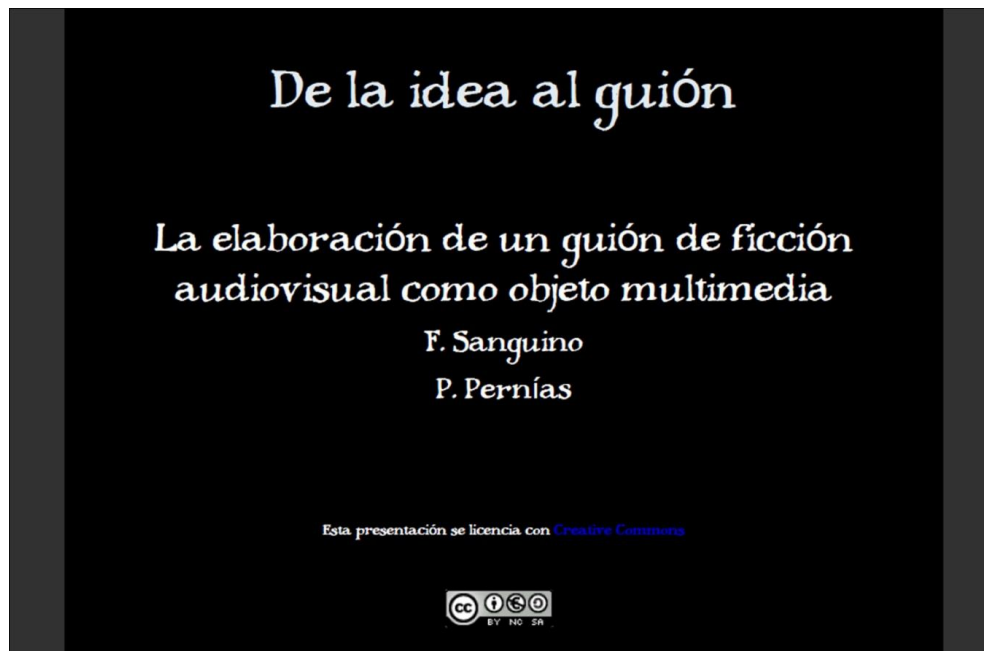
http://www.scholastic.com/digitalstorytelling/howto_storyboard.pdf



<http://nnphi.org/CMSuploads/Storyboard-Guidelines-FINAL-05868.pdf>



http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/3799/7/De_la_idea_al_guiion.pdf



<http://www.casadellibro.com/libro-manual-de-produccion-audiovisual-digital/1139468/2900001182380>

<http://webs.uvigo.es/consumoetico/textos/textos/1cine.pdf>

LOS VALORES DEL CINE DE ANIMACIÓN Propuestas pedagógicas para padres y educadores

CARMEN BEBEIRA DOMÍNGUEZ

http://haini.com.mx/material/portafolio_mini-ex.pdf

QUÉ ES HAINI
Haini es un estudio que se dedica a crear animación, diseñar personajes, hacer ilustraciones, dibujos cómics, desarrollar juegos, y otros trabajos creativos. Nuestra especialidad son los dibujos animados y el diseño de personajes.
En nuestro historial contamos con el primer premio del certamen de video "Un día sin agua" 2004 de Canal Once y el primer lugar en el concurso de diseño del logotipo para el Museo de Paleontología de Cuauhtémoc.
Hemos realizado animación e ilustración para empresas como Megared, 3dmax, Metacube, Erectus TV, Comunicar publicistas, Impulso Educativo, así como para el Consejo Estatal de Prevención de Accidentes de Jalisco (CEPAJ).
El videojuego "Chaneques" fue distinguido a nivel nacional e internacional. Las historietas y caricaturas de nuestros integrantes se han publicado en La Jornada, el semanario Diez, El Jalisciense y otras revistas y libros.

QUIÉNES SOMOS
Haini es un equipo de creativos cuyo núcleo está compuesto por tres integrantes:
Tonatiuh Moreno
Director, guionista y animador
De actitud inquisitiva, Tonatiuh es el director del equipo. Ha publicado cómics profesionalmente desde que era un chamacco (en La Jornada, El Jalisciense, Diez y otros). Se vuela porque se graduó con honores de Ciencias de la Comunicación en el Iteco y es co-autor de Laberinto, un juego de rol. La animación 2D es su oficio y de eso da clases en el Centro de Arte Audiovisual. Le gusta leer todo lo que puede, especialmente ciencia ficción.
Ruy F. Estrada
Diseñador de personajes y escenarios, animador
Callado y cortés, Ruy es un excelente dibujante de personajes y escenarios. Se graduó como arquitecto con promedio sobresaliente y ha ganado reconocimientos en lógica y matemáticas. Su especialidad es el modelado en plastilina y la escenografía. Además hace web-cómics, animación 2D, 3D y le queda tiempo para interesantes proyectos arquitectónicos. Es fan de Mario Bros y le apasionan los juegos de video.
Octavio Jiménez del Arco
Animador de animadores
De carácter alegre y bromista, Octavio es promotor de la animación en México. Es el que se encarga de buscar proyectos y conseguirnos trabajos. Es Licenciado en Administración de Empresas por la UNAM. Desde muy chico le gustó hacer caricaturas y siempre ha estado relacionado con realizadores, productores y entusiastas de la animación, como el CINE, los históricos estudios Kinema, etcétera. En 1992 recibió un reconocimiento de Editorial Nueva Imagen por ser seleccionado para la Muestra de Caricatura Joven. Su gracia es que a todo le encuentra gracia.

Nuestros socios
cuatromedios
Estamos asociados con Cuatromedios. Cuatromedios es una asociación de profesionistas con la capacidad de brindarles una amplia gama de servicios de comunicación visual: páginas web, aplicaciones multimedia y diseño gráfico. Así que si necesita una solución que integre animación o ilustración en su página web, aplicación multimedia o medios impresos ¡el equipo Haini-Cuatromedios es el indicado! Visite su página en www.cuatromedios.com.

Nuestros servicios
DIBUJOS ANIMADOS
Animación 2D para televisión, cine, multimedia e internet. Póngale movimiento a sus mensajes. Nos adaptamos a su presupuesto: desde económica animación limitada a 8 cuadros por segundo hasta fluida.