



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO
COMPUTARIZADO**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“DISEÑO AUDIOVISUAL ENFOCADO A FACILITAR LA DIFUSIÓN DE
JÓVENES EMPRENDEDORES DEL CANTÓN MEJÍA”**

Proyecto de Investigación Presentado Previo a la Obtención del Título de
Ingeniero en Diseño Gráfico Computarizado.

Autores:

Cristian José Iza Caguana
Héctor Andrés Ushiña Cruz

Tutor:

Mg. Sergio Chango

Latacunga – Ecuador

Marzo 2018

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Nosotros **CRISTIAN JOSÉ IZA CAGUANA Y HÉCTOR ANDRÉS USHIÑA CRUZ** declaramos ser autores del presente proyecto de investigación: **“DISEÑO AUDIOVISUAL ENFOCADO A FACILITAR LA DIFUSIÓN DE JÓVENES EMPRENDEDORES DEL CANTÓN MEJÍA”**, siendo el Mg. Sergio Chango, tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

.....
CRISTIAN JOSÉ IZA CAGUANA

C.I. 0503982175

.....
HÉCTOR ANDRÉS USHIÑA CRUZ

C.I. 1720699337

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“DISEÑO AUDIOVISUAL ENFOCADO A FACILITAR LA DIFUSIÓN DE JÓVENES EMPRENDEDORES DEL CANTÓN MEJÍA” Egresados de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado por cuanto, realizado por los postulantes: **CRISTIAN JOSÉ IZA CAGUANA** y **HÉCTOR ANDRÉS USHIÑA CRUZ**, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicada de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, febrero del 2018

.....
MG. SERGIO EDUARDO CHANGO PASTUÑA

C.I.: 0502372170

DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

FORMULARIO DE LA APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Lectores aprueban el presente Informe de Titulación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi y por la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado por cuanto, los postulantes:

- Cristian José Iza Caguana
- Héctor Andrés Ushiña Cruz

Con el proyecto de investigación, cuyo título es: **“DISEÑO AUDIOVISUAL ENFOCADO A FACILITAR LA DIFUSIÓN DE JÓVENES EMPRENDEDORES DEL CANTÓN MEJÍA”**. Han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen los méritos suficientes para ser sometidos al **Acto de Defensa de Tesis** en la fecha y hora señalada.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, -__ febrero del 2018.

Para constancia firman:

LECTOR 1

NOMBRE:

LECTOR 2

NOMBRE:

LECTOR 3

NOMBRE:

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la Virgen por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, a mi familia quienes por ellos soy lo que soy. A la Universidad Técnica de Cotopaxi por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional. También me gustaría agradecer a mis maestros que durante toda mi carrera profesional han aportado a mi formación. A mis amigos, por su gran apoyo humano y moral, necesarios en los momentos difíciles de mi formación académica. A todos, muchas gracias.

Cristian

AGRADECIMIENTO

Dios, por darme la oportunidad de vivir y 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.

Mis padres por darme la vida, quererme mucho, creer en mi y porque siempre me apoyaron gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto se lo debo a ustedes.

Héctor

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios y a la Virgen por ser mis guías y darme las fuerzas necesarias para seguir adelante y no desmayar frente a ninguna adversidad. A mis padres por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, por su comprensión, por la motivación incesante que me ha permitido ser una persona asertiva, pero sobre todas las cosas, por su amor. A mi novia por su ejemplo de perseverancia y constancia que la caracterizan cuyas acciones me han motivado en todo este proceso.

Cristian

DEDICATORIA

A Dios por permitirme llegar a este momento tan importante en mi vida por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más. A mis amigos, que gracias al equipo que formamos logramos llegar hasta el final del camino y que hasta el momento, seguimos siendo amigos, fraternidad Alpha Omicron Sigma, a mis profesor gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional y por último a mi hermana Verónica por estar conmigo y apoyarme siempre, a mi sobrino, Ian Fernando para que veas en mí un ejemplo a seguir.

Héctor



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

Autores:

Cristian José Iza Caguana
Héctor Andrés Ushiña Cruz

RESUMEN

TEMA: “DISEÑO AUDIOVISUAL ENFOCADO A FACILITAR LA DIFUSIÓN DE JÓVENES EMPRENDEDORES DEL CANTÓN MEJÍA”.

El presente proyecto pretende destacar el talento de jóvenes emprendedores con espíritu proactivo, capaces de transformar diferentes entornos productivos con sus ideas originales e innovadoras. La carencia de espacios publicitarios de acceso gratuito en las distintas plataformas de difusión demandó la necesidad de desarrollar una propuesta audiovisual con alta calidad técnica y creatividad, apoyada con elementos interactivos visuales de grafismo para difundir el talento de jóvenes emprendedores. El objetivo de este trabajo es desarrollar una producción audiovisual con alta calidad técnica-creativa, enfocada a difundir el talento de jóvenes emprendedores del cantón Mejía. La metodología de este proyecto estuvo enmarcada en el paradigma de la investigación comunicativo crítico, enfoque cualitativo y cuantitativo, método dialéctico porque se realizó un proceso sistemático y delimitado para la recopilación de información sobre cada uno de los temas que intervinieron en el desarrollo de la propuesta y el diseño metodológico aplicado fue historias de vida de los jóvenes entrevistados. Se aplicó las técnicas de la encuesta y entrevista, los instrumentos fueron cuestionario y guía de entrevista y como resultado se obtuvo la narrativa audiovisual del documental. El desarrollo de esta propuesta audiovisual es fundamental, pues permite reconocer proyectos de jóvenes emprendedores mediante el uso de plataformas digitales gratuitas en donde se otorga la oportunidad de que expresen a la sociedad los servicios que ofertan. Este proyecto contribuye con la creación de productos de difusión que se realizaron mediante la filmación de acontecimientos con elementos técnicos, guiones e historietas, los mismos que ayudaron al flujo del trabajo planteado. En el aspecto tecnológico se emplearon cámaras SLR de alta resolución, trípodes, micrófonos y luces que en conjunto aportan dinamismo y muestran los hechos y experiencias reales que posteriormente reflejen información veraz, con el fin de que sea sometida al análisis del público objetivo, siendo aquellos los consumidores directos de los productos o servicios ofertados.

Palabras claves: Emprendimiento, diseño audiovisual, producción, promoción, difusión.



**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF HUMAN SCIENCES AND EDUCATION**

Authors:

Cristian José Iza Caguana
Héctor Andrés Ushiña Cruz

ABSTRACT

THEME: “AUDIOVISUAL DESIGN FOCUSED ON FACILITATING THE DISSEMINATION OF YOUNG ENTREPRENEURS IN MEJÍA CANTON”.

This research pretends to emphasize young entrepreneurs' talent with a great spirit in order to become capable of changing different productive environments. The lack of advertising spaces of free access in the different dissemination platforms demanded the necessity of developing an audiovisual proposal. This search seeks to develop an audiovisual production with a high, quality, technique and creativity, it is supported with interactive visual elements of graphics to promote the young entrepreneurs' talent in Mejía canton. The methodology of this research was focused on the critical and communicative paradigm, qualitative and quantitative approach, dialectics method. All of them allowed to carry out a systematic and delimited process for the information collection about categories which got involved in the proposal development and the methodological design was life stories about interviewed young people. The techniques applied were survey and interview, their instruments were questionnaire and interview guide to get a audiovisual narrative of the documentary. The development of this audiovisual proposal is fundamental because to recognize the young entrepreneurs' talent by means of the usage of digital and free platforms, where they provide the opportunity to express their services to the society. This investigation contributes with the creation of dissemination products through the facts films with technical elements, scripts and storyboards, that helped to the flow of this work. In the technological field, there were some equipments like SLR cameras of high resolution, tripods, microphones and lights, all of them provide dynamism and they show the facts and real experiences that reflect true information so that they can be subjected to the analysis of the objective public, as direct consumers of the products or services offered.

Keywords: Entrepreneurship, audiovisual design, production, promotion, dissemination.



AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por los señores Egresado de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación: **CRISTIAN JOSÉ IZA CAGUANA** y **HÉCTOR ANDRÉS USHÑA CRUZ** cuyo título versa “**DISEÑO AUDIOVISUAL ENFOCADO A FACILITAR LA DIFUSIÓN DE JÓVENES EMPRENDEDORES DEL CANTÓN MEJÍA**”, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, __ Febrero del 2018.

Atentamente,

Lic.

DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

C.C. _____

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
FORMULARIO DE LA APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
AGRADECIMIENTOS	v
DEDICATORIA	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
AVAL DE TRADUCCIÓN	xi
ÍNDICE	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE IMAGENES	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2. RESUMEN DEL PROYECTO.....	2
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	3
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	4
4.1. Beneficiarios directos	4
4.2. Beneficiarios indirectos	4
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
5.1. ANTECEDENTES	6
5.1.1. Programa televisivo “Emprende Tve” (Internacional).....	6
5.1.2. Programa televisivo “Ecos” (Nacional)	7
5.1.3. Programa televisivo “Desde el alma de mi pueblo” (Cantonal)	7
6. OBJETIVOS	7
6.1. General.....	7
6.2. Específicos	7
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	8
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA	9

8.1.	PLATAFORMAS VIRTUALES.....	9
8.1.1.	Función de las Plataformas Digitales.....	10
8.1.2.	Características	10
8.1.3.	Tipos de Plataformas Digitales	11
8.1.4.	¿Qué es una red social?.....	12
8.2.	GRAFISMO.....	14
8.2.1.	Grafismo Audiovisual	14
8.2.2.	Tipología del Grafismo	15
8.2.3.	El grafismo, modo de expresión cinematográfica.....	17
8.2.4.	El grafismo como elemento narrativo en el cine.....	17
8.2.5.	Grafismo televisivo	18
8.2.6.	Aplicación del grafismo en programación de televisión.....	18
8.2.7.	Nacimiento de la infografía.....	19
8.3.	ELEMENTOS EXPRESIVOS EN LE GRAFISMO VISUAL.....	19
8.3.1.	Lógica visual-audiovisual	20
8.3.2.	Principio de organización perceptiva.....	20
8.3.3.	Principios formadores de la imagen.....	20
8.3.4.	Principio de pregnancia.....	20
8.3.5.	Principio de economía perceptiva	21
8.3.6.	Principio de complementariedad.....	21
8.3.7.	El espacio y el tiempo la materia prima del grafismo audiovisual .	21
8.3.8.	El espacio tiempo	22
8.3.9.	La conceptualización.....	23
8.3.10.	Ilustración	23
8.3.11.	Animación	24
8.3.12.	Plugins y efectos.....	24
8.3.13.	Faldones.....	24
8.4.	MULTIMEDIA APLICADA EN PRODUCCIÓN	25
8.5.	DISEÑO MULTIMEDIA.....	25
8.5.1.	Elementos Multimedia	26
8.5.2.	Aplicación De La Multimedia.....	27
8.5.3.	Comunicación Multimedia.....	28
8.6.	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.....	28
8.6.1.	Tipos De Producción Audiovisual	29
8.7.	PLAN DE PRODUCCIÓN.....	30
8.7.1.	Preproducción	30

8.7.2.	Producción	31
8.7.3.	Postproducción.....	32
8.8.	CATEGORÍAS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.....	33
8.8.1.	Cortometrajes	33
8.8.2.	Largometrajes.....	34
8.8.3.	Documentales	34
8.8.4.	Series de ficción	34
8.8.5.	Streaming	34
8.9.	DOCUMENTAL	34
8.9.1.	Tipos De Documental	34
8.10.	ENSEÑANZA INTERACTIVA	35
8.11.	EL EMPRENDIMIENTO.....	35
9.	PREGUNTAS CIENTÍFICAS.....	39
10.	METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL.....	40
10.1.	Paradigma de la Investigación	40
Comunicativo Critico.....	40	
10.2.	Enfoque.....	40
Cuali-cuatitativa	40	
10.3.	Tipo de investigación.....	41
Investigación bibliográfica.....	41	
Investigación de Campo.....	42	
Investigación Proyectual	42	
10.4.	Métodos	43
Método Dialéctico.....	43	
Método deductivo.....	43	
Método del diseño	43	
10.5.	Técnicas	44
Entrevista.....	44	
Encuesta	44	
10.6.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	45
Población.....	45	
Muestra.....	45	
11.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	46
11.1.	Aplicación de la Encuesta.....	46
11.2.	Tabulación de la encuesta	46
11.3.	Resultados generales de la encuesta	54

11.4.	Aplicación de la Entrevista	55
11.4.1.	Resultados de la entrevista	58
11.4.2.	Análisis de la entrevista.....	58
12.	DISEÑO DE LA PROPUESTA.....	58
12.1.	Presentación de la propuesta.....	58
12.2.	Conceptualización.....	59
12.3.	Desarrollo del método de diseño	59
	Definición del tema	59
	Problema	59
	Elementos del Problema.....	60
	Recopilación de datos	60
	Análisis de datos	61
	Creatividad	61
	Materiales tecnologías.....	61
12.4.	Diseño y construcción de la identidad	62
	Planteamiento.....	62
	Fase Analítica.....	62
	Fase Creativa.....	62
	Construcción Geométrica.....	63
	Cromática	63
	Versiones de composición.....	64
	Tipografía.....	65
	Tamaño Mínimo.....	65
	Evitar Errores Comunes	66
	Ítems Promocionales	66
12.5.	Diseño y esquemmatización del documental.....	67
12.5.1.	Pre-producción	67
12.5.2.	Producción.....	74
12.5.3.	Post-producción.....	76
12.6.	Diseño y construcción de manual de estilos	83
13.	IMPACTOS	83
13.1.	Impacto Social	83
14.	PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO.....	84
14.1.	Gastos directos	84
14.2.	Gastos Indirectos.....	84
14.3.	Gastos Totales.....	85

15.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	86
15.1.	CONCLUSIONES.....	86
15.2.	RECOMENDACIONES.....	87
16.	BIBLIOGRAFÍA	88
17.	ANEXOS	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Actividades y Sistemas de Tareas en relación a los Objetivos planteados	8
Tabla 2:	Tabulación pregunta N°1	46
Tabla 3:	Tabulación pregunta N°2	47
Tabla 4:	Tabulación pregunta N°3	48
Tabla 5:	Tabulación pregunta N°4	49
Tabla 6:	Tabulación pregunta N°5	50
Tabla 7:	Tabulación pregunta N°6	51
Tabla 8:	Tabulación pregunta N°7	52
Tabla 9:	Tabulación pregunta N°8	53
Tabla 10:	Gastos directos	84
Tabla 11:	Gastos indirectos	84
Tabla 12:	Gastos Totales	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Tabulación pregunta N°1	47
Gráfico 2:	Tabulación pregunta N°2	47
Gráfico 3:	Tabulación pregunta N°3	48
Gráfico 4:	Tabulación pregunta N°4.....	49
Gráfico 5:	Tabulación pregunta N°5	50
Gráfico 6:	Tabulación pregunta N°6.....	51
Gráfico 7:	Tabulación pregunta N°7	52
Gráfico 8:	Tabulación pregunta N°8.....	53
Gráfico 9:	Construcción Geométrica	63

Gráfico 10: Construcción Geométrica	63
Gráfico 11: Cromática.....	64
Gráfico 12: Versiones de composición	64
Gráfico 13: Construcción Tipográfica	65
Gráfico 14: Construcción Tipográfica	65
Gráfico 15: Construcción Geométrica	66
Gráfico 16: Ítems promocionales	66

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Rodaje Hacienda "La Estación"	75
Imagen 2: Vídeos importados al ordenador	75
Imagen 3: Vídeos importados al ordenador	76
Imagen 4: Bocetos.....	77
Imagen 5: Bocetos.....	77
Imagen 6: Caricaturización de Abakua	78
Imagen 7: Animación del intro del documental	78
Imagen 8: Animación de los personajes principales	78
Imagen 9: Animación de los personajes principales	79
Imagen 10: Elementos importados al programa de edición de video	80
Imagen 11: Aplicación de elementos vectoriales.....	80
Imagen 12: Efectos y animación	81
Imagen 13: Títulos	81
Imagen 14: Efectos de sonido	82
Imagen 15: Ajustes de exportación	82
Imagen 16: Elaboración del Manual de Estilos Gráficos.....	83

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Modelo de encuesta	92
Anexo 2: Modelo de entrevista	93
Anexo 3: Guión Técnico	94
Anexo 4: Manual de identidad corporativa.....	96

Anexo 5: Construcción de la marca	97
Anexo 6: Construcción de la marca	97
Anexo 7: Manual de estilos gráficos	98
Anexo 8: Script	101
Anexo 10: Ilustración de bocetos	103
Anexo 11: Storyboard	103
Anexo 12: Fichas Bibliográficas	104
Anexo 13: Curriculum Vitae	105

ESTRUCTURA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

“DISEÑO AUDIOVISUAL ENFOCADO A FACILITAR LA DIFUSIÓN DE JÓVENES EMPRENDEDORES DEL CANTÓN MEJÍA”

Fecha de inicio:

Octubre, 2017

Fecha de finalización:

Marzo, 2018

Lugar de ejecución:

Machachi-Cantón Mejía-Pichincha-Zona 2.

Unidad Académica que auspicia

Facultad en Ciencias Humanas y Educación

Carrera que auspicia:

Diseño Gráfico Computarizado

Proyecto de investigación vinculado:

Proyecto de la Carrera

Equipo de Trabajo:

Investigadores:

- Cristian José Iza Caguana
- Héctor Andrés Ushiña cruz

Tutor:

- Mg. Sergio Chango

Área de Conocimiento:

Producción Audiovisual

Efectos de Video

Línea de investigación:

Línea 10: Comunicación

Sublínea:

Diseño gráfico aplicado a proyectos públicos y sociales sin fines de lucro.

Categorización:

- Diseño aplicado a solucionar problemas visuales comunicacionales de la Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Antropología visual aplicada a proyectos de empoderamiento para grupos históricamente subalternos (personas con discapacidad, minorías étnicas, sexuales, grupos en situación de riesgo, entre otros).
- Proyectos de identidad visual institucional y territorial.
- Diseño revistas, periódicos y folletos para promover la comunicación social.
- Diseño editorial, diseño web, multimedia y audiovisual para educación básica y secundaria.

2. RESUMEN DEL PROYECTO

El presente proyecto pretende facilitar la difusión del trabajo de jóvenes emprendedores que día a día innovan con interesantes y creativas propuestas que contribuyen directamente a mejorar la calidad de vida de los habitantes del Cantón Mejía, esta propuesta tiene el objetivo de plantear una solución de comunicación eficaz haciendo uso de las plataformas digitales como medio de difusión pues este canal de transmisión permitirá que millones de personas con acceso a internet en cualquier parte del mundo puedan observar y retener la información necesaria de estas innovaciones que serán presentadas en forma de documental, puesto que es la mejor forma de presentar con detalle las innovaciones de los jóvenes emprendedores del cantón Mejía. En el desarrollo del proyecto la Investigación interactiva es fundamental pues implica el trabajo en conjunto con el grupo de personas que serán beneficiados de la investigación, además de la entrevista como mecanismo de recolección de datos. Este proyecto tiene la finalidad de generar nuevas oportunidades de comunicación entre el emprendedor y la audiencia, ya sea al llamar su atención o generar preferencias por ciertos productos, servicios e innovaciones. Esto será posible bajo la creación de un producto audiovisual compuesto bajo las lógicas y tendencias actuales del entretenimiento y de producción, pues la promoción y difusión son las principales herramientas de este documental. El desinterés hacia los jóvenes emprendedores del Cantón Mejía en

los últimos años ha opacado el espíritu emprendedor, pues cada vez hay menos jóvenes con visión y los pocos que quedan están esperando el momento y la oportunidad para salir a la luz y demostrar lo que pueden hacer en pro de la sociedad. Cuando el talento, creatividad e innovación tienen limitantes el alcance del mismo es un obstáculo para su éxito, por ende, se debe actuar influenciando el comportamiento del entorno social en donde se desenvuelve el emprendedor. El anonimato y el desinterés hacia un joven emprendedor con el tiempo le provoca frustración para realizar su trabajo y explotar todo su talento, puesto que la motivación necesaria para continuar está ausente. El video documental que dirigiremos mostrara de manera concreta el emprendimiento, sus características, ventajas e innovación, la necesidad que hizo que surgiera y como lo está solucionando, pues así los jóvenes mejieenses tendrán la oportunidad de difundir sus propuestas de una manera clara, sencilla y con una excelente calidad de video, audio, producción y postproducción de cada una de las capsulas que componen el documental, mientras que aprovechará el poder de las plataformas digitales para atraer y retener la atención así como el interés de la audiencia.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La propuesta audiovisual busca dar reconocimiento a proyectos de emprendedores jóvenes con talento de superación residentes en el cantón Mejía, mediante la elaboración de un documental que permitirá divulgar a la sociedad el trabajo que realizan y cómo es posible la superación de la juventud Mejiense, a través del esfuerzo y deseo de alcanzar sus metas propuestas mostrando su realidad, fusionando lo técnico con las vivencias de cada uno de ellos, por consiguiente se filmará hechos y experiencias reales que posteriormente reflejen información veraz, que pueda ser sometido al análisis del público objetivo.

El proceso de investigación permitirá el desarrollo del proyecto audiovisual, mismo que servirá como canal de difusión de experiencias de los emprendedores, mostrando temas relevantes, que fueron los principales ejes para lograr sus objetivos propuestos.

La idea central es que los jóvenes visionarios con talento, muestren a la sociedad sus emprendimientos, a través de un espacio de difusión accesible, gratuito y de contenido gráfico, la propuesta audiovisual servirá como conector para llegar al público objetivo de manera atractiva en función del diseño gráfico.

Esta producción constará con la recopilación de cápsulas visuales en distintos escenarios, que serán transmitidos por plataformas digitales como Facebook, Youtube, Vimeo, entre otros, lo que permitirá que su difusión sea masiva y tenga una audiencia numerosa, tomando en cuenta que estos sitios web son visitados por diversidad de usuarios, que buscan estar informados y entretenidos.

La producción visual será realizada con herramientas acorde a la necesidad tanto de hardware como de software y una postproducción con contenido de calidad acorde a las exigencias y tendencias del campo artístico actual; como un referente para dar a conocer proyectos de interés social, en este caso de los emprendedores juveniles del Cantón Mejía.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

- 4.1. Beneficiarios directos:** Los jóvenes emprendedores del cantón Mejía, puesto que el documental trabajara directamente con ellos además de reconocimiento, generará promoción al emprendimiento
- 4.2. Beneficiarios indirectos:** La población económicamente activa del Cantón Mejía que por alguna razón reprodujeron el video documental, quienes de una u otra manera serán beneficiarios de los emprendimientos presentados.

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿La escasa difusión de espacios publicitario e informativos en los medios de comunicación cohibe para que los jóvenes del cantón Mejía den a conocer sus emprendimientos?

La tecnología a nivel global ha crecido de manera acelerada, tomando en cuenta que en los últimos años las plataformas digitales han tomado fuerza y se han convertido en un medio de difusión masivo, que transmite información relevante para los usuarios que visitan estos sitios web.

A través de este proyecto, con la realización de un documental se impulsará a los jóvenes y sus emprendimientos del cantón Mejía, apoyados de las diversas plataformas digitales; es así como se menciona que:

El documental es un género tan antiguo como el cine mismo, aunque las primeras experiencias cinematográficas incurrieron en el género dramático; escenas que narran temas importantes para el hombre, el trabajo, los hijos los adelantos de la era industrial, son escenas en las cuales la presencia e interés humano son innegables (Bestard, 2011, p. 162).

Este tipo de aportes permiten el mejoramiento del desarrollo de los diferentes entornos productivos, a través del consumo de los productos y servicios que cada emprendedor ofrece a la comunidad.

La producción y difusión de este material audiovisual del ámbito emprendedor abarcará distintos contextos para su desarrollo; con diferentes unidades temáticas, tales como la concepción de las ideas y procesos creativos, englobados en el emprendimiento que se genera, buscando de esta manera un nicho de mercado, fuentes de financiamiento, proceso de elaboración, entre otros procedimientos que son esenciales para la producción de objetos o servicios ofertados.

El medio visual es el conector viable para posicionarse de manera rápida, clara y generar pregnancia en un público objetivo específico; dispuesto a observar una visión social emprendedora y creativa. En Latinoamérica se abarca una variedad de series con diferentes temáticas de producción, la versatilidad de adaptación se ve reflejada en la amplia entrega de material audiovisual que se generan en ellas.

En Ecuador estas formas de consumo audiovisual, están en etapa introductoria pues el interés para dar a conocer el potencial emprendedor que una persona

brinda está disperso, esto conlleva al desconocimiento del talento emprendedor residente especialmente en el cantón Mejía, que esperan el momento y la oportunidad para salir a la luz y demostrar lo que pueden desarrollar con el fin de mejorar sus condiciones de vida y su bienestar social. Tomando en cuenta que “los jóvenes son mucho más que maneras de hablar, formas de comportarse o modos de vestirse, pero generalmente sólo eso viene a la mente cuando se piensa en ellos”. (Fandiño, 2011; p. 150).

Los jóvenes son los principales actores de esta nueva sociedad, y son quienes a través de la imaginación y creatividad llaman la atención de los demás individuos y los hace formar parte de una comunidad que comparte una misma ideología.

El desarrollo del video documental de género social se basa en la utilización de imágenes reales recopiladas, para obtener una trama verídica, que provoque inspiración y sea un aprendizaje, la transmisión del documental será mediante plataformas digitales, mediante las cuales se podrá difundir a varios lugares de manera gratuita y accesible.

5.1. ANTECEDENTES

Con respecto al tema “DISEÑO AUDIOVISUAL ENFOCADO A FACILITAR LA DIFUSIÓN DE JÓVENES EMPRENDEDORES DEL CANTÓN MEJÍA”, existen proyectos similares enfocados a la difusión de talento emprendedor, por ejemplo:

5.1.1. Programa televisivo “Emprende Tve” (Internacional)

Desde enero de 2014 se empezó la transmisión del programa televisivo “Emprende Tve”; han recibido 19 premios, nacionales e internacionales, como reconocimiento a su labor, el programa se trasmite por el canal 24 horas mismo que lo emite los días jueves a las 16:00 horas y el sábado a las 07:30, y es un exponente de la eclosión emprendedora en la televisión mundial. Lo que caracteriza a Emprende TVE, es que contiene entrevistas a emprendedores, analiza nuevas tendencias, ofrece píldoras formativas, proporciona consejos para

progresar en tu carrera, habla de digitalización y, el programa tiene una cobertura de difusión mundial.

5.1.2. Programa televisivo “Ecos” (Nacional)

Programa televisivo “Ecos” con emisiones cada sábado 21:30, por el canal Teleamazonas, con más de 8 años de transmisión continua abarca diferentes temáticas informativas entre ellas la de dar a conocer proyectos emprendedores; y debido a su escala en ranking se galardona como uno de los programas con más acogida dentro de la escena televisiva a nivel de todo el Ecuador.

5.1.3. Programa televisivo “Desde el alma de mi pueblo” (Cantonal)

El programa televisivo “Desde el alma de mi pueblo”, es transmitido desde hace 1 año todos los martes de 17:30 a 18:00 por Mejía Televisión, se ha mantenido al aire gracias a los auspicios de varias marcas comerciales de la parroquia de Machachi, este espacio televisivo tiene como fin promocionar, informar y entretener únicamente la audiencia del Cantón Mejía con entrevistas a diversos emprendedores y sus ideas de negocio.

El programa “Desde el alma de mi pueblo” tiene cobertura en las 8 parroquias urbanas y rurales del cantón Mejía: Machachi, Alóag, Aloasí, Chaupi, Cutuglahua, Manuel Cornejo Astorga (Tandapi), Tambillo, Uyumbicho.

6. OBJETIVOS

6.1. General

Desarrollar una producción audiovisual con calidad técnica-creativa, enfocada a difundir el talento de jóvenes emprendedores del cantón Mejía.

6.2. Específicos

- Analizar información bibliográfica sobre la producción audiovisual y emprendimientos que fundamenten el proyecto de manera científica.

- Determinar el producto de diseño audiovisual y el medio de difusión para mostrar el proceso que narra la vida del joven y su inclusión en la sociedad a través de su emprendimiento.
- Desarrollar el producto de diseño audiovisual enfocado a difundir el talento de jóvenes emprendedores del cantón Mejía.

7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Tabla 1. Actividades y Sistemas de Tareas en relación a los Objetivos planteados

Objetivos específicos	Actividades	Resultados de la actividad	Medios de Verificación
Analizar información bibliográfica sobre la producción audiovisual y emprendimientos que fundamenten el proyecto de manera científica.	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de información bibliográfica de fuentes secundarias. • Selección de temas referentes a la investigación que aporten significativamente en la misma. 	Compilación de información bibliográfica para la fundamentación científica técnica	Técnica de investigación documental Instrumento: Fichas bibliográficas
Determinar el producto de diseño audiovisual y el medio de difusión para mostrar el proceso que narra la vida del joven y su inclusión en la sociedad a través de	<ul style="list-style-type: none"> • Selección del público objetivo. • Realización de una serie de preguntas a manera de cuestionario para la encuesta. • Tabulación de encuestas. 	Identificación del producto de diseño audiovisual y medios de difusión que se utilizarán para la difusión del emprendimiento realizado por los jóvenes del cantón	Técnica: Encuestas Instrumento: Cuestionario

su emprendimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis e interpretación de resultados. 	Mejía.	
Desarrollar el producto de diseño audiovisual enfocado a difundir el talento de jóvenes emprendedores del cantón Mejía.	<ul style="list-style-type: none"> • Definición del problema. • Elementos del problema. • Recopilación de datos • Análisis de datos • Creatividad • Materiales, tecnología • Experimentación • Modelos • Verificación 	Seguimiento del emprendedor a manera de entrevista bibliográfica y descripción del emprendimiento que realiza.	Diseño proyectual de Bruno Munari

Autores: Cristian Iza, Héctor Ushiña

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA

8.1. PLATAFORMAS VIRTUALES

Para el autor Jódar una plataforma virtual es:

Un elemento que en la actualidad tiene relevancia ya que no se habla de medios de comunicación, sino de medios de difusión, pasando así de un esquema tradicional a un proceso interactivo, cambiante y dinámico, es decir ya los medios de difusión involucran tanto los medios tradicionales como los espacios virtuales, dentro de los cuales destacan las redes sociales y los diversos mecanismos de interacción con grupos de personas con el apoyo de la tecnología. (Jódar, 2010, p.71).

Internet ha experimentado en los últimos años un brutal despegue como vía de transmisión de conocimiento, permitiendo que la información llegue a cualquier

parte del mundo en cuestión de segundos, la cultura tiene en el soporte online un valioso instrumento para darse a conocer porque rompe las barreras geográficas que hasta ahora determinaban muchas veces la capacidad de acceso y propagación del hecho cultural, internet permite la difusión globalizada y alimenta nuevas formas de gestión de la cultura y de las maneras de ser transmitida.

López, M. (2010) Afirma que “las Plataformas Digitales se han posicionado en el ámbito virtual en la red Internet a través del inicio de la Web 2.0, que definió nuevas alternativas sobre el uso de la plataforma Web para trabajo colaborativo”. (pag.124)

8.1.1. Función de las Plataformas Digitales

- Su funcionamiento es a través de un registro, donde se ingresan los datos personales del usuario, nombre, E-mail
- Se crea el perfil donde el usuario almacena los datos de interés que quiere que sus contactos vean y sepan acerca de él
- El usuario agrega sus contactos donde finalmente comienza a comunicarse con ella.

8.1.2. Características

Mientras que Jódar afirma que las características principales de las plataformas virtuales son:

- Son agregadores de contenidos y servicios, reúnen a diferentes proveedores, aplicaciones, servicios, contenidos y desarrolladores.
- Su valor crece en la medida que aumenta la oferta, tanto en cantidad como en calidad.
- Son multisoporte y multicanal.
- Acceso a través de web, móviles, video consolas, televisiones conectadas a internet, entre otros.
- Dan más control de los contenidos y de sus derechos de propiedad intelectual y uso a los proveedores, además de reunir más datos de los clientes y son gestoras del usuario final.

Negocio de pago por acceso o cobro por contenidos: conviven varios modelos de negocio con pago por contenidos, suscripciones de acceso, micro pagos, licencias por contenidos asociados a equipos y soportes, entre otros. (Jódar, 2010, p.71).

Al observar las características sobre las funciones de las plataformas digitales que afirma el autor se evidencia un valor en el manejo de estas dentro de la sociedad; ya que permiten una versatilidad en el uso de información y además dependerá del tipo de plataforma que se emplee, se generará un vínculo entre usuarios y los productos o servicios que se ofrezca, además de la necesidad de información a transmitir.

8.1.3. Tipos de Plataformas Digitales

Existen diferentes tipos de plataformas de acuerdo a distintos autores, mismas que destacan en áreas educativas, sociales y de publicación, con características que permiten mostrar amplios espectros de información.

Plataformas Educativas

Para el autor Boneu una plataforma educativa es:

Un programa que engloba diferentes tipos de herramientas destinadas a fines docentes. Su principal función es facilitar la creación de entornos virtuales para impartir todo tipo de formaciones a través de internet sin necesidad de tener conocimientos de programación, pueden utilizarse para gestionar de manera integral formaciones a distancia o como un complemento de la docencia presencial (Boneu, 2002, p.26).

De esta manera se puede apreciar como una plataforma educativa puede brindar la capacidad de interactuar con uno o varios usuarios con fines pedagógicos, además, se considera un proceso que contribuye a la evolución de los procesos de aprendizaje y enseñanza, que complementa o presenta alternativas en los procesos de la educación tradicional.

Plataformas Sociales y de Publicación

Para el autor López una plataforma social y de publicación es:

Afirma que una plataforma social de publicación por su capacidad de concentración de servicio social, una plataforma puede ser definida en base a la funcionalidad que se le atribuya y la capacidad de colaboración en el proceso de aprendizaje al definirla como respuesta tecnológica que facilita el desarrollo del aprendizaje distribuido a partir de información de muy diversa índole, utilizando los recursos de comunicación propios de Internet. (López, 2010, p.43).

Como se refleja una plataforma puede ser una respuesta tecnológica, o un escenario de interacción social, o un vehículo de transmisión de conocimiento, o un almacén de contenidos, o una propuesta comercial o varias de estas posibilidades a la vez que pueden ser difundidas por medio alternativos como las redes sociales que generar gran impacto de difusión.

8.1.4. ¿Qué es una red social?

Para el autor Hütt una red social es:

Un lugar en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos, una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios gráficos donde representan individuos y las relaciones entre ellos. (Hütt, 2012, p.43).

Como ejemplos destacados de Plataformas Digitales de tipo social en la actualidad, destacan Facebook, Twitter , Youtube, que poco a poco se han ido posesionando en el liderazgo de cada una de sus respectivas áreas de influencia. Aunque existen otras plataformas del mismo género que permiten compartir videos y fotografías

Las redes sociales como herramienta corporativa

Maqueira, J. & Bruque, S. (2009) Dice que “esta perspectiva, Internet ha facilitado la creación de espacios de interacción virtual innumerables, constituyéndose en un medio de interacción social cada vez más común y utilizado por diversos tipos de usuarios para generar adeptos a una marco o empresa en el mundo”. (pag.49).

Las relaciones sociales son inherentes al ser humano, por lo que la interacción entre éste y su medio circundante le resulta esencial. Es por esto que para las personas es determinante pertenecer a círculos sociales, los cuales se han visto sustancialmente enriquecidos por los medios o espacios virtuales, espacios de chat, grupos o círculos de acción resultan apasionantes para muchos, así como también, se constituyen en oportunidades para interactuar de una forma muy segura, dinámica y efectiva, compartiendo e intercambiando experiencias, informaciones, o bien, simplemente utilizando estas vías como formas de expresión.

¿Qué puede hacer una empresa en las redes sociales?

Para el autor Saavedra una empresa en las redes sociales es:

Las posibilidades de interacción de las empresas con sus públicos son muy amplias y van desde contar con un canal de retroalimentación, hasta con un espacio de promoción, información y mercadeo, asimismo la posibilidad de contar con perfiles, a los cuales los usuarios pueden registrarse como amigos o seguidores, permite establecer una dinámica menos invasiva y más focalizada hacia las necesidades y expectativas de los mismos. (Saavedra, 2006, p.47).

Un perfil corporativo permite a la empresa contar con su propio espacio, incentivando a aludir las afinidades que pueda tener el usuario por determinado producto o actividad. Por otra parte, existen los grupos de interés, mediante los cuales la empresa puede facilitar plataformas para agregar a posibles personas interesadas en el producto o actividad, estas plataformas a su vez facilitan la

posibilidad de segmentar el mercado, de acuerdo con los perfiles de usuarios cuya integración se da por afinidad de gustos, intereses y criterios.

8.2. GRAFISMO

Sancho, J. L. V. (2004) menciona que:

Se entiende como grafismos todo tipo de imágenes o textos que están vinculados a la información y por ello no tienen únicamente finalidades estéticas o de otro tipo, sino que se emplean para presentar ésta de la mejor manera. Están vinculados al contenido y no tanto a otros usos, y por tanto se entienden como específicos de dicha información. Los grafismos también se emplean frecuentemente con la función de enfatizar las informaciones principales, a modo de resumen. A veces aparecen esquemas generales de la información que, sintetizando o resumiendo lo más significativo, se convierten en elementos esclarecedores de la misma. No obstante, el grafismo suele presentarse únicamente con finalidad estética; tal es el caso de ilustraciones, todo tipo de caretas u otros elementos no relacionados con la información. Entonces se pueden entender como recursos que se emplean para usos diversos y aparecen en distintas áreas que no necesariamente son informativas (pág. 101)

8.2.1. Grafismo Audiovisual

Para Zorzona, B. H. (2008)

El grafismo audiovisual se presenta como un elemento indivisible de los actuales sistemas audiovisuales, tanto en los medios convencionales, cinematográficos o televisivos, como en muchos otros sistemas multiplataforma, como los grandes eventos o los dispositivos periféricos, puesto que forma parte de la comunicación y supone el vehículo idóneo de transmisión de determinadas partes del mensaje. El grafismo audiovisual actúa como soporte tanto de la información escrita como de las señas de identidad, al tiempo que

activa los mecanismos persuasivos. Por este motivo, el grafismo audiovisual se convierte en un elemento necesario dentro de los diferentes discursos, considerándose un valor añadido, ya que sus cualidades estéticas y semánticas contribuyen a la penetración de los mensajes en el espectador.” (pág. 11)

8.2.2. Tipología del Grafismo

De esta forma Sancho, J. L. V. (2004) pone en consideración los siguientes tipos de grafismos utilizados en producciones audiovisuales

Fotografías estáticas

Las fotografías estáticas son recursos gráficos bastante y aparecen en pantalla por la necesidad que se tiene de responder a la pregunta sobre quién es el protagonista más relevante de los acontecimientos o acciones y en bastante menor medida para responder al qué ha ocurrido.

Dibujos e iconos

La mayoría de los dibujos pretenden reflejar qué o cómo ha ocurrido algo; son instrumentos para contar el suceso, aunque algunas veces muestran cosas complementarias a la información principal. Es de destacar que no hay

Grafismo de posición

Se emplean para usos muy diversos, como son las diversas comparaciones posicionales o territoriales, reogramas, esquemas de funcionamiento de objetos, rangos, escalafones, eliminatorias, etc. Los diagramas suelen aparecer para responder al cómo y al por qué de la información de forma complementaria. Sirven para enlazar asuntos que lateralmente interesan en el contexto informativo, pero también pueden ser utilizados para un análisis de la información más significativa, redundando un poco con la voz en off que va explicando el contenido.

Realidad virtual

Se entiende por realidad virtual aquello que se elabora mediante grafismos con la intención de emular los procesos que se ven en la naturaleza, con su dinamismo, sus formas, fenómenos e incluso sonidos, mediante la tecnología informática. En el periodismo gráfico la realidad virtual se utiliza principalmente para responder a qué o cómo ha ocurrido algo.

Tablas alfanuméricas

Las tablas textuales o alfanuméricas suelen cubrir aspectos muy importantes de la información, colaborando, de forma complementaria, a construir el qué informativo, aunque también puede mostrar o enumerar aspectos laterales o independientes, pero de algunas maneras significativas de la información, como pueden ser los datos del tiempo

Fichas con dibujos

Las fichas son la combinación de dibujos y textos que se emplean para estudiar las características de un determinado artefacto, fenómeno o cosa de actualidad, aunque a menudo tiene un interés complementario que no muestra el asunto central de la información

Textos

Se emplean para reproducir literalmente algunas expresiones de personajes significativos con la finalidad de enfatizar su mensaje principal, especialmente cuando su idioma no ha sido traducido. Para entender mejor el mensaje se coloca una transcripción tipográfica en una ventana como si fuera un pie de imagen.

Grafismo ubicativo

Los mapas, planos y representaciones de recintos forman un tipo de grafismos que también tiene sus propias características y son muy empleados en las informaciones de actualidad. Responden al dónde de la información, pero también

sirven como soporte para el reparto de objetos diversos como si de una tabla se tratara, o permiten establecer rutas o flujos diversos en un espacio

Gráficos

Los gráficos forman un modelo visual muy empleado en las informaciones de actualidad y también tienen sus propias características. Suelen emplearse para dar respuesta al cómo de la información, al tiempo que resumen el asunto más significativo o una cuestión de mucha importancia para el entendimiento contextual del tema, se utilizan así para cubrir alguno de los aspectos complementarios que tiene la información

8.2.3. El grafismo, modo de expresión cinematográfica

Para el autor Cousins el grafismo, modo de expresión cinematográfica comienza:

Desde los inicios en el cine mudo la aparición de estos elementos está estrechamente ligada con su vertiente utilitaria, era necesaria la aparición del texto para la comprensión de la escena debido a la ausencia de sonido, en los títulos e intertítulos el texto aparece sobre fondo blanco, en ocasiones este texto aparece enmarcado por unos arabescos compuestos por motivos florales, característicos de principios de siglo. La tipografía normalmente es de palo seco para facilitar su lectura. (Cousins, 2005, p.77).

8.2.4. El grafismo como elemento narrativo en el cine

Algunos realizadores han encontrado en el grafismo un recurso que potencia las posibilidades narrativas de películas, el estilo que se utiliza para los títulos de crédito, el grafismo hace referencia a un escenario imaginario y sirve de elipsis temporal para cambiar de ubicación espacial y temporal a los personajes.

La corriente expresionista se atreve a jugar más con la tipografía distorsionándolas o usando familias más creativas y variadas, con llegada del sonido, se incorpora a los títulos, a su vez estos comienzan a dejar de usar un

simple cartón con tipografía sobreimpresa para utilizar imágenes y metáforas de la película.

En este aspecto para la producción se utiliza tipografía legible que a su vez irá acorde al grafismo utilizado en la propuesta visual ya que se delimita que en la tipografía no hay que atender sólo al tipo de letra a utilizar, sino también al color, ya que la cromática es fundamental también para dar significado a lo que se quiere expresar.

8.2.5. Grafismo televisivo

Para el autor Martín el grafismo televisivo empieza:

Desde las mejoras en la transmisión televisiva hasta las más sofisticadas aplicaciones infográficas han influido en la producción y estilo del grafismo electrónico de cada época, la BBC, la más veterana de las televisiones, ha sido la precursora de la gran mayoría de estos avances, desde sus inicios ha estado especialmente interesada por el desarrollo tecnológico. (Martín, 1992, p.17).

La imagen televisiva está limitada por su propia transmisión. Si se la compara con el cine o con el grafismo impreso se evidenciará que la imagen televisiva es rudimentaria. Al observar un fotograma indivisual (frame) se visualizará su escasa calidad y resolución.

En la actualidad el grafismo televisivo tiene un aspecto de integración visual más elaborado con elementos que aportan un dinamismo, pero siguen siendo constantes.

8.2.6. Aplicación del grafismo en programación de televisión

Joan, C. (1990) Dice que el grafismo lo denomina como micrographic movies no atienden a un orden o norma preestablecida, la libertad en la temática y en la forma predomina en estas piezas cambiantes que aportan un valor artístico al canal y que es parte de ese ofrecer algo más. (pag.14)

Debido a su enorme red de emisión, MTV como referencia tiene departamento de grafismo en casi todos los países donde emite, existe una base de datos desde donde todos los trabajos se pueden visionar o recuperar para modificarlos y adaptarlos a otras regiones o bien trabajar a partir de ellos. Pese a la dimensión de la empresa los grafistas no tienen que superar una gran jerarquía para llevar a cabo sus ideas creativas.

La especificidad del medio ha hecho que se creen empresas que se dedican en exclusiva a los títulos de crédito y a la posproducción de broadcast, sobre todo en Estados Unidos donde las funciones en el cine han estado clasificadas desde la creación de la industria y donde un equipo es especialista en un perfil y una labor determinada dentro del film.

8.2.7. Nacimiento de la infografía

Leturia, E. (1991) “afirma que la infografía tiene como objetivo informar por medio de dibujos, gráficos, esquemas, estadísticas y representaciones”. (pag.18)

El término infografía es un término confuso por su uso, ya que se denomina infografía a los gráficos de información que se utilizan para aportar una información gráfica a las noticias audiovisuales o escritas, a este tipo de representaciones también se le denomina gráfica diagramática, también se utiliza este término para denominar cualquier tipo de creación en la que intervenga el grafismo.

8.3. ELEMENTOS EXPRESIVOS EN LE GRAFISMO VISUAL

Para el autor Gómez los elementos del grafismo visual es:

El grafismo audiovisual no es ajeno a este análisis, ya que debe entenderse en su conjunto y en su contexto, en su sistema formal y semántico, es decir como texto visual, no obstante, es necesario conocer cada uno de los elementos que componen el grafismo audiovisual, desde la forma y desde el contenido, así como los

mecanismos de ensamblaje entre las partes, para llegar a una lectura total. (Gómez, 2016, p.167).

8.3.1. Lógica visual-audiovisual

Los principios que a continuación se exponen forman parte los mecanismos perceptuales y en grafismo audiovisual se pueden aplicar tanto a la imagen, como al movimiento o al sonido.

8.3.2. Principio de organización perceptiva

El orden está en la base estructural de la percepción y del diseño gráfico, una imagen puede representar un despliegue de creatividad e impacto visual, pero sin no está presente el orden en su organización el mensaje no conseguirá transmitirse con la misma eficacia, provocando incluso desconcierto o rechazo.

El principio de organización perceptiva propuesto por Wertheimer, M. (1990) contempla dos clases: “principios intrínsecos y extrínsecos, los primeros están sujetos al propio sistema perceptivo y se basan en el principio de simplicidad, entre dos organizaciones posibles se impondrá siempre la más sencilla, los segundos dependen de la experiencia pasada y del aprendizaje”. (pag.14)

8.3.3. Principios formadores de la imagen:

Las teorías psicológicas de la Gestalt están unidas al diseño desde principios del siglo XX, encontraron en estas teorías la vía para aportar racionalidad científica al lenguaje de la visión.

Desde entonces la psicología de la Gestalt ha sido una fuente teórica dominante en la enseñanza del diseño gráfico, el estudio de las leyes que gobiernan la formación de imágenes partió de psicólogos de la Gestalt.

8.3.4. Principio de pregnancia

El concepto de pregnancia se fundamenta en la idea de coherencia estructural de una forma y afecta a la simetría, orden, regularidad y sencillez. La pregnancia tiene que ver con la impregnación, es decir aquello con lo que se queda

impregnado cuando es observado. Cuanto más simple sea una imagen más pregnancia tendrá.

La pregnancia está continuamente presente en el grafismo audiovisual, afecta a las estructuras perceptivas, a través de este estímulo se puede asociar un elemento gráfico con su conjunto una continuidad televisiva, un programa, la pregnancia no está reñida con la variación, puede haber variaciones gráficas o sonoras, pero si se conserva este orden estructural, la pregnancia se conservará y se seguirá asociando con el conjunto.

8.3.5. Principio de economía perceptiva

Ante un número dado de estímulos la percepción trata de formar con ellos la configuración más sencilla, multiplicar elementos de manera gratuita sólo añade confusión, nunca organización ni sentido. Una estructura interna claramente definida favorece la simplicidad. En la imagen movimiento a veces es difícil mantener este principio de simplicidad, puede ayudar a la organización perceptiva el uso de un mismo recurso o sutiles variaciones para diferentes utilidades y organizar y jerarquizar el movimiento para que no sucedan muchas cosas a la vez.

8.3.6. Principio de complementariedad

No es necesario percibir todos los elementos de una configuración para detectarla o comprenderla, la organización visual no se limita el material directamente dado, sino que incorpora extensiones invisibles como partes genuinas de lo visible de esta manera el espectador adoptará una posición activa para complementar los elementos que falten en la realidad percibida, de esta manera los discursos serán más dinámicos.

8.3.7. El espacio y el tiempo la materia prima del grafismo audiovisual

Para el autor Martín el espacio y el tiempo la materia prima del grafismo audiovisual:

Posee unas formas espaciales y temporales muy específicas, el sistema representacional espaciotemporal ha sido estudiado ampliamente en el arte cinematográfico con el que comparte algunas de sus características y bastantes diferencias, mientras que en cine el sistema espacial, la mayoría de las veces, se construye a partir de un espacio que existe físicamente y que es captado por la cámara. (Martín, 1992, p.87).

El grafismo audiovisual el espacio se inventa a partir de la representación de la realidad y el trucaje, del mismo modo el tiempo cinematográfico es manipulado por el director para conseguir finalidades dramáticas, la interpretación temporal está sujeta al guión, su dilatación y contracción se adecuan a la historia para profundizar o pasar por alto determinadas situaciones, sin embargo en el grafismo audiovisual, salvo en los casos en el que exista una historia, el tiempo no está sujeto a ningún guión, depende de la duración de la pieza, el tiempo de lectura, tanto de imágenes como de texto, y del ritmo que se quiera proponer.

Gran parte de la imagen gráfica audiovisual se obtiene a partir de la síntesis infográfica, estas imágenes están íntegramente generadas por métodos informáticos, cuya apariencia ha provocado considerables alteraciones perceptuales con respecto a las imágenes analógicas.

8.3.8. El espacio tiempo

Para el autor Martín el espacio empieza:

De una síntesis que construye su propia representación espacial sin límites, estos límites radican en los propios tecnológicos, los espacios conseguidos por métodos digitales se caracterizan por la polidimensionalidad y la ambigüedad, los sistemas bidimensionales conviven con los tridimensionales, la polivisión, la fragmentación, la construcción y deconstrucción, y estas son algunas de las características de los espacios gráficos audiovisuales. (Martín, 1992, p.94).

El uso de espacios que no tienen una correspondencia con la realidad puede provocar cierta desorientación en el espectador, quien intentará imponer un orden mental para asimilar lo que ve desde su propia experiencia visual, es la labor del artista diseñar un orden que distribuya los elementos y construya espacios creíbles, el movimiento y la animación, como decíamos, son los grandes aliados para hacer comprensibles situaciones ajenas.

8.3.9. La conceptualización

Burke, G. (2008). Afirma que “la conceptualización viene marcada por las intenciones del autor, el cual da mayor protagonismo a determinadas figuras, modificando la proporción con respecto al resto de figuras u objetos, el tamaño es relativo y podemos encontrar figuras humanas del tamaño de un árbol”.(pag.38)

Se produce cuando los objetos se muestran desde diferentes puntos de vista simultáneamente, el resultado son diferentes perspectivas en una misma superficie, la perspectiva se pone en movimiento, las líneas de fuga se modifican fotograma a fotograma, el cinematógrafo capta imágenes de la realidad y devuelve imágenes reales donde la perspectiva está siempre presente y en movimiento, la representación cinematográfica es heredera del sistema perspectivo.

8.3.10. Ilustración

Burke, G. (2008). Afirma que “es el sistema por el cual se construyen los objetos, se parte de elementos básicos el punto y la línea, que en infografía se denomina curva, también existen objetos tridimensionales básicos, que en ilustración se denominan primitivas o básica la esfera, el cubo, el cono o el toro, son alguno de ellos”. (pag.43)

En este aspecto se realizó una serie de bocetos para la implementación correcta de los elementos visuales gráficos propios del grafismo, con la vectorización de cada gráfico que se aplicara en la postproducción de la propuesta audiovisual.

8.3.11. Animación

Burke, G. (2008). Afirma que “el proceso de animación se basa en keyframes o fotogramas al igual que la mayoría de los softwares de animación, se trata de señalar una serie de posiciones a este proceso se le llama interpolación”. (pag.49)

8.3.12. Plugins y efectos

Hamilton, J. (1998). Afirma que “El cine, Tv, la publicidad y el mundo audiovisual está lleno de efectos digitales letras que vuelan, cambios de color, objetos que aparecen, estadios llenos de gente, personajes reales que no lo son”. (pag.15)

Los efectos especiales son herramientas que se recurre normalmente en el rodaje y en la postproducción de cualquier proyecto audiovisual mismo que se ha utilizado para dar apariencia de realidad a escenas que no lo son con la ayuda del grafismo, pues se quiere mostrar al espectador algo que no se puede rodar convencionalmente.

Efectos de transiciones, animación, movimientos de cámara, zoom, glich, redibujado son algunos de los efectos que se implementaran en la postproducción de la propuesta audiovisual que generara impacto de manera gráfica al espectador, a su vez de plugins de colorización para dar un dinamismo ala tomas grabadas en el proceso de pre producción

8.3.13. Faldones

En este aspecto se realiza una caracterización de efectos glich para dar un realce y plus a cada uno de los faldones que aparecerán obligatoriamente para presentar o dar relevancia a escenas de la propuesta, mismos que serán a su vez informativos y darán a conocer visual y tipográficamente texto relevante.

Serán creados con un orden secuencial con transiciones dinámicas acoplados a la temática grafica que tendrá toda la producción.

8.4. MULTIMEDIA APLICADA EN PRODUCCIÓN

Para el autor Partesotti Filippo la multimedia es:

Un término que procede de la lengua inglesa y que refiere a aquello que utiliza varios medios de manera simultánea en la transmisión de una información. Es posible calificar también como multimedia a los medios electrónicos u otros medios que permiten almacenar y presentar contenido multimedia. Se trata de una tecnología que permite integrar texto, números, graficar, imágenes fijas o en movimiento, sonidos con alto nivel de interactividad, así como, las posibilidades de navegación a lo largo de diferentes documentos (Partesotti 2015, p. 13).

Mientras que para Gutiérrez Martín:

Multimedia es uno de los términos que, debido a la fuerza con que ha irrumpido en el mundo de las nuevas tecnologías, se ha convertido en referencia obligada de cualquier autor, de cualquier vendedor e incluso de cualquier usuario. Se ha utilizado el término para abanderar cualquier tipo de productos relacionados con el tratamiento de imágenes o sonido que buscan su puesto en un mercado tan competitivo como el de la informática (Gutiérrez 1996, p. 24).

8.5. DISEÑO MULTIMEDIA

Se define al diseño multimedia como una forma de expresión, compuesta por imágenes, sonido, video y texto cuyo conglomerado permite transmitir uno o varios mensajes de forma interactiva transmitida a través de diferentes soportes digitales, Navarro dice:

El diseño multimedia combina los distintos soportes de la comunicación el texto, el sonido, la imagen, la fotografía, la animación gráfica y el video de una forma interactiva, creando un vínculo participativo con el usuario. Integra entonces, de manera

compatible y estratégica, conceptos básicos de la comunicación, como la interactividad, junto a aspectos del diseño de la imagen en sus diversos soportes. Propone un criterio innovador para desarrollar contenidos apoyados en un dinamismo visual que capte la atención del usuario, y utiliza en su proceso de creación medios de expresión digitales con el fin de comunicar. (Navarro 2007, p.91).

8.5.1. Elementos Multimedia

La estructura de la multimedia está conformada por una serie de elementos, cuya finalidad es permitir la interacción con la información a transmitir para facilitar la comprensión. Pilar Rivera dice que:

Multimedia se define como aquel que recurre a una combinación de diferentes canales de comunicación (visual o auditivo) y a una diversidad de tipologías de información (textos, imágenes, animaciones, etc.) presentada de manera secuenciada, ya sea estática o dinámica. Por tanto, incluye desde sistemas de enseñanza interactiva online, hasta proyecciones de multimedia expositiva, integrada en la sesión educativa del aula. Multimedia, por tanto, no es sinónimo de interactivo, una aplicación multimedia puede ser interactiva. (Rivera 2010, p.11).

Mientras que Galiano Sánchez da una aclaración más detallada de cada uno de los elementos multimedia y afirma que:

- Texto, facilita la reflexión y profundización de los temas. Como contenido multimedia permite, además, aclarar la información de carácter gráfico a la que se aparece asociada. Este tipo de contenido permite presentar la información, realizando las modificaciones visuales oportunas, de manera que facilite la claridad y, por tanto, la comprensión del mensaje.
- Sonidos, este tipo de contenido multimedia tiene entre sus características más destacadas la de contribuir a facilitar la comprensión de la información que se presenta. Su uso es especialmente interesante para la

presentación de ciertas temáticas, entre los que se encuentran la música y los temas relacionados con el aprendizaje del lenguaje y los idiomas.

- Gráficos e iconos, es uno de los elementos más destacados entre los contenidos multimedia, ya que facilitan la comprensión de la información y contribuyen a agilizar la asimilación de la misma. "Su carácter visual le da un carácter universal, no sólo particular, son por ello adecuadas para la comunicación de ideas o conceptos en aplicaciones que pueden ser utilizadas por personas que hablan diferentes idiomas o con distintos niveles en el desarrollo del lenguaje, tal y como señala Consuelo Belloch
- Imágenes estáticas, al igual que los gráficos, las imágenes estáticas (fotografías, ilustraciones, etc.) contribuyen a ilustrar y facilitar la comprensión de la información que se presenta al usuario.
- Imágenes dinámicas, actualmente, este tipo de contenidos son un recurso de gran importancia, "puesto que transmiten de forma visual secuencias completas de contenido, ilustrando un apartado de contenido con sentido propio".
- Video, el video es la tecnología de grabación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de imágenes y reconstrucción por medios electrónicos digitales o analógicos de una secuencia de imágenes que representan escenas en movimiento. (Sánchez 2015, p.16).

8.5.2. Aplicación De La Multimedia

En la actualidad el uso de la multimedia es indispensable en cualquier ámbito, pues propone información de toda clase permitiendo así brindar al usuario una manera innovadora de llegar y aprovechar toda la información de forma ágil y eficaz.

Multimedia en la Educación

El uso de la multimedia aporta mayor protagonismo a cualquier presentación cargada de información, permitiendo manejar elementos innovadores y escenarios interesantes.

Multimedia en los Negocios

La tecnología multimedia a nuestro alcance tiene una implantación ya afianzada, estos son:

- Mercadotecnia
- Publicidad
- Demostración de productos
- Presentaciones de proyectos
- Capacitaciones

Multimedia en Lugares Públicos

La multimedia en lugares públicos multimedia es utilizada para ofrecer información que ayuda a los usuarios, colocados en terminales de información de afluencia masiva.

8.5.3. Comunicación Multimedia

El autor José Valdeni afirma:

El progreso de las tecnologías de la información y comunicación, ha contribuido considerablemente a mejorar las formas de comunicación (presencial y a distancia) en los campos más diversos (videoconferencia, televisión digital, educación a distancia, servicios de salud, redes de telecomunicaciones, teleconferencias, etc.). De resultas de la integración ha surgido en el ámbito de la informática en educación el diseño y el desarrollo de objetos de aprendizaje multimodales que permiten que la comunicación pase de una simple presentación de textos a ser una presentación interactiva que explora al menos dos canales (auditivo y visual). (Valdeni 2014, p.7).

8.6. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Para el autor Telo la producción audiovisual es:

Aquella producción de contenidos para medios de comunicación audiovisual; especialmente el cine y la televisión, independientemente del soporte utilizado (film, video, video digital) y del género (ficción, documental, publicidad entre otros) En relación con la creación audiovisual, el mismo que es el resultado de la combinación de varias necesidades: industriales, comerciales de entretenimiento, culturales o artísticos. (Telo, 2005, p. 69).

8.6.1. Tipos De Producción Audiovisual

El autor Andrés Tiscar menciona tres tipos de producciones audiovisuales:

Producción de Ficción

Es lo opuesto al documental, se busca el sentido creativo y para poder transformarla con el fin de narrar hechos que pueden o no haber ocurrido. La mayoría son inventadas. Este género es el más comercial y apreciado por el gran público y se basa en la capacidad de inventar historias. De drama, la comedia, el thriller, la ciencia- ficción, etc. Al contrario que el documental, la pretensión de recreación de una realidad que mueve al realizador de obras de ficción le exige, en la mayoría de los casos, la utilización de actores, decorados, maquillaje, etc.

Producción de Documental, Reportajes, Noticias

Su objetivo es la grabación de hechos reales con el fin de reflejarlos lo más fielmente posible y/o someterlos a análisis. También se puede hacer un video usando grabaciones o filmaciones de archivo, o de otros documentales, reportajes, o trabajos audiovisuales ya existentes. Un buen documental se lo realiza a través de las encuestas realizadas al grupo de personas que tiene el problema y solo así que el producto sea válido y tenga mucha aceptación.

Producción de Video Creación

El objeto de este tipo de videos es el arte en sí, los fundamentos del mismo y la investigación de los procesos de la obra audiovisual. Se dice de este producto que tiene que ver con la vocación del autor ya que solo él puede tomar la decisión de que es lo que va a ir en su producto final. (Tiscar, 2014, p. 3).

8.7. PLAN DE PRODUCCIÓN

Toda producción audiovisual está compuesta por tres etapas:

8.7.1. Preproducción

Sánchez, Antonio (2001) dice que “la preproducción encierra las tareas previas al rodaje: desde el desarrollo del primer borrador hasta el plan de rodaje, pasando por la elección del casting y las locaciones, los trabajos del diseño de producción, las labores del departamento de publicidad y marketing etc.” (p. 18)

La Idea

Para los autores Espinosa, Susana y Abbate, Eduardo (2005) la idea “es el primer chispazo que nos despierta cierta inquietud y sobre la que fantaseamos posibilidades que la rondan, que la desarrollan, que la expresan” (p. 62)

Sinopsis

Para Fernández, Federico (2005) la sinopsis “Es un relato literario breve y sintético que desarrolla toda la trama de la historia de modo que puede analizarse su estructura.” (p. 251)

Guión

Sánchez, Mariano (2011) menciona que “Una obra cinematográfica es una historia contada mediante imágenes, entonces, un guión escribe esas imágenes de manera sencilla, ordenada, coherente, para que llegue a la

pantalla y trasmite la emoción, el drama, la aventura, la condición humana.” (p. 12)

Guión literario

Los autores Herrando, Enrique y López, Francisco (2004) afirman que “el guión literario es el texto que contiene el argumento de una película, con todas las escenas, el diálogo y las acciones y que, a veces, incluye los movimientos y los ángulos de cámara. El guión literario se debe considerarse como un anteproyecto de la película, pues durante el rodaje y el montaje se introduce multitud de cambios.” (p. 251)

Storyboard

Luciano, María (2011) dice que el storyboard “traslada cada plano del guión técnico a una viñeta, como si de un cómic se tratara. La elaboración del storyboard supone una exposición muy aproximada del resultado de la acción prevista en el guión técnico y sirve también para ordenar el pensamiento del director, haciendo recapacitar sobre la conveniencia de algunas decisiones tomadas previamente.” (p. 60)

8.7.2. Producción

Para los autores Espinosa, Susana y Abbate, Eduardo (2005) “la producción es el momento donde se filman y se graban todos los elementos de imagen y sonido que necesitamos hasta haber acabado todo el guion.” (p. 67)

Encuadre

El autor Hernández, Gustavo (2007) dice que: “por encuadre se entiende el ordenamiento intencional y planificado por el director y su equipo técnico que busca registrar a través de la cámara los acontecimientos que suceden en una puesta en escena.” (p. 84)

Movimientos de Cámara

Para Luciano, María (2011) “Con el movimiento de cámara se produce un cambio en los puntos de interés dentro del encuadre inicial y, con él, de los elementos presentes en campo.” (p .45)

Plano

Sánchez, Mariano (2011) dice que: “El plano es la proporción de celuloide captada por un solo funcionamiento ininterrumpido de la cámara.” (p. 15)

Escena

Para Luciano, María (2011) la escena “es una parte del discurso que transcurre en un mismo escenario, interior o exterior, en un tiempo ininterrumpido y que no tiene un sentido dramático completo por sí misma en el contexto de la obra, excepto en el caso de que, conceptualmente, una sola escena configure una secuencia.” (p. 37)

Secuencia

El autor Sánchez, Mariano (2011) menciona que “la secuencia se compone de encuadres empalmados que forman entre si un fragmento inteligible de la narración cinematográfica. Es un fragmento de la acción, un trozo del filme que presenta una unidad de tiempo y espacio.” (p. 16)

Composición

Para los autores Lynn, Gale y Rodrigo, Corinna y Rosales, Arturo (2007) dice que “aunque existen elementos de composición que nos ayuda a definir la imagen. Entre ellos tenemos el ritmo, el uso de simetría o asimetría, perspectiva, tención, punto de vista, enfoque selectivo, entre otros, elementos todos ellos que nos conducen a comunicar nuestra idea.” (p. 142)

8.7.3. Postproducción

Sánchez, Antonio (2001) menciona que “la post-producción comprende los trabajos de montaje, sonorización, laboratorio, corte de negativo, etalonaje,

edición final de las copias... hasta que la película se estrene y llegue al público. También incluye las labores de promoción y distribución”. (p. 18)

La Edición

La edición es el proceso de reordenado o modificar de los clips, además de modificar tiempos y pistas de audio para finalmente formar y renderizar otro video.

Edición de Sonido

Para Gustems, Josep (2012) “la edición de sonido es el proceso a través el cual se transforma, se integran y se unen los sonidos ya gravados convirtiendo en definitivos los elementos sonoros que se combinan en una producción audio visual.” (p. 122)

Efectos visuales

El autor Millerson, Gerald (2001) menciona que el efecto visual “se utiliza para crear una ilusión y puede ser sencillos y atractivos o muy elaborados e inexpressivos. Sin embargo, en la práctica, los efectos se realizan por diversas razones: por conveniencia, economía, seguridad y fiabilidad, o cuando no es posible conseguir un determinado impacto visual de otra manera.” (p. 745)

8.8. CATEGORÍAS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Existen diferentes categorías de producciones audiovisuales, los factores que definen el género son el contenido, la duración, el medio e inversión del proyecto.

8.8.1. Cortometrajes

Una producción es considerada como un cortometraje cuando su duración es menor a 60 minutos, estos cortos narran historias breves, incluso inferiores a 1 minuto.

8.8.2. Largometrajes

Una producción es considerada como un largometraje cuando su duración es mayor a 60 minutos, es conocido habitualmente como película.

8.8.3. Documentales

Este género cinematográfico está fundamentado en el empleo de imágenes, con el propósito de cimentar una historia. Los documentales carecen de límite de tiempo y pueden abarcar cualquier tema.

8.8.4. Series de ficción

Es cuando una producción se maneja por episodios manteniendo una misma temática o argumento.

8.8.5. Streaming

Es una transmisión en directo de cualquier tipo de acontecimiento a cualquier hora y en cualquier lugar del mundo, pues solo se requiere de conexión a internet y una cámara de video.

8.9. DOCUMENTAL

Peña, T. (2007) Afirma que

El documental de carácter social indaga la realidad, plantea discursos sociales, representa historias particulares y colectivas, se constituye en archivo y memoria de las culturas, pero tiene infinitas formas de hacerlo gracias al amplio abanico de prestaciones permite una indagación histórica de las cualidades de lo filmado y sus perspectivas futuras. (Pág.23)

8.9.1. Tipos De Documental

El documental expresa la realidad a través de un conglomerado de imágenes, sonido y video, se puede encontrar diferentes géneros como lo indica el autor Buchanal (2003), “Según su objetivo y el material documentado, los

documentales pueden clasificarse en: Documental Científico, Natural, Periodístico, Cronista, Social, Explorador, Ficcional.” (p. 6)

- **Científico:** atiende a hechos contemporáneos relacionados a la ciencia, medicina, investigación, etc.
- **Natural:** relata temas de la vida animal, así como la ecología, biología, geología, etc.
- **Periodístico, cronista o social:** trata de profundizar los hechos de la realidad social.
- **Ficción o entretenimiento:** no presenta limitaciones, narra una historia ficticia con la retórica propia que caracteriza al documental.
- **Explorador:** presenta entretenimiento didáctico e informativo, usa imágenes en movimiento que constituyen la totalidad de un proceso para descubrir o hallar información específica.

8.10. ENSEÑANZA INTERACTIVA

Para Baldwin, J. Roberts, L. (2007)

Los adolescentes de hoy son "comunicadores", intuitivos y visuales. A través de videos han desarrollado habilidades de cooperación, estructurando conocimiento y resolución de problemas. Prefieren aprender mediante la experimentación en vez de regirse por la educación tradicional, aprenden múltiples tareas, pasan, fácilmente, de un contexto a otro, de una actividad a otra, debido al poco interés que les genera el sistema actual. (p. 36).

8.11. EL EMPRENDIMIENTO

Castillo, A. (1999). Afirma que “hoy en día, es esta misma actitud hacia la incertidumbre lo que caracteriza al emprendedor, posteriormente se fue utilizando el término para identificar a quien comenzaba una empresa y el término fue ligado a empresarios innovadores. (pag.17)”

Para empezar, se debería descartar la noción de que el espíritu emprendedor es un rasgo que algunas personas u organizaciones poseen de una manera completa y del cual otras están totalmente desprovistas. Es más realista considerar el espíritu emprendedor en el contexto de un rango de comportamiento.

8.11.1. Fases del Emprendimiento

Audretsch, S. (2002) afirma que

“La relación entre desempleo y emprendimiento es ambigua. Por una parte, al existir desempleo disminuye el costo de oportunidad de encarar un emprendimiento. En este caso el aumento del desempleo guía el inicio de actividades independientes porque ha bajado el costo de oportunidad de estar empleado en una empresa. (pag.29)”

Por lo tanto, es claro que para ser empresario, se requiere ser emprendedor ya que este es el primer paso para iniciar un proyecto, Audretsch, S. (2002) pone en consideración:

- **Gestación:** En esta primera fase, el emprendedor desarrolla competencias para emprender, y estructura la idea de su proyecto. Esta fase no tiene una relación directa con la edad o el nivel educativo y ni siquiera es igual entre países. Los emprendedores no pueden darse cuenta de una manera clara que está en esta fase, pues están en un proceso de aprendizaje inicial, aquí están identificando una idea y están desarrollando una serie de competencias que les permitirán llevar la idea a la práctica.
- **Puesta en marcha:** A continuación, se desarrolla el modelo de negocios, se genera un prototipo del producto o servicio y se prueba en el mercado. En esta fase se desarrollan capacidades para el desarrollo de un prototipo y de un modelo de negocio. En la mayoría de casos los emprendedores generan modelos de negocio accidentalmente, mientras que generan un prototipo, de una manera más intencional, pues sus habilidades técnicas ya fueron desarrolladas y el conocimiento necesario ya aprendido.

- **Desarrollo inicial:** En este momento, el emprendedor empieza a escalar su modelo de negocio, iniciando realmente su empresa, con todo lo que esto implica, siendo la financiación vital para arrancar. En este momento, los canales, los proveedores y otras variables, es cuando el emprendedor debe empezar a vender formalmente, por lo cual requiere formalizarse para facturar, entre otras cosas. Hasta aquí el emprendimiento ha sido un espacio en el cual el emprendedor ha ido probando y cambiando de acuerdo a las características del mercado, encontrando un punto en el cual pueda crecer.
- **Internacionalización:** Es cuando el emprendedor empieza a escalar su modelo de negocio, iniciando realmente su empresa, con todo lo que esto implica, siendo la financiación un punto vital.
- **Crecimiento y consolidación:** Cuando el proyecto está creciendo y está consolidándose, se entra en la fase de escalamiento y consolidación, donde las funciones operacionales están claras y se pasa de un emprendimiento (pivote de empresa) a una empresa formal. En esta fase final el emprendedor deja de ser un administrador en la incertidumbre y se convierte en un administrador de recursos. El emprendedor en las fases previas solo tiene hipótesis del mercado, de la industria, de sus capacidades, por lo cual es fundamental el que pueda probar cada supuesto y modificarlo para el cliente.

Emprendimiento social como modelo de negocio

Palacios, N. (2010). Menciona que:

En primer lugar, el emprendedor social deberá plantearse qué valor crear, el fin que queremos conseguir con el proyecto, qué problema que se va a solucionar, en definitiva, cuál será nuestra propuesta de valor, el diseño de la propuesta de valor dará paso a la reflexión y toma de decisiones sobre la forma de relacionarnos con los clientes, la distribución y precio. (pag.16)

El emprendimiento social consiste en utilizar un modelo de negocio con las características de una empresa del sistema capitalista cuyo principal objetivo sea satisfacer las necesidades de la sociedad. Es decir, el emprendedor social, a través del emprendimiento social de una empresa, pretende utilizar las estrategias del mercado y generar beneficios para alcanzar un fin social.

Emprendimiento y el mercado laboral

Knight (1921) argumentó que las personas deciden entre tres situaciones: desempleo, autoempleo y empleo por cuenta ajena. (pag.22)

El emprendimiento tiene un impacto considerable económicamente en la sociedad ya que por medio de estos se genera un aporte sustentable para la misma, el mercado y público objetivo es el punto central de cualquier emprendimiento ya que este será el que sustenta y tiene en auge, funcionamiento cualquier empresa que brinda productos y servicios.

Oxenfeldt, K. (1943) . Afirma que

Los individuos que se enfrentan a una situación de desempleo y a pocas perspectivas de conseguir un empleo asalariado se pasan al autoempleo como una alternativa viable. Por consiguiente, un alto nivel de desempleo suele estar asociado a una creciente actividad de startup, ya que en tal situación los costes de oportunidad de crear una empresa han disminuido. (pag.112)

Ejes del emprendimiento social

Santos, F.(2013) Afirma que los emprendedores sociales son emprendedores que tienen el potencial necesario para lograr un cambio positivo significativo en la sociedad. (pag.22)

Apetrei, A.(2013) afirma que:

1. Motor de cambio: que con su actuación, se consiga un cambio en las personas que por la razón que sea no disponen de las mismas oportunidades de mejorar su calidad de vida por sí mismas.

2. Creación de valor social: se buscan las oportunidades de generación de valor que permitan cambiar la sociedad, así como ofrecer las herramientas y los productos necesarios.

3. Escalabilidad: se debe tener en cuenta que el impacto social no debe ser puntual, sino que con la inspiración y el contagio se ayude a mejorar a otros y potencialmente se conseguirá expandir hasta una escala lo más amplia posible.

(pag.48)

Motivación en los emprendedores sociales

Zárate, R. (2013) "Dice que si pudiésemos destacar una característica común a todos los que llevan a cabo el emprendimiento social es su empeño por conseguir algo diferente una vez identificados sus propósitos". (pag.88)

Son ese tipo de personas que creen que no están simplemente de paso, sino para conseguir cosas, para marcar la diferencia y dejar así a los demás un mundo diferente. Su deber es luchar por ese beneficio social y no pensar solo en el personal.

9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS

- ¿Cómo analizar la información bibliográfica relevante sobre la producción audiovisual y emprendimientos que fundamenten el proyecto de manera científica?
- ¿Cuál es el producto de diseño audiovisual y el medio de difusión idóneo para mostrar el proceso que narra la vida del joven y su inclusión en la sociedad a través de su emprendimiento?

- ¿Con qué metodología de diseño se debe desarrollar el producto audiovisual enfocado a difundir el talento de jóvenes emprendedores del cantón Mejía?

10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL

10.1. Paradigma de la Investigación

Comunicativo Crítico

Gómez, G. (2009) afirma que

La metodología comunicativa crítica es una perspectiva metodológica que toma como uno de sus pilares más importantes el hecho de que el conocimiento no es en ningún caso patrimonio de las personas expertas, la veracidad y validez de los resultados obtenidos a través de la investigación dependen, en buena medida de la capacidad de la perspectiva metodológica utilizada para integrar la intersubjetividad. (Pág., 22).

Este proyecto audiovisual aterriza en el carácter dialógico en donde es necesaria la utilización de una metodología que responda a esta realidad. La metodología comunicativa crítica responde, considerando que asiste a la superación social, fomentando la inclusión y transformación social en donde se desenvuelve el emprendedor. Al mismo tiempo que la investigación social aplicada al proyecto visual debe responder a los retos de las sociedades, incorporando la comunicación audiovisual como elemento clave para el planteamiento metodológico.

10.2. Enfoque

Cuali-cuatitativa

Gómez, G. (1999) afirma que

Estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas, la investigación

cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas”. (Pág., 32).

El modelo de enfoque del proyecto es Cualit-cuatitativa, por un lado se utilizará para descubrir y determinar preguntas de investigación referentes a la situación del sujeto de estudio, en este caso el emprendedor y su emprendimiento, por otra parte este enfoque tiende a ser holístico pues ayuda a comprender la totalidad del fenómeno de interés, el contexto y los diferentes puntos de vista de los entes sociales que participan en el proyecto y determinar las estrategias; teniendo una visión profunda y deducida gracias a la recolección de datos, para el estudio. Y en definitiva poder precisar la forma ideal en la que se presentara su emprendimiento a la sociedad en la que se desenvuelve.

10.3. Tipo de investigación

Investigación bibliográfica

Arias, F. (1999) dice que

El trabajo de revisión bibliográfica constituye una etapa fundamental de todo proyecto de investigación y debe garantizar la obtención de la información más relevante en el campo de estudio, de un universo de documentos que puede ser muy extenso, dado que en la actualidad se dispone de mucha información científica y su crecimiento es exponencial. (Pág., 12).

La aplicación de investigación bibliográfica refuerza la búsqueda de información a través de fuentes de información secundarias, al tomar propuestas o proyectos de similares características como un referente de investigación cuando sea necesario, esta técnica proporcionó la búsqueda de información relevante al seleccionar los temas para el desarrollo del marco teórico.

Investigación de Campo

Tres, S. (2008). Afirma que la investigación de campo es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio. (pag.43)

El uso de la investigación de campo aporta para constar de manera palpable el lugar en donde se desarrollan los acontecimientos, y tener contacto directo con el sujeto a investigar, es aquí donde se recopila la información en forma directa, se ha optado por utilizar este tipo de investigación ya que el proyecto se consolida con el propio emprendedor en su entorno de trabajo.

Investigación Proyectual

Pachón, G. (2007). Afirma que

La Investigación Proyectual trabaja sobre la construcción de programas complejos, que contemplan las significaciones sociales imaginarias atienden no solo a los criterios utilitarios y sociales sino también a los aspectos constructivos y formales de los espacios, la Investigación es interdisciplinaria en la medida en que convoca distintas áreas de conocimiento para realizar proyectos. (pag.54)

La propuesta audiovisual tiene la necesidad de generar conocimientos a partir de lo más específico de una producción audiovisual, la investigación proyectual apunta a realizar actos de innovación y nuevas propuestas, es por ello que será el medio idóneo para realizar cambios y adaptaciones a la actual forma de ver el ámbito emprendedor.

La creatividad será fundamental para explorar las necesidades del emprendedor e identificar soluciones, concluyendo con una producción audiovisual que comunique el concepto esencial de los objetivos.

10.4. Métodos

Método Dialéctico

Cornforth, M. (1961). “Afirma que el método dialéctico es el arte del diálogo, un debate en el que hay un contraste de ideas, se analizan los fenómenos de la sociedad, naturaleza y del pensamiento, permitiendo descubrir sus verdaderas e inquebrantables leyes”. (pag.13)

En este caso concede la posibilidad de vislumbrar y discernir los más diversos fenómenos de la realidad social.

Método deductivo

Del Cid, A. (2011). Dice que “el método deductivo es un tipo de razonamiento lógico que hace uso de la deducción por una conclusión sobre una premisa particular”. (pag.32)

El método deductivo consiste en la totalidad de reglas y procesos, con este aporte es posible deducir conclusiones finales, se pretende determinar el grado de ayuda y como se lo va a realizar para obtener los resultados requeridos.

Método del diseño

Niebel, B. (2004). El método del diseño tiene como fin crear un producto u objeto favorable, provechoso y apropiado para un fin específico, en este proceso se aplican distintas áreas del conocimiento. (pag.52)

La base será el grafismo dentro de la producción audiovisual que compone la totalidad del documental, que será trabajado a través de la metodología proyectual de Bruno Munari.

10.5. Técnicas

Entrevista

Sabino, C. (2014). Una entrevista es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar. (pag.22)

Con esta técnica se obtendrá información que respalde el objetivo de la investigación, mediante el encuentro formal con el entrevistado, pues se interpretará la información concedida por este, de forma que sea un componente provechoso para el desarrollo del proyecto.

Se realizará de forma directa al Lic. Pablo Ayol, Director y conductor del programa de televisión “Desde el alma de mi pueblo” programa de emprendedores, esperando respuestas que contribuyan con el desarrollo del proyecto.

Encuesta

Briones, G. (1998). Afirma que

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas, las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar. (pag.12)

La encuesta es la técnica encargada para la recopilación de información y ejecutada sobre una determinada muestra de la población, a partir de un conjunto de preguntas dirigidas a dicha muestra estadística, que justifique los objetivos del proyecto.

10.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

La población de la presente investigación corresponde a los habitantes del Cantón Mejía que constituyen el epicentro de la de investigación, el Cantón Mejía está conformado por una parroquia urbana (Machchi) y siete rurales (Alóag, Aloasí, Chaupi, Cutuglahua, Manuel Cornejo Astorga, Tambillo, Uyumbicho), con un total de 81 335 habitantes según el último censo del INEC en el año 2011

Muestra

Para determinar la muestra se tomó como referencia el número de personas económicamente activas que incluyen a los ciudadanos que trabajan o están dispuestas a trabajar dentro de las 8 parroquias urbanas y rurales del Cantón Mejía, un total de 36 081 habitantes.

Fórmula para calcular el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{PQ \cdot N}{N - 1 \frac{E^2}{k} + PQ}$$

n= Tamaño de la Muestra

PQ= Constante de Muestreo (0,25)

N= Población

E= Error que se admite (10%)

k= Constante de corrección del error (2)

Cálculo del tamaño de la muestra:

$$n = \frac{PQ.N}{N - 1 \frac{E^2}{k} + PQ}$$

$$n = \frac{0,25 \cdot 36,081}{36,081 - 1 \cdot \frac{0,1^2}{2} + 0,25}$$

$$n = \frac{9 \ 020 \ 25}{36,080 \ 0,0025 + 0,25}$$

$$n = \frac{9 \ 020 \ 25}{90,2 + 0,25}$$

$$n = \frac{9 \ 020 \ 25}{90,45}$$

$$n = 99,726368$$

La muestra es de 100 personas

11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

11.1. Aplicación de la Encuesta

Encuesta aplicada a la población económicamente activa del Cantón Mejía el 13 de enero del 2018 y los resultados obtenidos son los siguientes:

11.2. Tabulación de la encuesta

Pregunta N°1 ¿Son de su gusto los documentales con contenido Social?

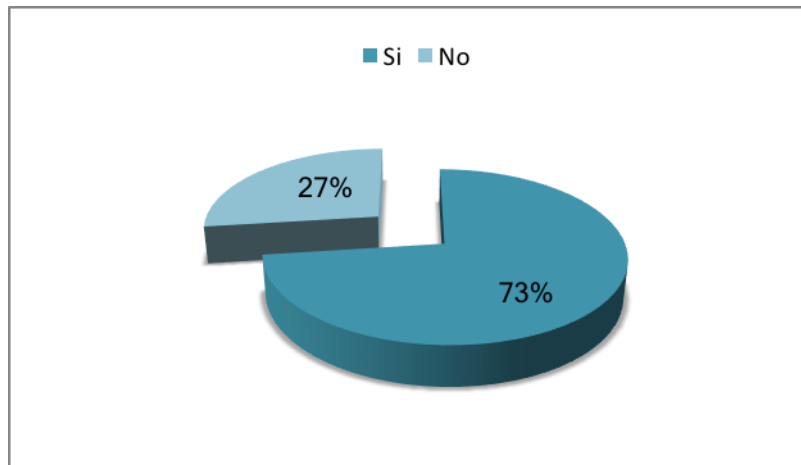
Tabla 2: Tabulación pregunta N°1

ALTERNATIVA	CASOS	PORCENTAJE
SI	73	73%
NO	27	27%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Gráfico 1: Tabulación pregunta N°1



Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Análisis: Del 100% de la población encuestada, que corresponde a 100 ciudadanos; el 73% que corresponde a 73 ciudadanos les agradan los documentales con contenido social y el 27% que corresponde a 27 ciudadanos no les agradan los documentales con contenido social.

Interpretación: Tras conocer los resultados obtenidos de la población económicamente activa del Cantón Mejía se precisa que un 73% de los ciudadanos les agradan los documentales con contenido social, lo que determina el interés que tienen por las producciones audiovisuales.

Pregunta N°2 ¿Tiene usted algún medio para observar este tipo de documentales?

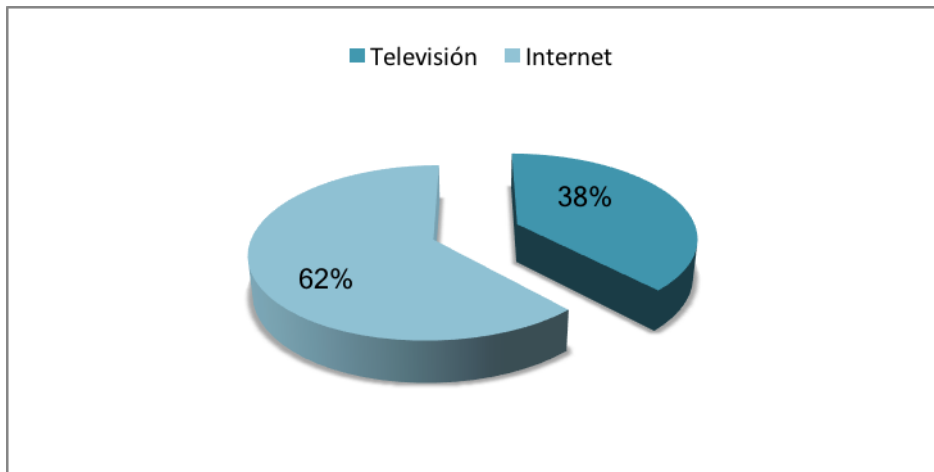
Tabla 3: Tabulación pregunta N°2

ALTERNATIVA	CASOS	PORCENTAJE
TELEVISIÓN	38	38%
INTERNET	62	62%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Gráfico 2: Tabulación pregunta N°2



Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Análisis: Del 100% de la población encuestada, que corresponde a 100 ciudadanos; el 38% que corresponde a 38 ciudadanos prefieren la televisión como medio para observar este tipo de documentales y el 62% que corresponde a 62 ciudadanos prefieren el internet como medio para observar este tipo de documentales.

Interpretación: Tras conocer los resultados obtenidos de la población económicamente activa del Cantón Mejía se precisa que un 62% de los ciudadanos prefieren el internet como medio para observar este tipo de documentales, lo que determina que el medio idóneo para presentar nuestro documental serán las plataformas digitales.

Pregunta N°3 ¿Cuánta información considera que existe sobre emprendimientos en el Cantón Mejía?

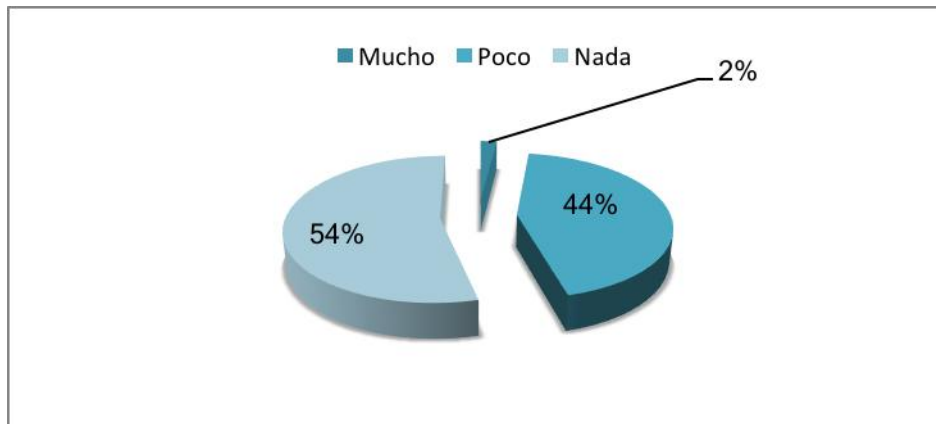
Tabla 4: Tabulación pregunta N°3

ALTERNATIVA	CASOS	PORCENTAJE
ABUNDANTE	2	2%
POCO	44	44%
NADA	54	54%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Gráfico 3: Tabulación pregunta N°3



Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Análisis: Del 100% de la población encuestada, que corresponde a 100 ciudadanos; el 2% que corresponde a 2 ciudadanos consideran que existe abundante información sobre emprendimientos en el Cantón Mejía, el 44% que corresponde a 44 ciudadanos consideran que existe poca información sobre emprendimientos en el Cantón Mejía y el 54% que corresponde a 54 ciudadanos consideran que no existe información sobre emprendimientos en el Cantón Mejía.

Interpretación: Tras conocer los resultados obtenidos de la población económicamente activa del Cantón Mejía se precisa que un 54% de los ciudadanos consideran que no existe información sobre emprendimientos en el Cantón Mejía, lo que determina que es necesario difundir información de los emprendedores y sus emprendimientos dentro del Cantón.

Pregunta N°4 ¿Cree usted que un documental de acceso gratuito, que abarque temas relacionados con el Cantón Mejía tenga aceptación en la audiencia?

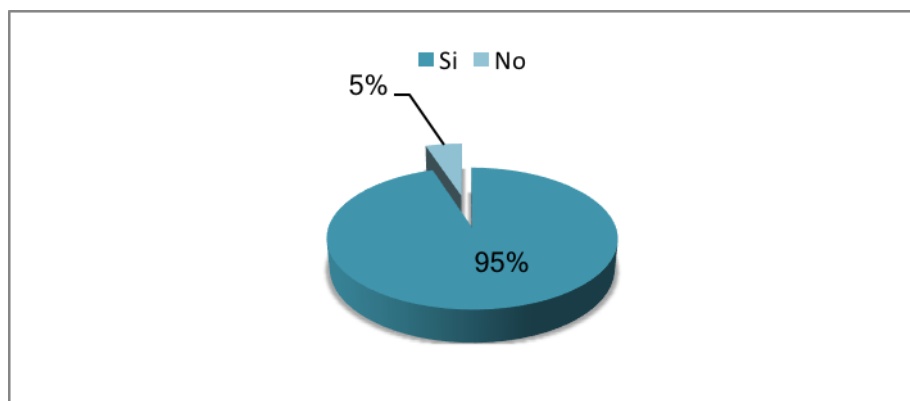
Tabla 5: Tabulación pregunta N°4

ALTERNATIVA	CASOS	PORCENTAJE
SI	95	95%
NO	5	5%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Gráfico 4: Tabulación pregunta N°4



Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Análisis: Del 100% de la población encuestada, que corresponde a 100 ciudadanos; el 95% que corresponde a 95 ciudadanos creen que un documental de acceso gratuito, que abarque temas relacionados con el Cantón Mejía tendrá aceptación en la audiencia y el 5% que corresponde a 27 ciudadanos no creen que un documental de acceso gratuito, que abarque temas relacionados con el Cantón Mejía tendrá aceptación en la audiencia.

Interpretación: Tras conocer los resultados obtenidos de la población económicamente activa del Cantón Mejía se precisa que un 95% de los ciudadanos creen que un documental de acceso gratuito, que abarque temas relacionados con el Cantón Mejía tendrá aceptación en la audiencia, lo que determina el interés que la población tiene hacia este tipo de producciones audiovisuales, y el inminente éxito que tendrá.

Pregunta N°5 ¿Conoce usted alguna producción audiovisual que muestre el talento de los jóvenes emprendedores del Cantón Mejía?

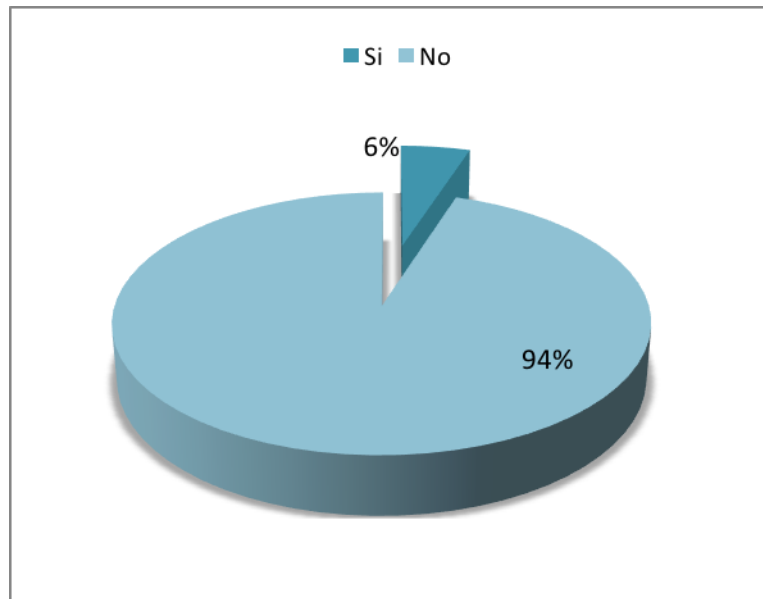
Tabla 6: Tabulación pregunta N°5

ALTERNATIVA	CASOS	PORCENTAJE
SI	94	94%
NO	6	6%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Gráfico 5: Tabulación pregunta N°5



Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Análisis: Del 100% de la población encuestada, que corresponde a 100 ciudadanos; el 6% que corresponde a 6 ciudadanos tienen conocimiento de producciones que proyectan emprendimientos de ámbito social y el 94% que corresponde a 94 desconocen los documentales con contenido social.

Interpretación: Tras conocer los resultados obtenidos de la población económicamente activa del Cantón Mejía se precisa que un 94% de los ciudadanos conocen los documentales con contenido social, lo que determina la factibilidad de su desarrollo.

Pregunta N°6 ¿Cree usted que existen emprendimientos relevantes que se encuentran en total anonimato?

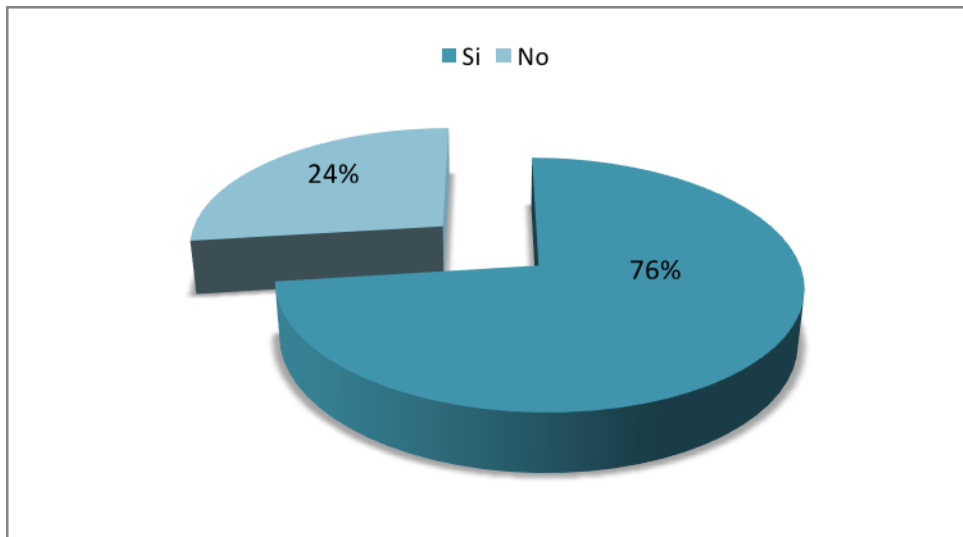
Tabla 7: Tabulación pregunta N°6

ALTERNATIVA	CASOS	PORCENTAJE
SI	76	76%
NO	24	24%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Gráfico 6: Tabulación pregunta N°6



Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Análisis: Del 100% de la población encuestada, que corresponde a 100 ciudadanos; el 76% que corresponde a 76 ciudadanos tienen si tienen conocimiento de emprendimientos de ámbito social y el 24% que corresponde a 24 personas que no tiene noción de emprendimientos relevantes.

Interpretación: Tras conocer los resultados obtenidos de la población económicamente activa del Cantón Mejía se precisa que un 76% de los ciudadanos tiene noción de que exististe proyectos emprendedores, sin embargo, se encuentran en el anonimato, lo que denota que es necesario un espacio para proyectar los emprendimientos existentes.

Pregunta N°7 ¿Son de su gusto los programas tradicionales presentados en televisión?

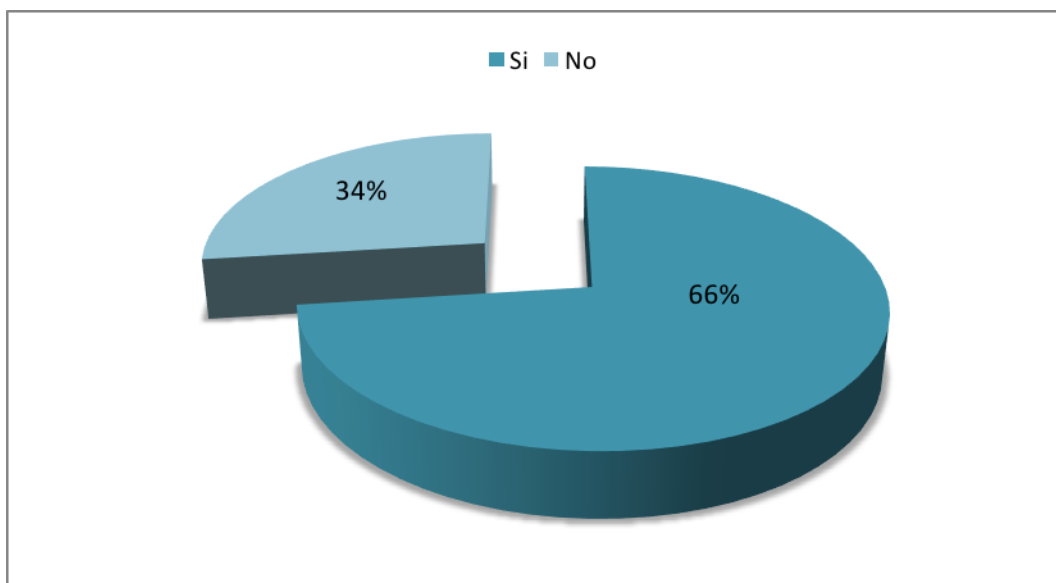
Tabla 8: Tabulación pregunta N°7

ALTERNATIVA	CASOS	PORCENTAJE
SI	34	35%
NO	66	66%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Gráfico 7: Tabulación pregunta N°7



Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Análisis: Del 100% de la población encuestada, que corresponde a 100 ciudadanos; el 34% que corresponde a 34 ciudadanos están conformes con la programación habitual, mientras que el 66% que corresponde a 66 personas no simpatizan la programación tradicional.

Interpretación: Tras conocer los resultados obtenidos de la población económicamente activa del Cantón Mejía se precisa que un 66% de los ciudadanos no se encuentra a gusto con los programas tradicionales presentados en televisión y se encuentran en espera de un material innovador no habitual a lo que están acostumbrados.

Pregunta N°8 ¿Considera usted importante promocionar a los jóvenes emprendedores del Cantón Mejía con nuevas propuestas gráficas, apoyadas en el grafismo y las nuevas tendencias en producción audiovisual?

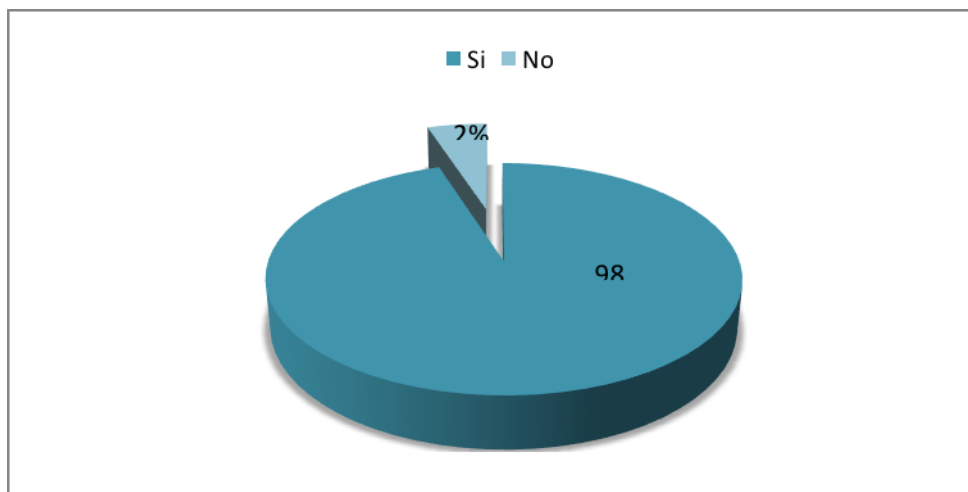
Tabla 9: Tabulación pregunta N°8

ALTERNATIVA	CASOS	PORCENTAJE
SI	2	2%
NO	98	98%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Gráfico 8: Tabulación pregunta N°8



Fuente: Encuesta

Autores: Cristian José Iza Caguana, Héctor Andrés Ushiña Cruz

Análisis: Del 100% de la población encuestada, que corresponde a 100 ciudadanos; el 98% que corresponde a 98 ciudadanos creen que es necesario un espacio de acceso gratuito, que abarque temas relacionados con el Cantón Mejía y emprendimientos que realcen la producción del cantón y el 2% que corresponde a 2 ciudadanos no creen que un espacio de acceso gratuito en su difusión, tendrá aceptación en la audiencia.

Interpretación: Tras conocer los resultados obtenidos de la población económicamente activa del Cantón Mejía se precisa que un 98% de los ciudadanos creen que un documental de acceso gratuito, que abarque temas relacionados con el Cantón Mejía tendrá aceptación en la audiencia, lo que determina el interés que la población tiene hacia este tipo de producciones audiovisuales con nuevas propuestas gráficas, apoyadas en el grafismo y las nuevas tendencias en producción audiovisual.

11.3. Resultados generales de la encuesta:

De acuerdo a la encuesta realizada se determina la factibilidad de realizar una propuesta de diseño audiovisual enfocado a facilitar la difusión de jóvenes emprendedores del Cantón Mejía, para esto se ha determinado que la opción idónea para la reproducción y difusión del material a través de plataformas digitales de acceso gratuito, que permitan una interacción atractiva para el usuario.

El producto de diseño audiovisual seleccionado por los encuestados fue el documental, siendo este material el que dará impulso a los jóvenes emprendedores y sus proyectos realizados. Dando así un destaque al Cantón y el impulso e inspiración a sus jóvenes.

11.4. Aplicación de la Entrevista

La entrevista se realizó al Lic. Pablo Ayol, director y conductor del programa de televisión “Desde el alma de mi pueblo” programa de emprendedores, transmitido todos los martes de 17:30 a 18:00 por Mejía televisión Canal 3.

¿Cuál es su nombre y en qué área se desempeña?

Mi nombre es Pablo Ayol, soy docente de música, trabajo en el municipio del Cantón Mejía en una escuela que se llama Víctor Manuel Valencia Nieto, esta escuela tuve yo la oportunidad de fundarla en el 2013 con acuerdo ministerial 00113 del Ministerio de Educación. Estoy egresado de la Universidad Católica, egrese en abril del año anterior. En Mejía Televisión yo funcioné como un productor independiente, soy productor, director y conductor del programa “Desde el Alma de mi Pueblo”, que es un proyecto que presenté en octubre del 2016, lo presenté al Canal y me habían hecho una invitación para realizar este espacio en televisión. Es un proyecto de animación sociocultural donde tratamos de enlazar a la ciudadanía y a la comunidad con los esfuerzos que hacen las personas en cada una de sus áreas, en cada una de sus ramas para justamente provocar la reacción de la gente y diga que todo es posible cuando lo ponemos cariño y amor a las cosas.

2. ¿Cree que hay talento emprendedor en el Cantón Mejía?

Desde luego que sí, desde la señora que abre su tienda en el barrio ya está mostrando, dando avisos de emprendimiento, cuando vemos que la persona que vende bollos luego se abre un asadero, entonces vemos que hay emprendedores entonces yo creo que sí que sí hay fuerza emprendedora en el Cantón Mejía

3. ¿Qué hace falta para potenciar estos emprendimientos?

Lo que si de pronto falta es un acompañamiento desde el punto de vista económico, desde el punto de vista social y también administrativo, es muy tedioso los trámites que deben realizar los emprendedores para trabajar legalmente porque se encuentra con un montón de trabas y un montón de conflictos que lejos de ayudar de impulsa, más bien les detienen y en muchos de los casos hasta les atemorizan.

4. ¿Cree que existen emprendimientos en total anonimato en el Cantón Mejía?

Bueno yo creo que sí los emprendimientos pequeños, pero que se mantengan en anonimato difícil no porque un emprendedor tiene que abrirse pasó entre las personas y el tumulto para poner y exhibir su trabajo entonces en el anonimato un poco difícil, pero de pronto la sociedad les mantenga en anonimato eso sí, tal vez la falta de promoción la falta de ayuda de impulso a través de un sistema de mercadeo, de marketing eso podría ser la causa que se mantengan ocultos.

5. ¿Cree usted que la promoción a los emprendedores y sus emprendimientos es una buena forma de incentivarlos y hacerlos crecer?

Desde luego que sí, yo entiendo que el municipio de Mejía a través de la dirección de producción a hecho algo como talleres y cursos a las personas pero les dejen así solas trabajando independientemente, yo creo que el Municipio como un ente que trabaja con la comunidad debería ser quien justamente se encargue de esta promoción es tal vez ese nicho de mercado que no existía al que nosotros llegamos, justamente buscar que los emprendedores den a conocer su trabajo.

6. ¿Qué motivo la creación del programa desde el alma de un pueblo?

Bueno se creó principalmente por el gusto por el cariño de trabajar con las personas, primero pasa por una motivación personal en mi caso propia de tratar de encontrar personas afines a uno que estén trabajando duro y qué no hallen eco en publicitar su trabajo entonces ese es el motivo una motivación propia mía y luego

pues buscar gente que ofrezca su trabajo al igual que yo busca impulsar su trabajo y ofrecer este medio gratuito a la comunidad para que lo hagan.

7. ¿Qué temas aborda en el programa?

Bueno se aborda específicamente tres temas: el primero habla de conocer el perfil del emprendedor, ¿quién es? ¿de dónde viene? ¿cómo se constituye su familia? ¿cómo creció en valores?, de forma implícita se conoce aquello. La segunda es conocer la crisis ¿Cuál fue el problema?, los principales inconvenientes para salir adelante con su emprendimiento y tercero es ya conocer su producto promocionar su producto hacer que la gente se enamora de productos esos son las 3 temas.

8. ¿Qué resultados se han alcanzado con el programa desde el alma de un pueblo?

Le puedo decir que se han alcanzado varios resultados le hablo desde mi punto de vista desde mi punto personal, hemos alcanzado obtener una buena audiencia hay muchas personas que nos conocen, antes nos tocaba salir a buscarlo a rogar a los emprendedores que salgan en el programa hoy ya nos conocen o ya se sienten identificados, se sienten halagados, se sienten contentos, se sienten motivados que les hayamos tomado en cuenta entonces eso ya dice mucho, que el programa a ganado un poquito de prestigio y cariño de la gente. Hablando desde la desde el punto de vista del emprendedor pues tenemos varios resultados bonitos, por ejemplo de personas que estaba un poco culto su trabajo se ha dado a conocer ahora ya comercializan en centros comerciales porque el municipio les ha visto, les ha ayudado, les ha impulsado o personas que de pronto han logrado abrir una sucursal abrir otro local más y que sus ventas se han incrementado le dicen vea a usted le vi en televisión y hablando desde el punto de vista de personas con discapacidad pues nuestros videos han sido presentados en la presidencia de la república y les han ayudado de alguna manera a conseguir el bono de desarrollo humano y ese tipo de cosas, es decir que este tipo de promoción si ayuda mucho a personas emprendedoras.

9. ¿Cree usted que la realización de un documental que tiene como fin promocionar a jóvenes emprendedores del Cantón Mejía, los ayudara a crecer y abrirse puertas con sus emprendimientos?

Desde luego que si, un documental ya es un producto mucho más elaborado, tiene que intervenir un concepto en si, y este concepto no debe venir únicamente desde la perspectiva de un productor sino de una sociedad en si, algo debidamente socializado, yo creo que ampliamente ayudaría a cualquiera.

11.4.1. Resultados de la entrevista

Se pudo determinar que es necesario ese impulso y apoyo a proyectos de jóvenes emprendedores que buscan sobresalir, brindando promoción a través de medios de comunicación masivos (plataformas digitales), destacando sus puntos fuertes de para que así se muestre al mundo el potencial Mejiense junto a todos los procesos y programas que se armen en función dar valor a proyectos propositivos, y la mejora del entorno productivo del sector.

11.4.2. Análisis de la entrevista

La entrevista da a conocer sobre un proyecto de emprendimientos que nació desde la iniciativa del Lic. Pablo Ayol con una producción realizada desde el año 2016 para el pueblo Mejiense, pero dicho proyecto carece de elementos visuales que ayuden a una recepción atractiva del mensaje a sus televidentes, y por ende que se expanda a usuarios que miran este tipo de producciones visuales.

12. DISEÑO DE LA PROPUESTA

12.1. Presentación de la propuesta

El desarrollo de la propuesta está basado en la metodología de Munari Bruno, que destaca la resolución de problemas desde una metodología proyectual de diseño, en este caso la falta de difusión de jóvenes emprendedores del Cantón Mejía y sus proyectos que aportan al cantón.

12.2. Conceptualización

El diseño de la propuesta tiene tres etapas fundamentales, la pre-producción, producción y post-producción, a través de la metodología de diseño y la consecución de sus diferentes pasos hasta llegar a la ejecución. Esta planificación organizada dará forma y consolidará la historia del emprendedor de turno, reflejando así la idea central de su emprendimiento y resaltando las propiedades únicas del mismo. Al final se tendrá un producto estéticamente interesante, entretenido y que por sobre todas las cosas informe y promocióne al joven emprendedor mejicense.

12.3. Desarrollo del método de diseño

De acuerdo a la metodología proyectual de Bruno Munari, se establecen los siguientes pasos que darán forma a la propuesta:

- Definición del problema.
- Elementos del problema.
- Recopilación de datos
- Análisis de datos
- Creatividad
- Materiales, tecnología
- Experimentación
- Modelos
- Verificación

Desarrollo:

Definición del tema:

Diseño de un documental enfocado a facilitar la difusión de jóvenes emprendedores del cantón Mejía.

Problema:

El problema surge de la necesidad de difusión de los jóvenes emprendedores mejenses. Al analizar la realidad del Cantón Mejía, se encontraron proyectos que

dan a conocer algunos emprendimientos. Sin embargo, se evidenció una falta de producción, diseño y grafismo que impacten y cautiven los imaginarios colectivos de la sociedad, lo que genera una información poco atractiva y emprendimientos sin destaque.

De acuerdo a la investigación es menester emplear plataformas digitales gratuitas que permitan la difusión de los documentales de emprendedores para su difusión.

Para ello se realiza la siguiente propuesta de documental, con un grafismo propio basado en módulos y formas dinámicas cuya interactividad radica en expresar el potencial de jóvenes emprendedores, que será distribuido a través de YouTube, Facebook y Vimeo.

Elementos del Problema:

- Difusión de los jóvenes emprendedores del Cantón Mejía.
- Proyectos de interés social con una producción y diseño carente.

Recopilación de datos:

En el Cantón Mejía destaca un único programa televisivo con características similares a la que se plantea en la propuesta, se denomina “Desde el alma de mi pueblo”, de acuerdo a la entrevista realizada, no satisface las necesidades gráfico comunicacionales de sus televidentes, justificando en la pregunta 7 de la encuesta que los ciudadanos no se encuentra a gusto con los programas tradicionales presentados en televisión y se encuentran en espera de un material innovador no habitual a lo que están acostumbrados.

De acuerdo a las encuestas realizadas se obtuvo también que los documentales con contenido social, determina el interés que tienen por las producciones audiovisuales, además prefieren el internet como medio para observar este tipo de documentales, a través de plataformas digitales.

Análisis de datos:

- Documentales sin impacto visual, sin dinamismo en la gráfica comunicacional, los temas recurrentes y monótonos, además de su difusión única en medios tradicionales.
- La población selecciona los documentales con énfasis social, que tengan un atractivo específico de diseño y que se difunda a través de plataformas digitales de acceso gratuito.

Creatividad:

La creación del documental en todos sus aspectos tiene como fin informar y difundir los emprendimientos de los jóvenes, misma que con el pasar del tiempo se ha hecho precaria en el Cantón Mejía, con elementos básicos comunes y obsoletos. La propuesta visual que se propone por parte de los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, es totalmente reformada que posee un estilo visual atractivo de alto impacto en la audiencia del cantón Mejía, utilizando grafismo en su máximo esplendor acompañado de diferentes elementos cromáticos que dan un plus visual al mensaje y difusión que quiere dar a conocer por medio de plataformas digitales.

Materiales tecnologías:

- Grafismo
- Motion Grapichs
- Cromática
- Ángulos
- Movimiento de cámara cinematográficos
- Bomm
- Cámaras réflex
- Luces fluorescentes
- Rebotadores de luz
- Trípodes

Cabe recalcar que los pasos de experimentación, modelos, dibujos constructivos y solución se los detalla a continuación en el diseño y construcción de la identidad y el documental. La verificación no se realiza ya que es un prototipo.

12.4. Diseño y construcción de la identidad

Planteamiento

Considerar la importancia de promocionar a jóvenes emprendedores del Cantón Mejía, inspirando y motivando a través de un mismo medio de difusión que será la Industria Gráfica de Inspiración.

Fase Analítica

Se llevó a cabo una investigación acerca de los aspectos principales del planteamiento y se realizó un análisis de los símbolos y palabras claves que son más recurrentes en el objetivo del proyecto.

Fase Creativa

Para la conceptualización de la marca se tomó en cuenta la inspiración, pues está presente en el emprendedor al realizar su proyecto y a la vez funciona como una forma de inspiración hacia otros. Por lo tanto, el nombre del documental se lo realiza al unir: Industria e Inspiración.

Por un lado, INDUSTRIA, haciendo énfasis en la palabra incorporado (inc.) que significa unir una cosa a otra de modo que formen un todo homogéneo, que además en la cotidianidad es la actividad que se desarrolla dentro de una industria. Y por otro lado INSPIRACIÓN, que es un estímulo que siente una persona y favorece a la creatividad como fuente sustancial en los emprendimientos, que darán paso a inspirar a nuevos jóvenes mejiéenses en futuros proyectos.

Tal es así que el nombre propuesto, para este proyecto es:

INCSPIRA = INCORPORACIÓN E INSPIRACIÓN

Para la construcción gráfica de la marca se aprovechó entonces la semejanza de las dos palabras clave:

Gráfico 9: Construcción de marca

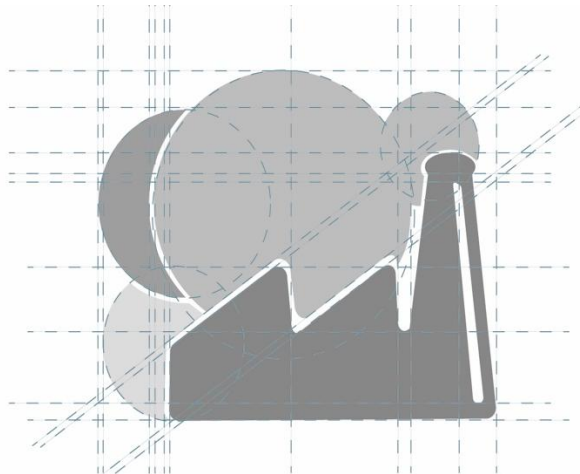


Autor: Cristian Iza

Construcción Geométrica

Con la construcción geométrica se consiguió un isologotipo agradable a la vista, perfección en sus contornos, trazos realizados con precisión y proporciones definidas en base a una retícula propia.

Gráfico 10: Construcción Geométrica



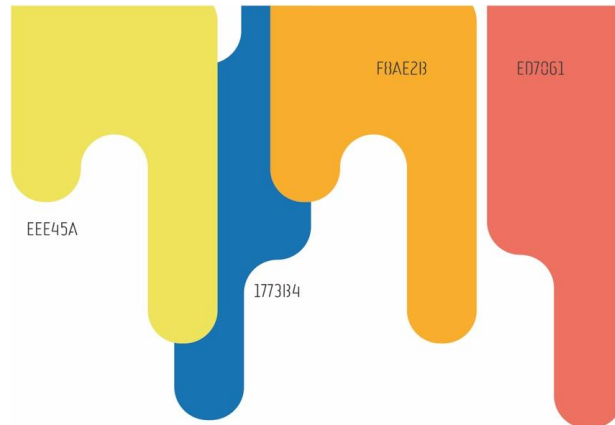
Autor: Cristian Iza

El sentido iconográfico de la marca refleja una industria proveedora de ideas, mensajes que propicien como tal una fábrica de inspiración.

Cromática

Basados en el dinamismo que presenta el isologotipo, se han escogido los siguientes colores para la composición final del isologotipo, en base a colores primarios planos, como son el amarillo, azul rojo y un color terciario que es el naranja.

Gráfico 11: Cromática



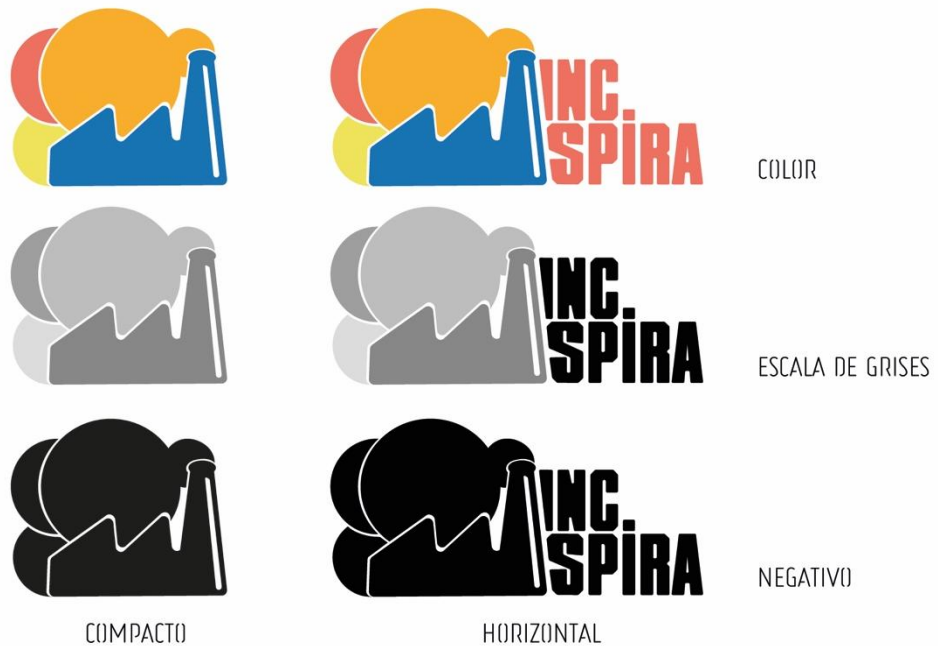
Autor: Cristian Iza

Los colores son el alma del isologotipo, por lo que al definirlos reflejan los valores y el tono de la marca.

Versiones de composición

Se ha considerado necesario tratar con varias versiones del isologotipo, esto se da por la versatilidad del producto y las distintas superficies donde se aplicará.

Gráfico 12: Versiones de composición



Autores: Cristian Iza, Héctor Ushiña

Tipografía

Gráfico 13: Construcción Tipográfica

Ruler Stencil Light

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz
0123456789

!"#\$%&'()*=?_:"*

Fuente: Levi Szekeres

**XXII DONT MESS WITH
VIKINGS HARDCORE**

**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
0123456789**

!"#\$%&'()*=?_:"*

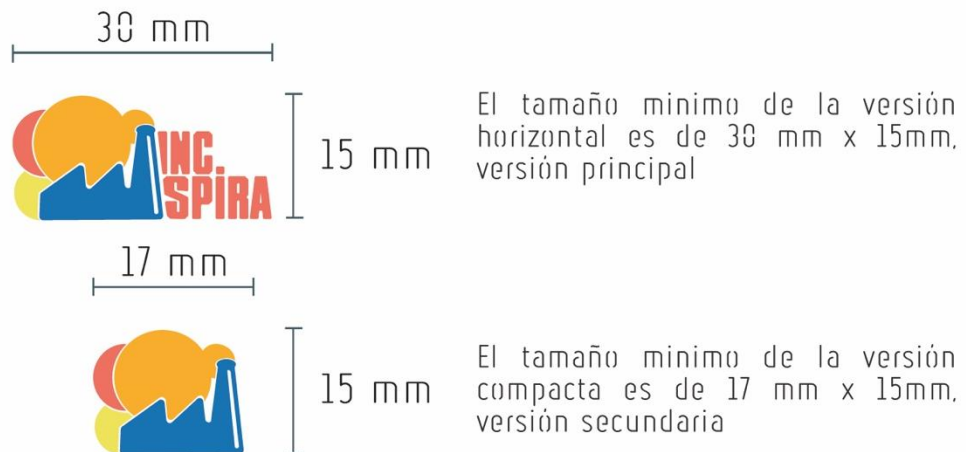
Fuente: Levi Szekeres

Dentro de la tipografía del isologotipo, se toma como base la denominada XXII DONT MESS WITH VIKINGS HARDCORE, y para el documental se utiliza la tipografía Ruler Stencil Light.

Tamaño Mínimo

Se define el rango en que puede ser reproducido el isologotipo conservando su visibilidad sin perder detalles.

Gráfico 14: Construcción Tipográfica



Autores: Cristian Iza, Héctor Ushiña

Evitar Errores Comunes

Al implantar el isologotipo en cualquier superficie se debe supervisar que no se cometan las siguientes irregularidades en su composición.

Gráfico 15: Construcción Geométrica



Autores: Cristian Iza, Héctor Ushiña

Ítems Promocionales

Los ítems promocionales son los objetos exclusivos que se consiguen por algunas promociones de la marca IncSpira.

Gráfico 16: Ítems promocionales



Autores: Cristian Iza, Héctor Ushiña

12.5. Diseño y esquematización del documental

El trabajo se desarrolló en 3 etapas, pre-producción, producción y post-producción.

12.5.1. Pre-producción

Es la etapa donde se planifica todos los recursos que intervendrán en la filmación del documental.

12.5.1.1. La idea

La propuesta audiovisual revela una historia de vida, la visión del joven emprendedor mejiense, las adversidades y logros con los que se encuentra, como esta situación genera motivación persistencia a ideas innovadoras y la forma de sobrellevarlas, en el entorno en que se desenvuelven.

12.5.1.2. Argumento

Un joven mejiense apasionado de visión emprendedora con conocimiento en recetas cerveceras con influencias del extranjero puso en marcha un emprendimiento, una cervecería con su cese en las afueras de la ciudad de Macachí específicamente en la hacienda la Cayetana sin tener conocimiento del mercado actual en esa disciplina decidió arriesgarse y darlo todo por su sueño, con el pasar del tiempo el joven descubrió que tenía talento como maestro cervecero y empezó a crear sus propios sabores de cervezas con nombres característicos de animales de la zona de Machachi y sus paramos, por su sutileza al crear las recetas por su sabor peculiar por ser una cerveza artesanal del cantón de manera progresiva el joven fue adentrándose en el mundo de la industria cervecera y ganado mercado dentro la competencia pues su propósito como emprendimiento es que el canto consuma lo que se produce en el mismo tener un producto insignia del Mejía que atraiga el comercio y el turismo, en el trascurso de todo el rodaje se ira conociendo al protagonista sus actividades dentro y fuera de la cervecería la calidad y pasión a su trabajo es digna de admirar, para terminar con broche de oro el protagonista expresara palabras de aliento hacia jóvenes para que se animen a cumplir sus metas que a pesar de los obstáculos si se puede sobresalir.

12.5.1.3. Sinopsis

Narra cómo un joven de la ciudad de Mejía con solo un sueño da nacimiento a un emprendimiento, donde la industria cervecera actualmente no es considerada una gran fuente de crecimiento social del cantón, el joven protagonista cuenta con los recursos necesarios para la industria cervecera de alta calidad, pero necesita un espacio publicitario de difusión masiva para ser reconocido a nivel mundial e interpretar su pasión verdecerá con ganas y corazón, la propuesta audiovisual estará protagonizada por un joven que se animó a dar el salto y hacer que el sueño se transforme en realidad buscando encontrar el éxito.

12.5.1.4. Guion literario

INTRO
SECUENCIA 1
Escena 1

Motion graphic:

Exterior – Día – Ciudad Machachi

Recorrido por el mundo – Se sitúa en Ecuador – Se sitúa en Machachi

VOS EN OFF

En el centro del mundo, Ecuador en medio de nevados y campos verdes se ubica el Cantón Mejía, donde nace INCSPIRA, industria gráfica de inspiración que incluye a jóvenes emprendedores.

Escena 2

Motion graphic:

Presentación del logo INCspira, despliegue de temáticas en transiciones

VOS EN OFF

INCSPIRA, un espacio promocional de emprendimientos.

INCSPIRA un espacio que incluye a jóvenes emprendedores del Cantón Mejía.

Bienvenidos a INCSPIRA

SECUENCIA 2

Escena 1

Imagen:

Exterior - Día – Hacienda la Cayetana

Tomas de la entrada a la hacienda en auto hasta la bienvenida de Paul Calderón a su emprendimiento.

SECUENCIA 3

Escena 1

Imagen + Grafismo:

Interior - Día – Hacienda la Cayetana

Palabras de presentación, introducción, desempeño, justificación de su emprendimiento y formación académica de Paul Calderon propietario de cervecería la Cayetana.

Escena 2

Imagen + Grafismo + Time laps:

Exterior- Día – Hacienda la Cayetana

Presentación de los campos verdes de cultivo de cebada para el proceso de elaboración de la cerveza.

SECUENCIA 4

Escena 1

Imagen + Grafismo:

Interior - Día – Hacienda la Cayetana

Descripción del logo de la cervecería justificando su procedente y estilo gráfico.

SECUENCIA 5

Escena 1

Imagen + Grafismo:

Interior - Día – Hacienda la Cayetana

Descripción de cada una de las cebadas por su color, grado de tostado y cómo influye en el sabor final que tendrá la cerveza.

SECUENCIA 6

Escena 1

Imagen + Grafismo:

Interior - Día – Hacienda la Cayetana

Descripción del proceso de cocción que tiene la cebada y como se obtiene el proceso conjunto con el lúpulo, a su vez de aclarar que en esta fase de determinar los grados de alcohol de la cerveza.

SECUENCIA 7

Escena 1

Imagen + Grafismo:

Interior - Día – Hacienda la Cayetana (Cuarto frio)

Descripción del proceso de fermentación para la maduración y reposo de la cerveza.

SECUENCIA 8

Escena 1

Imagen + Grafismo:

Interior - Día – Hacienda la Cayetana (Cuarto de embazado)

Descripción del proceso de embazado que se realiza manualmente que tiene dos presentaciones de empaque en botellas y barriles.

SECUENCIA 9

Escena 1

Imagen + Grafismo:

Interior - Día – Hacienda la Cayetana

Presentación de cada una de las cervezas con un plus de grafismo en cada uno de los animales que representan el sabor de la cerveza.

SECUENCIA 10

Escena 1

Imagen + Grafismo:

Exterior - Día – Vertiente de agua el corazón

Presentación de la vertiente con al que se elabora todo el proceso cervecero.

SECUENCIA 11

Escena 1

Imagen + Grafismo:

Interior - Día – Hacienda la Cayetana

Presentación individual de cerveza Atuc justificando su ilustración en la etiqueta y su sabor.

VOS EN OFF

ATUQ, Cerveza con sabor a malta, pan y caramelo. El aroma noble de los lúpulos se armoniza con el sabor de las maltas tostadas, de cuerpo medio, color cobre rojizo, y nivel medio de amargor

En los páramos de la sierra centro vive una especie de perro salvaje, llamado lobo, su cola es frondosa y según los adultos comentan que trae suerte.

SECUENCIA 12

Escena 1

Imagen + Grafismo:

Interior - Día – Hacienda la Cayetana

Presentación individual de cerveza Quilico justificando su ilustración en la etiqueta y su sabor.

VOS EN OFF

QUILICO, Cerveza oscura con tonos a chocolate y caramelo. Su cuerpo ligero y bajo grado alcohólico hacen que esta bebida sea refrescante.

Entre los bosques deambula un predador diminuto y solitario que se posa a la espera de su presa, un ave rápida y con mirada penetrante, lo conocen como Quilico.

SECUENCIA 13

Escena 1

Imagen + Grafismo:

Interior - Día – **GUAGSA**, De color dorado, ligera y refrescante con fuertes tonos frutales y cítricos. Tiene cuerpo liviano y nivel medio de amargor.

Una especie de lagarto asombroso, la Guagsa es un reptil que vive en los páramos. Cada noche parece morir en inmovilidad total y cada día el dios sol le repone la vida.

Presentación individual de cerveza Guagsa justificando su ilustración en la etiqueta y su sabor.

VOS EN OFF

GUAGSA, De color dorado, ligera y refrescante con fuertes tonos frutales y cítricos. Tiene cuerpo liviano y nivel medio de amargor.

Una especie de lagarto asombroso, la Guagsa es un reptil que vive en los páramos. Cada noche parece morir en inmovilidad total y cada día el dios sol le repone la vida.

SECUENCIA 14

Escena 1

Imagen + Grafismo:

Interior - Día – Hacienda la Cayetana

Promoción de la cervecería, datos de contacto directo para compra directa.

SECUENCIA 15

Escena 1

Imagen + Grafismo:

Interior - Día – Hacienda la Cayetana

Palabras de aliento para motivar al realizar un emprendimiento hacia la audiencia por parte de Paul Calderón.

SECUENCIA 15

Grafismo + Motion graphic:

Interior - Día – Fábrica de INCSPIRA

Vista frontal de Paul Calderón caricaturizado como imagen principal, vista posterior del mismo, saliendo de la fábrica de INCSPIRA con fondo de la ciudad de Machachi.

12.5.1.5. Guion técnico

El guion técnico contiene la información clara y necesaria para el rodaje del documental, aquí se detalla la Composición, planos, movimientos de cámara, tiempos, diálogos, personajes, locaciones, efectos etc. Véase en Anexos

12.5.1.6. Storyboard

Es en donde se realizan los primeros bocetos, se basa en la información previamente escrita. Véase en Anexos

12.5.2. Producción

12.5.2.1. Materiales

Cámara: este documental se grabó con el Kit profesional Canon EOS 7D Mark II y Canon EOS 60D, ambas con la característica de grabar en alta definición.

Objetivos: Lente Canon 18-55mm f/3.5-5.6, Lente Canon 75-300mm f/4-5.6

Tarjeta: Transcend 32GB

Trípode: Vanguard Pro 263AGH

12.5.2.2. Rodaje

Se lo realizo en el Cantón Mejía, parroquia rural de Aloasí, en las instalaciones de la cervecería La Cayetana. En el rodaje participo el Paúl Calderón, emprendedor y gerente general de la cervecería, la grabación tuvo una duración de 5 horas.

Imagen 1: Rodaje Hacienda "La Cayetana"



Autor: Cristian Iza

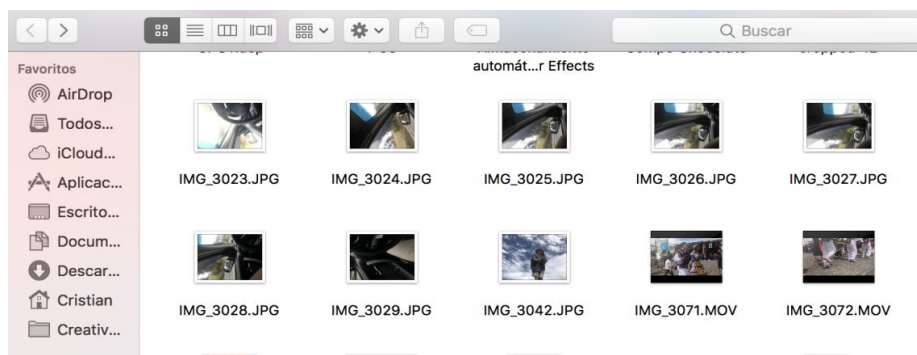
12.5.2.3. Script

Es la herramienta que controla la continuidad y el hilo temporal del documental en todos sus aspectos, visuales y argumentales, es fundamental pues cuida que la trama de la historia no experimente ningún salto secuencial. Véase en Anexos.

12.5.2.4. Material de producción

Una vez terminado el rodaje, se procedió a importar todos los clips de las cámaras al ordenador, en donde se escogieron las mejores tomas para su posterior edición.

Imagen 2: Vídeos importados al ordenador



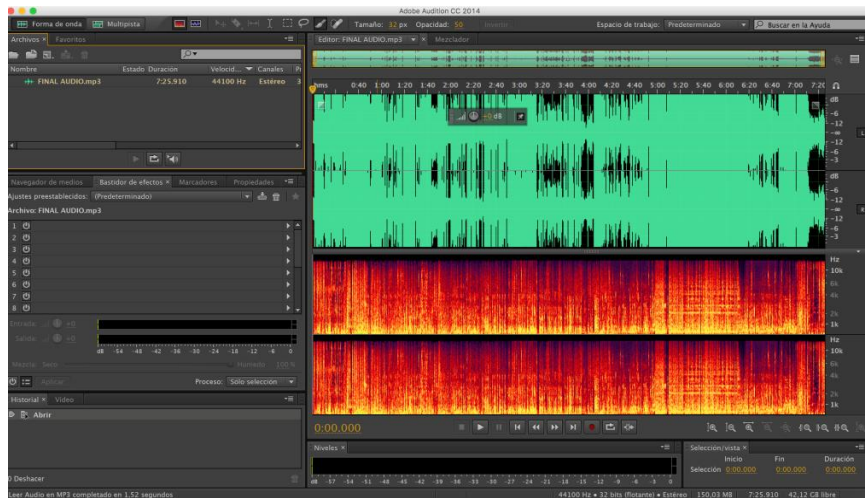
Autor: Cristian Iza

12.5.2.5. Audio

Los audios obtenidos en el transcurso del rodaje están en formato .m4a, se realizó

el cambio de formato en un programa especializado para edición de audio.

Imagen 3: Vídeos importados al ordenador



Autor: Cristian Iza

12.5.3. Post-producción

La etapa final del desarrollo del documental en donde se edita todo el material procedente de la etapa de producción, además es la etapa donde se añaden los últimos detalles, efectos y la musicalización.

12.5.3.1. Selección del material

De entre todas las tomas se han seleccionado únicamente las que cumplen los parámetros descritos en el Script.

12.5.3.2. Creación de recursos vectoriales

La base fundamental de nuestro documental es el grafismo así fue necesario la creación de personajes y elementos vectoriales para la interacción con los clips de video.

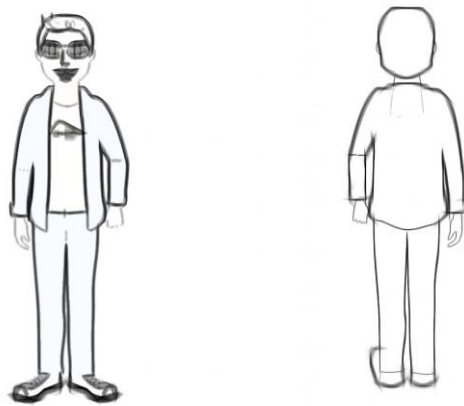
Propuesta de personajes

La intuición en la búsqueda del propio estilo ilustrativo, tiene su nacimiento desde la base misma del inicio y práctica misma de la ilustración a mano alzada, en un bosquejo básico que posteriormente se convertirá en ilustraciones digitales dando vida a los protagonistas en la propuesta audiovisual, el concepto es sello personal

en la ilustración, enfatizado en su componente narrativo, esto es la ilustración como literatura visual.

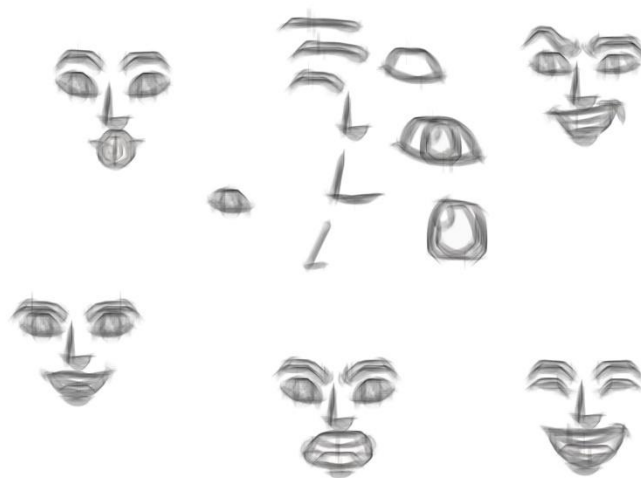
Para realizar la ilustración del cada uno de los personajes y escenarios se realizó un estricto procedimiento de concepto visual acompañado de determinados rasgos de cada persona, para el grafismo utilizado en la propuesta audiovisual fue necesario utilizar articulaciones en cada personaje.

Imagen 4: Bocetos



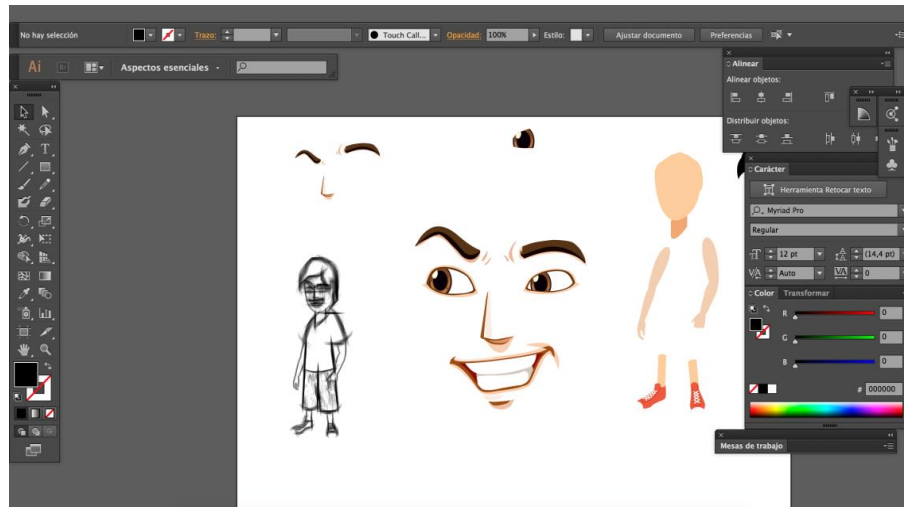
Autor: Héctor Ushiña

Imagen 5: Bocetos



Autor: Héctor Ushiña

Imagen 6: Caricaturización de Paúl Calderón

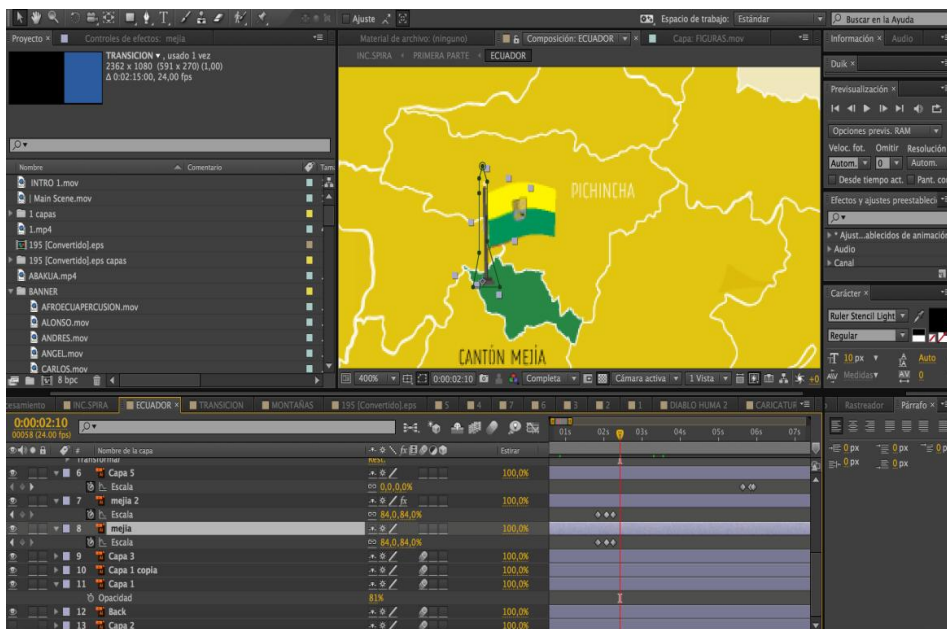


Autor: Héctor Ushiña

12.5.3.3. Animación

Haciendo uso de las distintas ilustraciones hechas a la medida del documental, se procede a dar movimiento a los personajes y escenarios en un programa para edición de efectos de video.

Imagen 7: Animación del intro del documental



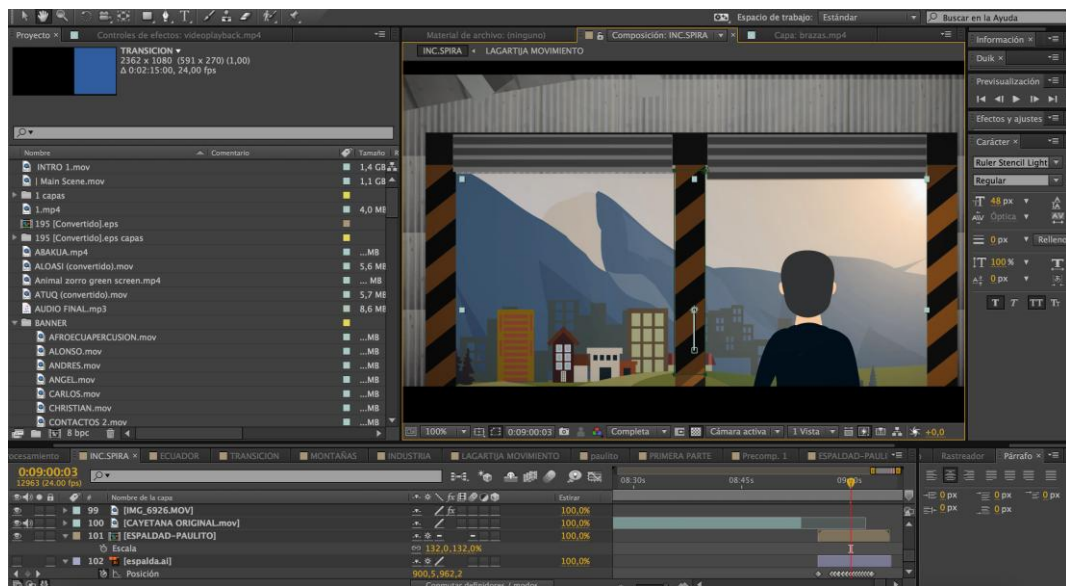
Autor: Cristian Iza

Imagen 8: Animación de los personajes principales



Autor: Cristian Iza

Imagen 9: Animación de los personajes principales

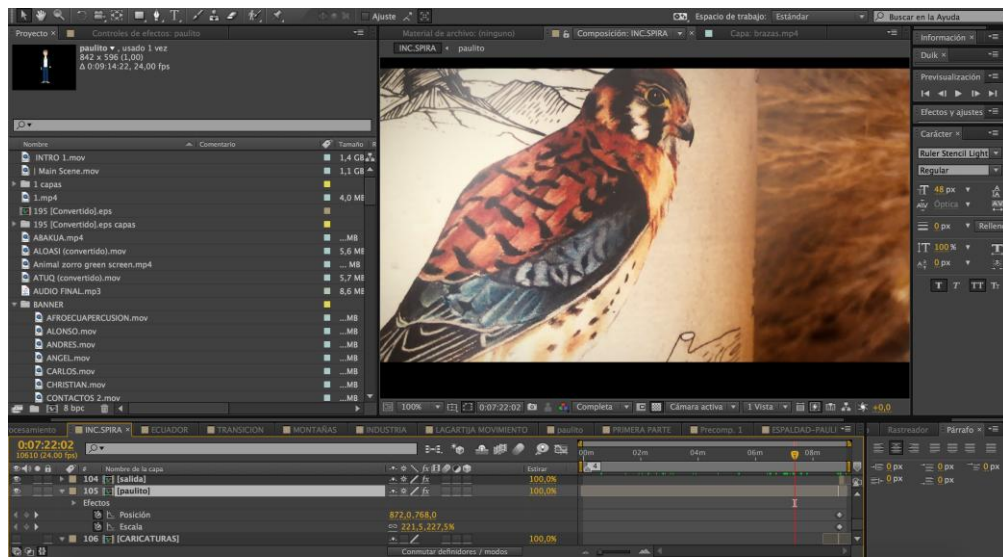


Autor: Cristian Iza, Héctor Ushiña

12.5.3.4. Edición

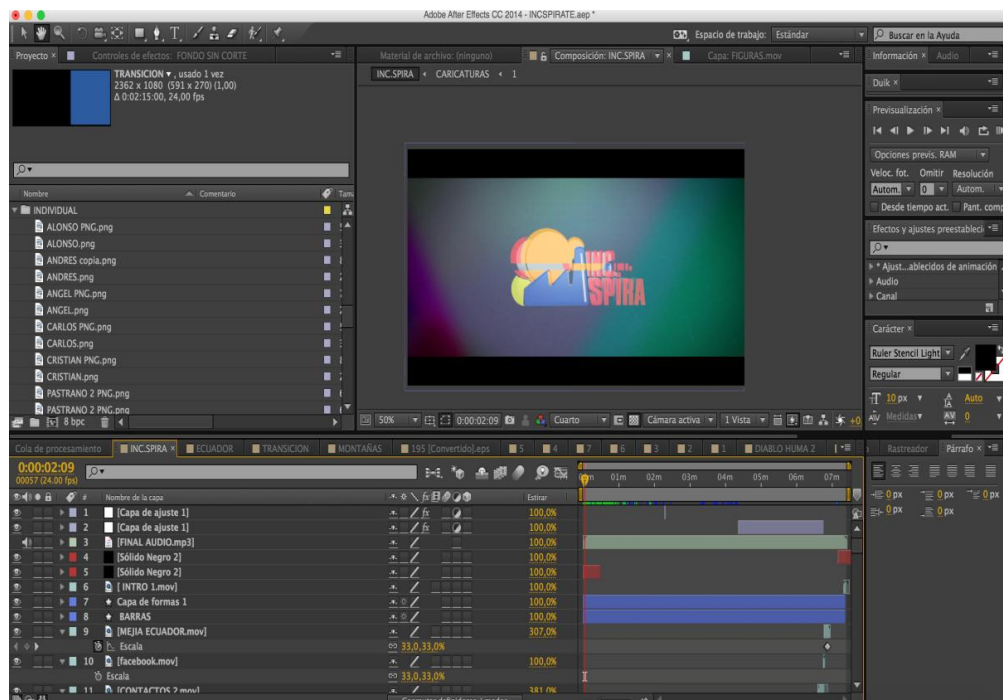
Con los recursos gráficos listos se procede a editar la totalidad del video en el programa, en donde se organiza, se une y se cortan los clips seleccionados, además se añaden efectos básicos de edición y perfeccionamiento de imagen.

Imagen 10: Elementos importados al programa de edición de efectos de video



Autores: Cristian Iza, Héctor Ushiña

Imagen 11: Aplicación de elementos vectoriales



Autor: Cristian Iza

Imagen 12: Efectos y animación

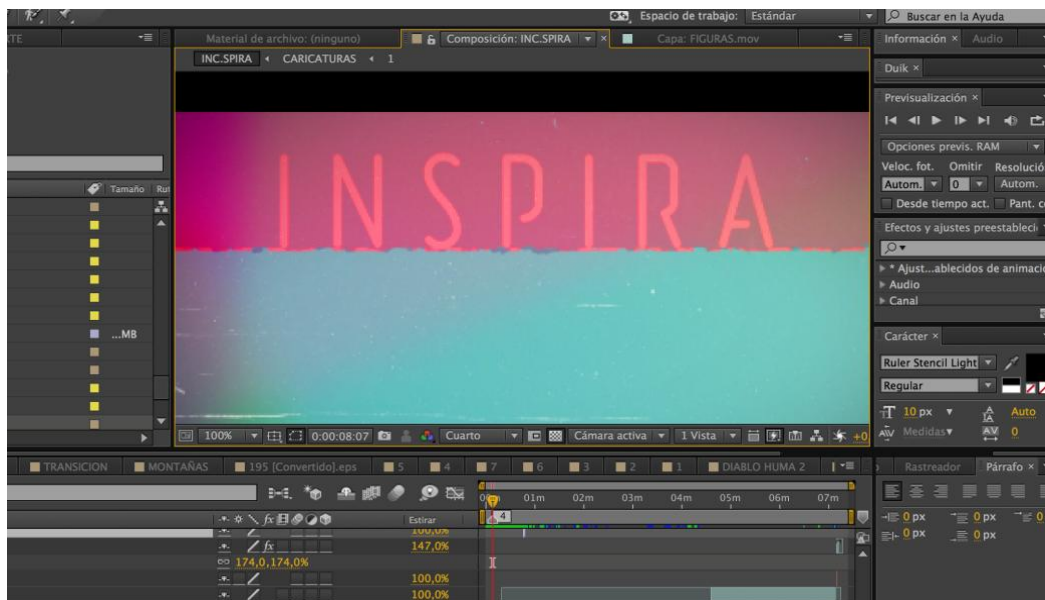


Autor: Cristian Iza

12.5.3.5. Títulos

Los títulos presentados en el documental son muy importantes pues en cuestión de segundos debe transmitir la información de forma clara y precisa.

Imagen 13: Títulos

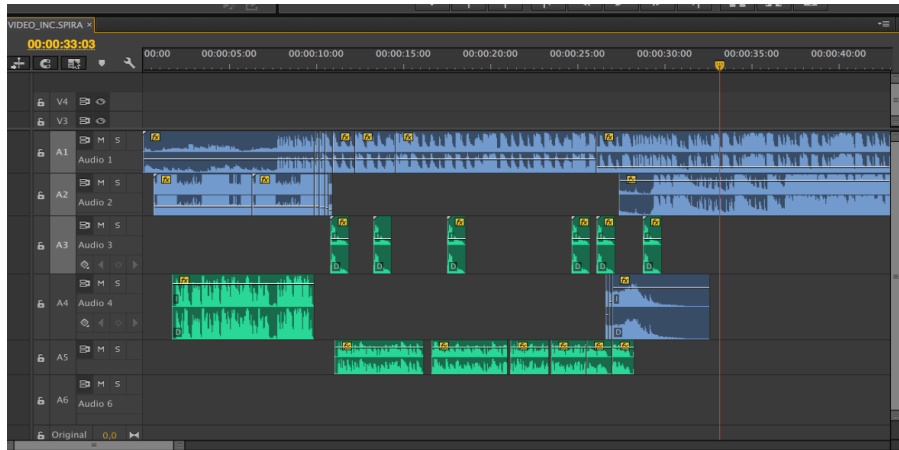


Autor: Cristian Iza

12.5.3.6. Musicalización

El sonido transmite sensaciones y hace que el receptor perciba la información de forma atractiva, cada efecto tiene como objetivo comunicar una cuestión en particular, pues los conglomerados de estos llevan al gozo sensitivo absoluto del espectador.

Imagen 14: Efectos de sonido

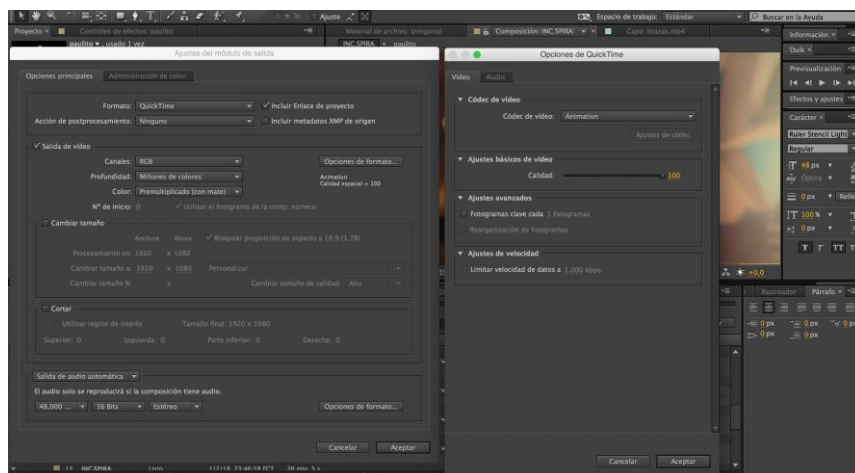


Autor: Cristian Iza

12.5.3.7. Exportación

Es el proceso definitivo, donde se le otorgan los atributos de calidad y formato al video documental, en este caso se exporto en formato .mov con una resolución de 1930 x 1080 px, Full HD 24 fs, audio 48,000 kHz 16 bits estéreo.

Imagen 15: Ajustes de exportación



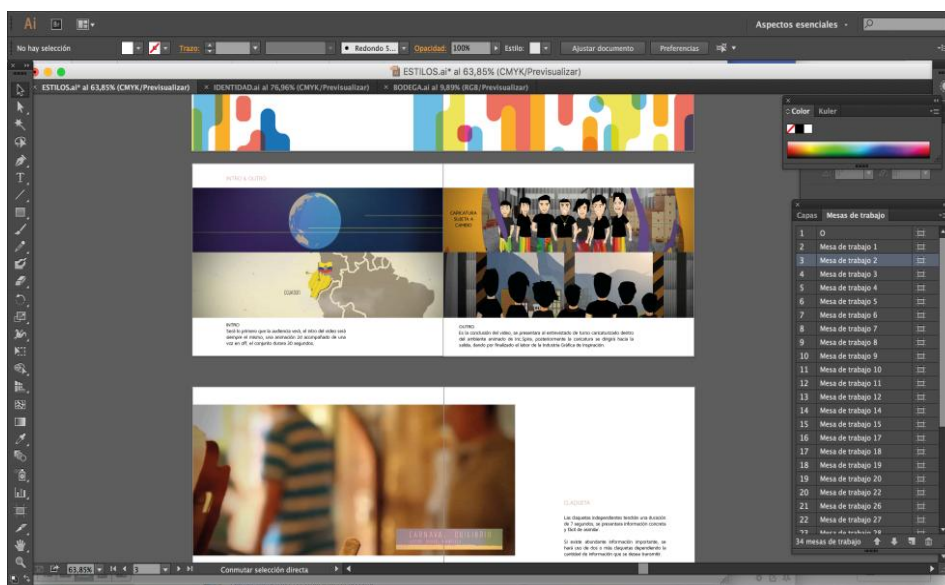
Autor: Cristian Iza

12.6. Diseño y construcción de manual de estilos

El objetivo de ese manual de estilos es normalizar toda la estructura de los contenidos y el diseño a elaborarse para los proyectos venideros de tipo audiovisual, homogeneizando los estilos y las estructuras para facilitar el desarrollo y construcción de nuevos documentales.

El alcance de este manual de estilos abarca todos los proyectos de carácter audiovisual que contengan información únicamente de INCSPIRA. Ver Anexos.

Imagen 16: Elaboración del Manual de Estilos Gráficos



Autor: Cristian Iza

13. IMPACTOS

13.1. Impacto Social

El impacto social será de beneficio para los jóvenes emprendedores del cantón Mejía, ya que se difundirán sus emprendimientos y se brindará así un apoyo desde el diseño gráfico con el documental que busca generar cambios en la manera monótona de ver el contenido social, a través de grafismos dinámicos y llamativos, con carácter creativo y novedoso, que apoyará a la recepción del mensaje, sin dejar de lado el impulso indirecto para la población económicamente activa del Cantón ya que se pone en alto su nombre y sus referentes como entes sobresalientes del sector.

14. PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO

14.1. Gastos directos

Tabla 10: Gastos directos

Recursos	Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Materiales y suministros	Hojas INEN A4	3 Resmas	5	15
	Fotocopias documentos	500	0,03	15
	Impresiones	1000 hojas	0,1	100
	Anillados	3	1,5	4,5
	CD	10	1,5	15
	Portadas de CD	6	1	6
	Esferos	2	0,35	0,75
	Lápices	7	0,75	5,25
Bibliográficos	Libros	10	30	300
	Artículos y revistas	5	10	50
Tecnológico	Internet	100	0,8	80
Producción del trabajo	CANON 60D	2	2000	2000
	Impresión de estuches para CD	10	2	20
	Impresión de portadas de CD	10	1	10
	Empastados	3	35	110
Total				3987,5

Autor: Héctor Ushiña

14.2. Gastos Indirectos

Tabla 11: Gastos indirectos

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Alimentacion	60	2	120
Trasnporte	15 Viajes	6	90
Comunicación	Ilimitado	35	105
Total			315

Autor: Héctor Ushiña

14.3. Gastos Totales

Tabla 12: Gastos Totales

Detalle	Detalle
Gastos directos	3987,5
Gastos indirectos	315
Total	4302

Autor: Héctor Ushiña

15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

15.1. CONCLUSIONES

- Los emprendimientos son un eje para el desarrollo del país, ya que contribuyen económicamente al mantenimiento del sector en que se desarrolla, para esto es relevante conocer las innovaciones dentro del mercado y más aún si son emprendidas por jóvenes, tomando en cuenta que estas actividades beneficiarán a su desarrollo. Para el impulso de los emprendimientos generalmente en el país se ha utilizado medios convencionales como la televisión, dentro de éste contexto destacan las plataformas digitales para difundir emprendimientos a través de medios no convencionales.
- La muestra de emprendimientos generados en el cantón Mejía a través de medios convencionales, han permitido un análisis dentro del cual la población determina las falencias en función del atractivo visual y comunicación difusa, lo que ha llevado a la creación de un documental para dar a conocer emprendimientos de toda índole, con el uso de entrevistas a jóvenes emprendedores que buscan ser parte de una sociedad innovadora y rompiendo el paradigma de la comunicación tradicional, siendo difundidos a través de plataformas digitales.
- Para el desarrollo del producto de diseño audiovisual (documental), la metodología proyectual de Bruno Munari, permitió organizar, sintetizar y presentar la propuesta con bases en diseño e investigación que aportan sustancialmente en cada etapa del proceso de producción del documental. La propuesta abarca una guía con bases teórico-prácticas que permitirán posteriores reproducciones con la misma esencia y línea gráfica que se ha definido el prototipo.

15.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar nuevas formas de fomentar e impulsar los emprendimientos en la ciudad de Mejía a través de las herramientas del diseño gráfico y plataformas digitales, tomando en cuenta que existen emprendimientos que contribuyen al desarrollo socio-económico del cantón y que aún no han sido exploradas visualmente, para esto es necesario una investigación bibliográfica que se adapte a la necesidad de los proyectos.
- Es aconsejable la utilización de las plataformas digitales como medios de información, porque al ser sitios virtuales son accesibles a sus usuarios, tomando en cuenta que son fáciles de usar y contienen información clara y oportuna, a través de las cuales se puede transmitir cualquier documental realizado con investigación seria, que ayudará a contribuir con el desarrollo social del cantón Mejía, además; el documental permite conocer emprendimientos de los actores principales que intervienen en ellos, como ejemplo de superación y confianza para mostrar que son capaces de contribuir con su desarrollo.
- Es viable utilizar la metodología de Bruno Munari en el desarrollo de documentales por la versatilidad en el proceso de construcción de la identidad, la marca, la narrativa audiovisual y el documental, así como las características diferenciadoras de la totalidad de la propuesta; además permite que la presente investigación se tome como referente para nuevas investigaciones o se continúe con la creación de documentales de ésta índole social.

16. BIBLIOGRAFÍA

- Apetrei, A., Ribeiro, D., Roig, S., & Mas Tur, A. (2013). El emprendedor social— una explicación intercultural. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, (78).
- Arnheim, R., Arte y percepción visual. Psicología del ojo creador, Alianza Editorial, 1980.
- Arias, F. G. (1999). El proyecto de investigación. Fideas G. Arias Odón.
- Baldwin, J. Roberts, L., Comunicación visual. De la teoría a la práctica, Parramón, 2007.
- Briones, G. (1998). Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales. Trillas.
- Boneu, J. M. (2007). Plataformas abiertas de e-learning para el soporte de contenidos educativos abiertos. RUSC. Universities and Knowledge Society Journal, 4(1).
- Burke, G. (2008). La conceptualización en las Artes Visuales y su encuadre desde la psicología del aprendizaje. Documento elaborado en el marco de la cátedra Psicología Educacional II, ISESS. Santa Rosa.
- Cornforth, M. (1961). El materialismo y el método dialéctico (No. B 809.8. C6718a).
- Cousins, M. (2005). Historia del cine. Blume.
- Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2011). Investigación: fundamentos y metodología.
- Fernández, F., Barco, C. (2009). Producción cinematográfica Del proyecto al productor. España: Díaz de Santos, 2009. ISBN: 978-84-7978-935-0.
- Gil Calvo, E. (1985). Los depredadores audiovisuales. Juventud urbana y cultura de masas, Tecnos.
- Gómez González, A., & Díez-Palomar, J. (2009). Metodología comunicativa crítica: transformaciones y cambios en el S. XXI. Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, 10(3).

- Gómez, G. R., Flores, J. G., & Jiménez, E. G. (1999). Metodología de la investigación cualitativa.
- Hamilton, J. (1998). Efectos especiales en el Cine y la Televisión. Casa Autrey.
- De Pablos Coello, J. M. (1998). Siempre ha habido infografía. *Revista Latina de Comunicación Social*, 5.
- Gómez, F. M. (2016). Realización del grafismo audiovisual en el documental *Road to Sparta*.
- Gutiérrez, M. (2010). Educación multimedia y nuevas tecnologías. Madrid, España: Ediciones de la Torre.
- Hütt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2).
- Jódar Marín, J. Á. (2010). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y palabra*, 15(71).
- José Valdeni, Felix Singo,Alberto Canto Filho,Thaísa Müller,Flávia Silva. 2014.
- Leturia, E. (1998). ¿Qué es infografía. *Revista Latina de Comunicación Social*, 4(10).
- López, M. T., & Alvarez, A. C. (2010). Difusión de la cultura en internet: mapa mundial de las plataformas online. *Fonseca, Journal of Communication*, (1), 124-149.
- Martín-Barbero, J., & Muñoz, S. (1992). Televisión y melodrama. Bogotá: Tercer Mundo.
- Maqueira, J. M., & Bruque, S. (2009). Marketing 2.0: el nuevo marketing en la web de las redes sociales. Ra-Ma.
- Niebel, B. W., Freivalds, A., & Osuna, M. A. G. (2004). Métodos, estándares y diseño del trabajo. Alfaome
- Objetos de Aprendizaje Multimodales: Proyectos y aplicaciones. Barcelona : UOC, 2014.

- Pachón, G. D. C. (2007). El proyecto de arquitectura como forma de producción de conocimiento: hacia la investigación proyectual. *Revista de Arquitectura*, (9), 48-58.
- Palacios Núñez, G. (2010). Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(4), 579-590
- Peña Vera, T., & Pirela Morillo, J. (2007). La complejidad del análisis documental. *Información, cultura y sociedad*, (16), 55-81.
- Pereira, Z. (2003). *Los diseños y métodos en la investigación educación*. Costa Rica:
- Partesotti filippo. (2015). *Comunicarse con la Gráfica*. Barcelona : Digital Docet, 2015.
- Rivera, P. (2010) *Didáctica de la historia y multimedia expositiva*. Barcelona : Graó, 2010.
- Saavedra, F. U., Rialp Criado, J., & Llonch Andreu, J. (2013). El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. *Cuadernos de administración*, 26 (47).
- Sánchez, G (2015). *ESTUDIO COMPARATIVO DE SERVIDORES MULTIMEDIA*. s.l. : 3Ciencias, 2015.
- Sánchez, Antonio. 2001. *Estrategias de guion cinematográfico*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A. ISBN: 978-84-344-6801-6.
- Sánchez, Mariano. 2011. *Manual esencial del guion cinematográfico*. San Vicente: Editorial Club Universitario, ISBN: 978-84-9948-623-9.
- Santos, F. J., de la O Barroso, M., & Guzmán, C. (2013). La economía global y los emprendimientos sociales. *Revista de Economía*.

Susana ESPINOSA, Eduardo ABBATE. 2005. La producción de video en el aula.
Buenos Aires: Ediciones Colihue, S.R.I., 2005. ISBN: 950-581-759- 2.

Tres, S. E. S. I. O. N. (2008). Metodología de la Investigación.

Zárate, R. (2013). Emprendimiento: diferentes aproximaciones. Revista EAN,
(74), 174-178.

17. ANEXOS

Anexo 1: Modelo de encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

TEMA: “DISEÑO AUDIOVISUAL ENFOCADO A FACILITAR LA DIFUSIÓN DE JÓVENES EMPRENDEDORES DEL CANTÓN MEJÍA”

OBJETIVO: Desarrollar una producción audiovisual de prominente calidad técnica y creativa, enfocada a la difusión del talento de jóvenes emprendedores del cantón mejía.

ENCUESTA

Asignatura: Producción Audiovisual

Sexo: _____ **Edad:** _____

El presente trabajo de investigación es para la realización un proyecto audiovisual de los alumnos de la Universidad Técnica De Cotopaxi

INSTRUCCIONES

Marque con una “x” en la respuesta que mejor se identifique con su criterio personal

1. ¿Son de su gusto los documentales con contenido Social?
SI () NO ()
2. ¿Tiene usted algún medio para observar este tipo de documentales?
Televisión () Internet ()
3. ¿Cuánta información considera que existe sobre emprendimientos en el Cantón Mejía?
Abundante () Poco () Nada ()
4. ¿Cree usted que un documental de acceso gratuito, que abarque temas relacionados con el Cantón Mejía tenga aceptación en la audiencia?
SI () NO ()
5. ¿Conoce usted alguna producción audiovisual que muestre el talento de los jóvenes emprendedores del Cantón Mejía?
SI () NO ()
Si su respuesta es SI ¿Cuáles? _____
6. ¿Cree usted que existen emprendimientos relevantes que se encuentran en total anonimato?
SI () NO ()
7. ¿Son de su gusto los programas tradicionales presentados en televisión?
SI () NO ()
8. ¿Considera usted importante promocionar a los jóvenes emprendedores del Cantón Mejía con nuevas propuestas gráficas, apoyadas en el grafismo y las nuevas tendencias en producción audiovisual?
SI () NO ()

Anexo 2: Modelo de entrevista



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

TEMA: “DISEÑO AUDIOVISUAL ENFOCADO A FACILITAR LA DIFUSIÓN DE JÓVENES EMPRENDEDORES DEL CANTÓN MEJÍA”

OBJETIVO: Desarrollar una producción audiovisual de prominente calidad técnica y creativa, enfocada a la difusión del talento de jóvenes emprendedores del cantón mejía.

ENTREVISTA

1. ¿Cuál es su nombre y en qué área se desempeña?
2. ¿Cree que hay talento emprendedor en el Cantón Mejía?
3. ¿Qué hace falta para potenciar estos emprendimientos?
4. ¿Cree que existen emprendimientos en total anonimato en el Cantón Mejía?
5. ¿Cree usted que la promoción a los emprendedores y sus emprendimientos es una buena forma de incentivarlos y hacerlos crecer?
6. ¿Qué motivo la creación del programa desde el alma de un pueblo?
7. ¿Qué temas aborda en el programa?
8. ¿Qué resultados se han alcanzado con el programa desde el alma de un pueblo?
9. ¿Cree usted que la realización de un documental que tiene como fin promocionar a jóvenes emprendedores del Cantón Mejía, los ayudara a crecer y abrirse puertas con sus emprendimientos?

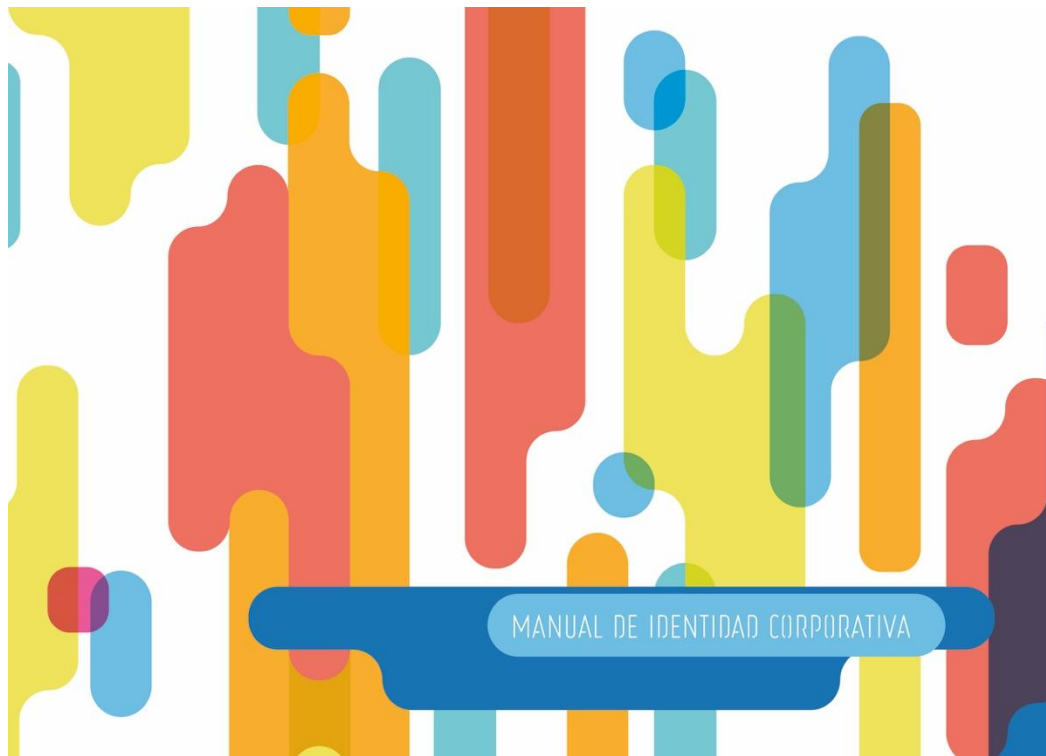
Anexo 3: Guion Técnico

Secuencia	Escena	Toma	Composición	Plano in	Movimiento	Plano out	Locación	Acción	Personajes	dialogo	Tiempo	Audio	Caracteres	Efec	Observaciones
Secuencia Intro	1	1	Motion graphic	GPG	Traveling In, Traveling out	PG	Ciudad Machachi	Presentación de logo de INCspira	Ciudad machachi, fabrica de INCspira		16 seg.	Glich, Zoom		Despliegue de ilustraciones, transiciones, movimiento de cámara	Ninguna
	2	2	Motion graphic	GPG	Estático	PG	Ciudad Machachi	Movimiento del planeta hasta situarse en Ecuador, y llegar a machachi	Logo		9 seg.	Glich, Zoom		Transiciones de temáticas y logo INCspira	Ninguna
2	1	1	Cambio de profundidad de campo entre plano general y segundo plano	PG	Traveling in, travelling de segimineto, nadir	PP	Ascienda la Cayetana	Entrada a la hacienda en auto hasta la bienvenida	Paul Calderon		20seg.	Grito, Musica de la agrupacion		Motion graphic, Grafismo	Ninguna
3	1	1	Cambio de profundidad de campo entre primer plano y segundo plano. Ley de tercios y profundidad ad de campo	PG	Traveling in, travelling de segimineto	PG	Ascienda la Cayetana	Palabras de presentación, introducción, desempeño, justificación de su emprendimiento y formación académica	Paul Calderon		178seg.	Melodia de fondo		Grafismo	Ninguna
	2	2	Estático	GPG	Estático	GPG	Ascienda la Cayetana	Campos verdes de cultivo de cebada para el proceso de elaboración de la cerveza	Campos de siembra		7seg.	Melodia de fondo		Time laps, Grafismo	Ninguna
4	1	1	Cambio de profundidad de campo entre primer plano, segundo plano, y tercer plano.	PG	Traveling In, Traveling out, travelling de segimineto	PG	Ascienda la Cayetana	Descripción de el logo de la cerveceria justificando su procedente y estilo grafico.	Paul Calderon		22seg.	Melodia de fondo		Grafismo	Ninguna

5	1	1	Cambio de profundidad de campo entre primer plano, segundo plano, y tercer plano.	PM	Paneo Frontal, travelling de segimineto	PP	Ascienda la Cayetana	Descripción de cada una de las cebadas por su color, grado de tostado y como influye en el sabor final que tendrá la cerveza.	Paul Calderon	118seg.	Melodia de fondo	Grafismo	Ninguna
6	1	1	Encuadre, Cambio de profundidad de campo entre primer plano	PPP	Paneo Frontal, estatico	PG	Ascienda la Cayetana	Descripción del proceso de cocción que tiene la cebada y como se obtiene el proceso	Paul Calderon	78seg.	Melodia de fondo	Grafismo	Ninguna
7	1	1	Encuadre, Cambio de profundidad de campo entre primer plano	PG	Dolly in, Dolly out, travelling de segimineto	PPP	Ascienda la Cayetana	Descripción del proceso de fermentación para la maduración y reposo de la cerveza	Paul Calderon	26seg.	Melodia de fondo	Grafismo	Ninguna
8	1	1	Encuadre, Cambio de profundidad de campo entre primer plano	PA	Dolly in, Dolly out, travelling de segimineto, zoom in	PPP	Ascienda la Cayetana	Descripción del proceso de embotado que se realiza manualmente que tiene dos presentaciones de empaque en botellas y barriles.	Paul Calderon	108seg.	Melodia de fondo	Grafismo	
9	1	1	Encuadre, Cambio de profundidad de campo entre primer plano	PP	Dolly in, Dolly out, travelling de segimineto	PG	Ascienda la Cayetana	Presentación de cada una de las cervezas con un plus de grafismo en cada uno de los animales que representan el sabor de la cerveza.	Paul Calderon	91seg.	Melodia de fondo	Grafismo	
10	1	1	Encuadre	PG	Panoramica de segimineto	PG	Ascienda la Cayetana	Presentación de la vertiente con al que se elabora todo el proceso cervecero.	Paul Calderon	18seg.	Melodia de fondo	Grafismo	
11	1	1	Encuadre, Cambio de profundidad de campo entre primer plano	PG	Dolly in, Dolly out, travelling de segimineto, zoom in	PPP	Ascienda la Cayetana	Presentación individual de cerveza Atuc justificando su ilustración en la etiqueta y su sabor.	Paul Calderon	62seg.	Melodia de fondo	Grafismo	
12	1	1	Encuadre, Cambio de profundidad de campo entre primer plano	PG	Dolly in, Dolly out, travelling de segimineto, zoom in	PPP	Ascienda la Cayetana	Presentación individual de cerveza Quilico justificando su ilustración en la etiqueta y su sabor.	Paul Calderon	19seg.	Melodia de fondo	Grafismo	
13	1	1	Encuadre, Cambio de profundidad de campo entre primer plano	PG	Dolly in, Dolly out, travelling de segimineto, zoom in	PPP	Ascienda la Cayetana	Presentación individual de cerveza Guagsa justificando su ilustración en la etiqueta y su sabor.	Paul Calderon	20seg.	Melodia de fondo	Grafismo	

14	1	1	Encuadre	PMC	Encuadre estatico	PMC	Ascienda la Cayetana	Promoción de la cervecería, datos de contacto directo para compra directa	Paul Calderon		71seg.	Melodia de fondo	Grafismo
15	1	1	Encuadre,Cambio de profundidad de campo entre primer plano y segundo plano	PG	Encuadre estatico	PG	Ascienda la Cayetana	Palabras de aliento para motivar al realizar un emprendimiento hacia la audiencia por parte de Paul Claderon.	Paul Calderon		38seg.	Melodia de fondo	Grafismo
16	1	1	Encuadre,Cambio de profundidad de campo entre primer plano	PG	Encuadre estatico	PM	Ascienda la Cayetana	Vista frontal de Paul Calderon caricaturizado como imagen principal, vista posterior del mismo, saliendo de la fábrica de INCagira con fondo de la ciudad de Machachi.	Paul Calderon		58seg.	Melodia de fondo	

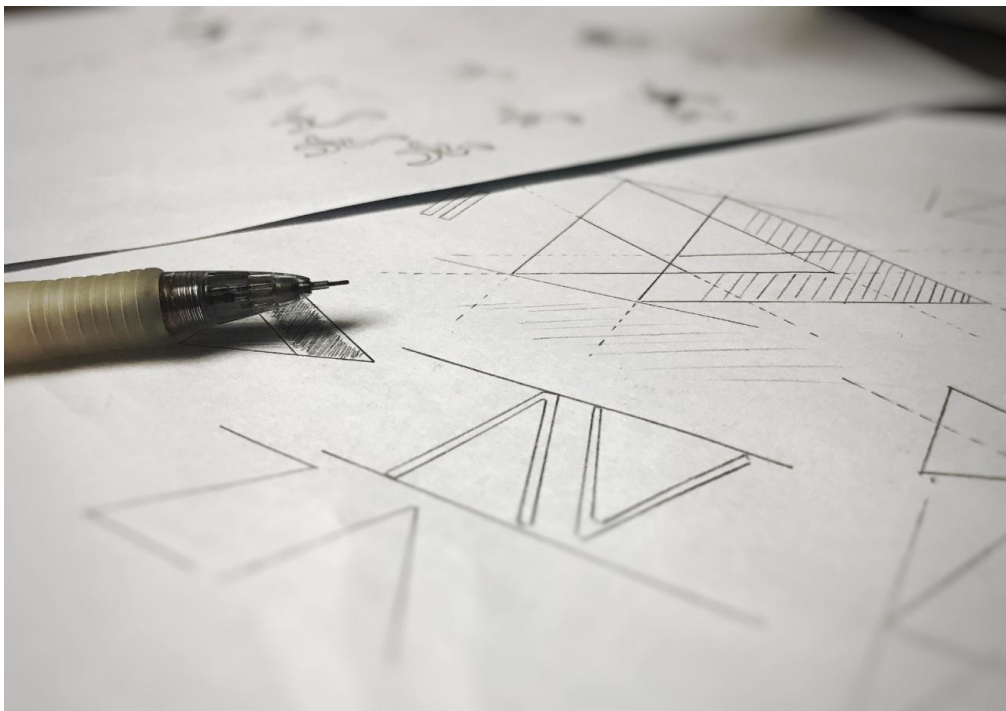
Anexo 4: Manual de identidad corporativa



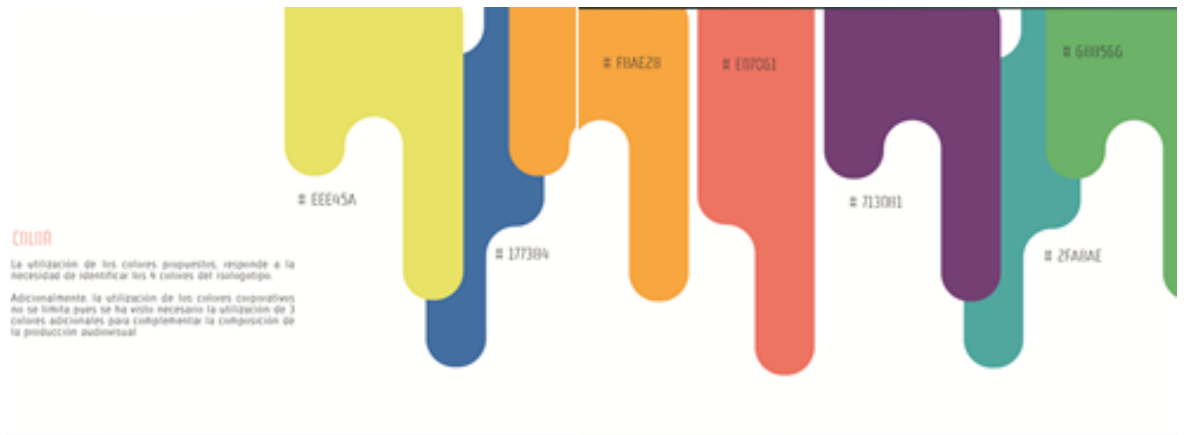
Anexo 5: Construcción de la marca



Anexo 6: Construcción de la marca



Anexo 7: Manual de estilos gráficos



TIPOGRAFÍA Y VALORES

La tipografía seleccionada es de tipo palo seco debido a que estas facilitan la legibilidad. La cantidad se adaptará de acuerdo a la sección del contenido.

Ruler Stencil Light

ABCDEFGHIJKLMN
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
pqrstuvwxyz
0123456789
!@#\$%^&*()_+`~



2 PTS 108.3% 52%
CLAQUETA

MAR 51 PTS

CLAQUETA

MAR 51 PTS

FORMATO Y RETÍCULA

El formato propuesto para render final del video es de 1920 px x 1080 px

Títulos y subtítulos se alinean en la parte inferior izquierda o derecha según sea el caso

Los márgenes superior e inferior de 220px



ELEMENTOS ADICIONALES

Se le diseña la aplicación de formas vectoriales con varios tonos que serán aplicadas de acuerdo a los requerimientos del video con el objetivo de solucionar problemas de visibilidad e legibilidad de textos.



ETIQUETA PARA TÍTULOS



ETIQUETA PARA IDENTIFICAR O INFORMACIÓN

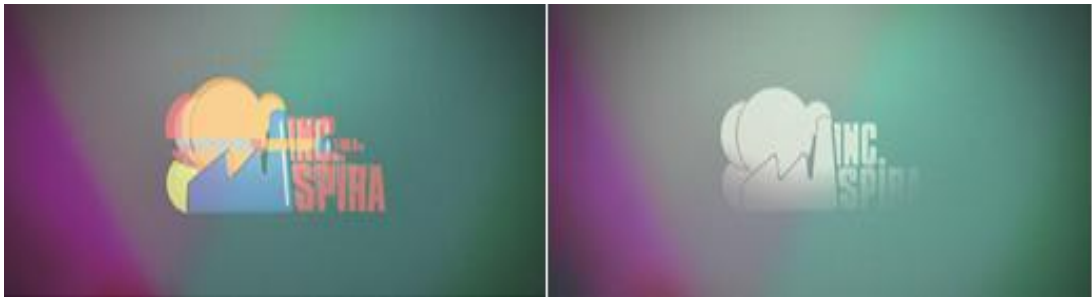


VIDEO

ENCADRE Y COMPOSICIÓN
 Los clips se ordenan en secuencias de manera que en los mismos se ofrezca dinamismo. Toda la información brindada por parte de los entrevistados de turno.

REQUERIMIENTOS
 En cuanto a requerimientos de resolución y dimensiones, únicamente se utilizan videos grabados en 1080 o 1280 px, con el objetivo de mantener la calidad en las imágenes utilizadas, y que el 100% sean generados por personal con conocimientos de fotografía.





ELEMENTOS VISUALES

La propuesta audiovisual hace uso del gráfico técnico que brinda mayor dinamismo en el tratamiento de la imagen, ayudando de esta manera a conectar.




COLOR **TRATAMIENTO** **ESTRUCTURA**
 Armónica Plano Regencia

GRADOS DE ABSTRACCIÓN **NIVEL DE DETALLE**
 Sintético Modernidad





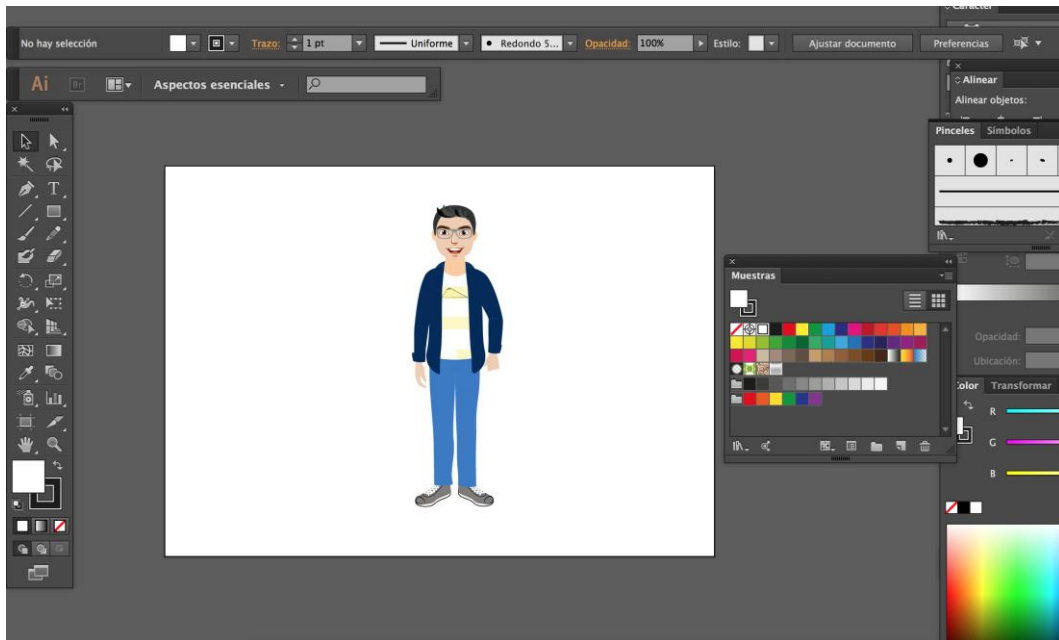
Anexo 8: Script

Secuencia	Escena	Toma	Contador	Tiempo	Audio	Observaciones
2	1	1	179A1509	11seg.	No	Ninguna
3	1	1	179A0618	47seg.	No	Ninguna
		2	179A0619	58seg.	No	Ninguna
	2	1	179A0622	29seg.	Si	Ninguna
		2	179A0623	43seg.	Si	Ninguna
		3	179A0624	55seg.	Si	Ninguna

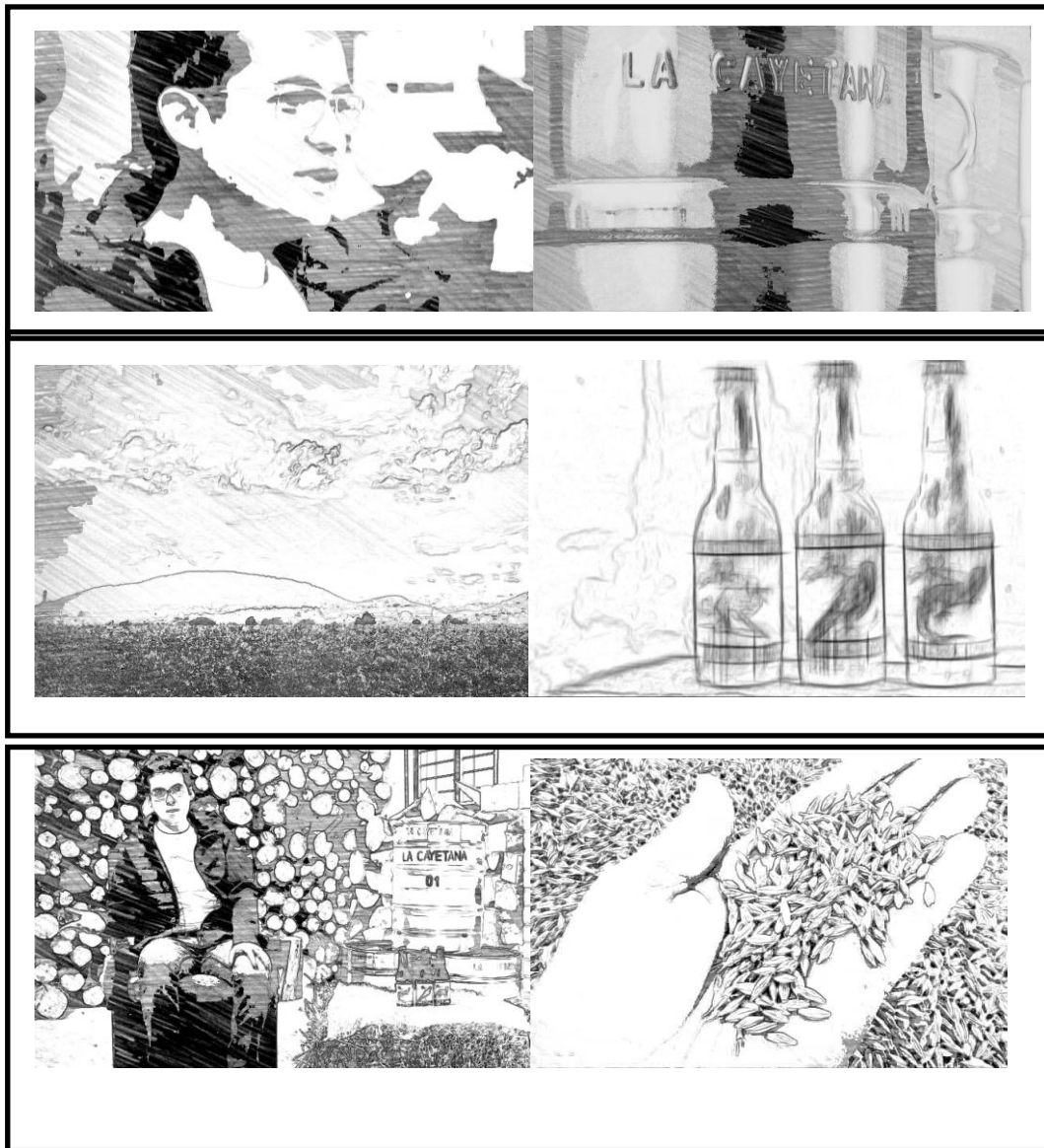
4	1	1	179A0645	21seg.	No	Ninguna
	2	1	179A0608	44seg.	No	Ninguna
		2	179A0609	44seg.	No	Ninguna
		3	179A0611	44seg.	No	Ninguna
5	1	1	179A2841	88seg.	Si	Ninguna
		2	179A2842	19seg.	Si	Ninguna
		3	179A2843	36seg.	Si	Ninguna
		4	179A2844	33seg.	Si	Ninguna
6	1	1	179A0646	35seg.	Si	Ninguna
		2	179A0964	19seg.	Si	Ninguna

			179A0677	11seg.	Si	Ninguna
7	1	1	179A0698	14seg.	Si	Ninguna

Anexo 9: Ilustración de bocetos



Anexo 10: Storyboard



Anexo 11: Fichas Bibliográficas

Autores:	Palacios Núñez
Año de publicación:	2010
Título del libro:	Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural.
Lugar de publicación:	Argentina
Editorial:	Ateneo

Autores:	Pachón, G.
Año de publicación:	2007
Título del libro:	El proyecto de arquitectura como forma de producción de conocimiento
Lugar de publicación:	España
Editorial:	House Grupo Editorial

Autores:	Méndez, R
Año de publicación:	2011
Título del libro:	Investigación: fundamentos y metodología.
Lugar de publicación:	España
Editorial:	House Grupo Editorial

Autores:	Gómez González
Año de publicación:	2009
Título del libro:	Metodología comunicativa crítica
Lugar de publicación:	España
Editorial:	Planeta

Anexo 12: Curriculum Vitae



Sergio Eduardo Chango Pastuña

DISEÑADOR GRÁFICO - ARTISTA CONCEPTUAL 2D

CÉDULA DE CIUDADANÍA: 050237217-0
CÉDULA MILITAR: 8405200372
FECHA DE NACIMIENTO: 11/04/1984
LUGAR DE NACIMIENTO: Latacunga
EDAD: 32 años
DIRECCIÓN DOMICILIARIA: Cotopaxi - Latacunga - Ecuador
Ciudadela los Molinos M5-C13
TELÉFONO: 032663627

PERFIL

Diseñador gráfico, artista conceptual 2D, muralista, y productor audiovisual latacungueño, enfatiza temáticas sustanciales que van más allá de lo superficial, demostrando que la creatividad es infinita dentro del campo del diseño y las artes visuales.



0999739542



graffitolata@hotmail.com
sergiochango741@gmail.com



Graffito Lata Latacunga Wmc

EDUCACIÓN

- **Maestría en Postproducción Audiovisual Digital** Escuela Politécnica del Litoral (Actualmente en proceso de Titulación)
- **Ingeniería en Diseño Gráfico** Universidad Cristiana Latinoamericana.
- **Tecnólogo en Diseño Gráfico** I.T.S. Victoria Vásconez Cuvi.
- **Bachiller Técnico en Mecánico Industrial** I.T.S. Ramón Barba Naranjo.

CURSOS Y ESPECIALIZACIONES:

- Taller de Aerografía
 - Escultura y Maquetación
 - Ilustración Análoga y Digital
 - Muralismo
 - Preparación de Superficies y Alta Decoración
 - Dibujo Artístico
 - Técnicas de Representación Gráfica
 - I Congreso Ecuatoriano de Identidad Cultural y Turismo Comunitario
 - Semiótica de Diseño Andino
 - Técnicas e Instrumentos de evaluación de aprendizaje
 - Proyectos Formato Semplades
 - Community Management y Social CRM
 - Art Concept
 - Creación de Personajes Análogos – Digitales
 - Taller de Video Mapping
 - Assimilate Scratch Corrección de Color Avanzado
- TALLER GRAFFITO
TALLER GRAFFITO
TALLER GRAFFITO
TALLER GRAFFITO
MONTO
U.T.C.
U.T.C.
CECATERE
U.T.C.
U.T.C.
U.T.C.
U.T.C.
XUPUY WORKSHOP
XUPUY WORKSHOP
TORNO
EDCOM-ESPOL

HABILIDADES EN SOFTWARES:

- ILLUSTRATOR
- PHOTOSHOP
- ADOBE PREMIER
- AUDITION
- AFTER EFFECTS
- PAINTER X
- SKETCHBOOK PRO



EXPERIENCIA LABORAL:

- Inducero / Soldador calificado Aceros especiales / 4 años.
- Publicidad Imagen 2000 / Diseñador / 9 meses.
- Inbox Desing / Diseñador e Ilustrador / 6 meses.
- Free/ Ilustrador / 6 meses.
- Alpha Creativos / Guionista y grafista audiovisual
- Creador y Co-fundador de Taller de Arte Graffito / Ilustrador, Diseñador y Director artístico/ 6 años.

EXPERIENCIA DOCENCIA:

- Universidad Técnica de Cotopaxi / Docente / 3 años.

LOGROS ALCANZADOS:



Entrevista en el Canal Cultural "EXPRESARTE" 2014 (Intervención artística).
<https://www.youtube.com/watch?v=W1ypsRVOUAE>

Primer Concurso Nacional de Graffiti Pintemos Nuestra Voz MIES 2011 (Primer Lugar).
Encontró Niterói (Brasil) Encuentro Sudamericano América del Sur 2011 (intervención artística cultural).

EVENTOS – TALLERES DICTADOS – INTERVENCIONES

- Primera Bienal de Expresión Artística Isidro Ayora (Latacunga).
- Primer Taller de Intervención Juvenil organizado por el grupo CROP 2009 (Latacunga).
- Graffitiando la Piel de la Urbe Riobamba 2009. (Taller de Capacitación).
- Primer Festival de Expresión Cultural en el espacio público Hip Hop en Lata 2009 (Organizador e interventor artístico).
- Kawsay Rock – Arte Urbano 2009 (Evento de intervención artística).
- Primer Festival de Graffiti Huairapungo Salcedo 2009 (Evento de intervención artística).
- Primer Festival de Intervención Urbana "DETONARTE" Quito 2009 (Concurso).
- Gotas de Fama Ambato 2010 (Evento de intervención artística).
- Ambato FFF Graffiti 2010 (Concurso).
- Inflamable Expresión Artística Urbana Patate 2010 (Evento de intervención artística).
- II Festival de Graffiti Huairapungo Salcedo 2010 (Evento de intervención artística).

- Intervención en el Espacio Público Fiestas de Latacunga 2010 (Evento de intervención artística).
- II Festival de Intervención Urbana “DETONARTE” Quito 2010 (Concurso).
- II Gotas de Fama Ambato 2011 (Evento de intervención artística).
- Primer Festival Internacional de HIP HOP Barrio 593 Quito 2011 (Evento de intervención artística).
- Primer Concurso Nacional de Graffiti Pintemos Nuestra Voz MIES 2011 (Primer Lugar).
- Encontró Niterói (Brasil) Encuentro Sudamericano América del Sur 2011 (intervención artística cultural).
- Taller de Graffiti 2012 (FEDECOX – PATUTÁN - LATACUNGA).
- GRAFFITONO Intervención en el Espacio Público Latacunga 2012.
- Taller Alianza Hip Hop para las Calles Distrito Metropolitano de Quito 2012 (Tallerista).
- Taller de Graffiti 2012 (FEDECOX – SANTÁN - LATACUNGA).
- ART – INDEPENDIENTE Latacunga 2012 (Evento de intervención artística).
- I Galería Urbana Cotopaxi – Latacunga – Ecuador 2012 (Evento de intervención artística).
- Mandarina Fest 2012 (Evento de intervención artística).
- Graffiti Ecológico Guayaquil 2012 (Evento de intervención artística).
- Lanzamiento de Montana Colors Ecuador Quito 2013 (Evento de intervención artística).
- ART – INDEPENDIENTE Latacunga 2013 (Exposición e intervención artística).
- Cotopaxi un Nuevo Color para Tú Planeta bajo el marco de la celebración del día Mundial del Medio Ambiente Latacunga 2013 (Exposición e intervención artística).
- Taller de Arte Urbano C.I.C. Tanicuchí – Latacunga 2013 (Tallerista).
- Galería Urbana Portales del G.A.D. Municipal de Latacunga 2013 (Exposición e intervención artística).
- Investigación y Diseño de Personaje Ícono de Cotopaxi Ministerio de Cultura 2013 (Art Concept).
- Festival de Graffiti U.T.C. 2014 (Exposición e intervención artística).
- Entrevista en el Canal Cultural “EXPRESARTE” 2014 (Intervención artística).
- Urco Park Fest Chunchi – Riobamba 2014 (Intervención artística).
- II Festival Internacional de Graffiti Atuntaqui 2014 (Intervención).
- III Galería Urbana Latacunga 2014 (Exposición).
- II Festival Audiovisual Universitario “TINKU 2015” Riobamba (Premio al mejor corto animado “La Leyenda Negra Cuenta”).
- Lanzamiento de la Marca Street Evans Ecuador Quito 2016 (Evento de intervención artística)

RECOMENDACIONES

- Arq. Enrique Lanás / Director de la Carrera de Diseño Gráfico / 0992918849.
- Publicidad Imagen 2000 /Alejandra Molina – Gerente / 0984252133.
- Inbox Desing / Paúl Erazo – Director Creativo/ 0984258268.
- Alpha Creativos / Abraham Chicaiza - Director Creativo / 0995953131.
- Taller de Arte Graffito / Aide Oto /0983417822

CRISTIAN IZA

DISEÑO GRÁFICO

0984715473 | cristianiza7@gmail.com

PERFIL



Nombres: Cristian José
Apellidos: Iza Caguana
Estado Civil: Soltero
Nacionalidad: Ecuatoriana
Edad: 22 Años
Fecha de Nacimiento: 25 de Marzo de 1995

INTERESES



Fotografía



Video



Edición



Dibujo



Ilustración

IDIOMAS



Español



Inglés



EDUCACIÓN



ESTUDIOS REGLADOS

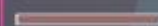
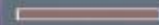
Universidad Técnica de Cotacachi
Latacunga - Ecuador
Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizada

Instituto Tecnológico Superior Sucre
Quito - Ecuador
Bachillerato en Electrónica de Consumo

ESTUDIOS NO REGLADOS

Fotografía Artística Coursera
Introducción a la Serigrafía
Apreciación Cinematográfica

SOFTWARE





Hector Andres Ushiña Cruz

Crear y desarrollar respuestas a problemas de comunicación, incluyendo entendimiento de jerarquía, tipografía, estética, composición y construcción de imágenes significativas.

Resolver problemas de comunicación visual incluyendo la identificación del problema, investigación, análisis, generación de solución, prototipos y pruebas de usuario, así como evaluación de resultados.

Experiencia Profesional

Cargo en la Empresa: Diseñador
Nombre Empresa: Loftone Cement Desing
Localidad: Quito - Ecuador

Responsabilidad: Ayudar a los directores de arte y redactores publicitarios con materiales de la campaña. También ayudan en trabajos que requieren un diseño puro, sin la necesidad de un equipo de conceptualización.

Educación

Titulación Obtenida: Primaria
Nombre del Centro: Unidad Educativa Nueva Primavera
Localidad: Quito - Ecuador

Titulación Obtenida: Secundaria
Nombre del Centro: Unidad Educativa Técnica Vida Nueva
Localidad: Quito – Ecuador

Titulación Cursando: Universidad
Nombre del Centro: Universidad Técnica de Cotopaxi
Localidad: Latacunga - Ecuador

Formación Complementaria

Nombre del Curso: Taller de piezas arqueológicas Panzaleo
Nombre del Centro: Universidad Técnica de Cotopaxi
Localidad: Latacunga

Nombre del Curso: Fotografía de estudio
Nombre del Centro: lavq
Localidad: Quito

Nombre del Curso: Curso de After Effects
Nombre del Centro: Productora Sixteen Nine Films
Localidad: Quito

CURRICULUM

CONTACTO

0983533492
zeth0015@gmail.com
www.hectorushiña.com
hectorandres
Quito, Ecuador

HABILIDADES

Adobe Photoshop CS6
Adobe Illustrator CS6
Adobe Indesign CS6

IDIOMAS

Español
Inglés