



Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación

Programa de Diseño Gráfico Publicitario

***TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TÉCNICO EN DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO***

TEMA:

Desarrollar una propuesta de Comunicación Visual Integral e Interactiva para la carrera de Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

Autor: Henry Jácome Moreno

Directora: Verónica López

Quito - Ecuador

Octubre 2010

T
D
G

Taller de
Disertación
de Grado



*Del contenido del presente trabajo se
responsabiliza su autor
Henry Jácome M.
172400625-7*

Introducción

La finalidad de este documento es la de aportar al desarrollo de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación con una propuesta de comunicación visual integral e interactiva para la carrera de Periodismo en el año 2010, la cual se encuentra a la vanguardia en su metodología de aprendizaje dando así a sus estudiantes una opción de alta calidad y prestigio.

Con este trabajo pretendo crear una propuesta que sea de utilidad, con mis mejores deseos para el desarrollo de la carrera de Periodismo en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación. Mi trabajo consta de una propuesta de imagen e identidad visual de la carrera mencionada, además de un portafolio fotográfico publicitario en el cual se pretende mostrar los aspectos positivos de la carrera en sí.

Para el desarrollo de esta propuesta utilicé los medios que se encontraban a mi disposición en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.

Índice	Pág.
Introducción	3
PROTOCOLO	6
Tema	
Problema	
Objetivos	
Idea a Defender	
 CAPÍTULO I	 8
Marco Teórico	
1.1 Periodismo	8
1.1.1 ¿Qué es Periodismo?	
1.2 Identidad Visual	9
1.2.2 Concepto de Imagen Visual	
1.2.3 Desarrollo de la Imagen Visual	
1.2.4 La Marca	10
1.2.5 Elementos Visuales de la Marca	
1.2.6 Implementación de la marca.	
1.3 Fotografía	12
1.3.1 Concepto de Fotografía	
1.3.2 La luz y la reproducción del color en la Fotografía Digital	
1.3.3 Composición Fotográfica	
1.2.4 Portafolios Fotográficos	
 CAPÍTULO II	 17
Marco Contextual	
2.1 Ubicación de la Universidad Tecnológica Equinoccial UTE	17
2.1.1 Filosofía	
2.1.2 Objetivos de la Universidad	
2.1.3 Misión, Visión y Valores Corporativos.	
2.2 Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.	19
2.2.1 Carrera de Periodismo	

<i>CAPÍTULO III</i>	21
Investigación	
3.1 Metodología de la Investigación	21
3.2 Técnica de Investigación	21
3.3 Muestra	22
3.4 Recopilación de la Información	23
3.5 Análisis de los datos	24
3.6 Conclusiones Generales	29
<i>CAPÍTULO IV</i>	
Propuesta	30
4.1 Imagen Visual de la Carrera de Periodismo.	
4.1.2 Propuesta de Logotipo	30
4.1.3 Manual de Identidad Corporativa	31
4.2 Portafolio Fotográfico para la Carrera de Periodismo	43
4.3 Aplicación en Soportes Gráficos Publicitarios	72
BIBLIOGRAFÍA	
GLOSARIO	
ANEXOS	

PROTOCOLO

TEMA

Desarrollar una propuesta de Comunicación visual integral e interactiva para la carrera de Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.

PROBLEMA

Pese a la buena información que se tiene de la carrera de Periodismo en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, acerca de su metodología de aprendizaje y su aporte a la sociedad, carece de una imagen mostrada al público en la cual se muestren los aspectos que llevan a ser de la carrera la más adecuada para los estudiantes que formarán parte de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

A través de una propuesta de comunicación visual integral e interactiva se podrá mostrar al público en general los aspectos positivos que tiene para ofrecer la carrera de Periodismo en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.

IDEA A DEFENDER

Con esta propuesta de comunicación visual se pretende contribuir con el mejoramiento de la información y desarrollo de percepción que tiene la carrera de Periodismo en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, a fin de establecer una mejor manera de relación entre los estudiantes y la Universidad.

OBJETIVOS

General

Diseñar una propuesta de comunicación visual integral e interactiva para la carrera de Periodismo en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.

Específicos

- Investigar y determinar el estado actual en cuanto a información que presenta la Carrera de Periodismo en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.
- Desarrollar la imagen visual de la carrera de Periodismo en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.
- Diseñar un portafolio fotográfico impreso e interactivo para la Carrera de Periodismo en la facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.
- Implementar soportes visuales impresos, con la finalidad de promocionar la Carrera de Periodismo en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.

CAPÍTULO I

Marco Teórico

1.1 Periodismo

1.1.1 ¿Qué es Periodismo?

Se define como periodismo el oficio o la profesión que tiene como fin buscar noticias e información para que la sociedad siempre esté enterada de lo que ocurre a su alrededor. "Si se define como oficio o profesión es porque puede ser cualquiera de las dos, ya que, anteriormente, para ser periodista no era necesario estudiar una carrera universitaria, y aunque en la actualidad esto sucede en muchos casos, hoy en día en muchas universidades existe la carrera de comunicación social, en donde, además de estudiarse las bases del periodismo, se enseña todo lo concerniente a los medios de comunicación." (1)

1.2 Identidad Visual

1.2.2 Concepto de Identidad Visual

Imagen Corporativa

Se define como imagen a "la representación mental que tiene determinado publico de una organización a través de la acumulación de los mensajes, intencionales y los no intencionales, que ha recibido de sus ejecutivos, de sus trabajadores, de sus inversionistas y de sus clientes. Para las personas la imagen es la realidad." (2)

La imagen que las demás personas reciben de una institución se muestra en sus actividades que realiza diariamente y también en el diseño de su material grafico que es el refuerzo que tiene para no tener una mala visión de sí misma.

1 ORTEGA, Félix y HUMANES, María Luisa: "Algo más que periodistas. Sociología de una profesión", Ed. Ariel, Barcelona, 2000.

2 MOLINA, Violeta: "Imagen Corporativa". 1era Edición, 2004. Editorial Gemagráfica. 2004. p.9.

Identidad Corporativa

Se define como Identidad a "la percepción que una organización tiene de sí misma, es semejante a la identidad de una persona, que es única. En primer lugar están su historia, creencias, filosofía, valores étnicos y culturales y, su sistema de administración. En segundo lugar, están su estructura y los productos o servicios que ofrece." (3)

Para el éxito de una empresa u organización es necesario definir su identidad y su posición en el mercado ya que esto le ayudará frente a la competencia que tenga, haciéndose identificar, diferenciar y memorizar en base al diseño de su identidad en símbolos visuales que le ayudaran a sobresalir.

1.2.3 Desarrollo de la Imagen Visual

Comunicación Corporativa

En este proceso la identidad corporativa se convierte en imagen corporativa y es donde todas las actividades, acciones y formas de expresión de una empresa que transmiten y difunden al entorno. "Sin comunicación, los valores y estrategias de una organización no se conocerán ni se adoptaran, y la empresa carecerá de una visión clara sobre su propia identidad." (4)

La comunicación ayuda a difundir el mensaje sobre todo lo que la empresa hace y tiene para ofrecer al público mediante su promoción y difusión de sus atributos.

La Marca

Es todo signo susceptible de una representación grafica que sirve para distinguir en el mercado los productos o servicios que

3 MOLINA, Violeta: "Imagen Corporativa". 1era Edicion, 2004. Editorial Gemagrafic. 2004. p.11.

4 MOLINA, Violeta: "Imagen Corporativa". 1era Edicion, 2004. Editorial Gemagrafic. 2004. p.12.

ofrece una organización de las demás. "Pueden ser constitutivos de marca las palabras y sus combinaciones, las figuras, las imágenes, los símbolos, los dibujos o los logotipos, las letras y las cifras y sus combinaciones, los envases, las etiquetas y las formas tridimensionales." (5)

1.2.4 Elementos Visuales de la Marca

Estos elementos nos ayudan a identificar y diferenciar la marca de otras que pueden estar en un mismo contexto.

El Nombre

Es la parte de la marca que se puede pronunciar y con la cual se la reconoce, está a su vez se caracteriza por: ser breve, de fácil lectura, eufónica, memorizable, fácil asociación, por su distinción, fácil adaptación, debe estar protegida por la ley y ser aplicable a nivel internacional.

El Slogan

Es la frase que acompaña a la marca, redactada con la brevedad y originalidad suficientes para que repetida constantemente, quede grabada en la memoria del consumidor, que está asociada al producto o servicio.

El Logotipo

Es la representación gráfica del nombre, es la parte más importante de la marca. Debe ser lo suficientemente fuerte para ser reconocido y para perdurar a través de los años sin volverse obsoleto.

Sus funciones son las de identificar, diferenciar y transmitir información importante de la empresa.

El Isotipo

Es el símbolo, imagen o figura visual que refuerza la identidad y los atributos de la marca para su mejor identificación a nivel mundial.

La Cromática

Es la utilización correcta de los colores en su armonía y contraste.

El color es símbolo de emoción y tiene diferentes significados dependiendo de la cultura; el color se convierte en un estímulo visual para aumentar el consumo.

1.2.5 Implementación de la marca.

El Manual de Identidad Corporativa

Es una guía básica para la correcta utilización de los diferentes elementos lingüísticos y visuales que tiene la marca, para su correcta implementación en aplicaciones como publicidad, documentación, etc. Estos pueden ser: logotipo, colores corporativos, tipografías, principios de diseño, maquetación, estándares de diseño, estándares de lenguaje, ejemplos de uso, tablas, formularios y textos, firma de correo electrónico, organigramas, edificios e instalaciones y papelería entre otros. (6)

6 Cfr. CERVERA, Ángel Luis: "Comunicación Total". Editorial ESIC. Madrid – España. 2008. P 111

1.3 Fotografía

1.3.1 Concepto de Fotografía

La palabra fotografía se deriva de los vocablos griegos *Photós* = Luz y *Graphein* = Grabar, lo que consolida un proceso técnico por el cual una imagen se fija en una superficie con materiales fotosensibles que reciben la acción de la luz.

1.3.2 Fotografía Digital

La fotografía digital no se forma a partir de una reacción fotoquímica sobre una película, sino que se genera en el sensor electrónico de la cámara fotográfica, este es sensible a la luz transformándola en impulsos eléctricos y estos se almacenan como un archivo informático en la memoria de la cámara digital.

Las cámaras digitales son muy sencillas de utilizar, ya que sus fabricantes realizan diseños automáticos ayudando a las personas a tomar fotografías instantáneamente y verlas al mismo tiempo, dando la posibilidad de guardarlas o borrarlas si no son de agrado, también se las pueden imprimir en papel de alta calidad.

La Imagen Digital

Está "formada por una amalgama de puntos o píxeles (abreviación de picture elements, o sea, elementos de imagen), cada uno de ellos con un color y una intensidad propios". (7)

La resolución de una imagen está formada por un número de píxeles, y se la puede expresar como una cifra (3 mega píxeles), o también por su proporción de ancho y alto (640 x 480). La calidad de una imagen tomada depende también del número de píxeles que la conforman y se expresa comúnmente píxeles por pulgada (ppp) ó dot per inch (dpi). Una pulgada es igual a 2.54 cm.

7 DEWIT, Oliver: "Fotografía digital: dispara, retoca y difunde". Editorial. ENI. 2004. P 14

El tamaño de la imagen se representa en kilobytes (peso) y es igual al producto de sus dimensiones ancho por alto y por la profundidad del color. Mientras más tamaño mejor resolución.

1.3.3 La luz y la reproducción del color en la Fotografía Digital.

La Luz y El Color

La luz es la energía electromagnética irradiada por un cuerpo luminoso. El principal proveedor de luz en la fotografía es el Sol. La radiación electromagnética del sol está compuesta por millones de ondas de diferentes frecuencias. "Para que esta energía sea considerada como luz visible, su longitud de onda debe estar comprendida entre 400 y 780 nanómetros, es lo que se denomina como espectro visible para el ojo humano, en el que se encuentran todo los colores que podemos ver". (8)

Cada longitud de onda corresponde a un color diferente, que irá del violeta (400nm) al rojo oscuro (780nm). La luz blanca es resultado del conjunto de todas las longitudes de onda del espectro visible en proporciones iguales. La percepción del color es posible al iluminar un objeto con luz blanca, éste absorberá todas las longitudes de onda reflejando sólo las que corresponden al color del objeto.

La Intensidad Luminosa

"El sensor de la cámara fotográfica digital está constituido por unidades detectoras de luz. Básicamente, estas unidades captan las señales luminosas y las convierten en señales eléctricas. De entre los diversos tipos de unidades fotosensibles que se emplean en la fabricación de cámaras digitales, los más corrientes son los fotodiodos. Estos elementos son sensibles a la luz y producen una corriente eléctrica proporcional al grado de claridad (por lo tanto

8 DEWIT, Oliver: "Fotografía digital: dispara, retoca y difunde". Editorial. ENI. 2004. P 16

analógica), que se transforma en información digital a la hora de representar la intensidad de la luz.” (9)

La fotografía se hace a partir de la luz, que refleja el lente y que se imprime en la película. Sin presencia de luz, no se puede captar una imagen con la cámara. Con la luz adecuada se puede componer la intención creativa de un fotógrafo, y es el punto clave para una buena toma de imágenes. Una buena iluminación sirve para tomar una imagen tridimensional o resaltar una forma.

Representación del Color

Modo de Síntesis Aditiva

“En este modo los colores primarios son el rojo, verde y azul; de ahí que también reciba el nombre de mono RVA (Rojo, Verde, Azul) o RGB (Red, Green, Blue). Es el modo empleado por los sistemas que muestran una imagen proyectada, como por ejemplo las pantallas de ordenador y los sensores de una cámara fotográfica.” (10)

“Para determinar el color de un pixel, se asocian cuatro fotodiodos, a los cuales se aplica un filtro óptico de color. Cada uno de ellos captura la intensidad de un componente del espectro luminoso” (11), así se obtiene tres valores de 8 bits que representan la intensidad de cada color primario, este numero de bits se llama profundidad de color. “Si lo que interesa es obtener resultados de calidad, la profundidad de color debería alcanzar los 8 bits e incluso sobrepasar los: 10, 12, 14 o 16 bits.” (12)

9 DEWIT, Oliver: "Fotografía digital: dispara, retoca y difunde". Editorial. ENI. 2004. P 18

10 DEWIT, Oliver: "Fotografía digital: dispara, retoca y difunde". Editorial. ENI. 2004. P 19

11 DEWIT, Oliver: "Fotografía digital: dispara, retoca y difunde". Editorial. ENI. 2004. P 19

12 DEWIT, Oliver: "Fotografía digital: dispara, retoca y difunde". Editorial. ENI. 2004. P 19

Modo de Síntesis Sustractiva

Es el modo que emplean los sistemas que hacen una copia de la imagen tomada, por ejemplo las impresoras. Utiliza los colores Cian, Magenta, Amarillo y Negro, CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black).

1.3.4 Composición Fotográfica

Es la selección y colocación de objetos en el área fotografiada.

El Encuadre

Consiste en enmarcar la escena que se desea fotografiar, para determinar los límites de la fotografía, consiguiendo encerrar el tema del contexto que lo rodea. En definitiva, se trata de tener el control sobre lo que debe y no debe aparecer a través del visor o pantalla LCD. (13)

El Punto de Vista

Permite realizar diferentes composiciones desde diversos ángulos y así conseguir un punto de vista adecuado para obtener el objeto principal de toma, ángulo de la luz que se desee mostrar, en un punto de vista en el mismo nivel del objeto (toma a nivel), desde una posición más alta que el objeto (toma en picado), por debajo del objeto, centrado o a ras de suelo (toma en contrapicado) y en un ángulo perpendicular con respecto al suelo de arriba hacia abajo (toma en cenital). (14)

13 Cfr.FOTONOSTRA: "El Encuadre" <http://www.fotonostra.com/fotografia/encuadre.htm>. Nov. 2010.

14 Cfr.FOTONOSTRA: "El Punto de Vista" <http://www.fotonostra.com/fotografia/angulacion.htm>. 2010.

Exposición y enfoque

La exposición es la cantidad de luz que entra por el diafragma en base al tiempo y velocidad de obturación, mientras más abierto este el diafragma, más rápido será el tiempo de obturación. Al controlar la cantidad de luz resultara una mejor fotografía no muy clara (sobreexpuesta), pero tampoco muy oscura (subexpuesta).

El enfoque permite que la toma de un objeto sea nítida. Con el enfoque podemos dar protagonismo a unos elementos sobre otros de la composición, para destacar así una parte de la escena. (15)

1.3.5 Portafolio Fotográfico

Un portafolio es la recolección de material realizado por un profesional, en donde muestra sus trabajos más destacados de su carrera, mostrando su experiencia, aprendizaje, técnicas, y más, los cuales pueden aportar al desarrollo de su carrera y reconocimiento en general.

En este caso se desarrollara un portafolio fotográfico, el cual básicamente está compuesto de fotografías que muestran diversas temáticas referentes al tema de investigación.

15 Cfr.FOTONOSTRA: "Exposición y Enfoque"

<http://www.fotonostra.com/fotografia/exposicionyenfoque.htm>. Nov. 2010.

CAPÍTULO II

Marco Contextual

2.1 Ubicación Geográfica de la Universidad Tecnológica Equinoccial – UTE

El campus matriz está ubicado en Quito, Bourgeois N34 – 102 y Rumipamba. El nuevo campus de la Universidad Tecnológica Equinoccial está ubicado en la Av. Occidental y Mariana de Jesús.

La investigación se realizará en el nuevo campus, en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación para la carrera de Periodismo.

2.1.1 Filosofía

La Universidad Tecnológica Equinoccial responde a los desafíos del mundo actual, incorporando en su que hacer académico los últimos adelantos científicos y tecnológicos, para desarrollar nuevas alternativas profesionales para la juventud. En el marco de una filosofía humanista, que centra su eje de acción en el desarrollo integral del estudiante como ser humano, cultivando en él sus valores éticos, motivando su sensibilidad hacia el arte y la cultura y fomentando, particularmente, un alto sentido de responsabilidad hacia la sociedad, inculca tres principios básicos:

EXCELENCIA: El rigor científico y el uso eficaz de todos los recursos tecnológicos disponibles, al máximo de especialización y competencia.

VISIÓN: El poder ampliar el horizonte hacia el universo, responder como ciudadanos del mundo a las nuevas exigencias de la globalización y aportar realmente al progreso del Ecuador.

LIDERAZGO: La capacidad para definir objetivos propios y la decisión para emprender en ellos, firmeza para implantar derechos y

para hacer cumplir obligaciones, con energía, dinamismo y creatividad, pero sobre todo con el ejemplo.

2.1.2 Objetivos de la Universidad

La Universidad Tecnológica Equinoccial tiene la finalidad de brindar a la juventud estudiosa del país una educación científica y tecnológica de nivel superior y una esmerada formación socio humanística, con el propósito de lograr, además de un excelente profesional, un buen ciudadano capacitado para servir a la sociedad. La Universidad Tecnológica Equinoccial se propone alcanzar a través de sus diferentes Facultades, Escuelas y Departamentos los siguientes objetivos:

- Lograr que sus programas académicos, en constante desarrollo, proporcionen a sus estudiantes:
 - La capacidad de proyectarse profesionalmente en su área.
 - La motivación necesaria y un claro sentido de responsabilidad personal y social, para profundizar en la ciencia y en su aplicación práctica, tanto para su realización personal y profesional como para contribuir al estudio y solución de los problemas que el país debe ejecutar para el desarrollo y bienestar de su población.
- Estimular el desarrollo de la capacidad creativa del estudiante y la investigación propia de su pregrado. Establecer programas de postgrado, para fomentar la preparación de profesionales innovadores a un nivel avanzado y especializado.
- Promover y realizar la actividad investigadora como función primordial de la Universidad Tecnológica Equinoccial (1)

1 Sitio oficial de la Universidad Tecnológica Equinoccial- UTE: "La Universidad - Rectorado".
<http://www.ute.edu.ec/Default.aspx?idPortal=1&idSeccion=42&idCategoria=102>.
Octubre del 2010.

2.1.3 Misión, Visión y Valores Corporativos

Misión.- Formar con experiencia y liderazgo, profesionales íntegros, comprometidos con el desarrollo de la ciencia y la sociedad.

Visión.- Ser una universidad de trascendencia académica en América Latina.

Valores Corporativos.-

- Respeto que se expresa en: libertad, honestidad, lealtad, solidaridad, justicia, equidad, integridad, transparencia, y dedicación académica.
- Proceso de inter-aprendizaje en función de la pertenencia institucional y pertenencia social.
- Respeto a los derechos humanos.
- Concienciación en la protección del medio ambiente.
- Responsabilidad social y servicio a la comunidad.
- Reconocimiento a la igualdad de oportunidades.(2)

2.2 Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.

2.2.1 Carrera de Periodismo

Se encuentra ubicada en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación en el campus occidental.

Objetivos Generales

Formar profesionales competentes, cualificados y comprometidos, capaces de liderar el proceso comunicacional, dentro de un marco histórico - socio - cultural, que demuestren siempre su vocación, idoneidad en el trabajo y coherencia vital entre el ser, hacer y sentir, para así poder mejorar la calidad de vida de la sociedad.

Perfil Profesional

- Profesionales con un manejo ético e imparcial de la información
- Con sensibilidad social y sólida formación científica y humanista
- Con hábitos de lectura e investigación
- Con conocimientos amplios de la sociedad y del mundo
- Con habilidades de excelente comunicador, intra y extra medios masivos
- Con capacidades creativas e innovadoras
- Con sólidos conocimientos de nuevas tecnologías e idiomas
- Con amplia cultura general

CAPÍTULO III

3 Investigación

3.1 Metodología de la Investigación

Métodos Teóricos

Método Inductivo – Deductivo

En esta investigación se busca ir de lo específico a lo general, así que utilizaremos el método inductivo el cual utiliza la observación directa de los fenómenos, la experimentación y el estudio de las relaciones que existen entre ellos, esto nos permitirá obtener información sobre algunos aspectos del tema planteado que nos guíara para el desarrollo de la propuesta gráfica para la carrera de Periodismo de la facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.

En correlación utilizaremos el método deductivo que consiste en obtener conclusiones particulares a partir de una ley universal, y así de esta manera dar solución al problema tratado.

Métodos Empíricos

Observación

En esta investigación se mostrara el entorno de la Universidad Tecnológica Equinoccial y comportamiento de los estudiantes que forman parte de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación y la carrera de Periodismo.

3.2 Técnicas de Investigación

La Encuesta

Para esta investigación, utilizaremos la técnica de la encuesta la cual consiste en la formulación de preguntas debidamente formuladas a un grupo de personas que proporcionaran directamente información

sobre aspectos de opinión, ideas o hechos específicos, referentes al tema tratado en esta investigación.

Esta encuesta será planteada a veinte estudiantes de la carrera de Periodismo y nos permitirá obtener una gran cantidad de información de manera ordenada, respecto a su opinión, pensamiento, lo que esperan y lo que desean, aprueban o no respecto al tema tratado en esta investigación. Estos datos serán una guía para saber el estado de información acerca de la carrera de periodismo en la facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.

3.3 Muestra

Para esta ocasión se utilizará el muestreo probabilístico, la muestra es la cantidad de personas que se va a encuestar, en este caso serán veinte estudiantes de la carrera de Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, los cuales de manera confiable, nos proporcionaran una respuesta real sobre el tema.

La fórmula que se empleará es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(N - 1)e^2 + 4 \cdot P \cdot Q}$$

n= muestra

N= universo (1196)

Z= desviación estándar /1.98

e= error muestra /5

P= n probabilidad +/5

Q= n probabilidad -/5

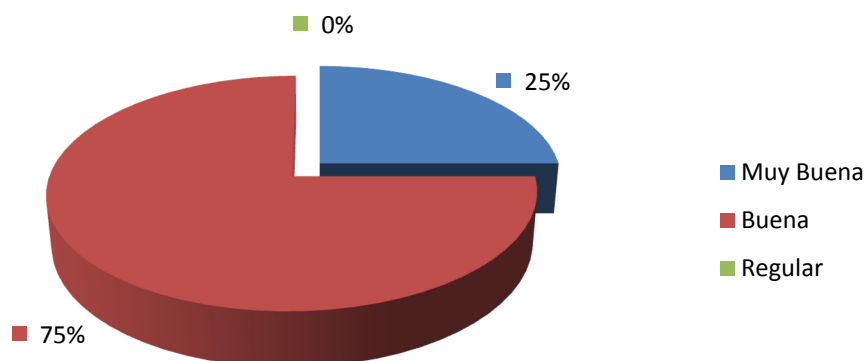
3.4 Recopilación de la Información

Formulario de Encuesta

3.5 Análisis de los datos

Pregunta #1

¿Cuánta información de la carrera recibió al inicio?

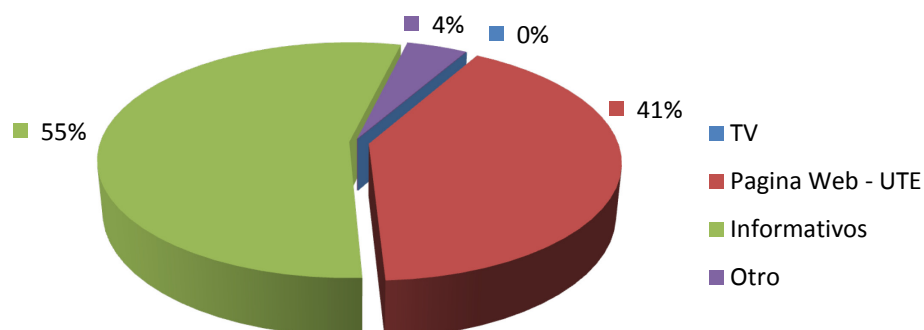


Análisis:

El 75% de los estudiantes encuestados dice que la información fue buena, el 25% dice que fue muy buena, entonces la información de la carrera de periodismo al inicio fue aceptable.

Pregunta #2

¿Mediante que medio recibió información de la carrera de Periodismo?

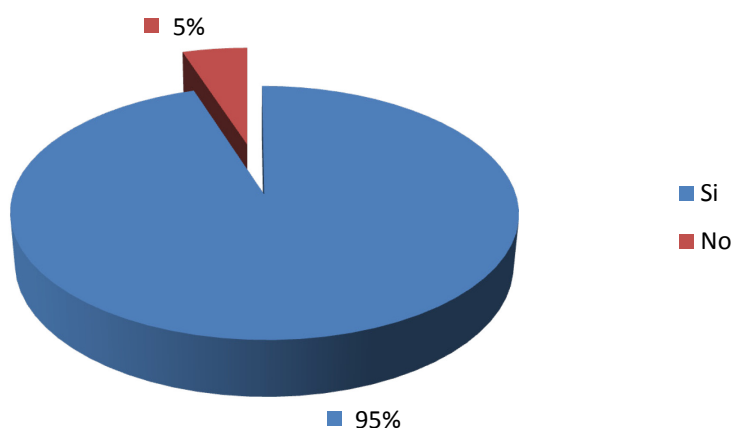


Análisis:

El 55% de los estudiantes encuestados dice que la información recibida fue por informativos, el 41% dice que fue por pagina web y el 4% dice que fue por otro, entonces más estudiantes recibieron información en informativos.

Pregunta #3

¿Cree Ud. que recibió toda la información que necesitaba?

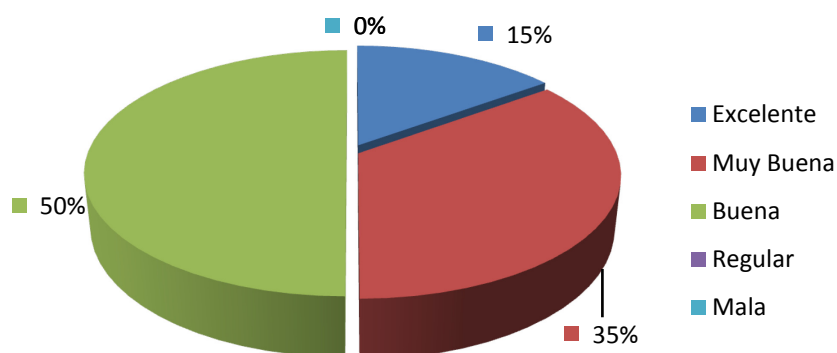


Análisis:

La mayor parte de los estudiantes encuestados consideran que la información que recibieron al inicio sobre la carrera de periodismo fue lo que ellos necesitaban, mientras que el 5% cree que no recibió lo que necesitaba.

Pregunta #4

¿Cómo calificaría en general la información acerca de la carrera de Periodismo?

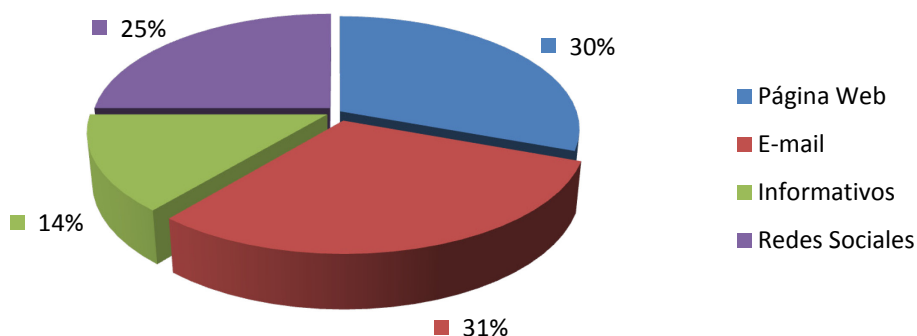


Análisis:

El 50% de los estudiantes califica la información de la carrera como buena, mientras que el 35% dice que es muy buena, y el 15% la califica como excelente, entonces los estudiantes si han recibido buena información sobre la carrera.

Pregunta #5

¿Mediante que medios te gustaría recibir información acerca de la carrera de Periodismo?

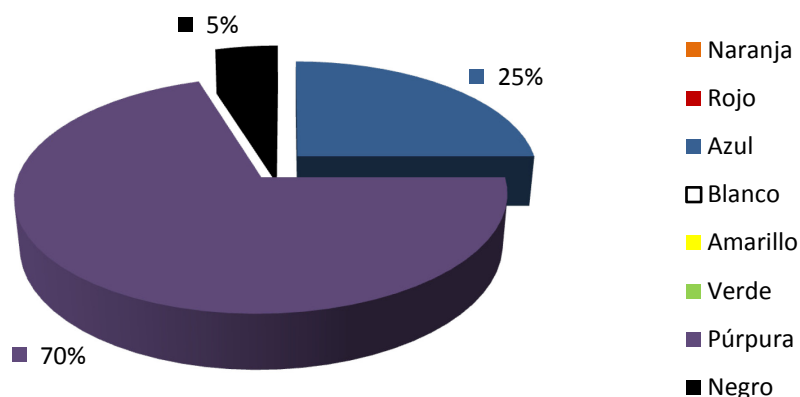


Análisis:

Los estudiantes consideran que desearían recibir información en medios multimedia ya que los mayores porcentajes apuntan a estos, página web, su e-mail y redes sociales.

Pregunta #6

¿Con que color identificas la carrera de Periodismo en la facultad?

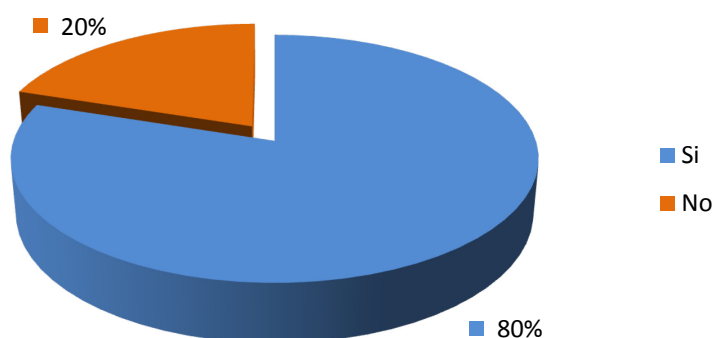


Análisis:

La mayoría de los estudiantes encuestados identifican la carrera de Periodismo con el color púrpura o morado, por encima de otros colores expuestos.

Pregunta #7

¿Te gustaría recibir información de la carrera por medio de un portafolio fotográfico, en donde se muestren los aspectos positivos de la carrera de Periodismo?

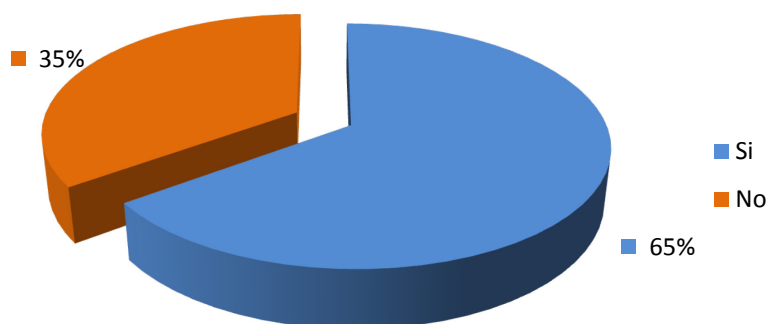


Análisis:

Al 80% de los estudiantes les gustaría información en un portafolio fotográfico para mostrar los aspectos positivos de su carrera.

Pregunta#8

¿Te gustaría participar en un portafolio fotográfico, en donde se muestren los aspectos positivos de tu carrera?

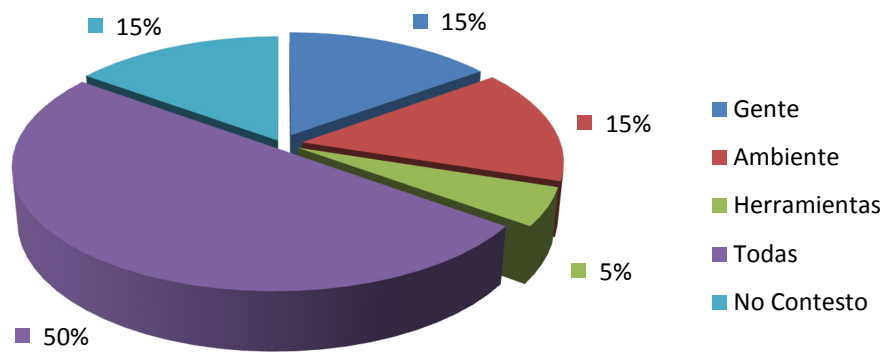


Análisis:

Al 65% de los estudiantes les gustaría participar en un portafolio fotográfico para mostrar los aspectos positivos de su carrera.

Pregunta#9

¿Qué tipo de información te gustaría recibir acerca de tu carrera en la facultad de Ciencias Sociales y Comunicación?



Análisis:

Al 50% de los estudiantes les gustaría información sobre todos los temas tratados en el portafolio fotográfico, mientras que a los demás les interesa un aspecto en específico sobre la temática del portafolio a realizarse.

3.6 Conclusiones Generales

- Los estudiantes de Periodismo si están bien informados sobre la Facultad y su carrera, esto les ayudo a tomar su decisión de estudiar.
- Esta información les ayudara a estar al tanto de las diferentes actividades que se realizaran a futuro en la Facultad y en su carrera, sin embargo pese a la buena información que existe, la propuesta de un portafolio fotográfico para su carrera les llama la atención.
- A los estudiantes les gustaría recibir información por medios diferentes a los mencionados, por lo cual la propuesta de un portafolio fotográfico impreso e interactivo les llamaría la atención.
- Los estudiantes relacionan el color purpura o morado con la carrera de Periodismo en la facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, lo cual posibilita el diseño de una identidad visual.
- El desarrollo de la propuesta de identidad visual, y propuesta de un portafolio fotográfico impreso e interactivo en donde se muestren las diferentes temáticas sobre la carrera de Periodismo y su aplicación, sería un refuerzo para mejorar la percepción de las personas que forman parte de la facultad de Ciencias Sociales y Comunicación y también de las demás personas.

CAPÍTULO IV

4 Propuesta

4.1 Imagen Visual de la Carrera de Periodismo

4.1.2 Propuesta de Logotipo



El logotipo representa a la Carrera de Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Tecnológica Equinoccial - UTE, podrá utilizarse en los diferentes tipos de reproducción que tenga presente la imagen de la Universidad.

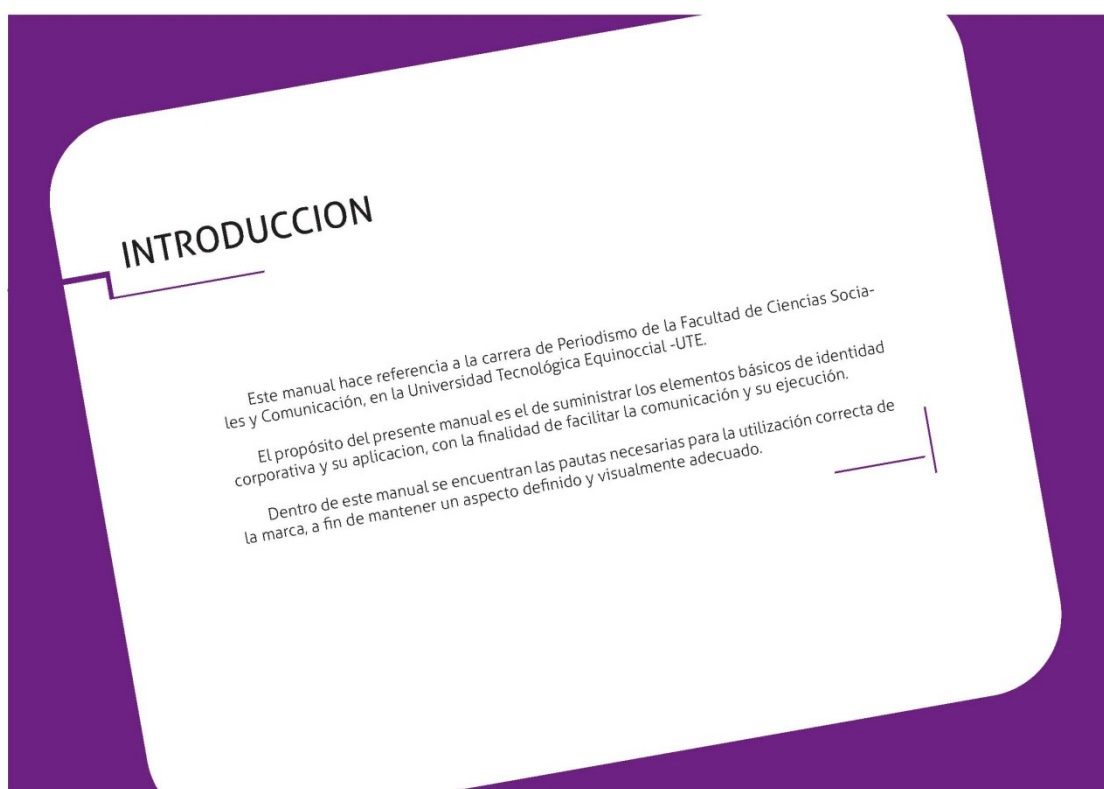
Consiste en un logotipo asociativo que está formado por:

Logotipo.- representa el nombre de la carrera que ofrece la Universidad Tecnológica Equinoccial - UTE.

Isotipo.- representa a las personas que actúan dentro de la carrera de Periodismo.

Slogan.- representa el ideal que tiene a defender un buen periodista

4.1.3 Manual de Identidad Corporativa



Índice

Introducción	pág 1
Filosofía	2
1 Elementos Básicos	3
La Marca	4
El Símbolo	5
Versiones	6
Pauta de construcción	7
Colores corporativos	8
Usos incorrectos	9
Reducción mínima	10
Variación de tonos	11
Tipografía	12
2 Aplicaciones	13
2.1 Papelería Corporativa	14
Hoja membretada	15
Tarjeta de presentación	16
Sobre	17
CD	18
2.2 Señalética	
2.3 Souvenirs	

FILOSOFÍA

Misión - La carrera de Periodismo se encarga de: el manejo ético e imparcial de la información, con sensibilidad social y sólida formación científica y humanística, con hábitos de lectura e investigación, con conocimientos amplios de la sociedad y del mundo, con habilidades de excelente comunicador, intra y extra medios masivos, con capacidades creativas e innovadoras, con sólidos conocimientos de nuevas tecnologías e idiomas, y con amplia cultura general.

Visión - Formar profesionales competentes, cualificados y comprometidos, capaces de liderar el proceso comunicacional, dentro de un marco histórico - socio - cultural, que demuestren siempre su vocación, idoneidad en el trabajo y coherencia vital entre el ser, hacer y sentir, para así poder mejorar la calidad de vida de la sociedad.

1. Elementos Básicos

La Marca

La marca representa a la Carrera de Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Tecnológica Equinoccial - UTE, podrá utilizarse en los diferentes tipos de reproducción que tenga presente la imagen de la Universidad.

Consiste en un logotipo asociativo que esta formado por:

Logotipo.- representa el nombre de la carrera que ofrece la Universidad Tecnológica Equinoccial - UTE.

Isotipo.- representa a las personas que actúan dentro de la carrera de Periodismo.

Slogan.- representa el ideal que tiene a defender un buen periodista.



pág. 3

1. Elementos Básicos

1. Elementos Básicos

El Símbolo

El símbolo gráfico está formado a partir de figuras geométricas básicas, tiene cierto carácter de unidad, dinamismo, orden y limpieza que hace posible la distinción y reconocimiento de la carrera de Periodismo.

Denota o representa una video cámara, usada en el área de periodismo en todo el mundo, dentro de ésta se muestran las siluetas de las personas que forman parte del área de periodismo.

Su connotación es de unidad y profesionalismo de las personas dedicadas a ser periodistas y que han encontrado su vocación (que actúan dentro de esta valiosa carrera.)

Su uso individual está permitido, siempre y cuando no se altere su estructura.



pág. 4

1. Elementos Básicos

Versiones

La marca cuenta con dos versiones, que serán utilizadas en los medios que sean considerados como necesarios.



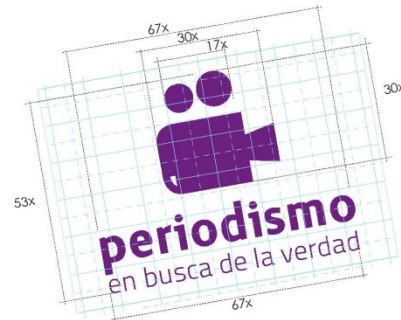
pág. 5

1. Elementos Básicos

Pauta de construcción

La composición de la marca, esta definida en vertical, teniendo en la parte superior, el símbolo gráfico, y en la inferior el logotipo.

Se puede decir que el símbolo gráfico está sobre las letras "o" y "d", siendo estas la base mas sólida, para no crear desequilibrio.



pág. 6

1.1 Elementos Básicos

Colores corporativos

El color utilizado es principalmente el púrpura, su combinación es sencilla, basandose en los principios de la bicromía, que guardan una sencillez y limpieza de gran nivel.

púrpura



PANTONE 2612C (Solid Coated)
c64 - m100 - y0 - k14
R94 - G38 - B124
6C217F

pág. 7

1.1 Elementos Básicos

Aplicaciones cromáticas

Estas son las diferentes combinaciones de color en escala de grises, B/N, especialmente indicados para los formatos en donde no permitan un soporte de color, también se los podrá usar cuando se los considere necesarios.



pág. 8

1.1 Elementos Básicos

Usos incorrectos

Las únicas variaciones son las anteriormente mencionadas, la marca está sometida a ciertos parámetros, por lo tanto se prohíbe los usos incorrectos más comunes que se pueden dar:



pág. 9

1.1 Elementos Básicos

Reducción mínima

Es el mínimo porcentaje escalable que se permite para la distribución de la marca en cualquier soporte gráfico, siendo esta de un 30%.

100%



80%



50%



30%



pág. 10

1. Elementos Básicos

Variación de tonos

La variación en los tonos se aplicará en los medios que se considere como necesarios, la reducción mínima permitida es del 20% de tono para así de esta manera no perder sus detalles.

100%



80%



60%



40%



20%



pág. 11

1.1 Elementos Básicos

Tipografía

La tipografía utilizada para el logotipo es la Surface, una tipografía sin serifa y de estilo moderno, de carácter serio y limpio, fácil de leer y de asimilación rápida.

La tipografía utilizada para el slogan es la Titilium, sin serifa y moderna, la cual se complementa con la primera tipografía mencionada.

Para los textos corporativos, ya sean de carácter interno, o de acceso externo, como comunicados, textos de publicidad, etc, se ha optado por una tipografía sin serifa, de muy fácil lectura, a un tamaño mínimo de 10pts. para texto normal, con un interlineado de 12pts.

Surface

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
nopqrstuvwxyz
0123456789
?="[:;:.*>

Titilium 250

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
nopqrstuvwxyz
0123456789
?="[:;:.*>

Verdana

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
nopqrstuvwxyz
0123456789
?="[:;:.*>

pág. 12

2.1 Papelería Corporativa

2.1 Papelería Corporativa

Hoja membretada

Tamaño A4
Tipo de papel: Bond
Peso: 90 gr.



pág. 13

2.1 Papelería Corporativa

Tarjeta de presentación

El uso de la tarjeta de presentación puede llevarse a cabo también como un identificador personal de las respectivas autoridades de la carrera.

Tamaño: 9 x 5 cm
Tipo de papel: Couche Mate
Peso: 250 gr.



pág. 14

2.1 Papelería Corporativa

Sobre

Tamaño 22 x 11 cm
Tipo de papel: Bond
Peso: 90 gr.



pág. 15

2.1 Papelería Corporativa

CD

Tamaño CD 11.7 cm de diametro
Caja 12.5 x 12.5 cm
Tipo de papel: Marfil lisa
Peso: 200 gr.



pág. 16

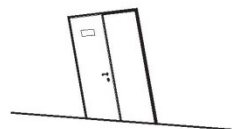
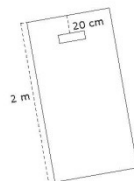
2.2 Señalética

2.2 Señalética

Señalización Interna

Tamaño 25 x 10 cm
Estructura de vinil cortado a medida.
Colocado en lugares visibles,
máximo a 2m de altura.

El uso de la señalética interna
permitirá identificar algunos elementos
que forman parte de la carrera de
periodismo, estos pueden ser: coordina-
dor de la carrera, laboratorios y aulas.



2.3 Souvenirs

2.3 Souvenirs

Regalos corporativos



Mouse y Mousepad



Memoria USB Clip



Llaveros



Tazas



Cuaderno de apuntes con esfero y lápiz



Sombrilla

4.2 Portafolio fotográfico para la Carrera de Periodismo



Créditos

Es siguiente portafolio
fotográfico fue diseñado
por: Henry Jacome M

Cel: 098479800
jmhe37789@ute.edu.ec

Este es un portafolio fotográfico de la carrera de Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, en el cual se muestran los diferentes aspectos positivos de la carrera y de quienes forman parte de ésta.

En este portafolio se muestran diferentes temáticas que tienen que ver con la carrera de Periodismo, la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación y con el nuevo campus de la UTE ubicado en la Av. Occidental y Mariana de Jesús.

Dentro se muestran temáticas internas y externas tales como: gente, ambientes, herramientas y conceptos creativos; las cuales ayudarán a mejorar la percepción sobre la carrera de Periodismo, de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación y de la Universidad en general mostrada al público.

dismo
periodismo
Gente
periodismo
periodismo

Gente

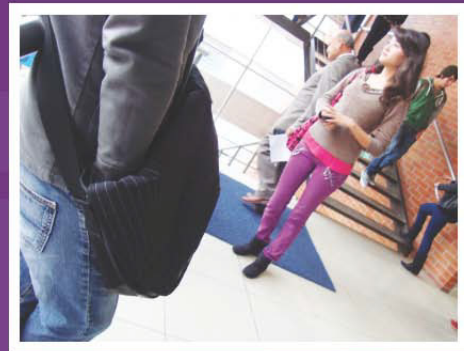
Estudiantes



periodismo
en busca de la verdad

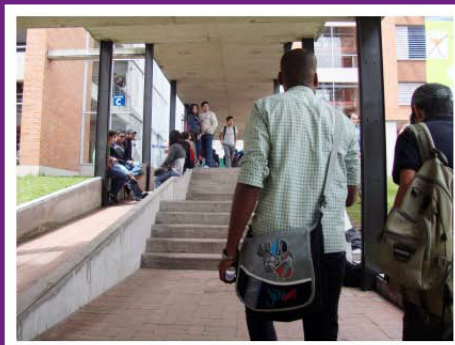


Entrada a los Bloques de la Universidad
Estudiantes entrando, saliendo y dentro de la Universidad



Bloque C Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación
Entrando a recibir clases

Estudiantes



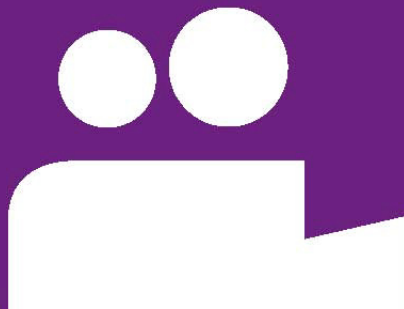
Exteriores de la facultad de Ciencias Sociales y Comunicación
Entrada al Bloque C



Exteriores de la facultad de Ciencias Sociales y Comunicación
"Muchos estudiantes reunidos fuera de la Facultad"



Estudiantes de la Carrera de Periodismo en el aula



Gente

Docentes



periodismo
en busca de la verdad



Sala de reuniones
Reunión de docentes y autoridades



Estudiantes recibiendo clases por parte de su profesora

Docentes



Entrada a la facultad de Ciencias Sociales y Comunicación



Docentes y estudiantes en los pasillos de la Facultad

Gente

Autoridades



periodismo
en busca de la verdad

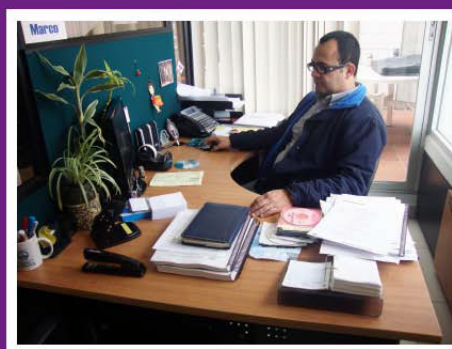


Lic. Jorge Doustdebés
Decano de la Facultad



Dra. Lourdes Armendáriz
Sub Decana de la Facultad

Autoridades



Lic. Marco López
Coordinador de la Carrera de Periodismo



Gente

Administrativos



periodismo
en busca de la verdad



Personal administrativo de la Facultad
Mónica y Paulina



Personal administrativo de la Facultad
Lic. Gladys Luna

Administrativos



Personal administrativo de la Facultad
Mgs. Nelson Reinoso



Entrada a la secretaría de la Facultad



Gente

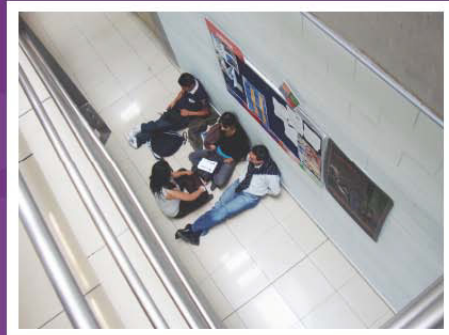
Grupos de trabajo



periodismo
en busca de la verdad



Grupo de estudiantes



Grupo de estudiantes

Grupos de trabajo



Grupo de estudiantes con su profesor



Grupo de estudiantes en laboratorios



Gente

Expresiones



periodismo
en busca de la verdad



Estudiantes saliendo de clases



Muchos estudiantes reunidos fuera de la Facultad

Expresiones



Estudiantes reunidos fuera



Oficinas de docentes
Profesor Samuel Yáñez preparando su clase

Ambientes

Ambientes

Aulas



periodismo
en busca de la verdad

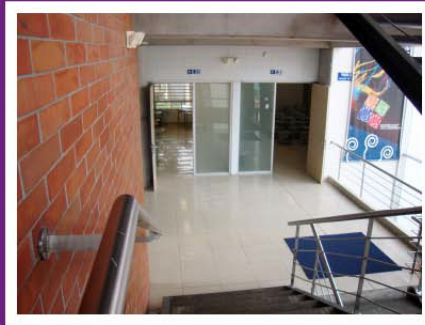


Carretera de Periodismo junto a las aulas



Pasillos que llevan a las aulas de la Facultad

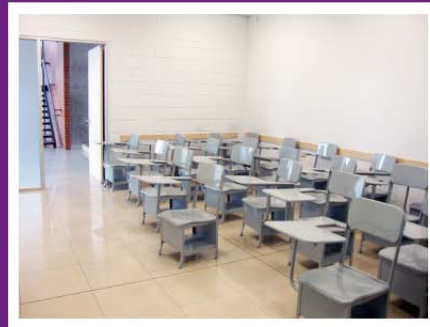
Aulas



Escaleras que llevan a las aulas de la Facultad



Bancas en las aulas de la Facultad



Puertas de entrada a las aulas de la Facultad

Ambientes

Laboratorios



periodismo
en busca de la verdad



Edificio del IDIC junto a la Facultad



Edificio del IDIC - Laboratorios
Puertas de entrada a los laboratorios

Laboratorios



Edificio del IDIC - Laboratorios
Equipos i-mac de última generación en los laboratorios



Edificio del IDIC - Laboratorios
Equipos y mesas en los laboratorios



Edificio del IDIC - Laboratorios
Equipo funcionando en los laboratorios

Ambientes

Infraestructura



periodismo
en busca de la verdad



Edificio de la Facultad de
Ciencias Sociales y Comunicación



Edificio de la Facultad visto desde el este

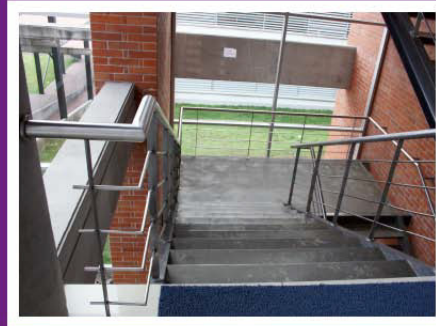
Infraestructura



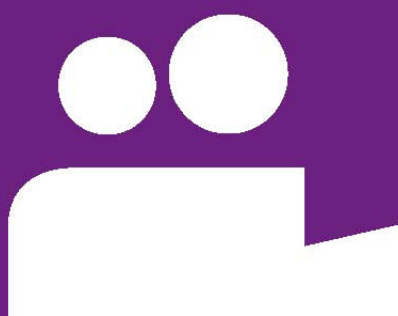
Camino que lleva a la Facultad y sus alrededores



Entrada principal al Bloque C



Escaleras dentro de la Facultad



Ambientes

Espacios



periodismo
en busca de la verdad



Estudiantes reunidos en los espacios verdes



Lugares fuera de la Facultad donde se reúnen los estudiantes

Espacios



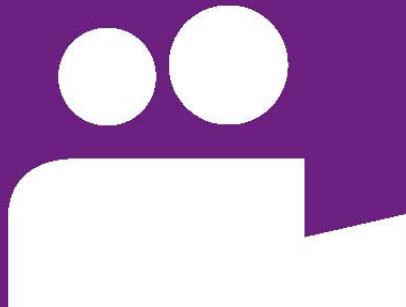
Mesas al aire libre para descanso de los estudiantes



Pequeña choza para recreación de los estudiantes



Cafetería



Herramientas

Herramientas

Materiales



periodismo
en busca de la verdad



Laboratorio de Radio y TV
Video cámara

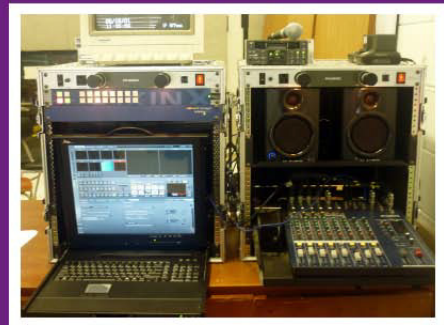


Laboratorio de Radio y TV
Equipos de radio encendidos

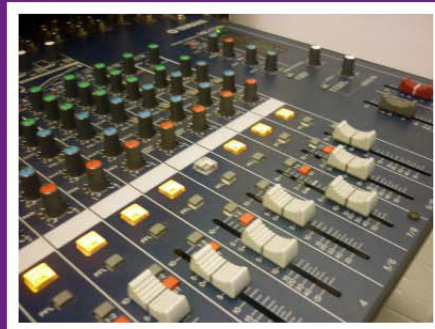
Materiales



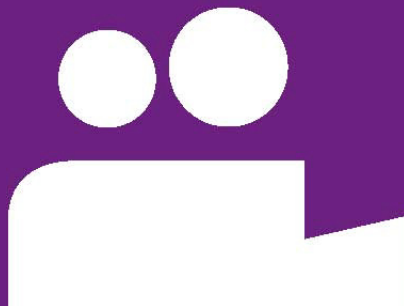
Laboratorio de Radio y TV
Micrófono



Laboratorio de Radio y TV
Equipos para edición de sonido



Laboratorio de Radio y TV
Equipo equalizador de radio



Herramientas

Accesorios



periodismo
en busca de la verdad

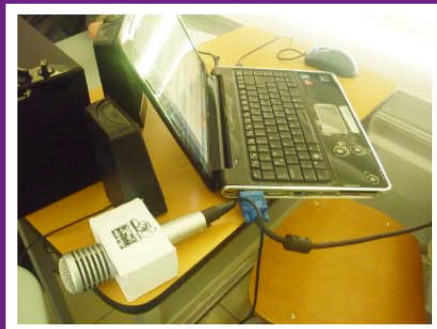


Cámara fotográfica reflex



Tripode para cámara

Accesorios



Portadl y microfono



Cámara fotográfica digital

Herramientas

Útiles



periodismo
en busca de la verdad



Cuadernillo de apuntes

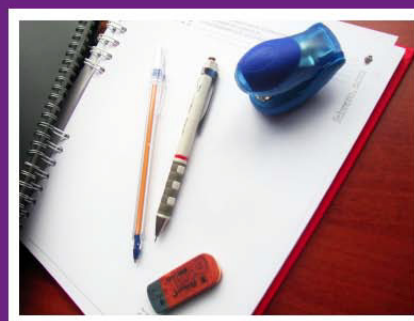


Computador portátil

Útiles



Carpeta



Esfero, lápiz, borrador y grapadora



periodismo

Conceptos Creativos

periodismo

Conceptos Creativos



periodismo
en busca de la verdad



Estudiantes bajo el lente de la cámara



Los estudiantes son los mejores representantes ante los medios de comunicación

Conceptos Creativos



Camarógrafo listo para cumplir con su trabajo



El Periodismo siempre está presente en cualquier lugar de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación



Equipos listos y dispuestos para los estudiantes de Periodismo

Conceptos Creativos



periodismo
en busca de la verdad

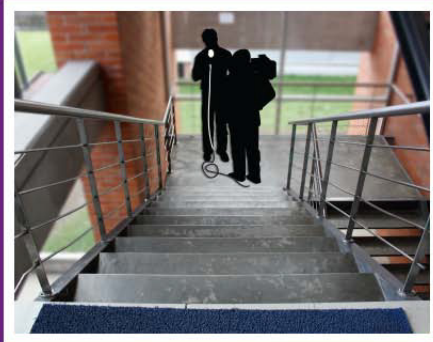


Cartelera lugar de información y expresión para los estudiantes de Periodismo



Siempre hay un lugar para estudiantes dinámicos dispuestos a aprender

Conceptos Creativos



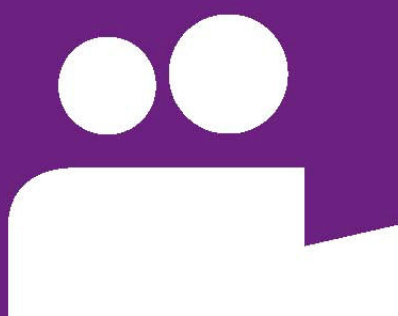
Libre expresión en cualquier lugar de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación



Edificio de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, hogar de la Carrera de Periodismo



Expresiones y conceptos a color de estudiantes siempre dinámicos



Conceptos Creativos



periodismo
en busca de la verdad



Espacios verdes en un campus moderno y ecológico para los estudiantes



El camino que recorren los estudiantes que los llevará a ser un buen Periodista

Conceptos Creativos



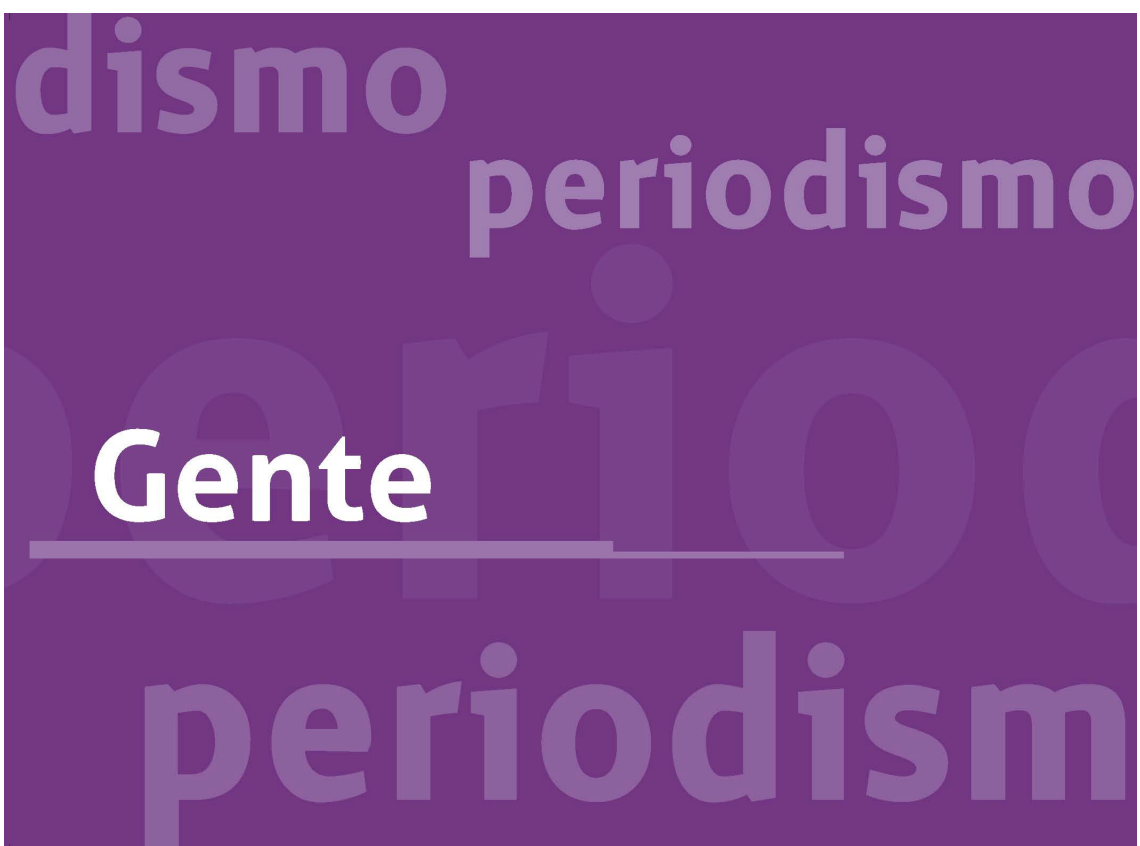
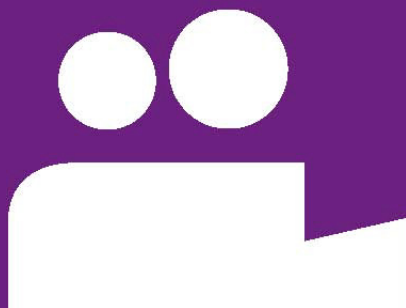
Voz y voto para los estudiantes en el campus



Áreas verdes y aire fresco para los estudiantes



Equipos siempre en funcionamiento para los estudiantes de Periodismo



Gente



periodismo
en busca de la verdad



Instalaciones de Hoy TV
Set de grabación



Instalaciones de Hoy TV
Estudio de radio

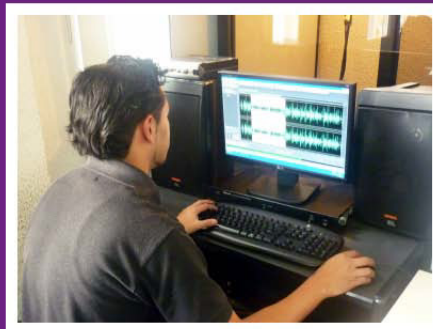
Gente



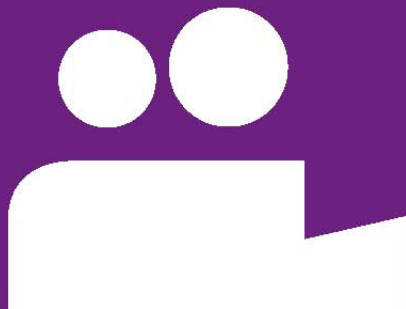
Instalaciones de Hoy TV
Oficinas de periodistas



Instalaciones de Hoy TV
Sala de reuniones y debate



Instalaciones de Hoy TV
Edición de sonido



Gente



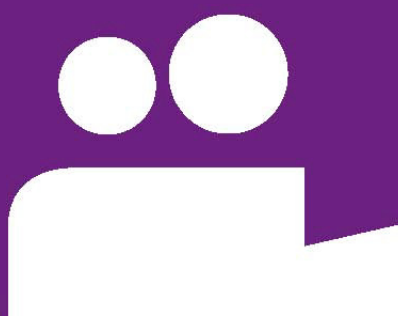
Instalaciones de Hoy TV
Oficina de edición de video y efectos



Instalaciones de Hoy TV
Oficina de coordinación general



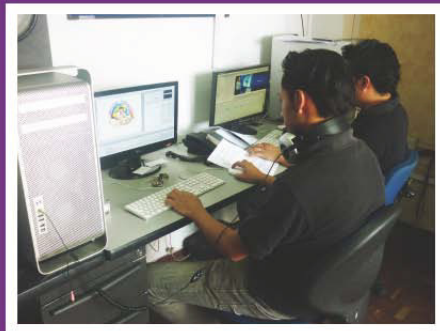
Instalaciones de Hoy TV
Personal administrativo y relaciones públicas



Gente



periodismo
en busca de la verdad



Instalaciones de Hoy TV
Edición de video



Instalaciones de Hoy TV
Sec de televisión y cámaras

periodismo

Ambientes

periodismo

Ambientes

Lugares de trabajo



periodismo
en busca de la verdad



Instalaciones de HoyTV
Estudio de televisión



Instalaciones de HoyTV
Set de grabación para invitados

Ambientes



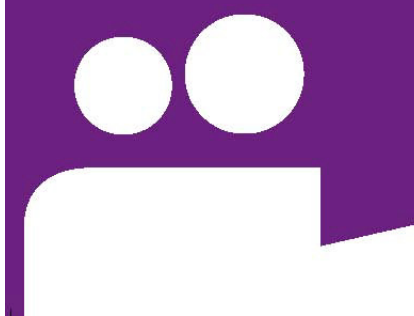
Instalaciones de Hoy TV
Estudio de radio y edición de sonido



Instalaciones de Hoy TV
Control de TV



Instalaciones de Hoy TV
Oficinas de periodistas



dismo
periodismo
Herramientas
periodismo

Herramientas

Materiales



periodismo
en busca de la verdad

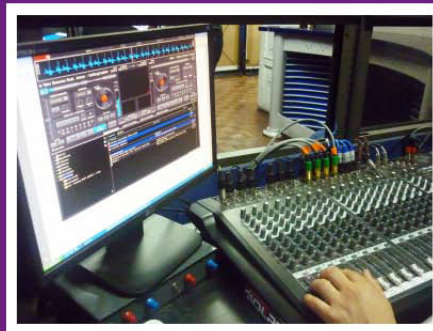


Instalaciones de Hoy TV
Consola de radio y audio



Instalaciones de Hoy TV
Micrófonos

Materiales



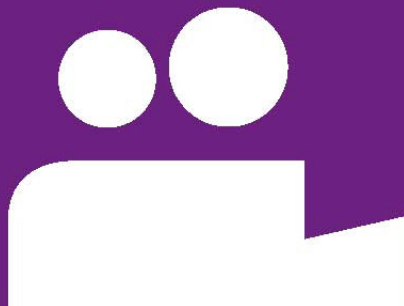
Instalaciones de Hoy TV
Equipo de computación



Instalaciones de Hoy TV
Camara de video



Instalaciones de Hoy TV
Control y sincronización de TV

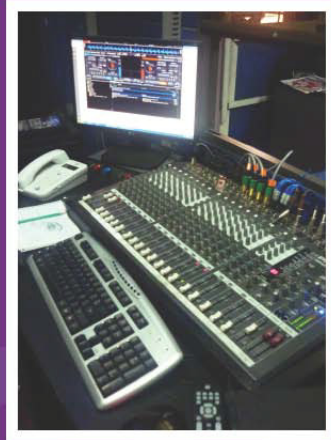


Herramientas

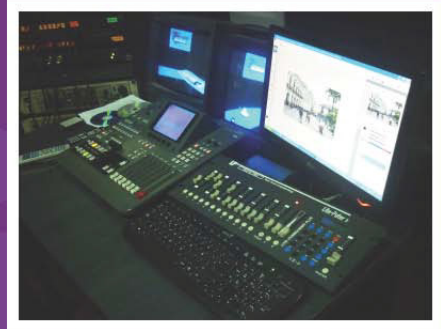
Materiales



periodismo
en busca de la verdad

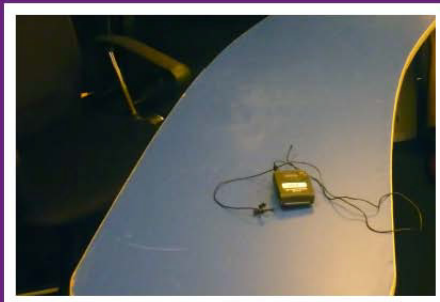


Instalaciones de Hoy TV
Consola de audio



Instalaciones de Hoy TV
Equipos de control para TV

Materiales



Instalaciones de Hoy TV
Intercomunicador



Instalaciones de Hoy TV
Camara de video sobre tripode

periodismo

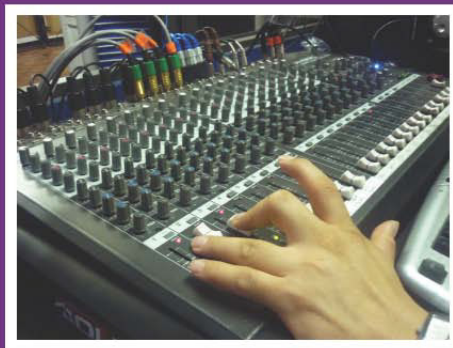
Conceptos Creativos

periodismo

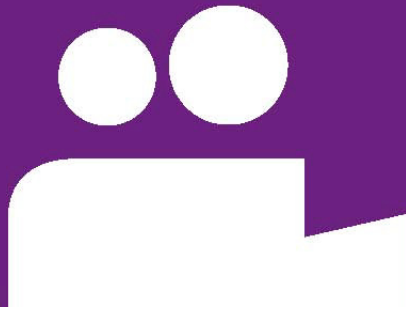
Conceptos Creativos



periodismo
en busca de la verdad



Conceptos Creativos



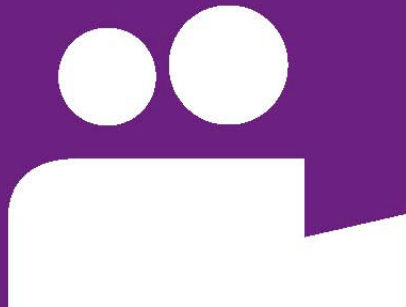
Conceptos Creativos



periodismo
en busca de la verdad



Conceptos
Creativos



4.3 Aplicación en soportes gráficos publicitarios.

Cartel Publicitario



Postales



Calendarios

Calendario 2011





periodismo
en busca de la verdad

<p>ENERO</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1</p> <p>2 3 4 5 6 7 8</p> <p>9 10 11 12 13 14 15</p> <p>16 17 18 19 20 21 22</p> <p>23 24 25 26 27 28 29</p> <p>30 31</p>	<p>FEBRERO</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>6 7 8 9 10 11 12</p> <p>13 14 15 16 17 18 19</p> <p>20 21 22 23 24 25 26</p> <p>27 28</p>	<p>MARZO</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>6 7 8 9 10 11 12</p> <p>13 14 15 16 17 18 19</p> <p>20 21 22 23 24 25 26</p> <p>27 28 29 30 31</p>	<p>ABRIL</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2</p> <p>3 4 5 6 7 8 9</p> <p>10 11 12 13 14 15 16</p> <p>17 18 19 20 21 22 23</p> <p>24 25 26 27 28 29 30</p>	<p>MAYO</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3 4 5 6 7</p> <p>8 9 10 11 12 13 14</p> <p>15 16 17 18 19 20 21</p> <p>22 23 24 25 26 27 28</p> <p>29 30 31</p>	<p>JUNIO</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3 4</p> <p>5 6 7 8 9 10 11</p> <p>12 13 14 15 16 17 18</p> <p>19 20 21 22 23 24 25</p> <p>26 27 28 29 30</p>
<p>JULIO</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2</p> <p>3 4 5 6 7 8 9</p> <p>10 11 12 13 14 15 16</p> <p>17 18 19 20 21 22 23</p> <p>24 25 26 27 28 29 30</p> <p>31</p>	<p>AGOSTO</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3 4 5 6</p> <p>7 8 9 10 11 12 13</p> <p>14 15 16 17 18 19 20</p> <p>21 22 23 24 25 26 27</p> <p>28 29 30 31</p>	<p>SEPTIEMBRE</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3</p> <p>4 5 6 7 8 9 10</p> <p>11 12 13 14 15 16 17</p> <p>18 19 20 21 22 23 24</p> <p>25 26 27 28 29 30</p>	<p>OCTUBRE</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1</p> <p>2 3 4 5 6 7 8</p> <p>9 10 11 12 13 14 15</p> <p>16 17 18 19 20 21 22</p> <p>23 24 25 26 27 28 29</p> <p>30 31</p>	<p>NOVIEMBRE</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>6 7 8 9 10 11 12</p> <p>13 14 15 16 17 18 19</p> <p>20 21 22 23 24 25 26</p> <p>27 28 29 30</p>	<p>DICIEMBRE</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3</p> <p>4 5 6 7 8 9 10</p> <p>11 12 13 14 15 16 17</p> <p>18 19 20 21 22 23 24</p> <p>25 26 27 28 29 30 31</p>

www.ute.edu.ec
Campus Matriz: Bourgeois N34-102 y Rumipamba - Telfs: 02 2990 800 / 02 2446 233
Campus Occidental: Av. Occidental y Mariana de Jesús

Calendario 2011





periodismo
en busca de la verdad

<p>ENERO</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1</p> <p>2 3 4 5 6 7 8</p> <p>9 10 11 12 13 14 15</p> <p>16 17 18 19 20 21 22</p> <p>23 24 25 26 27 28 29</p> <p>30 31</p>	<p>ABRIL</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2</p> <p>3 4 5 6 7 8 9</p> <p>10 11 12 13 14 15 16</p> <p>17 18 19 20 21 22 23</p> <p>24 25 26 27 28 29 30</p>	<p>JULIO</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2</p> <p>3 4 5 6 7 8 9</p> <p>10 11 12 13 14 15 16</p> <p>17 18 19 20 21 22 23</p> <p>24 25 26 27 28 29 30</p> <p>31</p>	<p>OCTUBRE</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1</p> <p>2 3 4 5 6 7 8</p> <p>9 10 11 12 13 14 15</p> <p>16 17 18 19 20 21 22</p> <p>23 24 25 26 27 28 29</p> <p>30 31</p>
<p>FEBRERO</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>6 7 8 9 10 11 12</p> <p>13 14 15 16 17 18 19</p> <p>20 21 22 23 24 25 26</p> <p>27 28</p>	<p>MAYO</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3 4 5 6 7</p> <p>8 9 10 11 12 13 14</p> <p>15 16 17 18 19 20 21</p> <p>22 23 24 25 26 27 28</p> <p>29 30 31</p>	<p>AGOSTO</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3 4 5 6</p> <p>7 8 9 10 11 12 13</p> <p>14 15 16 17 18 19 20</p> <p>21 22 23 24 25 26 27</p> <p>28 29 30 31</p>	<p>NOVIEMBRE</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>6 7 8 9 10 11 12</p> <p>13 14 15 16 17 18 19</p> <p>20 21 22 23 24 25 26</p> <p>27 28 29 30</p>
<p>MARZO</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>6 7 8 9 10 11 12</p> <p>13 14 15 16 17 18 19</p> <p>20 21 22 23 24 25 26</p> <p>27 28 29 30 31</p>	<p>JUNIO</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3 4</p> <p>5 6 7 8 9 10 11</p> <p>12 13 14 15 16 17 18</p> <p>19 20 21 22 23 24 25</p> <p>26 27 28 29 30</p>	<p>SEPTIEMBRE</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3</p> <p>4 5 6 7 8 9 10</p> <p>11 12 13 14 15 16 17</p> <p>18 19 20 21 22 23 24</p> <p>25 26 27 28 29 30</p>	<p>DICIEMBRE</p> <p><u>D L M X J V S</u></p> <p>1 2 3</p> <p>4 5 6 7 8 9 10</p> <p>11 12 13 14 15 16 17</p> <p>18 19 20 21 22 23 24</p> <p>25 26 27 28 29 30 31</p>

2011

Brochure



Campus Matriz:
Bourgeois N34-102 y Rumipamba
Telfs: 02 2990 800 / 02 2446 233 ext. 2270

Campus Occidental:
Av. Occidental y Mariana de Jesús
www.ute.edu.ec





**Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación
Carrera de Periodismo**

El Periodista puede desempeñarse en:

- Medios de Comunicación tradicionales (diarios, revistas, radio y televisión), Internet y Multimedia.
- Producción televisiva y cinematografía.
- Planificación y elaboración de proyectos de comunicación alternativa.

Requisitos para la inscripción:

- Original y copia a color de la cédula de ciudadanía o pasaporte.
- Solicitud de inscripción (adquiere en Tesorería).
- Llena tu solicitud y preséntala con la cédula de ciudadanía (original y copia a color) en la oficina de Administración Académica.
- Luego, preséntate en la fecha y hora previstas para la prueba de admisión.



Misión - La carrera de Periodismo se encarga de: el manejo ético e imparcial de la información, con sensibilidad social y sólida formación científica y humanística, con hábitos de lectura e investigación, con conocimientos amplios de la sociedad y del mundo, con habilidades de excelente comunicador, intra y extra medios masivos, con capacidades creativas e innovadoras, con sólidos conocimientos de nuevas tecnologías e idiomas, y con amplia cultura general.

Visión - Formar profesionales competentes, cualificados y comprometidos, capaces de liderar el proceso comunicacional, dentro de un marco histórico-socio-cultural, que demuestren siempre su vocación, idoneidad en el trabajo y coherencia vital entre el ser, hacer y sentir, para así poder mejorar la calidad de vida de la sociedad.

Valores - Fomentar el respeto, confianza, seguridad y honestidad en los jóvenes.

periodismo



Promocionales



Banner Web

www.ute.edu.ec/default.aspx?&idCategoria=130&idSeccion=93

Español | English

Inicio | Contáctanos

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

ACREDITADA

Progrado | Posgrado | Distancias | Correo | Biblioteca

La Universidad | Programas Académicos | Servicios | Investigación | Enlaces | Publicaciones | Noticias

Facultad de Ciencias Sociales y de Comunicación

Periodismo

Facultad de Ciencias Sociales y de Comunicación

Carrera de Periodismo

periodismo en busca de la verdad

OFERTA ACADÉMICA

Marzo - Octubre 2018

TÍTULO A OBTENER

Periodista

REQUISITOS DE APROBACIÓN

De acuerdo al Reglamento de Régimen Académico y la normativa interna:

- Aprobar 230 créditos, en los que incluyen 4 créditos de Olimpiada, 24 créditos de inglés (6 niveles) y 9 créditos de materias Optativas.
- Cumplir con los requisitos de graduación generales para todos los estudiantes de la UTE.
- Certificado de haber cumplido 400 horas de prácticas pre-profesionales.
- Certificado de haber cumplido con trabajos de vinculación con la colectividad en los campos de especialidad, de conformidad con el Reglamento de Régimen Académico del COTESSJP.
- Presentación y defensa de la tesis (o proyecto) sobre un tema específico de su profesión, de

CAMPUS

QUITO

DOMINGO

BIBLIOGRAFÍA

RODRIGEZ MOGUEL, Ernesto A: "Metodología de la Investigación: la creatividad, el rigor del estudio y la integridad son factores que transforman al estudiante en un profesionalista de éxito, 4ta Edición 2005 Universidad Autónoma de Tabasco – México, pág. 29 - 33

URBANO CLAUDIO, José Yuni: "Técnicas para Investigar 2", 2da Edición ed. Brujas 2006, págs. 80 - 83

SANCHEZ CEGARRA: "Metodología de la investigación científica y tecnológica", Madrid, Editorial Díaz de Santos. 2004. Págs. 81 – 90

MOLINA, Violeta: "Imagen Corporativa". 1era Edición, 2004, Editorial. Gemagrafic. Págs. 9-16.

CERVERA FANTONI, Ángel Luis: "Comunicación Total", 4ta Edición, Editorial ESIC, Madrid – España, 2008. Págs. 100-117

BORRINI, Alberto: "Publicidad, diseño y empresa" 1era Edición. Buenos Aires .Ediciones Infinito, 2006. Págs. 75-106

GARCIA-UCEDA, Mariola: "Las Claves de la Publicidad". 6ta Edición. Editorial ESIC, Madrid – España, 2008. Págs. 116-121

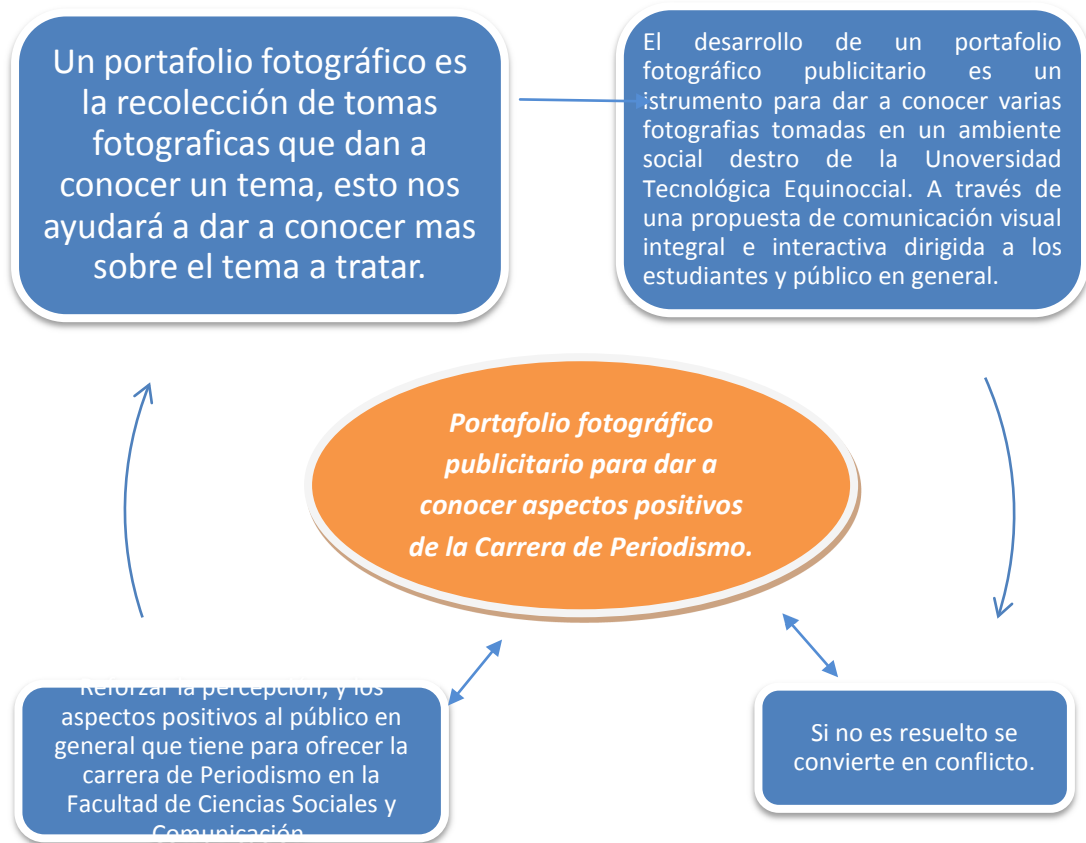
DALY, Tim: "Enciclopedia de Fotografía Digital – Guía completa de Imagen y Arte Digital", 1era Edición en lengua española, 2005. Editorial Blume, Págs. 40 – 69

CARRILLO MEDRANO, Patricia: "Fotografía: Manual de procesos alternativos", México, Ed. UNAM. 2007. Págs... 13 - 24

DEWIT, Oliver: "Fotografía digital: Dispara, retoca y difunde". Editorial. ENI. 2004. Págs. 14 -20

ANEXOS

Cuadro 1



Cuadro 2



Anexo 1 – Composición Fotográfica

El Encadre



Fuente: www.fotonostra.com

Punto de Vista



Fuente: www.fotonostra.com

Enfoque y Exposición

