



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIA DE LA
EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN**

Proyecto previo a la obtención del título de:

**LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO
Y PUBLICIDAD**

TEMA:

***Categorización de Banco de
Imágenes Especializadas***

ASESORA:

Lic. Soraya Borja Jacóme

AUTORES:

**María José Pinela Zurita
Rómulo Rafael Vinuesa Gualpa**

Milagro - Ecuador

2011

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora de Proyectos de Investigación, nombrada por el Consejo Directivo de la Unidad Académica Ciencia de la Educación y de la Comunicación de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Grado con el Título de, CATEGORIZACIÓN DE BANCO DE IMÁGENES ESPECIALIZADAS.

Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el Título de LICENCIADOS EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por los egresados:

MARIA JOSE PINELA ZURITA

RÓMULO RAFAEL VINUEZA GUALPA

TUTORA:

LIC. SORAYA BORJA JÁCOME.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros, MARÍA JOSÉ PINELA ZURITA y RÓMULO RAFAEL VINUEZA GUALPA declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica Ciencia de la Educación y de la Comunicación de la Universidad Estatal de Milagro ser autores del proyecto titulado: Categorización de Banco de Imágenes Especializadas.

El mismo que ha sido realizado bajo la supervisión de la Lic. Soraya Borja Jácome en calidad de tutora.

MARIA JOSE
PINELA ZURITA

RÓMULO RAFAEL
VINUEZA GUALPA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y DE LA COMUNICACIÓN**

EL TRIBUNAL EXAMINADOR previo a la obtención del título de LICENCIADOS EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD, otorga al presente PROYECTO DE INVESTIGACIÓN las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA.....	[]
DEFENSA ORAL.....	[]
TOTAL.....	[]
EQUIVALENTE.....	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR DELEGADO

DEDICATORIA

Dedico el presente Proyecto Investigativo con mucho cariño a mis padres y de manera muy especial, a mi madre, por ser la razón para luchar constantemente en esta vida y en el difícil camino de formarme como profesional para servir de ejemplo a mis hermanos y a la sociedad.

Rómulo Vinueza Gualpa

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a mi familia con quienes he contado incondicionalmente, Dedico el presente Proyecto Investigativo con mucho amor a mis padres, por ser la razón para luchar firmemente en esta vida y en el camino difícil de formarme como una profesional para servir de ejemplo a mis hermanos y amigos.

María José Pinela Zurita

AGRADECIMIENTO

Expreso mi infinito agradecimiento de forma muy especial a Dios, a mi familia y amigos (as), por permitirme haber llegado a esta importante instancia de mi vida, en la cual he sabido luchar con la fuerza de su manto he salido adelante en este arduo camino del saber. De la misma manera, mi agradecimiento a cada uno de los Profesores de la Universidad Estatal de Milagro, quienes con su conocimiento, paciencia y abnegada vocación han sabido guiarme por el sendero del bien y del éxito profesional.

A todos ustedes, gracias

Rómulo Vinueza Gualpa

Primero agradezco a Dios por regalarme cada día un hermoso amanecer por bendecirme con la vida y a mis Padres y amigos por haberme dado las fuerzas y ánimo para culminar mi carrera universitaria.

A mis maestros que me impartieron sus conocimientos y por su gran imperturbabilidad al resolver las dudas que ameritaban el momento.

No quiero terminar con un simple gracias; la vida en la universidad te hace ver las cosas diferente te hace anhelar un futuro mejor, ser como aquellos maestros que impartieron sus conocimientos para que seamos unos profesionales.

A todos ustedes con admiración y respeto gracias.

María José Pinela Zurita

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Milagro, octubre del 2011

DOCTOR.

RÓMULO MINCHALA MURILLO

RECTOR DE LA UNIVERSIDAD DE MILAGRO

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención del Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue: CATEGORIZACIÓN DE BANCO DE IMÁGENES ESPECIALIZADAS, y que corresponde a la Unidad Académica Ciencias de la Educación y de la Comunicación.

MARIA JOSE
PINELA ZURITA

ROMULO RAFAEL
VINUEZA GUALPA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIA DE LA
EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN**

CARRERA LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD

PROYECTO DE GRADO:

Categorización de Banco de Imágenes Especializadas

AUTORES:

María José Pinela Zurita

Rómulo Vinuesa Gualpa

RESUMEN

Contribuyendo en la atención de las necesidades académicas de los estudiantes de la UNEMI, este trabajo presenta como propuesta diseño de un repositorio de imágenes especializadas que podría convertirse en una herramienta útil para los estudiantes de Diseño Gráfico y Publicidad de la Universidad Estatal de Milagro.

Palabras clave: banco de imágenes, diseño gráfico, publicidad, planos fotográficos.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIA DE LA
EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN**

CARRERA LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD

PROYECTO DE GRADO:

Categorización de Banco de Imágenes Especializadas

AUTORES:

María José Pinela Zurita

Rómulo Vinuesa Gualpa

ABSTRACT

Contributing to the attention of the academic needs of students UNEMI, this paper presents a design as proposed repository specialized images that could become a useful tool for students of Graphic Design and Advertising at the State University of Milagro.

Keywords: image bank, graphic design, advertising, photographic planes.

ÍNDICE GENERAL

A. PÁGINAS PRELIMINARES

Carátula	
Aceptación de la Tutora	i
Declaración de Autoría de la investigación	ii
Certificación de la Defensa.....	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Cesión de Derechos del Autor.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii

B. TEXTO..... 1

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I 2

EL PROBLEMA I 2

1.1 Planteamiento del Problema. 2

1.1.1 Problematización..... 2

1.1.2 Delimitación del Problema 3

1.1.3 Formulación del Problema..... 3

1.1.4 Sistematización del Problema 4

1.2 Objetivos 4

1.2.1. Objetivo General 4

1.2.2. Objetivos Específicos 4

1.3 Justificación..... 5

1.3.1 Justificación de la Investigación.....5

CAPÍTULO II..... 6

MARCO REFERENCIAL 6

2.1 Marco Teórico	6
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	6
2.1.2. Antecedentes Referenciales.....	11
2.1.3. Fundamentación.....	12
2.2 Marco Conceptual	17
2.3 Hipótesis y Variables.....	18
2.3.1 Hipótesis General.....	18
2.3.2 Hipótesis Particulares.....	18
2.3.3 Declaración de Variables.....	18
2.3.4 Operacionalización de Variables	19
CAPÍTULO III.....	20
MARCO METODOLÓGICO.....	20
3.1 Tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general	20
3.2 La Población y la Muestra	20
3.2.1 Características de la población	20
3.2.2 Delimitación de la Población	20
3.2.3 Tipo de Muestra	20
3.2.4 Tamaño de la Muestra.....	21
3.2.5 Proceso de selección	21
3.3 Los Métodos y las Técnicas	22
3.4 Procesamiento estadístico de la información	23
CAPÍTULO IV.....	24
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	24
4.1 Análisis de la situación actual.....	24

Cuadro N°1	
GráficoN°1	
Análisis de la situación	
Actual.....	25
CuadroN°2	
GráficoN°2	
Análisis de la situación	
Actual.....	26
CuadroN°3	
GráficoN°3	
Análisis de la situación	
Actual.....	27
Gráfico N°4	
Análisis de la situación	
Actual.....	28
CuadroN°5	
Gráfico N°5	
Análisis de la situación	
Actual.....	29
CuadroN°6	
Gráfico N°6	
4.2Análisis comparativo, evolución tendencias y	
perspectivas.....	36
4.3Resultados.....	36
4.4Verificación de Hipótesis.....	37
CAPÍTULO V.....	39
PROPUESTA.....	39

5.1 Tema	39
5.2 Fundamentación.....	39
5.3 Justificación.....	41
5.4 Objetivos	41
5.4.1 Objetivo General de la Propuesta	41
5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta	42
5.5 Ubicación.....	42
5.6 Estudio de factibilidad.....	42
5.7 Descripción de la propuesta	42
5.7.1 Actividades	47
5.7.2 Recursos y Análisis Financiero	48
5.7.3 Impacto.....	49
5.7.4 Cronograma	50
5.7.5 Lineamiento para evaluar la Propuesta.....	51
CONCLUSIONES	52
RECOMENDACIONES	52
C. MATERIALES DE REFERENCIA	53
BIBLIOGRAFÍA.....	53
ANEXOS	55

Anexo

1.....56

Encuesta realizada a los estudiantes de Diseño Gráfico de la
Universidad Estatal de Milagro

Anexo

2.....59

Entrevista realizada a Profesionales en Diseño Gráfico en Sistemas

Anexo

3.....61

Fotos sobre las encuestas realizadas a los estudiantes de
Diseño Gráfico y Publicidad

INTRODUCCIÓN

La influencia de la imagen se impone en el siglo XX con la fotografía, actualmente a través de la web los bancos de imágenes que aparecieron aproximadamente en 1971 han tomado gran fuerza; esta demanda obliga a que los diseñadores de estos espacios efectúen cambios sustanciales y permanentes para ofrecer productos y/o servicios de acuerdo a los requerimientos del usuario.

Los demandantes frecuentes de estos productos por lo general son estudiantes que cursan carreras afines a la publicidad y al diseño gráfico quienes necesitan usualmente un banco imágenes especializada que servirán de complemento o de base para creación de sus trabajos, sin embargo, no todos los portales son de acceso libre y/o poseen tomas de buena calidad es ahí cuando surge el problema para quienes necesitan utilizar imágenes de base o de complemento, pues en la mayoría de los casos su disponibilidad de tiempo no le permite capturarla personalmente, por ejemplo, si el diseñador necesita una fotografía nítida del mar para crear un diseño por obvias razones necesitará recurrir a algún banco de imágenes como punto de partida.

Este trabajo presenta cuán necesario es la utilización de un banco de imágenes, para lograrlo se realizaron encuestas a los estudiantes de Diseño Gráfico de la UNEMI y entrevistas a profesionales en el tema del diseño y la publicidad.

Los Resultados de esta investigación determinaron como posible solución al problema que un banco de imágenes especializado de uso exclusivo de la UNEMI podría convertirse en una herramienta útil para los estudiantes.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

El mundo de la tecnología avanza vertiginosamente que prácticamente todo está enfocando hacia el uso de la Web, esto obliga a que todo el tiempo se efectúen cambios sustanciales y usables en los sitios virtuales que permita a los ofertantes alojarse en el internet para ofrecer productos y/o servicios de manera eficiente y competitiva a usuarios que lo requieran.

Sin embargo, este recurso informático no ha sido explotado debidamente como medio de comunicación efectivo por la mayoría de las organizaciones con o sin ánimo de lucro debido a la desinformación que existe ¿cómo acceder a un portal web o para qué sirve?, en los países en vía de desarrollo como el Ecuador este tipo de tecnología de información y comunicación está avanzando a pasos lentos, hasta marzo del 2011 3.333.459¹ ecuatorianos tienen acceso a internet, pese a los avances en comparación con años anteriores, la cifra continúa siendo baja.

Los estudiantes universitarios que cursan carreras afines a la publicidad son usuarios permanentes del internet y necesitan usualmente un banco de datos que contenga imágenes especializadas que sirvan de complemento para creación e innovación de trabajos de diseño gráfico, la no existencia de dicho

¹ Estadísticas superintendencia de telecomunicaciones del Ecuador
http://www.supertel.gob.ec/pdf/estadisticas/acceso_internet.pdf

material dificulta y retrasa la labor del profesional y del estudiante de dicha carrera puesto que el material que está disponible en la web tiene sellos de protección, baja resolución, tamaños inapropiados.

Esta investigación diagnostica la problemática del diseño gráfico al momento de obtener imágenes de la web y determinará las necesidades de los estudiantes con respecto a los bancos de imágenes para luego proponer alternativas para que los usuarios del sitio web de imágenes especializadas de esta Institución de Educación Superior como lo es la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI) tengan acceso a un material visual de buena calidad.

Pronóstico

El difícil acceso a un banco de imágenes con buena resolución es un obstáculo que se presenta durante el proceso creativo de los estudiantes de diseño gráfico, dicho problema mejora la calidad de sus trabajos.

Control de Pronóstico

Si los estudiantes tienen acceso a imágenes con buena resolución a través de un banco virtual mejorarían la calidad de los trabajos.

1.1.2 Delimitación del problema

Área: Educación.

Línea de investigación: uso de las tecnologías en la educación.

Lugar de aplicación del proyecto: Universidad Estatal de Milagro.

1.1.3 Formulación del problema

Qué influencia tienen las imágenes de los bancos virtuales de libre acceso en la calidad de los trabajos realizados por los estudiantes de diseño Gráfico y Publicidad de la UNEMI?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Qué dificultades se presentan al momento de diseñar piezas publicitarias, con respecto a las imágenes disponibles en la web?

¿Qué tipo de imágenes necesitarán los estudiantes y profesionales del diseño gráfico para el portal web?

¿Qué características debería tener un sitio web para banco de imágenes?

¿Existen estandarizaciones universales para crear banco de imágenes?

¿Qué requisitos legales son necesarios para registrar un banco de imágenes en la web?

1.2. OBJETIVOS

1.2.1 Objetivos Generales

Establecer las necesidades que tienen los estudiantes y los profesionales de diseño gráfico y publicidad con respecto a la utilización de imágenes virtuales con la finalidad de hacer propuestas que contribuyan en la buena calidad de los diseños.

1.2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Recabar información de los estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro para establecer qué inconvenientes se presentan con respecto a las imágenes al momento de realizar algún diseño.
- ✓ Identificar qué sitios desean visitar los estudiantes y profesionales del diseño gráfico para determinar las categorías que tienen mayor demanda en los bancos de imágenes.
- ✓ Analizar los sitios web que contengan bancos de imágenes para establecer similitudes y diferencias.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la Investigación

Los estudiantes de diseño gráfico se forman para ser profesionales cuya actividad se basa en crear campañas publicitarias a través de imágenes, sonidos y textos durante la producción de sus trabajos deben procurar hacer diseños originales que vendan la imagen de un anunciante a través de la persuasión, sin embargo, no todo el tiempo las imágenes que utilizan deben ser creadas por ellos, necesitan de imágenes soporte para editarlas y elaborar otras sin la necesidad de cometer plagio.

Estas imágenes básicas son tomadas de banco de datos para ser reeditadas convirtiéndose así en nuevos íconos, podemos citar como ejemplo: si se desea elaborar un anuncio para promover la utilización de la tecnología informática en las universidades, la imagen de contexto podría ser un estudiante utilizando una computadora o la varias imágenes de ordenadores, si el estudiante no dispone de mucho tiempo para tomar una fotografía publicitaria tomaría una imagen ya existente para editarla y crear una idea propia.

Sin embargo, existen problemas a la hora de tomar imágenes básicas para editar pues no todas tienen la nitidez necesaria o están bajo licencia, esto dificulta la tarea del diseñador gráfico al momento de crear anuncios.

Este proyecto se ha elaborado para investigar las necesidades que presentan los estudiantes de diseño gráfico durante el proceso de creación trabajos publicitarios, recopilar datos y proponer soluciones, una de las ventajas que se podría obtener también de este proyecto es lograr que Universidad Estatal de Milagro provea de herramientas útiles a los estudiantes de Diseño Gráfico y Publicidad.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

Breve historia de la imagen

La historia de la imagen se puede analizar y comparar partiendo de las diferentes épocas existentes en la humanidad, autores como Román Gubern (1996) que se remonta al arte rupestre para demostrar que estas obras fueron realizadas pensando en la categoría que pertenecía el sujeto: cazador, bisonte, caballo, no a su individualidad. Específicamente no se conoce con seguridad lo que querían transmitir con aquellas imágenes, sin embargo, se infiere que los cavernícolas graficaban sus objetos cazados pensando que éstos sucumbirían ante ellos.

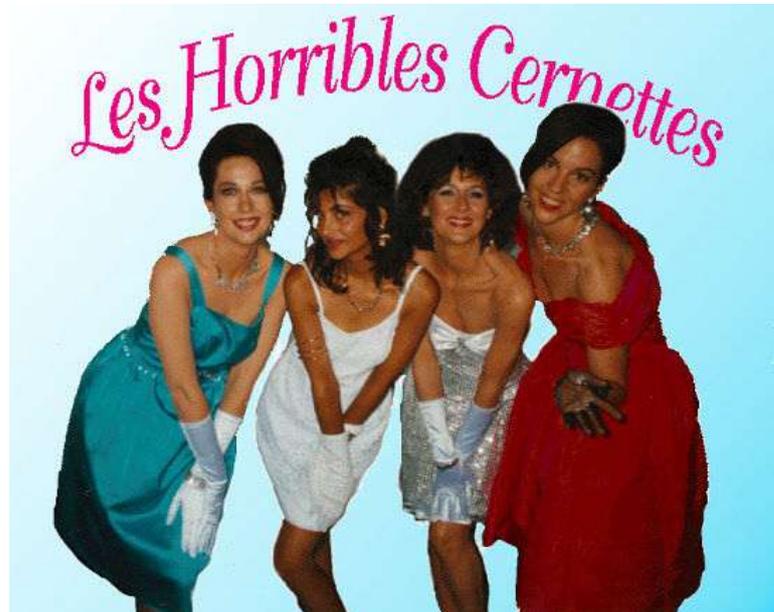
La evolución de las imágenes y de la cultura muestra, que también responden a códigos específicos tales como ubicación geográfica, el tiempo y el espacio, al hacer una observación simple entre las imágenes humanas de Egipto y Mesopotamia se puede apreciar la diferencia en tamaño y estética completamente distintos. En 1841 surge la fotografía, siendo muy importante en la transformación de las percepciones.

Cronología de la Historia de la Imagen

La imagen en los albores de la humanidad. (Arte rupestre).	<p>Son los restos de actividades del ser humano en la edad de piedra, fueron grabadas por pinturas o superficies de roca.</p> <p>La representación de animales, plantas u objetos es la característica principal de este arte.</p> <p>http://www.rupestreweb.info/introduccion.html</p>
La imagen en la edad antigua: Egipto, Grecia, Roma.	<p>Egipto, por primera vez utiliza la piedra tallada, sus obras más particulares son: "complejos de las pirámides", los templos y las tumbas (mastabas e hipogeos). Grecia, Roma surge claramente una extensa colección de relatos en artes figurativas, como: cerámica pintada y ofrendas votivas.</p> <p>http://heliopolisblog.wordpress.com/</p>
La imagen en la edad media.	<p>Están estrechamente ligadas al pensamiento religioso, en especial al cristianismo.</p> <p>http://www.buenastareas.com/ensayos/Arte-En-La-Edad-Media/2690374.html</p>
La imagen en el siglo XVI, aparición del cine y la fotografía.	<p>La "cámara oscura" permitía la proyección de imágenes. Y de la misma manera, un siglo después, la linterna mágica sería la precursora de las sesiones de cine, en proyectar imágenes sobre una superficie plana.</p> <p>http://cinebenalmadena.lacoctelera.net/post/2010/01/16/historia-del-cine-i-del-precine-al-cine-mudo</p>

La primera imagen que apareció en internet.

En 1992 el grupo femenino de rock Les Cernettes Horribles, su imagen fue la primera en aparecer en internet y la primera agrupación en tener su propia página web en la red.



El Primer Banner en Internet

Este fue publicado en Hotwired (el primer comercial de la revista web el 27 de octubre de 1994), actualmente es un portal con servicios de mail, noticias y buscador. El banner publicita a la compañía norteamericana de telecomunicaciones AT&T.



Pese a que no identifica a la empresa anunciante y los colores y texto no están estratégicamente combinados tuvo éxito en aquella época.

A finales del siglo XX en los medios de comunicación apareció un nuevo tipo de tecnología audiovisual que se presume que cambió el rumbo en la forma de utilizarlos. En 1990 la aparición de la primera cámara digital constituye a la creación inmediata de imágenes. En su origen estas cámaras se introdujeron

con el precio elevado haciendo que para muchos sea inaccesibles, con el paso de los años su valor se ha disminuido, aumentado su calidad técnica. Y la digitalización de carácter documental de la naturaleza en la fotografía. Se ha podido manipular imágenes a través de la infografía permitiendo así rescatar el imaginario pictórico descriptivo que se había perdido de la cultura visual como consecuencia de ello la aparición de la cámara.

La fotografía digital se vincula con la tendencia del *collage* entendido como fotomontaje de vanguardia constructivista, que mostraba su construcción de carácter fragmentario sin pretender engañar a nadie. No obstante, con la fotografía digital se consigue eliminar las marcas del proceso de construcción del "collage" y otorgar al fotomontaje de carácter unitario.

La digitalización despoja a la fotografía de su carácter objetivo rompiendo la conexión física entre el referente y la impresión fotosensible, es decir, entre la realidad y la experiencia perceptiva directa de las imágenes mediadas a través de una tecnología. Con la pérdida de integridad de la imagen fotográfica, a inicios de la década de los noventa, se principia a hablar de la era post-fotográfica, en la que se destaca el ejemplo fotográfico como modelo de realismo.

Lo virtual y lo real se mezclan dando lugar a un nuevo tipo de imagen combinada para definir las nuevas creaciones pseudo-fotográficas. Las manipulaciones de programas en las imágenes son protagonistas en este lapso, así como la fusión el retoque fotográfico, de imágenes, la infografía o la generación de tridimensionalidad, holografía.

Entre los fundadores en el proceso digital de la imagen fotográfica está Nancy Burson. Mediante la acumulación de retratos particulares crea nuevas figuras de personajes; introduce la imagen de diferentes personajes, en un programa que ella misma diseña, para lograr conseguir un retrato robot.

Algunos sitios introdujeron la posibilidad de suscribirse a los bancos de imágenes para descargar fotografías por la paga de una suma mensual o anual fija o a cobrar determinado precio mínimo establecido por su autor.

En la actualidad los bancos de imágenes continúan siendo herramienta básica para los diseñadores, estudiantes y fotógrafos. Cada imagen es diferente ya

que desempeña una función básica por definición; ya no es suficiente subir directamente de la cámara las imágenes blancas y negras, es importante trabajar en ellas retocándolas trabajando en brillo, efectos, contrastes, luz, textura para lograr así mejorar la calidad de cada imagen, proporcionando así un mejor impacto visual, la mejor arma de las imágenes es su buena presentación y uno de los factores importantes y decisivos para estudiantes al utilizar la imagen es que ésta haya sido trabajada correctamente y tenga una buena resolución.

Los bancos de imágenes son parte de la industria de la información electrónica junto con las bases de datos científica y académica, aunque sus mercados objetivos sean distintos; estos repositorios generan actividad a un negocio, permiten el acceso de imágenes de buena calidad y brindan opciones de búsqueda avanzadas y categorizadas de manera conceptual.

En general, hay dos grandes tipos de repositorios de imágenes o imágenes de stock: los derechos protegidos y los de libre derecho, sin embargo, para ambos se requiere pagar una determinada cantidad de dinero, el desembolso dependerá del uso que se le dé a la imagen. Las imágenes protegidas son exclusivas, su uso está determinado por condiciones especiales en un tiempo determinado.

Existen dos grandes grupos de usuarios de los bancos de Imágenes, se los denomina el sector creativo y el sector editorial. Entre los creativos están los diseñadores gráficos, publicistas, relacionistas públicos, departamentos de comunicación, empresas y organismos de administración, producción audiovisual y ficción; estas imágenes presentan características generales:

- Suelen expresar conceptos e ideas, más que hechos concretos o puntuales.
- Por esta misma razón tienen capacidad para representar cosas relativamente abstractas, como éxito, trabajo en equipo, vida al aire libre, belleza, miedo, ciencia, etc. (el etcétera es virtualmente ilimitado).
- Tienen una excelente factura gráfica y una calidad técnica impecable.

– No están necesariamente ubicadas ni en un lugar ni en una fecha concreta.

Usuarios del sector editorial:

En este sector se encuentran los siguientes tipos de profesionales y/o empresas:

- Prensa, diaria o periódica.
- Casas editoriales,
- Informativos, noticieros y documentales.

Estos bancos de imágenes presentan las siguientes características:

– Se refieren a hechos de actualidad

(Por ejemplo, el intento de golpe de estado en España de 1981; triunfo de Fernando Alonso en la Fórmula 1 en 2007, etc.). La imagen editorial está relacionada con la actualidad, fotoperiodismo e historia.

– Este tipo de imágenes están relacionadas con un lugar o una fecha, ejemplo: Manifestación de estudiantes en Barcelona, febrero 2009, etc.)

–Su valor testimonial puede restar importancia a la calidad de las imágenes.

2.1.2 Antecedentes Referenciales.

En la Universidad Estatal de Milagro no se ha realizado anteriormente ningún proyecto de grado que se haya enfocado en el tema de los bancos de imágenes. Tampoco se encuentra en la web banco de imágenes especializadas que pertenezcan a otras universidades del país.

2.1.3 Fundamentación

Fundamentación Filosófica

Para Francois Soulages (2008),

*“La imagen virtual es importante por la ausencia y lo posible que lo acompañan: no todo está dado; todo queda por descubrir. Y por dos veces, ese todo se da como un ausente, presente como un posible real, como un real posible. Por una parte, remite siempre a otras imágenes y por otra, no se podrán jamás ver juntas, al mismo tiempo y de la misma manera todas las otras imágenes”.*²

El estudio de la filosofía de la imagen debe partir del que hicieron los antiguos filósofos griegos y también de la observación de nuestro alrededor tal como nos muestran los museos, esculturas, fotografías y más.

Durante la historia de la humanidad la imagen ha tenido varias connotaciones por ejemplo, ha sido considerada como objeto de culto especialmente en lo sagrado; está presente en todas las prácticas sociales y en cada una tiene diferentes significados tales como el respeto que inspiran los símbolos patrios, la percepción sagrada que tienen los símbolos religiosos, el significado pacífico de los íconos de paz, los de guerra, de amor, etc. La historia de la imagen menciona al estilo barroco y al gótico como la manifestación de la cultura de un pueblo a través de la imagen.

Desde el punto de vista filosófico epistemológico nace la polémica entre *Episteme* y *Doxa*, cada una habla de la dualidad entre la imagen real y la irreal, la verdadera y la falsa. Román Cárdenas en su exposición sobre filosofía de la imagen cita a Sócrates, Platón y Aristóteles como co-idearios al postular a la idea como el arquetipo de lo real y al objeto como algo irreal, la primera se sustenta el *logos* tratado y la segunda en *doxa* (opinión). Actualmente se mantiene la filosofía antigua sobre la imagen.

² Román G. *La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas*, editorial Anagrama, Barcelona 2005.pág. 26.

Expertos contemporáneos como Roman Gubert, definen ésta como *“los signos arbitrarios puramente educativos, que remiten a una realidad significada que, aunque no esté presente, por lo menos siempre es posible presentar, y los signos alegóricos que remiten a una realidad significada, a una realidad significada difícil de comprender.”*

En función de lo que se ha citado como fundamentación filosófica de la imagen podemos concluir que ésta ha sido a lo largo de la historia la manifestación del pensamiento del ser humano, estudiarla sería motivo de un texto exclusivo para el tema, sin embargo, en este proyecto se enuncia brevemente un fundamento filosófico de la misma para identificar el significado que tiene para el conocimiento humano.

Fundamentación Psicológica:



Siempre vemos fotografías de diferentes temáticas, pero si nos ponemos a pensar, una de las cosas más atractivas de la fotografía, son las emociones que transmiten diferentes sensaciones. Así sean retratos o elementos, hay veces en los que uno mira una de estas imágenes e instantáneamente siente lo que se quiso transmitir.

En Smashing Magazine publicaron una recopilación con fotografías cuyas imágenes despertaban emociones humanas; se trataba de situaciones que evocaban agradables o tristes momentos del pasado que llenan a una persona de nostalgia, sonrisas, felicidad, dolor, odio, preocupación, tranquilidad, y demás, las imágenes irradian lo que él o la protagonista de la imagen sentía.

En conclusión, las imágenes despiertan emociones, por lo tanto, son muy importantes en la publicidad.

Fundamentación Pedagógica:

Uso Pedagógico de la imagen

Jan Amós Comenius (conocido como Comenio, 1592 -1670, es considerado padre de la pedagogía, fue el gestor utilización de ilustraciones en los libros de texto y del teatro en las aulas. En su obra "Orbis Pictus", escrita en 1658 que parece ser el primer libro ilustrado para niños muestra la realidad en imágenes. Desde entonces las imágenes son utilizadas con mayor frecuencia dentro y fuera del aula. Comenius consideraba que las imágenes son componentes necesarios en los materiales educativos porque facilitan la alfabetización, el intercambio comunicativo, activan las operaciones del pensamiento, exigen la creación de nuevas formas.

Fundamentación Legal

Para fundamentar la creación de sitios web dentro del marco jurídico ecuatoriano, tomamos como base la Constitución del Ecuador, la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

La Constitución de Ecuador establece en sus artículos:

Art. 171.- No se debe incluir imágenes que violen los derechos de la mujer o de los niños, ya establecidos en la constitución y en la defensa de cada una de estas.

Art. 52.- Cada imagen utilizada no deben manipulada de un uso inapropiado ya sea dentro de una publicidad o en cualquier otra actividad que de doble sentido a la misma.

El derecho de la niñez y la adolescencia prohíbe el uso de imágenes de menores de 18 años tanto como varón o mujer que sean usadas mostrando un producto en forma sexual.

Art. 13.- La defensoría de la mujer creo un amparo de prohibición que la mujer este en una publicidad o imagen que la denigren o prevalezca el machismo en ella.

Que la imagen adquirida siempre llevará el reconocimiento de la empresa o el logotipo en si o la intensidad del autor.

Ley de propiedad intelectual del Ecuador

Art. 28.- Los programas de ordenador se consideran obras literarias y se protegen como tales. Dicha protección se otorga independientemente de que hayan sido incorporados en un ordenador y cualquiera sea la forma en que estén expresados, ya sea en forma legible por el hombre (código fuente) o en forma legible por máquina (código objeto), ya sean programas operativos y programas aplicativos, incluyendo diagramas de flujo, planos, manuales de uso, y en general, aquellos elementos que conformen la estructura, secuencia y organización del programa.

Art. 29.- Es titular de un programa de ordenador, el productor, esto es la persona natural o jurídica que toma la iniciativa y responsabilidad de la realización de la obra. Se considerará titular, salvo prueba en contrario, a la persona cuyo nombre conste en la obra o sus copias de la forma usual.

Dicho titular está además legitimado para ejercer en nombre propio los derechos morales sobre la obra, incluyendo la facultad para decidir sobre su divulgación.

El productor tendrá el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir la realización de modificaciones o versiones sucesivas del programa, y de programas derivados del mismo.

Las disposiciones del presente artículo podrán ser modificadas mediante acuerdo entre los autores y el productor.

Art. 30.- La adquisición de un ejemplar de un programa de ordenador que haya circulado lícitamente, autoriza a su propietario a realizar exclusivamente:

- a) Una copia de la versión del programa legible por máquina (código objeto) con fines de seguridad o resguardo;
- b) Fijar el programa en la memoria interna del aparato, ya sea que dicha fijación desaparezca o no al apagarlo, con el único fin y en la medida necesaria para utilizar el programa; y;
- c) Salvo prohibición expresa, adaptar el programa para su exclusivo uso personal, siempre que se limite al uso normal previsto en la licencia. El adquirente no podrá transferir a ningún título el soporte que contenga el programa así adaptado, ni podrá utilizarlo de ninguna otra forma sin autorización expresa, según las reglas generales.

Se requerirá de autorización del titular de los derechos para cualquier otra utilización, inclusive la reproducción para fines de uso personal o el aprovechamiento del programa por varias personas, a través de redes u otros sistemas análogos, conocidos o por conocerse.

Art. 31.- No se considerará que exista arrendamiento de un programa de ordenador cuando éste no sea el objeto esencial de dicho contrato. Se considerará que el programa es el objeto esencial cuando la funcionalidad del objeto materia del contrato, dependa directamente del programa de ordenador suministrado con dicho objeto; como cuando se arrienda un ordenador con programas de ordenador instalados previamente.

Art. 32.- Las excepciones al derecho de autor establecidas en los artículos 30 y 31 de esta Ley, son las únicas aplicables respecto a los programas de ordenador.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Composición.- Arte de agrupar las figuras y elementos y accesorios para conseguir el mejor efecto e impacto visual.

Contexto.- Unión de cosas que se enlazan y entrelazan.

Diseño.- Trazo dibujo, delineación, de un objeto.

Fotografías.- Procedimiento de reproducción de las imágenes que se forman en una cámara oscura, imagen obtenida por este medio.

Identidad.- Calidad de idéntico. Conjunto de circunstancias que determinan quién y qué es.

Impacto.- Efecto que produce en alguien o algo un suceso o acción

Imagen.- Representación grabada, pintada, dibujada, esculpida de una persona o cosa puede ser: Accidental: Real: Tridimensional: Virtual.

Prototipo.- Ejemplar original o primer molde en que se fabrica una figura u otra cosa el más perfecto ejemplar o molde.

Posicionar.- Categoría o condición social de cada persona o empresa respecto de las demás.

Prediseñadas.- imágenes ya creadas para uso común.

Percepción.- Acción y efecto de percibir. Idea, acto del entendimiento.

Recopilación.- Resumen o reducción breve de una obra o un discurso. Colección de escritos diversos.

Visual.- Relativo a la vista como instrumento o medio para ver.

La Web 2.0.- Es la representación de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones web enfocadas al usuario final. La Web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología.

2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLE

2.3.1 Hipótesis General

La utilización de un banco de imágenes especializado condiciona la calidad de los trabajos de los estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Estatal de Milagro.

2.3.2 Hipótesis Particulares

Un banco de imágenes especializadas es una herramienta básica para los estudiantes de Diseño Gráfico de la UNEMI.

2.3.3 Declaración de las Variables

Variable Independiente hipótesis general

Banco de imágenes Especializado

Variable Dependiente hipótesis general

Calidad de los trabajos de los estudiantes de Diseño Gráfico.

2.3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Operacionalización	Conceptualización	Indicadores
<p>Variable Independiente: Banco de imágenes Especializado en un portal web.</p>	<p>Banco de imágenes Especializadas: Sitio web de imágenes de todo tipo, que facilita y ayuda a los estudiante al buen desempeño dentro de cada área de especialización y son más utilizadas por diseñadores grafico para crear o rediseñar una publicidad con una imagen ya establecida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Estudiantes interesados por el sitio web. ❖ Gran demanda de visitas al sitio web para adquirir todo tipo de imágenes.
<p>Variable Dependiente: Calidad de los trabajos de los estudiantes de diseño gráfico de la UNEMI.</p>	<p>La buena o mala calidad de los trabajos de los diseñadores gráficos dependerá a su vez de la calidad de las imágenes de la web.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Diseños que se pueden imprimir a grandes escalas. ❖ Diseños con imágenes no pixeladas.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERPECTIVA GENERAL

El tipo de investigación que realicemos será una investigación de campo ya que se efectuara en el lugar de los hechos que en este caso es la UNEMI ya que en ese lugar se presenta el problema que requiere ser resuelto, también se hará una investigación descriptiva puesto que enunciarán aspectos importantes del problema. Además se hará un estudio cualitativo para determinar las necesidades y preferencias que tienen los usuarios de banco de imágenes.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

La población de estudio son jóvenes estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Estatal de Milagro.

3.2.2 Delimitación de la población

La población de estudio serán los 280 estudiantes de la especialidad de Diseño Gráfico y Publicidad de la Universidad Estatal de Milagro.

3.2.3 Tipo de muestra

Del total de la población de estudiantes de Diseño Gráfico de la UNEMI, se tomará una muestra, para el efecto se utilizará una fórmula que determinará el número de estudiantes a encuestar.

3.2.4 Tamaño de la muestra

La muestra obtenida es 164 estudiantes, que partieron de una población de 280 personas.

3.2.5. Aplicar el procedimiento de selección

$$n = \frac{N}{(E)^2 (N-1) + 1}$$

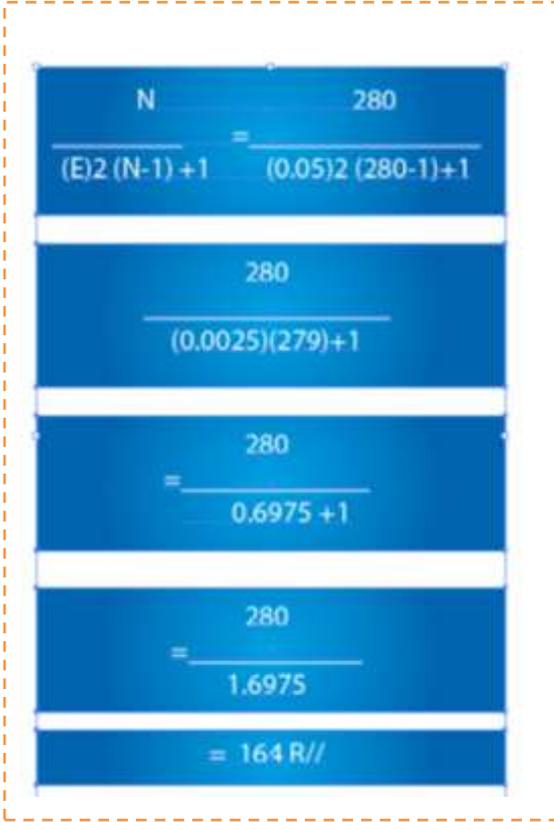
n = Tamaño de la muestra

E = Coeficiente de error (5%)

N = Tamaño de la Población a Investigar

Desarrollo

La población que se ha tomado en cuenta es a los estudiantes de diseño gráfico y publicidad de la Universidad Estatal de Milagro.


$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{(E)^2 (N-1) + 1} \\ &= \frac{280}{(0.05)^2 (280-1) + 1} \\ &= \frac{280}{(0.0025)(279) + 1} \\ &= \frac{280}{0.6975 + 1} \\ &= \frac{280}{1.6975} \\ &= 164 \text{ R//} \end{aligned}$$

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Métodos teóricos

Método Inductivo

Se lo emplea en cada hecho o actividad que se constituye una problemática a la hora de diseñar, y por lo tanto esto nos lleva posteriormente a establecer un estudio más profundo para identificar las causas del problema y poder emitir una solución correcta.

Método Deductivo

Se utilizará el método deductivo porque a partir de la investigación documental y de campo se establecerán las conclusiones para elaborar la propuesta.

Método analítico

Porque cada información que se recibe será descompuesta en partes para establecer conclusiones.

Método histórico

Porque se hará la investigación histórica a través de bibliografías que narren la historia de la imagen.

Técnicas e instrumentos

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Encuestas: Dirigidas a estudiantes de Diseño Gráfico y Publicidad.	Cuestionario: Preguntas formuladas con respecto a un Banco de Imágenes.
Entrevistas: Vamos a entrevistar a profesionales en Diseño Gráfico y Publicidad y a Profesionales en Sistemas Informáticos para saber todos los por menores sobre el tema de un Banco de Imágenes. Lcdo.: Bolívar Vite Vaque Lcdo.: Eder Serrano Poveda Ing.: Rafael Lazo	Guía de Entrevista: Preguntas que nos permitan obtener más conocimiento acerca de un banco de Imágenes.

3.4 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Para obtener información se realizó una encuesta a los estudiantes de diseño gráfico de la UNEMI, dicha información fue tabulada y procesada en gráficos estadísticos que se detallan y analizan a continuación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Encuesta realizada a los estudiantes de Diseño Gráfico de la UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO con la finalidad de establecer si existe o no la necesidad de utilizar los bancos de imágenes especializadas que ofrece la web.

1.- Cree usted que el usar un banco de imágenes al momento de diseñar es:

Muy importante

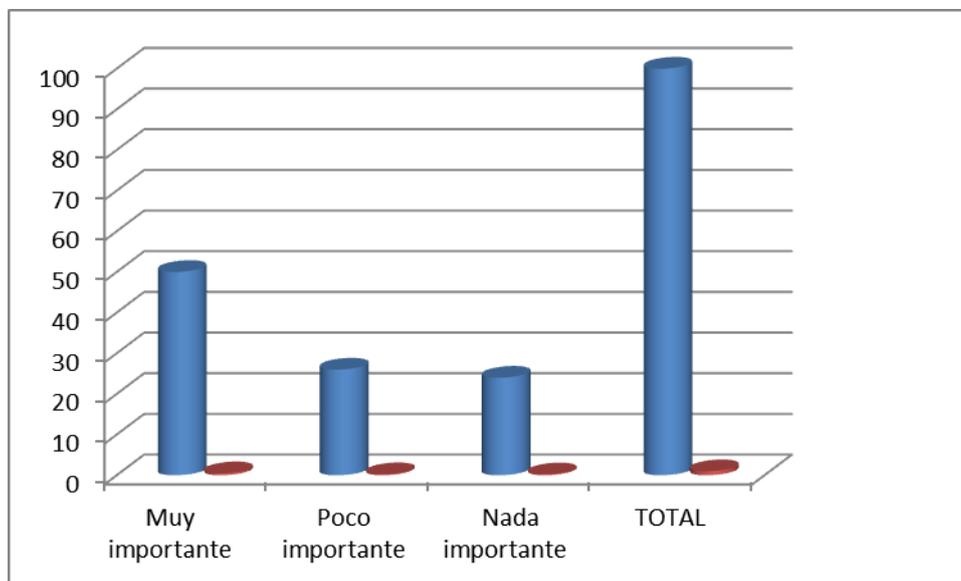
Poco importante

Nada importante

Cuadro N° 1

CRITERIO	Frecuencia	%
Muy importante	65	65%
Poco importante	25	25%
Nada importante	10	10%
TOTAL	100	100%

Gráfico N° 1



ANÁLISIS

Los resultados de esta pregunta indican que los estudiantes consideran muy importante la utilización de un banco de imágenes al momento de diseñar.

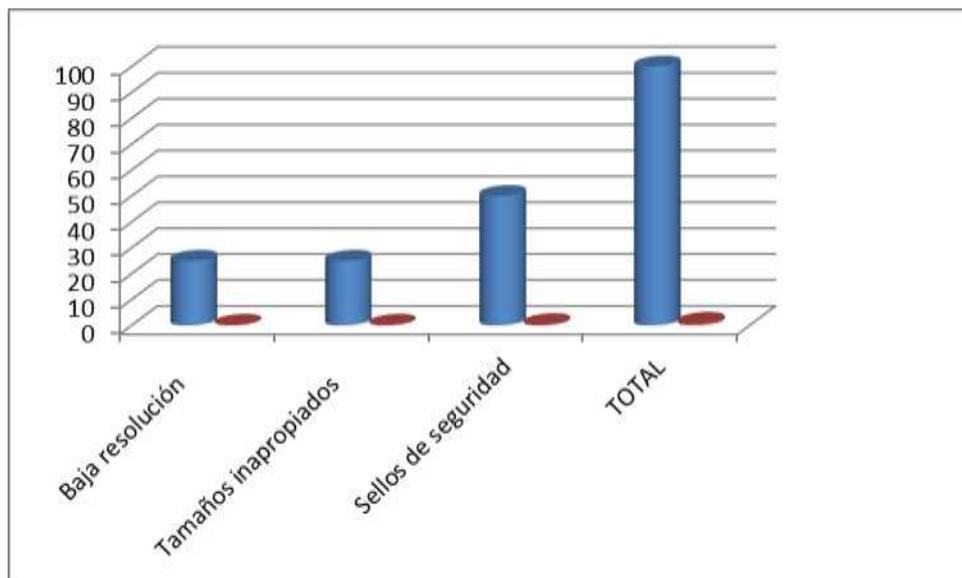
2.- ¿Subraye los problemas que usualmente se presentan al utilizar los bancos de imágenes disponibles en la web?

Baja resolución Tamaños inapropiados Sellos de seguridad

Cuadro N°2

CRITERIO	Frecuencia	%
Baja resolución	25	25%
Tamaños inapropiados	25	25%
Sellos de seguridad	50	50%
TOTAL	100	100%

Gráfico N°2



ANÁLISIS

Del análisis de esta pregunta, da como resultado que el problema más frecuente al tomar imágenes son los sellos de seguridad que éstas poseen.

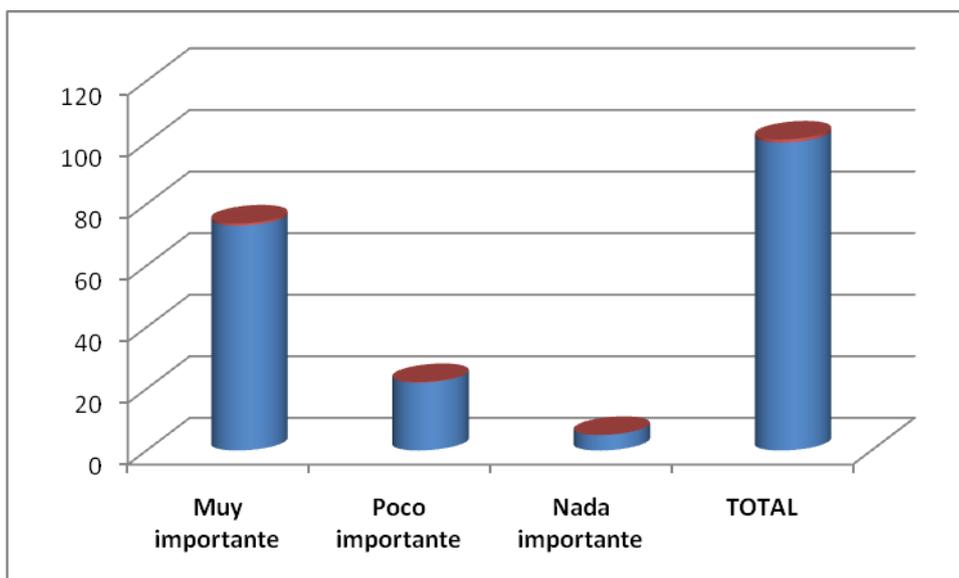
3.- ¿Qué nivel de importancia representaría para usted la creación de un banco de imágenes a través de la web?

Muy importante Poco importante Nada importante

Cuadro Nº 3

CRITERIO	Frecuencia	%
Muy importante	73	73%
Poco importante	22	22%
Nada importante	5	5%
TOTAL	100	100%

Gráfico Nº 3



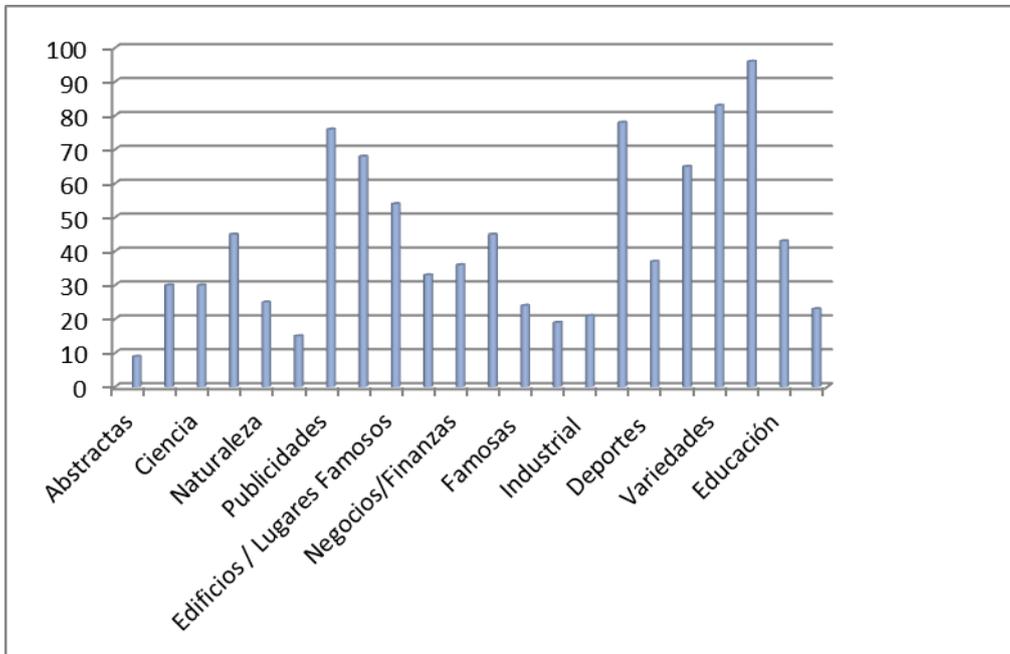
ANÁLISIS

De los estudiantes encuestados la mayoría dijeron que el nivel es muy importante y un grupo pequeño difiere en que su importancia es poca o nada pero esto se presenta por la desinformación que existe.

4.- ¿De las siguientes categorías cuales cree usted que debe tener el banco de imágenes?

- | | |
|-----------------------------|------------------|
| Abstractas | Objetos |
| Modas | Famosas |
| Ciencia | Paisajes |
| Tecnología | Industrial |
| Naturaleza | Logos |
| Salud | Deportes |
| Publicidades | Ciencia ficción |
| Arte | Variedades |
| Edificios / Lugares Famosos | Vectores |
| Fondos / Texturas | Educación |
| Negocios/Finanzas | Señales/Símbolos |

Gráfico N°4



ANÁLISIS

Los estudiantes encuestados que todas las categorías expuestas son necesarias pero destaca a las educativas, a las publicitarias y a las deportivas como las más importantes.

5.- ¿Le gustaría que el banco de imágenes tenga un espacio de blog?

Sí

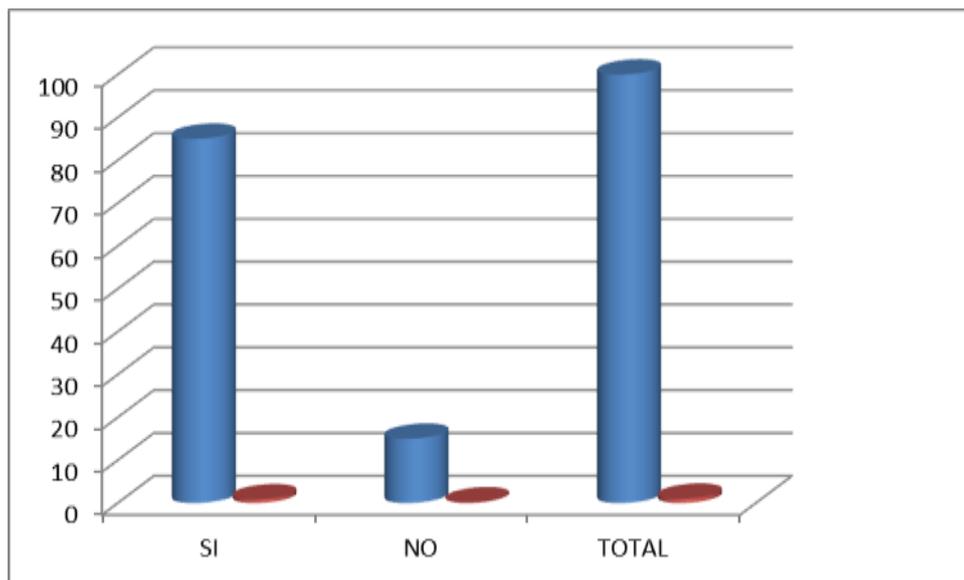
No

¿Por qué? _____

Cuadro N°5

CRITERIO	Frecuencia	%
SI	85	85%
NO	15	15%
TOTAL	100	100%

Gráfico N°5



ANÁLISIS

El 85% de los estudiantes encuestados indicaron que un espacio de foro sería muy importante porque les permitiría comunicar sus inquietudes y sugerencias con respecto al banco de imágenes.

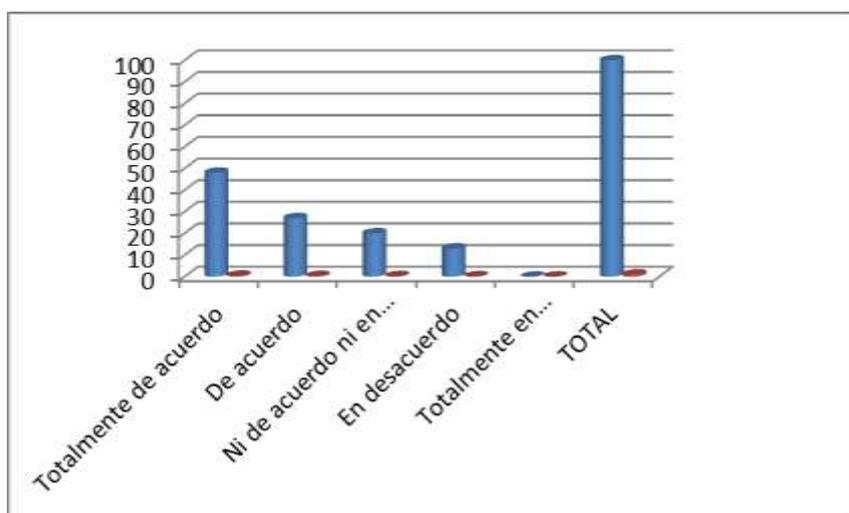
6.- ¿Está usted de acuerdo que la Universidad Estatal de Milagro obtenga su propio banco de imágenes?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Cuadro N°6

CRITERIO	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	48	48%
De acuerdo	27	27%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	20%
En desacuerdo	13	13%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	100	100%

Gráfico N°6



ANÁLISIS

Los estudiantes de diseño gráfico que fueron encuestados manifestaron estar de acuerdo con la idea de que la UNEMI tenga su propio banco de imágenes.

Entrevista realizada al Ing. Rafael Lazo Sulca

Ingeniero en Sistema del Departamento de Tics de la Universidad Estatal de Milagro.



¿Cuál es el procedimiento para ejecutar un sitio web?

Para poder subir un sitio a la web es necesario seguir los siguientes pasos:

a.- la compra del dominio (que es el nombre del sitio web., como por ej.:

http://www.facebook.com/l/HAQCEHkB_AQBohpR16oU-3Wao-JyFOvCZMt0mJif_sCfsw/www.romulo.com)

los dominios suelen tener extensiones para las distintas razones sociales como:

.com

.org

.net

.info

.com.ec

.edu

.gob

.me

y dependiendo del país de origen del sitio web, como:

.es

.ec

.au

.cl

.fr, etc.

la compra del dominio se realiza vía confirmación de disponibilidad del nombre del mismo en sitios web como:

http://www.facebook.com/l/hAQBPwD8oAQAPwWnTz4Obgxi9as-bMsyAhkiOr_p0fCZGEg/www.nic.ec

http://www.facebook.com/l/sAQBCPREGAQDOOYVwN_WKHCQQUHIsq7C_1GNK3HRyw1XcxQ/www.ecuahosting.com entre otros.

- Los pagos se realizan mediante un cuenta bancaria, que en algunos casos es del banco de Pichincha o Bolivariano, luego de cancelar el valor del dominio a dicha cuenta, se scanea el recibo de pago y se lo envía mediante correo electrónico a la empresa que vende el dominio, explicando a que se debe este pago en el caso de adquirir el dominio con:

http://www.facebook.com/l/hAQBPwD8oAQAPwWnTz4Obgxi9as-bMsyAhkiOr_p0fCZGEg/www.nic.ec el correo de confirmación de pago y de atención al cliente es info@nic.ec.

Normalmente el costo de un dominio tiene un valor de 30 a 40 dólares americanos.

b.- Comprar el Hosting (el hosting es el espacio físico del sitio web), para luego juntarlo con el dominio y lograr que sea elevado en la web. Al igual que el dominio, el hosting se lo puede adquirir comprándolo por internet en sitios como:

<http://www.facebook.com/l/wAQD1q7TBAQCYa804kCt2NtNMeRA1XzH8ZK8aPZGzLVOC2g/www.ecuhosting.com>, y el pago se lo puede realizar vía cuenta bancaria o vía Paypal que es un sistema de débito bancario que algunos sitios de venta lo poseen, luego del pago se les envía un correo electrónico para confirmar la compra del mismo. El costo de un hosting va desde un básico de 25 a 35 dólares americanos en adelante. Vale acotar que con la compra del hosting se adquiere una dirección DNS para poder elevar el sitio web al juntarlo con el dominio.

c.- Las actualizaciones.- son todo tipo de diseños o informaciones que se realizan de manera diaria, semanal o mensuales., dependiendo de la necesidad que tenga el sitio web.

d.- El pago para mantener el sitio web en la web.- esto se realiza anualmente al ponerse en contacto con la empresa que se adquiere el dominio y el hosting, el tramite es igual que la primera vez que se los compra (dominio y hosting), de esta manera el sitio permanecerá en la web.

ENTREVISTA

A PROFESIONALES EN DISEÑO GRÁFICO

Lic. Bolívar Vite Vaque

Laboró como Diseñador Gráfico Multimedia en la empresa Da Vinci, actualmente trabaja como Diseñador en el Departamento de Educación Continua y Postgrados de la Universidad Estatal de Milagro.

1.- ¿Qué problemas se le presentan al momento de utilizar un banco de imágenes?

El diseñador demora más al momento de realizar una pieza publicitaria, al no poseer una cierta cantidad de imágenes, que estén relacionadas con el producto, bien o servicio al que se le va a diseñar.

2.- ¿Qué características cree usted que debería tener un banco de Imágenes?

* Buena resolución

* Fondos de un solo color (blanco, Gris o azul) esto hace más sencillo y rápido el corte

* Excelentes ángulos de toma.

*Variedad en fotografías

3.- ¿Por qué es importante contar con un banco de imágenes como base para crear o innovar diseños?

Al contar con una banco de imágenes los diseñadores podrán explotar al máximo esa idea creativa que en muchos casos se presenta de un momento a otro, al poseer todos los recursos se agiliza la idea creativa.

4.- ¿Qué categorías debe tener un banco de imágenes? Especifique

Salud

Estudios

Ciencia

Tecnología

Animales

Naturaleza (insectos, flores, arboles, frutas., etc.)

Edificios

Los distintos tipos de trabajo

Medios de transportes

Objetos

5.- ¿Usted, como profesional en Diseño Gráfico cree que es importante contar con un banco de imágenes como base para crear o innovar diseños?

Es muy importante, es más creo yo por mi experiencia que toda empresa debe de contar incluido en su departamento de relaciones públicas una área específica para las fotografías (estudio fotográfico).

6.- ¿Considera que el banco de imágenes debe ser de acceso público?

Lo personal no lo considero para acceso público, más bien lo recomiendo solo para personal de las distintas ramas del diseño.

7.- ¿Considera que el banco de imágenes sea de uso restringido?

Pues sería bueno que al poseer tan valiosa información que le ha costado mucho tiempo llámese a un fotógrafo sea de uso netamente para el área de diseño y si el caso lo amerita restringido, solo utilizado por personas registradas en el sitio que permita descargar este tipo de archivos.

ENTREVISTA

A PROFESIONALES EN DISEÑO GRÁFICO

Sr. Eder Serrano (Egresado en Diseño Gráfico).

Diseñador Gráfico del Departamento de Relaciones Públicas de la Universidad Estatal de Milagro.



1.- ¿Qué problemas lleva la inexistencia de un banco de imágenes?

Una herramienta menos en el proceso creativo antes de llegar al arte final.

2.- ¿Qué características cree usted que debería tener un banco de Imágenes?

De fácil uso y acceso desde cualquier dispositivo tecnológico con internet. Que las imágenes a descargar o compartir sean de alta calidad.

3.- ¿Por qué es importante contar con un banco de imágenes como base para crear o innovar diseños?

Se las necesita para bocetos o ejemplos preliminares para tomar una guía antes del arte final.

4.- ¿Qué categorías debe tener un banco de imágenes? Especifique

Se abre un abanico de posibilidades en cuanto a elegir categorías, pero podría mencionar las siguientes:

- Abstractas
- Personajes Famosos
- Caricaturas
- Alimentos
- Salud
- Juguetes
- Tecnología
- Sexo
- Hogar
- Bodegones
- Deportes
- Locuras
- Ancianos
- Materiales de oficina
- Hombre
- Mujer
- Amor

5.- ¿Usted como profesional en Diseño Gráfico cree que es importante contar con un banco de imágenes como base para crear o innovar diseños?

La profesión de diseñador gráfico (Comunicador Visual) exige de grandes dotes de creativa, contar con un banco de imágenes sería extraordinario, pero solo para los bocetos preliminares. El profesional del diseño, debe crear sus propias imágenes para darle el valor agregado que fortalecerá su misión de comunicar.

6.- ¿Considera que el banco de imágenes debe ser de acceso público?

Podría ser mixto, que ciertas categorías sean de uso restringido para proteger la propiedad intelectual, además se podría generar un ingreso por las ventas de imágenes.

7.- ¿Considera que el banco de imágenes sea de uso restringido?

Si para proteger la propiedad intelectual

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

SITUACION ACTUAL	EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA
<ul style="list-style-type: none">Las encuestas hechas a los estudiantes reflejan que la falta de interés para elaborar trabajos de buena calidad surge porque no cuentan con buenas herramientas (imágenes) al momento de diseñar esto impide contribuye a que los trabajos de los estudiantes no sean de buena calidad.	Se prevé que con la creación de un banco de imágenes para los estudiantes de la carrera de Diseño gráfico de la UNEMI, mejoraría la calidad de los trabajos y/o proyectos de diseño.

4.3 RESULTADOS

Al momento de recabar información de los estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro para establecer qué inconvenientes se presentan con respecto a las imágenes se determinó que tienen dificultades en cuanto al tamaño de las imágenes y los sellos de seguridad de algunas de éstas, en ambos casos dificultan la realización del diseño en general.

Los estudiantes manifestaron que ningún banco de imágenes de libre acceso llena sus expectativas y que por lo general se les dificulta acceder a estos servicios de modalidad prepago porque muchos no cuentan con tarjetas de crédito.

Por último al analizar los sitios web que contengan bancos de imágenes para establecer similitudes y diferencias se pudo establecer que no existen bancos de imágenes de libre acceso con buenas resoluciones y las categorías son similares.

La hipótesis planteada, en relación a la utilización de un banco de imágenes especializado como condicionante de la calidad de los trabajos de los estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Estatal de Milagro, cobra fuerza.

La variable independiente (banco de imágenes especializado) versus la variable dependiente (calidad de los trabajos de los estudiantes de Diseño Gráfico), determina que lo uno va a la par de lo segundo. Queda entonces la salvedad de implementar el banco de imágenes como la posible solución a mejorar la calidad de los trabajos de los estudiantes de Diseño Gráfico, por la rapidez y facilidad de encontrar imágenes adecuadas, en resolución y fondo apropiado.

Urge la necesidad de desarrollar e implementar en la Universidad Estatal de Milagro un banco de imágenes que llene y cumpla con estas expectativas el cual esté dispuesto para toda la comunidad previo los accesos del caso.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Luego de la aplicación de la encuesta realizada a los 164 estudiantes de Diseño Gráfico, de Primero a Noveno Semestre, de la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI), de los cuales 87 corresponden a hombres y 77 a mujeres, se observa que sus respuestas van dirigidas a que es muy importante usar un banco de imágenes al momento de diseñar, así lo registraron el 65% de los encuestados.

A renglón seguido expresaron los estudiantes que los problemas que tienen al usar banco de imágenes de portales web son de baja resolución en un 25%, con tamaños inapropiados en un rubro del 25% y con sellos de seguridad en un 50%. Este último significa la mayor piedra de tropiezo al momento de usar ese tipo de imágenes.

La encuesta determinó que los estudiantes consideran muy importante la creación de un banco de imágenes a través de la web, lo sostienen el 73 % de los consultados en el tema.

Las categorías desplegadas en el documento presentado a los estudiantes, ellos responden con mayor acento en las educativas con más del 90%, le siguen las publicitarias sobre el 75%, y las deportivas cercanas al 80%.

El compartir ideas, debatir, reflexionar en un espacio de foro, no pasó desapercibido por los estudiantes y le asignaron un 85% de relevancia.

En lo que respecta a que la UNEMI tenga su propio banco de imágenes, a criterio de los consultados le brindan un 48% en razón de estar totalmente de acuerdo y 27% en los que están de acuerdo, lo cual llega al 75% de aceptación.

Todos los comentarios vertidos por personas que usan el Diseño como herramienta de estudios y a corto plazo como elemento de trabajo comparten el mismo sentir, en la necesidad de contar con un banco de imágenes con los requerimientos señalados para optimizar su trabajo y que la UNEMI lo instaure en su portal web.

En conclusión, la hipótesis: “la utilización de un banco de imágenes especializado condiciona la calidad de los trabajos de los estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Estatal de Milagro”, es válida por todo lo expuesto en los resultados de las encuestas.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Diseño de un banco de imágenes especializado para los estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Los bancos o repositorios de imágenes son colecciones de fotografías, dibujos, imágenes, en general. Sirven como referencia, y punto de partida para muchas actividades de los estudiantes.

En la actualidad, los bancos de imágenes ofrecen la posibilidad de publicar y consultar imágenes, potentes opciones de indexado (recolectar y almacenar) permitiendo acceder prácticamente a cualquier contenido. Por ejemplo los bancos de imágenes permiten, "subir" y compartir fotos.

Las imágenes para uso profesional deben de ser imágenes de referencia como punto de partida para trabajos de edición, ya sea preparación de revistas, portadas de libros, artículos entre otros.

Hoy en día los bancos de imágenes continúan siendo herramienta básica tanto para los diseñadores, estudiantes y fotógrafos. Cada imagen es diferente ya que cumple una función básica; ya no son suficientes las imágenes en blanco y negro o subirlas de la cámara directamente, además es importante trabajar en ellas retocándolas como dándole brillo, efectos, contrastes, luz, textura mejorando así la calidad de cada imagen; de esta manera, se logra un mejor impacto visual; las mejores armas de las imágenes son el impacto que genere al público, para lograrlo el estudiante de utilizar la imagen que haya sido editada correctamente y tenga una buena resolución.

Los bancos de imágenes son básicamente colecciones de fotografías, grabados, dibujos... imágenes, en general. Sirven como archivo y como referencia, y como punto de partida para muchas actividades.

Los bancos de imágenes pueden ser de uso particular o comercial.

Uso particular o personal, permite a los usuarios cargar sus fotografías o imágenes privadas de manera ordenada a través de directorios identificados con palabras claves para facilitar la búsqueda. Si el usuario desea puede *colgar* la fotografía online sin necesidad de tener un servidor instalado en su ordenador. Las fotos están disponibles en cualquier momento y lugar del mundo. Se podría también permitir el acceso para cualquier visitante.

Banco de imágenes para uso profesional.- sirven para tomar imágenes de referencias como puntos de partida para editar trabajos para revistas, portadas de libros, artículos, prensa, blogs, etcétera.

Los bancos o repositorios de imágenes de uso profesional son ofertados al público para que éste compre las imágenes; de igual manera, los bancos se proveen en la mayoría de los casos a través de la compra de fotografías (con los derechos de reproducción).

Los repositorios de imágenes operan de manera similar a la de cualquier tienda online; generalmente, para comprar fotos te requerirán un registro personal, y el pago se realizará mediante el típico "carrito". La entrega es por correo (imágenes en papel o CD), o bien como descarga por internet.

Uso profesional: venta de fotografías e imágenes

El punto anterior nos lleva al último punto de este artículo. Una opción interesante para obtener unos ingresos extra de vez en cuando.

Los bancos de imágenes pueden convertirse en una alternativa interesante para obtener ingresos, pues muchos fotógrafos profesionales y aficionados cargan sus fotos a estas web; el pago por cada fotografía es relativamente bajo, sin embargo, suelen tener más valor cuando se le otorga la exclusividad a la web; para lograr recibir los pagos es necesario tener registrada una cuenta.

5.3 JUSTIFICACIÓN

Luego de determinar las necesidades que tienen los estudiantes de Diseño gráfico y Publicidad de la Universidad Estatal de Milagro a través de encuestas y entrevistas a profesionales se pudo establecer que un banco de imágenes especializado ayudaría en gran parte a mejorar la calidad de los trabajos. Está comprobado que una imagen vale más que mil palabras y eso los publicistas los saben por eso cada vez más utilizan campañas de publicidades breves, concisas y sobre todo muy creativas.

La importancia de la imagen en la publicidad, al fin y al cabo, es dar a conocer al consumidor un producto y para eso ha de llamar su atención. Una de los métodos que más se utilizan en la publicidad de carteles es la de crear imágenes impactantes y muchas veces sin dejar claro qué es exactamente lo que están vendiendo para crear un mayor interés al consumidor; la imagen muestra una forma de venta distinta a la de los textos ya que una imagen nunca tendrá la misma percepción en la gente pero siempre habrá una relación entre ellas ya sea por el color o por el sentimiento que exprese.

Crear un sitio web que cuente con una variedad de imágenes que van a ser aplicadas en publicidades dependiendo de la necesidad del diseñador gráfico es la meta de este proyecto, en él se mostrarán imágenes originales, creativas y muy impactantes creadas por diseñadores gráficos.

Esta idea contribuirá positivamente para que los estudiantes muestren su creatividad y obtengan buenos resultados en sus trabajos universitarios y a su vez en su vida profesional.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Diseñar un banco de imágenes especializado con el fin de generar una herramienta de trabajo original y exclusiva para los estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Estatal de Milagro.

5.4.2 Objetivos específicos de la Propuesta

- Elaborar los bocetos del banco de imágenes que servirán como base para el diseño original.
- Recabar y capturar imágenes originales para agregarlas a la página web.
- Editar las imágenes para mejorar su calidad.
- Categorizar las imágenes capturadas para ubicarlas en la página web.
- Utilizar los programas Adobe Photoshop, Adobe Dreamweaver y Adobe flash para diseñar el sitio web.

5.5 UBICACIÓN

Área: Educación.

Línea de investigación: uso de las tecnologías en la educación.

Lugar de aplicación del proyecto: Universidad Estatal de Milagro.

5.6 FACTIBILIDAD

Técnica.- Técnicamente es factible aplicar esta propuesta puesto que la universidad Estatal de Milagro cuenta con estudiantes y profesionales del área del diseño gráfico quienes constantemente podrán crear y actualizar la información para el repositorio. La UNEMI cuenta además con tecnología informática de punta para llevar a cabo el proyecto.

Factibilidad económica.- El presupuesto para este proyecto es de aproximadamente \$ 20.249,60 anuales, situación que podría ser financiada con el aporte por suscripción de los estudiantes de la UNEMI ó a través del presupuesto de la universidad.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

El banco de imágenes es un sitio web que tiene un gran contenido de imágenes de alta calidad para dominio público estudiantil está hecho con el propósito de servir en tareas educativas facilitándole recopilación de imágenes y uso de ellas en cualquier información realizada. Una de las características principales es que brinda imágenes

de variedad de fondos de color, tomas en distintos planos fotográficos, posibilidad para rediseñar y aplicar efectos.



El banco de imágenes tendrá una función aplicada y específica a lo que el estudiante busca ya que las imágenes están clasificadas por categorías, Animales / Vida Salvaje, Vegetales y Frutas / Manos, Belleza / Moda, Celebridades / Famosos, Flores, Tecnología, Días Festivos, Edificios, Educación, Transportes, Hogar, Ilustraciones, Spa, Comidas, Negocios / Finanzas, Objetos, Parques. La descarga de las imágenes será de forma fácil dando un clic en las distintas categorías que se presenta luego para obtener la imagen debe darle doble clic para lograr la descargar de la imagen y poder guardarla en tu servidor.



El repositorio de se alimentará dependiendo de las necesidades y requerimiento de los estudiantes de lo que se necesiten; la actualización del sitio podría darse cada tres meses, tiempo en el que se añadirán nuevas imágenes previamente seleccionadas por quienes se encarguen de dirigir el proyecto; éstas imágenes pueden provenir de tomas realizadas por los propios estudiantes en clases de fotografía (con el respectivo reconocimiento de autoría intelectual) y/o imágenes capturadas exclusivamente para el efecto.

Estructura de la página

El sitio web banco de imágenes posee un menú principal que se encuentra en la parte superior de la página mostrando los siguientes botones como: Inicio, Nosotros, Producto, Blog, Contáctenos.



En el lado izquierdo encontramos el sub menú donde se muestra las diferentes categorías que son: Animales / Vida Salvaje, Vegetales y Frutas / Manos, Belleza / Moda, Celebridades / Famosos, Flores, Tecnología, Días Festivos, Edificios, Educación, Transportes, Hogar, Ilustraciones, Spa, Comidas, Negocios / Finanzas, Objetos, Parques



Colores utilizados en el sitio web banco de imágenes

Amarillo, simboliza la luz del sol. Representa la alegría, la felicidad, la inteligencia y la energía. Por su eficacia para atraer la atención, es muy útil para destacar los aspectos más importantes de una página web.

Naranja, tiene una visibilidad muy alta, por lo que es muy útil para captar atención y subrayar los aspectos más destacables de una página web.

Azul, Es adecuado para promocionar productos de alta tecnología o de alta precisión.

Financiamiento: Para financiar el proyecto será necesario que los estudiantes aporten con una suscripción mensual o anual para acceder al sitio web, pues será de exclusividad de la UNEMI.

El valor descrito en el presupuesto es tentativo y en caso de llevarse a cabo la idea se tendrá que elaborar un presupuesto real y un análisis costo-beneficio para ejecutarlo.

Diseño de banco de imágenes

El diseño del sitio web banco de imágenes especializada es la parte más importante, porque es la que identifica de manera única, ya que tendrá un diseño atractivo basado en imágenes editadas y de alta resolución para que los usuarios las puedan descargar y dar un uso correcto en la publicidad.

En el banco de imágenes se lo clasificará por categorías para utilizarla en el desarrollo y aplicación. Es posible utilizar todo tipo de imágenes, con colores magenta, escala de grises, entre otros.





5.7.1 Actividades

Para obtener el resultado final de nuestra propuesta en forma gráfica hemos pasado por varios procesos:

- Investigación de temas.
- Boceto de Banco de Imágenes.
- Acopio de imágenes variadas.
- Separación de imágenes según sus categorías
- Edición de imágenes.
- Diseño en Adobe Photoshop.
- Comportamiento de los botones menú y sub menú en Adobe Dreamweaver.
- Animaciones en Adobe Flash.
- Introducción de imágenes al sitio web.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

PRESUPUESTO ANUAL

PRESUPUESTO					
Asunto: DISEÑO PAGINA GALERIA DE IMÁGENES					
Proyecto: NOMBRE DE LA PAGINA: BANCO DE IMÁGENES					
Dirección:					
Fecha: OCTUBRE 2011					
Item	DESCRIPCIÓN	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL (US\$)
A-1 PRELIMINARES					
001	Computadora Macquintosh	global	1,00	\$ 2.000,00	2.000,00
002	GASTOS ADMINISTRATIVOS (TELEF, LUZ)	Mes	12,00	\$ 50,00	600,00
004	DISEÑOS WEB MASTER	global	1,00	\$ 2.000,00	2.000,00
SUBTOTAL					4.600,00
A-2 PROMOCIÓN					
005	DOMINIO	global	1,00	\$ 80,00	80,00
06	DISEÑADOR GRÁFICO	Mes	12,00	\$ 600,00	7.200,00
SUBTOTAL					7.280,00
A-3 MANTENIMIENTO					
09	MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	Trimestre	4,00	\$ 50,00	200,00
010	MANTENIMIENTO DE SITIO WEB	Trimestre	15,00	\$ 400,00	6.000,00
SUBTOTAL					6.200,00
TOTAL PRELIMINARES, PROMOCIÓN Y MANTENIMIENTO					\$ 18.080,00
				IVA VIGENTE 12%	\$ 2.169,60
TOTAL					\$ 20.249,60

5.7.3 Impacto

Los beneficiados de este proyecto serán los estudiantes de Diseño Gráfico y Publicidad, quienes a través de este sitio web obtendrán herramientas de buena calidad para elaborar sus proyectos de diseño.

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Este proyecto podría ser evaluado de manera permanente a través del espacio del blog, Facebook, twitter, creado en el mismo repositorio; en éste, los estudiantes podrán transmitir sus opiniones e intercambiar información con sus compañeros. Otra manera de evaluarlo podría ser a través de encuestas realizadas a los estudiantes en periodos determinados y también, podría medirse la demanda determinando el número de personas que visitan las páginas.

CONCLUSIONES

El banco o repositorio de imágenes especializado es importante y necesario para los estudiantes de Diseño Gráfico y Publicidad; a través de las encuestas y entrevistas realizadas, nos permite prever que su creación tendría una acogida favorable; este sitio web podría ser utilizado por todos los estudiantes de la UNEMI pero su creación está dirigida específicamente a los estudiantes de Diseño gráfico ya que éstos requieren de imágenes para realizar las tareas tales como: creación de publicidades, aplicación de técnicas gráficas, planos fotográficos, etc.

Un banco de imágenes cubriría en parte de las necesidades de los estudiantes de diseño gráfico al momento de realizar sus proyectos debido a que el sitio web tendrá imágenes de alta calidad y será de fácil acceso.

RECOMENDACIONES

Luego de encuestar a nuestros compañeros de Diseño Gráfico pudimos determinar que existe la necesidad de acceder a un banco de imágenes que provea de material gráfico de buena calidad; como recomendación podemos indicar que aunque existirán varios mecanismos para proveer de imágenes al sitio web, el principal sería que pueda alimentarse permanentemente de las aportaciones de los estudiantes a través de las tareas hechas en clases, pues es un trabajo que realiza para obtener una calificación y como estímulo podría ser considerada para el repositorio de imágenes.

BIBLIOGRAFIA

Biblioteca de la UNEMI

ORTIZ, J. *La historia de la imagen o una imagen para la historia, la imagen publicitaria en la prensa (Historia del arte)*, Universidad Estatal de Milagro, 2009.

VITE, B. y Hato J. *Sitio web para dar a conocer los diferentes recorridos de buses urbanos dentro de la ciudad de milagro 2010*

Fuente: internet

CODINA, L. *Entender los Bancos de imágenes*. Tomado el 31 octubre de 2011 del sitio <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2011/julio/08.pdf>

GARCIA, A. overblog. *Qué es un banco de imágenes y para qué sirve*. Tomado el 10 de noviembre de 2011 del sitio http://es.overblog.com/Que_es_un_banco_de_imagenes_y_para_que_sirve-1228321779-art163514.html

SAAVEDRA, I. *Historia de la imagen o una imagen*. Tomado el 22 de agosto de 2011 del sitio para la historia <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/351/35102912.pdf>

SOULAGES, F. *Para una nueva filosofía de la imagen*. Revista de filosofía y teoría política. Tomado el 31 de agosto de 2011 del sitio http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.3625/pr.3625.pdf

WIKIPEDIA. *Historia de la fotografía*. Tomado el 31 de agosto de 2011 del sitio: http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_fotograf%C3%ADa

ROMÁN, L. *Filosofía de la imagen*. Tomado el 1 de septiembre de 2011 del sitio: <http://virtual.chapingo.mx/inves/swf/52.swf>

http://www.supertel.gob.ec/pdf/estadisticas/acceso_internet.pdf

Uso pedagógico de la imagen. Tomado el 3 de septiembre de 2011 del sitio: http://www.slideshare.net/amando_foto/uso-pedaggico-de-la-imagen-corta

MARTÍNEZ, C. y BOTIVA, A. *Introducción al arte rupestre*. Tomado: 10 Septiembre 2011.
Del sitio <http://www.rupestreweb.info/introduccion.html>

La primera imagen y el primer banner en internet. Tomado: el 19 septiembre 2011.del
sitio <http://www.tufuncion.com/historia-pagina-internet>

Identidad corporativa. *Las imágenes para la creatividad*. Tomado el 23 septiembre 2011
del sitio [creativihhttp://www.solucionesuno.com/disenio-grafico/banco-imagenes.html](http://www.solucionesuno.com/disenio-grafico/banco-imagenes.html)

GERARDO K. «*Origen de un medio gráfico y un arte. Antecedentes, inicio y desarrollo de la fotografía* ». *Historia de la imagen*. Tomada el 31 septiembre 2011. Del sitio
http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_fotograf%C3%ADa

RAMOS E. *Técnicas de investigación*. Tomado el 2 octubre. Del sitio
<http://www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm>

ANEXOS

ANEXOS 1



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Unidad Académica Ciencias de la Educación y de la Comunicación

Categorización de Banco de Imágenes Fotografías Especializadas

Encuesta realizada a los estudiantes de Diseño Gráfico de la UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO con la finalidad de establecer si existe o no la necesidad utilizar los bancos de imágenes especializadas que ofrece la web.

Cantón Milagro Mes: del 2011 Encuesta N°

INFORMACIÓN BÁSICA:

1.- Cree Usted que el usar un banco de imágenes al momento de diseñar es:

Muy importante

Poco importante

Nada importante

2.- ¿Subraye los problemas que usualmente se presentan al utilizar los bancos de imágenes disponibles en la web?

Baja resolución

Tamaños inapropiados

Sellos de seguridad

3.- ¿Qué nivel de importancia representaría para usted la creación de un banco de imágenes a través de la web?

Muy importante

Poco importante

Nada importante

4.- ¿De las siguientes categorías cuáles cree usted que debe tener el banco de imágenes?

Abstractas	Objetos
Modas	Famosas
Ciencia	Paisajes
Tecnología	Industrial
Naturaleza	Logos
Salud	Deportes
Publicidades	Ciencia ficción
Arte	Variedades
Edificios / Lugares Famosos	Vectores
Fondos / Texturas	Educación
Negocios/Finanzas	Señales/Símbolos

5.- ¿Le gustaría que el banco de imágenes tenga un espacio de foro?

Sí

No

¿Por qué? _____

6.- ¿Está usted de acuerdo que la Universidad Estatal de Milagro obtenga su propio banco de imágenes?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

ANEXOS 2



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Unidad Académica Ciencias de la Educación y de la Comunicación

Categorización de Banco de Imágenes Fotografías Especializadas

ENTREVISTA A PROFESIONALES EN DISEÑO GRÁFICO

- 1.- ¿Qué problemas lleva la inexistencia de un banco de imágenes?**
- 2.- ¿Qué características cree usted que debería tener un banco de Imágenes?**
- 3.- ¿Por qué es importante contar con un banco de imágenes como base para crear o innovar diseños?**
- 4.- ¿Qué categorías debe tener un banco de imágenes? Especifique**
- 5.- ¿Usted como profesional en Diseño Gráfico cree que es importante contar con un banco de imágenes como base para crear o innovar diseños?**
- 6.- ¿Considera que el banco de imágenes debe ser de acceso público?**
- 7.- ¿Considera que el banco de imágenes sea de uso restringido?**

ANEXOS 3

Instantes en el cual nos encontramos realizando las encuestas a estudiantes de Diseño Gráfico y Publicidad.

