



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JOSÉ ORTEGA Y GASSET
Código SENESCYT: 2271

TECNOLOGÍA EN COMUNICACIÓN DIGITAL

Proyecto de titulación previo a la obtención del título de Comunicación Digital,
con nivel equivalente a Tecnólogo Superior

TEMA DEL PROYECTO

Proyecto para la creación de un canal en la plataforma YouTube y Facebook para la difusión de la cultura y el arte de la provincia de Pastaza, Cantón Pastaza, Parroquia Puyo, en el año 2024.

Autor:

Brenda Guillén Cox

Tutor:

Ph.D. Galo Vásconez Merino

RIOBAMBA – ECUADOR

2024

Calificación

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación, cuyo tema es “Proyecto para la creación de un canal en la plataforma YouTube y Facebook para la difusión de la cultura y el arte de la provincia de Pastaza, Cantón Pastaza, Parroquia Puyo, en el año 2024” presentado por la estudiante Brenda Guillén Cox de la carrera Comunicación Digital considero que el trabajo cumple con todas las condiciones y requisitos para ser evaluado y defendido por el jurado.

Calificación del tutor:

10/10

Dr. Galo Vásconez Merino
Docente Tutor

Calificaciones miembros del tribunal:

Índice

ABSTRACT	5
CAPÍTULO I.....	4
MARCO REFERENCIAL	4
1.1. Justificación	4
1.2. Objetivos.....	5
1.2.1. Objetivo General.....	5
1.2.2. Objetivos Específicos	5
CAPÍTULO II.....	6
DEFINICIÓN DEL PROYECTO	6
2.1. Determinación del tipo de Proyecto	6
2.2. Misión y visión del proyecto	6
2.2.1. Misión.....	6
2.2.2. Visión	7
2.3. Producto o servicio a desarrollar	7
2.3.1. Objetivo general del plan.....	7
2.3.3. Segmentación de mercado	9
2.3.4. Posicionamiento.....	9
2.4. Estrategia principal de trabajo	10
2.5. Organigrama de funciones	10
2.6. Planificación de Canales digitales	11
Tabla 1: Plan de Canales	11
Tabla 2: Plan Operativo Anual	12
CAPITULO III	13
DIAGNOSTICO.....	13
3.1. Estudio del entorno y compilación de datos	13
CAPITULO IV	17

DISEÑO DE LA CAMPAÑA	17
4.1. Imagen Corporativa	17
4.2. IMAGEN CORPORATIVA	17
4.3. LOGOTIPO.....	17
4.2. Diseño de la página Web	25
4.2.1. Definir el objetivo de la pagino de la página web.	25
4.2.2. Buscar inspiración para la página web.	25
4.2.3. Elegir una plataforma correcta para el sitio web.	27
4.2.4. Personalizar la página web.	28
5. ANEXOS	29

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por tenerme como su hija por ser tan bueno y generoso en mi vida, para mi, este logro es una meta, un escalón cumplido en mi vida, capaz los medios no fueron los que me propuse cuando era más joven, pero nunca es tarde para darse por vencida, agradezco a mi familia a mi esposo por alentarme a que no me de por vencida, a mi madre que siempre me apoyo, a mi ñañita que me impartía sus conocimientos, y por ultimo me agradezco a mí, a mi yo interior que nunca dudo, que soñaba en tener un título, ahora puedo decir lo logre.

DEDICATORIA

Este título les dedico a mis dos amores, a mis frutos de amor
que son mis hijas mis Marias mis bebes, que es por ellas
todo mi esfuerzo, son mi motor de vida, mi mayor inspiración,
decirles que mientras se tenga vida y las cosas se hagan con pasión
todo el éxito llega por añadidura, nunca es tarde para volver a empezar...
con amor su mamita Brenda....

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JOSÉ ORTEGA Y GASSET

TECNOLOGÍA EN COMUNICACIÓN DIGITAL

RESUMEN

El proyecto de titulación tiene como objetivo, proyectar la creación de un canal en la plataforma YouTube y Facebook para la difusión de la cultura y el arte de la provincia de Pastaza, Cantón Pastaza, Parroquia Puyo, en el año 2024. Desarrollar un canal virtual para la apreciación de todo estilo de arte un canal digital Puyense que tiene la intención de potenciar el desarrollo en la plataforma digital, a través de la realización de un canal virtual. El trabajo consta de una parte teórica que ofrece una descripción general de las principales clases relacionadas con el desarrollo de la plataforma digital y el análisis que debe realizarse. La parte práctica es la visualización de la página web y, además, profundiza en los detalles sobre los detalles que abarca la creación de un canal digital como tal, se realiza una investigación y un análisis detallado y, además, se propone un plan de instalación del proyecto virtual de "ARTES CULTURAL BRENDA GUILLÉN COX" que se basa en dar a conocer los talentos de cada artista. Teniendo en cuenta todos los datos recopilados durante la realización del análisis de otros canales digitales, específicamente Pastaza demostrando ser un prometedor proyecto con gran potencial de crecimiento que se puede esperar en los años siguientes. Sin embargo, el canal digital tiene que realizar las acciones de marketing necesarias para lanzar el proyecto de la manera más fluida posible.

Descriptores: Análisis de mercado, Pagina Web, FODA

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JOSÉ ORTEGA Y
GASSET**

TECNOLOGÍA EN COMUNICACIÓN DIGITAL

ABSTRACT

The degree project aims to project the creation of a channel on the YouTube and Facebook platform for the dissemination of culture and art of the province of Pastaza, Puyo cantón, Puyo City, in the year 2024. Develop a virtual channel for the appreciation of all styles of art a digital channel Puyense that intends to enhance the development on the digital platform, through the realization of a virtual channel. The work consists of a theoretical part which gives an overview of the main classes related to the development of the digital platform and the analysis to be carried out. The practical part is the visualisation of the website and, in addition, it delves into the details of the details involved in the creation of a digital channel as such, a detailed research and analysis is carried out. In addition, a plan is proposed for the installation of the virtual project "ARTES CULTURAL BRENDA GUILLÉN COX" which is based on showcasing the talents of each artist. Taking into account all the data collected during the analysis of other digital channels, specifically Pastaza, it shows to be a promising project with great potential for growth that can be expected in the following years. However, the digital channel has to carry out the necessary marketing actions to launch the project as smoothly as possible.

Descriptors: Market analysis, Website, SWOT

INTRODUCCIÓN

La reciente crisis actual de nuestro País Ecuador, ha hecho que se realce la plataforma digital, poniéndolas como primer lugar a lo online, ya que el negocio común ha tenido muchos fallos en el intento de la economía tradicional por explicar la forma en que se comporta el mercado, lo más importante es, cómo emprender el mercado objetivo de una manera única, eficaz y rentable. El presente proyecto tiene como objetivo trabajo descubrir y exponer parte de la información que concierne a la comunicación digital el área en la cual me encuentro estudiando, entrevistar a los artistas exponer por medio de la plataforma digital lo que es la cultura, dar a conocer al mundo entero el tesoro que tenemos en nuestra provincia, un tesoro que no se palpa ya que no es expuesto y dada la relevancia que se merece como es la cultura, tenemos una provincia muy diversa cuna de 7 nacionalidades donde tenemos varios expositores de la cultura, que día a día trabaja con sus manos sus danzas sus músicas, para brillar en el mundo.

Basándome principalmente en investigaciones primarias se han realizado anteriormente, se pudo encontrar una gran cantidad de información relevante sobre el mercado en el cual voy a exponer que es Pastaza; hablando específicamente del mercado Púyense, teniendo en cuenta la intención del canal digital de potenciar su arte su cultura. Pero, por otro lado, por supuesto, se requiere una proforma para constituir una base firme para entregar un canal virtual que sea consistente con las tendencias actuales

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL

1.1. Justificación

La cultura viene vinculada con el arte ya que es un medio para el desarrollo creativo, el cual se expresa por diferentes disciplinas artísticas, la persona o el individuo transmite su sentir ya sea las emociones y sentimientos, principalmente en la ciudad de Puyo hay varios potenciales en el ámbito del arte y la cultura, en instituciones educativas, microempresas públicas y privadas, así como también personas naturales que toda su vida es entregada a la cultura, hoy en día este arte no es muy apreciado, y tampoco reconocido.

El fin de la creación del canal es para potenciar todo lo que puede y tiene la provincia de Pastaza para incentivar a más personas que lo practiquen, ya que hay muchos jóvenes que se han vuelto sedentarios, ya que la tecnología hoy en día brinda grandes ventajas, nos brinda agilidad y rapidez, para conocer con tan solo un clic lo que estamos viviendo, con nuevas estrategias en las redes sociales podemos, dar a conocer nuestro pensamiento al mundo entero, la creación del canal de YouTube, es una idea magnífica ya que hay noticieros virtuales que son solo amarillistas, la gente necesita alimentarse con nuevas tendencias ideas para dar a conocer que es lo que tenemos en nuestra provincia, que no solo son polémicas, chismes y crímenes, también tenemos cultura, esa cultura que poco a poco se va perdiendo, hay varios talentos que desconocen personas que tienen un gran potencial en el arte, en el medio artístico, como pintores que hacen grandes obras, como escultores que crean bellas artes con sus manos, como bailarines que entregan todo en el espectáculo, como cantantes que tienen una voz angelical, como pianistas como guitarristas, como violinistas, como personas que hacen teatro, pero ese teatro que no se llena, esas sillas vacías que no están colmadas, ya que la gente desconoce, mi meta es involucrarme en cada uno de esos artes, entrevistarles ponerles en las redes para que más personas puedan seguirlos, incentivar a la juventud que la vida no solo está detrás de una computadora, con todo ello crear conciencia, identidad que en Pastaza lo tenemos todo.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Crear un canal en la plataforma YouTube y Facebook para la difusión de la cultura y el arte de la provincia de Pastaza, Cantón Pastaza, Parroquia Puyo, en el año 2023.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Diseñar un Canal de YouTube y en Facebook para potenciar el arte con la herramienta online.
- Identificar personas que realicen arte y cultura dentro de la provincia de Pastaza, para el contenido del canal.
- Realizar contenido, de calidad para la difusión de la cultura y arte de la provincia de Pastaza.

CAPÍTULO II

DEFINICIÓN DEL PROYECTO

Proyecto para la creación de un canal en la plataforma YouTube y Facebook para la difusión de la cultura y el arte de la provincia de Pastaza, Cantón Pastaza, Parroquia Puyo, en el año 2023.

2.1. Determinación del tipo de Proyecto

Este proyecto consta de tres partes principales, que están relacionadas entre sí. Todas las piezas abordan cuestiones del área de Comunicación Digital, importantes para que la creación de “Un Canal Digital para la difusión de la cultura y el arte en la provincia de Pastaza” inicie una función de Comunicación Digital.

- Identificación de factores importantes en una función de Comunicación Digital.
- Creación del Proyecto.
- Planificación e implementación del lanzamiento de promoción digital mediante la plataforma digital como youtube y facebook.

El lanzamiento del nuevo canal digital debe ser un impacto en las plataformas establecidas para la difusión del nuevo proyecto, como contribución al arte, varias personas que contribuyen al arte podrán dar a conocer su trabajo para todo el mundo ya que le internet magnifica su alcance a varias personas

2.2. Misión y visión del proyecto

2.2.1. Misión

Realizar un listado de personas que realizan arte en la provincia de Pastaza, con ello se puede tener una base de datos con ello se puede tener un orden, y una información completa de nombres, direcciones y teléfonos.

Mediante la plataforma del canal digital cada semana se podría realizar la noticia para difundir en los medios establecidos, el nombre que se va a otorgar al canal digital es un nombre sencillo Artes y Cultura.

2.2.2. Visión

En el 2024 ser un canal digital es estar en el auge de la tecnología, de que solo a un clic ya estamos enterados de todos los acontecimientos.

Pretendemos ser un referente en el área digital, para impulsar a más medios de comunicación, que hagamos conocer primero lo nuestro, y para ello entender la necesidad de cambio provocado por la sociedad.

2.3. Producto o servicio a desarrollar

Con el lanzamiento del nuevo canal digital, creamos un servicio, una organización es capaz de definir el camino a seguir tomando como referencia de una idea, la base principal es el arte de como el artista impacte en la sociedad, no basta con producir obras de arte: también deben ser promocionadas., uno de los elementos de la Comunicación digital, es con el diseño de un bien o servicio para producir y habiendo elegido el mercado en el que entrar, la organización.

2.3.1. Objetivo general del plan

El Objetivo de este proyecto de tesis es tener como meta dar a conocer la página que se va a crear, de esta manera, con el uso de redes sociales (Expressan, 2023) la apertura al canal digital de la venta del arte, es una alivio o salida para muchos, aunque no quiere decir que es la única estrategia de vender o promocionar algo, pero si es un canal donde muchas personas podrán apreciar lo que tenemos en nuestra provincia, se procederá a promover este instrumento, permitiendo un lugar donde los usuarios puedan interactuar y generar tráfico direccionado a la página.

Por lo cual se procederá a efectuar un eslogan de publicidad , y haciendo uso de las redes sociales tales como Facebook, Instagram y YouTube, se procederá a

adquirir un plan publicitario (Crear una pagina de facebook como artista, 2023), buscando con ello direccionar tráfico hacia la página. Muchos artistas usan Facebook como una herramienta para promocionar su obra, de esta manera el incluir imágenes y actualizaciones, dentro del contenido de noticias e información que las personas ven a diario, y también puede ser una excelente herramienta para hacer contactos dentro de la comunidad del arte, desde artistas locales y profesionales del mundo del arte cuyas experiencias y consejos podrían ser muy valiosos, con ello en el canal digital pueden unirse muchos profesionales en el arte que pueden aportar a la comunidad, ya sean del Pastaza o extranjeros.

2.3.2. Objetivos específicos

- Diseñar un Canal de YouTube y en Facebook para potenciar el arte con la herramienta online, son plataformas con mucha popularidad que tiene millones de usuarios, es una manera fácil de crecer virtualmente, gracias a la ayuda de las redes sociales, hoy en día hay inclusive ventas solo online, ya no hace falta tener un lugar físico para que una idea o un negocio sea exitoso.
- Identificar personas que realicen arte y cultura dentro de la provincia de Pastaza, para el contenido del canal, donde radico en la provincia de Pastaza hay varias personas que realizan arte con sus manos con su cuerpo, con su literatura, en fin hay muchas maneras de hacer arte de tener una cultura más amplia más variada ya que Pastaza es la cuna de las siete nacionalidad indígenas por la cual hay mucha pluriculturalidad en la cual hay un abanico muy amplio que se puede potenciar para varios gustos y preferencia de la juventud, en la actualidad.

La meta como tal es realizar contenido, de calidad para la difusión de la cultura y arte de la provincia de Pastaza

- Seleccionar estrategias que vinculan la relación del arte y la cultura la cual se puede bazar con entrevistas a los profesionales, y del cual los consumidores tienen un valor otorgado muy superior.

2.3.3. Segmentación de mercado

El segmento de mercado de “Artes Cultura” al que está direccionada es a toda la población que gustan de páginas de arte y cultura.

2.3.4. Posicionamiento

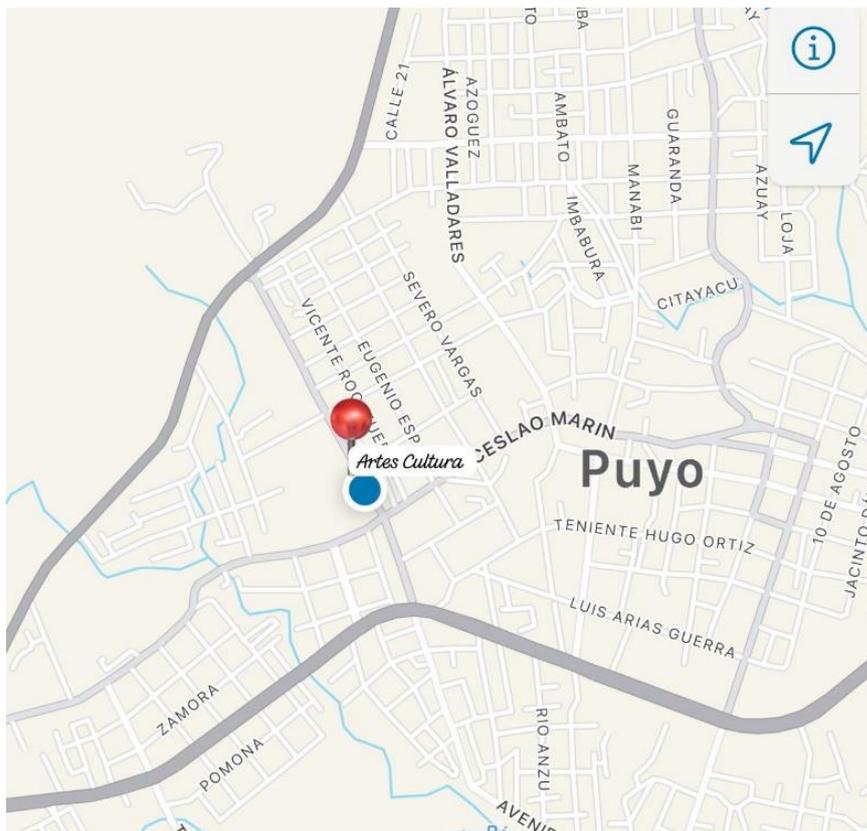
Ubicación: Virtual páginas, Facebook, YouTube.

Paroquia: Puyo

Cantón: Pastaza

Provincia: Pastaza

Gráfico No. 1 Localización geográfica Artes Cultura

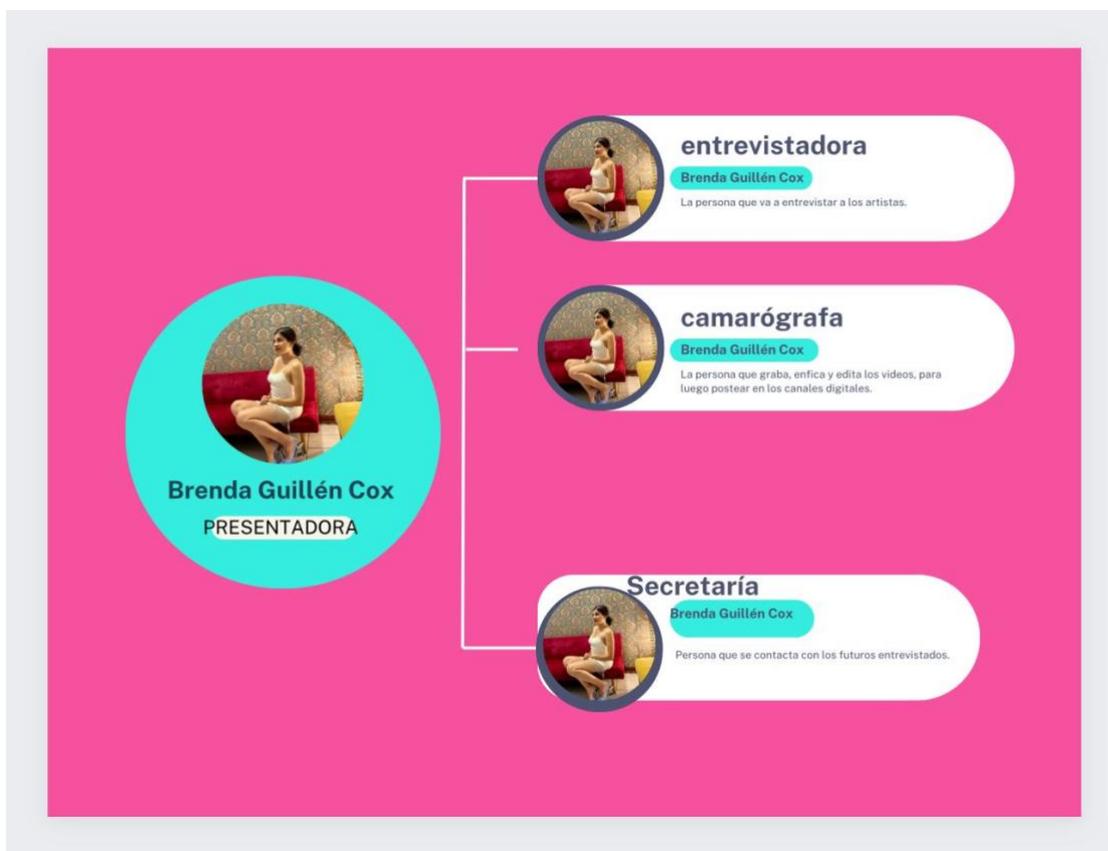


Fuente: Google Maps

2.4. Estrategia principal de trabajo

Tomando en cuenta que las estrategias mencionadas anteriormente, realizar una página digital abarca el marketing ya que investigan las acciones a crear para lograr como objetivo fundamental el incremento de las visualizaciones y lograr una ventaja de reproducciones (Matesa, 2019), estrategia digital en redes sociales, en todo proyecto o estrategia digital es primordial realizar un plan de marketing de contenidos, este consiste en crear y distribuir contenido relevante para los consumidores en este caso los usuarios de redes sociales, el objetivo es atraerlos con los contenidos de interés para conseguir el alcance propuesto, para la difusión y así generar tráfico a nuestra plataforma para lograr afiliación con el logo o marca. Su función es interactuar con las personas por medio de plataformas de chat.

2.5. Organigrama de funciones



Fuente: Elaboración propia

2.6. Planificación de Canales digitales

Se procedió a realizar dos tablas las cuales explican los canales a utilizar, como es la plataforma de Facebook y YouTube , la mensajería de apps, la más usada para contactarnos con los artistas es el WhatsApp y la duración del proyecto

Tabla 1: Plan de Canales

CANALES DIGITALES	
Canales más utilizados	internet Redes Sociales
Plataforma	Facebook YouTube
Mensajería	Apps WhatsApp
DURACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Inicio de campaña: 2024

Tabla 2: Plan Operativo Anual

DETALLES DEL PLAN DE CANALES			
CANAL	ESTRATEGIA	OBJETIVOS	MÉTRICAS CLAVE
Propios - Canales digitales propios y totalmente controlados			
Sitio web	<ul style="list-style-type: none"> Dirige a los visitantes del sitio al nuevo contenido 	<ul style="list-style-type: none"> Persuádelos para que se suscriban al nuevo canal. 	<ul style="list-style-type: none"> Clics en la página de destino Suscripciones por correo electrónico
Medios pagos - Publicidad digital por la que pagamos			
Anuncios de Facebook	Pautar	Anuncios publicitarios	Para nuevos seguidores.
Medios ganados - Publicidad que obtenemos aparte de la publicidad paga			
Publicaciones de influencers	modelos exitosos	La Posta	
PARA MÁS INFORMACIÓN			
Ponte en contacto con el autor del plan de canales en artesculturabgc@gmail.com			

Fuente: Elaborado por Brenda Guillen Cox

CAPITULO III DIAGNÓSTICO

3.1. Estudio del entorno y compilación de datos

El estudio del entorno y los datos del proyecto relacionado con el arte son actividades que se realizan para conocer el contexto, la evolución y los que vivimos en la actualidad es una disciplina del arte. Estas actividades pueden tener como objetivo fines académicos, culturales, y pueden implicar el uso de diversas fuentes y métodos.

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

FODA



EXPLICACIÓN DE LA MATRIZ

La matriz de competencia, capacidades y desempeños del arte y la cultura es buscar que los estudiantes desarrollen su propia manera de exponer y saber interpretar sus afinidades de gustos en las áreas que se vean identificados, todas las personas nacemos con un don de imaginar ideas sentimientos y emociones, representadas en arte interpretaciones a través del lenguaje, potenciando su creación. En el área de la Cultura tiene como propósito el desarrollo.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El análisis de la competencia es una parte fundamental para comprender, entender y mejorar, en este punto ver las debilidades de la competencia para posteriormente plantear las estrategias en el ámbito sea exitoso.

La principal pregunta a plantearse es:

¿Qué es un análisis de la competencia?

El análisis de la competencia permite identificar los puntos fuertes y débiles en relación a otros canales digitales del mercado.

Es una herramienta crucial para anticiparte a las amenazas y comprender la diferencia desde la perspectiva del usuario. Al conocer estas ventajas, se puede posicionar estrategias para mejor frente a las tácticas de los competidores y aprovechar al máximo de las capacidades, y nuevas perspectivas exitosas del proyecto, todo esto es posible siguiendo los pasos analizando detalladamente para no cometer errores acerca de la competencia, mejorar cada detalle hace que el dicho, mejorar de los errores de otros, funcione mejor la empresa que se está proyectando.

EL OBJETIVO DEL ANÁLISIS

El objetivo del análisis de la competencia: El análisis de la competencia tiene como objetivo ayudar a comprender que es lo que me hace único y a identificar posibles obstáculos para el crecimiento. Además, permite ser proactivo en lugar de reaccionar ante situaciones. Desafiar las suposiciones, ya que los datos cambian constantemente, y se debe proyectar a una actualización de estrategias cada cierto tiempo para conseguir un proyecto siempre actualizado y moderno para que las personas nunca se aburran del contenido.

Enfoques y clasificaciones de competencias: Existen distintos enfoques y clasificaciones de competencias según el marco teórico y cultural acogido. Estos pueden incluir competencias básicas o la clave para dirigirse a las competencias profesionales.

Se puede tener un análisis para el estudio del entorno y la compilación de datos del arte son:

- Libros, revistas, catálogos escritos sobre el arte.
- Base de datos, bibliotecas digitales y otros recursos en línea que contienen información sobre el arte o los artistas.
- Galerías, festivales y otros espacios o eventos que exhiben o difunden el arte.
- Entrevistas, reseñas y otros tipos de opiniones o valoraciones sobre el arte o los artistas.
- Los métodos que se pueden emplear para el estudio del entorno y del arte son:
- El análisis, que concierne en examinar, clasificar, resumir y sintetizar la información sobre el arte.
- El análisis de contenido, que consiste en identificar, codificar y comparar los resultados que se expresan en los textos, imágenes o medios sobre el arte.
- El estado del arte, que es en realizar una revisión de la producción científica, cultural sobre un área específica del arte.

- La observación, que consiste en involucrarse en el entorno artístico, asistir a las actividades que concierne sobre temas relacionado sobre el arte.

Las herramientas que se pueden utilizar para el estudio del entorno y la compilación de datos del arte son:

- Software para el procesamiento, análisis y visualización de datos, como Excel.
- Software para la búsqueda, recuperación y gestión de información, como Google, Bing, etc.
- Software para la creación, edición y publicación de contenidos, como Word, PowerPoint, Photoshop, etc.

CAPITULO IV

DISEÑO DE LA CAMPAÑA

4.1. Imagen Corporativa

La imagen corporativa es la representación que engloba a todo el proyecto ya que el público tiene de una organización, basada en la información que recibe sobre ella. La imagen corporativa se conforma a partir de la identidad y la cultura, que son los rasgos distintivos y los valores que definen para el impacto que tenga en redes. La imagen corporativa es importante para el posicionamiento que va a tener en la sociedad y la reputación que va a tener el proyecto en este caso la reputación que va a tener en redes sociales y el impacto que este va a dar, ya que influye en la percepción y la confianza de los seguidores.

Para crear una imagen corporativa basada en la cultura, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- La cultura es la cultura a la que nos vamos a dirigir, normas, costumbres y comportamientos que caracterizan a una organización y que se transmiten a través de las publicaciones del contenido. La cultura corporativa refleja la misión, la visión, los objetivos y los principios de la empresa, así como su forma de trabajar, de comunicarse, de relacionarse y de innovar.

4.2. IMAGEN CORPORATIVA

4.3. LOGOTIPO

La figura 2 muestra el logotipo o marca legal de la microempresa creación de un canal en la plataforma YouTube y Facebook para la difusión de la cultura y el arte de la provincia de Pastaza, cantón Pastaza, Parroquia Puyo, en el año 2023.

Me basé en los colores ya que es la representación de la bandera de Pastaza verde y amarillo es elemental para el lanzamiento del canal digital.

Con ello doy un sentido de pertenencia y de autenticidad para los primeros seguidores ya que cuando se va a lanzar un nuevo producto, en este caso un

nuevo canal en redes sociales, se comienza desde cero y la primera impresión que se van a llevar los futuros seguidores es un buen logotipo, así que este logotipo que he creado es basado en la necesidad de la representación del mismo.

LOGOTIPO

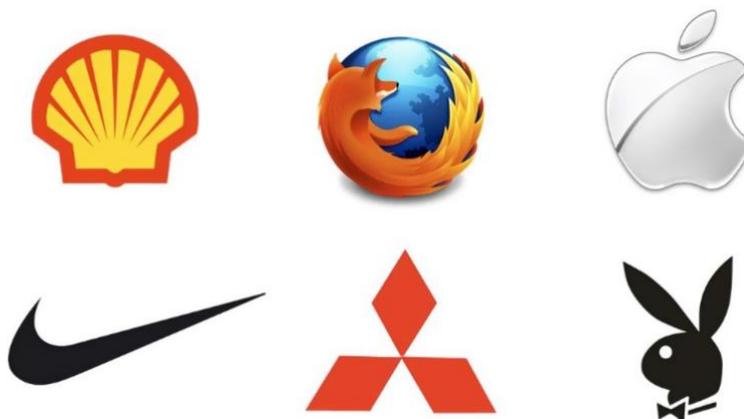
El logotipo es un diseño gráfico, es un símbolo tan importante que representa a la empresa o medio digital que se va a crear, es la imagen principal para todas las personas, la página su marca su identificación.

Logotipo o logo: viene de la palabra en inglés *wordmark*, que hace referencia a un diseño tipográfico del nombre que la define a lo que se quiere representar. El logotipo, o también llamado simplemente logo, es definido estrictamente en el área del marketing como el diseño tipográfico, o sea, el diseño del nombre de la marca en sí. El logotipo en este sentido tiene dimensiones, colores, formas y disposiciones específicas y reguladas del nombre de una empresa o institución.



Isotipo: Se traduce al inglés como *brandmark* y representa la imagen simbólica de la marca como podemos ver en la imagen, por ejemplo, la manzana de Apple, la sirena de Starbucks y la curva de Nike. Isotipo se refiere a aquellos logos para identificar marcas, instituciones, productos o servicios que constan tan solo de un ícono y, por lo tanto, prescinden de cualquier elemento textual.

EJEMPLOS DE ISOTIPOS.



Imagotipo: traducido al inglés como *combomark*, combina en la iconografía tanto palabra como imagen.

Se caracteriza porque tanto la imagen como la palabra pueden funcionar por separado. En la imagen podemos ver algunos ejemplos, como el caso de: Unilever y Adidas.



Isologo: se traduce al inglés como *emblem*. El isologo es una especie de emblema, ya que combina, como en el imagotipo, tanto imagen como palabra, pero están fusionadas, representando una especie de “escudo” de la marca. Se puede encontrar en la imagen.



Después de tener claro el concepto de logotipo presento mi imagen para el canal digital que se va a crear, teniendo en cuenta el nombre los colores y letras y el concepto que se va a proyectar, como referencia quise hacer mención a mi nombre como marca personal, resaltando la palabra Artes Cultura y la localidad Pastaza-Puyo.





- Define el objetivo y el público de tu canal. ¿Qué quieres lograr con tu canal? ¿A quién quieres llegar con tus contenidos? ¿Qué necesidades o intereses tienes que satisfacer? Estas preguntas te ayudarán a enfocar tu propuesta y a crear contenidos relevantes y atractivos.
- Investiga sobre el tema de tu canal. Busca información sobre la cultura y el arte de la provincia de Pastaza, Cantón Pastaza, Parroquia Puyo. Aprende sobre su historia, sus tradiciones, sus expresiones artísticas, sus personajes destacados, sus problemas y desafíos, etc.
- También puedes entrevistar a personas que conozcan o participen de esa cultura y arte, y pedirles su opinión o testimonio.

Los elementos que describen al logotipo son:

- Ser original: debe ser único y diferenciarse de otros canales o competidores.
- Ser atemporal: debe mantener su vigencia y relevancia a lo largo del tiempo, sin depender de modas o tendencias pasajeras.
- Ser fácil de entender: En este aspecto considere que se legible y claro, quise poner mi nombre ya que seré la creadora y presentadora del mismo canal digital con eso se comunicara de forma clara y directa, teniendo en cuenta claro del tema y el estilo del canal.

- Ser fácil de recordar: A veces algo simple es mejor y memorable, sin elementos innecesarios que esto solo confunde a los usuarios ya que dificulten su reconocimiento.
- Ser fácil de reproducir: debe ser adaptable a diferentes formatos, tamaños y medios, sin perder su calidad o legibilidad.

Los elementos que componen un logotipo para un canal digital son los siguientes:

- **El nombre del canal:** Es lo más relevante de toda página virtual, es la parte textual del logotipo, que puede incluir el nombre completo o una abreviatura del canal. En mi proyecto se podría reducir el Brenda Guillén Cox a B.G.C para que sea claro y ser corto, llamativo y fácil de pronunciar y escribir.
- **El icono o símbolo del canal:** es la parte gráfica del logotipo, que puede consistir en una imagen, una forma, una letra o una combinación de estos elementos. Debe representar el tema, el tono y el valor del canal, y armonizar con el nombre.
- **El color del logotipo:** es el elemento cromático del logotipo, el cual escogí los colores de la Provincia de la cual se basa mi proyecto de tesis que es la provincia de Pastaza, la intensidad y la combinación de los colores elegidos deben ser llamativos. Debe transmitir las emociones, las sensaciones y la personalidad del canal, y contrastar con el fondo.
- **La tipografía del logotipo:** Que aplique es el elemento tipográfico del logotipo, que se refiere al tipo, el tamaño lo aplique en tamaño mediano que contraste con el texto, el estilo y el espaciado de las letras que conforman el nombre del canal. Debe ser legible, coherente y acorde con el icono y el color del logotipo.

- **Crea un plan de contenidos.** Este punto es el más importante ya que se decide qué tipo de contenidos voy a crear para el canal, el cómo va a estar estructurado, qué formato y estilo voy aplicar, qué recursos visuales o sonoros voy aplicar, etc.

También es importante la definición de la frecuencia y el calendario de publicación de los contenidos, se me ocurrió hacerlas semanalmente para no saturara con contenido el canal digital para poder promocionar avances de que se va a postear cada semana para así poder difundir.

- El crear mi canal de YouTube y Facebook es personalizar la información y el diseño del canal, la descripción y la imagen que representen el proyecto. Al vincular el canal de YouTube con la página de Facebook, para que los primeros seguidores puedan acceder fácilmente a los contenidos en ambas plataformas, es una estrategia magnifica ya que los primeros seguidores son ya amigos que tengo en redes y si el contenido es de calidad y llamativo mis propios amigos serán los que me ayuden difundiendo.
- Producir y publicar contenidos. Grabar, editar y subir vídeos al canal de YouTube, al compartir en la página de Facebook. Es un trabajo de diseño que la imaginación debe ser la mejor aliada ya que un título llamativo puede hacer que la publicación se haga viral, procurar que los contenidos sean de calidad, sobre todo que sean originales, informativos y entretenidos.
- Que tenga un eslogan o algo en particular para que den la autenticidad que se necesita para hacer que el canal digital sea único. También se puedes interactuar con la audiencia, respondiendo a sus comentarios, preguntas o sugerencias, que tengan, siempre y cuando sean preguntas que ayuden a crecer mas no causar polémicas y tampoco caer responder de temas como política o religión, el canal debe ser claro y veraz para no caer nunca en algo mediático, una de las estrategias de interactuar con los seguidores es pedirles a los mismos que den su *feedback*, apoyo,

compartir el video, esto es indispensable ya que los seguidores de mis seguidores pueden recomendarme y magnifiquen la publicidad.

4.2. Diseño de la página Web

Para diseñar una página web exitosa, hay que tener en cuenta varios puntos, como propósito el estilo, la navegación.

4.2.1. Definir el objetivo de la pagino de la página web.

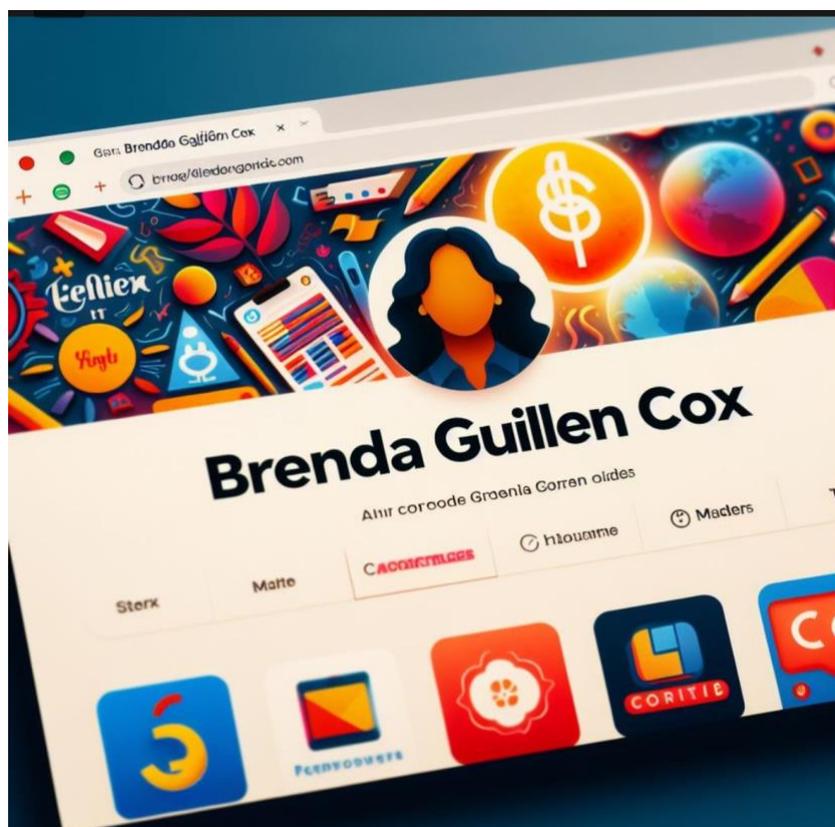
EL objetivo principal en este proyecto es tener seguidores, dar a conocer el canal digital, como tal su contenido, que varias personas viralicen la información para que tenga un alcance exitoso, informar a las personas sobre las actividades más relevantes.

4.2.2. Buscar inspiración para la página web.

Las ideas deben ser creativas, más no deben ser plagios, siempre la originalidad es importante, para que todo proyecto sea exitoso, partir desde cero es un beneficio ya que los detalles son únicos y sobre todo son nuevos, la marca o el valor agregado que se le da, el color debe ser llamativo ya que habla muchísimo del contenido,



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

4.2.3. Elegir una plataforma correcta para el sitio web.

La mejor manera de averiguar si una plataforma es adecuada es documentarte a través de análisis realizados por expertos. Antes de escoger un proveedor, es importante que contrastes las opiniones de la gente y de los profesionales sobre las distintas opciones que barajas, para saber si realmente merece la pena, y poder así eliminar plataformas



Fuente: Elaboración propia

4.2.4. Personalizar la página web.

Una referencia de la página web sería este modelo



Fuente: Elaboración propia

5. ANEXOS

