





Créditos

REVISTA ACÁDEMICA
ESCUELA DE DISEÑO Y
COMUNICACIÓN
EDICIÓN 18.
II CUATRIMESTRE 2016
UNIVERSIDAD AMERICANA

CRÉDITOS

DIRECTOR ACADÉMICO DE LA
ESCUELA DE DISEÑO Y
COMUNICACIÓN
Lic. Federico Espinosa

SUPERVISORA INHOUSE UAM
EL HORMIGUERO
Lic. Karla Fernández Carvajal

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
Cristina Zúñiga Ramírez

CORRECCIÓN DE ESTILO POR
Marilyn Vásquez Arce

2016

CLAÚSULA DE RESPONSABILIDAD

Las publicaciones que se realicen en la revista Volados no obedecen necesariamente a la línea de pensamiento o investigación de la revista o de la Universidad Americana, por lo que la responsabilidad de su contenido es exclusiva del autor. Esta revista es un espacio para divulgar algunos proyectos de los estudiantes de la Escuela de Diseño y Comunicación. Los proyectos entregados pasan por un filtr. Se publican solo los ejemplos más representativos de un cuatrimestre.

El uso ilegal e indebido de su contenido será responsabilidad exclusiva de quien lo realice.

Editorial

La Escuela de Diseño y Comunicación de la Universidad Americana pretende una transformación positiva desde las aulas, para que cada uno de ustedes, como estudiantes y profesores puedan aplicar diferentes perspectivas en la resolución creativa de los problemas que enfrentan día tras día las diferentes marcas en mercado. Por esta razón, la revista VOLA2 procura que en cada una de sus páginas se muestre información relevante, además de resaltar la calidad y excelencia en cada uno de sus proyectos.

La creatividad es la capacidad de transformar lo que existe de una manera diferente. Por ello, es necesario cambiar constantemente mediante rutas alternativas.

El pensamiento creativo involucra conocer el parámetro que nos guiará a ser diferentes, sin embargo, es importante aceptar que ser creativo no es ser caprichoso, pues existen procesos los cuales nos guían a obtener resultados funcionales para nuestros clientes.

La edición de esta revista enfatiza en el pensamiento creativo que busca esos cambios, y para lograrlo, transformamos la visión de nuestros profesores, estudiantes y colaboradores.

“Las ideas son el arte de lo imposible y por ello son lo único que modifica el mundo de forma importante. En esta era de la innovación todo el mundo habla de la importancia de las ideas pero pocos de cómo hay que alimentarlas y cuidarlas para que puedan crecer y desarrollar todo su potencial.”

John Hunt.

John Hunt menciona en su libro *El Arte de la Idea*, que la creatividad no es nada sin esa conexión de información dentro del cerebro, por eso, desde la Dirección de la Escuela de Diseño y Comunicación y, en especial, desde El Hormiguero, brindamos una ventana en donde ustedes pueden encontrar la inspiración necesaria.

Asimismo, estamos al tanto de los acontecimientos que brinda la industria, mediante la participación en simposios y festivales, con el objetivo de fortalecer la presencia de esta escuela en el mercado.

VOLA2 es una vitrina para que ustedes como estudiantes muestren su calidad y esfuerzo, además de ser una oportunidad para desarrollar la creatividad y la capacidad de transformación que está en sus manos.

Contenidos

1 CRÉDITOS

Claúsula de responsabilidad
Comité Editorial

COMITÉ EDITORIAL

2

3 CONTENIDOS



4

SOMOS HORMIGUERO
Nuestro Staff

5 INFORMADOS

UAM en el Simposio de la
Industria Gráfica
Escuela de Diseño y Comunicación



6

Estudiante de comunicación
participará en el foro
internacional de diseño
Oficina de Prospección Universitaria

7

Darwin, tendencia y la tercera ley
de Newton
Federico Espinosa



9

AGARRÁ VOLADOS
Experiencia FID 2016

11

TRABAJOS DESTACADOS
CURSO: DISEÑO PUBLICITARIO II
Profesor: Pablo Jara



12

CURSO: DISEÑO PUBLICITARIO III
Profesor: Gustavo Murillo

13

CURSO: SOCIOLOGÍA
Profesor: Tomás Goic



14

CURSO: DISEÑO POR
COMPUTADORA I
Profesora: Hannia Brenes

15

CURSO: DISEÑO DIGITAL I
Profesora: Claudia Dávalos



16

CURSO: TÉCNICAS DE
EXPRESIÓN ARTÍSTICA
Profesora: Ana Piñero

17

CURSO: DISEÑO PUBLICITARIO III
Profesora: Claudia Dávalos

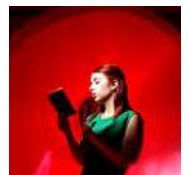


18

CURSO: CAMPAÑA I
Profesor: Federico Espinosa

20

CURSO: FOTOGRAFÍA
Profesora: Etzia Granera



23

CURSO: PROGRAMACIÓN WEB
Profesor: Francisco Jiménez



SOMOS

El Hormiguero

NUESTRO STAFF ESTÁ INTEGRADO POR 5 DESTACADOS ALUMNOS quienes cada día demuestran gran interés por crecer académica y profesionalmente.



El Hormiguero sigue siendo un medio para el crecimiento de los estudiantes, porque la calidad de nuestras aulas se ve reflejada en los muchachos quienes trabajan con nosotros. Aunque deben cumplirse varios requisitos para ingresar, este proyecto académico está abierto para cada uno de ustedes.



UAM EN EL *simposio* DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

DURANTE EL MES DE FEBRERO, LA ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD AMERICANA PARTICIPÓ como patrocinadora y ponente en el más reciente Simposio de la Industria Gráfica, organizado por la Imprenta Nacional y la Universidad Nacional de Costa Rica.

Dicho Simposio se llevó a cabo el día viernes 26 de febrero de ocho de la mañana a cuatro de la tarde en el Auditorio Marco Tulio Salazar (CIDE - Campus Omar Dengo) de la Universidad Nacional de Costa Rica. Fueron dos de nuestros destacados docentes quienes dieron la apertura de dicho evento; el profesor Federico Espinosa con su ponencia llamada "Actualidad y tendencias en el mercado de las Artes Gráficas" y la profesora Marcela González con su ponencia "Marketing Digital".

Prestigiosas instituciones del sector de las artes gráficas se hicieron presentes con diversos temas de importancia para la industria. Cabe resaltar que precisamente uno de los participantes fue el presidente de la Asociación de Industrias

Gráficas de Costa Rica - ASOINGRAF. Otros participantes fueron representantes del Instituto Nacional de Aprendizaje, la Editorial Costa Rica, las empresas Printer, entre otros.

Eventos como este son de vital importancia, no solamente como estrategias de proyección universitaria hacia la comunidad de la institución, sino también, por ser un medio para que la Escuela esté vigente y actualizada del acontecer y tendencias del mercado laboral del diseño y la comunicación.

Entre la gran cantidad de datos compartidos durante el Simposio, vale la pena citar dos puntuales considerados de gran importancia para los estudiantes de la Escuela de Diseño y Comunicación.

El primero es que, de acuerdo con una de las últimas investigaciones del CINDE, la Animación Digital, la Producción Audiovisual y el Diseño Gráfico se encuentran dentro de las 10 carreras con mayor demanda en el mercado laboral. El segundo dato relevante se refiere a que los servicios relacionados con la publicidad han incrementado su porcentaje de contribución al Producto Interno Bruto en Costa Rica, de manera sostenida durante los últimos 10 años.

Felicitemos a los profesores de UAM quienes dieron un gran aporte al Simposio de la Industria Gráfica, pues su ponencia obtuvo gran acogida y participación por parte de todos los asistentes al evento.

ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN PARTICIPÓ EN

FORO INTERNACIONAL DE *liderazgo*

KIMBERLY RUIZ FONSECA, estudiante de Licenciatura en Comunicación de Mercadeo, representará a la Universidad Americana (UAM) en el World Leadership Forum; evento que reunió a líderes de todas las industrias, quienes buscan desarrollar cualidades de liderazgo para provocar un cambio positivo en las organizaciones.



La actividad se llevó a cabo en la Ciudad de México, los días 29 y 30 de junio, durante los cuales, Kimberly tuvo la oportunidad de dar cobertura al evento y entrevistar a los conferencistas.

Esta es la primera ocasión en que un estudiante de UAM participa en un megaevento de World of Business Ideas (Wobi), transmitido en vivo a través de Laureate Live.

“Vengo con la expectativa de aprender muchísimo. En mi compromiso de representación de la Universidad y sobre todo por el aprendizaje que voy a tener, me encantaría transmitir posteriormente ese conocimiento de liderazgo con mis compañeros”, comentó Ruiz.

En este evento participan estudiantes de todas las universidades de la Red Laureate, lo que permite además el intercambio de experiencias. La estudiante de Comunicación y Mercadeo, quien cursa su segundo cuatrimestre, partió a México el lunes 27 de junio, pues recibió un entrenamiento completo previo al evento.

PROCESO DE SELECCIÓN

Por medio de la Oficina de Proyección Universitaria (OPU) de UAM, se extendió la convocatoria del concurso a las distintas direcciones académicas, quienes propusieron a tres estudiantes que tuvieran dominio del idioma inglés y buen rendimiento académico.

La rectoría de la universidad y OPU enviaron la invitación directa a los estudiantes. Los que aceptaron, aplicaron un examen de inglés requisito de Laureate, el cual debían aprobar con una nota superior a 60.

Durante este proceso, participaron siete estudiantes de las Escuelas de Ingeniería en Sistemas, Ingeniería Industrial, Contabilidad, Diseño Publicitario, y Comunicación y Mercadeo. Kimberly ganó el examen con una calificación de 82.

La Universidad Americana en conjunto con la red Laureate brindó a la estudiante los viáticos, el hospedaje y el transporte.

UAM brinda el acceso exclusivo al World Leadership Forum a sus estudiantes y graduados, quienes pudieron observar el evento totalmente gratis desde las sedes San Pedro, Cartago y Heredia.



PARA MAYOR INFORMACIÓN PODÉS DARLE CLICK A

[HTTPS://LEADERSHIP.WOBI.COM](https://leadership.wobi.com)



DARWIN, TENDENCIA Y LA TERCERA LEY DE NEWTON

PROF. FEDERICO ESPINOSA PORRAS

¿QUÉ TIENE QUE VER DARWIN CON EL MERCADO DE LA INDUSTRIA GRÁFICA?

La industria evoluciona, se adapta y se transforma. Darwin lo tenía muy claro hace más de 100 años y posteriormente, lo resume el biólogo Ernst Mayr.

1. Cada especie es suficientemente fértil para que si sobreviven todos los descendientes para reproducir, la población crecerá (hecho).

La industria gráfica se ha caracterizado por generar valores competitivos al ampliar su espectro de productos, actualmente el mercado se mueve con tendencias que involucran impresos necesarios para el desarrollo del mismo. Un shopper marketing fortalecido genera estrategias de trade marketing que involucra un contacto directo con el consumidor, brandpackage, pop, entre otros.

2. Aunque hay fluctuaciones periódicas, las poblaciones siguen siendo aproximadamente del mismo tamaño (hecho).

En la actualidad, el offline y el online van de la mano, la industria digital es una parte de la estrategia de comunicaciones integradas porque aún no puede mantenerse sola, por ello, los impresos aún poseen una participación importante en el mercado.

3. Los recursos como los alimentos son limitados y son relativamente estables en el tiempo (hecho).

Los insumos se deben invertir con estrategias claras de aprovechamiento. Los volantes y afiches que la gente no usa ni lee o la información fácil de encontrar en la web no son una buena manera de utilizarlos. De esta forma, se contribuye a generar una estabilidad de los mismos en el mercado.



4. Sobreviene una lucha por la supervivencia (hecho).

La competencia deja de serlo en el momento cuando se empieza a innovar, porque el mercado exige generar beneficios diferenciadores para quienes consumen, la idea es lograr ampliar el espectro de ofertas para tener la oportunidad de encontrar lo que NECESITO.

5. Los individuos de una población varían considerablemente de unos a otros (hecho).

Eso se debe al valor competitivo, no podemos ser seguidores ni mucho menos hacer lo que todos hacen, las tendencias son una herramienta para poder definir un parámetro el cual permita hacer las cosas de manera diferente (creatividad).

6. Gran parte de esta variación es hereditaria (hecho).

Nos enfrentamos a un mundo que aún depende de la comunicación como herramienta para sobrevivir en el mercado, es una educación constante que se debe mantener para generar clientes dependientes de los productos y servicios.

7. Los individuos menos adaptados al medio ambiente tienen menos probabilidades de sobrevivir y menos probabilidades de reproducirse; los individuos más aptos tienen más probabilidades de sobrevivir y más posibilidades de reproducirse y de dejar sus rasgos hereditarios a las generaciones futuras, lo que produce el proceso de selección natural (inferencia).

Esto no es una charla de ¿cómo?, sino de ¿qué? se debe hacer creativamente.

Cuando se habla de creatividad, muchas veces se piensa en gente muy “volada” que tiene ideas locas, la primera parte no está muy lejos de la realidad, pero lo de las ideas no es cierto.

La creatividad consiste en transformar lo existente, por medio de conexiones de información ubicadas en la cabeza, a las cuales llamamos ideas, y estas deben cumplir con un parámetro que se necesita cambiar para hacer algo diferente.

Esas ideas creativas deben ser funcionales y estar contextualmente en TENDENCIA.

La Real Academia de Lengua Española define tendencia como:

2. f. Fuerza por la cual un cuerpo se inclina hacia otro o hacia alguna cosa.
Aunque este concepto no se puede aplicar totalmente, tiene más sentido si decimos que como industria gráfica, siempre debemos seguir un camino u otro, ir adelante o quedar rezagados.

No se debe confundir el “trending” con la tendencia, porque el primer concepto va más dirigido a la moda, y la RAE la define como:

1. f. Uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país.

Claro, hace más de 10 años se pensaba que lo digital era una moda y ya vimos que estábamos muy equivocados.

8. Este proceso lento da como resultado cambios en las poblaciones para adaptarse a sus entornos, y en última instancia, estas variaciones se acumulan con el tiempo para formar nuevas especies (inferencia).

La tercera ley de Newton: Siempre que un objeto ejerce una fuerza sobre un segundo objeto, el segundo objeto ejerce una fuerza de igual magnitud y dirección opuesta sobre el primero. Con frecuencia se enuncia como "A cada acción siempre se opone una reacción igual".

En cualquier interacción hay un par de fuerzas de acción y reacción, cuya magnitud es igual y sus direcciones son opuestas.

Las fuerzas se dan en pares, esto significa que el par de fuerzas de acción y reacción forma una interacción entre dos objetos.

¿Qué acciones creativas debo desarrollar para que el consumidor reaccione?

La experiencia es la herramienta con la cual los consumidores interactúan.

La tendencia creativa actual se enfoca en desarrollar historias que generen contenido.

Las nuevas especies están conformadas por Millennials, por personas que investigan y no compran y por quienes obtienen beneficios de los productos a través de una marca; razón por la cual, hay que enfocarnos en esa evolución del mercado.

La tendencia de valor de marca está ahora amarrada con un producto fuerte, sobresaliente, innovador, que se adapta al público, lo estudia, lo comprende y lo china.



Experiencia

FID'16

Gracias a la **Oficina de Proyección Universitaria** varios estudiantes de la Escuela de Diseño y Comunicación asistieron al FID 2016.

Desde pequeñas figuras de lego hasta obras maestras de la arquitectura fue lo que vivimos en la sexta edición del FID 2016, un evento que reunió a todos los amantes del diseño y el arte durante tres días.

El equipo de El Hormiguero UAM y 2 ganadores del concurso de la escuela tuvimos el privilegio de asistir a este evento que cada año mejora.

Poco a poco los charlistas pasaron a contarnos sus experiencias y nosotros elegíamos a nuestros favoritos, los temas que nos apasionaban y con los cuales nos identificábamos más.

Poco a poco, los charlistas nos contaron sus experiencias; de este modo, podíamos elegir a nuestros favoritos, los temas que nos apasionaban y con los cuales nos identificábamos más. Para Kevin Cordero y Jonathan Marín (diseñadores de El Hormiguero), Pablo Alfieri fue el expositor más destacado por su trabajo en animación, pues logró posicionarse como un modelo al cual se debe seguir en muchos aspectos.

Eugenio Rencuenco inició con una pregunta que a toda la audiencia dejó en silencio durante unos cuantos segundos.

“¿Cómo en un mundo tan comercial y competitivo se puede encontrar y desarrollar un estilo y una mirada personal?”

Este fotógrafo de profesión nos explicaba la forma en la que consigue dar opiniones acerca de los diversos temas que envuelven al mundo y como le daban una perspectiva distinta para lograr retratarlo en su trabajo diario. Otros dos expositores que se esperaron con ansias fueron Ti Chang, por su trabajo en diseño industrial enfocado en la creación de juguetes sexuales, los cuales, a su vez, se pueden utilizar como joyería, así como a Stiven Kerestegian, por sus innovaciones para la marca Lego®.

Carl Sprague fue otro ponente importante, quien habló acerca de la dirección de arte y su destacada colaboración en las películas “The Gran Budapest Hotel”, “Moonrise Kingdom” y “The Royal Tenenbaums”, además de mencionar como desarrolló los bocetos para la película de “El gran hotel Budapest” en un día.

ESTOS
FUERON LOS

expositores ESTE AÑO

PARA VER MÁS DE CADA UNO DE SUS PROYECTOS **DA CLICK EN SU FOTOGRAFÍA**



TI CHANG | TAIWAN
Diseñadora especializada en juguetes sexuales. Gracias a sus innovadores productos, ha ganado premios internacionales



PLENTY | ARGENTINA
Multipremiado estudio de diseño y animación. Han realizado el "tv Branding" de canales internacionales como HBO, Sony, AXN, National Geographic y Sony, etc.



DIEGO VARGAS | COSTA RICA
Nominado a diversos MTV Video Music Awards Latinoamérica, por sus videos musicales para Zoé y otras bandas mexicanas.



HUGO VEIGA Y DIEGO MACHADO | BRASIL
Considerados como una de las duplas creativas más premiadas de Latinoamérica. Crearon un anuncio que mantiene el récord de más visto en youtube



EUGENIO RECUENCO | ESPAÑA
Considerado el fotógrafo más creativo de España y es uno de los más influyentes del mundo



FRANCISCO TORRES | ESPAÑA
Diseñador industrial, curador y profesor. Por su trabajo ha recibido numerosos reconocimientos Premio de la Bienal de Diseño St-Etienne



HECTOR SOLIS | PERÚ
Reconocido chef peruano. Es el único que ha logrado posicionar 2 restaurantes en la lista de los 50 mejores restaurantes de Latinoamérica.



STIVEN KERESTEGIAN | CHILE
Actualmente es el Director de innovación y el Director de Diseño en Lego Future Lab



MARIAN BANTJES | CANADÁ
Desde una isla en Canadá es una de las artistas gráficas más influyentes del mundo. Su trabajo se enfoca en la expresión y la complejidad



BIG | DINAMARCA
Es la firma de arquitectura más influyente del mundo.



EIKE KÖNIG | ALEMANIA
Considerado un líder Visual de Alemania, fundador de Hört, es uno de los diseñadores más influyentes del mundo.



FREDDY MAMANI | BOLIVIA
Exalbañil convertido en arquitecto y constructor, es conocido por inventar un nuevo estilo arquitectónico: la arquitectura andina.



51-1 | PERÚ
Seleccionados por la famosa revista inglesa ICON como arquitectos del futuro

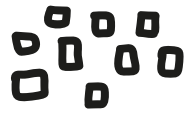


CARL SPRAGUE | ESTADOS UNIDOS
Uno de los directores de arte más influyente del mundo. Ha trabajado en más de 30 películas y ha sido nominado 29 veces al Óscar.

El FID cumplió muchas expectativas. La utilización de los recursos fue estupenda tanto en sus presentaciones como en los alrededores.

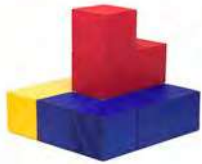
Felicitaciones a la organización del FID CR 2016, volveremos el próximo año ansiosos

DISEÑO



PUBLICITARIO I

PROFESOR: PABLO JARA

JOYCE
BRENES ROLDÁNKEVIN
MOLINA SOLISALEJANDRO
LÓPEZ FERNÁNDEZ

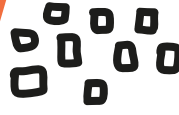
DIBUJO PUBLICITARIO III

PROFESOR: GUSTAVO MURILLO

FRANCISCO UREÑA ROJAS



SOCIOLOGÍA



PROFESOR: TOMÁS GOIC

¿ASÍ ES LA CULTURA DEL TICO? PIÉNSALO...

COSTA RICA
Surfing

La contaminación en zonas recreativas, áreas protegidas y parques nacionales es una problemática real, ayúdanos a heredar un país limpio y sano a las siguientes generaciones, y un orgullo para el turismo.

PATROCINAN:

ICT
Instituto Costarricense de Turismo

CANAECO
Cámara Nacional de Ecoturismo y Turismo Sostenible de Costa Rica

¿ASÍ ES LA CULTURA DEL TICO? PIÉNSALO...

COSTA RICA
Volcanes

La contaminación en zonas recreativas, áreas protegidas y parques nacionales es una problemática real, ayúdanos a heredar un país limpio y sano a las siguientes generaciones, y un orgullo para el turismo.

PATROCINAN:

ICT
Instituto Costarricense de Turismo

CANAECO
Cámara Nacional de Ecoturismo y Turismo Sostenible de Costa Rica

¿ASÍ ES LA CULTURA DEL TICO? PIÉNSALO...

COSTA RICA
Rafting

La contaminación en zonas recreativas, áreas protegidas y parques nacionales es una problemática real, ayúdanos a heredar un país limpio y sano a las siguientes generaciones, y un orgullo para el turismo.

PATROCINAN:

ICT
Instituto Costarricense de Turismo

CANAECO
Cámara Nacional de Ecoturismo y Turismo Sostenible de Costa Rica

JHONNY
GÓMEZ RUIZ

MILENA
GARCÍA FONSECA

WENDY
GARCÍA SALAZAR

VANESSA
MUÑOZ CANDRAY

FERNANDO
COTO HERRAN

DISEÑO POR COMPUTADORA I

PROFESOR: HANNIA BRENES

JAVIER SERRANO VARGAS

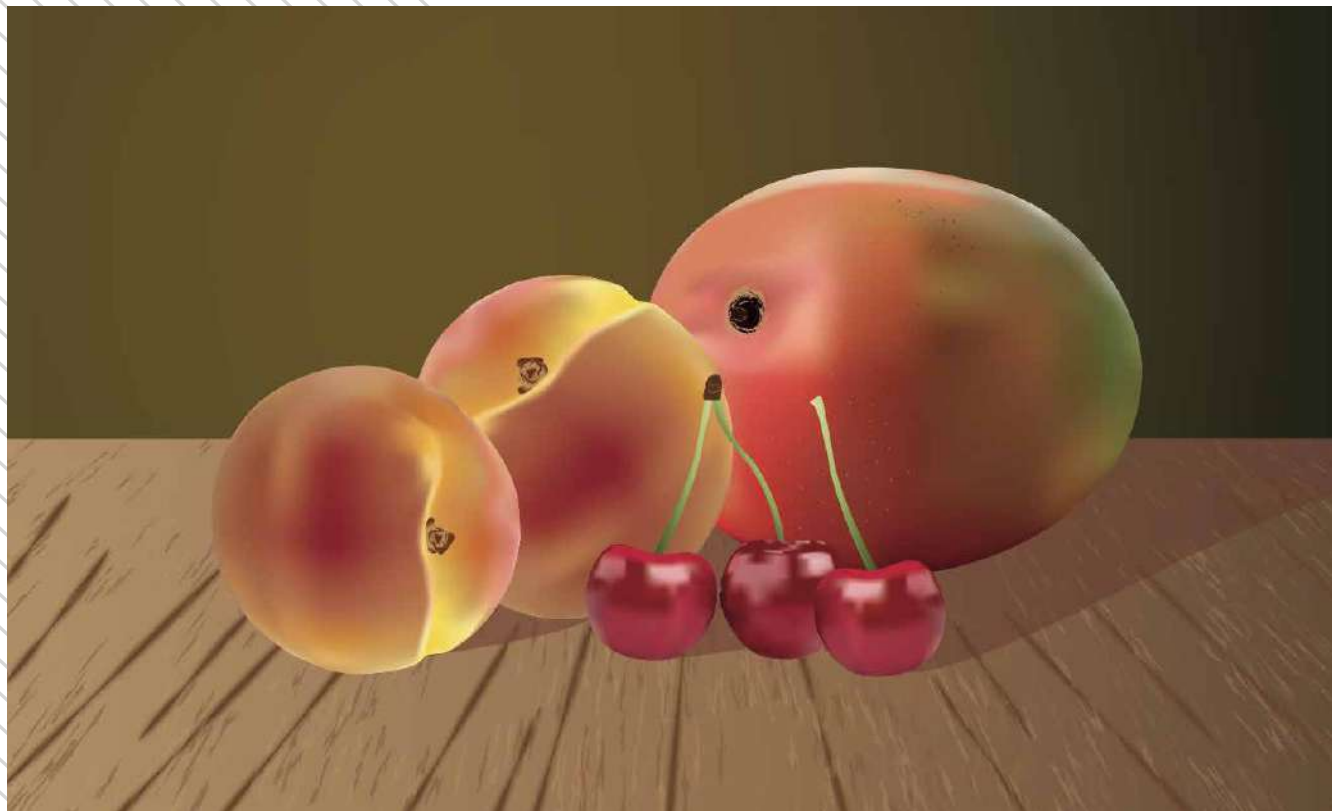


DISEÑO



DIGITAL I

PROFESORA: CLAUDIA DÁVALOS



**MÓNICA
ZÚÑIGA COTO**

TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ARTÍSTICA

PROFESORA: ANA PIÑERO

MARIANA
SOLÍS CAMACHO



DISEÑO

PUBLICITARIO III

PROFESORA: CLAUDIA DAVALOS



RETRATO • MODELAJE • PRODUCTO
SESIONES DE COMPROMISO • BODAS
PHOTOBOOTH • GRADUACIONES
EVENTOS SOCIALES,
FAMILIARES & EMPRESARIALES
LOGOS • TARJETAS DE PRESENTACIÓN
ENCUADERNACIÓN
PINTURA

TEL: 888622593
CONTACTO: INFO@INARICR.COM
FACEBOOK.COM/INARICOSTARICA

LAURA
QUIRÓS MONGE


Menú

PIZZAS

Extras: MARGARITA, PEPPERONI, VEGETARIANA, SALAMI, HAWAII, HAMBURGUESA, CHICKEN, SPINACH, MUSHROOM, MEXICANA, QUESO, CARAMELO, CHOCOLATE

Aderezos: MUY BONA, PESTO, MAYONESA, SALSAS, SALSAS, SALSAS

COMBO 1 \$1900

COMBO 2 \$2900

Gordita \$2700

PIZZA MEDIANA \$7500

PIZZA JUMBO \$10500

EN RETIRO \$1000 \$11500

Después de las 5pm

PERSONALITA \$1900
PERSONAL \$2700

SLICE \$1500

ADRIANA
AZUCENA TENCIONICOLE
CALDERÓN JIMENEZ


Recuerda nuestra ENSALADA

\$3.000

OBSERVA

Facebook: /OBSERVA-LA-PIZZA

GRACIELA
SALGADO GAMBOAEMERSON
ARAGÓN CANOBYRON
MORENO

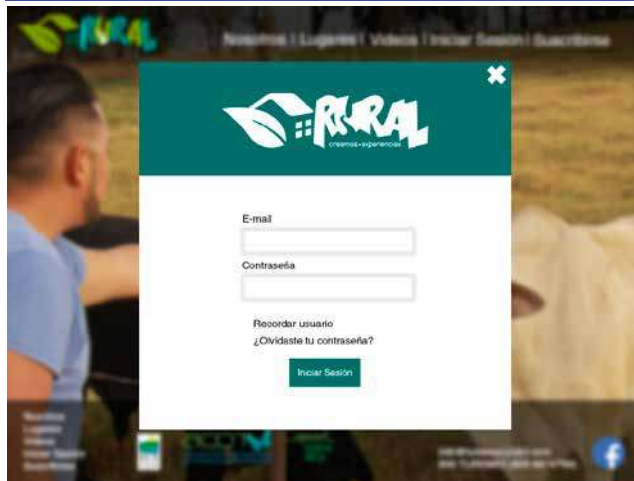
CAMPAÑA I

PROFESOR: FEDERICO ESPINOSA

MINOR
LOAIZA

STEVEN
URBINA

JUAN MANUEL
MACIAS



FOTOGRAFÍA

PROFESORA: ETZIA GRANERA

JOSUÉ
FLORES





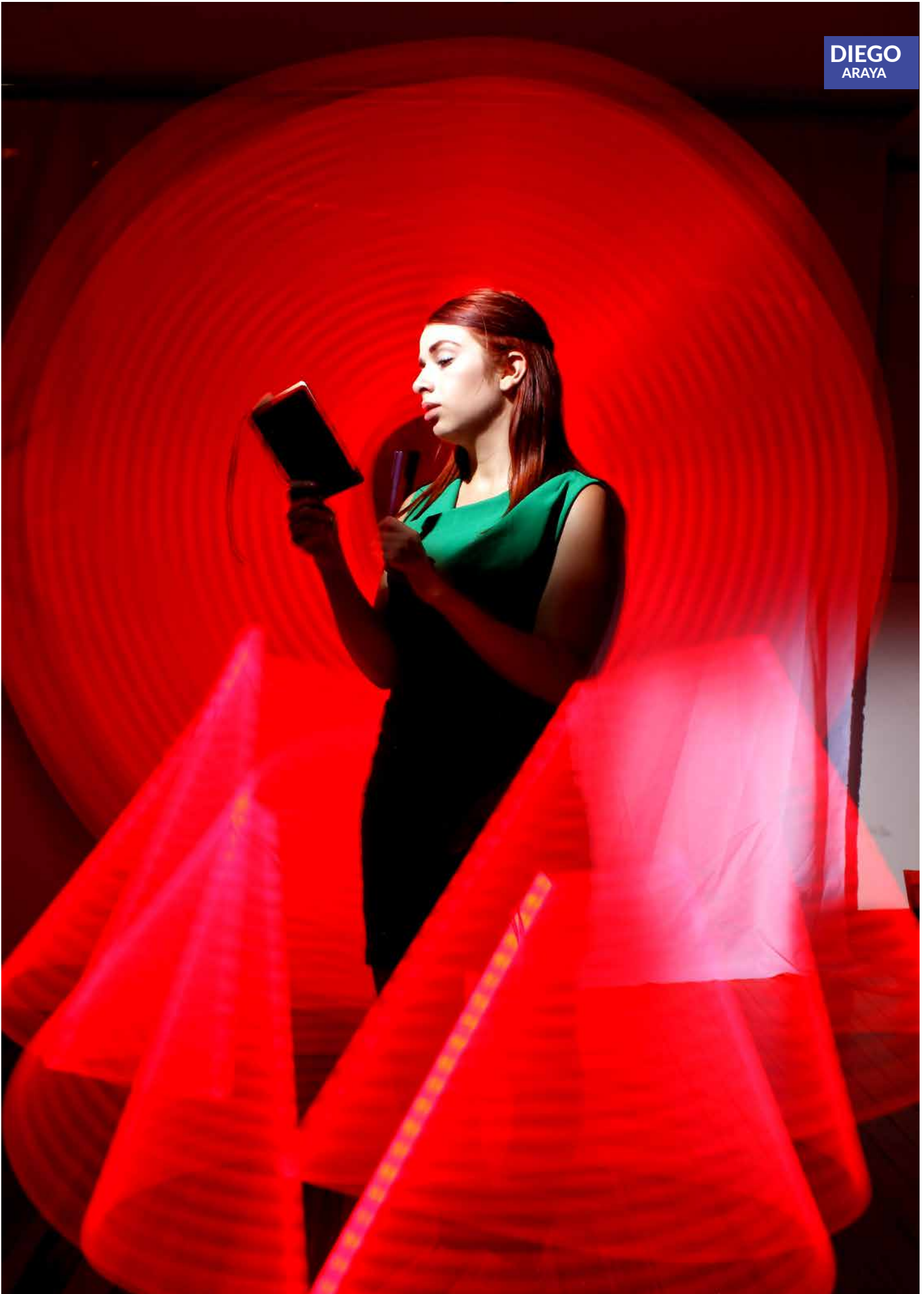
VIVIANA
SOLANO



RANDALL
MORA



JHONNY
GÓMEZ



JENNIFER
SOLANO



ASTRID
OCONTRILLO



MARGARITA
CHINCHILLA

PROGRAMACIÓN



HTML

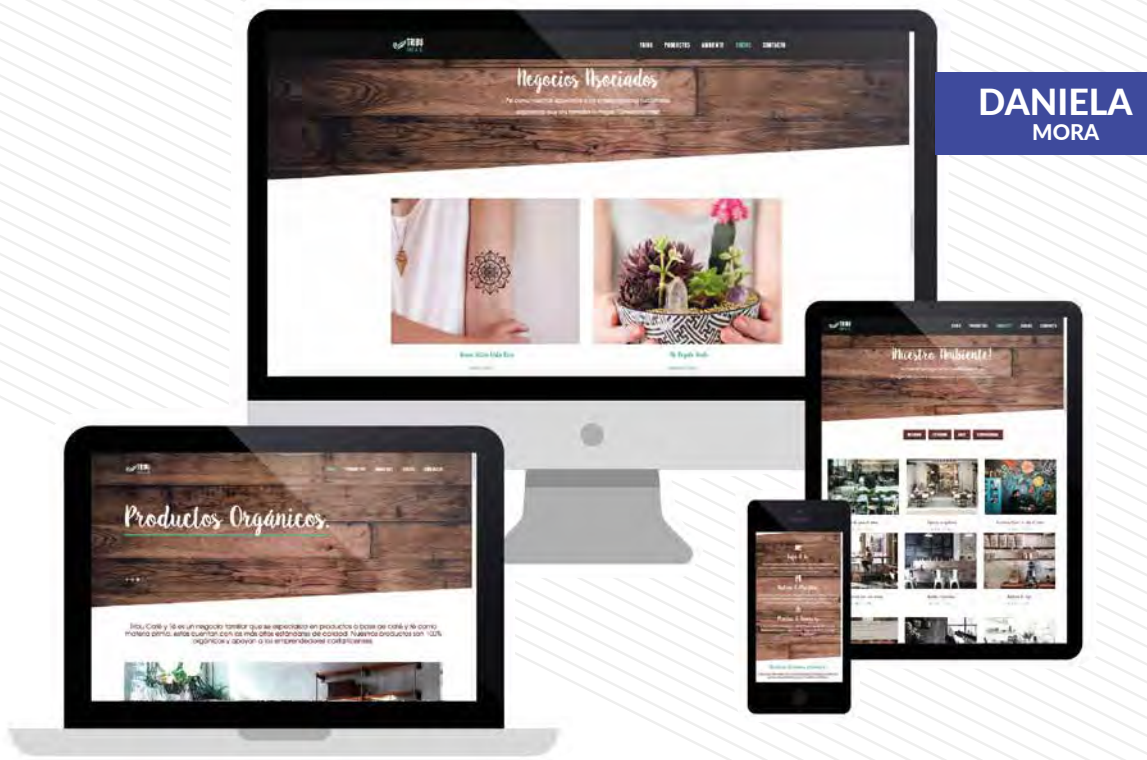
PROFESOR: FRANCISCO JIMÉNEZ BONILLA



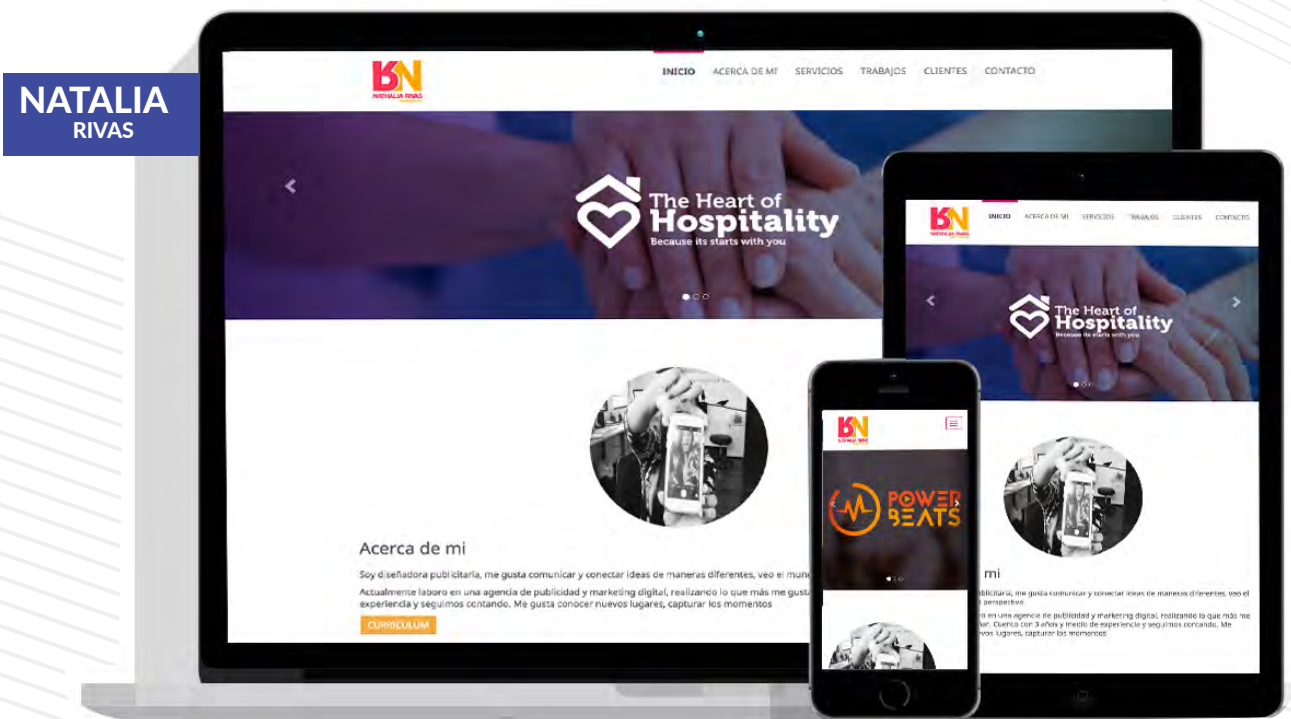
**DENNIS
CEDEÑO**



**RONNY
CASTILLO**



DANIELA MORA



NATALIA RIVAS



ESCUELA DE
**DISEÑO
& COMUNICACIÓN**

u a m

UNIVERSIDAD AMERICANA