

ÍNDICE

9	1. Introducción
10	1.1 Presentación del problema y su importancia
10	1.1.1 Presentación del problema
11	1.1.2 Justificación
14	1.2 Formulación de Preguntas y Objetivos
14	1.2.1 Preguntas de Investigación
14	1.2.2 Objetivo General
14	1.2.3 Objetivos Específicos
15	1.3 Abordaje (o enfoque) metodológico
15	1.3.1 Técnicas: instrumentos y procedimientos
15	1.3.2 Objetos de estudio, sujetos de estudio
17	1.4 Marco Teórico
17	1.4.1 Medios Tradicionales
43	1.4.2 Nuevos Medios
59	1.4.3 Masculinidad
67	2. Proyecto Transmedia
67	2.1 Historia de fondo y contexto
68	2.1.1 Sinopsis
69	2.1.2 Personajes (caracterización y actitud)
72	2.2 Especificaciones Funcionales
72	2.2.1 Plataformas y canales
76	2.2.2 Visión general del servicio
78	2.3 Especificaciones de diseño
78	2.3.1 Estado de arte
82	Referentes visuales editoriales

86	Referentes visuales en torno a la fotografía
100	2.3.2 Diseño
101	Directrices de branding
108	Guía de estilo, color y especificaciones de las tipografías
116	Diseño aplicado
142	Storyboard
146	2.4 Plan de Marketing y Factibilidad de Proyecto
147	Misión
147	Visión
148	Objetivo General de Marketing
149	Objetivos específicos
150	Estrategia de Marketing
151	Perfil del consumidor
154	Modelo de Negocio
155	Mix de marketing
157	2.4.1 Factibilidad
157	Plan de Financiamiento
158	Presupuesto de costos U'ROCK magazine
163	Presupuesto de costos urock.cl
164	3. Conclusiones
166	4. Bibliografía y Anexos
166	4.1 Bibliografía
167	4.1.1 Libros y Documentos
168	4.1.2 Sitios Web
170	4.2 Anexos