

TINTA TINTO

INSIDE

Reglamento Tinta Tinto “INSIDE”

Queridos participantes, en este reglamento se detallan los puntos que se tomarán en cuenta para evaluar sus trabajos.

Revisar con detenimiento cada uno de los requisitos solicitados para el envío y la recepción de sus proyectos, es fundamental que cumplan con cada uno de ellos.

General

- Podrán participar todas las personas que estén inscritas en el Tinta Tinto “Inside” 2026.
- Trabajos plagiados serán descalificados.
- Todos los trabajos presentados en todas las categorías deben haber sido realizados por él o los estudiantes sin fines lucrativos.
- Es posible enviar un trabajo en grupo, además del trabajo individual. En el caso de que así lo deseen los estudiantes.
- El jurado puede declarar una categoría desierta si los trabajos presentados no cumplen con el estándar de calidad establecido.
- Los trabajos deberán ser entregados en el formato especificado.
- Cada estudiante puede participar en todas las categorías que desee.
- En las categorías visuales o auditivas, las voces y actuaciones no deben ser estrictamente de las personas que están inscritas, pero deben contar con la autorización de uso.
- En todas las categorías, en el caso del uso de la IA, se exige la entrega de un documento en donde se especifique las aplicaciones de esta herramienta. En caso de detectar un uso no notificado puede ser descalificado o el participante citado a una defensa del trabajo. (existen criterios específicos del uso de la IA, por favor revisar detenidamente el reglamento de cada subcategoría).
- Los trabajos de todas las categorías deberán ser entregados al mail oficial nrincon@uazuay.edu.ec hasta las 23h59 del 1 de mayo de 2026.
- No se recibirán trabajos entregados fuera de la fecha y hora estipulada.

TINTA TINTO

I N S I D E

Categoría: Publicidad

Subcategorías

Logo:

Entrega del material

Los trabajos deberán ser entregados de la siguiente manera:

- Formato del archivo: JPG
- Extensión: máximo 1 elemento.
- Título: Apellido_Inicial_Institución_Categoría/Subcategoría.jpg

Ejemplo: Albornoz_C_UDA_Diseño/Logo.jpg

Envío del material

Los trabajos se enviarán y receptorán únicamente al siguiente correo electrónico: nrincon@uazuay.edu.ec

El jurado calificador evaluará lo siguiente:

Criterios	Ficha técnica	Puntaje
Originalidad y creatividad	• El logo debe tener un concepto único que lo distinga de otros diseños similares. • Debe transmitir una idea o identidad de forma novedosa y memorable.	2 puntos
Claridad y simplicidad visual	• El diseño debe ser fácil de entender a simple vista, sin elementos innecesarios. • Debe funcionar en diferentes tamaños, desde muy pequeño hasta grande.	2 puntos
Uso del color y tipografía	• Los colores elegidos deben ser armónicos y funcionales en color y en blanco y negro. • Si incluye texto, la tipografía debe ser legible y coherente con el estilo del logo.	2 puntos
Representación de la identidad o marca	• El logo debe reflejar los valores, propósito o esencia de la entidad que representa. • Se valora la coherencia con el rubro, público objetivo o mensaje institucional.	2 puntos
Versatilidad y aplicabilidad	• El logo debe adaptarse a distintos soportes: digital, impreso, bordado, etc. • Se valora que mantenga su impacto visual en distintas versiones (horizontal, vertical, ícono).	2 puntos

El puntaje final será el promedio de las calificaciones obtenidas en los criterios que se señalan anteriormente.

TINTA TINTO

I N S I D E

Afiches:

Entrega del material

Los trabajos deberán ser entregados de la siguiente manera:

- Formato del archivo: JPG
- Extensión: máximo 1 elemento.
- Título: Apellido_Inicial_Institución_Categoría/Subcategoría.jpg

Ejemplo: Albornoz_C_UDA_Diseño/Afiche.jpg

Envío del material

Los trabajos se enviarán y recibirán únicamente al siguiente correo electrónico: nrincon@uazuay.edu.ec

El jurado calificador evaluará lo siguiente:

Criterios	Ficha técnica	Puntaje
Claridad del mensaje	• El afiche debe comunicar de forma rápida y efectiva la idea principal o propósito. • El texto e imágenes deben estar organizados para que el mensaje sea fácil de entender a primera vista.	2 puntos
Impacto visual	• Debe captar la atención del público con un diseño llamativo, creativo y equilibrado. • El uso de colores, formas y composición debe generar interés sin saturar.	2 puntos
Jerarquía visual y organización	• La información debe estar ordenada con tamaños de texto y elementos que guíen la lectura. • Títulos, subtítulos e imágenes deben estar colocados de forma estratégica para facilitar la comprensión.	2 puntos
Coherencia gráfica con el contenido	• El estilo visual debe ser apropiado para el tema, público y objetivo del afiche. • Se valora la unidad entre texto, imágenes, íconos y otros elementos gráficos.	2 puntos
Calidad técnica del diseño	• El diseño debe tener buena resolución, proporciones adecuadas y estar libre de errores técnicos. • Se valora el uso correcto de tipografía, alineaciones y espaciado.	2 puntos

El puntaje final será el promedio de las calificaciones obtenidas en los criterios que se señalan anteriormente.

TINTA TINTO

I N S I D E

Brief de campaña:

Entrega del material

Los trabajos deberán ser entregados de la siguiente manera:

- Formato del archivo: PDF
- Título: Apellido_Inicial_Institución_Categoría/Subcategoría.jpg

Ejemplo: Albornoz_C_Diseño/Branding.pdf

Envío del material

Los trabajos se enviarán y recibirán únicamente al siguiente correo electrónico: nrincon@uazuay.edu.ec

El jurado calificador evaluará lo siguiente:

Criterios	Ficha técnica	Puntaje
Identidad visual coherente	• Todos los elementos del branding (logo, colores, tipografía, íconos) deben mantener una misma línea estética. • Se valora que el diseño refleje con claridad la personalidad y valores de la marca.	2 puntos
Originalidad y diferenciación	• El branding debe destacar frente a marcas similares, evitando lo genérico o predecible. • Se premia el uso de recursos visuales únicos que hacen memorable a la marca.	2 puntos
Aplicabilidad y versatilidad	• El diseño debe funcionar bien en distintos formatos y plataformas (papelería, redes, packaging, etc.). • Se valora que el sistema visual sea flexible, sin perder coherencia en diferentes aplicaciones.	2 puntos
Claridad del mensaje de marca	• El branding debe comunicar claramente el propósito, tono y público objetivo de la marca. • Los elementos visuales deben conectar	2 puntos

El puntaje final será el promedio de las calificaciones obtenidas en los criterios que se señalan anteriormente.