

20,
24.

CAMPAÑA PROMOCIONAL DEL INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS

ARQ. GUILLERMO DE LA TORRE.
PRESIDENTE DE LA COMISION
REVISORA DE TESIS

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA
Incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México
Escuela de Artes Plásticas
Tesis Profesional presentada por:
REBECA MARGARITA ROCHIN DEL RINCON
para obtener el título de Licenciatura en Diseño Gráfico
Guadalajara, Jalisco, 1987.

ARQ. y Ma. GUILLERMO DE LA TORRE
DIRECTOR
ESCUELA DE ARTES PLASTICAS

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

CONTENIDO

INTRODUCCION.	7	CAPITULO VII.- CAMPAÑA PROMOCIONAL.	77
CAPITULO I.- EL DISEÑO GRAFICO Y LA CAMPAÑA PROMOCIONAL. a) Identidad del elemento a promocionar	9	a) Programas o actividades realizadas durante 1986. b) Programas o actividades a realizar durante 1987.	
CAPITULO II.- CAMPAÑA PROMOCIONAL. a) Folletos. b) Carteles. c) Prensa, revistas. d) Radio. e) Televisión.	19	CAPITULO VIII.- PROPOSICION DE UNA NUEVA CAMPAÑA PROMOCIONAL. a) Planteamiento general. b) Carteles. c) Folletos. d) Boletos. e) Postales.	99
CAPITULO III.- ANALISIS DEL RECEPTOR DE LA CAMPAÑA.	27		
CAPITULO IV.- ANTECEDENTES DEL INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS.	31	CONCLUSION.	127
CAPITULO V.- PRINCIPALES ACTIVIDADES DEL INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS. a) Actividades. b) Carreras que se imparten en el Instituto Cultural Cabañas. c) Departamentos.	57	BIBLIOGRAFIA.	129
CAPITULO VI.- PROMOCION ACTUAL. a) Departamento de Relaciones Públicas. b) Departamento Editorial. c) Promoción actual.	69		

INTRODUCCION

La necesidad de realizar una buena campaña digna representante del Instituto Cultural Cabañas, se ha hecho palpable.

Ya que dicha institución debe darse a conocer por medio de una campaña uniforme, elegante, sencilla, donde el diseño gráfico forme parte integral de ella relacionándose con la cultura, creando resultados de acuerdo a su función.

Se ha pensado en la realización de todo un sistema promocional que utilizando todos los medios posibles como obsequios, carteles, folletos, etc., dé una muestra de como utilizando el diseño gráfico, se puede lograr básica y eficazmente la realización de una campaña cultural que permita hacer que esta llegue más fácilmente al público en general.

El apasionado amor a las Bellas Artes, la sublime sensibilidad del alma ante una obra, han logrado que el Instituto Cultural Cabañas y en otros tiempos Instituto Cabañas, Hospicio Cabañas y Casa de Caridad y Misericordia, haya servido de cuna de las actividades culturales a aquellas personas que poseen cierta sensibilidad artístico-cultural y se vean motivados y satisfechos de acrecentar su interés hacia ese campo.

A través de una buena Campaña Promocional, se puede lograr despertar el interés cultural de todas las personas para que acudan a ese sitio de gran interés, ya sea para tomar parte en sus aspectos educativos o asistir a la gran cantidad de eventos programados. Y sobre todo, la población en general de la ciudad, se da cuenta que tiene en el Instituto Cultural Cabañas un lugar donde la cultura es promovida y manejada al alcance de todos.

Tomando en cuenta todo esto, la labor del Diseñador Gráfico es el poder manejar una serie de elementos que permitan dar esta nueva imagen del Instituto Cultural Cabañas, conservando su carácter estético, artístico, cultural, espiritual y también haciéndolo más atractivo y accesible, esto lográndolo con una campaña ambiciosa en sus objetivos pero realista en sus posibilidades, esto es uniendo lo estético con lo práctico, fin primordial del Diseño Gráfico.

1) El Diseño Gráfico y la Campaña Promocional

DEFINICION.

DISEÑO GRAFICO: Ordenación, composición y combinación de formas, figuración y color, dentro de un contexto comercial, con el propósito de satisfacer necesidades. Ejemplo: COMUNICAR ALGO.

- El diseño gráfico es tan viejo como el arte mismo.
- El diseño es enriquecido estéticamente por el arte.
- El diseño nos va a dar una comunicación informativa.

OBJETIVOS DEL DISEÑO.

1. COMUNICAR.

El diseño reúne 2 características: Estética y Funcional. El diseñador gráfico da forma a la información del producto. Lo presenta de una manera positiva para despertar el interés del cliente e invita a su compra.

El diseño gráfico tiene una información que debe comunicar para que el público la experimente, perciba y asimile.

El Diseñador Gráfico debe tener creación mental de material, debe de realizar y hacer de su imaginación creativa una verdadera empresa.

ELEMENTOS DEL DISEÑO.

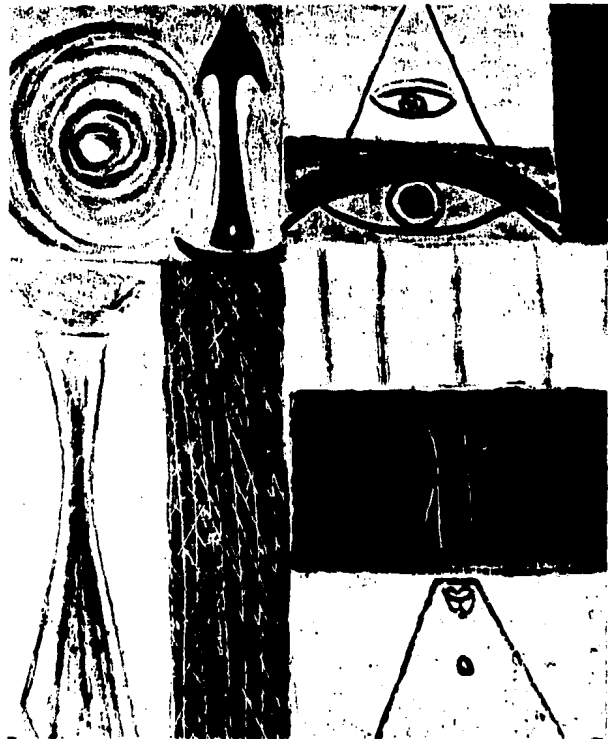
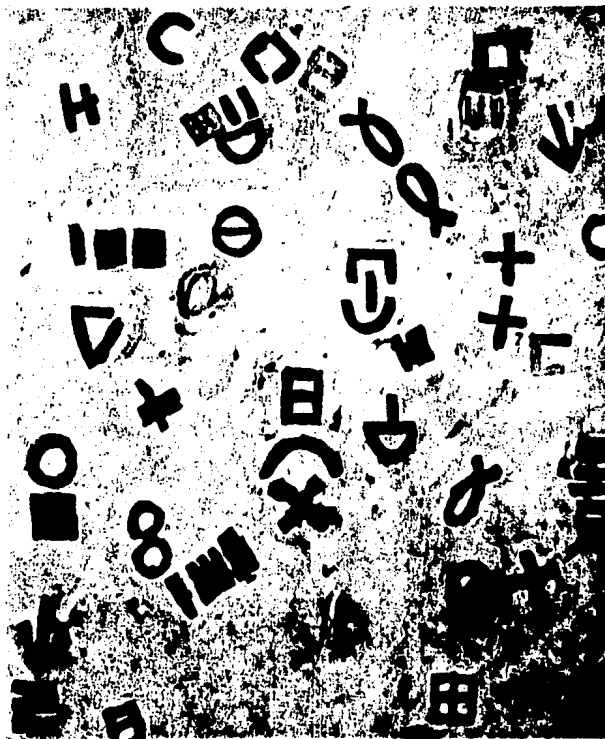
1. TIPOGRAFIA.
2. MENSAJE.
3. IMAGEN.

1. TIPOGRAFIA.

Comunicación por escrito (mediante signos). La tipografía juega un factor muy importante dentro del diseño, ya que se necesita un estilo diferente para cada ocasión y ésta debe de ser clara y muy legible.

2. MENSAJE.

Entra en el fenómeno de la comunicación visual. La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales y actúa por medio de nuestros sentidos.



El mensaje tiene tres factores:

CODIGO: forma o medio, lenguaje que se utiliza.

CONTENIDO: contiene el mensaje.

FORMA: forma en que está basado el mensaje.

Todo grupo de símbolos que puede ser estructurado de manera que tenga algún significado para alguien, es un código. Elementos: sonido, letras, palabras, rayas, manchas, etc.

Otro factor importante dentro de este proceso, es el receptor y debemos de tomarlo muy en cuenta a la hora de seleccionar nuestros elementos que van a componer el código, para que lo puedan captar.

Estos elementos deben de llamar la atención del receptor, para la hora de decodificar.



3. IMAGEN.

Observar es ver más a fondo una imagen. Esta la podemos perfeccionar o ampliar hasta hacerla una herramienta para lograr una comunicación.

La conducta humana es propensa a la información visual, el hombre siempre busca un apoyo visual, porque la visión es experiencia directa y el uso de datos visuales para suministrar información, nos va a ayudar a asimilar directamente y fijar determinadas ideas y conceptos.

La expresión visual humana es fundamental en el aprendizaje para comprender situaciones o reacciones.

CARACTERISTICAS DE LA IMAGEN.

El hombre tiene la propensión de conectar lo hablado con lo visual. Nosotros tratamos de identificar signos que nos den a entender frases, estos signos son para significación y fijación rápida de determinado mensaje.

Existe un gran número de símbolos que identifican acciones, organizaciones, estados de ánimo o direcciones.

Estos símbolos van desde los detallados hasta los abstractos; éstos no están muy reconocibles con la información real, necesitamos determinado lenguaje.

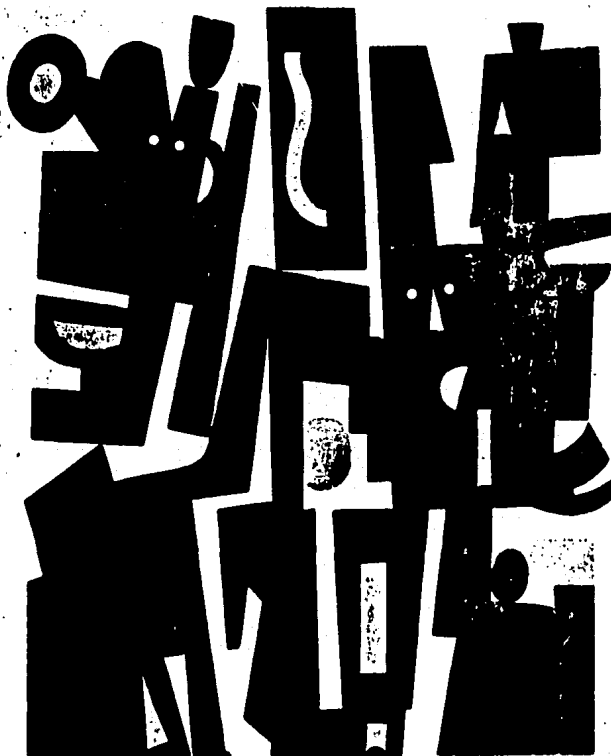
ANATOMIA DEL MENSAJE.

Nosotros recibimos y expresamos mensajes visuales a tres niveles:

REPRESENTATIVO: Es todo aquello que vemos y reconocemos rápidamente.

ABSTRACTAMENTE: Es un hecho visual que se reduce a sus componentes visuales o a sus elementos básicos.

SIMBOLICAMENTE: Esto se basa en los sistemas de símbolos codificados, que el hombre ha creado arbitrariamente y que tienen un significado.



TECNICAS DE COMUNICACION VISUAL.

Las técnicas visuales ofrecen al diseñador una amplia gama de medios para la expresión visual del contenido de un mensaje, por medio de una imagen, ya que actúan unas sobre otras y se aplican en determinadas composiciones visuales. Estas imágenes deben ser claras, explícitas y definidas, para lograr una buena comunicación.

ELEMENTOS DEL DISEÑO GRAFICO:

- a) Punto, línea y plano.
- b) Contorno, forma y valor.
- c) Pauta, textura y color.
- d) Fondo y figura.
- e) Ambigüedad gráfica.
- f) Profundidad y componentes gráficos secundarios.

DEFINICION DE CAMPAÑA PROMOCIONAL.

Toda forma de promoción de ventas está dirigida a mover los productos a lo largo de los canales de distribución y a aumentar su valor o incentivo para los comunicadores y para los canales de distribución. La promoción de ventas dá como resultado un énfasis en la distribución a nivel local.

HISTORIA.

No existe una historia definida de la promoción de ventas y se cuenta con muy pocas referencias. No obstante, la promoción de ventas se encuentra en casi cualquier etapa de la historia.

Los compradores de cosméticos para damas de la Antigua Roma, por ejemplo, recibían gratis amuletos de extraordinario valor, como un colmillo de lobo hircano montado en oro, o bien, otros amuletos mágicos; los fabricantes de ídolos de Atenas ofrecían premios especiales gratuitos - incienso, lámparas y copas al comprador -.

Los medios publicitarios unen al comunicador y al público. La selección de medios publicitarios es un área que necesita mucha experiencia, en esta elección se requiere un conocimiento a fondo de las características de los medios que se pueden utilizar y su cobertura, así como una idea bastante clara y exacta del mercado que se requiere conquistar.

En la Campaña Promocional se trata de motivar, dar a conocer y exaltar el interés del receptor hacia nuestra información o evento, de esta forma se obtendrá una mejor aceptación del público en general hacia nuestra institución.

Debe de buscarse cuáles son los medios más efectivos dependiendo de la empresa, sus actividades y artículos, para que se promuevan por el medio correcto y cumplir así con el objetivo de la campaña promocional.

Los mensajes publicitarios y los medios de publicidad están entrelazados en forma inseparable. Esto significa que, cada unidad del mensaje publicitario debe estar concedido de modo de ajustarse a las audiencias específicas de los medios.

Por eso es que existe una gran relación entre el diseño gráfico y la campaña promocional, ya que el primero viene formando parte integral de una campaña.

El Instituto Cultural Cabañas es un centro de cultural, en el cual se llevan a cabo eventos como: exposiciones de pintores, fotógrafos y escultores. También se realizan actividades artísticas tales como conciertos de música clásica, de jazz, autóctona, de cámara, cuerdas, etc. Así mismo, se presentan artistas, obras de teatro, cine, conferencias de todo tipo, etc.

El Instituto Cultural Cabañas promueve la difusión de las Bellas Artes, por medio de la impartición de clases de artes plásticas y populares:

Pintura
Escultura
Fotografía
Papel maché
Taraceado.



En la Escuela de Música:

Música infantil
Música popular
Taller de Jazz
Música centro y sudamericana
Música autóctona
Música clásica.

En la Escuela de Teatro se encuentra:

Area infantil
Area adolescentes
Area adultos
Taller de pantomima.

En la Escuela de Danza Folklórica:

Taller infantil
Area adultos.

En la Escuela de Danzas clásica y contemporánea:

Danza clásica:

Etapa inicial
Nivel intermedio
Grupo profesional

Danza contemporánea:

Grupo bailarín
Jazz.

Taller de Humanidades, el cual es de 2 años y talleres abiertos de Artes Plásticas, como:

Dibujo y pintura.
Diseño y fabricación de vitrales y emplomados.
Grabado.
Serigrafía.
Cerámica.



a) Identidad del elemento a promocionar

La Identidad es la forma en que nosotros percibimos y reconocemos a una empresa, compañía o institución, etc.

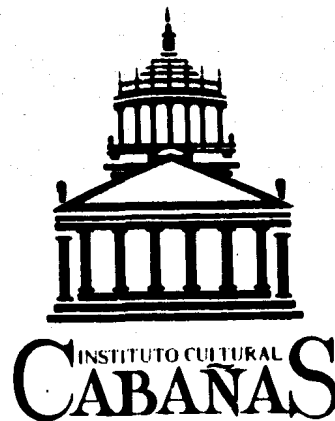
Es la imagen que tiene el público ante dicha institución y es muy importante, ya que de ella va a depender que nosotros percibamos algo formal o informal, algo que nos dé seguridad, confianza, que sea agradable, armoniosa y que nos dé a conocer la función de la empresa.

IDENTIDAD CORPORATIVA.

Son todas las comunicaciones visuales planeadas, tanto internas como externas. Comunica al mundo en forma visual quién y qué es el producto o empresa.

LOGOTIPO Y SIMBOLO.

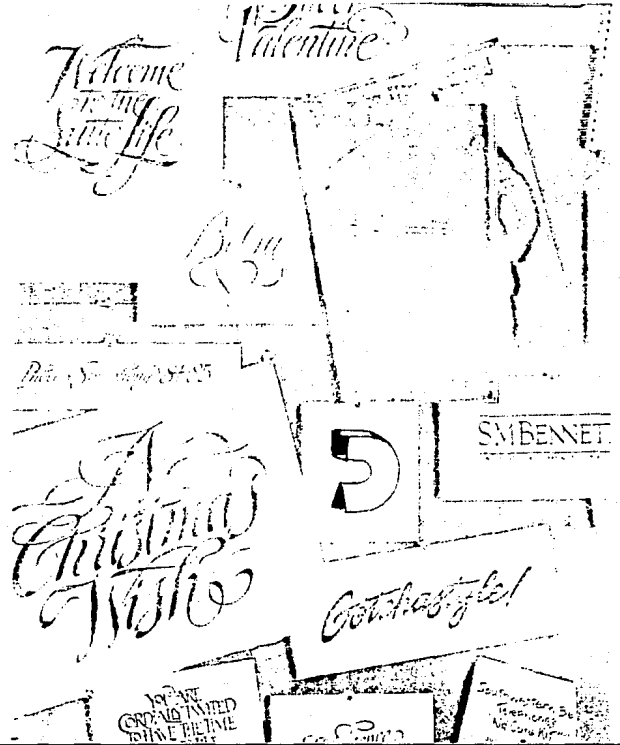
Elementos más importantes en la Empresa, los cuales presentan a la gente su manera de prestar servicios, puesto que el público quiere saber la diferencia de las demás empresas.



LOGOTIPO.

Es un tipo de letra característico creado especialmente por el diseñador gráfico, teniendo en cuenta la clase de producto o servicio con el que escribe el nombre de la empresa. Su principal misión es fijar el recuerdo de la marca en la mente del consumidor (interesados) y debe ser perfectamente legible.

Tanto el logotipo como el símbolo, son aplicados en la Campaña Promocional.



II) Campaña Promocional

CAMPAÑA PROMOCIONAL.

Su función principal es comunicar, esto se da logrando una armonía en la combinación de colores, líneas y formas que al mismo tiempo sea llamativo.

Una Campaña Promocional está integrada por sistemas de promoción codificados.

MEDIOS PROMOCIONALES EN GENERAL:

Cine
Radio
Televisión
Impresos
Publicidad directa (displays ó demostradores).

1. CINE.

Fuente de información de conceptos y tendencias sociales; en este medio se utilizan mensajes subliminales a través de objetos, escenarios, ropaje de actores, escenas costumbristas, la mayoría de las veces, fuera de la realidad.

Este es un elemento de influencia básica social, afecta el comportamiento y vida del espectador.

II. LA RADIO.

Este es un sistema 100% informativo, a cualquier hora y lugar, su efectividad es real debido a su repetitividad y su función es comercial y social.

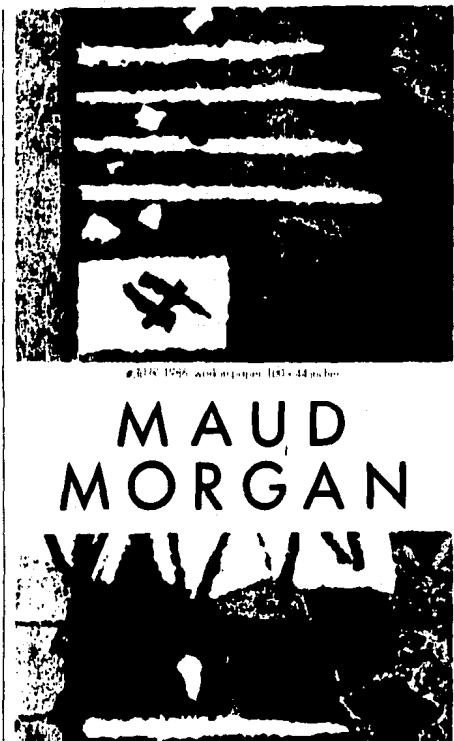
Los principales tipos de anuncios para la radio son fluidos, como una conversación; usan palabras y oraciones breves, indican el factor visual cuando es necesario, se repiten con mucha frecuencia y emplean el sonido en todas sus múltiples dimensiones.

III. LA TELEVISION.

Es mucho más efectiva, engloba los dos medios anteriores (cine y radio), pero con características propias, mensaje repetitivo.

CARACTERISTICAS:

- Presentación variada del mensaje.- Esto es, que el mismo producto lo van a presentar de diferentes maneras, o sea, en varios anuncios diferentes el mismo producto.



- Uso de imágenes subliminales.- Van a motivar a nuestro inconciente a comprar u obtener algún servicio por medio de imágenes subliminales, sin que nosotros nos demos cuenta.
- Uso adecuado de gráficos.- El uso correcto de los gráficos representa más claramente el objetivo del mismo.
- Uso de efectos visuales computarizados.- Este nuevo sistema visual ha logrado un impacto para los televidentes, ya que se proyectan las imágenes tridimensionalmente, en movimiento, dando diferentes texturas y es un auxiliar magnífico para los diseñadores gráficos.

IV. LOS IMPRESOS.

Se dividen en varios tipos y cada uno de ellos tiene sus objetivos bien determinados.

TIPOS DE IMPRESOS:

1. SUPERGRAFICOS.
2. CARTELES Y MANIFIESTOS.
3. FOLLETOS Y PANFLETOS.
4. TRIPTICO.
5. VOLANTE.
6. PERIODICO.
7. REVISTAS.

1. SUPERGRAFICOS.

- a) El Espectacular.- Su fin es llamar la atención sobre un tópico en particular, está dirigido a los automovilistas para verse desde grandes distancias.
- b) El Supergráfico Decorativo.- Resuelve problemas de espacios libres en muros (algunas veces en techos), en centros de gran afluencia de personas, lugares de reunión, centros comerciales, centros industriales, escuelas y en general, plazas y lugares públicos. Este sistema puede ser impreso o pintado directamente.
- c) Gráficos en Vehículos.- Es un medio eficaz de identificación y promoción, ya que al entrar en constante movimiento en las calles de una ciudad, promueven en forma directa a la institución, industria o comercio de que se trate.

Sus características del diseño deben ser centradas en su sencillez e impacto de forma, englobadas en tres elementos:

- 1) Identidad corporativa.
- 2) Mensaje promocional.
- 3) Color apropiado del vehículo.

Todo esto debe de estar aplicado en ambos costados y en la parte posterior del vehículo.

2. EL CARTEL.

La función principal del cartel es llamar la atención sobre un tópico determinado, al igual que el anuncio espectacular, pero a diferencia de éste último, va dirigido a los peatones y por ese simple hecho, advierte un enfoque diferente. En general, el cartel debe constar de tres partes:

- 1) Identidad corporativa.
- 2) Mensaje promocional.
- 3) Imagen relativa al mensaje.

De este modo el cartel tan solo sugiere algo en forma llamativa y práctica, para provocar en las personas el deseo de adquirir más información, la cual se le proporcionará a través de un folleto que debe contener toda la información general que el usuario requiere.



Por ello es necesario que el cartel lleve impreso también: la dirección, teléfonos y razón social, en donde adquiere dicha información.

El cartel tiene dos funciones:

1. Se utiliza como arma política.
2. Como elemento de publicidad mercantil.

En el primero, su compromiso es político antes que artístico y en el segundo, convierte su creación en un trabajo concreto.

El cartel se convierte en una forma de anuncio publicitario cuyas características indispensables son la visibilidad clara y efectiva.

Por lo tanto, en el cartel el uso del texto debe ser mínimo y la imagen empleada de fácil y directa comprensión.

IMPACTO, CLARIDAD, EFECTIVIDAD, COMPRENSION TOTAL, son CUALIDADES que deben acompañar a un BUEN CARTEL.

a) EL MANIFIESTO.

(Periódico mural prácticamente). Este es un variante del cartel que tiene como función principal, el dar información completa sobre el tema en particular. Este tipo de cartel corresponde a una

época en donde no están los medios de difusión actuales. Actualmente no funciona completamente, ya que sólo se utiliza para desarrollar una crítica social y de manera muchas veces económica.

Su uso tiende a desaparecer, ya que el exceso de información mural ya no es aceptado por la sociedad actual.

3. FOLLETOS.

Su función principal es dar información completa y concisa sobre un tópico determinado y debe actuar como complemento del cartel.

Su característica más importante se refiere a su forma de 1/3 a 1/2 de carta, y puede tener aproximadamente entre 15 y 50 páginas.

a) PANFLETOS.

Al igual que el folleto, es de dimensiones reducidas igualmente de tamaño esquila ó 1/4 de largo, tiene un número no mayor de 100 páginas.

Su uso es de información social y política y su característica general es la carencia total de ilustraciones.

4. EL TRIPTICO.

Es un folleto que tiene sus dimensiones reducidas, normalmente es una hoja tamaño carta u oficio, doblada en tres partes (formato 1/3). Con información suficiente y generalmente con fines comerciales, lleva ilustraciones.

5. EL VOLANTE.

Impreso en una sola hoja que se reparte directamente a mano al posible cliente o público en general.

Es un sistema muy efectivo a bajo costo y no requiere de diseño especial, ya que sólo lleva la información básica.

6. EL PERIODICO.

Diario informativo, con dos variantes de presentación de acuerdo a su contenido:

1. Información noticiosa.
2. Anuncios clasificados.

El periódico requiere de un diseño especial y el tamaño de su formato es de dos tipos:

1. Formato completo, de 35 x 56 cm.
2. Medio formato, de 28 x 36 cm.



La fuerza del periódico entre los anunciantes detallistas y generales, se basa en su flexibilidad, su aceptación en la comunidad, su intensa difusión, el hecho de que los lectores puedan hojear, omitir o leer detenidamente sus páginas, según se prefiera.

Una parte muy importante del negocio periodístico es el suplemento dominical, que es parte periódico y parte revista y ofrece a los anunciantes algunas de las ventajas de los dos.

7. LA REVISTA.

Las revistas han sido estudiadas ampliamente sobre la base tanto de la circulación como de la lectura. Como consecuencia de los estudios de lectura, es posible delinear ciertas pautas de uso de las revistas por edad, ingresos y otros factores demográficos.

Las principales ventajas de la publicidad en las revistas son su selectividad, buena calidad de reproducción, vida prolongada y servicios ofrecidos.

Contenido y Características:

1. Artículo de interés cotidiano, profesional o científico.
2. Profusión de ilustraciones.
3. Uso adecuado del color.
4. Impresión de alta calidad.
5. Tamaño: 21.5 x 28 cm.

LOS IMPRESOS.

Los elementos mecánicos del anuncio actúan como ventana invisible y escenario para el mensaje. Los problemas tienden a dividirse en tres categorías principales: fotograbado, fotografía e impresión del anuncio completo.

V. PUBLICIDAD DIRECTA. (DISPLAYS O DEMOSTRADORES).

Es un elemento tridimensional cuyo objetivo es "atraer la atención del cliente y promover el producto" en general, o alguno en especial.

Tienen tamaños y proporciones diferentes. Es de uso comercial y profesional, hace uso de los códigos iconográficos del gusto, retóricos y principalmente, de los códigos icónicos y estilísticos, sobre todo del inconciente.

Es toda información que se le dá al público o cliente directamente, ésta puede ser de tipo informativo, como son en este caso: folletos, programas de eventos culturales, eventos, etc.

La publicidad directa está formada por obsequios, cartulinas, punto de venta, escaparates, etc.



III) Análisis del receptor público de la campaña.

El público receptor de esta Campaña Promocional está integrado por personas en su mayoría con cierta cultura, con una inclinación hacia las bellas artes y los medios artísticos. Hay una aceptación muy grande por ser la gente joven, especialmente por estudiantes de preparatoria, estudiantes de carreras y profesionales.

Es un público muy selecto, la mayoría busca los medios publicitarios ya conocidos para obtener información de los eventos. A otros públicos se les participa de todas sus actividades con invitaciones, por su gran interés hacia las bellas artes y el Instituto.

Se llevan a cabo investigaciones de campo por medio de entrevistas escritas, en las cuales se pregunta: si les interesan las actividades culturales y las que realiza el Instituto Cultural Cabañas, también se les pregunta por qué medio se informaron de sus eventos y cuáles medios les parecen los más indicados.

Los resultados de las preguntas anteriores se toman como base para lanzar su promoción. Dichos resultados dan a conocer que los mejores medios son los carteles y mantas, así como el periódico.

Resultados de la encuesta realizada en un concierto el día 21 de Octubre de 1986.

Sirviendo éstos como base para la realización de su Campaña Promocional en otros eventos de esta magnitud, o simplemente para conocer cuáles de sus medios son los más efectivos, esta encuesta no es algo definitivo, ya que sólo significa un indicador de como deben tomarse en cuenta otros aspectos.

Para su realización, se entrevistaron 78 personas con los siguientes resultados:

1. ¿Cómo se enteró del concierto?

a) Periódico:	23 personas
b) Radio	17 personas
c) Carteles	17 personas
d) Instituto	5 personas
e) Otros	9 personas.

2. ¿Qué música prefiere?

a) Jazz	39 personas
b) Rock	60 personas
c) Música L.A. y C.A.	9 personas.

3. ¿Ha asistido anteriormente a otro concierto en el Instituto Cultural Cabañas?

SI	46 personas
NO	23 personas
No contestó	9 personas.

4. ¿En qué sector de la ciudad vive?

a) Hidalgo	44 personas
b) Juárez	21 personas
c) Reforma	5 personas
d) Libertad	8 personas

5. Profesión:

Estudiantes	33 personas
Periodista	1 persona
Educadora	1 persona
Educación Artística	1 persona
Sin oficio	1 persona
Ingenieros	5 personas
Arquitectos	7 personas
Profesionista Dental	1 persona
Escultor	1 persona
Pintor	1 persona
Economista	2 personas
Lic. Administración	2 personas
Maestros	2 personas
Médicos	3 personas



Comerciantes	3 personas
Contador	1 persona
Abogado	1 persona
Obrero	1 persona
Enfermera	1 persona
Licenciados	3 personas
Cantante	1 persona
Secretarias	2 personas
Fotógrafos	2 personas
Electricista	1 persona
Ama de casa	1 persona.

35 "	1 "
36 "	1 "
38 "	1 "

7. Sexo:

FEMENINO:	19 personas
MASCULINO:	59 personas

8. Sugerencias:

Se sugiere que haya más organización, puntualidad, que el local en el que se presenten sea más amplio, traer más conjuntos, mejorar el sonido, mayor difusión de los grupos; es decir, información básica. Algunos se muestran conformes, que se den más conciertos de calidad, que haya más taquilla, así como un bar o cafetería que son necesarios.

6. Edad:

16 años	4 personas
17 "	5 "
18 "	5 "
19 "	8 "
20 "	3 "
21 "	3 "
22 "	8 "
23 "	3 "
24 "	9 "
25 "	1 "
26 "	9 "
27 "	8 "
28 "	3 "
30 "	2 "
31 "	2 "
32 "	2 "
34 "	1 "

IV) Antecedentes del Instituto Cultural Cabañas

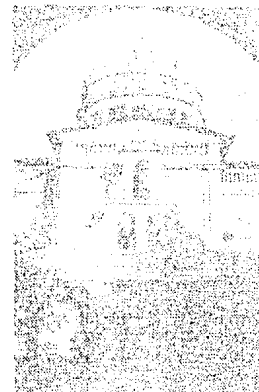
a) Historia

Guadalajara cuenta con una obra maestra del Neoclásico, ésta gran obra fué fundada por el ilustre Don Juan Cruz Ruiz de Cabañas y Crespo, el Primero de Febrero de 1810.

Y es el Hospicio Cabañas, hoy Instituto Cultural Cabañas. El proyecto de esta magnífica obra fue creado por Manuel Tolsá y realizado por el Arquitecto José Gutiérrez, concluyéndola Manuel Gómez Ibarra, el cual también realizó Las Torres de Catedral.

La obra del Neoclásico cuenta con una capilla en forma de cruz, la cual es un digno marco para la obra realizada por José Clemente Orozco, entre los años de 1938 y 1939, con el tema: LA HUMANIDAD, LA CONQUISTA ESPAÑOLA y EL HOMBRE EN SU AFAN POR SU SUPERACION.

"No hay función ornamental, sino que cumplo la misión de decir al mundo el mensaje espiritual y humano de México", ésto lo dijera Víctor M. Reyes al contemplar la obra de "LOS ELEMENTOS" - Aire, Fuego y Tierra - hoy la sección "EL HOMBRE EN LLAMAS".



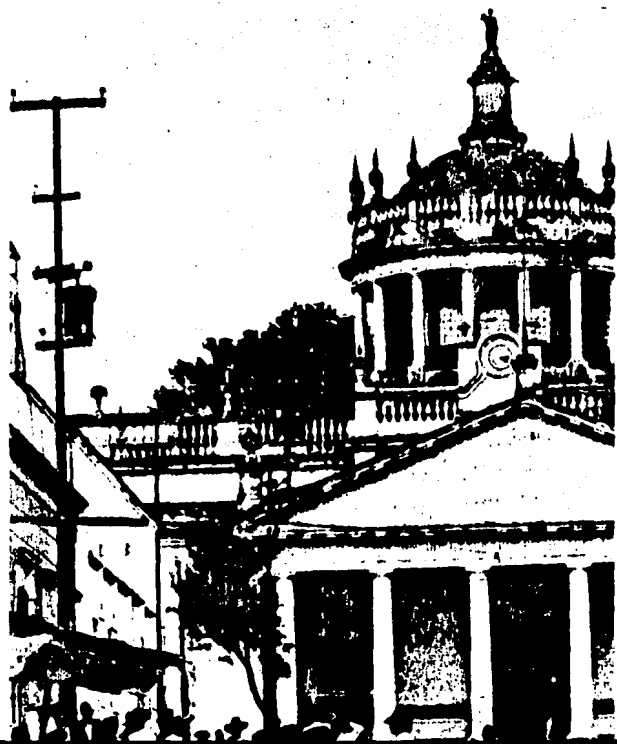
Don Juan Cruz Ruiz de Cabañas y Crespo, fue Obispo de Guadalajara de 1796 hasta 1824, época de la enorme transición de la Colonia a la Independencia. Así, sobre lo bueno, lo excelente, el Hospicio Cabañas es la síntesis lograda de virtudes, iniciativas, artes e historia de esta criolla ciudad.

Carlos IV exhortó a los obispos y arzobispos de España e Indias a la creación de Casas de Expósitos, en la Cédula de Diciembre de 1796, coincidiendo así con el nombramiento del Hospicio Cabañas. Para Enero de 1796, llegó a Veracruz Don Juan de Cabañas, llegando a Guadalajara el 3 de Diciembre de 1798, ya que estuvo en la Ciudad de México por dos años.

La Real Cédula del 5 de Septiembre de 1803, Carlos IV aprueba la fundación de la Casa de Caridad y Misericordia en Guadalajara, para la cual se compró un sitio eminente y despejado, cercano a la ciudad en la parte Oriente, de aire puro, aguas abundantes y sanas.

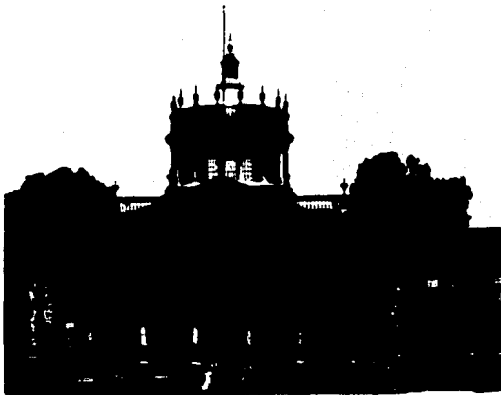
Guadalajara constaba para entonces con 34 mil 697 habitantes. Iniciando la obra con 300 operarios en Febrero de 1805. Sus medidas eran de 170 m. de frente por 185 m. de fondo, las cuales no han cambiado. El Hospicio, llamado entonces Casa de Misericordia, fue inaugurado con 66 niños el 1^{ra} de Febrero de 1810.

Con la expulsión de Las Hermanas de la Caridad, el Cabildo Eclesiástico dejó de prestar apoyo económico y la Junta de Beneficencia nombró a Doña Rafaela Suárez para sustituir a Sor Ignacia.



Funcionó como hospicio hasta 1980, en que el Gobierno del Estado creó al Sur de la ciudad, nueva planta para el Instituto Cabañas, que fue inaugurada en el mes de Mayo por el Presidente José López Portillo.

De inmediato se intensificaron nuevas labores de reconstrucción en la noble finca, para destinarla a eventos artísticos y de alta cultura, con proyección internacional.



El martes 4 de Noviembre de 1980 se dió en el Congreso del Estado, primera lectura a dicho proyecto.

De la iniciativa de ley, enviada por el Gobernador Romero de Velasco al Congreso, se establece que el futuro Instituto Cabañas tendrá carácter de organismo público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propios, teniendo como objetivos fundamentales, los de la promoción de la cultura y en general, de las bellas artes.

Se procura, en verdad, que el futuro Instituto Cabañas se convierta en un núcleo de estímulo y fomento a la música, a las actividades estéticas, que también haga posible el fomento de actividades humanísticas; que aliente la conservación del patrimonio cultural de Jalisco, que se integre, en fin, en uno de los sólidos pilares de la cultura jalisciense.

Entre los proyectos que se han elaborado, está el de integrar un Instituto de Estudios sobre José Clemente Orozco, el de organizar una Sala permanente de exposición de la obra de Roberto Montenegro y el de reunir en su seno algunos tesoros bibliográficos, sobre todo jaliscienses, para hacer posible un verdadero centro de investigaciones culturales.



El Patronato del Instituto Cabañas será de lo más alcornuoso. Lo integrarán, el Presidente de la República, los Secretarios de Educación Pública, de Asentamientos Humanos y Obras Públicas, el Gobernador del Estado, el Director del Instituto Nacional de Bellas Artes y los Exgobernadores de Jalisco, de elección popular.

Por su parte, el Consejo del Instituto Cabañas estará formado por el Presidente de la República, el Gobernador del Estado, el Director del Instituto Nacional de Bellas Artes, el Jefe del Departamento de Educación Pública del Estado, el Presidente Municipal de Guadalajara y el Jefe del Departamento de Bellas Artes del Gobierno del Estado. Finalmente, el Director y el Secretario del Instituto Cabañas, serán designados por el Gobernador del Estado de entre personas mexicanas por nacimiento, de reconocida honorabilidad y capacidad.

Cabañas sale al Puerto de San Blas antes de que hiciera Hidalgo su triunfal entrada, al inicio de la Lucha por la Independencia. La Casa de Misericordia fue convertida en cuartel por Insurgentes y Realistas, José de la Cruz estableció ahí su tropa, mandando improvisar caballerías para mil bestias, entre caballos y mulas, llegando a incluir hasta dos mil animales en los interiores de esta Joya Arquitectónica.

Cabañas falleció con enorme dolor, el 28 de Noviembre de 1823 en el Rancho "Los Delgadillos" de Nochistlán, Zacatecas, ya que al regresar a Guadalajara en 1812, nunca pudo volver a entrar a su Casa de Misericordia.

La conclusión de las obras materiales de la Casa de Misericordia, correspondió a Manuel Gómez Ibarra por encargo del Obispo Don Diego de Aranda. La Cúpula es lo más importante en la composición del edificio; existen notables arquitectos que ponen en tela de juicio que haya sido diseñada por Gómez quien la realizó, pero el refinamiento de su trazo más bien parece ser de Don Manuel Tolsá o en último caso, de Don José Gutiérrez.

23 patios tiene el Hospicio que mal lo terminaba Gómez cuando fué utilizado de nuevo para cuartel y ciudadela. Como era lógico, también recibió cañonazos y en entradas y salidas de tropa, quedaba en estado deplorable.

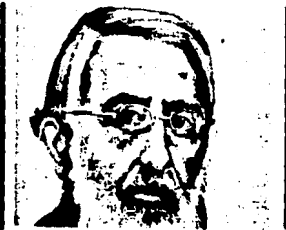
Las obras de reconstrucción se realizaron por el Primer Gobernador del Estado de Jalisco, Prisciliano Sánchez. El 15 de febrero de 1829 volvió a funcionar como hospicio, recibiendo a 40 niños para sostenimiento, educación y cuidado.



Pero gustaba el edificio para cuartel, en esa época de beligerancias. El 12 de Octubre de 1833 los Diputados indicaron que los 40 niños fueran llevados al Convento del Carmen, con todo y mobiliario y que la Casa de Misericordia se dedicara a Ciudadela, con talleres para fabricación de armas, santabárbara y demás. Este acuerdo no fué implementado por la protesta del Vicario Capitular.



En 1853 llegaron a Guadalajara Las Hermanas de la Caridad, haciéndose cargo de la Administración del Hospicio y del Hospital Belén, años después, Sor Ignacia de Osés fué la Rectora de la Institución en esa época de oro. Juan José Matute mostró su alabada filantropía, que permitió fundar una casa cuna, mientras el Cabildo Eclesiástico determinaba que todos los niños expósitos llevaran por apellido Cabañas. En 1874 fueron expulsadas del país Las Hermanas de la Caridad.



b) Juan Cruz Ruiz de Cabañas y Crespo

Si ha nacido alguien a quien sus antecedentes familiares hayan inducido a cumplir con el deber de compartir con sus prójimos los propios bienes, que es el más cristiano, el más católico de los deberes, ese alguien ha sido Don Juan Cruz Ruiz de Cabañas y Crespo.

Nació en 1752 el 3 de Mayo, en España. Su padre fue Don Tomás Ruiz de Cabañas y Hernández, fiel cumplidor de los deberes del hombre hacia sus semejantes y su excelente madre, Manuela Crespo y Desexo.

Desde su infancia, demostró notable capacidad y dedicación. Concluidos con éxito sus estudios en Viena, pasó a continuarlos en Pamplona, allí demostró vocación religiosa, fue enviado a la Universidad de Alcalá y recibió una Capellanía Colativa Hereditaria.

Siendo ya clérigo, concurrió a oposiciones en diferentes lugares de España y Francia, siempre sujeto



vigilancia especial y mucho contribuyó a cimentar su prestigio. Nunca cedió a dañinas influencias. Obtuvo la Canongía Magistral en la famosísima Catedral de Burgos.

Juan Cruz demostró talento y carácter sorprendentes en un joven y sin manifestar jamás que aprobaba la impopular medida, logró calmar los ánimos y tranquilizar los espíritus.

Se le dió la categoría de Obispo el 9 de febrero de 1793, pero llegó a Madrid la nueva de la muerte del Señor de Triistán y el Consejo de Indias aprovechó la ocasión para promover al Señor Cabañas al Obispado de Guadalajara.

Llegó a México, y a Guadalajara, el 13 de Diciembre de 1796. El Señor Cabañas se exaltó ante los cuadros de miseria, raquitismo, enfermedad, abandono y muerte, que los terribles años de hambre habían dejado como estela en su estancia en Europa. Así, su primera actividad consistió en escribir a España pidiendo autorización para erigir, en su Obispado, un edificio en que se alojaran los desamparados, en donde se diera alimento a los hambrientos, en donde se enseñara a los que no sabían.

Recibió así un apoyo tan definitivo como inesperado que le otorgó el Rey mismo.

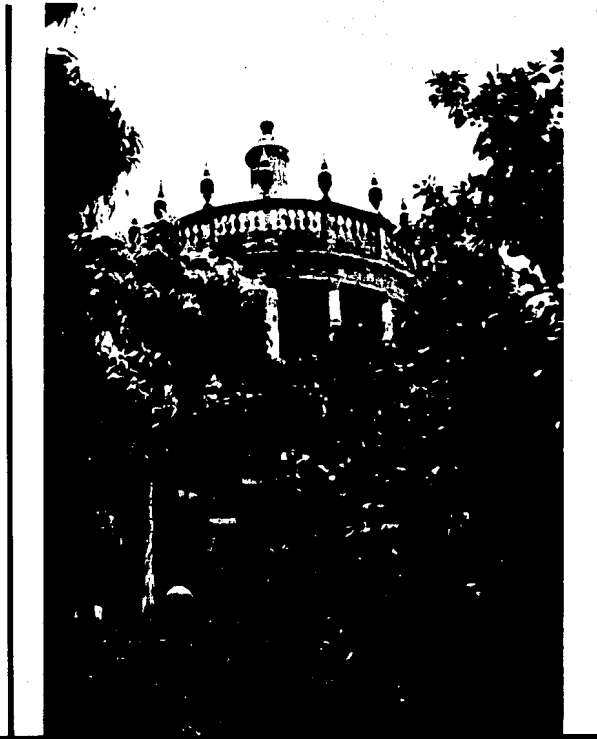
Obedeciendo al generoso espíritu de los Rufz de Cabañas, creyó encontrar medios para llevar a la práctica su propósito, porque en Enero de 1767 el español José Llorens Comellens otorgó su testamento, siendo su voluntad que sus bienes, al cubrir ciertos legados, se invirtiera el resto en erigir y mantener un Hospital y Casa de Expósitos bajo la advocación de San José. Teniendo así ya capital para iniciar su obra.

c) Edificio

En el siglo XIX, surgió predominante el estilo neoclásico, cuyo máximo exponente en México lo era el Arquitecto Valenciano Don Manuel Tolsá, a quien le fué encargado el proyecto del Hospicio Cabañas. La construcción quedó a cargo del Español José Gutiérrez, profesor de la Academia de San Carlos de la Ciudad de México, quien firmó contrato el 8 de Febrero para venirse a Guadalajara.

La planta en la que fué construida esta joya arquitectónica, tiene la forma de un rectángulo, cuya longitud es de 164.27 metros de Oriente a Poniente y 143.66 metros de Norte a Sur. En la entrada principal encontramos un elegante pórtico, con columnas de orden toscano.

Está integrado por 23 patios, los cuales más circundados son los que están formados por corredores de estilo herreriano; sus áreas museográficas, administrativas y académicas, se encuentran distribuidas en 106 recintos.



La Capilla Mayor o Clementina, está ubicada en el centro del Edificio teniendo 4 entradas por los 4 ventos. Es de forma de Cruz Griega su planta, prolongada hacia los lados Norte y Sur; por el Oriente se comunica al Patio Mayor y por el Poniente, al Patio de Honor. Tiene un elegante pórtico coronado por una espadaña, que sustenta tres campanas: MYSTERIUM, CRISIS, DOLORES y la ESQUILA en la parte superior.

La Capilla Mayor fue terminada por el Arquitecto Manuel Gómez Ibarra, en 1845. La cúpula sorprende por su equilibrio, sus proporciones y su belleza clásicas; se eleva en el centro del crucero de la capilla, el que forma un cuadrado perfecto de 12 metros por lado; en la base del crucero se levantan 8 pilastras de 12 metros de altura, las que sustentan 4 arcos torales, sobre los cuales descansa la cúpula; el anillo inferior de la cúpula tiene un doble círculo de 32 columnas, 16 interiores de orden jónico y de orden dórico las 16 del exterior. Estas columnas sostienen un cornisamento sobre el cual se eleva la bóveda que cierra la cúpula, cuya altura, en su clave, es de 34 metros. La Capilla Menor está en el extremo Oriente del Patio Mayor; tiene tres bóvedas de tezontle y nervaduras de cantera; las bóvedas Norte y Sur son vaídas y de crucería, en tanto que la Central es hemisférica y está rematada por una linternilla; al Sur tiene una chimenea adornada con un gran Sol de ladrillos, actualmente sirve este recinto para conciertos, conferencias y otros eventos.

El cine-teatro Cabañas, es una sala en la que, como su nombre apunta, se escenifican obras de teatro, se exhiben películas, hay conciertos, conferencias, etc.

d) José Clemente Orozco

1.- Un pintor de la mujer

Los temas que integran la Obra de Orozco, son mujeres de dos clases:

La colegiala y la muchacha de los barrios prohibidos.

Dos clases en violento contraste que en conjunto tipifican sorprendentes fases de la femineidad.

La colegiala saludable, un capullo a punto de estallar, aserta ya la autoridad de su sexo a través de la coquetería y la gracia del gesto y del vestido; la cortesana de tipo mexicano, pintoresco y peculiar, llamativo atuendo y ostentoso tocado. Su rostro se esconde tras una máscara de albayalde y de colorete crudamente aplicado, los labios como heridas abiertas y sus ojos negros brillan como carbones encendidos.

Así logra Orozco mezclar estas dos mujeres en sus obras, dándole un sentido más popular y mexicano y un sentimiento más humano.





2.- Un caricaturista noble

José Clemente Orozco tiene una peculiar visión de las cosas. Es un obsesionado de las líneas bruscas y firmes. Su imaginación torturada traduce sus concepciones en un impresionismo audaz, desconcertante, imperioso.

El lápiz y el cincel manejados hábilmente, han trazado perfiles alocados, rostros tocados de lacerante morbosidad, curvas de brutal elocuencia, en un ambiente de pesadilla y de extraña vehemencia.

Las mujeres de Orozco no nos dejan ninguna impresión de delicadeza. No son las suyas los afiligranados rostros, ni la finura del perfil. No son esas mujeres que parecen rosas y azucenas, de nieve y de tersura. NO es la hembra de intempestiva animalidad, de caricaturesco y duro desgaire, investida de una sensualidad salvaje, de una lujuria dolorosa y martirizante.

La técnica precisa y huraña de Orozco, ha dado tal poder, tal remarque intenso de verismo a las figuras, que seguramente no serán timoratos criterios, ni cristianos corazones, los que sientan la vida de esas almas tristes, que se agitan a impulsos de la más cruel de las angustias, la de la carne, en una atmósfera siniestra, envenenada y morbosa.



Uno de los trabajos más sugestivos y completos de los que ha dado Orozco, es la Casa de los Llantos, colección de estudios integrada por 16 motivos de áspero conjunto.

Tiene un gran movimiento de color, de ambiente, tal uniformidad de líneas y de trazos, que no vacilamos en tenerlo como arquetipo central de las tendencias del artista.



3.- Hospicio Cabañas

Llegamos ahora a este glorioso desenvolvimiento de la expresión artística de José Clemente Orozco (1938 - 1939), a una de las obras pictóricas más importantes que nuestra cultura haya producido y desde luego, el conjunto más formidable que existe en el Continente Americano: la decoración de la Antigua Capilla del Hospicio Cabañas.

Ha sido una circunstancia extraordinaria que para un edificio tan severo y tan bien proporcionado, se encontrara justamente un pintor adecuado para decorarla, más bien dicho, para completarla.

La sencillez de la arquitectura neoclásica, la interesante forma de la Cúpula, cuyo tambor se compone simplemente de columnas sobre las que está montado el casquete, hacen el conjunto perfecto para la realización de la obra.

Sucede con las pinturas de Orozco que la primera impresión es a menudo desconcertante, pues como todo gran arte, no entrega sus secretos a la primera visión.





Más, si se quiere penetrar en su alma y buscar su estructura, es necesario no dejarse sorprender por el choque que nos dá, sino más bien abandonarse a lo sensorial, a lo sentimental, a lo intelectual, a lo imaginativo y así, poco a poco, su armonía nos embarga, nos aprisiona y nos conduce al delirio estético.

Ante todo, las pinturas deben tomarse como una unidad, cuyas partes responden a la coordinación del conjunto; pudiéramos representárnosla eidéticamente en forma piramidal, en cuyo vértice superior - la cúpula - se encuentra la clave del afán del artista, no sólo en esta obra, sino en toda su obra.

En los muros de la parte baja, en las bóvedas de las naves, en las lunetas, en el medio casquete que separa el tambor de la cúpula y en el arranque de ésta, vemos aspectos del hombre, de la humanidad, a veces bajo la acción bienhechora, en ocasiones bajo la opresión, la maldad, la barbarie y la incultura.

La conquista, la religión y las religiones; las artes, las industrias, el hombre sucumbiendo, levantándose, el hombre como creador y el esfuerzo humano, se resumen, por último, en la gran figura simbólica del hombre ardiendo en su propia angustia, en llama viva todo él, crepitante, palpitante, suspenso y anhelante en su afán de superación, en su intento de trascenderse.

A la entrada a la capilla, encontramos sobre los muros bajos una alegoría romántica, con temas arquitectónicos que recuerdan aquellas graciosas decoraciones teatrales de infima calidad: la Cúpula de la Universidad y un remate del Hospicio mismo.

Al lado opuesto, Guadalajara envuelta en flamíferas formas de colores brillantes - fuego -, grises, amarillos.

Volteamos a la izquierda y topamos con tres temas desconcertantes, al primero podría dársele el título de "La vuelta en un manto azul, al encuentro del cual sale un guerrero bien armado". ¿Representa el arrojado del conquistador, que se lanza a la aventura sin saber qué es lo que hallará, o lo desconocido que le sale al encuentro?

El segundo tema, es una Rueda en Movimiento, que cual sol resplandece y gira sobre fragmentos de ídolos indios, símbolos de las religiones autóctonas de América.

Según opiniones, la Gran Rueda significa la introducción de este importante elemento en la cultura del Occidente, por eso aplasta, gira y fulgura, anunciando una nueva era.

El tercer tema es irónico y humorístico, es un fragmento de un edificio barroco, el Palacio de Gobierno de Guadalajara; es un balcón enmarcado por molduras, volutas y ornamentos. Ocupado el balcón por sus propias formas exuberantes, es una interpretación del barroquismo, tomado por Orozco como un símbolo.

En los muros opuestos, hay otros tres tableros; en los dos primeros muestra el panorama de una ciudad - Guadalajara -, sobre ella vuelan caballos apocalípticos, erizados de lanzas, diabólicas de aspecto, trágicos en significado. Se levanta la torre de una iglesia, la aportación mayor de la colonización.

En el tercer tablero hay unos guerreros y un escudo de Guadalajara, que es la victoria ante el Nuevo Mundo.

En las paredes de esta parte de la capilla, hemos visto contrapuestos lo trágico (los caballos) y lo banal (el barroco), lo científico (la rueda) y lo religioso (la torre), lo desconocido (la figura envuelta) y lo conquistado, lo dominado (los guerreros y el escudo). Así también, en la entrada, la idea de la ciudad se completa con la alegoría que se compone con la inscripción y de ese modo, la historia y la tradición tienen su símbolo.



El mismo sistema de contraposición de temas se observa en la parte restante de la nave, sólo que allí los tres tableros de cada uno de los lados forman un solo tema, prácticamente un tríptico.

La figura del Señor Cabañas se yergue, digna, humilde y caritativa, sobre un fondo de arquitectura popular, la de todos nuestros pueblos y ciudades.

Frente a este tema, en otra serie de tableros, vemos una crítica aguda a la esclavitud, a la mecanización del individuo, a la opresión despótica, concentrados como animales rodeados de alambres con gruesas púas.

Sin embargo, un signo de esperanza asoma: los alambres ya se rompen, lo extremo de tal situación no puede ser eterno. Todas estas ideas están expresadas con unas cuantas líneas de extraordinaria simplicidad y enorme contenido. Todo sobre fondos grises, incoloros, como la vida de estos desdichados.

Solo con un valor enorme pueden ser pintados de tal forma los muros, pues éstas pinturas de sabor popular con temas extraños, de colores extraños, no parecerían adecuados para mezclarse con aquella arquitectura rígida y severa. Pero ateniéndose a los resultados, el efecto es magnífico, si se comprende el espíritu con que están ejecutadas.

Dos pequeños medios puntos sobre unas puertas del crucero, enmarcan sendas naves de vela empujadas por huracanado tifón multicolor. En los muros sobre la platabanda, limitados por los arcos de piedra de la estructura, Orozco pintó temas relacionados con las ideas de las bóvedas. Los temas históricos, la Conquista y la Evangelización de América, la obra civilizadora del militar y del monje.

Las figuras de los frailes colocados arriba de la entrada, parecen dolerse frente a la suerte de los desgraciados indios, son retrato de las almas piadosas de los misioneros y opuestos a ellos, un guerrero desnudo y otro mecánico, que descansa, sentado y vigilante, como una máquina demolidora y constructora a la vez.

Cierran la nave principal dos figuras más de guerreros mecánicos y dos imágenes que simbolizan otros aspectos de la cultura hispana: el Greco y Cervantes.

Las cuatro lunetas en el crucero con escenas de sacrificios humanos, festines canibalescos y danzas sagradas de indígenas. Son síntesis maravillosas logradas con un mínimo de pinceladas, apuntes siniestros de ritos esotéricos.

Desde la bóveda de entrada, dios guerrero y sanguinario, a cuyos lados se encuentra un bracero con fragmentos de víctima, los "Papas" se destacan, negros, frente a una pirámide anaranjada. Un dios arrastra un cuerpo mientras el otro, con la mano, toma el corazón de una víctima. Nunca antes de Orozco se habían evocado con un significado tan macabro y abominable.

Las otras dos lunetas muestran danzas indígenas, con pinceladas nerviosas pero llenas de seguridad, Orozco creó estos danzarines fantásticos; el fondo, llama viva, recorta las negras siluetas.

La bóveda que cierra esta parte es una de las más interesantes, representa el sentido religioso como inherente al ser humano; un torso de hombre, un Padre Eterno y varios ídolos, una serpiente asoma sus fauces, forman un conglomerado indivisible y magnífico, por el color, las calidades, el dibujo, la composición y la idea.

De las seis bóvedas que forman el Cañón de la Nave de la Capilla, cuatro están dedicadas al tema de la Conquista, una a la Evangelización y las últimas al Misticismo, simbolizado por la imagen de Felipe II.



Entrando, en la primera bóveda de la izquierda, nos sorprende la majestuosa figura de Hernán Cortés. El rostro se destaca en claros colores, así como el de su genio y ambos participan en un "naturalismo" esquemático y severo, lleno de dignidad y coraje.

En la bóveda opuesta, una gran figura de misionero franciscano, evocación evangélica. Junto a las bóvedas anteriores, la representación del espíritu guerrero, hay figuras de combatientes y junto al franciscano, una escena guerrera, los hombres de fierro han llegado a la América, sobre caballos, destruyendo todo, auguran una etapa creadora.

Uno de los temas más originales por su concepción, es un tremendo caballo mecánico que atraviesa la atmósfera. Al otro extremo de la nave, Felipe II ocupa totalmente la última bóveda. A grandes brochazos, a golpes, con un sentido místico, Orozco dió una imagen espiritual al gran monarca.

En las cuatro pechinas, unos hombres desnudos, ennegrecidos, simbolizan con claridad el esfuerzo humano; Orozco trata de diferenciar al hombre antiguo del moderno por sus armas. Contraponen dos hombres del mismo tipo: Ayer, hoy y siempre, afán humano por esforzarse por salir a la luz, a la verdad.

El anillo que sostiene las pechinas fue llenado por Orozco sin colores violentos, con tonos grises y negros y temas que se refieren a distintas actividades humanas: las artes, industrias manuales y algunos otros





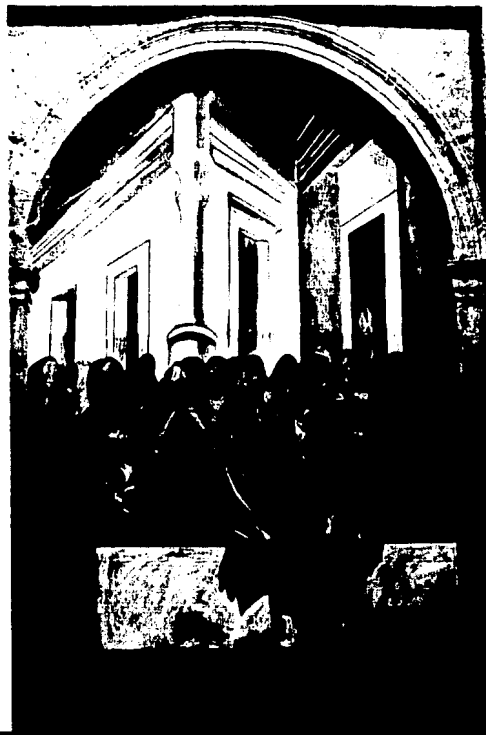
con significado misterioso. Pero lo más interesante son los torsos, tienen un encanto indescriptible. Por último, una enorme X que simboliza lo desconocido.

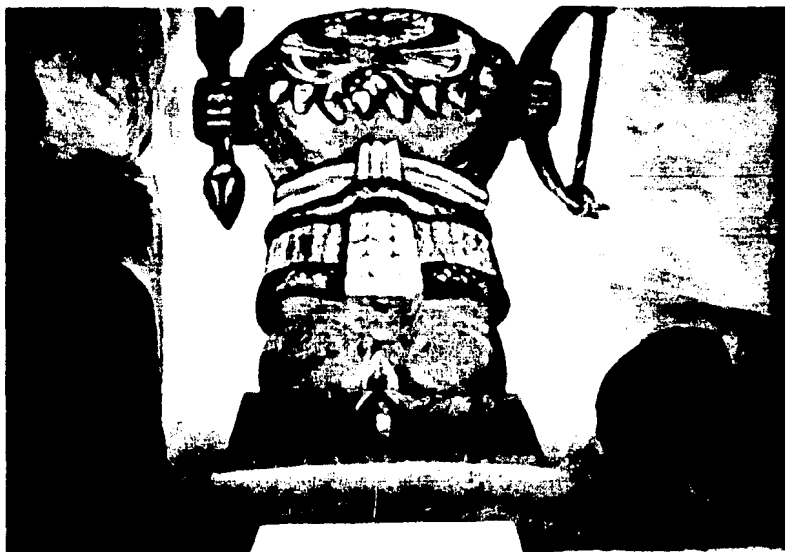
El Hospicio Cabañas presenta todas las expresiones manejadas por Orozco. Utiliza la combinación de grandes y libres pinceladas con agudas, ó cualidades consistentes. Además, figuras humanas destacándose sobre fondos lisos o muy simplificados y el fuego un elemento preferido. Sus principales pinceladas son más bien brochazos, aplicados con extraordinaria firmeza y libertad.

Su sentido del color, el fuego y el negro, extremos magníficos y simbólicos de un alma apasionada. Los tonos sombríos y brillantes enmarcados por el gris de la cantera, refuerzan la nobleza del recinto.

Idea y ámbito se unifican con la realización artística, resultando una expresión monumental, plena de armonía, de equilibrio, de hirviente serenidad y severidad.

El tema realizado por Orozco es América, conquistada y evangelizada, levantándose sobre un mundo primitivo de extraños ritos; uno de los más importantes, es el sentido del ser de la existencia humana, concebida por Orozco como la coronación, que remata y unifica los distintos aspectos del hombre, su cultura. "Cultura, es santidad, bondad, belleza, justicia, verdad".
Antonio Caso.





V) Principales actividades del Instituto Cultural Cabañas.

a) actividades

Las actividades del Instituto Cultural Cabañas, son realizadas a través de diversas dependencias, a saber:

- SUBDIRECCION DE DISCIPLINAS CULTURALES.
- DEPARTAMENTO DE PROMOCION DE EXPOSICIONES.
- MUSEOGRAFIA.
- AREA MUSEOGRAFICA:

1. Exposiciones permanentes; Murales de José Clemente Orozco, en la Capilla Mayor.

Obras de caballete y gráfico de José Clemente Orozco, en 18 salas.

2. Exposiciones temporales, en 11 salas.

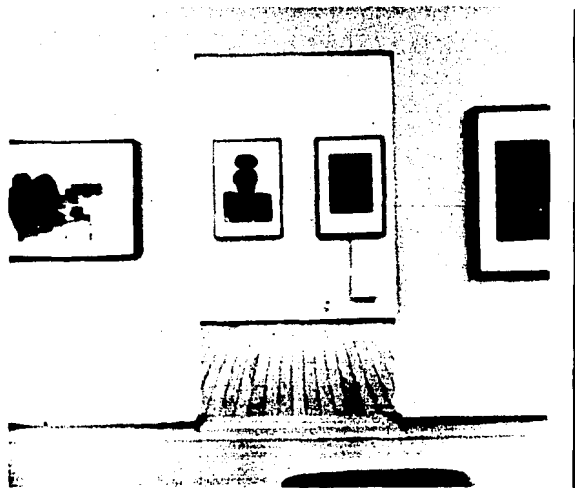
Las principales actividades del Instituto Cultural Cabañas, son las de difundir la cultura y elevar el conocimiento de las Bellas Artes. Así como la promoción del edificio en sí, que es un museo. Al mismo tiempo que las obras de José Clemente Orozco se exhiben en la Capilla Mayor como muestra del talento



mexicano, dando a conocer la historia de la Conquista de México a la llegada de los Españoles y la personalidad de Orozco con sus obras.

La difusión de la cultura se realiza por medio de sus actividades organizadas, que se imparten aquí mismo con sus respectivas exposiciones, conciertos, obras de teatro, eventos diversos, etc.





14. JOHN HENRY MONTGOMERY,
MONTGOMERY, ALABAMA, 1955.
REPRODUCED BY THE
MONTGOMERY COMMISSION

b) carreras que se imparten en el Instituto Cultural Cabañas

1. ESCUELA DE ARTES PLÁSTICAS Y POPULARES.

- | | |
|--|--------|
| - TRONCO COMÚN PINTURA Y ESCULTURA | 1 AÑO |
| - PINTURA | 4 AÑOS |
| - ESCULTURA | 4 AÑOS |
| - FOTOGRAFÍA | 3 AÑOS |
| - PAPEL MACHE | 2 AÑOS |
| - TARACEADO (incrustación y marquetería) | 2 AÑOS |





2. ESCUELA DE DANZAS, CLASICA Y CONTEMPORANEA.

DANZA CLASICA:

Etapa inicial

Nivel intermedio

Grado profesional (avanzado)

- DANZA CONTEMPORANEA
- DANZA MODERNA (Jazz)

3. ESCUELA DE DANZA FOLKLORICA.

- TALLER INFANTIL
- AREA ADULTOS

5 AÑOS

1 AÑO

4 AÑOS

3 AÑOS

2 AÑOS

3 AÑOS

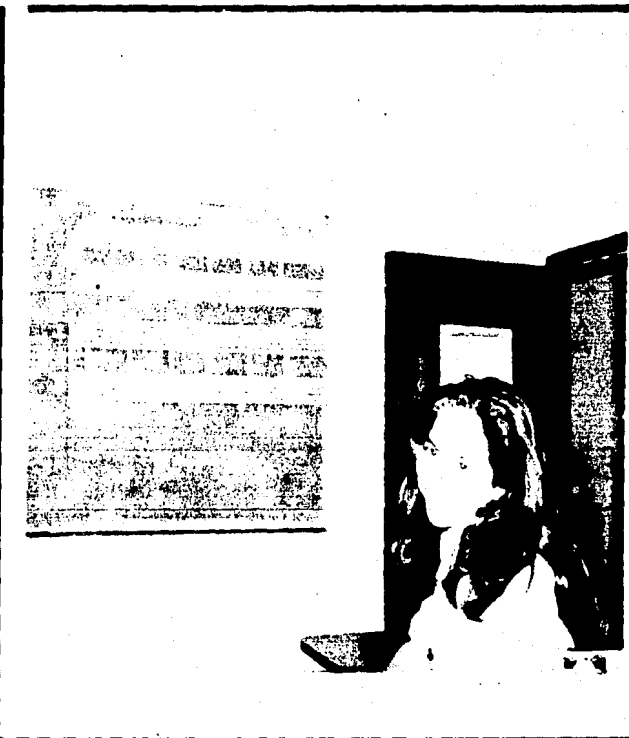
4 AÑOS





4. ESCUELA DE MUSICA.

- AREA DE MUSICA INFANTIL 5 AÑOS
- AREA DE MUSICA AUTOCTONA 3 AÑOS
- AREA DE MUSICA CLASICA:
 - Curso propedéutico 6 MESES
 - Etapa inicial (básica) 3 AÑOS
- GRADOS DE ESPECIALIDAD:
 - Taller de Nueva Composición 3 AÑOS
 - Taller de Pedagogía 2 AÑOS
 - Taller Profesional del Instrumento 4 AÑOS
 - Taller Profesional de Canto 4 AÑOS
 - Taller de Música de Cámara 2 AÑOS
- AREA DE MUSICA POPULAR:
 - Curso propedéutico 6 MESES
 - Etapa inicial (básica) 3 AÑOS



- GRADOS DE ESPECIALIDAD:

- Taller de Jazz 1 AÑO
- Taller de Música Centro y Sudamericana 1 AÑO
- Taller de Elaboración de Material Didáctico 1 AÑO

5. ESCUELA DE TEATRO.

- AREA INFANTIL 3 AÑOS
- AREA ADOLESCENTES 3 AÑOS
- AREA ADULTOS 3 AÑOS
- TALLER DE PANTOMIMA 2 AÑOS

6. TALLER DE HUMANIDADES.

- TALLER DE FORMACION DEL ESTILO 2 AÑOS
- TALLERES LIBRES DE:
 - Artes populares
 - Cerámica
 - Encuadernación
 - Fabricación de papel
 - Grabado
 - Serigrafía



c) Departamentos

El Instituto Consta de varias subdivisiones para su administración, que son:

SUBDIRECCION DE PROMOCION Y RELACIONES PUBLICAS.

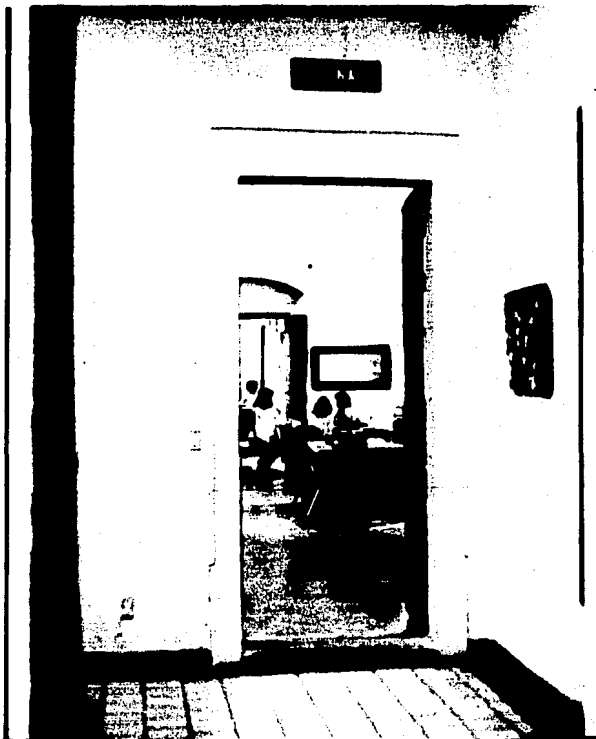
Se encarga de diseñar e implementar acciones de difusión en radio, televisión, cine y prensa, de los fines, programas y actividades del Instituto y se divide en:

- Departamento de Promoción Cultural.
- Departamento de Coordinación de Consejos Consultivos.
- Departamento de Coordinación de Voluntariado.
- Departamento de Relaciones Públicas.

SUBDIRECCION ADMINISTRATIVA Y DE FINANZAS.

Se encarga de desempeñar todas las funciones administrativas y de finanzas, dentro de sus actividades escolares y extraescolares de todo el Instituto, dividiéndose en:

- Departamento de Recursos Humanos.
- Departamento de Servicios Generales.
- Departamento de Egresos.
- Departamento de Ingresos y Contabilidad.
- Departamento de Auditoría Interna.
- Departamento Editorial.



VI) Promoción actual

El Departamento de Relaciones Públicas tiene como objetivo: diseñar e implementar acciones de difusión en radio, televisión, cine y prensa, de los fines, programas y actividades del Instituto.

Las funciones de este departamento son:


- Organizar y coordinar campañas de difusión en la radio, televisión, cine y prensa, sobre los fines, programas y actividades del Instituto.
- Detectar a las instituciones, dependencias oficiales, empresas ó personas que puedan apoyar los objetivos del Instituto y proponerlos a la Subdirección del área, para establecer contactos.
- Investigar los requisitos y realizar los trámites pertinentes ante la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobierno, para conseguir tiempo oficial en estos medios de comunicación.
- Organizar y coordinar reuniones periódicas con los titulares de cada área del Instituto, para recabar información sobre sus respectivas actividades, programas y eventos.

- Fungir de enlace entre las autoridades del Instituto y el personal del mismo, para difundir sus actividades programas y demás señalamientos.
- Elaborar los informes o trabajos especiales que le encomiende la Subdirección de Área.


Ballet en tres actos

Coppelia

Ballet Clásico Cubañas Dirección Delonah Velázquez



Viernes 19 de diciembre, 20.30 horas.
Domingo 21 de diciembre, 19.00 horas.
Teatro Degollado - Boletos en taquilla del ICC.

CUBANAS

El Instituto Cultural Cabañas se promueve por medio de todas sus actividades: artísticas, escolares y culturales.

Los medios promocionales utilizados por el Instituto son:

1. Periódico.
2. Radio.
3. Impresos: carteles, folletos, publicidad directa.
4. Publicidad exterior.

1. Periódico.

Este es uno de los medios más efectivos, diariamente aparece en los diarios de Guadalajara la cartelera con toda la programación del día, como son sus exposiciones, salas de exhibición, los murales de Orozco, etc.

Aparte, si es un evento importante, aparece en otro desplegado más grande para llamar la atención del público relámpago y en general.

También se anuncia en cine, diariamente aparece su cartelera. Otro tipo de anuncio que se trabaja en el periódico son los boletines, éstos aparecen sólo un día, pagado por el Gobierno, si se desea que aparezcan más días deberá pagarse por el Instituto.

2. La Radio.

En la radio sale la programación del día en la Hora Estudiantil y cuando son eventos muy grandes, aparece el anuncio más seguido. Es un medio muy bueno y eficaz. También hay entrevistas, pero no es muy usual.

3. Impresos.

Es otro medio muy efectivo dentro de la campaña promocional, lo constituyen: carteles, folletos, publicidad directa (programa). Pero el de mayor efectividad, es el cartel. Este se distribuye por el área centro de la Ciudad, librerías, papelerías, escuelas de diseño, arte y en la Universidad de Guadalajara.

Existen folletos de información del edificio y de sus actividades. Otro medio que se trabaja mucho es la publicidad directa, ésta se da a mano (programa) al público en general, al participar dentro de algún evento con información del mismo y algunos datos referentes a los artistas u obra de que se trate.

FRIDAKAHLO



FRIDAKAHLO

Danza • Teatro

Se realizan desde 300 a 1,000 carteles. Estos se pegan en las calles en dos secciones, 15 días antes de la función una parte y la otra parte, una semana antes, ya que los carteles son arrancados por las personas, de este modo se refuerza la información.

4. Publicidad exterior.

Recientemente se ha empezado a utilizar y ha dado un gran impacto el uso de mantas, ya que se ven desde alguna distancia y por lo tanto, es fácil de leer y llama mucho la atención.

Todos estos medios se realizan a través del Departamento Editorial, que a continuación analizamos.

Grupo
VIVENCIA DE LA DANZA POPULAR
MEXICANA

Coreografía y dirección
ANTONIO LIZANZA





El Departamento Editorial es el encargado de realizar y elaborar los impresos respectivos.

El Departamento de Promoción Cultural le dá la información y el medio que se desea utilizar, ya expuestas sus peticiones, el Departamento Editorial busca la técnica, ya sea fotografía, offset a dos tintas, selección de color, etc. y realiza el diseño.

Para realizar el diseño: se checa material, medidas, tintas, textos y datos.

Al revisar el material se checa el texto y los datos. Algunas veces, si es obra de teatro, la compañía cuenta ya con algo que lo identifique ó el artista y así mismo, se utiliza ésta para su promoción. Otras veces el diseño de sus carteles o folletos es completamente libre.

Integración del Departamento Editorial.

- Jefe de Departamento.
- Jefe de Diseño y Jefe de Impresión.

Estos reciben órdenes del Jefe de Departamento y escogen a la persona para que realice el diseño:

- 3 personas de Diseño Industrial
 - 2 personas de Diseño Gráfico
 - 2 personas Dibujantes Publicistas
 - 1 Arquitecto.
- Jefe de Impresión.

Tiene un corrector de pruebas, como estilo, ortografía y redacción.

También hay personal de Servicio Social que auxilia en trabajos de diseño.

Así mismo, se lleva a cabo la publicidad de los expositores, la cual se realiza por medio de invitaciones selectivas, si el expositor desea otro tipo de publicidad, como es individual, el Instituto lo cobrará aparte.

Referente a la publicidad que se le dá a las actividades artísticas, el Instituto se encarga de ella. Varía de acuerdo al cliente. Hay quienes están interesados más en su publicidad y desean que se les promueva en grande, aportando más dinero, o sea, que hay más flexibilidad en el pago.

Existen otros que cobran por porcentaje, según las personas que asistan se le paga al artista y al Instituto.





Dentro de los eventos artísticos, hay quienes son de muy buena calidad, por lo tanto no se necesita de muchísima propaganda; en cambio, otros necesitan de gran publicidad. Todos estos puntos son tomados en consideración por el Instituto y el artista, llegando así a un acuerdo mutuo.

Ocurre que hay espectáculos en los cuales no asiste mucha gente, como son los conciertos de piano o de cuerdas y es entonces, cuando surge la temática de que el evento es pequeño en un salón pequeño y no se le da una gran propaganda para no ocasionar un exceso de público.

Existen diversas situaciones para poder definir la promoción de un evento, ya que se toman en cuenta factores de toda índole, para llevarse a cabo. Estas situaciones son definidas por el mismo artista.

VII) Campaña promocional

Se ha llegado a la conclusión de que el Instituto Cultural Cabañas necesita una mejor promoción, tanto del EDIFICIO como de sus actividades escolares y culturales.

Elevando su nivel de Institución Cultural y proyectando en sus impresos una imagen con calidad y un gusto exquisito, para poder dar así la representación digna de la importancia de esta INSTITUCION.

Para la realización de esta campaña promocional, es necesario basarse en lo que se hizo el año anterior y el presente, en que se realiza el proyecto para tener una referencia y base de lo que se va a diseñar.



a) Programas o actividades realizadas durante 1986.

La promoción o difusión de los eventos o actividades se hace mediante:

1. Realización de boletines de prensa y lista de actividades.
 - a) Los boletines de prensa se elaboran y entregan a todos los medios de comunicación, electrónicos e impresos; teniendo en lista 50 destinatarios, los cuales reciben información completa y detallada de diversas actividades, que se generan dentro y fuera del Instituto Cultural Cabañas.
 - b) La lista de actividades, contiene información concreta de los eventos que se llevan a cabo en el Instituto, enviándose a 110 instituciones y personas interesadas en el aspecto cultural.



ACTIVIDADES

DEL INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS

exposiciones exposiciones exposiciones exposiciones

Exposición permanente de PLASTICAS DEL ICC



ACTIVIDADES

DEL INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS

exposiciones exposiciones

exposiciones • exposiciones

Exposición permanente de
JOSE CLEMENTE OROZCO

ENCUENTROS LUMINOSOS
De Rafael Castellanos.

RETROSPECTIVA DE

• Hasta el 26 de abril.



ACTIVIDADES

DEL INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS

exposiciones exposiciones

exposiciones. exposiciones

Exposición permanente de
JOSE CLEMENTE OROZCO

ACTIVO FIJO
De Sergio López Orozco

RETROSPECTIVA DE

• Hasta el 6 de abril.

BOLETINES ENVIADOS DEL 1º DE ENERO AL 30 DE
NOVIEMBRE DE 1986:

Enero	9	boletines
Febrero	8	"
Marzo	8	"
Abril	9	"
Mayo	9	"
Junio	8	"
Julio	9	"
Agosto	9	"
Septiembre	9	"
Octubre	8	"
Noviembre	9	"
T O T A L :		103 boletines

BOLETINES ESPECIALES.

Julio	4
Agosto	5
Septiembre	3
Octubre	6
Noviembre	4
T O T A L : 23	

LISTA DE ACTIVIDADES EMITIDAS DEL 1º DE ENERO AL 30
DE NOVIEMBRE DE 1986.

Enero	5	listas de actividades
Febrero	4	" "
Marzo	4	" "
Abril	4	" "
Mayo	5	" "
Junio	4	" "
Julio	4	" "
Agosto	5	" "
Septiembre	3	" "
Octubre	6	" "
Noviembre	4	" "
T O T A L :		49 listas de actividades.

Cine-Teatro Cabañas



Los motivos de Luz

Dirección
Felipe Cazals

16:00, 18:00 y 20:00 horas

HOY

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Cine-Teatro Cabañas

Los motivos de Luz HOY
 Dirección Felipe Cazals
 18:00, 18:00 y 20:00 horas

Cine-Teatro Cabañas

HANNAH y sus HERMANAS HOY
 Dirección Woody Allen
 16:00, 18:00 y 20:00 horas

Cine-Teatro Cabañas

EL AMIGO AMERICANO HOY
 Dirección Win Wenders.
 16:00, 18:00 y 20:00 horas

B

2. ANUNCIOS EN CINE.

Semanalmente se proyecta en cine-teatro Cabañas, la cartelera de actividades del Instituto Cultural Cabañas, exhibiéndose imágenes de los eventos actuales y futuros del propio Instituto.

3. DISPLAY URBANO.

Se solicitó la autorización del Ayuntamiento para la colocación de un cubo publicitario en las confluencias de las Avenidas Juárez y 16 de Septiembre, para el concierto de CHICK COREA ELECTRIC BAND el 29 de Agosto. Así mismo, para el Festival de JAZZ y MUSICA NUEVA EN GUADALAJARA, del 28 de Septiembre al 2 de Noviembre.

4. EXPOSICIONES POPULARES.

Se instaló en el Auditorio Benito Juárez, en el núcleo de las Fiestas de Octubre, un museo y talleres itinerantes, donde se muestra al pueblo tapatío, visitantes nacionales y extranjeros, las actividades culturales, obras de arte, exposiciones y colecciones, propiedad del I.C.C.

5. FOTOGRAFIA.

En el área de Difusión, la Jefatura actual ha utilizado la fotografía como reforzamiento de la información que se genera en el I.C.C., dando así una imagen más completa de la institución, facilitando así a los medios de comunicación la información boletinada.

6. MANUALES.

Elaboración de los manuales de la presentación de los Ballets Clásicos y Folklórico Nacional del I.C.C., así como en la realización de posters y carteles de estos eventos.


7. CORTOMETRAJE.

Cortometraje, contiene las actividades del Instituto como funcionamiento de los talleres, carreras, cursos, ensayos, docencia, teatro, cine y otros, proyectándose esta cinta al inicio de la programación de la sala cinematográfica Cabañas, así como en los intermedios, dando a conocer al público a través de las imágenes un panorama más amplio de la institución.

REGRESA A GUADALAJARA LA OBRA MAS ACLAMADA DE LOS ULTIMOS AÑOS

EL EXTENSIONISTA

FELIPE SANTANDER
CUATRO UNICOS DIAS




PATIO MAYOR INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS

MARZO 19, 20, 21 Y 22 de 1987

Jueves y viernes 20:30 horas
Sábado y domingo 18:00 y 20:30 horas

Admisión \$ 2.800.00 • Estudiantes \$ 1.500.00

 CABAÑAS

8. IMPRESOS.

Cada semana normalmente se imprimen 200 sobres para boletines y listas de actividades, empero, cuando se llevan a cabo inauguraciones de exposiciones, festivales, conferencias y otros eventos, se imprimen alrededor de 500 más invitaciones por semana.

9. ENTREVISTAS OBTENIDAS EN RADIO, PRENSA Y TELEVISION, PARA DARLE MAYOR DIFUSION A LAS ACTIVIDADES DEL INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS.

Se hacen entrevistas y promoción de los distintos eventos y artistas, en los medios locales. Durante 1986 se hicieron en programas como:

- 1) Radio Metrópoli, Programa "LA HORA DEL ANGELUS".
- 2) Radio Universidad, Programa "ESPACIO ABIERTO".
- 3) Radio X.E.J.B., Programa " A LAS 9 CON USTED".
- 4) Radio "PANORAMA HISPANO" (75 emisoras públicas en U.S.A.
- 5) TELEVISA, Canal 4; Programa "VARIEDADES DEL 4".
- 6) Radio X.E.W, Programa "PARA TI MUJER".
- 7) Radio Metrópoli, Programa "BUENAS TARDES".

10. ANUNCIOS O ARTICULOS EN PRENSA.

Se promueve al Instituto estando presente en los periódicos locales y nacionales, tanto en desplegados o en artículos referentes al mismo.

Trigo Limpio



**Domingo 29 de marzo,
19:00 horas.**

**Patio Mayor del Instituto
Cultural Cabañas.**



Admisión \$3,500.00.

Estudiantes \$2,500.00.

ciclo de música de cámara

**recital
de piano**

sulamita konglberg

capilla folca • Instituto Cultural Calabazas
 P.O. Box 1000 • Havana • 7000 • Cuba
 GUSTAVO S. GARCIA • JOSE L. RAMOS S. GARCIA

ARTICULOS INFORMATIVOS DE OPINION, TANTO EN LA
 PRENSA LOCAL COMO NACIONAL.

Enero	46	artículos
Febrero	72	"
Marzo	74	"
Abril	47	"
Mayo	103	"
Junio	50	"
Julio	51	"
Agosto	78	"
Septiembre	54	"
Octubre	62	"
Noviembre	53	"
T O T A L :		<u>680</u> artículos

CANTIDAD DE DESPLEGADOS PAGADOS EN LA PRENSA LOCAL.

Enero	41	
Febrero	62	
Marzo	66	
Abril	82	
Mayo	65	
Junio	59	
T O T A L :		<u>375</u>

Entremeses Cervantinos

TEATRO UNIVERSITARIO DE GUANAJUATO
 DOS UNOS DIAS EN GUADAJAJARA
 VIERNES 8 DE NOVIEMBRE
 21:00 HORAS SABADO 9, 19:00 y
 21:00 HORAS

PATIO MAYOR DEL INSTITUTO CULTURAL
 CABAÑAS
 ADMISION \$2,000.00
 ESTUDIANTES 50%

CABAÑAS
 DE GUANAJUATO

A CONTINUACION SE DESGLOSAN LOS DESPLEGADOS DE LOS ULTIMOS MESES, POR ACTIVIDAD A PROMOVER:

	INFORMADOR	OCCIDENTAL
<u>Julio:</u>		
Cine	20	46
Teatro	8	8
Cartelera	9	12
Conciertos	8	3
Música	8	6
<u>Agosto:</u>		
Cine	27	19
Teatro	11	11
Cartelera	12	9
Conciertos	3	3
Música	19	20
Danza	6	7
<u>Septiembre:</u>		
Cine	27	30
Teatro	8	5
Cartelera	9	6
Música	11	7
<u>Octubre:</u>		
Cine	23	24
Teatro	7	8
Cartelera	5	8
Música	8	9

<u>Noviembre:</u>	INFORMADOR	OCCIDENTAL
Cine	20	23
Teatro	6	9
Cartelera	3	8
Música	8	7

11. SERVICIO DE INFORMACION.

Dicho servicio se proporciona diariamente a los visitantes y público en general. Los lunes 8 horas, de martes a sábado 9 horas diarias y los domingos 5 horas.

Se informó diariamente sobre las actividades didácticas durante los periodos de inscripciones, aproximadamente a 380 personas, tanto directamente como por teléfono.

Así también como información sobre los siguientes aspectos:

- Personal que labora en esta Institución.
- Ubicación de nuestras instalaciones.
- Actividades que realiza el Instituto.
- Actividades realizadas por otras instituciones culturales y sobre
- Otros puntos de interés turístico de Guadalajara.

CONCLUSION.

En el periodo transcurrido del 1º de Diciembre de 1985 al 30 de Noviembre de 1986, se recibieron y ejecutaron 529 órdenes de trabajo, de las cuales en su mayoría se trató de trabajos gráficos y las demás se refirieron a trabajos de reproducciones en mimeógrafo, elaboración de trabajos originales para impresiones, reimpresiones, serigrafía y otros, para lo cual se tuvo que realizar toda una serie de actividades, como:

- Determinar los materiales a utilizar, así como el diseño de los mismos, sobre todo en los trabajos de mayor importancia.

- Requerir los materiales necesarios para la elaboración de los trabajos.
- Elaboración de tipografía para todos los originales.
- Revisión, corrección y redacción de los trabajos que lo requerían.

NUMERO Y NOMBRE DE LOS TRABAJOS REALIZADOS

1. Carteles	32,830
2. Programas de mano	66,245
3. Volantes	19,500
4. Tarjetas de presentación	1,150
5. Invitaciones	14,550
6. Carteleras	42
7. Formas administrativas	68,150
8. Folletos	18,100
9. Boletos	426,900
10. Credenciales	3,550
11. Diplomas	551
12. Desplegados	168
13. Letreros	1,682
14. Carteles para mampara e información.	90
15. Libro "Bibliografía de Don Miguel Hidalgo y Costilla"	500
16. Libro "Libertad y Esclavitud en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos"	500
17. Libro "Un Centro Cultural Novogalaico: La Biblioteca del Convento de San Francisco, de Guadálajara, en 1610".	500
18. Portada para el libro "Las Ordenanzas de Cortés"	500
19. Breviarios para el Instituto Cultural Cabañas (español)	750



20.- Libro "Compendio Bibliográfico de Arqueología y Etnografía del Occidente de México.....	500
21.- Impresiones en mimeógrafo	19,026

b) Programas o actividades a realizar durante 1987.


Para poder elaborar el presente proyecto, nos basaremos en el programa de actividades de 1987 que consta de:

1. Actividades que proyecta realizar durante el año 1987 el Departamento de Relaciones Públicas:
 - Modificaciones de los folletos informativos del Instituto.
 - Formación de una pequeña biblioteca sobre: Historia del Edificio, Arquitectura, Obispo Cruz, José Clemente Orozco y en general, bibliografía relacionada con el arte.
 - Recopilar información de las actividades en general de la ciudad, para dar información más amplia.
 - Programación de mesas redondas, pláticas y conferencias con el Personal de Vigilancia, Museografía y con los prestadores de Servicio Social, en lo referente a la historia del Edificio y al Arte que se expone en él, para mejor información turística.

- Solicitud de impresión de carteles con las obras de los murales de Orozco y postales que el público solicita bastante.
- Formas para registrar a los visitantes distinguidos o especiales.




**EL TIEMPO
EN MIS
ALFORJAS**



FRIDAKAHLLO

Danza • Teatro

Grupo
VIVENCIA DE LA DANZA POPULAR MEXICANA
 Coreografía y dirección • ANTONIO LIZAOLA



**Patio de Artes Populares
 Instituto Cultural Cabañas**

7, 8, 9, 14, 15, 16, 21, 22 y 23 de noviembre
 viernes, 20:30 horas • sábados, 18:00 y
 20:30 horas • domingos 17:00 y 19:00 horas
 Admisión \$1.000.00 • Estudiantes \$500.00

2. Departamento Editorial.

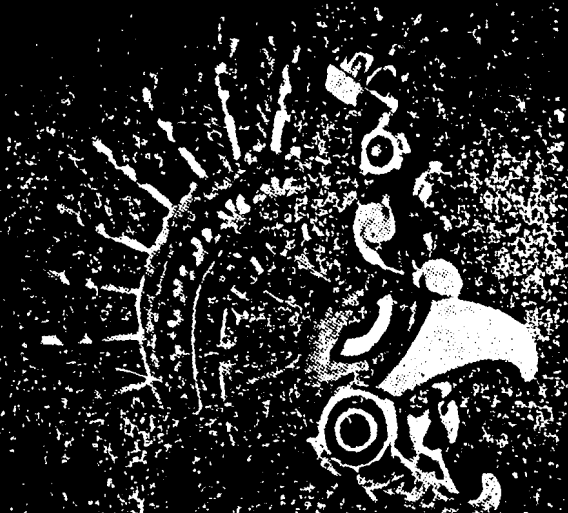
Dada la naturaleza de sus funciones, no es fácil elaborar programas de actividades a realizar en 1987, sin embargo, sí se puede programar la manera en que se pretende atender las órdenes de trabajo.

En base al trabajo realizado en el año de 1986, se considera que se realizarán para el año de 1987:

1) Carteles:	40,000
2) Programas de mano:	79,500
3) Volantes:	35,500
4) Tarjetas de presentación:	8,500
5) Invitaciones:	18,000
6) Carteleras:	70
7) Formas administrativas:	150,000
8) Folletos:	20,000
9) Boleto:	400,000
10) Credenciales:	5,000
11) Diplomas:	2,000
12) Desplegados:	300
13) Letreros:	2,000
14) Carteles para mampara e información:	150
15) Reconocimientos:	1,200
16) Impresiones en mimeógrafo:	30,000

Además se implementará la impresión y el diseño de libros.

Ballet Folklórico de México DE AMALIA HERNÁNDEZ



Patio Mayor del Instituto Cultural Cabanas.

Sábado 28 de marzo de 1987 / 20.30 horas.

Admisión \$3,500.00.

Estudiantes \$2,500.00.

Boletos en taquilla.



3. Conferencias y Exposiciones.

ENERO:

Ciclo de conferencias: Las Letras Españolas en el destierro.

FEBRERO - MARZO:

XXI Curso de Información sobre el Area Metropolitana de Guadalajara.

Paseo Cultural.

Exposición: Guadalajara a través de sus antiguédades.

ABRIL:

Ciclo de conferencias sobre Herbolaria.

Exposición de plantas medicinales.

Altar de Dolores.

Exposición de imágenes de La Dolorosa.

JUNIO:

Curso de bailadores de sones y jarabes.

JULIO:

Ciclo de conferencias: Los Tastuanes en el Area Metropolitana de Guadalajara.

AGOSTO:

Exposición de ex-votos.

SEPTIEMBRE:

Exposición de Orquídeas.

OCTUBRE - NOVIEMBRE:

XXII Curso de Información sobre el Area Metropolitana
de Guadalajara.

Paseo Cultural.

2 de Noviembre: Altar de Muertos.

DICIEMBRE:

Concurso de Pastorelas.

Concurso de Piñatas.

4. EXPOSICIONES PICTORICAS.

Se tienen programadas para este periodo:

10 de Diciembre de 1986: RETROSPECTIVA DE SERGIO
BUSTAMANTE.

10 de Diciembre de 1986: MUESTRA ARTISTICA DE
HILARIO ALVAREZ BRECE.

12 de Diciembre de 1986: GREMIO PRO-ARTE BARRANCA
DE OBLATOS.





- 16 de Diciembre de 1986: OBRA PICTORICA DE FRANCISCO SANCHEZ FLORES.
- 18 de Diciembre de 1986: FOTOGRAFIA DE ALBERTO GOMEZ BARBOSA.
- 6 de Enero de 1987: TEMPLES DE JORGE GUTIERREZ. (Aeropuerto).
- 15 de Enero de 1987: PINTURAS DE RAFAEL CASTELLANOS.
- 22 de Enero de 1987: ACUARELAS DE PAULINA BUCHER DE PAYAN (PAOLIN).
- 12 de Febrero de 1987: MUESTRA ARTÍSTICA DE ERNESTO MINAKATA.
- 19 de Febrero de 1987: FOTOGRAFIA DE MICHAEL E. BRY (AEROPUERTO).
- 26 de Febrero de 1987: FOTOGRAFIA DE LUIS BERGARA LLAGUNO.
- 6 de Marzo de 1987: ACUARELAS DE JORGE MONROY.
- 9 de Abril de 1987: RETROSPECTIVA DE JORGE ALZAGA.



- 7 de Mayo de 1987: ARTISTAS DE KIBUTZ.
- 12 de Junio de 1987: DIBUJO Y PINTURA DE ESPERANZA GAMA.
- 18 de Junio de 1987: EXPOSICION DE RELIEVES DE MARTHA TANGUMA.
- 16 de Julio de 1987: OBRA ARTISTICA DE RODOLFO LOZANO.
- 6 de Agosto de 1987: ACUARELAS DE ALEJANDRO LOZANO.
- 20 de Agosto de 1987: ACRILICOS DE JOSE SILVA.
- 25 de Agosto de 1987: MUESTRA ARTISTICA DE GABRIEL DAVALOS.
- 27 de Agosto de 1987: ACRILICOS DE ELSA MURILLO.
- 10 de Septiembre de 1987: AYER Y HOY, ARTE DE JALISCO.



5. Con la finalidad de promover y desarrollar una real y efectiva promoción cultural, se tiene proyectado lo siguiente:

- Programación de un mínimo de diez ciclos cinematográficos.
- Exhibición de 100 películas, como mínimo.
- Promoción y realización de aproximadamente 40 conciertos musicales, con artistas locales, nacionales e internacionales.
- Incremento en la labor publicitaria para las actividades del Instituto.
- Incremento en los niveles de colaboración en la realización de actividades (danza, teatro, exposiciones).
- Aumentar el intercambio con otras instituciones culturales del país y del extranjero.

6. PROGRAMA GENERAL EN 1987, con actividades de Martes a Domingo, de 19:30 a 20:30 horas.

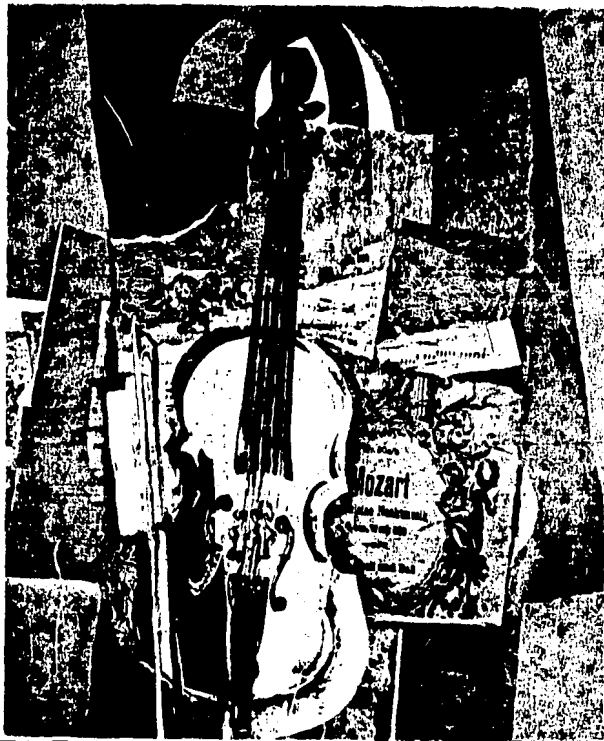
- a) Artísticas: Música, danza, actuación y artes plásticas.
- b) Culturales: Dinámicas de comunicación.

MUSICA: Cantante baladista o folklórico (6 por mes).
Grupo Coral, vocal o musical (6 por mes).
Teatro Musical (1 por mes).

DANZA: Folklórica y regional, moderna o contemporánea (6 por mes).

ACTUACION: Pantomima, teatro, magia, declamación, (4 por mes).

COMUNICACION: Subasta, audiovisual y conferencia (3 por mes).



PROGRAMACION MENSUAL:

- a) Impresión de volantes con actividades del mes e información cultural.
- b) Programas de mano y carteles para eventos relevantes.
- c) Actividades especiales:

ENERO.

Martes 6: Tradición del Día de Reyes.

Sábado 31: Entrega de reconocimientos a los artistas participantes en las actividades de 1986. Informe Anual. Capilla Tolsá del Instituto Cultural Cabañas.

FEBRERO.

Sábado 14: Aniversario Fundación de Guadalajara y Día de la Amistad.

ABRIL.

Viernes 10: Incendio de Dolores (tradición religiosa).

14 al 18: Semana Santa (Actividades artísticas tradicionales alusivas).





MAYO.

10: Día de la Madre.

AGOSTO.

Fundación de Tencintitlán y Día del Anciano.

SEPTIEMBRE.

15 al 10: Semana del Festival de la Independencia.

OCTUBRE.

V Festival de Declamación en el Agora.

Sábados y Domingos 3 y 4, 10 y 11, 17 y 18 y 24 y 25

Feria Dominical de Arte en el Callejón del Carmen.

Inauguración: Sábado 3.

NOVIEMBRE.

31 al 1^{ra}: Día de Muertos.

21: Aniversario de la Revolución Mexicana.

22: Aniversario Fundación del Instituto Cultural Cabañas.

DICIEMBRE.

16 al 24: Tradición de las Posadas (pastorelas, teatro infantil y grupos corales).

25: Navidad.

VIII) Proposición de una nueva Campaña

a) Planteamiento general

Una de las actividades más importantes de la comunicación ha sido la promoción de La Cultura, la difusión de las ciencias y las artes. Han sido las instituciones y los interesados en la cultura, los que promoviendo a los artistas han dado a las artes su verdadero lugar en la cultura Universal, separándola de las meras artesanías.

Consciente del importante papel del Instituto Cultural Cabañas en la Ciudad de Guadalajara, se ha emprendido la labor de darlo a conocer en todos los ámbitos con una campaña promocional de los exponentes contemporáneos más importantes de nuestro país y el mundo entero.

Considerando como punto de partida de difusión de nuestra campaña promocional la elaboración de 4 carteles, abarcando 4 aspectos básicos en la Institución, que son:

CARTELES.

- Cartel de promoción de los cursos que se imparten en este plantel.
- Cartel que promueve eventos ordinarios en el Instituto.
- Cartel para un evento extraordinario o especial.
- Cartel de identificación promocional que respalda a los anteriores al utilizar la misma imagen que se repite en toda la campaña y que sintetiza el espíritu del Instituto Cultural Cabañas.

Para la realización de estos carteles se tomaron en cuenta varios aspectos:

- 1ª. Se utilizó una medida estandar de 4 cartas: 43 x 56 cms. por ser un tamaño práctico, económico y más que nada, accesible a su distribución y colocación. El papel en el que se realizaron era couché de dos caras 125 g/m² con una medida de 57 x 87 cm.
- 2ª. Formas.- Fueron utilizadas formas sencillas, claras y estilizadas, sin mucho detalle y con tamaños proporcionados de acuerdo al carácter a que fueron destinados.
- 3ª. Color.- Se escogieron colores contrastantes al fondo, por lo general obscuro (negro) y que armonizaban entre sí; éstos fueron vivos, alegres, suaves y en un solo tono: amarillo, azul, anaranjado, lila, rosa, verde, rojo, blanco, negro y dorado.
- 4ª. Estilo.- Se utilizó un estilo sencillo, agradable, llamativo, práctico, sin medios tonos sólo plastas, fácil de realizarse en Serigrafía o en Offset utilizando la separación de color de acuerdo a la altura de la Institución, logrando bajos costos de producción.



CARTEL DE PROMOCION DE LOS CURSOS QUE SE IMPARTEN EN ESTE PLANTEL.

Este es un aspecto muy importante dentro del Instituto, ya que cubre el área educacional y escolar donde se busca darle una correcta imagen a la difusión de sus carreras, basándose en todos los aspectos que abarca esta sección.

CARTEL QUE PROMUEVE EVENTOS ORDINARIOS EN EL INSTITUTO.

Se eligió realizar un cartel que promueve una actividad de esta Institución, por ser un evento que ya es parte integral de los organismos que el mismo Instituto mantiene funcionando para promover la cultura, cubriendo así otra área y el cual se puede presentar en diversos lugares y fechas, utilizando la imagen de este cartel como su identificación.

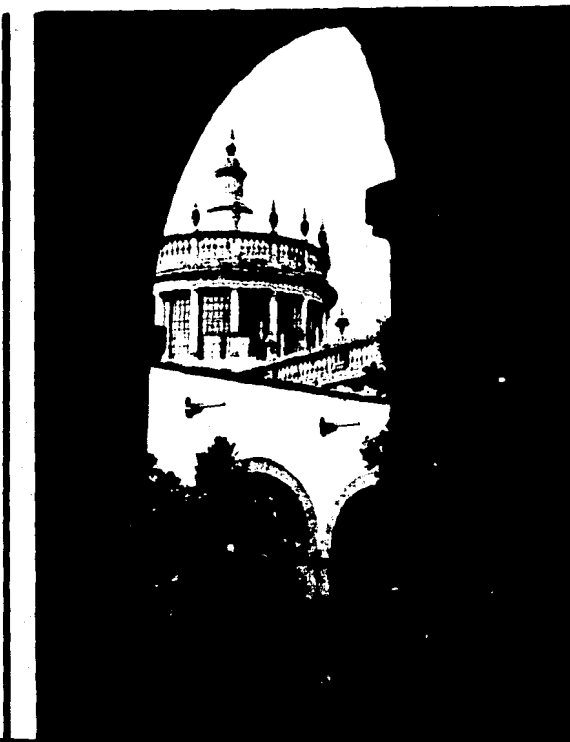
CARTEL PARA UN EVENTO EXTRAORDINARIO O ESPECIAL.

Se maneja un evento común, un concierto de Jazz para representar la tercer área, que es la de eventos ocasionales, que se llevan a cabo cada determinado tiempo y son actividades que vienen fuera de la misma institución como pianistas, orquestas, teatro, etc.

CARTEL DE PROMOCION DEL INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS EN GENERAL.

Los carteles anteriores cubren funciones decorativas el primero, y más prácticas los dos





siguientes, y este último satisface ambos aspectos y crea una imagen de campaña unificada y si al utilizar lo más característico del Instituto como elemento visual.

FOLLETOS.

También se consideró importante el rediseño de los folletos que concentran información documental, sobre el Instituto mismo, historia y distribución, así como sus actividades escolares.

Se realizaron a una sola tinta, sencillos, de acuerdo al carácter de la empresa y la campaña. Con la información necesaria y la introducción de fotografías dándole mayor atractivo y mejor visualización, también se eligió la utilización de gráficos de acuerdo al cartel dándole mayor presentación.

Se eligió una tipografía institucional que es la AVANT GARDE, en la realización de todas sus impresos.

Se manejan dos folletos que son:

- Folleto que habla de todo el Instituto Cultural Cabañas, que concentra información sobre el Instituto mismo, su historia y distribución, dándosele al visitante.

- El otro folleto, contiene toda la información necesaria para conocer sus cursos, horarios y requisitos, dándole un carácter uniforme al del cartel y toda la información relacionada con sus carreras que se imparten y que se les dá a los posibles estudiantes de tales especialidades.

BOLETOS.

Se consideró de extrema importancia la realización de boletos dignos de representar a esta Institución, por ser los del primer contacto directo con los visitantes. Se pensó adecuada la realización de dos de ellos:

BOLETO DE ENTRADA.- Sencillo, agradable y con el manejo variado de la imagen de la institución y en donde se maneja el costo de entrada, destacándolo pero sin perder elegancia.

BOLETO DE CINE.- El mismo boleto que se utiliza para la entrada es utilizado, sólo que se le es aplicado el logotipo que se tiene ya definido para el cine del Instituto Cultural Cabañas.

De esta manera, quedan unificados por su carácter definido de boletos con su respectiva finalidad. Los dos boletos se imprimen a una sola tinta y es azul 293C en papel revolución.

POSTALES.

Ante la carencia de objetos o recuerdos que el visitante lleve del Instituto Cultural Cabañas y, tomando en cuenta la importancia de crear una difusión permanente que sea fácil de llegar a otros lugares, se reconoció la necesidad de crear y diseñar postales de esta Institución y de los Murales de Orozco, reconocidos como su obra máxima. Por su carácter individual, se realizaron dos estilos de postales:

POSTAL DE CABAÑAS.- Es importante realzar el valor arquitectónico y buen gusto de los realizadores de este edificio.

POSTAL DE OROZCO.- Asimismo, son importantísimas las Obras realizadas por Orozco en la Capilla Mayor de este edificio y la necesidad de que el visitante se lleve un recuerdo de ellas.

PORTAPOSTALES.

Se quiso realizar como una forma de souvenirs, una pequeña carpeta para guardar en ella las postales de Orozco, como una pequeña galería portátil y donde se incluye una biografía de este gran artista Jalisciense, así como dejar libre al visitante para que ahí guarde la cantidad de postales que él guste o se le proporciona toda una colección.

b) Carteles

CARTEL SOBRE LOS CURSOS QUE SE IMPARTEN

Se escogieron para la elaboración de este cartel la misma información que se desea transmitir, o sea, el nombre de las carreras aparece en todo el cartel para lo cual se escogió un estilo de tipografía elegante, sencilla y clara, que es la Celtic.

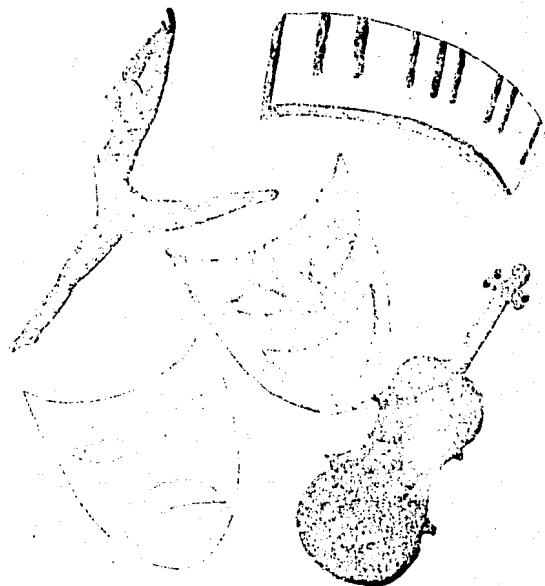
Esta misma tipografía se separó por medio de unos gráficos, los cuales nos representan a cada una de las áreas en que se divide dicha carrera.

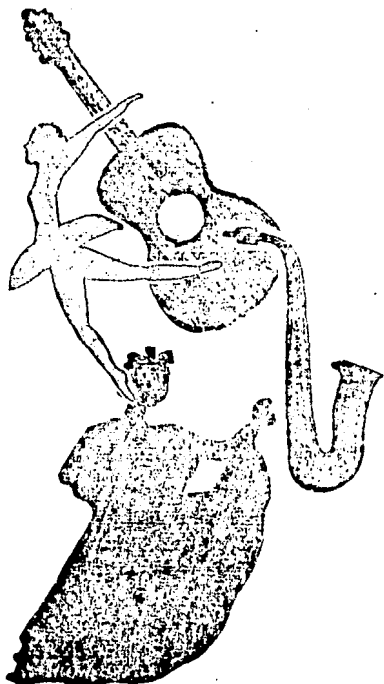
Se trató de unificar éstos gráficos realizándolos de una manera sencilla, clara y fácil de identificar, cumpliendo así su objetivo.

Se utilizaron unas líneas delgadas, subrayando cada carrera dándole mayor realce a ésta y un diseño más agradable.

En cuanto al color, se tomó como fondo el color negro por ser elegante, majestuoso y sobre el cual resaltan muy claramente los gráficos en los colores: amarillo, azul, anaranjado, verde, rosa y lila. Todos éstos en tonos claros, armonizan suavemente con el color blanco de las letras, las cuales resaltan muy claras sobre su fondo obscuro; la distribución de todos estos colores sobre el campo, combinándolos con las

líneas en color dorado, le dan un toque de elegancia y brillantéz a ésta combinación, alegre, dulce y sencilla de este cartel, llamando así la atención y dando la perfecta representación de la difusión del arte en dicha Institución.





D L A S T I C A

B A L L E T

M U S I C A

T E A T R O



EL INSTITUTO CULTURAL
CABANAS

trabaja y promueve en el
desarrollo cultural, educación y
entregando programas de las culturas.

Activo profesional

Trabaja en el desarrollo cultural y educativo

Organiz

Trabaja en el desarrollo cultural y educativo

Trabaja en el desarrollo cultural y educativo

Trabaja en el desarrollo cultural y educativo

Trabaja en el desarrollo cultural y educativo

Trabaja en el desarrollo cultural y educativo

Trabaja en el desarrollo cultural y educativo

Trabaja en el desarrollo cultural y educativo

Trabaja en el desarrollo cultural y educativo

Trabaja en el desarrollo cultural y educativo

INFORMES

Trabaja en el desarrollo cultural y educativo

Trabaja en el desarrollo cultural y educativo

Trabaja en el desarrollo cultural y educativo

Trabaja en el desarrollo cultural y educativo

Trabaja en el desarrollo cultural y educativo

BALLET FOLKLORICO

Este cartel se realizó pensando en darle un toque diferente. Se utilizaron figuras sencillas, las cuales representan bailarinas girando vistas desde arriba, con las manos en la cintura; todas ellas parecen formar un grupo de hermosas flores, ya que al primer impacto visual sólo se capta ver el círculo formado por sus vestidos dando la apariencia floral, pero al causar este impacto llama la atención el poder distinguir y percibir a estas bailarinas.

Las figuras están realizadas con pocos elementos. Tenemos la cabeza formada por dos semicírculos en plasta dando la apariencia de la cabeza con un chongo atrás. De ahí mismo parten dos círculos más delineados dando la sensación de las dos mangas del vestido completo con un mismo color; estas mangas tienen dos líneas curvas salientes de la cabeza, dándole volumen y sensación de dobleces. De estas dos mangas sale otra línea uniendo estas dos, aparentando ser el dorso y pecho de las bailarinas; de las mangas y hacia la cintura salen los brazos muy estilizados en plasta blanca para distinguirlos del vestido. Así mismo, de la cintura hacia afuera del vestido aparecen una líneas curvas semicirculadas creando volumen al vestido y la apariencia de que giran sobre ellas mismas.

Por su diseño del vestido de ballet folklórico, tiene unas líneas en diferentes colores en la parte de abajo de la falda; éstas franjas llevan las mismas ondulaciones de todo el vestido en sí.

Todas estas bailarinas están agrupadas girando entre sí y en la parte posterior del cartel sólo aparece una franja blanca con dos líneas, una en la parte de arriba y otra en la de abajo, como enmarcando la información dada aquí.

Esta información es muy poca, pero concisa. No se necesita de más, aparece aquí en letras grandes BALLET FOLKLORICO y con el mismo tipo de letra pero un tamaño más pequeño, el nombre completo que es el del INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS. El tipo de letra escogido fué Celtic.

Es un tipo de letra sencilla y elegante a la vez, delgada, pero sus tamaños fueron escogidos de acuerdo a las proporciones visuales y de espacio.

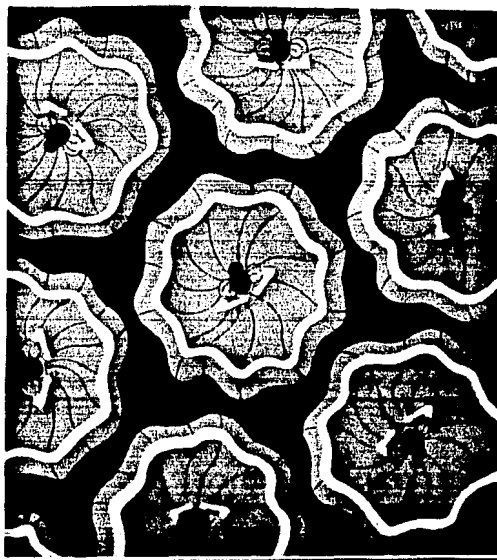
A continuación, aparecen las fechas y horarios de algunas supuestas presentaciones con el tipo de letra ya utilizado en todas las campañas y es "Avant Garde".

Así mismo, aparece el logotipo en grande, del Instituto Cultural Cabañas como identificación y carácter vital de este mismo.

El color es uno de los factores más importantes dentro del diseño y el escogerlos adecuadamente causará al espectador el efecto que deseamos.

Como fondo se escogió el negro, en el cual sobresalen perfectamente las figuras colocadas en un fushia que es alegre, dinámico y muy de acuerdo al color de los vestidos folklóricos; las franjas que se encuentran en la parte de abajo son de colores vivos y combinables entre sí, éstos son: el amarillo, que resalta muchísimo sobre el rosa, también verde y azul.

Todos estos elementos se han combinado perfectamente dando armonía, colorido, dinamismo y una comunicación directa al espectador.



BALLET FOLKLORICO
DEL INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS



TERCER FESTIVAL DE JAZZ.

Este tipo de conciertos se presenta eventualmente, cada determinado tiempo algunos y ocasionalmente otros.

Pero se escogió éste por ser parte característica del ambiente musical. Para este cartel se busca integrar elementos de carácter propio en la música y se escogió el saxofón por su identificación plena con el Jazz.

Este saxofón fué graficado y estilizado dándole forma agradable y fácil de identificar. Se trata de darle una sensación de movimiento, de música viva, por medio del pentagrama que no se colocó rígido sino con suaves ondulaciones de una música armoniosa; así mismo el saxofón sale de este pentagrama como si flotara con su propia música y se eleva sosteniéndose en ella misma. La tipografía misma utilizada en la palabra Jazz, fué diseñada con notas musicales para darle el mismo carácter utilizado en este cartel a la palabra Jazz, con su diseño y movimiento se encuentra sostenida de igual manera por la música.

Para lograr darle mayor impacto y realzar el mensaje de éste mismo, se colocó una franja a todo el perfil del saxofón y toda la parte posterior de la palabra Jazz causando que éstos sean los primeros en percibirse y asimilarse.

Esto se realizó en un fondo oscuro, el cual fué enmarcado por una franja gruesa a los lados y en la parte superior, dándole una mejor presentación. Aquí mismo se colocó el número del concierto, en grande y con otro color y a un lado de éste, con letras más pequeñas proporcionadas al sitio definido, se escogió la tipografía Eurostile Extended, que concuerda perfectamente con los demás elementos que integran este cartel.

Se diseñó el tamaño del pentagrama para que abarcara todo el ancho del cartel, incluso el marco, causando así el efecto ya mencionado anteriormente.

En la parte inferior del cartel se coloca la información necesaria en tipografía blanca y fondo oscuro, con el tipo de letra "Avant Garde" para poder percibirse claramente y en este mismo lugar y de la misma manera, se colocó el logotipo con un tamaño adecuado para su identificación; sus colores son planos y las tintas son necesarias pero no pierde su alegría, seriedad y su perfecta combinación. Estos colores son: el fondo negro, el marco blanco y el amarillo, rojo y dorado.

El amarillo del saxofón lo identifica con el color del metal y sus detalles fueron colocados en color dorado, dándole un toque elegante y este mismo dorado es utilizado en las líneas de resalte en el saxofón y la palabra jazz, contrastando perfectamente con el fondo.

La palabra Jazz se escogió blanca, contrastando con el fondo y combinando con el marco. La información también realizada en blanco, se percibe fácilmente. Asimismo, la tipografía de la parte superior fué realizada en negro, para poder resaltar.

El rojo fué utilizado para las líneas del pentagrama dándole cierta alegría y llamando la atención, así como el número 3.

Toda esta combinación de tintas, figuras y letras, nos brindan un hermoso mensaje, una agradable visión y un diseño adecuado.



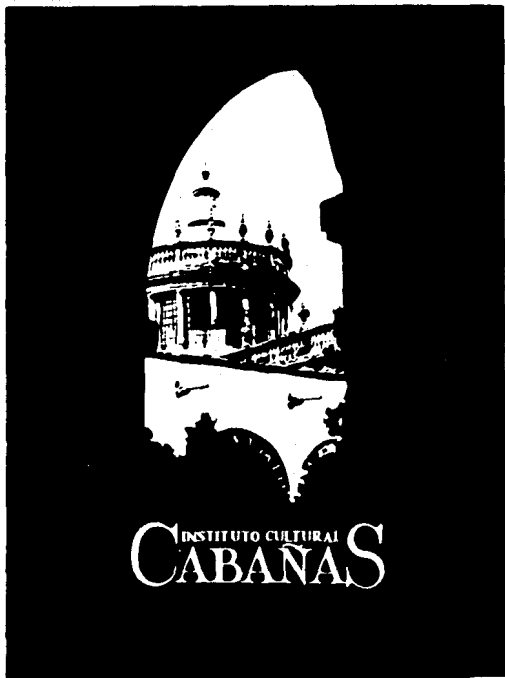
CARTEL DE IDENTIFICACION.

Este cartel fue realizado para identificar y reafirmar en el público espectador, la imagen del Instituto Cultural Cabañas como lugar de desarrollo de la cultura y las artes, al utilizar lo más característico del mismo.

Sobre un fondo negro aparece en la parte superior derecha, en blanco, la imagen en alto contraste de la Capilla Mayor del Instituto Cultural Cabañas, enmarcada por un portal que es parte integral del fondo.

De esta manera, logramos hacer resaltar mediante el uso de un claro oscuro la Cúpula, elemento característico por sus cualidades arquitectónicas y que es lo que lo identifica como una bella obra del Neoclásico.

En la parte inferior derecha se coloca el logotipo del Instituto Cultural Cabañas como elemento de balance con la imagen, manejando así solo ésta y el logotipo, se logra un cartel muy sobrio y elegante con todas las cualidades del uso del blanco y negro, obteniendo como ventaja una facilidad de satisfacción, mayor dramatismo, mejor manejo de contrastes y por lo tanto, dá una imagen de impacto visual y de acuerdo a la estética e identificación del edificio y la institución.



c) Folletos

FOLLETO DEL INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS

El Instituto Cultural Cabañas es una institución que crea, rescata, fomenta y nobilita la cultura, por lo tanto, es necesario darle mayor presentación a su folleto documental. Este tiene en breve, su historia, su distribución, las Obras de Clemente Orozco y las otras actividades que lleva a cabo.

Se le introdujeron fotografías, dándole mejor presentación y mayor visualidad.

Como portada se escogió una fotografía en alto contraste, sacada desde un ángulo de vista en el cual se tomó como marco para la Cúpula, las dos columnas de un Arco, que le dá un toque de belleza arquitectónica y humana. En la parte inferior de la portada, encontramos como entrelazadas 2 páginas con 2 líneas, una arriba y otra abajo de cada página, dándoles un toque de buen gusto.

Con estas dos páginas sobrepuestas nos dá la sensación de que entre páginas y páginas se escogieron éstas que nos hablan del Cabañas, sobresaliendo el nombre en grande y con la misma tipografía del logotipo para no perder su imagen ya establecida.

En la parte posterior del folleto aparece obscura también, sobresaliendo éstas dos páginas donde se colocó ya la identificación del Instituto y la ciudad.

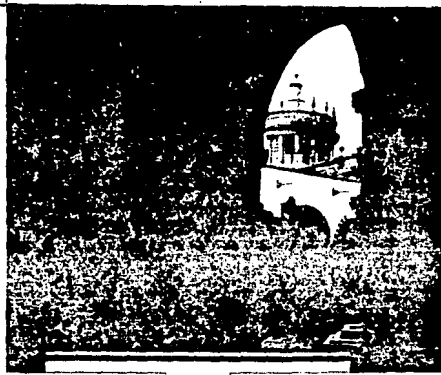
Todo este mismo sentido se ha utilizado en la elaboración del folleto, porque al abrirse aparece como enmarcando toda la información con sus líneas que le dan un toque elegante.

Asimismo, se colocó la información basándose en una retícula de dos columnas por cara, seccionadas en 8 cuadros, 4 por columna. Esta retícula se aplicó en todo el folleto, tomando en cuenta todas las opciones que nos brinda el uso de una retícula.

Se colocaron fotografías relacionadas con el tema para hacerlo más agradable e interesante, completando la información y dándole mayor visualización al folleto y su interior.

Todo se realizó en una sola tinta azul número de pantone 293 C para lograr su economía.

El folleto mide, desdoblado, 46.7 cm. de ancho y de altura mide 23.3; al doblarlo en 4 partes queda de un tamaño de 11.7 cm., sumamente manual y práctico. Se imprimiría en papel couché de dos caras de 135 gr/m², 90 kg/millar y con un tamaño de 70 x 95 cm.




 Instituto Cultural
 de Cabanas

CONSEJO CULTURAL
CABANAS

INSTITUTO CULTURAL CABANAS

DOCE MEMORIAS

Este libro es el resultado de un trabajo de investigación y de un esfuerzo por recuperar la memoria de doce personas que han sido importantes en la historia de Cabanas. A través de sus vidas se nos muestra el espíritu de la ciudad, su cultura y su historia. El libro está dividido en doce capítulos, cada uno dedicado a una de las personas mencionadas. Cada capítulo comienza con una breve biografía y continúa con una serie de fotografías y documentos que ilustran su vida y su obra. Este libro es una valiosa herramienta para conocer la historia de Cabanas y para inspirarse en el legado de estas personas.



El Palacio de la Justicia

Este es el Palacio de la Justicia, un edificio de gran importancia en la historia de Cabanas. Fue construido en el siglo XIX y es un ejemplo de la arquitectura neoclásica de la época.

EL PALACIO DE LA JUSTICIA

Este es el Palacio de la Justicia, un edificio de gran importancia en la historia de Cabanas. Fue construido en el siglo XIX y es un ejemplo de la arquitectura neoclásica de la época.

EL PALACIO DE LA JUSTICIA

Este es el Palacio de la Justicia, un edificio de gran importancia en la historia de Cabanas. Fue construido en el siglo XIX y es un ejemplo de la arquitectura neoclásica de la época.

Este es el Palacio de la Justicia, un edificio de gran importancia en la historia de Cabanas. Fue construido en el siglo XIX y es un ejemplo de la arquitectura neoclásica de la época.

FOLLETO SOBRE LOS CURSOS QUE SE IMPARTEN EN EL INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS.

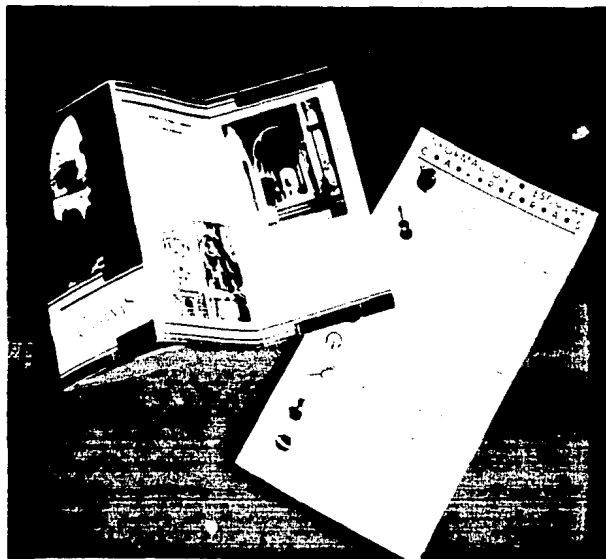
Este folleto es un complemento a la información dada por carteles y otro tipo de promoción a los cursos, ya que este folleto contiene toda la información necesaria de todas sus carreras y cursos libres que se imparten en el Instituto, así como horarios de clases y días a la semana.

El diseño de este folleto fué realizado en base al diseño del cartel que se elaboró con el mismo fin. En su portada llevará los nombres de las carreras, separando letra a letra con un gráfico, señalándonos las diversas áreas que tiene cada carrera, siendo igual que el cartel.

El tamaño del folleto es 33.9 cm. de altura x 17.7 cm. de ancho y doblado en tres partes, queda una medida de 12.5 cm. en su portada y contraportada.

En la parte interna, donde se encuentra ya la información, se colocó basándose también en una retícula la cual nos ayuda en la distribución correcta y organizada del texto. Solo que en este folleto si se eliminaron las fotografías cambiándolas por los gráficos que se colocaron en la portada. Nos servirán para unificar nuestra campaña, dándole cierta armonía.

Este folleto se imprimirá en papel Bond de 36 Kgs. a una sola tinta, en este caso, azul pantone 293C.





T • F • V • L • A • R • S • M • J • N • D • E • C • E • N • O • V • I • A • O • T • P • A • G • O • S • E • P • T • E • M • B • R • E • A • G • O • J • U • N • I • O • N • M • A • Y • A • B • R • I • L • M • A • R • C • H • A • F • E • B • R • A • R • I • O • J • A • N • E • R • O



• CARRERA DE LICENCIATURA EN EDUCACIÓN ARTÍSTICA
 • CARRERA DE LICENCIATURA EN EDUCACIÓN MUSICAL
 • CARRERA DE LICENCIATURA EN EDUCACIÓN EN DANZA

FINANCIAMIENTO

Calle 100 No. 100, Ciudad de Panamá, Panamá
 Teléfono: (507) 231-1111

REGISTRO PARA CUALQUIERA DE LAS ARTES

INFORMACION • ESCOLAR C • A • R • R • E • O • A • S

ESCUELA DE ARTES PLÁSTICAS Y POPULARES	Horario	Costo	Requisitos
Pintura Escultura Grabado Fotografía Artes Populares	8:00 AM - 12:00 PM 2:00 PM - 5:00 PM 7:00 PM - 9:00 PM	\$100.00 \$100.00 \$100.00 \$100.00 \$100.00	No requiere No requiere No requiere No requiere No requiere
ESCUELA DE MÚSICA Piano Violín Viola Contrabajo Trompa Trombon Saxofón Clarinete Flauta Percusión	8:00 AM - 12:00 PM 2:00 PM - 5:00 PM 7:00 PM - 9:00 PM	\$100.00 \$100.00 \$100.00 \$100.00 \$100.00 \$100.00 \$100.00 \$100.00 \$100.00 \$100.00	No requiere No requiere No requiere No requiere No requiere No requiere No requiere No requiere No requiere No requiere
ESCUELA DE TEATRO Actuación Dirección Diseño de Escenografía	8:00 AM - 12:00 PM 2:00 PM - 5:00 PM 7:00 PM - 9:00 PM	\$100.00 \$100.00 \$100.00	No requiere No requiere No requiere
ESCUELA DE DANZA FOLKLÓRICA Folklórica Contemporánea	8:00 AM - 12:00 PM 2:00 PM - 5:00 PM 7:00 PM - 9:00 PM	\$100.00 \$100.00 \$100.00	No requiere No requiere No requiere
ESCUELA DE DANZAS CLÁSICA Y CONTEMPORÁNEA Clásica Contemporánea Contemporánea Contemporánea	8:00 AM - 12:00 PM 2:00 PM - 5:00 PM 7:00 PM - 9:00 PM 7:00 PM - 9:00 PM	\$100.00 \$100.00 \$100.00 \$100.00	No requiere No requiere No requiere No requiere
TALLER DE HUMANIDADES Historia Filosofía Sociología Psicología	8:00 AM - 12:00 PM 2:00 PM - 5:00 PM 7:00 PM - 9:00 PM	\$100.00 \$100.00 \$100.00 \$100.00	No requiere No requiere No requiere No requiere
TALLERES ABIERTOS DE ARTES PLÁSTICAS Pintura Escultura Grabado Fotografía Artes Populares	8:00 AM - 12:00 PM 2:00 PM - 5:00 PM 7:00 PM - 9:00 PM	\$100.00 \$100.00 \$100.00 \$100.00 \$100.00	No requiere No requiere No requiere No requiere No requiere

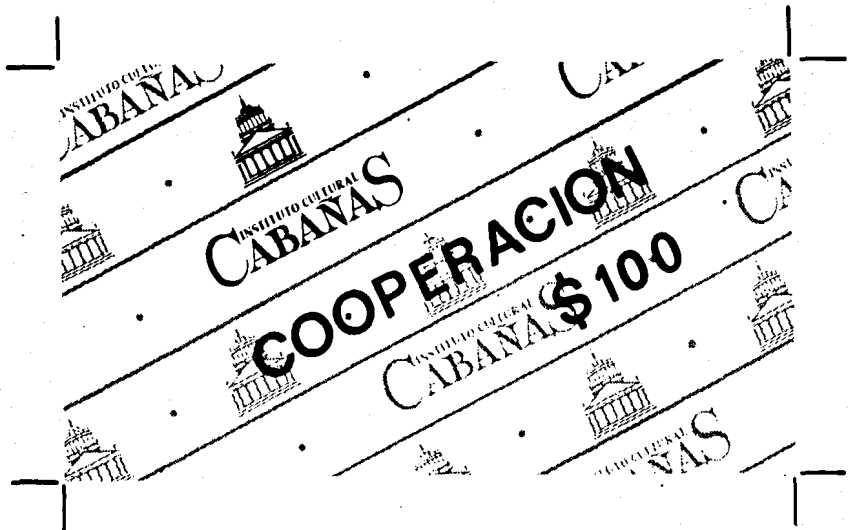
d) Boletos

Se eligió como parte de la Campaña Promocional, la reediseñación de los boletos para ingresar a las salas museográficas, con la exhibición de los Murales permanentes de Orozco y otras exhibiciones temporales.

Así mismo, se reediseñó el boleto de entrada para la función de cine que se lleva a cabo diariamente en tres funciones: 4, 6 y 8 P.M.

Se tomaron como base las mismas medidas del boleto actual, de 7.6 x 14.3 cm., integrando dentro del diseño una composición formada por líneas inclinadas de logos separadas sólo por un punto y esta hilera de logos se encuentra también separada por una línea delgada formando así otra línea de la imagen de la institución o sea, el Hospicio, también separado por puntos.

Estos puntos, estas líneas y este conjunto de elementos, forman una composición simétrica y rítmica dando elegancia al boleto y una perfecta armonía visual quedando todo esto tramado en un tono gris. Así logramos resaltar el logotipo e imagen del Instituto como su función que es el precio, causando un impacto visual, ya que dentro de la serie repetitiva en gris va a aparecer esto en negro sobresaliendo de los demás llamando muchísimo la atención de una manera discreta.



Se unificó el diseño de los boletos dando así al boleto de Cine, la misma imagen y el mismo objetivo, sólo que se utilizó la estilización que se tiene de la cámara de cine, colocándola en el mismo diseño del boleto con la misma inclinación, con un tamaño más grande que el utilizado para la serie, dándole así la identificación y su característica de su función.

Estos dos boletos serian impresos en papel revolución, igual que los actuales, pero con una imagen más actualizada y atractiva y unificada con el resto de la campaña.



e) Postales

La realización de las postales fué una necesidad palpitante, el diseño de éstas se basó en la identificación directa con la fotografía; esto quiere decir que se dividieron en dos tipos:

1. CABAÑAS.- En estas nos presentarán lo más significativo y hermoso del Hospicio con la misma tipografía que la de su imagen, separándola para abarcar todo el campo. Se enmarcó con dos líneas a lo largo, dándole un toque fino y de buen gusto, así mismo, en la parte superior se colocó la identificación del Instituto, que es su nombre INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS, separando entre letra y letra un punto que suele ser agradable a la vista. Los colores serán los mismos ya manejados en la campaña, negro y azul.

Todo ésto se encuentra al extremo izquierdo de la postal abarcando todo lo largo de ella, quedando muy clara la percepción del nombre en cualquier posición. La parte posterior será a una tinta, negra y trabajada muy elegantemente.

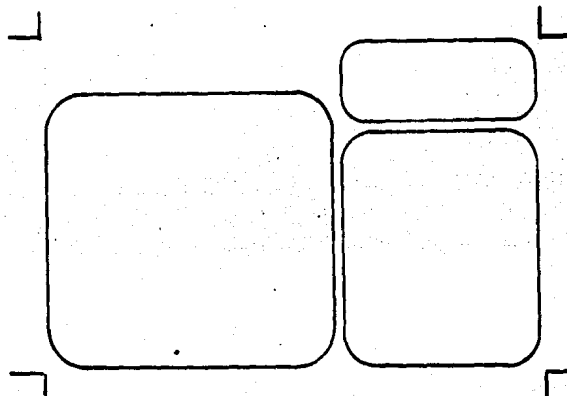
instituto . cultural . cabañas
CABAÑAS

instituto cultural cabañas
OROZCO

2. OROZCO.- Asimismo, se utilizó el mismo diseño, sólo que en ésta se cambió el tipo de letra a la Eurostile Extended en la palabra Oroaco. Esta tarjeta postal es sólo para identificar sus pinturas, realizadas en el Hospicio Cabañas.

Aquí utilizamos el color rojo para la tipografía, porque es un color que se identifica correctamente con sus obras. El fondo blanco y las líneas negras, concuerdan perfectamente entre sí y las pinturas.

Las postales serán impresas con selección de color a 4 tintas en papel Cromakote.





f) Porta postales

El diseño de esta pequeña carpeta fué sencillo, elegante y práctico.

La carpeta se realizó en color blanco y tiene cierta relación con las postales, ya que en su portada se colocó la misma imagen o tipografía diseñada en las postales, para colocarse en la parte inferior de la portada con los mismos colores y en la parte central la caricatura de su autorretrato de Orozco en negro, sobresaliendo por el contraste con el fondo.

En la parte superior colocamos con letras pequeñas y en negro, INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS a lo largo de todo lo ancho y separadas las palabras por un punto y dando la identificación del Instituto.

En la parte inferior, donde aparece Orozco, se le va a encimar en tono gris la firma de éste, dándole un toque más personal.

La carpeta también será impresa en kromacote.



CONCLUSION

Tomando en cuenta todo lo investigado con relación a la Institución, sus departamentos, su Administración, sus eventos y en especial los Departamentos de Relaciones Públicas y el Departamento Editorial, se ha considerado necesario el reediseño de los elementos de su campaña promocional y tomando en cuenta lo que se realizó podemos concluir lo siguiente:

El Diseño Gráfico es muy importante en el área cultural para poder promocionarla como debe de ser y puede ayudar a hacer más fácil y atractiva este tipo de actividades humanas.

El Diseño Gráfico también es muy accesible a lo cultural ayudando a un manejo fácil de elementos, fotografías, imágenes, características muy propias de la cultura y sus áreas, logrando así crear diseños llenos de gran impacto visual, colorido, sencillez, armonía y elegancia.

Con todas estas ventajas utilizadas en nuestra campaña se realizó un trabajo digno de esta institución dándole un carácter de empresa seria, confiable, de tipo cultural y sobre todo tratando de unificar la imagen dada al público por medio de nuestra campaña.

Para lograr esto, en toda la campaña se utilizó el símbolo ya establecido, sin hacerle ningún cambio, sólo ciertos manejos y aplicándolo en toda nuestra campaña logra así confirmar la hipótesis planteada inicialmente, de que el Diseño Gráfico es un útil auxiliar para lograr mejorar la imagen y la difusión de una institución cultural de esta índole, haciéndola más accesible al público.

BIBLIOGRAFIA

- * ARTES DE MEXICO. El Ballet Folklórico de México
Editorial Artes de México
Núm. 88 - 89.
México 1976, 132 pp.
- * ARANGURAN TRELLEZ M. SOFIA. Diseño Gráfico.
VI Semestre.
- * APUNTES DE GENESA. VI Semestre.
- * APUNTES DE HISTORIA DEL ARTE. IV Semestre.
- * BIBLIOTECA TEMATICA DE LA ARTE. Historia del Arte
Editorial Hispano-Americana
México 1, D.F.
203 pp.
- Historia de la Música.
Editorial Hispano-Americana
México 1, D. F.
191 pp.
- Historia del Teatro
Editorial Hispano-Americana
México 1, D. F.
180 pp.
- * COLECCION CABAÑAS. Breviario del Instituto Cultural Cabañas.
Editorial: Departamento Editorial del Instituto Cultural Cabañas.
Guadalajara, Jal., México
1a. Edición, 1986.
- * DEL CONDE TERESA. A.C. Orozco
Antología Crítica
Universidad Nacional Autónoma de México.
Primera Edición, 1983.
México, D.F.
Ciudad Universitaria.
- * DOROTHY COHEN. Publicidad Comercial.
Editorial Diana.
- * FERNANDEZ JUSTINO. Orozco.
Forma e Idea.
Editorial Porrúa, S.A.
2da. Edición, 1975.
México, D.F.
- * GONZALEZ CABREL GREGORIO. Guadalajara, sus adobes y cantares recordables.
Editorial: Ayuntamiento de Guadalajara.
Guadalajara, Jal., México
1a. Edición, 1981.
pp. 127.

* JOSE LOPEZ PORTILLO
Y WEBER.

El Hospicio Bañas.
Editorial Jus. México, 1971.

Guadalajara, el Hospicio
Cabañas y su Fundador.
Editorial: Offset Larios,
S.A.
Imprimiéndose en Diciembre
1981, México, D. F.

* FRANCISCO AYON ZESTER.

Guadalajara, su patrimonio
cultural.
Editorial: Ayuntamiento de
Guadalajara.
Guadalajara, Jal., México.
1a. Edición, 1987, 127 pp.

* WATSON DUNN.

Publicidad.
Editorial Uteha.

* WILLIAM FLEMING.

Arte, Música e Ideas.
Editorial: Interamericana.
Edición en Español.
1971, México, D.F. 381 pp.