

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

872731

4
2ej.

MANUAL DE APLICACIONES

DE
MASCOTAS PROMOCIONALES

PARA LA
Universidad Don Vasco

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO

**TESIS PROFESIONAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO QUE PRESENTA**

FRANCO JOSE FIGUEROA GOMEZ

URUAPAN MICHOACAN JUNIO DE 1993

FALLA DE ORIGEN

1995

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.

**A Dios y a mis Padres agradezco todo lo que he recibido,
dedicando este trabajo a todos los que de alguna manera
permitieron con su esfuerzo y apoyo, el que yo haya
terminado esta hermosa carrera.**

Contenido

Introducción	7	LLaveros y ceniceros	
Problemática y objetivos	9	El manual	42
Capítulo 1		Conclusión	43
Antecedentes de la Universidad Don Vasco	13	Segunda Parte	
Filosofía de la institución	15	Desarrollo de personajes	47
Características y simbología del escudo	16	Prebocetos	
Mascotas y su utilización en universidades	17	Deficiencias del primer concepto	
Promoción	19	Estilo	
Medios de promoción utilizados en la universidad		Bases	48
Efectividad de estos medios		Manual de aplicaciones de mascotas promocionales para la Universidad Don Vasco	
Planteamiento de la necesidad de mascota	20		
Capítulo 2			
Antecedentes del Diseño Gráfico	23		
Diseño de personaje	27		
Construcción	28		
Detalles	29		
Animales y mascotas			
El dibujo	30		
El movimiento	31		
Expresión	33		
Sistemas de impresión	34		
Serigrafía			
Ofset litográfico	35		
Elementos promocionales	36		
Anuncio de prensa			
Folleto	37		
El cartel	38		
La calcomanía	40		
Calendario de Bolsillo			
Bolígrafos	41		

Introducción

Para que una organización o institución se de a conocer, necesita de elementos promocionales que divulguen sus servicios, tomando así la importancia que requieren dependiendo del medio en que se desarrollan.

En el caso de la Universidad Don Vasco, estos elementos de promoción constan actualmente sólo de folletos y algunos carteles, que cumplen en cierto modo esta función; pero tratándose de un plantel el cual se conforma principalmente de jóvenes, es necesario proyectar una imagen más fresca y atractiva tanto externa como internamente.

Para esto, el diseño de una mascota promocional identificaría de una manera más informal la Institución en este joven ambiente académico.

Exponiendo las razones anteriores y para satisfacer la necesidad que surge de este planteamiento, el manual sería una

guía en el diseño de mascota, la cual sirva como auxiliar de identificación promocional, adecuando este personaje según el caso y aportando así un elemento funcional y atractivo que cubra con este requerimiento.

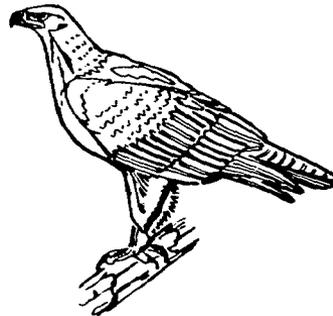
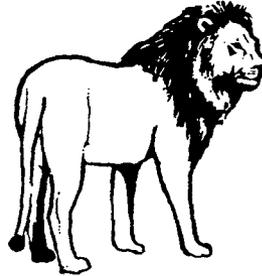


Problemática y Objetivos

La mente del ser humano, siempre se ha caracterizado por una cualidad interpretativa muy singular, con respecto a los elementos y fenómenos naturales que lo han rodeado, formando siempre en ellos un sinúmero de significados y simbolismos, los cuales toman un papel importante en el desarrollo de la psique del hombre.

Uno de estos elementos ha sido la fauna, donde los animales han tenido cierta influencia, la cual la ha llevado a ver en ellos modelos de cuyas cualidades siempre ha querido apropiarse reflejado de una manera simbólica y figurativa.

Así en el desarrollo de su cultura se ha presentado este fenómeno frecuentemente, donde el león por ejemplo simboliza dominio y poder, o el águila que representa superioridad, triunfo y soberanía. Estos animales se han hecho presentes en emblemas, sellos, escudos y esculturas a lo largo de la historia donde siempre han tenido un significado común y aleatorio.



Estas mascotas por así decirlo, se aplican actualmente siguiendo una relación algo similar, donde su uso y forma se ha modificado en parte para cumplir una función distintiva como también promocional y comercial. Por mencionar ejemplos más concretos ¿cuántas veces nos hemos encontrado con negocios, organizaciones o eventos donde se use cierto animal con características y atuendo singulares, el cual contribuye sirviendo de apoyo en la identificación y promoción de los mismos aparte de su imagen oficial?.

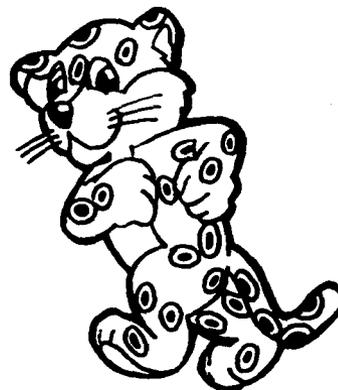


En este sentido hay que aclarar, que el uso de mascotas no sólo se limita a animales actualmente, pero estos últimos han sido los más trascendentes y significativos.

Pues bien, son estas propiedades funcionales las que nos ayudarán a satisfacer y solucionar, las necesidades y problemas que tiene la Universidad Don Gasco en cuanto a imagen y promoción se refiere.

Partiendo de lo anterior y de acuerdo con el escudo o emblema que ya se utiliza, se desarrollarán unos personajes o mascotas promocionales de las cuales se carece, y que ayudarán de manera más efectiva a la identificación y divulgación de sus prestaciones y servicios en los medios impresos que utiliza la universidad.

Así, en la creación de estos elementos, se pasaría consecuentemente a la elaboración de un manual de aplicaciones en las cuales se verían envueltas estas mascotas.



Capítulo 1

- **Antecedentes de la Universidad Don Vasco**
- **Filosofía de la Institución**
- **Características y Simbología del Escudo**

- **Mascotas y su Utilización en Universidades**
- **Promoción**
- **Medios de Promoción Utilizados por la Universidad**

- **Efectividad de estos Medios**
- **Planteamiento sobre la necesidad de una Mascota**

Capítulo 1

- **Antecedentes de la Universidad Don Vasco**
- **Filosofía de la Institución**
- **Características y Simbología del Escudo**

- **Mascotas y su Utilización en Universidades**
- **Promoción**
- **Medios de Promoción Utilizados por la Universidad**

- **Efectividad de estos Medios**
- **Planteamiento sobre la necesidad de una Mascota**



Antecedentes de la Universidad Don Vasco

Uruapan es una ciudad situada entre Tierra Caliente y la Sierra Purépecha, de gran importancia comercial en el campo de la fruticultura; Su clima, vegetación y riquezas naturales lo han llevado a ser uno de los lugares más bellos del estado de Michoacán.

Hacia el año de 1945, Uruapan vivía por así decirlo un ambiente tranquilo y de vida pacífica que se desenvolvía entre cafetales y juaquiniquiles. Pero al entrar la década de 1960 se convirtió en lugar de comercio de los frutos de Tierra Caliente y fuente de riqueza natural debido a sus atributos geográficos. Como consecuencia de esto atrajo a hombres de negocios y familias que de una manera u otra deseaban mejorar su nivel de vida.

Este crecimiento inesperado creó nuevas necesidades, entre ellas se encontraba la formación de instituciones educativas. Así hacia



1962 las instituciones educativas existentes eran demasiado selectivas y específicas de acuerdo al sexo, surgiendo de aquí el planteamiento de formar una institución mixta.

Por esto el 21 de octubre de 1963, se reúnen un grupo de personas para crear una asociación civil e iniciar una obra de beneficio común.

Decididos a emprender esta tarea el 7 de Marzo de 1964 empezó el primer año de secundaria incorporada a la Secretaría de Educación Pública (SEP) y como nombre tenía el Instituto Cultural Don Vasco.

Para el año de 1967 comienza a funcionar la preparatoria incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) fundándose el mismo año la biblioteca de la institución. Después, analizando e investigando para elegir una carrera que garantizara realización para los alumnos y resolviera algunos problemas de la sociedad, se optó por la Licenciatura en Administración de Empresas (LAE), actualmente denominada como Licenciatura en Administración (LA).

El año de 1972 se caracteriza por la necesidad de cambiar el plan de estudios de preparatoria tradicional a Colegio de Ciencias y Humanidades (CCH). Por otra parte, debido al déficit que presentaba en 1976 es suprimida la secundaria.

Hacia 1981 se funda la Escuela de Arquitectura y en 1985 se abre Trabajo Social y Planificación de Desarrollo Agropecuario (LTS y LPDA), haciendo un intento más por satisfacer las necesidades de la región.

A consecuencia de la gran aceptación en los egresados de dicha Institución y su constante crecimiento, fué necesaria la conveniencia de una nueva licenciatura como la Contaduría en 1977.

La autorización para abrir dos nuevas licenciaturas como Pedagogía (LP) cuyo objetivo es promover la educación a través del conocimiento de la habilitación en la relación humana básica educativa como lo es la convivencia, y Diseño Gráfico (LDG) con el fin de dotar al alumno de conocimientos y la capacidad profesional para la comunicación gráfica, se obtiene en 1988. Ese mismo año por parte de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) se obtiene el permiso para



cambiar el nombre del plantel siendo "Instituto Cultural Don Vasco" (ICDU) a "Universidad Don Vasco" (UDV).

La última Licenciatura que ha sido abierta es la de Ingeniería Civil en 1991 en donde además se reanudaron las actividades de la "Secundaria Don Vasco".

Filosofía de la Institución

El Don Vasco comparte con las universidades del país el propósito de fomentar la ciencia, la tecnología y la cultura.

Vinculada con la vigorosa tradición humanista, nuestra Universidad sostiene la idea que afirma que el objetivo de la educación es el perfeccionamiento y realización del hombre. La vocación del "Don Vasco" es dar a los jóvenes para que desarrollen y disfruten todas las capacidades fundamentales que se encuentran dentro de ellos.

Nuestro lema "INTEGRACION Y SUPERACION", anuncia las profundas aspiraciones que de manera específica revelan de modo nítido nuestra filosofía y nuestra auténtica vocación humanista.

Por "INTEGRACION", entendemos la unión de nuestras mentes y de nuestro esfuerzo para lograr una mejor formación humana y profesional.

"INTEGRACION", implica que abriendo sus brazos a toda la comunidad sin distinciones de ningún tipo, la Universidad busca la interrelación de todas las clases sociales en su alumnado.

"SUPERACION", significa a su vez que la Universidad tiene ese propósito de promover, de suscitar el que la persona desarrolle plenamente todas sus capacidades y las ejerza en beneficio de las demás.

La Universidad como lugar de formación moral e intelectual, el Don Vasco posee diez principios fundamentales, que son:

- 1.- Inculcar Amor y Respeto a Dios, a la Patria, al prójimo y a nosotros mismos. La expresión sincera de éste afecto es la práctica permanente de la verdad y de la justicia.
- 2.- Conservar y transmitir los conocimientos y sabiduría que los sabios de todos los tiempos han enseñado y ofrecido al ser humano para su mejor modo de vida.

3.- Producir ciencia y virtudes de la más pura y elevada calidad; y ser foco de irradiación de estos valores.

4.- Invitar constantemente a los jóvenes a que escuchen el llamado de su naturaleza y convertir en realidad las posibilidades de su ser.

5.- Cultivar la semilla del entendimiento y el corazón, alentando así que se formen hombres sabios y bondadosos.

6.- Jamás renunciar a la abundante riqueza moral y espiritual que se genera en la convivencia amistosa y fraternal de los que tienen más en el aspecto social y económico, con los que tienen menos.

7.- La autenticidad del deseo de integración y superación, la verdad de nuestro común origen y destino, exigen la radical exclusión de privilegios. Por lo tanto en el Don Vasco, todos los alumnos tendrán los mismos derechos y obligaciones, sin tomar en consideración niveles de

procedencia.

8.- Esforzarse por hacer de cada uno de los miembros de nuestra comunidad universitaria un defensor de los derechos del hombre. Mantener vivo y encausar el anhelo de libertad y su ejercicio en alumnos y profesores.

9.- Ver al mundo y a México con grandes y receptivos ojos; pero desde un panorama uruapense y Michoacano, es decir, con arraigo y particular afecto a nuestra región.

10.- La Universidad Don Vasco pertenece a la comunidad de Uruapan y a la región, y está representada legal y moralmente por una Asociación Civil. Por ninguna razón lo que nació del altruismo y desinterés deberá convertirse en negocio particular.

La Universidad Don Vasco logrará su auténtica consolidación si permanentemente actuamos guiados por nuestro decálogo.

Características y Simbología del Escudo



Dentro de su configuración y significado, el escudo presenta en primer término el águila y el condor los cuales son usados también por la UNAM en su emblema, con la diferencia de que en el caso de el Don Vasco se encuentran estilizados.



Estos dos animales envuelven un escudo con el lema de integración y superación, donde dentro de él se encuentran dos manos, una maculina y otra femenina con forma de dos mitades de cuerpos hombre-mujer que sostienen el báculo de Vasco de Quiroga, enmarcando así el carácter mixto de la Institución.

En la parte inferior dentro del escudo se encuentran también el laurel y olivo que simbolizan recompensa y reconocimiento. La base del emblema está formada por la estilización de dos montañas las cuales a su vez forman la "M" de michoacán. Elemento que se encuentra sobre el Río Cupatitzio (nacimiento y cascada).

Mascotas y su Utilización en Universidades

El escudo en las universidades, por lo general se utiliza en aplicaciones más serias y formales, siendo un elemento emblemático de las mismas.

En cambio, las mascotas son de carácter informal en cuanto a promoción se refiere, que se utilizan de formas muy variadas y su campo de aplicación es bastante amplio. En este caso citaremos como ejemplo a la Universidad Autónoma de Guadalajara, también conocida como "UAG", la cuál es una Institución de

gran importancia a nivel nacional, y reconocida internacionalmente.



Esta organización emplea como mascota un búho o tecolote, de ahí su denominación "tecos". La estilización de este animal se utiliza en diferentes ambientaciones y distintivos, adecuándolo dependiendo el caso.

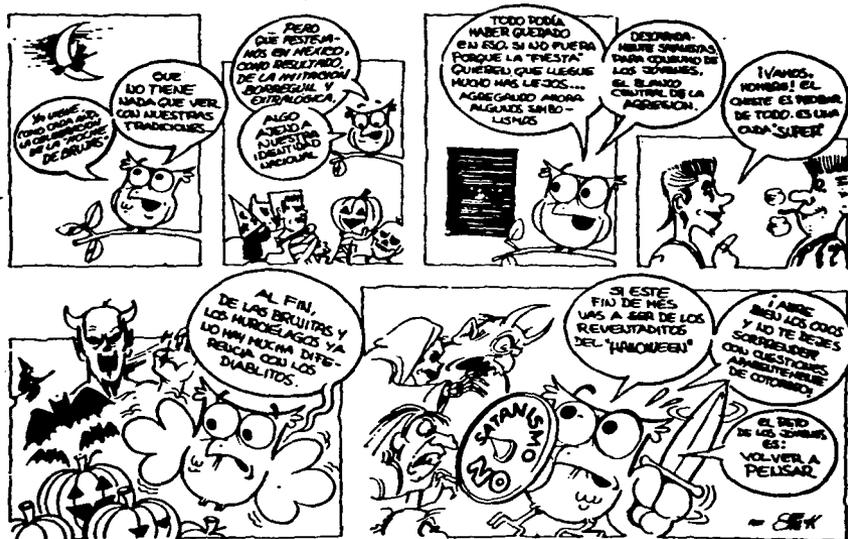




El tecolote también se manifiesta en las propias siglas de la "uag", abstrayendo de las dos últimas letras, la cara de un tecolote. En el plantel este animal significa sabiduría, vigilancia (en cuanto a la disciplina), y ecuanimidad.



De el ave, también se desarrolló un personaje "LUDOVICO", el cual se utiliza más que nada para labores de concientización.



Promoción

No es suficiente ofrecer un producto o servicio a través de un canal de distribución estructurado. Es preciso dar a conocer sus cualidades y ventajas frente al grupo de consumidores donde se va a estimular la demanda a través de acciones promocionales apropiadas.

El comunicar al mercado seleccionado como meta de que el producto o servicio existe, que tiene ciertos atributos, así como satisface necesidades y deseos; de ahí que el propósito de la promoción es el de comunicarse con las personas, grupos y organizaciones para ayudar en forma directa o indirecta a la compra y adquisición de bienes o servicios. El propósito de la promoción es comunicar y persuadir.

PIRELLI
TIRES



Siendo la promoción principalmente un acto de comunicación, los programas promocionales de la empresa o institución deberán adecuarse al mercado delineado y elegido como meta.

Medios de Promoción Utilizados por la Universidad

La mezcla de promoción utilizada actualmente por la Universidad es de la siguiente manera:

Se anuncia en la radio local así como en la prensa a nivel estatal. Se realizan visitas a las escuelas de preparatoria con un radio aproximado de 150 km a la redonda. En esto último se utilizan audiovisuales donde se enmarcan principalmente las carreras que tienen más baja ocupación, las cuales son explicadas más a fondo debido al bajo conocimiento de las mismas. además informa sobre otras

licenciaturas y servicios con que cuenta la Institución.

Por lo que refiere a folletos, se utilizan más que nada para comunicar a los alumnos de otras escuelas la existencia de las disciplinas con que cuenta el plantel señalándoles el plan de estudio en cada licenciatura explicando a la vez un poco de su contenido. Otro elemento es el cartel, cuyo uso es muy esporádico tocando puntos alusivos con respecto a algunas carreras.

Efectividad de estos Medios

Tanto entre los catedráticos, como estudiantes de preparatoria y nuevo ingreso, la principal manera en la que se ha dado a conocer la Universidad es mediante otras personas, ocupando un menor porcentaje de referencia los medios ya descritos y que han sido muy importantes para la promoción de otras universidades.

Planteamiento sobre la necesidad de una Mascota

Desde el punto de vista funcional, independientemente de la aplicación que se les da a estos medios promocionales en la Institución, nos avocaremos más que nada a los medios impresos; principalmente ahí es donde se aplicarán estas mascotas, tomando en cuenta que la Universidad está formada en su mayor parte por jóvenes, habiéndose visto así muchas veces en la necesidad de promoverse de una manera más fresca e informal.

La utilización de estos elementos ha sido hasta cierto punto reservado. Se les tiene que dar más importancia puesto que son muy efectivos si se les utiliza adecuadamente.

Cuenta actualmente con su escudo pero no se avoca hacia el fin que se pretende, ya que presenta características de otra índole, haciendo necesario la aplicación de un elemento gráfico con cualidades

que se ajusten a este requerimiento. En este caso el uso de una mascota promocional.



Capítulo 2

- **Antecedentes del Diseño Gráfico**
- **Diseño de personaje**
- **Elementos promocionales**
- **Sistemas de impresión**
- **El manual**

Antecedentes del Diseño Gráfico

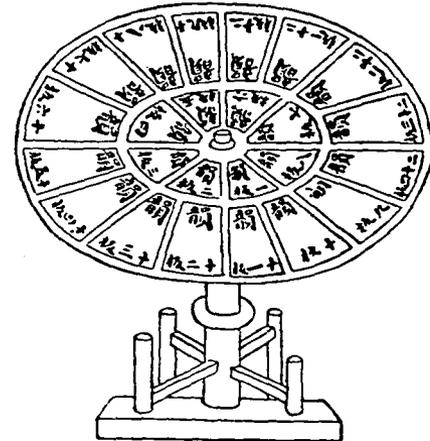
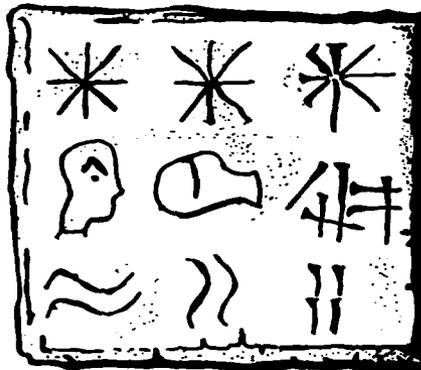
Durante la historia las tendencias culturales y gustos han sido característicos de una época determinada.

La proximidad y la naturaleza efímera del diseño gráfico combinadas en su unión con la vida social, política y económica de su cultura, le permiten expresar más solidamente el espíritu de una época en las formas de la expresión humana.

"El diseño de la historia es la historia del diseño" (Iván Chermayeff) en el curso de la historia éstas necesidades han sido satisfechas por escribas, impresores y artistas.

No fue hasta 1922 cuando un importante diseñador de libros William Addison Dwiggins, acuñó el término Diseñador Gráfico para describir sus actividades, como las del individuo que daba orden estructural y forma visual para la comunicación impresa.

El diseñador gráfico contemporáneo es proveniente de las disciplinas gráficas de la historia. Desde los escribas sumerios que inventaron la escritura, artesanos o egipcios que combinaban la palabra e imagen en manuscritos de papiro, los impresores chinos que utilizaban trozos de madera, iluminadores medievales, así como los escritores y paradores tipográficos del s. XV, los cuales diseñaron los primeros libros impresos europeos, los cuales forman parte de la rica herencia del Diseño Gráfico.





Tradición anónima de valor social y logros estéticos poco reconocidos

La historia es un reflejo de las necesidades, sensibilidades y actitudes vigentes de épocas pasadas. Antes de la revolución industrial, la belleza de las formas y de las imágenes se entrelazaban con su función el la sociedad humana, arte y vida se unificaron en un todo coherente.

El progreso tecnológico sacudió las artes y a los oficios de su papel social y económico.



30
 Wie als dem was nicht schand
 Was nicht als alle sich sagen wird

So möchte Jhdar aus schiefen wol
 Ein waer nu Luch sicken sel
 Der wepirt Luch die wecken strals
 Teerwainel sprach so besche im das
 Er sich von funden mach gereche
 Ontals voder enant hieche
 Und namden an ein hantluch er
 Sprach gell merck auf mane woer
 Solund hie auf des gretz lauff
 Und schate mir allem stes darauf
 Warin der fied Teerwainel st wert repen
 Und den fur an des peras leyen
 So mach von schiner enen pallen
 Und lue den genach herab fallen
 Das daraus werd ein faenen gese
 Dersch den Selben hueder stes
 Mit kord das budarum strepung
 Zur des glauken Tofen bereuch



Es indudable que nuestro siglo puede ser calificado como el de las comunicaciones visuales. Los medios impresos primeramente, al hacer repetibles las imágenes (tipográficas e icónicas) que podían ser producidas por la imprenta; la fotografía desde sus comienzos hasta el día de hoy.

Las formas de expresión basadas en la imagen no necesitan de un esfuerzo de interpretación o de descifrado como un mensaje escrito, que para ser comprendido necesita de un aprendizaje previo que permite la conversión de signos en palabras para establecer la comunicación.

Las imágenes son más inmediatas que los textos, pero aprender letras no es más fácil que aprender a leer imágenes como supondríamos.

SERVICE
PBS
 PUBLIC
 BROADCASTING



Una de las disciplinas que se basa en esta característica es la historieta y la caricatura. se puede decir que es una narración gráfica expresada mediante series de cuadros y viñetas dibujados mediante un guión previamente escrito, en el que existe un personaje central, alrededor del cual gira un argumento, que se explica mediante diálogos que son rotulados en cada cuadro.

En publicidad la historieta tiene grandes aplicaciones, donde se aprovechan sus características de combinación de imagen y texto para dar un mensaje directo y sencillo.

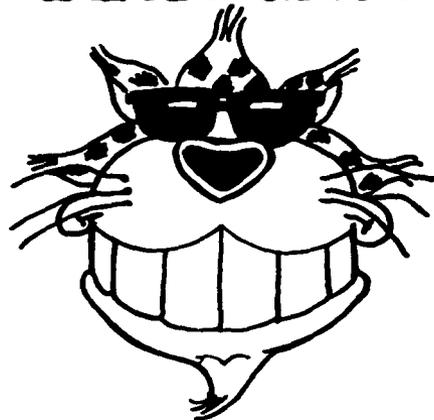
Diseño de personaje

En la historieta se manejan dos tipos de personajes: realista y cómico. El realista utiliza dibujos muy apegados a las formas originales y en el cómic sus formas son simples y exageradas, lo cual los hace muy expresivos.

Estos se pueden desarrollar eventualmente para promocionar servicios, mercancías o eventos en publicidad.



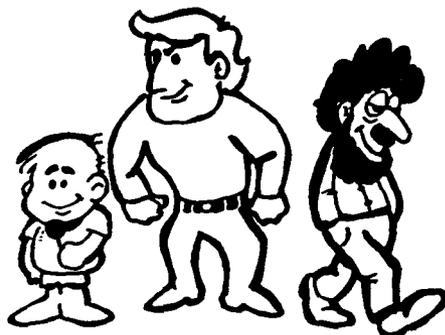
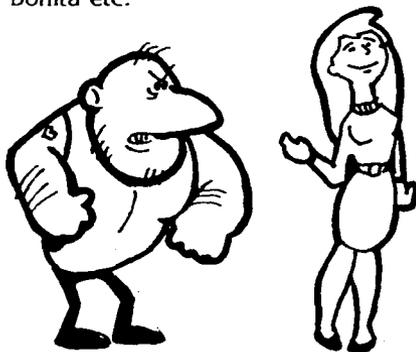
Chester Huellas



Así en cualquiera de los casos, el punto donde parte el uso de este elemento gráfico está en el diseño del personaje donde se define y determina de acuerdo a las características que se requieren para su uso.

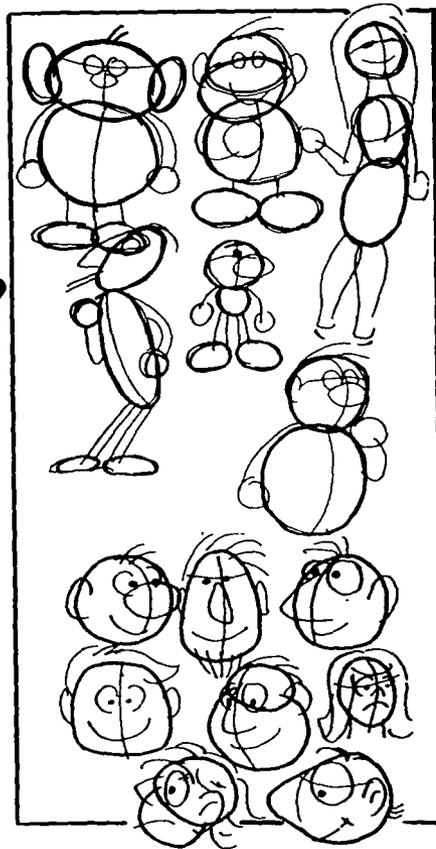
Para diseñar un personaje se deben tomar en cuenta varios factores, en primer lugar los rasgos psicológicos: cómo piensa, edad, sexo, ocupación, si es bueno o es malo. etc.

Conociendo los personajes debemos estudiar la tipología, que es la que trata los rasgos físicos de cada personaje, dependiendo de la necesidad del esquema que el público ya tiene formado respecto a las facciones de cierto tipo de personajes, es decir, el malo tener cara de malo, el bueno cara de bueno, el típico fuerte, alto y bien parecido, la chica bonita etc.



A) Construcción: Cuando tenemos la idea general del personaje ajustado al contexto que se presenta, lo primero que tenemos que hacer, es diseñar el físico de acuerdo a las características del tipo. Si va a ser alto, gordo, chaparro, feo, bonito etc. Ya sea un personaje serio, humorístico o publicitario, se comienza a partir de sus formas geométricas básicas.

Una vez que tenemos el cuerpo, diseñamos la cara, los ojos, boca, nariz, pelo, orejas, cuello, de los cuales existen infinidad de tipos, los cuales debemos adaptar al tipo de personaje.

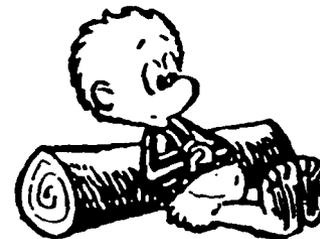


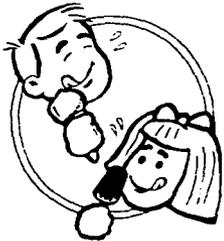
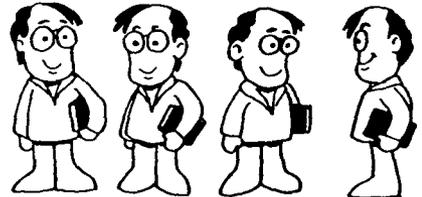
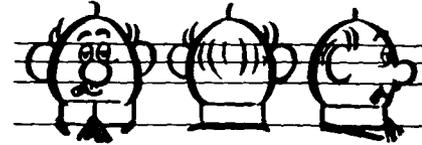
B) Detalles: Teniendo el diseño de cuerpo y cara, procedemos a vestir al personaje, y para esto necesitamos estudiar sexo, ocupación, edad y status económico social para ponerles ropa adecuada la cual debe ser muy característica.

C) Animales y Mascotas: En el caso de utilizar animales como personajes, estos se presentan casi siempre humanizados: caminan erguidos, hablan y visten prendas humanas y su actitud es de persona casi siempre, aunque a veces sólo en algunos rasgos, por ejemplo un caballo normal que en todo puede hablar.

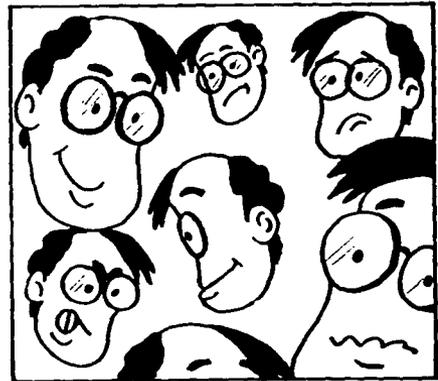


El personaje publicitario puede ser la mascota del producto, el consumidor (niños por ejemplo) o el fabricante, hasta el mismo producto en versión humanizada.





D) El Dibujo: Una vez que se ha diseñado el personaje, debe dibujarse una y otra vez, esto con el fin de ir afinando los rasgos, familiarizarse con él. Por esto hay que dibujarlo en diferentes posiciones y actitudes, hasta llegar a dominar su construcción. Situarlo en varios escenarios y lugares, además de hacer dibujos en diferentes tamaños.

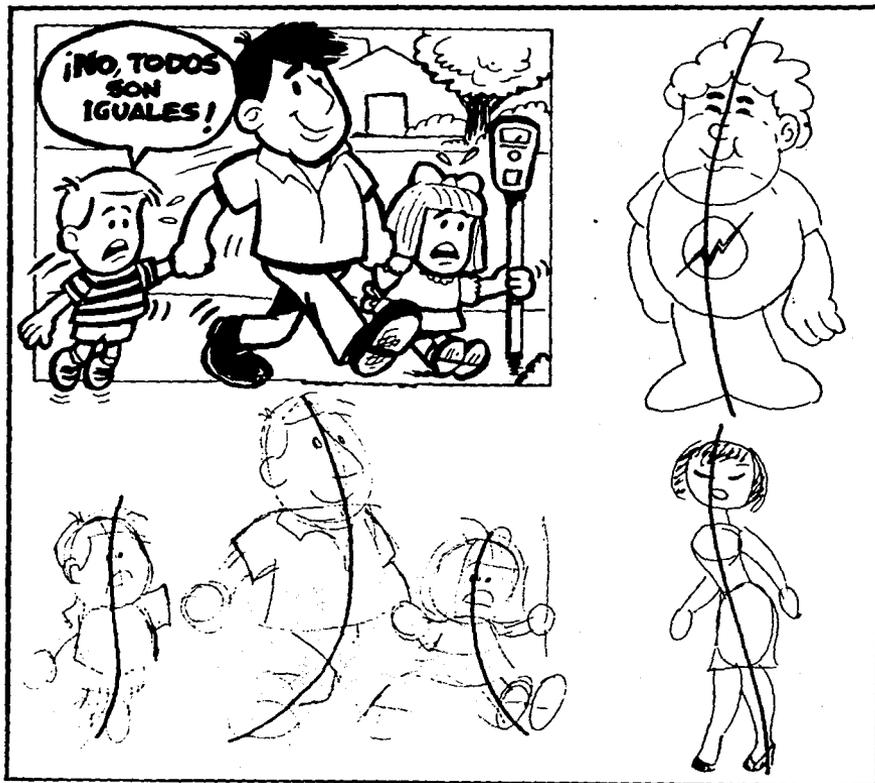


E) El Movimiento: Se debe evitar que el dibujo de nuestro personaje permanezca estático. Esto no quiere decir que debamos dibujarlo saltando o corriendo, puede estar una persona sentada, y sin embargo tiene un movimiento o ritmo. Se debe dibujar con soltura para que no quede duro, porque aunque esté bien diseñado, si no podemos darle simpatía o movimiento perderá toda gracia o interés.

Para imprimir movimiento, debemos captar la imagen que tenemos en la mente, para que el personaje aunque esté parado proyecte dinamismo.

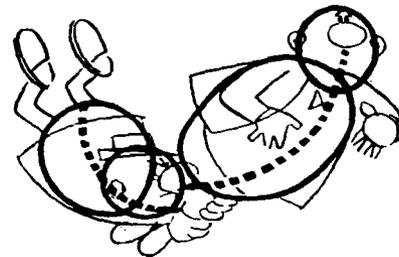
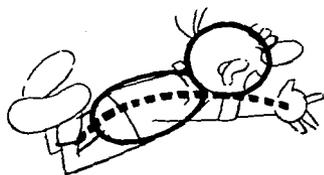
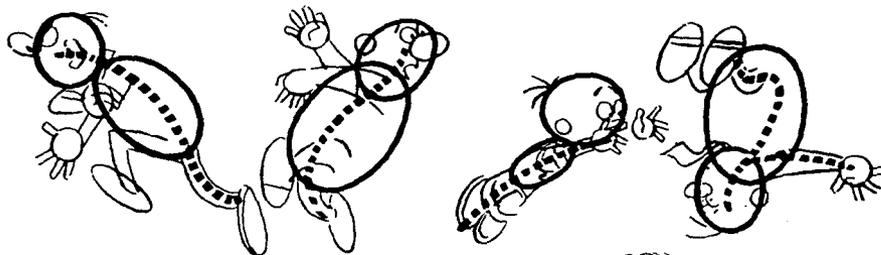
Para esto resulta útil la línea de movimiento, que son las que determinan las poses del personaje. Estas líneas siempre deben ser curvas y no rectas, para evitar que las figuras se vean acartonadas.

Otro recurso para imprimir ritmo al dibujo es despegar los monos del suelo, brincar, correr, etc.



Las manos del personaje deben siempre de estar haciendo algo, y no estáticas en ambos lados del cuerpo.

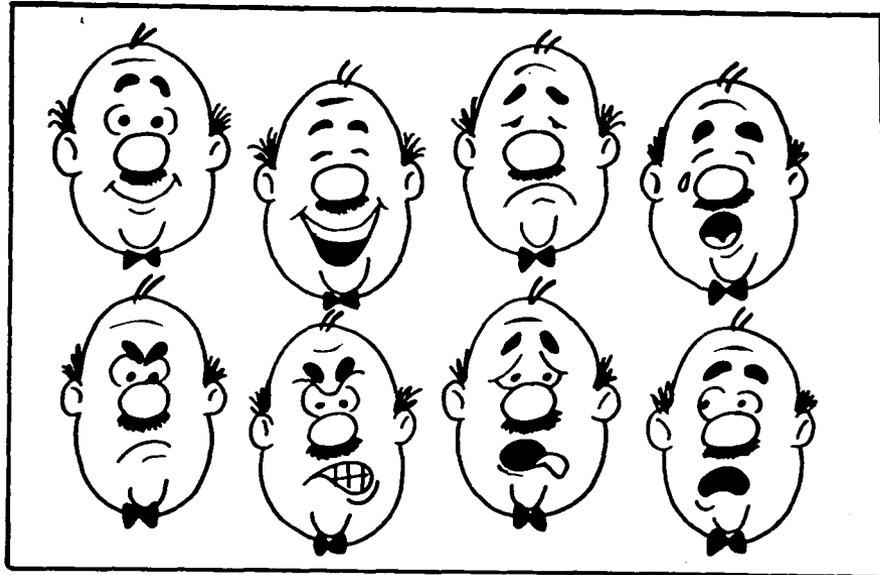
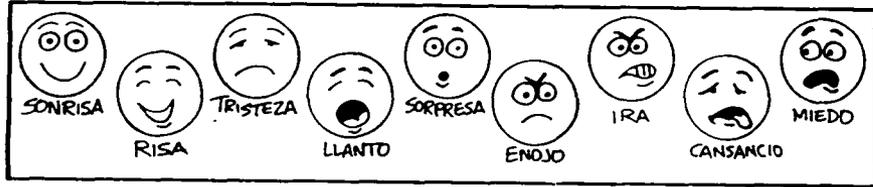
No se debe de improvisar el movimiento mientras se está dibujando, es mucho mejor pensar la pose antes de empezar el dibujo, trazar las líneas y figuras geométricas auxiliares y entonces detallar el dibujo.



F) Expresión: La expresión del personaje es tan importante como el movimiento. Una mirada, una contracción del rostro, una actitud burlesca o de espanto, muchas veces dice más que el mejor de los textos.

Los rasgos que intervienen principalmente en la expresión son las cejas, los ojos y la boca. Para lograr una buena expresión en nuestros personajes, podemos echar mano de las expresiones clave.

Pero no sólo interviene la cara únicamente en el dibujo de una expresión, son muy importantes los ademanes y los gestos de todo el cuerpo. Por esto debemos de observar las actitudes de las personas reales, que se pueden exagerar al ser dibujadas. Para darle mayor efecto a una historieta se puede utilizar la exageración, la cual consiste en enfatizar en mayor o menor grado un movimiento o expresión.



Sistemas de impresión

Serigrafía:

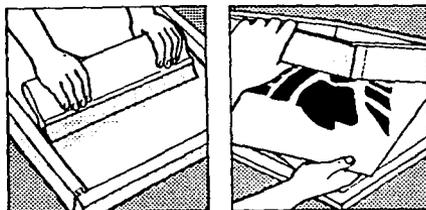
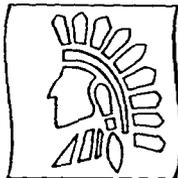
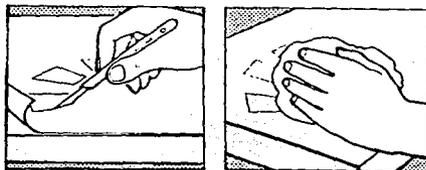
Es el procedimiento de impresión con pantalla de seda, la cual ha sido utilizada durante mucho tiempo.

Se confirma por una tela de seda muy fina montada sobre un bastidor de madera, el cual se impregna de tinta para duplicar la imagen grabada en ella por medio de una paleta o rasero. Estas superficies pueden ser muy variadas como cartón, tela, cuero, madera, metal, vidrio, cerámica etc. De ahí que sea el sistema de impresión más versátil.

Se usan dos procedimientos para fijar la imagen a la tela o malla: El de recorte y el Fotomecánico.

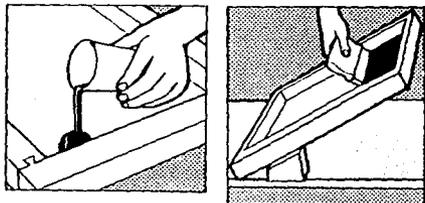
Recorte: Consiste en calcar o grabar a punta de navaja o con otra herramienta adecuada, los contornos del tema sobre un papel especial transparente u opaco, provisto de una película de goma laca o acetato de celulosa. Las superficies de impresión se recortan o se separan, y el papel se aplica sobre la seda pegándose a ella con un hierro caliente protegido con muselina o

por medio de un disolvente adecuado. La película química penetra a la seda y luego se separa con mucho cuidado el papel que servía de soporte. Así quedando la pantalla lista los resultados de la impresión quedan nitidamente contorneados.



Fotomecánica: Este se fundamenta en la sensibilidad de la luz en la gelatina bicromada y, en general, la mayor parte de los coloides impregnados con la sal de bicromato. Se vierte la solución sensible sobre la pantalla de seda, que se deja secar luego en la oscuridad. La trama se coloca sobre el chasis en contacto con el positivo de la imagen a reproducir, insolándose el conjunto.

El revelado se hace con agua tibia, y la gelatina insolada que es insoluble forma una especie de pantalla que taponea las mallas de seda. El procedimiento fotomecánico tiene la ventaja sobre el recorte, de permitir la conservación de la selección del dibujo para tiradas posteriores que en el procedimiento de recorte implica siempre su pérdida. Es recomendable para tirajes de poco volumen en relación a la capacidad de duplicado que tiene el offset.



Offset Litográfico:

Es el sistema que cuenta con los mejores recursos para lograr una verdadera reproducción.

El sistema no usa grabados ni relieves de ninguna clase, por lo que es posible obtener puntos muy finos en retículas muy serradas sin peligro de emplastamientos, ni mutilación de los valores claro oscuro.



Las cualidades señaladas permiten a la litografía, la reproducción de medios tonos muy delicados en una gama muy extensa, y la mayor nitidez en los más pequeños detalles, lo que ofrece la posibilidad de emplear originales más ricos en luz y color. Estos originales pueden ser fotografías, dibujos y pinturas, realizados en cualquier técnica. La condición es que la fotografía que se obtenga de original en el primer paso del proceso de fotomecánica sea de buena calidad.



En cuanto a texto el offset no tiene problemas, ya que siendo

capaz de imprimir puntos de retículas de 300 líneas, con más razón podrá imprimir el grueso de los rasgos de cualquier tipo de letra.

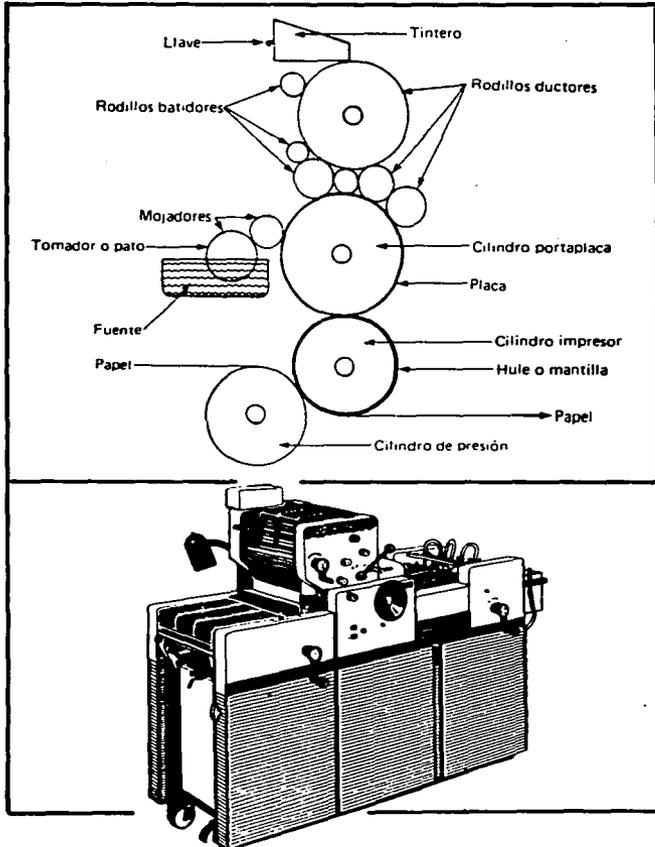
El registro de colores es muy preciso en la litografía, lo que permite la reproducción fiel de cualquier policromía si se usan tintas y colores bien balanceados.

La preparación de las placas litográficas es en general al uso de luz como medio para fijar las imágenes en materiales fotosensibles.

Del negativo preparado en película fotográfica de blanco y negro se pasa a una lámina metálica, la cual recibe la imagen

con ayuda de una solución que fija el motivo cuando se expone a una luz de cuarzo. Esta lámina es la que se monta en la máquina y se usa posteriormente para la reproducción en papel, la cual no es directa. aquí un rodillo de goma intermedio se encarga de pasar la imagen de la lámina al papel.

Elementos promocionales



Anuncio de Prensa:

El anuncio de prensa se compone de varias partes o componentes que son principalmente: cabeza, texto, ilustración, pie y logotipo.

Cabeza: la cabeza es un llamado de atención al lector, ocupa generalmente la parte superior del anuncio, aunque también se ubica dentro de un margen amplio como en la derecha o izquierda de la superficie del anuncio. La cabeza tiene relación directa con la ilustración.

Texto: Este contiene el mensaje hablado, dice lo esencial y se constituye con la cabeza, la argumentación y el pie.

Argumentación: Es la información que se quiere hacer llegar al lector, debe ser breve, conciso y preciso. Con ello se aclara la interrogante de la cabeza y se justifica la ilustración.

Pie: El pie es la parte inferior del anuncio y contiene los datos de la empresa anunciante. Generalmente, se compone de caracteres mejores que pueden pertenecer a diferente familia tipográfica de la empleada en la argumentación.

CABEZA

ILUSTRACIÓN:



TEXTO

Sabemos de los prob tanto en lo político como inmersa la Patria; pero arredramos, sino por el c comprometemos a segu se puede alcanzar a trav producir va que sólo pro mexicanos los niveles m que para ser socialmen

Ciertamente, resulta c decir, emplear las opor social nos dio para enca hemos podido aprovech. México, es en usted, en q porque es un hombre de ria limpia y honesta, sab pasiones personales o de intereses nacionales. Por

PIE DEL ANUNCIO:
datos relativos a la empresa
anunciante



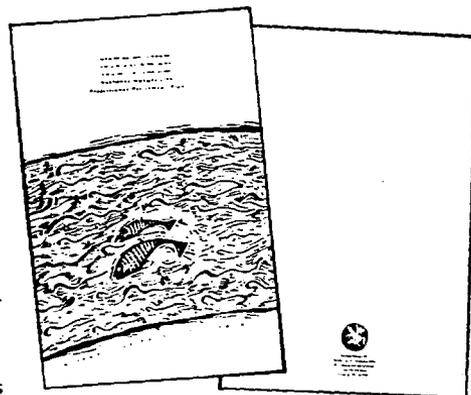
Logotipo: Este va a un lado del pie, y en algunos casos se usa como cabeza. Es el elemento gráfico que contiene el nombre o siglas de la empresa y denota la indole de sus actividades o el ramo industrial a que pertenece.

Ilustración: Es un importante componente del anuncio. En algunos casos es todo el anuncio, en otros es un apoyo a la información o un elemento para llamar la atención.

Folleto:
El folleto es un librito o manual que describe un servicio o unas mercancías y ayuda a venderlas. Adicionalmente, debe transmitir la calidad y las características del servicio o mercancías descritas.

Al preparar un folleto para un cliente, habrá que identificar los bienes o servicios ofrecidos y obtener una descripción completa de ellos. Lo primero a considerar es cómo se distribuirá el folleto entre los clientes potenciales. Por ejemplo si ha de

figurar junto a productos o servicios de la competencia, deberá diferenciarse de ellos para que atraiga la atención. En consecuencia el diseño estará condicionado por diseños ya existentes. De forma alternativa, si nuestro folleto se envía directamente a los clientes potenciales, habrá muchas menos restricciones visuales, salvo por el hecho físico de que quizá no quepa en un sobre standard.





El Cartel:

Es un elemento gráfico que se utiliza principalmente en la publicidad exterior y cuya característica común, es que están adheridos en fachadas, muros, oficinas, centros públicos, turísticos o lugares estratégicos.

Su principal característica es su sencillez, la cual tiene como fin el transmitir un mensaje de un sólo vistazo. Sólo así un cartel es eficaz, cuando logra enterar de su contenido a un transeunte, pasajero o automovilista que vaya a velocidad moderada sin que se detenga.

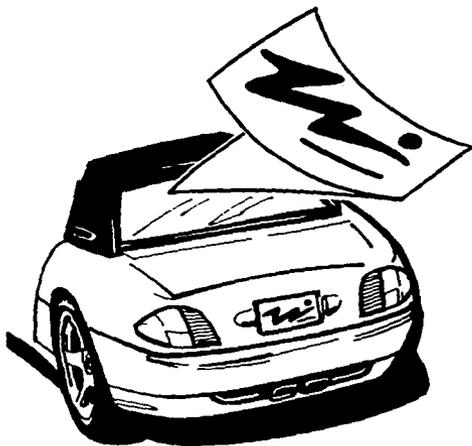
Esta fuerza de comunicación solamente puede obtenerse mediante el uso vigoroso del color, aplicado con la mayor simplicidad en la forma. Debe tener una composición bien encuadrada, sin lujo de detalles al menos que sea decorativo, iluminado por pocos pero llamativos colores. Por lo general, las medidas del cartel se

ajustan al tamaño máximo del papel donde se imprime, comúnmente de 1.02 x 75 cms., pero su formato puede variar pudiendo ser de mayor o menor tamaño según el fin que se pretenda o uso que se le piense dar.

El cartel es una pieza publicitaria eminentemente ilustrativa, en el que no deben haber grandes textos por lo que la redacción debe ir preferentemente de cinco a seis palabras. Es más, la ilustración de un cartel puede constar de una sola palabra que haga las veces de ilustración.

Para su impresión se utilizan principalmente dos técnicas, la serigrafía y el offset, la primera de colores muy brillantes donde las tintas son más resistentes al sol y la intemperie, el segundo se utiliza para grandes tirajes, aquí la impresión se destiñe con más facilidad.





La Calcomanía:

La calcomanía es el medio impreso más versátil. Esta pieza empezó como un elemento decorativo, y se ha convertido en un excelente medio publicitario, pues su facilidad de distribución y aplicación se le considera extraordinariamente eficaz. Esta pieza se puede aplicar en cualquier superficie, sea plana o de volumen irregular, lisa o rugosa.

Al publicista le ofrece una amplia gama de oportunidades de comunicación dada su versatilidad.

La calcomanía es una pieza que se puede imprimir en tipografía, litografía y serigrafía. Actualmente se le ha dado importancia a la impresión serigráfica, en virtud de que permite pequeñas tiradas en cualquier tamaño y de que las capas de tinta son más opacas, lo que permite mejor definición de los colores, mayor resistencia y en algunos casos, en las piezas de cerámica se puede producir el efecto de pintado a mano.

Por lo general la calcomanía se usa en campaña de tipo permanente debido que se trata de un medio que posee altas resistencias a la luz, la intemperie, la fricción y a que prácticamente se puede aplicar en cualquier lugar.

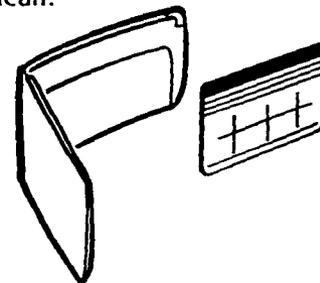
Calendario de Bolsillo:

Esta pieza quizá es la más solicitada y de la que mayores tiradas se hacen. Es posiblemente el

más útil de todos los calendarios, pues por ser de uso personal acompaña al usuario dondequiera que vaya.

Dentro de su sencillez hay una gran variedad de diseños, pero su estructura más simple es: una hoja dividida en trece partes, una destinada a publicidad y el reverso destinado al calendario.

La medida standar es de 73 mm. x 45 mm. Esta medida es compatible con la de las bolsas de las camisas de vestir o con los compartimentos especiales de las carteras para dinero y solamente en 6.5 mm. a la mitad de los billetes de banco. Es muy variada la impresión de estos calendarios y también son diferentes los materiales en que se fabrican.



Los hay de cartulina impresos en tipografía u offset; otros que también son impresos en cartulina, se laminan en celofán o pvc, otros más son impresos sobre mylard en diseños de una pieza o de dos hojas laminadas.

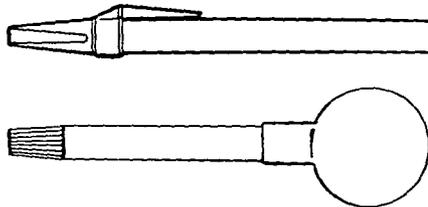
Los calendarios fabricados en papel o impresos en offset se barnizan o laminan para darles protección contra la fricción, grasas, la humedad y para proporcionarles mayor lustre.

Los calendarios impresos en mylard o cualquier derivado de pvc se imprimen en serigrafía.

Bolígrafos:

Una de las piezas promocionales más aceptadas es el bolígrafo. El plástico con que se fabrican los cuerpos de los bolígrafos tienen la característica de no retener las tintas tradicionales para su impresión. La mayor parte de los bolígrafos se imprimen en máquinas rotográficas y después de haber sido impresos se les barniza para retener la

impresión. Cuando se imprimen en offset o serigrafía se tiene el mismo problema de atrape y la solución es la misma; un barniz sobre impresión. Lo más usual es la impresión de logotipos dada la pequeñez de la superficie. Otra solución es el termograbado donde las hendiduras hechas en el plástico se rellenan con tinta.

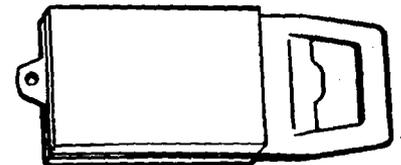
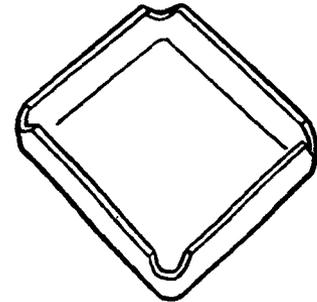


Llaveros y Ceniceros:

Estos elementos se fabrican en todo tipo de materiales y formas para incontables usos. El publicista no tiene límites en cuanto a la creación de estas piezas.

Todo objeto que porte un mensaje publicitario lleva necesariamente una o varias impresiones, y que el

publicista, al diseñar su campaña debe tener presentes sus necesidades gráficas y conocer con la mayor amplitud posible las posibilidades y dificultades técnicas para producir aquellas piezas que integran el material publicitario.



El manual

Un manual es una publicación de consulta o información que nos proporciona datos para la realización de una determinada tarea, indicándonos paso a paso los aspectos técnicos y teóricos de la actividad que se trate.

Existen manuales de muy diversos formatos, presentando una infinidad de temas y extensiones muy variadas así como de materiales diferentes. Siempre deben ser claros, concisos, sintéticos y fáciles de consultar.

La función principal de un manual, es guiar al lector orientándolo y dándole información con respecto al tema, ilustrándolos con ejemplos prácticos.

El contenido del manual viene determinado por supuesto, por el plan que se ha trazado para crear y desarrollar un programa, en todo el conjunto de caracteres que se han ido determinando anteriormente a las peculiaridades en el material de comunicación.

El diseño gráfico de un manual implica funcionalidad, claridad y



sencillez, utilizando abundantes ejemplos gráficos y menor cantidad de texto.

Se utilizan por lo general formatos de 2 o 3 columnas y pueden ser de colores blanco y negro, la tipografía no debe ser muy pequeña, y el tipo de letra debe ser claro y legible sin muchos adornos.

Los métodos de impresión que se usan son casi siempre el de offset y litografía en diferentes tipos de papel según la calidad en la edición.

En cuanto a lo que se refiere al presente manual, el material presentado viene orientado hacia la utilización de mascotas en los medios promocionales impresos, donde se explicará con ejemplos claros y concisos el manejo que tendrán los personajes desarrollados, para aprovechar de la mejor manera posible sus características publicitarias, muy aptas para su aplicación en campañas de promoción de servicios, como lo sería el caso de la Universidad Don Vasco.

Conclusión.

Sabemos la importancia de la comunicación gráfica y lo que esto implica, así como la necesidad del hombre por expresar ideas, y el desarrollo que han tenido los medios técnicos que ha creado para este fin.

La expresión visual en su función como herramienta gráfica de gran versatilidad y eficacia, la cual se presta para dar solución a cualquier necesidad en cuanto a transmitir ideas y conceptos, nos ha llevado en el planteamiento de nuestro problema, tomar en cuenta todo lo que implica nuestra necesidad, tanto en puntos referenciales como teóricos y conveniencias técnicas y prácticas en el desarrollo de este proyecto.

Satisfiriendo la necesidad de la Universidad Don Vasco, en cuanto a una proyección más fresca e informal, dirigida hacia los jóvenes para los cuales se ha creado esta institución. El elemento gráfico desarrollado tomando en cuenta la relación con los lineamientos y

especificaciones que debe de tener para su uso, se desenvuelve principalmente en medios impresos; el tomar en cuenta estos medios por su eficacia e implicaciones técnicas, nos ha llevado a la creación de un manual de aplicaciones, el cual tiene por objeto delinear el uso que se les va a dar a las mascotas en los medios promocionales analizados, de acuerdo al cometido que se les a asignado abarcando para esto su funcionalidad y proceso de reproducción gráfica.

El cómo se va a aplicar y de qué manera, es lo que especificará este manual, tanto en anuncios de periódicos, folletos y artículos promocionales como calendarios, llaveros, ceniceros, etc., es por eso que la aportación debe estar bien definida.

Las características de nuestros personajes son muy especiales y sin un manual de aplicación, su efectividad y atractivo podrían verse opacados por el uso incorrecto de estas mascotas, ya que el potencial

promocional de ellas depende en gran medida de su correcto aprovechamiento en los medios citados.



Segunda Parte



● Desarrollo de personajes

Prebocetos

Deficiencias del primer concepto

Estilo

Bases

Desarrollo de personajes

Prebocetos.

El desarrollo de los personajes, implica de acuerdo con las características que deben presentar, un pre-estudio o bocetos piloto, los cuales constan de las primeras imágenes que se vienen a la mente y que posteriormente se pasan al papel.

Con estos primeros ensayos se reanaliza la idea y se determina ya con bases más claras, como deberá ser la caricatura de acuerdo con las deficiencias de concepto e imagen que presenten estos primeros dibujos.

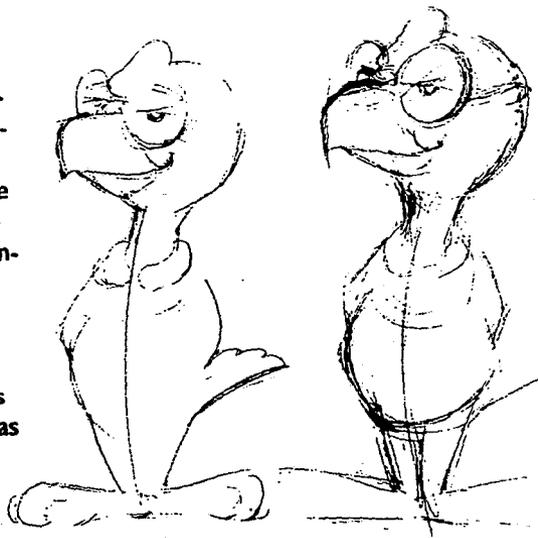
El condor se escogió como personaje base, para definir el estilo de la caricatura y de acuerdo a el integrar el segundo integrante, o sea el águila.

Deficiencias del primer concepto.

Entre las deficiencias más acentuadas de esta primera idea se encuentran las siguientes:

- a). Falta de gracia.
- b). Estructura demasiado humanizada.

- c). Un estilo semidefinido.
- d). Similitud con personajes ya desarrollados como Condorito.
- e). Falta de viveza y dinamismo.
- f). Forma y trazos algo complicados de trabajar.
- d). Deficiencia en su fuerza de expresión y falta de impacto.



En consecuencia, el segundo personaje que se pensara desarrollar como pareja, presentaría también deficiencias de imagen y estilo.



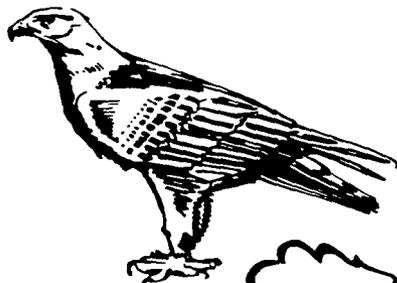


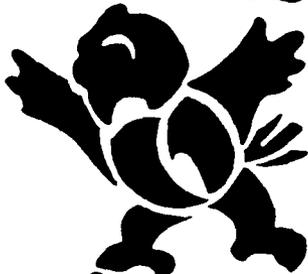
Estilo:

Con las deficiencias encontradas en los prebocetos, el estilo que daría mejor resultado, sería lo que en caricatura se llama "Construcción Infantil". Este tipo de fisonomía es el más característico por la simpatía y sencillez que se les logra dar así a los personajes. Se caracteriza por el gran tamaño de la cabeza en relación a cuerpo y extremidades.

Bases:

En este segundo estudio se realiza un análisis más directo, partiendo de la configuración real del águila y el condor estableciendo así una relación más clara en el desarrollo de los personajes.





**MANUAL DE
APLICACIONES**

DE
M A S C O T A S
P R O M O C I O N A L E S

PARA LA
Universidad Don Vasco

Indice

Indice	3	Primer cartel	34
Introducción	5	Segundo Cartel	35
Características de los personajes	7	Libreta	36
Personalidad		Calcomanías	37
Fisonomía	8	Lapicero y llavero	38
Origen de los personajes	10	Playera	39
Anuncios de periódico	11	Calendario	40
Anuncio de presentación e identificación de mascotas		Archivo de imágenes	41
Anuncio de promoción para C.C.H.	12		
Anuncio de promoción para carreras	13		
Anuncio Promocional para la Nueva Secundaria	14		
Folleto	15		
Reticula	16		
Primera cara	17		
Segunda cara	18		
Carteles	19		
Segundo cartel			
Primer cartel	20		
Artículos Promocionales	21		
Libretas			
Calcomanías	22		
Lapiceros y llaveros	23		
Playeras	24		
Calendarios	25		
Otras aplicaciones	26		
Aplicaciones incorrectas	28		
Elementos Gráficos	29		
Imagen institucional y promocional	30		
Conclusión	31		
Indicaciones de color	33		
Folleto			

Introducción

La promoción es una forma de persuadir, la cual implica un sinúmero de elementos y factores, que determinan que medios serán los más efectivos según el tipo de persuasión de que se trate.

El como aplicar estos elementos que fueron definidos mediante un previo estudio del problema, que en este caso fué el buscar una forma auxiliar de promoción para reforzar la imagen de la "Universidad Don Vasco" tanto interna como externamente.

Una imagen dirigida específicamente a los jóvenes, que son los que conforman la mayor parte del plantel, y con los cuales se requiere una manera más fresca y directa de comunicación, para fijar mejor en ellos la imagen de la institución, y los servicios que presta.

Los elementos desarrollados para este fin, fueron un par de mascotas promocionales y de identificación que se originaron en base al escudo de la institución y donde las mismas se encargarán de solucionar este problema.

Estas mascotas y los elementos de promoción que se desarrollaron a partir de ellas, requieren de una guía que describa de que constan estos elementos y como aplicarlos, buscando así dar los mejores resultados ya que este es el objetivo del manual.

Aquí se describe de una manera clara y sencilla, de que manera aplicar los elementos promocionales que se desarrollaron a partir de estas mascotas, especificando sus características y definiendo su uso.



Características de los personajes



Características: (Personalidad Fisonomía)

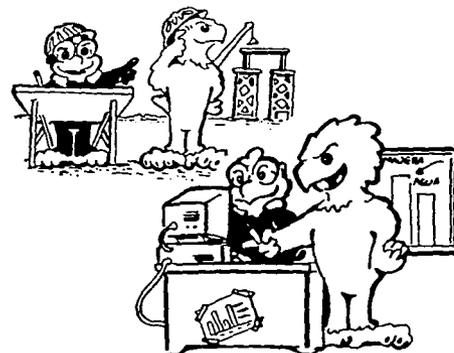
Aquí es muy importante aclarar varios puntos:

En primer lugar, el tomar en cuenta que las dos se pensaron como pareja y que aunque cada una tiene diferente personalidad, forma y tamaño, se conserva un estilo común de trazo que las hace verse como parte de un mismo concepto, es decir, no desarmonizan cuando se les ve juntas, sino que se complementan tanto en tamaño como personalidad.

Personalidad

En cuanto a personalidad, los dos comparten maneras de ser distintas en aptitudes y cualidades, que aunque diferentes entre sí, juntas se equilibran. Porque tanto **Integración** necesita superarse como **Superación** integrarse, e aquí su principal lazo de unión y complemento.

El condor **Integración** se elaboró pensando en que desempeñara el rol agradable y simpático de esta relación. También se caracteriza por ser el intelectual de los dos; es una monada integral y rara vez se enfada, pero cuando lo hace ¡vaya si se enfada!



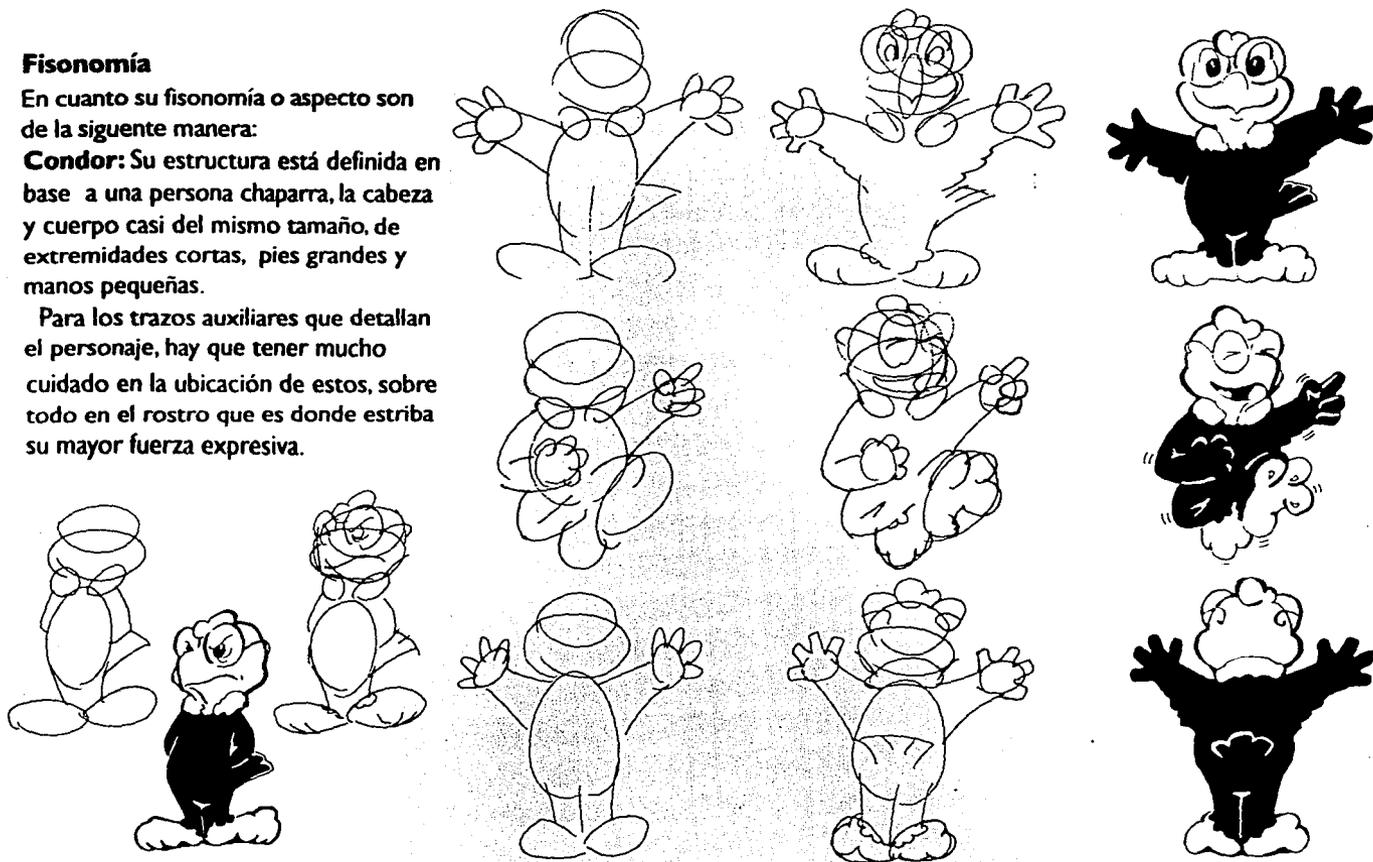
Con **Superación** es muy diferente, este se creó queriendo representar una personalidad más fuerte y determinante. Como águila es decidida, sagaz, y obviamente de naturaleza más agresiva, pero en esto último, sólo en lo relacionado con lo que se necesita para salir adelante. No es tan inteligente como **Integración**, así que no es raro que este le de consejos y la oriente. Las dos son muy nobles y serviciales, siempre están dispuestas a dar lo mejor de sí sobre el papel cuando se les pida, sabiéndolas elaborar y utilizar correctamente.

Fisonomía

En cuanto su fisonomía o aspecto son de la siguiente manera:

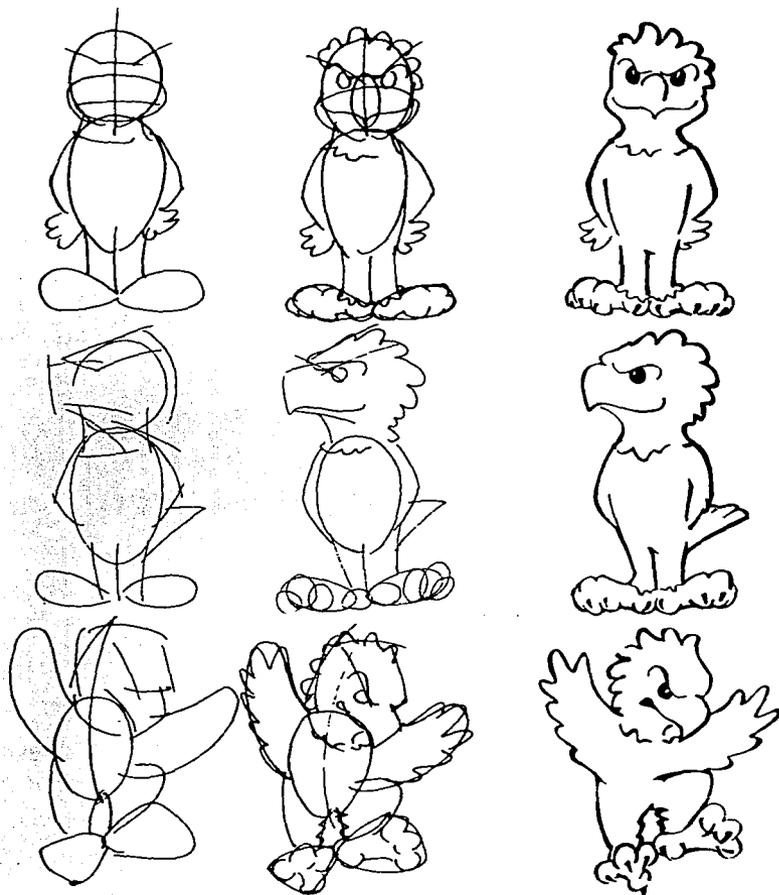
Condor: Su estructura está definida en base a una persona chaparra, la cabeza y cuerpo casi del mismo tamaño, de extremidades cortas, pies grandes y manos pequeñas.

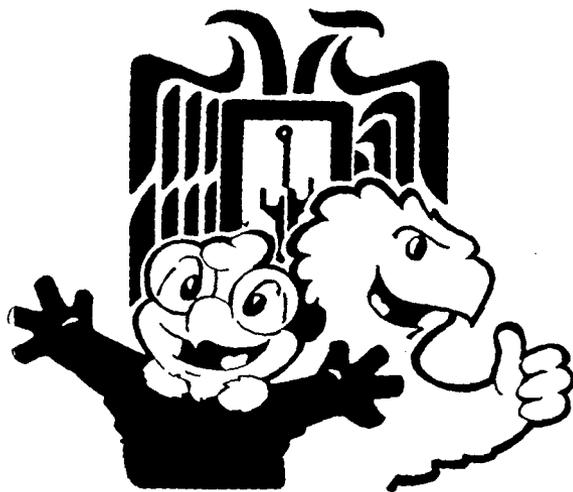
Para los trazos auxiliares que detallan el personaje, hay que tener mucho cuidado en la ubicación de estos, sobre todo en el rostro que es donde estriba su mayor fuerza expresiva.



AgUILA: Se realiza en base a proporciones parecidas al personaje anterior y trazos similares, pero formando un cuerpo más robusto y esbelto. Los trazos de la cabeza son diferentes, sobrezalando líneas rectas en base a una estructura más cuadrada.

Aquí también, al igual que en el condor hay que tener mucho cuidado con la expresión a la hora de detallar el personaje. Esta no se caracteriza por simpática, sino por tener una mirada más determinativa, dureza y fuerza en sus rasgos. Es su postura básica, donde además de surostro las garras son más grandes y acentuadas. Pero no siempre se tiene que dibujar así, también se puede hacer más agradable y de mejor humor tan sólo delineando su ceja con menos dureza.





Origen de los personajes:

Estas mascotas se desarrollaron en base al águila y el condor que forman el escudo de la institución, y se les nombró de acuerdo al lema que lo acompaña: "Integración y Superación".

Universidad Don Vasco

U R U A P A N

Anuncios de periódico

Los anuncios de prensa se manejan en un paquete de cuatro.

Uno para dar a conocer las mascotas y la institución que representan, el segundo y el tercero para promocionar C.C.H, carreras o licenciaturas, y el cuarto dando a conocer la nueva secundaria.

Este grupo promocional se maneja con

un diseño característico entre ellos para hacer más énfasis que es una misma campaña y dar unidad visual en los cuatro mensajes.

Los formatos están hechos para aplicarse en una media plana tamaño tabloide vertical, pero también se pueden adaptar a un periódico tamaño legal de tres columnas de ancho.

Anuncio de presentación e identificación de mascotas

Medidas: 31.5 x 11.5 cm

Panel 1 (Top Left): A mascot character with a speech bubble that says "¡Hola! me llamo Integración".

Panel 2 (Top Right): A mascot character with a speech bubble that says "¡Yo Superación".

Panel 3 (Bottom Left): A mascot character with a speech bubble that says "¡Juntos somos la mejor combinación para lograr tus metas".

Panel 4 (Bottom Right): A mascot character with a speech bubble that says "Si tu planes así, entonces La Universidad Don Vasco es tu mejor opción."

Panel 5 (Middle Left): A mascot character with a speech bubble that says "Ven y comparte con nosotros la experiencia de realización, y ser útil a la sociedad".

Panel 6 (Middle Right): A mascot character with a speech bubble that says "Intégrate para lograr una mejor formación, y superate para triunfar en la vida."

Panel 7 (Bottom Center): A mascot character with a speech bubble that says "¡RECUERDA! Intégrate y se mejor, superate y logra tus metas."

Text at the bottom of the grid:

La Universidad Don Vasco ofrece para Uruguay y la región, estudio de Bachillerato en su Colegio de Ciencias y Humanidades (C.C.H.) y licenciaturas como:

- Arquitectura
- Diseño Gráfico
- Psicología
- Contabilidad
- Administración
- Planificación
- Agropecuaria
- Trabajo Social
- Ingeniería Civil
- Informática

Universidad Don Vasco
Integración y superación

Entrepiso Carretera Páezano # 1100 C.P. 60110
Tel. 4 35 26 y 4 17 22. Uruguay Mich. Apod. Postal de



La Universidad Don Vasco te ofrece el bachillerato en su Colegio de Ciencias y Humanidades (C.C.H.), con el mejor aprendizaje teórico práctico; donde participas activamente para que desarrolles al máximo tu capacidad.



Universidad Don Vasco
Integración y superación

**Anuncio de promoción para
carreras**



Si piensas estudiar una Licenciatura,
en Uruapan la Universidad Don Vasco
te ofrece carreras como:

Arquitectura •
Diseño Gráfico •
Pedagogía •
Contaduría •
Administración •
Planificación •
Agropecuaria •
Trabajo Social •
Ingeniería Civil •
Informática •



Universidad Don Vasco
Integración y superación

**Anuncio promocional para la
nueva secundaria**

Si ya vas a ingresar
a secundaria
¡VEN CON NOSOTROS!



Porque ahora para cursar tu Secundaria ya tienes una nueva opción, La nueva Secundaria Don Vasco con su inigualable calidad educativa, donde el desarrollo de tu persona en nuestro plantel es lo que más nos importa.

¡Sí! ven y
conocenos

Para nosotros,
tú eres lo que más
importa



Secundaria Don Vasco
Integración y superación

Cuautemoc #6 Col. Sn Miguel Tel. 4 79 25
Uruapan Mich.

Folleto

El folleto se elaboró pensando principalmente en la falta de promoción que requieren las carreras de la Universidad, dado el desequilibrado nivel de ingreso o inscripción que hay entre ellas.

Graficamente también están diseñados para hacer juego con los anuncios de periódico. En el se utilizan las mismas placas decorativas, que junto con el diseño de la portada, hace recordar los mensajes vistos en el periódico.

El formato de este folleto es tamaño oficio y está pensado para una o dos tintas en offset

Su retícula está diseñada en base a una columna por cada uno de los tres segmentos que dividen el tríptico, y con las placas o elementos decorativos marcados en cada una de ellas.



Licenciatura en informática

El licenciado en informática es el que en forma interdisciplinaria recopila, analiza y sistematiza la información en forma veraz y oportuna, con el fin de alcanzar los objetivos organizacionales. Debe tener los conocimientos necesarios sobre las organizaciones como: estructura, operación, necesidades, alcances y objetivos que le permitan evaluar, seleccionar e implantar sistemas computacionales, así como organizar servicios y administrar recursos informáticos. Su campo de acción se encuentra en los sistemas informáticos computacionales de cualquier género tanto del sector público como privado en el área administrativa, científica y técnica.



Universidad Don Vasco

Integración y superación

Para mayores informes:

Entronque Carretera Pátzcuaro # 1100 C.P. 60110
Tel. 4 25 26 y 4 17 22, Uruapan Mich. Apdo. Postal 66



Universidad Don Vasco

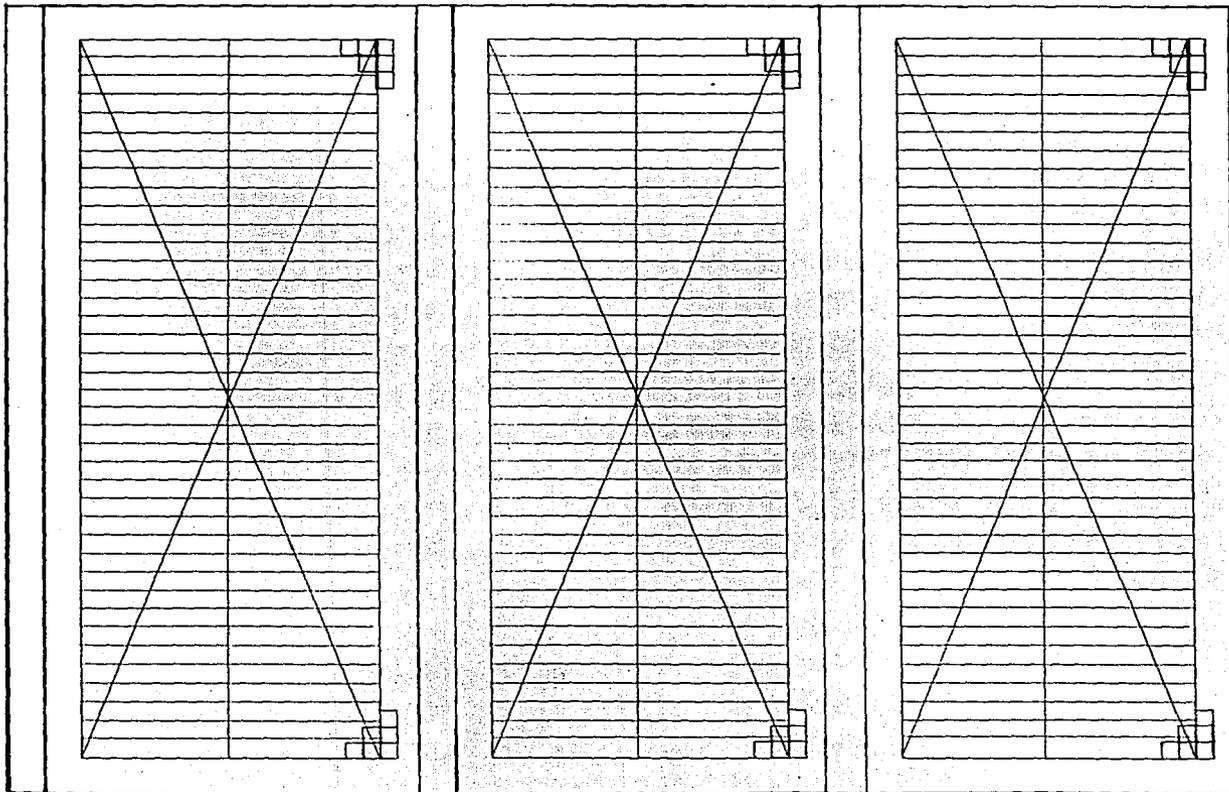
Integración y Superación



Si piensas estudiar una Licenciatura, en Uruapan la Universidad Don Vasco te ofrece carreras como:

Arquitectura •
Diseño Gráfico •
Pedagogía •
Contaduría •
Administración •
Planificación •
Agrupación •
Trabajo Social •
Ingeniería Civil •
Informática •

Reticula



Primera cara



Licenciatura en Pedagogía.

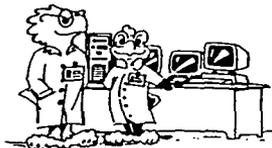
El licenciado en pedagogía se constituye en torno a al problema de la técnica educativa que se propone conducir al sujeto a su pleno desarrollo personal y social. Su labor teórica e investigadora, trasciende a través del maestro. Su importancia es evidente así como su función social, de ella depende principalmente el óptimo desarrollo del individuo, y en consecuencia, su bienestar y contribución al progreso armónico de la sociedad. Organiza y administra centros de enseñanza de diversos niveles; asesora e interviene en el preparación de libros de texto, y diseña programas de educación especial.



Licenciatura en Contaduría.

La contaduría es la disciplina que se encarga de obtener y revisar información financiera. Produce información (Contabilidad) y juzga después sobre la razón de esta (Auditoría).

La contaduría está unida con Finanzas, Administración, y Economía. Otros conjuntos de conocimientos suelen auxiliarte en sus tareas: Matemáticas, Derecho, Computación, y Metodología de la Investigación. Lo fiscal (contribuciones), es una de sus especialidades.



Licenciatura en informática

El licenciado en informática es el que en forma interdisciplinaria recopila, analiza y sistematiza la información en forma veraz y oportuna, con el fin de alcanzar los objetivos organizacionales. Debe tener los conocimientos necesarios sobre las organizaciones como: estructura, operación, necesidades, alcances y objetivos que le permitan evaluar, seleccionar e implantar sistemas computacionales, así como organizar servicios y administrar recursos informáticos. Su campo de acción se encuentra en los sistemas informáticos computacionales de cualquier género tanto del sector público como privado en el área administrativa, científica y técnica.



Universidad Don Vasco
Integración y superación

Para mayores informes:

Entronque Carretera Pátzcuaro # 1100 C.P. 60110
Tel. 4 25 26 y 4 17 22, Uruapan Mich. Apdo. Postal 66



Universidad Don Vasco

Integración y Superación

¡Oye!
¿Terminaste tu
bachillerato?

¿Quieres
estudiar una
carrera?



**Si piensas estudiar una Licenciatura,
en Uruapan la Universidad Don Vasco
te ofrece carreras como:**

Arquitectura •
Diseño Gráfico •
Pedagogía •
Contaduría •
Administración •
Planificación •
Agrupación •
Trabajo Social •
Regeneración •
Informática •

Segunda cara



Licenciatura en Arquitectura

La misión del arquitecto es la organización de la morada del hombre, como su habitación centro de trabajo y reunión, y de la construcción de unidades arquitectónicas. Procurará conjugar la técnica y el arte al disponer espacios adecuados, funcionales y bellos al servicio del hombre y la comunidad en que vive. Contribuye con ello, a la seguridad, educación, trabajo y recreación.

El arquitecto es un profesional que trabaja en equipo. En nuestro tiempo lo auxilian y ayudan los economistas, antropólogos, sociólogos, ingenieros y médicos sanitarios.



Licenciatura en Diseño Gráfico.

Es una actividad profesional propia de nuestro tiempo, considerada como una especialidad dentro de los modernos sistemas de comunicación visual. Las imágenes como medio de comunicación es cada vez más importante por la precisión que se logra con sus mensajes, las cuales se van integrando como una necesidad en el desarrollo de las comunicaciones humanas.

En resumen, el Diseño Gráfico es el "arte de la comunicación a través de las imágenes". Su campo de acción es muy amplio, interviene principalmente en todos los medios de comunicación tanto impresa, como cine y televisión.



Licenciatura en Administración.

Esta profesión se encarga de coordinar eficientemente los recursos humanos, técnicos y económicos de una organización para lograr su efectividad, tomando en cuenta la interrelación del sistema organizacional con su medio ambiente y entre sus partes, en la búsqueda del beneficio social.

Para ello se proporciona al estudiante información relevante sobre el ambiente económico, político y social de las organizaciones, sus funciones, características, recursos humanos y del individuo, considerándolo siempre como persona en un proceso de reflexión profesional y social.



Licenciatura en Planificación para el Desarrollo Agropecuario

El planificador agropecuario analiza los procesos de desarrollo económico, social y técnico del sector rural. Diseña, pone en práctica y evalúa planes y programas que demandan la organización de la producción agropecuaria, las necesidades alimentarias del país, y las condiciones sociales y económicas de la población campesina.

Este profesionista pretende junto con otros incrementar la producción agropecuaria, de acuerdo con las necesidades alimentarias de la población rural, en un contexto de desarrollo económico global el cual define el sector primario de la economía.



Licenciatura en Trabajo Social.

El trabajador social interviene directamente en los grupos sociales que presentan carencias, desorganización, o problemas sociales. Participa en el funcionamiento y organización de instituciones de bienestar social, y se constituye como agente o vínculo de enlace entre los recursos que ofrece la sociedad a nivel público, privado y social, a los grupos sociales que demandan servicios y atenciones.



Licenciatura en Ingeniería Civil.

El ingeniero civil es el profesional capacitado para realizar obras de infraestructura en sus etapas de estudio, planeación, organización, diseño, construcción, operación y mantenimiento. Es capaz de crear presas, redes de conducción de agua, edificios etc., basado en sus conocimientos generales de física, matemáticas, hidráulica, ingeniería de suelos, computación y en su creatividad de acuerdo con la realidad económica, política y social del país.

Carteles

Para este medio de expresión, se diseñaron dos carteles, uno presentando la metamorfosis del escudo hasta llegar a los dos personajes, y otro con las dos mascotas juntas al emblema con sus nombres a un lado.

El primero se elaboró para mostrar el origen de estas dos mascotas, el segundo cumple el objetivo de promocionarlas como propias de la universidad.

Los carteles se diseñaron para cuatro tintas en serigrafía, donde los personajes son los que reciben el mayor colorido para convertirlos en los elementos más llamativos del cartel.

Segundo Cartel





**Integración
y
Superación**
Universidad Don Vasco

Entronque carretera Pátzcuaro # 110 C.P. 60110 Tel. 4 25 26 y 4 17 22 Uruapan Mich.
Apartado Postal 66

Primer Cartel

Artículos promocionales

De la gran variedad de objetos con que se cuentan para aplicarlos en promoción, se escogieron los seis siguientes por ser los más adecuados, tomando en cuenta las actividades que se realizan en la Universidad, tanto cotidianas como especiales, y en uso por ser los que más se pueden utilizar:

- 1.- Libreta
- 2.- Calcomanía
- 3.- Lapicero
- 4.- LLavero
- 5.- Playera
- 6.- Calendario

Todos ellos pensados en dos tintas para offset o serigrafía principalmente, y compartiendo entre sí colores y diseños característicos, que los hacen verse como parte de una misma familia de objetos promocionales.

Libretas:

Las libretas son un artículo escolar por excelencia y que con un diseño agradable y llamativo pueden promover-

se sin dificultad. Ya que siendo de buena calidad y precio razonable serían un buen objeto de compra y ahorrarían la molestia de salir fuera de la escuela a adquirirlas, siendo de esta manera más cómoda su adquisición dentro de la misma universidad.

Técnica de impresión, serigrafía y offset principalmente.



Calcomanías:

Las calcomanías son artículos promocionales muy versátiles, durables y además ofrecen un estupendo soporte publicitario. Por eso, su diseño debe ser llamativo y bien pensado para que luzcan donde quiera que se les adiera.

Se diseñaron en base al uso que más comunmente pueden tener en dos versiones, una para adherirse principalmente en útiles como carpetas o libretas, y otro para pegarse en automóviles o motocicletas, donde el único dato que cambia es el que se refiere a que grupo va dirigida cada calcomanía como Diseño Gráfico, Arquitectura, C.C.H, etc. Para dar una mayor identificación a quién las porte.

Sus medidas son de 11.5 x 7.5 cm. en formato vertical para las primeras y de 14 x 6.5 en formato horizontal las que son para vehículos.



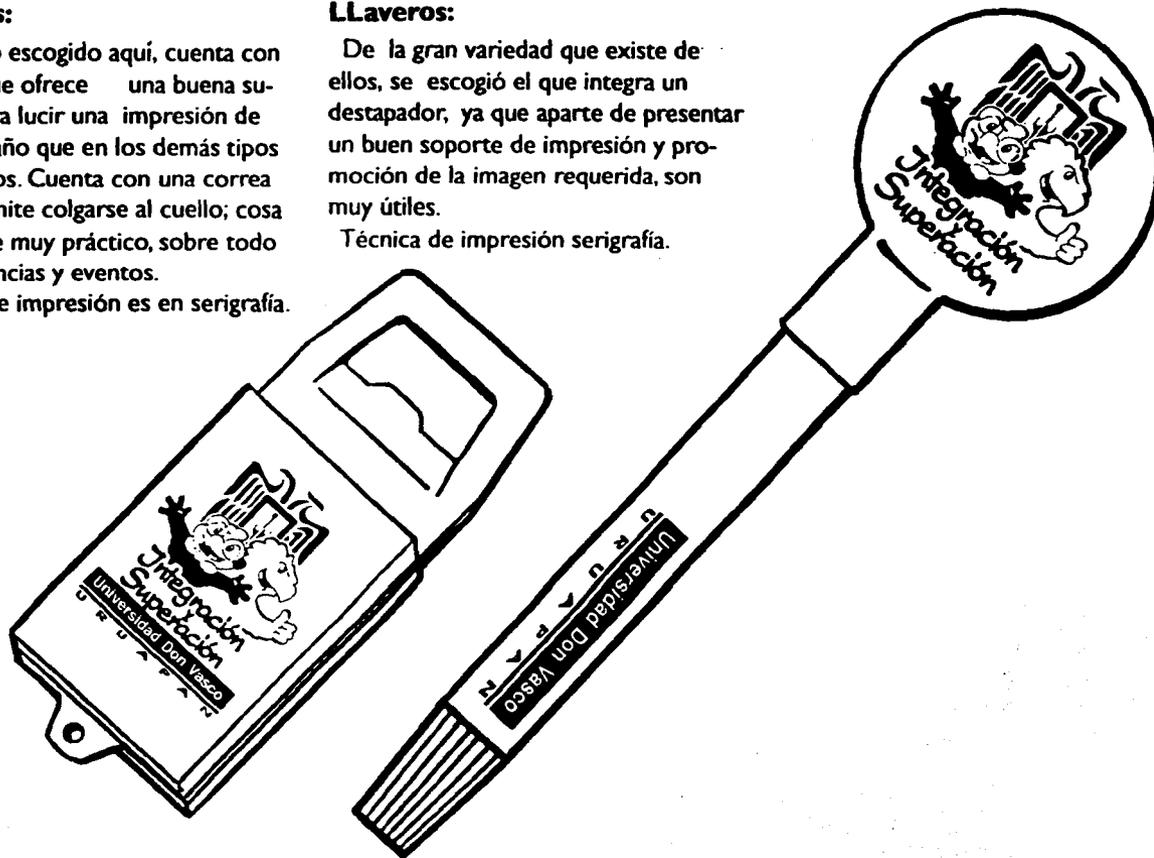
Lapiceros:

El modelo escogido aquí, cuenta con una tapa que ofrece una buena superficie para lucir una impresión de mejor tamaño que en los demás tipos de bolígrafos. Cuenta con una correa que le permite colgarse al cuello; cosa que lo hace muy práctico, sobre todo en conferencias y eventos. Su modo de impresión es en serigrafía.

LLaveros:

De la gran variedad que existe de ellos, se escogió el que integra un destapador, ya que aparte de presentar un buen soporte de impresión y promoción de la imagen requerida, son muy útiles.

Técnica de impresión serigrafía.



Playeras:

Estas prendas son un excelente soporte de gráfico de promoción, donde se las lleva, y gozan de mucha aceptación en el ambiente escolar por ser cómodas y frescas.

En su diseño se utiliza su cara frontal para portar el escudo, y la trasera para ubicar el diseño de las dos mascotas que se integran con el escudo y el nombre de la institución.

La técnica ideal de impresión es la serigrafía.



Calendarios:

En los calendarios que se muestran aquí se utilizaron los de bolsillo ya que con un tamaño credencial de 8.5 x 7.5 cm. se pueden traer en la cartera, carpeta, libreta o bolsa resultando de uso práctico y frecuente. Estos pueden imprimirse en cartón rígido, cartulina y mica plástica, ya siendo en serigrafía u offset.



Otras aplicaciones

Las aplicaciones que en promoción pueden tener estas mascotas son ilimitadas, depende más que nada de la capacidad y creatividad que se tenga al utilizar el increíble número de elementos que se pueden usar para este fin.

A continuación se muestran tres formas más adicionales de aprovechar el enorme campo de acción que pueden abarcar estas dos mascotas promocionales. "Integración y superación", se podrían utilizar por ejemplo, en mantas promocionales de eventos deportivos...

Manta promocional



La universidad Don Vasco te invita al

V gran torneo de basquetbol y voleybol C.C.H

Premios a los mejores equipos
¡Participa!



Este 25 de septiembre en las canchas de la Universidad a partir de las 10 am

¡Hey!

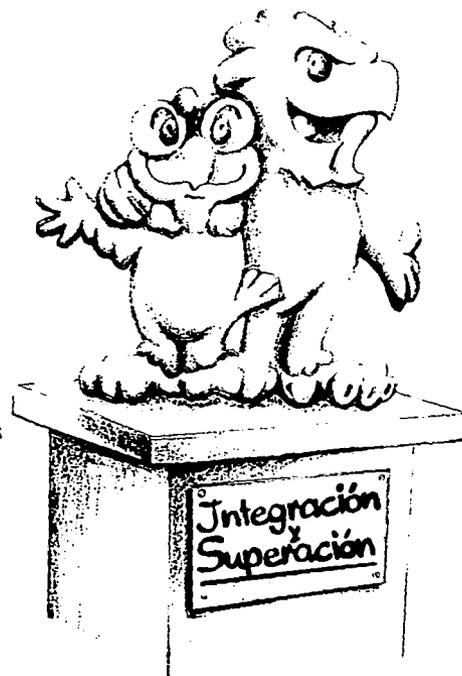
**Por favor no comas
ni tires basura dentro
de los salones.**



Ayuda a mantener limpia tu escuela ¡Gracias!

...recomendaciones o avisos de uso interno como el llamar la atención a los alumnos, en cuanto a la falta de higiene que demuestran comiendo y dejando basura en los salones y talleres de la escuela...

...¡y por que no!. Si se utilizaran en forma definitiva, pasar a formar parte de la arquitectura del lugar.



Aplicaciones incorrectas.

Las mascotas "Integración y Superación", se desarrollaron para dar una mejor imagen de la Universidad hacia el ambiente joven que la caracteriza. Pero hay que tener cuidado con aplicaciones

que puedan perjudicar la imagen de la escuela.

Estos personajes no son para usarse para fines extrauniversitarios, como los eventos o fiestas organizados por los alumnos, donde la intención regular-

mente es recauar fondos para fines de grupo, sino sólo para uso promocional educativo, cultural y deportivo de la Institución.

Aplicación incorrecta en manta promocional



Te invita 8vo sem. de Diseño Gráfico

Este 25 de septiembre

¡Sensacional tabernazo show!

Participa en su nuevo y sensacional
concurso de

TURBOCERVES

Y GANATE N\$ 1000

Ameniza grupo Apple cover N\$15.00

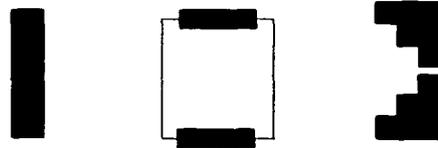
Elementos gráficos

Uso de elementos gráficos complementarios

Los elementos gráficos complementarios que se usaron para dar unidad visual a la campaña promocional fueron principalmente tres, los cuales se deben respetar sin opción a cambios al igual que el diseño de todas las aplicaciones presentadas en el manual.

Los primeros dos se conformaron por franjas o placas negras verticales, así como viñetas escalonadas que se usaron en los anuncios de periódico y folleto para encerrar, dar más fuerza y unidad visual a los mensajes.

El tercero se conformó por una o un par de placas rectangulares en posición horizontal de diferente largo y grosor, rebazadas en los extremos superior e inferior de los diferentes formatos según el caso, como el del cartel y artículos promocionales.



Universidad Don Vasco
Integración y Superación

¡Oye!
¿Terminaste tu bachillerato?

¿Quieres estudiar una carrera?

Si piensas estudiar una Licenciatura, en Uruapan la Universidad Don Vasco te ofrece carreras como:

- Arquitectura
- Diseño Gráfico
- Pedagogía
- Comercio
- Administración
- Planificación
- Agropecuaria
- Trabajo Social
- Ingeniería Civil
- Informática



Sugerencias: Si el diseño y estilo de las campañas posteriores quiere ser cambiado y se requiere de extender o variar aún más las aplicaciones en las mascotas, se deberá contar con el apoyo especializado de un Diseñador Gráfico capacitado y un buen cricaturista, ya sea que cumpla el primero con este requisito o sino de otra persona que domine la disciplina.

Imagen institucional y promocional

La imagen promocional, se desarrolló en base a la imagen institucional, de ahí se tomaron algunos elementos y se anexaron otros, como en el caso de las mascotas para el escudo.

La primera sirve para promover los servicios de la institución tanto interna como externamente, en cambio la segunda está encaminada solamente a servir como distintivo de la Universidad y cumplir con los requerimientos de imagen que engloban el carácter del plantel. Sería erróneo utilizar estos elementos promocionales por ejemplo en la papelería la cual forma parte de las aplicaciones secundarias en la identidad corporativa para la Universidad.

Universidad Don Vasco

Integración y superación

Universidad Don Vasco

U R U A P A N



Universidad Don Vasco

Integración y superación

Conclusión

La caricatura es un medio de expresión el cual goza de un extenso campo de aplicaciones.

Como herramienta promocional, esta puede ser muy efectiva si se trabaja y aplica de una manera adecuada. De no ser así, todas las virtudes que tiene este recurso se convierten en serias deficiencias, puesto que en caricatura si no se trabaja bien el estilo o se imita de otros, esta pierde toda su fuerza, simpatía y efectividad, decayendo en un choteo de mal gusto.

Esta segunda parte, se encargó de presentar una muestra a grandes rasgos de lo que implica el desarrollo de personajes dependiendo de la función que deben de realizar.

En este caso la del campo promocional, donde se abarcaron algunas aplicaciones de acuerdo con las necesidades de la Institución para la cual se desarrollaron.

"Integración y Superación", son dos mascotas que personifican el camino que debe seguir todo ser humano que se desarrolla para bien de si mismo y de su comunidad. Las dos pusieron lo mejor de su parte para cumplir con su cometido, el cual fué contribuir a mejorar la imagen de la Universidad Don Vasco

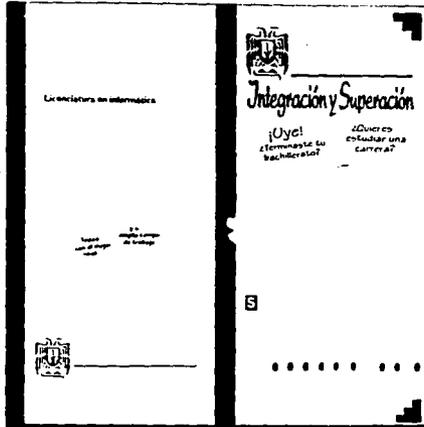
en el aspecto promocional, donde las mascotas y los medios que se pueden utilizar para este fin son ilimitados, dado la gran versatilidad que presenta este medio de expresión, como lo es la caricatura.

Démosles pues un descanso que se lo tienen bien merecido, mientras pensamos en que más nos pueden hechar una mano.



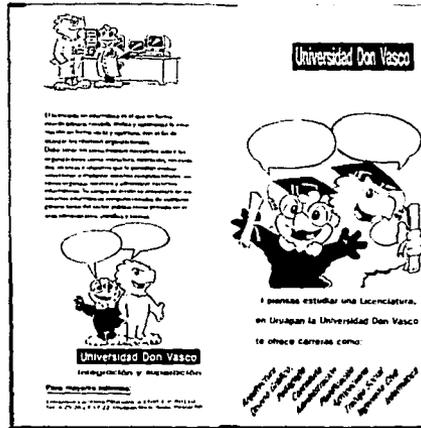
Indicaciones de color

Folleto:

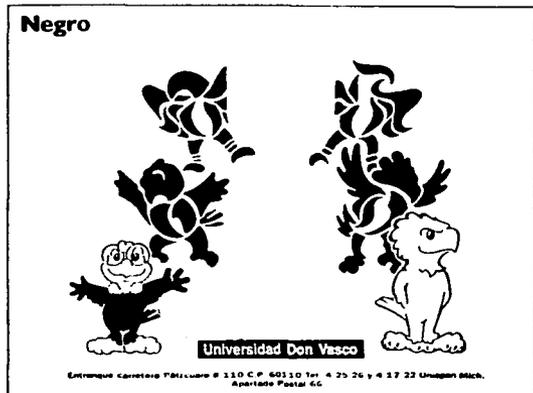
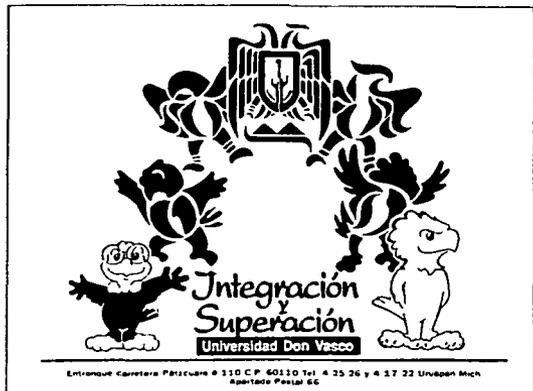


Papel gris claro
Rojo Pantone 1975c

Gris Pantone 432c



Primer cartel:



Selección de color en personajes

Melón Pantone 149c



Amarillo Pantone 109c



Melón Pantone 149c



Rojo Pantone 1795c



Segundo cartel:

**Integración
Superación**

Universidad Don Vasco
URUAPAN

Entronque Carretera Pátzcuaro # 1100 C.P. 60110
Tel. 4 25 26 v-4 17 22, Uruapan Mich. Apdo. Postal 66

Negro

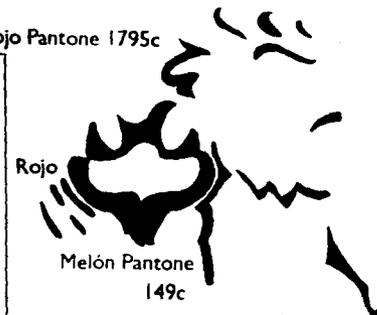
Universidad Don Vasco
URUAPAN

Entronque Carretera Pátzcuaro # 1100 C.P. 60110
Tel. 4 25 26 v-4 17 22, Uruapan Mich. Apdo. Postal 66

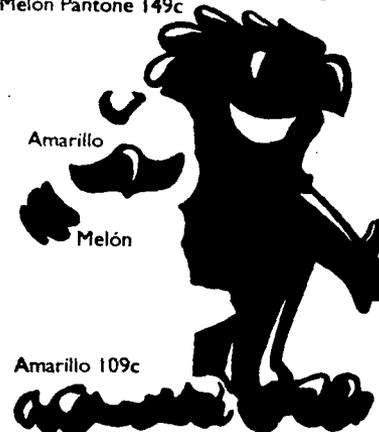
Rojo Pantone 1975c

**Integración
Superación**

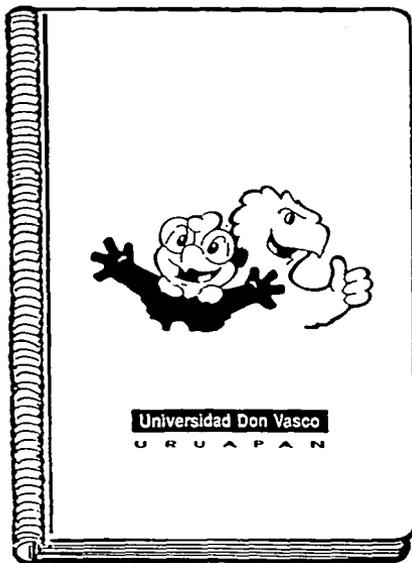
Rojo Pantone 1795c



Melón Pantone 149c



Libreta:



Negro



Rojo Pantone 1795c

Calcomanías:



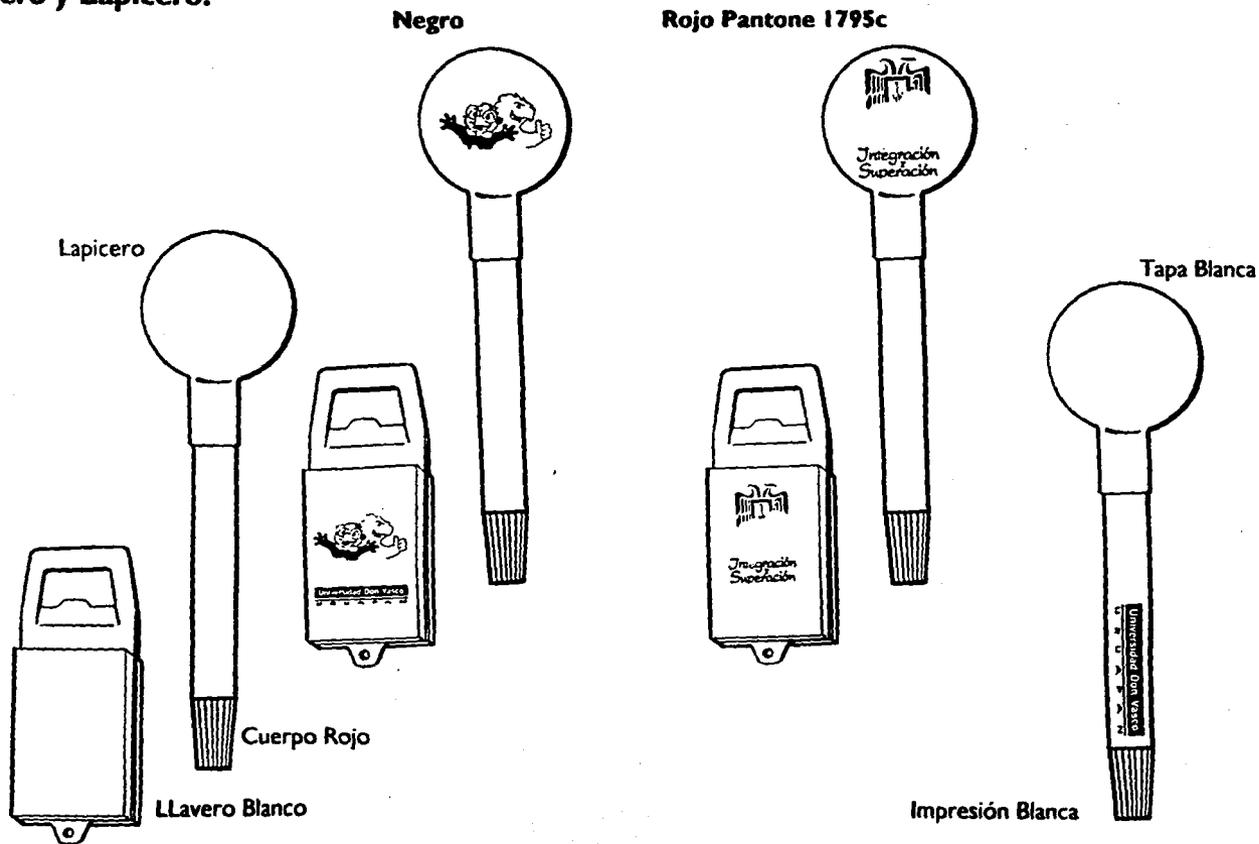
Negro



Rojo Pantone 1795c



LLavero y Lapicero:



Playera:

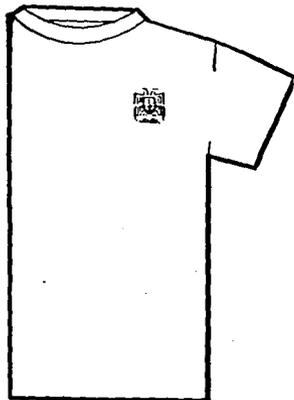
Rojo Pantone 1795c



Soporte Blanco



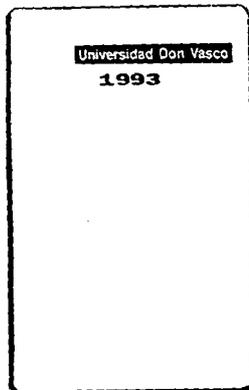
Rojo



Negro



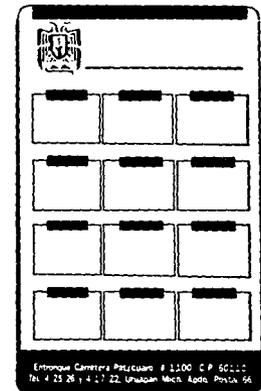
Calendario:



Negro



Rojo Pantone 1795c



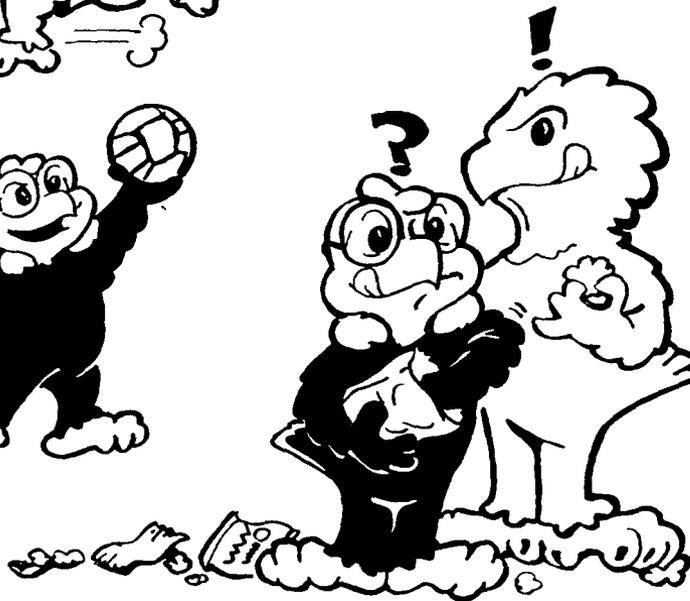
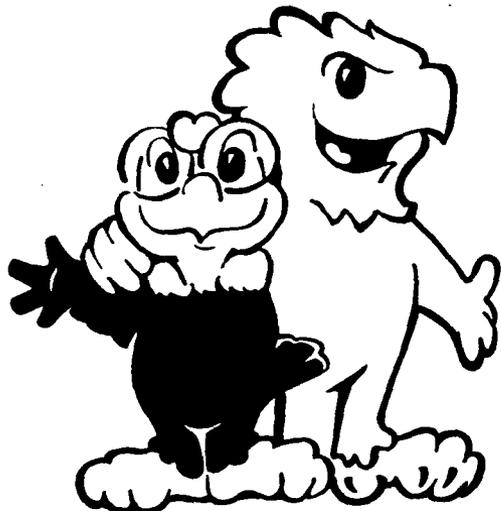
Archivo de imágenes

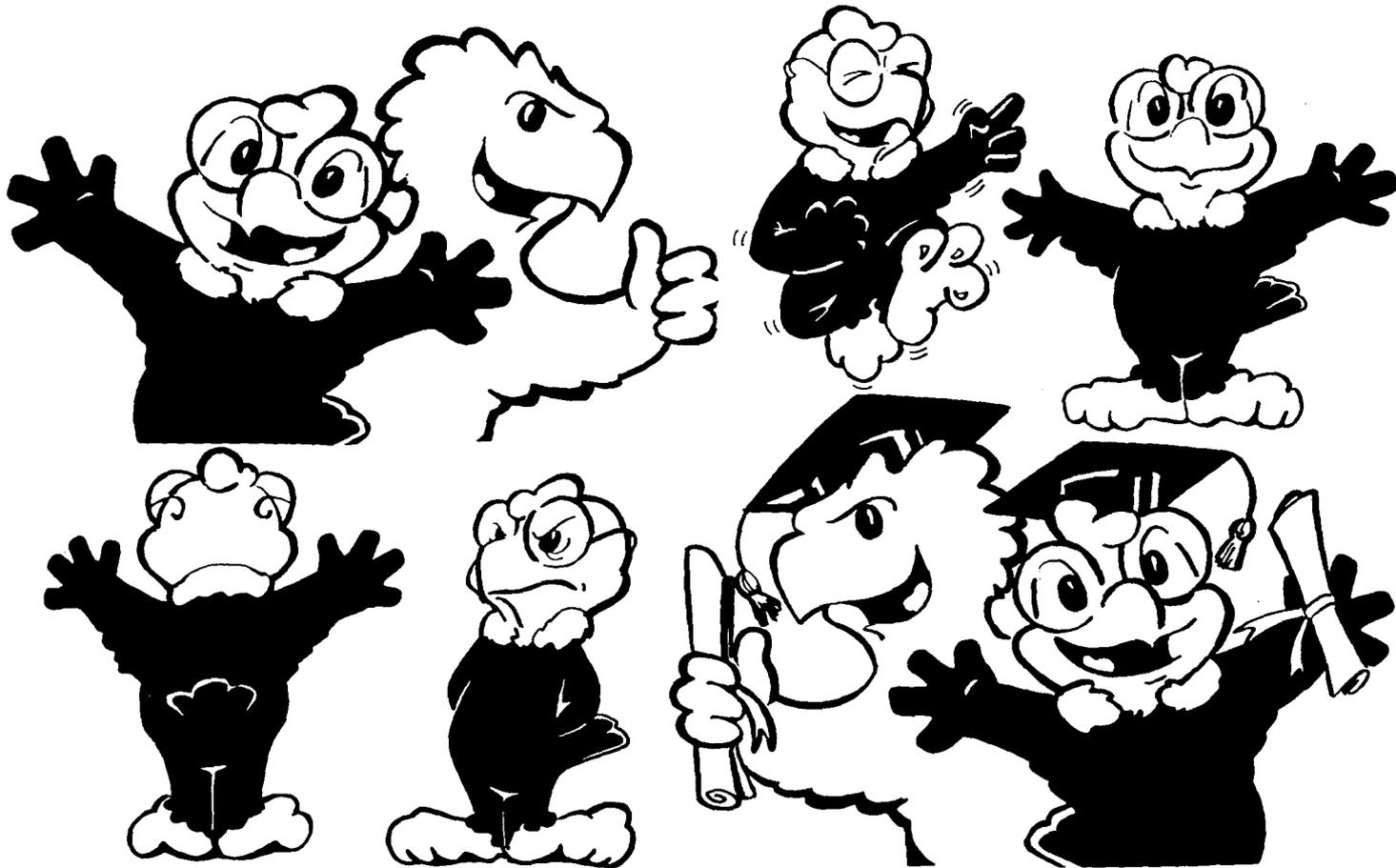
Las imágenes que se incluyen aquí, están disponibles de manera opcional, pudiendo ser recortadas y utilizadas en nuevas aplicaciones, si se quieren elaborar otras ideas donde los dibujos que se utilizaron en el desarrollo de este manual puedan volver a ser útiles.



FIGURAS 

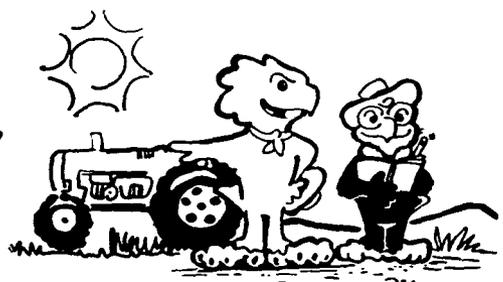
RECORTABLES

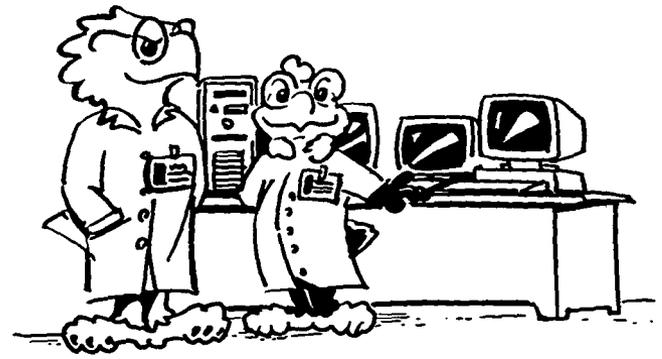
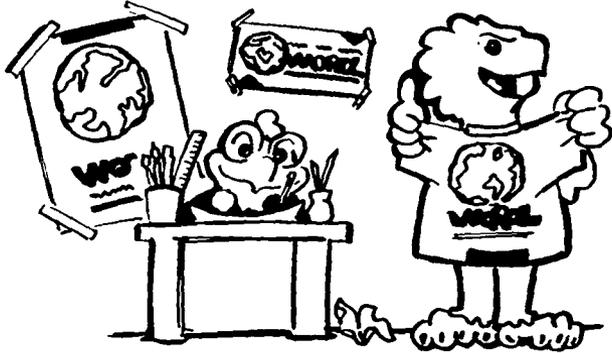












ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Bibliografía:

Manual para el diseño de historietas

Tesis profesional:

Kenneth Luis Treviño Cassilly

U.A.G Guadalajara Jalisco México 1986

Estrategia promocional para la Universidad Don Vasco

Tesis Profesional:

Raul Maldonado Franco

Uruapan Michoacan México 1992

Haga usted mismo su Diseño Gráfico

John Laig

Editorial Blume 1989

Publicidad en medios impresos

Raul Ernesto Beltrán y Cruces

2da edición Editorial Trillas 1989

Historia del Diseño Gráfico

Philips B. Meggs

Editorial Trillas Primera Edición 1992

Arte y Técnica de la Impresión

Fernand de Laborderie y Jean Bisseau

Editorial Acribia Zaragoza (España) 1967

Introducción a la práctica de las Artes Gráficas

Hartley E. Jackson

Editorial Trillas Séptima Impresión 1987

FE DE ERRATAS

Contenido Pag. 5 Capítulo 2

Offset

Offset

Pag. 9 5º Párrafo

Cumplir

Cumplir

Pag. 16 6º Párrafo

Ejercicio

Ejercicio

Pag. 17 4º Párrafo

También

También

Pag. 19 6º Párrafo

a través

através

Pag. 35 1er Párrafo

Serradas

Cerradas

Pag. 42 6º Párrafo

2 0 3

2 6 3

Pag. 38 2º Párrafo

Transeunte

Transeunte

Pag. 47 4º Párrafo Inciso d)

Personajes

Personajes

Pag. 11 2ª Parte

Identificación

Identificación

Pag. 29 2ª Parte 4º Párrafo

Sugerencias

Sugerencias

