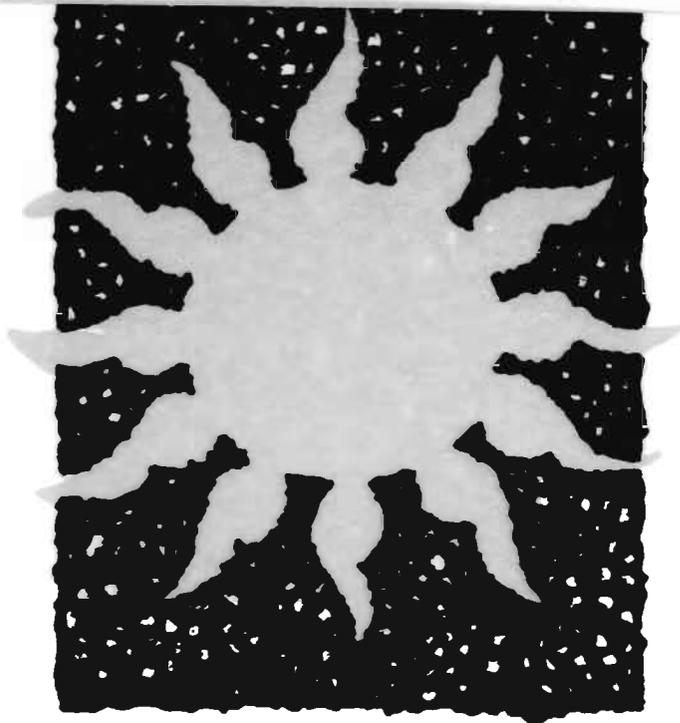


87 2731 2
264



UNIVERSIDAD DON VASCO A.C.
incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México
ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO

*Campana Promocional para los Talleres Culturales
del Instituto Colimense de Cultura*

Tesis Profesional que para obtener
el Título de Licenciado en Diseño Gráfico
presenta:

Erica Alvarez Miranda

Uruapan, Michoacán. Junio de 1997

**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 esta 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.

PAGINACION VARIA

COMPLETA LA INFORMACION

DEDICATORIA

Esta tesis la dedico especialmente a mi familia que ha estado conmigo en todo momento.

A mi tío *ARQ. ANGEL MIRANDA* que ha sido mi principal ejemplo.

A mis padres por su apoyo económico y moral. *JOSÉ ISABEL Y CONCEPCIÓN.*

A mis hermanos *KARLA, CHABELO y CELINA.*

Y en especial a una persona que ya no se encuentra conmigo, pero que está presente en mi corazón. *a ti CHARO †.*

Así como a mis tíos *YOLA Y MIGUEL*, por su gran ayuda y apoyo.

AGRADECIMIENTOS

A *DIOS* por haberme permitido terminar la carrera.

A *toda mi familia* por su apoyo incondicional.

A la pequeña *Sofía* por su cariño.

A mi amiga *Natalia Sánchez* por su amistad incondicional

A *Mary Carmen y su familia* por el apoyo y facilidades para la realización de este trabajo.

A mis amiguitos *Arturo Alvarez, Alejandro Carrillo y Sarai* por su apoyo incondicional.

A mis compañeros *Marco, Rosmy, Lorena y Lulú.*

A mis maestros, por haber compartido sus conocimientos

GRACIAS

INDICE

INDICE

INTRODUCCION 11

CAPITULO I
PROBLEMATICA Y OBJETIVOS 15

CAPITULO II
COLIMA Y SU CULTURA

Ubicación geográfica 19

Un poco de historia 19

La cultura colimense hoy en día 21

Escudo de armas 21

El folklor colimense 24

Fiestas importantes 24

Traje regional 24

Artesanía 24

La arquitectura colimense 26

Educación 28

Gastronomía típica 28

Hombres ilustres 29

El turismo cultural 30

INSTITUTO COLIMENSE DE CULTURA 31

¿ Porqué surge el Instituto Colimense de Cultura ? 32

Historia 33

Edificios y talleres con que cuenta 34

Consejo directivo de la institución 34

Talleres en municipios 35

Importancia que tiene en la difusión de la cultura	37
Convenios con Casas de la Cultura de occidente	37
Actividades y eventos especiales que realiza	40
Tipo de publicidad	42

CAPITULO III

EL DISEÑO GRÁFICO

EL DISEÑO GRÁFICO Y SU FUNCIÓN	
¿ Qué es el Diseño Gráfico ?	45
La función del Diseñador Gráfico	45
Antecedentes del Diseño Gráfico	45
Metodología	50
Composición en el Diseño Gráfico	52
Técnicas de representación	54
LA PUBLICIDAD Y SU IMPORTANCIA	55
¿ Qué es la publicidad ?	55
CAMPAÑA PROMOCIONAL	57
Antecedentes	58
Medios de comunicación impresa	61
Cartel	61
Folleto	64
Revista	65
Volante	66
Correo Directo	68
Anuncio espectacular	68
Medios electrónicos	69
Televisión	69
Radio	69

FORMATOS DE PAPEL	70
Elección del formato y tipo de papel	70
La retícula y su función	71
ACABADOS	72
SISTEMAS DE REPRODUCCIÓN	73
Serigrafía	73
Offset	74
CONCLUSIONES	75
CAPITULO IV	
<i>APORTACIÓN</i>	
PARA INICIAR	79
PROCESO DE DISEÑO	80
Selección de gráficos	81
Gráficos infantiles	85
Diseño del ojo	89
Selección del sol	90
Sol infantil	91
Composición de la Imagen Gráfica	92
Tipografía	95
Matriz Gráfica	95
Selección del Slogan	96
CAMPAÑA PROMOCIONAL	
Bocetos del cartel	97
Opciones tipográficas para la información	99
Color	101

Folleto	104
Anuncio de prensa	109
Volante	110
Spot de Televisión	112
LINEAMIENTOS BÁSICOS DE LA IMAGEN	118
Opciones para la utilización de la Imagen Gráfica	119
ORIGINALES MECANICOS	127
PRESUPUESTOS	128
CONCLUSIONES	130
BIBLIOGRAFÍA	131

INTRODUCCION

A pesar de ser una de las más pequeñas entidades de la República Mexicana, Colima encierra en su territorio lugares hermosos y atractivos. Como capital del estado Colima ofrece a los visitantes: la Catedral de estilo neoclásico, el Palacio de Gobierno, el Teatro Hidalgo y el Museo de Historia, así como una extensa variedad turística y artesanal en sus municipios como son: Comala, Villa de Alvarez, Suchitlán, Cuauhtémoc, Montitlán, Coquimatlán, Ixtlahuacán, Tecomán Armería y Manzanillo.

Cada municipio en particular tiene sus rasgos peculiares, que van desde su cultura, arquitectura, costumbres y tradiciones. Esto generó la creación en 1980 de una institución que unificara y aumentara el acervo cultural de sus habitantes, la cual se denominó "Instituto Colimense de Cultura", cuya finalidad es difundir y fomentar el gusto por las bellas artes en todas sus manifestaciones. Un ejemplo de ello es el festival de otoño que logra conjuntar a todos los municipios participando en todas las actividades como: la danza, el teatro, la pintura y la música.

Por lo tanto es muy importante que una institución con estas características tenga el impulso y difusión necesarias para fomentar la cultura en todas sus expresiones.

En estos acontecimientos socioculturales el diseñador gráfico con sus conocimientos desempeña un papel muy importante, ya que propone estrategias de comunicación por medio de folletos, revistas, carteles, anuncios de prensa, etc., que promueven la identidad cultural.

El objetivo es realizar una Campaña Promocional que permita una integración social mediante todas sus actividades y eventos que realiza, con la finalidad de lograr una mayor atención y asistencia de los habitantes a este lugar.



Capitulo I

Problemática y Objetivos

PROBLEMÁTICA Y OBJETIVOS



Colima a pesar de ser uno de los estados más pequeños de la República se distingue por su extensa gama de piezas prehispánicas, las cuales tienen un valor artístico incalculable donde muestran la gran destreza y riqueza de la cultura colimense notable por su perfecto acabado y conocimiento de la proporción.

Existen restos de piezas arqueológicas en tumbas y pirámides que manifiestan todo lo anterior, así como la gran devoción y respeto que tenían nuestros antepasados por la naturaleza y en especial por los perros ya que para ellos simbolizan la lealtad y la protección. Colima es uno de los estados que cuentan con un sin fin de estas piezas para un estado como el mencionado es importante que su población se interese por conocer su cultura, puesto que es la base de su identidad, por ello organismos como el IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social) y la Escuela de Artes de la Universidad de Colima trataron de cooperar en este aspecto, pero realmente no tuvieron la aceptación que se requería para poder seguir realizando actividades culturales continuamente, puesto que se tenía que pagar una cuota a veces muy elevada.





Observando este problema un grupo de intelectuales colimenses tuvieron la inquietud de crear un espacio especial para el arte y la cultura en todo el estado de Colima, con el respaldo del entonces gobernador de Colima, Lic. Noriega.

Es así que nace el INSTITUTO COLIMENSE DE CULTURA, cuyo principal objetivo es el tratar de unificar y aumentar el acervo cultural de todo el estado, ofreciendo una gran variedad de actividades para todo tipo de público que van desde niños hasta personas adultas y sobre todo a precios muy módicos.

Tomando en cuenta el objetivo que pretende esta institución es necesario que cuente con todos los medios publicitarios para hacerse llegar a toda la población en general, para que conozcan las actividades que llevan a cabo tanto en talleres permanentes como eventos especiales.

Es por esto que el objetivo principal de este trabajo, es el de realizar una campaña promocional para este organismo, que por medio de folletos, carteles, revistas, anuncios de prensa, etc., logre una unificación cultural de la población colimense y sus alrededores.





Capítulo II

Colima y su cultura

COLIMA Y SU CULTURA

UBICACION GEOGRAFICA

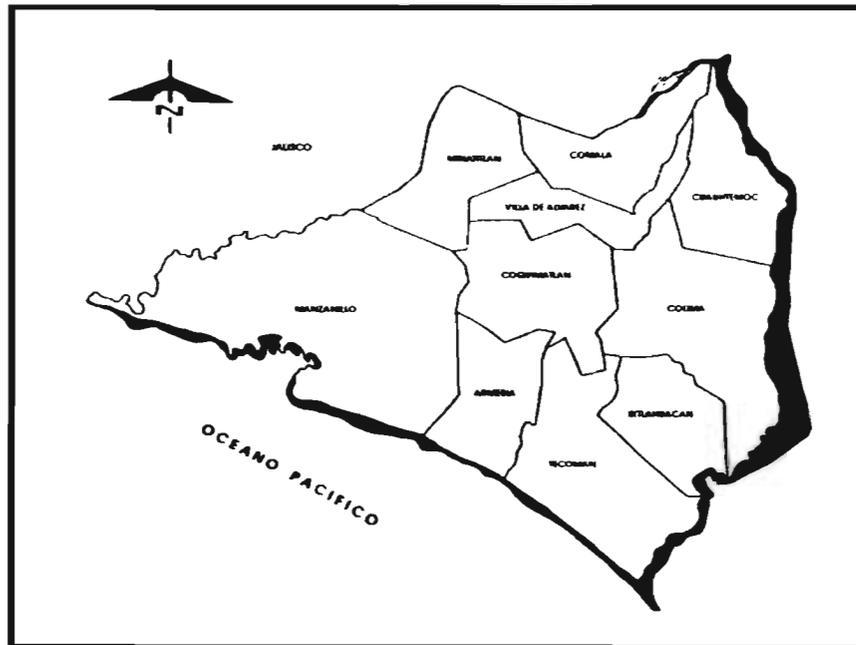
Se encuentra localizado en la parte media de la costa sur del océano pacífico, limita al norte, este y oeste con el estado de Jalisco, al sureste con Michoacán; su superficie territorial es de 5.455 km²

Es uno de los estados más pequeños de la república mexicana, representa 0.3% de la superficie nacional. Además cuenta con un archipiélago "El Revillagigedo" formado por las islas Socorro, Roca Partida, Benedicto y Clarión contando con una superficie de 167 km², el archipiélago fue cedido a Colima, en 1861 por el Presidente Benito Juárez.

UN POCO DE HISTORIA

El antiguo reino Colliman en su origen fue fundada por una Tribu de Aztecas, que emigraron del norte de Aztlán, y que a su paso por la región occidente decidieron establecerse en el dominio del Dios Fuego (El Volcán), lo que hoy en día es Tecoman.

A principios del S. XVI los purepechas fortalecidos por su victoria ante el ejército de Moctezuma intentan



dominar el territorio de los Tecos, el cual comprendía los siguientes lugares: Cuyula, Tziatlali, Tuxpan, Tamazula, Zapotitlan, Autlan y Chimalhuacan.

Sin embargo "Hueytlatonani, Collimotl que era uno de los guerreros más valientes del reino Colliman -organiza

su ejército (los Tecos) y enfrentan a los invasores, esta fue llamada "Guerra del Salitre", saliendo triunfantes, a su victoria decidieron emprender nuevas conquistas en Amula, Sayula y Zapotlan, logrando que el reino de Colliman se convirtiera en un grupo predominante.



Posteriormente de la toma de Tonochtilan y de haber subordinado a los purepechas, los Tecos sufren dos derrotas importantes en las cuales pierden varios territorios, quedando solo con lo que hoy en día es el estado de Colima

Un personaje que ejerció gran influencia sobre todos sus súbditos y aliados, fue el Rey Coliman (Hueytlatoani Collimotl) quien en virtud de su honestidad y rectitud llegó a ser el máximo gobernante del imperio de los Tecos.

En la época de la conquista, Hernan Cortés envía a el capitán Gonzalo de Sandoval para que se apropiara del imperio Teco, enfrentandose en el paso del Alima y en el Palenque de Tecoman. Al consumarse la conquista, Gonzalo de Sandoval fundó en Caxitlan la Villa de Colima o Santiago de los Caballeros, el 25 de julio de 1523, estableciendo así el primer ayuntamiento de occidente de la nueva España.

Sin embargo la insalubridad imperante determinó que la Villa fuera trasladada más tarde al lugar que hoy ocupa la ciudad de Colima, el día 20 de enero de 1527.



Collimotl, Rey de Colima

En 1524 llegó a Colima Don Francisco Cortés de San Buenaventura con el nombramiento de Alcalde Mayor de la nueva Villa, de esta manera se inicia la época colonial en Colima, que con el tiempo aumentaría sus dimensiones gracias al sometimiento de los pueblos de la Costa Norte y durante la cual cobraron gran importancia para la navegación, ya que en 1533 Don Hernando de Grijalva descubrió el Archipiélago de Revillagigedo.

Durante la época de la independencia la ciudad de Colima fue tomada por los insurgentes a finales de 1810 sin encontrar resistencia y fue recuperada por los realistas en 1811. A la caída de Iturbide las autoridades crearon el estado libre y soberano de Jalisco el 21 de junio de 1823, que comprendía 28 partidos entre ellos Colima, sin embargo el ayuntamiento de la Villa acordó segregarse de Jalisco.

El 30 de diciembre de 1836, se creó una ley donde se incorporaba a Colima al departamento de Michoacán, en 1846 políticamente volvió a ser territorio de la federación, y más tarde reducido a las dimensiones actuales.

**LA CULTURA COLIMENSE
HOY EN DIA**

La palabra Colima proviene de "Collimatl", que en nahuatl significa "Lugar conquistado por nuestros abuelos" ó "Lugar donde domina el Dios Viejo", refiriéndose al volcán de fuego.

A pesar de ser una de las más pequeñas entidades de la república mexicana encierra en sus límites un sin fin de atractivos turísticos y culturales, para sus visitantes, la cultura prehispánica forma parte importante de las raíces de este pueblo, ya que nos dejaron grandes legados que así lo demuestran sus tradiciones, costumbres y arte. Una prueba de ellos son las figuras en barro notables por su perfecto acabado y conocimiento de la proporción.

ESCUDO DE ARMAS

En la parte media se encuentra un jeroglífico de un brazo precolombino con bordadura de color oro, con lambrines de obelisco que rematan en las esquinas con unos caracoles que simbolizan el poder de la raza prehispánica en el vigor de la tierra.





Colima es un estado que se caracteriza por su sólida cultura popular, que se ve reflejada en las diferentes manifestaciones artísticas de sus habitantes.

Una de las más importantes es el ritual a las ruinas del Chanal, donde se unifican diversos grupos de danza y música prehispánica, que rinden homenaje al Dios del fuego (El Volcán) así como a nuestros antepasados.

La música precolombina forma parte muy importante de este evento, porque los instrumentos que se tocan son los que se utilizaban originalmente, como son: bolsas con semillas, troncos de diferentes grosores, maracas de costalilla, tambores de piel y el árbol de lluvia, el grupo más importante de este género es el llamado "Colimotzi".

Otra tradición que últimamente ha ido creciendo es el "Día de Muertos", el cual es una oportunidad de ofrecer culto a las personas que ya no están con nosotros, una prueba de ello es que en 1995 es el primer año que se lleva a cabo una exposición de altares en el Jardín Torres Quintero, con gran asistencia e interés por parte de la población.



Ritual de Fiestas Prehispánicas



Mural que se encuentra en el Museo de Occidente



EL FOLKLORE COLIMENSE

En el folklore de Colima se mezclan muchas costumbres prehispánicas con las que trajo el viejo mundo. ó los conquistadores el Baile Típico es el "Son" un zapateado que ejecuta una pareja de hombre y mujer acompañada por el tradicional mariachi. La Chirima es música autóctona producida por dos personas donde se toca la flauta o una pequeña corneta de madera y un tambor alargado.

Estos toscos instrumentos primitivos se usan todavía para animar a la gente en las fiestas de toros.

FIESTAS IMPORTANTES

Entre los festejos más sobresalientes, se encuentran la tradicional Feria Regional de los Santos, se le llama así porque inicia el 1 de noviembre, cuenta con una gran diversidad de muestras en gastronomía, ganadería, turismo, cultura y recreación.

La fiesta a nuestra señora de Guadalupe del 1 al 12 de diciembre es una de las más representativas y alegres, así como la de San Santiago, San Felipe y la del Señor del Rancho de Villa.



EL TRAJE REGIONAL.

En honor a la Virgen de Guadalupe, visten un traje bordado a mano en punto de cruz rojo, sobre el pecho, la imagen de la Virgen con terminados en figuras de estrellas y rosales alrededor de toda la falda y la sabanilla

ARTESANIAS

Como legado de la época precolumbina, los indígenas de Istlahuacan elaboran hamacas con fibra de hacapan, los de Suchitlán y Juluapan producen los equipales de Bejuco, canas-tas de otate, sombreros de palma y hojas de maíz etc.





Sombrero Típico de Palma y hojas de Maíz

Pero tal vez la artesanía más destacada y que en los últimos años se ha venido convirtiendo en una importante industria local, es la fabricación de muebles de piel y madera (equipales) donde hacen desde muebles miniatura para casas de muñecas hasta mobiliarios completos para casas residenciales, con detalles exquisitos de tallado y pintura repujada, con diseños de Alejandro Rangel Hidalgo



Detalle de Equipales de Comala



LA ARQUITECTURA COLIMENSE

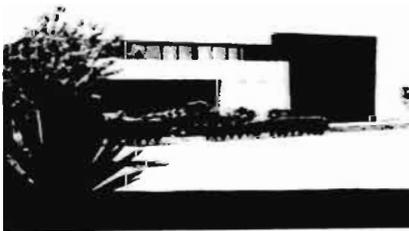
Va desde lo colonial provinciano como Villa de Alvarez, Comala y Cuauhtémoc, hasta lo funcional y moderno en algunos edificios y puertos.



Iglesia de San Francisco



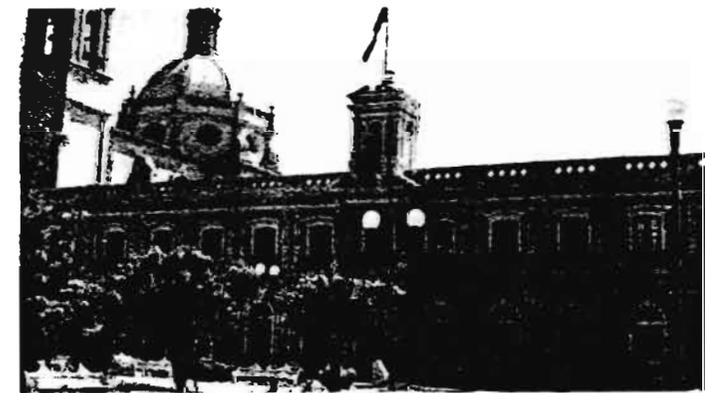
Entre los atractivos arquitectónicos más importantes podemos mencionar la Catedral estilo neoclásico en cantera rosa. El Palacio de Gobierno con los magníficos murales del pintor colimense Jorge Chávez Carrillo, que ilustran temas históricos relativos a la conquista y la guerra de independencia. El Teatro Hidalgo que data del S. XIX, el Templo de San Francisco fundado en 1554. La Iglesia de San Felipe la cual fue habitada por el Cura Hidalgo; la Casa de la Cultura con su biblioteca, salas de exposiciones, auditorio y talleres de diversas actividades artísticas. El Museo de las Culturas de occidente con piezas precolombinas originales, así como el Museo de Arte Cultura e Historia y las pirámides el Charal, entre otros atractivos.



Sala de Exposiciones en la Casa de la Cultura



Andador Constituyente



Palacio Municipal



EDUCACION

Colima ofrece para la enseñanza de nivel medio superior 24 preparatorias así como cuatro centros educativos de nivel técnico.

A nivel superior cuenta con una universidad, tres institutos: Instituto Tecnológico Regional de Colima (ITRS), Instituto Tecnológico de Monterrey Unidad Colima (ITM-UC) y el Instituto Autónomo de Tecoman (ITT). Y una Normal de maestros. La Universidad Autónoma de Colima (UAC), cuenta con veinte escuelas que ofrece cuarenta carreras a nivel licenciatura, a nivel postgrado, cuenta con facultades en donde se imparten nuevas maestrías.

El Instituto Tecnológico Regional de Colima ofrece actualmente seis carreras profesionales.

GASTRONOMIA TIPICA

La cocina tradicional colimense destaca por su magnífica variedad de platillos espléndidamente condimentados.

Entre los que están el tatemado, chilayo, menudo y la cuachala (prepa-



Plaza del Centenario de la Universidad de Colima

rado a base de carne de cerdo, res y pollo, los sopitos picados, pozole blanco y enchiladas dulces.

La gastronomía del mar podemos encontrarla en toda la costa con la exquisita sopa de mariscos, pescado, jaibas, chacales, pulpo y pez vela

Acompañadas por las refrescantes bebidas colimotas, tales como la tuba, el tejuño, el bate y el ponche y de postre los deliciosos dulces regionales como el Alfajor de coco, piña, cocada, pellizcos de tamarindo y borrachitos



HOMBRES HUSTRES

Colima ha sido cuna de grandes hombres que con su sabiduría han ayudado a enriquecer su cultura, entre los que se encuentran el maestro colmense Torres Quintero que crea un gran avance educativo con su famoso método fonético onomatopéyico para la niñez, el



artista nativo Alejandro Rangel Hidalgo quien crea todo un estilo de su arte, con gran estética y conocimiento del color, en cuadros y diseño de muebles tallados (equipales), y flores con formas muy exóticas, gracias a él se internacionalizó la Casa de las Artesanías de la ciudad de Comala.

El pintor, muralista y escritor Jorge Chavez Carrillo, quien en su

pintura plasma el sentir de su pueblo, como se ve en el mural que pinto en el Palacio de Gobierno, además tiene varios libros de historia de Colima.

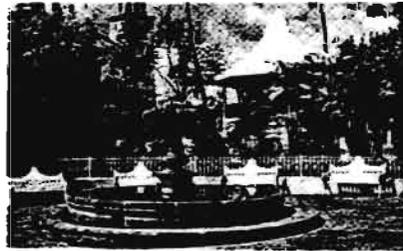
Otro personaje importante fue el pintor "Alfonso Michel" quien viene a revolucionar el arte mexicano del s. XX, con sus famosas pinturas de mujeres costeñas, hombres de piel morena y las vivencias del pueblo en que vivió.



EL TURISMO CULTURAL.

El estado en general es considerado como un lugar 100% recreativo, debido a sus conocidas playas pero sin embargo no por esto deja de ser igual de rico en cultura y tradiciones. El turismo está consciente del ello y muestran gran interés por todas las actividades que ofrecen El Fondo Cultural del Estado, en festivales folklóricos en bailes autóctonos, y exposiciones de artesanías hechas por manos mágicas colimenses en madera, coral, conchas, ixtle, y otate entre otras.

Por tal razón en la temporada de vacaciones, todos los municipios se visten de gala, mostrando lo mejor de ellos, ya que el turismo forma parte importante de la economía colimense.



Villa de Alvarez



Hacienda San Antonio



Comala

INSTITUTO COLIMENSE DE CULTURA



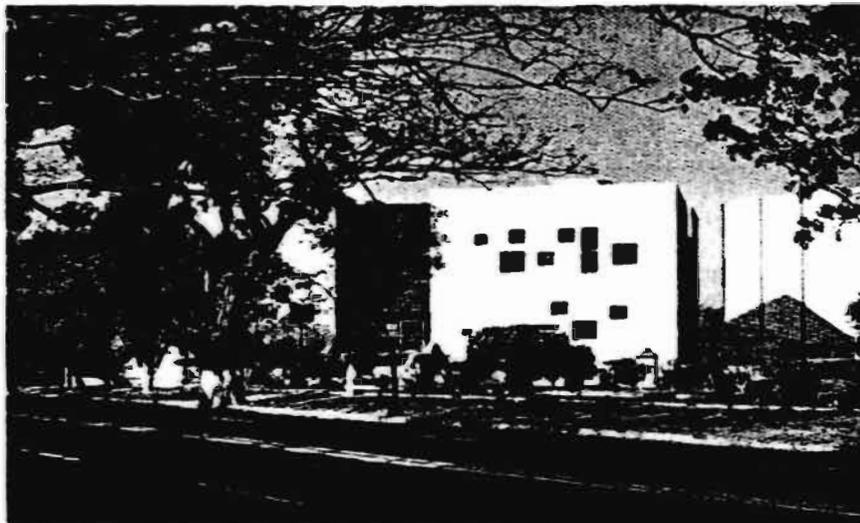
El Instituto Colimense de Cultura se encuentra ubicado en la calzada Galvan Esquina con Av de los Insurgentes

Los terrenos que ahora pertenecen a esta institución, anteriormente eran propiedad comunitaria respaldados por el Gobierno del Estado y estaban destinados para la tradicional Feria Regional de Colima

Se llega a un acuerdo entre el gobierno estatal y municipal para que dichos terrenos sean donados para la construcción de la Casa de la Cultura de Colima, con la requisición de reubicar la feria en otro lugar

Siendo Gobernador el Lic. Arturo Noriega, convoca a un concurso a nivel nacional para la realización de esta obra, resultando triunfadores los arquitectos Alberto Yarza y Xavier Yarto, quienes fueron encargados de la iniciación del proyecto en el año de 1977, y fue entregada el día 6 de noviembre de 1980

La inauguración estuvo a cargo del Presidente de la República "Lic. José López Portillo" y la entonces Gobernadora del Estado "Lic. Griselda Alvarez", el día 9 de noviembre de 1980



Al principio solo contaba con una biblioteca, sala de exposiciones, auditorio, cafetería y algunos talleres, posteriormente se fueron abriendo nuevos talleres ya que fue creciendo la demanda

Para el inicio de las actividades se trajeron maestros del estado de Morelos, ya que en este estado se tenían muy buenos contactos, y en especial con la Maestra Hermelinda Bejarano que era

muy amiga del Gobernador, además contaba con una trayectoria en el área de las artes y la cultura, por ello se creyó que era muy bueno contar con un elemento como ella para una institución que apenas iniciaba

Y no se equivocaron, porque gracias a su empeño y dedicación se abrieron nuevos horizontes culturales para todo el estado de Colima y zonas aledañas



¿PORQUE SURGE EL INSTITUTO COLIMENSE DE CULTURA?

Surge con el firme propósito de romper con la inercia cultural que estaba viviendo todo el estado, puesto que sólo existía la escuela de artes y el taller de I M S S. los cuales ofrecían eventualmente actividades artísticas pero no lo suficientemente atrayentes para todo el público colimense, porque sólo contaban con un taller de danza y teatro en la ciudad de Colima, quedando ándos de estas actividades los demás municipios que integran todo el estado.

Por tal razón observando esta problema, como principal objetivo de la Casa de la Cultura esta el de crear programas de creación artística y cultural en toda la región, impartiendo clases en cada municipio, así como llevando eventos de calidad, con la finalidad de lograr un estado con gran sensibilidad y expresión cultural.



HISTORIA

En noviembre de 1991, toma posesión como Director el Lic. Luis Ignacio Villagarcía, quien se enfrenta con un grave problema al iniciar su dirección, ya que la Casa de la Cultura anteriormente no había tenido la

expansión suficiente, no se contaba con ningún contacto con otras instituciones culturales, por consiguiente el Gobierno Estatal, observando su poco crecimiento y apatía decide recortar el presupuesto para este lugar.

A primera instancia el Director creyó necesario entrar al circuito



artístico y cultural de occidente, no resultaba sencillo, ya que se necesitaba tener recursos económicos para poder hechar a andar este lugar, y era muy difícil concretar apoyo financiero por parte del estado.

Este reto era mayor en la medida que Colima era una entidad que anteriormente no contaba con la presencia cultural que tenían otros estados, incluso igual de pequeños como Querétaro y Aguascalientes. Sin embargo se tuvo siempre la iniciativa de ir superando poco a poco los problemas que surgieran al paso, fue así que todos los esfuerzos rindieron frutos, logrando el reconocimiento y apoyo para el instituto por parte del gobierno, en todos los proyectos artísticos y culturales.

Entre los logros más relevantes, están que Colima es una de las pocas entidades que participa prácticamente en todos los programas de cultura del Gobierno Federal, esto se llevó a cabo por medio de 14 convenios generales y específicos, firmados por dependencias oficiales y culturales, donde se estipula la continuidad de los programas en todos los estados que integran el circuito de occidente.



**EDIFICIOS Y TALLERES
CON QUE CUENTA**

*Talleres en el Edificio
"Alejandro Rangel Hidalgo":*

Taller de Artes

- Violín
- Viola
- Violonchelo
- Taller de Cámara
- Infantil
- Taller Infantil de Violines
- Piano
- Marimba

- Guitarra Popular
 - Danza Moderna
 - Danza Clásica
 - Dibujo y Pintura
 - Grabado
 - Dibujo
- Taller Infantil*
- Teatro
 - Creación Infantil
 - Dirección Artística
 - Coreografía
 - Expresión Corporal
 - Orquesta Sinfónica de ICC
 - Fotografía

**CONSEJO DIRECTIVO DE LA
INSTITUCION**

En la actualidad esta integrado de la siguiente manera:

- 1) Director
- 2) Director Técnico
- 3) Director Administrativo
- 4) Director de Promoción
- 5) Directora de la Biblioteca

"Rafaela Suárez" y Red Estatal de Bibliotecas

6) Director de la Casa de Cultura "Alfonso Michel".

**Edificio de la Biblioteca Central
"Profra. Rafaela Suárez":**

- Computación Infantil
- Video Club Infantil
- Corrección de Cuento
- Literatura Infantil.

El Vagón de la Ciencia Infantil

Este espacio fue hecho hace apenas un año, con apoyo del CONAC, y ferrocarriles Nacionales y el DIF Estatal. Aquí se muestra claramente el manejo de las computadoras y su utilidad hoy en día, tiene instalada una red estatal de librerías del Fondo Económico para la Cultura.





TALLERES EN MUNICIPIOS

Queseria:

- Pirograbado
- Actuacion

Tecoman:

- Joyeria
- Pintura
- Actuacion

Cuauhtémoc:

- Actuación
- Dibujo y pintura jóvenes y adultos

- Dibujo infantil
- Danza Folklórica

Villa de Alvarez:

- Dibujo y Pintura
- Música



**El Edificio de Exposiciones
"Alfonso Michel"**

Aqui se encuentran tres galerias de exposiciones, una de ellas es permanente, la del pintor Alfonso Michel. En las otras dos se exhiben cuadros de artistas que son ganadores de los concursos que constantemente realiza el I.C.C. con ayuda del Gobierno Federa, Municipal y la Universidad, esto es con la finalidad de alentar a los

creadores plásticos de Colima y la region por ello se instituyo la Bienal de la Pintura de Occidente "Alfonso Michel" que conto con una participacion de 138 pintores con mas de 200 obras

Ademas se cuenta con una biblioteca que fue hecha con la donación de material literario del Prof "Gregorio Torres Quintero", especialista en historia de Colima, fue inaugurada por



la hija adoptiva de Torres Quintero, va que el antes de su muerte decidió que todo su material fuera exhibido en este lugar, así como también existe el auditorio donde se presentan obras de teatro y festivales artísticos y a la vez sirve de cine cuando se llevan a cabo los ciclos cinematográficos.

Ahí se encuentra una sala especialmente diseñada para exposiciones extranjeras y artistas consagrados.

El Museo de las Culturas de Occidente "María Ahumada"

Ella era una coleccionista de figuras arqueológicas, que decide que a su muerte, sus piezas fueran patrimonio del estado.

Las figuras que ahí se encuentran son auténticas un 50%, haciendo un total de 2,493 piezas originales.

Se solicitó al Gobierno Federal la ayuda del museógrafo Mario Vázquez para la realización de un guion

museográfico para este lugar, dándole vida y conservar las culturas prehispánicas de Colima.

La biblioteca central "Rafaela Suárez" en su interior se instaló un módulo de computación infantil, además se cuenta con más de 500 títulos en video, y una gran variedad de libros principalmente para secundaria, primaria y bachillerato, con préstamo gratuito.





**IMPORTANCIA QUE TIENE EN LA
DIFUSION DE LA CULTURA
EN EL ESTADO**

Se han logrado avances considerables en la propagación cultural a nivel estado. Puesto que se consolidaron y fortalecieron programas de descentralización cultural hacia municipios, con la integración de fondos por parte del I.C.C., creando nuevos grupos artísticos y apoyando a los ya consolidados o en vías de hacerlo, sustentando el proyecto de Historia General de Colima, con la apertura de más bibliotecas y salas de lectura en toda la entidad, la creación de nuevos talleres de arte y artesanías, de acuerdo a las necesidades de cada municipio, así como presentando espectáculos de reconocida calidad, accesibles para todo el público. En caso de que el municipio no cuente con los fondos necesarios para costear obras de un valor muy elevado el Instituto Colimense de Cultura, aporta la mitad del costo con la finalidad de no alterar el precio de la entrada y pueda asistir más gente; además continuamente apoya festivales culturales en la capital del estado y los municipios cercanos a éste.



**CONVENIOS CON CASAS DE LA
CULTURA DE OCCIDENTE**

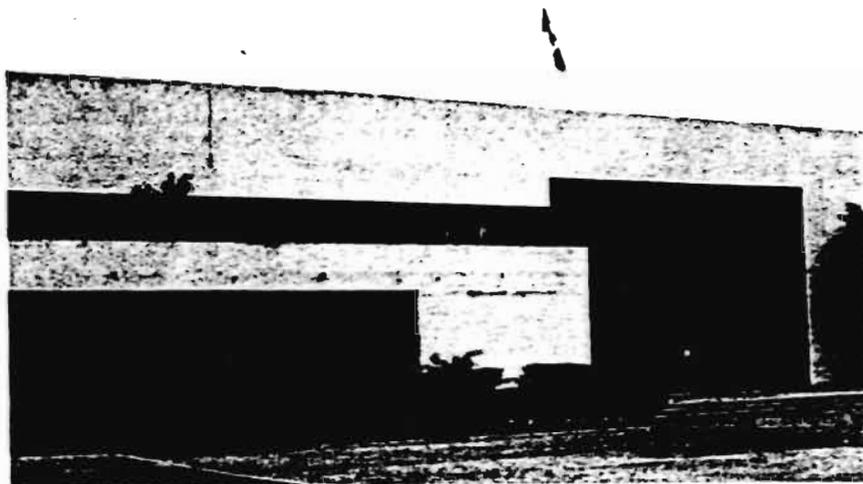
Con el fin de fomentar el intercambio artístico, cultural y artesanal en la región occidente a la que pertenecen varios estados, como son: Colima, Jalisco, Michoacán, Nayarit, México, Guanajuato, Aguascalientes, Zacatecas, Querétaro y San Luis Potosí.

Existen características entre todos estos estados de unificación, ya que hay convenios para el manejo de eventos y exposiciones, donde cada estado tiene la obligación de estar en constante intercambio artístico con todos los estados, así como para las exposiciones se tiene que mandar novedades por parte de cada estado y se van rifando a que estado le toca primero.

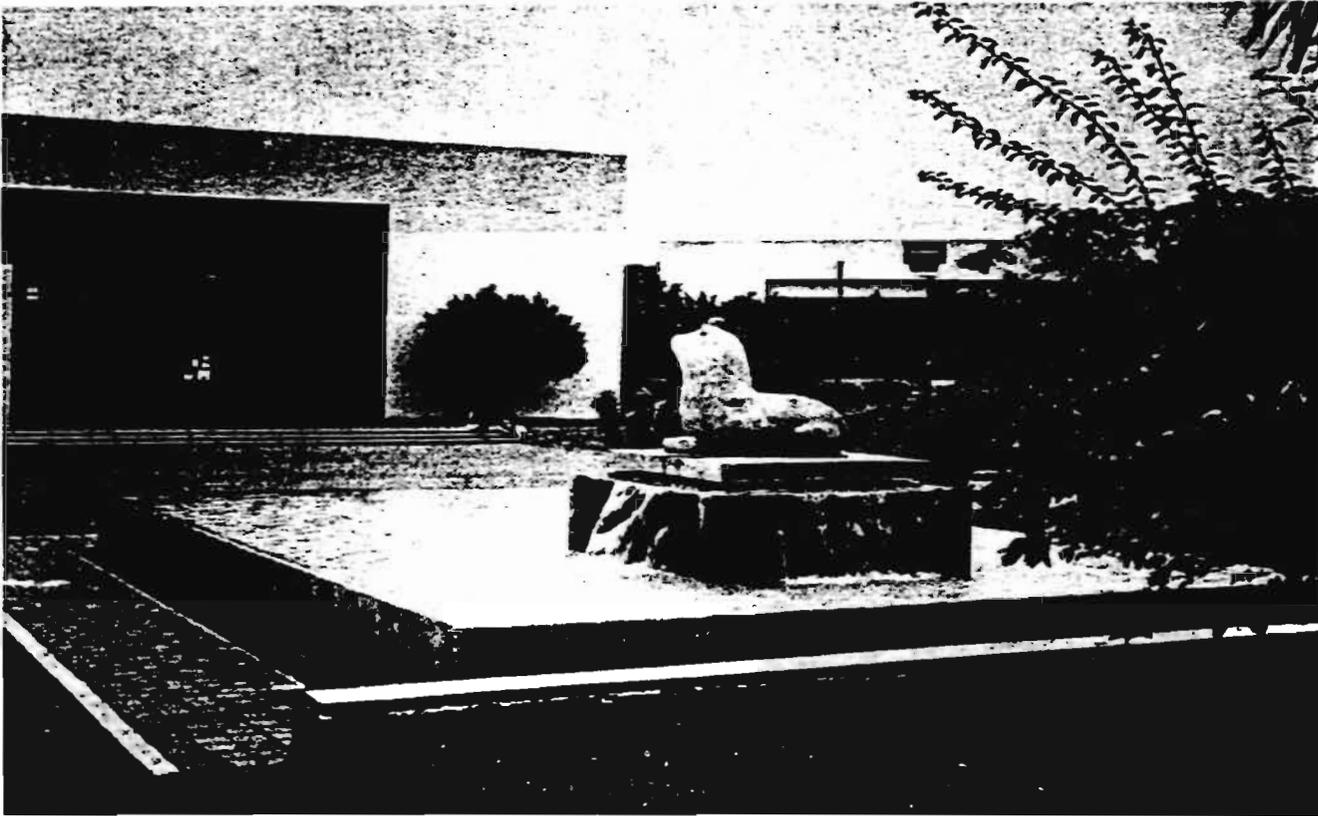


A la fecha, cuatro grupos de Colima han actuado en un total de 76 ciudades y poblaciones de todos los estados. A la vez 28 grupos de esas entidades han realizado 76 presentaciones en Colima y otros municipios del estado, dentro de este circuito de intercambio, se inició un programa de presentación con grupos de cámara, exposiciones importantes como el pintor Chucho Reyes Ferreira y el fotógrafo internacional John MacDonald.

Conviene señalar que mediante este programa de intercambio por primera vez se han presentado eventos de alto nivel en localidades como: Suchitlán, Queseria, El Colomo, Cuyutlán, La Estancia y Tepames.



Interior de la Sala de Exposiciones



Edificio de Exposiciones Alfonso Michel





También se a establecido una red de relaciones formales con más de 40 instituciones vinculadas con el medio cultural, tanto públicas como privadas, entre ellas a sido muy importante el apoyo de embajadas, del sector privado, bancos principalmente que impulsan la actividad artística, en este sentido se ha gestionado y obtenido donativos de Banamex, Bancomer, Banco Mexicano, Cementos Apasco, entre otras empresas.



ACTIVIDADES Y EVENTOS ESPECIALES QUE REALIZA

Se ha fortalecido la vida cultural en todo el estado mediante expresiones artísticas de gran importancia como son. Conciertos de Orquestas Sinfónicas. Funciones de Teatro. Ciclos Cinematográficos. Muestras de Danza Folklórica y Contemporánea. Muestras Pictográficas y de Escultura. Los programas artísticos presentados desde 1991 hasta la actualidad son más de 800 conciertos y funciones de teatro, danza y cine sumados estos a los talleres, conferencias y exposiciones pláticas hace un total de 1402 actividades.

En música destacan las presentaciones por primera vez en Colima. La Orquesta Filarmonica de la Ciudad de México, dirigida por el maestro Luis Herrera de la Fuente, considerada la mejor sinfónica en América Latina. En teatro se presentó "La Noche de Hernán Cortés", dirigida por Luis de Tavira, "La Casa del Español", "El Ajedrecista" y "Lo que calan son los filos", Strech M-K1 de Australia, los Titeres de Brauslava, así como la presentación por primera vez de 16 grupos de titeres apoyados por la Universidad.

Danza: Estuvo la Compañía Nacional de Danza con la obra Coppelía, el Ballet Nacional de Rusia, y las Danzas contemporáneas de Turquía, Cuba y otros países.

Cine: Se han mostrado continuamente ciclos cinematográficos

cada tres meses, con participación de países como Alemania, España, Rusia, Francia, Estados Unidos, México y otros. Entre las cuales sobresale "Mujeres Insumisas", dirigida por Alberto Isaac, fue realizada totalmente en Colima, con patrocinio del Gobierno.



Exposiciones de Artes Visuales: Destaca la exposición de grabado presentados por el Fondo Cultural Banamex, los caprichos y tauromaquia de Francisco Goya.

Literatura: Se organizan talleres, ciclos y conferencias con escritores: José Agustín, Eduardo Lizalde, Efraín Bartolomé, Alejandro Aura, Antonio A la Torre, entre otros

En los talleres de la Institución se imparten clases todo el año, en la época de verano se llevan a cabo por las tardes de 4:00 a 8:00 pm., se paga una cuota mínima de NS\$25.00 por semestre, anteriormente no se cobraba pero debido a la situación actual del país se tuvo que tomar esta decisión

Los maestros de los Talleres de Arte y artesanías continuamente reciben cursos de especialistas el "INBA" sobre didáctica de enseñanza "y elaboración de programas artísticos".

Las personas encargadas de los museos asisten cada tres meses a cursos de capacitación con duración de una semana. Con la finalidad de poder brindar actividades de buen nivel, y con gran calidad artística





TIPO DE PUBLICIDAD

En el aspecto gráfico no se le ha puesto la importancia necesaria, porque sólo se utilizan volantes algunas veces en eventos especiales como son obras de teatro, ciclos cinematográficos orquestas de cámara, etc., pero en los talleres y actividades permanentes no utilizan ningún tipo de publicidad, y esto provoca confusión y poca asistencia por parte de la población, ya que existen habitantes que no saben de la existencia de este lugar, mucho menos de lo que realiza y ofrece.

Por ello es que han desaparecido muchos talleres, como son: orfebrería, arte gráfica, entre otros, a pesar de que los estudiantes de la Licenciatura en Informática de la Universidad de Colima, elaboran volantes para promocionar algunos eventos y talleres que ahí se realizan, además de la publicidad que traen consigo las obras, películas y orquestas conocidas internacionalmente.

Es por eso que la necesidad primordial de este Instituto, es contar con los medios promocionales gráficos adecuados para su difusión en todo el estado.

Ciclo
Los franceses hacen cine
La traición
Miércoles 20 de Septiembre de 1995
15:00 y 21:00 horas
Cine teatro de Casa de la Cultura

BECAS QUE OTORGA

A los alumnos más sobresalientes en los talleres que se imparten, se les otorga ayuda económica para seguir creciendo artísticamente en el área que se desempeñan, mandándolos a las mejores escuelas tanto en el país como en el extranjero. Como recompensa el alumno becado, en época de verano, les apoya con sus conocimientos adquiridos.

Ana Rosa García Mayorga
GOBIERNO DEL ESTADO DE COLIMA
FONDO ESTATAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES
HISTORIAS COLIMOTAS, PLATICADAS POR AGUJAS Y COLORES





Capítulo III
El Diseño Gráfico

EL DISEÑO GRAFICO Y SU FUNCION



¿QUE ES EL DISEÑO GRAFICO?

Es la disciplina que se encarga de transmitir ideas, mensajes y conceptos, de una forma visual ordenada.

LA FUNCION DEL DISEÑADOR GRAFICO

Es la de comunicar mensajes por medio de la organización de palabras e imágenes y resolver problemas de comunicación de forma original y precisa.

El diseñador proporciona ideas que vayan de acuerdo con el problema dado, para lo cual debe conocer perfectamente toda la información que gira en torno de dicho problema y las técnicas para su solución.

Este puede prestar sus servicios en: Agencias de publicidad, estudios de Diseño Gráfico, cine y T.V., editoras de libros, periódicos, revistas, compañías e instituciones en general.

ANTECEDENTES DEL DISEÑO GRAFICO

Desde sus inicios el hombre tiene la necesidad de comunicarse y alimentarse, por ello busca la manera de satisfacer estas necesidades, extrayendo raíces de la tierra y cazando, para así poder sobrevivir.

El habla, la habilidad humana de producir sonidos fue una de las tantas habilidades del hombre primitivo, que lo

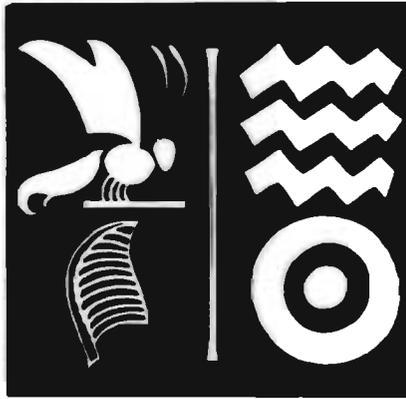


ayudo a evolucionar, los gráficos y letras escritas sobre una superficie se convirtieron en complemento de la palabra y del pensamiento no expresado como lo demuestran las imágenes encontradas en cavernas, las cuales denotan una forma de comunicación.

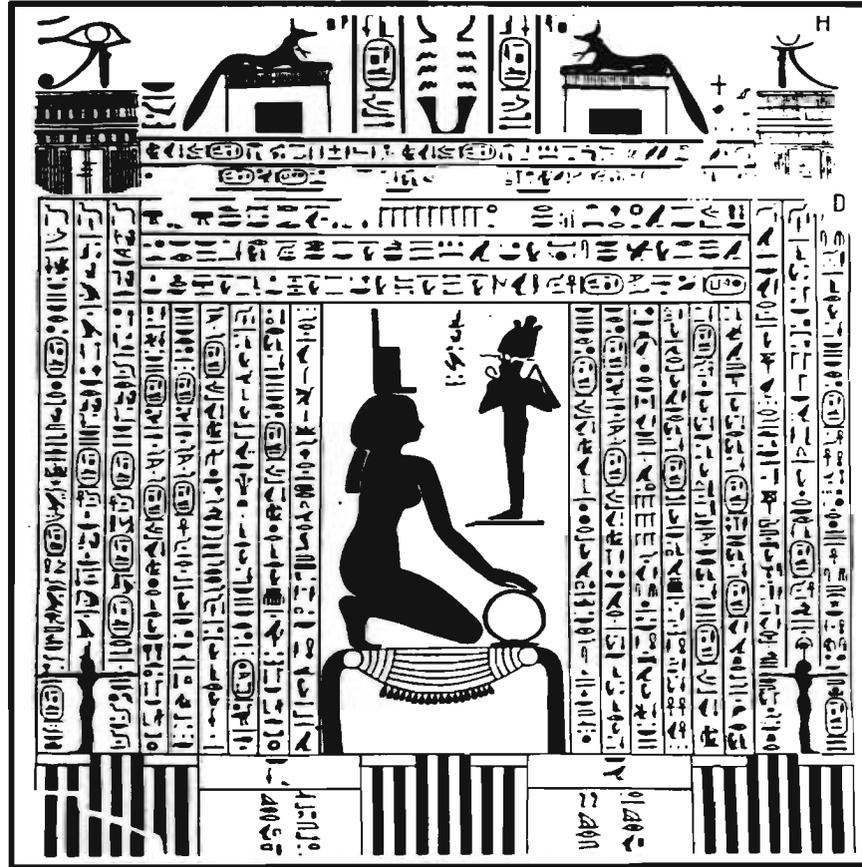


Pero fue en Mesopotamia donde evolucionó el lenguaje visual, a partir de la necesidad de identificar los diversos objetos como: ollas y sacos, que eran marcados con arcilla.

Alrededor del año 2800 a.C., los escribanos buscaron la manera de utilizar la palabra escrita, de tal manera que fuera más entendible para todos los interesados.



Figuras petroglíficas de animales y signos labrados y pintados sobre roca.





Pero el invento que vino a evolucionar el mundo fue la imprenta mecánica en el siglo XV, la cual causó revuelo en la fabricación de grandes cantidades de libros impresos

Con la Revolución Industrial y el surgimiento de la litografía en el siglo XIX, se dieron las bases para el diseño actual, ya que en esa era, se vio un elevado aumento en la cantidad de material impreso, al momento que iban decayendo los sistemas habituales de diseño y elaboración de libros.



Johann Schoensperger (impressor), año 1517.





Diseño de William Morris.



El movimiento de artes y oficios establecido por William Morris, que en 1890 fundó la imprenta Kelmscott Press, una imprenta que se dedicó a la impresión de libros de gran calidad, basados en la ornamentación medieval y en la vegetación.

Morris creó tres tipografías decorativas: la Golden, Troy y Chaucer.

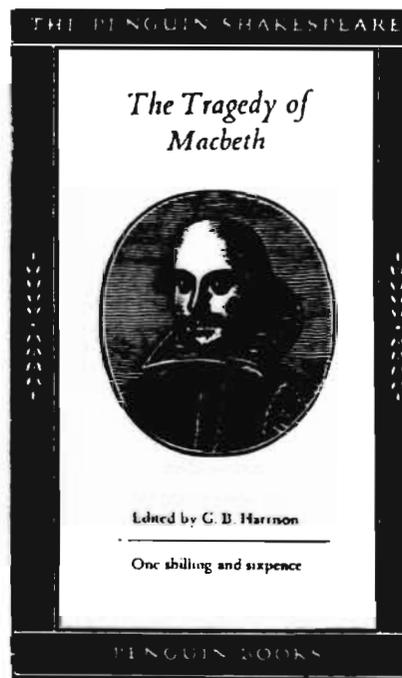
Otras influencias significativas fueron la corriente modernista de finales del siglo XIX, que tuvo como seguidores a Henri Toulouse Lautrec y Alphonse Mucha; el Arte Nouveau, el cubismo, futurismo, dadaísmo, surrealismo y constructivismo; movimientos artísticos de principios del siglo XX.

El movimiento que creó un estilo de vanguardia surgió en Weimar, Alemania en 1919, con el nombre de Bauhaus con la dirección del Arquitecto Walter Gropius, quien introdujo ideas nuevas en el Diseño Gráfico conjugando el arte y la industria.

Fue en 1922 cuando por primera vez se designó el término Diseño Gráfico, y posteriormente en los años 50's, los suizos crearon el estilo tipográfico internacional, idealizando el orden y la legibilidad.

Los años 70's se caracterizaron por el uso de elementos visuales y por una conciencia más universal del diseño.

Las imágenes publicitarias y las firmas comerciales ejercen una función importante en el Diseño Gráfico hoy en día, en plena era electrónica.



Portada de libro hecho en 1950.



METODOLOGIA

Es el proceso de ordenamiento que por medio de varios pasos te llevan a un fin.

En el Diseño Gráfico es muy importante un ordenamiento metodológico porque te indica los pasos o accio-

nes a realizar para un proyecto con más eficacia y rapidez y un mínimo de error.

La realización de una agenda de trabajo forma parte de este proceso, ya que se tiene que recopilar información necesaria sobre el tema que vamos a desarrollar, preguntando al cliente sus necesidades, objetivos y carencias, para en

base a eso idear soluciones correctas

Al inicio del trabajo se plantea el problema que se tiene que resolver, posteriormente hay que ubicar la necesidad que existe dentro del área de diseño, para seguir con el presupuesto.





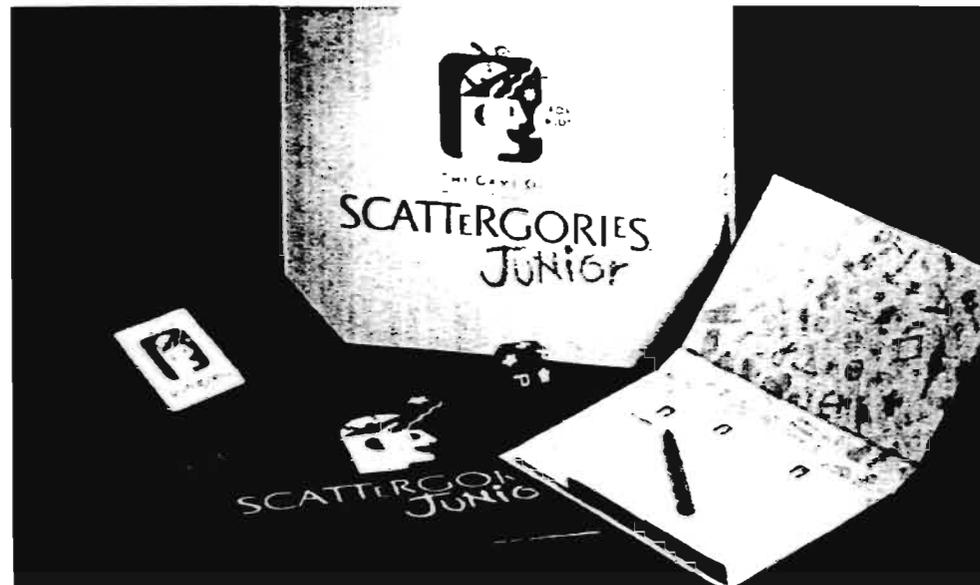
Los pasos de la metodología son los siguientes:

- a) Presentación
- b) Plan de trabajo
- c) Forma de pago
- d) Costo
- e) Tiempo de entrega
- f) Cobertura

Con respecto a las necesidades de diseño son:

- a) Ubicación de la empresa:
 - Perfil de la empresa
 - Perfil de los productos
 - Perfil de la competencia
 - Perfil del consumidor
- b) Propósitos humanos
- c) Recursos:
 - Diseño
 - Económicos
 - Materiales

Posteriormente de haber analizado todos los puntos mencionados, empieza el proceso de diseño, con bocetaje de lluvia de ideas, para obtener un resultado más acertado de acuerdo a las necesidades de nuestro cliente.



COMPOSICION EN EL DISEÑO GRAFICO

Forma parte importante del diseño, ya que es la que indica el ordenamiento dentro de un campo visual.

Para lograr un buen balance en una composición se pueden combinar diferentes tamaños de *formas* y colores.

El *color* como elemento equilibrante es importante puesto que desempeña una parte vital de la estimulación visual y emocional del hombre, debido al impacto psicológico que tiene.

Por ello es necesario conocer el significado de cada color y sus combinaciones debido a que constituye una influencia esencial para comunicar una

idea, y de él puede depender el impacto visual que deseamos proyectar.

Los colores básicos son: el rojo (magenta), azul (cyan) y amarillo, y de ahí se derivan todos los demás, como son los colores secundarios que son: el verde, naranja y morado etc.

Otra herramienta que forma parte de la composición es la *tipografía*.



Se le llama tipos a los diferentes estilos de letras, existe una gran variedad de donde elegir el tipo adecuado según se requiera. La tipografía es un elemento flexible que permite jugar con diferentes tamaños y rasgos de las letras, sin caer en los extremos del abuso de varias familias tipográficas en un mismo diseño.

Se pueden obtener buenos resultados utilizando solo tipografía, sin necesidad de una imagen, puesto que todo puede surgir del tipo, el tamaño y el color.

La *legibilidad* es otro elemento de la tipografía la cual se refiere a la claridad de la letra, donde el carácter debe estar bien definido y entendible, ya que existen algunos tipos muy poco legibles como las letras cursivas.

CHESNUT STREET THEATRE

SMITH BOWEN / GENERAL DIRECTOR / 415 N. WALTON / PHILADELPHIA, PA. 19106

PRICES OF ADMISSION:

Box Seats	50 Cents	General Box and Family Seats	25 Cents
Upper Box	25 Cents	General Box, including 1st Floor	15 Cents
Lower Box	15 Cents	Single Seats on Principal Floor	10 Cents
Orchestra Seats	10 Cents		

Boxes open at half price 7 to 10 days before the performance. Children under 12 years of age admitted only on the day of the performance. No refunds.

**SUMMER SEASON
PLEASING ENTERTAINMENTS!**

**OPERATIC
GEMS**

GENTEEL COMEDIES

SIG'N'R STRINI

MRS. ADA KING,

MR. EDWARD WARDEN

ABC abc ABC
Bentley Co. Inc.

ABC abc ABC
Herb Lubowicz Co. Inc.

- Garamont
- Garamont SEMI BOLD
- Antique BOLD CONDENSED
- Antique CONDENSED
- Mercator
- Folio CARAVELLE MEDIUM EXTENDED
- Folio CARAVELLE MEDIUM
- Folio CARAVELLE BOLD CONDENSED
- Folio CARAVELLE LIGHT
- Volta BOLD
- Futura BOLD
- Futura DEMI BOLD
- Futura MEDIUM
- Pascal
- Neuzeit GROTESK BOLD
- Antique ANNOUNCE BOLD EXT
- Haas HELVETICA MEDIUM
- Folio CARAVELLE EXTRA BOLD





TECNICAS DE REPRESENTACION

Para la creación de cualquier medio promocional el diseñador debe conocer acerca de las diferentes técnicas de representación para hacer uso de ellas de acuerdo a sus necesidades. Algunas técnicas son:



Fotografía



FOTOGRAFIA:

Se utiliza en los diseños que se busca dar una imagen real o de gran impacto visual.

La fotografía puede manipularse de acuerdo al efecto que se busque, ya sea a la hora de tomarse.

ILUSTRACIONES:

Son imágenes reales elaboradas con cierta calidad y estilo artístico, con un fin determinado. Estas pueden ser realizadas con lápiz, pasteles, tinta china, gouache, acuarela, óleo, serigrafía, etc.

LA PUBLICIDAD Y SU IMPORTANCIA



¿Qué es la Publicidad?

Forma parte del desarrollo de una buena promoción. existen varios conceptos que la define de la siguiente manera:

- La publicidad es un sistema de comunicación que pone en relación a productores y consumidores. a través de los medios de comunicación de masas.

- La publicidad es un arma de marketing al servicio de las estrategias comerciales de la empresa.

- La publicidad es un medio de comunicación masiva pagada. cuyo objetivo es impartir información. desarrollar actitudes e inducir a una acción de consumo.

La publicidad es muy diversa en cuanto a definiciones. sin embargo coincide en muchos puntos. donde se resume que es un medio de comunicación impersonal. porque el vendedor no va al cliente. seria realmente imposible enviar un vendedor para cada persona que compra el producto.

El fenómeno de la publicidad es realmente reciente. ya que a nivel nacional empezó en los años 70's del siglo pasado. cuando las editoras utilizaban catálogos para llegar en forma directa.





Por la misma época existieron compañías que se convirtieron en anunciantes de gran escala en periódicos y revistas, porque se dieron cuenta que por estos medios podían llegar hasta las zonas que jamás se creería que necesitaban sus servicios.

A finales del siglo XIX, muchos fabricantes empezaron a empacar productos y venderlos con un nombre y marca. Este hecho inició una nueva era en la publicidad, porque hizo conscientes a los consumidores de la existencia y variedad de marcas en los productos.

Al estallar la 1ª Guerra Mundial, la publicidad se había desarrollado hasta convertirse en una especialidad importante, como factor económico.

Hoy en día es un medio indispensable para hacer llegar algún evento o actividad, a una gran cantidad de gente.

Una de las ventajas es que ofrece buenos ingresos y oportunidad de promover rápidamente algún producto, evento o compañía, de tal manera que podamos ver resultados a corto plazo, puesto que es uno de los medios de mayor difusión hoy en día, y está al alcance de cualquier persona sin importar donde reside, ya sea en la ciudad, pueblo o ranchería.



CAMPAÑA PROMOCIONAL

CAMPAÑA:

Es una serie de esfuerzos promocionales enlazados alrededor de una idea, diseñados para alcanzar una meta determinada.

PROMOCION:

Es la persuasión e influencia para convencer al mercadeo en relación a los productos o servicios de una campaña por medio de la publicidad, ventas personales y regalos, con el fin de ir adquiriendo confianza en el público.

ESTRATEGIA:

Es el conjunto de procesos y actividades diferentes, encadenados para persuadir al consumidor, sobre las alternativas que existen en el mercado sobre un servicio, producto o idea.

MERCADOTECNIA:

Es una estrategia de negocios que plantea la justificación social y económica de la existencia de la empresa y los servicios que ofrece para la satisfacción de los clientes.

Por ello todas las actividades de la campaña deben orientarse a encontrar las necesidades del cliente.

American le lleva a las cimas de la moda.

Sólo American vuela a los más importantes mercados de venta al por menor: Nueva York, Dallas: Ft. Worth, Chicago, Los Angeles y San Diego.

Para información llame a American, o a su agente de viajes.



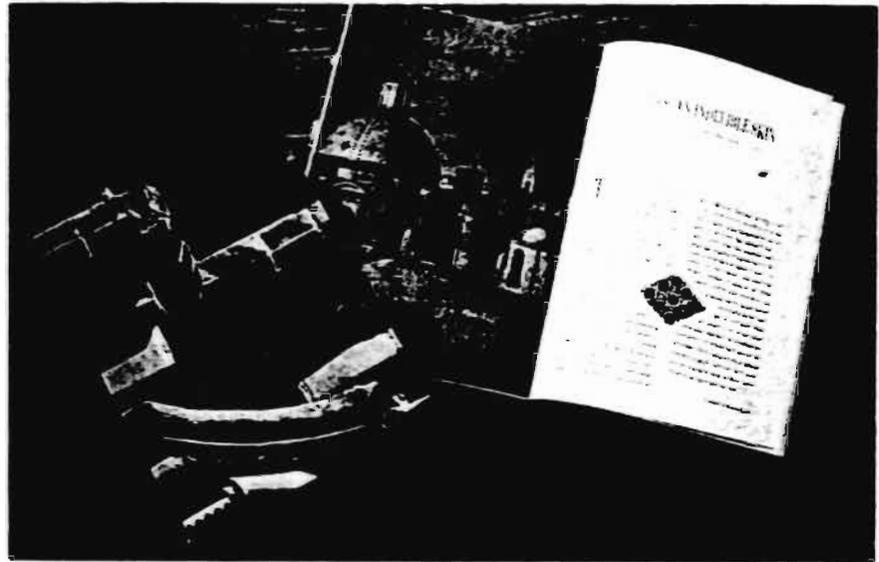
ANTECEDENTES

Los "Pochtecas" de la época prehispánica fueron los primeros vendedores más organizados, que trataban de hacer sus productos más atractivos, para poder venderlos.

La manera que se daban a conocer era por medio de un mensajero que lo denominaban Tloani, él se encargaba de hacer llegar el mensaje o producto a su destino.

La imprenta es un factor determinante de la realización de ideas para compraventa (promoción).

Al llegar a México no resultó muy atractiva ya que su enfoque era de asuntos religiosos.



En el siglo XVIII, el periodismo mexicano empezó a expandirse, a pesar de no ser muy bueno; la publicidad en este medio era totalmente gratuita, pero no tenía la aceptación suficiente.

Fue en 1826, que aparece la primera revista ilustrada con fines publicitarios, en 1850, se realiza la primera campaña de publicidad y en 1865 se funda la primera agencia de anuncios.

Para finales del siglo XIX ya existían 219 publicaciones periodísticas, de las cuales eran 28 diarias, 147 semanales, 81 quincenales, 32 mensuales y 6 trimestrales.

Durante los primeros años del siglo XX la mercadotecnia en México tomaba mayor importancia; en la década de los 20's y 30's, la radio empieza a tomar auge como medio publicitario, cau-

sando gran expectativa entre los radio escuchas.

En 1921 con la aparición de los tubos de gas neon se crea otra forma de publicidad, con la creación de anuncios luminosos, siendo Nueva York el primero en utilizarlos y posteriormente México.

El auge publicitario en T.V. empieza a surgir en junio de 1950 con los anuncios de Euzkadi y Omega.

Hoy en día todos los medios publicitarios han tomado tanta importancia, que forman parte del ser humano y el medio en que se desarrolla.

¿Qué es una Campaña Promocional?

Es una forma de comunicación desarrollada que es pagada y su programación depende del tipo, de público al que quiere darse la información, para lo cual se utilizan los medios más apropiados, para informar y convencer a determinado público.

La necesidad del uso de una promoción, se determina cuando la distancia entre los productos ó servicios y los consumidores aumenta, así como cuando el número de consumidores potenciales se incrementa.

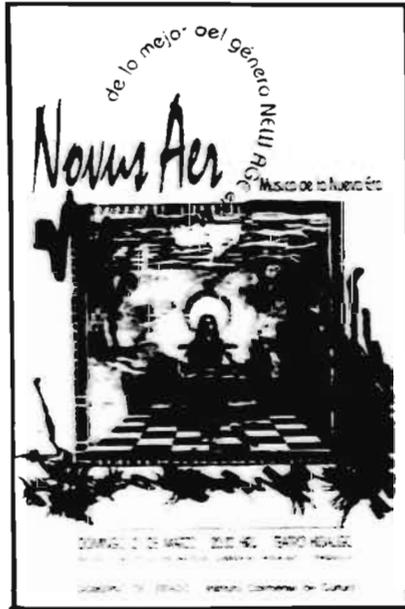
La finalidad de una campaña promocional es difundir información sobre



un producto, evento ó servicio, a los consumidores ó clientes potenciales, ya que por más necesarios que sean los servicios que estos ofrecen fracasarían comercialmente, si nadie sabe que existen.

Se deben tomar en cuenta cuatro factores importantes para la realización de una campaña promocional: el dinero disponible para la promoción, naturaleza del mercado, naturaleza del servicio ó evento, ciclo de vida del servicio ó evento.





Para plantear una campaña promocional se debe determinar a donde se quiere llegar pues esto y las razones que el cliente tiene para consumir el servicio determinan que causas de venta serán realizadas.

Para que esta sea unificada, deberá circular en una idea central, donde se



debe manifestar las cualidades del evento ó servicio.

Una campaña promocional reside fundamentalmente, en una serie de anuncios, mismos que deben ser distribuidos y ubicados cuidadosa y apropiadamente.

Dentro de cualquiera de estos se

necesitan de los medios impresos como: prensa, revistas, volantes, folletos, espectaculares, cartel, etc., donde se pueden utilizar distintos materiales tamaños, y formas.

Actualmente, una campaña promocional bien diseñada, puede lograr el éxito de cualquier evento social ó producto, ya que es parte de nuestra vida económica y social, por ello es muy utilizada en campañas políticas, culturales ó eventos especiales.



MEDIOS DE COMUNICACION IMPRESA

Son los medios impresos que ayuda a la promoción de los diferentes eventos, donde se utilizan las técnicas de las artes gráficas para plasmar el mensaje que queremos dar a conocer.

EL CARTEL

Es un pedazo de papel ó cartulina que esta impreso sólo por un lado, y su principal que esta impreso sólo por un lado, y su principal función es la de mandar un mensaje al público, con la finalidad de que este lo capte y lo recuerde.

Otra definición que se le a dado es que es un grito pegado en la pared.

Un precursor de este medio es el emblema que se utilizaba en Grecia y Roma en todos las representaciones teatrales que eran promovidas por medio de carteles.

Este como medio artistico más que publicitario surge a finales del siglo pasado, época en que deja de exhibirse en galerías de arte para elegir las representaciones teatrales que eran promovidas por medios de carteles.

Este como medio artistico más



Cartel

que publicitario surge a finales del siglo pasado, época en que deja de exhibirse en galerías de arte para elegir las paredes de las calles.

El primer cartel conocido que se ilustro y se imprimió fue francés, creado en el año de 1482. La técnica que se usaba a principios de siglo era la cromolitografía, que se perfecciono en los primeros 20 años del siglo XIX, técnica con la cual se realizaron los exitosos carteles de Jules Cheret y Henri Toulouse Lautrec.

Al principio cuando se empezó a diseñar carteles tenían las características de emplear formas, figuras humanas, carnavales, etc.

Usando colores tenues y delineando con negro por lo general tenían exceso de tipografía en los años 40's y 50's, hubo una gran influencia del cine en los carteles, las imágenes eran estilizadas, descriptivas y realistas.

En la década de los 60's y 70's, las imágenes de los carteles se hicieron más atractivas y fantasiosas incluso extravagantes.

Una de las características principales de este enfoque social, ya que se emplea en publicidad de eventos culturales, políticos, sociales, deportivos, etc.



TIPOS DE CARTEL

Debido a la función que desempeñan los carteles se pueden clasificar a que tipo perteneces y son:

* *Cartel social:*

Se caracteriza principalmente en su estrategia para informar a determinada clase social o bien al público en general sobre una actividad, evento ó suceso.

En esta especialidad podemos encontrar diversos géneros dirigidos a cierto tipo de eventos que a su vez enfocan el mensaje a ciertos espectadores, como: el cartel turístico, político, cinematográfico, más aún no, conciertos, congresos, obras de teatro, etc.

Existen algunas excepciones en esta especialidad como lo es el cartel de prestigio, cuya finalidad es de concientizar a la sociedad sobre los problemas que enfrenta el ser humano.

* *Cartel decorativo:*

Estéticamente hablando existen muchos carteles dignos de coleccionar donde se plasman hermosas imágenes con gran valor artístico, por ello se convierte en elementos decorativos de instituciones, museos, etc.

* *Cartel Comercial:*

Todos los empresarios o comerciantes se ven en la necesidad de involucrar a sus productos o servicios dentro del mercado consumidor, mediante el cartel comercial.

Existente una gran lucha entre las empresas por ubicar sus productos ó servicios en el mercado, que origina la lucha entre carteles.

Son muy eficaces, ya que logran dar un mensaje que motiva al consumidor a adquirir cierto producto ó servicio, originando mayores ingresos monetarios para los empresarios.

Son muy eficaces, ya que logran dar un mensaje que motiva al consumidor a adquirir cierto producto ó servicio, originando mayores ingresos monetarios para los empresarios.

FORMATOS

Hablar de formatos es determinar el campo visual donde realizaremos nuestras ideas para el cartel, las medidas se determinan ajustándose al tamaño del pliego en que se imprimirá. El más usual es el de 1m x 75cm., aunque existen diversos formatos como 1m x 1.40, 65 x 90cm, 90 x 1.30 cm, 64 x 88cm, 50 x 65 cm, 52 x 70cm y 75 x 1.05m.

Pueden ser de forma horizontal ó vertical dependiendo del papel que se escoja y de las necesidades presentadas al diseñarlos.

La forma que podemos acomodar ordenadamente nuestros elementos dentro de un cartel es por medio de una retícula. La manera que se dividen los



espacios es trazando dos líneas diagonales de esquina superior a la inferior formando una equis en el centro de nuestro campo visual.

Al diseñar un cartel debe conocerse su finalidad y aplicación, para poder establecer una comunicación muy directa con el público, logrando llamar



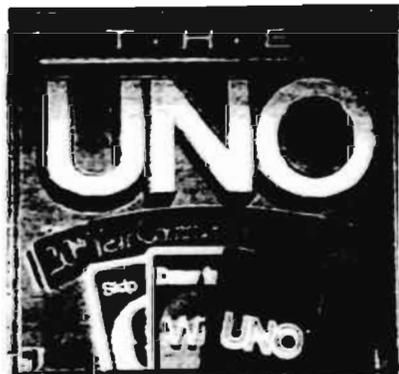


la atención, por ello se deben considerar los siguientes factores:

- Tener una idea clara de lo que queremos decir, asilando el elemento primordial que ayude a la comunicación directa del mensaje.

- Decidir el tamaño, las proporciones y la forma, apoyándose en el lugar en donde se piensa colocar.

- Aclarar si la idea central se presentara con una imagen ó mediante tipografía, si se elige la primera, ésta puede ser humorística, dramática ó abstracta. Logrando comunicar el concepto rápidamente, en caso de optar por el texto hay que conducirlos por orden de importancia, utilizando tipos legibles.



FOLLETO

El folleto es uno de los elementos con mayores posibilidades para promocionar servicios y eventos.

Su forma es variable: diptica, triptica y hasta un pequeño libro.

La información se maneja en el interior del folleto y transmite la calidad y características del evento a realizar.

Su elaboración requiere de una retícula básica que ayude a estructurar las imágenes y texto.

En la retícula se deben marcar de que tamaño deben ir nuestras columnas que van desde una, dos, tres ó cuatro, dependiendo de nuestro formato, si es horizontal ó vertical.

Las líneas de nuestro dobléz se deben marcar con gran exactitud, para que al momento del dobléz no se estorben los textos ó imágenes.





REVISTA

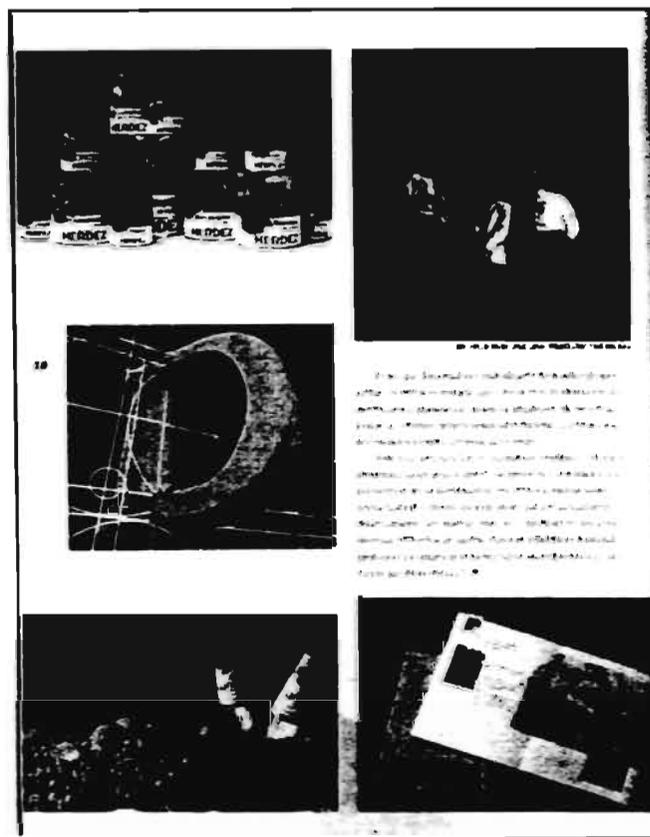
Es un medio en el cual los anuncios tienen mayor duración, por lo cual resulta un móvil promocional eficiente.

Los formatos de revistas varían considerablemente en forma y tamaño, van desde las pequeñas para ser llevada en los bolsillos hasta aquellas de tamaño tabloide. el formato debe ser fácil de manejar, ser adaptable el contenido con el formato, el tamaño debe adecuarse a la prensa de impresión.

El tamaño bolsillo es muy práctico como es el caso de la revista del Reader's Digest, ya que es fácil de manipular y almacenar, estas revistas se adaptan particularmente a su contenido que consiste en texto, en su mayor parte, donde las ilustraciones son secundarias.

Los tamaños grandes son mejores para darle énfasis a las imágenes, pues entre más grandes sean las fotografías mayor será su impacto.

La mayoría de las revistas tienen texto e ilustraciones, casi en una proporción relativamente igual y usan un formato de 21.5 x 28 cm. aproximadamente, en forma de rectángulos verticales.





Composición de página.

<p>The meek may inherit the earth. But the bold will switch carriers.</p>	
	<p>Reliability</p> <p>Boeing Canada SUPERSONIC</p>



VOLANTES

Es un medio impreso de tamaño pequeño (media carta ó medio oficio), en él se exponen los conceptos con fines de propaganda ó publicitarios. su rápida circulación entre el público hace de él un mejor comunicador.

Su tamaño esta pensado en lo práctico y rapido que debe ser su distribución y no tratarlo de hacerlo tedioso ó complicado para el lector.

CORREO DIRECTO

Cualquier anuncio que se envía a los clientes por correo es publicidad de correo directo. Tarjetas postales, volante, circulares, folletos y catálogos. Es uno de los medios más importantes junto con los periódicos.

El correo directo es una forma eficaz de obtener clientela y promover relaciones amistosas con los clientes.

Las compañías expresan su gratitud mediante las cartas que envían a los clientes para agradecerles su rapidez de sus pagos, ó un pedido grande.

Este sistema es muy utilizado por revistas, bancos y grandes empresas.



Correo Directo



Las características principales del correo directo son:

- * Tiene un toque personal con el cliente.
- * Puede dirigirse a un público o área selecta.
- * Facilita comprobar los resultados.

El cliente recurre a estos anuncios porque tienen un formato en el que puede mostrarse, de modo resumido e impactante el servicio ó producto.

La manera en que se diseña un anuncio de correo directo es de la siguiente manera:

- * Se divide la información.
- * Se determina que información tiene mayor impacto.
- * Decidir la colocación de la información secundaria.
- * Experimentar con tamaños, formas y los pliegues.
- * Estudiar el papel o cartulina que se va a utilizar.
- * Los pliegues en que forma van a ir, cuatro páginas en retrato, cuatro páginas apaisadas, seis páginas en acordeón ó seis páginas en retrato.

Es un medio eficaz para comunicar un mensaje con rapidez y economía.

ANUNCIO ESPECTACULAR

Es como un cartel de grandes dimensiones que es ubicado en las azoteas de los edificios, carreteras y lugares muy estratégicos donde exista mayor flujo de tránsito, ya que su función es la de llamar la atención al igual que el cartel.



MEDIOS ELECTRONICOS

Son los medios de difusión que los anunciantes utilizan para presentar mensajes a los consumidores.

Estos medios no exigen al consumidor que lea un texto largo, ya que recurren al sonido (en la radio), sonido e imagen (en televisión), para dar a conocer el producto o servicio.

TELEVISION

La televisión es un medio de publicidad por excelencia, ya que se a convertido en el entretenimiento familiar más popular y que más se vende.

Los anuncios se manejan de una manera que persuaden el inconsciente del ser humano hasta hacerlo consumir lo que se anuncia, otra táctica que utilizan en televisión, es que de acuerdo al programa que están pasando y al público que va dirigido, es el producto que programan entre comerciales, es decir, si es partido de fútbol, por lo general anuncian vinos, cerveza, artículos para caballeros, ya que ellos son los posibles compradores.

Se manejan dos tipos de publicidad en televisión, la publicidad hecha por una cadena local y la publicidad hecha por una cadena extranjera y es pasada por una local.

La hecha por una cadena local, es transmitida en todas sus cadenas afilia-

FORMATOS DE PAPEL



das a ésta, con un valor más económico, ya que fue costado por la misma cadena, mientras que la cadena extranjera, tiene que pagar cuotas exageradamente elevadas por el hecho de estar expandiendo su mensaje, ya que esta llegando a otro mercado por medio de la cadena local. Como es el caso de los comerciales de perfumes Chanel, que fue hecho por una cadena francesa y es pasado en México.

El tiempo en televisión es muy caro, debido a su impacto inmediato que tiene, ya que utilizan la vista, el sonido, el color y el movimiento para llamar la atención.

Este tipo de medios es utilizado por empresas grandes ó eventos internacionales, pues es muy caro un espacio de unos segundos y no podría ser costado por una microempresa.

RADIO

Es un medio que establece un contacto directo con las personas que suelen escucharla estando solas. Esto hace que el oyente sea más perceptivo a los mensajes, y se ponga en acción con rapidez cuando se incluyen el nombre del producto ó evento ó un número telefónico en el comercio.

ELECCION DEL FORMATO Y TIPO DE PAPEL

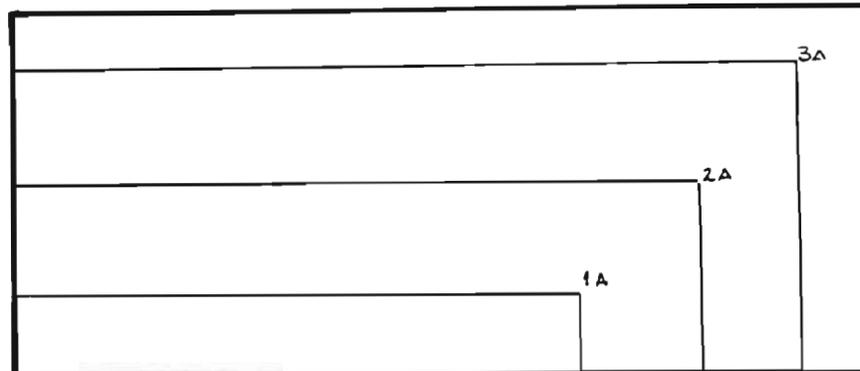
Antes de diseñar una retícula es importante considerar el papel en el que se va a imprimir el diseño, como son el tamaño y el tipo de este. Es esencial la economización del papel sobre todo si las tiradas son muy largas.

Existen dos tamaños básicos: el métrico (europeo) y el imperial (anglosajón); se debe conocer las medidas de la máquina donde se imprimirá el diseño. Existen diferentes sistemas de división de papel de medidas estándar, en las formas en que se quiera trabajar. El formato A4

europeo se utiliza con más frecuencia en las impresiones corrientes de todos los días; el equivalente al imperial sería el formato folio.

Existen equivalentes de tamaños similares en ambos formatos.

Generalmente una publicación es impresa en pliegos, los cuales contienen varias páginas, tanto por delante como por detrás, las páginas podrían cortarse una por una y después encuadernarse, pero es más lógico y más barato ordenarlas de manera que, plegado de cierta forma, las páginas queden en el orden correcto para encuadernarse y leerse. Hay que proveer márgenes entre algunos bordes para luego cortar.

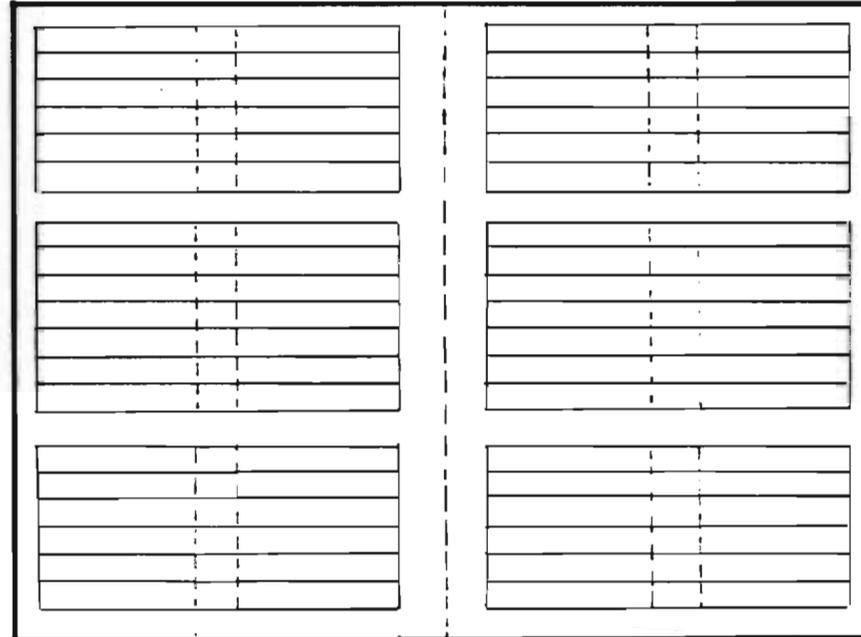
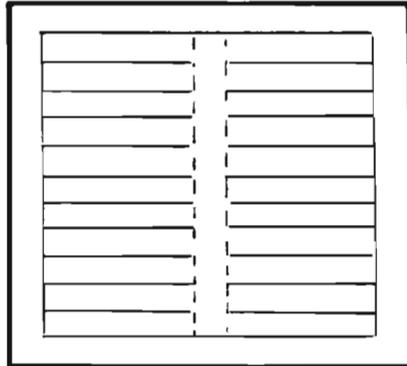


RETICULA



LA RETICULA Y SU FUNCION

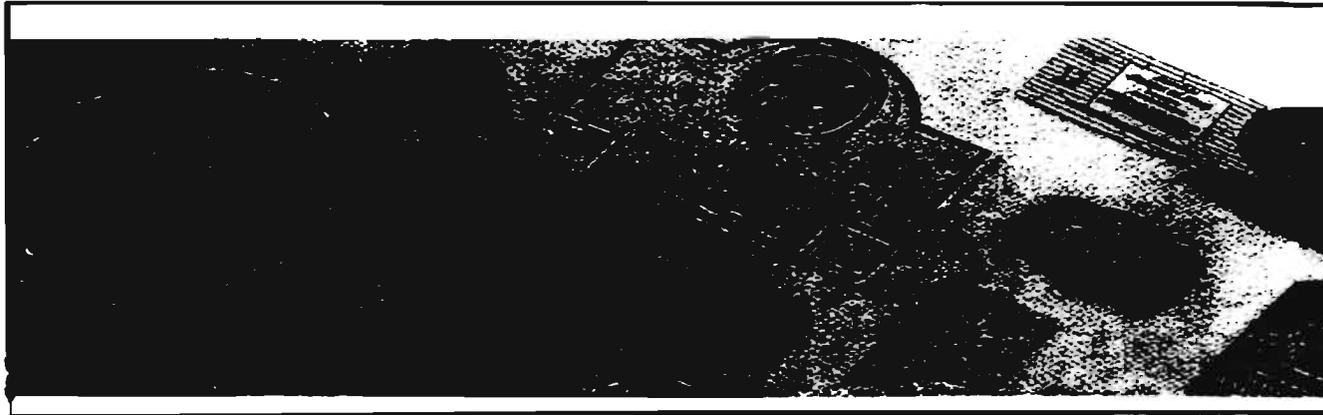
La reticula no es sino una estructura de líneas previamente diseñada, la cual nos ayuda a establecer una continuidad visual a lo largo de una determinada publicación, o de una serie de trabajos gráficos relacionados entre sí. Es un plan de composición que nos ayuda a marcar la posición de márgenes y columnas de texto con líneas de guía verticales y horizontales, de tal forma que los bloques de texto ocupen la misma posición relativa en todas las páginas, ayudando a conseguir un aspecto equilibrado de un espacio determinado.



El diseño de las retículas se basa en un análisis del problema gráfico, desarrollándose a partir de la maqueta, estas indican la posición de bloques de texto, figuras, títulos, subtítulos, etc. Además permite al diseñador establecer una unidad visual en cada trabajo. Cabe

men-cionar que la reticula permite un margen adecuado para la encuadernación, número de página, notas de encabezamiento y de pie, así como el tamaño del exterior del área de diseño y las medidas de corte de la página o diseño terminado.

ACABADOS



ACABADO:

El acabado se refiere a la protección del material impreso o decoración del mismo. Las técnicas más empleadas de acabados son:

Plastificado:

Se usa como protección de la superficie impresa, con una película transparente y brillante de plástico, la cual evita la humedad y facilita la limpieza.

Barnizado:

Es un sistema de protección más, barato que el anterior y muy parecido; se aplica en la superficie impresa una

sustancia líquida transparente la cual la protege de raspaduras u otro maltrato.

Perfilado:

Es el recorte de formas complejas a base de cuchillas metálicas, se realiza a través de las prensas tipográficas.

Redondeamiento de Cantos:

Su función es decorativa, se realiza durante el perfilado.

Imposición:

Es la distribución ordenada de las páginas en el pliego.

Plegado:

El plegado consiste en pasar el pliego sobre un lecho plano en el que

hay una ranura, donde una cuchilla de borde redondeado, empuja el pliego que pasa entre un par de cilindros que doblan por la línea precisa.

Corte:

La máquina de corte se llama guillotina y varía muchísimo en cuanto a su nivel de automatización y refinamiento. Cuando se trata de cortar cantidades grandes de papel, la guillotina posee una enorme cuchilla accionada eléctricamente, que corta con gran exactitud, bloques gruesos de papel.

SISTEMA DE REPRODUCCION

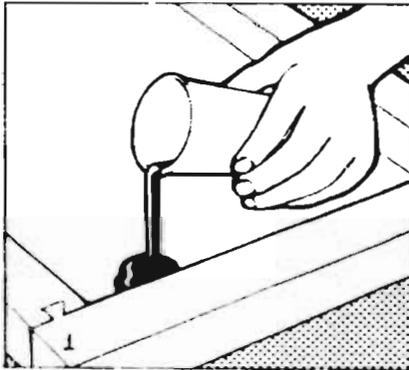


METODOS DE REPRODUCCION

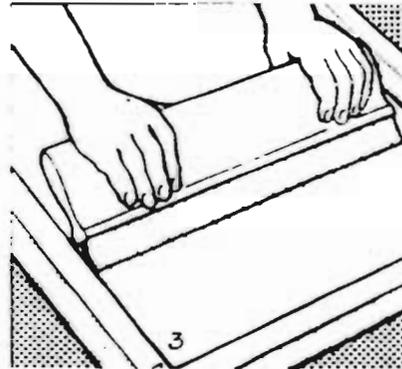
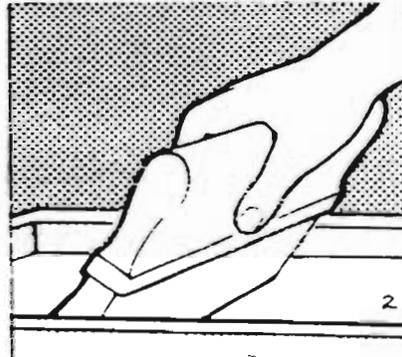
Existen varios metodos de impresion dentro de los cuales destacan la serigrafia y el offset, pues son los más adecuados para la reproduccion de todos los medios promocionados.

SERIGRAFIA

Es el proceso en el que con la ayuda de un rasero, se pasa tinta a través de una malla de seda, nylon o poliéster, la cual esta montada en un bastidor.



La malla es bloqueada en las partes que no se quiere que pase la tinta, por medio de emulsion o plantilla.



En este método de impresion, creado en este siglo se pueden utilizar todo tipo de tintas, desde las más



brillantes hasta las más opacas o mates. esta técnica es apropiada para la elaboración de impresos de fotografías de alto contraste o dibujos por plastas de colores, de los cuales no tiene limite. Para dar volúmenes, se hacen a base de líneas, sombras y plastas.

Es una de las técnicas más baratas y es adecuada para la impresión de carteles de corto tiraje, para artículos promocionales, papelería, etc.

Ventajas: es de bajo costo, los colores que se utilizan pueden ser mates o brillantes y de gran variedad de tonos, se pueden imprimir sobre las más variados materiales como: papel, cartón, plástico, hule, tela, madera, vidrio, etc..



OFFSET

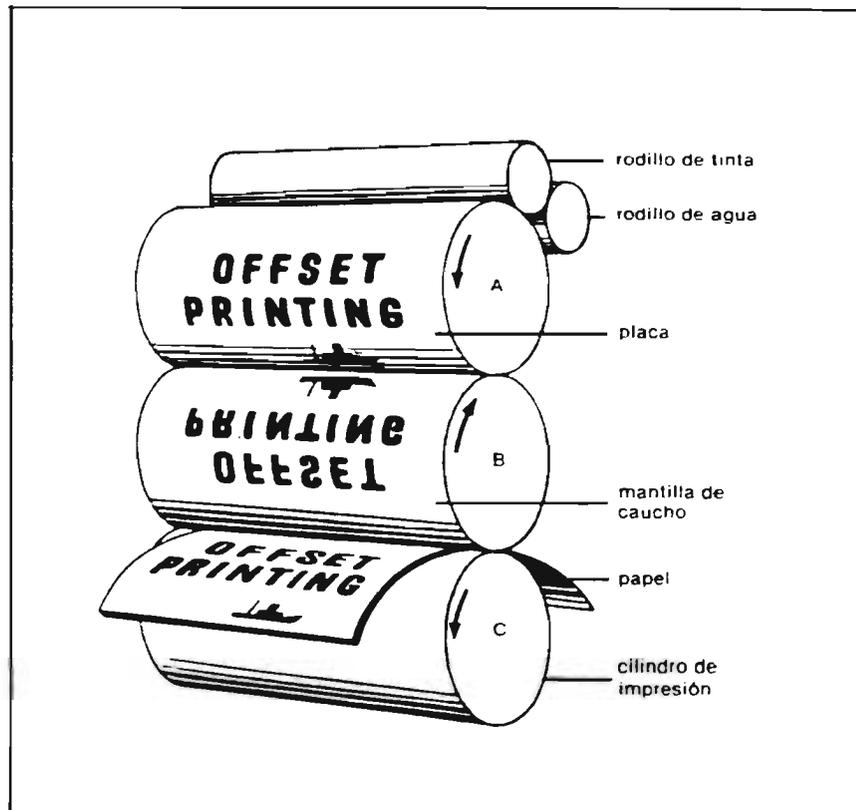
Es un proceso basado en características de incompatibilidad entre el agua, la grasa y la tinta.

La superficie que reproduce la imagen o texto, acepta la tinta-grasa e imprime, mientras que las áreas restantes, aceptan el agua y repelen la tinta, por lo cual no se imprime, o sea que cuando se aplica agua a la placa o lámina para impresión, permanece en las zonas grasientas que forman la imagen pero no así en las áreas húmedas o sin imagen.

El offset significa que la imagen se imprime en forma directa.

Este tipo de impresión es utilizada en grandes cantidades, como libros, periódicos, anuncios, catálogos, tarjetas, etc.

Entre las ventajas de este medio es que las ilustraciones que son de línea se manejan como el texto, es el mejor método cuando las ilustraciones son muchas, así como cuando son medios tonos. La desventaja es que no se pueden utilizar materiales gruesos como cartón, ni metalizados, debido a que las tintas son transparentes.



CONCLUSIONES



Se ha comprobado como el Diseño Gráfico desde sus inicios ha sido una herramienta importante en nuestra sociedad, pues el hombre siempre a tenido la necesidad de comunicarse, por ello busca la manera de hacerlo, por medio de sonidos, señales de humo, la escritura y los gráficos, estos dos últimos de convirtieron en el complemento de la palabra y del pensamiento no expresado como lo vemos en las imágenes encontradas en cavernas, las cuales denotan una forma de comunicación.

El diseñador gráfico hoy en día representa un papel muy importante en la sociedad, porque con sus conocimientos puede llegar a solucionar un problema de comunicación de una forma visual ordenada.

El campo de acción de este es muy amplio puesto que puede realizar desde un logotipo, hasta una campaña promocional, valiéndose de los diversos medios de comunicación, que existen, como son: folletos, carteles, revistas, anuncios de prensa, etc.

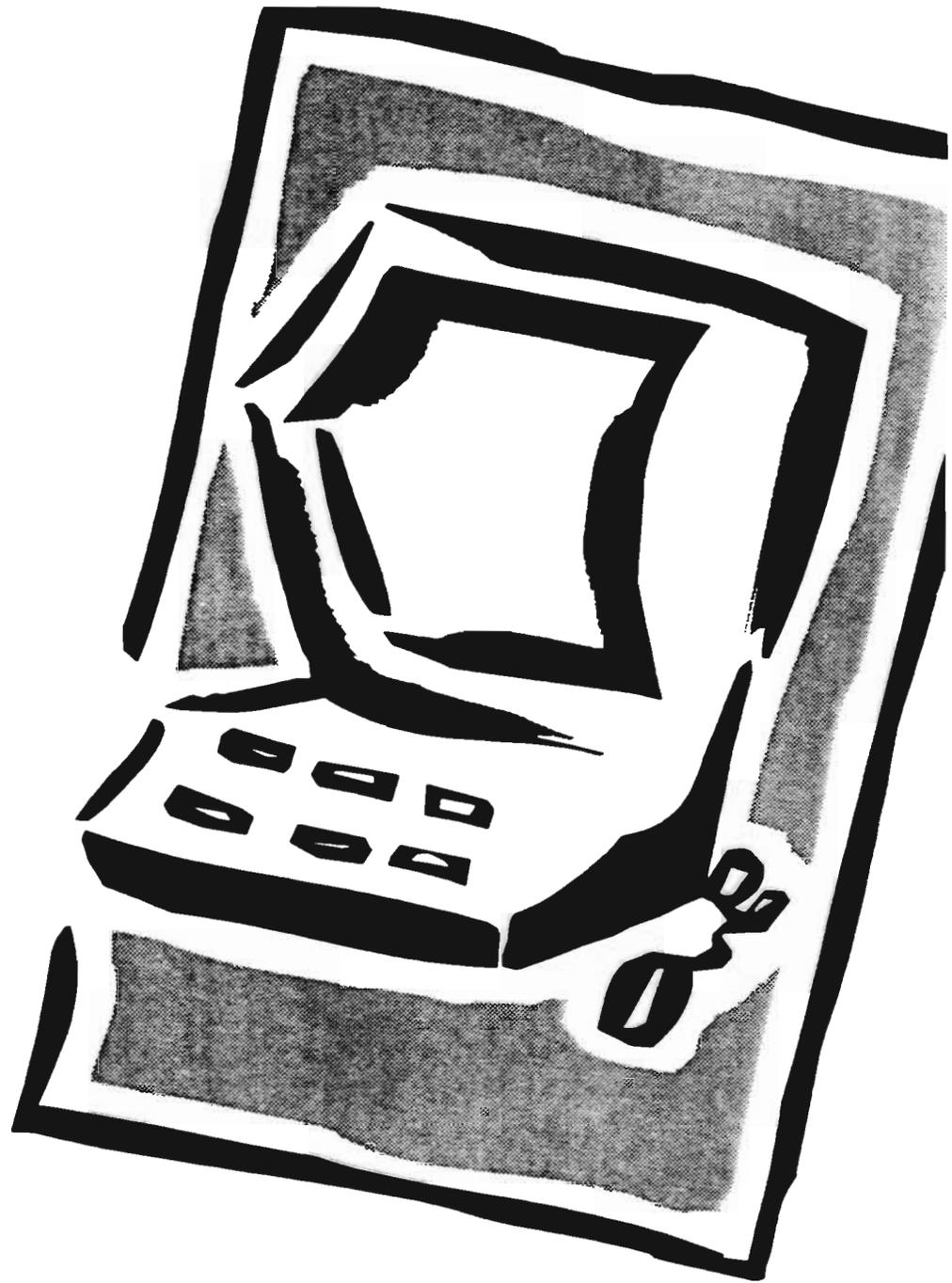
En la actualidad es esencial para cualquier institución contar con los medios publicitarios, para poder darse a conocer y saber que ofrece al público.

Por ello se determinó que un lugar tan importante hablando culturalmente, como lo es el "INSTITUTO COLIMENSE DE CULTURA", tenga los medios promocionales necesarios para llegar a toda la población del estado de Colima, y conozcan las diferentes actividades que continuamente llevan a cabo como son: obras de teatro, exposiciones pictóricas, orquestas de cámara, etc. Así como los talleres permanentes en dibujo, modelado, guitarra, etc.

Por tal razón se realizará una campaña promocional para esta institución, ya que no cuenta con ello, con la finalidad de que ayude a expandir y unificar el gusto por la cultura del pueblo colimense.

Capitulo IV

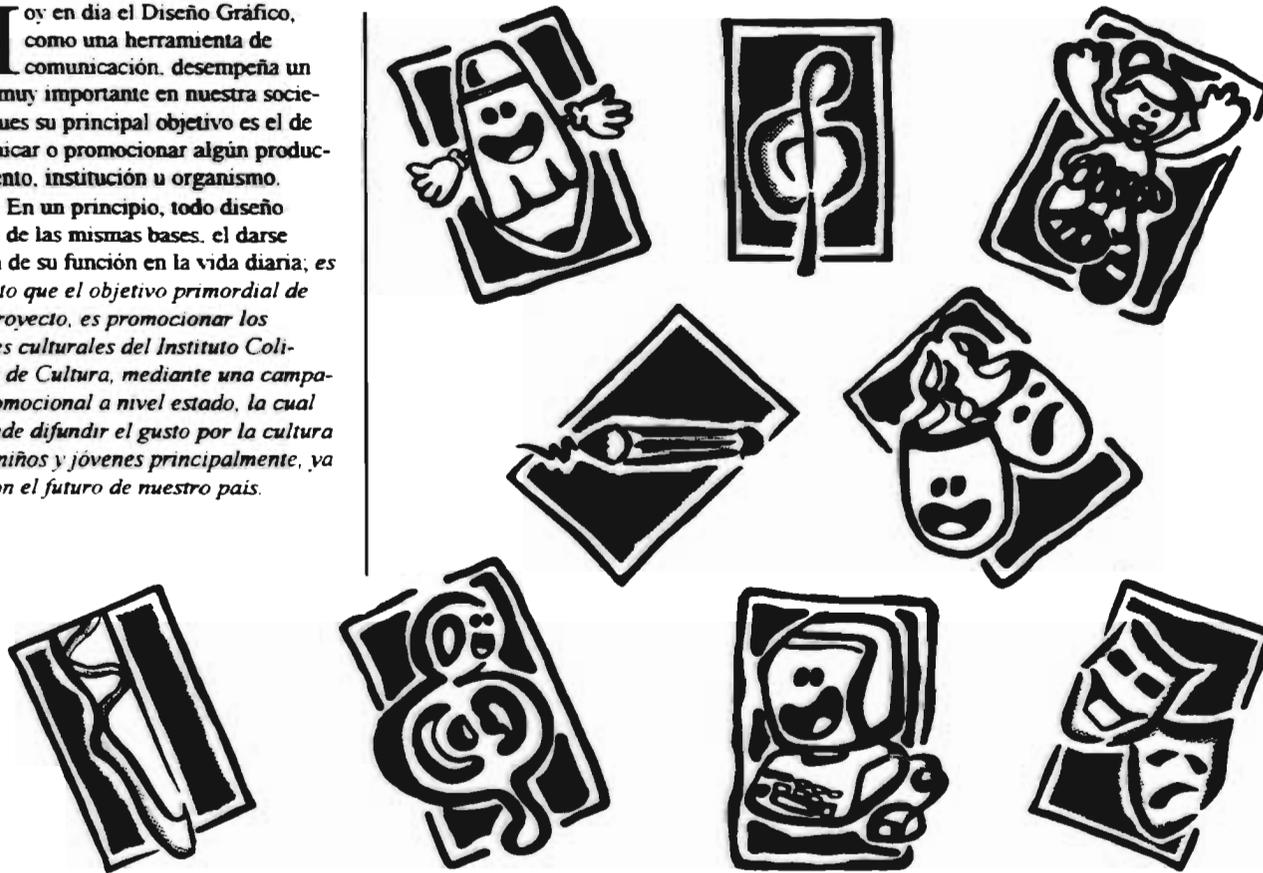
Aportación



PARA INICIAR

Hoy en día el Diseño Gráfico, como una herramienta de comunicación, desempeña un papel muy importante en nuestra sociedad, pues su principal objetivo es el de comunicar o promocionar algún producto, evento, institución u organismo.

En un principio, todo diseño consta de las mismas bases, el darse cuenta de su función en la vida diaria; es por esto que el objetivo primordial de este proyecto, es promocionar los talleres culturales del Instituto Colimense de Cultura, mediante una campaña promocional a nivel estado, la cual pretende difundir el gusto por la cultura entre niños y jóvenes principalmente, ya que son el futuro de nuestro país.



PROCESO DE DISEÑO

La campaña promocional esta enfocada principalmente para niños y jóvenes. es por ello que se creo un estilo que los caracterizara a cada uno. en el caso de los jóvenes se busco que fuera llamativo y casual. por ello se empezo a definir los trazos y grosores de todos los gráficos asi mismo el tipo de estilización.

*Primero se trabajo con lineas gruesas y redondeadas. posteriormente con formas delineadas y despreocupados y por ultimo un estilo casual con trazos hechos con varios espesores y grados de estilizaciones realizadas con pincel.

*Decidiéndose por la última opción ya que es la que cumple con las requisiciones del tipo de publico que va dirigida la campaña.

Posteriormente de determinar la forma que llevarian los gráficos. se trato de darle un soporte dentro del campo visual es por ello que se utilizo un recuadro el cual lleva el mismo estilo que se a seguido. se decidió que fuera un rectángulo para continuar con la composición ya que el formato en general es un rectángulo.

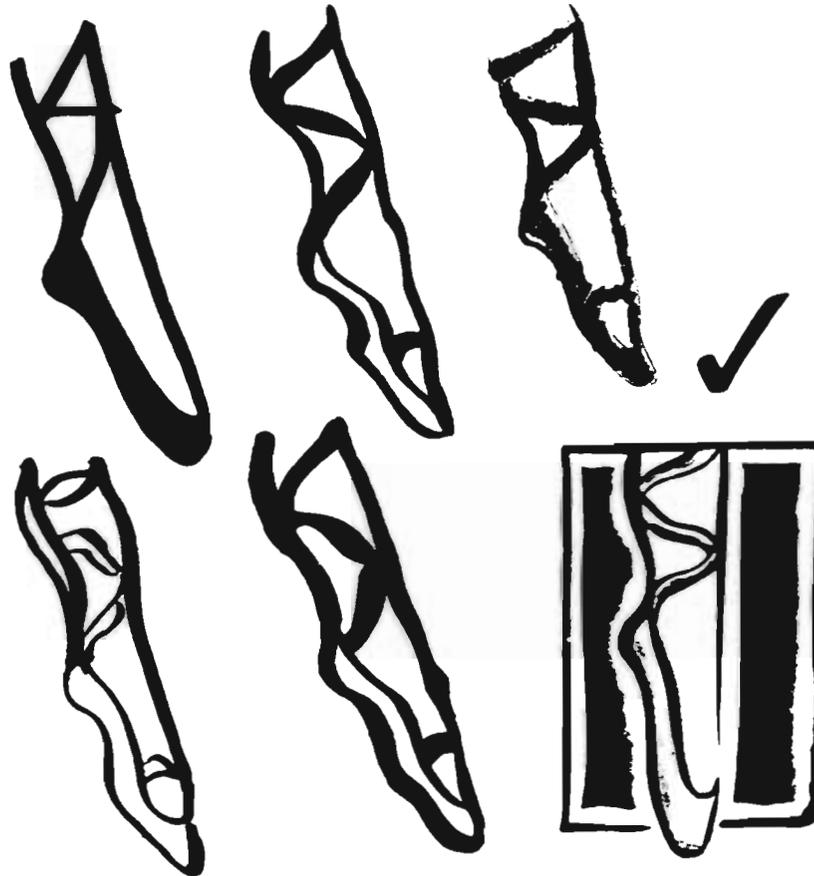




Debido a que cada taller tiene algún elemento que lo caracteriza, se busco un gráfico representativo de cada uno que fuera fácilmente identificable. *en danza, se utilizo la zapatilla de ballet; en música, la llave de sol; en teatro, las máscaras; en pintura, la paleta de colores; en dibujo, un lápiz; en tecnología, una computadora*

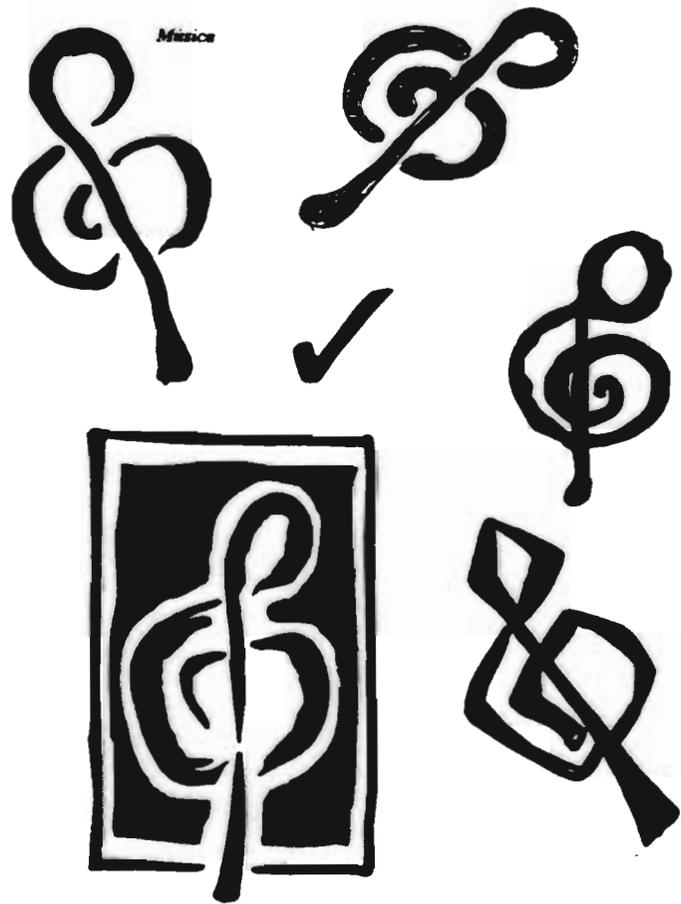


Taller de Danza





Tecnología





Picture

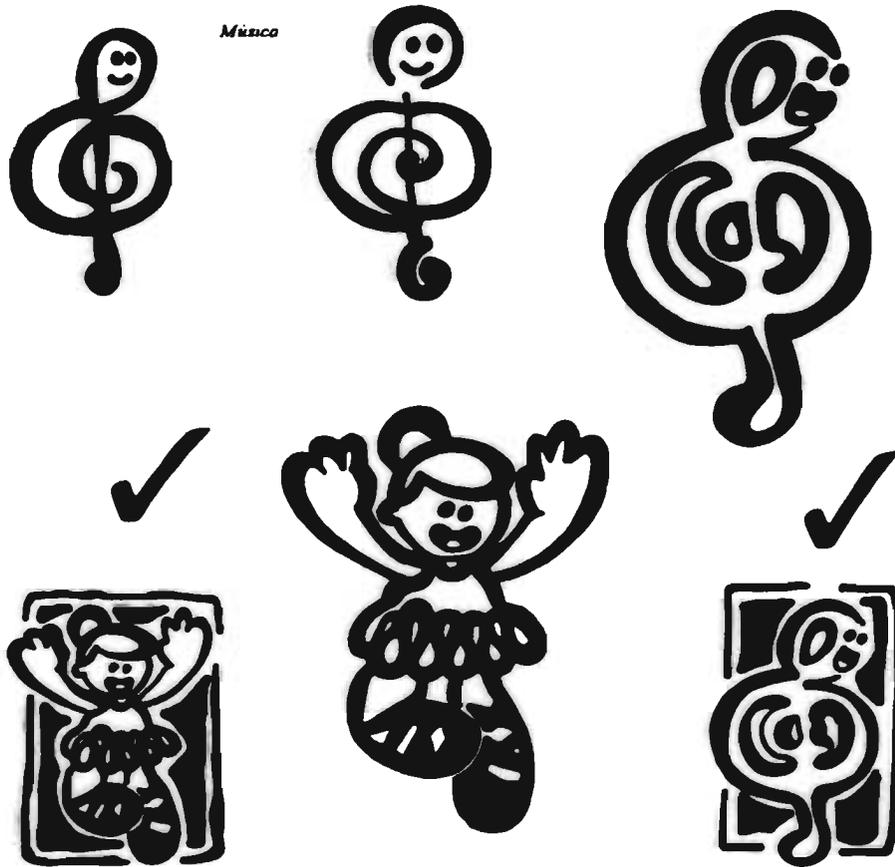


GRÁFICOS INFANTILES

El estilo de estos es de rasgos gruesos con líneas curvas, aquí se hicieron algunas variantes en dos gráficos que son: ballet, donde se maneja una bailarina, y dibujo colocándose solo un lápiz, las imágenes se caricaturizaron con la finalidad de enfatizar más que son para niños y así logre llamar más su atención.

En estos gráficos se alteraron algunos rasgos como son: ojos de las caras, manos y algunos otros todo elementos que a continuación se observan.

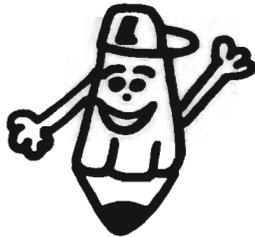
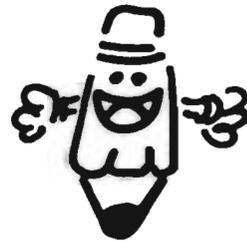
Música



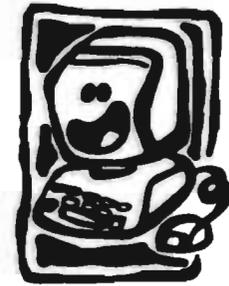
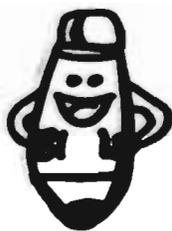
Danza



Dibujo



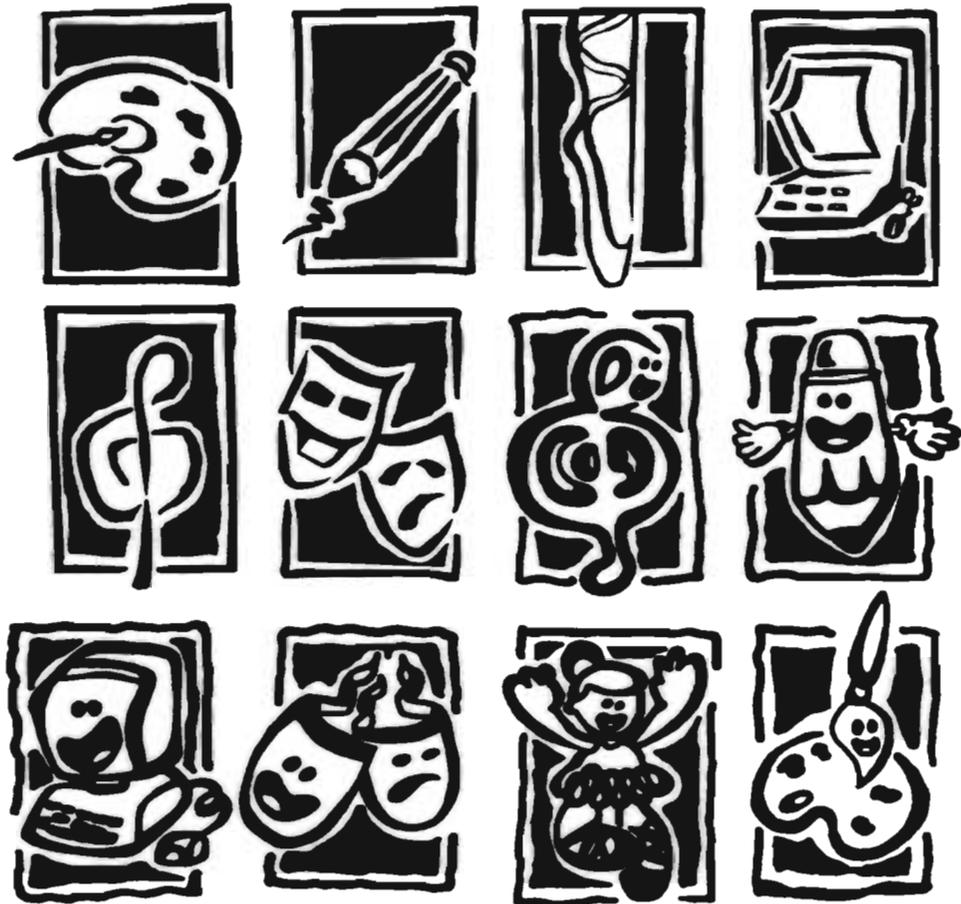
Tecnologia





Una vez determinados los gráficos infantiles y juveniles, se vio la manera de darles un soporte a todos los elementos que integran la imagen, jugando con diferentes formas y composiciones optando por un rectángulo en el cual se giraron las figuras con diferentes tamaños y contornos, las figuras se intercalaron en el rectángulo dejando un filete en blanco para darle mas aire a la imagen.

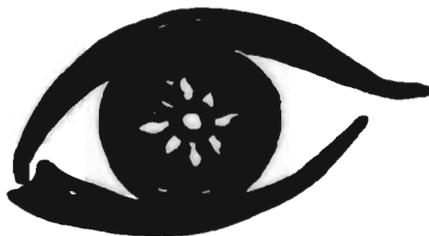
Asi mismo se vio la manera de que forma se dispondria la imagen terminada al principio se pensó en rebasar algunos gráficos dentro del recuadro pero no funcionó ya que no era muy claro el gráfico que se encontraba dentro, por tal razón se determino que se utilizaria el gráfico en su totalidad girándolo a 15°grados, dejando un filete entre la linea del gráfico y la plasta del contorno que integra el recuadro.



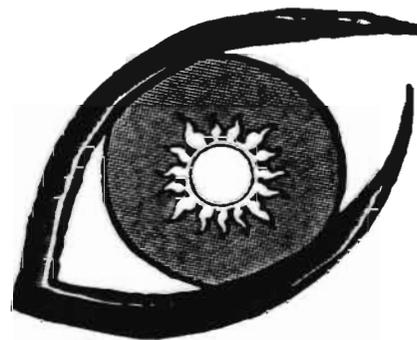
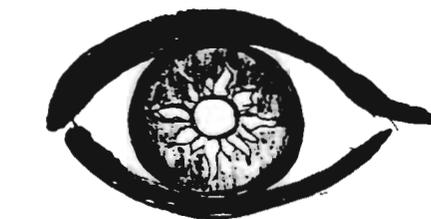
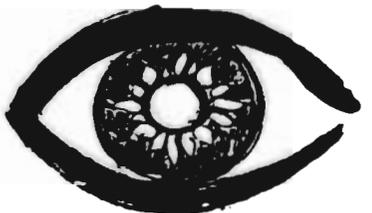
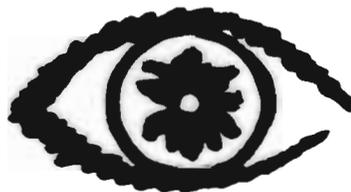
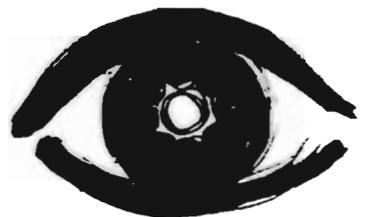
Gráficos de los talleres, infantiles y juveniles.

DISEÑO DEL OJO

Posteriormente de decidir los gráficos que identificarían a cada taller, se empezó a buscar el elemento central que iría acompañándoles, en este caso un ojo, el cual enfatiza el aprendizaje ya que la vista es el principal medio de percepción del ser humano, y en la disposición que se le colocó da la sensación de estar descubriendo todo el universo cultural que hay en los talleres de la casa de la cultura, se combinaron varias formas y grados de estilización que van del realismo donde se buscaron ojos con rasgos expresivos sin alterar ninguna de sus partes, se vio que tal vez esto resultaría muy confuso por ello se vio la manera de buscar un estilo intermedio que fuera claro y a la vez agradable.



Dando como resultado un ojo estilizado donde se respetan sus rasgos más característicos y a la vez sigue el mismo estilo que se había estado manejando en los gráficos.

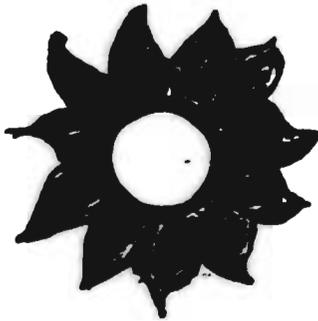
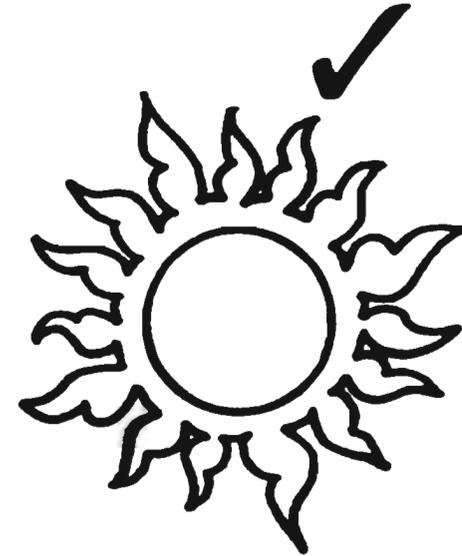
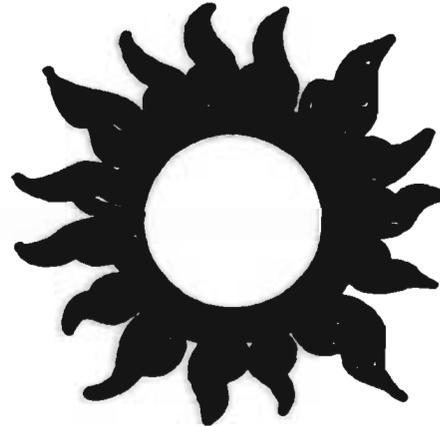
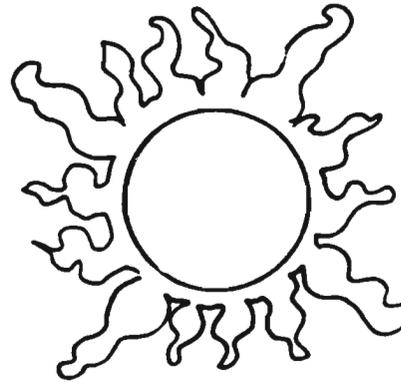




SELECCIÓN DEL SOL

Otro elemento que forma parte de la imagen es el sol, el cual se encuentra ubicado dentro del ojo sustituyendo la pupila esto es con la finalidad de enfatizar por medio de la forma un elemento representativo del estado de Colima, ya que es conocido principalmente por ser un estado cálido y que mejor manera que un sol.

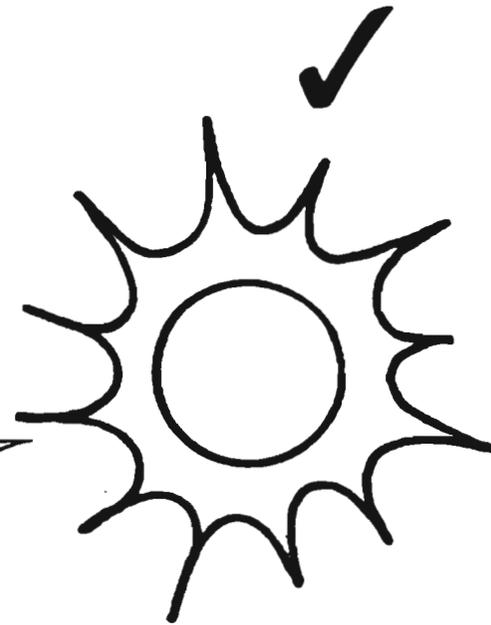
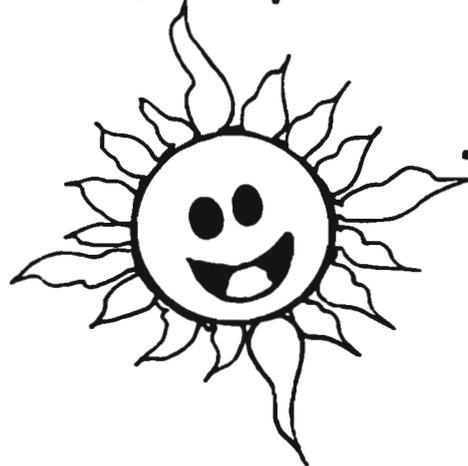
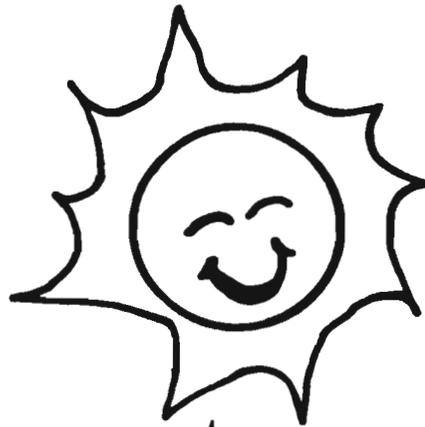
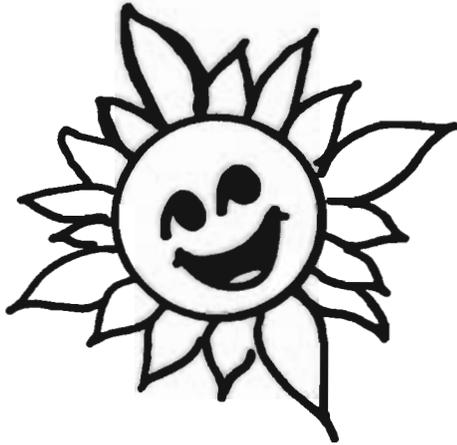
Se jugo con diferentes formas y estilos de soles partiendo del realismo el cual se van resaltando los rasgos mas peculiares hasta lograr el estilo que se esta siguiendo en todos los elementos, quedando al final un sol estilizado con rasgos claros y agradables



SOL INFANTIL

En el caso del sol infantil se trato de seguir con el mismo estilo, modificando algunas formas como son los picos, donde se sustituyeron por líneas curvas y sencillas logrando ser más infantil y fácil de entender.

En algunos casos se les colocó ojos y boca para que fuese más infantil, pero no cumplía con los requerimientos ya que llamaba mucho la atención es por ello que se decidió utilizarlo solo sin ningún elemento que distrajera.



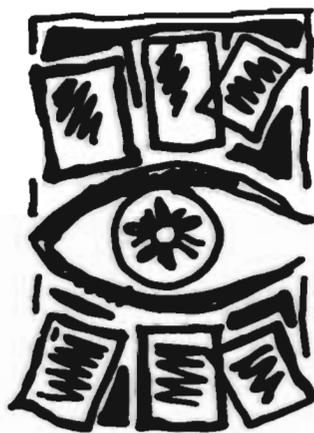
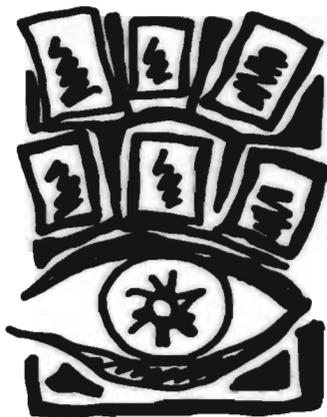
COMPOSICIÓN DE LA IMAGEN GRÁFICA

Una vez realizadas las diferentes estilizaciones se continuo a darles un acomodo en conjunto, en la primera opción se colocaron continuamente, en la parte superior del recuadro el ojo quedando como elemento principal, en la parte inferior el resto de los gráficos; todos los elementos se pusieron delineados, el inconveniente que presentaba esta composición era de un desorden total y muy poca legibilidad en los gráficos por ello se destituyo.

En la siguiente se coloco el ojo rebasado en la parte superior del recuadro y los seis gráficos dispuestos en orden continuo, esta composición resultaba muy saturada de elementos y por consecuencia creaba confusión.



En las siguientes se dispuso un mismo acomodo que la anterior solo que el ojo inclinado a lo largo del recuadro y las figuras intercaladas en el fondo, se pensó que esto no funcionaba ya que las figuras centrales creaban un efecto muy agresivo y confuso logrando marear al lector.





En la ultima imagen se muestra de una forma ordenada los elementos, colocando al centro el ojo el cual rebasa el recuadro principal esto es para darle mas aire a la composición, los gráficos se dispusieron girados a 15° grados re-basados igualmente que el ojo, todos estos elementos se encuentran intercalados en el fondo, al igual que los gráficos que van dentro del recuadro menor.

Se opto por esta ultima puesto que se ve de forma clara cada gráfico de los talleres y compagina de manera muy acertada con el concepto principal que se quiere proyectar, dando como resultado una imagen gráfica agradable, moderna, y pregnante que identifica fácilmente al publico que se dirige.



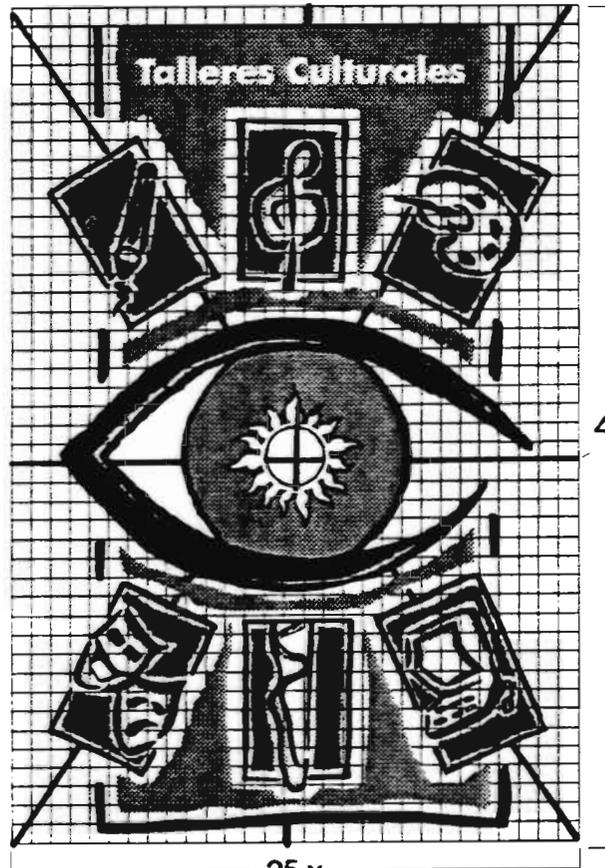
TIPOGRAFIA.

Se utilizo la tipografia FUTURA BLACK en sus diferentes estilos, ya que es de trazos limpios y casuales; usandola en la frase talleres culturales que va calada en el rectángulo; se empleo también en cada inicio de los talleres, intercalada la letra inicial en un recuadro; se aplicó a su vez en la información que lleva el volante, anuncio de prensa, cartel y folleto.



MATRIZ GRAFICA.

La imagen gráfica de la campaña se trazo basada en una reticula, creada con módulos de iguales dimensiones, para que así su reproducción sea mas rápida y precisa.



SELECCION DEL SLOGAN

El slogan forma parte primordial de la estrategia de reconocimiento de la campaña promocional, ya que debe ser fácil de aprender, agradable; y sobre todo que de a conocer el objetivo esencial de dicha campaña.

Destacando la actividad de todos los talleres culturales del Instituto Colimense de Cultura, en una cuantas palabras.

Las opciones son las siguientes:

- 1) Ven y aprende.
- 2) Hey! soy toda tuya.
- 3) Aprende algo diferente.
- 4) *Aprender es divertido.*

Por medio de una encuesta se determino utilizar el último slogan, ya que era el que cumplía con las necesidades, el cual da a saber que el aprender no siempre es aburrido y metódico, sino divertido e interesante, esto es principalmente porque a los jóvenes y niños, les agrada el hecho de poder divertirse y aprender en un mismo lugar.

La tipografía empleada para el slogan fue trazada caligráficamente, pues se necesitaba un estilo un tanto informal y casual, ya que el tipo de público al que va dirigido es en su mayoría juvenil.

Aprender es Divertido
... EN LA CASA DE LA CULTURA

Aprender es divertido
... EN LA CASA DE LA CULTURA

Aprender es divertido
... EN LA CASA DE LA CULTURA

Aprender es divertido ✓
... EN LA CASA DE LA CULTURA

CAMPAÑA PROMOCIONAL

Los medios promocionales que se eligieron para la realización de la campaña, son carteles y folleto, utilizando como apoyo a ésta volantes, anuncio de prensa y un storyboard.

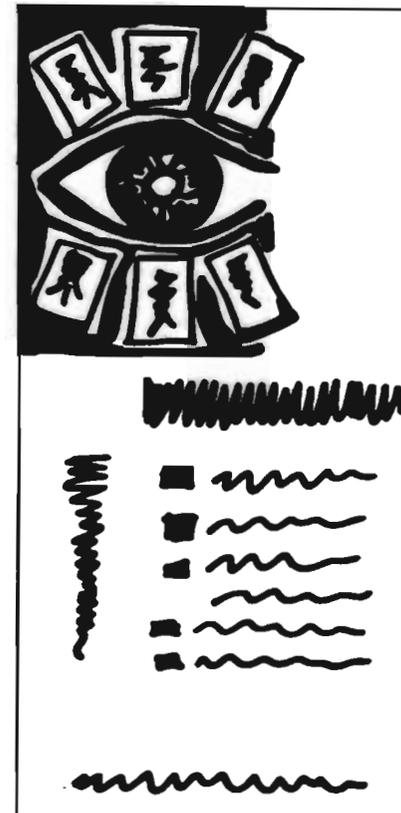
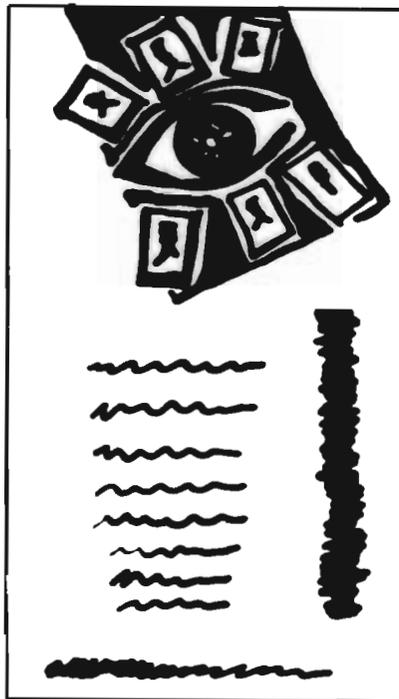
BOCETOS DE CARTEL

Se empezó a jugar con la disposición de la imagen dentro del campo visual. En el primer boceto se muestra la imagen rebasada e inclinada, el texto se colocó justificado a la izquierda y el slogan a la derecha, mientras que los datos de la dirección en una sola línea de texto en la parte superior.

En la otra propuesta se dispuso la imagen justificada a la izquierda y el slogan a la derecha mientras que la información se colocó de la misma forma.

En otro de los bocetos se puso la imagen inclinada a 30°, el slogan centrado, justificando al mismo tiempo la información.

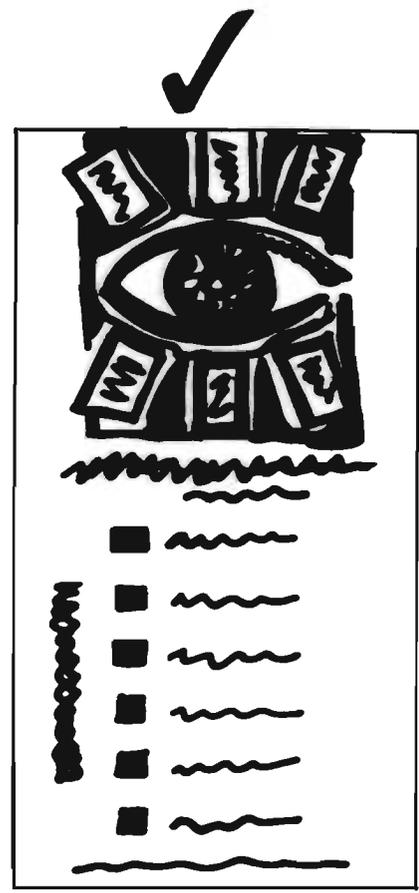
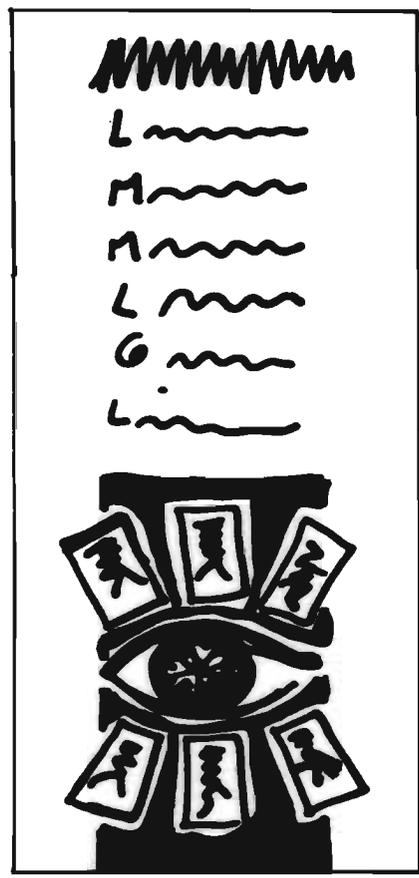
El formato elegido para éstos es de 88x58.5 cm., en cartulina couché de 225 gr., se escogió este tamaño porque es legible aun a una distancia considerable y a la vez impactante.





En otra opción se utilizó la imagen gráfica rebasada en la parte superior del cartel; el slogan centrado debajo de ésta y en orden descendiente la información haciendo énfasis al inicio de cada taller con un recuadro para logra un mayor equilibrio entre imagen e información; colocándose en la parte izquierda de éste, el nombre a quien van dirigidos los carteles, en forma lineal, justificando éste con el bloque de texto de la información; los datos de dirección y logotipo de la Casa de la Cultura, se ubicaron en un sola línea en la parte inferior del cartel, centrado con la imagen y el slogan respectivamente, logrando así un mayor balance.

Optándose por este último, pues es el que proyecta mayor impacto y orden visual, logrando con esto pregnancia y por su acomodo legibilidad y perceptibilidad.



**OPCIONES TIPOGRÁFICAS PARA
LA INFORMACIÓN**

Se inició a trabajar con varias tipografías para la información de los carteles, utilizando la Avant Garde, Brush, Switzerland y Souvenir, pero el problema que se presentaba con estas fuentes, es que no por sus rasgos y grosores no eran lo suficientemente legible e impactantes, de acuerdo al tipo de público al que se dirigirá la campaña.

Es por ello que se buscó una familia tipográfica que tuviera la legibilidad, impacto y jovialidad de lo cual carecían las anteriores, siendo elegida la tipografía FUTURA BLACK, en sus diferentes estilos y pesos.

Talleres Culturales

Talleres Culturales

Talleres Culturales

Talleres Culturales



Talleres Culturales



Capitulares de los Talleres

TECNOLOGIA

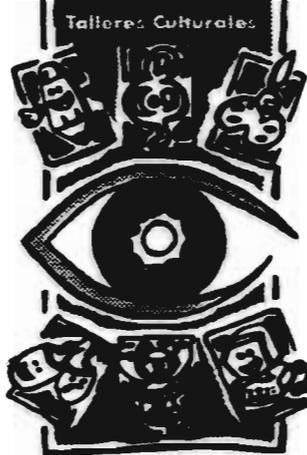
TECNOLOGIA

TECNOLOGIA

TECNOLOGIA ✓

100

Talleres Culturales



Aprender es divertido
... EN LA CASA DE LA CULTURA

- **TEATRO**
 - Cuento
 - Adivinanzas
- **MÚSICA**
 - Taller de Cámara Interior
 - Composición Musical
- **DANZA**
 - Ballet
- **TECNOLOGIA**
 - Computación
- **ARTES PLÁSTICAS**
 - Dibujo
 - Pintura

MC Instituto Callesano de Cultura Calz. Guevarón s/n. Tel. 4 06 20

Cartel Infantil

Talleres Culturales

Aprender es divertido
... EN LA CASA DE LA CULTURA

J	J	J
U		• Teatro
V		• Artesanía
O	M	M
		• Taller de Cámara Interior
		• Composición Musical
	D	D
		• Danza
		• Baile
	T	T
		T
		• Tecnología
		• Computación
	A	A
		A
		A
		• Artes Plásticas
		• Dibujo
		• Pintura

IC Instituto Colombiano de Cultura Cols. Gavilán s/n Tel. 4 04 20

Cartel Juvenil

Colores:

Se utilizaron cinco colores que se aplicaron de acuerdo a cada cartel; el color magenta pantone N° 239C, el verde pantone N° 352U, y el negro, son los que se emplearon para el cartel de los talleres infantiles, pues son los colores que por su intensidad llaman más la atención de los infantes.

En el cartel de los talleres juveniles se manejaron el magenta pantone N° 239C, el aqua pantone N° 313U y el negro, porque con ellos se logra una sensación de libertad y jovialidad.

Para los talleres en municipios se utiliza el magenta pantone N° 239C, el azul pantone N° 2736U y negro, ya que es una combinación conservadora y elegante.

En el cartel de verano, fue el magenta pantone N° 239C, amarillo pantone N° 810C y negro, logrando con esta combinación dar una sensación de calidez y alegría.

El color magenta se utilizó al igual que el negro, en todos los carteles para que hubiera uniformidad en ellos. Cambiando el tercer color en cada uno de ellos para dar variedad y que a su vez sean distinguidos con facilidad por las personas; logrando con ello una pequeña variedad agradable y llamativa.



Talleres Culturales

Aprender es divertido
... EN LA CASA DE LA CULTURA

I
N
F
A
N
T
I
L
S

- TEATRO**
 - CuENTO
 - Actuación
- MUSICA**
 - Taller de Cámara Infantil
 - Composición Musical
- DANZA**
 - Ballet
- TECNOLOGIA**
 - Computación
- ARTES PLASTICAS**
 - Dibujo
 - Pintura

IC Instituto Galimense de Cultura Colz. Galván s/n Tel. 4 06 20

Cartel
Infantil

Talleres Culturales

Aprender es divertido
... EN LA CASA DE LA CULTURA

J
U
V
O
N
I
L
S

- TEATRO**
 - CuENTO
 - Actuación
- MUSICA**
 - Taller de Cámara Infantil
 - Composición Musical
- DANZA**
 - Ballet
- TECNOLOGIA**
 - Computación
- ARTES PLASTICAS**
 - Dibujo
 - Pintura

IC Instituto Galimense de Cultura Colz. Cichán s/n Tel. 4 06 20

Cartel
Juvenil



Talleres Culturales

Aprender es divertido

La Casa de la Cultura te ofrece una gran variedad de talleres creados pensando en ti

V **BAJATO**
O **USICA**
R **DANZA**
D **ECNOLOGIA**
O **ARTES PLASTICAS**

Inscripciones Abiertas
 (CLASES GRATUITAS)

IM Instituto Guatemalteco de Cultura Calz. Galván s/n Tel. 4 06 20

Carriel
 Varoso

Talleres Culturales

Aprender es divertido
 ... EN LA CASA DE LA CULTURA

M **QUIMATLAN**
 • Cuenta
 • Actuación
U **LESERA**
 • Taller de Cuentos Infantiles
 • Compañerismo Municipal
C **COMAN**
 • Baile
I **LLA DE ALVAREZ**
 • Comparsación
P **UAUNTEMOC**
 • Dibujo
 • Pintura
S

IM Instituto Guatemalteco de Cultura Calz. Galván s/n Tel. 4 06 20

Carriel
 Municipios

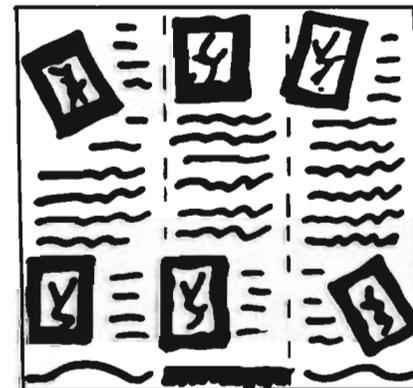
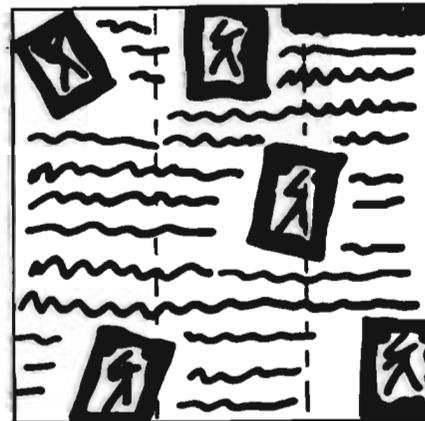
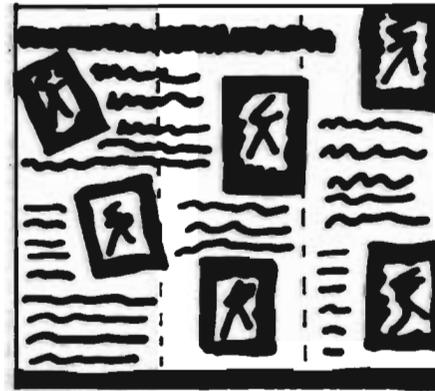
FOLLETO

El formato elegido para el folleto es tamaño oficio (21.5x34 cm.); en papel couché de 90 gr.

Debido a que se tenía bastante información, se buscó la manera de acomodarla de tal manera que fuera legible y atractivo para el lector.

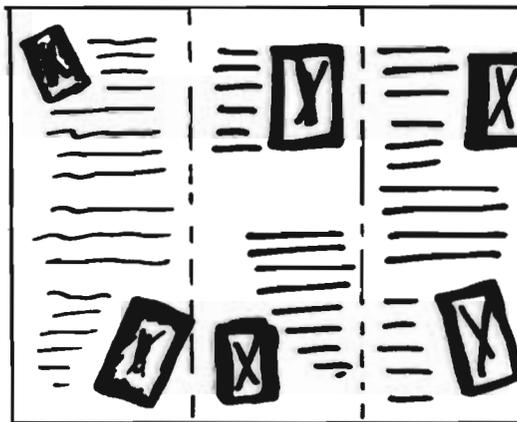
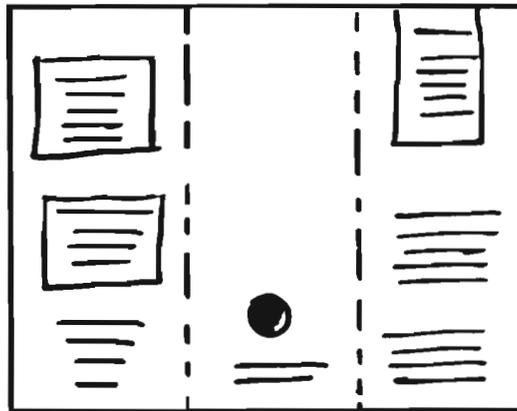
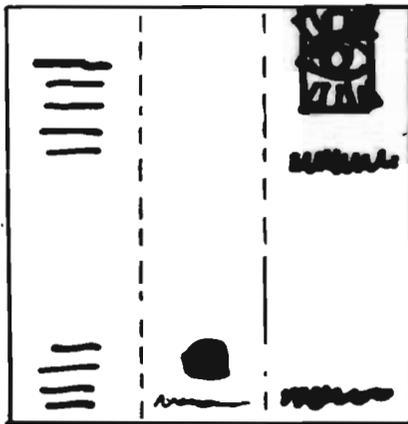
Se inició buscando de conjugar texto e imágenes, por ello se utilizaron las estilizaciones de la imagen en forma separada para lograr dinamismo e integración en éste.

Basándolo en una retícula para darle orden a todos los elementos que llevaría, se vio la manera de jugar con diferentes composiciones, en la primera se muestra el texto con un mayor puntaje y los gráficos de un menor tamaño, así como la distancia entre módulos de texto es de un tamaño menor, el inconveniente que presentaba es boceto era que se veía muy saturado de texto y resultaba aburrido e ilegible.



En la siguiente propuesta se realiza una distribución más balanceada en donde los gráficos dan gran dinamismo y a la vez balance entre texto e imágenes, por tal razón se decidió utilizar este acomodo puesto que era el que funcionaba mejor.

Se optó por doblarlo en tres partes para que fuera más fácil de cargarlo, ocupando menos espacio donde se va a distribuir, así como para que no resultara tan bromoso a la hora de estarlo abriendo y fuese más atractiva su lectura.





Reticulo de Follas



Talleres Culturales



El Instituto Colombiano de Cultura tiene como finalidad consolidar y fortalecer programas culturales en todo el estado de Cauca y sus municipios con la integración y la creación de nuevos grupos artísticos y talleres.

Los Talleres se llevan a cabo durante todo el año, pero lo tanto se pueden encontrar en cualquier época, ya que existen varios grupos de estos talleres que se dedican de manera al servicio de las zonas en precipitación, alta montaña y oroguardas.

El horario de servicio es de 6:00 p.m. a 9:00 p.m., en los meses de enero a mayo, variando en verano junio, julio y agosto, ya que las clases se imparten de 9:00 a.m. a 2:00 p.m.

Los talleres se dividen en 5 áreas: Danza, Teatro, Música, Tecnología y Artes Plásticas, ofreciendo desde cuatro una gran variedad de actividades dentro de las cuales: ¡Tu Pueblo Escoge!

En cualquier momento de cualquier taller se convierten a voluntarios, en los cuales todo la familia puede participar y aprovechar el tiempo.



Los Talleres orientados son desde los 6 años de edad hasta los 13 años, mientras que los talleres para jóvenes y adultos son desde los 13 años.

Al participar o algero de los talleres se da la oportunidad de conocer gente nueva, ya que la Casa de la Cultura tiene relaciones con algunas ciudades de otros estados como son: Jalisco, Morelos, Zacatecas, Michoacán, Aguascalientes.



Esto es una buena manera de introducir a él, ya que durante el desarrollo cultural de una forma divertida, e interesante permite que si lo eres uno de los alumnos que colabora en alguno de los talleres, se le otorga una hora de capacitación más para que pueda continuar los estudios secundarios ya sea en otro estado o en el su tiempo, o cuando más tarde que conseguir los conocimientos.

Todos los niños que se inscriben en los talleres son totalmente gratis, solo se hacen que llevar el material para trabajar, el nivel de preparación de los estudiantes es de la mejor manera que se pueda, que cada profesor que imparte algún taller, tenga la experiencia y experiencia en el mismo.



Además cada tres meses se les brinda cursos de y capacitación impartidos por el I.A.B.A. esto ocurre al fin de que los alumnos tengan la plena seguridad de que están adquiriendo clases de un alto nivel.

En todas las actividades se trata de explicar al máximo la creatividad de cada alumno, con la ayuda del maestro, todo con ello con la finalidad de que cada alumno con su propio estilo y forma de hacer las cosas.

Por todo esto la CASA DE LA CULTURA DE COLEMAN, es todo una perspectiva diferente de apreciar y ver el arte en todas sus expresiones y la más importante que lo ha sido cuando LAPIDIER ES DIVERTEDO!



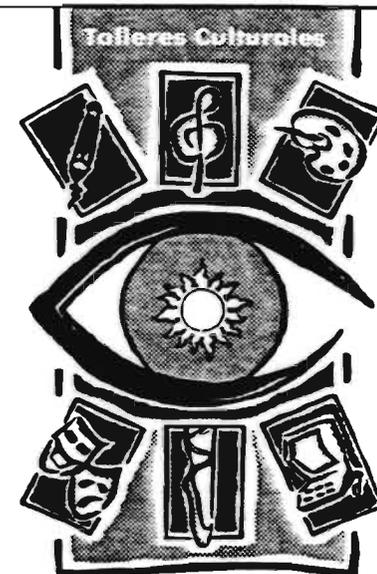
Folleto (parte exterior)

Talleres Infantiles

DÍAS	ACTIVIDAD	MAESTRO	HORA
Lunes, Miércoles y Viernes	GRUPO -Danza -Artesanía	Guadalupe Guerrero Dora Rodríguez María de los Angeles Pineda	8:00 p.m. 8:30 p.m. 9:00 p.m.
Martes, Miércoles y Viernes	GRUPO -Danza -Artesanía	Guadalupe Guerrero Dora Rodríguez	8:00 p.m. 8:30 p.m.
Miércoles y Viernes	GRUPO -Danza -Artesanía	Guadalupe Guerrero Dora Rodríguez	8:00 p.m. 8:30 p.m.
Miércoles y Viernes	GRUPO -Danza -Artesanía	Guadalupe Guerrero Dora Rodríguez	8:00 p.m. 8:30 p.m.
Miércoles y Viernes	GRUPO -Danza -Artesanía	Guadalupe Guerrero Dora Rodríguez	8:00 p.m. 8:30 p.m.

Jóvenes y Adultos

DÍAS	ACTIVIDAD	MAESTRO	HORA
Martes, Miércoles y Viernes	GRUPO -Danza Infantil -Artesanía	Isabel Gómez Isabel Gómez	8:00 p.m. 8:30 p.m.
Martes, Miércoles y Viernes	GRUPO -Danza -Artesanía	Guadalupe Guerrero Dora Rodríguez	8:00 p.m. 8:30 p.m.
Miércoles y Viernes	GRUPO -Danza -Artesanía	Guadalupe Guerrero Dora Rodríguez	8:00 p.m. 8:30 p.m.
Miércoles y Viernes	GRUPO -Danza -Artesanía	Guadalupe Guerrero Dora Rodríguez	8:00 p.m. 8:30 p.m.
Miércoles y Viernes	GRUPO -Danza -Artesanía	Guadalupe Guerrero Dora Rodríguez	8:00 p.m. 8:30 p.m.



ICC
Instituto Colimense de Cultura

Calz. Galván s/n
Tel. 4 06 20
Colima, Col.

Aprender es divertido
EN LA CASA DE LA CULTURA

ANUNCIO DE PRENSA

El formato del anuncio de prensa es de 16.5x25.5 cm., en forma vertical, con el fin de evitar demasiados vacíos entre columnas y otros anuncios.

Para lograr uniformidad, se manejó el mismo diseño que en el volante, con la diferencia de que los colores se convirtieron a tramas de grises, manejadas así: los soles a un 30% de gris, el magenta a un 80%, el amarillo se convirtió a un 60%, quedando lo negro puro.

Al igual que el volante se decidió manejar la imagen de verano, ya que será colocado en los meses de junio y julio exclusivamente, justo antes de las clases de verano.

Se propone que dicho anuncio sea colocado en el diario de Colima puesto que es el que más cobertura tiene a nivel estado de Colima.

El anuncio deberá ir publicado en las páginas donde se encuentre el área cultural, en caso de no ser así puede ir colocado en las primeras páginas del periódico.

Talleres Culturales

Aprender es divertido

EN LA CASA DE LA CULTURA

¡¡ Este verano está que arde !!

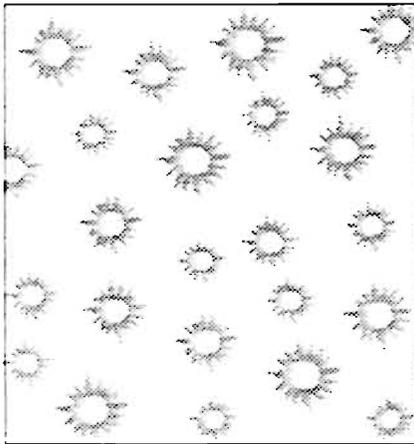
Para nuestros talleres de:
Danza, Teatro, Música
Computación, Pintura y Dibujo
en la LOCLURA

 Instituto Colimense de Cultura Colz. Galván s/n Tel. 4 08 20

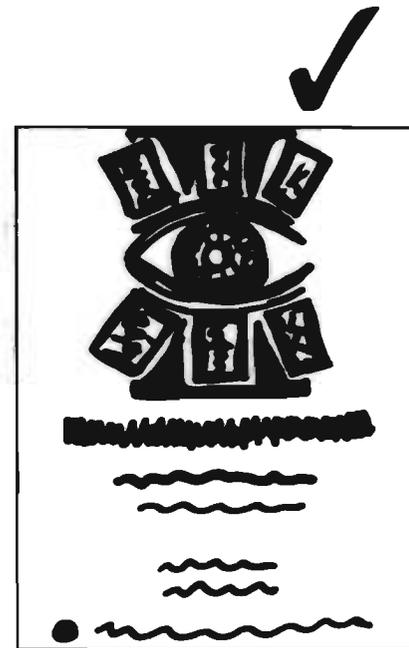
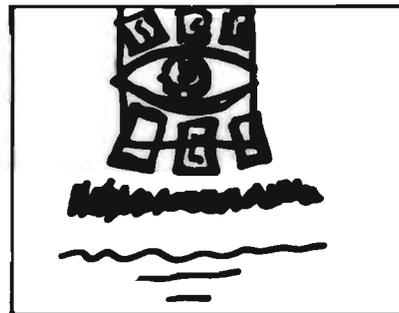
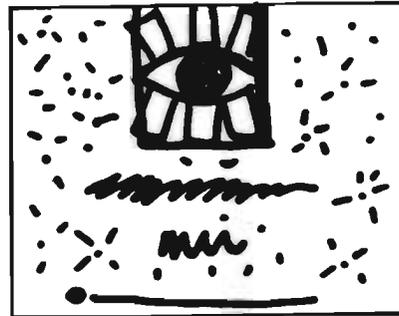


VOLANTE

El volante se propone en un formato de $\frac{1}{2}$ carta vertical (21.5x10.75 cm.), siguiendo los mismos lineamientos del cartel de verano, agregándole una textura de fondo creada con soles (los que forman la pupila del ojo), con la finalidad de reforzar la intención de éste, debido a que sólo serán repartidos en el periodo de vacaciones de verano.



Trama de la Textura del Volante



SPOT DE TELEVISIÓN

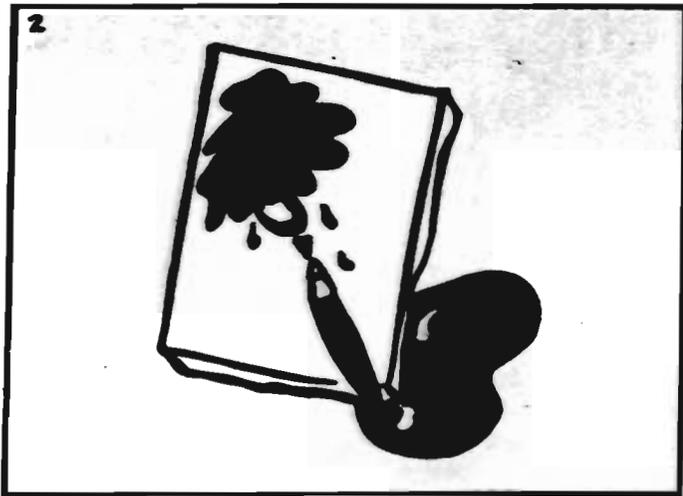
El storyboard se constituye de una serie de imágenes con el texto en la parte inferior de ellas, con el fin de narrar visual y textualmente el desarrollo de un comercial de televisión, mostrando la secuencia de las escenas, personajes y diálogos más significativos de éste.

El storyboard propuesto consta de 13 escenas centrales donde se explica de forma clara y breve las actividades culturales de los talleres; éste se diseñó para que tenga una duración de 40 segundos.

Los personajes centrales del storyboard, son personajes reales el protagonista principal es un joven de 17 años de edad, el cual está aburrido porque no sabe que hacer en estas vacaciones, por ello decide escuchar una voz que le sugiere la gran variedad de actividades que le ofrece el instituto colimense de cultura en sus diferentes talleres como son danza, teatro, música, artes plásticas, teatro, y pintura.



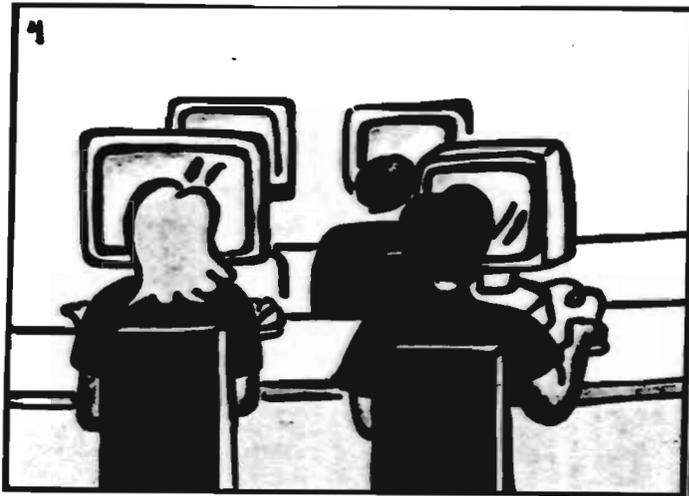
PLANO AMERICANO DEL PERSONAJE CENTRAL
Hey.. pst, pst, si tu, estas preocupado y aburrido por no saber que hacer estas vacaciones.



PLANO DE DETALLE DE UN LIENZO PINTADO
Que tal te pinta ésto...

PLANO GENERAL DE UNOS BAILARINES
...ésto...





PLANO AMERICANO DE LA CLASE DE COMPUTACION
...ésto...

PLANO DE DETALLE DEL TEATRO
...o ésto...





PLANO GENERAL A CONTRA LUZ DE UN CONCIERTO
...o ésto...

PLANO AMERICANO
Y ademas de todo esto, aprendizaje y muy buen ambiente.

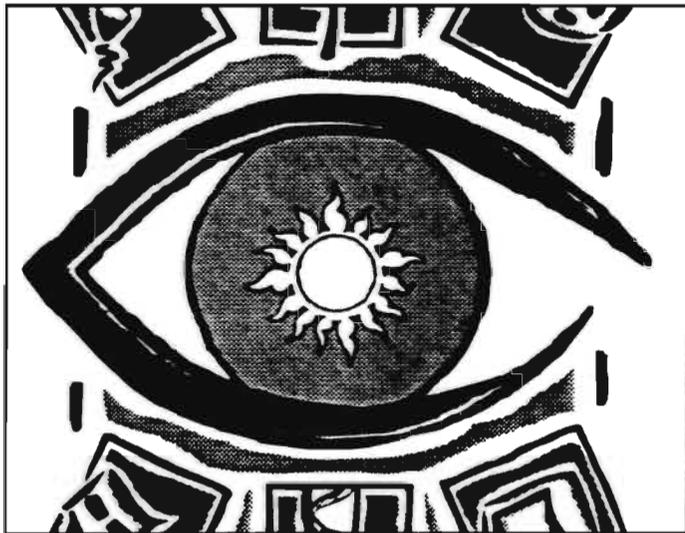




PLANO DE DETALLE DEL PERSONAJE CENTRA
¿Y donde dices que es?

PLANO DE DETALLE
Que buena onda, ahora si este verano ¡aprender es divertido!





PLANO DE DETALLE DE UNA PARTE DE LA IMAGEN

APARECE LA IMAGEN COMPLETA DE
LA IMAGEN GRAFICA



LINEAMIENTOS BASICOS DE LA IMAGEN

La imagen gráfica, en un principio, siempre debe mantener el acomodo que tiene de sus elementos, los cuales no deberán moverse por ninguna razón.

La imagen total siempre se colocará en la parte superior y se rebasará de arriba en donde se ubique, junto con todos los elementos que la integran (tipografía y gráficos).

El estilo de las estilizaciones deberá también ser respetado, se realizarán como aquí se muestra sin ningún tipo de variante, tanto en forma como disposición.

Los colores deberán respetarse de acuerdo al público que va dirigido, es decir, en los talleres juveniles (magenta, aqua y negro), infantiles (magenta, verde y negro), municipios (magenta, azul y negro), y verano (magenta, amarillo y negro). No debe haber ni modificación ni alteración en ellos.

Al igual que lo demás, el slogan no puede ser cambiado a otra tipografía, debe respetarse la que se trazo especialmente para este proyecto, ni sufrir modificación alguna.

Para todos los textos e información de dirección, se utilizará siempre la misma fuente, que es la Futura Black en los diversos estilos que aquí se muestran.

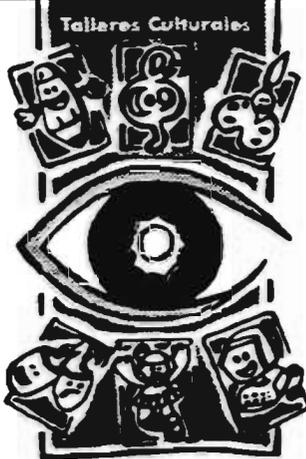


Talleres Culturales

Aprender es divertido
... EN LA CASA DE LA CULTURA

- J **JUVENILES**
 - Letras
 - Música
- V **VERANO**
 - Taller de Letras Interactiva
 - Compendio Musical
- M **MUNICIPIOS**
 - Música
- I **INFANTILES**
 - Danza
 - Compendio
- E **ARTES PLÁSTICAS**
 - Música
 - Pintura

IN Instituto Callesense de Cultura Calle: Gaitan n/o Tel: 4 06 20



Talleres Culturales

Aprender es divertido
... EN LA CASA DE LA CULTURA

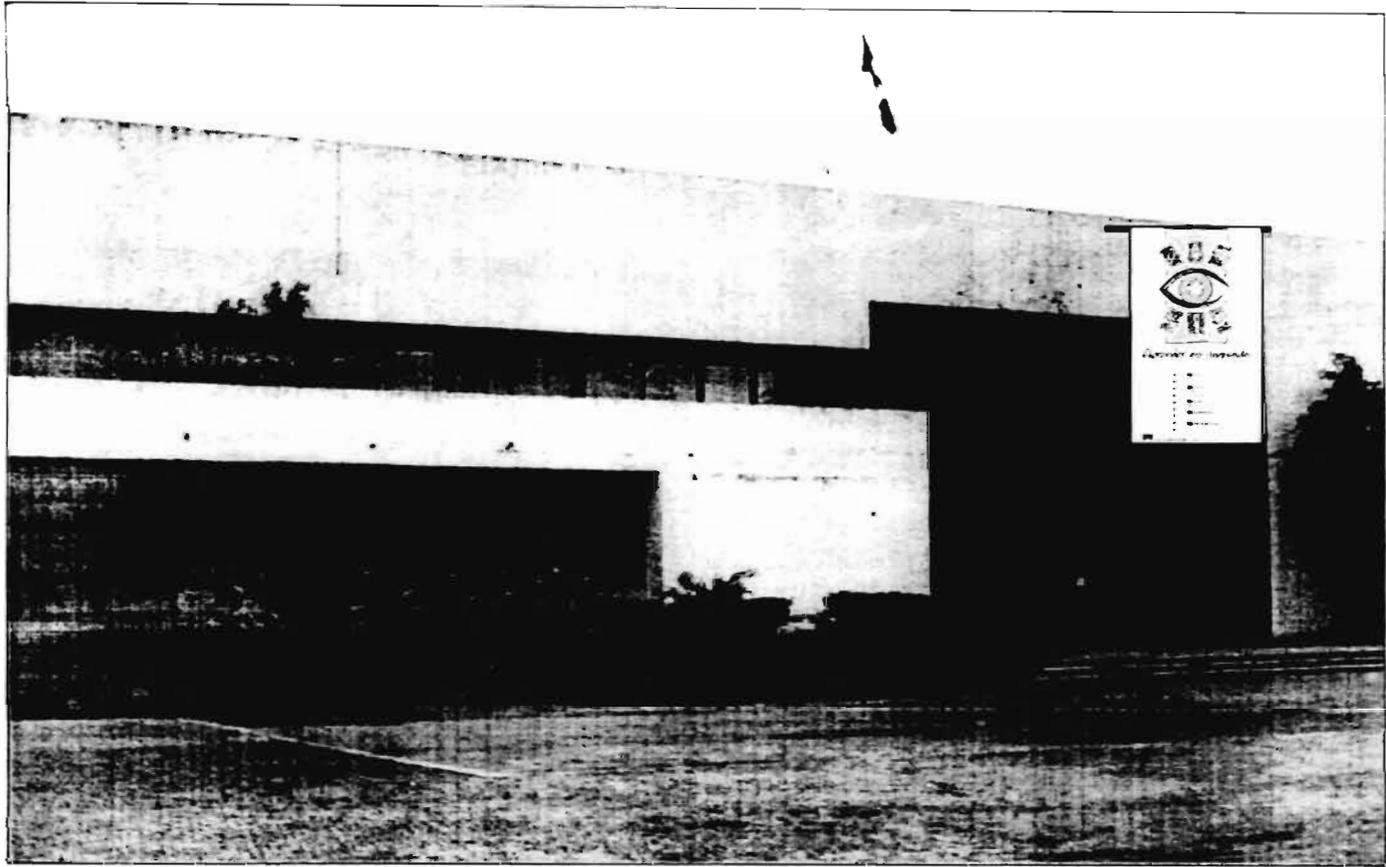
- J **JUVENILES**
 - Letras
 - Música
- V **VERANO**
 - Taller de Letras Interactiva
 - Compendio Musical
- M **MUNICIPIOS**
 - Música
- I **INFANTILES**
 - Danza
 - Compendio
- E **ARTES PLÁSTICAS**
 - Música
 - Pintura

IN Instituto Callesense de Cultura Calle: Gaitan n/o Tel: 4 06 20

**OPCIONES EN LA UTILIZACION
DE LA IMAGEN GRAFICA**

Como la imagen gráfica que se diseñó es muy pregnante y agradable, puede ser utilizada en artículos, letreros ó medios de promoción que no se hayan manejado en este proyecto, como banderines, hojas, tarjetas, tazas, lapiceros, llaveros, letreros, rótulo en paredes, etc., siempre que se respeten los lineamientos antes mencionados.



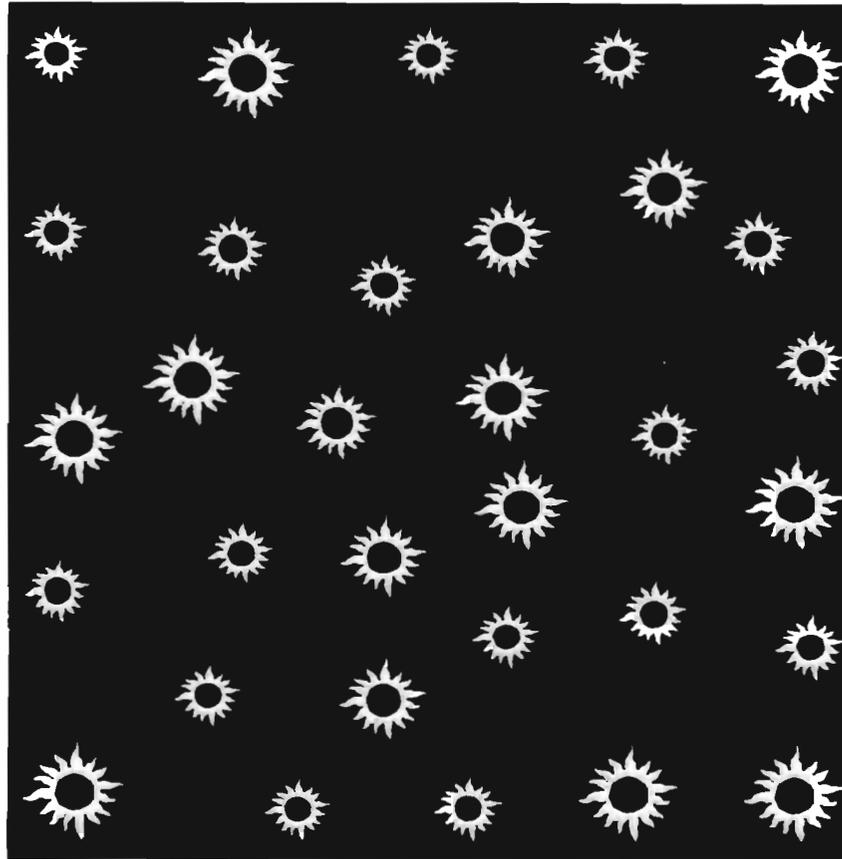


ORIGINALES MECANICOS

ORIGINALES MECANICOS

La buena impresión y acabados del trabajo depende en gran parte de los originales mecánicos. por tal razón la preparación de éstos debe ser minuciosa y exacta, especificando al impresor todos los detalles.

Estos constan de varias partes, para la realización de este proyecto se dividieron en 4 partes, las primeras 3 para la separación de tintas y la última para indicar como irán aplicados los colores en conjunto.





J **ARTES**
 • Artes
 • Artes
M **MÚSICA**
 • Taller de Composición Infantil
 • Composición Musical
P **PLÁSTICA**
 • Plástica
 • Plástica

IN Instituto Colombiano de Cultura Calz. Gaitán s/n Tel. 4 06 20

002.970

Talleres Culturales

■
 ■
 ■

Pantone 250c

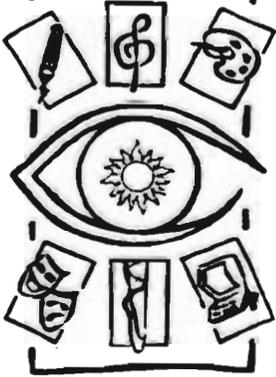
Original mecánico del cartel.



Aprender es divertido
... EN LA CASA DE LA CULTURA

M

Panama 253c



Instituto Colombiano de Cultura Coiz. Galván s/n Tel. 4 06 20

negre

Original mecánico del volante.

123



Talleres Culturales



¡ Este verano está que arde !!

Para nuestros talleres de:

artes de **LOCURA**



Aprender es divertido
... EN LA CASA DE LA CULTURA

• • •

Danza, Teatro, Música
Composición, Plástica y Dibujo



El Instituto Cubano de Cultura tiene como finalidad enseñar y fortalecer programas culturales en todo el estado de Colón y sus alrededores con la integración y la creación de nuevos grupos artísticos y talleres.

Los Talleres se hacen a cabo durante todo el año, por lo tanto tu puedes inscribirte en cualquier época, ya que existen varios grupos de cada taller, que se dividen de acuerdo al horario de las mismas en: principiantes, intermedias y avanzadas.

El horario de servicios es de 4:30 p.m. a 9:30 p.m., en las mesas de desayuno o desayuno en vasos (gran, plato y agua), ya que las clases se suspenden de 9:30 a.m. a 2:00 p.m.

Los talleres se dividen en 5 áreas: Danza, Teatro, Música, Tecnología y Artes Plásticas, en cada área existe una gran variedad de actividades dentro de los cursos I y II. Podrás escoger!

En verano se trata de preparar talleres recreativos e instructivos, en los cuales todo lo familia puede participar y aprovechar el tiempo.



Los Talleres artísticos son desde los 6 años de edad hasta los 13 años, reuniones que los talleres para jóvenes y adultos son desde los 13 años.

Al pertenecer a alguno de los talleres te da la oportunidad de conocer gente nueva, ya que la Casa de la Cultura tiene relaciones con organismos culturales de otros estados como son: Arifon, Mayagüez, Zamora, Michoacán, Aguascalientes.



Esto es una buena oportunidad de conocer a ti, ya que conoces la riqueza cultural de una buena ciudad, o simplemente porque que si te eres uno de los alumnos que estudias en alguno de los talleres, es la mejor una forma de expresarte con otros para que puedas continuar los estudios superiores ya sea en otro estado o en el extranjero, o cualquier otra forma que acompañe tus conocimientos.

Todas las clases que se imparten en los talleres son totalmente gratis, solo te hacen que llevar tu material para mejorar el nivel de preparación de los estudiantes de la misma escuela que se pretende, que cada profesor que imparte algún taller, tenga la experiencia y experiencia en el mismo.

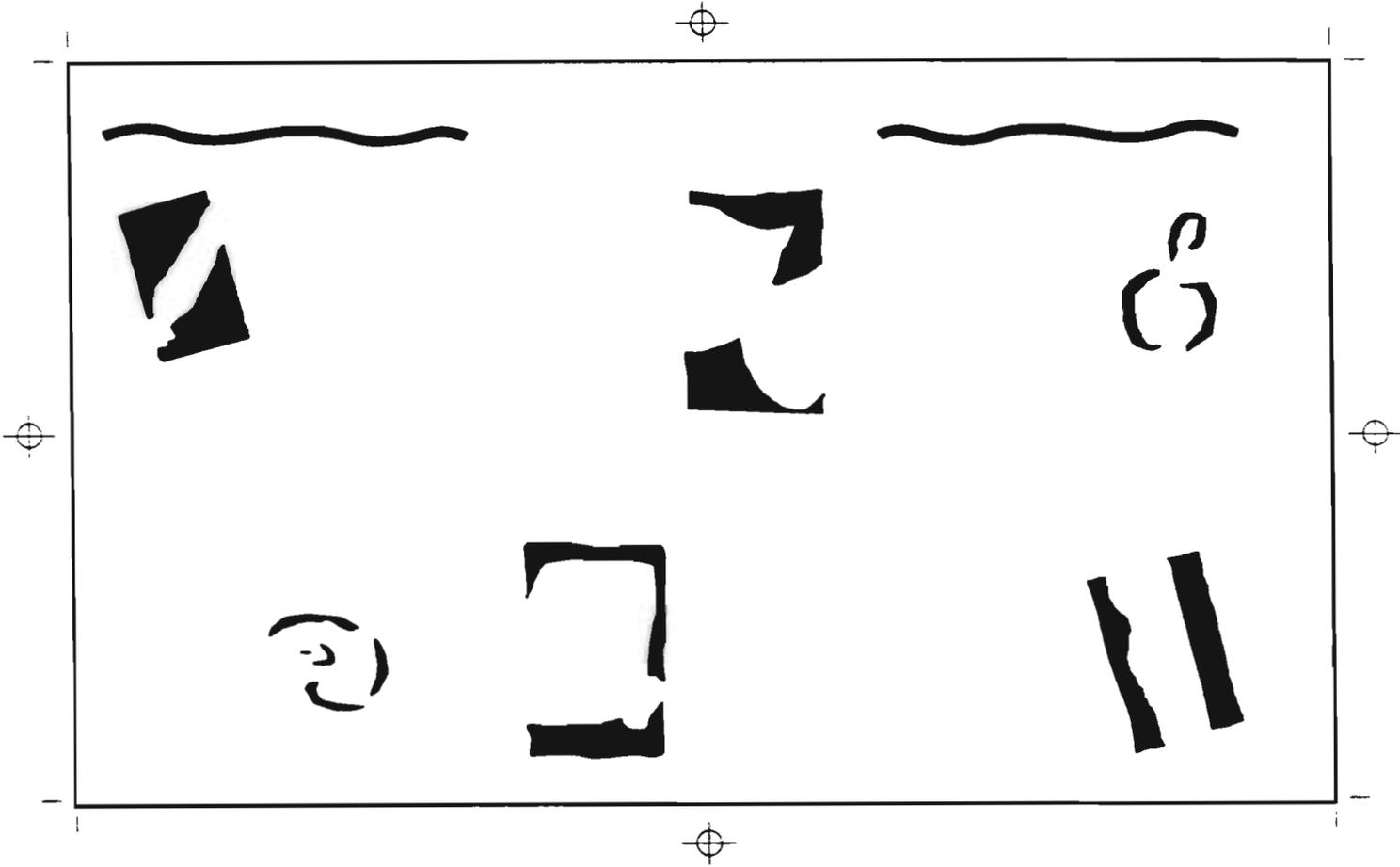


Además cada tres meses se les hacen cursos de y aprendices organizados por el I.M.B.A. esta acción es la de que los alumnos tengan la plena seguridad de que están adquiriendo clases de un alto nivel.

En todas las actividades se trata de captar al máximo la creatividad de cada alumno, con la ayuda del maestro, todo con ello con la finalidad de que cada alumno sea su propio estilo y forma de hacer las cosas.

Por todo esto la CASA DE LA CULTURA DE COLÓN, es todo una perspectiva diferente de aprender y vivir el arte en todas sus expresiones y la más importante que te lo dice cuando que **¡APRENDER ES DIVERTIDO!**







Talleres Culturales



Plantón 256 C

PRESUPUESTOS

López



Uruapan, Mich. a 2 de Octubre de 1996

Erica Alvarez
CONOCIDO
Uruapan, Mich.

ESTIMADA SRITA ALVAREZ

Presentamos a su apreciable consideración el siguiente presupuesto que ha tenido a bien solicitarnos:

REPRODUCCION OFFSET DE

- 2500 - Carteles tres tintas, cartulina couche de 250 grs. de 93 X 56 --- \$ 3000.00
- 2500 - Folletos tres tintas, tamaño oficio, papel couche de 120 grs. --- \$ 2200.00
- 2500 - Volantes tres tintas, tamaño 1/2 carta, papel bond --- \$ 900.00

Subtotal \$ 6100.00
15 % IVA \$ 915.00
TOTAL \$ 7015.00



LÓPEZ REPRODUCTION, S.A. DE C.V. BUENAS CÁMARGAS No. 33 C.P. 68000 URUAPAN, MICH.
TELÉFONOS (482) 3-11-00 4-30-04 4-30-02 FAX (482) 3-11-00

MERLOS

arte gráfico

Uruapan, Mich. a 2 de Octubre de 1996

Erica Alvarez
CONOCIDO
Morelia, Mich.

ESTIMADA SRITA ALVAREZ

Presentamos a su apreciable consideración el siguiente presupuesto que ha tenido a bien solicitarnos:

REPRODUCCION OFFSET DE:

- 2500 - Carteles tres tintas, cartulina couche de 250 grs. de 93 X 56 --- \$ 2890.00
- 2500 - Folletos tres tintas, tamaño oficio, papel couche de 120 grs. --- \$ 2420.00
- 2500 - Volantes tres tintas, tamaño 1/2 carta, papel bond --- \$ 960.00

Subtotal \$ 6270.00
15 % IVA \$ 940.00
TOTAL \$ 7210.00

Aguafría Meigra No. 79
Col. Chapultepec Norte
Tel. y Fax 91 (43) 14 46 36
C.P. 58280
Morelia, Michoacán, México

PRESUPUESTOS DE ANUNCIO DE PRENSA

Periódico Ecos de la Costa

Anuncio en las páginas principales de 18x14 por mes \$1,890.00

Diario de Colima

Anuncio en las páginas principales de 18x14 por mes 2,500.00

PRESUPUESTO DE TELEVISIÓN

Canal 13 de Colima

40", 6 veces al día, 6 días a la semana durante 1 mes \$9,650.00

Gastos para la realización del comercial:

Modelos 4,000.00

Gastos de producción 10,000.00

TOTAL 14,000.00

LOS HONORARIOS DEL TRABAJO DE DISEÑO SON:

Material \$3,000.00

Horas de Diseño (500) 20,000.00

Horas de Armado (50) 2,000.00

Subtotal 25,000.00

IVA 15% 3,750.00

TOTAL \$28,750.00

Utilidad 30% \$37,375.00

Utilidad 50% 43,125.00

Utilidad 70% 48,875.00

Utilidad 100% 57,500.00

Los costos anteriores se han realizados basados en los precios de octubre de 1996.

**COSTO TOTAL APROXIMADO DE
LA CAMPAÑA PROMOCIONAL**

\$91,100.00

CONCLUSIONES



Considerando la importancia que tienen los talleres de danza, teatro, música, pintura, tecnología y dibujo del Instituto Colimense de Cultura, como vehículo de aprendizaje, se logra, como resultado de este trabajo, una campaña promocional basada principalmente en medios gráficos, logrando con esto darle una mayor difusión de sus actividades culturales en todo el estado de Colima.

Dicha campaña se basa principalmente en carteles, folletos, volante, anuncio de prensa y storyboard, donde la imagen gráfica fue utilizada, reflejando así de una forma clara, precisa y agradable las características de los talleres ya mencionados.

Por lo cual se concluye que dicha Campaña Promocional, cumple con todas las necesidades y requisitos visuales y gráficos para darle una promoción llamativa, uniforme y pregnante a esta institución.

BIBLIOGRAFIA

ARQUITECTURA VIRREYNAL EN COLIMA

Enciclopedia de México

REPRODUCCION DE SAL Y SALINEROS DE COLIMA

Cayetano Reyes Garcia

3 AÑOS DE QUEHACER CULTURAL

Gobierno del Estado de Colima

HISTORIA DE COLIMA

Torres Quintero

COLIMA "CIUDAD DE PALMERAS"

Varios

COLIMA Y SUS ATRACTIVOS

Diario de Colima

GASTRONOMIA COLIMENSE

Melina Torres Sánchez

COLIMA

Libro de texto SEP

CASA DE LA CULTURA DE COLIMA

Alberto Yarza Zaldaña

LA IMAGEN CORPORATIVA

Norberto Chávez

COMUNICACION GRAFICA

Editorial Trillas

DISEÑO FOTOGRAFICO

Marshall Hugh

PUBLICIDAD EN MEDIOS IMPRESOS

Raúl Ernesto Beltrán y Cruces

IMAGEN GLOBAL

Joan Costa

MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA

Varios

INTRODUCCION AL DISEÑO GRAFICO

Peter Bridgewater

DISEÑO Y COMUNICACION VISUAL

B. Munari

HAGA UD. MISMO SU DISEÑO GRAFICO

John Laing

MANUAL PARA ELABORAR CARTELES

Esteban Chávez Chávez