



872731
12

UNIVERSIDAD DON VASCO A.C.

Incorporada a la
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO


297539

Imagen Gráfica Institucional
de la
FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA
aplicada a una campaña promocional

Tesis profesional que para obtener el título de
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO

presenta:

Nicolás Zalapa Vargas

Uruapan, Mich. Junio de 

2001



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

GRACIAS A...

Dios

Mis padres:

Nicolás

Ma Elena

Mis hermanas:

Gris

Liliana

Flor

Miriam

Mi abuelita

Naty

Mis amigos:

Poncho

Juan

Tere

Mis compañeros:

Kuanary

Laura

César

Ariana

Juan Carlos

René

Irma

Anabelle

Roger

Alex

Margarita

Martha

Nora

Karla

Mis maestros:

Kenneth

Denyse

Chely

*Y a ti y todas esas personas
que siempre
estuvieron apoyandome.*

AGRADECIMIENTOS

A quien si no a ti e de
agradecer que me hayas creado

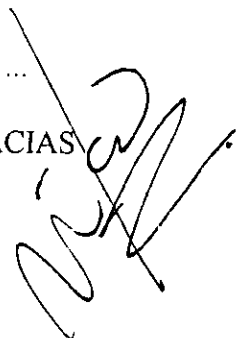
A tí que me has apoyado
en cada instante de mi vida

Que has estado conmigo en
las buenas y en las malas


Y me has enseñado mucho
de tí.

Por siempre ...

GRACIAS



DEDICATORIA




*A Dios el máximo creador.
A mis padres: Nicolás Zalapa
y Ma Elena Vargas, quienes en
mí pusieron la confianza.*

*"Y tú dices que nada
es importante,
pero que valioso
es lo que realizas".*

INDICE

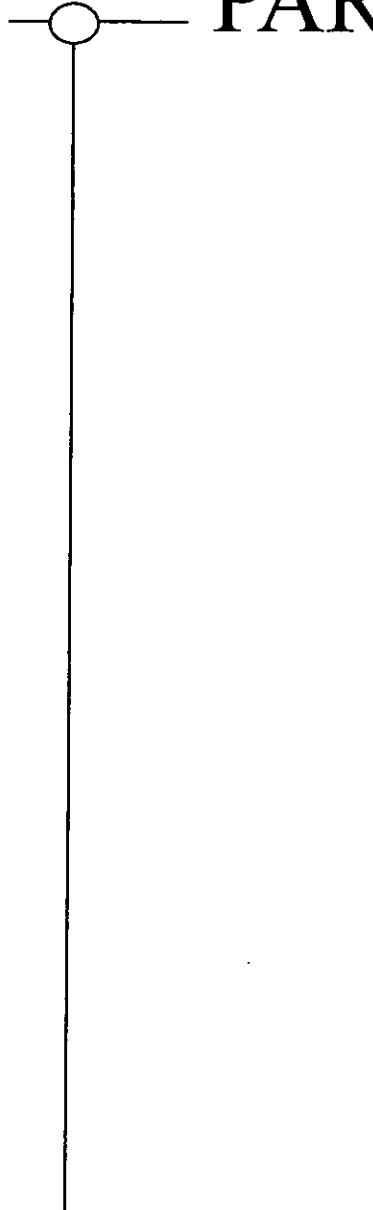
AGRADECIMIENTOS.....	7
DEDICATORIA.....	9
PRIMERA PARTE.....	11
INTRODUCCION	13
CAPITULO 1.....	15
PROBLEMATICA Y OBJETIVOS.....	17
CAPITULO 2.....	21
HABLEMOS DE MICHOACAN.....	23
PARACHO.....	26
UN POCO DE HISTORIA.....	28
PARACHO ACTUAL.....	31
ARTESANIAS DE PARACHO.....	32
LA GUITARRA.....	34
FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA.....	37
PUBLICIDAD Y DIFUSION.....	40
TURISMO.....	43
CAPITULO 3.....	45
DISEÑO GRAFICO.....	47
HISTORIA DEL DISEÑO.....	50
ELEMENTOS PARA EL DISEÑO.....	56
RETICULA.....	69

IDENTIDAD CORPORATIVA.....	70
MARCAS Y LOGOTIPOS.....	71
TIPOS DE MARCAS Y LOGOTIPOS.....	72
MERCADOTECNIA.....	74
PROMOCION.....	75
CAMPAÑA DE PROMOCION.....	75
IMPORTANCIA DE LA CAMPAÑA.....	76
PUBLICIDAD	76
CAMPAÑA PUBLICITARIA.....	77
DISEÑO PUBLICITARIO.....	77
MEDIOS DE COMUNICACION.....	78
MEDIOS IMPRESOS.....	78
MEDIOS ELECTRONICOS.....	84
ARTICULOS PROMOCIONALES.....	85
METODOS DE IMPRESION.....	86
EL PAPEL.....	88
ACABADOS.....	89
ORIGINAL MECANICO DE IMPRESION.....	90
CAPITULO 4	93
CONCLUSIONES.....	95
SEGUNDA PARTE.....	97
CAPITULO 5.....	99
APORTACION.....	101
PROCESO DE DISEÑO.....	103
BOCETOS PRELIMINARES.....	104
BOCETOS FINALES.....	108
COLOR	110
CAMPAÑA PROMOCIONAL.....	112
SLOGAN.....	113
CARTEL	114



FOLLETO.....	122
PENDON.....	124
CARTEL PARA POSTE.....	125
BARDA.....	126
ANUNCIO DE PRENSA	127
PAPELERIA	128
ARTICULOS PROMOCIONALES.....	131
ANUNCIO DE RADIO.....	134
ANUNCIO DE TELEVISION.....	135
EL MANUAL	139
MANUAL DE IDENTIDAD GRAFICA DE LA FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA.....	142
PRESUPUESTO.....	194
CONCLUSIONES.....	196
BIBLIOGRAFIA.....	198

PRIMERA PARTE



PRIMERA

INTRODUCCION

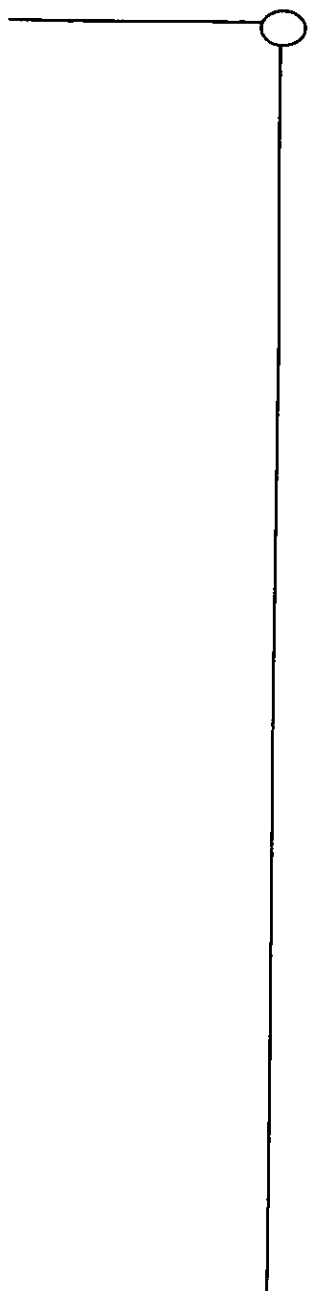
A través del tiempo transmitir ideas ha sido de gran importancia para la vida social, ya que desde nuestros antepasados hasta la actualidad la comunicación ha sido un instrumento de trascendencia en la transformación y enriquecimiento de las culturas. La comunicación visual se ha ido transformando poco a poco hasta llegar a dar a conocer mensajes que satisfacen necesidades de tipo social y cultural, esto por medio de una organización sistemática de imágenes y palabras; cumpliendo así una de las funciones del diseñador gráfico, además de buscar nuevas formas de atraer la atención del público, no solo para productos y servicios sino también para eventos.

La comunicación gráfica juega un papel importante dentro de la promoción y la publicidad ya que a través de imágenes informamos de las atracciones que pueden ofrecer ciertos acontecimientos.

INTRODUCCION

La Feria de la Guitarra, es un evento nacional que se realiza en Paracho, Michoacán y en ella se llevan acabo diferentes actividades culturales y artesanales, además de concursos nacionales. Es por esto que surge la necesidad de promover esta feria.

Es por medio del Diseño Gráfico, dentro del área específica de diseño publicitario y a través de esta investigación, que nos daremos cuenta cuales son los medios más eficaces para poder realizar este proyecto, ya que utilizando las herramientas más adecuadas que esta área nos brinda identificaremos los requerimientos que "La Feria de la Guitarra" exija, para difundir y promover el suceso de la forma más viable y así traer beneficios no solo al pueblo de Paracho y la región, sino a todo el Estado de Michoacán.



CAPITULO

CAPITULO

1



Vista pánoramica de Paracho

PROBLEMATICA Y OBJETIVOS

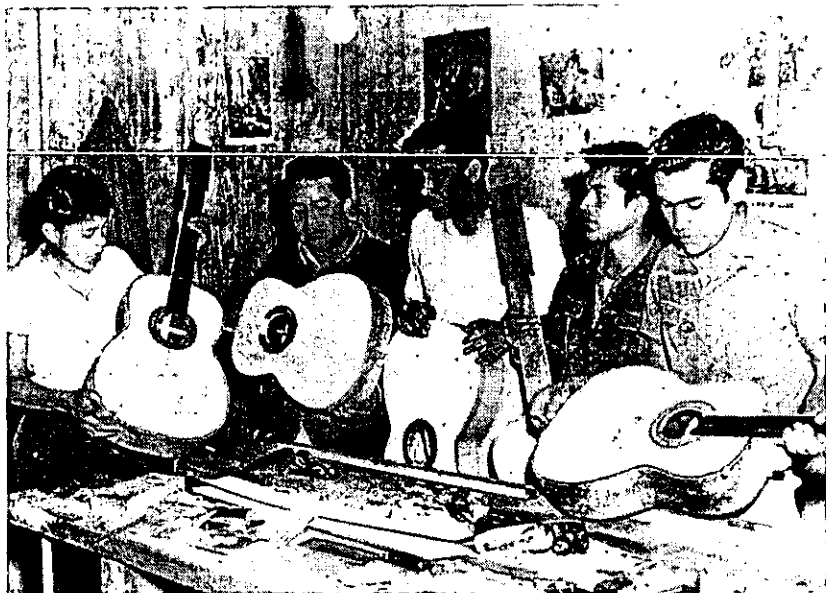
PROBLEMATICA

Michoacán es uno de los Estados más bellos de la República Mexicana, su amplia variedad de climas y territorios, así como sus artesanías, comida, danzas, cultura, historia y tradiciones llenas de gran colorido, hacen de este lugar un sitio privilegiado.

Y OBJETIVOS

Paracho es un pueblo ubicado a 172 Km. de la capital michoacana, en el centro de la meseta purhépecha, en este lugar se realizan diferentes actividades culturales y artesanales, es un sitio de gran importancia por la elaboración manual de diferentes tipos de artesanías y en especial por la guitarra, que gracias a Don Vasco de Quiroga, primer obispo de Michoacán llegado de España, Paracho adopta el arte oficio de la construcción de este instrumento.

En la actualidad la fabricación de guitarras ha logrado un gran progreso, gracias al esfuerzo y sensibilidad de los artesanos que con gran maestría han aprendido este arte aplicándole características especiales, que lo han llevado a competir con productos hechos en otros países.



Constructores de guitarras

Es así como surge un evento llamado Feria Nacional de la Guitarra, que es el acontecimiento de mayor relevancia en el municipio, ya que ha adquirido un carácter especial por la realización de importantes eventos socioculturales como son: *el concurso nacional de constructores de guitarras, ejecutantes, danzas regionales, conciertos*, así como la misma venta de artesanías, este acontecimiento anual se realiza en

el mes de Agosto y tiene una duración de ocho días.

Esta fiesta es visitada por un gran número de gente, en su mayoría de la región, que asisten a los diferentes eventos que se efectúan durante la feria; sin embargo no existe una imagen gráfica que la identifique como tal, y logre que los visitantes puedan reconocerla más fácil-

mente, y además la comunicación que existe entre el comité organizador y el público sea más eficiente y funcional, así mismo la asistencia sería mayor si existiera un apoyo promocional adecuado, para llegar así a otras personas que no han visitado este evento. Esto se puede efectuar con ayuda del Diseño Gráfico que maneja los elementos como: textura, color, tipografía, imagen (ilustración, fotografía) etc., y todo lo relacionado con el área del diseño publicitario, para lograr un trabajo completo que sea eficiente y funcional.



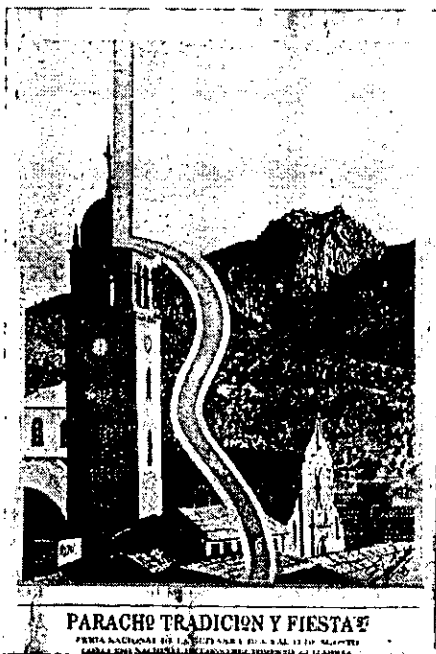
Desfile tradicional de feria



Panaderos

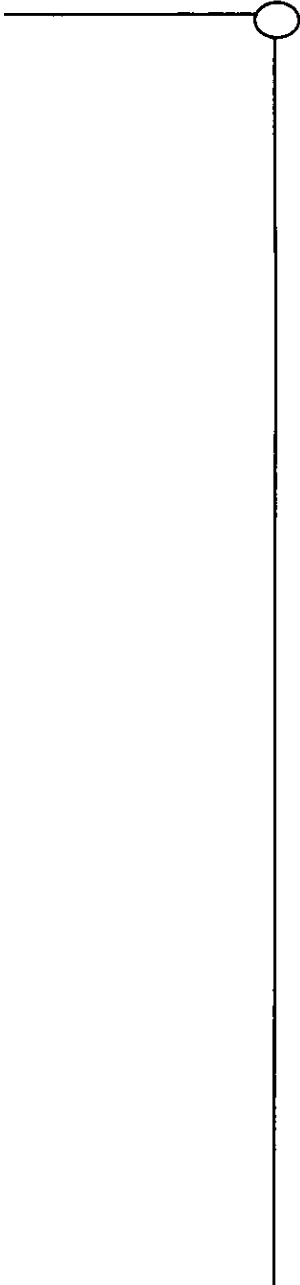
Lo que se pretende con la campaña es ampliar más la difusión de la Feria Nacional de la Guitarra, por medio de la creación de una imagen institucional que la dote de una personalidad propia, la cual quedará pregnada en la mente de los asistentes, además una promoción adecuada informando al público en general de las actividades que se realizan durante este evento, atrayendo además un mayor número de visitantes nacionales que con su presencia darán un beneficio económico y cultural a la región.

Constructor de guitarras



Cartel de la Feria de la Guitarra





CAPITULO
CAPITULO

2

HABLEMOS DE MICHOACAN



Artesanía michoacana

HABLEMOS DE MICHOACAN

Es importante conocer por que un lugar trasciende o es considerado un sitio privilegiado. La historia tiene que ver con esto, pues ya decían por ahí "la historia es una cajita donde se guardan los más bellos recuerdos", así hablaremos del Estado de Michoacán que se situa hacia la porción centro oeste de la República Mexicana, es un lugar de grandes bellezas naturales; lagos, ríos, montañas y una variedad de climas que lo hacen un maravilloso, "lugar de pescadores" forma en que se traduce de la voz náhuatl "Michuacan" el nombre del Estado, más sin embargo hay quienes consideran que Michoacán deriva de la palabra tarasca "michmuacan" que significa "lugar junto al agua" esto se atribuye a que los primeros pobladores se asentaron en torno al lago de Pátzcuaro, Cuitzeo y Zirahuén.

Lago de Pátzcuaro

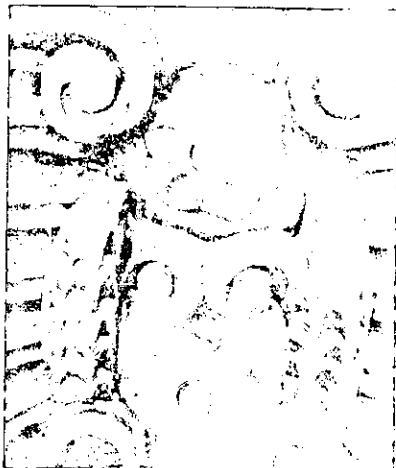


Michoacán fue habitado por varias etnias; entre ellas los purhépechas, nahuatlts, otomíes, tecos, etc., los cuales hablaban varias lenguas predominando más el purhepecha, los primeros habitantes prehispánicos del Estado eran hábiles artesanos y se distinguieron por la elaboración de bellas artesanías en cobre, joyas de oro y plata.

Gracias a que Don Vasco de Quiroga aprovecha la habilidad, sensibilidad y dedicación de los artesanos, trabaja con ellos en un proceso de perfeccionamiento, logrando con esto que en la actualidad exista una gran variedad de artesanías ricas en colorido e imaginación, siendo estas uno de los principales atractivos del Estado, donde se puede encontrar desde alfarería, cerámica, cobre, hilados y tejidos, hasta tule, cueros, metales preciosos, maderas, lacas, juguetes y más.

Michoacán esta rodeado por varios Estados, hacia el norte por Jalisco y Guanajuato, al noroeste por Querétaro, al sur por el Estado de Guerrero y al oeste por el Oceano Pacífico; su extensión territorial aproximadamente es de 59,864 Km., por tal motivo ocupa el décimo sexto lugar entre los 31 Estados de la República en cuanto a su extensión territorial.





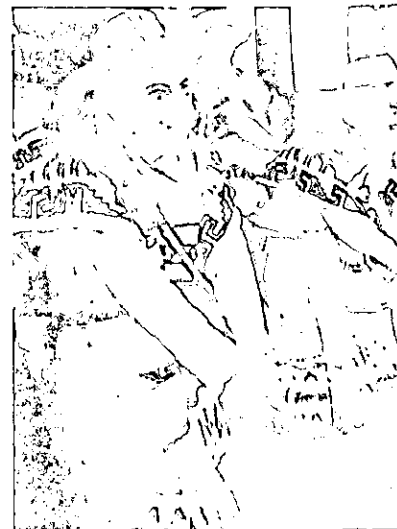
Tallado en madera

La principal actividad económica michoacana se basa en la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y artesanías.

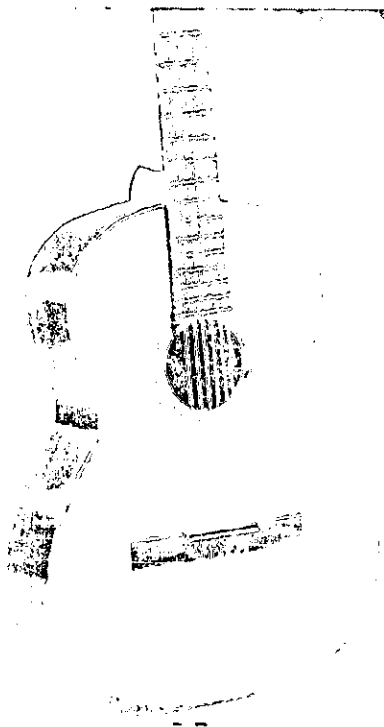
En lo que a comunicaciones se refiere el Estado cuenta con magníficas vías terrestres y aéreas las cuales comunican a la entidad con el resto del país que cada día se amplían y mejoran para facilitar el acceso a sus principales centros de atracción turística, pues de los 113 municipios con los que cuenta el Estado destacan varios debido a que ofrecen una importante y extensa variedad de atractivos, que gustan al turismo como son: playas, ríos, lagos, parques naturales, monumentos, eventos culturales, danzas, música, platillos regionales, ferias, entre otros.

Es por esto que Michoacán al igual que otros Estados tiene mucho de que presumir.

Danza de los viejitos



Guitarra de Paracho



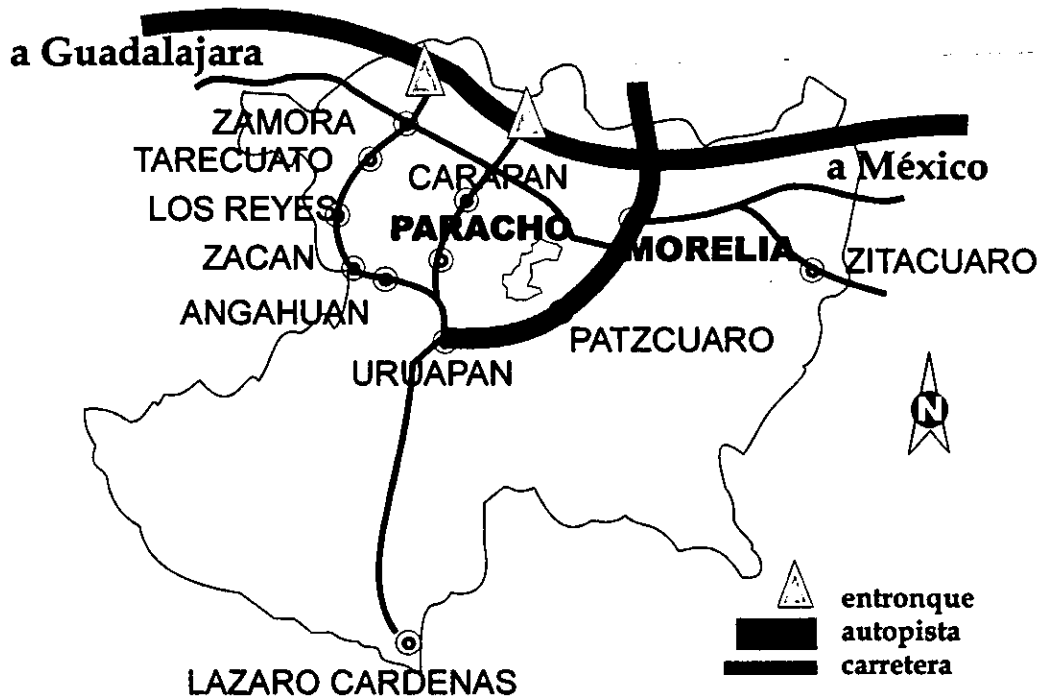
Río cupatitzio



Lago de Pátzcuaro



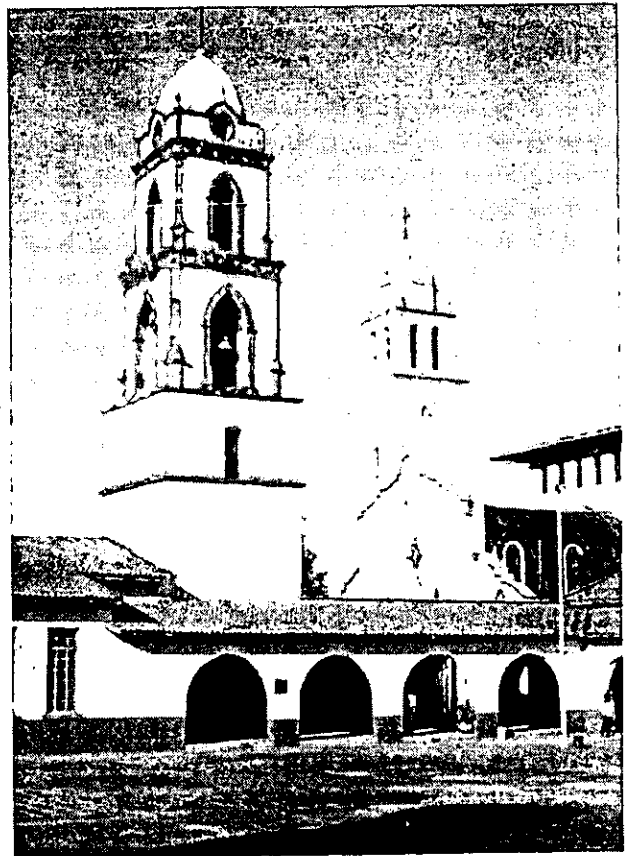
UBICACION EN EL ESTADO DE MICHOACAN



PARACHO

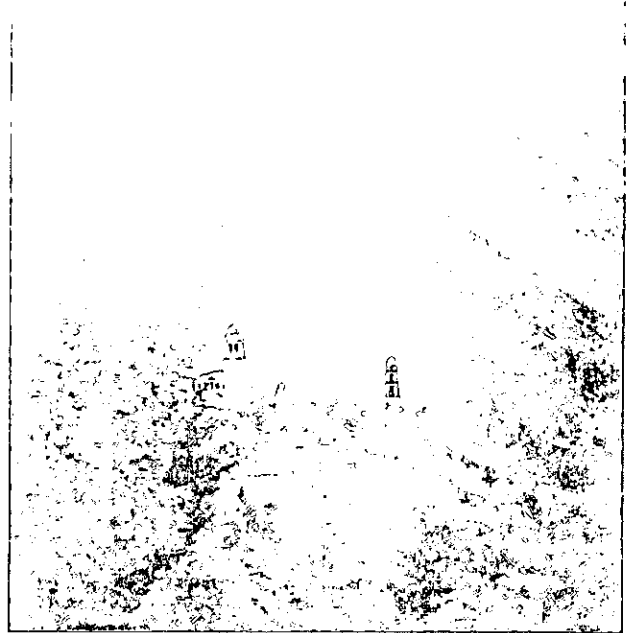
PARACHO

Uno de los municipios que ha destacado en Michoacán es, Paracho población situada al noroeste del Estado, se encuentra entre dos principales ciudades Zamora por el oriente y Uruapan por el occidente. Paracho esta sobre la carretera Uruapan - Carapan en plena meseta tarasca a una altura de 2,180 mts. sobre el nivel del mar tiene una superficie de 278,05 Km y limita al norte con Cherán y Chilchota, al este con Nahuatzen, al sur con Uruapan y al oeste con Charapan.

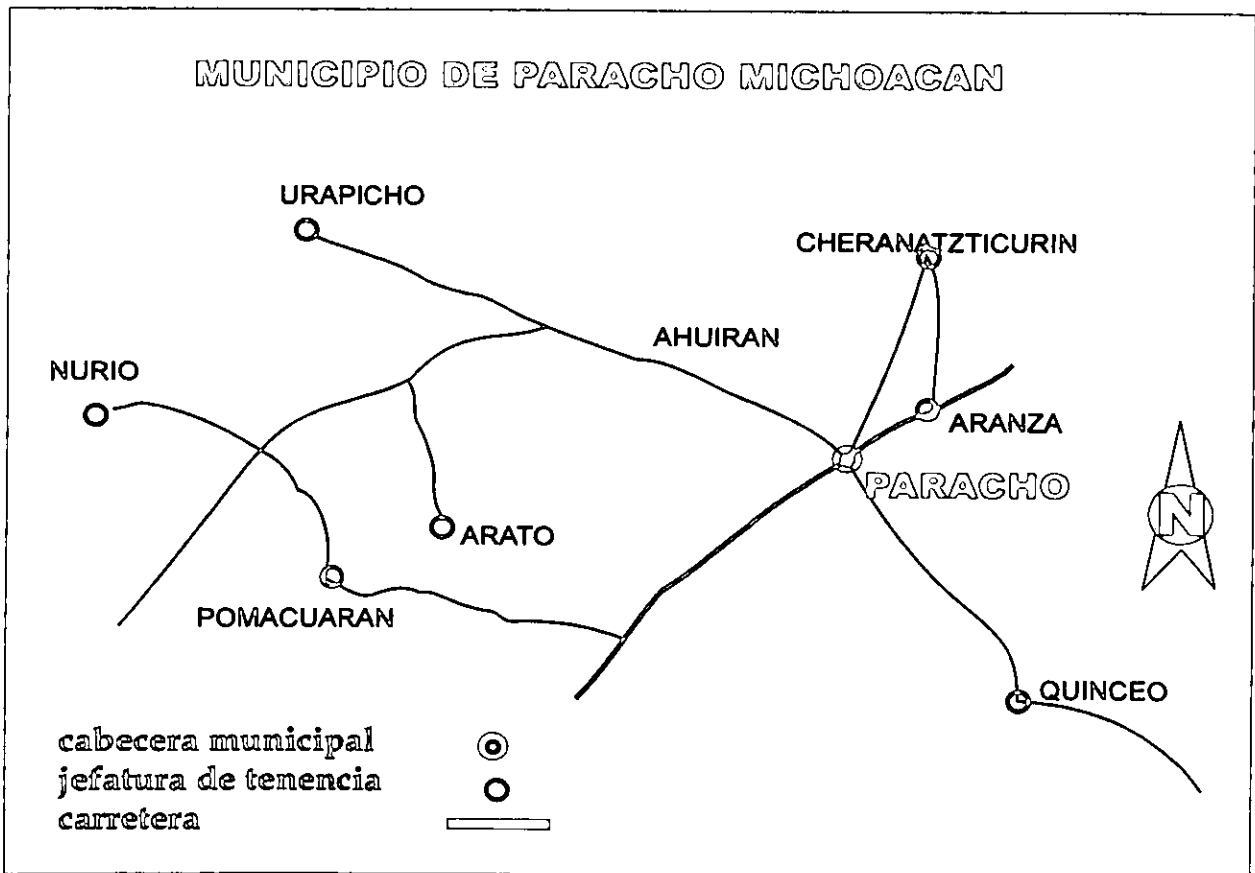


Casa de la cultura de Paracho

El municipio de Paracho esta integrado por ocho localidades que son: Ahuiran, Pomacuaran, Quinceo, Urapicho, Nurio, Arato, Aranza, Cheranatzticurin. En este lugar impera el clima frío no existiendo variaciones importantes en las diferentes estaciones del año, la lluvia se presenta desde finales del mes de Mayo hasta principios de Octubre. Paracho se encuentra rodeado por cuatro montañas cada una con su propia historia, al este y colindando con Aranza se encuentra la llamada *Queruata*, al sur se encuentra el *Taretzuruán* que los habitantes del lugar le llama el *cerro grande* por ser el mayor de la zona, pero visitantes lo conoce como el *cerro del murciélago* por su semejanza con este mamífero volador, que parece vigilar a este laborioso pueblo, perdido en la niebla; por el oeste se encuentra el *cumbuen*, finalmente por el norte se encuentra el *Guacin* siendo popularmente conocido como el *cerrito pelón*.



Cerro del Taretzuruán



UN POCO DE HISTORIA

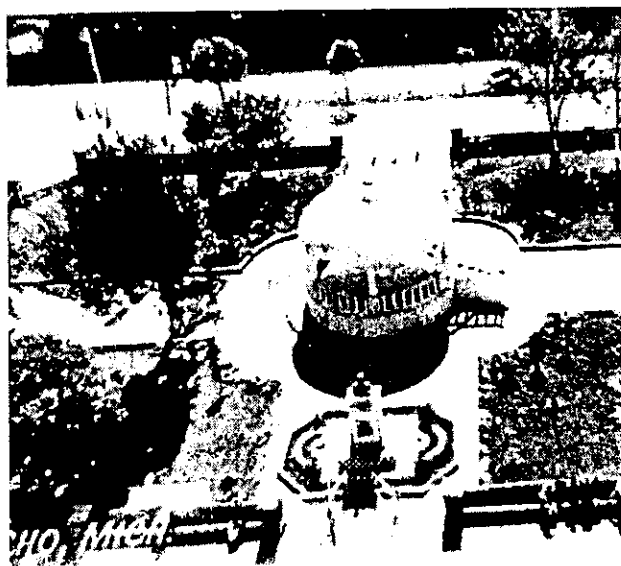
Ya se mencionaba que conocer la historia es de gran importancia, pues bien, Paracho también tiene su historia. Paracho es una palabra chichimeca que significa *ofrenda*, los primeros habitantes de este lugar fueron un grupo de indígenas que vivían a los márgenes del Río Lerma los cuales, a la llegada de los españoles tuvieron que abandonar ese lugar debido a que eran perseguidos por el conquistador Nuño de Guzmán, muchos de los pobladores fueron hechos esclavos pero hubo quienes quedaron libres y huyeron. Un grupo de estos, fueron los tecos o tequechas habitantes de la pequeña aldea llamada Paracho que estaba ubicada junto a Pajacuarán.

Los tecos al huir caminaban de noche y descansaban de día, lo hacían así por que tenían miedo que durante la caminata los españoles los encontraran y los hicieran sus esclavos. Así pasaron un tiempo, entre hambres, enfermedades, frios y enfrentando a los aliados de los conquistadores. Hasta que termina su travesía al encontrar asiento en un cerro cercano al poblado de Pomacuaran el cual se encontraba en aquel entonces bajo la jurisdicción de Pátzcuaro. Así fue como se establecieron en lo que es ahora Paracho viejo y ubicado a 3Km del Paracho actual. Tanto hombres y mujeres buscaron diferentes formas de trabajo para alimentarse y sobrevivir, las mujeres se hicieron notables en el tejido de lienzos y bordados, así como los hombres trabajando la madera .



Paracho antiguo

UN POCO DE HISTORIA



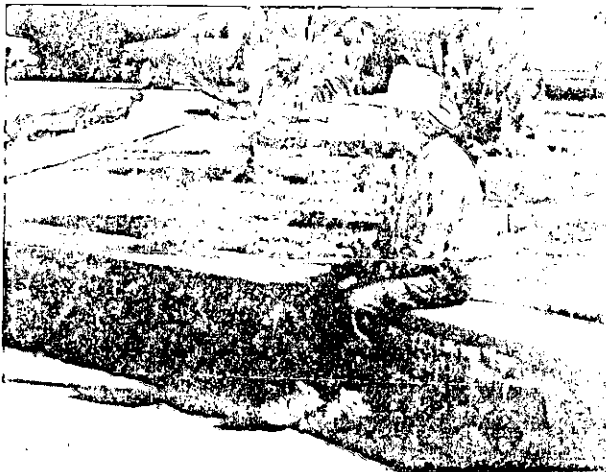
Paracho antiguo



Paracho histórico



Antiguo poblador



Indígena de Paracho

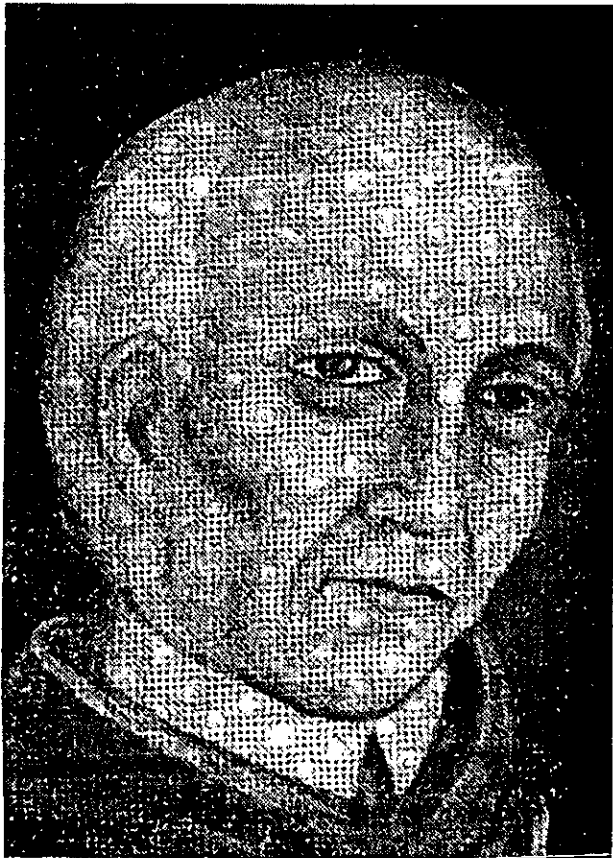
Sesenta años duro la vida monotonica en este lugar, hasta que llegaron los misioneros franciscanos y descubrieron el asilo de estos pobladores, observando que los tequechas eran hábiles para realizar ciertas actividades que los llevarían a tener un progreso, entonces sembraron en ellos la semilla de su doctrina enseñando todas las ceremonias que se acostumbraban en la madre patria, que en ninguna otra parte arraigaron tanto estas prácticas como en Paracho.

Cuando la Nueva España era gobernada por el conde de Monterrey, este ordeno que todos los indios que vivían en las espesuras del bosque se trasladaran a lugares más visibles den-

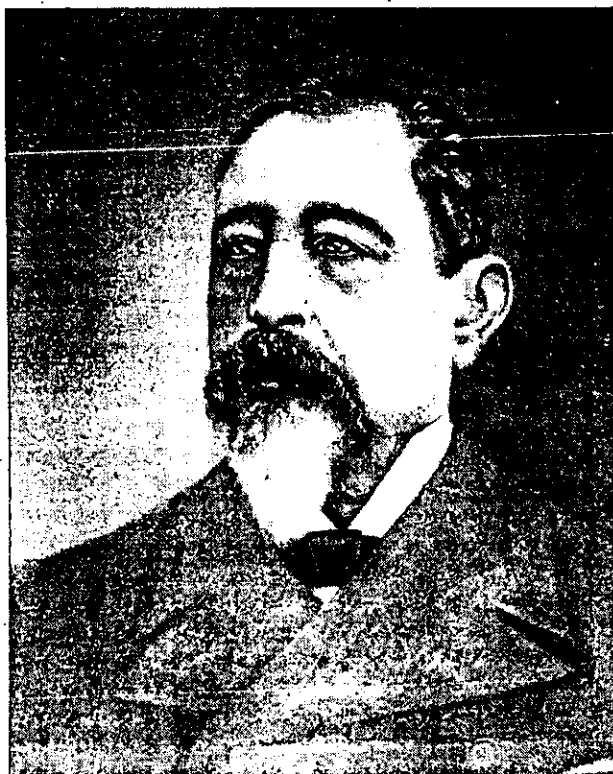
tro de su mismo territorio, donde pudieran ser vigilados más fácilmente, muchos de los pueblos desobedecieron este mandato tal es el caso de Paracho, y para que obedecieran esta orden el gobernador empleo la fuerza sobre todos los poblados.

Los habitantes de Paracho preocupados por que no tenían a donde ir y amenazados con quemar sus casas si no abandonaban el lugar pronto se reunieron para tomar una decisión, entonces alguien propuso que compraran a los de Aranza, Quinceo y Ahuiran un campo abierto, pero no había dinero para hacerlo pues acababan de comprar una imagen de Cristo crucificado (santo entierro). Pronto acudieron con Fray Francisco de Castro para que intercediera por ellos logrando que las comunidades antes mencionadas les dieran un terreno que estaban peleandose.

Los ancianos principales de Paracho tomaron posesión de este terreno, plantaron en señal de dominio en medio de la llanura un cedro joven que fue traído del taretzuruán el cual alcanzó un crecimiento prodigioso y tuvo una duración de casi 300 años, de esta manera en el mes de Julio descendieron del aspero cerro a ocupar su nuevo territorio.



Don Vasco de Quiroga



Lic. Eduardo Ruiz

Y como en todos los pueblos michoacanos, Don Vasco de Quiroga ayudó al progreso de esta comunidad, más aún cuando fué nombrado obispo de Michoacán.

Tata Vasco como es conocido por los michoacanos se apoyó en los misioneros de su orden y en los agustinos, los cuales pronto visitaron las comunidades más necesitadas, llegando así a Paracho en donde descubriendo que los habitantes poseían una habilidad sorprendente para trabajar la madera, pronto Tata Vasco fortaleció sus artesanías y creó otras con la idea de aumentar y diferenciar aun más los oficios, enseñando a esta comunidad la elaboración de instrumentos musicales como mandolinas y guitarras, con el objeto también de proveerlos de un medio para ganarse la vida.

...300 años después llegó la intervención francesa donde dos de los hijos ilustres de Paracho destacaron; el coronel Jesús Díaz combatiendo al invasor, y el historiador Eduardo Ruíz que escribió grandes obras sobre Michoacán.

En el año de 1917 en el mes de Agosto el bandolero Inés Chávez incendió Paracho dispersándose así la gente a comunidades vecinas y a otras ciudades, una vez restablecida la calma la gente regresó al pueblo.

Cabe mencionar que Paracho en el año de 1754 era conocido como san Pedro Paracho siendo cabecera de curato, en el año 1831 se le otorga la categoría de municipio y el 18 de enero de 1962 se le concedió el título de villa con el nombre de Paracho de Verdúzco en honor al insurgente Don Sixto de Verdúzco

PARACHO EN LA ACTUALIDAD

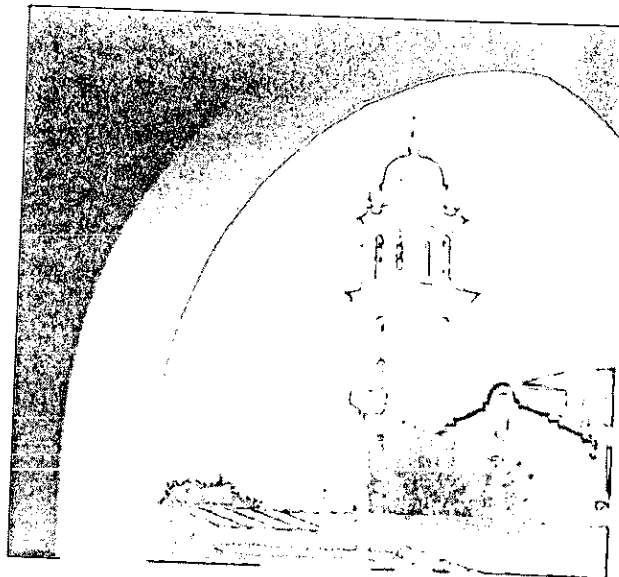
En la actualidad el municipio de Paracho cuenta con una población aproximada de 29,000 habitantes, la mayoría de ellos se dedican a trabajar la madera ya sea de forma artesanal o mueblera, cabe mencionar que la agricultura y la ganadería ocupan un segundo lugar ya que la producción, que en general es de maíz se destina al consumo familiar.

Las fiestas que se realizan en Paracho, giran en torno religioso y algunas de estas celebraciones son: la fiesta de carnaval, la semana santa, la fiesta de San Pedro Apóstol patrono de la parroquia, fiesta del santo entierro, día de muertos, el día de la Virgen de Guadalupe, la navidad y la Feria Nacional de la Guitarra.

Con lo referente a la educación, el municipio cuenta con centros educativos de preescolar, primaria, secundaria, preparatoria, capacitación para el trabajo, educación para adultos y una escuela normal.

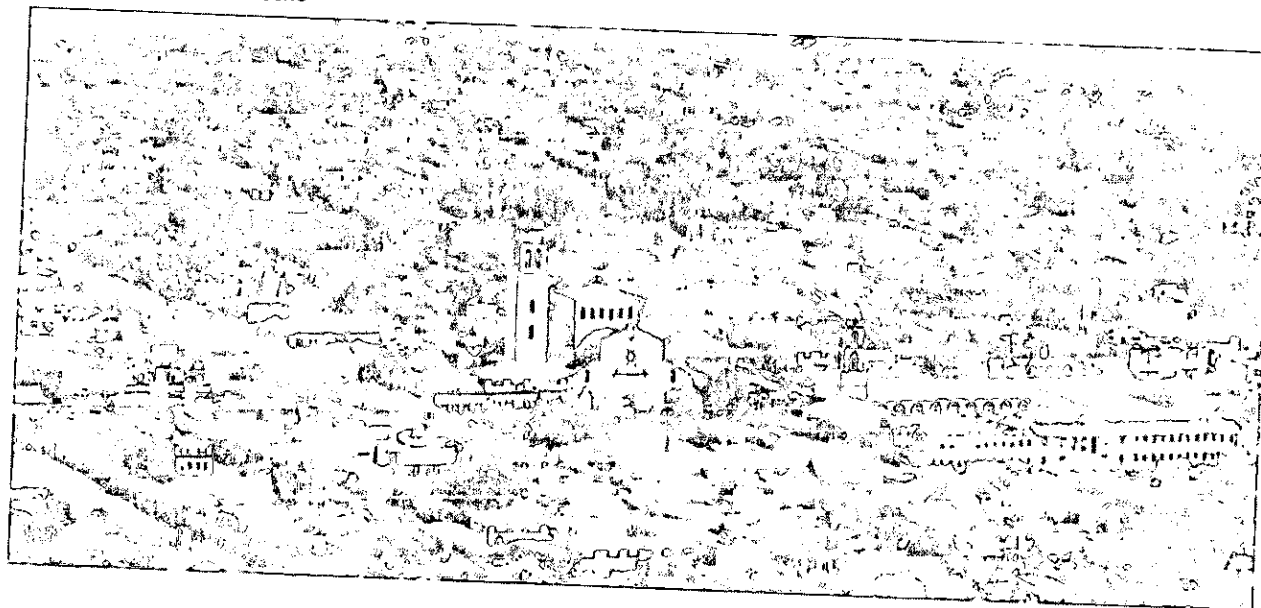
El municipio cuenta con centros deportivos, recreativos y atractivos naturales para el esparcimiento de sus habitantes.

En cuanto a medios de comunicación, la carretera nacional Uruapan-Carapan atraviesa el centro de la población, y se comunica con sus localidades por caminos de terracería, la población cuenta con teléfono, telégrafos y correo; además de servicios de taxis, camiones urbanos, de carga y autobuses foraneos.



Torre de la iglesia de Paracho

Vista panorámica de Paracho



ARTESANIAS DE PARACHO

ARTESANIAS DI



Artesanía michoacana

Tallado en Madera



La belleza del arte michoacano es un derroche de la imaginación del artesano que con diferentes materiales y su habilidad logra hacer objetos de diferentes formas, colores y texturas que alegran y embellecen nuestro espacio. Es un arte en el cual se plasman las tradiciones y valores de los purhepechas con una sensibilidad y creatividad magnífica.

En Michoacán cada pueblo cuenta con un oficio donde las manos de los artesanos se vuelven mágicas al transformar los materiales brindándonos una artesanía digna de admirar.

Sabido es, que los michoacanos desde la época prehispánica, fueron excelentes

trabajadores de la madera, de cuyo material era la mayoría de sus construcciones; desde los templos de sus dioses hasta los palacios y cabañas de sus moradores, como nos los muestra la fisonomía de muchas poblaciones actuales enclavadas en el entorno de los bosques michoacanos.

Paracho, como la mayoría de los centros poblacionales de la sierra michoacana es una comunidad dedicada al trabajo de la madera, por lo que en la actualidad es uno de los centros artesanales más importantes de la entidad, en donde se construyen artículos tallados en madera, madera torneada y van desde juguetes tradicionales hasta elementos de ornato

y de uso doméstico, como: lapiceros, palillos chinos, cuencas para arroz, cálices para iglesia, azucareras, materiales didácticos, yoyos, trompos y baleros.

También se elaboran juegos de ajedrez que son una verdadera obra de arte. El calado de madera es otra de las actividades que se realiza, los güiros, las claves, maracas, pirinolas, ensaladeras, platos y vasos son otros de los artículos que los artesanos de Paracho realizan.

Pero sin lugar a dudas la elaboración de instrumentos musicales como violines, mandolinas y guitarras son quienes han dado renombre a esta comunidad.



Constructores de guitarras



Instrumentos de cuerda



Constructor de guitarras

LA

GUITARRA

LA

GUITARRA

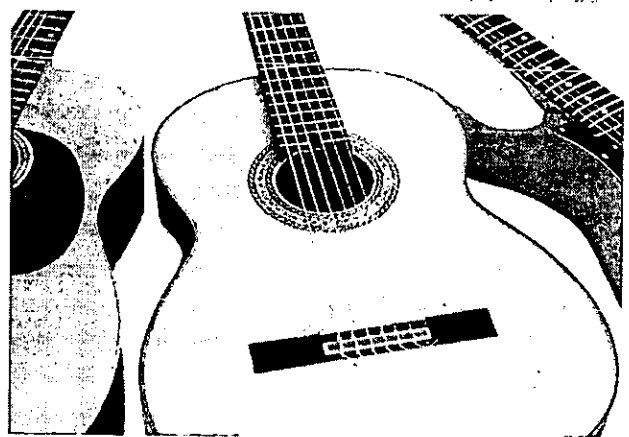
Con la llegada de los conquistadores, también llegaron a Michoacán las manifestaciones culturales de los europeos, destacando la construcción de instrumentos musicales de madera, que no eran conocidos entre los antepasados, esta manifestación fue también aceptada por varias poblaciones que se dedicaron a su ella, destacando por su destreza los habitantes de Paracho.

En esta forma, desde el siglo XVI, Paracho se convirtió en un centro constructor de instrumentos musicales, que a lo largo de la historia ha mantenido su sensibilidad artesanal.

Hablar del origen de la guitarra, es hablar de un origen que se pierde en la noche de los tiempos, ya que según estudiosos de la música esta se deriva del instrumento musical laúd

asirio, que paso a Europa vía las dominaciones árabes en España, pero a fin de cuentas la llegada de este instrumento musical a nuestro país se debe a los españoles, y en especial a Don Vasco de Quiroga, que supo aprovechar de la mejor manera todos los recursos artísticos de los antiguos pobladores que vivían en este sitio.

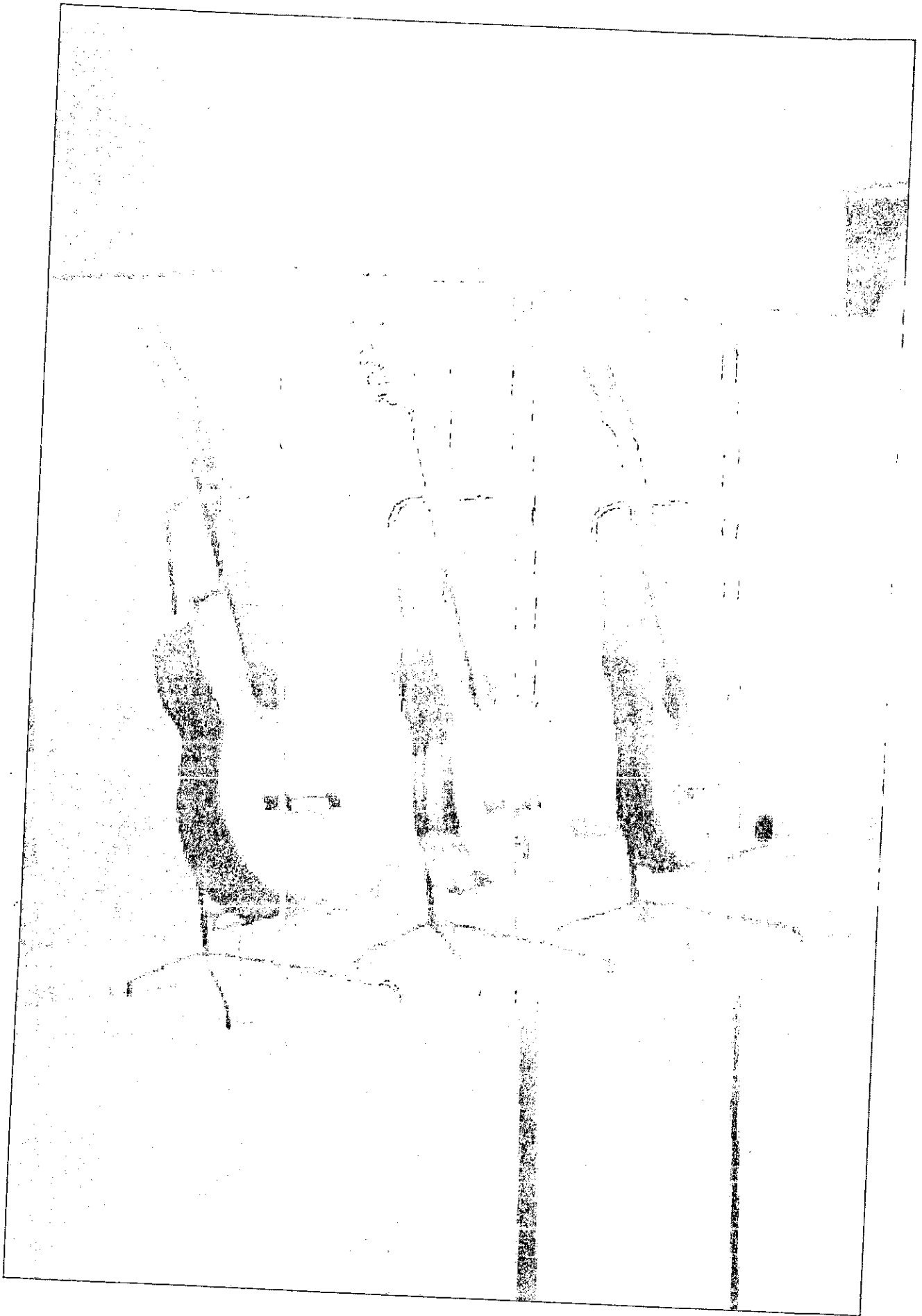
La fabricación de la guitarra en forma manual es considerada como artesanal, lo que supone gran habilidad, paciencia y tiempo por parte de los artesanos; existen diferentes clases de guitarras de acuerdo con las maderas que se emplean en la elaboración: se puede dividir en popular, de estudio y de concierto. En la primera se emplean maderas económicas: cedro, caoba o nogal; en la de estudio, se utilizan maderas de calidad media: palo escrito, ciprés, cedro



Guitarra de Paracho



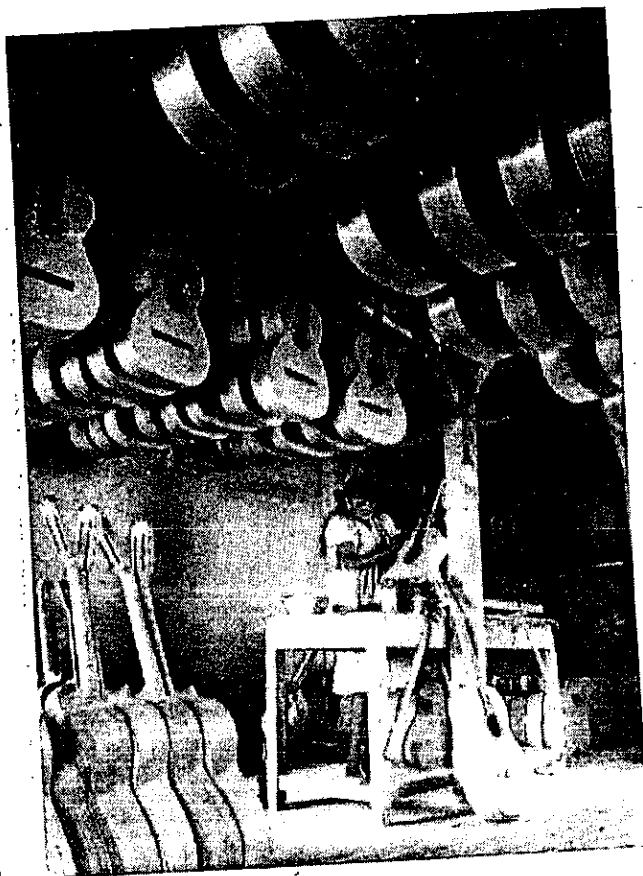
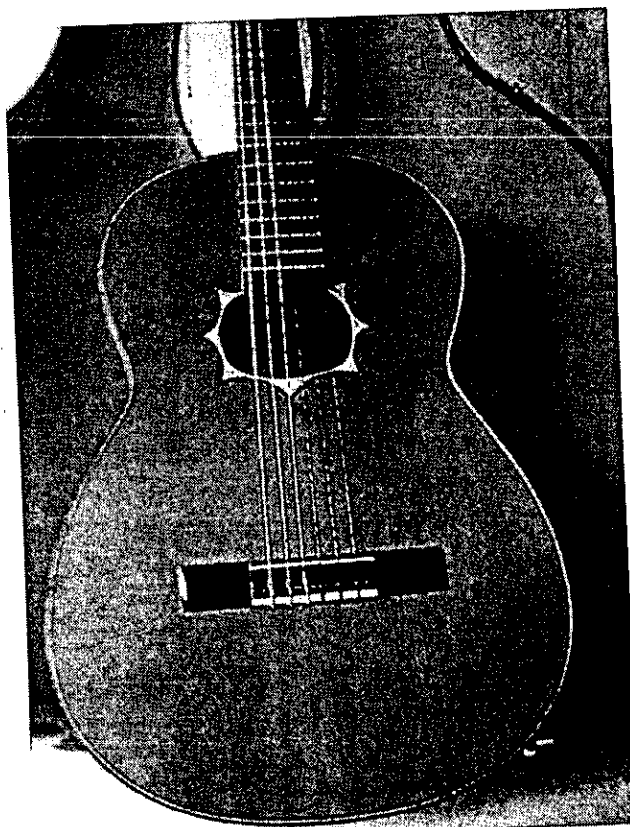
La construcción de la guitarra es una tradición



blanco o rosa; en la de concierto, se utilizan maderas nacionales o del extranjero, pero de mayor calidad como: la rosa de Brasil, tapa de tipo canadiense o Alemán y granadillo; además de este material, cuentan también los accesorios y ornamentaciones en cada una de las categorías, lo cual las hacen tener mayor calidad.

Una guitarra con calidad tiene buen sonido, pero el sonido de una guitarra no sólo depende de la madera y los accesorios, si no de la fabricación adecuada de ella y de la apropiada conjunción de todos los elementos que la integran como: la caja, la tapa, la nivelación del diapasón, la puntuación y claro, la maestría del artesano que la realiza pues sabe cuales son las necesidades de aquellos que tocan este instrumento.

En la actualidad debido a la trascendencia que ha tenido este instrumento, y a la dedicación del pueblo de Paracho, existen diferentes



Fábrica de guitarras

fábricas que se dedican a la producción masiva de la guitarra. Esta producción, en su mayoría, esta orientada al mercado nacional, y el resto, se destina a otras partes del mundo como Estados Unidos, Canadá, Centro América, entre otros países. Las novedades y avances tecnológicos que ha tenido la industria de la guitarra, han mejorado la calidad de los objetos, haciéndolos cada día más competitivos.

El arte oficio de fabricar guitarras ha sido aprendido con gran maestría por los artesanos de Paracho que han buscado en base a sus experiencias, sensibilidad y a través del contacto con gente de otros lugares construir una guitarra de calidad, gracias a sus adelantos tecnológicos llegan a producir grandes cantidades de este instrumento. La calidad reconocida por grandes maestros de la música, ha logrado que la guitarra sea reconocida en todo el mundo y con esto consolidar a Paracho como CAPITAL MUNDIAL DE LA GUITARRA

FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA



Iglesia y Casa de la Cultura de Paracho

En busca de promover sus creaciones, los habitantes de Paracho desde hace 26 años vienen realizando la FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA, sin lugar a dudas la fiesta más importante en la región.

Los antecedentes de la feria se remontan al año de 1972 gracias a la iniciativa del presidente de aquel entonces, Gildardo Zalapa León, teniendo esta un carácter de FERIA REGIONAL y posteriormente se transformo en FERIA NACIONAL, esto probablemente se debió a la supremacía de las corporaciones de la producción industrial de la guitarra.

ACIONAL E LA GUITARRA

La FERIA DE LA GUITARRA coincide con las celebraciones populares del Corpus Christi de la comunidad, que se lleva a cabo el segundo domingo de Agosto y en la que se tiene la participación de todos los gremios de la comunidad, que muestran tanto las actividades que se desarrollan actualmente, como algunas que ya han dejado de ser por algunas causas.

En la celebración del Corpus en los años recientes se ha podido observar la participación de: cazadores, milperos o agricultores, carpinteros, torneros, panaderos y guitarreros; a pesar de ser una celebración religiosa, las autoridades municipales son quienes la llevan a cabo. La fiesta del Corpus es un desfile que tiene cierto ambiente ritual de carácter indígena, tal como se aprecia en los bailes de guares, la música, los gritos y las exclamaciones, el aguardiente compartido, el grano de maíz aventado, así como el manejo de los espacios que parten simbólicamente.



Celebración tradicional de Corpus



Desfile de panaderos

mente desde el panteón hasta la explanada o plaza central desfilando, por las principales calles del pueblo, durante los desfiles de los oficios las bandas interpretan exclusivamente el son o música de corpus construida por una frase melódica que se repite constantemente sin cambiar.

Dentro del marco de la Feria se realizan actividades tales como: presentaciones artísticas de manifestaciones culturales universales, como la música, la danza, y el teatro sobresaliendo los encuentros de bandas y cantantes de música tradicional de la región.



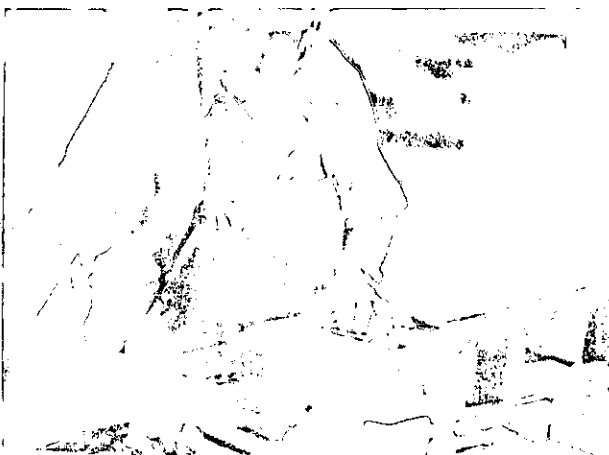
Las guares

Actualmente la feria inicia con el certamen de cultura y belleza para la selección de la reina de la feria de la guitarra siguiendo el baile de coronación, desfiles de Corpus tradicional, torneo de gallos, exposición y venta de artesanías y guitarras, desfile y concurso de la flor purhépecha, jaripeos, quema de castillo de luces, juegos deportivos, encuentros de "Pireris", conciertos de guitarras, entre otros.

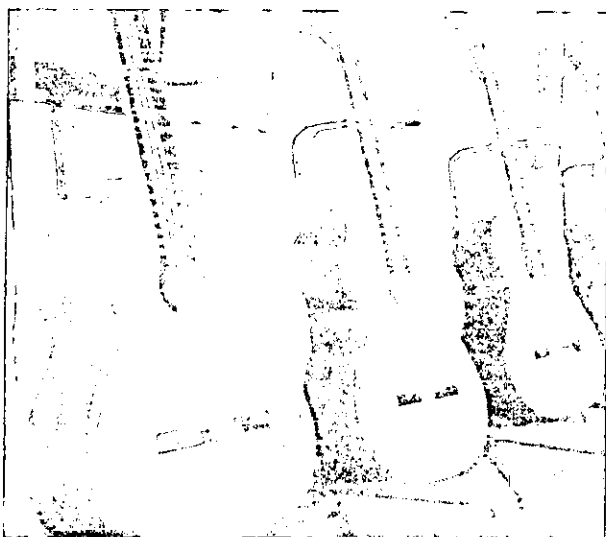
Durante la feria se ha promovido con el apoyo del Estado eventos competitivos como: concurso de constructores de guitarras, concurso de ejecutantes de guitarras, concurso de bandas de viento, concurso de aficionados, concurso de "globos de cantolla", concurso de "Flor Purhépecha", concurso de "Pireris" y "juguete popular michoacano".



Danzas regionales



Constructores de guitarras



Exposición de guitarras

Anteriormente algunos gastos de premiación así como la contratación de eventos, corrían por cuenta de instituciones que subsidiaban al municipio y al comité organizador. En la actualidad se reciben apoyos de oficinas de gobierno como: Instituto Nacional Indigenista (INI), Instituto Michoacano de Cultura (IMC), Casa de las Artesanías, Secretaría de Turismo, Secretaría de Gobernación entre otros.

El comité encargado de organizar la Feria, esta integrado por personas del pueblo, de diferente profesión, son aproximadamente unas diez personas las que lo integran y junto con la iniciativa privada se encargan de organizar algunos de los eventos.



Explanada de la casa de la cultura

PUBLICIDAD Y DIFUSION

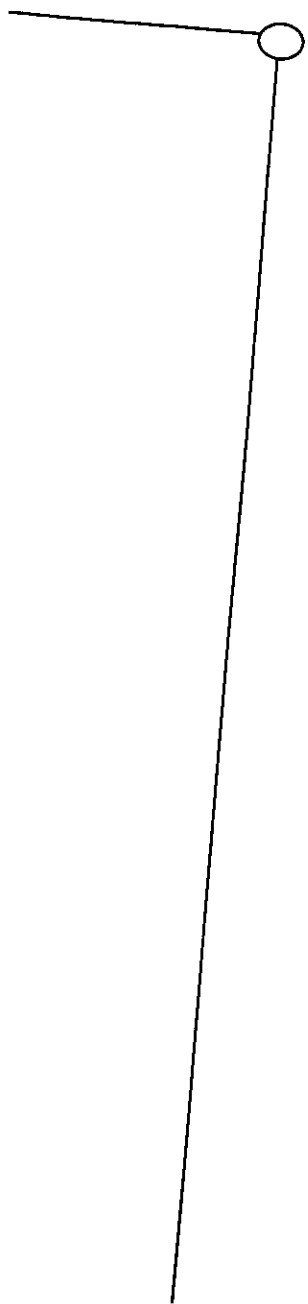
PUBLICIDAD Y DIFUSION

Desde sus orígenes, la publicidad de la Feria de la Guitarra ha sido a través de carteles los cuales han tenido una evolución notoria en lo que a imagen se refiere. Los primeros carteles eran realizados con una baja calidad de impresión y un papel económico, en su imagen la mayoría de los carteles estaban hechos básicamente con tipografía de diferentes tamaños y fuentes tipográficas era escasa la utilización de imágenes gráficas, en los siguientes se utilizaban ilustraciones del pueblo de Paracho, estas eran realizadas por un pintor, la topografía y demás elementos eran realizados por él mismo, estos carteles no tienen una imagen agradable en la tipografía. En otros se utilizó fotografías de una guitarra, el cartel mas reciente contiene la imagen de un constructor de guitarras dentro de la boca de una guitarra, este cartel esta resuelto con fotografía, se logro una imagen agradable en conjunto con la tipografía.

Los carteles contienen información referente a los diferentes eventos que se realizan durante la feria, fechas y patrocinadores. Cabe mencionar que en ninguno de los carteles se aprecia una imagen gráfica institucional de la Feria Nacional de la Guitarra, solamente en algunos se puede apreciar un logotipo muy mal hecho del comité organizador, pero no es lo suficientemente pregnante.



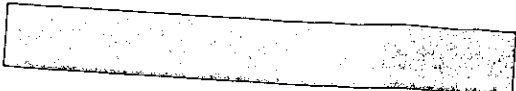
Cartel de la Feria Nacional de la Guitarra



Handwritten text, possibly a name or title, located above the printed word 'CAPITULO'. The text is faint and difficult to read.

CAPITULO

3



EL DISEÑO GRAFICO



DISEÑO GRAFICO

¿QUE ES EL DISEÑO GRAFICO?

El Diseño Gráfico es la disciplina que se encarga de resolver todo tipo de problemas de comunicación visual ya sean informativos, preventivos, publicitarios, promocionales o de identidad usando para esto la forma, el color y la tipografía. por medio de él se trasmite un mensaje con el fin de satisfacer necesidades gráficas.

Es además la ordenación, composición y combinación de formas y figuras, es un proceso de creación visual que tiene como propósito el transmitir un mensaje de forma estética y funcional.

CAMPO DE ACCION

En nuestros días un diseñador gráfico tiene basto campo de acción para poder llevar a cabo sus funciones, todo depende de la iniciativa y creatividad que éste tenga para realizar y conseguir un trabajo. Puede prestar sus servicios en un despacho de Diseño Gráfico, ya sea como empleado o como dueño del mismo, a parte de especializarse en campos tan diversos como: la fotografía, ilustración, diseño editorial, periódicos, diseño de portadas de libros, de envases y embalajes, diseño publicitario, literatura promocional, diseño de identidad corporativa, diseño de señalización, así como trabajar en oficinas de gobierno, empresas privadas, agencias de publicidad, cine, estudios de Diseño Gráfico, televisión, diferentes instituciones etc. también diseño de textiles, cerámica, heráldica, rotulación, entre muchos otros.



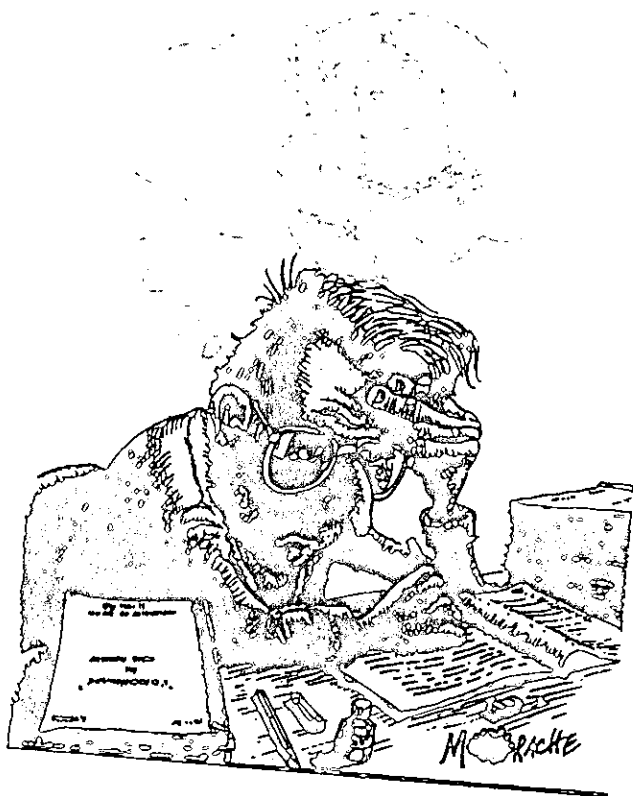
FUNCION DEL DISEÑADOR GRAFICO

" La función de un diseñador consiste en resolver problemas de comunicación relativos a productos, imágenes y organizaciones y hacerlo de forma original y precisa " *ALAN SWAN*

El diseñador gráfico debe de buscar la forma de llamar la atención y lograr la comprensión de la información que se va a transmitir, debe de conocer todos los elementos y medios de producción gráficos.

En la actualidad además de ser un intermediario entre el emisor y el receptor del mensaje, el diseñador gráfico es un asesor en comunicación, un estratega que busca satisfacer las expectativas de una empresa planteando recursos gráficos.





METODOLOGIA

Todo proyecto de Diseño Gráfico requiere de una serie de pasos para obtener una solución adecuada y garantizada del problema, para lo cual el diseñador se vale de una metodología.

Antes de mencionar lo referente a la metodología de trabajo que ha de utilizar el diseñador es necesario señalar la importancia de que éste cuente con los materiales necesarios y el espacio adecuado como: reglas, pinceles, escuadras, computadora, restirador, etc.

Cada proyecto de diseño es diferente, al igual que su intención pero el proceso es el mismo, los pasos a seguir son los siguientes:

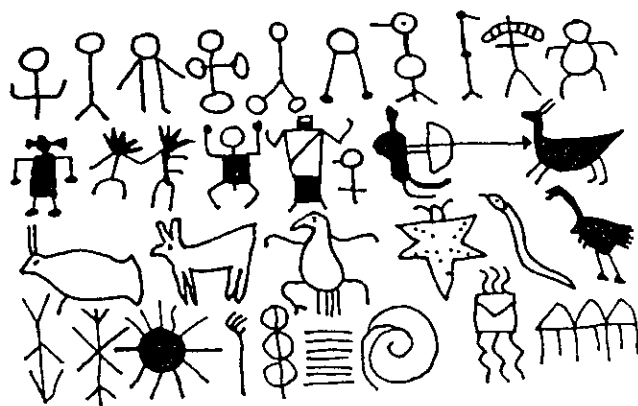
- 1.- Entrevista con el cliente, donde se tratará lo referente a el plan de trabajo, los costos, tiempo de entrega y forma de pago.
- 2.- Investigación de la empresa, del producto, de la competencia y del consumidor, aquí se analiza el precio, plaza, publicidad del producto; la edad, escolaridad, sexo, nivel cultural del consumidor.

- 3.- Generación de ideas, donde el diseñador se dispone a realizar una lluvia de ideas.
- 4.- Bocetaje
- 5.- Afinar ideas, se hacen correcciones del diseño.
- 6.- Comunicación de resultados al cliente, se presenta al cliente el diseño final con correcciones.
- 7.- Producción e implementación, el diseñador tiene como responsabilidad que el proceso de impresión sea efectivo.
- 8.- Análisis de resultados y evaluación, analizar que tan efectivo fue el diseño, tanto en el aspecto funcional, expresivo y constructivo.

HISTORIA DEL DISEÑO GRAFICO

ANTECEDENTES

Desde tiempos atrás el hombre a tenido la necesidad de comunicarse con sus semejantes, buscando la forma de satisfacer esta necesidad empieza a llevar a cabo un proceso; primeramente logró comunicarse a través de sonidos los cuales poco a poco fueron evolucionando; ya que el habla y el producir sonidos fue una de las primeras habilidades del hombre.



Jeroglíficos

Después las marcas, símbolos, imágenes y letras escritas o dibujadas sobre una superficie fueron la forma de transmitir información y dejar registro de ella, es así como se conoce gran parte de la historia, esto se puede comprobar ya que existen cavernas en las que el hombre plasó gráficamente algunos símbolos que representaban ideas o conceptos.

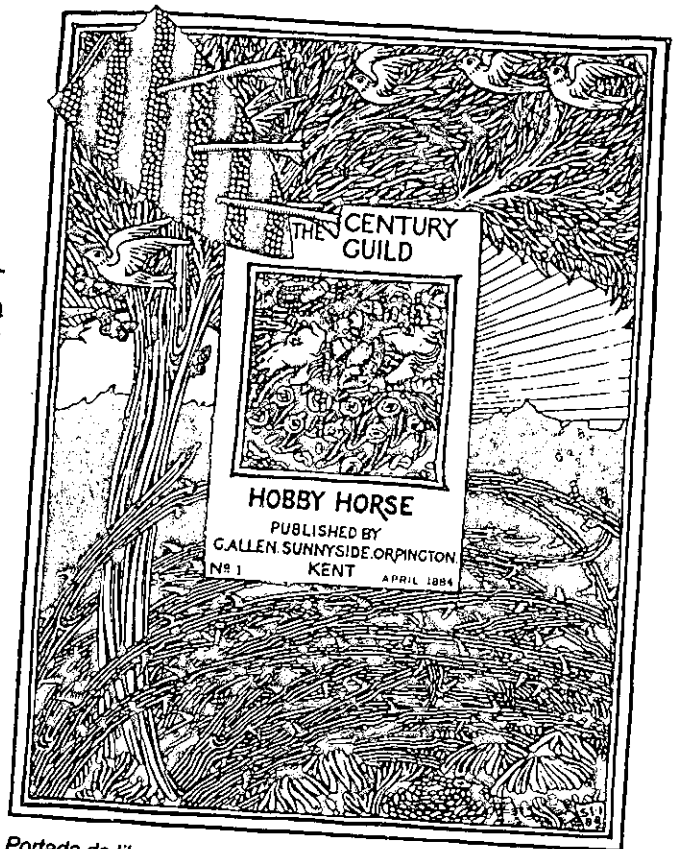
Esta manera de comunicarse evolucionó hasta que se inventó la escritura sobre arcilla, los jeroglíficos egipcios, el papiro y los primeros manuscritos ilustrados. También surge la caligrafía china y la invención del papel, pero lo que vino a revolucionar por completo la manera de llevar información fue la invención de la imprenta de tipos móviles.

HISTORIA

A lo largo de la historia han sido diseñadores todos los artesanos, por tal motivo la historia del Diseño Gráfico empezó con la historia del hombre, pues desde la antigüedad el ha sido su propio diseñador tanto de su medio como de su misma comunicación.

El antecedente más directo del diseño gráfico como tal, fueron los artistas, rotulistas e impresores que creaban o producían todo lo referente a comunicación visual.

Esta disciplina se ha visto influenciada por diferentes aspectos socioculturales como el cine, la música, la televisión, la pintura, la política etc.



Portada de libro



Impresor

En el sentido moderno, el diseño empezó cuando se utilizaron combinadamente elementos artísticos y mecánicos; pero es hasta que Gutenberg introdujo los tipos móviles a mediados del s. XV, cuando se hace más fácil la reproducción de libros, que el Diseño Gráfico toma importancia. Quizás uno de los primeros diseñadores, fue el ilustrador Geoffroy Tory, ya que él fue de los primeros en diseñar libros y páginas utilizando el texto y la ilustración. Durante esta época empezaron a surgir los diseños tipográficos, así como a mediados del s. XIX con la revolución industrial los productos integraron esta disciplina en sus etiquetas, presentaciones y publicidad, debido a la necesidad que tenían los mismos de anunciarse, fue así como se logró establecer el Diseño Gráfico como una profesión que continua evolucionando.



Surgieron así varios artistas que influyeron en diferentes áreas del Diseño Gráfico, como Henry de Toulouse Lautrec quien influyó en la elaboración de carteles usando la litografía como medio de impresión, él decía que los carteles eran una forma de comunicarse con los demás, utilizaba diferentes letras en sus diseños. También surgieron los Whistler y Disarro que en el diseño de sus libros utilizaron composiciones que en ese entonces no se usaban.

William Morris, artesano, ilustrador, diseñador y escritor; es considerado el padre del diseño moderno ya que el Diseño Gráfico actual proviene del movimiento de artes y oficios fundado por él en 1884, donde trató de resaltar la importancia del arte, en la empresa que el fundó se diseñaba desde papel tapiz, telas hasta vidrios decorados. En el año de 1890 fundó la prensa Kelmsscoltt press donde, logró que se reconociera la importancia del diseño y la calidad de libros que producían, siendo esta la base con la que trabajan los diseñadores actualmente.

Otro movimiento el cual tuvo influencia fue el Art Nouveau (arte nuevo), basado también en los principios de Morris, este fue "un arte decorativo" que se caracterizaba por la utilización de líneas curvas y flotantes aplicadas a una amplia variedad de objetos.

En el año de 1919, el arquitecto Alemán Walter Gropius creó la escuela de Arte y Diseño, la cual pretendía formar estudiantes que fueran expertos en el arte y en los trabajos manuales, y así no solo fueran artesanos funcionales, sino también prácticos, este movimiento se conoce como Bauhaus, aquí la tipografía tuvo gran importancia, destacando en el diseño de tipos



Utilización de tipografía en carteles



Cartel mexicano

los rotulistas y tipógrafos Stanley Morison y Erik Gill que ampliaron la gama de tipos utilizados comercialmente. Esta escuela enseñó los principios fundamentales para casi todos los aspectos del diseño, su obra conjunta el arte y la tecnología.

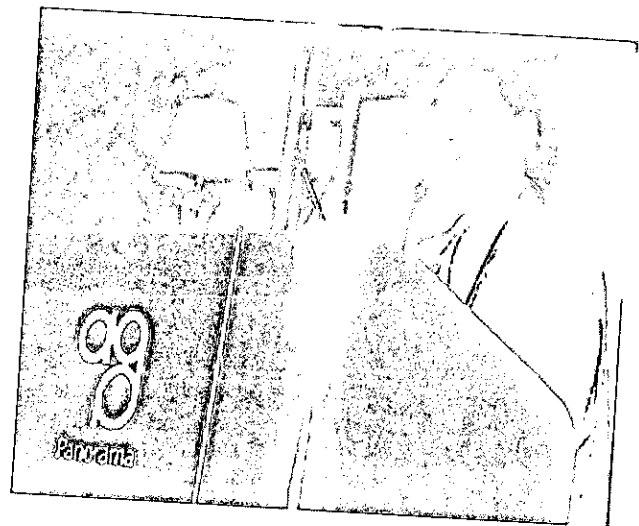
Durante el tiempo de la Bauhaus, también surgió el movimiento cubista, guiado por Picasso. En los 50's debido a la simplicidad, el contraste y la utilización de colores primarios en la composición asimétrica, se combinó la fotografía y los tipos, en esta época destacó el diseño suizo.

La explosión actual del diseño inició gracias a la producción y publicidad masiva en Europa y Estados Unidos, con esto se expandió el trabajo del diseñador; en los años sesenta la variedad de tipos se incrementaron y el diseñador Lester Beall inicia con la imagen corporativa en las empresas.

En los años 70's se utilizaron más elementos visuales y Estados Unidos, Europa y Japón ejercen influencia en el diseño mundial, durante los siguientes años, se inspiraron para diseñar tipografías, colores nuevos, técnicas avanzadas.

Actualmente en el diseño se puede notar una tendencia a la utilización de tipos sin patines y en diferentes tamaños, los diseños son más limpios y no contienen tantos elementos. El diseño contemporáneo se refiere más a la comercialización y los Estados Unidos son la vanguardia en el diseño, es el país que produce las imágenes visuales más agresivas y del más dudoso buen gusto pero también es el país que más vende y consume.

En el diseño Internacional destacan personalidades como: Heather Copper, Alexander Neumeister, Henry Steiner, Kazuo Kimura, Kenji Ekuan, Wim Crouwel, Shigeo Fukuda, Lucille Tenazas, Mai Felip, entre otros.



Shigeo Fukuda

EL DISEÑO MEXICANO

México es un país con un enorme acervo cultural gracias a su historia, tradiciones y costumbres, sus artesanos hacen un derroche de creatividad en los diseños de sus artesanías, captando todos nuestros sentidos.

El diseño mexicano ha estado presente desde nuestros antepasados muestra de ellos son todas las artesanías ricas en imagen y colorido, realizadas por los indios; para apoyar a estos artistas se fundaron varias escuelas como la de artes y oficios en el s. XVI, la academia de San Carlos en el s. XVII donde se impartían diferentes talleres. Pero muy importante fue para las bases del diseño mexicano la escuela del INBA (Instituto Nacional de Bellas Artes) fundada en 1903 donde ya se apreciaba un estilo en el diseño.

Es hasta inicios de los años sesentas que el diseño toma importancia en nuestro país, pues se crea la primera Escuela de Diseño, pero el gran proyecto que vino a abrir las perspectivas del diseño fue la creación de un sistema de imágenes gráficas para las Olimpiadas del 68 realizadas en México, este proyecto reunió a un equipo de profesionales mexicanos como, Pedro Ramírez Vázquez, y extranjeros; para mostrar en un nivel internacional la organización del país; poco después vino el boom del Diseño Gráfico y se crea el Centro de Diseño en 1971 que apoyo a diseñadores industriales y gráficos, en 1973 la Universidad Autónoma de Guadalajara funda la carrera de Diseño Gráfico.



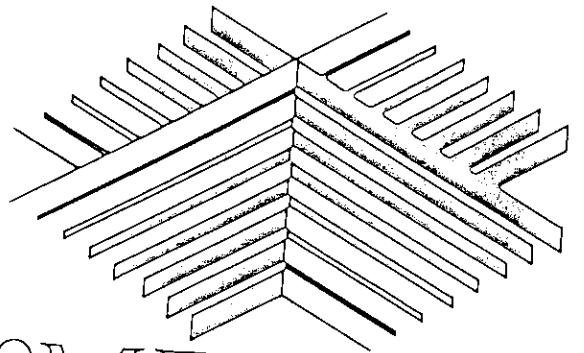
Imagen de las Olimpiadas de México 68



Durante este tiempo había poca competencia, la más fuerte era de despachos estadounidenses, existía un diseño con una tendencia copista de diseños europeos, japoneses y estadounidenses.

A pesar de que el Diseño Gráfico en México es joven, ya se habla de una madurez, pues lleva más de 30 años ejerciéndose y 10 de hacer un diseño mexicano que se diferencie del resto del mundo.

Actualmente existen diferentes colegios que reúnen diseñadores tanto industriales como gráficos que realizan diferentes eventos de promoción del diseño, incrementan las relaciones internacionales, dan cursos etc. También existen revistas especializadas de diseño que son de



MEXICO
EUROPALIA
93

tudiado una carrera, de ellos actualmente destacan varios como Rafael López Castro que es un reconocido cartelista de carácter culto, Bernardo Ricamier y Luis Almeida que han realizado carteles, portadas de libros, diseño de revistas y periódicos, entre otros.

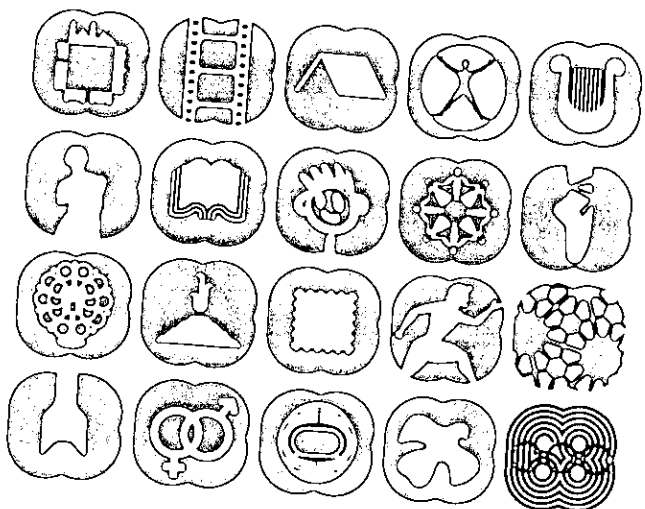
También destacan diseñadores como Xavier Bermúdez, Marta Cobarruvias quienes forman parte del Comité Organizador de la Bienal del Cartel en México; Carlos Celorio en diseño de embases y embalajes, Rosmary Martínez en el diseño textil y Laura Medina Mora en varias ramas del diseño.

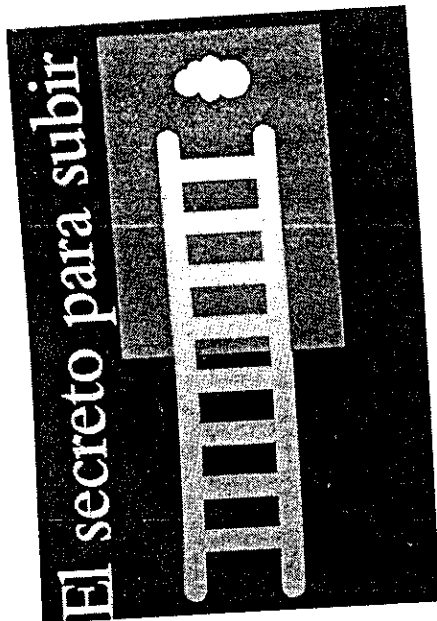


gran utilidad para todos nosotros. Así mismo existe un gran número de escuelas de las cuales se gradúan muchos estudiantes que después crean despachos a los cuales acuden empresas privadas e instituciones públicas requieren de sus servicios para realizar su imagen gráfica.

Uno de los pioneros del Diseño Gráfico en el país fue Vicente Rojo, que desde su llegada a México se convirtió en uno de los principales constructores de la imagen visual y creador de un lenguaje que sigue vigente, él trabajó en la Imprenta Madero.

La imprenta madero fue un lugar donde se formaron varios diseñadores, que ya habían es-





ELEMENTOS DEL DISEÑO

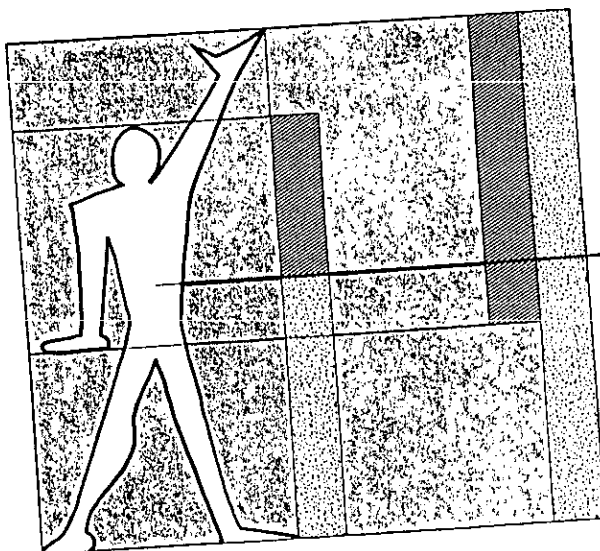
ELEMENTOS DEL DISEÑO

Dentro del Diseño Gráfico es necesario tomar en cuenta, ciertos elementos que van a ayudar a obtener resultados eficaces, tal como: composición, tipografía e imagen.

COMPOSICION

Parte importante del diseño ya que consiste en ordenar adecuadamente los elementos que componen un todo. El concepto clásico de composición se basa en dividir el espacio, esto para dar puntos de referencia y que el trabajo quede bien balanceado, la composición es un método matemático con el cual se consiguen proporciones ideales.

En la composición debe de existir un equilibrado peso y proporción visual; ésta se maneja dependiendo del mensaje que se va a transmitir, tiene que ver con la composición, la armonía y el equilibrio.



Reticula

ARMONIA: Es mantener un equilibrio ya sea con los colores, las formas, los tamaños, es algo de lo que no puede prescindir la composición; la armonía puede cambiar dependiendo de la edad, sexo, nivel cultural, costumbres del espectador, ya que influyen en la forma en que se perciben las cosas.

EQUILIBRIO: Se basa en el funcionamiento de la percepción humana y en la intensa necesidad de equilibrio, tiene un centro de gravedad en donde existen dos pesos.



SERIF

TIPOGRAFIA

Viene de typographia
tipo letra, grafo uso o diseño

Se ha utilizado desde tiempos atrás para la elaboración de carteles, libros, revistas etc. Hay actualmente una gran variedad de estilos de tipografías y se utilizan dependiendo del mensaje que se quiere transmitir, pues cada una tiene su propia connotación. Para la utilización del tipo más adecuado se debe de investigar a quien va ir dirigido, la edad, cultura, donde se va a leer, a que distancia, los colores que va a llevar, la composición de la tipografía y el tamaño de la misma entre otras cosas.

La tipografía se clasifica de diversas maneras:

SERIF: Se usa para títulos y textos, tiene patines y contraste de trazos gruesos y delgados,

SAN SERIF

CALIGRAFICA

ORNAMENTADA

es facil de leer y existen una gran diversidad de tipos.

SAN SERIF: Las letras casi son iguales, se usan para textos y títulos reflejan funcionalidad, no tienen patines se usan con frecuencia.

CALIGRAFICA: Nos recuerda la escritura manual, las letras se conectan unas con otras y fluyen normalmente son inclinadas e itálicas, los trazos son suaves los cuales denotan

movimiento, se utilizan en invitaciones, no se utiliza para textos.

ORNAMENTADAS: Existen las antiguas y modernas, deben de usarse con moderación pues no son muy legibles casi nunca se ven bien utilizar puras altas, no son prácticas y se utilizan en diplomas o documentos especiales.

La tipografía también se divide de acuerdo a su peso.

Bold, lighth, medium, extra lighth, extra bold, out line y normal.

Las letras pueden variar en amplitud ya que pueden estar condensadas, es cuando se adelgazan y alargan o bien extenderse hacia los lados.

BOLD

MEDIUM

NORMAL

LIGHT

EXTRA LAIGHT

FUERZA

TRADICION

ACTUALIDAD

LIBERTAD

DEBILIDAD

DINAMISMO

Las familias tipográficas, son todas aquellas que tienen características similares, letras, números, signos de puntuación y otros. Cuando una familia tipografica funciona para titulos y textos conservando su legibilidad, belleza e impacto visual se puede decir que es una excelente tipografía. Muchas familias funcionan para encabezados, titulos o logotipos, pero pocas para texto.

Las tipografias también tienen su connotación, y para utilizar el tipo adecuado se debe de conocer lo que nos quiere expresar.

La San serif: Nos indica actualidad, macanismo, fuerza, limpieza, sencillez, modernidad.

La bold: Fuerza, poder, energía.

La lighth: Debilidad, suavidad, elegancia, lujo.

La cursiva: Dinámismo, movimiento.

La manuscrita: Libertad.

El tamaño también es importante para que la tipografia pueda simbolizar o transmitir lo que se quiere lograr. La tipografia se mide por puntos, entre más puntos más alta es la letra.

SEPARACION ENTRE LETRAS

El espacio entre letras bien trabajado es una de las claves para el manejo profesional de la tipografía, para esto es muy importante entender la relación figura fondo.

Existen cuatro trazos diferentes que forman las letras que deben separarse de manera correcta para que visualmente se vea bien.

L X A O

La idea es mantener volúmenes opticos confortables.

SEPARACION ENTRE PALABRAS

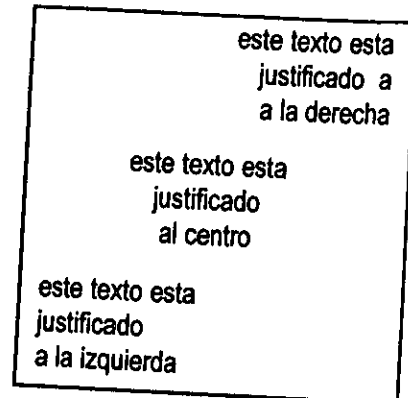
La separación entre palabras debe de ser coherente para que no se encimen unas con otras, ni se rompa el flujo por estar muy separadas. Los tipos condensados necesitan menos espacios que los extendidos, una letra pequeña necesita más espacio que una de mayor puntaje.

INTERLINEADO

Es el espacio vertical entre las líneas de tipografía, se mide en puntos y la interlínea mínima se logra reduciendo el espacio pero evitando que se toquen los rasgos descendentes de una línea con los ascendentes de otra, el interlineado normal en textos es dos puntos mayor que la medida del texto, después de estas medidas se puede aumentar la interlínea según las características de nuestro diseño.

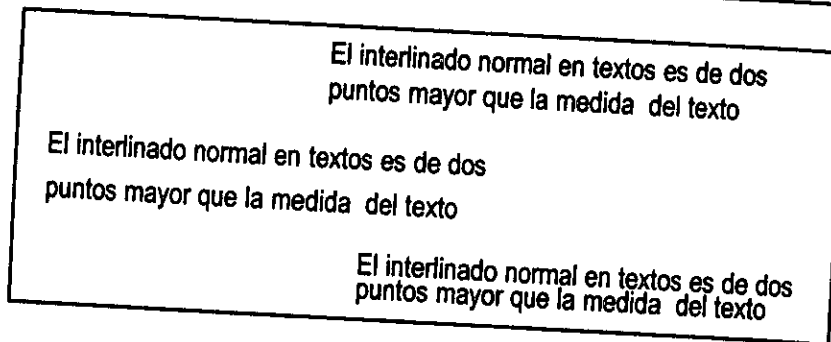
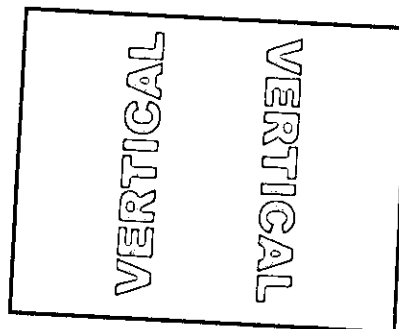
JUSTIFICACION DE TEXTO

Un texto puede estar justificado en diferentes formas, izquierda, derecha, centro, o con alguna justificación especial, dependiendo de las necesidades de nuestro diseño. La justificación también es un factor de legibilidad.



TIPOGRAFIA VERTICAL

La tipografía ordenada verticalmente a veces se usa para encabezados, en lomo de los libros, portadas, carteles y letreros, pero muchas veces afecta la legibilidad, se debe de evitar con palabras muy largas.



LOS TIPOS CONDENSADOS NECESITAN MENOS ESPACIO

LOS TIPOS EXPANDIDOS NECESITAN MAS ESPACIO

una letra pequeña requiere de más espacio

una letra grande requiere de menor espacio

combinar tipografías

M M

A A

SR

CR

Tipografía para títulos

En altas y bajas es más legible

Recomendable en BOLD

Utilizar tipos CLASICOS

Se utilizan solamente mayúsculas cuando es **UNA PALABRA**

Los títulos deben de ser CORTOS

TIPOGRAFIA INCLINADA

Es una de las alternativas para manejar tipografía, puede ser muy importante pero, se tiene que cuidar los grados de la inclinación. Una buena tipografía inclinada representa innovación, progreso, avance, se recomienda no abusar de este recurso.

COMBINAR TIPOGRAFIA

En la combinación de tipografías debe de existir contraste, que de un equilibrio dinámico con mucha fuerza visual.

Cuando se selecciona un tipo para un diseño debe de cuidarse que no se cause confusión, esto sucede cuando se utilizan más de dos familias, por eso se recomienda utilizar tipografías contrastantes pues se capta más rápidamente el mensaje.

TIPOGRAFIA PARA ENCABEZADOS

Utilizado en altas y bajas son más legibles que en puras altas o puras bajas, es importante cuidar donde se corta la frase. La bold es la mejor ya que se ve rápidamente, no debe de tener muchas palabras; se utiliza sólo en altas cuando es una sola palabra, las más recomendables son las tipografías clásicas en versión bold.

INCLINADA

INCLINADA

INCLINADA

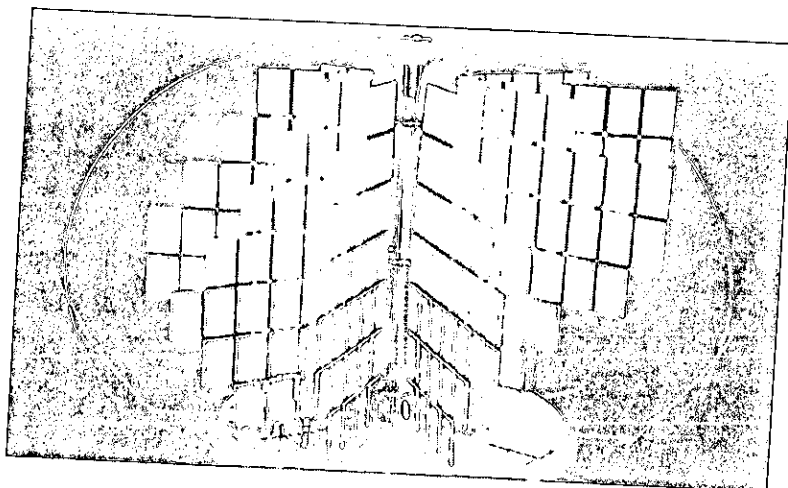
COLOR

"El color tiene que atraer la atención del público, emitir un mensaje específico acerca del producto y conseguir la venta"

El color es una cualidad de la luz reflejada, la luz blanca es la combinación de todos los colores del espectro, la cual se puede descomponer en tres colores que son rojo, azul y amarillo llamados primarios, cuando dos de estos colores se superponen se produce un color más claro conocidos como secundarios, cuando se combinan los tres colores surge el blanco, el color negro es la ausencia de color.

COMBINACION DE COLORES

Al combinar diferentes colores se pueden conseguir infinitos efectos y sensaciones y escoger colores que sean armoniosos, discordantes, dominantes o recesivos.



Colores armoniosos: Están cerca en el círculo cromático, se consiguen mezclando los colores de no más de dos tonos.

Colores discordantes: Se utilizan en la imagen del antes y después, son colores opuestos y tienen un efecto perturbador.

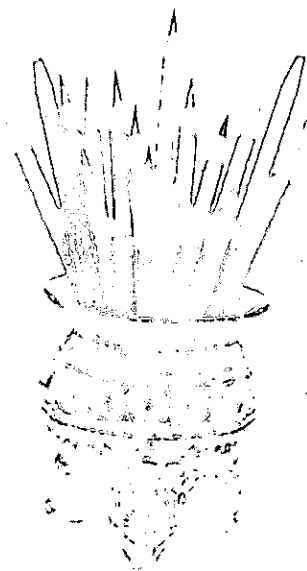
Colores dominantes: Son aquellos que predominan en una obra ya sea por su intensidad o por el tamaño de su área, los colores primarios son apropiados para este tipo de trabajos.

Colores recesivos: Son la mayoría de los grises o azules y estos provocan que el espectador analice el diseño, se da una sensación de lejanía y misterio.

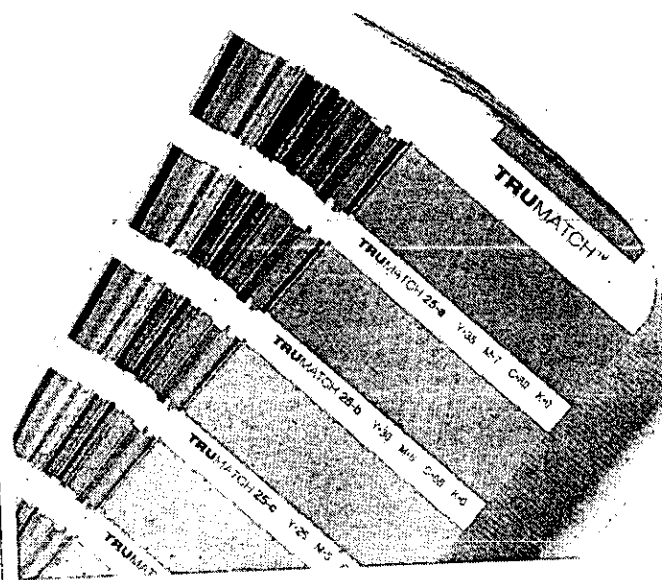
CONNOTACION DEL COLOR

Cada color nos denota determinada cosa y puede in-

fluir en el estado de ánimo de una persona, por ejemplo el verde transmite tranquilidad y naturalidad y es ideal para la relajación, los colores azules son frescos incluso fríos, cada uno de los colores nos transmite una sensación. El color tiene algunos significados a veces obvios pero que son fáciles de comprender y casi siempre tomados de la naturaleza a esto se le llama simbología del color, por ejemplo el azul representa el cielo, el mar, el amarillo la naturaleza y el crecimiento, el marrón la tierra, el rojo la sangre etc. El color también tiene que ver con la cultura ya que algunas asociaciones que se hacen se fundan en la tradición y el uso común que le da la gente, por ejemplo el negro es color de la muerte.



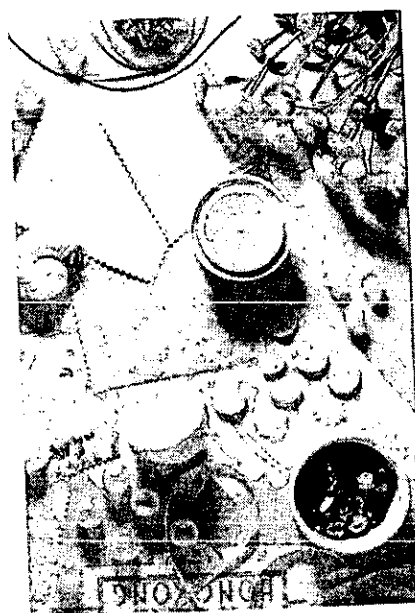
PSICOLOGIA DEL COLOR



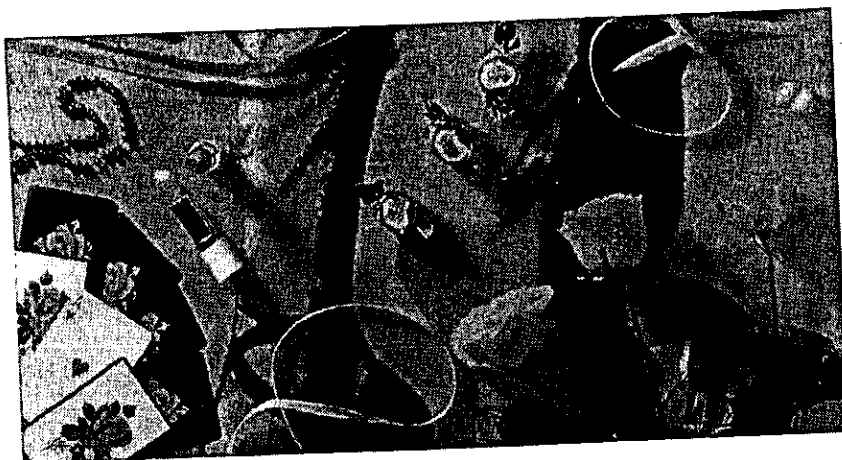
Los colores expresan sensaciones y producen efectos psicológicos en el receptor, ya que algunos de ellos nos pueden hacer comportarnos de cierta forma.

El rojo: Es el color de las emociones, la pasión, la fuerza y la masculinidad, puede simbolizar la sangre, el fuego, el sexo y la ira, significa peligro, es un color excelente para llamar la atención.

El azul: Cielo, mar, agua, por tal motivo da la idea de frescura, limpieza, frialdad y pureza, es un color que da confianza, cuando se combina con otro tono de azul funciona muy



bien, se usa en folletos turísticos, es un color que connota seguridad, autoridad, deporte, hombre y masculinidad.

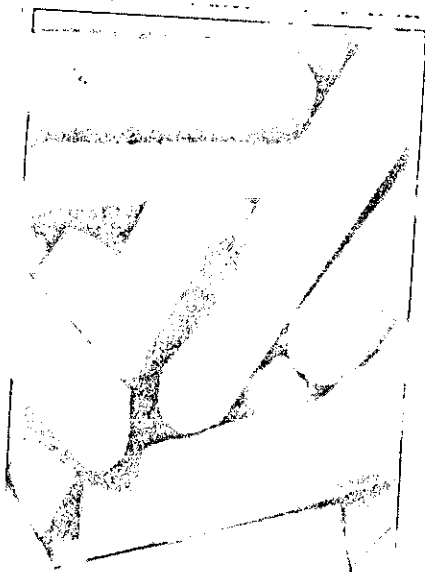


El amarillo: Color claro se utiliza para representar la luz, es cálido, alegre y lleno de energía es un color visible, contrastante, por tal motivo se adoptó como señal de peligro, se asocia con la enfermedad, tiene connotaciones de luz, sol, trigo, playa etc.

El verde: Color natural, tiene connotaciones de paz y tranquilidad, color ecologista, es un color fresco, inspira confianza, sugiere lujo y buena calidad.

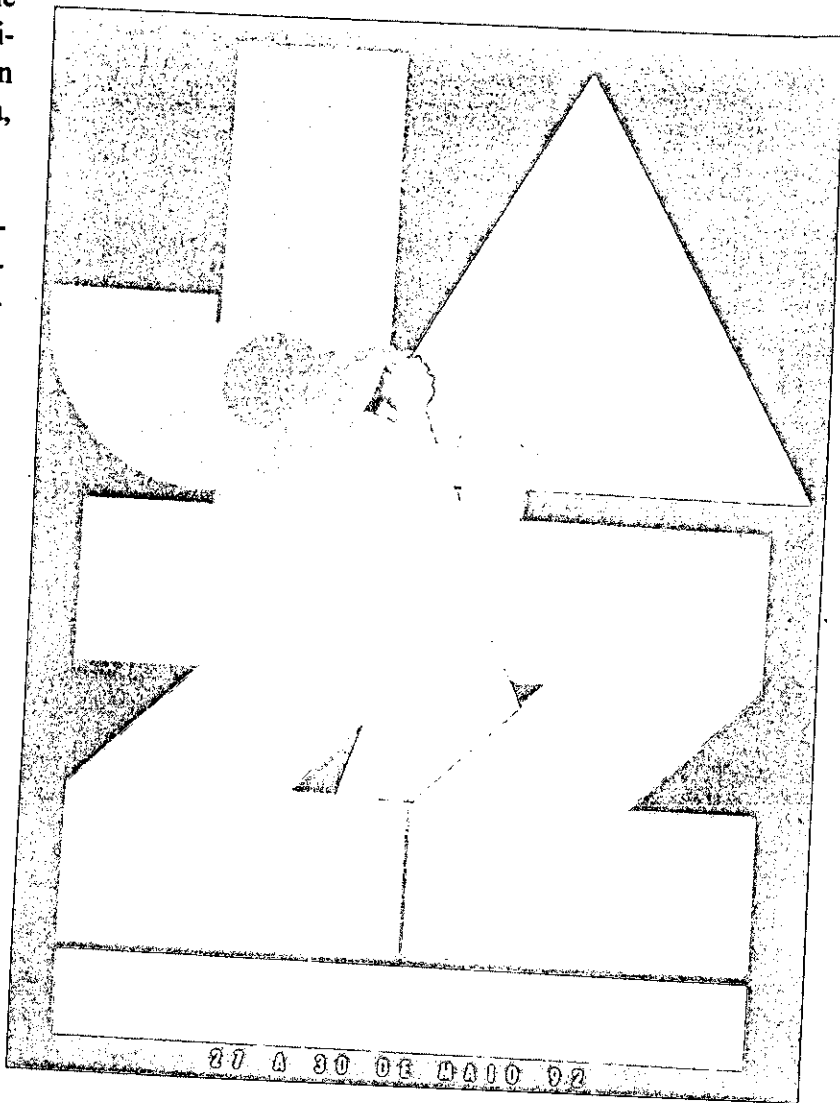
El naranja: es cálido, vibrante, vivo y conota lugares calidos y exóticos, la frescura y fruta, simboliza salud y vitalidad, atrae la atención de los jóvenes.

El púrpura: es el color de la realeza, alto rango y excelencia, es lujoso y de aspecto caro es un color romántico y femenino,



se le asocia con el chocolate, puede establecer una atmósfera de misterio, intriga incluso sexualidad, connota inteligencia, es un color ambiguo.

El marrón: es un color cálido, tranquilizante y confortable, se le asocia con madera, tierra, el otoño y el campo, tiene aspecto rústico, en ocasiones puede parecer sofisticado, se le asocia con calidad, inteligencia, historia, nostalgia etc.



El blanco, negro y gris: Sofisticación y seriedad, son colores legibles ya que son muy contrastantes, se utilizan en trabajos hechos a una sola tinta.

Colores vivos: Sugieren animación, felicidad, dinamismo y espontaneidad, son los colores de los juguetes infantiles por tal dan la idea de diversión, son los colores que reflejan más luz y llaman la atención del espectador. Son visibles sobre fondos neutros, atraen la atención de niños y jóvenes.

Colores pasteles. Delicadeza, pureza y romanticismo, se consideran femeninos, pueden parecer inocentes, son gentiles y sugieren seguridad y confianza, son armoniosos y agradables a la vista.

Colores apagados: Buenos para dar un aire de época, se asocian con la masculinidad, atraen la atención de gente madura, son colores de calidad y sofisticación, son ideales para fondos, adecuados para representar seriedad, tradición y respetabilidad.



LA IMAGEN

La imagen en un diseño es muy importante, ya que desempeña varias funciones tales como: informar, adornar, llamar la atención, explicar; ya sea sobre un lugar, un evento o un producto, esta puede ser representada por una fotografía, una ilustración, una estilización o un elemento gráfico.

La imagen a utilizar depende del público al que vaya dirigido.

LA ILUSTRACION

La ilustración es una representación de imágenes reales en diferentes técnicas como: acuarela, lápiz, gouache, aguatinta, pasteles, las cuales nos dan o nos evocan una sensación diferente cada una con su propio estilo. Con la ilustración se pueden lograr diferentes efectos dependiendo de lo que se quiera transmitir, es muy efectiva para diferentes proyectos.

Acuarela: Se hacen con pigmentos muy bien molidos, se disuelven fácilmente en agua, la mezcla resultante se adhiere al papel una vez seca, se utiliza para proyectos turísticos, especialmente de lugares calurosos.

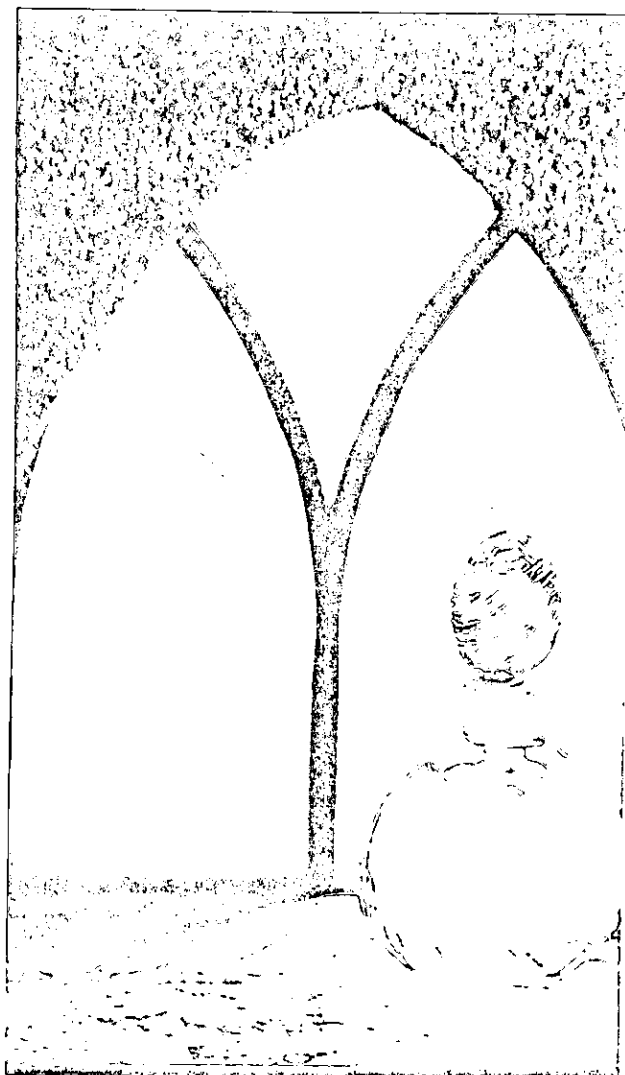
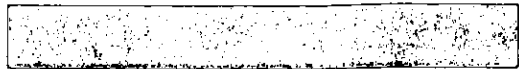
Gouache: Se puede trabajar de los tonos más oscuros los más claros, se mezcla con agua, es una técnica versátil, es una tinta plástica.

Aguas tinta. Es el modo más corriente de crear tonalidades en una impresión, puede producir una gran variedad de efectos, desde la fina de un lavado hasta la aspera textura de una lija.

Pastel: Se hace con pigmentos secos pulverizados y mezclados con una pasta, son solubles en agua, se trabaja en grandes áreas, se mezcla fácilmente un color con otro.

Crayon: Son algo parecido a los pasteles, pero estos se mezclan con un ingrediente que contiene un aglutinamiento graso.





La fotografía en el diseño

Tinta: Es versátil para emplearse en trabajos de revistas, libros, publicidad etc., es la mejor para dibujar, ya que su densidad hace más fácil la reproducción.

Lápiz de colores: Se hacen con una mezcla de sustancias colorantes; pueden ser solubles o insolubles, se fabrican en una amplia gama, se utilizan para dibujos detallados y en una gran variedad de superficies.

Aerógrafo: Es un instrumento sumamente refinado, se puede reproducir una notable variedad de luces, sombras y tonos, que se funden unos con otros. Existen muchos tipos de aerógrafos, su funcionamiento se basa en el aire comprimido, es un instrumento caro.

LA FOTOGRAFIA

La fotografía es un momento que ha pasado y ya no ha de volver, es un testimonio de lo cotidiano, cazadora de lo eterno en el instante, es un documento sobre la historia.

Es una herramienta del diseño gráfico, es versátil ya que se utiliza en diferentes medios. La fotografía es un medio de expresión creativa.

La fotografía debe ser real aunque su realidad sea una fantasía, se puede transmitir una atmósfera, para divertir, para vender un producto; debe de sorprender, inspirar y guiar al lector con mano segura. Se utiliza en publicidad, revistas, folletos, portadas de libros y de discos, catálogos etc.

En una fotografía se debe de tomar en cuenta la habilidad del fotógrafo para plasmar una imagen bien y definida, iluminada y correctamente expuesta, los cuales dependerán de los requerimientos que la misma necesite, ya que es diferente una fotografía que se utiliza para anunciar un producto, un lugar o una comida.

En un estudio pueden conseguirse muchos efectos para que una fotografía transmita una atmósfera que sirva para vender un producto. También se pueden conseguir fotografías para promocionar un lugar, esto se consigue logrando un ambiente muy atractivo, las fotografías pueden ser en blanco y negro, actualmente se pueden conseguir con los adelantos tecnológicos una gran variedad de efectos especiales.



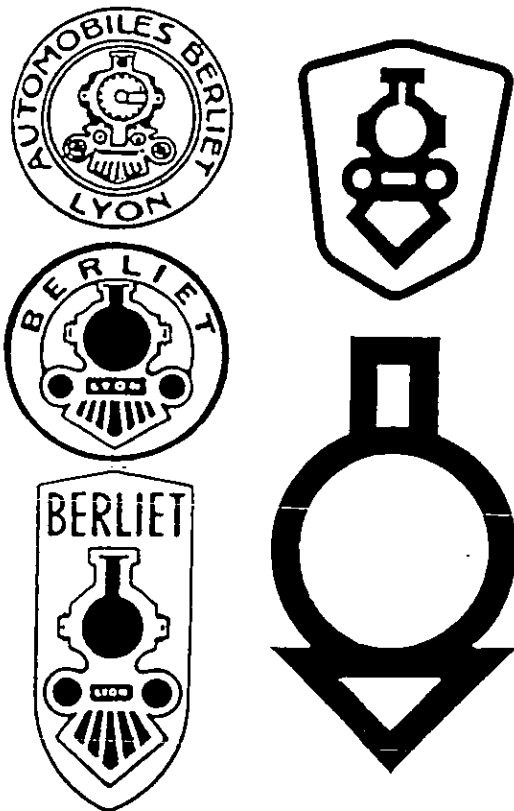
ESTILIZACION

Es una simplificación de la forma la cual no debe perder su código, lenguaje e idea a la que representa, la estilización es creada con la intención inmediata de ser una imagen simplificada que representará a la perfección un concepto, existen diferentes grados de estilización como representativo, abstracto, simbólico.

nivel representativo: La imagen obtenida tiene semejanza con la fotografía real, solo se pueden observar algunos cambios pequeños, la falta de todos los rasgos, líneas y detalles. Conserva la mayor parte de sus rasgos característicos y no tiene deformaciones.

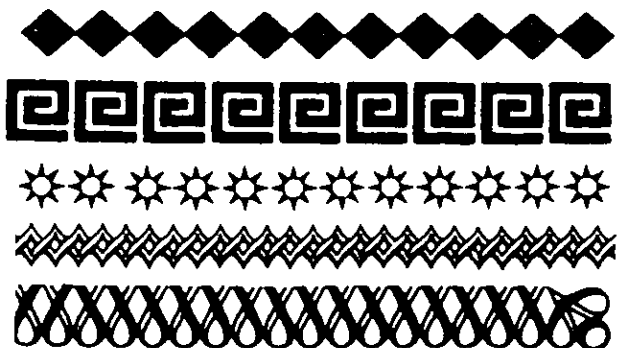
Nivel Abstracto: Son imágenes que se utilizan dentro de la publicidad ya que son usadas por empresa, productos, una campaña una marca etc., no es fácil de relacionar hasta que se observa detenidamente.

Nivel Simbólico: Es fácilmente reconocible, es más de silueta, no muestra muchos detalles y si la idea o concepto que intenta transmitir, se utiliza en diversos campos esta imagen tiene más pregnancia que el resto de los niveles, debido a su impacto y simplicidad.



ELEMENTOS GRAFICOS

Estos son plecas, grecas, líneas, figuras geométricas regulares o irregulares y otros elementos, los cuales ayudan a que un diseño sea más agradable a la vista del espectador, éstos elementos se deben escoger de acuerdo a lo que se quiera transmitir, pues algunos pueden hacer un diseño rígido o suave.





ELEMENTOS CONCEPTUALES DE LA COMUNICACION VISUAL

Existen diferentes elementos del diseño, se dividen en cuatro grupos: conceptuales, visuales, de relación y prácticos. .

Los conceptuales son, punto, línea, plano, volumen.

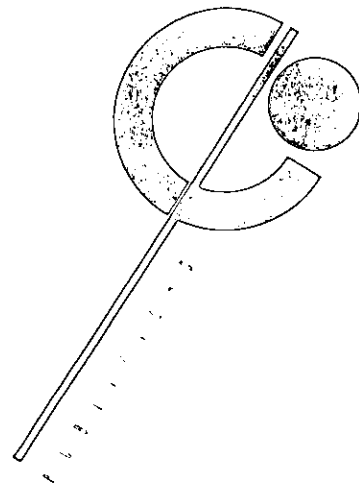
Punto: Es el principio y fin de una línea, tiene una estructura posición y superficie, no tiene largo ni ancho..

Línea: Es el desplazamiento que tiene el punto, tiene largo, posición y dirección. Esta limitado por puntos

Plano: Es el recorrido de una línea en movimiento, en dirección distinta a la suya intrínseca, tiene largo y ancho, posición y dirección, define los límites del volumen.

Volumen: Es el recorrido de un plano en movimiento, tiene una posición, espacio, esta limitado por planos, es ilusorio.

N U E V E C E R O



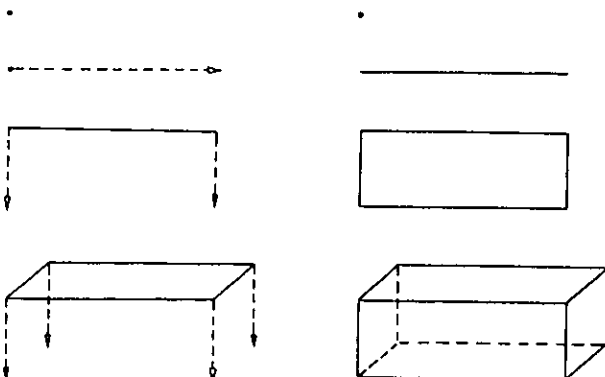
Elementos visuales son: forma, medida, color y textura.

La forma: Todo lo que puede ser visto, tiene forma y son regulares e irregulares.

Medida: Todas las formas tienen tamaño y medida.

Color: Una forma, se distingue de los demás por medio de un color. Existen colores cromáticos y acromáticos, estos son el negro y blanco, la combinación de ambos es el gris, los cromáticos comprenden los colores primarios que son el amarillo, rojo y azul o magenta amarillo y cian.

Textura: son las características de la forma, puede ser plana o decorada, suave o rugosa, puede atraer tanto al sentido de la vista como el tacto, se puede considerar a la textura como



un elemento básico del diseño, encontrando formas muy variadas como irregulares, regulares, efectos de relieve, estructuras, imitación de tejidos etc.

Los elementos de relación son: **dirección, posición, espacio y gravedad.**

La dirección; da una forma, dependiendo como esté relacionado el observador con el marco que la contiene o de otras formas cercanas.

La posición; de una forma es juzgada, por la relación respecto al cuadro o a la estructura del diseño donde se encuentra.

Espacio; las formas de cualquier tamaño por pequeñas que sean ocupan un espacio.

Gravedad; es más que visual psicológica.

Elementos prácticos son: **representación, significación y función.**

La representación; es cuando una forma ha sido derivada de la naturaleza o del mundo hecho por el ser humano, es representativo, la representación puede ser realista o semi abstracta.

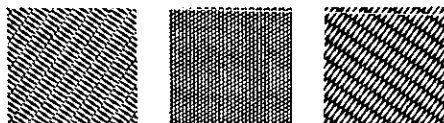
Significación y función; se hace presente cuando un diseño sirve a un propósito y tiene un mensaje.



b



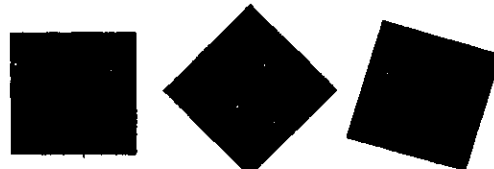
d

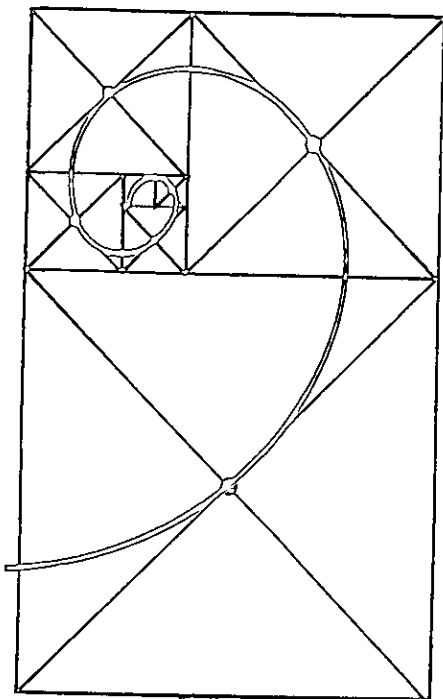


b

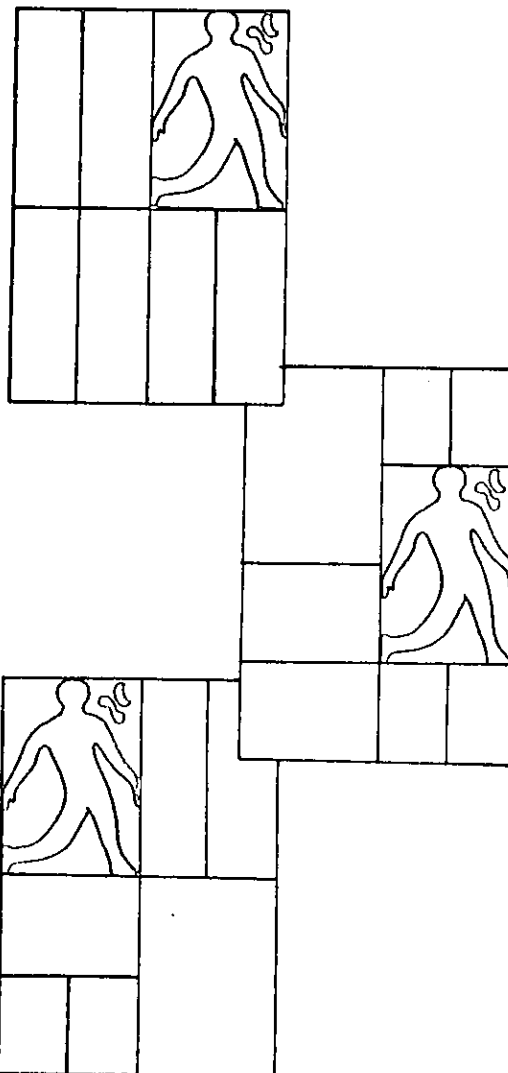


d





LA RETICULA



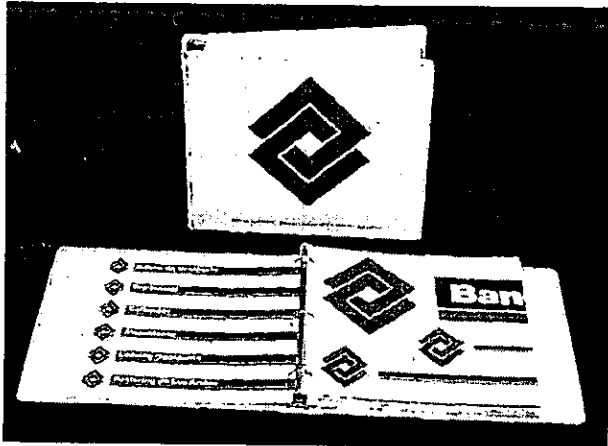
LA RETICULA EN EL DISEÑO

Las retículas se usan para que los diseñadores puedan hacer una diagramación consciente; hay algunos elementos que son los mismos en todas las páginas de una revista, un libro o en un catálogo, como los folios, la anchura de los márgenes o de las columnas, para lo cual nos sirven las retículas.

La retícula es esencial para diseñadores, ilustradores, tipógrafos e impresores. El diseñador, puede basarse para hacer su trabajo, en una retícula ya establecida, dependiendo del tipo de proyecto, pues existen retículas de determinadas columnas que le son de gran utilidad pero también puede crear su propia retícula para diseñar un folleto, cartel o etiqueta de un envase.

El diseñador debe de aplicar las reglas de composición en el trabajo, esto con la ayuda de la misma retícula, para que los elementos de diseño sean aplicados con los tamaños y proporciones adecuadas a cada caso, para conseguir una composición equilibrada y armónica.

RETICULA

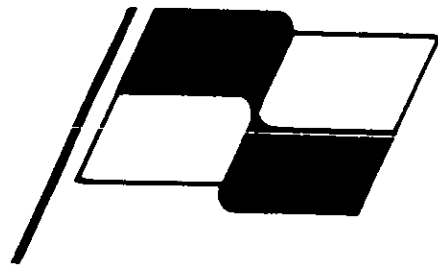


IDENTIDAD CORPORATIVA

LA IDENTIDAD CORPORATIVA

Cada uno de nosotros proyectamos una imagen, así de esta manera cada organización, empresa, evento o ciudad tiene su propia imagen o identidad, que la hace diferente a las demás, la identidad visual se aplica en toda organización, este sistema se incorpora a los mensajes publicitarios.

La identidad corporativa es la elaboración de un logotipo y el sistema de formas, figuras y colores, que forman parte de un concepto, que la empresa u organización aplicará, para transmitir ciertas ideas e impresiones, esta identidad determina las características visuales y elementos que lo conforman, para poder destacar y distinguirse de los demás.

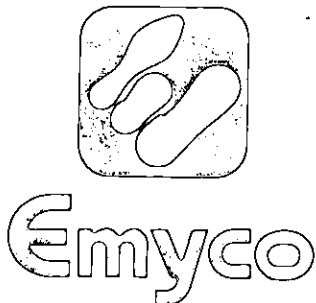


MARCAS Y LOGOTIPOS

Las organizaciones, los productos y eventos tienen una personalidad propia que muchas veces es muy compleja.

El logotipo y las marcas, son los medios por los que una persona distingue un producto o servicio. La utilización de marcas ha existido en gran medida desde años atrás, actualmente toda clase de organizaciones utilizan marcas de diferentes especies, pues estas se han convertido en indicadores de calidad, de valor y de origen; los logotipos son un mensaje abreviado que permite a los consumidores identificar productos, servicios y organizaciones, también identifican, diferencian, comunican, añaden valor y representan elementos y características de los mismos productos.

Es sabido que desde tiempo atrás, los comerciantes utilizaban marcas y recursos visuales para diferenciar productos, los logotipos se utilizaban de una manera local, todo esto fue evolucionando, hasta llegar a la auténtica explosión de las marcas comerciales y los logotipos.



Las marcas permiten comprar con confianza, nos permiten adoptar una decisión rápida cuando estamos ante opciones diferentes, la marca y el logotipo son medios por los cuales las organizaciones distinguen a sus productos, sirve a los productores, empresarios y a los consumidores, estos mantienen o denotan calidad, una marca puede durar mucho tiempo, siempre y cuando se mantengan en conservación o se tenga calidad en la misma.

Para diseñar una marca o un logotipo, hay que tomar en cuenta que el estilo no pase muy rápido de moda, y tratar de hacer las modificaciones necesarias cuando se requieran, ya que los logotipos siempre deben de ser distintivos del producto o evento.

El diseñador cuando realiza un logotipo no es un simple dibujante ya que desempeña el papel de estratega, investigador y creador.

En el proceso de diseño de un logotipo se necesita hacer una agenda, acopio de información, desarrollo de conceptos, presentación y la aplicación.

TIPOS DE MARCAS Y LOGOTIPOS

El diseñador dispone de una gran variedad de tipos y estilos de marcas y logotipos, pero no todos funcionan de igual manera en las diferentes situaciones.



útiles

proceso

LOGOTIPOS SOLO CON NOMBRE

Son aquellos donde el carácter es exclusivamente un nombre utilizado con un estilo gráfico particular, transmite un mensaje inequívoco y directo, se utilizan cuando el nombre es relativamente breve y fácil de utilizar.



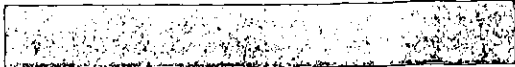
LOGOTIPO CON NOMBRE Y SIMBOLO

Tienen el nombre, con un estilo tipográfico característico, situado dentro de un símbolo visual, el nombre tiene que ser breve y adaptable.



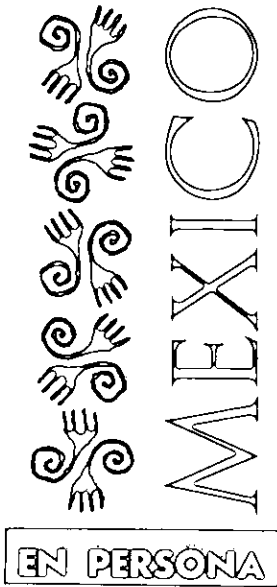
INICIALES EN EL LOGOTIPO

Se utilizan cuando las organizaciones tienen nombres demasiado rígidos o largos, entonces se busca la forma de utilizar solo las iniciales de los nombres, de una manera distintiva, haciendo un logotipo atractivo, este logotipo puede ser interesante, pero también tiene su inconveniente, pues es difícil y caro proporcionar la personalidad adecuada, las iniciales pueden ser frustrantes para el consumidor.



LOGOTIPO ASOCIATIVO

Gozan de libertad, casi no incluyen el nombre del producto o de la empresa, pero se asocian directamente con el nombre, estos son juegos visuales simples y directos, son fáciles de entender y también flexibles, representan al producto o a la empresa de una manera simple y directa.



LOGOTIPO ALUSIVO

La relación que existe entre el nombre y el logotipo no es tan directa, la alusión puede perderse para la mayoría del público.

LOGOTIPO EN VERSION PICTORICA

El nombre del producto es un elemento que destaca y que tiene importancia, pero es muy distintivo el estilo global de este, puede resistir a las manipulaciones.



LOGOTIPO ABSTRACTO

Se utilizan con gran frecuencia ya que funcionan muy bien en el mercado, están muy de moda, son considerados como representativos, los logotipos abstractos carecen de significado, hay algunos que se parecen mucho, este tipo de logotipos deben ser manejados con cuidado, su solución debe de ser eficaz, atractiva y debe de diferenciarse de los demás su elaboración requiere esfuerzo y destreza.





OTECNIA

MERCADOTECNIA



Anuncio publicitario

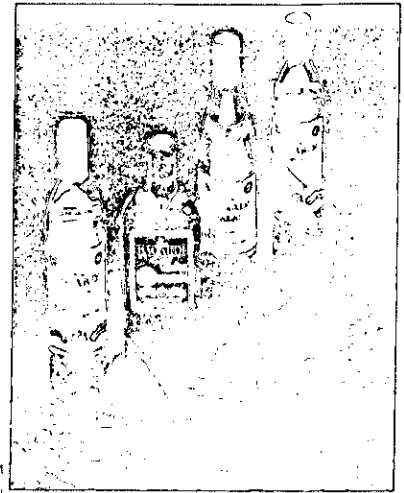
Es una actividad humana dirigida a la satisfacción de las necesidades y los deseos por medio de procesos de intercambio. Sus conceptos básicos son: necesidades, demandas, productos, intercambio, transacciones y mercados. La mercadotecnia tiene que ver con nuestra forma de vivir, ya que a través de ella se desarrolla un nivel de vida para el consumidor, combina muchas actividades como: investigación de mercados, desarrollo de productos, distribución, fijación de precios, propaganda, venta personal, entre otras que satisfacen las necesidades del consumidor.

Las técnicas de mercadotecnia son utilizadas por diferentes instituciones y por diferentes medios publicitarios como radio, prensa, televisión, etc.

La mercadotecnia cumple muchas funciones importantes, ajusta la dinámica de la oferta y la demanda, a través de los medios masivos, estimula al cambio social y eleva el nivel de vida del consumidor.



Equipo de trabajo



PROMOCION

Es uno de los cuatro elementos principales de la mezcla de la mercadotecnia de una compañía. Promoción es todo lo que se hace para dar información que ayude a vender un producto o servicio, evento o lugar, los elementos que integran la promoción son la publicidad, la venta personal, la exhibición, la promoción de ventas y las relaciones públicas.

CAMPAÑA DE PROMOCION

Son actividades preparadas y coordinadas de promoción, que tienen un tema específico, con el fin de alcanzar las metas que se han fijado, al preparar una campaña de promoción, la empresa debe de tomar en cuenta los diversos elementos de promocionales y decide de que manera los va a utilizar para alcanzar las metas. Tiene que definir cual es la respuesta que busca si es crear conciencia, conocimiento, gusto, preferencia, convicción o compra, para luego crear un mensaje con una estructura y un contenido que resulte eficaz.

PROMOCION DE VENTAS: Es cualquier actividad de ventas que complementa o coordina la publicidad y las ventas personales, la promoción de ventas incluye muestras gratuitas, cupones, concursos y otros incentivos especiales que se usan para estimular las ventas.

MERCADO VISUAL: Es colocar la mercancía cerca del punto de venta para atraer a los clientes a que compren.

RELACIONES PUBLICAS: Cualquier actividad que se haga para dar prestigio a una organización, la venta personal es una forma de vender, en la que el representante de ventas y un cliente potencia se encuentran uno al otro.

Cada compañía considera los elementos de promoción dependiendo del tipo de producto, la naturaleza de los clientes, las condiciones del mercado y la cantidad de dinero.

IMPORTANCIA DE LA CAMPAÑA

Las campañas de promoción son importantes por que atraen clientes e incrementan la demanda de los productos, enfrentando la compañía a la competencia consiguiendo utilidades; por medio de la campaña se llega a un gran número de clientes ya que es un medio efectivo para promover.



Anuncio publicitario



Productos promocionales

La publicidad es un hecho concreto, innegable, en la actualidad la publicidad es un fenómeno explosivo, forma parte del hábito de consumir del hombre. Algunas definiciones son:

"La publicidad es información" (Lasker)

"Publicidad no es otra cosa que vender, valiéndose de las letras impresas" (Hopkins)

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

La publicidad es un sistema de comunicación que pone en relación al productor y consumidor a través de los medios de comunicación de masas.

PUBLICIDAD

Es uno de los principales instrumentos de la promoción, es la utilización de los medios pagados por un vendedor par informar, convencer y recordar a los consumidores de un producto u organización , es una poderosa herramienta de promoción puede ser muy variada y tener diferentes usos.

CAMPAÑA PUBLICITARIA

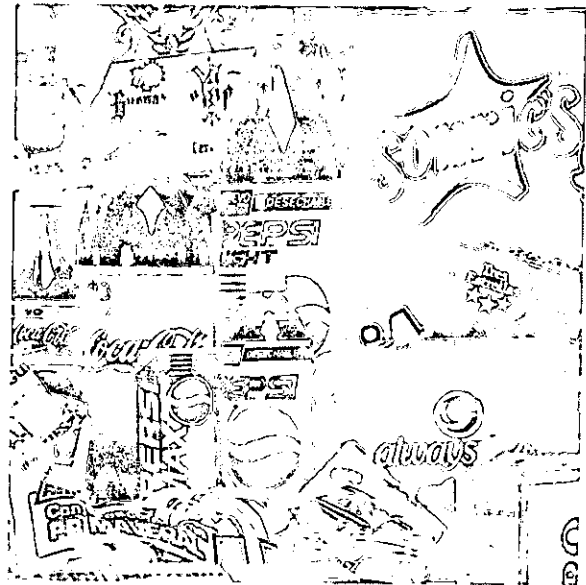
Ya que se ha elegido la mezcla promocional más adecuada y se desarrolla la campaña de promoción, se prepara una campaña publicitaria y esta puede ir en revistas, periódicos, televisión etc.

La campaña publicitaria es una operación que se proyecta y se realiza con mucho cuidado, es una serie de anuncios relacionados entre sí creados con un tema específico para cumplir con las metas del anunciante, estos anuncios se combinan con las actividades de la campaña de promoción, la campaña de publicidad considera los siguientes puntos:

- a) Establece objetivos
- b) Establece el presupuesto
- c) Adopción del mensaje
- d) Seleccionar medios
- e) Llevar a cabo la campaña
- f) Evaluación de resultados

Para realizar una campaña publicitaria se tiene que hacer un estudio muy a fondo de mercadotecnia, se deben conocer las condiciones y características de la institución, producto o evento que se va a publicitar, sus atractivos, diferencias de otros ya existentes. tener claro el objetivo y que el mensaje se lleve a cabo de manera efectiva.

También se tiene que llevar a cabo una investigación acerca de los medios, esto con el fin de escoger el más adecuado a la compañía y que tenga la influencia frecuencia e impacto necesaria sobre el consumidor, es necesario evaluar los efectos en la comunicación y las ventas antes, durante y después de hacer la campaña de publicidad.



DISEÑO PUBLICITARIO

Se caracteriza por la función que tiene de incrementar las ventas de un producto o servicio.

El diseño publicitario tiene que cumplir tres funciones que son: hacer un anuncio que llame la atención, hacer que se entienda fácilmente y presentarlo en un estilo que favorezca tanto al producto como al consumidor, este es realizado por todo un departamento creativo, donde se hace la planeación e investigación para obtener los mejores resultados.



MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MEDIOS DE COMUNICACION IMPRESA



Son todos aquellos que mediante las técnicas de las artes gráficas se plasma el mensaje que se quiere transmitir, se pueden usar diferentes materiales así como tamaños y formas, existen los masivos que llegan a toda la gente y los directos que son dirigidos a un determinado público.

Las campañas publicitarias requieren de los medios impresos y se requiere conocer las necesidades mercadológicas, el sistema de impresión, el lugar en donde se va a colocar, el tiempo que va a durar y lo que se va a anunciar.

MEDIOS DE Los medios impresos son: folletos, catálogos, tarjetas, cartas, circulares, revistas, calcomanías, entre otros más.

COMUNICACION **PRENSA**

Son el periódico y las revistas, la prensa llega a diversos públicos a un precio determinado tiene gran circulación y alcance, su difusión es rápida e inmediata

PERIODICO. Es un medio tradicional, su producción es rápida y económica, se imprime en máquinas rotativas, sus medidas son clásicas, tabloide y standard, para su impresión se

utiliza papel especial, el método de impresión utilizado es la tipografía y el offset, se caracteriza por que llega a los más diversos públicos, se distribuye con rapidez, es un medio formativo e informativo, tiene bajo costo y la publicidad es muy flexible, una de las desventajas que tiene es: que el lector muchas veces sólo hojea los periódicos y no los ve completamente, se utilizan por un solo día y después se tiran, su competencia es la televisión.

El anuncio de prensa es considerado como un medio complementario ya que sirve como apoyo a campañas realizadas en otros medios, existen diferentes tipos de periódicos y es muy importante conocer en cual de estos se pondrá el anuncio, para hacer un anuncio en periódico es necesario captar la atención del lector, ya que la mayoría de los anuncios son impresos a una sola tinta. esto para que se interese por el producto.

A SNEAK
PREVIEW OF
THE NEW
PEUGEOT 309



PEUGEOT
NOW BUILDING IN BRITAIN!

Peugeot launch the all new BRITISH BUILT 309 range of 1100cc, 1300cc and 1600cc hatchbacks in early February 1986, we have some advance stocks "under wraps" hidden away - However, if you are thinking of having a new car, we'll be pleased to give you an advance preview AND a demonstration run!

ROYAL MOTOR GROUP

CABEZA

ILUSTRACION



TEXTO

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

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

PIE DEL ANUNCIO:
datos relativos a la empresa
anunciante



○ Los tamaños de los anuncios en un periódico son:

Plana completa, media plana, un cuarto de plana, un octavo de plana, y otras de menor tamaño.

○ Dentro de la plana del periódico el anuncio debe de estar colocado en un lugar estratégico, como la primera o segunda plana y las páginas impares.

○ Un anuncio esta compuesto por los siguientes elementos:

Cabeza, argumentación, pie, logotipo e imagen o ilustración.

Existen diferentes tipos de carteles como:

Cartel social: informa a determinada clase social.

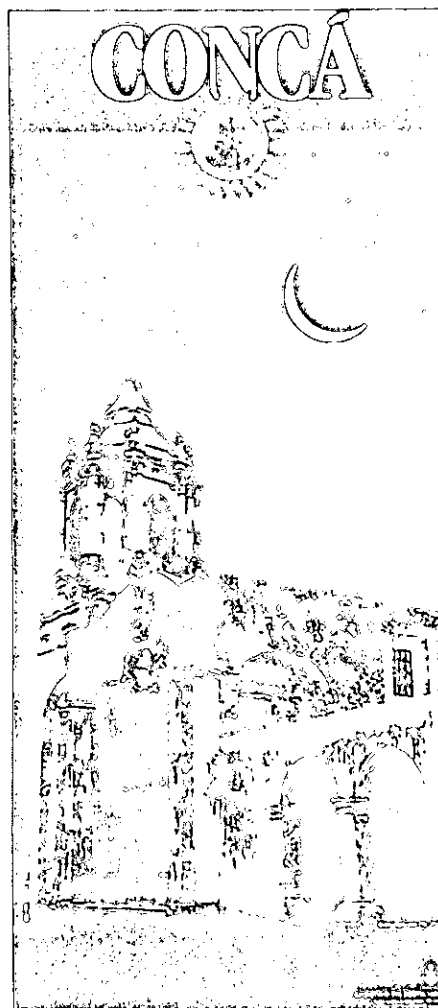
Cartel decorativo: son aquellos donde se plasman hermosas imágenes con gran valor artístico y se hacen coleccionables.

Cartel comercial: son los que utilizan los empresarios y comerciantes para sus productos o servicios con el fin de motivar al cliente a que lo compre.

Las medidas del cartel varían dependiendo del lugar en donde se va a colocar, las más usuales son:

1x75 cm., 1x1.40 cm. 65x90 cm., 90x130 cm., 1x75 cm., 64x 88 cm., 50x65 cm. y 52x70 cm.

Los tamaños se pueden emplear en forma horizontal o vertical, para lograr un diseño agradable es adecuado utilizar una retícula.



cartel



Un pueblo mágico
así es
Nuestro MEXICO

cartel

LA MANTA: Dentro de los medios impresos la manta es de bajo costo y se utiliza para anunciar un acontecimiento o evento, su composición es sencilla, casi no utiliza ilustraciones, su forma de informar generalmente es escrita, por lo tanto el texto debe de ser lo más breve posible, se imprime en forma tradicional ya sea por medio de serigrafía o con pintura, manualmente.

BANDERIN: Esta hecho de tela, impreso en serigrafía, tiene forma de triángulo y contiene poca información, de una manera atractiva para que el público lo conserve, se utiliza en eventos.

ESTANDARTE: El estandarte es una insignia que cuelga de las fachadas de las tiendas, se imprime generalmente en serigrafía, contiene poca in-

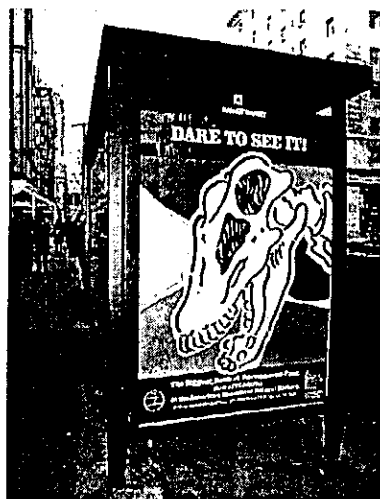
formación, es muy usual en la inauguración de tiendas o eventos.

CALCOMANIAS: Es un medio versátil, excelente en la publicidad, es un elemento decorativo, es fácil de distribuir y se aplica en cualquier superficie, como transporte, escaparates, artículos promocionales, ya sean de madera, plástico, automóviles, juguetes etc., el método en el que se imprimen puede ser la serigrafía y el offset, la calcomanía se utiliza en campañas de tipo permanente debido a la durabilidad de la misma.

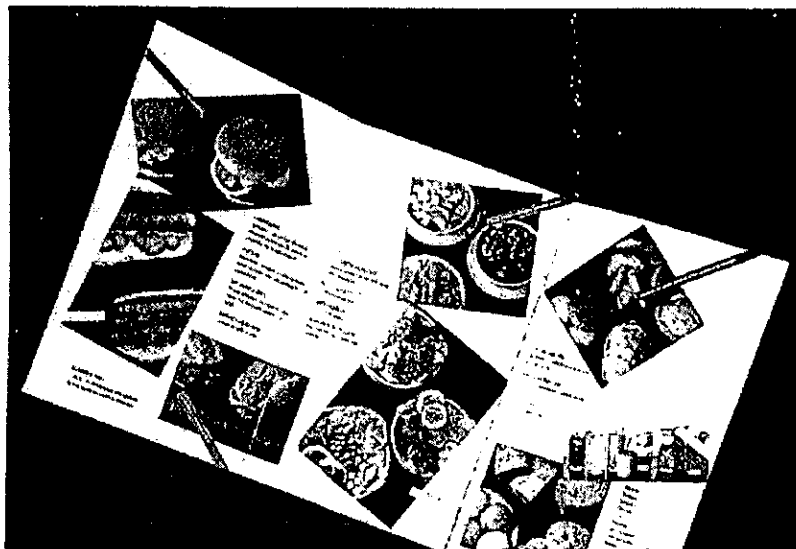
FOLLETO: Se trata de una pequeña publicación en forma de libro no encuadrado, que refuerza a la publicidad o promoción de un servicio, producto o evento, ya que describe las características de los mismos y ayuda a vender-

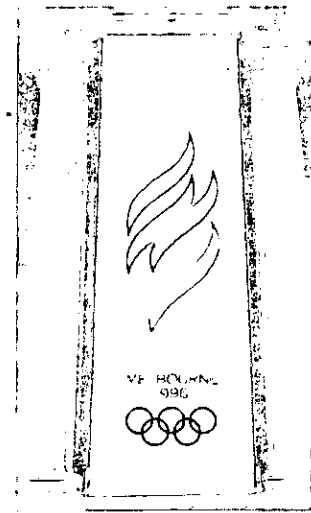
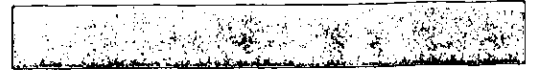
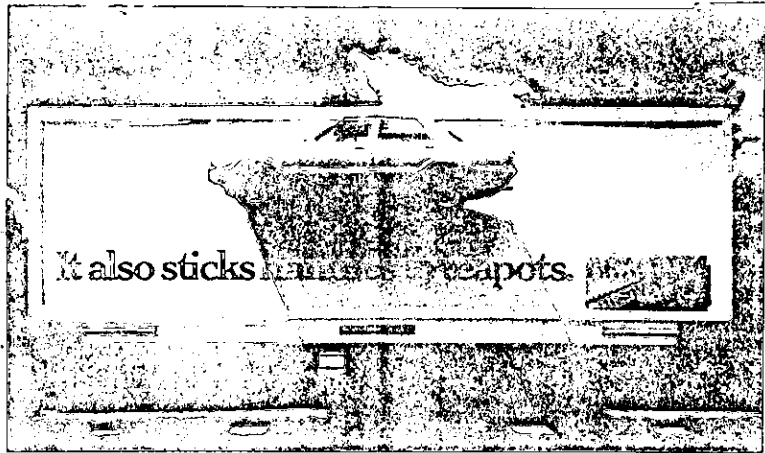


Estandarte



Anuncio exterior





los, es el más común de los elementos de comunicación directa, el folleto puede contener paquetes de textos amplios y más imágenes, ya que la lectura aquí es voluntaria. Sus características son:

- Funcionalidad y calidad.
- Dirigido a cualquier persona.
- Facilita comprobar los resultados.
- Se elabora en una gran variedad de formas.
- Posee un atractivo personal.

La forma de un folleto puede ser díptica, tríptica y hasta en pequeño libro, para su elaboración es bueno contar con una retícula base que nos ayude a la ordenación de los elementos que la integran.

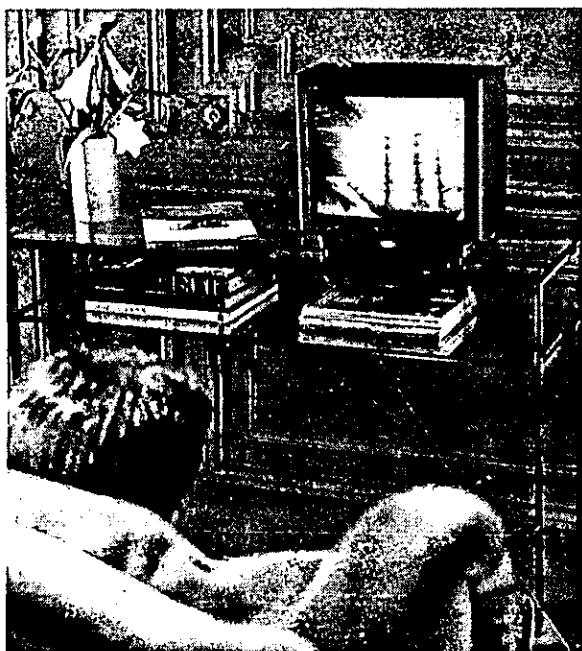
EL VOLANTE: Es un medio de información, requiere de un buen diseño y una frase que logre captar el interés del público al que se le otorga, de no ser así se corre el riesgo de que este no sea leído.

El tamaño del volante puede ser media carta, medio oficio, o tamaño carta ya sea en forma vertical u horizontal, se puede imprimir en offset y serigrafía según la cantidad, si se requiere una pequeña cantidad se puede por medio de la xerografía, en su elaboración se utilizan de una a dos tintas directas. Es efectivo para anunciar productos y servicios de una manera rápida, su duración es el tiempo que tarda en leerlo el lector, ya que después lo tira.

CORREO DIRECTO: es el que llega a los clientes a su domicilio se envía por correo y pueden ser tarjetas postales, volantes, circulares, folletos, catálogos; una de las ventajas de ese medio es que el anunciante puede seleccionar consumidores y áreas geográficas a los cuales quiere llegar, tiene mucho tiempo de consumo para elegir y hacer enviar cuando lo desee, una de las desventajas es que el costo directo es relativamente caro.

ESPECTACULARES: Tiene su origen en el cartel, se ve con más facilidad desde distintos ángulos y a mayor distancia, tiene un gran impacto y llega a un público móvil con una frecuencia muy alta, puede ser de bajo costo.

Estos espectaculares pueden ser láminas pintadas o iluminadas para verse en la noche; ahora son cada vez más mecanizados. Los espectaculares pueden ser pintados a mano, en serigrafía, en rotulación por computadora o también en offset, su ventaja es que es visto por más personas a una larga distancia, su colocación debe de ser en una zona estratégica. Los tamaños de los espectaculares varían, al igual que los costos, pues todo depende del lugar en el que sea ubicado. También se le llama publicidad de exteriores



La televisión llega a un gran público

MEDIOS ELECTRONICOS

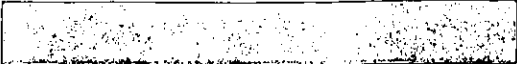
Son medios de difusión basados en la energía eléctrica, los anunciantes utilizan la radio y televisión, para presentar el mensaje a los consumidores de una manera donde casi no hay texto, utiliza el sonido y la imagen.

RADIO: Es medio fuerte en el ámbito publicitario ya que todo mundo en sus casas tienen radio, aquí se elige el tiempo de duración de un mensaje, su difusión se lleva en el transcurso de los programas. La radio establece un contacto directo con las personas que lo escuchan cuando están solos, hace que el oyente sea más receptivo a los mensajes publicitarios, se puede lograr en la radio que el cliente acuda rápido al lugar cuando se pone el nombre de

la tienda o un teléfono. La radio es un medio móvil ya que va con el radio escucha a cualquier lugar, cuenta además con una amplia cobertura, es el medio masivo de comunicación con menores costos.

TELEVISIÓN: La televisión, en un medio de entretenimiento popular, es el principal medio publicitario a nivel nacional, se utiliza publicidad en televisión para llegar a un auditorio masivo, pues una de las mayores ventajas de la televisión es que llega al auditorio de forma completa gracias a que utiliza la vista, el sonido, el color y el movimiento, logrando con esto un impacto visual creativo, es efectiva la publicidad que se maneja en T.V. para demostrar como funciona un producto o servicio o como es un evento.





ARTICULOS PROMOCIONALES



Cada medio promocional es diferente pues se debe de buscar la originalidad en cada uno de ellos, son muy variados y de diferentes materiales, plástico, metales, maderas, telas, hule, papel. Algunos pueden ser para uso personal, unos para consumirse, o para prestar servicios a varias personas (calendarios).

para mujeres, otros para hombres, para estudiantes, ejecutivos, amas de casa etc., algunos artículos son: los calendarios, que pueden ser de pared, de escritorio, de bolsillo de reloj o bolígrafo.

Agendas, carpetas, bolígrafos, llaveros, ceniceros, además de estos hay infinidad de artículos, tantos cuantos pueda crear la imaginación del publicista, playeras, cubetas, tazas, etc.

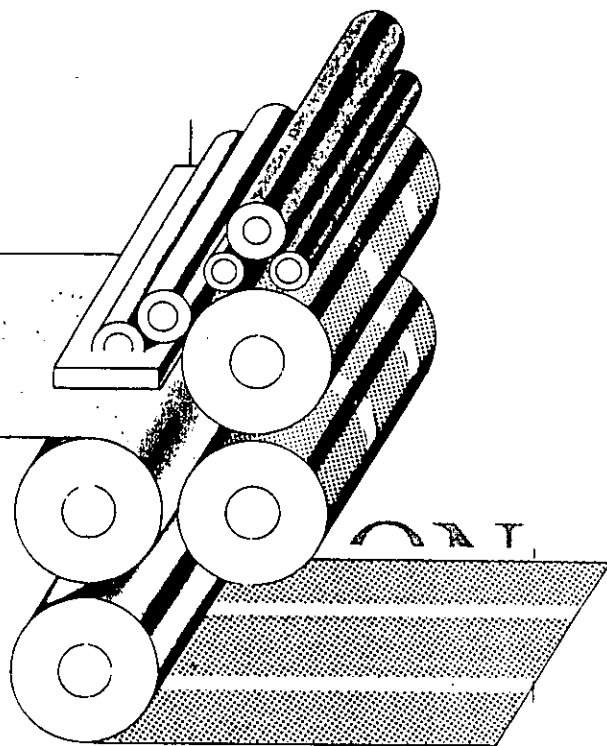
Los medios promocionales pueden ser exclusivos

NALES



METOD

IM



METODOS DE IMPRESION

Actualmente existen varios métodos de impresión que se utilizan para la reproducción del material elaborado, algunos que han destacado por su versatilidad son el offset y la serigrafía. El diseñador debe de escoger el método que más le convenga .

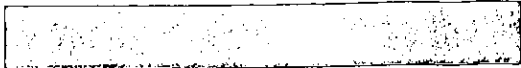
LITOGRAFIA, OFFSET

En la actualidad es el proceso más común, se basa en el principio de que la grasa y el agua no se mezclan, la zona que se imprime esta en el mismo plano que las que no se imprimen, las zonas que no se imprimen repelen la tinta.

La prensa offset es de distintos tamaños, ofrece una amplia gama de calidad de impresión al diseñador, en este método el diseñador controla el trabajo.

El offset es un medio barato en el que se puede realizar la selección de color con muy buena calidad, además imprime grandes cantidades en poco tiempo, imprime varios tamaños, fotos e ilustraciones se utiliza para imprimir libros, revistas, catálogos, periódico etc.

Se utilizan materiales gruesos como cartón, metalizados, entre otros.



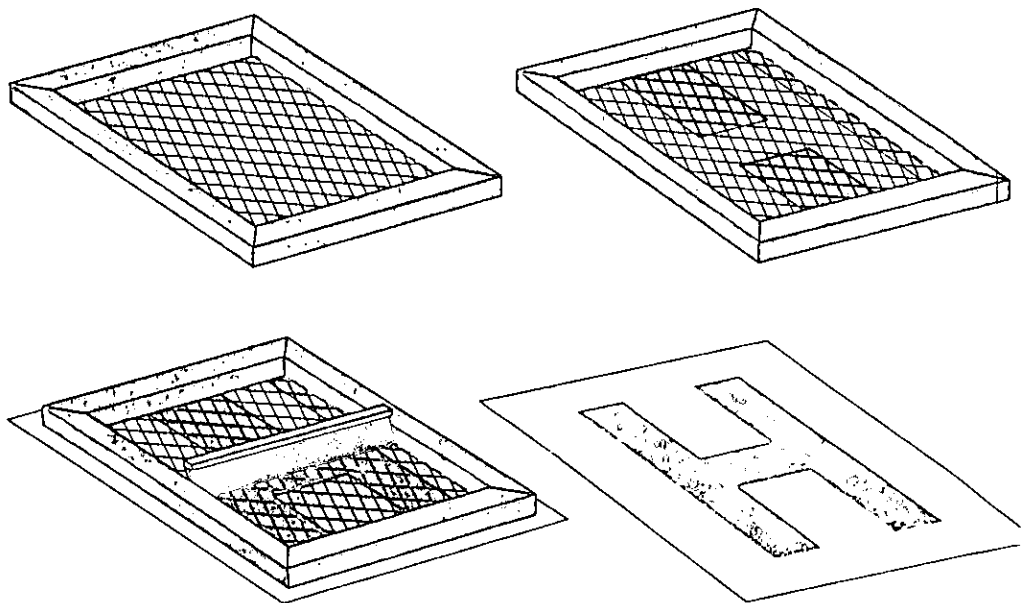
SERIGRAFIA

Es un proceso de impresión sencillo, es económico si el tiraje es pequeño. Este método consiste en pasar la tinta por una malla que previamente ha sido bloqueada con una emulsión o plantilla, se utilizan todo tipo de tintas, brillantes, opacas, mates.

La malla es una tela de seda sobre un marco de madera, la tinta se pasa por medio de un rasero, este método ofrece una interesante técnica para cierto trabajo, como carteles, artículos, promocionales etc.

Puede imprimir con una calidad densa y es apto para imprimir colores claros sobre superficies oscuras, este método se sigue realizando manualmente a pesar de existir adelantos tecnológicos, una de sus desventajas es que no se pueden reproducir medios tonos finos, es procedimiento tardado.

Una de sus ventajas es que es un método versátil y puede imprimir casi en cualquier superficie, como madera, vidrio, metal, plástico y telas, es un método muy popular.



El papel fue inventado por los

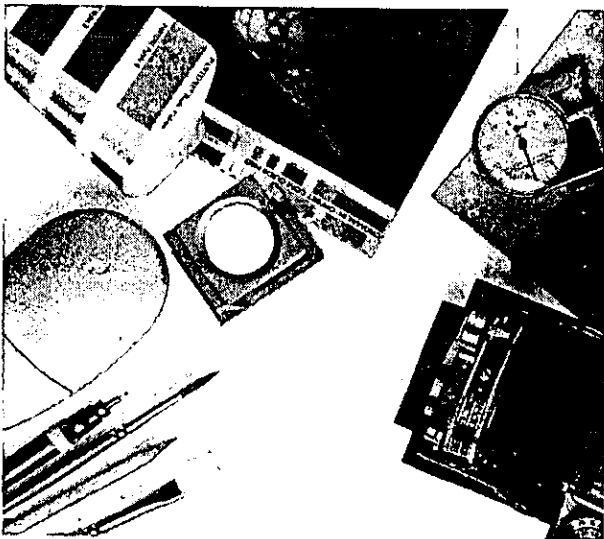
Chinos, lo producían utilizando maderas, bambú y agua. esta técnica ha evolucionando, actualmente se producen una variedad de papel. existen los elaborados a mano con un alto porcentaje de algodón, para utilizar en ilustraciones o diseños de calidad, también hay los satinados, con textura, etc.

Cuando se va a seleccionar un papel para un diseño, se deben de considerar algunos factores pues de él depende, junto con la tipografía y la imagen la personalidad del diseño que se va a transmitir

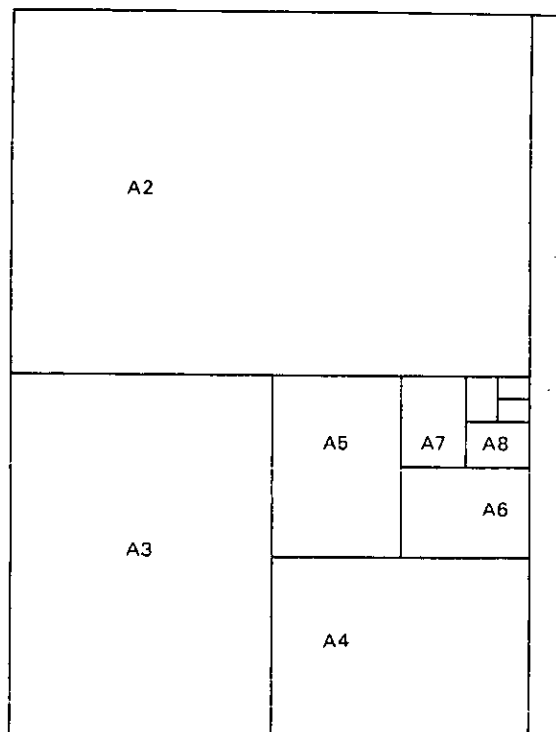
Se deben de tomar en cuenta características como, color, peso, suavidad, resistencia, costos, ya que si no se escoge el papel adecuado de nada sirve que el diseño sea bueno.

Otras características del papel son:

El efecto estético o psicológico de su apariencia, su permanencia, su durabilidad, su costo, peso y opacidad, dirección del hilo, propiedades químicas y físicas como acidez, porosidad, fuerza de adhesión, hilo del papel, capacidad para reproducir las ilustraciones o fotografía etc.



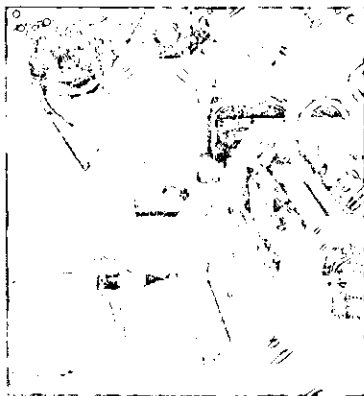
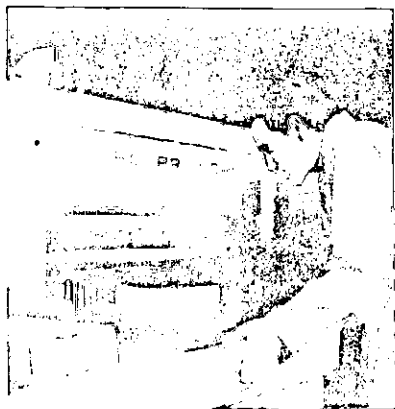
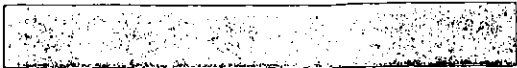
EL PAPEL



El tamaño es otra característica del papel, existen dos tamaños que son, el métrico y el imperial, el primero es Europeo y el segundo Anglosajon.

El tamaño del papel se escoge adecuado a la medida de la máquina donde se va imprimir, el lugar en que se va a colocar, etc.

Los impresores pueden utilizar cualquier tamaño de papel y después cortarlo para adaptarlo a la necesidad, pero hay que tener cuidado de no desperdiciar mucho papel por que aumentarían los costos.



ACABADOS

Es la protección del material impreso o decoración del mismo, los más empleados son:

○ Perfilado: es el recorte de formas complejas con cuchilla metálica, se hace en la prensa tipográfica.

○ Encolado: es la fijación de un soporte por la parte de atrás de un cartel.

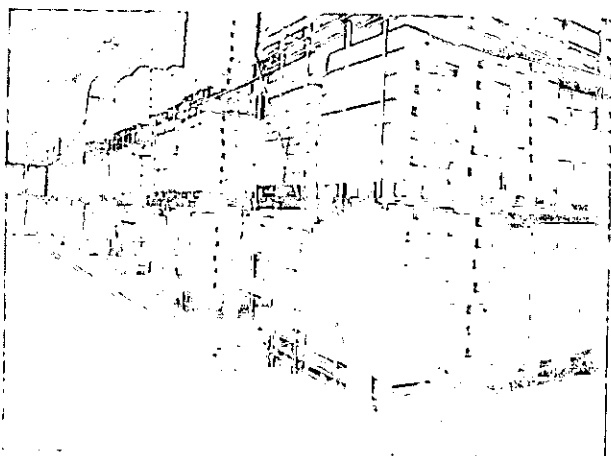
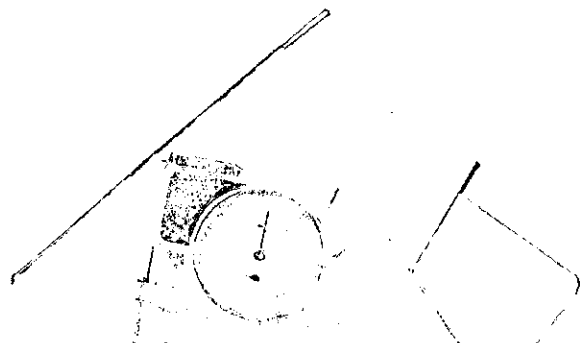
○ Montaje: es la fijación del papel a un soporte más firme ya sea de madera o de plástico.

○ Plastificado: es la protección de la superficie impresa con una película transparente y brillante de plástico, sirve para aislar a la humedad, filtrar los rayos ultra violeta y facilitar la limpieza.

○ Barnizado: es un sistema de protección más barato que el plastificado, pero muy parecido y consiste en aplicar una sustancia líquida transparente en la superficie impresa.

○ Redondeamiento de cantos: su acción es decorativa se realiza durante el perfilado o después con un cincel de tipo curvo.

○ Imposición: distribución ordenada de las páginas en el pliego.



ORIGINAL MECANICO DE IMPRESION

Los llamados originales mecanicos o arte final son la forma en la que el diseñador presenta un proyecto para su impresion, siempre deben de ser negro sobre blanco, ya que de este original se obtendran los positivos o negativos necesarios para su reproduccion.

Se debe marcar cuidadosamente los registros de corte que limitan el tamaño final del impresor, también los registros de separación de colores.

Si unos elementos de diseño dentro de un original llevan diferentes colores pero estos no se tocan ni se superponen a parecen todos ellos en una superficie de original y después se marcan los colores a imprimir sobre un papel transparente colocado encima (camisa). Cuando se topan las tintas o se superponen se hace una

separación de color. Las instrucciones e indicaciones para el impresor se escriben sobre la camisa, de una manera clara y precisa. La separación de color se puede marcar rodeando con un circulo la zona y escribiendo el color propuesto para la misma.

Los originales deben de estar limpios al entregarse a la imprenta para no tener problemas al momento de la reproduccion.

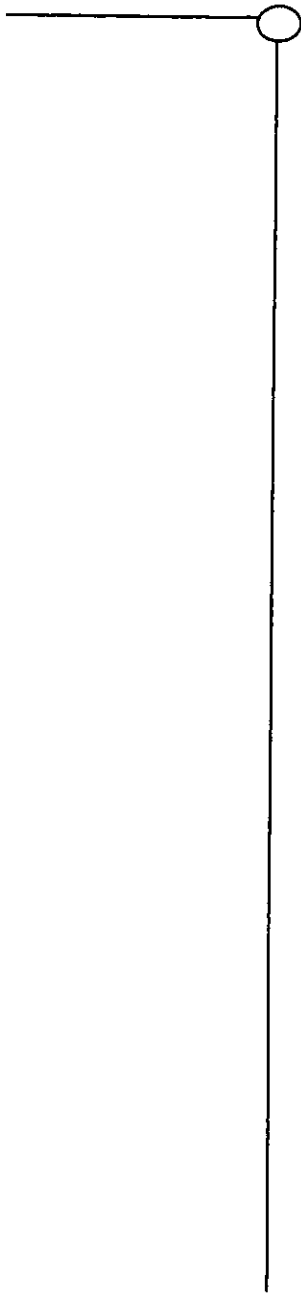
Los originales deben de tener un margen en cada uno de los lados , los cuales deben de ser generosos para que tengan un bonito aspecto y sean eficientes, se debe de cuidar que el margen no sea muy corto ya que puede traer problemas, por lo tanto se sugiere que sea de 3 a 5 centimetros después de la línea de corte.

Los originales se dividen en : *De línea y plasta, medios tonos, color.*

Las fotografias e ilustraciones deben de ser tramadas, descomponer la imagen en pequeños puntos, para lograr una sensación de tonos grises al ojo humano.

En la actualidad gracias a los avances tecnológicos existe lo que se llama un original electrónico, este se realiza por medio de la computadora, se marcan las indicaciones del diseño correctamente y se guarda el original de impresion en un disket, para así pasarlo a la imprenta.

ORIGINALES MECANICOS DE IMPRESION



EXPERIMENTO

CAPITULO

4



CONCLUSIONES

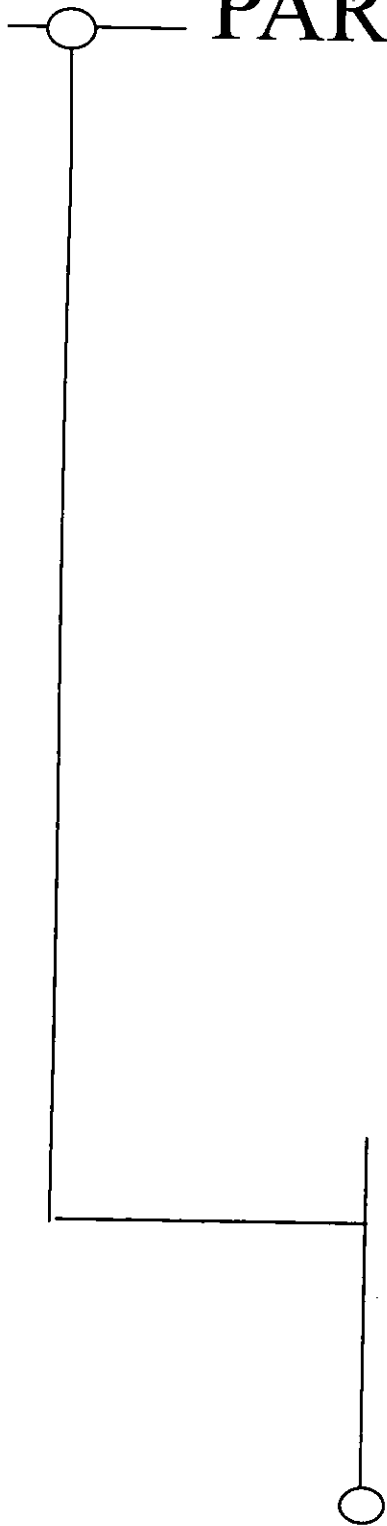
A través de esta investigación se han tratado diversos temas referentes, tanto al Diseño Gráfico como a la Feria Nacional de la Guitarra en Paracho, con el fin de brindar una estrategia publicitaria adecuada y funcional para dicho evento.

Paracho, como pudimos observar en los capítulos anteriores ha sido un pueblo artesanal por excelencia, destacando la fabricación de guitarras, las cuales han trascendido las fronteras nacionales. Como fruto del esfuerzo y dedicación de los artesanos de Paracho y para promover más este arte, se ha creó la Feria Nacional de la Guitarra, evento de gran importancia, el cual merece una imagen gráfica institucional digna de su trascendencia nacional.

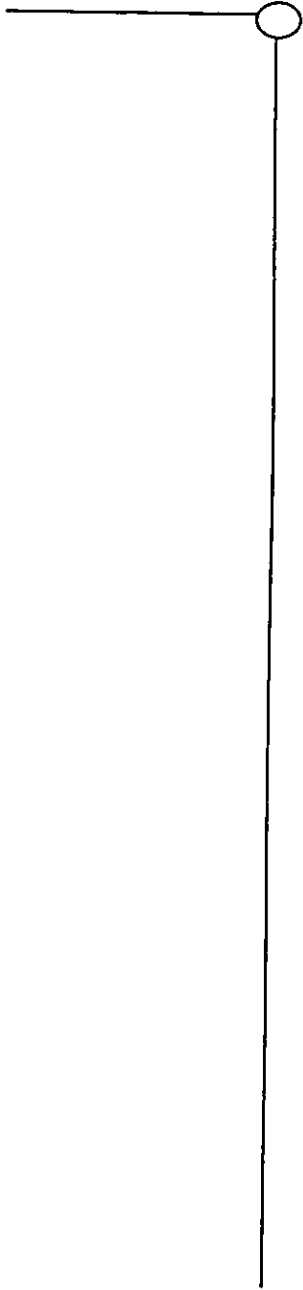
CONCLUSIONES

Es así que a través de los elementos del Diseño Gráfico analizados anteriormente, se logrará diseñar una imagen gráfica institucional cuyo objetivo será; reflejar dinamismo, tradicionalismo y sobre todo una personalidad propia y original que logre impregnarse en la gente que la observe. Además se apoyará en una campaña publicitaria, que invite al público en general a visitar esta feria, cumpliendo de esta manera con el objetivo principal de esta tesis.

PARTE



SEGUNDA



CAPITULO

5



APORTACION

EL Diseño Gráfico es de vital importancia para dar a conocer eventos, lugares, empresas, productos, etc., es por eso que previa investigación se llegan a efectuar grandes campañas promocionales.

En esta segunda parte, después de analizada toda la información y planteadas las necesidades del tema, se presenta el proyecto en donde como diseñador gráfico aplico mis conocimientos adquiridos durante la carrera profesional, así como la misma creatividad, esto para el desarrollo claro y preciso de la imagen gráfica institucional de la Feria Nacional de la Guitarra.

Esta imagen estará presente en la mente del espectador a través de una campaña promocional la cual tiene como objetivo difundir este evento a nivel nacional logrando de esta manera que tenga un mayor número de visitantes.

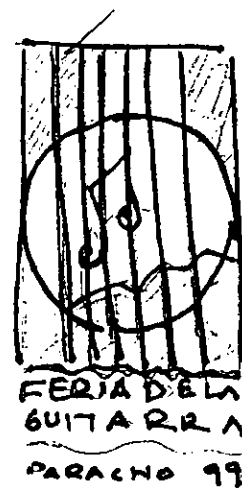
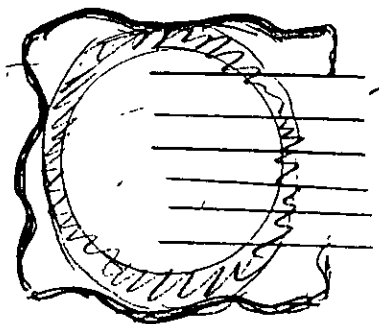
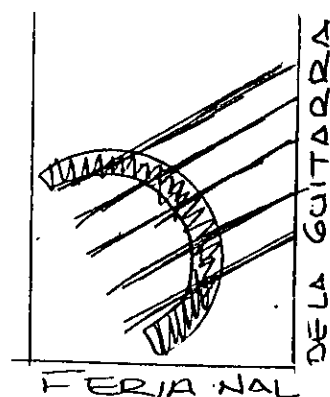
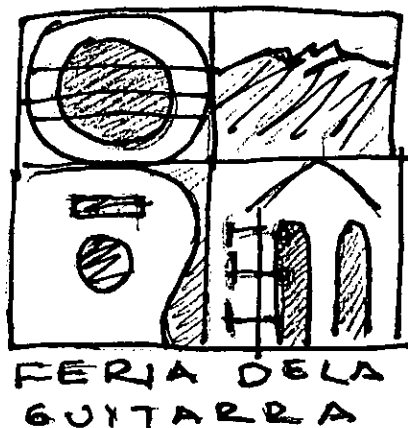
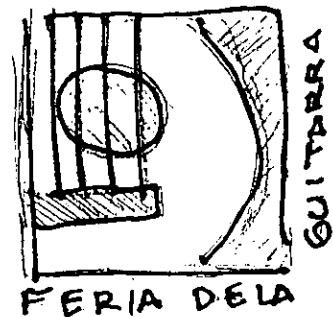
PROCESO DE DISEÑO

Para iniciar con el proceso de diseño primero se establecieron una serie de requerimientos para poder así iniciar con lo que sería el logotipo de la Feria Nacional de la Guitarra los cuales fueron los siguientes:

La imagen debería ser:

- O Pregnante
- O De fácil reproducción
- O Estética
- O Con formalidad
- O Reflejar tradición
- O Dinámica
- O Con personalidad
- O Funcional

Después me dispuse a hacer una lluvia de ideas basándome en conceptos que me ayudaron a obtener una serie de imágenes, para esto tuve que realizar una lista de palabras para encontrar los elementos que representaran lo que se pretendía con el logotipo.

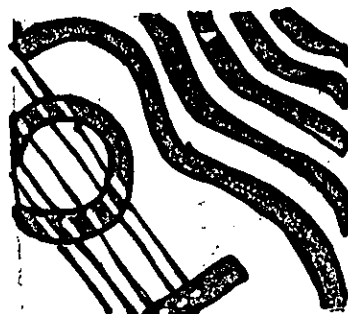
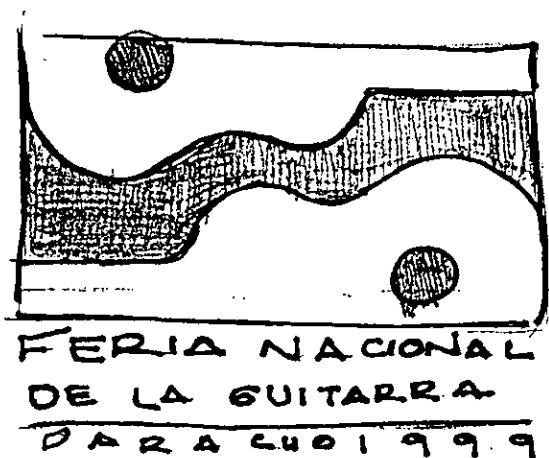
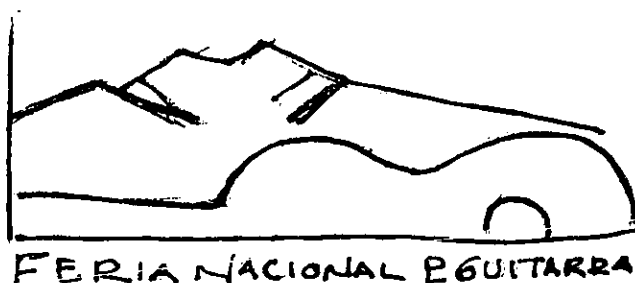
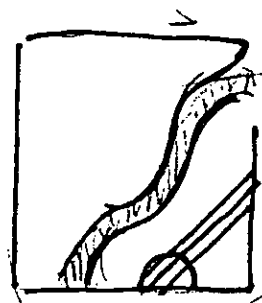


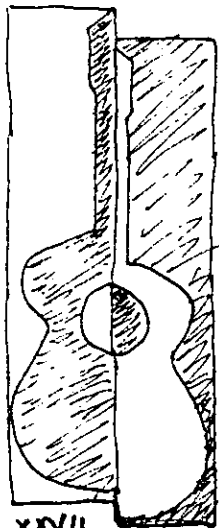
BOCETOS PRELIMINARES

Surgieron así varias ideas en donde se utilizaron gráficos como una guitarra o partes de la misma en diferentes posiciones, tamaños, combinaciones, etc; también se utilizaron imágenes de lugares que identifican a Paracho como el cerro del águila, la iglesia y casa de la cultura.

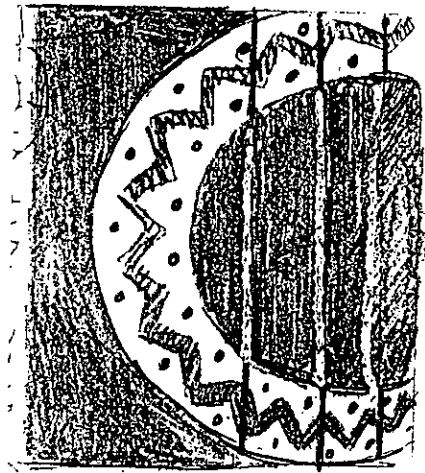
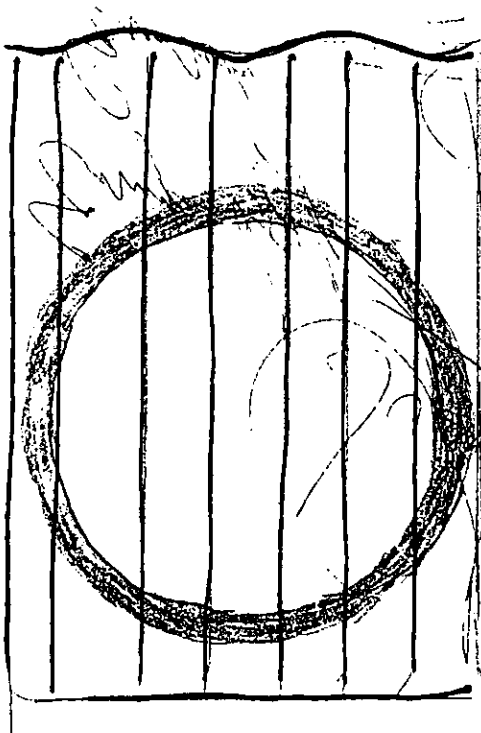
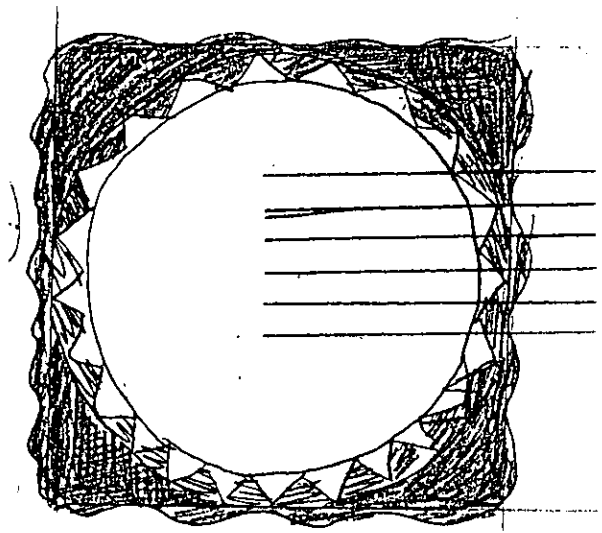
Después de analizadas las propuestas se llegó a la conclusión que lo más conveniente a utilizar como gráfico para crear

el símbolo del logotipo era una guitarra o una parte de la misma por lo representativa, y se evitaría utilizar como imagen algún lugar de Paracho, esto por que mucha gente del país no los conoce y sería difícil identificarlos rápidamente, también se pensó que tenía que ser un logotipo abstracto para una fácil y rápida identificación.

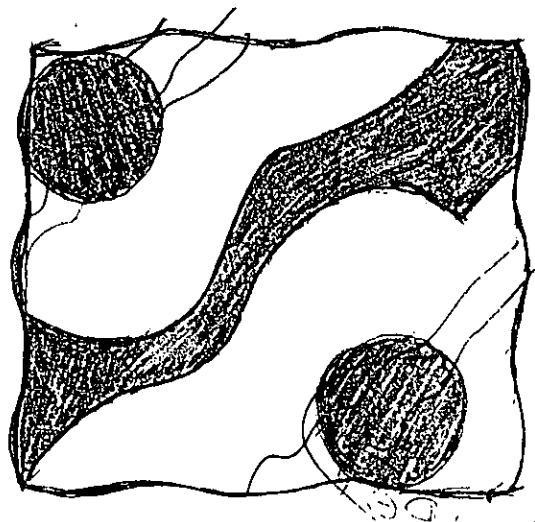




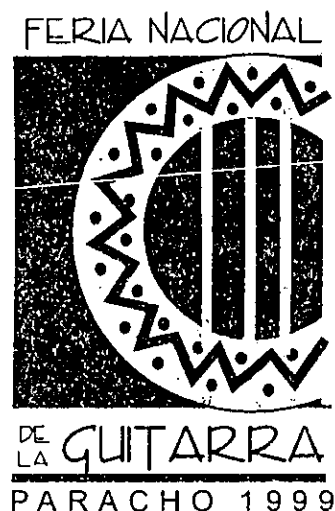
XVII
FERIA DA
GUITARRA
PARA 40 99



FERIA NA L OBLA QUIT



1



2

3



FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA

PARACHO 99

FERIA NACIONAL



Se eligieron de esta manera las propuestas que funcionaban más acertadamente, para seguir las afinando y decidir al final cual sería la más conveniente.

1) La primera propuesta es una parte de la boca de una guitarra, esta era una buena opción por la abstracción que tiene y la pregnancia, más sin embargo no resulta del todo funcional ya que mucha gente no identificaría rápidamente este elemento.

2) La segunda propuesta fue un encuadre de la parte de enfrente de la guitarra en secuencia ascendente, esta idea pudiera funcionar pues es agradable y se identifica fácilmente.

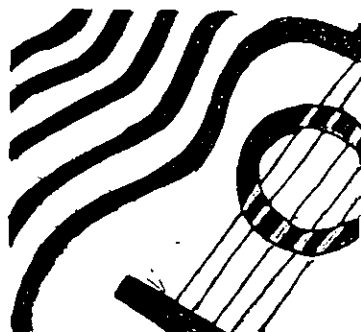
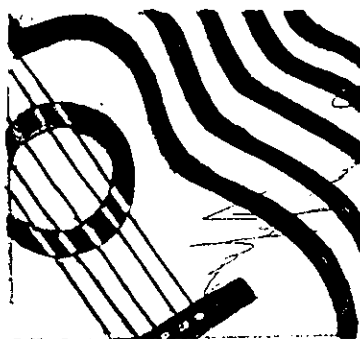
3) La tercera opción era una guitarra estilizada y desfasada una mitad de otra en positivo-negativo, esta opción resulta muy funcional ya que es fácil de identificar, recordar, se ve dinámica y moderna, además de agradable.

4) Otra de las propuestas elegidas fue la de dos guitarras encontradas, esta opción es agradable, pero se dudó en su funcionalidad.

De las cuatro opciones se escogieron dos la segunda y la tercera pues eran las que cumplían más efectivamente, A continuación se procedió a afinar las ideas, realizando diferentes composiciones de imagen y tipografía de los logotipos elegidos.

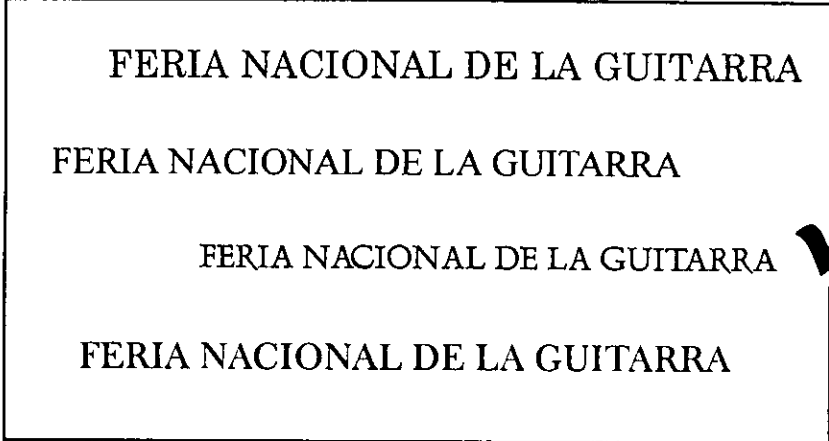
La opción número dos se hizo en positivo y negativo, así como izquierda y derecha, pero la imagen no era lo suficientemente funcional y agradable.

La siguiente opción se dispuso en horizontal y vertical, y se vio que la vertical era la más agradable, así que se decidió utilizar esta imagen además de que cumplía con las características necesarias.



BOCETOS

FINALES



BOCETOS

FINALES

Y

a que se tenía la mejor opción para el logotipo se procedió a definir los detalles de funcionalidad en cuestión de la tipografía y la composición de la misma, para esto se buscaron varias tipografías que cumplieran con las características necesarias de tradición, dinamismo, formalidad, etc., entre ellas *la times*, *la dauphin*, *la century schoolbook* y *la frys baskerville*.

Como primer idea se pensó en utilizar una combinación de tipografías, como *la century schoolbook* y *la dauphin*, pues el nombre del logotipo es muy largo "Feria Nacional de la Guitarra" y así se realizaron dos composiciones.

1) La primera estaba justificada a los lados con la palabra "feria" extendida .

2) La segunda opción estaba centrada, Solamente con la F un poco más grande, se eligió esta pues la composición era más agradable.



1
F E R I A
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



2
F
NACIONAL
DE LA
GUITARRA

Después de analizar las dos propuestas se decidió utilizar solamente una tipografía, ya que se parecían demasiado las dos fuentes y era una combinación innecesaria, se optó por utilizar la DAUPHIN en altas por sus rasgos característicos que van de acuerdo con lo que se quería transmitir quedando el logotipo de la siguiente forma.



1

FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

2



XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



1) La primera solamente se colocó el texto de la versión vertical del lado derecho, pero no tenía unión parecían dos elementos diferentes.

2) En la segunda opción el texto se justificó a la izquierda y se redujo un poco el símbolo, el número de feria se colocó en la parte superior de Feria en un tamaño más chico. Se decidió dejar este para la versión horizontal.

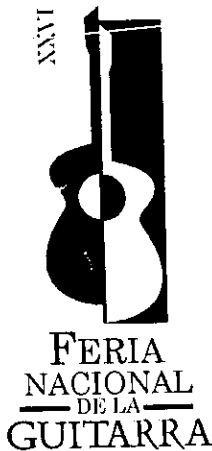
Ahora bien se tuvo que estudiar la posibilidad de poner el nombre de Paracho dentro del logotipo así también el número de la feria, se hicieron varias pruebas y se decidió poner únicamente el número de la feria dentro del logotipo, pues si se dejaba el nombre de Paracho, estaría muy cargado de elementos.

También se pensó en la posibilidad de hacer un logotipo en versión horizontal y surgieron dos propuestas:

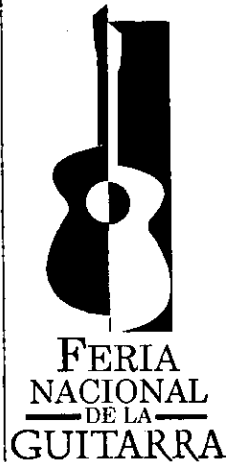
Es importante mencionar que páginas mas adelante se mencionan parametros para utilizar esta imagen que quedó de la siguiente forma: Un símbolo de una guitarra estilizada en positivo-negativo y desfasada una mitad de otra; el nombre de "Feria Nacional de la Guitarra" quedó en cuatro líneas, poniendo énfasis en la palabra Feria y guitarra y el número en romano en la parte superior izquierda.

COLOR

1



2



3



Después de tener el logotipo en versión blanco y negro se procedió buscar los colores más adecuados para connotar lo que se pretendía, pues es sabido que el color encierra diferentes significados, se pensó en colores que transmitieran alegría, tradición y que además fueran agradables a la vista para esto surgieron varias opciones casi todas pensadas en la utilización de solamente dos colores.

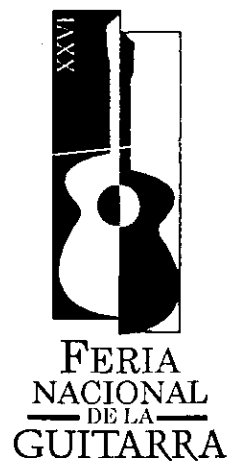
1) En la primera opción se pensó en un color café con un caoba, esto por la relación que existe entre los colores de las maderas de las guitarras, era una combinación armónica pero no resultaba del todo convincente.

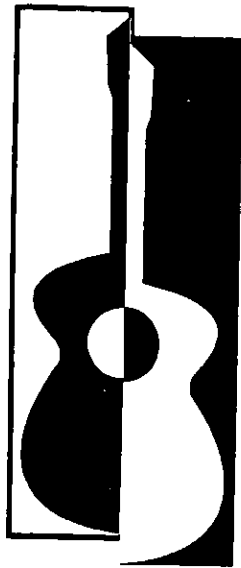
2) La segunda opción fue un color amarillo con un azul pero de la misma forma resultaba desagradable.

3) Se pensó también en un verde con café, esto por las áreas verdes que rodean al lugar, pero no fue muy agradable.

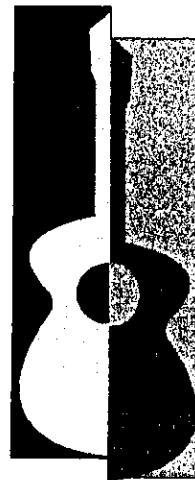
Otra de las opciones fue un color caoba con un crema pero resultaba demasiado armónico y sin fuerza.

4) La mejor opción fue la que estaba compuesta por cuatro colores que fueron el amarillo, el azul, el verde y el naranja, pues hacía referencia a una fiesta con un ambiente alegre y agradable por la intensidad de los mismos, además de que este tipo de colores se utiliza mucho en la indumentaria de los indígenas de Michoacán así como en la decoración de sus artesanías, una opción funcional que capta la atención del espectador.

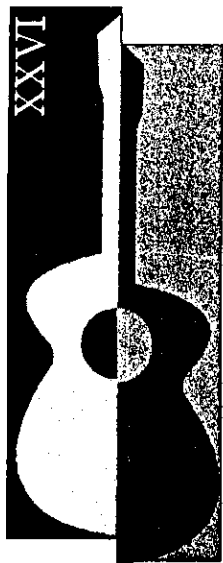




FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



CAMPAÑA

PROMOCIONAL

CAMPAÑA

PROMOCIONAL

Ya se comentaba anteriormente que la imagen de la Feria Nacional de la Guitarra estará apoyada por una campaña promocional a nivel nacional, la cual podrá cambiar al paso de los años dependiendo de los requerimientos necesarios; en esta ocasión, la campaña se basa en carteles, folleto, anuncio de radio y televisión así como de otros medios publicitarios.

Antes de diseñar la campaña, se llegó a la conclusión, después de estudiada la situación, que la imagen gráfica de la Feria Nacional de la Guitarra, será explotada al máximo por tal motivo se le dará una gran importancia al logotipo, pues como es la primera vez que se utiliza, es necesario darlo a conocer para que la gente lo conozca y lo identifique fácilmente y sea recordado en un tiempo posterior.

Una fiesta con la expresión de nuestro pueblo ✓

Fiesta y arte de un pueblo

Fiesta arte y tradición de un pueblo

SLOGAN

Para poder iniciar con el diseño de los promocionales es necesario tener una frase publicitaria, o como es conocido un "slogan", para dar apoyo a la campaña y atraer el interés de las personas de una manera sutil, este tiene que ser corto y fácil de recordar además de dar a conocer en pocas palabras lo que el visitante puede encontrar en el lugar.

En esta ocasión surgieron varias propuestas tales como:

- El arte de la guitarra de Paracho
- El arte de un pueblo
- Rica en cultura y tradición
- La guitarra para el mundo
- Tradición y cultura
- Música danza y tradición
- Costumbres y tradiciones
- La guitarra nuestra cultura
- La expresión de un pueblo
- Una fiesta con expresión

De estas opciones se eligieron varias para formar nuevas frases pues algunas de las citadas estaban muy vistas y no resultaban muy atractivas para el evento, surgieron así las siguientes:

- 0 Una fiesta con la expresión de nuestro pueblo
- 0 Fiesta y arte de un pueblo
- 0 Fiesta arte y tradición de un pueblo

Para seleccionar de manera adecuada la frase se solicitó la opinión de un grupo de personas esto para conocer que les connotaba la frase. Gracias a esto se decidió en utilizar la primera frase, ya que con esta se quiere dar a conocer el sentimiento que los pueblos indígenas de Michoacán ponen a sus fiestas, además de que resulta atrayente para el público.

CARTEL CARTEL

1



Después de que tenía el slogan que había de utilizar, procedí al bocetaje de las primeras ideas de lo que sería el cartel, en este momento aun no pensaba en la tipografía que podía llevar el slogan así como el resto de la información de los artículos promocionales.

Para el diseño del cartel primero se pensó en los lugares que sería colocado, los datos que contendría como: fecha, lugar, patrocinadores u organizadores, eventos importantes, slogan y logotipo, además de el tamaño del cartel que es de 45 X 70 esto por ser un tamaño standard flexible para colocarse ya sea en casas de la cultura, agencias de viajes, hoteles, secretarías de turismo, centrales de autobuses, escaparates y lugares visibles. Ya que se tenía esta información se continuo con las primeras ideas de lo que sería el cartel surgiendo las siguientes:



2

3

una FIESTA con la EXPRESION de nuestro PUEBLO

FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA

PARACHO 1999 del 8 al 15 de AGOSTO
CONCURSO NACIONAL DE CONSTRUCTORES Y EJECUTANTES DE GUITARRAS

MUSICA • DANZA • CONCIERTOS • EXPOSICIONES
DESFILE TRADICIONAL DE CORPUS
EVENTOS DEPORTIVOS CULTURALES Y SOCIALES

una FIESTA con la EXPRESION de nuestro PUEBLO

XXVI FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA

AGOSTO 8 AL 16
PARACHO MICHOACAN

MUSICA
DANZA
CONCIERTOS
EXPOSICIONES

una FIESTA con la EXPRESION de nuestro PUEBLO

XXVI FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA

Del 8 al 16 de Agosto
PARACHO MICHOACAN MEXICO

Concurso de ejecutantes

Concurso de constructores

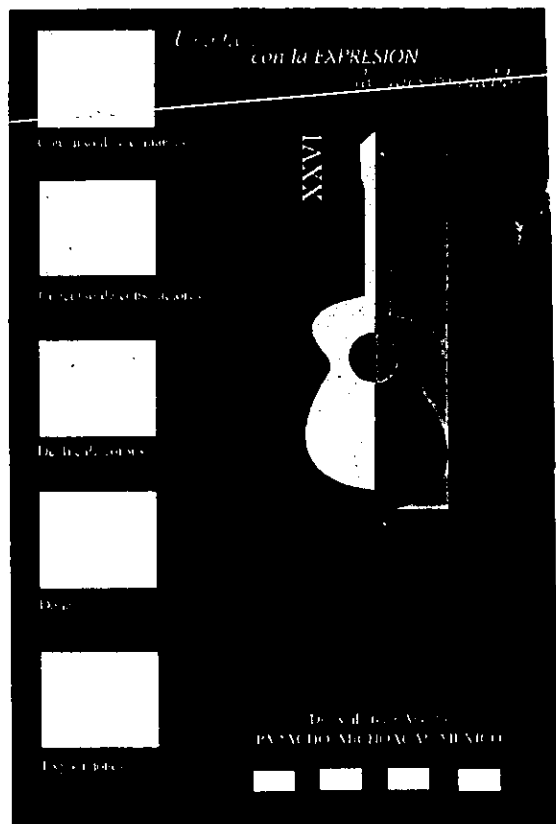
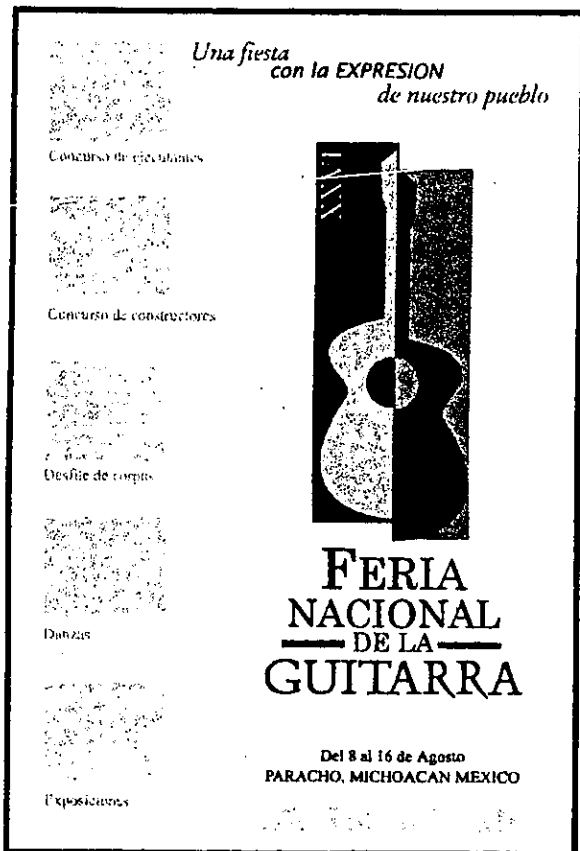
Desfile de corpus

conciertos danzas exposiciones



De esta serie de bocetos al parecer ninguna eran lo suficientemente llamativos para fungir como cartel, algunos estaban confuso y otros estaban muy parecidos, se tomó el que al parecer era la mejor idea, se escogió este debido a que iba a contener imágenes dentro del cartel, específicamente fotografías que describen el ambiente que se vive en esta feria.

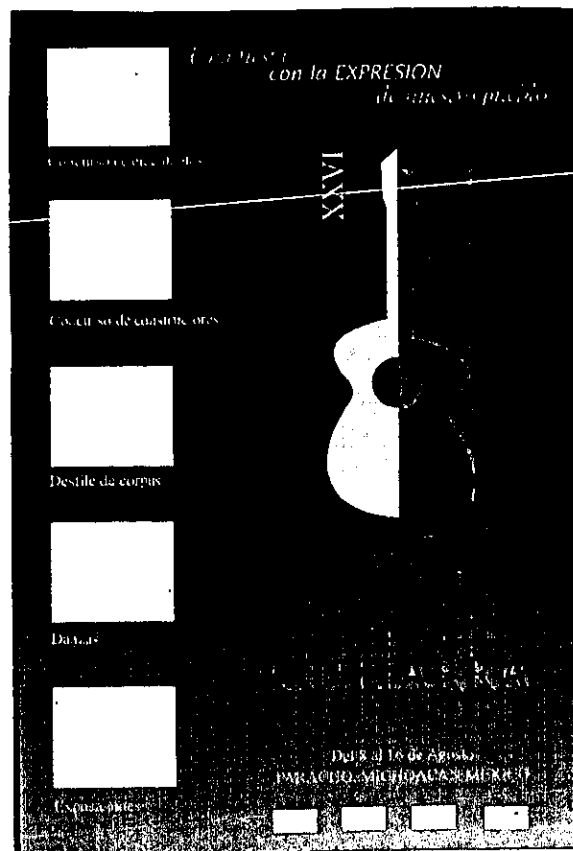
En esta opción el logotipo institucional de la feria estaba del lado derecho abarcando la mayor parte del campo visual, del izquierdo una serie de fotografías, el slogan estaba colocado en la parte superior en forma escalonada la fecha y el lugar en la parte inferior del logotipo, se dejó además un espacio en la parte inferior para los patrocinadores, en este boceto se utilizó una tipografía auxiliar para la información complementaria y otra para lo que era el slogan para que fuera visible.



La idea se siguió refinando pero básicamente sobre lo mismo ya que esta idea funcionaba muy bien, solo se le hicieron cambios en la tipografía del slogan.

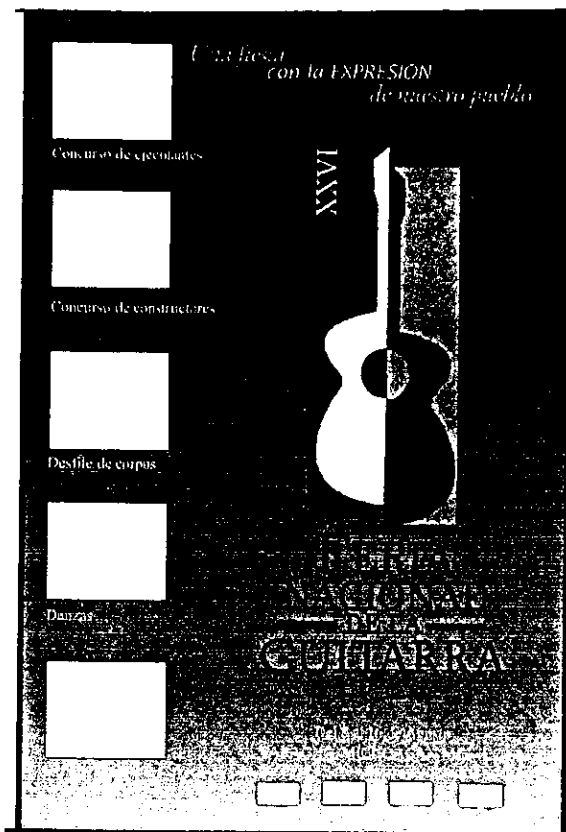
De inmediato se procedió a buscar el color, este tenía que permitir que los colores oficiales del logotipo se pudieran aplicar adecuadamente, se pensó primero en el color del fondo, después en el color del resto de la información.

Se utilizaron colores como el blanco, negro, amarillo, azul, pero ninguno de estos resultaba funcional ya que el logotipo se perdía o bien no era lo suficientemente impactante, para lo cual se pensó en la utilización de un degradado como de fondo, se hicieron varias pruebas obteniendo los siguientes resultados.



Se eligió el degradado que iba del color pantone 2577 al color pantone 1205. Se escogió este fondo por que los colores del logotipo resaltaban bien y además por la connotación que nos daba, en el resto de la información se utilizaron los colores del logotipo; en la información que se refiere al lugar y la fecha se utilizó el Naranja 158, así como para algunos pies de foto, para el slogan y también algunos pies de foto se utilizó el amarillo 143, y para los patrocinadores se utilizó el verde 328.

Cabe mencionar que al final se le cambiaron pequeños detalles al cartel como la tipografía del slogan que es la century schoolbook, además se puso solo en dos líneas ya que se veía muy desfasado con la propuesta anterior y esta armonizaba mejor; también el nombre de Paracho de puso primero y en un tamaño más grande, esto para darle la importancia que se a ganado.



Para la realización del folleto se pensó en la manera de conjugar los elementos que contendría, pues estos eran necesarios para ofrecer la información adecuada al posible visitante de la Feria Nacional de la Guitarra. Este llevaría fotografías, texto y elementos gráficos que realzarían el diseño del mismo.

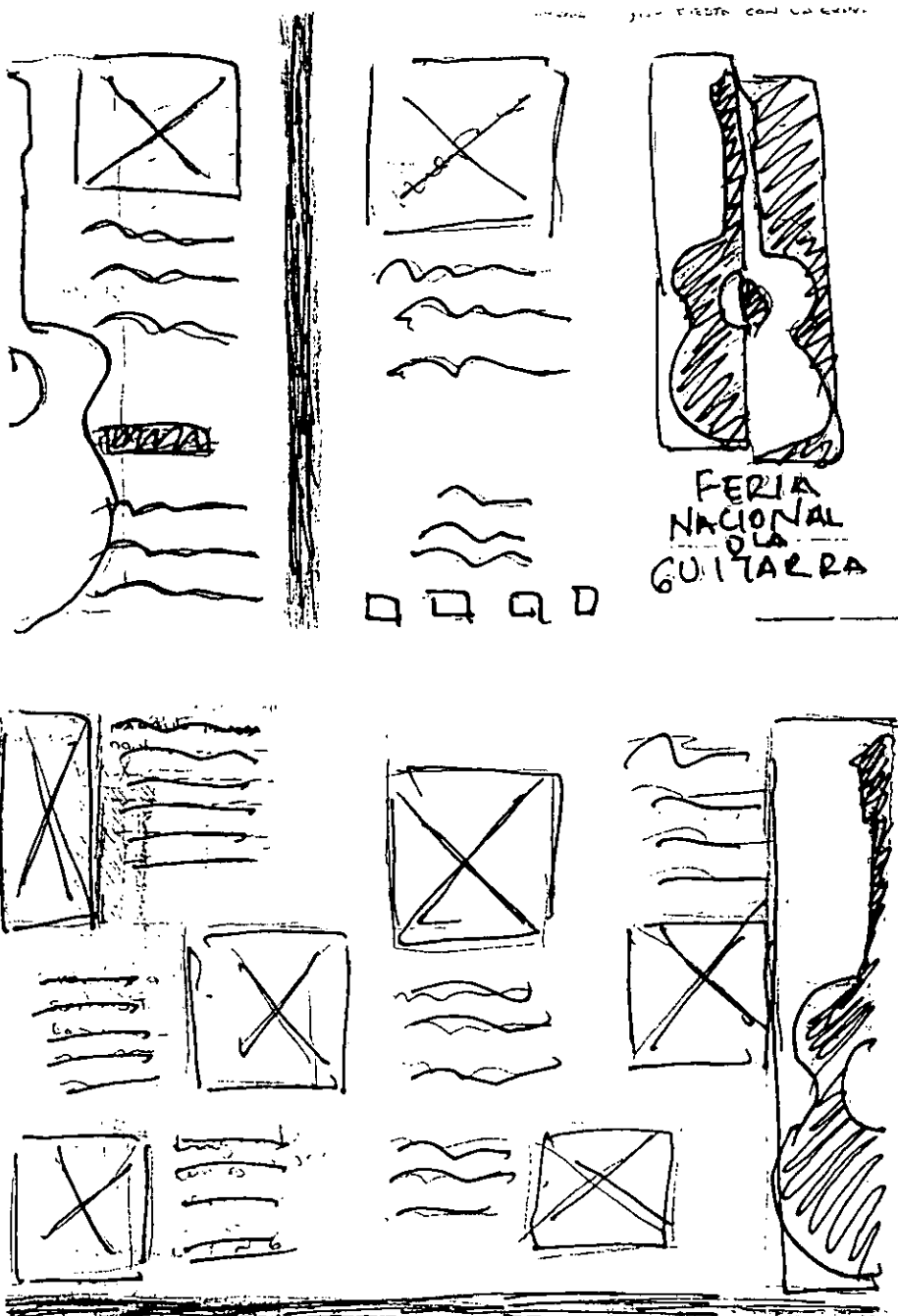
Surgieron varias propuestas, entre ellas las siguientes: La propuesta número uno esta basada en un folleto tradicional en tamaño carta, dividido en tres partes, este folleto no deja de ser funcional, más sin embargo lo que se pretendía era buscar algo diferente a lo realizado.

La segunda propuesta estaba basada en lo tradicional pero con un acomodo más dinámico de las fotografías y el texto, pero de la misma forma no era lo que se buscaba.

Se realizó la tercera propuesta, en la que se obtuvo un diseño diferente a lo tradicional, el folleto tiene un formato cuadrado y además de ser funcional es llamativo para la persona que lo tiene en sus manos. En esta propuesta se colocó el logotipo institucional de la Feria Nacional de la Guitarra en el lado derecho de la portada del folleto, en esta parte lleva también la fecha, el lugar,

FOLLETO

FOLLETO

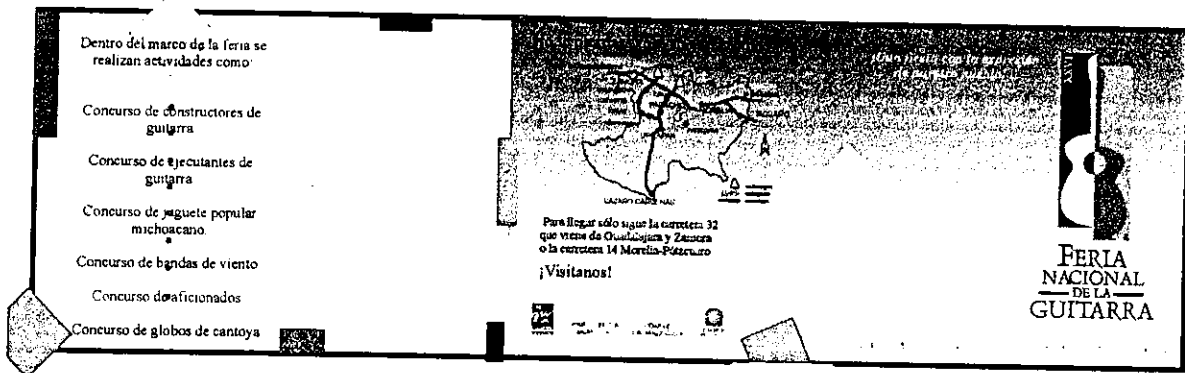


así como el slogan; en el interior viene una breve historia del lugar y del ambiente que se vive durante la feria, al igual que algunas actividades que se realizan dentro de la misma; en la parte posterior lleva un mapa del Estado de Michoacán en donde se informa como llegar a Paracho, además de organizadores del evento.

El folleto contiene fotografías que muestran un poco acerca de la información que se incluye; los colores son los mismos que se utilizaron en el cartel, la tipografía que se utilizó

para la información del interior es la Times en color azul, contiene además unos elementos gráficos que refuerzan la composición del diseño y los cuales serán utilizados en otros promocionales.

El tamaño del folleto es de 51 x 15 cm. doblado en cuatro partes, será impreso en papel couché de 90 grs. esta folleto informativo será enviado junto con los carteles a : agencias de viajes, hoteles, casas de la cultura, secretarias de turismo, etc.



ESPECTACULAR

ESPECTACULAR

Como ya se había decidido que en la campaña se utilizarían los mismos elementos en todas las aplicaciones aumentando o eliminando en algunos casos información, solo se procedió a diseñar el acomodo de los elementos de una manera agradable y funcional.

El espectacular es un medio de gran impacto por lo mismo se pensó en la realización de uno, pues es un medio al que tienen alcance todas las personas que transitan por los lugares en que se colocan estos, especialmente las carreteras. En este caso las propuestas que surgieron estaban basadas sobre lo mismo.

La primera propuesta contenía el logotipo institucional del lado derecho, además de algunos eventos que se realizan, estos del lado derecho así como el lugar y año, el slogan estaba colocado en el centro, esta propuesta estaba desordenada en cuestión de información, y no tenía una composición agradable. La segunda propuesta contenía más información mejor ordenada, más sin embargo era complicado leer todo lo que contenía. La siguiente propuesta estaba basada sobre lo mismo pero ahora con el logotipo en versión horizontal cargado al lado izquierdo y sobresaliendo un poco el formato del espectacular.

1

PARACH99 *Del 8 al 16 de Agosto*

DANZA
MUSICA
CONCURSOS
CONCIERTOS
EXPOSICIONES

*¡Una fiesta
con la EXPRESION
de nuestro pueblo!*

**FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA**

MICHOCAN MEXICO

Este diseño era el más agradable pero aun contenía mucha información, para lograr que el espectador viera toda la información se decidió eliminar los eventos que se realizan y dejar solamente el logotipo, el slogan en la parte superior derecha y el lugar y la fecha en la parte inferior derecha, fondo de color blanco y elementos gráficos que forman parte del diseño. La tipografía que se utilizó fue la century school book en diferentes versiones.



¡Una fiesta con la EXPRESION de nuestro pueblo !

Concurso nacional de EJECUTANTES
Concurso nacional de CONSTRUCTORES
Concurso de juguete MICHOACANO


DANZA
MUSICA
CONCURSOS
CONCIERTOS
EXPOSICIONES

FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA

Del 8 al 16 de Agosto

PARACHO MICHOACAN MEXICO

2



¡Una fiesta con la expresión de nuestro pueblo!

XXVI
FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA

PARACHO MICHOACAN, MEXICO.
Del 7 al 15 de Agosto de 1999

3



PENDONES

PENDONES

Para el pendón al igual que en el espectacular, sólo se procedió al acomodo de los elementos, logrando colocar el slogan en la parte superior, después el logotipo institucional, algunos de los eventos que se realizan, la fecha y el lugar, a esta primera propuesta se le hicieron algunos cambios como quitarle algunos de los elementos decorativos que entorpecían la imagen. Se pensó en diseñar un pendón para hacer más atractiva a la vista la ornamentación del lugar, así como del evento mismo, además de que son informativos, estos serán colocados días antes de que inicie el evento para que la gente se vaya preparando de la mejor manera para recibir a los visitantes, su colocación será en lugares altos pues la medida de estos pendones es de 2.80 mts. x 80 cm.



1



2



1



2

CARTEL PARA POSTE

Se eligieron dos propuestas, la primera en un formato cuadrado con los mismos elementos e información que contiene el pendón a excepción de los eventos que se realizan, esto por que es mas chico el formato. En la segunda propuesta se alargó un poco el formato y se le dio una terminación en pico en la parte inferior, contiene la misma información que la primera propuesta. Se diseñó este tipo de medio para colocar en los postes de las principales calles de la población, como ornamentación, de la misma manera serán colocados días antes de que de inicio el evento, se eligió la segunda propuesta ya que es más agradable tanto en formato como en composición.



BARDA

BARDA

Se realizó el diseño de una barda ya que ésta feria da la bienvenida a los visitantes con rótulos en las paredes que están sobre la carretera a la entrada de la comunidad, además de que en cierta forma tienen la misma función de un espectacular, a diferencia que son colocados en distinto lugar.

La barda mantiene el mismo diseño que el espectacular, en la primera propuesta se puede observar el logotipo institucional del lado derecho, el slogan del lado izquierdo en la parte superior y la frase bienvenidos en medio, la demás información se encuentra colocada en la parte inferior, este diseño estaba muy disperso en su composición, por tal motivo se optó por la opción 2 en donde se utilizó el mismo diseño que el espectacular a diferencia que aquí se le integró la palabra bienvenidos sobre una plasta de color azul en el lado superior derecho.

¡Una fiesta
con la EXPRESION
de nuestro pueblo !

BIENVENIDOS!!!

Del 8 al 16 de Agosto PARACHO, MICHOACAN MEXICO

FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA

1

BIENVENIDOS !!

XXVI
FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA

PARACHO
MICHOACAN, MEXICO.

Del 7 al 15 de Agosto de 1999

2 ✓

ANUNCIO DE PRENSA

El anuncio de prensa se diseñó debido a que es un medio de comunicación que tiene una gran difusión, tanto a nivel regional como nacional, además de abarcar diferentes clases sociales.

Se realizaron dos propuestas la primera contiene varios de los eventos que se realizan dentro del marco de la feria, los de más trascendencia, así como la fecha, el lugar, el logotipo institucional, slogan y un teléfono para información, al igual que organizadores del evento. El problema que se le encontró a éste era que el nombre de Paracho estaba muy pequeño y la gente no se ubicaría en que lugar se efectúa. En la segunda propuesta se hizo un reacomodo de los elementos, el logotipo se puso en un tamaño más grande del lado izquierdo y además el nombre de Paracho se puso sobre una plasta negra en color blanco en la parte superior derecha, esto para ubicar al lector y que sepa de que lugar se está hablando, el resto de la información es la misma de la primera propuesta.

¡Una fiesta con la EXPRESION de nuestro pueblo!



FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA

Del 8 al 16 de Agosto

DANZA MUSICA CONCIERTOS EXPOSICIONES

Concurso nacional de EJECUTANTES
 Concurso de Jaque MICHIOACANO
 Concurso nacional de CONSTRUCTORES
 Tradicional desfile de CORPUS

¡No lo olvides mas y visítala!

PARACHO MICHIOACAN MEXICO
 Tel. 01 52 51 51 51 51

1

EN PARACHO

¡Una fiesta con la expresión de nuestro pueblo!



DANZA
 MUSICA
 CONCIERTOS
 EXPOSICIONES

Concurso nacional de EJECUTANTES
 Concurso nacional de CONSTRUCTORES
 Tradicional desfile de CORPUS
 Concurso de Jaque MICHIOACANO

FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA

Del 8 al 16 de Agosto

PARACHO MICHIOACAN MEXICO
 Teléfono al México (52) 51 51 51

PRESIDENCIA MUNICIPAL



2

PAPELERIA

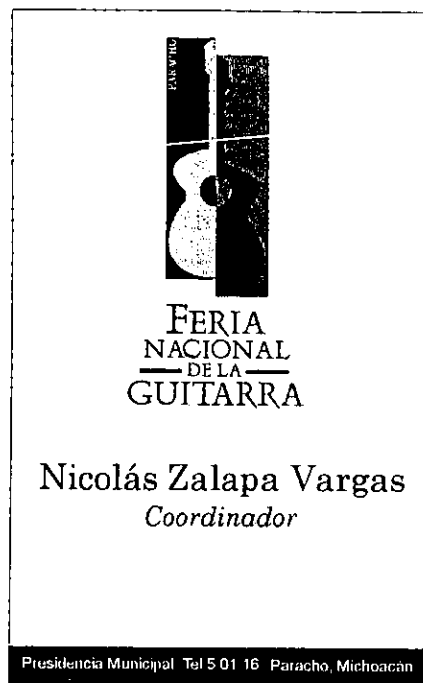
Uno de los principales elementos dentro de una empresa es la papelería, pues es necesaria cuando se realizan escritos, cartas, etc. y de la misma forma esta debe de tener un diseño, es por eso que se procedió a diseñar la papelería del comité de la Feria Nacional de la Guitarra.

La papelería básica esta compuesta por sobre, hoja y tarjeta de presentación. En la tarjeta de presentación se realizaron tres propuestas dos horizontales y una vertical, esta última contiene el logotipo institucional en la parte superior y debajo de este el nombre y cargo, el resto de la información viene en la parte inferior en color blanco sobre una plasta azul. Este diseño resultaba agradable ya que era sencillo más sin embargo la tipografía de la parte de abajo era ilegible.

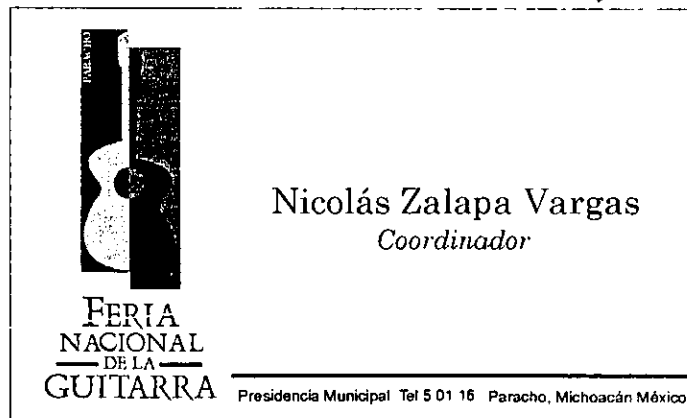
La dos propuestas horizontales eran muy parecidas y se optó por la que tenía el logotipo más grande, en ésta propuesta el nombre y cargo se colocaron en la parte media, el resto de la información debajo de una delgada línea en la parte inferior.

La última propuesta era básicamente lo mismo, pero el logotipo en este caso estaba en pequeño sobre el lado superior izquierdo. Se eligió la segunda propuesta pues era la más conveniente y funcional para una tarjeta de presentación.

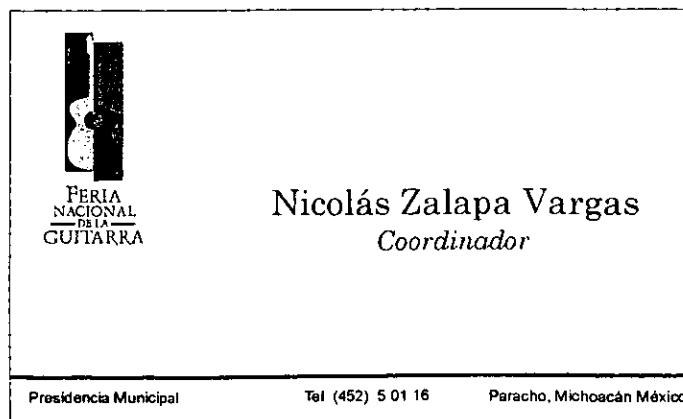
PA

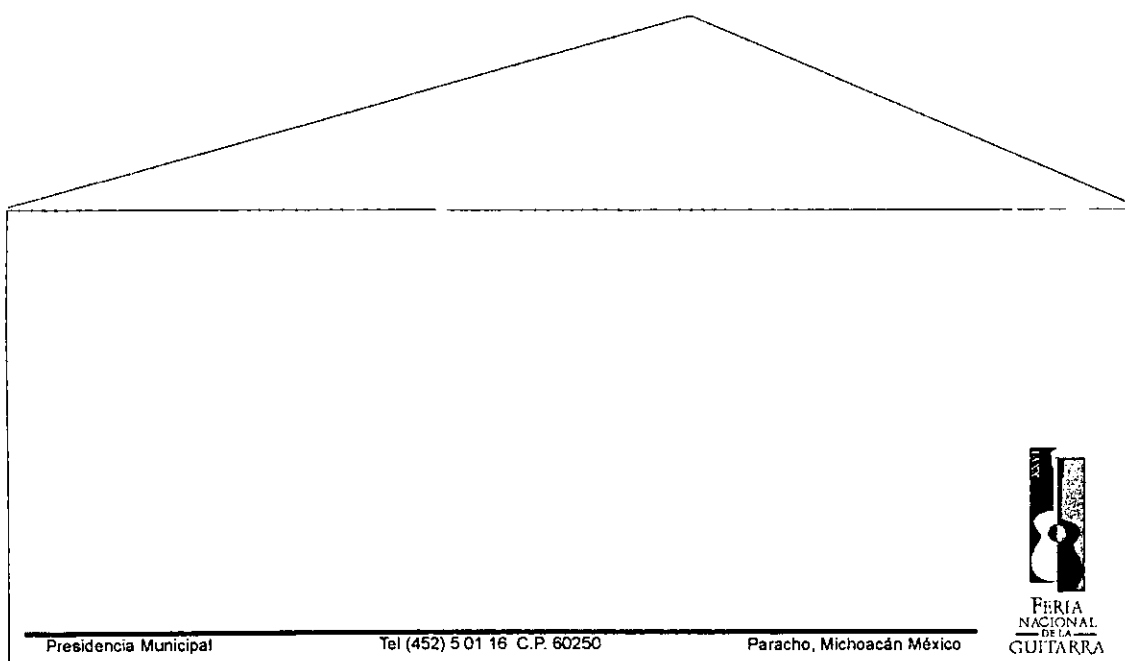
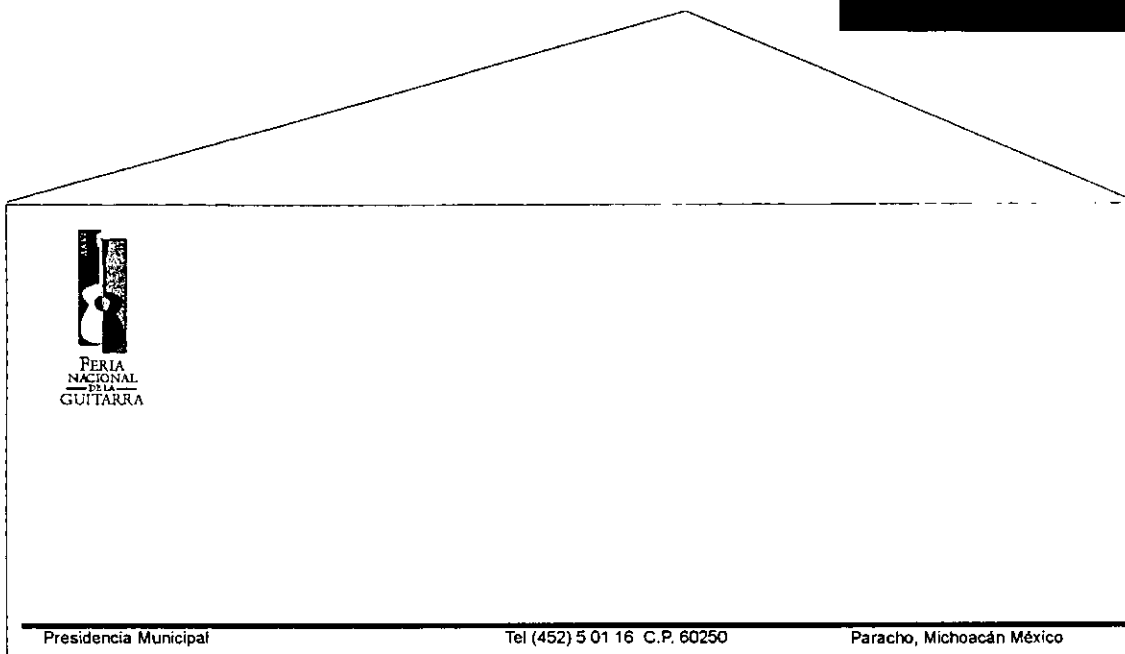


2



3





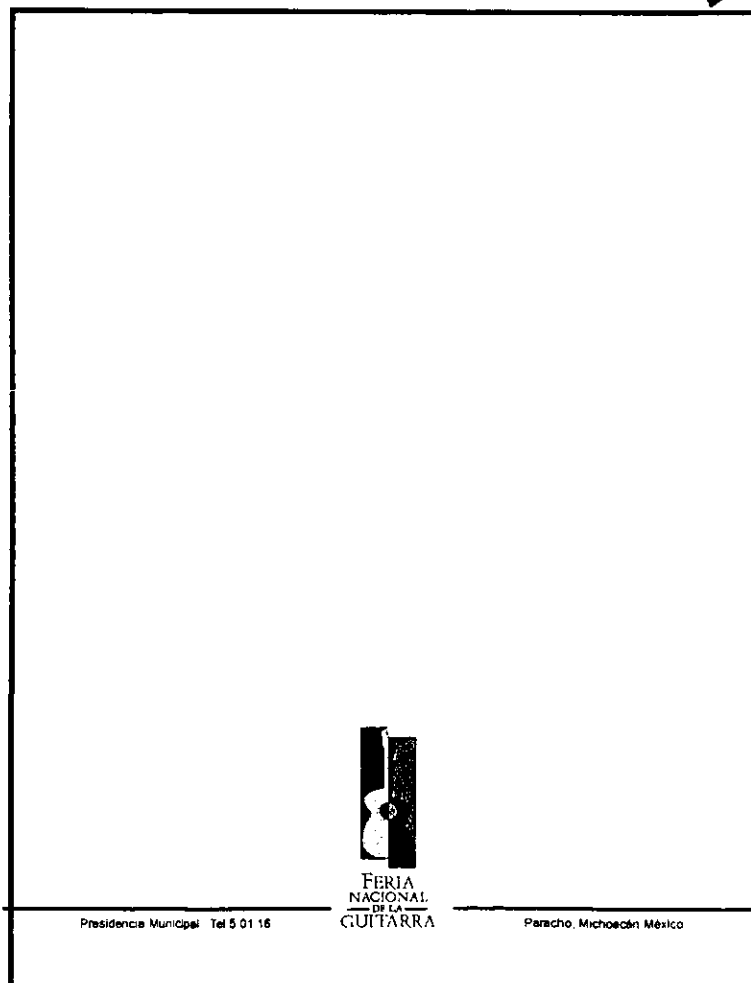
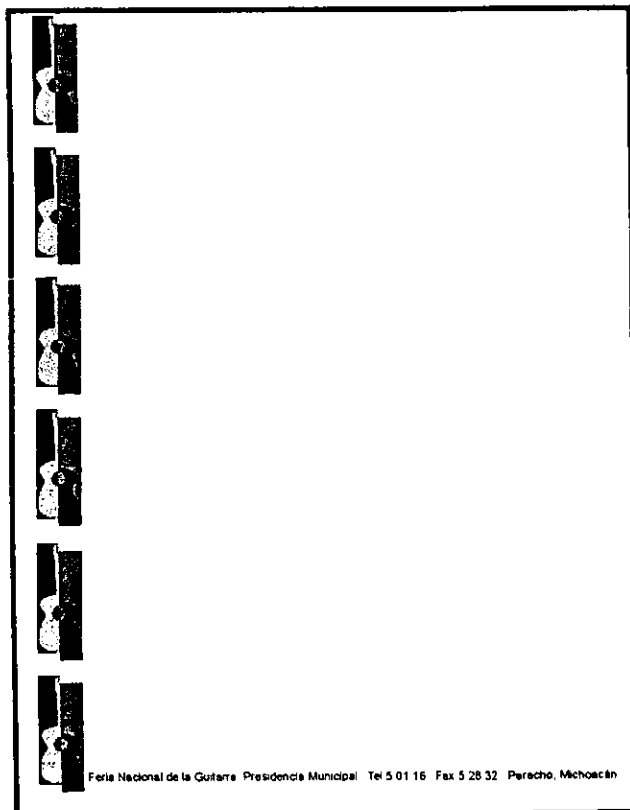
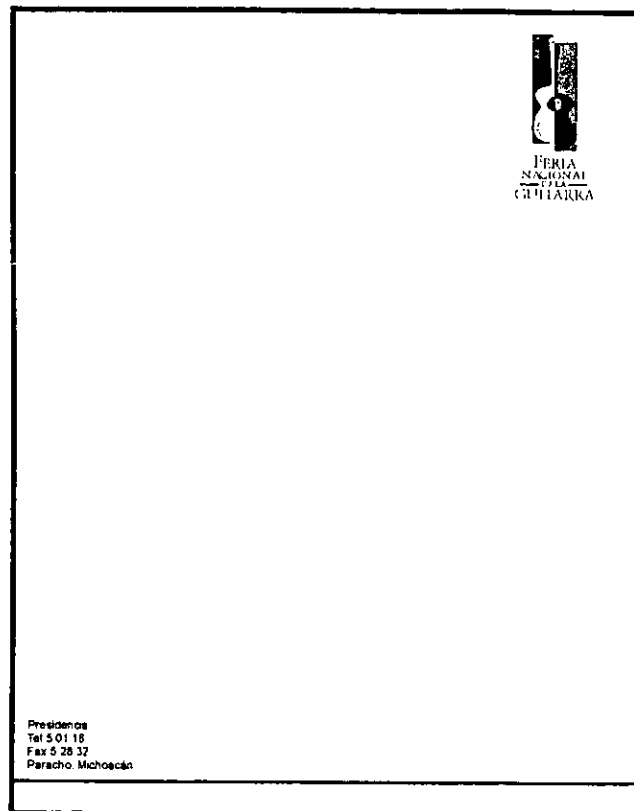
Para el diseño de los sobres surgieron dos propuestas, la primera contenía el logotipo institucional en la parte superior izquierda y en la parte inferior la información requerida como teléfono, dirección, etc., debajo de una línea. La segunda propuesta estaba compuesta por lo mismo la diferencia que había era la posición del logotipo inferior derecho.

Se eligió la segunda opción pues funcionaba mejor.

Las hojas membretadas propuestas fueron tres, la primera con el logotipo institucional en la parte superior derecha y la información en la parte inferior izquierda sobre una línea, esto para darle soporte.

La segunda propuesta fue con una textura formada con el símbolo del logotipo del lado izquierdo y la información en la parte inferior.

La tercera fue con el logotipo institucional en la parte inferior del centro con dos líneas delgadas a los lados y bajo estas la información, la mejor opción fue esta última ya que la composición era más agradable que las otras y permitía una mejor visibilidad.

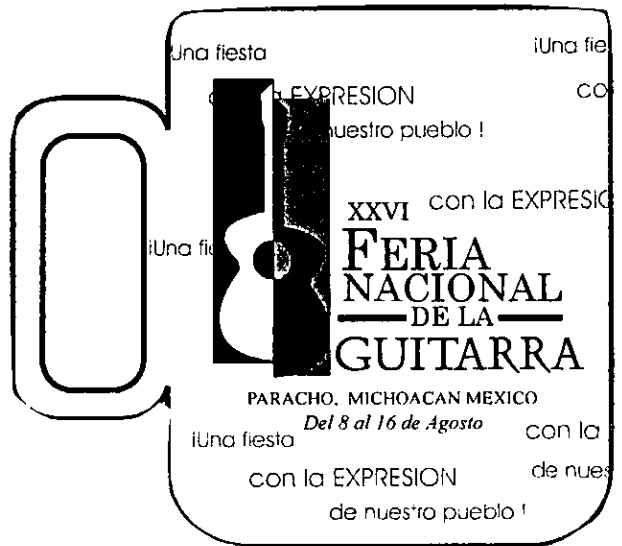


ARTICULOS PROMOCIONALES

Los artículos promocionales dentro de un evento como la Feria Nacional de la Guitarra tienen un lugar en especial, pues los visitantes pueden adquirir uno de estos para llevarlo como recuerdo o simplemente regalar a otra persona. Por tal motivo se decidió diseñar una taza y una playera para satisfacer a aquellos que gustan de adquirir este tipo de detalles.

Se hicieron dos propuestas para el diseño de la taza, en la primera se aplicó una textura sobre la taza formada por el slogan en color naranja y sobre esta textura el logotipo en versión horizontal con los colores institucionales, además de el lugar y la fecha pues es importante que un artículo de estos lleve esta información.

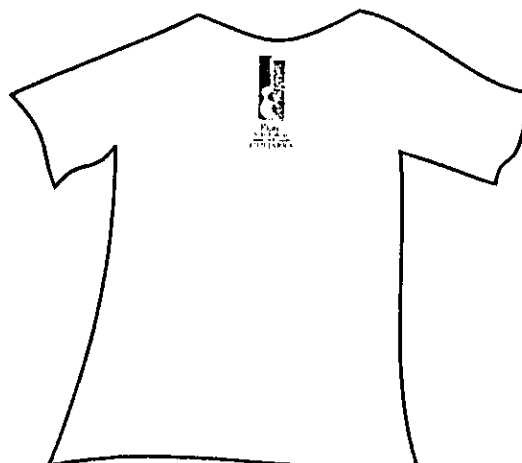
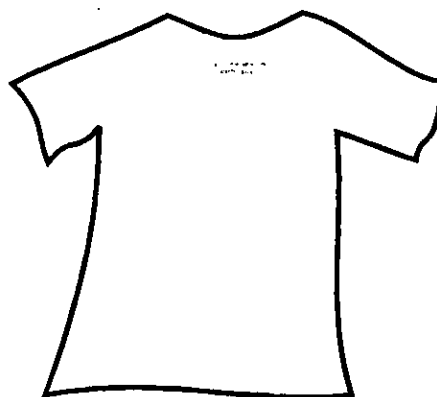
La segunda propuesta esta conformada por un lado de la taza el logotipo en versión horizontal y por otro lado el slogan de la feria, en la parte de abajo y alrededor de la taza en repetición el lugar del evento, se eligió esta segunda propuesta ya que la anterior no era muy legible.



Para el diseño de las playeras se hicieron varias propuestas, en una se puso el logotipo institucional en la parte del frente el lugar y la fecha, el slogan en uno de los hombros y en la parte de atrás el logotipo en la parte superior en pequeño; esta propuesta resultaba atractiva, más sin embargo el slogan no estaba muy bien ubicado y el logotipo en la parte de atrás era una repetición innecesaria.

La segunda propuesta contenía en la parte de atrás el logotipo institucional, el lugar y la fecha, en la parte de el frente el slogan del lado izquierdo; esta opción funcionaba pero se decidió probar con una tercera propuesta.

La tercera propuesta tenía el logo en frente, la información en el hombro izquierdo y el slogan en la parte superior de atrás, y de la misma forma resultaba poco funcional la información en uno de los hombros y se procedió a combinar dos de las propuestas que fue el logotipo en el frente con el lugar y la fecha y el slogan en la parte de atrás.

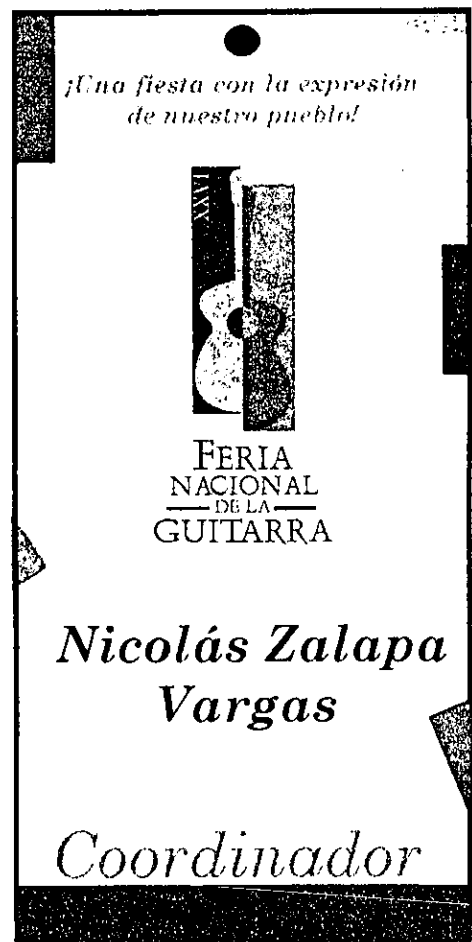
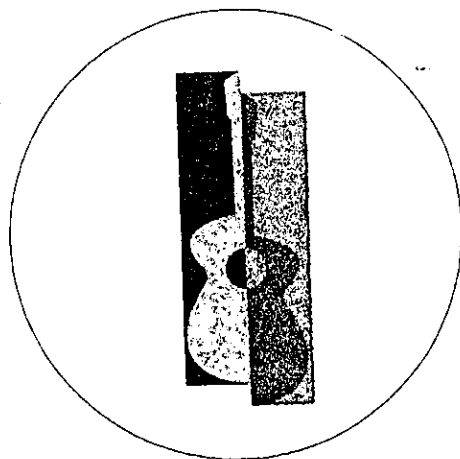




Se realizó también el diseño de un botón, pues es un producto económico que puede estar al alcance de todos los bolsillos.

Se realizaron dos propuestas, la primera contiene el logotipo en versión horizontal y la segunda propuesta contiene solamente el símbolo.

En un evento como este es importante que las personas encargadas tengan una identificación, por tal motivo se realizó el diseño de un gaffet, el cual contiene el slogan, el logotipo institucional nombre y cargo de la persona.



ANUNCIO DE RADIO

Para hacer una campaña completa de la Feria Nacional de la Guitarra, se utilizaron también medios electrónicos como el radio y la televisión. Para realizar los promocionales en estos medios se elaboró una canción la cual contiene la frase publicitaria o slogan a utilizar en esta campaña.

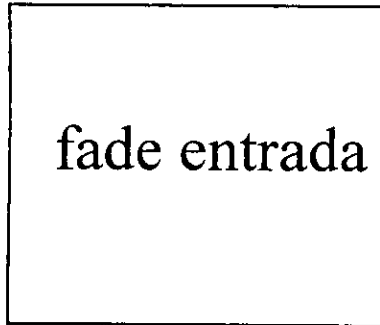
Se pensó en utilizar un anuncio de radio ya que es un medio de bajo costo y llega al público de forma directa, es un medio fuerte en el ámbito publicitario pues casi todas las personas cuentan con uno en su casa.

ANUNCIO DE RADIO

música	
<p><i>"Esta es la Feria Nacional de la Guitarra esta es la feria de Paracho Michoacán es la fiesta más bonita de mi pueblo fiesta bella que tu vas a disfrutar</i></p> <p><i>música danza y tradición</i></p> <p><i>Es una fiesta con la expresión de nuestro pueblo"</i></p>	<p><i>Paracho te invita a su XXVI Feria Nacional de la Guitarra del 8 al 16 de agosto</i></p> <p><i>¡Te esperamos!</i></p>

ANUNCIO DE TELEVISION

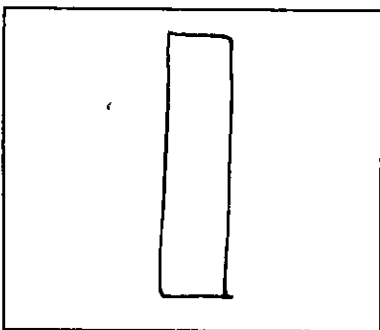
El anuncio de televisión se realizó ya que es el principal medio publicitario, y se llega a un auditorio masivo. El anuncio de televisión de esta campaña consta de una secuencia de imagenes acompañado de la canción del evento y otros elementos, acontinuacion se muestra el story board.



*Plano general de fuegos artificiales.
tiempo 1"*

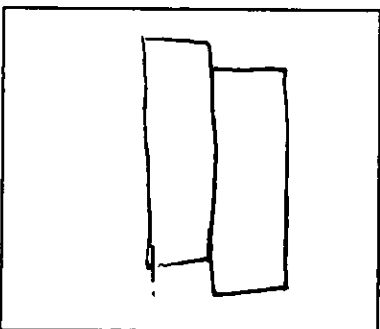


*Plano general de recuadro naranja de logotipo
tiempo 1"*



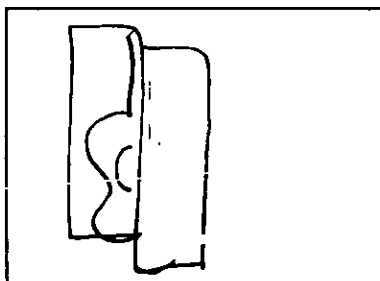
paracho

*aparece el recuadro azul de logotipo
tiempo 1"*



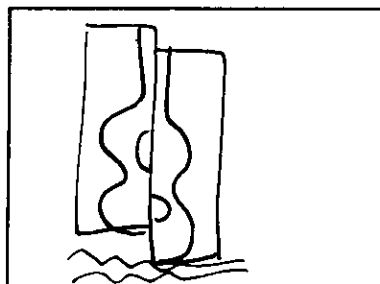
te invita

*aparece el color
amarillo del logotipo
tiempo 1"*



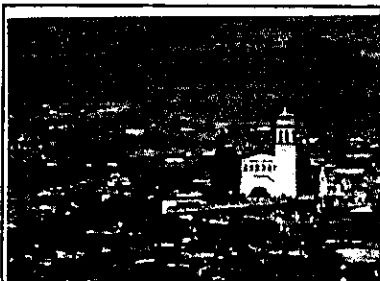
a su XXVI

*aparece color verde y
tipografía para completar
el logotipo
tiempo 1"*



Feria Nacional

*Plano general del pueblo
de Paracho
tiempo 2"*



de la guitarra

*Plano general de traje de
mujer indígena
tiempo 2"*



tradición

*Plano general de
constructor de guitarras
tiempo 2"*



concursos

*Plano general de
ejecutante de guitarra
tiempo 2"*



conciertos

*Plano general de danza regional
tiempo 2"*



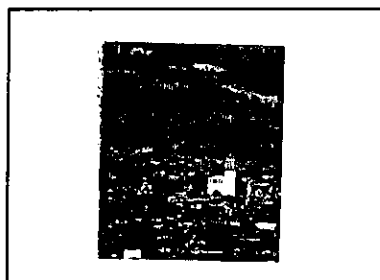
danzas

*Plano general de reina de la feria
tiempo 2"*



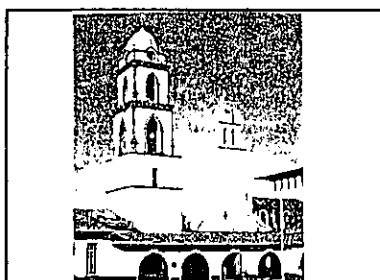
cultura

*Plano general del centro Paracho
tiempo 2"*



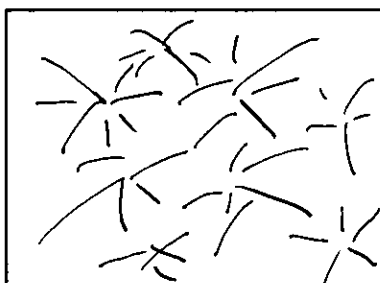
y lo mejor de nuestro pueblo

*Plano torre de iglesia de Paracho
tiempo 2"*



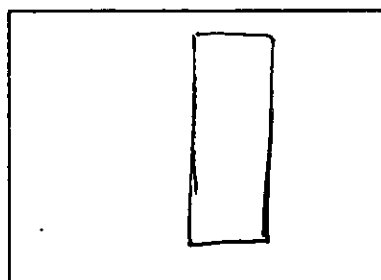
*del 8 al 16 de agosto
Paracho 99*

*Plano general de fuegos artificiales.
tiempo 1"*

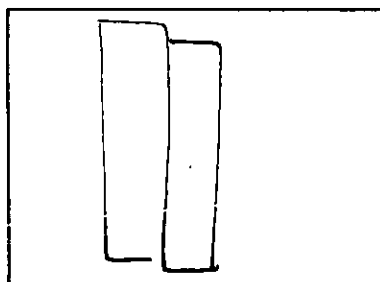


¡te espera!

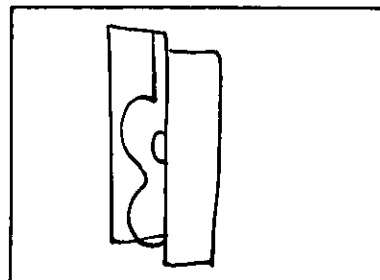
*Plano general de recuadro naranja de logotipo
tiempo 1"*



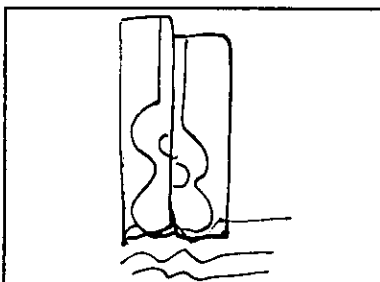
*aparece el recuadro azul de logotipo
tiempo 1"*



*aparece el color amarillo del logotipo
tiempo 1"*



*aparece color verde y tipografía para completar el logotipo
tiempo 1"*



*aparece slogan
tiempo 1"*

"ES UNA FIESTA
CON LA EXPRESIÓN
DE NUESTRO
PUEBLO"

*es una fiesta con la expresión
de nuestro pueblo.*

fade salida

*FICHA TECNICA
Anuncio de televisión
XXVI Feria Nacional
de la Guitarra
Duración 27"
Música de Campaña.*

EL MANUAL

EL MANU

Después de haber realizado todo el proceso de diseño del logotipo institucional de la Feria Nacional de la Guitarra, así como sus lineamientos y la campaña publicitaria a desarrollarse se procedió a diseñar el manual que contendría toda esta información la cual tiene que respetarse en todos sus elementos, pues el éxito de esto depende del correcto uso que se le asigne.

Para la realización del manual se analizó que este proyecto en un futuro puede ser más extenso por tal motivo se colocará en una carpeta con argollas,

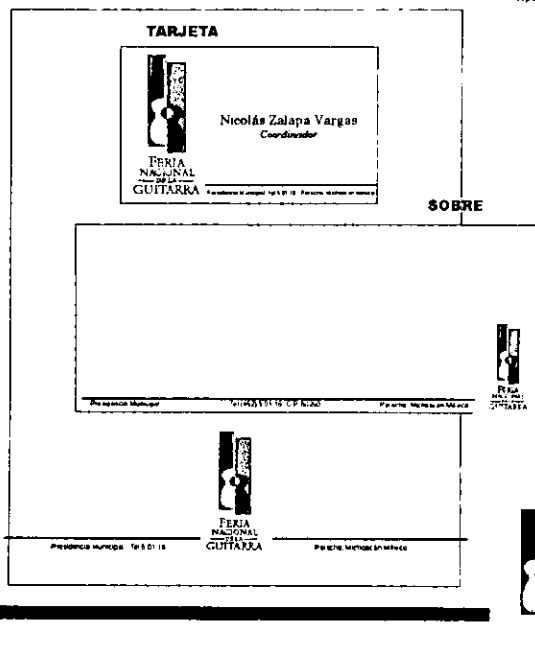
El formato que se utilizó fue el tamaño carta ya que es el más versátil.

Para el diseño de la páginas se hicieron dos propuestas optando por utilizar la más sencilla, esto para que no afectara el contenido de las páginas, quedando de la siguiente forma: del lado derecho y en la parte superior la información de cada una de las páginas, así como el título, en la parte inferior una pleca y al final de esta del lado derecho el símbolo del logotipo, el resto de la información será colocada de acuerdo a la necesidad.

PAPELERIA

La papelería mencionada se caracteriza por ser sencilla y sobria, cada elemento debe de tener las proporciones específicas.

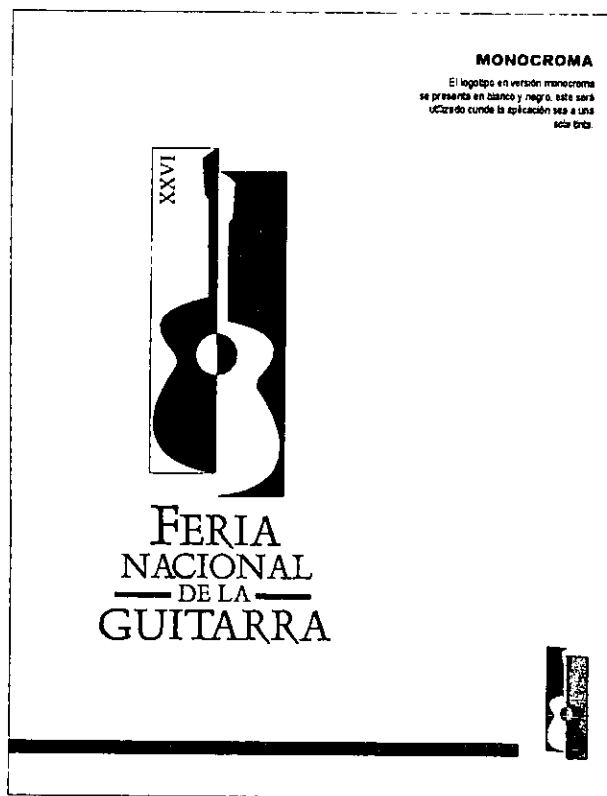
HOJA




SOBRE

MONOCROMA

El logotipo en versión monocroma se presenta en blanco y negro, todo será ubicado cuando la aplicación sea a una sola tinta.

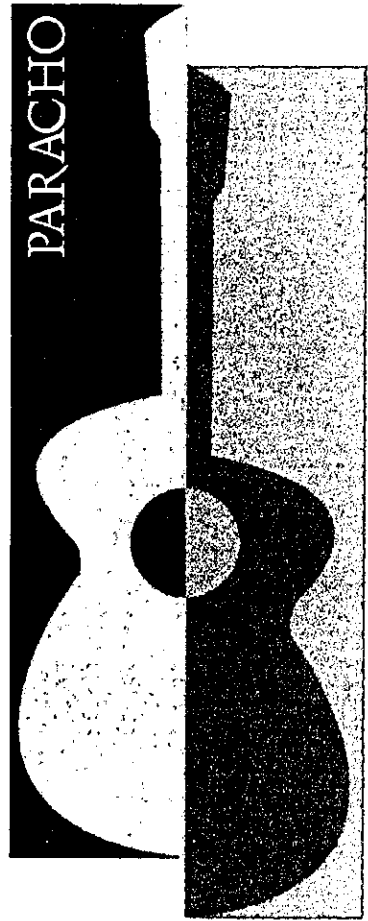




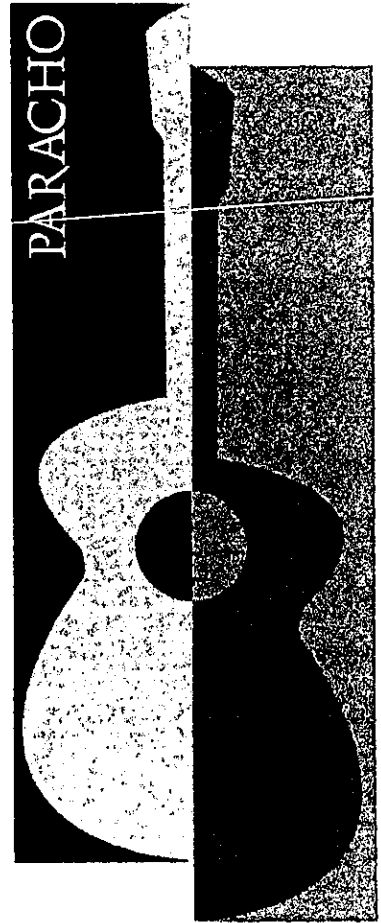
Los colores utilizados en el manual fueron: para la pleca, el título y el texto el color azul, para el símbolo los colores institucionales y el resto de la información los colores requeridos.

La tipografía utilizada en este manual fue: para títulos la arial black, para texto la arial normal así como para acotaciones. Estas tipografías están catalogadas como de apoyo para el logotipo de la Feria Nacional de la Guitarra.

El diseño de la portada se realizó utilizando el logotipo institucional en la parte superior derecha en un tamaño predominante, una pleca en la parte inferior y el nombre del manual sobre ésta en tipografía arial black.



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

MANUAL DE IDENTIDAD GRAFICA

PRESENTACION

En la actualidad el uso de una identidad gráfica, es muy importante ya que la mayoría de empresas, instituciones u eventos cuentan con ella, al igual que una campaña promocional, donde el éxito de la misma radica en la adecuada utilización de los elementos que componen la imagen.

En el siguiente manual se encuentran una serie de lineamientos para la correcta reproducción de la imagen gráfica de la FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA, por lo cual toda persona que haga uso de ella debe de respetar lo que aquí se indica.



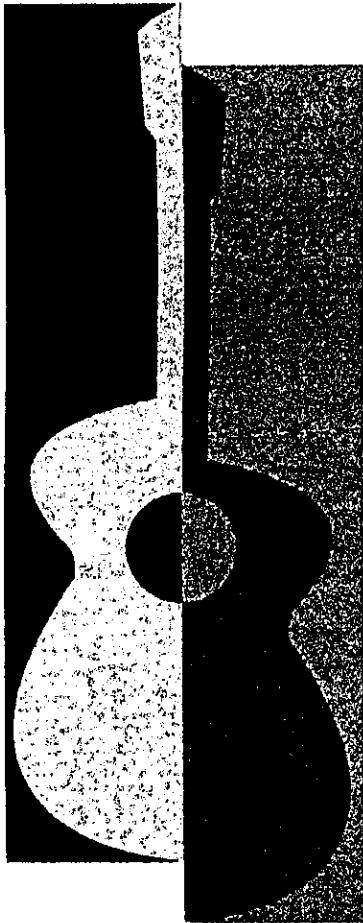
LOGOTIPO INSTITUCIONAL

El logotipo contiene las características necesarias para proyectar la imagen requerida.

Se planteo la necesidad de un logotipo representativo, para que la gente lo identificara fácilmente.

Se logró un resultado, en el cual se aprecia modernidad, pero a la vez tradicionalismo, esto se consiguió por medio del símbolo, los colores y la tipografía.

El logotipo denota: fiesta, alegría, tradicionalismo, modernidad.

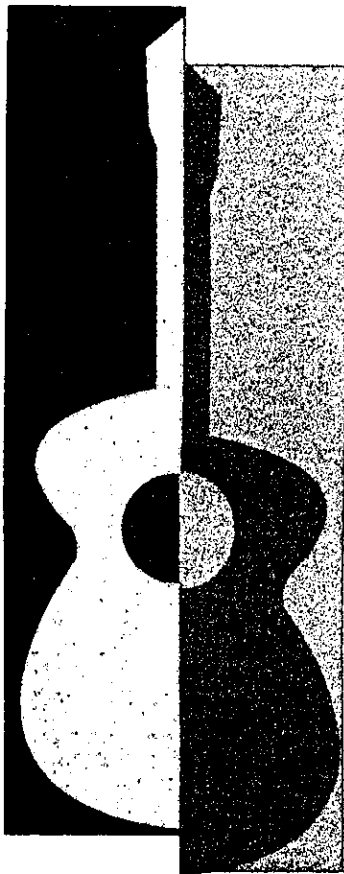


FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



LOGOTIPO VERSION HORIZONTAL

El logotipo en versión horizontal será utilizado para aquellos casos donde el formato así lo requiera, se respetan los colores y la tipografía.

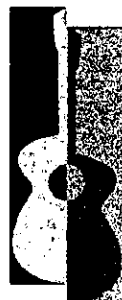
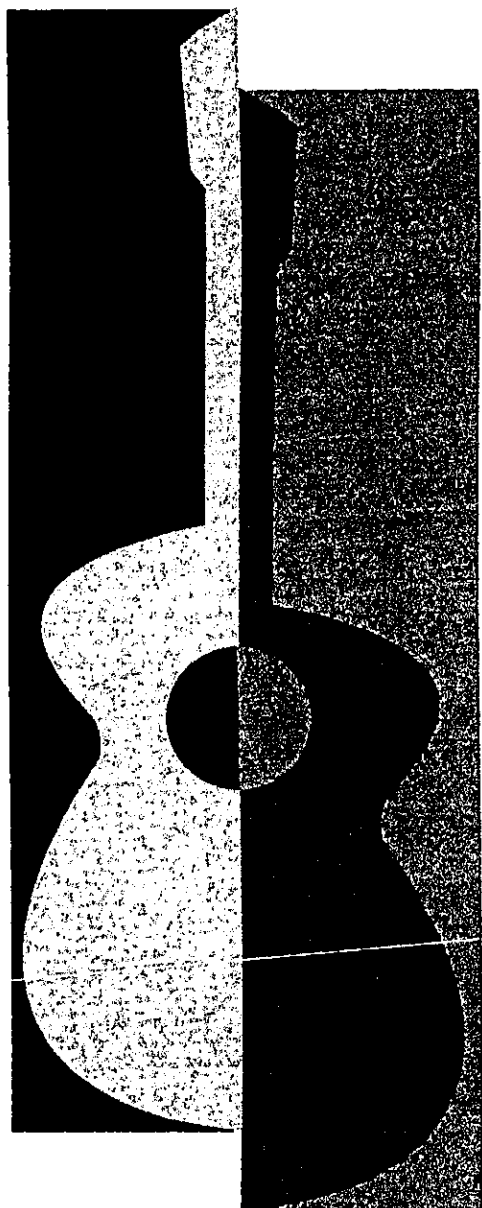


XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



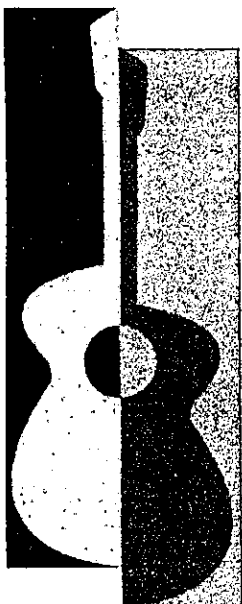
SIMBOLO

El logotipo cuenta con un símbolo compuesto por una guitarra estilizada, desfazada una mitad de otra, esto para darle dinamismo, es una imagen pregnante que el espectador recordará fácilmente, compuesta por cuatro colores.



COLOR

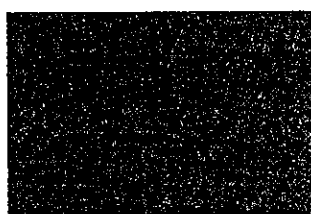
El logotipo se ve reforzado con los colores y para esta ocasión se pensó en cuatro colores para hacer una imagen dinámica, agradable y representativa.



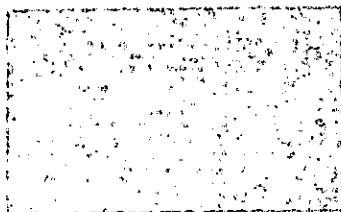
FERIA NACIONAL — DE LA — GUITARRA



PANTONE 268 CV



PANTONE 328 CV



PANTONE 143 CV

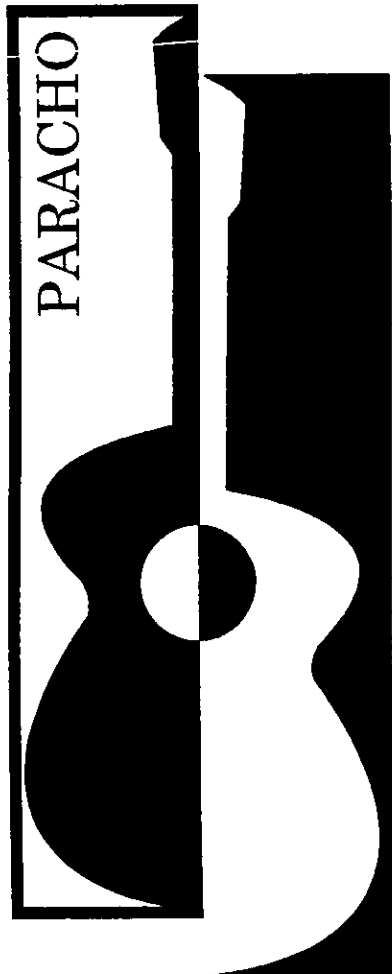


PANTONE 158 CV



MONOCROMA

El logotipo en versión monocroma se presenta en blanco y negro, este será utilizado cuando la aplicación sea a una sola tinta.

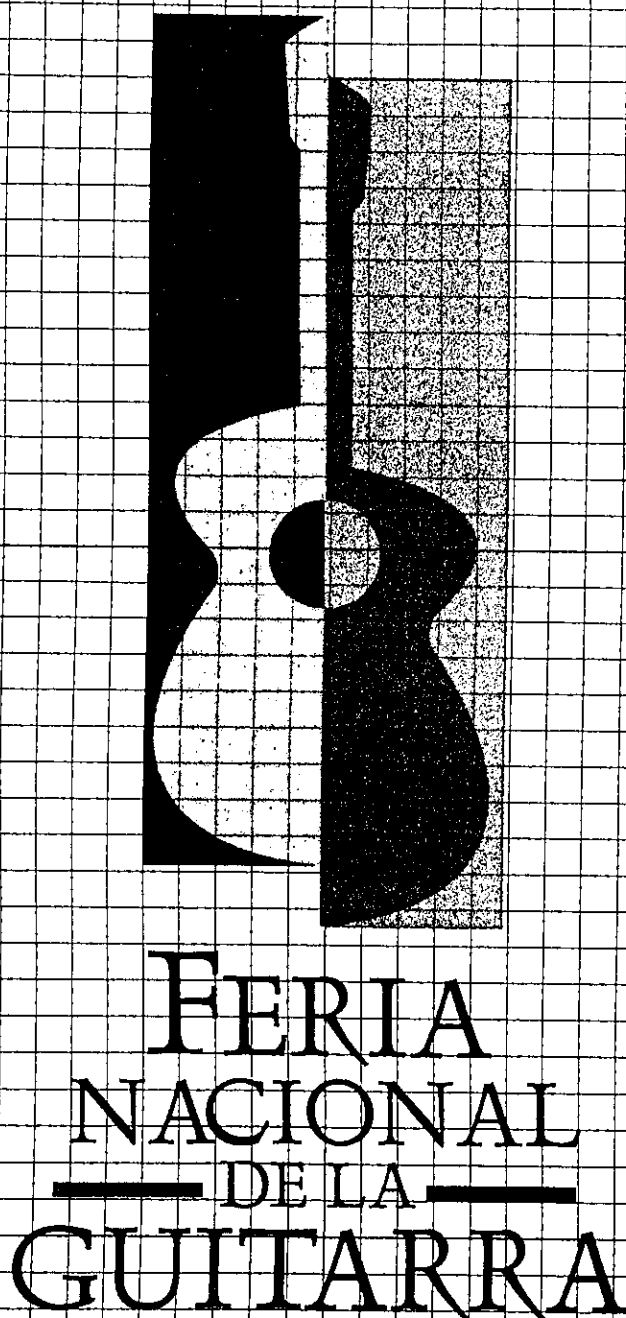


FERIA NACIONAL — DE LA — GUITARRA



RED DE TRAZO

Con la finalidad que al reproducir el logotipo en los diferentes máximos y mínimos se le de la proporción adecuada y no se preste a deformaciones se elaboró la siguiente retícula.



RED DE TRAZO

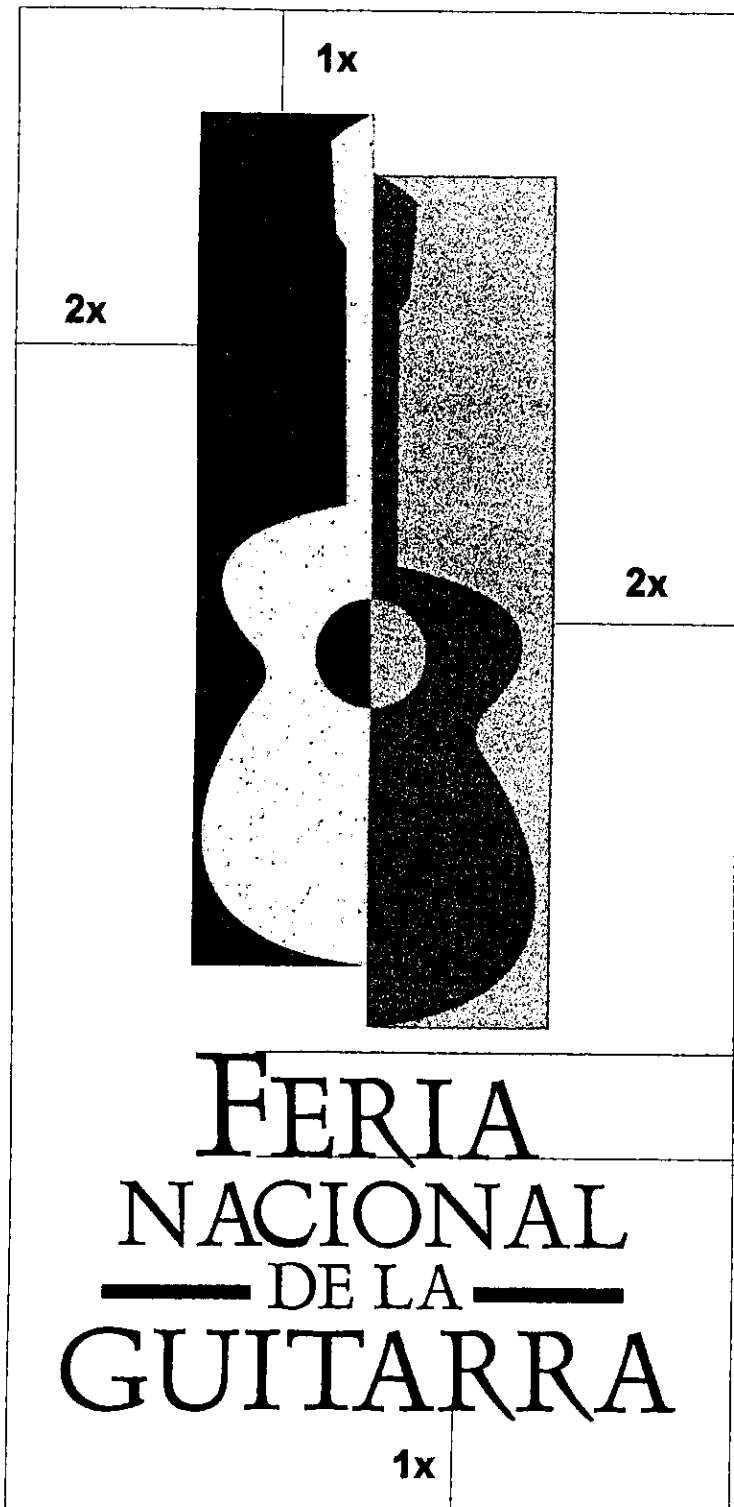


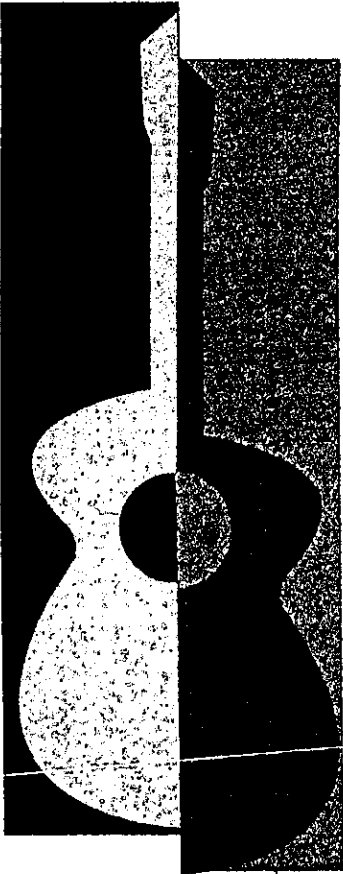
XXVI
FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA

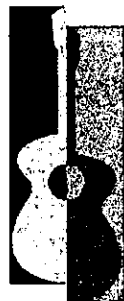


AREA DE RESTRICCION

Para que el logotipo no se vea afectado por algún otro elemento en cualquiera de sus lados al momento de aplicarse, es bueno considerar una área libre o de restricción, la cual se tienen que respetar, esto para que no exista competencia con elementos que le resten importancia al logotipo de la Feria Nacional de la Guitarra.



	1x	
1x		XXVI FERIA NACIONAL — DE LA — GUITARRA 1x
	1x	



TIPOGRAFIA INSTITUCIONAL

La tipografía institucional, es la que pertenece al logotipo mismo, se eligió esta familia por sus características, se recomienda no hacer uso desmedido de de ésta tipografía.

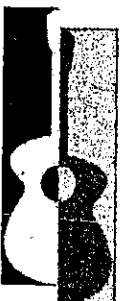
A B C D E F G H I J K L M N Ñ

O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

! " □ \$ % & / () = ? ;

DAUPHIN



TIPOGRAFIA COMPATIBLE

Es aquella que se utiliza como tipografía de apoyo, se utiliza para aplicaciones en las que hay texto que acompañan al logotipo como: slogan, frases de apoyo, publicaciones, carteles, etc. Se escogieron las siguientes tipografías por ser convenientes para las aplicaciones.

A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " . \$ % & / () = ?

CENTURY SCHOOL BOOK

A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " . \$ % & / () = ?

CENTURY SCHOOL BOOK CURSIVA NEGRITA

A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " . \$ % & / () = ?

TIMES NORMAL

A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " . \$ % & / () = ?

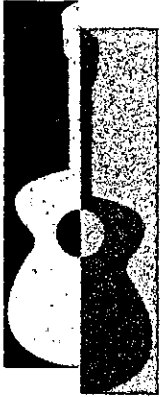
ARIAL NORMAL

A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " . \$ % & / () = ?

ARIAL BLAKC



1



FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA

2

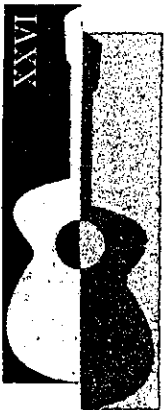


FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA

DISPOSICIONES

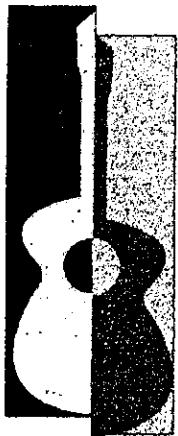
Las siguientes disposiciones son la únicas que se pueden utilizar, la número uno es la institucional, la segunda solo tiene una variación pues se le colocó el nombre de Paracho en el lado superior derecho del símbolo, la tercer opción es igual a la anterior con la diferencia de que en lugar de Paracho se le puso el número de feria. La cuarta es la versión en horizontal, la quinta es solo el símbolo, la sexta es composición de la tipografía solamente, esto se hizo pensando en que en algunas ocasiones se pueda utilizar un solo elemento de los que integran el logotipo.

3



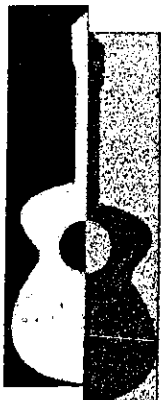
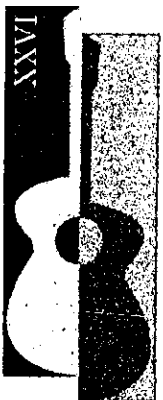
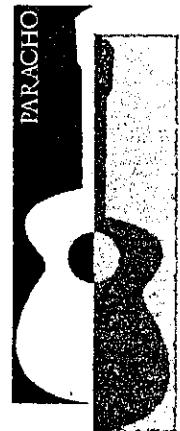
FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA

4



XXVI
FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA

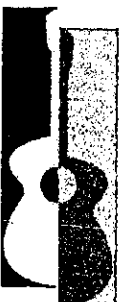
5



6

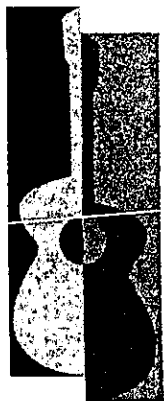
XXVI
FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA

FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



MINIMOS

Para que el logotipo no pierda legibilidad, a continuación se muestra el tamaño mínimo de reproducción de logotipo en sus versiones.



FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



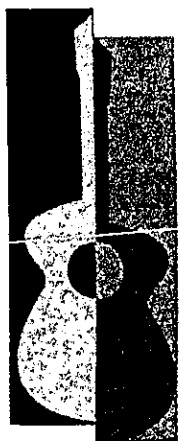
FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



XXVI
FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



XXVI
FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA

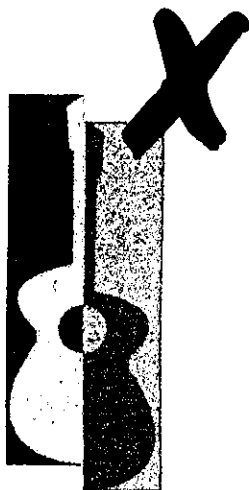


XXVI
FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA

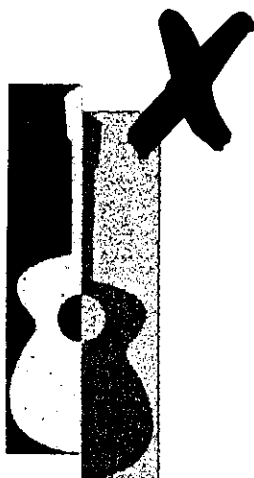


APLICACIONES INCORRECTAS

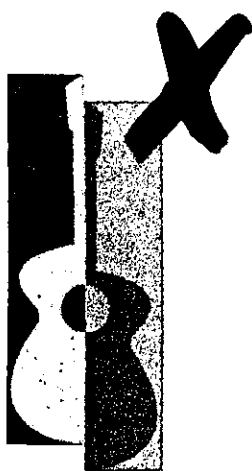
Para que la identidad gráfica de la FERIA NACIONAL de la Guitarra tenga uniformidad, es importante conocer lo que no se puede hacer con el logotipo como: cambiarle los colores, topografía, proporciones, o el acomodo de los elementos.



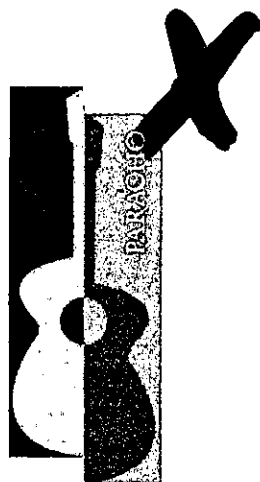
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA




PAPELERIA

La papelería membretada se caracteriza por ser sencilla y sobria, cada elemento debe de tener las proporciones específicas.

HOJA

TARJETA




Nicolás Zalapa Vargas
Coordinador

FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA


Presidencia Municipal Tel 5 01 16 Paracho, Michoacán México

SOBRE



Presidencia Municipal Tel (452) 5 01 16 C.P. 60250 Paracho, Michoacán México

FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



Presidencia Municipal Tel 5 01 16 Paracho, Michoacán México

FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



CAMPAÑA PROMOCIONAL

El logotipo institucional de la Feria Nacional de la Guitarra, será aplicado a una campaña promocional, para dar a conocer este evento a nivel Nacional y de esta forma influir a que más gente visite este evento.

La imagen del logotipo en esta campaña, será explotada al máximo, ya que es la primera vez que este evento cuenta con un logotipo institucional. Esto con el fin de darlo a conocer entre la gente y para que en ferias siguientes lo recuerden o lo identifiquen fácilmente.

Los medios utilizados en esta ocasión fueron los más adecuados, ya que son los que tiene un mayor alcance ante el público, tales como: el carte, folleto, anuncio de prensa, espectacular. Además de esto se diseñaron algunos artículos promocionales.



FRASE DE CAMPAÑA

Para la campaña promocional, era importante contar con una frase de campaña o "SLOGAN" para de esta forma atraer más la atención del espectador. Después de analizadas varias frases se eligió la siguiente.

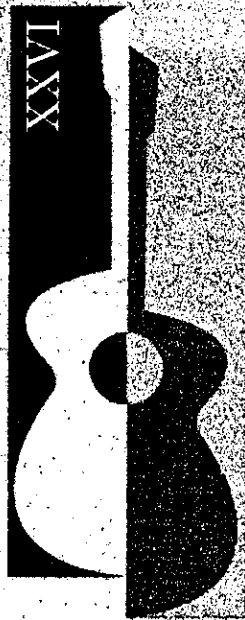
Esta frase nos dice como es este evento por tal motivo se usará.

***¡Una fiesta con la expresión
de nuestro pueblo!***



CARTEL 1

El cartel 1 contiene el logotipo de la feria, el slogan, fecha y lugar del evento, así como algunos de los patrocinadores. El tamaño es de 70 cm. X 45 cm.



FERIA NACIONAL — DE LA — GUITARRA

PARACHO
MICHOACAN, MEXICO
Del 7 al 13 de Agosto de 1990



PRESIDENCIA
MUNICIPAL

COMITE
ORGANIZADOR



CARTEL CON FOTOGRAFIA

El cartel con fotografía, es para proporcionar un poco más de información se respetan los elementos del primer cartel, así como los colores, el tamaño.

Espacio para fotografía

¡Una fiesta con la expresión de nuestro pueblo!

XXXVI


FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA

PARACHO
MICHOCAN, MEXICO
Del 7 al 15 de Agosto de 1999.

Español de sonidos

Danzas

Exposiciones

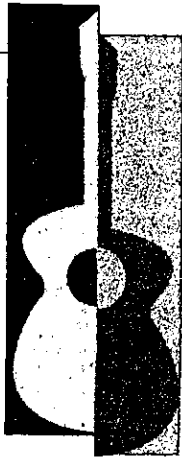
 PRESIDENCIA MUNICIPAL

 COMITE ORGANIZADOR CIDEG



ESPECTACULAR

El espectacular contendrá el logotipo de la feria en versión horizontal, además slogan, lugar y fecha.



XXVI
FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA

*¡Una fiesta con la expresión
de nuestro pueblo!*

PARACHO
MICHUACAN, MEXICO.
Del 7 al 15 de Agosto de 1999

2.5 mts.

6.0 mts.

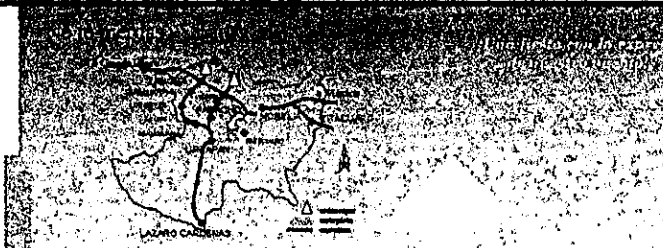


FOLLETO INFORMATIVO

Contiene más información acerca del evento, una pequeña introducción a la feria, y algunas actividades que se realizan dentro de la misma. Además de logotipo, slogan, fecha, lugar, fotografías y elementos decorativos, se utilizan tipografías de apoyo, la medida es de 51 x 15 cms. Y va doblado en cuatro partes.


Dentro del marco de la feria se realizan actividades como:

- Concurso de constructores de guitarra.
- Concurso de ejecutantes de guitarra.
- Concurso de juguete popular michoacano.
- Concurso de bandas de viento.
- Concurso de aficionados.
- Concurso de globos de cantoya.
- Concurso de flor purhépecha.
- Eventos populares.
- Concurso de danzas regionales.


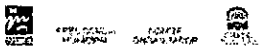


Para llegar sólo sigue la carretera 32 que viene de Guadalajara y Zamora, o la carretera 14 Morelia-Pátzcuaro.

¡Visítanos!



FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA



CARTEL PARA POSTES

Se aprecian por su valor ornamental, por lo que su colocación debe de ser ordenada, este poster consta de:
logotipo, slogan y fecha.
Será colocado tres o cuatro semanas antes del evento.

*¡Una fiesta con la expresión
de nuestro pueblo!*



FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA

PARACHO
MICHUACAN, MEXICO.
Del 8 al 16 de Agosto de 1999



BARDAS

Se aplicará en las bardas el logotipo, en versión horizontal, lugar, fecha, frase de "Bienvenidos", además de elementos decorativos.

7 mts.

2.3 mts.

BIENVENIDOS !!

XXVI
**FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA**

PARACHO
MICHOACAN, MEXICO.

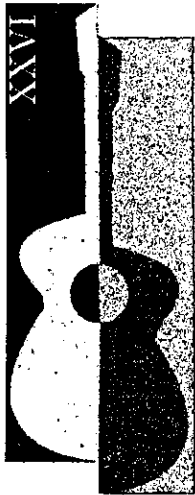
Del 7 al 15 de Agosto de 1999



PENDONES

Se utilizará bajo las mismas condiciones que el resto de la publicidad, la medida aproximada es de 2.8 mts. X 86 cms.

¡Una fiesta con la expresión de nuestro pueblo!



FERIA NACIONAL DE LA GUITARRA

DANZA
MUSICA
CONCURSOS
CONCIERTOS
EXPOSICIONES

PARACHO
MICHUACAN, MEXICO.
Del 7 al 15 de Agosto de 1999

2.8 mts.

86 cms.

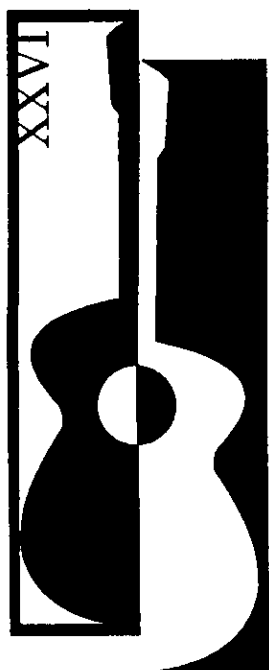


ANUNCIO DE PRENSA

El anuncio de prensa se basa en los mismos criterios de toda la campaña, contiene más información acerca del evento como algunos concurso, teléfono, etc. es a una sola tinta.

EN PARACHO

*¡Una fiesta con la expresión
de nuestro pueblo!*



DANZA
MUSICA
CONCIERTOS
EXPOSICIONES

Concurso nacional de
EJECUTANTES

Concurso nacional de
CONSTRUCTORES

Tradicional desfile de
CORPUS

Concurso de juguete
MICHUACANO

FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA

Del 8 al 16 de Agosto

PARACHO
MICHUACAN MEXICO
Informes al teléfono (452) 5 01 16

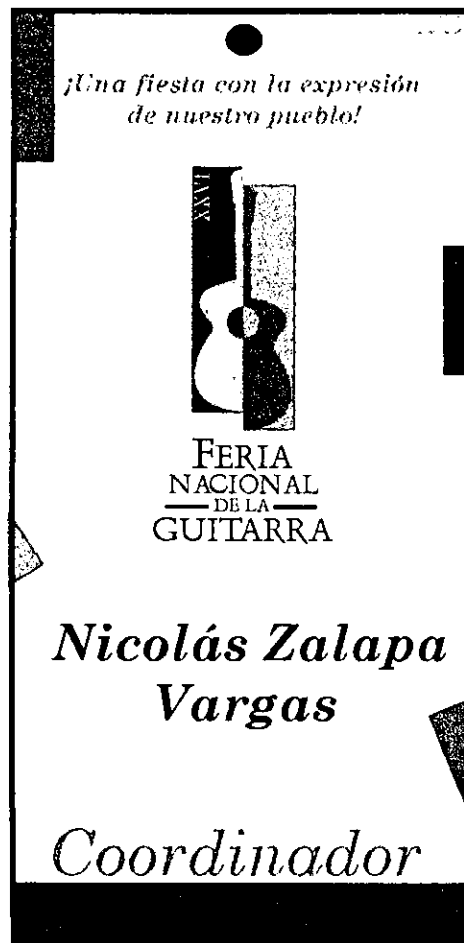
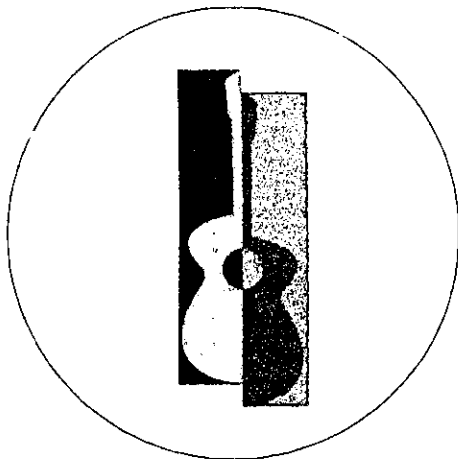


PRESIDENCIA
MUNICIPAL



BOTONES Y GAFFET

Los botones entran en los artículos promocionales, son dos diseños básicos, en donde contiene el logotipo en versión horizontal y el símbolo. El gafete de identificación, es de formato 12 x 6.5 cms. Éste contiene slogan, logotipo institucional, nombre y cargo de l portador.



12 cms.

6.5 cms.



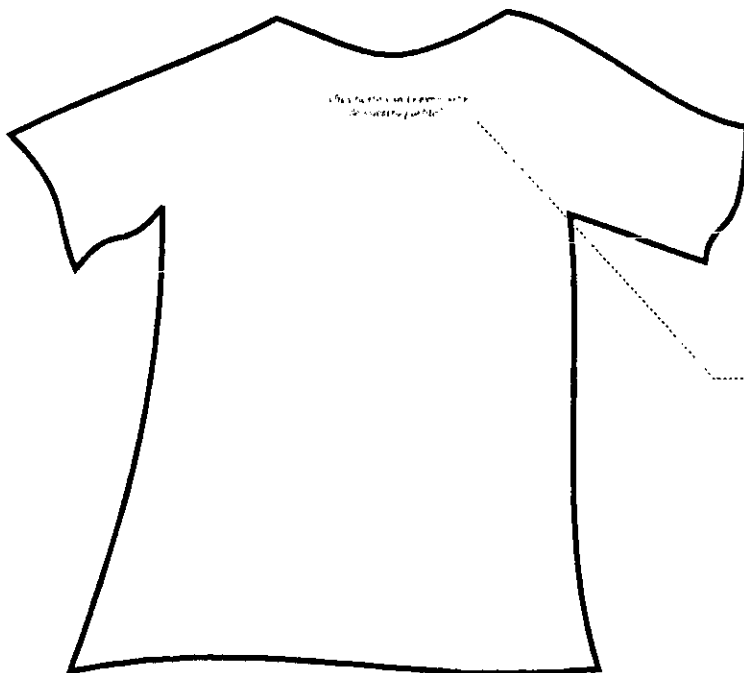
CAMISETA

La camiseta llevará impreso el logotipo institucional por la parte del frente así como fecha y lugar, en la espalda llevará el slogan en la parte superior.



Logotipo institucional frente, 26.5 cms. X 14 cms.

FRENTE



Slogan, espalda 13 cms. X 1.5 cms.

ESPALDA



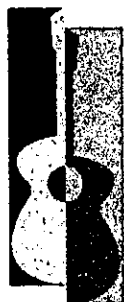
TAZAS

Las tazas contienen el logotipo en versión horizontal, slogan, lugar, además de elementos decorativos. Todo va en la proporción que se indica.



PORTA FOLLETOS

Para que los folletos sean colocados en un lugar visible, en las instituciones se diseñó una base de madera, para que el público tenga un fácil acceso a e.l



COMENTARIOS FINALES

La campaña aquí presentada se realizará con los lineamientos establecidos.

Para los siguientes años, si se desea cambiar el diseño de la campaña se hará de acuerdo a las necesidades del evento.

El logotipo debe de respetarse al máximo, sus aplicaciones correctas son las que aquí se presentan.

En lo referente al número de feria que lleva una de las aplicaciones, sólo se le cambiará con el transcurso de los años.

Los artículos promocionales así como las aplicaciones en general pueden variar, de acuerdo a las necesidades que surgan.



PLANILLAS RECORTABLES



PLANILLA DE LOGOTIPO COLOR

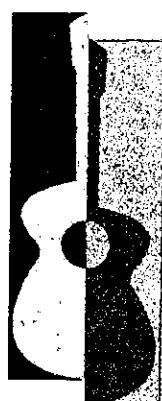
Planilla recortable



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



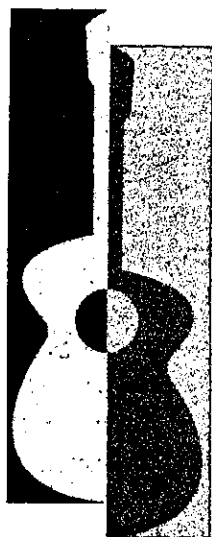
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



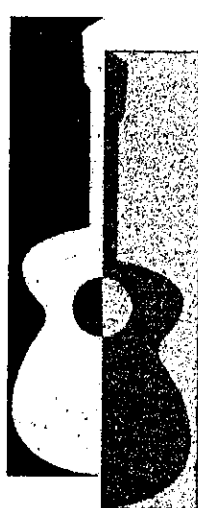
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

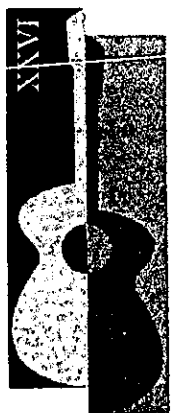


FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

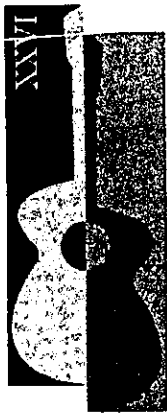


PLANILLA DE COLOR

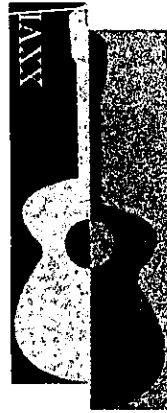
Planilla recortable



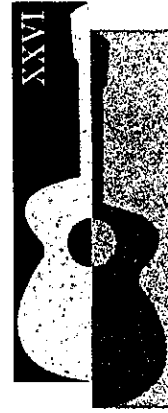
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



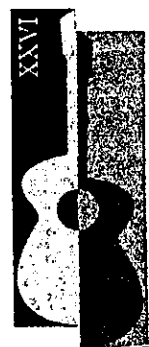
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



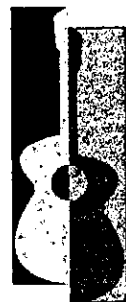
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

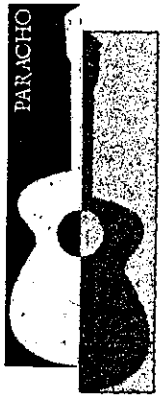


FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

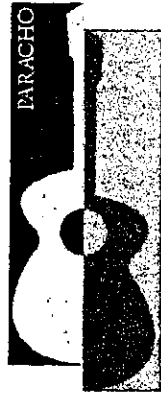


PLANILLA DE COLOR

Planilla recortable



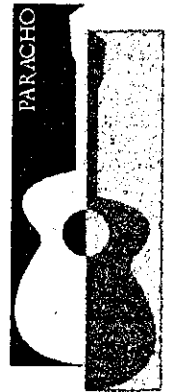
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



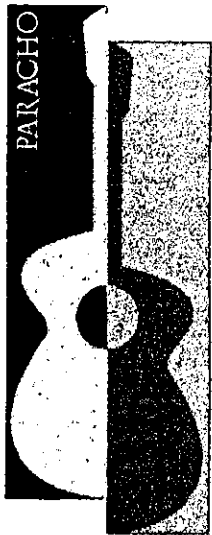
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



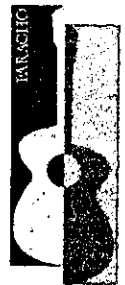
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

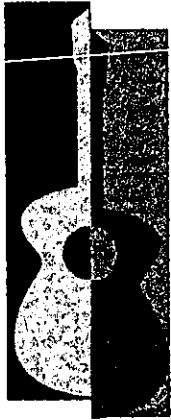


FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

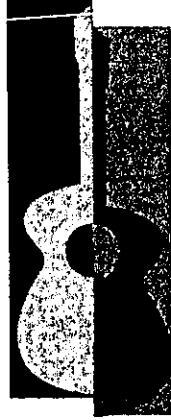


PLANILLA COLOR
VERSION HORIZONTAL

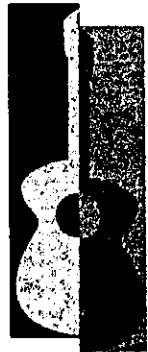
Planilla recortable



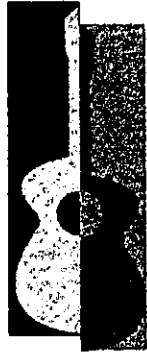
XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

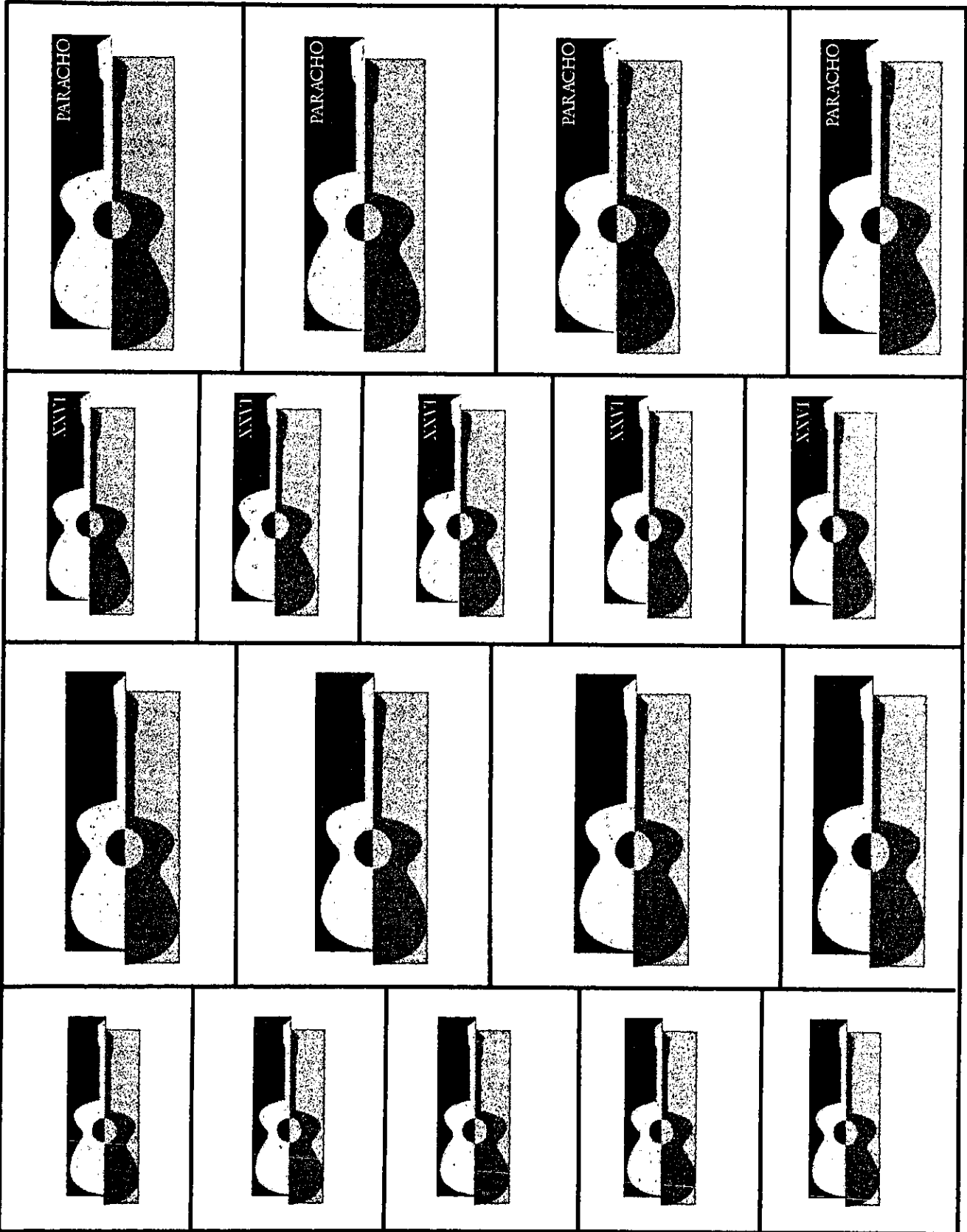


XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



PLANILLA DE COLOR

Planilla recortable



PLANILLA DE COLOR

Planilla recortable

XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



PLANILLA BLANCO Y NEGRO

Planilla recortable



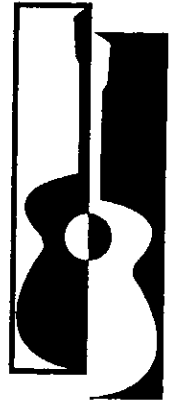
FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



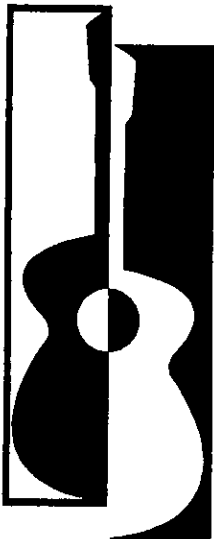
FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA

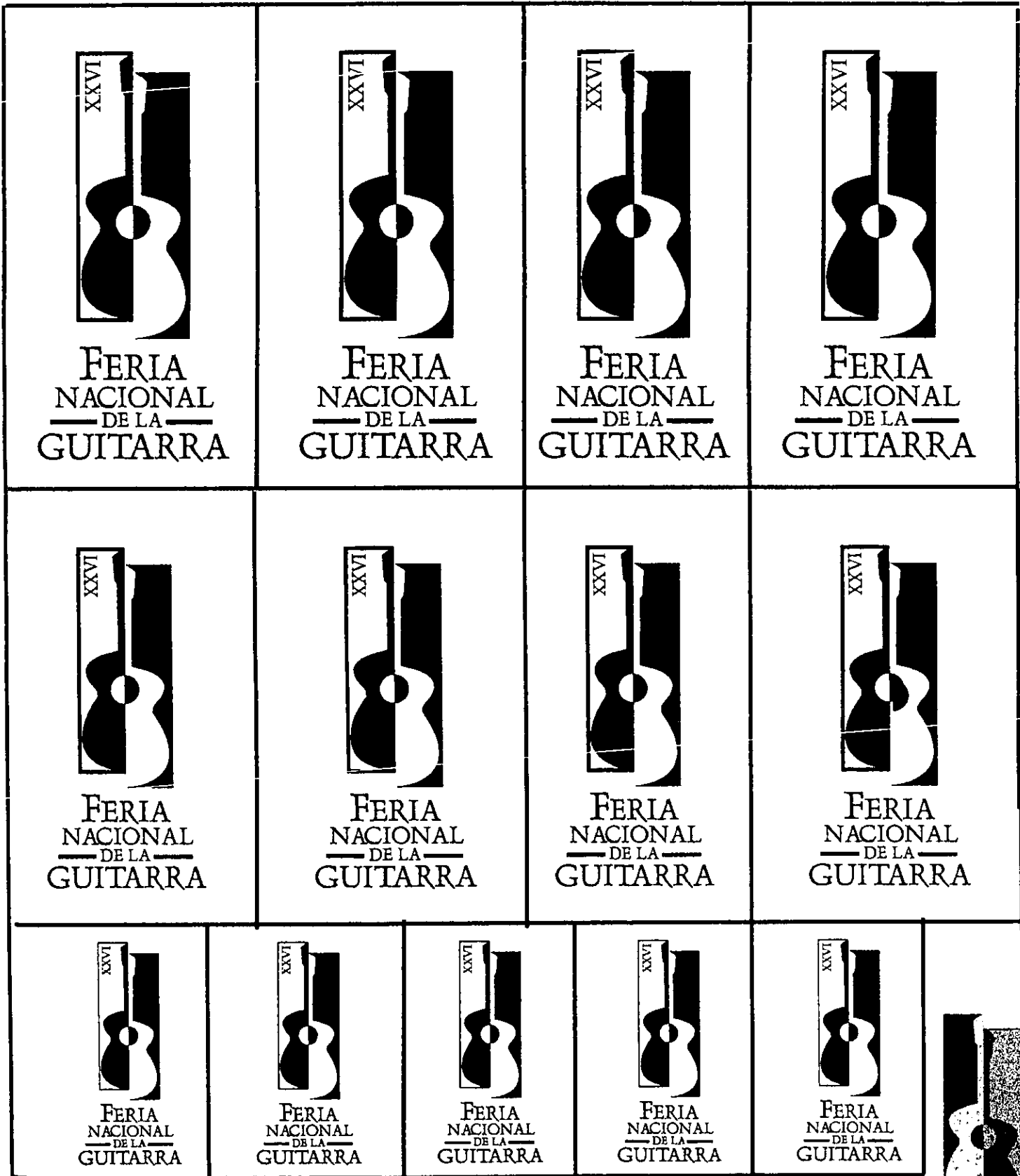


FERIA
NACIONAL
DE LA
GUITARRA



PLANILLA BLANCO Y NEGRO

Planilla recortable



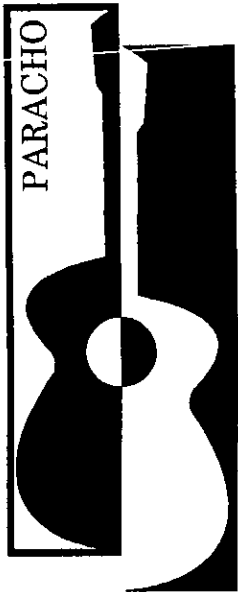
PLANILLA BLANCO Y NEGRO VERSION HORIZONTAL

Planilla recortable

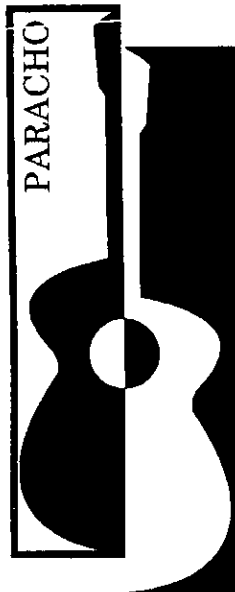


PLANILLA BLANCO Y NEGRO

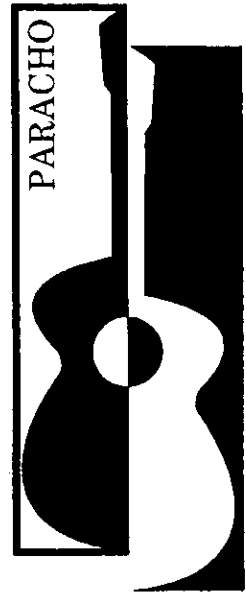
Planilla recortable



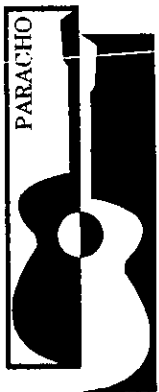
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



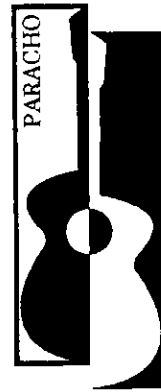
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

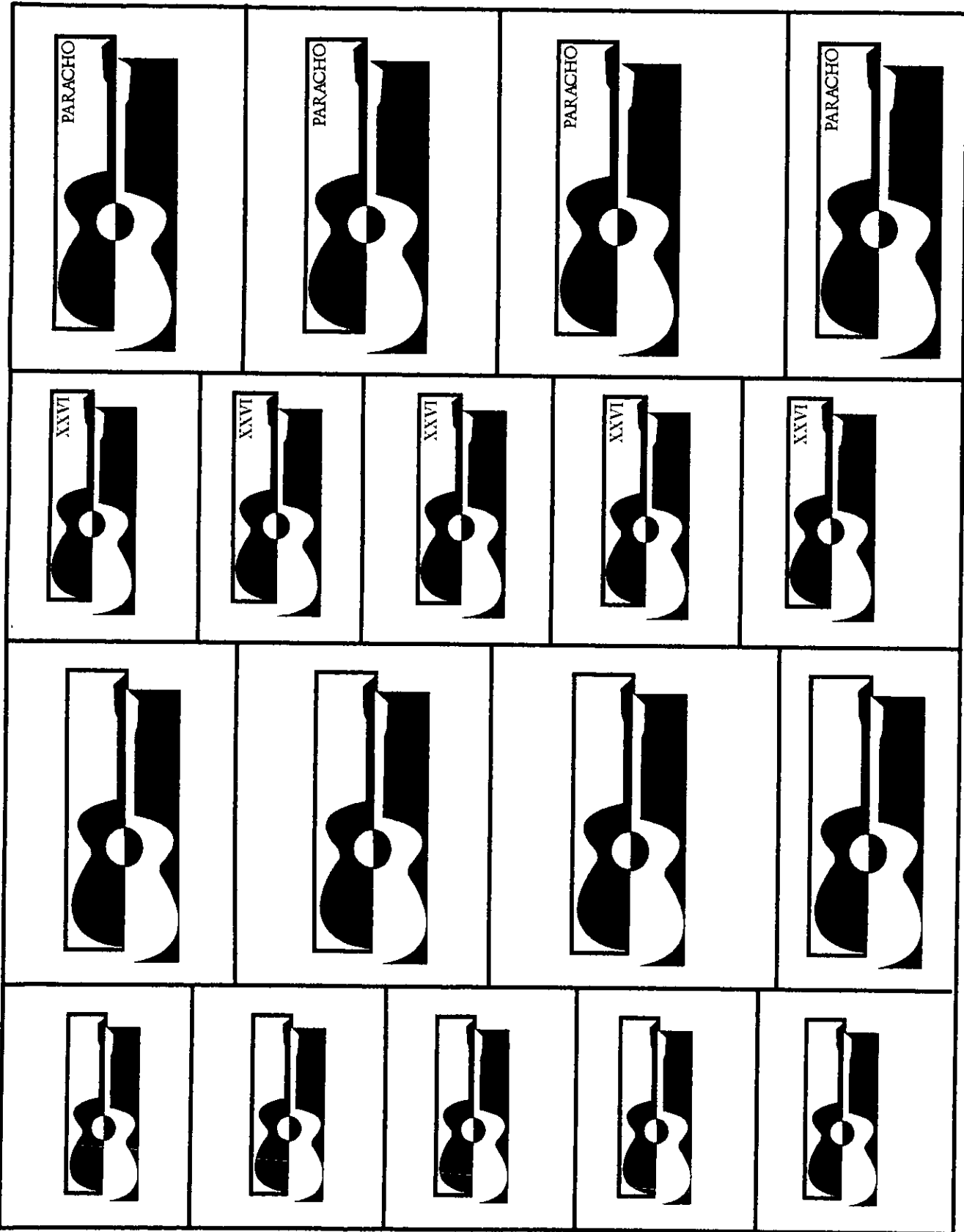


FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



PLANILLA DE BLANCO Y NEGRO

Planilla recortable



PLANILLA DE BLANCO Y NEGRO

Planilla recortable

XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

XXVI
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

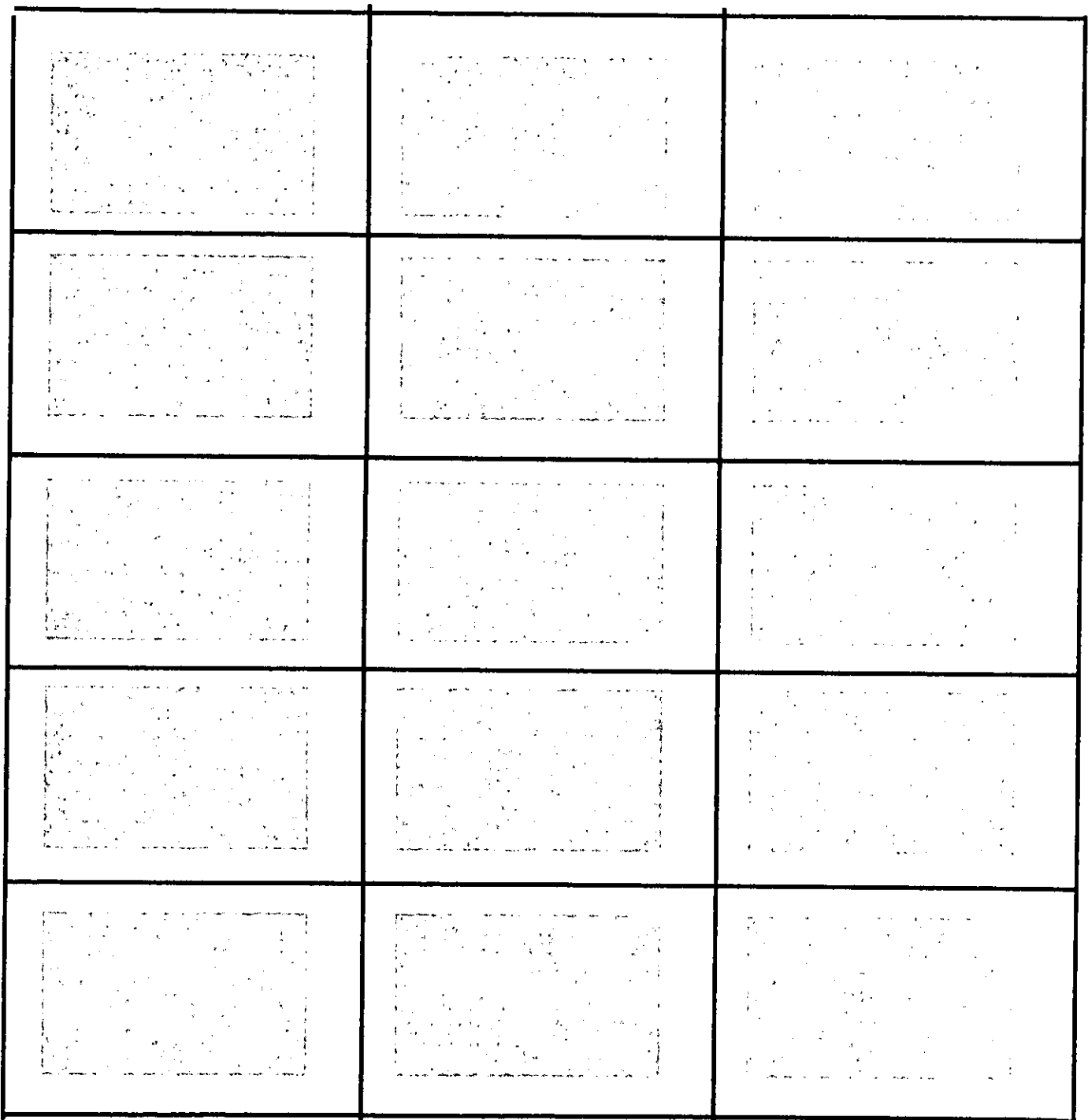
FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA

FERIA
NACIONAL
— DE LA —
GUITARRA



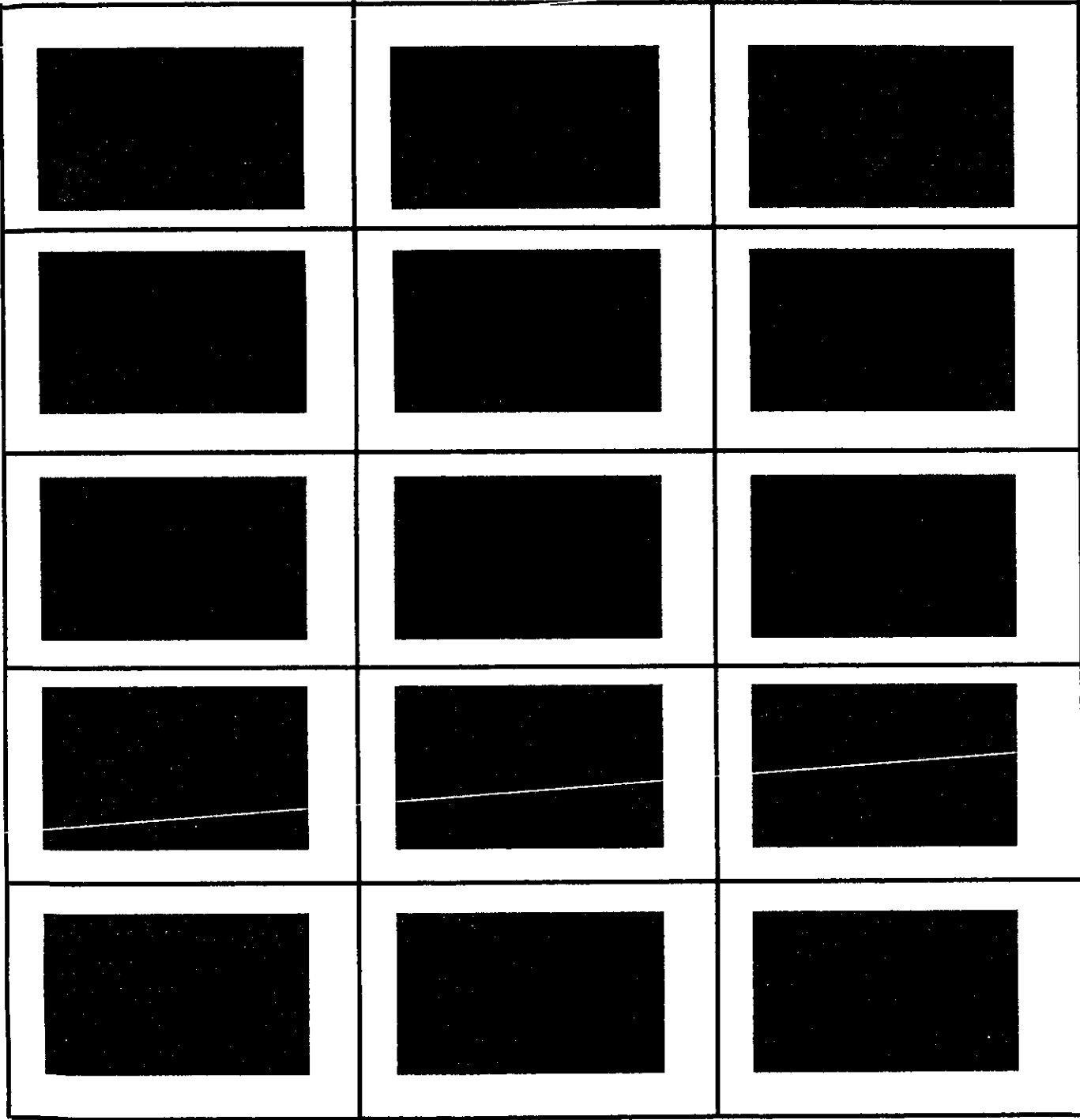
PLANILLA DE COLOR

Planilla recortable
Color de PANTONE 143 CV



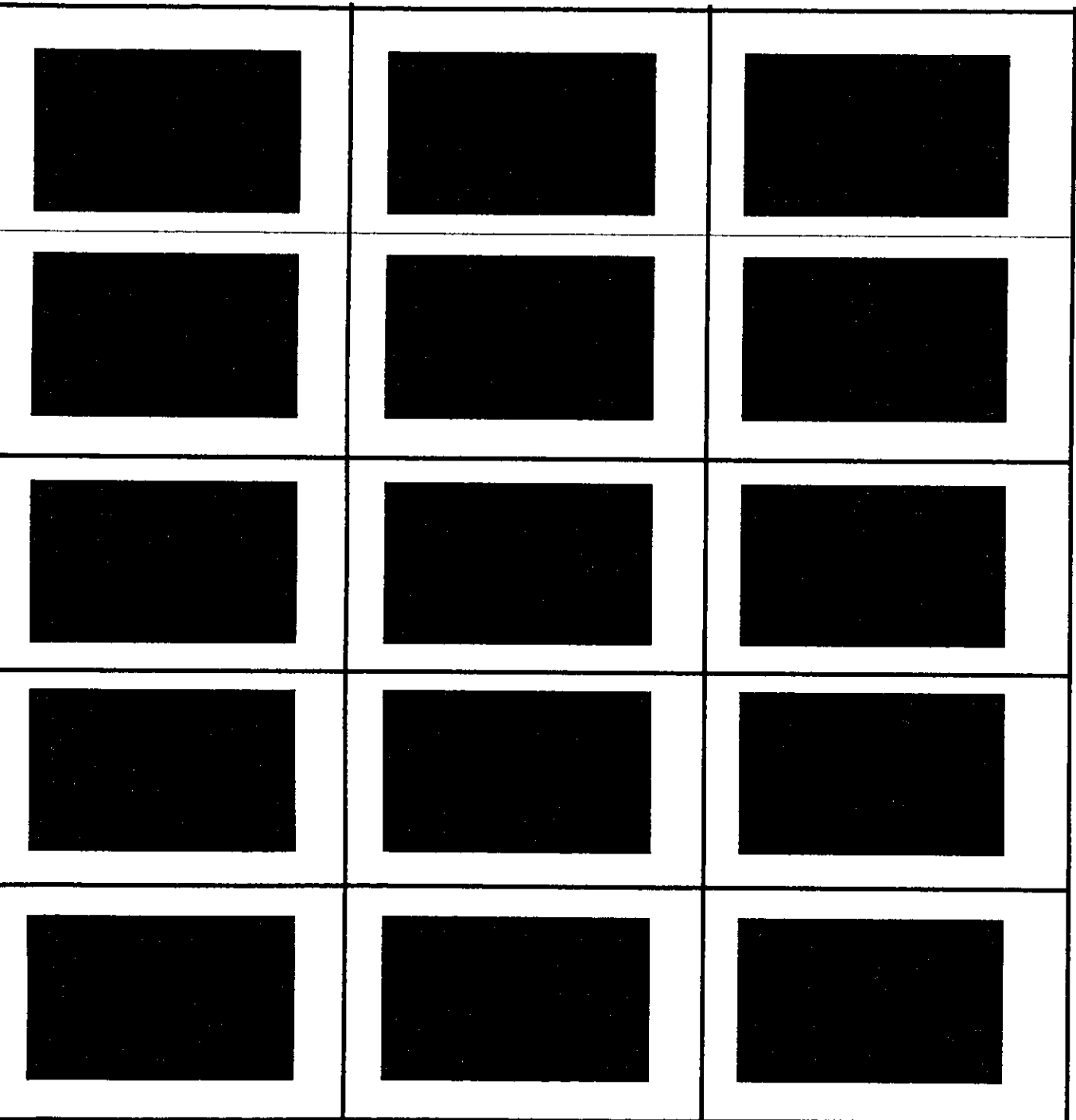
PLANILLA DE COLOR

Planilla recortable
Color de PANTONE 328 CV



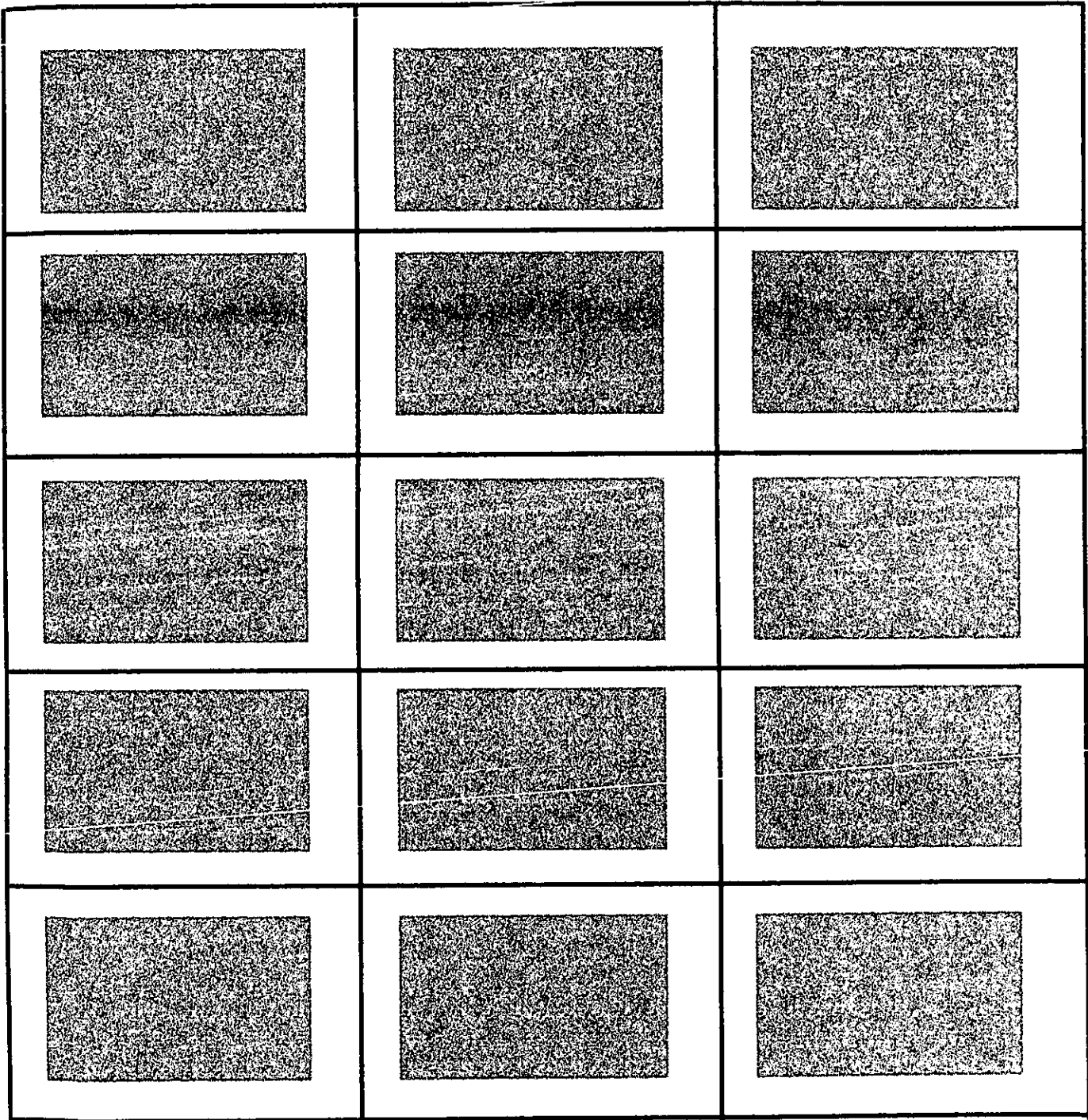
PLANILLA DE COLOR

Planilla recortable
Color de PANTONE 268 CV



PLANILLA DE COLOR

Planilla recortable
Color de PANTONE 158 CV



PRESUPUESTO

El presente proyecto podrá ser solventado por la Presidencia Municipal, Secretaría Estatal de Turismo, El Centro para la Investigación y el Desarrollo de la Guitarra A.C., o alguna otra institución que este interesada en promover este evento.

Es importante mencionar el costo de producción del proyecto.

CARTEL

2000 CARTELES
SELECCION DE COLOR
PAPEL COUCHE
MEDIDA 47 X 70 cms.
TOTAL \$5,590.00

FOLLETO

1000 EJEMPLARES
SELECCION DE COLOR
PAPEL COUCHE
IMPRESO POR AMBOS LADOS
MEDIDA 15 X51 cms.
TOTAL \$3,485.00

HOJAS

1000 HOJAS
TAMAÑO CARTA
CUATRO TINTAS
OFFSET
PAPEL BOND
TOTAL \$722.00

SOBRES

1000 SOBRES
TAMAÑO OFICIO
CUATRO TINTAS
OFFSET
PAPEL BOND
TOTAL \$940 .00

TARJETAS DE PRESENTACION

1000 TARJETAS
CUATRO TINTAS
SERIGRAFIA
PAPEL OPALINA

Este presupuesto corresponden al mes de junio de 1999.

No se incluye honorarios de trabajo de diseño.

CONCLUSIONES

A través de la realización de esta tesis se aplicaron los conocimientos adquiridos durante la carrera y ha sido factible comprobar la importancia del Diseño Gráfico en un evento como la Feria Nacional de la Guitarra. En donde gracias a la investigación previa se llegó al termino de este proyecto obteniendo resultados satisfactorios.

De la misma forma los resultados obtenidos cumplieron con lo planteado al principio de la tesis: dotar de una imagen gráfica institucional a la Feria Nacional de la Guitarra, así como de apoyarla con una campaña promocional que cumple con el objetivo de dar mayor difusión a este evento y las actividades que se realizan.

Se ha comprobado además que el Diseño Gráfico se apoya de otras diciplinas con las que se logra obtener resultados como los aqui mostrados, aprovechando la principal función del Diseño Gráfico que es comunicar.

BIBLIOGRAFIA

- COMUNICACION GRAFICA
LUMBULL ARTHUR
MEXICO TRILLAS 86
- DISEÑO FOTOGRAFICO
MARSHALL HUGH
BARCELONA G. GILL 1990
- PUBLICIDAD EN MEDIOS IMPRESOS
BELTRAN Y CRUCES
MEX. TRILLAS 89
- GUIA DEL D.G. PARA PROFESIONALES
TENNINGS SIMON
MEX. TRILLAS 95
- LOS 27 ERORES MAS COMUNES DE LA
PUBLICIDAD
COLOMBIA NORMA 93
- PRINCIPIOS Y PROBLEMAS DE LA
PUBLICIDAD
DIRKSEN CHARLES
MEX. CECSA 85
- LA PUBLICIDAD Y LA IMAGEN
VICTOROFF DAVID
MEX.- G. GILL 85
- DISEÑO Y MARKETIN
SWANN ALAN
BARCELONA G. GILL 94
- LA IMAGEN CORPORATIVA
CHAVES NORBERTO
BARCELONA G. GILL 88
- FUNDAMENTOS DEL DISEÑO
BI Y TRIDIMENCIONAL
- COMO PREPARAR DISEÑO
PARA LA IMPRENTA
JHON LINN
MEX. G. GILI. 89
- COMO DISEÑAR RETICULAS
SWANN ALAN
MEX. G. GILI 90
- INTRODUCCION AL D.G.
BRIDGEWATER PETER
MEXICO TRILLAS 92
- COMO DISEÑAR MARCAS Y
LOGOTIPOS
MURPHY JOHN
MEXICO G. GILI 1989
- HISTORIA DEL D.G.
MEGGS PHIJIPB
MEX. TRILLAS 91
- EL COLOR EN EL D.G.
SWANN ALAN
MEX. G. GILI 93
- IMAGEN GLOBAL
COSTA JOAN
BARCELONA ESPAÑA
CEAC 89
- GENESIS E HISTORIA DEL
DISEÑO
LAZOMORGAIN ALEJANDRO
- OTTO KLEPPNER PUBLICIDAD
RUSSEL T. THOMAS
EDO. MEX.