



**UNIVERSIDAD
INSURGENTES**

Plantel Xola

**LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL CON
INCORPORACIÓN A LA UNAM CLAVE 3315-31**

**“DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA PARA
EL ESTUDIO DE MÚSICA HEAVY NOPAL ESTUDIO”**

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

P R E S E N T A

C. URIEL ATZAYACATL SAUCEDO GONZÁLEZ

ASESORA: LIC. LILIA ANDREA ESCALONA PICAZO



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

**UNIVERSIDAD
INSURGENTES**

Plantel Xola

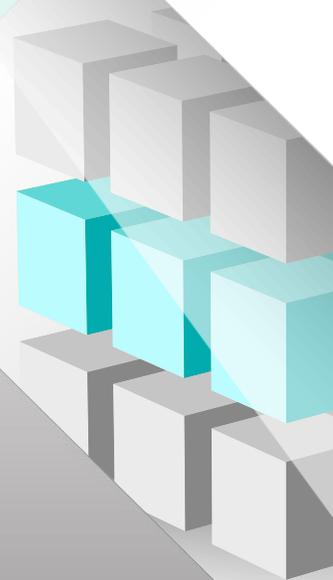
Diseño y comunicación visual

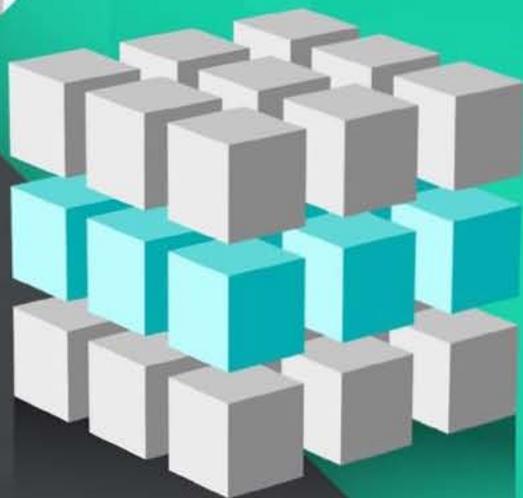
Diseño de imagen corporativa para
el estudio de música "Heavy Nopal Estudio"

Uriel Atzayacatl Saucedo González

México, CDMX

2020





Uriel Saucedo González

AGRADECIMIENTO

Mi primer agradecimiento es hacia mis padres, mi padre Sergio Saucedo Ruiz y mi madre Patricia González Oropeza, que sin su esfuerzo no hubiera llegado tan lejos, agradezco que me educaron para ser un hombre honorable para el bien de la sociedad.

Mi hermano mayor, que sin su sabiduría no hubiera logrado tanto en cuanto aprendizaje, además de darme los mejores consejos en cuanto a la universidad y lo hermosa que es terminar una carrera.

Mis maestros, que a lo largo de la carrera, más que brindarme conocimiento en el diseño, me enseñaron a vivir y a ser una buena persona, agradezco que fueran mis mentores por estos largos años.



SÍNTESIS (INTRODUCCIÓN)

El presente proyecto consta de la elaboración de una identidad corporativa para la banda “Heavy Nopal”, la cual en la actualidad está desarrollando un proyecto para un estudio de música llamado “Heavy Nopal Estudio” que es a quien se le realizara dicha identidad corporativa.

El objetivo principal del trabajo es realizar una papelería completa, para que así el estudio de música tenga mejor posicionamiento en el mercado, un mejor prestigio para sus futuros clientes y una mejor comunicación con los mismos.

Para así tener como resultado un logotipo e identidad corporativa visual, aplicada en papelería gráfica, contando con hojas membretadas, tarjetas de presentación, sobres, cuaderno, agenda, usb, fondo para celular, pluma, lápiz y sujeta papeles. Todos estos elementos teniendo una unidad visual, pero que de igual manera se logren distinguir uno de los otros.

En cada uno de los capítulos que contiene el proyecto se describe el proceso que se realizó para lograr el resultado alcanzado, además de cumplir los objetivos que plantea el cliente. Se mostrará cómo se logró realizar el logotipo y como se aplicar a la papelería gráfica.

Para concluir el presente proyecto, el estudio “Heavy Nopal Estudio” logrará toda una conceptualización de una imagen visual, para así estar mejor pensionado en el mercado y generar prestigio ante sus futuros clientes.

ÍNDICE

RESUMEN	I
ÍNDICE	II
MARCO TEÓRICO	1
Planteamiento del problema	
Objetivo general	
Objetivos particulares	
Hipótesis	
Justificación	
Capítulo 1	2
1.1 ¿Quién es?	
1.2 ¿Qupe hace?	
1.3 Domicilio	
1.4 Valores	
1.5 Misión	
1.6 Vision	
1.7 Conceptos de diseño	3
Capítulo 2	4
2.1 Público meta	
2.2 Niveles socio-Económicos	
2.3 Formato encuesta	4
2.4 Tablas y gráficas	5
2.5 Conclusión de encuestas	11
2.6 Competencia directa e indirecta	12
2.7 Competencia directa. Análisis	13
2.8 Competencia indirecta. Análisis	14
2.9 Tabla de competencia	15
Capítulo 3	16
3.1 Definición de Diseño	16
3.2 Definición de Diseño y Comunicación visual	16
3.3 Definición de Ícono, Símbolo e Índice	16
3.4 Definición de identidad Visual Corporativa	16
3.5 Definición de Imagen Corporativa	16
3.6 Definición de Logotipo, Isotipo, Imagotipo e Isotipo	17
3.7 Definición de color y sus connotaciones	17
3.8 Definición de retícula y tipos de retículas	21
3.9 Definición de tipografía y familia tipográfica	23
Capítulo 4	25
4.1 Componentes verbales	25
4.2 Tablas de Pertenencia	25
4.3 Bocetos	27
4.4 Diseño	31
4.5 Aplicaciones	32
4.6 Cotizaciones	33

Diseño de imagen corporativa para el estudio de música "Heavy Nopal Estudio"

Planteamiento del problema

El estudio de música no tiene una imagen adecuada para darse a conocer en los medios, además de no tener la suficiente aceptación de los clientes en cuanto a profesionalismo, ya que al no contar con una imagen visual los clientes lo ven como un estudio común, el objetivo de este proyecto es ponerle fin a este problema visual, entregando una papelería completa y una imagen que los identifique, para así el estudio pueda difundir su trabajo con más facilidad.

Objetivos particulares

Cotizaciones

Investigar al cliente

Investigar el público meta

Realizar una investigación de la competencia

Investigar los conceptos del diseño

Investigar el concepto de imagen corporativa



Objetivo general

Diseñar la imagen corporativa para el estudio, con el fin de contribuir a su credibilidad laboral y crecimiento en el medio.

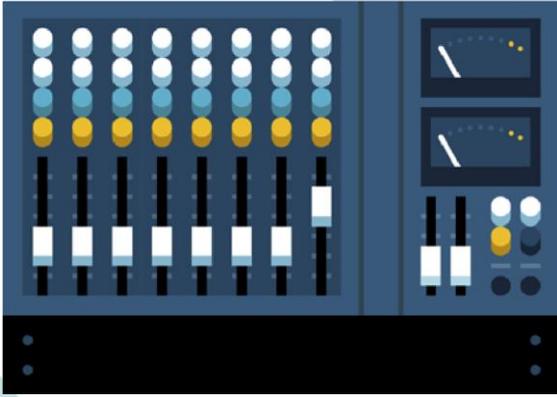


Hipótesis

Con el diseño de una imagen corporativa, se pretende cumplir con la necesidad del estudio, ya que esto contribuirá a su reconocimiento como estudio profesional, dando prestigio y profesionalidad, además de crear favoritismo en la zona y en las redes sociales.

Justificación

Se solucionará un problema de comunicación y aceptación que viene del cliente, pues se pretende dar a conocer los servicios del estudio de manera más fácil, esto se logrará de una manera clara, sencilla y que se vea reflejada en la mente del público.



1.7 Conceptos para el diseño

Consola: Es un dispositivo electrónico al cual se conectan diversos emisores de audio, tales como micrófonos, entradas de línea, Samplers, Sintetizadores. De igual manera ayuda a realizar grabaciones o reproducciones.

Música: Con la palabra música se designa a aquel arte de organizar de modo sensible y con lógica la combinación coherente de silencios y sonidos utilizando como parámetros rectores para llevar a cabo y a buen puerto tal actividad los principios fundamentales de la melodía, la armonía y el ritmo, los cuales se verán sujetos e intervenidos, además, por complejos.



Guitarra: La guitarra, también conocida como clásica o española, es un instrumento con cuerdas compuesto por una caja de resonancia, que tiene forma de óvalo estrechado y dispone de un agujero en el centro, cuenta con un mástil, que cuenta con 6 o más cuerdas. Este instrumento realiza melódicos sonidos por lo cual es el más famosos y conocido.

Elegancia: Elegancia es un término muy extendido en el idioma, a grandes rasgos la elegancia es, estilo, buen gusto, moda, etc. Por caso, cabe destacarse, que se trata de un concepto que presenta un uso muy difundido en los ámbitos de la moda y de la decoración de interiores.

Escudo: Cuando se habla de un escudo se entienden dos cuestiones específicas y similares entre sí, aunque compartan la palabra que las designa. Por un lado, un escudo es aquella herramienta de madera, metal o cuero que antaño se utilizaba con una función estrictamente defensiva, es decir, para resguardar la integridad física de aquellas personas que se encontraban en combate. Generalmente era llevado en el brazo izquierdo, ya que el derecho quedaba libre con el objetivo de ejercer el contraataque.



Publico meta y Competencia

2.1 Público meta

Es del público al que diriges tus acciones de comunicación y/o al que quieres venderle tu producto o servicio. Es importante tenerlo claramente definido e identificado para aumentar las posibilidades de acierto en tus acciones de Marketing.

2.2 Nivel socio económico

El nivel socio económico del publico meta esta entre el nivel C-, C, C+ ya que no todas las personas pueden costear la grabación de una canción o un disco.



2.3 Encuesta, formato

Sexo: H) F) Edad: Ocupación: Colonia: Estudio:

1. ¿Qué color identificas cuando se habla de un estudio de música?

- a) Azul
- b) Amarillo
- c) Anaranjado
- d) Rojo
- e) Plateados
- f) Negro
- g) Blanco

2. ¿Qué elementos asimilas cuando se habla de un estudio de música?

- a) Guitarra
- b) Batería
- c) Bajo
- d) Flauta
- e) Consola
- f) Micrófonos

3. ¿Para qué algo llame tu atención tiene que ser sencillo o con muchos elementos?

- a) Sencillo
- b) Con muchos elementos

4. ¿Si nunca has visitado un estudio de música y no conoces su servició, que debería tener para que confíes en el?

- a) Criticas
- b) Popularidad en sus redes sociales
- c) Que tenga una imagen corporativa

5. ¿Cuál sería la razón por la que no irías a un estudio de música sin conocer los servicios?

- a) Mala presentación
- b) Contenido visual insuficiente
- c) Mala reputación

6. ¿Un establecimiento de este tipo tiene que tener tarjetas de presentación, folders, hojas membreadas, para que confíes en su prestigio?

- a) Si
- b) No

7. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar para que un estudio te grabara una canción?

- a) \$500 a 1000
- b) \$1000 a 1500
- c) \$1500 a 2000

8. ¿Cuánto estas dispuesto a pagar por la producción de todo un disco?

- a) \$1500 a 2000
- b) \$2500 a 3000
- c) \$3000 a 3500
- d) \$4000 a 4500

9. ¿Qué tipografía identificas con un estudio de música?

- a) Diseño
- b) Diseño

2.4 Tablas y graficas

Tabla de resultados

1. ¿Qué color identificas cuando se habla de un estudio de música?

Respuestas	Azul	Amarillo	Anaranjado	Rojo	Plateados	Negro	Blanco
N.ºPersonas	9	7	6	6	17	30	28

2. ¿Para qué algo llame tu atención tiene que ser sencillo o con muchos elementos?

Respuestas	Sencillo	Con muchos elementos
N.ºPersonas	38	12

3. ¿Qué elementos asimilas cuando se habla de un estudio de música?

Respuestas	Guitarra	Batería	Bajo	Consola	Microfono
N.ºPersonas	12	10	7	22	31

4. ¿Si nunca has visitado un estudio de música y no conoces su servicio, que tendría que tener para que confíes en el?

Respuestas	Criticas	Popularidad	Imagen Corporativa
N.ºPersonas	20	25	31

5. ¿Cuál sería la razón por la que no irías a un estudio de música sin conocer los servicios?

Respuestas	Mala presentación	Contenido visual insuficiente	Mala reputación
N.ºPersonas	22	23	26

6 ¿Un establecimiento de este tipo tiene que tener tarjetas de presentación, folders, hojas membretadas, para que confíes en su prestigio?

Respuestas	Si	No
N.ºPersonas	42	8

7 ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar para que un estudio te grabara una canción?

Respuestas	\$500 a 1000	\$1000 a 1500	\$1500 a 2000
N.ºPersonas	10	32	8

8 ¿Cuánto estas dispuesto a pagar por la producción de todo un disco?

Respuestas	\$1500 a 2000	\$2500 a 3000	\$3000 a 3500	4000 a 4500
N.ºPersonas	10	25	12	3

9 ¿Qué tipografía identificas con un estudio de música

Respuestas	Diseño	Diseño	Diseño	Diseño
N.ºPersonas	12	5	27	6

Gráficas

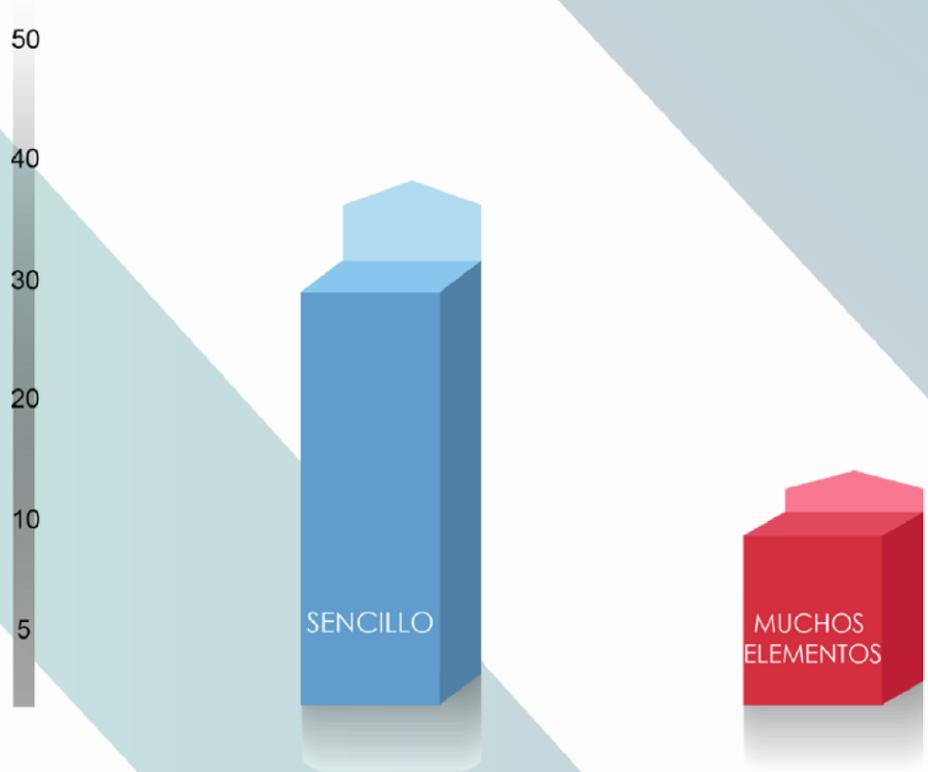
1. ¿Qué color identificas cuando se habla de un estudio de música?



2. ¿Qué elementos asimilas cuando se habla de un estudio de música?



3. ¿Para qué algo llame tu atención tiene que ser sencillo o con muchos elementos?



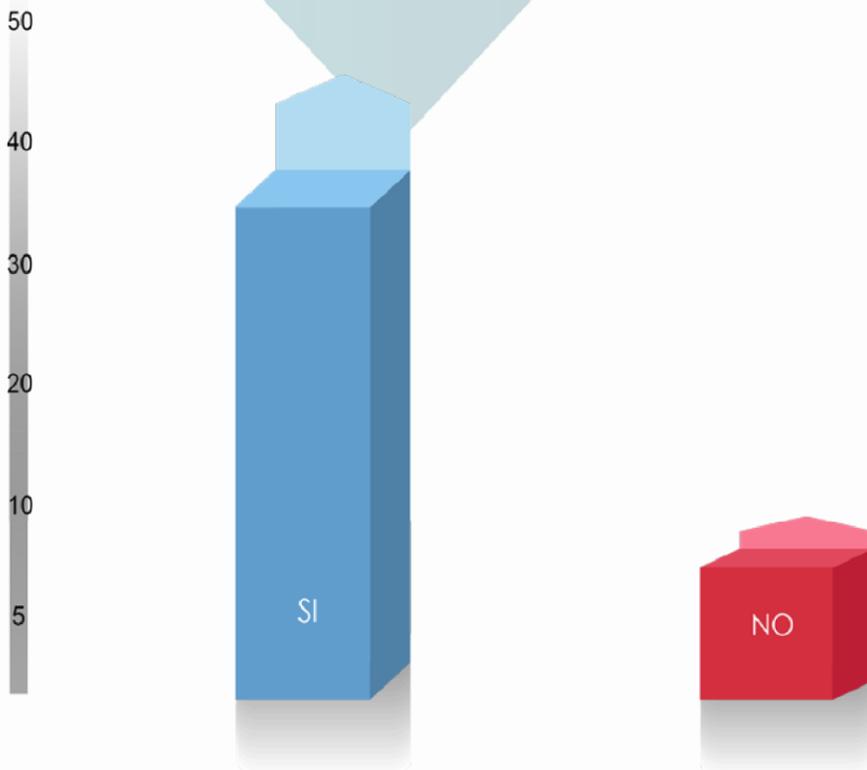
4. ¿Si nunca has visitado un estudio de música y no conoces su servicio, que tendría que tener para que confíes en él?



5. ¿Cuál sería la razón por la que no irías a un estudio de música sin conocer los servicios?



6. ¿Un establecimiento de este tipo debe tener tarjetas de presentación, folders, hojas membretadas, para que confíes en su prestigio?



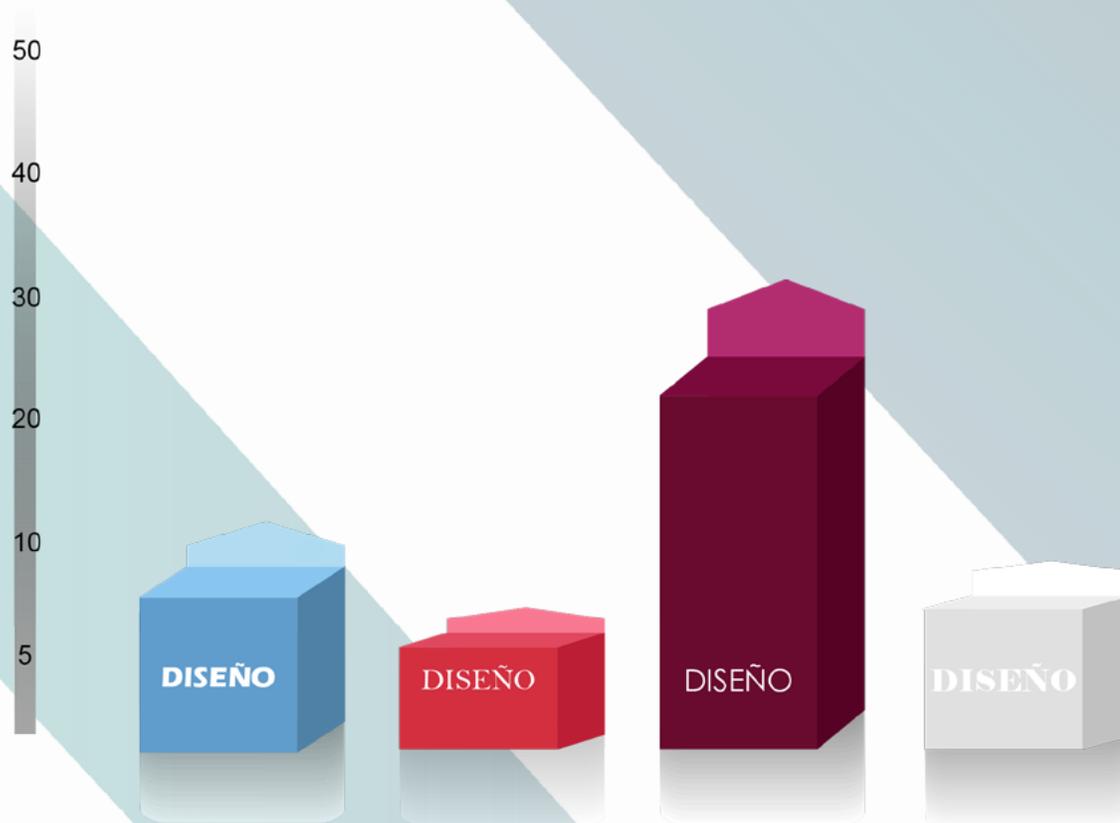
7. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar para que un estudio te grabara una canción?



8. ¿Cuánto estas dispuesto a pagar por la producción de todo un disco?



7. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar para que un estudio te grabara una canción?



2.5 Conclusiones de encuestas

Las preguntas fueron realizadas a 50 personas con nivel socioeconómico diferente y edades entre los 18 y 45 años, con el fin de tener diferentes perspectivas en cuanto a los colores los cuales según las estadísticas fueron azul, negro y blanco, además de entender que la guitarra y consola son elementos con los que se identifica más a un estudio de música, contemplando que el uso de una buena imagen corporativa el cliente le tiene más confianza al establecimiento, los encuestados aclararon que una tarjeta debería tener detalles del contacto, claro y sencillo, por último, no estarían dispuestos a pagar más de 4000 pesos por un servicio del estudio de música.



2.6 Competencia directa y competencia indirecta

La competencia directa son los negocios que venden un producto o servicio igual o casi igual a otro negocio, estos se venden en el mismo mercado. La competencia indirecta está formada por todos los negocios que buscan satisfacer las mismas necesidades de diferente forma y con productos sustitutos.

2.7 Competencia directa análisis

Competencia directa



Orange Recording Studio

Indianapolis 7, Nápoles, 03810 Ciudad de México, CDMX

Orange es un Estudio de Grabación Digital, que cuenta con las condiciones, el equipo y la preparación necesaria para realizar proyectos que van desde una narración, hasta una elaborada producción discográfica.

Color	Tipografía	Forma	Pragmancia	Semantica	Sintaxis	Pragmatica	Proxemica
+	+/-	+/-	+/-	+	+/-	+/-	+/-

Competencia directa



Estudio 13

Parque del Conde 24, San José Insurgentes,
03900 Ciudad de México, CDMX

Podemos trabajar en conjunto para lograr el sonido que quieres, desde arreglos y recomendaciones hasta una producción completa de tus obras.

Color	Tipografía	Forma	Pragmancia	Semantica	Sintaxis	Pragmatica	Proxemica
+/-	+	+/-	+/-	-	+/-	+	+/-

Competencia directa



Grabaciones amigo

Canahutli 90, Coyoacán, Santo Domingo, 04369
Ciudad de México, CDMX

Grabaciones Amigo, Un estudio de Audio y Video Profesional, Al sur de la Ciudad de México.

Color	Tipografía	Forma	Pragmancia	Semantica	Sintaxis	Pragmatica	Proxemica
-	-	-	+/-	-	+/-	+	-

2.8 Competencia indirecta análisis



CRP Studios (CDMX)

Cedros, Atlamaya, 01760 Ciudad de México, CDMX

Grabaciones Amigo, Un estudio de Audio y Video Profesional, Al sur de la Ciudad de México.

Color	Tipografía	Forma	Pragmancia	Semantica	Sintaxis	Pragmatica	Proxemica
-	-	+/-	+/-	-	+/-	+/-	-

Competencia indirecta



Rec Música Centro de Estudios Musicales

Uruapan 7, Roma Nte., 06700 Ciudad de México, CDMX

Instituto de Educación Superior de Música @ Ciudad de México. Estudios con reconocimiento de la SEP.

Color	Tipografía	Forma	Pragmancia	Semantica	Sintaxis	Pragmatica	Proxemica
+/-	+/-	+/-	+/-	-	+/-	+/-	+/-



Pop REC

5 de Febrero 580, Álamos, 03400 Ciudad de México, CDMX

Sello discográfico con estudio de grabación, producción musical, maquila y venta digital.

Color	Tipografía	Forma	Pragmancia	Semantica	Sintaxis	Pragmatica	Proxemica
-	-	+/-	-	-	+/-	+/-	-

RANGOS DE EVALUACIÓN

- 5- EXCELENTE
- 4- BUENO
- 3- REGULAR
- 2- MALO
- 1- NULO

Competencia directa Estudio	Nivel Próximico	Nivel Pragmático	Nivel Pragmático	Nivel Sintáctico	Color	Tipografía
	4	3	3	3	4	2
	2	3	3	2	4	2
	3	2	2	2	1	1
Competencia indirecta Estudio	Nivel Próximico	Nivel Pragmático	Nivel Pragmático	Nivel Sintáctico	Color	Tipografía
	2	3	2	3	4	2
	4	3	3	4	4	4
	3	3	4	4	3	3

CAPITULO 3

Identidad visual corporativa

3.1 Diseño

El diseño es un proceso mental, el cual busca soluciones en cualquier campo, utilizando el contexto de la ingeniería, industria, arquitectura, comunicación entre otras disciplinas creativas.

3.2 Diseño y comunicación visual

Es una profesión que consiste en realizar comunicación visual destinada a transmitir mensajes específicos. Esta actividad ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas. También se conoce con el nombre de diseño gráfico.

3.3 Ícono, Símbolo e índice

Ícono: Se trata del signo que, a través de una relación de semejanza, puede representar un cierto objeto. Por ejemplo: el dibujo de una curva en un cartel señala que el conductor de un vehículo se encontrará, a una cierta cantidad de metros, con una curva en la carretera.

En concreto podemos establecer además que, de manera coloquial y en nuestro día a día, hacemos uso del término ícono como sinónimo de símbolo.

Símbolo: Se llama símbolo a una imagen diseñada y utilizada para identificar convencionalmente algo en particular. Puede tratarse de un producto, marca o empresa; también de un lugar, como el baño de hombres, el de mujeres, un hospital, o una situación, por ejemplo, la indicación de una ruta sinuosa, cruce de animales, etc.

Dentro de los símbolos pueden mencionarse las señales de tránsito, que se diseñaron para ser interpretadas por todas las personas que viven en una comunidad donde tanto el conductor como el peatón deben tener ciertos cuidados y conocer las reglas propias del lugar

Logotipo: El logotipo se define como un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas

Índice: El índice es un signo que se opone al ícono y al símbolo por ciertas características de semejanza y de convención social respectivamente.

El índice debe entenderse como un hecho inmediatamente perceptible que nos da a conocer algo respecto de otra cosa que no es

3.4 Identidad visual corporativa

La identidad corporativa se podría definir como la unión de los diferentes elementos que una empresa, una marca o una compañía utiliza para distinguirse del resto.

Entre estos elementos se podrían destacar el logotipo o el merchandising, pasando por elementos más complejos, como la forma de actuar, de negociar o de responder a ciertos eventos.

Estos conjuntos de elementos hacen lo que es la identidad corporativa y dicha identidad, además, es compartida por todos los miembros que trabajan en la empresa y, además, sirve para identificarla del resto de empresas del mercado.

3.5 Imagen Corporativa

La imagen es la representación, la figura de algo o alguien, en tanto, por corporativa se llamará a todo aquello inherente o propio de una organización pública o privada, que disponen de diversos fines, siendo en el caso privado la comercialización de productos y servicios la más corriente.

3.6 Logotipo, Isotipo, Imagotipo, Isotipo



Isologotipo

Un isologotipo (coloquialmente conocido como logo) es un elemento gráfico o verbal (visual o auditivo) que sirve a una persona, empresa, institución o producto para representarse. Los isologotipos suelen encerrar indicios y símbolos acerca de quienes representan.



Imagotipo

Un imagotipo es un conjunto icónico-textual en el que texto y símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado.



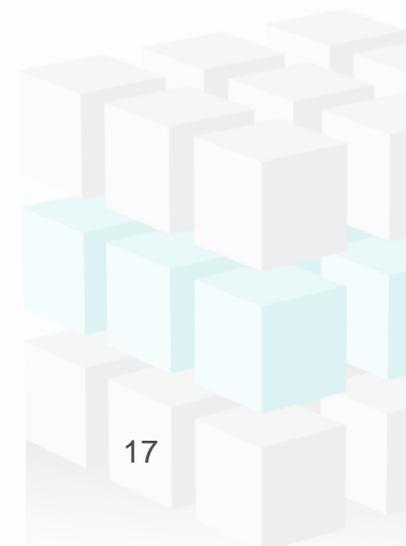
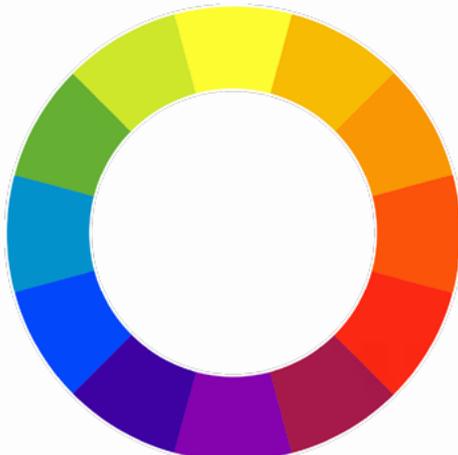
Isotipo

Es la representación de una marca cuando se compone sólo de una imagen. No hay tipografía, no lo puedes leer, aunque sí puedas entender qué representa el diseño.



3.7 Color

El color es una sensación que producen los rayos luminosos en los órganos visuales y que es interpretada en el cerebro. Se trata de un fenómeno físico-químico donde cada color depende de la longitud de onda.



Color

Connotaciones

Negro

Aunque el negro no es un color, sino más bien es la ausencia de luz, es importante revisar sus connotaciones y denotaciones.

Al ser el opuesto del blanco, funciona como contraste de todos los colores claros, y asocia todos los valores contrarios a los del blanco. Puede ir desde las asociaciones más tenebrosas o fúnebres a las combinaciones más elegantes. Es un color que siempre contrasta bien con otros colores. Denota ausencia, seriedad, estatus, firmeza, fuerza, elegancia, luto. Se lo asocia con valores negativos como la lista negra, el mercado negro, la oveja negra de la familia.



Connotaciones positivas:

Color símbolo de la oficialidad y elegancia. Connota responsabilidad y decoro. Cuando se emplea en espacios pequeños, este tiene la cualidad de crear brillo a los colores cálidos y claros, particularmente actúa como color de fondo.

Connotaciones negativas:

De manera negativa denota misterio la tristeza, el reposo y la pena. Es relacionado con el silencio, el vacío negativo y lo infinito. Es un color que evoca la muerte el miedo, la desolación, lo impuro, lo maligno.
muerte el miedo, la desolación, lo impuro, lo maligno.

Rojo

Es un color juvenil, elegante cuando es oscuro, es asociado al planeta Marte, rojo es el color de la guerra y la revolución.

Denota Peligro, alarma, pasión, fuerza, vida, sexo, violencia, amor, alegría, pasión, fuerza, Corazón, la carne, lujuria, rabia, pasión, el crimen, la emoción, fuerza Fuego y calor

Asociado directamente con la sangre, el coraje, la aristocracia, la nobleza y rango.



Connotaciones positivas:

Es un color que denota movimiento y vitalidad, además temperaturas altas, provocativos, excitante, dinámico.

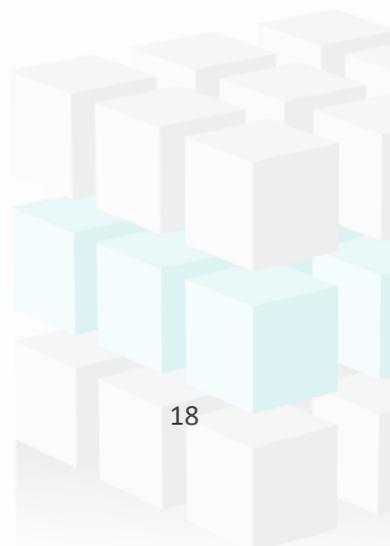
El color es emotivo, capta tensión, ejerce un mayor impacto emocional, se utiliza para las señales de peligro, riesgo, advertencia y temor

Connotaciones negativas:

Disputa, desconfianza, crueldad, crimen, lujuria y rabia.

Los diseños grandes que utilizan este color pueden parecer diseños violentos, frenéticos y agresivos.

Hay que tener cuidado ya que en gran cantidad puede ser sobre estimulante e inoportunos, empalagosos e irritantes.



Blanco

El color no se considera un color, sino más bien representa la luz, este connota la nieve, hielo y las nubes



Connotaciones positivas:

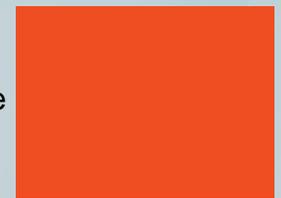
Indica inocencia, divinidad, pureza, armonía, limpieza, salud, maternidad y virginidad, se usa para denotar pureza y tranquilidad, frecuente mente se refuerza con el uso del estilo minimalismo

Connotaciones negativas:

Este transmite soledad o frialdad, aislamiento, con la nada y la inmadurez

Naranja

Es un color muy utilizado para avisos de comidas ya que invitan al deseo, trasmite energía, alegría, euforia, felicidad atracción, creatividad.



Connotaciones positivas

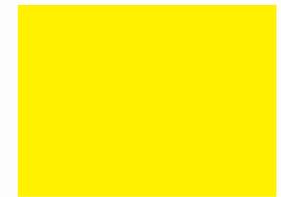
Este color representa el sol fuego, llamas además de los colores de otoño, trasmite energía, alegría, euforia, felicidad atracción, creatividad.

Connotaciones negativas

Es un color que puede crear impresión agresiva o de acción, cuando se utiliza el color en tonalidades más oscuras representa engaño y desconfianza.

Amarillo

Es el color de la vitalidad extrema, ya que se refiere a la elegancia solar, la luz, es incandescente, es el color de la energía del ser humano es el color de la vida, representa creatividad, el poder, la verdad, felicidad, sabiduría, oro. Simboliza la inteligencia, intelectualidad, la fuerza, y el buen humor.

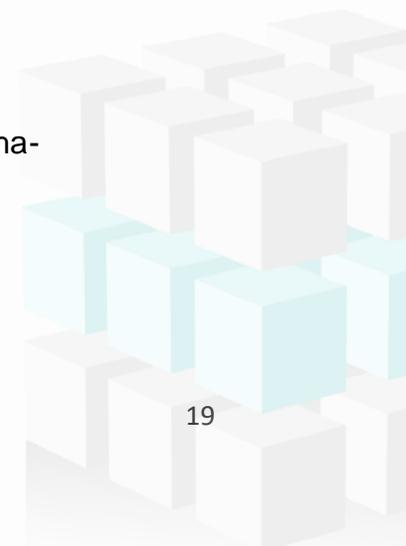


Connotaciones positivas:

Es conocido como el color de la alegría, la felicidad, ciencia, el conocimiento, creatividad y comprensión, es el color más reflectivo de la gama cromática.

Connotaciones negativas:

Por otra parte, este color connota hostilidad, traición, arrogancia y cobardía. Es utilizado para representar enfermedades y cuarentena, también es utilizado al hacer referencia al peligro y riesgo



Azul

Es un color juvenil, este color representa el planeta tierra, el agua, la profundidad e inmensidad del océano, connota el espíritu, limpieza, la inmortalidad, fe, sabiduría.

Connotaciones positivas

Es el color de la simpatía, la amistad y confianza, de le relaciona con el cielo y por eso es un color divino, de lo eterno y la paz.

Es el color principal de las cualidades intelectuales, de la inteligencia, ciencia y fantasía, este denota tranquilidad, tiene un efecto calmante y rebaja la presión sanguínea.

Connotaciones negativas:

Se le relaciona con la desesperación, fanatismo e intolerancia, con efectos luminosos se lleva fácil a relacionarlo con la duda, tristeza y melancolía.

Púrpura

Este connota realeza, dignidad, ostentación, el alto rango de los reyes, inspira respeto por lo cual se le relaciona con el duelo y la seguridad.

Connotaciones positivas

Color muy delicado y fresco a comparación de los otros colores, es relacionado con los sentimientos, la intimidad, espiritualidad, experiencia y la magia, es de los colores menos naturales.

Connotaciones negativas:

Es un color peligroso ya que como se ha mencionado es relacionado con los duelos, dolor, tristeza y la aflicción al igual que el negro.

Verde

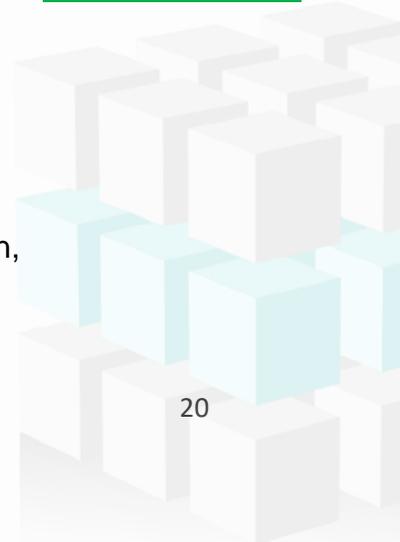
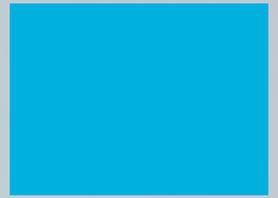
Este es un color con connotaciones positivas y negativas, por ejemplo es un color relacionado con la naturaleza, pero de misma manera hace recordar la guerra o acciones tácticas ya que es un color relacionado con el uniforme de los soldados.

Connotaciones positivas:

Color denotado con la vida, el renacimiento de la primavera, simboliza la esperanza, fe y tranquilidad, se le relaciona con la estabilidad y seguridad.

Connotaciones negativas:

Es relacionado con el veneno, la inmadurez, de la decadencia, moho, corrupción, es un color físicamente ajeno a los seres humanos.



Gris

Este es un color neutral con casi todos los colores, este evoca a los días grises, las telarañas, polvo y la guerra.

Connotaciones positivas:

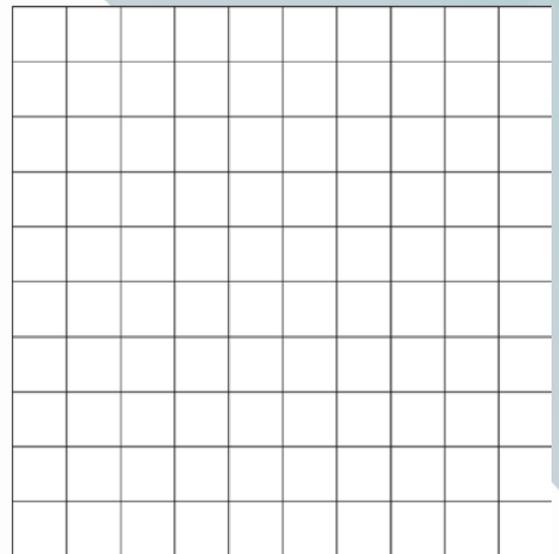
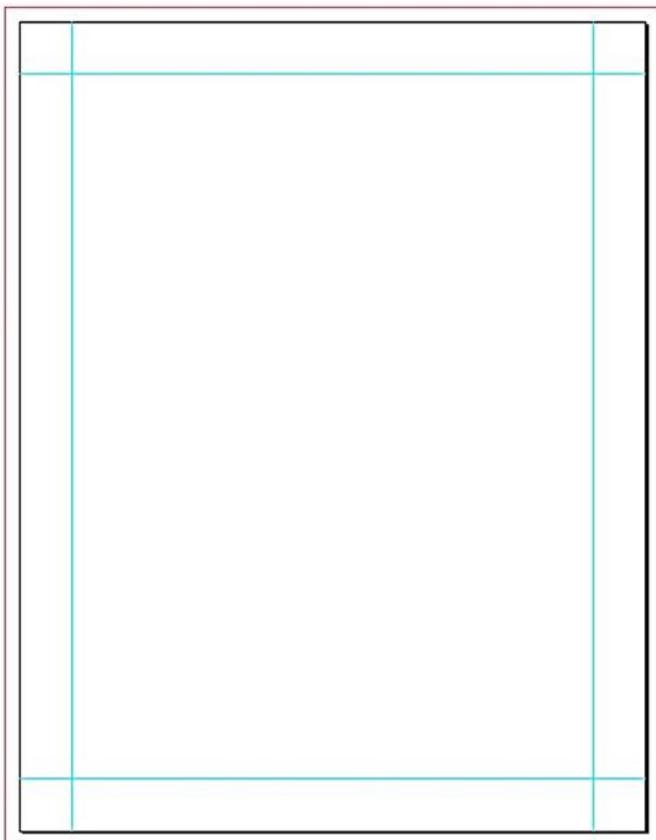
Es un color equilibrado, genera paz, elegancia, inteligencia, es un color masivo, mecánico y metálico.

Connotaciones positivas:

Simboliza indecisión, bipolaridad, melancolía resignación. Inseguridad, timidez, mediocridad, este expresa duda e inseguridad.

3.8 Retícula

La retícula como herramienta para el diseño surgió en la antigüedad. Los pintores, los escultores y los arquitectos tomaban como base el llamado número áureo para mantener las proporciones y la armonía. De esta forma, apelando a líneas perpendiculares y paralelas, trazaban una retícula que guiaba el desarrollo posterior de la obra.



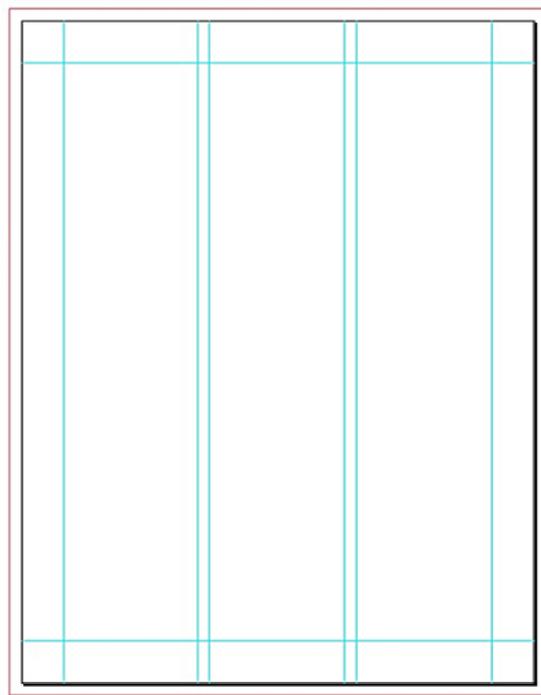
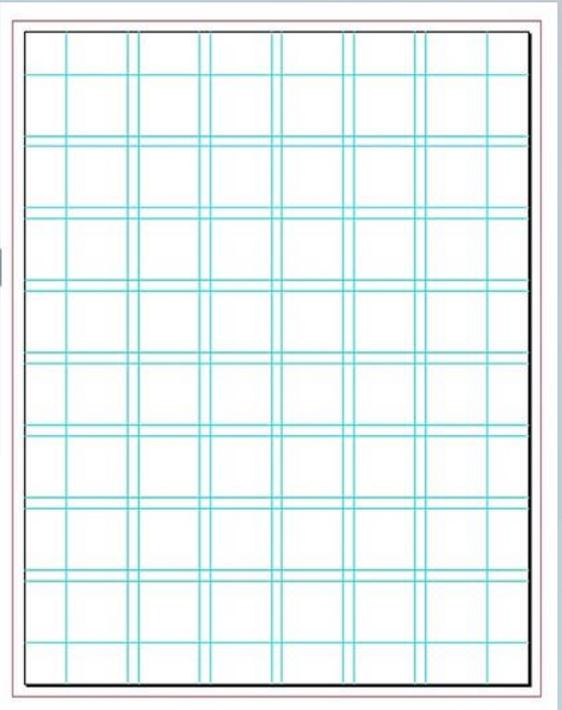
Tipos de retículas

Reticula de una columna

Este tipo de retícula se utiliza para presentar textos largos y continuos, un claro ejemplo puede ser un libro, tiene márgenes amplios, el objetivo principal es transmitir calma y tranquilidad para hacer más fluida la lectura.

Retícula modular

Está compuesta por módulos del mismo tamaño, Esta retícula nos ayuda a tener más flexibilidad y movilidad para la estructura del contenido, ofrece ilimitadas posibilidades para el acomodo de formularios o programaciones.



Retícula de columnas

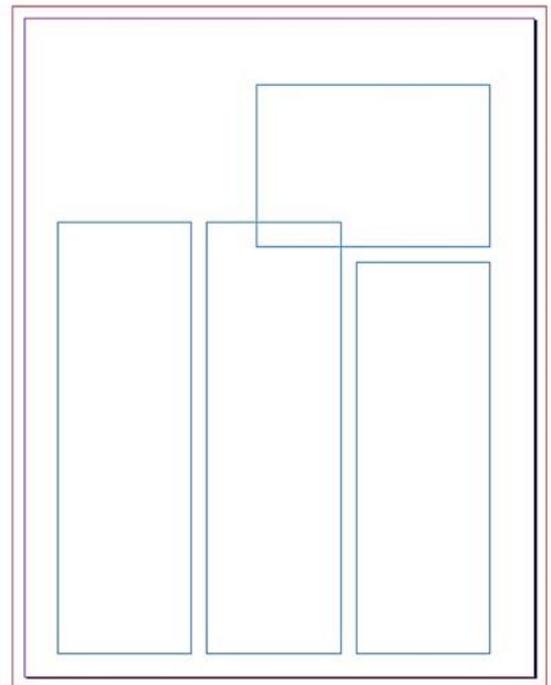
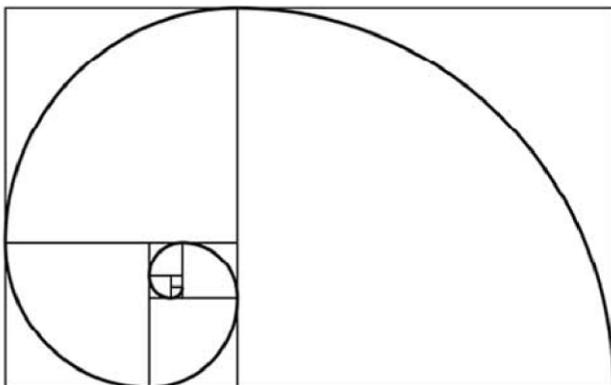
La retícula de columnas ofrece bastante flexibilidad y versatilidad, ya que se puede destinar estas columnas para diferentes tipos de contenido, por ejemplo, para imágenes, texto, titulares, cuando es mucha la información que se pretende trabajar el número de columnas aumentará.

Retícula jerárquica

Esta retícula descompone la zona en columnas horizontales, o verticales, de tal forma que hace una retícula informe de arriba hacia abajo.

Sección aurea

La podemos llamar, entre otros, sección áurea, divina proporción, razón dorada, número áureo, etc, esta también es muy utilizada para el acomodo de portadas o bien elementos gráficos, o incluso para hacer márgenes.



3.9 Tipografía

Se conoce como tipografía a la destreza, el oficio y la industria de la elección y el uso de tipos (las letras diseñadas con unidad de estilo) para desarrollar una labor de impresión. Consiste en la actividad que se encarga de todo lo referente a los símbolos, los números y las letras de un contenido que se imprime en soporte físico o digital.

Familias tipográficas

Romanas

Este tipo de familia tipográfica esta influenciada por la caligrafía humanista del siglo XV, en donde los pies de la letra se tallaban para que la piedra se asomara en los ángulos. Las fuentes Romanas son regulares, y tienen una gran armonía y proporción, tienen un fuerte contraste entre los elementos rectos y curvos.

ABC

Transición

Esta surge en el siglo XVII y muestra la evolución de los tipos romanos antiguos y los modernos, con marcada tendencia a modular más las astas y a contrastarlas con los remates, que dejan la forma triangular para adoptar la cóncava o la horizontal, presentando una gran variación entre trazos.

ABC

Modernas

Derivada de la antigua. Son caracteres rígidos, de gracia recta y de asta muy contrastada.

ABC

Mecanos

Este es un grupo asilado que no tiene semejanza con el resto de tipo de ramos con remate, no tienen modulación ni contraste

ABC

Incisas

Es otro grupo aislado dentro de las romana, son letras en la tradición romana más antigua, ligeramente contrastadas y de rasgo adelgazado, sus pies abocinados sugieren, tal como ocurre con las serif, una línea imaginaria de lectura.

ABC

Palo seco

Este tipo de fuentes de caracterizan por reducir los caracteres a su esquema esencial. Las mayúsculas se vuelven a las formas fenicias y griegas y las minúsculas están conformadas a base de líneas rectas y círculos unidos, reflejando la época en la que se realizan, la industrialización y el funcionalismo.

ABC

Lineales

Son formales por el tipo de grosor y trazo uniforme, estas no tienen contraste ni modulación, admiten familias larguísimas, con numerosas variantes, un defecto de esta es su legibilidad ya que suele ser mala en texto corrido.

ABC

Rotuladas

Las fuentes rotuladas advierten más o menos claramente el instrumento y la mano que los creó, y la tradición caligráfica o cursiva en la que se inspiró el creador.

ABC

Caligráficas

Una familia de gran alcurnia y nobleza, actualmente arruinada. Este tipo caligráfico se encuentra representada a pluma y pincel, Forman parte también de los tipos de letra manuscritos o caligráficos la del tipo Mistral.

ABC

Góticas

De estructura densa, composición apretada y verticalidad acentuada, manchan extraordinariamente la página. Además, no existe conexión entre letras, lo que acentúa más su

ilegibilidad. **ABC**

Cursivas

Suelen reproducir escrituras a mano, más o menos libres. Estuvieron de moda en los años 50 y 60, y actualmente se

detecta cierto resurgimiento. *ABC*

Decorativas

Estas fuentes no fueron concebidas como tipos de texto, sino para un uso esporádico y meramente decorativo.

ABC

Fantasía

Similares en cierto modo a las letras capitulares iluminadas medievales, resultan por lo general poco legibles, por lo que no se adecuan en la composición de texto y su utilización se circunscribe a titulares cortos.

ABC

Época

Estas siguen una época, una moda o cultura, contienen trazos sencillos y equilibrados, casi siempre uniformes. Muy utilizados en la realización de rótulos de señalización de edificios y anuncios exteriores de tiendas.

ABC

CAPITULO 4

4.1 Componentes verbales

Los Componente verbal mas adecuado para la elaboración del diseño fueron la música ,estudio profesional de música y escudo, estas palabras se utilizaron en las encuestas y son conceptos visuales que se pueden relacionar entre sí, además fueron funcionales para la realización de bocetos y para encontrar un diseño definitivo, estas son representadas en las siguiente tabla.

4.2 Tabla de pertenencia

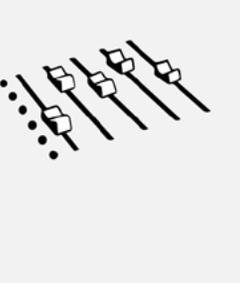
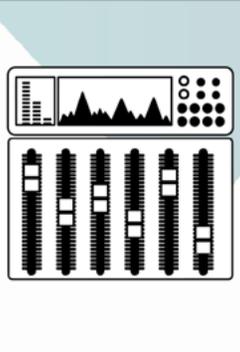
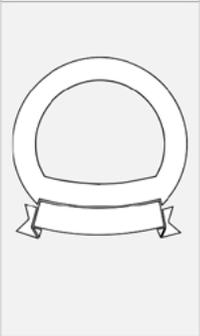
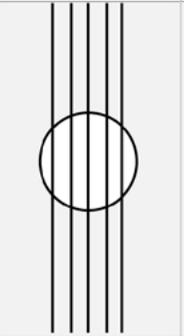
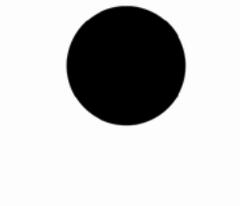
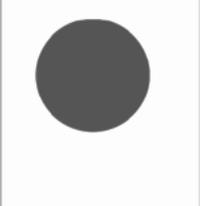
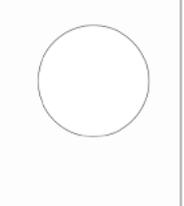
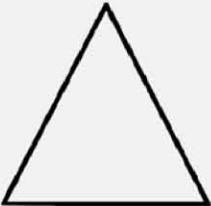
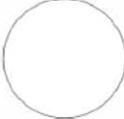
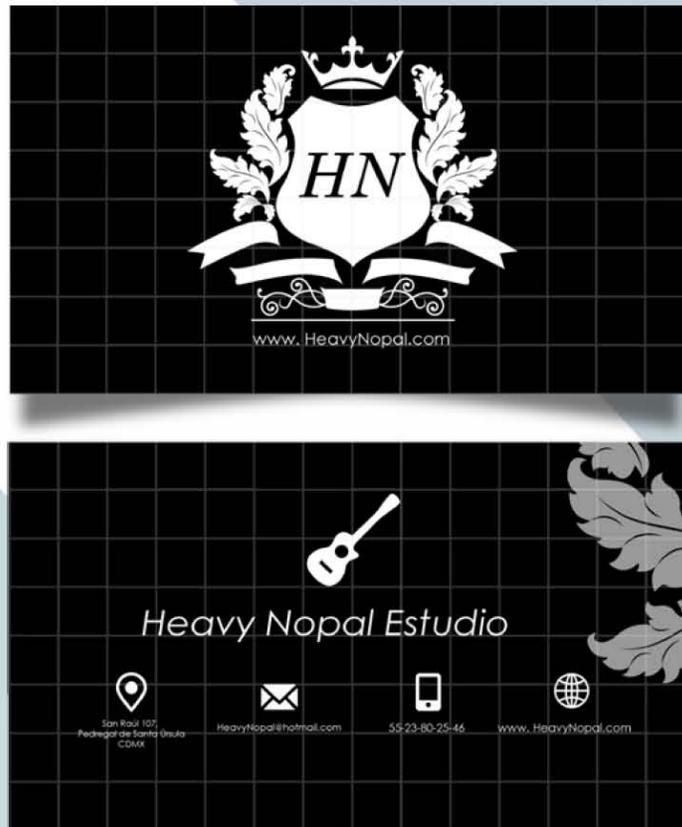
Concepto	Consola	Escudo	Guitarra	Música	Elegancia
Icono					
Símbolos					
Índice					
Color					
Tipografía	Serif	<i>Sans Serif</i>	Sans Serif	<i>Manuscrita</i>	

Tabla de valores

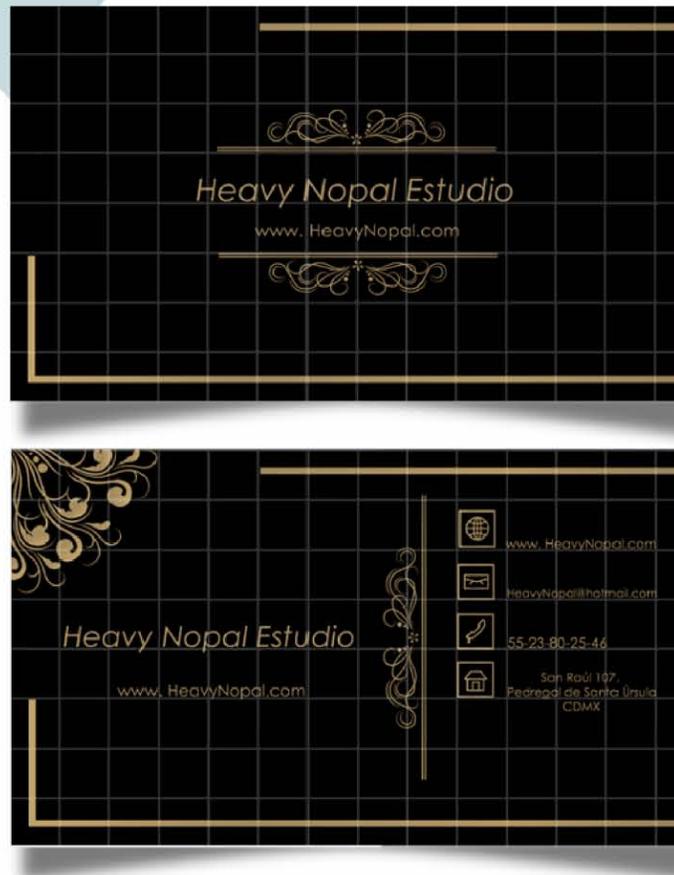
Concepto	Respeto	Responsabilidad	Tolerancia	Seguridad
Icono				
Simbolo				
Indice				
Color				
Tipografía	Serif	<i>Sans Serif</i>	Sans Serif	<i>Manuscrita</i>

4.3 Bocetos de tarjeta de presentación

Boceto 1



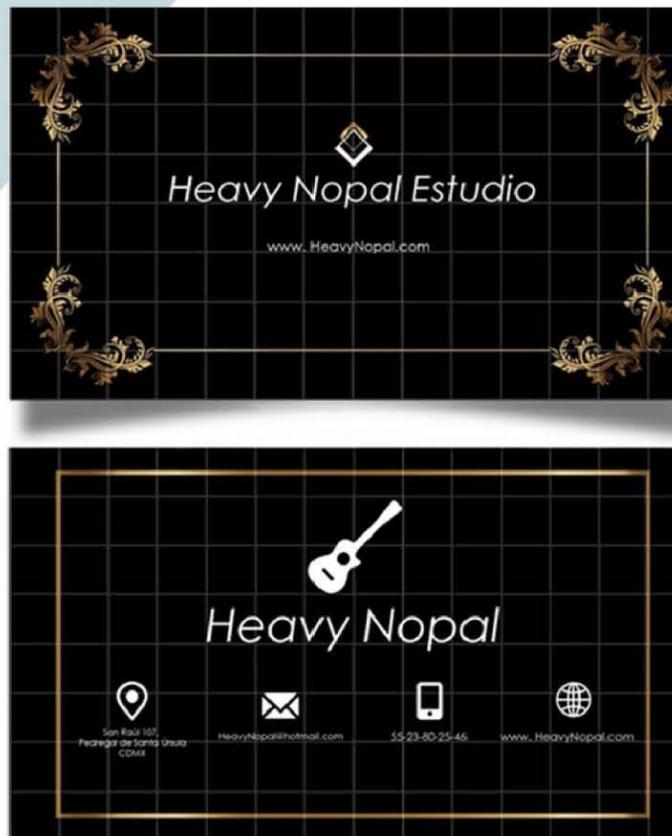
Boceto 2



Boceto 3



Boceto 4



Boceto 3

Diseño para trabajar



Propuesta final 1

Justificación

Todos los diseños de la propuesta elegida por el cliente tienen una retícula modular para así colocar toda la información y los elementos de diseño de una manera equilibrada.

En esta propuesta de diseño se le cambió la paleta de colores a solo blanco y negro para así contrastar los elementos gráficos y conservar el estilo de la banda, además de poner una barra blanca de bajo del nombre del estudio para darle más estabilidad, por otra parte, la franja detrás de la tarjeta está inclinada para darle dinamismo y movimiento.



Propuesta final 2

Justificación

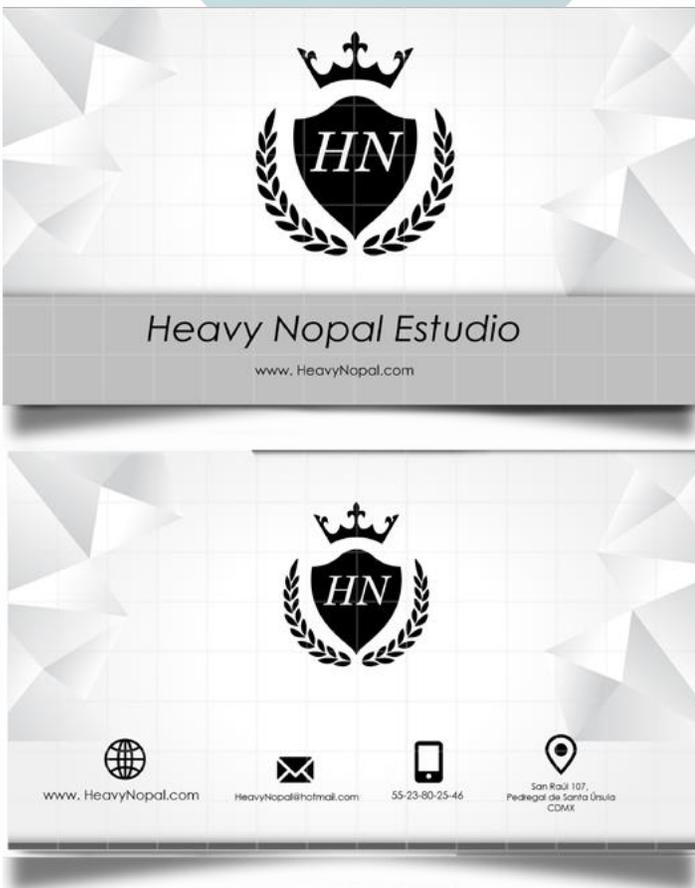
Esta propuesta es similar al primero, pero en este caso se utilizan grises, negro y blanco, todos los elementos gráficos contrastan con el fondo, esto para darle más elegancia y seriedad al diseño de la tarjeta, el logo se respeta, pero en este no se usa el color dorado.



Propuesta final 3

Justificación

En esta última propuesta se realizó un gran cambio, por la petición del cliente, el fondo cambia por completo con figuras geométricas con tonos claros y plateados, además de tener figuras geométricas, los elementos gráficos y el logotipo con color negro para así contrastar con el fondo.

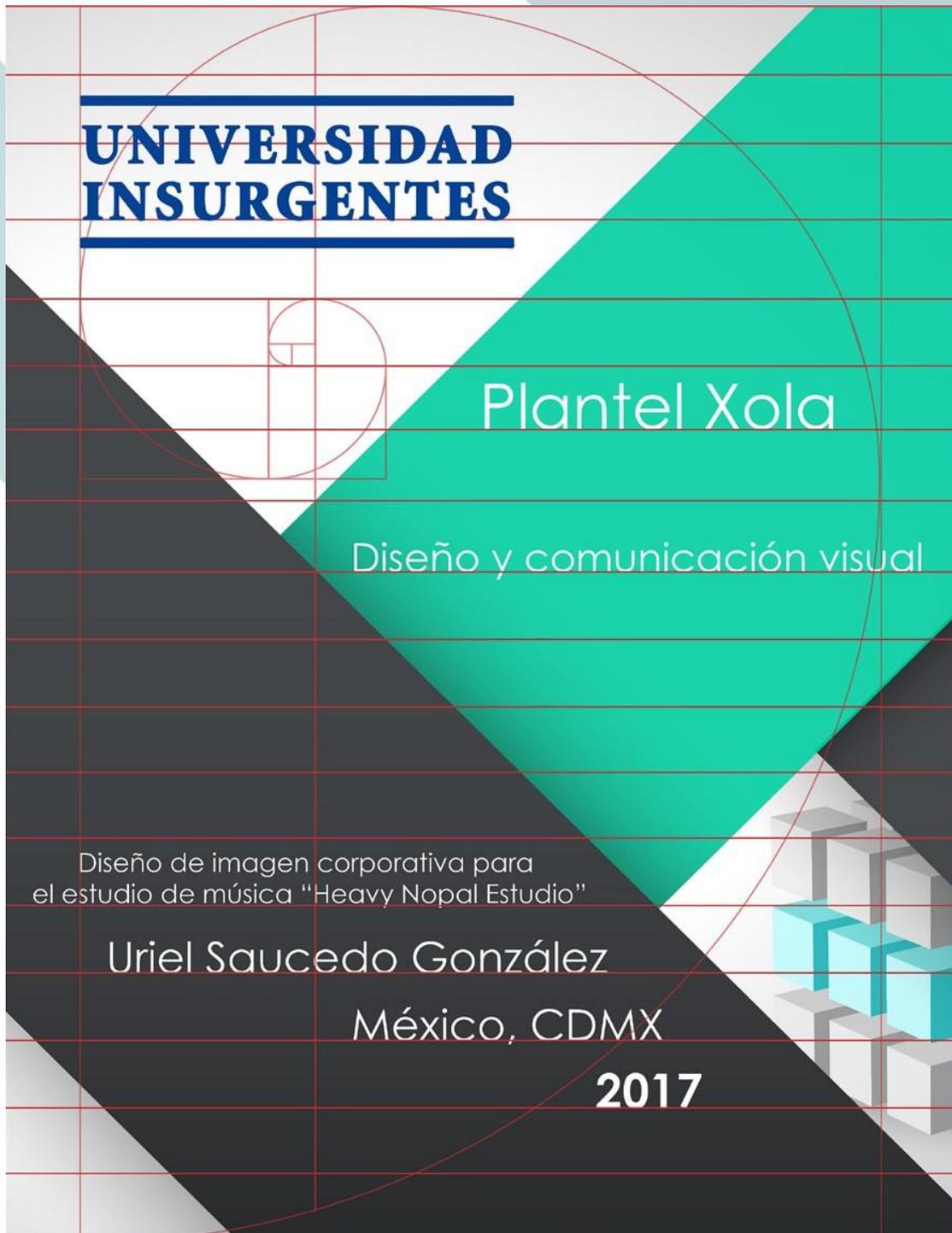


4.4 Diseño Portada

Justificación

Para reticular la portada no se utilizó una retícula en partícula, solo se dividió en segmentos iguales de manera horizontal, para así colocar de mejor manera la información.

Se usó la sección urea, la cual tuvo la función de definir los espacios de la información, además de definir el fondo y los márgenes, en el fondo se consideraron escalas grises y blanco, se le otorgo dinamismo y actividad con los elementos geométricos que lo componen.





La retícula equivale a una hoja del marco que rodea el escudo.

Contenido de la imagen, Hoja membretada, lápiz, pluma, agenda, sobre, tarjetas de presentación, fondo de celular, cuaderno, memoria USB, agarra papeles y gomas.

4.5 Aplicacion



4.6 Cotización

Gastos al año

Amortizaciones: 1000 al mes, 12,000 al año
Telmex, internet: 500 al mes 6000 al año
Luz : 800 al mes, 9600 al año
Gas: 600 al mes, 7200 al año
Agua: 300 al mes, 3600 al año
Alimentos: 3,500 al mes, 42,000 al año
Transporte 400 al mes : 4800
Paquetería Adobe: 1000 la mes al año: 12,000
Total al año: 97,200

Formula

Salario al mes $8,500 \times 12 = 102,000 + 97,200 = 199,200 / 1840 = 108.26$, aumentando el 40%

$108.26 \times 40 / 100 = 43.30 + 108.26 = 151.30$

151.30 por hora

Horas de trabajo

Entrevista 2 horas
Investigación 50 horas
Proceso de conceptualización 5 horas
Digitalización 3 horas
Dummy 3 horas
Segunda entrevista 2 horas
Correcciones 2 horas
Entrevista final 1 hora
Entrega del proyecto 2 horas
70 horas

Total por el proyecto: 10.591

Aplicaciones

1000 tarjetas de presentación x 381 pesos
Tipo de papel couché mate 350gr
Impresión frente y vuelta
Acabado laminado mate frente y vuelta
500 Hojas membretadas x 400 pesos
Tipo de papel couché mate 90gr
Impresión frente y vuelta
Acabado Estándar barniz de protección
500 Sobres x 325 pesos
Tipo de papel couché 350 gr
Impresión frente y vuelta
Acabado Estándar barniz de protección
20 memorias con impresión x 1,500 pesos
100 plumas negras sublimadas x 1,200 pesos
100 lápices negros con etiqueta x 800 pesos
20 Cuadernos personalizados media carta x 1,800 pesos
100 hojas interiores impresas por ambos lados B/N
Tipo de papel 75 gr
Portada y contra portada a color, impresas sobre cartulida
Acabado en poliéster brillante
10 agendas personalizadas de media carta x 1500 pesos
100 Clip Binder Sujeta Papeles sublimado x 200 pesos

Total: 8,106 pesos

BIBLIOGRAFÍA

Respeto

Venemedia. (2014). Respeto . 2017. de <http://conceptodefinicion.de/> Sitio web: <http://conceptodefinicion.de/respeto/>

Honestidad

definicionabc.com .(2007). Honestidad . 2017. de <http://conceptodefinicion.de/>. Sitio web: <https://www.definicionabc.com/general/honestidad.php>

Tolerancia

significados.com. (2007). Tolerancia . 2017. de <https://www.significados.com/>. Sitio web: <https://www.significados.com/tolerancia/>

Seguridad

Venemedia. (2014). Seguridad . 2017. de <http://conceptodefinicion.de/> Sitio web: <http://conceptodefinicion.de/seguridad/>

Consola

Wikipedia®. (2014). Consola. 2017. de Wikipedia. Sitio web: <https://es.wikipedia.org/wiki/consola>

Música

Venemedia. (2014). Música. 2017. de <http://conceptodefinicion.de/> Sitio web:<http://definicion.de/musica/>

Guitarra

definicionabc. (2014). Guitarra. 2017. de <https://www.definicionabc.com.de/> Sitio web:<https://www.definicionabc.com/general/guitarra.php>

Elegegancia

definicionabc. (2014). Elegancia. 2017. de <https://www.definicionabc.com.de/> Sitio web:<https://www.definicionabc.com/general/elegancia.php>

Público meta

Virginia Borges. (2017). Elegancia. 2017. de <https://www.definicionabc.com.de/> Sitio web:<http://metodomarketing.com/definicion-de-publico-objetivo/>

Competencia directa e indirecta

Slideshare.net (2016). COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA

. 2017. de Slideshare.net Sitio web: <https://es.slideshare.net/Andreatruv/competencia-directa-e-indirecta>

Diseño

Wikipedia®. (2014). diseño. 2017. de Wikipedia. Sitio web: <https://es.wikipedia.org/wiki/Diseño>

Diseño y comunicación visual

Wikipedia®. (2014). diseño y comunicacion visual 2017. de Wikipedia. Sitio web: <https://es.wikipedia.org/wiki/Diseñoycomunicacionvisual>

Ícono, Símbolo e índice

Charles S. Peirce. (2011). EL ICONO, EL ÍNDICE Y EL SÍMBOLO . 2017.de/ Sitio web: <http://www.unav.es/gep/IconoIndiceSimbolo.html>

Identidad visual corporativa

dircomtoma.com .(2013). Identidadvisualcorporativa . 2017. de <https://creativecommons.org>. Sitio web: <https://dircomtoma.com/2013/03/28/que-es-la-identidad-visual-corporativa-y-por-que-la-necesita-tu-marca/>

Imagen Corporativa

Catalina Duarte (2012). ImagenCorporativa . 2017. de <https://www.gerencie.com>. Sitio web: <https://www.gerencie.com/la-imagen-corporativa.html>

Logotipo, Isotipo, Imagotipo, Isotipo

Modesto García. (2011). Logotipo, Isotipo, Imagotipo, Isotipo 2017. de <http://www.brandemia.org>. Sitio web: <http://www.brandemia.org/hablemos-con-propiedad-logotipo-isotipo-imagotipo-isologo-imagen-corporativa-identidad>

Color y sus connotaciones

Daniel Collazos Bermúdez. (2014). Psicología del Color en la publicidad (Connotaciones y Denotaciones) . 2017. de pixel-creativo.blogspot.mx/. Sitio web: <http://pixel-creativo.blogspot.mx/2013/06/psicologia-del-color-en-la-publicidad.html>

Reticula

Mauricio Vico. (2017). Diseño Editorial y Diseño de la Información. 2017. de <https://es.scribd.com/>. Sitio web:<https://es.scribd.com/doc/19790769/Diseno-Editorial-Reticulas>

Tipografía y familias

slideshare.net/. (2017). Tipografía básica y Familias. 2017. de <https://es.slideshare.net/> .de/ Sitio web: <https://es.slideshare.net/TLS01CV/tipografa-bsica-y-familias-3821950>