

870131



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA
ESCUELA DE ARTES PLASTICAS
JUNIO 1985

1
2 y

Campaña de promoción turística para Guadalajara

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

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

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

MARIA TERESA GUTIERREZ ROMO.

ARQ. GUILLERMO DE LA TORRE
PTE. DE LA COMISION DE TESIS.



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.

Indice			
Introducción			
Modulación	Pág.	1	
Justificación de imágenes	Pág.	2	
El Cartel	Pág.	4	
Orígenes e Inicios	Pág.	5	
Evolución del Cartel	Pág.	6	
El Cartel Hoy	Pág.	9	
Especialidades en el Cartel	Pág.	10	
Cartel y Publicidad	Pág.	13	
Cartel y Comunicación	Pág.	14	
Consideraciones Físicas	Pág.	15	
Impacto y Comunicación	Pág.	16	
Tipografía	Pág.	17	
Símbolo	Pág.	18	
Slogan	Pág.	19	
Logotipo	Pág.	20	
Tipografía en Logotipo	Pág.	21	
Prensa	Pág.	22	
Anuncios Preventivos	Pág.	23	
Folletos	Pág.	24	
Volante	Pág.	25	
Anuncio Espectacular	Pág.	26	
Souvenirs	Pág.	27	
			Pag. 28
			Pag. 30
			Pag. 31
			Pag. 32
			Pag. 33
			Pag. 34
			Pag. 35
			Pag. 37
			Pag. 39
			Pag. 40
			Pag. 41
			Pag. 42
			Pag. 43
			Pag. 44
			Pag. 46
			Pag. 47
			Pag. 48
			Pag. 49
			Pag. 52
			Pag. 54
			Pag. 55
			Pag. 56
			Pag. 57
			Pag. 59
			Pag. 60
			Pag. 61
			Pag. 62
			Pag. 63
			Pag. 67

Guadalajara, tierra de tradiciones, fiesta y hospitalidad, ciudad que encierra la magia de la metrópoli moderna, dinámica, pero que conserva la tranquilidad y el aire de provincia. Ciudad de sabor colonial, constituye un importante centro de eventos culturales, deportivos sociales y sobre todo turísticos.

Esta ciudad es considerada como una de las tres más importantes en todo el país, lo cual se debe a su gran desarrollo económico y sus óptimas condiciones geográficas.

"Ciudad de la Eterna Primavera", como es conocida a nivel mundial, debido a su abundante vegetación y su ambiente florido durante todo el año.

Guadalajara recibe su nombre de la Villa Española de la cual era originario Nuño de Guzmán, quien fue fundador de la ciudad en Febrero de 1542. Desde entonces, y a partir de una serie de acontecimientos históricos, la Perla Tapatía ha ido creciendo y multiplicando sus recursos, hasta convertirse en lo que hoy es.

Turísticamente Guadalajara cuenta con hermosas construcciones de estilo colonial, parques y jardines, monumentos, museos y galerías, que proporcionan al visitante una interesante narración histórica viva.

Pero Guadalajara no es solo eso, encierra el ambiente festivo, alegre y hospitalario que la ha caracterizado desde siempre. En ella encontrará la mano amiga y artística del paciente artesano, cargado de tradiciones y colorido, y podrá disfrutar de los sonos y

jarabes interpretados al estilo muy especial de Jalisco, con un alegre Mariachi.

En Guadalajara se vive en plenitud la fiesta charra, plétórica de emoción y colorido.

Es puerta de ingreso a la Costa y centro de enlace para la comunicación con el Valle de México; es, además, una excelente zona agrícola e industrial, que ofrece condiciones óptimas para el desarrollo del comercio y el florecimiento de la cultura.

Todo esto, toda la magia y el encanto colonial de Guadalajara ha querido ser plasmado en una Campaña joven, dinámica, llena de colorido. Los elementos utilizados para ella vienen a representar ese ambiente jovial, fresco, rodeado de flores, movimiento y ritmo.

Esta campaña ha sido diseñada para todo público, clase media, alta y baja; está realizado, por tanto, en un lenguaje sencillo y con elementos gráficos claros. Es objetiva y mantiene un estilo que le da unidad de principio a fin.

Se promueven actividades de tipo cultural, y se invita al turista, lo mismo que a los habitantes de la ciudad, a descubrir una nueva imagen de Guadalajara, más nueva, actual, que conserva sus tradiciones y su hermosura arquitectónica, y que es, al mismo tiempo, una muestra del comercio, industria y arte modernos.

INTRODUCCION

2 cm

22.5

2.6 cm

TIPOGRAFIA

Eurostile Medium

Eurostile Bold

12 puntos

1

21.5 cm.

4 cm.

4.5 cm.

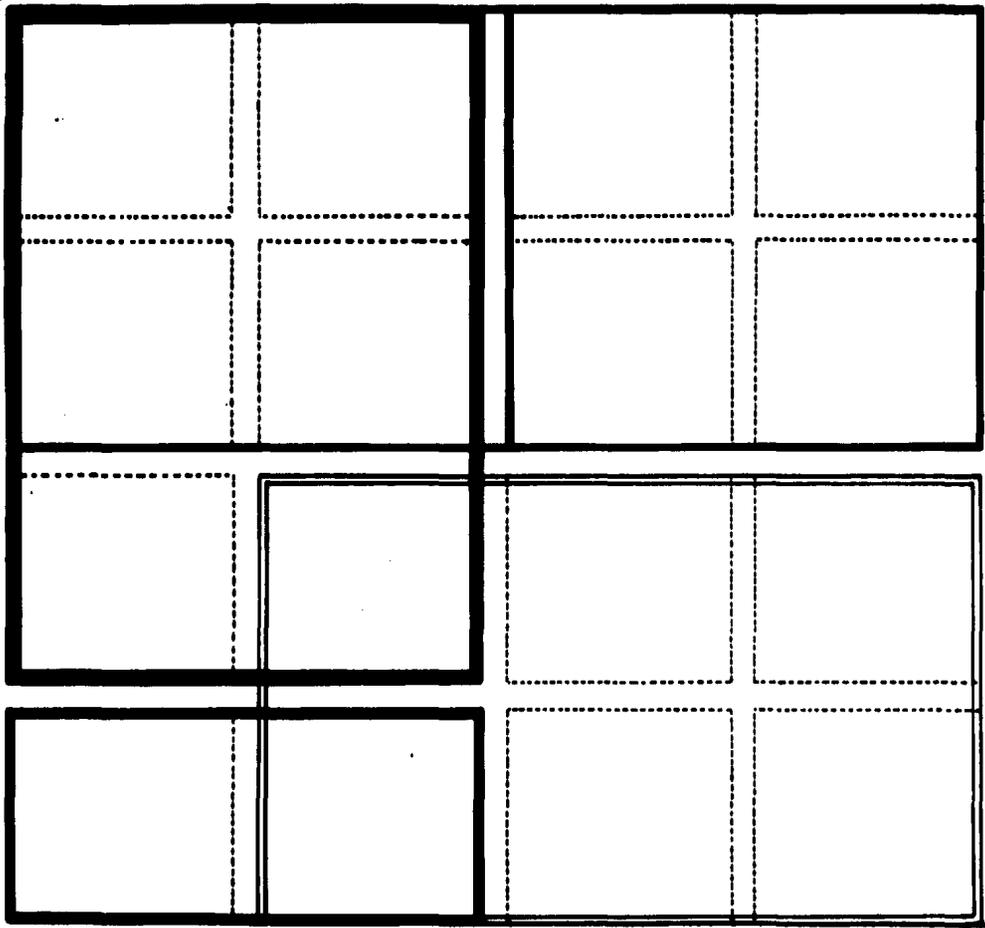
.5 cm.

28 cm.

1.6 cm

MODULACION

53 pts.

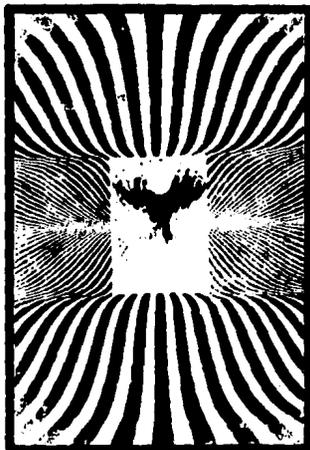
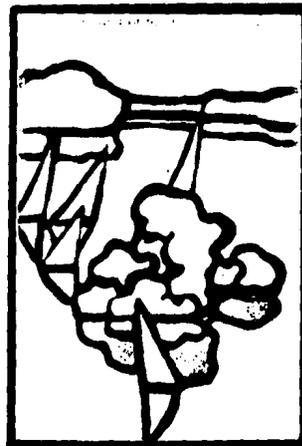


JUSTIFICACION DE IMAGENES 2



INVESTIGACION

El Cartel es un espacio visual, material, con representaciones gráficas, textos o ambos...



... que se exhibe como información, anuncio, propaganda, etc.

Surge debido a la división social del trabajo, y como consecuencia del desarrollo cultural y económico.



El Cartel es "Un grito en la pared" y busca atraer la atención del público hacia una idea.

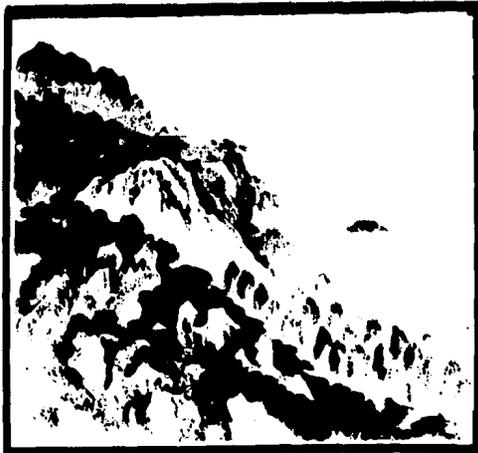


El cartel tiene su origen en Grecia, con las leyes grabadas sobre piedra, para el conocimiento público

El primer cartel impreso e ilustrado que se conoce es "El Perdón de Nuestra Señora", realizado en Francia en 1482.



La invención de la Xilografía, y después de la imprenta, dan gran impulso al cartel.



El descubrimiento de la litografía y cromolitografía establecen el dominio del cartel en forma definitiva.

ORIGENES E INICIOS



El Cartel nace con Jules Chéret, en 1866.



Toulouse Lautrec aporta al cartel la dramatización y el estilo moderno.

Steinlen desplaza el cartel desde el naturalismo hacia el periodismo narrativo o descriptivo.



EVOLUCION DEL CARTEL



Art Nouveau

Proporciona formas fluidas, brillantes, inspiradas en grabados japoneses, con gran valor decorativo y ornamental.

Símbolismo

Introduce la iconografía como elemento pictórico, utiliza imágenes con referencias clásicas y religiosas.



Modernismo

Alcanza su síntesis en la Bauhaus, es funcional, decorativo y encaminado hacia la sociedad de masas.



Carteles Nipies

Se caracterizan por la búsqueda de valores espirituales, son extravagantes y protestan contra la sociedad de su tiempo.

Años 40's y 50's

Surgimiento del estilo contemporáneo.





Futurismo, Dadaismo, Cubismo

Búsqueda de un nuevo orden estructural.
Surgimiento del collage.



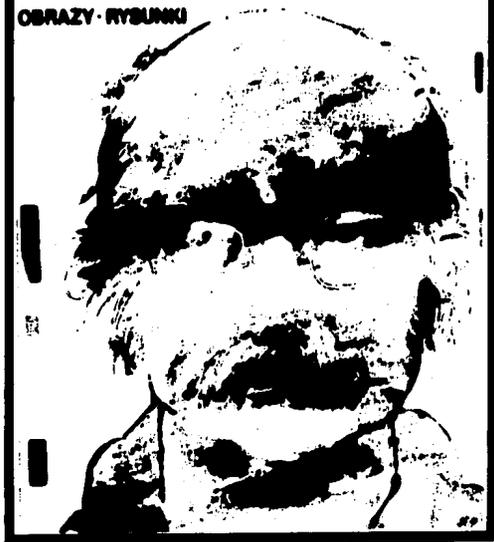
Años 60's

Son más eróticos, emocionales, con fuerte influencia de la publicidad visual, se convierten en elementos profesionales.



Tadeusz Brzozowski

OBRAZY - RYSUNKI



Es producto del desarrollo de las técnicas de
impresión modernas.

Es un fenómeno estético,
los contenidos, las formas y las funciones se
encuentran unidas en el objeto.



Determinado básicamente por las necesidades
sociales de consumo y demanda.

**EL CARTEL
HOY**



FERIAS

Promueven la ciudad donde se realice, o bien, las actividades que se llevan a cabo: deporte, cultura, artesanía, etc.

CONGRESOS

conviene algún detalle que singularice y permita su rápida identificación, así como especifique la actividad o materia de que se trate.





CULTURALES

Van dirigidos a un público determinado, contienen elementos de identificación de la información, son sencillos y de rápida captación.

TURISMO

Pueden ser representativos, abstractos, fotográficos o ilustrativos. buscan promover mediante elementos característicos, autóctonos, bellos y diferentes.



ESPECIALIDADES
EN EL CARTEL 10



TEATRO
se buscan formas sobrias, sencillas, estilizadas y elegantes; se trabajan de acuerdo por especialidades de actividad. La Tipografía es manejada de acuerdo a su importancia.

MUSICA

Ofrecen una simbología muy rica; son sencillos, elegantes, para eventos clásicos o culturales; explosivos y de gran colorido en eventos modernos o música joven.





TOROS

Cartel casi exclusivamente hispánico o mexicano, ha mantenido su estilo pictórico y tipográfico.

CINE

En ellos las imágenes tienen mayor importancia, utilizan técnicas y efectos especiales novedosos. La tipografía es manejada en segundo término de importancia.



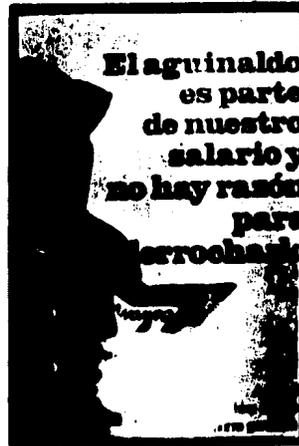


POLITICA

Surgen desde la primera guerra mundial, constituyen un sistema de identificación ideológica, dirigidos a todas las clases sociales.

ESTATALES

En su mayoría son informativos, promueven campañas, servicios o instituciones; están dirigidos a un público muy general.





INTERES PUBLICO

Son sencillos, atractivos, representan el sentir y las necesidades de una clase popular. Contienen básicamente imagen y poca tipografía.

12

PRODUCTOS

Básicamente informativos. Presentan un producto, identifican una marca, promueven una imagen de calidad o prestigio.



Surge como respuesta a la expansión del comercio y la industria, que contribuyó al aumento de la competencia.



Se manejan conceptos de oferta y demanda, psicología de masas y teorías económicas importantes.



Establece una relación entre el producto o la idea y el subconiente del espectador.

**CARTEL Y
PUBLICIDAD**

13

Debe ser diseñado de acuerdo a las características y necesidades del público al que va dirigido.



Es el medio visual externo que llega a mayor número de personas.

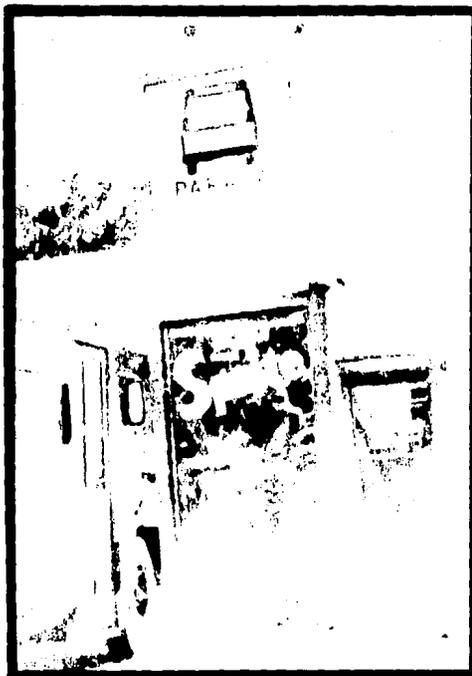




Tiene como justificación la comunicación visual.

El cartel, en idioma popular, habla la misma lengua que la masa de sus espectadores.

CARTEL Y COMUNICACION 14



Angulo de Colocación

El ángulo de colocación del cartel es de 5 a 10 grados sobre el plano horizontal de visión del espectador.

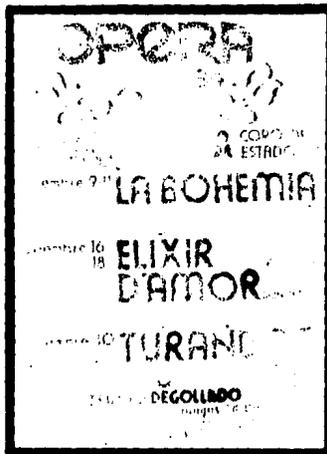
Promedio de Vida del Cartel

El promedio de vida de un cartel es de:
1 a 2 seg., en carteles tipográficos.
3 a 7 seg., en carteles de imagen.



Distancia de Visibilidad

La distancia de visibilidad va de 5 a 6 metros en carteles tipo gráficos...



... y de 8 a 12 metros para carteles básicamente de ilustración, fotografía o gráficos.

CONSIDERACIONES FISICAS 15



El cartel atraerá por la sencillez, claridad, color y objetividad.

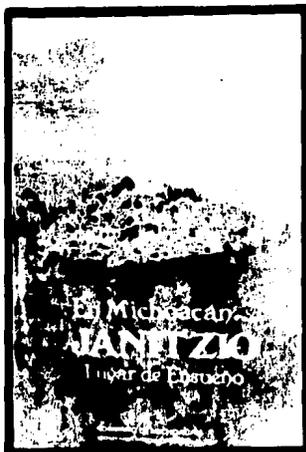
De cada 10 personas solo
2 captan plenamente el mensaje del cartel.





Formas e ideas demasiado confusas,
abstractas o complicadas, provocan rechazo
mental por parte del espectador.

En su forma óptima, el cartel debe contener
solo una idea.



IMPACTO Y COMUNICACION 16



El cartel, en sus inicios, solo usaba tipos "sans serif" o "grotescos".



Hoy, las técnicas más comunes son: linotipia, monotipia, fotocomposición y composición electrónica.



Haga Turismo



Se evita la monotonía tipográfica variando los tamaños, por el color y la combinación adecuada de familias tipográficas.

Para una mejor legibilidad: letras compactas, sencillas, contrastantes.





Símbolo:
Elemento gráfico primario para la
identificación de una compañía, ambiente o
actividad determinados.

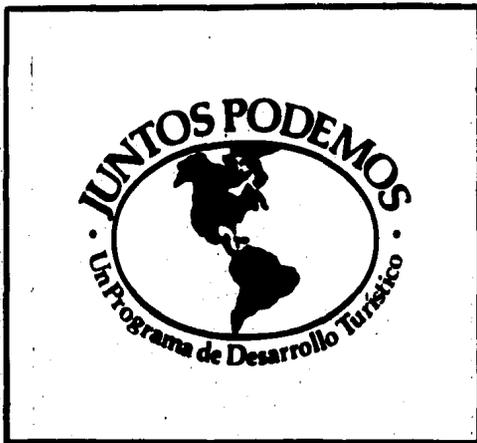


**Su propósito es atraer la vista y llamar la
atención sobre el logotipo o nombre corporativo.**

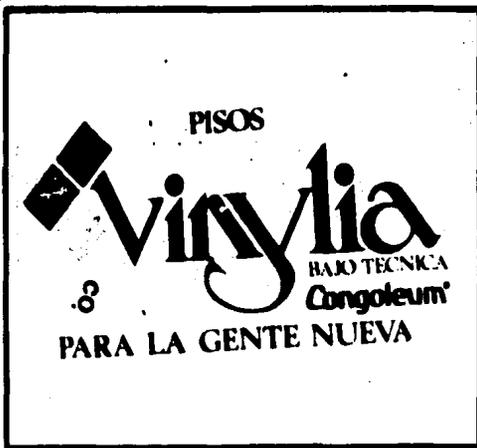
Puede sugerir la naturaleza de la Compañía o actividad de que se trate, evocando sentimientos apropiados.



Los símbolos han sido establecidos en forma convencional.



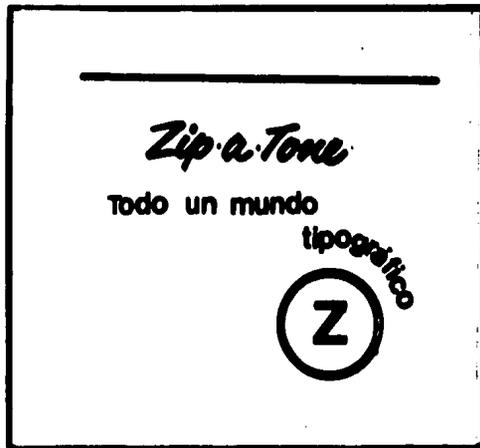
Slogan:
Frase corta, sencilla, cuya finalidad es provocar
una asociación favorable de ideas con referencia
a un servicio o producto.



Debe ser simple y presentar un ritmo o atractivo que le permita ser captada con rapidez.

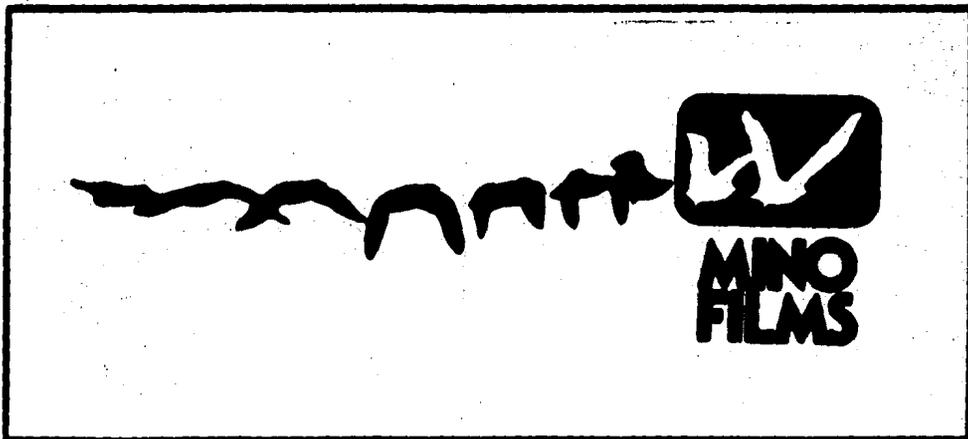


Generalmente se presenta acompañando el logotipo y el símbolo, y se perciben como una unidad.



Logotipo

Logotipo:
Nombre autorizado de una empresa, situación o actividad, reproducido en un tipo de letra estandarizado.



Frecuentemente se usa como firma oficial corporativa por sí solo o bien, acompañado del símbolo corporativo.



C&L
MARTÍN
CHROMALYNKA



Vitro

Dentro de sus características debe reflejar cualidades propias de la empresa o actividad que representa.



SIP



La tipografía es un componente de identidad visual.



Cada tipo de letra transmite una imagen, inspirando determinados sentimientos y actitudes.



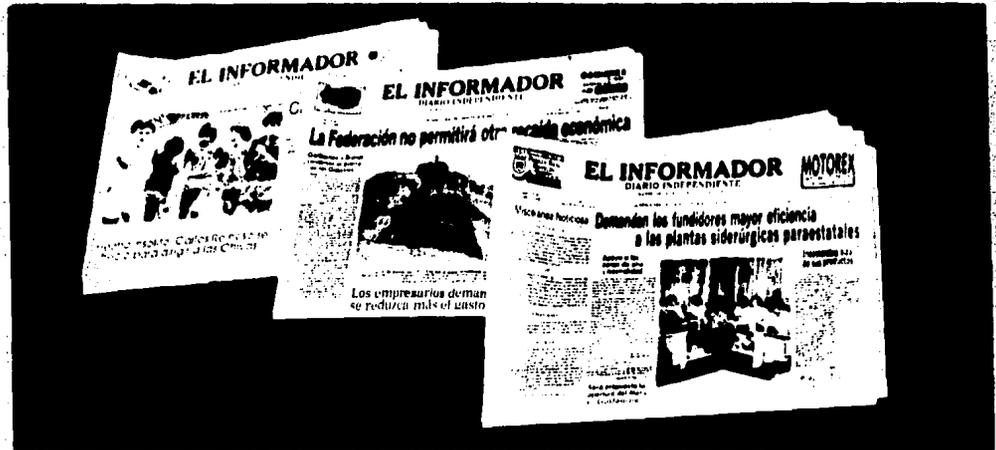
Influye en la imagen que presenta una empresa.

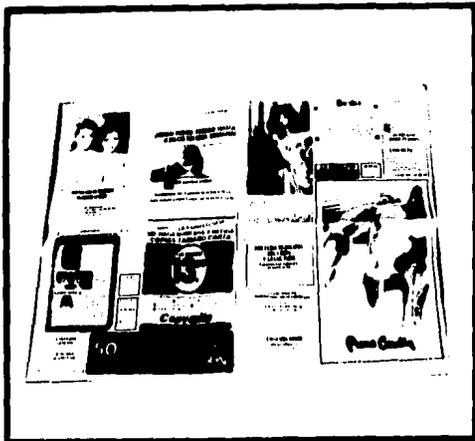


Debe asegurarse la legibilidad de los mensajes visuales.

Prensa

Prensa:
Medio de comunicación escrito que se publica periódicamente, y que se encuentra dividido en secciones o especialidades de contenido.





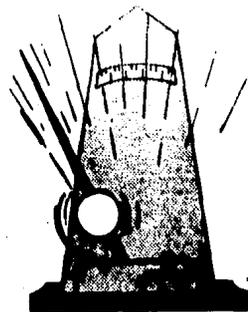
Su distribución se realiza en base a columnas, en las cuales se estructuran gráficas, fotografías, anuncios o textos.



Se presenta en varios formatos, principalmente el standar y el tabloide.

De acuerdo a su periodicidad pueden ser: Diarios, Semanales o Quincenales.

Anuncio Preventivo:
Elemento gráfico simple impreso que aparece en
la prensa a intervalos de tiempo determinados...



**En todas las melodías
los compases son exactos**

...su finalidad es despertar el interés o curiosidad
en el público...



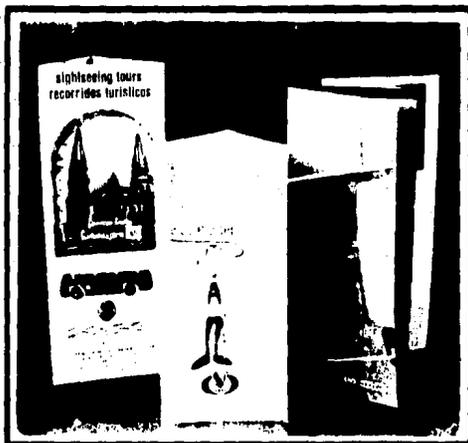
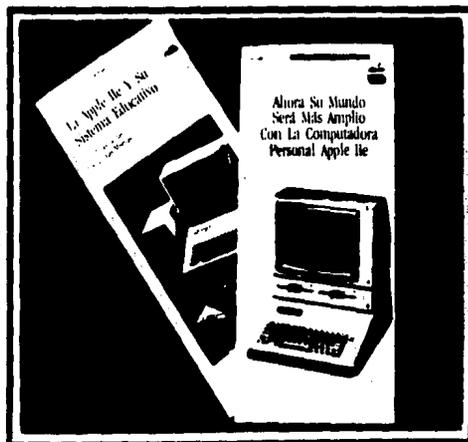
**Usted...
¿ha pensado en
ser infiel?**

...y preparar el lanzamiento o presentación de un producto, compañía o actividad determinada.



ANUNCIOS PREVENTIVOS 23

Folleto:
Medio de información impreso, con características propias, cuya finalidad es dar a conocer algo en forma completa.



De acuerdo a su contenido puede ser:
Publicitarios o Propagandísticos.



Puede presentarse en distintos formatos como son:

- Sencillo
- Doble
- Triptico
- Múltiple

Debe contener información clara, concisa, directa, breve y completa.





Volante:

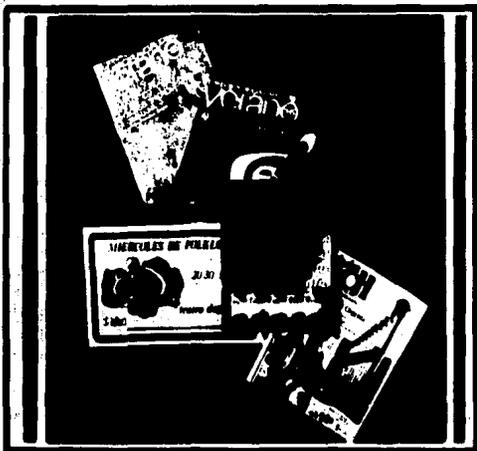
Elemento gráfico impreso de la publicidad directa.



Su finalidad es comunicar ideas o servicios en forma concreta, pero su circulación o campo de acción es limitado.



Se presenta en diferentes formatos: carta, media carta, oficio, etc.



Generalmente se encuentra impreso a una o dos tintas.

Anuncio Espectacular:
Elemento gráfico exterior de gran tamaño, en el cual se maneja una idea simple...



... que se comunica al público en un corto período de tiempo, en la mayoría de los casos, fracciones de segundos.





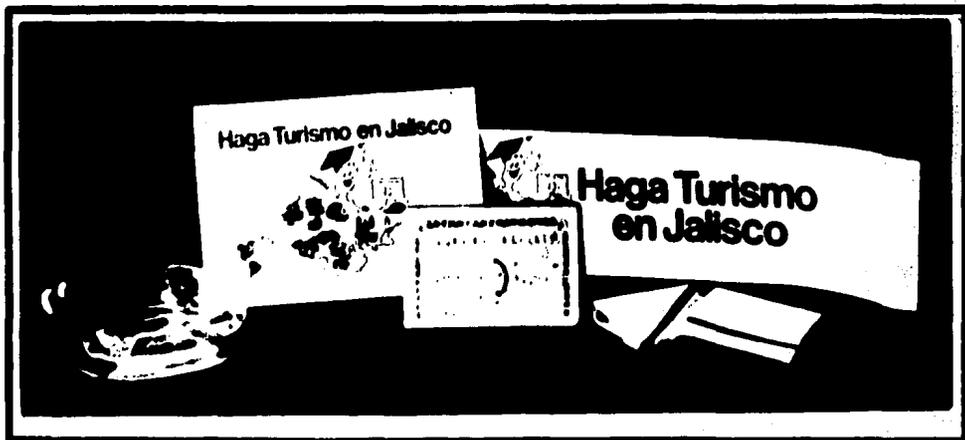
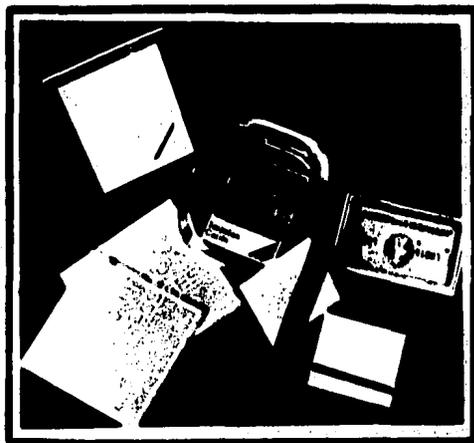
Manejan una sola idea predominante en la imagen y expresada en forma concisa y breve a través del texto.

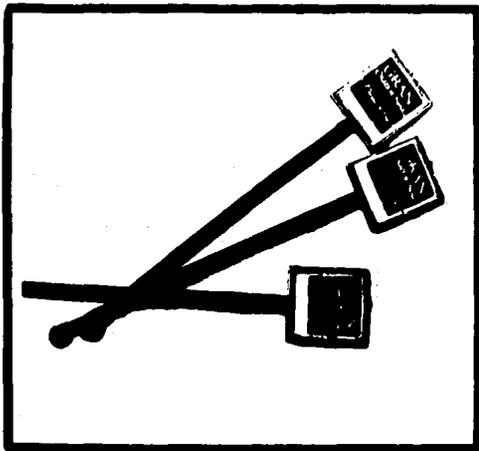


Medidas: 1 x 3 mts., y 1 x 4 mts.

ANUNCIO ESPECTACULAR 26

Souvenirs:
Elementos gráficos de la publicidad directa
especializada. Su finalidad es promover el
producto o servicio por medio de imágenes...

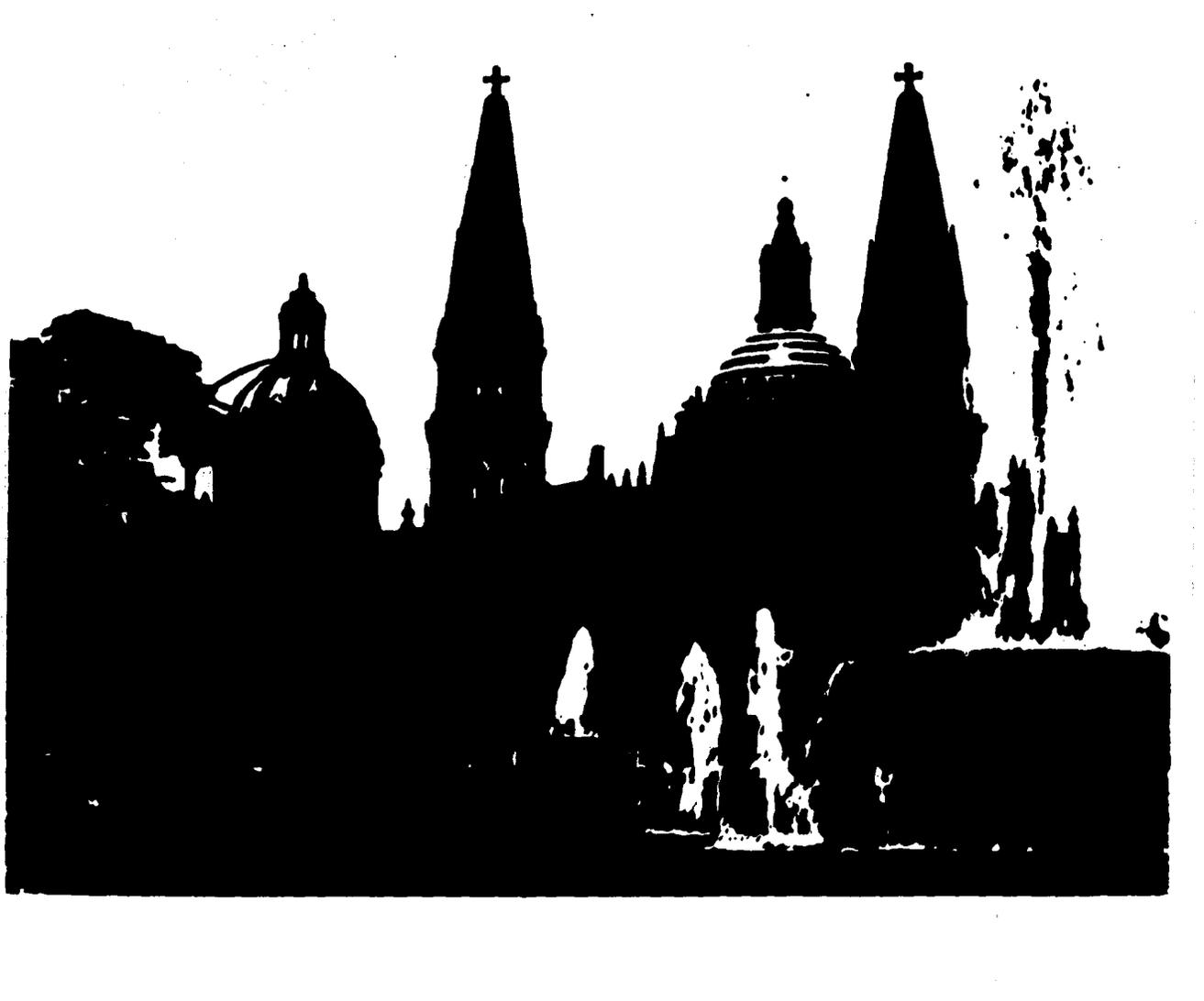




... que se transportan en objetos de uso común y generalmente de utilidad social o pública.



Presentan generalmente el logotipo y el símbolo, además de los datos o informaciones más importantes y/o elementales.

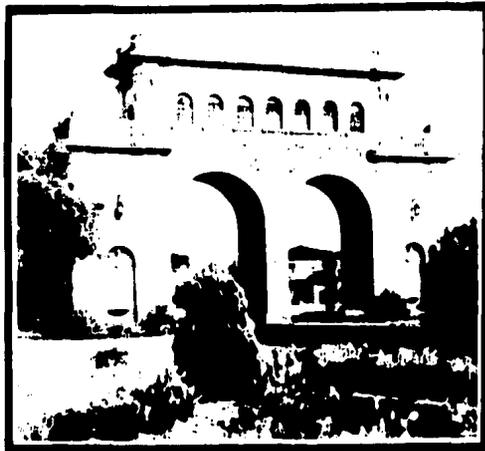
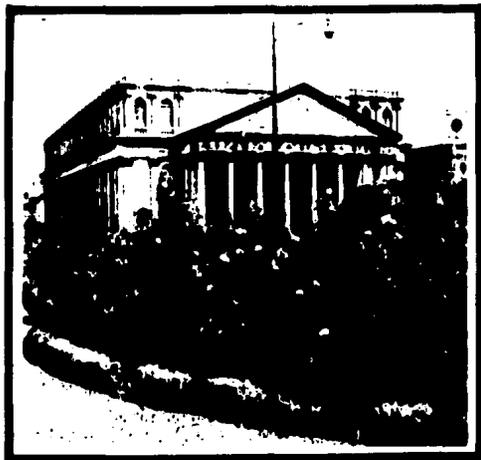


La "Perla de Occidente" por su ubicación, su
belleza urbana y su Arquitectura Colonial.



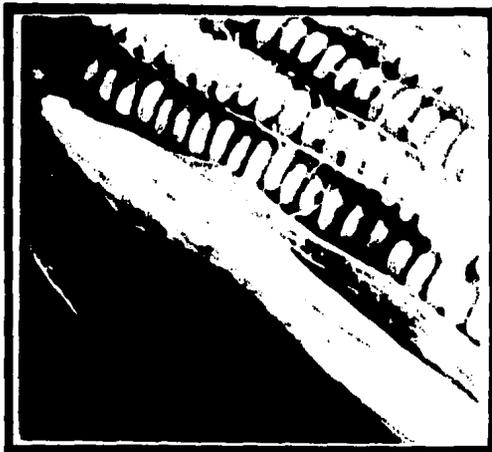
Guadalajara significa "Corriente de río sobre
rocas".

Es una de las ciudades con mejor clima en el mundo por lo que recibe el nombre de "La Ciudad de la Eterna Primavera"



Se caracteriza por su ambiente alegre y hospitalario.

GUADALAJARA 28

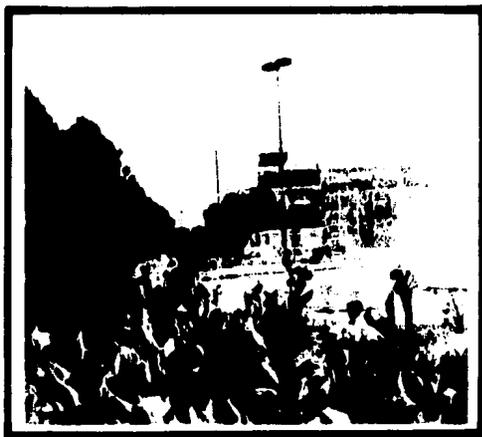


Región agrícola por excelencia.



Floreciente por su comercio e industria.

Importante por su comunicación con el valle de México y como puerta de Ingreso a la Costa.

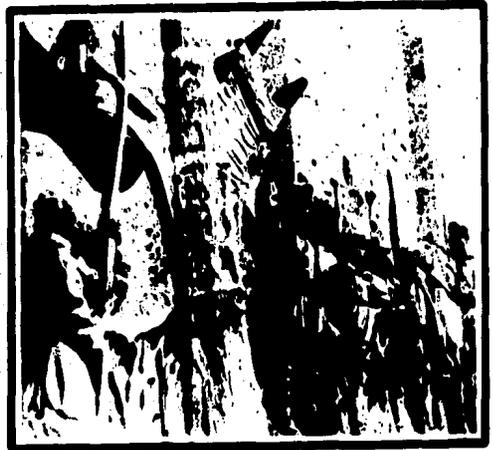


Su clima, altitud y condiciones generales permiten que esté siempre llena de vegetación y abundantes flores.



Fundada el 14 de Febrero de 1542, por Nuño de Guzmán.

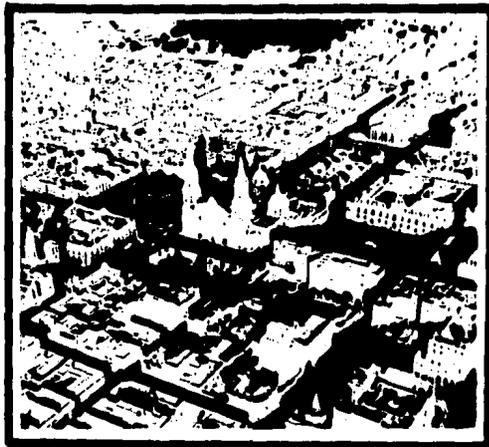
Recibe su nombre de la villa española:
GUADALAJARA





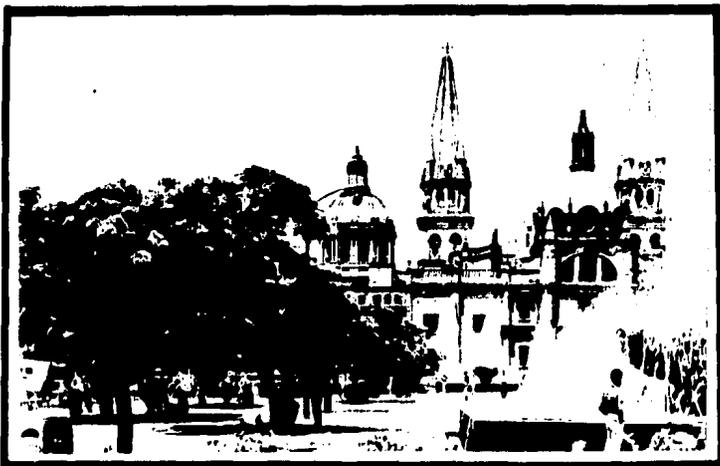
Originalmente su centro de planeación se extendía desde el Río de San Juan de Dios.

Construida entre 1561 y 1618, colocada en medio de cuatro plazas formando una cruz.

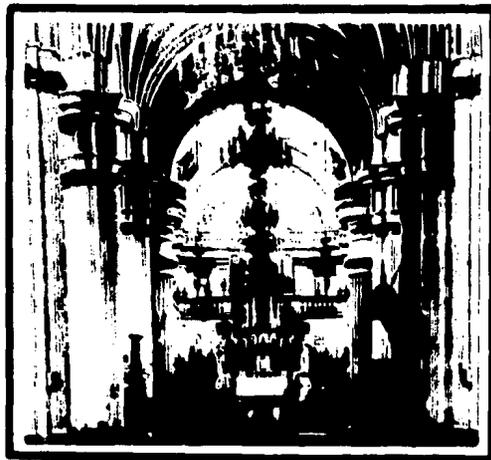


Mezcla de arquitectura griega, bizantina, gótica y árabe.

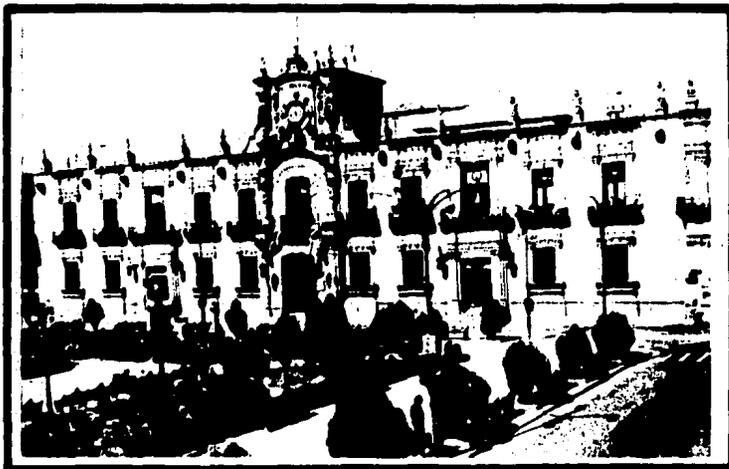




Su torres tienen 70 metros de elevación.



Compuesta de tres naves, 48 arcos de punto redondo y 30 columnas de orden dórico.



Contruido entre 1642 y 1774. Asiento de gobernadores desde el siglo XVIII.

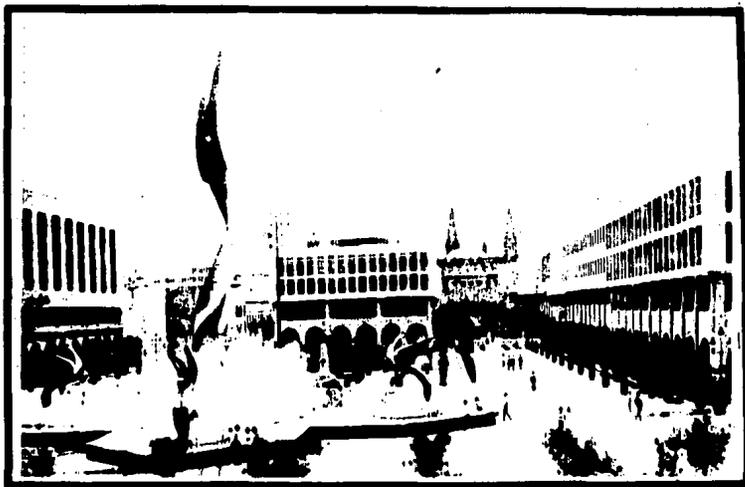


Muestra del barroco y churrigueresco mexicano.



Encontramos en él los murales de J. Clemente Orozco, Carlos Fontana y Felipe Castro.

PALACIO DE GOBIERNO

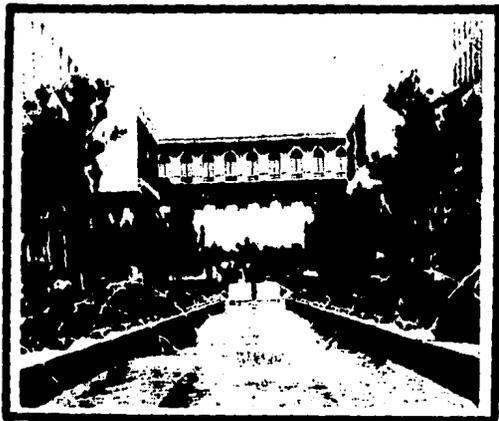


PLAZA TAPATIA

Su finalidad es ligar permanentemente la fisonomía de la zona céntrica.

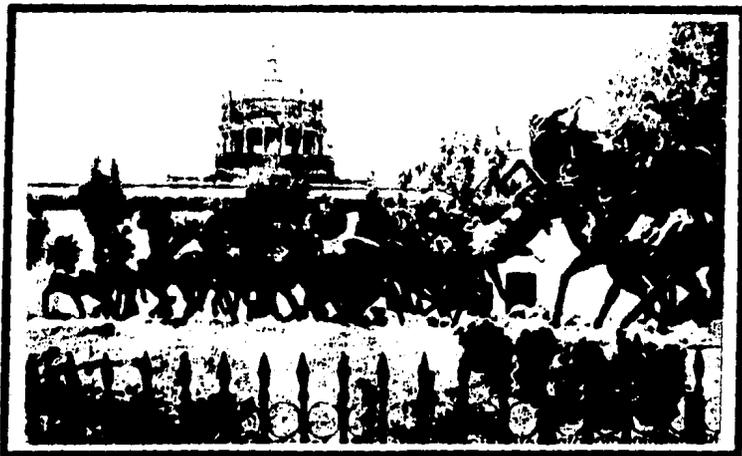


Principales Esculturas: "Telón Mural de la Fundación de Guadalajara", "Quetzalcoatl", "El Arbol de Bonce", y "La Éstampida".



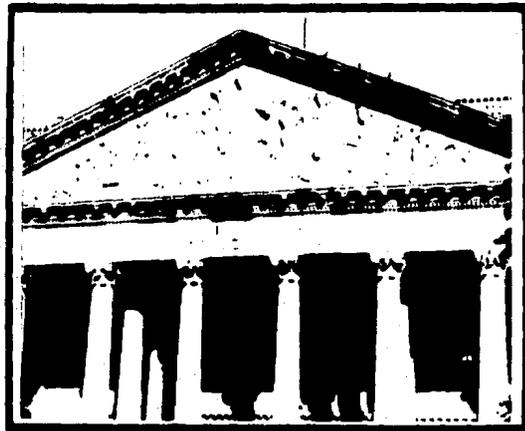
Estructurada en base a los principales edificios del centro de la ciudad.

Consta del Jardín "José Lopez Portillo y Weber", la Plaza Clemente Orozco" y los pasajes: Jugueteros, alfareros, herreros y monosabios.





Construido por el gobernador Santos Degollado entre 1856 y 1866, y remodelado después varias veces.



El Pórtico Corintio de la fachada se encuentra coronado por un ático labrado en alto relieve por Benito Castañeda.



Fue inaugurado en Septiembre de 1866 con la Opera "Lucia" de Lamer Moor.

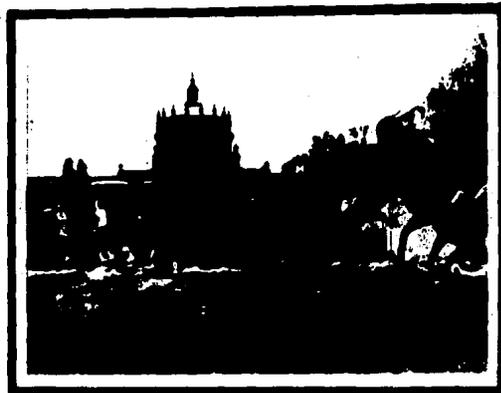
En su bóveda encontramos un hermoso mural pintado por Gerardo Suárez que contiene imágenes de "La Divina Comedia".





Plaza Cabañas

Fundada por el Sr. Obispo D. Juan Cruz Ruiz de Cabañas y Crespo, en 1801.



En la antigua capilla se encuentra un mural de J. Clemente Orozco que es considerada como su obra cumbre.

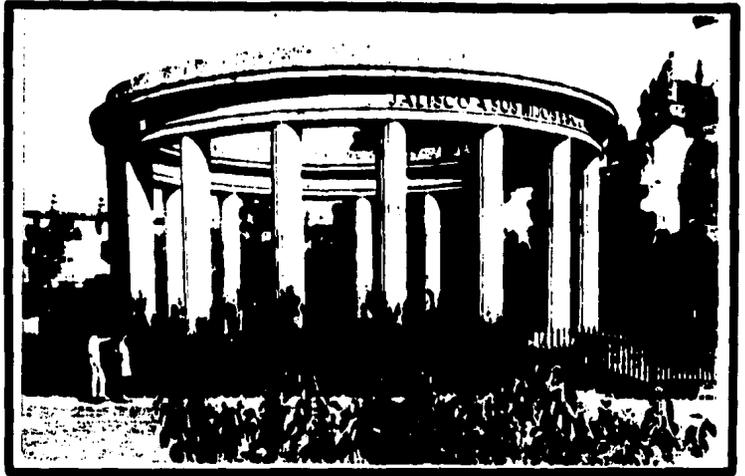
Los Portales

Originalmente constituían un mercado primitivo, y a partir de 1795 albergan el comercio céntrico de la ciudad.



Palacio Municipal

De construcción colonial, sobrio y elegante, merece especial mención su salón de recepción por sus decorados.



Rotonda de los Hombres Ilustres

La Plaza de la Rotonda es de estilo Neoclásico, con columnas erigidas en honor de Jaliscienses ilustres.



En sus jardines encontramos estatuas de cuerpo entero, en bronce, como homenaje a personajes tapatíos sobresalientes.



El Museo del Estado

Situado frente a la Plaza de la rotonda.

Inicialmente fue el Seminario Conciliar de San José, después Liceo de Varones y a partir de 1918, Museo del Estado.



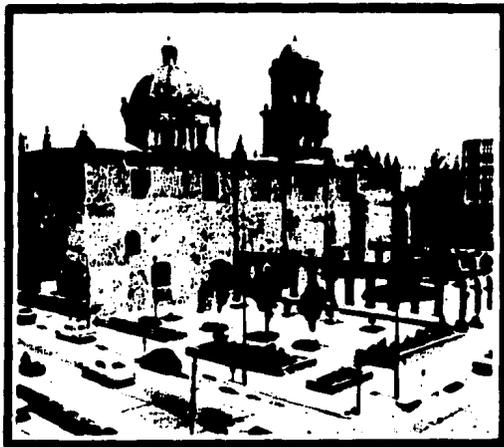


SAN AGUSTIN

Iglesia considerada como la más antigua, después de Catedral. De una sola nave, friso dórico, data de la primera mitad del siglo XVIII.

SAN FRANCISCO

Data de los primeros años de la conquista, reformado en 1684. Sobresale el retablo del altar, reconstruido después del incendio en 1936.





SANTA MONICA

Arquitectura Colonial, data del año 1720; una de las mejores muestras de fachadas barrocas de la ciudad.



ARANZAZU

Obra del siglo XVI, de exterior severo e interiores del barroco churrigueresco, con bellos retablos dorados.

TEMPLO EXPIATORIO

Aún se encuentra en construcción; uno de los más grandes y hermosos de la ciudad. Destaca por su estilo gótico y sus hermosos trabajos en cantera labrada.





LA MERCED

Ubicado frente al Palacio Municipal, de construcción más sencilla data del año 1879.

38



Las Sacristias más bellas de la ciudad son las pertenecientes a San Agustín y Santa María de Gracia.



PLAZA DE LA LIBERACION

Sirve de marco al Teatro Degollado, situada a espaldas de la Catedral. Es conocida como la "Plaza de las Dos Copas", por sus fuentes a manera de copas. Típico de esta plaza son las palomas y los tabachines.



PLAZA DE ARMAS

Ubicada frente al palacio de gobierno fue modernizada de su forma original conservandose intacto el kiosco de construcción francesa.

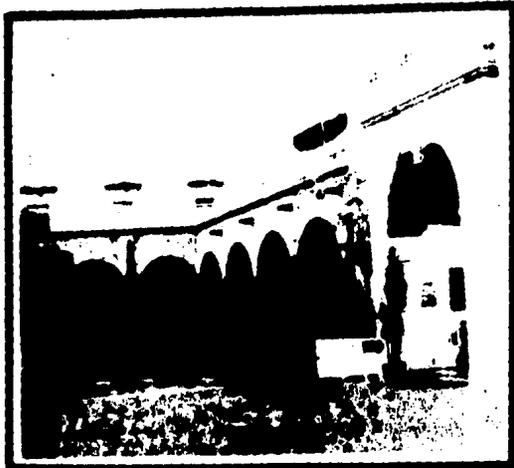


PLAZA DE LOS LAURELES

Ubicada frente a Catedral, formada por una hermosa fuente y rodeada de Laureles, de lo cual viene su nombre.

MUSEO TALLER J. CLEMENTE OROZCO
Dependiente del Instituto Nacional de Bellas
Artes, muestra la evolución de la pintura de J.
Clemente Orozco.





EX CONVENTO DEL CARMEN
Antiguo convento colonial, parte del conjunto del Templo y Jardín del mismo nombre, albergue de exposiciones y conciertos artísticos.

CASA DE LA CULTURA

Gran cubo de cantera, que contiene las oficinas de sociedades científicas y culturales, además de una magnífica biblioteca.



MUSEOS Y GALERIAS



J. CLEMENTE OROZCO
Paraninfo de la Universidad
Universidad de Guadalajara.



MARIO MEDINA
Vestíbulo de la Casa de la Cultura Jalisciense

JOSE MARIA SERVIN
Auditorio de la Escuela normal



GABRIEL FLORES
Cúpula de la Biblioteca Pública





MIGUEL MIRAMONTES
"Ignacio L. Vallarta"
Rotonda de los Hombres Ilustres.

ARIAS
"Minerva"
Glorieta Guadalajara



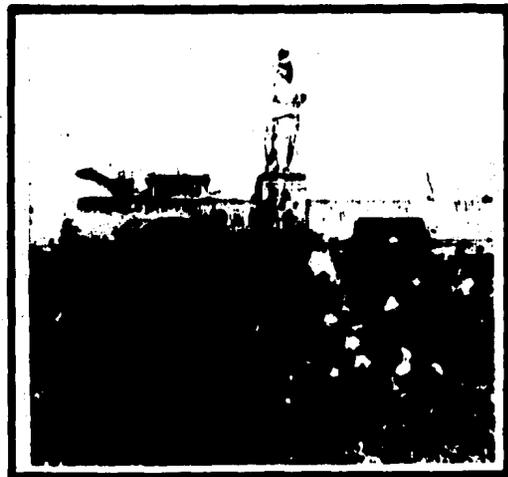
MATIAS GOERITZ
"Pájaro"
Jardines del Bosque



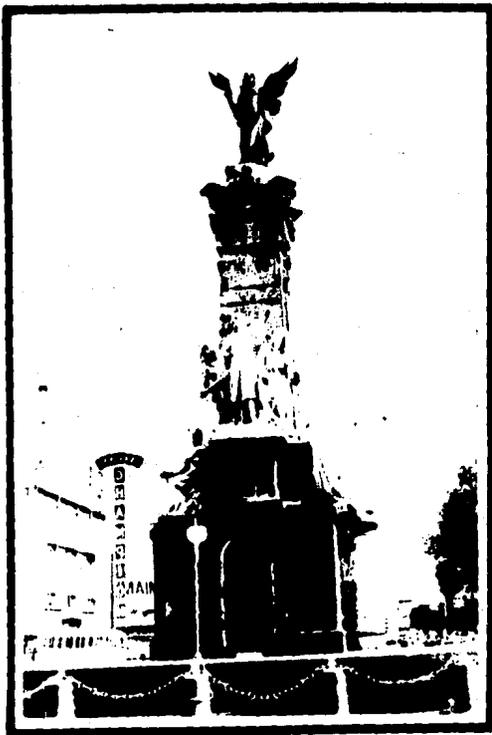
OLAGUIBEL
"Cuahutemoc"
Jardín expiatorio



PARQUES
Parque Agua Azul, Alcalde, De la Revolución y
Morelos.

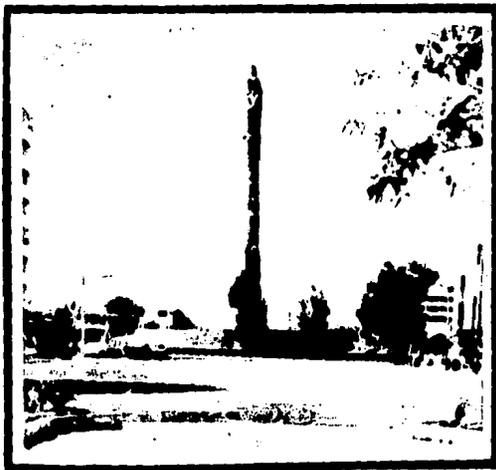


**GLORIETA GUADALAJARA Y FUENTE
MINERVA**
Símbolo de la Cultura Jalisciense.

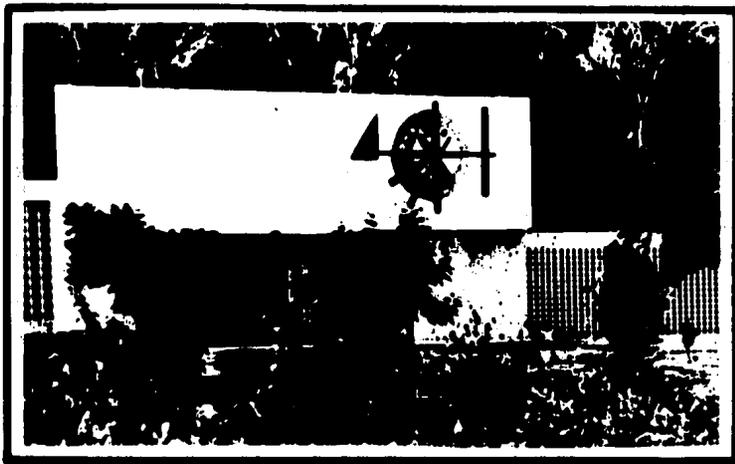


MONUMENTOS Y GLORIETAS
A la Independencia, De las Américas...

... A los Niños Héroes, Del Alamo, Plaza de la
Bandera.



**PARQUES Y
MONUMENTOS 43**



CASA DE LAS ARTESANIAS

Obra de Juan Gil Preciado, su finalidad es conservar e impulsar las Artesanías del Estado.



Se exhiben permanentemente obras de Artesanía con notorio valor artístico y popular.



MERCADO DE SAN JUAN DE DIOS
Desde la conquista es zona de comercio y artesanías.



Hoy, es una exhibición y venta directa de Artesanías y curiosidades.



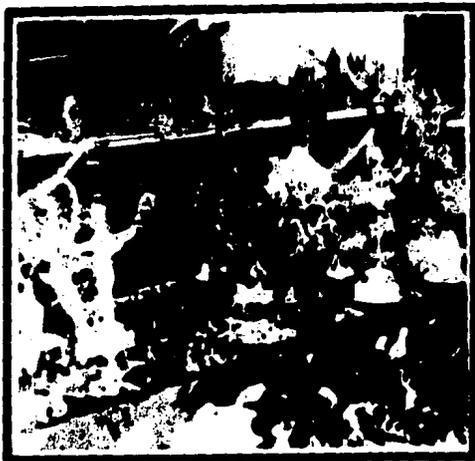
CERAMICA DE BARRO

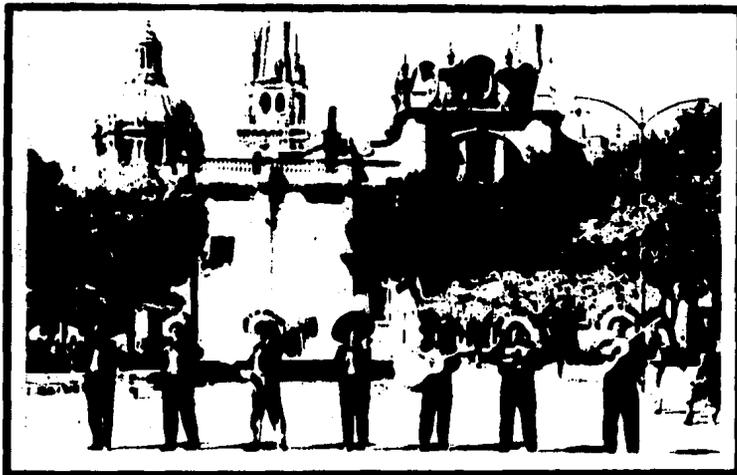
LATON Y HOJALATERIA





VIDRIO SOPLADO

HIERRO FORJADO, PIEDRA Y CANTERA
LABRADA.



Inicialmente era un conjunto para acompañar bailes populares de origen español.



Surge al sur del Estado, en Cocula y se extiende durante la Revolución convirtiéndose en símbolo de nuestro país.



Utiliza instrumentos de cuerda y percusión, la introducción de la trompeta es más reciente.

Los sones más populares en el mariachi son:
"La Negra", "La Culebra" y "El Jarabe Tapatío"





El traje de charro tuvo su origen en España, en el atuendo de los charros de Salamanca.

Adornado con bordados de oro y plata en la chaqueta y aletilla del pantalón y sombrero.



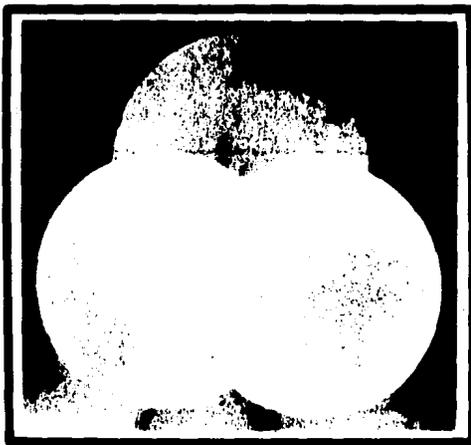


El charro es noble, leal, valiente, temerario, hospitalario, sentimental, cantador, bueno para bailar y jugador.



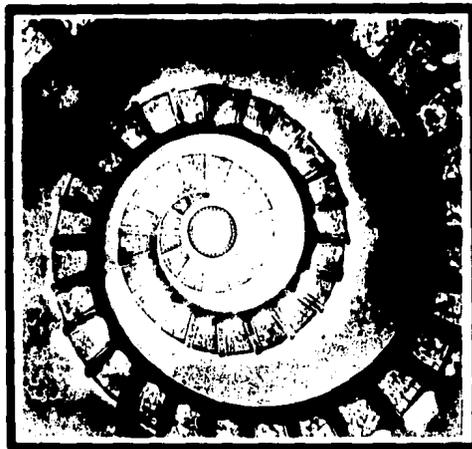
El serape es la prenda más vistosa del conjunto; se utiliza para bailar, o bien, detrás de la silla de montar.

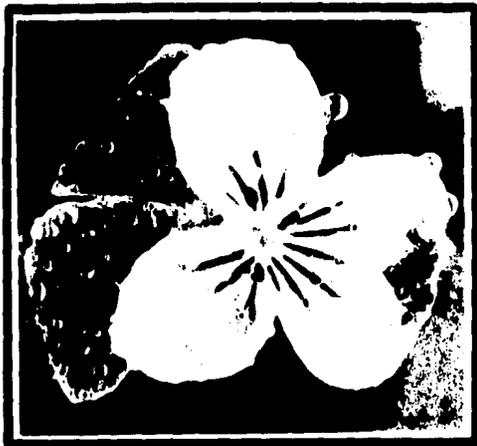




Color: Sensación del ojo humano, producida por estímulos luminosos en la retina.

El color retiene y actúa sobre la atención del espectador.





El impacto y poder de captación de un color depende de su tonalidad, claridad y saturación.



Los colores cálidos son más llamativos por su luminosidad y contraste.



LAPIZ

Deja marca de la superficie empleada; proporciona tonalidades y efectos agradables, esfumados y claroscuros.

CARBON

Refleja la granulación de la superficie; es de naturaleza frágil muy utilizado para temas artísticos, rústicos, de apariencia antigua o desgastada.



PLUMA Y TINTA

Establece los efectos en base a línea y punto. Manejan texturas o achurados para lograr sombras y efectos especiales.

PUNTA METAL

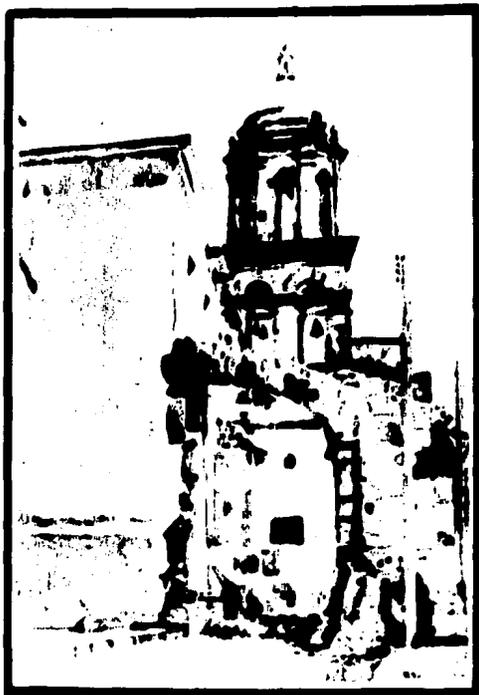
Requiere de base preparada, no es muy usual debido a que proporciona tonalidades grises poco visibles algunas veces en la impresión.

TECNICAS DE REPRESENTACION

GOUACHE

Utilizado en representaciones gráficas; emplea técnicas de manchas o bloques, salpicados, texturas, raspados, etc., para lograr variados efectos.





AEROGRAFO

Se basa en el principio del aire comprimido que provoca vacíos parciales y atoniza la pintura al mezclarse con el aire.

ACUARELA

Tiene como base el lavado transparente, el pincel seco y las salpicadura. Proporciona representaciones suaves, efectos tranquilos, esfumados y sobreposiciones.



ACRILICOS

Pueden ser usados a manera de oleo o gouache; apropiado para impastos, espátulas, relieves y texturas.

TIZAS, PASTELES, CRAYONES

Efectos suaves, ténues, esfumados; puede ir desde lo representativo hasta lo abstracto.





OLEO

Utilizada para dar efectos artísticos, representativos o abstractos; puede usarse reflejando la pincelada o esfumando tonalidades y colores.

TEMPLE

Técnica duradera, de rápido secado, sella la superficie; puede dar gran riqueza de color y profundidad.



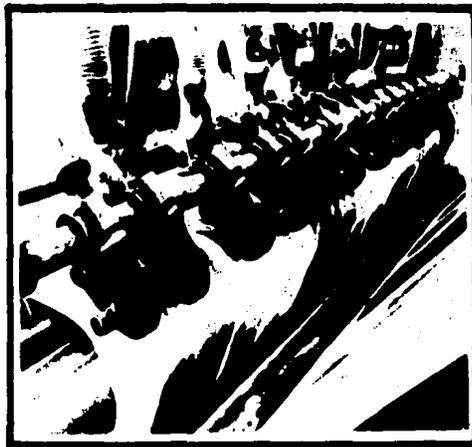


XILOGRAFIA Y GRABADO

La imagen se talla en distintos materiales, ya sea en alto o en bajo relieve, y se imprime; se utiliza para carteles de poco tiraje y de finalidad artística.

LITOGRAFIA

Descubierta en 1780. Las imágenes en la plancha no están en relieve; las zonas correspondientes a la imagen atraen la tinta grasa y las demás la repelen. Principio de rotativa.



LITOGRAFIA OFFSET

Maneja los mismos principios de la Litografía básica, solo que trabaja en base a cilindros, por lo que el papel nunca entra en contacto con la placa.



TECNICAS DE IMPRESION

52

FOTOIMPRESION

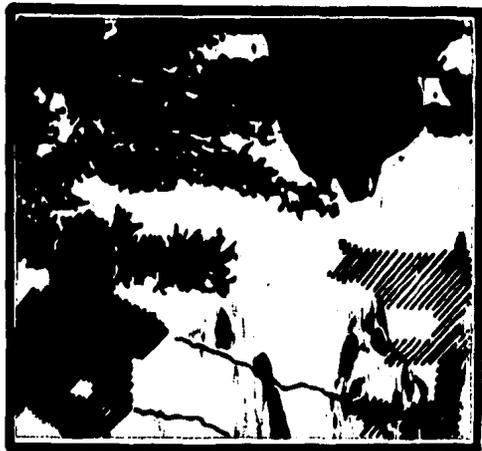
Placas o tramas de retículas mediante el uso de filtros básicos de luz, obteniendo las tonalidades que al superponerse dan el efecto deseado.





SERIGRAFIA

Su principio es hacer pasar la tinta a través de una plantilla fija en una trama de tejido, tensada en un bastidor.





**REALIZACION
GRAFICA**

Símbolo

Se eligió como símbolo un ave, colibrí, y una flor, ambos estilizados en forma sencilla, de gran legibilidad e impacto visual.

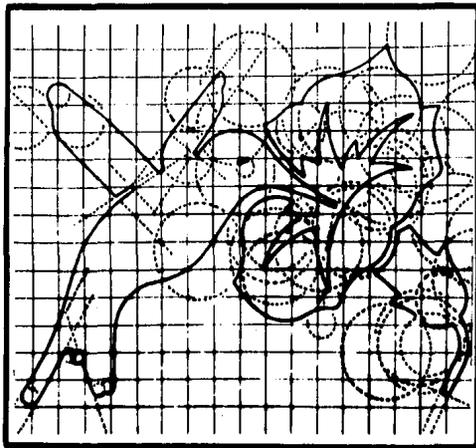


Positivo

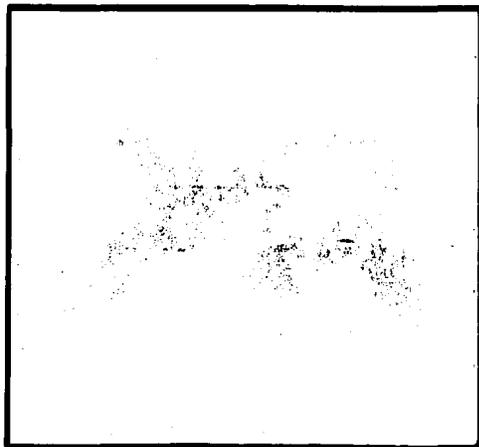
Esta combinación viene a representar las características de la "Ciudad de la Eterna Primavera": ambiente natural, abundante vegetación y flores.



Negativo

Matriz

El Colibrí constituye el dinamismo de una ciudad que conserva el aire de provincia, su naturaleza, al mismo tiempo que una moderna actividad industrial joven y dinámica.

Color

Logotipo

La palabra "Guadalajara" aparece con letra sencilla dinámica; de gran legibilidad y contraste.

En su diseño presenta un rasgo especial que integra la letra "J" como base del conjunto, y al mismo tiempo presenta este rasgo como un círculo que simboliza el sol: ambiente primaveral, cálido y festivo de esta ciudad.

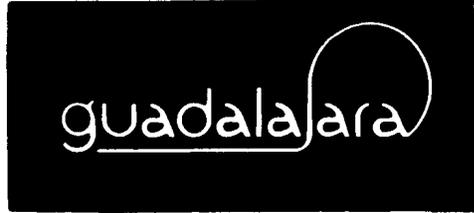


guadalajara

Positivo



Negativo



Color

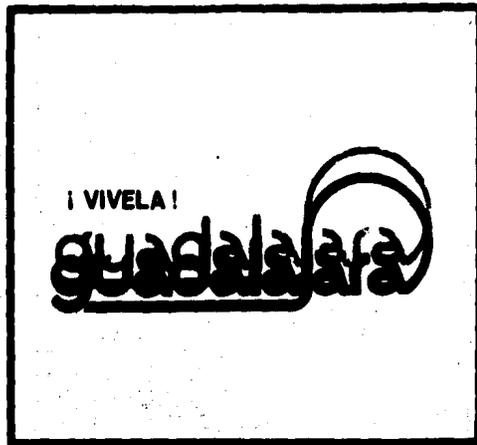


Matriz



Slogan

Frase de identificación y apoyo de la campaña. Se utiliza la palabra "¡Vivela!", que es corta, sencilla invitante a descubrir y conocer, a comprobar las cualidades dadas a través de cada uno de los elementos promocionales.



Puede estar integrada al logotipo en diferentes opciones, o bien, al símbolo. Existe además, la posibilidad de que el slogan se presente integrado en el texto, o bien, independiente en el conjunto.

¡ VIVELA!
guadalajara

The logo consists of a stylized figure, possibly a person or a symbol, enclosed within a circular frame. The figure is positioned to the right of the word 'guadalajara' and partially overlaps the letter 'a'. The entire logo is contained within a rectangular border.

SLOGAN

56

Anuncios Preventivos

Se presenta una secuencia de tres anuncios, teniendo como elemento de enlace el símbolo de la ciudad de Guadalajara.

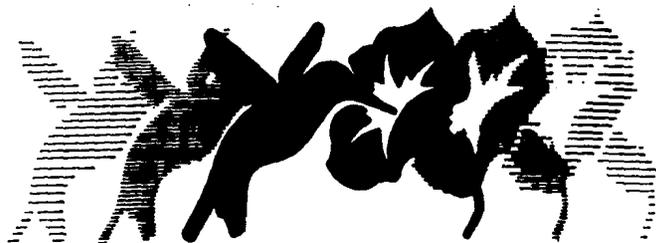
Estos anuncios están programados para aparecer en tres periodos de tiempo siguiendo la secuencia correspondiente; su diseño permita que puedan aparecer sin limitaciones de tiempo o fecha.

Primera Semana



Segunda Semana

El símbolo aparece seccionado e integrado a unas líneas que dan impresión de movimiento, las cuales "empujan" los elementos integrantes, hasta formar el conjunto final que da a conocer la razón de los dos anuncios anteriores.



¡VIVELA!

**ANUNCIOS
PREVENTIVOS 57**

¡VIVELA!

guadalajara



**Un programa de apoyo y
promoción Turística.**

Secretaría de Turismo.

**Mayores informes:
Oficinas del Ayuntamiento
Av. Hidalgo no. 3342
Tel. 24-37-43
24-40-01
Guadalajara, Jal.**

Son sencillos, dinámicos y provocan curiosidad e interés en el público hacia la idea o producto que ha de ser presentado.



Caras interiores

Sus caras interiores presentan una breve historia de los principales atractivos arquitectónicos, folclóricos y artesanales



Butterfly

Butterfly

En la historia de la cultura de México, el mariposa ha sido un símbolo de transformación y belleza. Su presencia en el arte y la literatura refleja la profunda conexión entre la naturaleza y la espiritualidad del pueblo mexicano.



Butterfly

Butterfly

El arte de México ha sido siempre un reflejo de su rica herencia cultural. Desde las pinturas precolombinas hasta las obras modernas, los mexicanos han demostrado una gran capacidad creativa y artística.



Butterfly

Butterfly

La cultura mexicana es un mosaico de tradiciones y costumbres que se han desarrollado a lo largo de los siglos. Este patrimonio cultural es una fuente de orgullo y identidad para el pueblo mexicano.



Butterfly

Butterfly

El arte de México ha sido siempre un reflejo de su rica herencia cultural. Desde las pinturas precolombinas hasta las obras modernas, los mexicanos han demostrado una gran capacidad creativa y artística.



DEL 10 DE JUNIO AL 10 DE JULIO
ACTIVIDADES DE LA VIVELA

Velante

Presenta actividades culturales realizadas
semanalmente en el Instituto Cultural
Cabañas.

Está diseñado en forma sencilla y clara,
dirigido a un público de clase media y baja



**Domingo cultural
CABARAS**
Una muestra del arte
contemporáneo tepeño.
¡VIVELA!
Domingo 17 de Junio
Instituto Cultural Cabañas
Barranca de San Juan

**Domingo cultural
CABARAS**
Una muestra del arte
contemporáneo tepeño.
¡VIVELA!
Domingo 17 de Junio
Instituto Cultural Cabañas
Barranca de San Juan

**Domingo cultural
CABARAS**
Una muestra del arte
contemporáneo tepeño.
¡VIVELA!
Domingo 17 de Junio
Instituto Cultural Cabañas
Barranca de San Juan

Contiene información específica y se encuentra programado para un periodo de emisión abierto.

Domingo cultural CABAÑAS

**Una muestra del arte
contemporáneo tapatío.**

¡VIVELA!

**Domingo 17:00 Hrs.
Instituto Cultural Cabañas.
Secretaría de Turismo.**

guadalajara



Anuncio Espectacular

Por su impacto visual se considera que el anuncio tendrá gran atractivo para el público, llamando su atención y realizando así el proceso comunicativo deseado. Contiene poco texto y el mensaje se encuentra basado en la imagen, apoyándose en el concepto de mayor poder comunicativo de los gráficos.

El Espectacular ha sido realizado en formato 3 x 1.



Es gráfico, sencillo, de gran contraste con el medio ambiente que le rodea. Está diseñado para integrarse, a manera de atardecer, en el cielo tapatío.

Anuncio espectacular en ambiente.



ESPECTACULAR 61

Carteles

Se presenta una serie de carteles de promoción de lugares de interés turístico y actividades recreativas.

Son gráficos, contrastantes, sencillos y de gran atractivo visual.

Están diseñados para contrastar con cualquier fondo en el que pudiera ser colocados.

Se presenta, además, la posibilidad de crear efectos visuales novedosos en los carteles, provocados por el movimiento y degradación de líneas y manchas de color.

LOS ARCOS



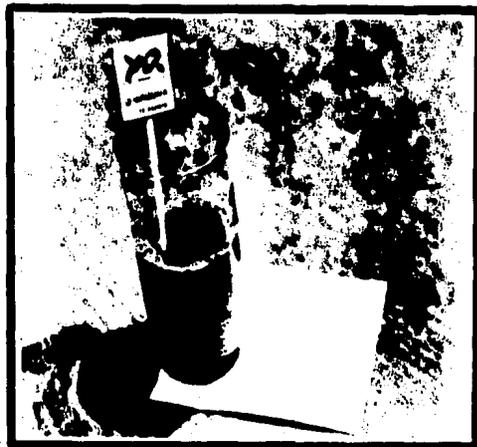
HOSPICIO CABAÑAS

TEATRO DEGOLLADO



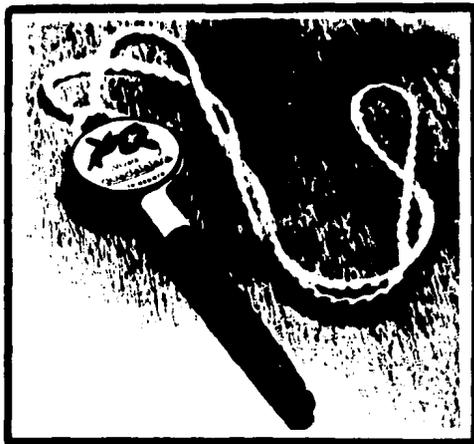
Agitador:

De forma sencilla, presenta los elementos de identificación. Es funcional, sobrio y se enfatiza a través del color.



Pluma:

Presenta los elementos de identificación, no requiere elementos de apoyo. Es funcional, de diseño original, y debido a su cordón, ésta puede estar colocada en posición de mayor visibilidad, y por tanto, mayor comunicación.



ORIGINAL

Punto de Venta:

Realizado en acrílico transparente, puede ser presentado en distintos tamaños que van desde 10x8 cms., como mínimo, hasta 20x16 cms.



Los elementos del diseño tienen proporciones que aseguran su legibilidad, su formato es sencillo, presenta una organización adecuada a la información y guía la atención hacia el Logotipo, como conclusión de las características dadas. Presentación de una o hasta tres tintas.



Una nueva dimensión
turística

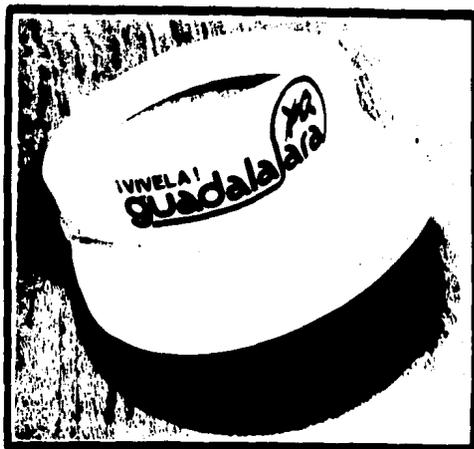
¡Vívela!

guadalajara

ORIGINAL

Cachucha o Visera:

De diseño sencillo, presenta el símbolo, logotipo y slogan, no requiere de otros elementos de apoyo.



JALISCO

ORIGINAL

guadalajara



Una nueva dimensión turística
¡Vivela!



guadalajara

ORIGINAL

Cafete:

Diseñado para utilizar tarjetas en blanco en las cuales se integra el nombre del participante.

Se encuentran los elementos de identificación (símbolo y logotipo), además del slogan y una frase de apoyo dentro de la campaña turística.



Bibliografía

"Guadalajara de Ayer"
Dr. Arturo Chávez Hayhoe
Guadalajara, Jal.
Ed. del Banco Industrial de Jalisco
(Serie de 5 monografías)
1976. 130pp.

"Guadalajara, sus adobes y canteras
recordables"
Gregorio González Cabral.
Guadalajara, Jal., México
Ed. Ayuntamiento de Guadalajara.
1981. 149 pp.

Suplemento Cultural
Periódico "El Informador"
Victor Hugo Lomeli.
Domingo 22 de Julio de 1984
domingo 29 de Julio de 1984.
Domingo 12 de Agosto de 1984
Domingo 19 de Agosto de 1984.
"Manual de Información Turística"
Gobierno del Estado de Jalisco.
1928. 48 pp.

"Revista de Tránsito y Turismo: Alto"
Director Gral. Ma. Concepción de García
Director Ejecutivo. José G. Rocha Chávez
Agosto de 1982.
No. 255
Editada en Guadalajara
24 pp.

"Recorrido Histórico de Guadalajara"
Excursión No. 1
Turismo Infantil S.A.
Martha Ballesteros Sidney.
Guadalajara, Jalisco.
35 pp. 1984

"Palacio de Gobierno"
Monografías Jaliscienses.
Gobierno del Estado de Jalisco.
Guadalajara, Jal. México.
1982 48 pp.

"Instituto Cabañas"
Monografías Jaliscienses.
Gobierno del Estado de Jalisco. México
1982. 48 pp

"Los Carteles, su historia y su lenguaje".
J. Barnicoat
Barcelona.
Editorial Gilli, S.A.
1976 275pp

"Palacio Legislativo"
Monografías Jaliscienses.
Gobierno del Estado de Jalisco
Guadalajara, Jal. México
1982 48 pp.

"Guía Completa de Ilustración y Diseño"
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
Terence Dalley (Coordinación)
México 1981 224 pp.

"El Cartel Actual"
Artículo de la Revista Magenta 03
Autor: Felix Beltrán.
Sociedad de los Diseñadores Industriales de
los EUA. Verano de 1983.
México. 30 pp.

"Dibujando Certales"
Ivan Tubau.
Barcelona.
Ediciones CEAC
1979. 137 pp.

Apuntes de Historia del Arte V
Doravene Peña Angulo
V Semestre
Diseño Gráfico
U.A.G. 1983.

Mostrario de Papeles
Tec. de Impresión II.
VI Semestre.
Marité Gutiérrez Romo
Guadalajara, Jal. UAG
1984. 120 pp.

Diccionario Enciclopédico Hachette Castell.
Tomo No. III
Ediciones Castell
España. 1981. 608 pp.

Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado.
Selecciones del Reader's Digest.
México
1974. 542 pp.

**The Graphic Artist and his Design
Problems"**
J. Muller-Brockmann
Switzerland
World Copyright
E. Kreienbuhl = Co. AG, Lucerne.
1968. 186 pp.

"Label Design"
Watson.
Switzerland
Guptill Publications, New York
1974. 253 pp.