

870131

23.  
29

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA  
INCORPORADA A LA UNAM

# CAMPAÑA DE CONCIENTIZACION PARA PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE

ARQ. GUILLERMO DE LA TORRE  
PRESIDENTE DE LA COMISION  
REVISORA DE TESIS

ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO

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

GUADALAJARA, JAL. JULIO 89



TESIS PROFESIONAL QUE PARA OBTENER

TITULO DE LIC. DISEÑO GRAFICO

PRESENTA

## ARACELI VERGARA FUENTES

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis 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.

INTRODUCCION . . . . .	7
I- MEDIO AMBIENTE . . . . .	9
DEFINICION . . . . .	10
COMPONENTES DEL MEDIO AMBIENTE Y CARACTERISTICAS	10
II- CONTAMINACION . . . . .	12
DEFINICION . . . . .	13
CLASIFICACION . . . . .	13
CAUSAS . . . . .	14
CONSECUENCIAS . . . . .	14
PRINCIPALES PROBLEMAS . . . . .	15
III- MEDIOS DE COMUNICACION . . . . .	19
DEFINICION . . . . .	20
TIPOS DE COMUNICACION . . . . .	20
COMUNICACION MASIVA . . . . .	20
COMUNICACION IMPRESA . . . . .	24
ELECCION DEL MEDIO ADECUADO . . . . .	26

---

IV- DISEÑO Y REALIZACION DE LOS MEDIOS IMPRESOS . . .	27
OBJETIVOS . . . . .	28
CARTEL . . . . .	28
FOLLETO . . . . .	30
METODOS DE IMPRESION . . . . .	32
COLOR . . . . .	33
TIPOGRAFIA . . . . .	35
V- CONCLUSION Y DESARROLLO DEL PROYECTO . . . . .	37
BASES PARA LA REALIZACION DE LA CAMPAÑA . . . . .	38
SIMBOLO . . . . .	40
CARACTERISTICAS GENERALES DE LA CAMPAÑA . . . . .	42
CARTELES . . . . .	44
FOLLETOS . . . . .	53
BIBLIOGRAFIA . . . . .	56

---

# INTRODUCCION

COMO CONSECUENCIA DEL CRECIENTE DESARROLLO TECNOLÓGICO, EL HOMBRE DE MANERA INCONCIENTE, HA IDO ACABANDO CON SU MEDIO AMBIENTE EN GENERAL. MEXICO NO SE ESCAPA A ESTE PROBLEMA, QUE RECLAMA ATENCION INMEDIATA POR PARTE DE LA COMUNIDAD.

EL DISEÑADOR GRAFICO PUEDE AYUDAR A CREAR CONCIENCIA EN LAS PERSONAS, DE LO IMPORTANTE QUE ES LA CONSERVACION DEL MEDIO AMBIENTE; HACIENDO USO DE SU CREATIVIDAD Y ORIGINALIDAD. VALIENDOSE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION, TANTO MASIVOS COMO IMPRESOS; PARA CREAR MENSAJES QUE INVITEN A LA REFLEXION Y A LA ACCION.

TENIENDO COMO OBJETIVO ESTA TESIS:

CONCIENTIZAR A LA COMUNIDAD SOBRE LA IMPORTANCIA DEL MEDIO AMBIENTE Y SU CONSERVACION.

DANDOLES A CONOCER LA SITUACION ACTUAL DE LA CONTAMINACION, LOS PROBLEMAS QUE PROVOCA Y SUS CONSECUENCIAS; PARA ASI CREAR UNA ACCION POSITIVA Y DE RESOLUCION AL PROBLEMA.

---

# **CAPITULO I**

## **MEDIO AMBIENTE**

SE LE LLAMA MEDIO AMBIENTE, A TODAS LAS CIRCUNSTANCIAS Y CONDICIONES EN LAS QUE VIVE TODO SER VIVO.

PORQUE CONTAMOS CON TODOS LOS ELEMENTOS NECESARIOS PARA NUESTRO BIENESTAR Y POR MOVERNOS DENTRO DE EL, ES MUY IMPORTANTE SU CONSERVACION.

ESTOS ELEMENTOS NECESARIOS Y COMPONENTES DEL MEDIO SON: EL AGUA, EL SUELO Y EL AIRE.

A G U A :

ES INDISPENSABLE PARA LA VIDA, PORQUE CUMPLE FUNCIONES IMPORTANTES PARA LA EXISTENCIA DE LOS SERES VIVOS.

ENTRA EN LA FORMACION DEL CUERPO HUMANO EN UN ALTO PORCENTAJE, POR LO QUE AL FALTARLE AGUA, ESTE REDUCE SUS FUNCIONES VITALES.

EL AGUA NOS PROPORCIONA VIDA, FRESCURA, SALUD, COMODIDAD, LUZ, CALOR, ETC.

EL AGUA DE LOS RIOS, LAGOS Y PRESAS, ES APROVECHADA PARA REGAR LOS CULTIVOS Y PARA DAR DE BEBER A LOS ANIMALES.







*El Agua indispensable para la vida humana*



*El Aire de vital importancia para los seres vivos*

EN LOS MARES, LAGOS Y RIOS, VIVEN NUMEROSOS ANIMALES COMO LOS PECES, MARISCOS, MANIFEROS, ETC., SIENDO DE GRAN UTILIDAD PARA EL HOMBRE, Y ASI ORIGINANDO LA INDUSTRIA PESQUERA.

#### S U E L O :

OTRO MEDIO NECESARIO PARA NUESTRA EXISTENCIA, PORQUE NOS VA A PROPORCIONAR PRODUCTOS DE CONSUMO, COMO TAMBIEN LAS AREAS VERDES.

SIENDO NECESARIO QUE ESTE EN SUS MEJORES CONDICIONES PARA UNA BUENA PRODUCCION; YA QUE NUESTRO PAIS SE MANTIENE PRINCIPALMENTE DE LA AGRICULTURA Y DE LA GANADERIA.

#### A I R E :

LA ATMOSFERA ES LA CAPA GASEOSA QUE RODEA EL GLOBO TERRESTRE, ESTA FORMADA POR UNA MEZCLA DE GASES: NITROGENO, OXIGENO Y BIOXIDO DE CARBONO; TODAS INDISPENSABLES PARA LA VIDA HUMANA.

DE LA ATMOSFERA DEPENDEN: EL CLIMA, EL SONIDO, EL VUELO DE LAS AVES, FENOMENOS LUMINOSOS, LA COMBUSTION, LA RESPIRACION.

---

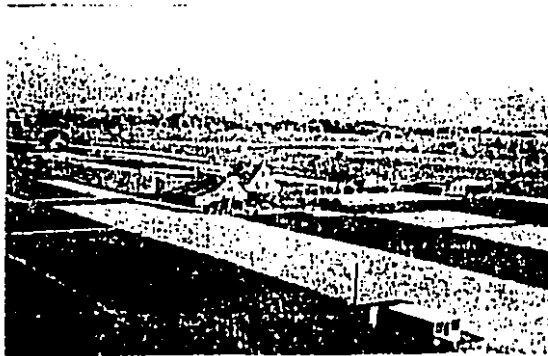
# **CAPITULO II**

## **CONTAMINACION**

## CONTAMINACION



*Contaminación Urbana*



*Contaminación Rural*

LA PODEMOS DEFINIR COMO, TODA TRANSFORMACION PERJU-  
DICIAL EN LAS CARACTERISTICAS FISICAS, QUIMICAS O BIOLO-  
GICAS DE CUALESQUIERA DE LOS COMPONENTES DEL MEDIO AMBI-  
ENTE, QUE AFECTAN A LA VIDA, SALUD, BIENESTAR HUMANO, A  
LA FLORA Y A LA FAUNA.

TODA CONTAMINACION VA DETERIORANDO PAULATINAMENTE -  
LAS CONDICIONES NATURALES DE LOS COMPONENTES DEL MEDIO -  
AMBIENTE; EN LA MAYORIA DE LAS VECES, SUS CARACTERISTI-  
CAS NATURALES NO VUELVEN A SER COMO ANTES.

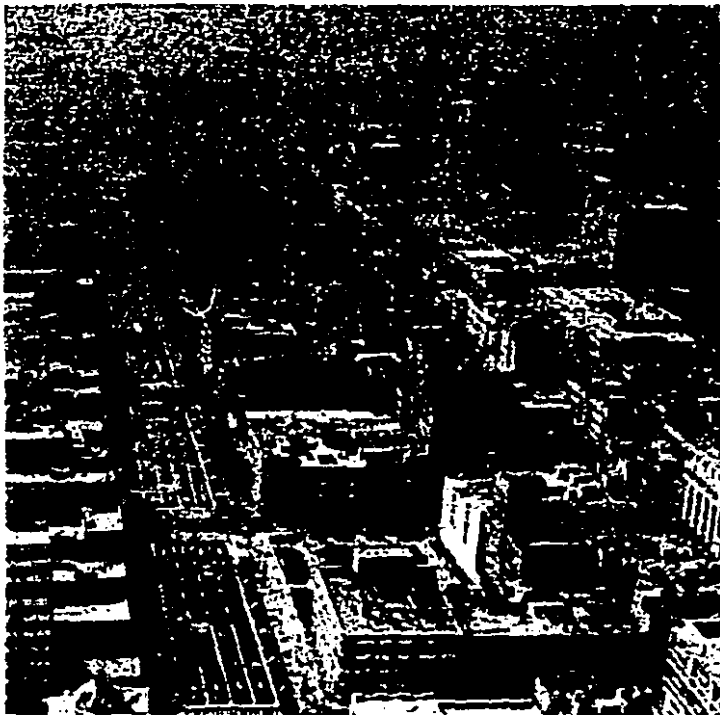
SE PUEDE CLASIFICAR A LA CONTAMINACION COMO: URBANA  
Y RURAL.

### LA U R B A N A:

ES LA QUE SE DA DENTRO DE TODA CIUDAD; PRODUCIDA --  
PRINCIPALMENTE POR EL SMOG DE LOS VEHICULOS, EL HUMO DE  
LAS GRANDES INDUSTRIAS, POR EL RUIDO Y POR LA BASURA.

### LA R U R A L:

LA QUE SE DA EN EL CAMPO, COMO CONSECUENCIA DE LA -  
BASURA, INSECTICIDAS, PLAGUICIDAS, INCENDIOS, AGUAS NE-  
GRAS.



*Las enormes concentraciones urbanas,  
contaminan el ambiente.*

EN GENERAL TODA CONTAMINACION ES CAUSADA POR:

- LA FALTA DE CONCIENCIA DE LA COMUNIDAD.
- NO TENER UNA EDUCACION AMBIENTAL
- DESCUIDOS

CONSECUENCIAS DE LA CONTAMINACION EN GENERAL:

- IMPONE COSTOS A LA SOCIEDAD, A CAUSA DEL DETERIORO QUE PROVOCA EN LOS OBJETOS, COMO EN LOS ORGANISMOS DE LOS SE RES VIVOS.
- TRAE MUCHAS ENFERMEDADES, TALES COMO INFECCIONES, PROBLEMAS DEL CORAZON, ETC.
- LA DESTRUCCION DE LA FAUNA Y FLORA.

LOS PRINCIPALES FOCOS DE CONTAMINACION QUE EXISTEN EN NUESTRO PAIS SON:

EL AREA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE MEXICO, SEGUI DA POR LAS DE GUADALAJARA Y MONTERREY.



PRINCIPALES PROBLEMAS QUE EXISTEN EN EL PAIS:

- 1.- SUELO
- 2.- BASURA
- 3.- AIRE
- 4.- AGUA
- 5.- RUIDO

S U E L O:

LOS CONTAMINANTES QUE AFECTAN A LOS SUELOS SON:

- A) PRODUCTOS QUINICOS: LOS INSECTICIDAS, PLAGUICIDAS, FERTILIZANTES, ASI COMO CUALQUIER SUSTANCIA USADA PARA LA TIERRA.
- B) LOS FISICOS: PRINCIPALMENTE LA BASURA, DESECHOS DE USO COTIDIANO.
- C) BIOLOGICOS: POR LA EROSION, DEFORESTACION E INCENDIOS.

EL SUELO SE VA ACABANDO POCO A POCO, POR EL USO CONSTANTE DE ESTOS CONTAMINANTES; QUEREMOS DECIR QUE LA TIERRA YA NO VOLVERA A SER IGUAL, TANTO EN SU PRODUCCION COMO EN LAS AREAS VERDES.



*La basura gran problema*



*Las Fábricas grandes contaminadoras del ambiente*

#### B A S U R A:

NOSOTROS LA PRODUCIMOS, NO CAE DEL CIELO, NI NACE - SOLA; SINO QUE, SON PRODUCTOS O DESPERDICIOS DE USO COTI DIANO, QUE POR COMODIDAD LA TIRAMOS EN CUALQUIER PARTE Y NO DONDE DEBE DE SER.

TRAE CONSIGO CONSECUENCIAS GRAVES TALES COMO: ATRAE RATAS, INSECTOS DE TODA CLASE, QUE ESTOS A SU VEZ PROPAGAN ENFERMEDADES COMO: INFECCIONES DEL ESTOMAGO, DE LA - PIEL, OJOS Y MUCHAS OTRAS ENFERMEDADES PELIGROSAS.

#### A I R E:

AFECTADO POR TRES TIPOS DE CONTAMINANTES:

- A) QUIMICOS: GASES Y HUMOS PRODUCIDOS POR LOS VEHICULOS Y FABRICAS.
- B) FISICOS: EL RUIDO, ENERGIA NUCLEAR Y CALORIFICA.
- C) BIOLÓGICOS: POR LA BASURA E INCENDIOS.

#### CONSECUENCIAS:

PROVOCAN RESFRIADOS, ENFERMEDADES DEL CORAZON, CANCER Y ALERGIAS.

#### A G U A:

AFECTADO POR:

- A) QUIMICOS: DETERGENTES, FERTILIZANTES, PLAGUICIDAS, PE



*El agua contaminada por residuos*



*El ruido molesto y Perjudicial para el hombre*

TROLEO Y DERIVADOS.

B) FISICOS: RESIDUOS SOLIDOS DOMESTICOS, INDUSTRIALES, -  
AGROQUIMICOS Y HOSPITALARIOS.

C) BIOLÓGICOS: TEMPERATURA.

CONSECUENCIAS:

LOS PROBLEMAS CREADOS POR LAS AGUAS CONTAMINADAS VAN  
DESDE EL BROTE DE LAS ENFERMEDADES HASTA LA DESTRUCCION  
DE LA PESCA LITORAL Y LA DESAPARICION DE LOS PECES Y LA  
VIDA SILVESTRE.

R U I D O:

TODO AQUEL SONIDO QUE YA SEA POR SU INTENSIDAD O --  
FRECUENCIA, RESULTA INDESEABLE Y PERJUDICIAL A LA SALUD  
HUMANA.

CONSECUENCIAS:

FATIGA AUDITIVA, CANSANCIO AL HABLAR, SORDERA, DOLO  
RES DE CABEZA . . .

LOS RUIDOS SON PRODUCIDOS POR:

LOS AUTOMOVILES, CAMIONES URBANOS, INDUSTRIAS, HERRA  
MIENTAS DE TRABAJO, MUSICA DEMASIADO FUERTE.



*Las Areas Verdes,  
Purifican el aire, dan  
Sombra, etc.*



OTRO PUNTO QUE ES IMPORTANTE TRATAR ES EL DE LAS  
A R E A S    V E R D E S .

YA QUE PURIFICAN EL AIRE QUE RESPIRAMOS, QUE NOS  
PROPORCIONAN SOMBRA, FRESCURA, BIENESTAR, ALEGRIA Y SIR-  
VEN DE COLCHONES DE RUIDO, PARA QUE EL VIENTO NO PASE DE  
MASIADO FUERTE.

DESGRACIADAMENTE EN LAS GRANDES CIUDADES, ESTAS SE  
HAN IDO ACABANDO CONFORME VA CRECIENDO LA URBE, POR LA  
FALTA DE ESPACIO, POR TANTA CONTAMINACION ATMOSFERICA Y  
POR DESCUIDOS EN GENERAL.

EN FIN, TODA CONTAMINACION ES UNA SOMBRA QUE EXISTE  
EN NUESTRA VIDA, Y QUE POR CULPA DE NUESTRA INCONCIENCIA  
EXISTE ESTE PROBLEMA, QUE RECLAMA UNA RESOLUCION INMEDIA  
TA, ANTES DE QUE YA NO EXISTA POSIBILIDADES DE SALVAR EL  
MEDIO EN QUE VIVIMOS.



---

# **CAPITULO III**

## **MEDIOS DE COMUNICACION**

## MEDIOS DE COMUNICACION



MEDIOS:

SON INSTRUMENTOS DE LOS QUE NOS VALEMOS PARA COMUNICAR INFORMACION, IDEAS O HACER PUBLICIDAD DE UN PRODUCTO O SERVICIO.

ESTOS INSTRUMENTOS O MEDIOS DE COMUNICACION SE DIVIDEN EN DOS TIPOS:

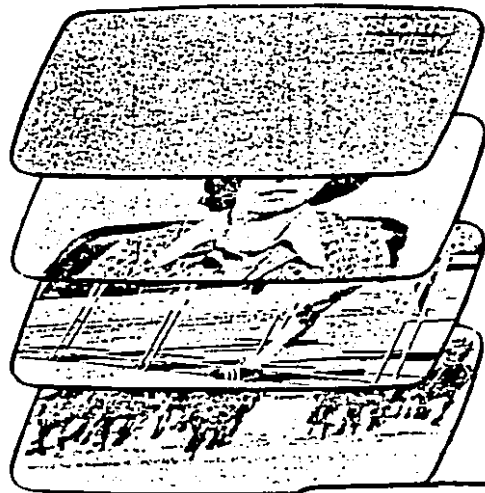
- A) COMUNICACION MASIVA
- B) COMUNICACION IMPRESA

LA COMUNICACION M A S I V A :

SE DIRIGE A UN GRAN NUMERO DE PERSONAS O A GRANDES MASAS; ESTA COMUNICACION ESTA CONSTANTEMENTE PRESENTE, - COMO LO ES LA TELEVISION, RADIO, PRENSA.

A LA TELEVISION :

SE LE CONSIDERA COMO EL MEDIO MAS POTENTE Y PERSUASIVO DE TODOS LOS DEMAS MEDIOS TANTO IMPRESOS COMO MASIVOS.



POR SER EL MEDIO QUE SE CONSIDERA COMO EL MAS IMPOR-  
TANTE TIENE MUCHAS VENTAJAS, TALES COMO:

- ABARCA PRACTICAMENTE A TODA LA POBLACION, YA QUE LA MA-  
YORIA CUENTA CON UN TELEVISOR.
- OFRECE MUCHAS POSIBILIDADES CREATIVAS, SOBRE TODO PARA  
LOS DISEÑADORES GRAFICOS, YA QUE HAY UN BUEN SONIDO, MO-  
VIMIENTO Y COLOR.

AUNQUE PAREZCA EL MEJOR MEDIO EN TODOS LOS SENTIDOS  
TAMBIEN TIENE ALGUNAS DESVENTAJAS:

- ES EL MAS CARO, TANTO EN LA PRODUCCION DE ANUNCIOS, --  
COMO DE PROGRAMAS, YA QUE OCUPA MUCHO EQUIPO COMO EN MA-  
TERIAL, PERSONAS TECNICAS Y ACTORES.
- NO QUEDA CONSTANCIA ESCRITA DE LOS QUE APARECE EN PAN-  
TALLA, SOLO GRABADO EN VIDEO-TAPE.
- NO SE SABRA SI A LA HORA DE EMITIR EL PROGRAMA, ESTARA  
ALGUIEN VIENDO EL TELEVISOR.

LA R A D I O:

ES UN MEDIO MUY FUGAZ, QUE NO ADMITE INFORMACION DE  
TALLADA O COMPLICADA.

# Radio is challenging television.



How Americans 18+ divide media time.  
(Average 21-hour day, Monday to Friday.)  
Source: R.H. Bruskin study.

## ALGUNAS DE SUS VENTAJAS:

- TIENE LA CAPACIDAD DE ESTIMULAR LA IMAGINACION DEL OYENTE.
- ES RELATIVAMENTE BARATO.
- SE PUEDE ESCUCHAR SIN INTERRUMPIR LAS OCUPACIONES QUE SE ESTEN HACIENDO EN ESE MOMENTO.
- EN SUS ANUNCIOS CABE LA MUSICA, HUMOR, PERSONAJES FAMOSOS Y LA EMOCION.
- SE PUEDE OIR EN CUALQUIER PARTE DONDE HAYA UN RADIO.

## SUS DESVENTAJAS:

- LA CARENCIA DE IMAGEN VISUAL.
- SE TIENE QUE REPETIR VARIAS VECES EL SPOT, PARA CONSEGUIR LA COBERTURA DESEADA.
- NO SE PUEDEN EMITIR ANUNCIOS COMPLICADOS O CON MUCHOS DETALLES.

EL DISEÑADOR GRAFICO, AQUI TENDRA QUE TRABAJAR CON MUCHA CREATIVIDAD, YA QUE CARECE DE IMAGEN VISUAL, POR LO QUE DEBE HACER EL ANUNCIO MUY ATRACTIVO, PARA QUE ESTE SE RECUERDE.



#### LA P R E N S A :

PERMITE AL ANUNCIANTE PROPORCIONAR AL LECTOR, UNA CANTIDAD CONSIDERABLE DE INFORMACION, QUE PUEDE INCLUSO GUARDARSE PARA CONSULTARLA EN CUALQUIER MOMENTO.

#### VENTAJAS:

- OFRECE MUCHA FLEXIBILIDAD EN CUANTO AL TAMAÑO DEL ANUNCIO, ADECUANDOSE AL TAMAÑO DEL PERIODICO.
- LOS ANUNCIOS PUEDEN PUBLICARSE ENSEGUIDA, PORQUE EL PERIODICO SALE TODOS LOS DIAS.
- EL PRECIO VARIA DE ACUERDO AL TAMAÑO Y A LAS TINTAS, - SE LE CONSIDERA RELATIVAMENTE BARATO.

#### DESVENTAJAS:

- ES NECESARIO ANUNCIARSE EN DISTINTOS DIARIOS, PARA LLEGAR A UN PUBLICO SUFICIENTEMENTE AMPLIO.
- FALTA DE SONIDO, MOVIMIENTO Y POR LO GENERAL DE COLOR.

EL DISEÑADOR TIENE UN GRAN TRABAJO, YA QUE POR LO GENERAL EL PERIODICO RESULTA UN POCO MONOTONO, HAY QUE CAPTAR LA ATENCION INMEDIATAMENTE DEL LECTOR, HACIA NUESTRO ANUNCIO, AUNQUE ESTE CAREZCA DE COLOR.



LA COMUNICACION IMPRESA:

TAMBIEN SE DIRIGE A UN GRAN NUMERO DE PERSONAS PERO MAS SELECCIONADAS.

LOS TIPOS MAS COMUNES DE ESTA COMUNICACION SON: FOLLETO Y CARTEL.

EL FOLLETO:

ES INFORMACION IMPRESA, UNA CLASE DE LIBRO PEQUEÑO INTEGRADO POR 6 Ó MAS PAGINAS, NORMALMENTE DOBLADAS O ENGRAPADAS; CUYA FINALIDAD ES DAR A CONOCER ALGO EN FORMA COMPLETA.

ESTOS PUEDEN SER PUBLICITARIOS O PROPAGANDISTICOS.

TIPOS DE FOLLETOS:

- UN DOBLEZ: 2 CARAS A CADA LADO, CON UN DOBLEZ.
- TRIPTICO: 3 CARAS A CADA LADO, CON 2 DOBLECES.
- MULTI-DOBLEZ: DE 4 A 16 CARAS A CADA LADO, CON DOS O MAS DOBLECES VERTICALES Y UN HORIZONTAL.

CARTEL:

ES UN ANUNCIO IMPRESO EN PAPEL GRUESO O CARTON DE GRAN TAMAÑO, SIENDO SU PUBLICACION UNITARIA.



*C. de interes social*

*C. Turístico*



EXISTEN DIFERENTES TIPOS DE CARTELES:  
 INTERES SOCIAL, PRODUCTOS, CULTURALES, TURISTICOS,  
 Y TEATRALES.

**C. DE INTERES SOCIAL:**

SENCILLOS, DE MUCHA IMAGEN Y POCA TIPOGRAFIA, PROMUEVEN CAMPAÑAS, REPRESENTAN NECESIDADES DE UNA CLASE EN GENERAL.

**C. DE PRODUCTOS:**

SON INFORMATIVOS, PROMUEVEN LA CALIDAD Y PRESTIGIO DE DETERMINADO PRODUCTO.

**C. CULTURALES:**

DIRIGIDOS A DETERMINADO GRUPO DE PERSONAS, SIENDO - MUY SENCILLOS Y DE RAPIDA CAPTACION.

**C. TURISTICOS:**

PROMUEVEN DETERMINADO LUGAR; DESTACANDO LO MAS BELLO Y CARACTERISTICO DE ESTE; ASI COMO LAS ACTIVIDADES - PRIMOEDIALES DE EL.

**C. TEATRALES:**

FORMAS SENCILLAS, ESTILIZADAS Y ELEGANTES, DE ACUERDO A LA OBRA ANUNCIADA.



LA ELECCION DEL MEDIO QUE VAYAMOS A UTILIZAR, ES TAN IMPORTANTE COMO LO QUE SE VA A DECIR; POR LO QUE DEBEMOS DE TOMAR EN CUENTA:

1.- LA AUDIENCIA A LA QUE NOS VAYAMOS A DIRIGIR VIENDO - EL NUMERO Y CARACTERISTICAS DE LAS PERSONAS QUE COMPONEN NUESTRA AUDIENCIA; TOMANDO EN CUENTA EL SEXO, CLASE SOCIAL Y EDAD.

2.- PRECIO DE LA PUBLICIDAD EN ESTE MEDIO; SIENDO UNO DE LOS PUNTOS DE PARTIDA, YA QUE DEPENDE EL PRESUPUESTO QUE SE TENGA, SE VERAN LAS POSIBILIDADES DE DETERMINADOS MEDIOS.

3.- CARACTERISTICAS PECULIARES; VIENDO LAS POSIBILIDADES CREATIVAS QUE OFRECE, TANTO EN SU PRODUCCION YA SEA EN BLANCO Y NEGRO O A COLOR; SI SE TRATA DE MEDIOS IMPRESOS HAY QUE VER QUE TIPO DE PAPEL, COMO TAMBIEN LAS LIMITACIONES QUE ESTE IMPONGA, TANTO EN LA CALIDAD DE LA IMAGEN COMO EN LA DEL CONTENIDO.



---

# **CAPITULO IV**

**DISEÑO Y REALIZACION  
DE LOS MEDIOS IMPRESOS**

## DISEÑO Y REALIZACION DE LOS MEDIOS IMPRESOS

# Don't blame potatoes.



LA COMUNICACION GRAFICA, ES LA TRANSMISION DE MENSAJES POR MEDIO DE IMAGENES VISUALES; COMO EN LA MAYORIA - DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION, SE TRANSMITEN IMAGENES VISUALES.

OBJETIVOS DE LOS MEDIOS IMPRESOS:

- 1.- ATRAER Y LOGRAR LA ATENCION DEL PUBLICO.
- 2.- SER LEGIBLE Y COMPRESIBLE.
- 3.- CAUSAR UNA IMPRESION DESEADA.

C A R T E L :

DEBE ESTABLECER UNA COMUNICACION MUY DIRECTA, DE ATENCION RAPIDA, DE GRAN IMPACTO E INMEDIATO.

DEBEMOS TENER LA IDEA BIEN DEFINIDA DE LO QUE SE VA A DECIR, ESTA PUEDE SER MEDIANTE UNA IMAGEN O UN TEXTO.

LA IMAGEN PUEDE SER HUMORISTICA, DRAMATICA O ABSTRACTA; PERO SIEMPRE Y CUANDO SEA RESULTADO DE LA IMAGINACION, ORIGINALIDAD Y ANALISIS ACERTADO DE LA INFORMACION QUE QUIERE COMUNICARSE.



LA LONGITUD DEL TEXTO DEPENDE DE LA FUNCION DEL - CARTEL Y DE LO QUE SE VA A COMUNICAR. LA MAYORIA DE LAS VECES LO TIENEN BREVE, COMO UNA LINEA O SOLO UNA FRASE; UN TEXTO INGENIOSO QUE REMITA EN POCAS PALABRAS A LA IMAGEN.

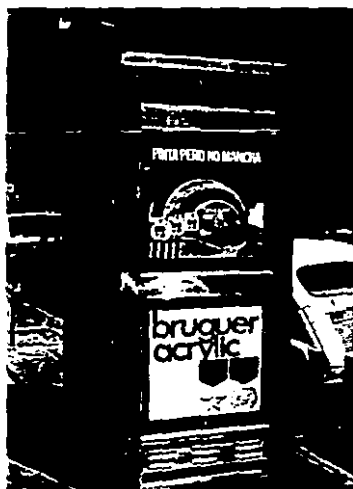
PERO TAMBIEN EXISTEN TEXTOS LARGOS, QUE SE NECESITA TENER UN LAPSO DE TIEMPO PARA LEERLOS, ESTOS CARTELES SE PONEN GENERALMENTE EN LOS MEDIOS DE TRANSPORTE, EN PARADAS Y ESTACIONES, DONDE LA GENTE PASA ALGO DE TIEMPO MIENTRAS TOMA EL TRANSPORTE Y LOS PUEDA LEER CALMADAMENTE.

#### TAMAÑOS DE LOS CARTELES:

- VARIAN DESDE: 2 CARTAS
- 4 CARTAS
- 8 CARTAS

SIENDO LA MAS COMUN Y UTILIZADA LA DE 4 CARTAS, POR SER MUY PRACTICA POR SU TAMAÑO INTERMEDIO Y BUENO PARA LA INFORMACION.

EL TAMAÑO DE LOS CARTELES ESTA DETERMINADO GENERALMENTE POR LAS MAQUINAS QUE LOS IMPRIMEN; DE ACUERDO AL ANCHO DEL PAPEL QUE ACEPTE LA IMPRESORA.



EL TIEMPO QUE TIENE PARA ATRAER NUESTRA ATENCION ES DE:

- 1 a 2 SEGUNDOS LOS CARTELES TIPOGRAFICOS; POR CARECER DE IMAGEN DEBEN DE SER MUY ATRACTIVOS E IMPACTANTES, PARA DESPERTAR EL INTERES DEL POSIBLE LECTOR.
- 3 a 7 SEGUNDOS EN CARTELES DE IMAGEN.

LAS VENTAJAS DEL CARTEL:

- CASI TODO EL MUNDO LO VE, SIN NECESIDAD DE COMPRAR REVISTAS O PERIODICOS DETERMINADOS, SIEMPRE ESTAN PUESTOS DE DIA O DE NOCHE .
- LOS MENSAJES SE PUEDEN LEER UNA Y OTRA VEZ.

UNA DESVENTAJA DE LOS CARTELES QUE ESTAN EXPUESTOS AL EXTERIOR, ES QUE SE DETERIORAN FACILMENTE.

F O L L E T O S :

TIENEN A MENUDO UN DISEÑO INFORMAL, PUESTO QUE SE - DESPLIEGA UN MENSAJE ATRAVES DE PAGINAS SUBSECUENTES, SU INFORMACION ES SERIADA.



*Portadas atractivas*



*Prácticos y fácil de cargar*

LA PORTADA CUMPLE LA FUNCION PARECIDA A LA DEL CARTEL, YA QUE ES LA PARTE QUE POSIBLEMENTE VE PRIMERO EL LECTOR.

ESTA TIENE QUE SER SUFICIENTEMENTE ATRACTIVA, COMO PARA ANIMAR AL LECTOR A TOMAR Y HOJEAR EL FOLLETO MAS DETENIDAMENTE.

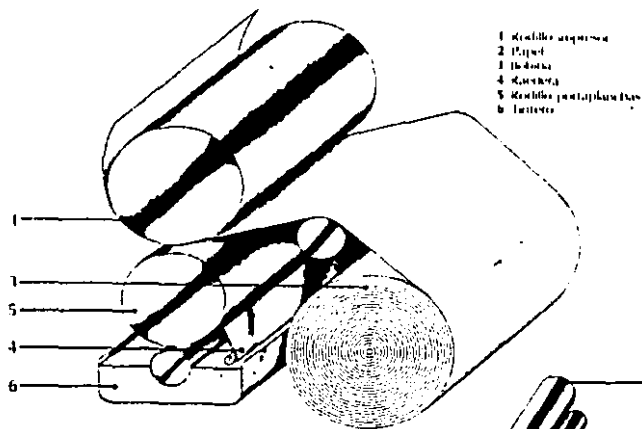
LA ATENCION QUE SE DETIENE EN LA CUBIERTA, NO ES MAS QUE 10 SEGUNDOS, Y A VECES NO MAS DE 3 SEGUNDOS, POR LO QUE EN ESTE LAPSO DE TIEMPO HAY QUE CONVENCER AL POSIBLE LECTOR QUE TOMA EL EJEMPLAR Y LO MIRE MAS DETENIDAMENTE.

DEBE CONTENER INFORMACION CLARA, CONCISA, DIRECTA, BREVE Y COMPLETA.

LA LONGITUD DE INFORMACION DEPENDE EN GRAN PARTE, DE LA FUNCION QUE ESTE TENGA QUE DESEMPEÑAR YA SEA DE UN PRODUCTO O SERVICIO.

#### VENTAJAS DEL FOLLETO:

- PRACTICO Y FACIL DE CARGAR EN CUALQUIER PARTE.
- SE LEEN CUANDO LA PERSONA PUEDA Y QUIERA.
- USO EXCLUSIVO PARA DETERMINADA AUDIENCIA.
- IMPACTO BUENO, TANTO POR SU IMPRESION COMO POR SU FORMA



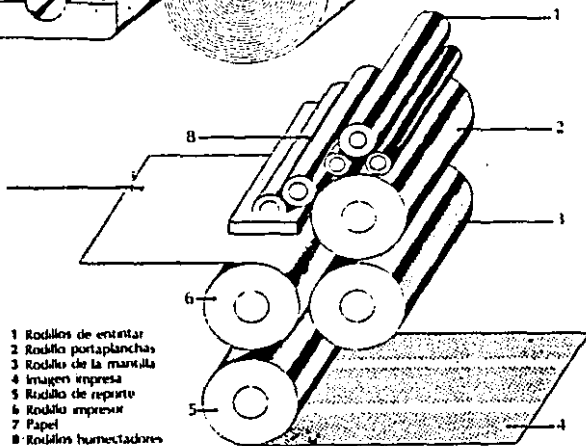
- 1 Rodillo impresor
- 2 Papel
- 3 Rodillo de la maraña
- 4 Rodillo de repunte
- 5 Rodillo portaplanchas
- 6 Rodillo

EXISTEN VARIOS METODOS DE IMPRESION:

- COMO LA S E R I G R A F I A ; PERO SOLO SE RECOMIEN SI SON POCOS EJEMPLARES, UN PROMEDIO DE 50; ESTE METODO ES MUY BARATO Y PUEDE HACERSE EN CASA.

- LA L I T O G R A F I A; CUANDO PASA DE 50 EJEMPLARES, SIENDO TAMBIEN MUY BARATO.

- EL O F F S E T T ; PARA INFINIDAD DE EJEMPLARES - ES EL MAS RECOMENDABLE Y EL MAS USADO; POR SER EL QUE DA MEJOR CALIDAD DE IMPRESION, MUY RAPIDO Y PORQUE ACEPTA - GRAN VARIEDAD DE TIPOS DE PAPELES. SE RECOMIENDA IMPRIMIR EN PAPEL COUCHE MEDIANO O DELGADO, YA QUE DA MUY BUENA CALIDAD, POR SER SATINADO. SE PUEDEN USAR CUANTOS COLORES SE DESEEN, PERO LO MAS BARATO ES A UNA SOLA TINTA CUALESQUIERA QUE SEA ESTA.



- 1 Rodillos de entinar
- 2 Rodillo portaplanchas
- 3 Rodillo de la maraña
- 4 Imagen impresa
- 5 Rodillo de repunte
- 6 Rodillo impresor
- 7 Papel
- 8 Rodillos humectadores

EL CARTEL PUEDE ESTAR A UNA DISTANCIA CONSIDERABLE, POR LO QUE DEBE SER SENCILLO Y FACIL DE LEER, PARA CAPTARLO RAPIDAMENTE.

SU IMPRESION GENERALMENTE ES POR OFFSETT, YA QUE ES LA MAS ADECUADA Y OFRECE MUY BUENA CALIDAD, MIENTRAS QUE EL PAPEL MAS UTILIZADO PARA ELLO ES EL COUCHE.

#### C O L O R :

LA FORMA Y EL COLOR SON LOS ELEMENTOS BASICOS DE LA ESTIMULACION VISUAL; SIENDO EL COLOR UNA HERRAMIENTA IMPORTANTE EN LA COMUNICACION GRAFICA, YA QUE SOMOS SENSIBLES A TODOS LOS COLORES.

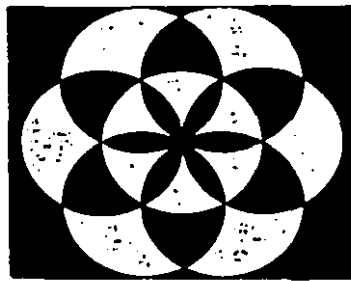
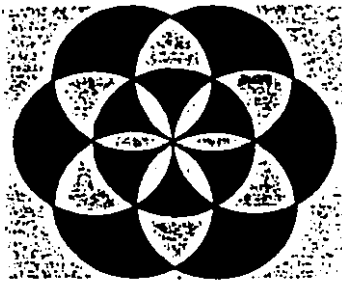
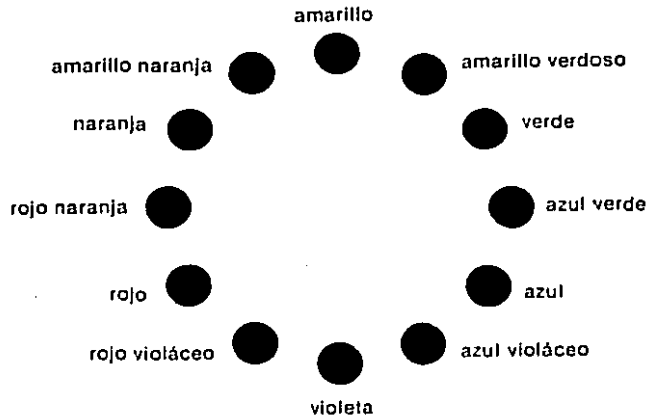
LOS ANUNCIOS QUE USAN EL COLOR TIENEN MUCHO MAS EXITO QUE LOS QUE NO LO USAN.

EL COLOR PUEDE CONTRIBUIR MUCHO A UNA COMUNICACION MAS EFECTIVA.

#### FUNCIONES DEL COLOR:

- 1.- LLAMAR LA ATENCION
- 2.- PRODUCIR EFECTOS PSICOLOGICOS
- 3.- DESARROLLAR ASOCIACIONES
- 4.- LOGRAR LA RETENCION
- 5.- CREAR UNA ATMOSFERA ESTETICAMENTE PLACENTERA.

EL CONTRASTE, ES LA BASE DE LA ATENCION Y DEBE SER APLICADO A LOS ELEMENTOS DE MAYOR SIGNIFICACION.



**M**OULIN ROUGE  
**M**OULIN ROUGE  
**M**OULIN ROUGE  
CONCERT  
**BAL**  
TOUS LES SOIR  
LA GOULUE



LOS COLORES DEBEN ADAPTARSE AL MENSAJE; TOMANDO EN CUENTA QUE LA GENTE LOS ASOCIA CON DIFERENTES PRODUCTOS.

EL COLOR TIENE UN ALTO VALOR EN LA MEMORIA, DEBE -- PREDOMINAR UNO, PORQUE AYUDA A LOS LECTORES A RECORDAR -- LO QUE VIERON.

UNA MALA SELECCION Y APLICACION DEL COLOR PUEDE REPELER A LOS LECTORES.

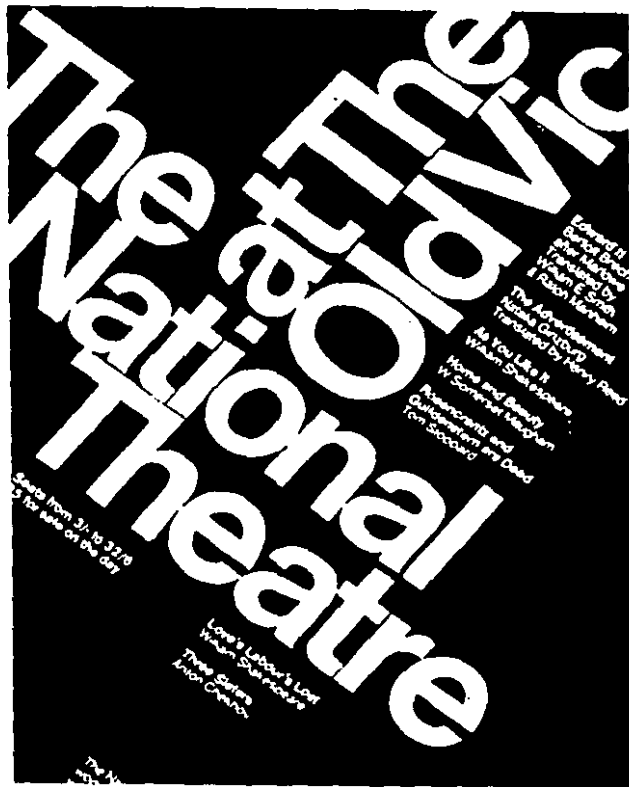
TODOS LOS COLORES USADOS EN ALGUNA IMPRESION DEBEN TENER EQUILIBRIO, CONTRASTE, PROPORCION, RITMO Y MOVIMIENTO.

SIENDO LOS COLORES BRILLANTES MAS LIGEROS QUE LOS OSCUROS; EL CONTRASTE ES NECESARIO PARA LA LEGIBILIDAD; LA PROPORCION ES LA RELACION ENTRE DOS COLORES PARA QUE SE NOS HAGA MAS PLACENTERO; EL RITMO ES USADO UN MISMO COLOR EN VARIOS PUNTOS DEL IMPRESO.

LAS REFERENCIAS DEL COLOR VARIAN EN LA EDAD, EDUCACION, UBICACION GEOGRAFICA.

LOS COLORES BRILLANTES ATRAEN A LA GENTE JOVEN; -- MIENTRAS QUE LOS COLORES SUAVES A LOS MAYORES.





EL COLOR TANTO COMO EN LOS FOLLETOS COMO EN CUAL- --  
 QUER MEDIO DE COMUNICACION ES FUNDAMENTAL, YA QUE ESTI-  
 MULA AL LECTOR POSITIVAMENTE O NEGATIVAMENTE, POR LO QUE  
 DEBEN SER UTILIZADOS HABILMENTE, PARA ATRAER LA ATENCION  
 Y LOGRAR LA RETENCION DEL MENSAJE.

#### T I P O G R A F I A :

SU FUNCION ES AUXILIAR A LA COMUNICACION VISUAL; --  
 TIENE Poca SIGNIFICACION COMO VALOR DE IMPACTO, AUNQUE --  
 SI SE DA EL CASO CREANDO ANUNCIOS PURAMENTE TIPOGRAFICOS  
 MUY ATRACTIVOS, POR EL BUEN USO DE ELLA TANTO EN SU TAMA-  
 NO ESTILO Y COLOR.

LA LEGIBILIDAD ES NECESARIA PARA LA BUENA COMPREN- --  
 SION DEL MENSAJE, SIENDO EL TIPO ESTETICAMENTE AGRADABLE.

#### FACTORES QUE INFLUYEN EN LA LEGIBILIDAD:

EL TAMAÑO, PESO, INTERLINEADO, LONGITUD DE LA LINEA,  
 LOS MARGENES.

#### PASOS PARA UN BUEN RESULTADO:

- 1.- USO DE LETRAS SENCILLAS, NORMALES O ROMANAS.
- 2.- EN TEXTOS LARGOS, FRACCIONARLOS PARA UNA LECTURA FA-  
 CIL, EN PARRAFOS PARA NO HACERLO TAN MONOTONO.

---

# Futura Franklin Gothic Bembo



- 3.- USAR DE UNO A TRES TIPOS DE LETRAS DISTINTOS CUANDO MAS, PARA UN ANUNCIO.
- 4.- SI SE COLOCAN LETRAS ENCIMA DE ILUSTRACIONES, ESTAS DEBEN ESTAR BIEN CONTRASTADAS PARA QUE NO AFECTE LA IMAGEN ANTE LA LETRA.

SE DEBE PONER MAYOR ATENCION EN LOS TITULOS YA QUE DE ELLA DEPENDE EN GRAN PARTE SU ATRACTIVO.

SE CUENTA CON GRAN VARIEDAD DE TIPOS DE LETRAS Y ES TILOS, CON LOS CUALES SE PUEDEN HACER FRASES O TITULOS - IMPACTANTES AYUDADOS POR EL COLOR.

---

# **CAPITULO V**

**CONCLUSION  
Y DESARROLLO  
DEL PROYECTO**

---

## CONCLUSION Y DESARROLLO DEL PROYECTO

TENIENDO CONOCIMIENTO DEL GRAVE PROBLEMA DE CONTAMINACION, TANTO DE SMOG COMO DE LA BASURA, Y LA FALTA DE AREAS VERDES QUE EXISTE ACTUALMENTE, ES NECESARIO UNA ATENCION INMEDIATA DE RESOLUCION A DICHO PROBLEMA.

SIENDO EL DISEÑADOR GRAFICO UNA PERSONA CAPAZ DE AYUDAR A SOLUCIONAR PARTE DEL PROBLEMA, MEDIANTE LA CREACION DE MENSAJES GRAFICOS, PRODUCTO DE SU ORIGINALIDAD Y CREATIVIDAD; QUE INVITEN A LA REFLEXION Y A LA ACCION PARA DISMINUIR EL PROBLEMA.

VALIENDOSE DE LOS MEDIOS MAS ADECUADOS PARA LA TRANSMISION DEL MENSAJE, TANTO POR LAS POSIBILIDADES CREATIVAS QUE OFRECEN, COMO POR SU REPRODUCCION; ESTOS MEDIOS SON - EL CARTEL Y EL FOLLETO.

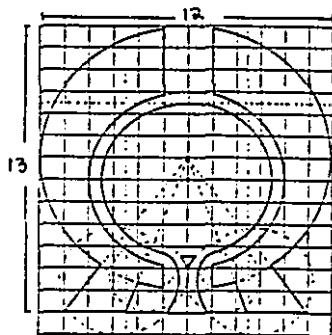
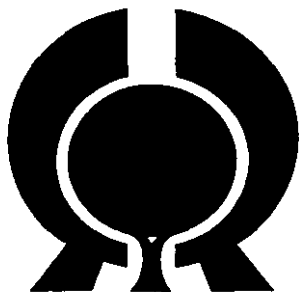
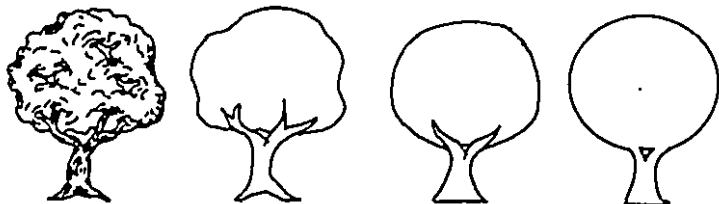
EL CARTEL, PORQUE PUEDE SER MUY IMPACTANTE CON EL BUEN USO DE LOS COLORES, IMAGENES Y TEXTO; Y PORQUE HAY MAS POSIBILIDADES DE QUE CUALQUIER GENTE LOS VEA, YA QUE SE COLOCAN EN LUGARES PUBLICOS MUY TRANSITADOS.

EL FOLLETO PERMITE MAS INFORMACION, MAS PROFUNDA Y DETENIDA ACERCA DEL PROBLEMA, ASI COMO SUS SOLUCIONES;

---

SIENDO ESTE MUY PRACTICO Y COMODO POR SU TAMAÑO, EL CUAL SE PUEDE LLEVAR CONSIGO A DONDE QUIERA Y LEERLO CON MAS CALMA.

EL MENSAJE VA DIRIGIDO A TODA LA COMUNIDAD EN GENERAL, A TODOS LOS NIVELES SOCIALES Y CULTURALES; POR TAL RAZON ES NECESARIO LA UTILIZACION DE MENSAJES SENCILLOS, CONCRETOS Y FACILES DE ENTENDER, MAS QUE INFORMATIVOS - QUE SEAN GRAFICOS, YA QUE TODAVIA EXISTE EL ANALFABETISMO EN NUESTRA COMUNIDAD.



PARA LA REALIZACION DE ESTA CAMPAÑA, SE NECESITO UNA INVESTIGACION ACERCA DE LOS PROBLEMAS PRINCIPALES QUE ATACAN A NUESTRA CIUDAD; PARA ASI MEDIANTE CARTELES Y FOLLETOS MANDAR MENSAJES DIRECTOS QUE HAGAN REFLEXIONAR E INVITEN A UNA ACCION DE RESOLUCION AL PROBLEMA.

LOS PUNTOS A LOS QUE SE ATACO FUERON AL SMOG, BASURA Y LA FALTA DE AREAS VERDES; POR SER LOS QUE MAS NECESITAN DE UNA ATENCION INMEDIATA.

PARA LA CAMPAÑA SE NECESITO UN SIMBOLO Y UN SLOGAN REPRESENTATIVO PARA ELLA.

PARA LA REALIZACION DEL SIMBOLO, SE HIZO UN ESTUDIO ACERCA DE LOS ELEMENTOS QUE COMPONEN AL MEDIO AMBIENTE; Y SE VIO QUE EL ARBOL, ES LA PARTE QUE LA MAYORIA DE LA COMUNIDAD LO ASOCIA CON EL.

OTRO PUNTO QUE SE TOMO FUERON UNAS MANOS DE FORMA QUE PROTEGIERAN AL MEDIO AMBIENTE; YA TENIENDO COMO BASE ESTOS DOS ELEMENTOS TANTO EL ARBOL COMO LAS MANOS SE SIMPLIFICARON HASTA LLEGAR A LO MAS REPRESENTATIVO DE ELLOS A UNAS FORMAS MUY SENCILLAS.

EL ACOMODO DE LAS MANOS CON RESPECTO AL ARBOL FUE PARA DAR MAYOR IDEA DE PROTECCION, MAS ARMONIA Y EQUILIBRIO.

en tí esta  
Salvémoslo  
Cuidémoslo  
Protégelo  
es tuyo  
Consérvalo

en tí está  
en tí está  
*en tí está*  
en tí está  
en tí está



ESTE SIMBOLO ES MUY SENCILLO PARA SU FACIL CAPTA-  
CION Y POR LO TANTO SU MEMORIZACION.

EN TANTO ESTA CAMPAÑA NECESITO UNA FRASE REPRESENTA  
TIVA Y DE MUCHO SIGNIFICADO PARA LA SOCIEDAD.

TRAS UNA SERIE DE SLOGANS SE ESCOGIO "EN TI ESTA" -  
POR SER UNA FRASE DIRECTA, SENCILLA Y CORTA QUE HAGA RE-  
FLEXIONAR A LA PERSONA QUE DE ELLA DEPENDE EL PROBLEMA O  
LA PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE.

YA ESCOGIDO EL SLOGAN SE HIZO UN ESTUDIO DE TIPOS -  
DE LETRAS; Y SE VIO QUE LA LETRA AVANT GARDEN ES LA MAS  
ADECUADA POR SER MUY LEGIBLE, SENCILLA Y DE TRAZOS CUR-  
VOS DE ACUERDO CON EL SIMBOLO; ESTAS UTILIZADAS EN MINUS-  
CULAS PARA DAR MAYOR ARMONIA CON EL SIMBOLO Y NO VERSE -  
PESADA EN CASO DE MAYUSCULAS.

EL ACOMODO DEL SLOGAN CON RESPECTO AL SIMBOLO FUE -  
PARA DAR MAYOR EQUILIBRIO Y UN SOPORTE.

EN CUANTO AL COLOR, ELEMENTO MUY IMPORTANTE, YA QUE  
SOMOS SENSIBLES A EL; SE VIO QUE EL VERDE ES EL QUE MAS  
SE APEGO A NUESTRA NECESIDAD, YA QUE ES RELACIONADO Y A-  
SOCIADO CON LA VIDA, PLANTAS, ETC.; TANTO EL SIMBOLO CO-  
MO EL SLOGAN SON VERDES, SIN OTRA COMBINACION, YA QUE  
SE VEIA DEMASIADO CONTRASTE Y PERDIA LA ARMONIA EN SU -  
CONJUNTO.

---

PARA LA REALIZACION TANTO DE LOS CARTELES COMO DE -  
LOS FOLLETOS, SE NECESITO UN ESTILO QUE LOS CARACTERIZA-  
RA A TODOS, PARA SU ASOCIACION CON LA MISMA CAMPAÑA.

UTILIZANDOSE FORMAS SENCILLAS A BASE DE CIRCULOS Y  
LINEAS RECTAS, QUE REPRESENTARAN LOS ELEMENTOS CARACTE--  
RISTICOS, PARA EVITAR ASI FORMAS COMPLICADAS QUE EN VEZ  
DE TRANSMITIR, CONFUNDAN.

USANDOSE ESTE TIPO DE FORMAS YA QUE ESTA CAMPAÑA SE  
DIRIGE A TODO NIVEL SOCIAL Y CULTURAL.

LOS CARTELES SE PONDRAN EN LUGARES PUBLICOS COMO,  
ESTACIONES DE TREN, CENTRALES DE AUTOBUSES Y PARADAS DE  
ESTOS, COMO TAMBIEN EN CENTROS COMERCIALES, EDUCATIVOS,  
PARA QUE TODA PERSONA LOS VEAN Y CAPTEN EL MENSAJE.

EN TANTO LOS FOLLETOS SE DARAN EN TIENDAS DE AUTO--  
SERVICIO, CENTROS COMERCIALES, CENTROS DE SALUD, EN COLO  
NIAS, ETC.

LOS CARTELES UTILIZADOS SON DE UN TAMAÑO STANDAR DE  
56 POR 43 cm. EQUIVALENTE A 4 HOJAS TAMAÑO CARTA, SIENDO  
ESTE TAMAÑO UN SUBMULTIPLO DEL PLIEGO DESPLEGADO EVITAN--  
DOSE DESPERDICIOS; COMO TAMBIEN POR SER UN TAMAÑO ADECUA  
DO PARA LA BUENA TRANSMISION DEL MENSAJE.



---

LOS FOLLETOS SON UNO TRIPTICO Y EL OTRO MULTIDOBLEZ  
ESCOGIDOS POR LA CANTIDAD DE INFORMACION, COMO TAMBIEN --  
POR LAS IMAGENES QUE LLEVAN.

SU IMPRESION SERA EN PAPEL COUCHE Y EN METODO DE --  
OFFSET; EL PAPEL POR SER SATINADO Y LOGRAR MUY BUENA CA-  
LIDAD EN SU REPRODUCCION; Y EL OFFSET POR SER DE LOS ME-  
TODOS MAS RAPIDOS Y DE MUY BUENA CALIDAD EN IMPRESION.

LA LETRA UTILIZADA PARA TODA LA CAMPAÑA, TANTO EN --  
LOS CARTELES COMO EN LOS FOLLETOS ES LA AVANT GARDEN --  
BOLD, POR SER UN TIPO DE BASTANTE LEGIBILIDAD PARA LA --  
TRANSMISION DE LOS MENSAJES.



ESTE CARTEL ALUCIBO A LA CONTAMINACION, REPRESENTA UNA IMAGEN DE LA CIUDAD CONTAMINADA Y OTRA SANA, DANDO LA IDEA DE QUITAR ESA CAPA QUE OBSTRUYE A LA VIDA, PARA QUE QUEDE UNA CIUDAD SANA, PURA Y LIMPIA.

SE VIO EL ESTILO MAS ADECUADO PARA EL, QUE FUE DE FORMAS SENCILLAS LOGRADAS A BASE DE LINEAS RECTAS Y CIRCULOS, EN FORMA DE PLASTAS PLANAS, REPRESENTANDO LA IDEA CLARAMENTE.

TOMANDOSE COMO ELEMENTOS REPRESENTATIVOS PARA ESTE CARTEL, LA VEGETACION, LA CIUDAD EN FORMA DE EDIFICIOS, LAS NUBES, EL CIELO Y EL SOL, LOS CUALES SE SIMPLIFICARON DE LA MANERA ANTES MENCIONADA PARA SU MEJOR CAPTACION.

LA IDEA DE QUITAR ESTA CAPA FUE DE UNA MANERA MUY SIMPLE, LEVANTANDO ESA CAPA CONTAMINANTE PARA DEJAR LA PURA.

YA TENIENDO LOS ELEMENTOS Y EL ESTILO DEFINIDO SE HIZO UNA COMPOSICION EQUILBRADA PERO ASIMETRICA, PARA DAR MAS DINAMISMO AL CARTEL Y NO HACERLO MONOTONO.

EN CUANTO AL COLOR, SE VIERON LOS MAS REPRESENTATIVOS A CADA UNO DE LOS ELEMENTOS DEL CARTEL, CON LOS QUE LA GENTE LOS ASOCIA. COMO LA VEGETACION CON EL VERDE, LAS NUBES CON EL BLANCO, EL CIELO CON EL AZUL, EL SOL

CON EL AMARILLO Y LOS EDIFICIOS CON EL MELON YA QUE ES -  
EL COLOR QUE MAS PREDOMINA ACTUALMENTE EN CUESTION DE E-  
DIFICIOS Y CASAS Y POR COMBINAR MUY BIEN CON LOS DEMAS -  
COLORES, ESTO EN LA PARTE SANA, PERO EN LA PARTE CONTAMI  
NADA ESTOS COLORES SON OPACADOS CON UNA CAPA GRIS TRANS-  
PARENTE, HACIENDOSE VER A LA CIUDAD SIN VIDA.

EN EL CARTEL PREDOMINAN LOS COLORES SANOS, YA QUE -  
ES NUESTRO PROPOSITO DE QUE HAYA UNA CIUDAD LIMPIA Y PU-  
RA. HABIENDO UNA ARMONIA EN SUS COLORES, YA QUE LOS COLO  
RES USADOS COMBINAN Y HACEN RESALTAR EL AMBIENTE SANO.

LA PARTE QUE ESTA LEVANTANDO LA IMAGEN DE LA CIUDAD  
CONTAMINADA ESTA EN COLOR BLANCO, YA QUE ES LA PARTE TRA  
SERA DE UNA ILUSTRACION O FOTOGRAFIA, DANDO ASI MAYOR IM  
PACTO AL CARTEL.

EN CUANTO AL MENSAJE QUE LLEVA ES "POR UN AMBIENTE  
SANO", ESTO QUIERE DECIR QUE DEBEMOS QUITAR Y TERMINAR -  
CON ESA CAPA DE CONTAMINACION POR UN AMBIENTE PURO. ES-  
TE MENSAJE ES DE LETRA ESCOGIDA PARA TODA LA CAMPAÑA LA  
AVANT GARDEN BOLD POR SU BUENA LEGIBILIDAD. SU COLOR ES  
BLANCO POR CONTRASTAR CON EL FONDO Y POR LO TANTO LEERSE  
BIEN; COMO TAMBIEN SU TAMAÑO ES DE BASTANTE VISIBILIDAD  
PARA EL RECEPTOR A UNA DISTANCIA CONSIDERABLE; ESTE ESTA  
CENTRADO PARA MAYOR EQUILIBRIO Y MEJOR TRANSMISION.

---

APARECIENDO EL SIMBOLO Y EL SLOGAN DE TODA LA CAMPA  
ÑA EN LA PARTE INFERIOR DERECHA, POR SER UN LUGAR VISI-  
BLE, SIN ROMPER CON EL EQUILIBRIO DE TODO EL CARTEL; UTI-  
LIZANDOSE EN SU COLOR SELECCIONADO, YA QUE NO HAY PROBLE-  
MA DE CONFUSION CON EL FONDO.



EL CARTEL ES PARA REPRESENTAR A UN AMBIENTE SANO, - EL CUAL TIENE LA IDEA DE QUE SE CUIDE, PROTEJA Y MANTENGA PARA EVITAR EL DETERIORO TOTAL.

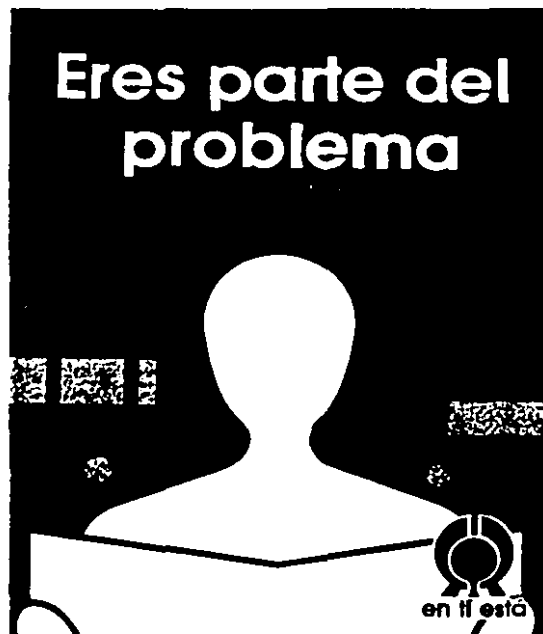
PARA ESTE CARTEL SE HICIERON DIFERENTES COMPOSICIONES DE LOS ELEMENTOS MAS CARACTERISTICOS DE UN AMBIENTE SANO, COMO LO SON, LOS ARBOLES, LA VEGETACION, LAS NUBES EL CIELO, EL SOL, SIGUIENDO CON EL ESTILO DE FORMAS SEY CILLAS. SE LLEGO A LA CONCLUSION QUE ESTA COMPOSICION - FUE LA MAS ADECUADA, YA QUE LOS ELEMENTOS ESTAN EQUILIBRADOS, HABIENDO TAMBIEN UNA CONTINUIDAD DE ESTOS ELEMEN TOS, HACIENDOSE ASI MAS AGRADABLE.

LOS COLORES QUE SE UTILIZARON ESTAN ASOCIADOS CON - LOS REPRESENTATIVOS A CADA UNO DE SUS COMPONENTES, DANDO ASI UN CONTRASTE Y UNA ARMONIA EN EL USO DE ELLOS; PREDO MINANDO EL VERDE Y EL AZUL POR SER LOS MAS CARACTERISTI- COS DE UN AMBIENTE SANO.

SU MENSAJE "CUIDALO" SE DIRIGE EN FORMA PARTICULAR Y DIRECTA A LA PERSONA QUE LO VEA, PARA QUE LO HAGA RE-- FLEXIONAR QUE ES SU RESPONSABILIDAD. ES DE TAMAÑO BASTAN TE GRANDE DE ACUERDO A LA COMPOSICION Y ESPACIO, PARA - DAR MAYOR IMPACTO YA QUE ES UNA SOLA PALABRA. VA DE CO-- LOR BLANCO YA QUE CONTRASTA CON EL FONDO Y POR LO TANTO SE CAPTA MEJOR.

---

EL SIMBOLO DE LA CAMPAÑA VA EN LA PARTE INFERIOR DE  
RECHA EN COLOR INVERTIDO, EN BLANCO, PARA SU MEJOR VISI-  
BILIDAD, POR ESTAR EN UNA ZONA DONDE HABRIA CONFUSION -  
POR SU COLOR.



LA IDEA DE ESTE CARTEL ES REPRESENTAR TODOS LOS ELEMENTOS CONTAMINANTES MAS COMUNES, COMO LO SON LOS AUTOMOVILES, CAMIONES Y FABRICAS; Y EL DE UNA PERSONA QUE ESTU VIESE DE MANERA INDIFERENTE A DICHO PROBLEMA.

YA DEFINIDO EL ESTILO A SEGUIR DE FORMAS SIMPLS Y MUY REPRESENTATIVAS DANDO LA IDEA CLARA DE LO QUE SE DESEA, SE VIO LA FORMA DE ACOMODAR A UNA PERSONA DANDO LA ESPALDA AL PROBLEMA DE MANERA INDIFERENTE COMO SERIA EL ESTAR LEYENDO TRANQUILAMENTE ANTE GRAVE PROBLEMA; POR LO QUE LA MEJOR MANERA DE HACER NOTAR ESTO FUE ACERCAR A DICHA PERSONA COMO PRIMER PLANO Y ATRAS EL PROBLEMA.

TANTO LA PERSONA COMO LOS DEMAS COMPONENTES DE ESTE CARTEL ESTAN HECHOS DE MANERA SENCILLA PARA SEGUIR CON UN MISMO ESTILO.

SU COMPOSICION ESTA EQUILIBRADA TANTO POR LOS TAMAÑOS, COMO POR LOS PESOS DE LOS ELENENTOS.

SUS COLORES PARA SEGUIR CON EL ESTILO DE LA CAMPAÑA SE TOMARON LOS MISMOS PARA LOS EDIFICIOS, EL CIELO, EL SOL; EN EL CASO DE LOS AUTOMOVILES SE USARON EL ROJO Y EL AZUL RESPECTIVAMENTE DANDO ASI UN MAYOR EQUILIBRIO; - TODA LA CIUDAD Y ELEMENTOS ESTAN CUBIERTOS POR UNA CAPA DE GRIS TRANSPARENTE PARA DAR MEJOR LA IDEA DEL SMOG. EN CUANTO A LA PERSONA QUE ESTA DANDO LA ESPALDA SE PUSO EN

---

BLANCO, CON LA IDEA QUE LA PERSONA QUE VEA Y CAPTE EL --  
MENSAJE SE PONGA EN ESE LUGAR.

EL MENSAJE "ERES PARTE DEL PROBLEMA" ES PARA RECORDAR QUE NO DEBEN ESTAR INDIFERENTES A EL, YA QUE LA CONTAMINACION ES PARTE DE TODOS Y TODOS SOMOS CAUSANTES.

SU TAMAÑO ES MUY VISIBLE A BUENA DISTANCIA, COMO TAMBIEN POR EL COLOR BLANCO UTILIZADO, EL CUAL CONTRASTA MUCHO CON EL FONDO, ESTE MENSAJE ESTA JUSTIFICADO A MEDIAS PARA SU MEJOR CAPTACION Y EQUILIBRIO CON LOS DEMAS ELEMENTOS.

EL SIMBOLO Y EL SLOGAN DE LA CAMPAÑA, VA EN LA PARTE INFERIOR DERECHA, EN SU COLOR SELECCIONADO.





ESTE CARTEL REPRESENTA A LA CONTAMINACION, PRODUCIDA PRINCIPALMENTE POR LOS AUTOMOVILES Y LOS CAMIONES.

ENFATIZANDOSE EL PROBLEMA Y EL QUIEN LO PROVOCA; SI GUINDO CON LAS FORMAS SENCILLAS QUE REPRESENTEN CLARAMENTE LA IDEA.

SE PUSIERON COMO PRINCIPALES CAUSANTES UN AUTOMOVIL Y UN CAMION, EN UNA FORMA NO COMPLETA PARA DAR MAS ENFASIS E IMPACTO AL CARTEL, SU ACOMODO RESPECTO A LOS DOS FUE DE UNA MANERA QUE SE VIERA EQUILIBRIO; COMO TAMBIEN EL SMOG SE PUSO DE UNA MANERA MUY VISIBLE PARA MOSTRAR - LO QUE PROVOCAN AL NO MANTENERLOS EN BUEN ESTADO.

LOS COLORES UTILIZADOS FUERON EL ROJO Y EL AZUL PARA LOS TRANSPORTES PARA LLAMAR MAS LA ATENCION, Y UNA CAPA DE GRIS COMO EL SMOG Y EL FONDO DE TODO EL CARTEL - DE COLOR AZUL; LOGRANDO ASI, CON TODOS UN BUEN BALANCE Y UN GRAN IMPACTO.

EL MENSAJE "AMA LA VIDA NO CONTAMINES", ES PARA RECORDAR QUE A LA VIDA TENEMOS DERECHO TODOS, POR LO TANTO NO DEBEMOS CONTAMINAR. LAS LETRAS VAN EN COLOR BLANCO, POR CONTRASTAR CON EL FONDO Y POR LO TANTO TRANSMITIR EL MENSAJE CLARAMENTE.

EL SIMBOLO APARECE EN LA PARTE DERECHA INFERIOR EN SU COLOR INSTITUCIONAL.



EN ESTE CARTEL REFERENTE AL PROBLEMA DE LA BASURA, SE BUSCO UNA MANERA DE MOSTRAR A UNA PERSONA QUE CONOCIENDO EL PROBLEMA QUE EXISTE SIGUE TIRANDOLA DE MANERA INDIFERENTE.

ESTA SE ENFATIZO DE MANERA QUE SE VIERA LA PARTE DE LA PERSONA DONDE TIRA BASURA DE FORMA INDIFERENTE, SIN PENSAR LO QUE OCASIONA CON ESTO; DE MANERA QUE LA PERSONA SIGUIERA SU CAMINO Y DEJARA ATRAS PARTE DEL PROBLEMA QUE FOMENTA.

USANDOSE LA FORMA DE SILUETA DE MANERA SIMPLE QUE SE ENTIENDA LA IDEA. ESTA FIGURA SE DEJO EN COLOR BLANCO PARA QUE LA PERSONA QUE VEA EL MENSAJE SE PONGA EN SU LUGAR, Y PARA DAR MAS CONTRASTE CON EL FONDO QUE SON LOS COLORES AZUL Y VERDE, REPRESENTANDO AL MEDIO AMBIENTE Y PARA SEGUIR ASI CON EL ESTILO Y COLORES DE TODA LA CAMPAÑA, DANDO ASI UN BUEN CONTRASTE.

SU MENSAJE "NO CONTINUES ASI" DE FORMA DIRECTA, RECUERDA QUE EL ES EL QUE OCASIONA ESTE PROBLEMA CON ESA ACTITUD. ESTE ESTA UBICADO EN LA PARTE IZQUIERDA PARA DAR MAS EQUILIBRIO CON LOS DEMAS ELEMENTOS Y POR SU MISMO COLOR USADO QUE ES EL BLANCO, DE UN TAMAÑO MUY VISIBL E A BUENA DISTANCIA.

EL SIMBOLO ESTA UBICADO EN LA PARTE INFERIOR DERECHA EN SU COLOR INSTITUCIONAL.

## Ambiente

### Áreas Verdes:



Con frecuencia se dice que el medio ambiente es el lugar donde vivimos, pero en realidad es el lugar que nos da la vida. El medio ambiente es el conjunto de elementos que rodean a un ser vivo y que influyen en su desarrollo y supervivencia.



28 cm



21.5 cm

## Nuestro Medio Ambiente

El medio ambiente es el conjunto de elementos que rodean a un ser vivo y que influyen en su desarrollo y supervivencia. El medio ambiente es el conjunto de elementos que rodean a un ser vivo y que influyen en su desarrollo y supervivencia.

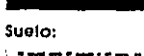


El agua es un recurso vital para todos los seres vivos. Sin agua no puede existir la vida. El agua es un recurso vital para todos los seres vivos. Sin agua no puede existir la vida.



El aire es un recurso vital para todos los seres vivos. Sin aire no puede existir la vida. El aire es un recurso vital para todos los seres vivos. Sin aire no puede existir la vida.

El suelo es un recurso vital para todos los seres vivos. Sin suelo no puede existir la vida. El suelo es un recurso vital para todos los seres vivos. Sin suelo no puede existir la vida.



El medio ambiente es el conjunto de elementos que rodean a un ser vivo y que influyen en su desarrollo y supervivencia. El medio ambiente es el conjunto de elementos que rodean a un ser vivo y que influyen en su desarrollo y supervivencia.

ESTE FOLLETO LLAMADO "NUESTRO MEDIO AMBIENTE", DE CARACTER INFORMATIVO, YA QUE MUESTRA Y RECUERDA A LA COMUNIDAD LO NECESARIO QUE ES LA CONSERVACION DEL MEDIO - AMBIENTE; MOSTRANDO LOS COMPONENTES DE EL Y LO INDISPENSABLE QUE SIGNIFICAN PARA LA VIDA.

SU PORTADA ALUCIBA A UN AMBIENTE SANO, CON LA IDEA DE RECORDAR QUE ES DE TODOS Y POR LO TANTO NUESTRA RESPONSABILIDAD CONSERVARLO.

EL FOLLETO ES TRIPTICO, POR LA CANTIDAD DE INFORMACION Y DE FOTOGRAFIAS MOSTRADAS.

EN SU PARTE INTERIOR SE JUEGAN CON LAS FOTOGRAFIAS PARA VERSE MAS DINAMICO Y AGRADABLE AL ESTARLO LEYENDO; SU LETRA AL IGUAL QUE LA CAMPAÑA ES LA AVANT GARDEN, DE UN TAMAÑO FACIL DE LEER Y NO ESTAR ESFORZANDO LA VISTA.

EL SIMBOLO DE LA CAMPAÑA APARECE EN LA PARTE FINAL DEL FOLLETO EN SU COLOR SELECCIONADO.

**Areas Verdes:**

El medio ambiente de una ciudad...



**Su Solución:**

1. Se debe tener en cuenta...



en él está



**Educación Ambiental**

Este folleto es llamado "Educación Ambiental", ya que se da una educación para solucionar parte de los problemas del smog, basura y la falta de áreas verdes, mediante una serie de consejos.



21.5 cm

37 cm

ESTE FOLLETO ES LLAMADO "EDUCACION AMBIENTAL", YA QUE SE DA UNA EDUCACION PARA SOLUCIONAR PARTE DE LOS PROBLEMAS DEL SMOG, BASURA Y LA FALTA DE AREAS VERDES, MEDIANTE UNA SERIE DE CONSEJOS.

SU PORTADA SIGUE EL ESTILO DE LA CAMPAÑA, CARACTERIZADA POR SUS FORMAS A BASE DE LINEAS RECTAS Y CURVAS; REPRESENTANDO A LA CIUDAD EN SU PARTE CONTAMINADA Y EN UNA SANA, CON LA IDEA QUE SIGUIENDO LOS CONSEJOS AHI SEÑALADOS PODREMOS QUITAR ESA CAPA CONTAMINANTE.

EL FOLLETO ES MULTIDOBLEZ, POR LA CANTIDAD DE INFORMACION QUE CONTIENE Y POR LAS FOTOGRAFIAS USADAS, NECESARIAS PARA DAR UNA MEJOR INFORMACION.

EN LA PARTE INTERIOR DEL FOLLETO HAY JUEGO CON LAS FOTOGRAFIAS TANTO POR SUS TAMAÑOS COMO POR SU UBICACION PARA VERSE MAS AMENO AL ESTAR LEYENDO.

LA LETRA UTILIZADA ES DE UN TAMAÑO MUY LEGIBLE PARA SU MEJOR LECTURA.

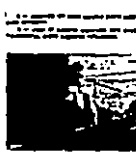
EL SIMBOLO DE LA CAMPAÑA APARECE EN LA PARTE FINAL DEL FOLLETO PARA RECORDAR Y MANTENER PRESENTE LA CAMPAÑA Y RECORDARLES QUE DE ELLOS DEPENDE EL MEDIO AMBIENTE; APARECIENDO EN SU COLOR CONSTITUCIONAL.

**Smog:**



**Su Solución:**

1. Se debe tener en cuenta...



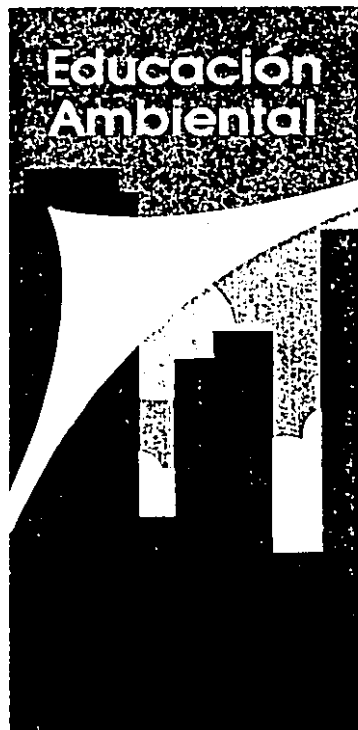
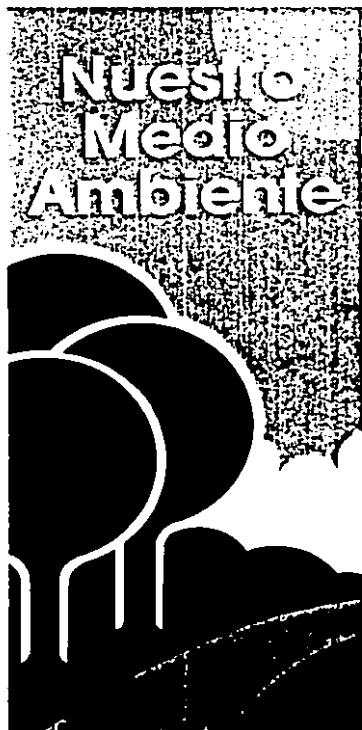
**Basura:**



**Su Solución:**

1. Se debe tener en cuenta...





EL DESARROLLO DEL TRABAJO AQUI PRESENTADO VA ENFOCADO A PROVOCAR UNA REACCION EN EL PUBLICO DE CONCIENTIZACION RESPECTO AL PROBLEMA DE CONTAMINACION; QUE LOS HABITANTES DE ESTA CIUDAD SUFRIMOS DIA A DIA.

CON ESTO SE LOGRARA QUE TODO ESPECTADOR TOME CONCIENCIA DEL TERRIBLE PROBLEMA AMBIENTAL QUE NOS AQUEJA; LLEVANDO ASI UNA MEJORIA EN EL MEDIO EN EL QUE NOS DESARROLLAMOS, PARA DE ESTA MANERA BENEFICIAR TANTO A LA CIUDAD, COMO A TODOS AQUELLOS QUE FORMAN PARTE DE NUESTRA METROPOLI.

---

## BIBLIOGRAFIA

---

## BIBLIOGRAFIA

\* CAMPAÑA DE PROMOCION TURISTICA DE GUADALAJARA  
GUTIERREZ ROMO MA. TERESA  
TESIS 1985 U.A.G.

\* CIENCIAS BIOLOGICAS DE LAS MOLECULAS DEL HOMBRE  
EDIT. CONTINENTAL S.A. MEXICO  
SEXTA IMPRESION DICIEMBRE 1976

\* COMUNICACION GRAFICA  
ARTHUR T. TURNBULL Y RUSSELL N. BAIRD.  
EDIT. TRILLAS 1a.EDICION 1986

\* GUIA COMPLETA DE LA PUBLICIDAD  
DOUGLAS TORIN  
QED PUBLISING LTD NEW JERSEY 1a. EDICION 1984

\* HAGA UD. MISMO SU DISEÑO GRAFICO  
LAING JOHN Y HERMAN BLUME  
ESPAÑA 1a. EDICION 1985

\* NUEVA ENCICLOPEDIA TEMATICA  
GEOLOGIA TOMO I EDITORIAL RICHARDS, S.A.  
PANAMA

---

\* S E D U E

SECRETARIA DE DESARROLLO URBANO Y ECOLOGIA

APUNTES PROPORCIONADOS POR LA SECRETARIA Y ENTREVISTAS  
CON LA MISMA.

\* SINTESIS DE BIOLOGIA

ROSADO. AMADOR. ACOSTA. GLEZ. ZAVALA. MENDOZA.

EDITORIAL TRILLAS            1er. CURSO    MEXICO 1970