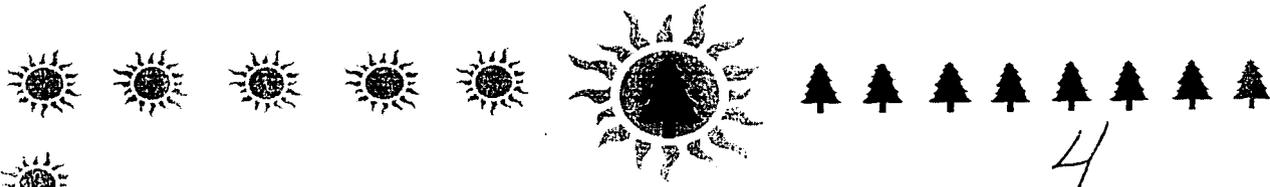
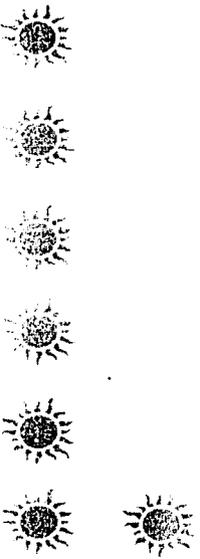


872731



4



Universidad Don Vasco A.C.
Incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México

Escuela de Diseño Gráfico

Manual de Identidad Corporativa del Ecocentro del Cupatitzío

Tesis Profesional que para obtener
el Título de Licenciada en Diseño Gráfico

presenta:

Nazthelly Gómez García

Uruapan, Michoacán. Junio del 2002

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



1



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

TESIS NO 544
BIBLIOTECA

RECEIVED
MAY 19 1967

Dedicatoria

Dedico esta tesis de todo corazón a las personas que hicieron posible este proyecto, que están y seguirán por siempre conmigo:

Mi Mami (Goris) a quien le debo todo, mi gran apoyo, mi amiga, mi esperanza. Gracias por ser como eres, gracias por enseñarme con tu ejemplo a nunca rendirme y seguir adelante, gracias por ser mi Mamita la mejor del mundo.

Mi Hermana Loren (La Diva) gracias por el apoyo, cariño y fortaleza que le has dado a este proyecto y a mí.

Mi Hermana Lupita (La Lupe) por tu entusiasmo.

Mi Mejor Amiga Sere (Estrella) gracias por estar siempre aquí y por darme la alegría y las ganas para seguir luchando.

Mamá Reyna (La Güerita) por ser tan tierna y por estar siempre disfrutando de la vida.

Mamá Altita por ayudarme en los momentos difíciles.

Ahora sé que los ángeles sí existen.

Las quiero mucho.

Poll 🐾

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

A Dios por bendecirme con esta maravillosa vida.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Gomez Garcia

Ugartebelly

FECHA: 13-XI-02

FIRMA: P.A. [Signature]

3

ROD BIRN
KEONO HO A 1975

Agradecimientos

La realización de este proyecto fue posible gracias muchas personas:

L.D.G. Denise Ochoa, gracias por tu paciencia y apoyo.

L.D.G. Kenneth Treviño, por tu gran conocimiento.

Vivis, gracias por ser la mejor amiga de todos.

L.C.C. Georgina Calvillo, gracias por preocuparte por enseñarnos a vivir.

Mine, Liliana, Pepe.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

WOO EIST
KROON W. A. A. A.

Índice.	3
Agradecimientos.	5
Índice.	7

Primera parte

Introducción.	11
Problemática y Objetivos.	13

Capítulo 1

Ecología

Introducción.	17
Elementos de un ecosistema.	17
Situación ecológica en la actualidad.	20

Capítulo 2

Uruapan

Ubicación.	23
Antecedentes Históricos.	24

Capítulo 3

Ecocentros

Permacultura.	27
Ecocentros en México.	28
Ecocentro del Cupatitzio.	29

Capítulo 4

Diseño Gráfico

¿Qué es el Diseño Gráfico?..	35
Historia del Diseño Gráfico.	36
Historia del Diseño Gráfico en México.	41
Áreas del Diseño Gráfico.	44
Campo de Acción del Diseñador Gráfico.	50
Metodología del Diseño Gráfico.	51

Capítulo 5

Diseño de Identidad

Diseño de Identidad Corporativa.	55
Sistemas de Señalización.	68
Campañas Publicitarias.	74
Técnicas de Impresión.	80
Encuadernación y Acabados.	83
Conclusión.	87

Segunda parte

Diseño de Logotipo.	93
Diseño de Imagen de Campaña.	107
Campaña de Difusión.	115
Aportación.	133
Conclusión.	185
Bibliografía.	187



Primera parte



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

WASH DC
MAY 10 1964

Introducción

Una de las disciplinas universitarias más jóvenes del siglo XX es el Diseño Gráfico, que se encarga de resolver problemas de comunicación a través de distintos medios y formas de expresión visual.

Debido a su extenso campo de acción esta disciplina se divide en seis áreas principales: diseño publicitario y promocional, diseño editorial (libros y revistas), envase y embalaje, identidad corporativa, señalización y audiovisual o multimedia; por medio de las cuales ha dado identidad y difusión visual a una infinidad de productos, servicios, empresas y eventos.

Con todo esto se ha facilitado el desarrollo cultural y económico del hombre. Pero este desarrollo ha llegado a límites extremos causando grandes estragos al equilibrio ambiental del planeta. Por ello, recientemente ha surgido gran preocupación por crear y difundir una cultura universal de conciencia ecológica a través de los «ecocentros», lugares donde se muestra en forma práctica y dinámica dicha filosofía.

En Uruapan, esto es una realidad, pues recientemente fue creado el Ecocentro de la Cuenca del Cupatitzio con la finalidad de enseñar conocimientos y técnicas que ayuden al mejoramiento del entorno ambiental. Debido a su carácter altruista sus carencias y problemas son muy variados. Uno de los principales problemas es que no se ha difundido la información suficiente a cerca de su existencia por cual es muy poco frecuentado.

Por ello el propósito de este proyecto es realizar la identidad gráfica del Ecocentro de la Cuenca del Cupatitzio para difundir información de éste a través de diversos medios con una imagen funcional que logre captar la atención del público y lo motive a visitar al Ecocentro y así cumpla su objetivo final: enseñar una cultura de conciencia ecológica.

P

roblemática y objetivos

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La ecología es la ciencia que estudia la relación entre los seres vivos (humanos, plantas y animales) y el medio en el que habitan.

El desequilibrio ambiental provocado por la devastación de los recursos naturales a nivel mundial ha hecho que día con día aumente la preocupación por el estudio de este fenómeno y sus consecuencias. Con todo esto han surgido diferentes alternativas para lograr el mejor aprovechamiento de los recursos naturales y la concientización de la población en general.

Una de estas opciones son los Ecocentros, lugares donde se dan a conocer de forma práctica diversas propuestas a cerca del cuidado del medio ambiente, además de promover una cultura de conciencia ecológica.

A 10 minutos de Uruapan, Michoacán, en terrenos donados por el ejido de Zumpimito, recientemente fue creado el «Ecocentro de la Cuenca del Cupatitzio» que se define como un centro de educación ambiental, desarrollo humano y comunitario. Su principal objetivo es promover práctica y activamente una filosofía de cuidado y respeto a nuestro entorno ecológico a través de cursos y talleres dirigidos principalmente a personas de comunidades indígenas y colonias populares.



Area de hortalizas del Ecocentro de la Cuenca del Cupatitzio

15.000.000.000

Sus instalaciones, que están abiertas al público en general, fueron construidas con materiales naturales o alternativos tales como: tierra compactada, ferrocemento, adobe, madera y paja, siendo el primero en su tipo a nivel regional.

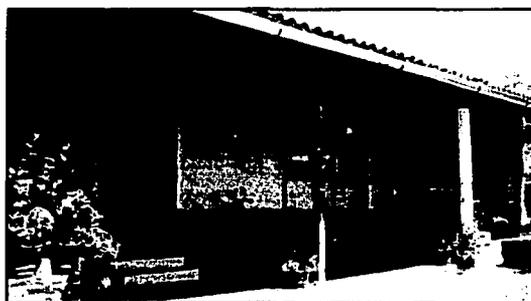
Debido al poco tiempo que tiene de haber sido creado, este centro carece de recursos gráficos eficientes como: identidad gráfica, sistema de señalización y difusión de información a cerca de su existencia, ubicación y los beneficios que ofrece al público.

Esto trae como consecuencia que sea muy poco frecuentado y no se aprovechen al máximo las instalaciones (aula, dormitorios, cocina-taller-comedor, biodigestor, cisterna, vivero, compostero y huerto), servicios (oficina, baños) y talleres (sobre ecotecnias, autoconstrucción natural, conservación de suelos y agua, reciclaje y composteo, etc.) que ofrece a los visitantes.

Actualmente sólo cuenta con un sencillo logotipo por lo que su publicidad a través de medios impresos ha sido mínima. Y debido a la falta de señalamientos las personas que visitan el lugar no logran identificar con facilidad cada una de las áreas que lo integran.

Es por ello que los objetivos de este proyecto son: crear una identidad gráfica atractiva e impactante que pueda ser difundida a través de diversos medios y logre captar la atención del público además de motivarlo a que visite el lugar; y realizar también un sistema de señalización para facilitar al visitante la ubicación de cada una de las áreas que conforman este centro.

Logrando de esta forma el objetivo principal: ayudar al Ecocentro en la creación y promoción de una cultura de conciencia y conservación ecológica.



Aula-taller del Ecocentro

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo 1



Introducción

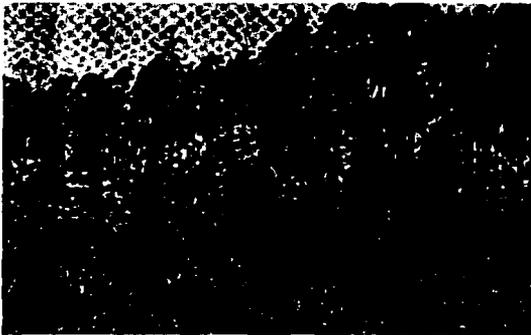
La ecología es uno de los temas más recurrentes en la actualidad debido a los serios problemas del medio ambiente tales como: la contaminación, la carencia de alimentos, el uso inadecuado de los recursos naturales, etc.; provocados en gran parte por la intervención del hombre.

El término ecología proviene de la raíz griega «oikos», que significa «casa», combinada con la raíz «logos» que significa «la ciencia o el estudio de», por lo tanto la ecología se refiere al estudio de plantas, animales, microorganismos, el género humano y la interacción con el medio en que viven; además tiene relación con los flujos de energía y con los ciclos de la materia.

Debido a que el hombre es parte determinante de su ecosistema (medio en el que habita) es necesario conocer los elementos y las relaciones de éste, como primer paso para remediar los graves desequilibrios ambientales que existen en la actualidad.

Elementos de un ecosistema

El concepto más importante dentro de la ecología es el de «ecosistema», unidad fundamental de la biósfera en el que se integran los elementos vivos e inertes dentro de una área definida en espacio y tiempo. Un ecosistema puede ser por ejemplo: un bosque, una laguna, un desierto, una selva, etc.



bosque

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Un ecosistema está constituido por los siguientes factores:

A) Los factores físicos:

A.1) Luz solar: es la principal fuente de energía que mantiene directa o indirectamente al ecosistema. Dentro de las radiaciones de la luz se encuentran las que son absorbidas por las plantas para efectuar la fotosíntesis, con lo que se inicia el flujo de energía en el ecosistema.

A.2) Temperatura: se expresa generalmente en grados centígrados; varía en los diferentes medios de acuerdo con varios factores: latitud, altitud y relieve del terreno.

A.3) Agua: la cantidad de agua existente en un medio determinado permite la clasificación del medio ambiente en dos grandes hábitats: el acuático y el terrestre.

A.4) Atmósfera: es el manto gaseoso que envuelve a la biósfera; resulta de la mezcla de diferentes elementos: nitrógeno (79%), oxígeno (20%), bióxido de carbono (0.03%) y vapor de agua.

A.5) Substrato: constituye la superficie sobre la que se establecen los seres vivos, la cual puede ser modificada en distintos grados por ellos mismos; satisface algunas necesidades fundamentales de los organismos tales como fijación, nutrición, protección, reserva de agua, etc.

A.6) Fuego: es un factor causante de grandes modificaciones en los ecosistemas, sobre todo en las regiones cálidas y secas o con periodos lluviosos cortos.



B) Los factores biológicos:

La mayoría de las interacciones entre las especies de los organismos implican relaciones de alimentación.

B.1) Los productores (autótrofos): plantas verdes, son capaces de manufacturar alimentos a partir de la luz solar y sustancias como agua, sales, minerales y bióxido de carbono, mediante el proceso de la fotosíntesis. De este nivel dependen directa o indirectamente los demás niveles de un ecosistema.

B.2) Los consumidores primarios (herbívoros): organismos heterótrofos que se alimentan directamente de vegetales o parte de ellos.

B.3) Consumidores secundarios (carnívoros): se nutren de los herbívoros.

B.4) Consumidores terciarios (carnívoros secundarios, comedores de carroña, parásitos, etc.): se alimentan de carnívoros o parte de ellos.

B.5) Los desintegradores (reductores): bacterias, hongos, protozoarios, etc.; son los encargados de la descomposición y reincorporación de las materias primas al ecosistema.



Situación ecológica en la actualidad

Desde sus inicios el hombre ha estado en contacto con la naturaleza y ha dependido totalmente de ella. Desafortunadamente el hombre ha aumentado en forma indiscriminada la explotación de recursos naturales a tal grado que ha transformado extensiones de tierra fértil y vegetación exuberante en zonas áridas, erosionadas e improductivas. Por ejemplo, en nuestro país se han destruido áreas completas de selvas tropicales para cultivar maíz, alterando de forma irreversible el ciclo natural de reproducción silvestre.

La situación ecológica en la actualidad es crítica, de los 10,000 millones de hectáreas de bosques que existen en el mundo, aproximadamente, sólo una tercera parte son bosques primarios intactos. Entre 1950 y 1990 se ha perdido la mitad de los bosques del planeta. China ha acabado con 3/4 partes de su riqueza forestal. En Europa ya no existen bosques primarios. La mitad de las selvas tropicales ha desaparecido, y lo que queda, si continúa el ritmo de destrucción, se terminará en 50 años y con ellas casi la mitad de las especies vivas de la tierra.

Por todo lo anterior es urgente la creación de una nueva cultura global de conciencia ecológica que enseñe y promueva alternativas para el mejor aprovechamiento de recursos naturales y con ello mejorar la calidad de vida del ser humano en armonía con el medio ambiente, en un futuro cercano.





Capítulo 2



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

RECIBO DE ORDEN
TERMINADO



Ubicación

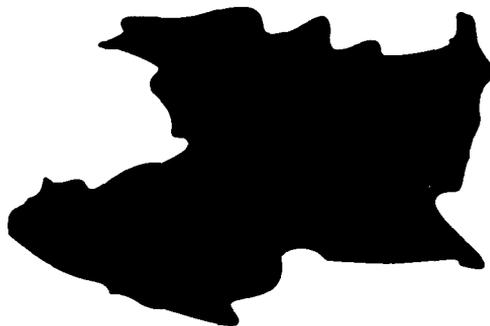
La ciudad de Uruapan, «la Perla del Cupatitzio», paraíso de Michoacán; está situada en la vertiente sur de la Sierra de Uruapan, prolongación de la Sierra de Apatzingan. Su altura es de 1,634 metros sobre el nivel del mar y queda situada a los 19 grados, 24 minutos y 56 segundos de latitud norte; y 102 grados, 03 minutos y 46 segundos de longitud oeste del meridiano de Greenwich.

En la actualidad se considera a Uruapan como la segunda ciudad más importante del estado de Michoacán y la que tiene mayor cantidad de habitantes después de Morelia, capital del Estado.

La extensión geográfica del municipio de Uruapan alcanza una superficie de 1,286 kms² y una densidad de 114 habitantes x km².

La exuberante belleza de esta ciudad se manifiesta en cada detalle, sus cielos azules, sus árboles, sus frutos, su gente, su tradición y sobretodo su inigualable clima.

Uruapan, conocido también como «La capital mundial del aguacate», es el principal productor a nivel internacional de este fruto, convirtiéndose así en una ciudad con grandes posibilidades de desarrollo en un marco de impresionante riqueza natural.



Estado de Michoacán

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Antecedentes Históricos

El pueblo de Uruapan tiene sus inicios en la época prehispánica, durante la cual fue un cacicazgo o señorío, en los que se dividía en antiguo reino purhépecha, y estaba situado en parte de lo que ahora es el Barrio de la Magdalena.

El año de 1533 (durante el periodo de la conquista española) marca la fecha de la fundación de Uruapan a la llegada de Fray Juan de San Miguel a quien se atribuye la fundación y el trazo de esta ciudad.

La cuenca del Río Cupatitzio, que nace en lo que hoy conocemos como el Parque Nacional «Eduardo Ruiz», fue uno de los grandes motivos que tuvo Fray Juan de San Miguel para reunir en este lugar a indios de diversas comunidades que se habían dispersado por temor a los españoles, formando así los llamados «barrios». Cada «barrio» era un pequeño centro de población que celebraba fiestas a su santo patrón, y a su vez visitaba a los demás «barrios»; formando así una alianza político-religiosa.

Durante los años posteriores a su fundación Uruapan fue el escenario de múltiples acontecimientos tanto militares como culturales y religiosos; debido principalmente a su excelente ubicación geográfica y riquezas naturales.

Características como su tierra templada, cubierta de encinos, pinos, acacias y guayabá silvestre, su clima húmedo y su inmensa vegetación han contribuido desde sus inicios al constante desarrollo tanto económico como socio-cultural de Uruapan, tierra bendita por el caudal de las Aguas del Río Cupatitzio.

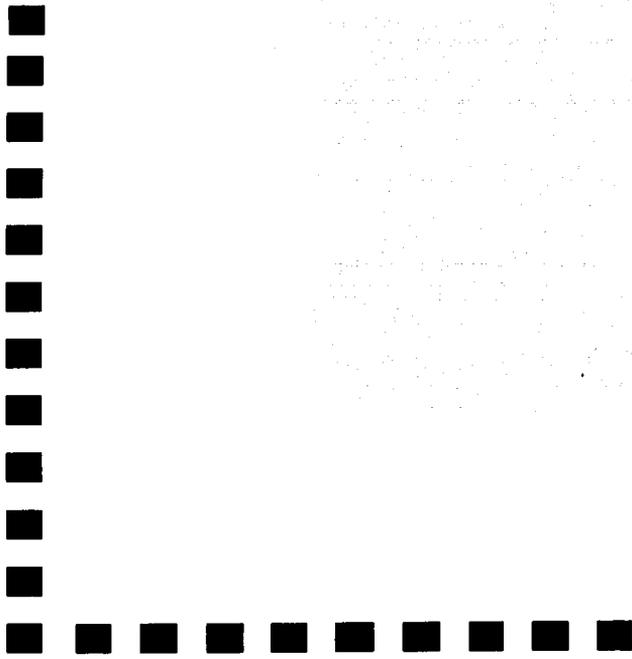
El bosque (ubicado en la franja de la cuenca de absorción del Cupatitzio) ha jugado un papel importante en el equilibrio ecológico de Uruapan desde tiempos

antiguos, pues determina los cambios climáticos, influye en la precipitación pluvial y provee el agua a los mantos acuíferos y nacimientos o manantiales.



Río Cupatitzio

Desafortunadamente la deforestación, el cambio de uso de suelo, incendios forestales, los asentamientos humanos, etc. sufridos por más de tres siglos han provocado daños irreversibles al Río Cupatitzio por ello la importancia de promover su cuidado y mejoramiento, ya que gracias a este y otros factores Uruapan ha llegado a ser la hermosa ciudad de progreso y oportunidades que hoy en día conocemos.



Capítulo 3



Debido a las condiciones ecológicas actuales a nivel mundial, han surgido diversas propuestas como solución a este problema. Una de estas propuestas son los «ecocentros», lugares que promueven la educación ambiental con el fin de mejorar las condiciones ecológicas de nuestro planeta en un futuro no lejano.

Los principales objetivos de éstos son:

- * Desarrollar estrategias eficientes que contribuyan de manera trascendental a la conservación de los recursos naturales.
 - * Sensibilizar a la gente y motivarla para que contribuya de manera consciente a la conservación y preservación de los recursos naturales.
 - * Promover la conservación y el mejoramiento constante del entorno ecológico local.
 - * Involucrar a los niños para que entiendan que la conservación y preservación del medio ambiente es una prioridad.
 - * Implantar el ecoturismo realizando visitas guiadas a desarrollos turísticos ubicados en zonas de gran importancia para la biodiversidad.
- Todo esto basado en la permacultura.

Permacultura

La permacultura o cultura permanente es el diseño y mantenimiento consciente de sistemas agrícolas productivos que tienen la diversidad, estabilidad y resistencia de un ecosistema natural, integrando de forma armoniosa a el medio ambiente, el hombre y los animales: además de proveer su alimento y energía, procurando además principios éticos y espirituales de una manera autoeficiente.

La permacultura ha llegado a producir vida abundante desde la perspectiva de la educación popular, métodos de participación comunitaria, el respeto a la naturaleza y el mejoramiento de la calidad de vida.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

La base ética de la permacultura es: 1) cuidar la tierra (animales, tierra, plantas, agua y aire); 2) cuidar a la gente (alimento, abrigo, educación, empleo y contacto humano); 3) compartir los recursos y excedentes (dinero, tiempo, información y energía); ya que su fin último es lograr una sociedad justa y en armonía con la naturaleza.

Ecocentros en México

En México ya existen varios ecocentros que están trabajando activamente para promover la «educación ambiental» en nuestro país.

Algunos de éstos son: el Centro de Educación Ambiental e Investigación de la Sierra de Huautla (CEAMISH), en el estado de Morelos; los tortugeros de el Remate en el estado de Colima; el Parque Ecológico de Xochimilco, el Museo Interactivo del Medio Ambiente en el D.F.; y la Reserva Natural de Xochitla, en el Estado de México. Haciendo mención especial del recientemente creado «Ecocentro de la Cuenca del Cupatitzio» en Uruapan, Michoacán.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Ecocentro del Cupatitzio



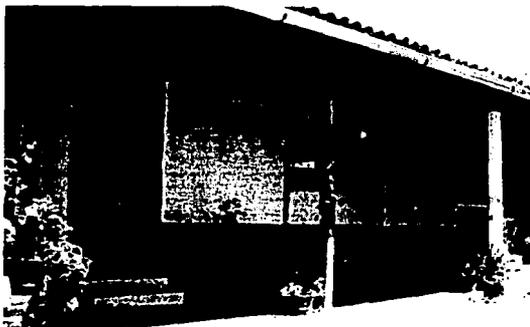
Entada al Ecocentro del Cupatitzio

La asociación ecologista Viva Natura A.C. (nacida en Uruapan, Michoacán.) que cuenta con 16 años (1983-1999) desde su fundación se ha distinguido por la labor altruista a favor del bienestar ecológico en torno a Uruapan. Pero su proyecto más sobresaliente fue concebido por el Sr. Juan Madrigal (Fundador y Director de Viva Natura A.C.) la creación del Ecocentro del Cupatitzio. Este proyecto requirió años de planeación y apoyo financiero de organizaciones altruistas de países como Canadá e Inglaterra; hasta que finalmente todo este trabajo se vió reflejado en 1998 año en que el Ecocentro, ubicado en terrenos donados por el Ejido de Zumpitoo a 10 minutos de Uruapan, abrió sus puertas al público.

El objetivo principal del Ecocentro ha sido desde entonces implantar programas de educación ambiental dirigidos a la población indígena, a personas de colonias populares y a estudiantes de distintos niveles; haciend énfasis en el desarrollo de tecnologías para el manejo de aguas grises y negras, separación de desechos orgánicos, inorgánicos, y aprovechamiento de los recursos naturales principalmente forestales. Además de que otro objetivo importante es la promoción e introducción de Ecoturismo por medio de visitas guiadas para toda la familia.

La importancia de establecer el Ecocentro en Uruapan se centra en la trascendencia que tiene a nivel regional, la cual ha obtenido gracias a su riqueza y variedad de recursos naturales y por ello la necesidad de proteger, conservar y aumentar estos recursos de manera armónica con el desarrollo urbano y económico de ésta, promoviendo una cultura ecológica.

Una de las características de mayor relevancia del Ecocentro, que además lo distingue por ser único en su concepto, es que presenta de manera aplicada



Aula-taller

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

el uso de materiales alternativos para la construcción tales como: tierra compactada, ferrocemento, adobe, madera y paja. Y cuenta, además, con: sistema de captación de agua de lluvia, energía solar, reciclaje de aguas grises y negras y nutrientes.

Actualmente el Ecocentro tiene sus puertas abiertas al público con los siguientes módulos:

- **Aula:** con capacidad para 50 personas, aquí se imparten talleres, conferencias, exposiciones además de tener una pequeña área de consulta a libros referentes a temas ecológicos.
- **Dormitorio:** puede albergar hasta 30 personas, principalmente grupos de estudiantes foráneos nacionales y extranjeros que visitan el Ecocentro por periodos hasta de un mes.
- **Cocina-comedor:** este módulo es de gran interés ya que cuenta con abastecimiento de gas producido por las aguas negras, además de un pequeño jardín botánico que provee de yerbas y especias frescas para la preparación de alimentos.
- **Oficina:** es el lugar de recepción, registro e información para los visitantes, donde además se puede obtener contacto con el encargado del Ecocentro y así obtener una visita guiada.
- **Sutrane:** es un sistema compuesto por tres contenedores subterráneos que se usan para el tratamiento, reciclaje y reutilización de aguas grises y negras que resultan de cualquier casa-habitación.
- **Huerto:** es un ejemplo que muestra la sencillez para producir árboles frutales, hortalizas y plantas medicinales de forma casera y en espacios reducidos.
- **Cisterna:** para el almacenamiento y distribución del agua.



Dormitorio



Huerto



Zona recreativa

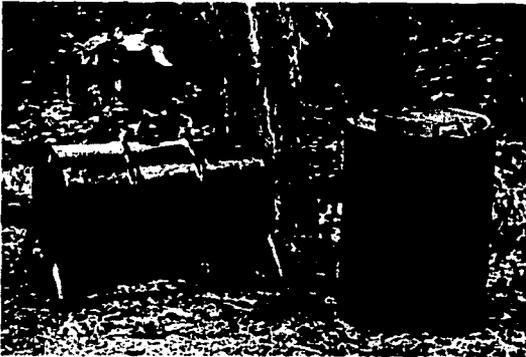
-Zona recreativa: cuenta con una área de cenadores excelente para pasar un rato agradable de día de campo respirando aire limpio, área de campamento junto al área de cenadores para grupos que prefieren una aventura teniendo más contacto con la naturaleza además de algunos pequeños miradores para apreciar el exquisito entorno natural.

-Celda solar: la cual provee electricidad de forma constante al Ecocentro ya que tiene la capacidad de abastecer 3 focos y dos aparatos electrodomésticos.

-Baño abonero seco: uno de los principales ejemplos de que se puede evitar la contaminación empezando por los hogares del ser humano, ya que tiene capacidad de almacenamiento de los desechos de 5 personas durante 1 año al final del cual se obtiene como resultado un fertilizante orgánico de gran calidad.

- Composteros: son pequeños depósitos metálicos acondicionados para crear abono a base de desperdicios biodegradables.

Con éstos módulos y un gran interés por el bienestar del hombre y los recursos naturales y Ecocentro pretende proyectar la fuerza de una institución bien estructurada con atractivos para todo público y así promover una cultura de conciencia ecológica.



Compostero

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

WILSON
FALLS BRIDGE



Capítulo 4





¿Qué es el Diseño Gráfico ?

En vísperas del siglo XXI, una de las profesiones de mayor trascendencia social es el Diseño Gráfico, que tiene como objetivo primordial resolver problemas de comunicación relacionados con productos, servicios, conceptos, eventos y organizaciones; por medio de la estructuración de mensajes visuales de forma original y precisa.

En los últimos años la labor del Diseño Gráfico ha cobrado gran importancia en la vida cultural y económica de cualquier sociedad a nivel mundial y por ello el hombre se ha acostumbrado al contacto diario con éste, ya que se encuentra presente en el periódico, la etiqueta del pantalón, la caja de cereal, y en todo producto que requiera una imagen propia.

Por lo tanto es justo decir que el Diseño Gráfico desempeña un papel determinante en la vida contemporánea de todo ser humano.



Ejemplos de algunas aplicaciones del Diseño Gráfico

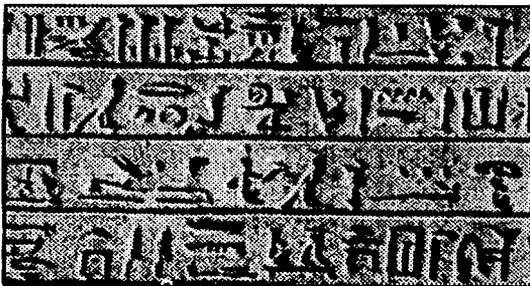
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Historia del Diseño Gráfico

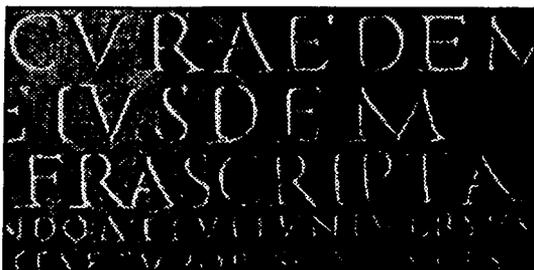
TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Figura de bisonte pintada en la famosa cueva de Altamira.



Jeroglíficos egipcios



Inscripción romana

El Diseño Gráfico, una forma de comunicación visual, tienen sus orígenes en la época prehistórica cuando pueblos primitivos de África y Europa pintaron imágenes estilizadas de animales en el interior de las cavernas que habitaban. Para tal labor el hombre primitivo utilizaba pigmentos mezclados con grasa formando una gama de tonos cálidos que iban del amarillo hasta el marrón. Estas pinturas creadas con fines prácticos y ritualistas, marcan el inicio de la comunicación visual. Desde entonces el hombre comenzó a valorar la importancia de registrar y transmitir la información; por lo que con el tiempo esta forma de comunicación fue evolucionando hasta que apareció la escritura, que marcó el inicio de la historia propiamente dicha.

El primer sistema de escritura denominado "cuneiforme" se atribuye al pueblo Asirio (asentado en la antigua Mesopotamia) y se denominó a sí porque sus caracteres tomaban aspecto de cuñas, y eran realizados en placas de arcilla con un punzón metálico.

La escritura jeroglífica, que data de 3,500 a.C., fue utilizada por los Egipcios y estaba compuesta por 2 clases de signos: los fonogramas (que equivalían a una consonante) y los ideogramas (que representaban ideas u objetos). En total había más de 600 jeroglíficos que podían ser escritos de arriba hacia abajo, de izquierda a derecha o viceversa. Este tipo de escritura fue evolucionando y perfeccionado posteriormente por los Fenicios, quienes crearon un alfabeto que los Griegos adquirieron y adaptaron a su propio idioma. Posteriormente los Etruscos extendieron el uso del alfabeto griego en el Mediterráneo y el centro de Italia, así los Romanos recibieron el alfabeto, de los Etruscos, y le dieron la forma que conserva todavía.

En los últimos tiempos del imperio Romano se multiplicaron las formas de escritura pero su conocimiento y uso quedó reservado a los escribas del poder civil y a los monjes de los monasterios, quienes poco a poco

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

fueron perfeccionando este arte hasta que durante la Edad Media, con el advenimiento del Cristianismo, aparecieron los primeros Manuscritos Ilustrados, llegando ser una verdadera obra de arte. Estos manuscritos estaban compuestos por textos ilustrados con miniaturas y adornados con polvos de oro.

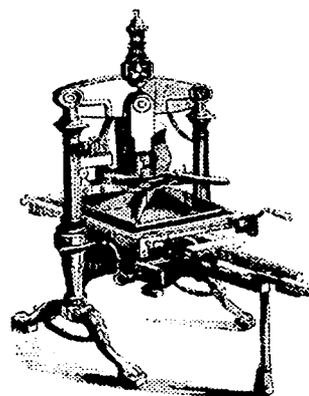
Pero con la invención de la imprenta, a mediados del siglo XV, decayó la práctica de los copistas medievales. La imprenta tiene sus inicios a finales del siglo VIII en China, donde ya se usaba la impresión por medio de bloques de madera tallada. Hacia principios del siglo XV existía en Corea una fundición destinada a la elaboración de tipos móviles de metal.

En Europa, de forma independiente, Juan Gutemberg en colaboración con el orfebre Joan Fust y el calígrafo Pedro Schöffer, inventó los tipos móviles de madera a mediados del siglo XV. Como este tipo de impresión era muy defectuosa, se pasó a la fundición de tipos de plomo sobre matrices de cobre; y la impresión se realizaba por medio de una prensa de uvas adaptada para esta labor. Esta invención se extendió rápidamente por varias ciudades alemanas y el Occidente Europeo. Las primeras ciudades que tuvieron imprenta en la Península Ibérica fueron: Zaragoza (1473), Valencia (1474) y Sevilla (1476). En el Nuevo Mundo la Primera ciudad en que se imprimieron libros fue México (1535).

Los tipos góticos de Gutemberg evolucionaron rápidamente. En Italia, Aldo Manucio el viejo creó los tipos románico e itálico. De origen francés, Claude Garamond perfeccionó la itálica matutina. En el siglo XVIII el impresor inglés John Baskerville creó tipos claros y casi perfectos, que ahora llevan su nombre. Simultáneamente con la invención de los tipos móviles progresaron la fabricación del papel y las imprentas.



Manuscrito ilustrado



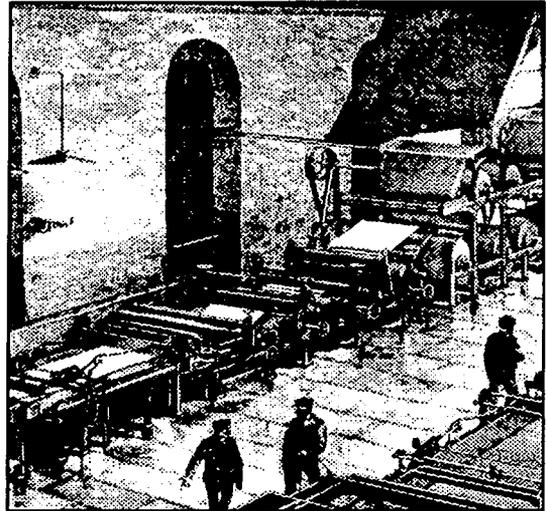
Prensa Albión basada en la estructura diseñada por Gutemberg.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

A mediados del siglo XVIII se inicia la Revolución Industrial que origina grandes cambios socio-económicos en Europa a partir de eventos de gran importancia como las máquinas de vapor y la energía eléctrica. Todo este proceso dio como resultado la "producción en serie" sustituyendo la producción artesanal y creando, además, cientos de productos diversos. Es en esta etapa cuando surge la necesidad de una forma de comunicación visual que identifique y distinga al nuevo conjunto de productos que por primera vez se encontraban a la venta. Durante este proceso surge la "litografía", inventada por Aloys Senefelder, en 1796, lo que permitió que se imprimieran miles de copias de imágenes que posteriormente se convertirían en el distintivo de cientos de productos nuevos. Esta época duró varias décadas llevando un proceso constante de enormes avances tecnológicos e industriales hasta llegar a la producción en masa de artículos baratos e innecesarios.

Como reacción a todo este movimiento William Morris, brillante diseñador de modelos bidimensionales y seguidor de la filosofía de conciencia social de Ruskin, fundó el Movimiento de Artes y Oficios (en 1884) tratando de combinar el arte y el oficio para crear objetos bellos, desde edificios hasta papel tapiz y telas; además este movimiento fue muy significativo para el diseño del libro y de la tipografía en todo el mundo.

En Norteamérica, el movimiento de las Artes y los Oficios fue impulsado por dos jóvenes: Frederic W. Goudy (el más prolífico diseñador estadounidense de tipos) y Bruce Rogers (el diseñador estadounidense de libros más importante a principios del siglo XX). Al terminar el siglo un alumno de Goudy llamado William Addison Dwiggins diseñó cientos de libros para la empresa Alfred A. Knopf y para describir su actividad profesional, al inicio de los 20's, creó el término "Diseñador Gráfico".



Manufactura mecanizada del papel utilizada durante la Revolución Industrial.



Diseño realizado por William Morris

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Cartel realizado por Henri Toulouse-Lautrec



Portada de revista que muestra la clara influencia del movimiento Dada.

Durante el cambio de siglo (1890-1910) surgió en Europa el Art Nouveau: una nueva forma de expresión que invadió todas las áreas del diseño y se expandió desde ahí a todo el mundo; convirtiéndose así en la fase inicial del movimiento moderno. La cualidad visual del Art Nouveau es una línea parecida a una planta, carente de sobriedad, que apunta hacia el arte abstracto. Durante este periodo, Henri de Toulouse-Lautrec (grabador, dibujante y pintor, considerado como el Padre del cartel moderno) al realizar en 1891 el cartel "La Goule au Moulin Rouge" sentó nuevas bases en los diseños de carteles.

A lo largo de las dos primeras décadas del siglo XX surgieron algunas corrientes artísticas como el cubismo (desarrollado por Picasso y Braque), el futurismo (fundado por el italiano Filippo Marinetti), el dadá (creado por Tristan Tzara, Richard Huel Senbeck y Jean Hans), y el surrealismo (fundado por el poeta francés André Bretón) que tuvieron un impacto directo sobre el lenguaje gráfico y la comunicación visual de este siglo.

Posteriormente, aparece el Art Deco, estilo de diseño que utiliza una geometría aerodinámica, moderna y decorativa que trata de reflejar la era moderna de las máquinas y la pasión por la decoración.

El 12 de abril de 1919 Walter Gropius abrió la Academia de Arte de Weimar, Alemania; a la cual llamó "Das Staatliches Bauhaus". El propósito de ésta fue unificar el arte y la tecnología para elevar las cualidades funcionales y estéticas de la producción en masa. Esta escuela, cerrada por los nazis en 1933, fue de gran importancia ya que sentó las bases para el desarrollo del Diseño Gráfico actual.

El movimiento del Diseño Moderno en Estados Unidos inició en la década de los 30's al ser fundada la Escuela de Diseño en 1939 por Laszlo Molí-Naggy (exiliado europeo por el movimiento nazi). En 1953, uno de los

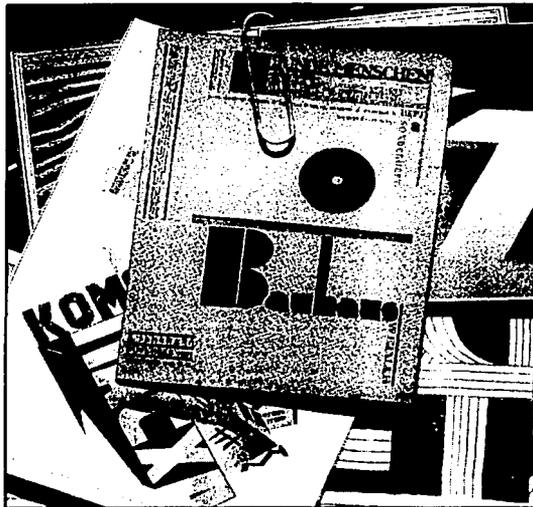
TESIS CON FALLA DE ORIGEN

mayores logros del Diseño Gráfico fue la publicación del Atlas Geográfico Mundial en el cual Herbert Bayer (diseñador y editor de éste) compiló información científica y empleó el diseño visual para hacerla más comprensible.

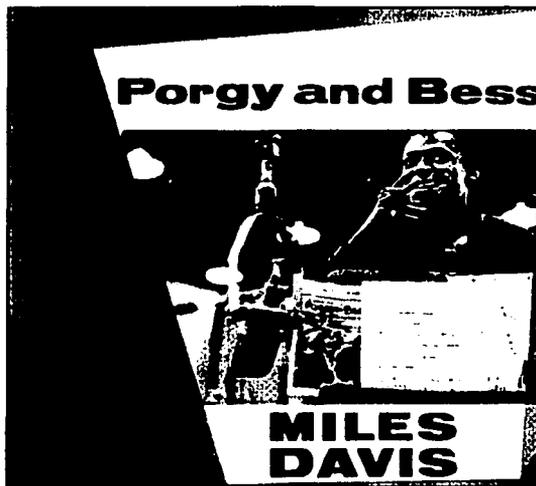
Durante los años 50's, la creciente importancia del diseño como un instrumento lógico causó el crecimiento en el Diseño Corporativo y en los sistemas de identificación visual, provocados por la Segunda Guerra Mundial.

Después del caos de la Segunda Guerra Mundial, Nueva York se convirtió en el centro cultural del mundo en pleno siglo XX, y las innovaciones del Diseño Gráfico ocuparon un papel importante dentro de éste. Paul Rand (iniciador del Expresionismo Gráfico) fue diseñador editorial y promocional para Apparel Arts, Esquire, Ken, Coronet y Glass Packer; haciendo énfasis cada vez mayor en la marca de fábrica y el Diseño Corporativo.

Todo esto ha dado como resultado que, en la actualidad, las pequeñas y grandes empresas industriales y comerciales se den cuenta de la necesidad de desarrollar una imagen para crear una reputación basada en la calidad y la confianza. En las últimas décadas de este siglo el Diseño Gráfico, que se ha extendido a todos los rincones del mundo, ha cobrado un papel relevante en el desarrollo económico y cultural de la sociedad, gracias al inmenso alcance de los medios colectivos (cine, televisión, prensa y recientemente el internet) que han hecho de la comunicación visual el medio de comunicación de mayor impacto en el ser humano. Es importante mencionar que los avances tecnológicos de la imprenta y la composición por computadora han influido de manera determinante en forma de diseñar, sin embargo esto nunca podrá sustituir el proceso y la creatividad del diseñador aún en la era que comienza, la era cibernética.



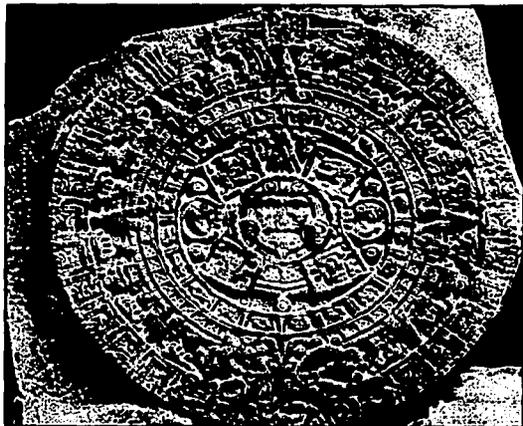
Diseño Gráfico realizado en la Bauhaus.



Portada de disco diseñada durante la década de los 50's en Nueva York.

Historia del Diseño Gráfico en México

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Calendario azteca, donde aparecen símbolos cronológicos utilizados para registrar el tiempo en la época prehispánica.



Caricatura realizada por José Guadalupe Posada

Los antecedentes del Diseño Gráfico en México datan de la época prehispánica cuando aztecas, tarascos, otomies, etc., tallaron sobre piedra códigos de tipo religioso.

Ya en la época colonial, fray Pedro de Gante funda la primera escuela en América de Artes y Oficios para los indios, en 1525. Y en 1535 los españoles Esteban Martín y Juan Pablos establecen la primer imprenta de América en la ciudad de México. Después de ésta se instalaron otras en Puebla (1640), Oaxaca (1720), Guadalajara (1793) y Veracruz (1794).

El 1852 nace en Aguascalientes José Guadalupe Posada ilustrador, litógrafo y grabador. Sus caricaturas satíricas que evocan como elemento primordial a la muerte quedaron impresas en libros de literatura popular, periódicos y en las típicas calaveras o corridos mexicanos. Gracias a su estilo inconfundible es considerado uno de los artistas mexicanos más importantes, además de ser uno de los precursores del arte gráfico en México. En los años siguientes los diseños editoriales y la propaganda política realizados durante la Revolución Mexicana fueron de gran importancia para el desarrollo de las Artes Gráficas en México debido a la gran difusión que tuvieron.

De 1903 a 1920 son fundadas las Escuelas Nacionales de Artes y Oficios sentando las bases para el desarrollo del Diseño Mexicano. En los años posteriores, surgieron grandes figuras que destacaron por legado artístico, como: José Clemente Orozco, David Alfaro Siqueiros, Diego Rivera y Frida Khalo.

En la segunda mitad del siglo XX, con el crecimiento cultural y comercial de México comienzan a surgir problemas específicos de diseño y algunos profesionales de otras disciplinas dan solución a estos, convirtiéndose así en los pioneros del diseño gráfico.

Los más destacados de este periodo son Vicente Rojo, Carlos Celorio, etc. por mencionar algunos. Pero es hasta 1968 que surge el primer gran proyecto en el área de Diseño Gráfico con motivo de la Olimpiada de México '68. Para dicho evento el Arq. Pedro Ramírez Vázquez armó un equipo internacional de diseño que incluía al estadounidense Lance Wyman como director de Diseño Gráfico para la creación de un sistema de diseño que estuviera completamente unificado y que abarcara instrucciones ambientales de identificación visual. Con este suceso el Diseño Gráfico llega a México en forma definitiva. Poco después, en 1971 se funda el Centro de Diseño del Instituto Mexicano del comercio Exterior que constituye uno de los pilares para el desarrollo del Diseño Gráfico profesional en México.

En el 73 se abre la carrera de Diseño en la Universidad Autónoma de Guadalajara (siendo la primera en el interior del país); y ese mismo año se forma la Asociación de Profesionales del Diseño Industrial y Gráfico a nivel nacional. En el año de 1975 se funda el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México A.C. (CODIGRAM), con apoyo del Instituto Mexicano del Comercio Exterior; y simultáneamente se abren otras escuelas de diseño en la República. En octubre de 1979, CODIGRAM organiza en onceavo Congreso Mundial del Consejo Internacional de Sociedades de Diseño.

A finales de la década, en 1980, se lleva a cabo la "Icograda Latinoamericana '80", primera reunión de Diseñadores Gráficos de Latinoamérica en Chapala, Jalisco, organizada por la Universidad Autónoma de Guadalajara.

El 8 de mayo de 1981 es fundada la Academia Mexicana de Diseño, primera en su tipo a nivel internacional. El objetivo de ésta era estimular a quienes se dedican al diseño, y realizan estudios e investigaciones relacionados con la profesión, además de fortalecer relaciones con las instituciones que imparten dicha carrera.

En los años posteriores la presencia del Diseño Gráfico en México va en aumento. Se crean más escuelas en el interior del país (tanto públicas como privadas), se realizan congresos anuales de diseño a nivel nacional, y surge la primer revista especializada en Diseño: «Magenta». Debido a la demanda por el estudio de esta carrera se funda en 1988 la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad Don Vasco en Uruapan, Michoacán.

En 1989 el departamento de arte del periódico Novedades obtiene varios premios de la Society of News Paper Desing, repitiendo así los ganados de 1986 a 1988, con lo cual el Diseño Gráfico Mexicano comienza su producción a nivel internacional.



Logotipo realizado para los juegos olímpicos de México '68.

En agosto del mismo año el maestro Carlos Celorio funda el Instituto Mexicano del Envase y Embalaje. Y para 1990 el Colegio de Diseñadores realiza el «Congreso Nacional de Diseñadores»; además de que los señores Montalvo y Bermudez organizan en México la Bienal Internacional del Cartel.

En la década de los 90's la actividad del diseño se incrementa y es así como surgen importantes revistas especializadas en Diseño Gráfico como: a!, Matiz y ABCEBRA. Se realizan más frecuentemente congresos, talleres, conferencias, etc., enfocados a mejorar la calidad profesional y a dignificar la acción del diseñador en todos los aspectos.

Después de todo este desarrollo el reto para el nuevo milenio es crear diseño gráfico con verdadera conciencia profesional y ética que contribuya a mejorar el entorno socio-económico y cultural a nivel nacional e internacional haciendo del Diseño Gráfico Mexicano algo único y original.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Portadas de la revista a!, una publicación mexicana dedicada especialmente al Diseño Gráfico.

Áreas del Diseño Gráfico

El Diseño Gráfico es una profesión multidisciplinaria que comprende: diseño publicitario, diseño editorial, de Identidad Corporativa, de envase y embalaje, de sistemas de señalización y de multimedia y audiovisual; ya que el objetivo de todos estos medios es comunicar algo a un público determinado con una finalidad predeterminada.

Diseño Publicitario

La industria de la publicidad es una de las mayores fuentes de trabajo para los diseñadores gráficos, ya que juega un papel vital en esta era de producción y consumo masivos; por ello se ve como una parte esencial de la inversión de capital de una compañía en sus productos. Los principales medios de difusión para una campaña publicitaria son: periódicos, revistas, televisión, radio carteles y correspondencia directa; es por eso que el diseñador juega un papel de gran trascendencia para la realización de una campaña publicitaria, pues es el encargado de plasmar gráficamente las ideas creadas por él mismo o por el comunicólogo encargado de la campaña.



WOLFRUM
MEDIO SIGLO

Diseño de envase y embalaje

La tarea del diseñador dentro de esta área es producir un efectivo recurso de venta, ya que el diseño es la única forma en que los fabricantes pueden comunicar sus ideas al consumidor. El empaque sirve, desde el punto de vista funcional, como simple envoltorio o contenedor, pero la labor del diseñador consiste en hacerlo suficientemente atractivo como para persuadir al consumidor a adquirirlo. Al realizar el diseño de envase el diseñador, además, debe tomar en cuenta los requerimientos establecidos legalmente como: enlistar el contenido en detalle del producto, valores nutricionales, cantidades y código de barras. Y por último debe tomar en cuenta el lugar de venta o exhibición del producto así como los materiales de producción del mismo.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Diseño Editorial

El diseño editorial es otra de las importantes áreas del diseño gráfico. En esta área el diseñador es el encargado de dar una estructura gráfica tanto al exterior como al interior de libros, revistas, folletos, informes, etc. Para llevar a cabo esta labor es necesario que el diseñador sea hábil en el manejo y distribución de los principales elementos de composición editorial como son: títulos, subtítulos, texto, imágenes (que pueden ser fotografías o ilustraciones), colores y espacios en blanco.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Diseño de Identidad Gráfica Corporativa

La identidad gráfica es uno de los factores de mayor importancia dentro de una empresa, ya que refuerza su imagen ante el público y crea un ambiente de confianza y calidad. La labor del diseñador en esta área es la de crear un sistema gráfico efectivo, preciso e impactante que refleje las características primordiales de la empresa como su origen, su giro comercial y su calidad de producción. Este tipo de sistemas de identidad se desarrolla a partir del, comúnmente llamado, logotipo o imagen de marca, que a su vez puede o no contener: tipografía, color e imagen. El resto de la identidad corporativa es un sistema que abarca distintas aplicaciones como: papelería (hojas membretadas, tarjetas de presentación, sobres, facturas, etc.), productos (principalmente envase y embalaje), exteriores (fachadas), uniformes, señalización, artículos promocionales, etc.



La identidad de una empresa se difunde a través de diversos soportes.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Audiovisual o Multimedia

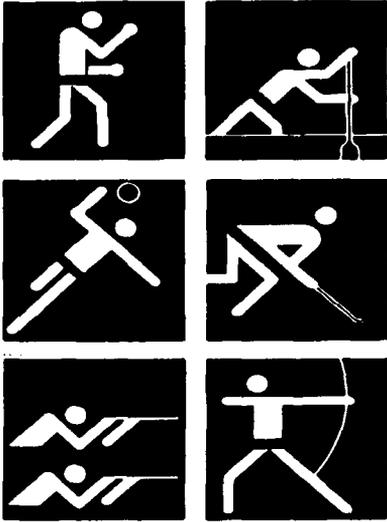
El área de audiovisual y multimedia abarca televisión, cine, audiovisual (diapositivas) y las páginas de internet, además de la animación por computadora que puede ser utilizada en algunas áreas ya mencionadas. Es muy similar al diseño para impresión, pues la imagen es bidimensional y su composición asemeja una imagen impresa, pero las limitantes para producción en esta área son tiempo y dinero; por lo que las oportunidades de trabajo en esta área son limitadas y se requiere de gran talento para triunfar. Con los últimos avances de la tecnología los tiempos del proceso de realización se han acortado y mejorado, aunque esto se traduce en mayores costos, aunque han permitido que el diseñador tenga intervención directa durante todo el proceso de realización lo que requiere una mayor especialización tecnológica y creativa.



Arriba: en el cine el diseñador es encargado tanto del diseño interno (créditos, títulos, etc.) como de la publicidad de las películas.

Abajo: una de las áreas más recientes del Diseño Gráfico es la de páginas de Internet (páginas Web).

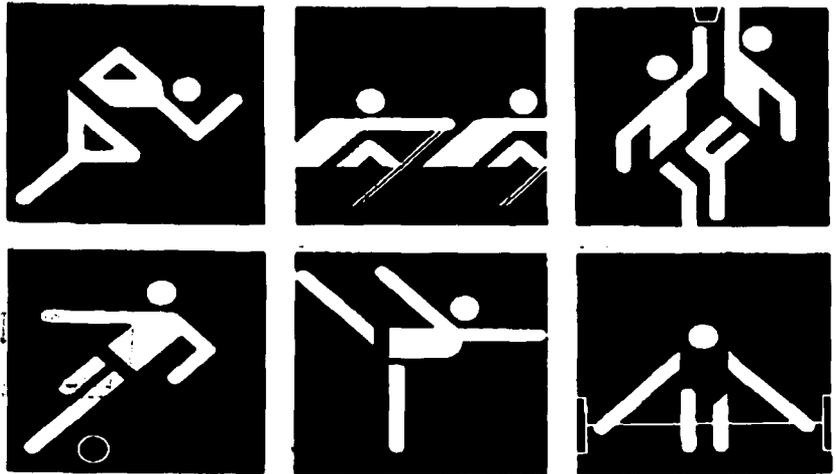
TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Señalización

Realizar sistemas de señalización es una labor sobretodo estratégica y analítica en la cual el diseñador utiliza como medio principal de comunicación los señalamientos, que pueden ser de tipo informativo, restrictivo y direccional. Dentro de la realización de un sistema de señalización el cliente define las necesidades específicas y el diseñador crea una imagen visual adecuada, de acuerdo con los usuarios de dichos sistema. El resultado final será un sistema de señalización que identifique y responda a los requerimientos específicos del área a señalizar. Para esta labor el diseñador debe tomar en cuenta aspectos arquitectónicos, ambientales y funcionales a fin de lograr un diseño eficiente, estético y preciso.

Señalamientos diseñados para eventos olímpicos.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Campo de Acción del Diseñador Gráfico

Existen dos modalidades básicas en las que un diseñador gráfico puede trabajar. La primera es como «freelance», en la que realiza su trabajo de forma totalmente independiente, de este modo puede aceptar proyectos de los clientes o empresas que él decida. Algunos freelance trabajan en su propia casa donde tienen el equipo necesario para realizar el proceso de diseño, y algunos otros tienen pequeños despachos donde pueden atender a sus clientes.

La otra modalidad en la que un diseñador puede trabajar es en una oficina como parte de una empresa o industria. Dentro de esta modalidad el diseñador tiene un gran campo de acción y es más seguro desde el punto de vista financiero. Existen empresas dedicadas a la publicidad donde el diseñador es parte del equipo creativo. En las empresas dedicadas a la producción (televisión) el diseñador además de ser parte del equipo creativo puede intervenir en algunos otros procesos como son el de producción y post-producción, aunque el número de empleos en esta área es limitado. También existen grandes empresas de distintos giros que por su magnitud requieren de un departamento propio de diseño gráfico; en éstas el diseñador tiene un puesto fijo y es el encargado de dar solución a los problemas de diseño que la empresa, en concreto, pueda tener.

Es importante mencionar que un diseñador gráfico puede especializarse en las distintas áreas mencionadas anteriormente, aunque puede apoyarse con estudios específicos de fotografía, cine, ilustración, producción en televisión, etc; y con ello podrá ampliar tanto su campo de acción como las posibilidades de desarrollar mejores proyectos de acuerdo con su criterio.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

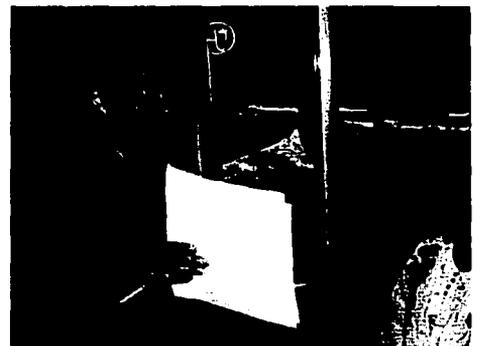
Metodología del Diseño Gráfico

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Una de las características principales que distinguen al profesional en diseño gráfico, de otros, es su forma de resolver cualquier proyecto de diseño. La base para el desarrollo de cualquier proyecto es seguir una metodología (serie de pasos o etapas) eficaz que ayude a detectar el problema y a trazar los lineamientos para la mejor solución a éste. Los pasos generales que todo diseñador debe seguir para la realización de cualquier proyecto son:

1. Contacto con el cliente, para conocer sus necesidades y objetivos; esto ayudará a plantear o detectar el problema.
2. Investigación. En esta fase se investiga lo referente a:
 - *la empresa o cliente: su historia, su estructura, su imagen ante el público, políticas y personalidad.
 - *el producto: características de elaboración y contenido, precio, presentación actual y posicionamiento en el mercado.
 - *la competencia: sus productos, sus precios y posicionamiento en el mercado.
3. Lo siguiente es la realización de un anteproyecto que defina el problema, especifique las limitaciones que se pudieran tener y defina los parámetros a seguir durante el proceso de diseño. Éste se presenta al cliente, donde además se incluye el presupuesto de honorarios del diseñador (que será diferente para cada caso en particular), así como el tiempo aproximado para el desarrollo del proyecto.

NO ENTENDI
NADA DE LO QUE
ME DIJERON



4. Proceso de diseño.

- * Comienza con una lluvia de ideas y realización de primeros bocetos (ideas esquematizadas preliminares).
- * Selección de las mejores ideas y refinamiento de bocetos.
- * Primera presentación al cliente.
- * Corrección de bocetos (las veces que se requiera).
- * Presentación final (dummy) al cliente.

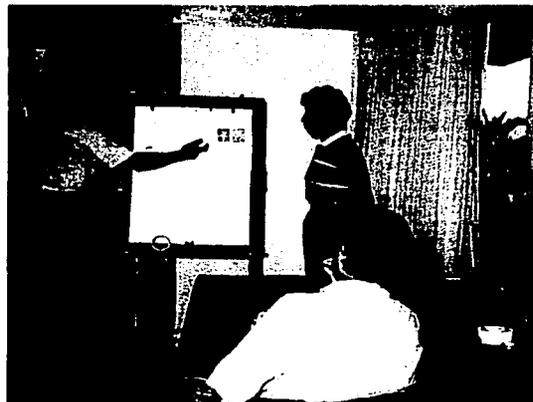
5. Autorización del proyecto de diseño.

6. Aplicación. En esta fase el diseñador supervisa la correcta aplicación del diseño principalmente en el proceso de reproducción (que generalmente es por medio de la impresión).

7. Evaluación, que consiste en hacer una revisión periódica al desempeño del diseño gráfico realizado; esto con el fin de detectar posibles errores y si es necesario corregirlos a corto plazo.

Estos siete pasos resumen de forma general la metodología del diseño gráfico, aunque ésta puede ser implementada o simplificada de acuerdo con cada caso en particular. Al seguir esta metodología correctamente el diseñador puede estar seguro de obtener excelentes resultados en el desempeño de su labor.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN





Capítulo 5



Diseño de Identidad Corporativa

La identidad corporativa es un sistema gráfico integral que proyecta de manera visual la imagen de una empresa o producto. El desarrollo de este tipo de sistemas (que tiene sus orígenes en la marca) comienza a mediados del siglo XX como una disciplina especializada de diseño.

La marca surge con gran ímpetu, durante la Revolución Industrial, como recurso distintivo para los cientos de nuevos productos que constantemente salían al mercado; era señal de origen (de quienes lo fabricaban) y calidad. En un principio, la marca tiene por objetivo dar información funcional que consiste en orientar la localización de un producto entre muchos otros. Debido al éxito e impacto ante los consumidores, posteriormente se incorpora a la comunicación publicitaria y gracias a ésta alcanza una gran difusión; lo que la convierte en la forma primaria de expresión de la identidad.

Con el crecimiento de la competencia y la invasión de mercados, las empresas comienzan a valorar la identidad gráfica como un factor decisivo para el éxito de sus productos, y por lo tanto de ellas mismas. A partir de ese momento surgen los primeros sistemas organizados de signos de identidad, convirtiéndose así en una estrategia comercial e institucional bien definida.

Un acontecimiento que significó gran avance en esta área fue la Segunda Guerra Mundial ya que los avances tecnológicos fueron sorprendentes y permitieron así el desarrollo de corporaciones y organizaciones industriales cada vez más grandes, las cuales tuvieron la necesidad de desarrollar un sistema de identidad para crear una reputación basada en la calidad y la confianza.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Uno de los primeros sistemas de identidad de gran trascendencia fue el realizado para la Columbia Broadcasting System de la ciudad de Nueva York a mediados del siglo XX; después de éste se han desarrollado cientos de sistemas de identidad que han perdurado hasta la actualidad gracias a la actualización en sus diseños, algunos de ellos como Shell, Pepsi, Pan-Am, etc.

Programas de Identidad Corporativa

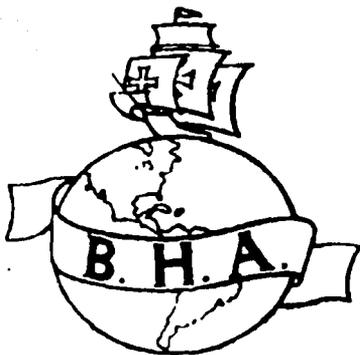
Los programas de identidad pueden definirse como un sistema organizado de signos (el cual utiliza como recurso primordial el «logotipo») los cuales forman parte de una estrategia de comunicación institucional y comercial con la finalidad de que la marca o logotipo ayude a la fácil identificación de la empresa y sus productos de entre muchos otros. Este sistema debe aplicarse en diferentes soportes, difundirse hasta ser reconocido por un gran público, y resistir la competencia y el desgaste temporal. El diseñador es el encargado de elaborar proyectos que cumplan dichos objetivos, creando un sistema de formas, figuras y colores que expresen ideas, impresiones psicológicas y una alta pregnancia a cerca de la personalidad de la empresa.

Dentro de esta área el paso siguiente es el desarrollo de la imagen global creada a partir de las necesidades de empresas, principalmente transnacionales, que requieren un sistema de identidad más complejo, ya que abarca una estructura multimedia donde interviene el diseño de programas del medio ambiente (arquitectura y diseño gráfico e industrial), de los productos y de la comunicación colectiva dirigida tanto a los consumidores como a las personas que forman parte de éstas. Por lo tanto, la imagen global es la evolución de la identidad corporativa, que la incluye y progresa hacia una forma más plena y organizada de comunicación.



La imagen global de una empresa incluye además del gráfico, el diseño arquitectónico, industrial y de interiores.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



La auditoría visual se realiza con el fin de conocer los antecedentes gráficos propios de la empresa.

Planificación de programas de Identidad Corporativa

Para la creación de programas de identidad Corporativa el diseñador requiere un plan de trabajo con el objeto de establecer una guía para todo el proceso. En general este tipo de programas se desarrolla en tres etapas fundamentales:

1. Información y planificación: comprende la definición de los criterios que han de servir de base para orientar el desarrollo de las fases siguientes. Comprende información de:

- a) cómo la empresa se ve sí misma, cuáles son sus objetivos institucionales y cómo se proyecta en el tiempo.
- b) Los productos y servicios que ofrece: posicionamiento, objetivos comerciales y competencia.
- c) Auditoría visual: es un inventario que reúne el material gráfico comercial, publicitario, embalajes, vehículos de transporte, etc. con el fin de conocer cómo han sido aplicados los signos visuales de la Identidad (marcas, símbolos, colores y tipografía) en el pasado.

2. Diseño Gráfico: se realiza en base a la información obtenida previamente. Esta etapa comienza con la búsqueda de un concepto original que responda a las necesidades específicas de comunicación de la empresa, el cual será expresado en formas icónicas y desarrollado exhaustivamente en la fase posterior. Durante esta fase quedarán perfectamente establecidos los elementos estructurales básicos de la identidad corporativa:

a) **Signos de identidad:** símbolo, logotipo y colores corporativos.



b) Formato: proporciones que predominan en los mensajes fijos y en los mensajes audiovisuales.

c) Concepto espacial: plano visual que servirá de escenario para la construcción y visualización de mensajes.

d) Tipografía corporativa: que será elegida en función de su legibilidad (aspecto funcional) y sus connotaciones (aspecto estético).

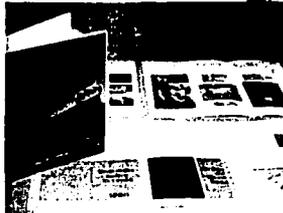
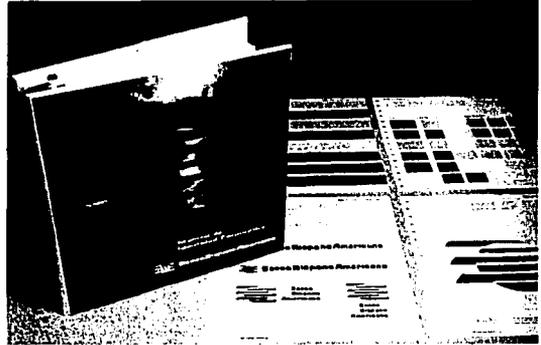
e) Normas tipográficas: la forma de distribuir y componer la tipografía en el espacio gráfico.

f) Elementos gráficos: ciertos motivos icónicos definidos según la personalidad de la empresa y las necesidades de presentación de sus mensajes.

g) Uso de colores: elección de uno ó más colores corporativos, la forma de utilizar estos colores y en qué proporciones serán utilizados.

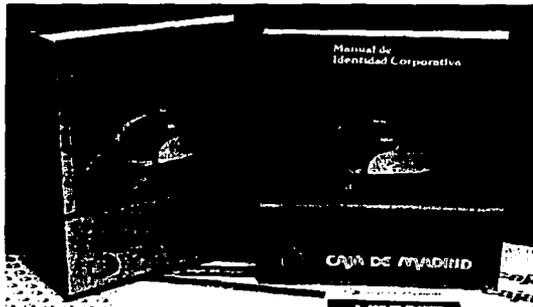
El resultado final de este proceso es la creación del **Manual de Identidad Corporativa:** libro de normas que sirve como herramienta para que la empresa pueda aplicar el nuevo sistema de su identidad visual en todos los mensajes a través del tiempo.

3. Implantación del programa: en esta última etapa la identidad visual es aplicada en los distintos medios y soportes por: industriales, proveedores varios de materiales, impresores, agencias de publicidad, fotógrafos, ilustradores, cineastas, fabricantes de rótulos, de señalizaciones, de objetos promocionales, pintores, etc. Todos ellos basados en el *manual de identidad* el cual debe asegurar un nivel de claridad inequívoca y ejemplificar, de modo directo y preciso, las soluciones a cada problema de identidad con el fin de evitar interpretaciones erróneas que llegarían a deformar la imagen gráfica.

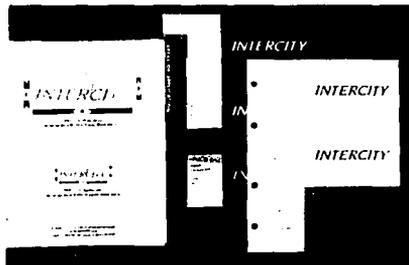
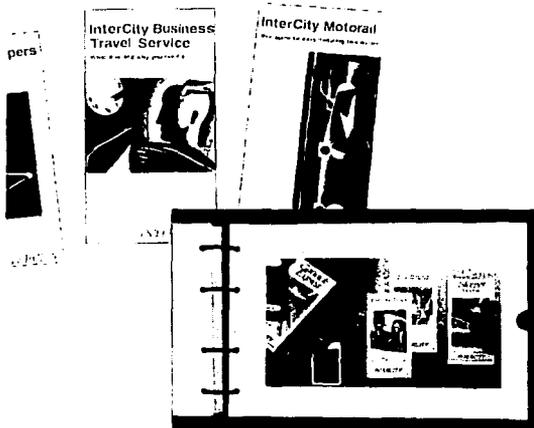


Ya diseñado el logotipo se realizan sus aplicaciones.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



En el manual deben quedar bien especificados los signos de identidad.



Actualmente los programas de identidad son de gran valor para las empresas pues desarrollan visualmente un concepto de personalidad corporativa en forma de programa que amplía y coordina sus actividades de comunicación, lo cual se traduce en una imagen de calidad ante el público. Por medio de éste la empresa puede hacerse identificar por tiempo indefinido e incrementar su valor comercial. Para ello, el diseñador puede aconsejar la estrategia más adecuada tomando en cuenta factores como: el tamaño el carácter y el sector de la empresa, la dimensión de su mercado; la magnitud de sus comunicaciones, sus política y su estilo. Para lograr con ello un máximo de eficiencia y calidad en el resultado final.

El manual de Identidad Corporativa

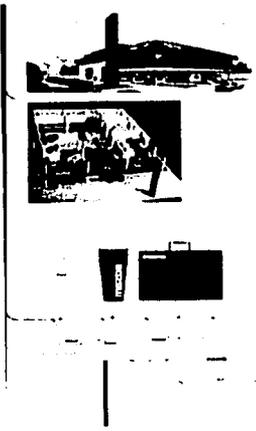
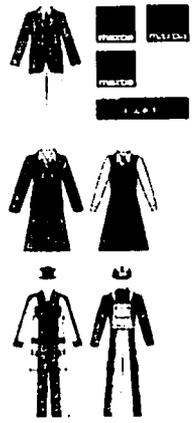
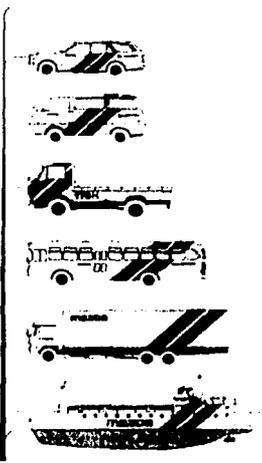
El manual de identidad es un documento donde se hallarán perfectamente explicadas todas las cuestiones de la personalidad gráfica de la empresa, sus elementos gráficos, la explicación de cómo han sido creados y el modo correcto de reproducirlos y aplicarlos a los diferentes soportes.

El siguiente es un guión de contenido básico para todo manual de Identidad, (el cual puede desarrollarse según determinen las necesidades de comunicación en cada caso concreto):

- * Presentación
- * Introducción
- * Objetivos del programa
- * Signos de identidad
- * Logotipo
- * Símbolo
- * Gama cromática
- * Uso de los colores
- * Estructura visual de la identidad
- * Tipografía corporativa
- * Sistema modular de diseño

WORLD RIGHTS
MOTOR VEHICLE

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



- * Formatos
- * Elementos gráficos
- * Aplicaciones
- * Impresos comerciales y Administrativos
- * Publicidad
- * Envases, etiquetas y embalajes
- * Material punto de venta, de exposiciones, de promoción
- * Señalizaciones
- * Decoración de vehículos
- * Uniformes

Este manual deberá ser distribuido entre los directivos, jefes de departamentos y personas responsables de los principales medios de comunicación (compras, publicidad, impresos, instalaciones, etc), con el fin de asegurar la correcta aplicación de la identidad corporativa a través de los distintos medios y soportes.

Público de los Sistemas de identidad Corporativa

La Identidad Corporativa ha de ser aceptada por la mayor parte posible de los individuos de una sociedad, pues ésta se proyecta al conjunto de audiencias que son sus espectadores sobre los cuales deberá transmitir los atributos, las cualidades y la personalidad de la empresa. Este conjunto está formado tanto por públicos externos como internos de la empresa; desde sus empleados, accionistas, clientes y proveedores, hasta los distribuidores, los medios de comunicación, la Administración, las instituciones públicas y privadas, los líderes de opinión, la opinión pública e inclusive algunos medios internacionales.

Así la identidad será transmitida a todas partes a través de una enorme variedad de soportes, canales y medios; por lo que estará formando parte de: el propio producto, la información que la empresa genera, los actos que realiza, la decoración, los objetos

Algunas de las principales aplicaciones contenidas dentro de un manual de identidad.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

promocionales, rótulos y anuncios luminosos, la publicidad y la arquitectura.

Los símbolos de identidad

Los símbolos evocan todo aquello que no puede ser representado físicamente como son las ideas, conceptos, instituciones, los valores éticos morales, las políticas comerciales, el espíritu de la empresa, etc.

El punto de partida para el diseño de la identidad corporativa son los símbolos de identidad, debido a que las empresas comerciales e instituciones sociales, las ideas y los valores sólo son representables por medio de símbolos.

Un sistema visual de identidad está compuesto por:

- Símbolos icónicos



- Símbolos lingüísticos

AT&T

- Símbolos cromáticos



Estos tres en conjunto constituyen el identificador o lo que comúnmente se conoce como "logotipo".

Marcas y logotipos

Las marcas son los medios por los cuales las empresas distinguen sus productos o servicios de los que ofrece la competencia.

Existen dos grandes categorías:

* Los nombres de marca: que son conocidos comúnmente como "marca" y como lo indica es sólo el nombre de la marca.

WESTIN HOTELS

* Las imágenes de marca: simbolizan gráficamente a la empresa o producto, son bidimensionales (en su mayoría) y son conocidas como "logotipos".



Las marcas comerciales y logotipos son el elemento clave para el desarrollo de una identidad corporativa eficiente, ya que:

- a) Identifican un producto, servicio, organización, empresa o evento.
- b) Lo diferencian de otros.
- c) Comunican información a cerca del origen, el valor y la calidad.
- d) Añaden valor, en la mayor parte de los casos.
- e) Constituyen propiedades legales importantes.



Diseño de Logotipos

Composición

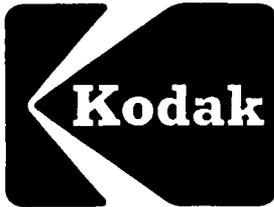
Al crear un logotipo el diseñador debe tomar en cuenta distintos factores de composición como:

* **Asociación positiva:** debe representar lo mejor de la empresa o producto.



MOTHER CHILD

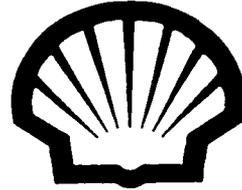
* **De fácil identificación:** rápidamente reconocible y recordable.



* **Unidad:** debe percibirse como una sola imagen.



* **Adecuado nivel de abstracción:** debe tener el nivel de captación de su público específico.



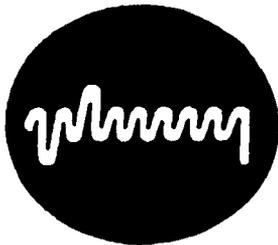
* **Reducción:** debe estar diseñado para aguantar reducciones de 2 cms. o menos.



* **Un color:** debe estar diseñado para funcionar en una sola tinta por razones prácticas y económicas.



* **Peso visual:** debe ser pesado visualmente para mayor impacto, y por lo tanto más fácil de entender e imprimir.



* **Dirección:** que la dirección sea hacia arriba y a la derecha pues nos indica que es positiva.



* **Limitación:** se refiere al uso limitado de recursos visuales para no causar confusión o indigestión visual.



Tipos de Marcas

1. **Logotipos:** diseño basado solamente en tipografía, puede estar conformado de una o varias palabras. Es apropiado cuando el nombre es relativamente breve y fácil de utilizar.

* **Ventajas:** es de fácil comprensión y puede ser muy original.

* **Desventajas:** puede representar complejidad para el público analfabeta.

Kellogg's AVON

Firestone

*Photo Lettering
Incorporated*

XEROX

Harrods

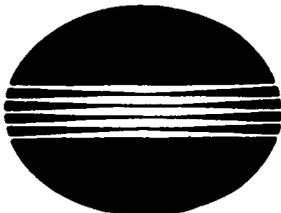
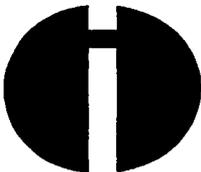
TESIS CON FALLA DE ORIGEN

2. *Símbolo o morfotipo:*

utiliza como único recurso una imagen, es conocido comúnmente como logotipo.

* **Ventajas:** simple, impactante, es de rápida identificación.

* **Desventajas:** su difusión puede ser costosa y puede llegar a confundirse con otros símbolos.



3. **Logosímbolo:** combina tipografía e imagen, también se conoce como firma corporativa. Es el recurso más común en los sistemas de identidad corporativa.

* **Ventajas:** es fácilmente reconocible, crea un efecto de etiqueta.

* **Desventajas:** requiere doble decodificación y es redundante.



400 1000
MEDIO NO ARIAR

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4. Símbolo tipográfico:
es una imagen compuesta por letras (iniciales, siglas, etc.) que funciona como un símbolo.

* **Ventajas:** legible, práctico.

* **Desventajas:** puede ser costoso para promoverse y tiene mucha competencia visual.

RCA

IBM

I ♥ NY



El color en el diseño de logotipos

Un buen logotipo debe ser diseñado de tal forma que pueda ser utilizado en una sola tinta; además se recomienda que en su versión a color sea de máximo tres tintas por cuestiones de funcionalidad. Al elegir los colores es importante tomar en cuenta la personalidad y características de la empresa para proyectar una imagen adecuada.

*Psicología de los colores (funciones simbólicas)

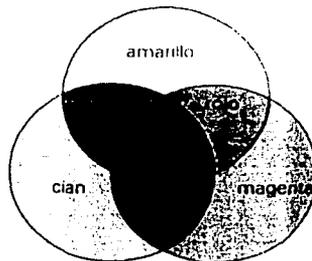
* El gris, "centro del todo", es un centro pasivo, neutro, es un factor de equilibrio.

* El rojo significa la vitalidad: es el color de la sangre y de la pasión. Expresa entusiasmo y dinamismo, es exaltante y agresivo.

* El verde es el color más tranquilo y sedante. Evoca la vegetación y el frescor. No transmite alegría, tristeza o pasión. Cuando el verde predomina el amarillo cobra fuerza activa y soleada; si tiende al azul deviene sobrio y sofisticado.

* El azul es el símbolo de la profundidad. Suscita una predisposición favorable. Provoca tranquilidad. Cuanto más se clarifica se vuelve indiferente. Cuanto más se oscurece atrae hacia el infinito.

* El amarillo es el color más luminoso, cálido y alegre. Es el color del sol y de la luz, es vital y tonificante.



* El verde es el color más tranquilo y sedante. Evoca la vegetación y el frescor. No transmite alegría, tristeza o pasión. Cuando el verde predomina el amarillo cobra fuerza activa y soleada; si tiende al azul deviene sobrio y sofisticado.* El azul es el símbolo de la profundidad. Suscita una predisposición favorable. Provoca tranquilidad. Cuanto más se clarifica se vuelve indiferente. Cuanto más se oscurece atrae hacia el infinito.
* El amarillo es el color más luminoso, cálido y alegre. Es el color del sol y de la luz, es vital y tonificante.
* El naranja posee una fuerza radiante y expansiva. Tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante, y una cualidad dinámica muy positiva.
* El naranja posee una fuerza radiante y expansiva. Tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante, y una cualidad dinámica muy positiva.

Tipografía

Al igual que el color, la tipografía es un elemento que transmite la personalidad de la empresa, por ello es importante elegir el estilo adecuado, que además cumpla con factores como: originalidad, legibilidad e impacto visual. De este modo la tipografía aplicada al diseño de logotipos debe conformar un sistema que recoja y combine determinados tipos de letras que por su legibilidad y connotaciones armonicen con los signos de identidad y sirvan para reforzar el concepto gráfico. Los siete tipos básicos son:

Romano Antiguo: Combina trazos anchos y delgados de modo uniforme, las letras son de proporciones abiertas. Las de trazo fino y medio son fáciles de leer. Por su aspecto transmiten delicadeza y elegancia.

Caslon

Garamond

Plantin

Romano Moderno: presenta un marcado contraste entre los trazos finos y los gruesos; y su peso visual es mayor que el romano antiguo. Se recomienda para textos breves.

Bodoni

Century Schoolbook

Tiffany

Egipcio: la característica más distintiva de este tipo son sus patines de gran intensidad y grosor de forma cuadrada. Este tipo es muy recomendado para diseños cortos por su impacto visual.

Clarendon

Egyptian

Rockwell

San Serif o de Paloseco: como su nombre lo indica, carece de patines, es de grosor uniforme y se utiliza frecuentemente en los diseños geométricos. Expresan sencillez. Es la categoría que ofrece mayores posibilidades de uso gracias a su versatilidad de peso (de la superfina a la supernegra). Con excepción de textos largos se puede emplear en cualquier situación.

Univers

Futura

Gill Sans

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Paloseco modificado: aunque de paloseco en apariencia, tienen patines o rasgos muy pequeños y presentan un ligero contraste entre los rasgos finos y gruesos. Transmiten una elegancia discreta.

Optima
Souvenir Gothic
Baker Signet

Decorativo: son familias tipográficas muy peculiares y llamativas, producen gran impacto o crean efectos visuales. Se recomiendan solo para palabras aisladas o frases muy cortas.

RSTUVWXY
Z12345678I

Script: este tipo de letra imita la escritura caligráfica y manual. Por su forma visual se recomienda un uso limitado de este tipo. Expresa femineidad.

Brush Script
English Script

Formato: Incorpora una determinada proporción al logotipo: horizontal, vertical, cuadrado, etc.

Principio de universalidad

Un factor muy importante que debe tomarse en cuenta al momento de diseñar un logotipo es el principio de universalidad que presenta tres aspectos:

* *Universalidad temporal:* ya que un logotipo está hecho para durar no debe estar sujeto a modas pasajeras.



* *Universalidad espacial:* está hecho para difundirse y estar soportes o medios.



* *Universalidad psicológica:* está hecho para ser asimilado por un número indefinido de personas, que a veces corresponden a diferentes lugares y culturas.

Sistemas de señalización

Los sistemas de señalización dan respuesta a las necesidades de orientación, de grupos y organizaciones sociales, por medio de señales identificadoras e indicadoras de los objetos y espacios del entorno inmediato. Por ello los encontramos en la vida diaria en las oficinas, los comercios, los locales públicos y semi-públicos, etc.

Para la elaboración de sistemas de señalización el diseñador gráfico debe apoyarse en la señalética, que es la parte de la ciencia que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos, además de que organiza y regula estas relaciones.

Principios de los sistemas de señalización

- * Su finalidad es información concreta e instantánea.

Transmite mensajes visuales que afectan a los individuos y provocan actos de comportamiento en reacción a estos.

- * Su sistema comunicacional se compone de un código universal de señales y signos (símbolos icónicos, lingüísticos y cromáticos) y un programa de diseño que establece las formas de composición de éstos.

- * Su estrategia es la distribución lógica de mensajes fijos o estáticos ubicados en aquellos puntos clave que plantean dilemas de comportamiento.

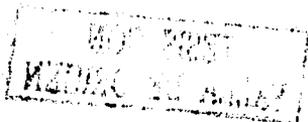
- * Su lenguaje es monosémico, concreto y sencillo.

- * Su principio es el de la economía generalizada: máxima información con los mínimos elementos y con el mínimo esfuerzo de localización y comprensión por parte del receptor.

- * Su presencia es discreta, su uso es optativo y su condición es funcionar y borrarse de inmediato de la consciencia de los individuos.



Ejemplos de señalamientos de significado universal.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Otros rasgos importantes son:

- * Se integran al espacio-ambiente y contribuyen a promocionar una imagen de marca.
- * Con frecuencia se incluyen en otros programas como los de identidad corporativa.

Objetivos y funciones

La tarea del diseñador gráfico al hacer sistemas de señalización es realizar proyectos únicos y específicos que den solución a problemas particulares de orientación y acción.

El objetivo de los sistemas de este tipo es identificar lugares y/o servicios (interna y externamente) y facilitar su localización en el espacio arquitectónico, urbanístico, etc. Estos deben responder a las necesidades de los usuarios y dejar la libertad de decisión de utilizar o no estos servicios.

Al diseñar un sistema de señalización se debe tomar en cuenta que:

- * Las señales deben ser homologadas y diseñadas especialmente para cada caso en particular.
- * El diseño debe estar condicionado por las características del entorno.
- * Aporta factores de identidad y diferenciación.
- * Refuerza la imagen pública de las organizaciones.
- * Se incluye en los programas de identidad o deriva de ellos.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Programas señaléticos

Cada problema de señalización constituye un caso particular debido a las condicionantes funcionales, arquitectónicas, ergonómicas y ambientales. Esto implica la necesidad de crear y desarrollar programas especiales para cada circunstancia concreta.

Un programa señalético se compone de siete etapas:

1. Contacto: se conoce el espacio real sujeto a la aplicación del sistema, su función o giro y su personalidad.

2. Acopio de información: tiene por objeto la descripción exacta de la estructura del espacio, así como sus condicionantes. También incluye la nomenclatura de la información a transmitir.

Contiene:

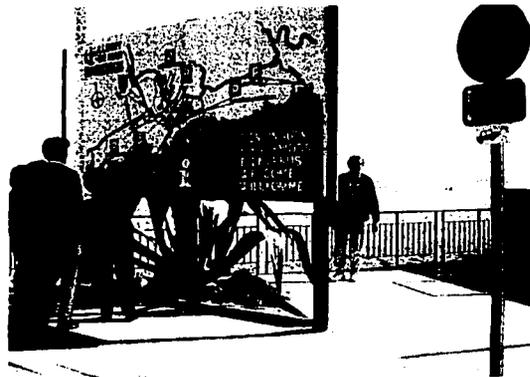
- * plano y territorio
- * palabras clave
- * documentos fotográficos
- * condicionantes arquitectónicos
- * condicionantes ambientales
- * normas gráficas preexistentes

3. Organización: planifica lo que será el trabajo de diseño. Consta de:

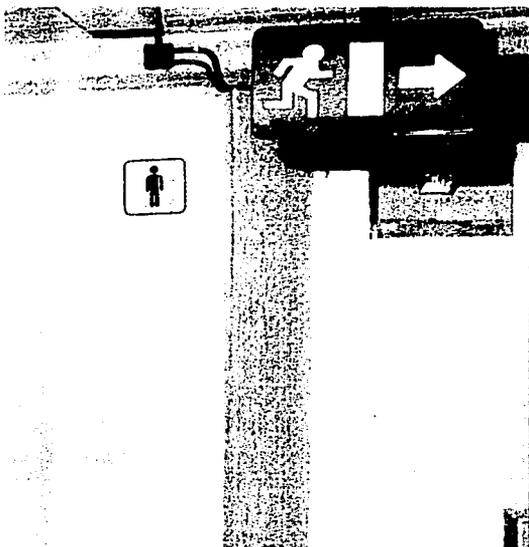
- * palabras clave y equivalencia icónica.
- * verificación de la información.
- * tipos de señales: direccionales, informativas, de identificación, restrictivas o de prohibición y de emergencia.
- * conceptualización del programa.

4. Diseño Gráfico: realización del diseño conceptual y organizativo. Está conformado por:

- * fichas señaléticas
- * módulo compositivo
- * tipografía
- * pictogramas
- * código cromático



TESIS CON FALLA DE ORIGEN



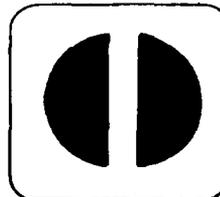
- * realización de prototipos (dummys)
- * selección de materiales de reproducción
- * presentación de prototipos

5. Realización: una vez aprobado el proyecto se procederá a su ejecución.

6. Supervisión: el diseñador debe responsabilizarse de que su proyecto sea perfectamente aplicado en el proceso de realización final e instalación.

7. Control experimental: después de un periodo de tiempo adecuado se realizará una investigación acerca del funcionamiento en la práctica y se procederá a las modificaciones que se crean pertinentes.

La mayoría de los problemas de señalización se adaptan perfectamente a este proceso, pero en la práctica existen variables que determinarán la especificidad de cada programa.



Señalización como parte de un Sistema de identidad corporativa

La señalización es, también, uno de los elementos de la identidad corporativa de una empresa, por ello en el manual queda especificada su estructura visual básica:

a) Los órganos de estructura o elementos simples son los signos como:

* **pictogramas** (imagen esquematizada que simboliza o representa un concepto) éstos se seleccionarán tomando como punto de partida el repertorio de pictogramas ya establecido; y pueden ser rediseñados en función de establecer un estilo particular.

Pictogramas utilizados en sistemas de señalización.

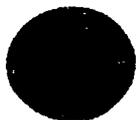
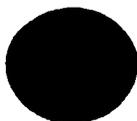
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Helvetica
Helvetica
Helvetica

Univers

Univers

Univers



* **Palabras:** para éstas se seleccionarán caracteres tipográficos que respondan a los criterios de connotación y legibilidad, y serán definidos por el contraste necesario, el tamaño de la letra y su grosor. Algunas de las fuentes que cumplen con los requerimientos para ser apicadas a los sistemas de señalización son: la Univers, Frutiger, Optima y Helvética.

* **Colores:** serán determinados en base a criterios: de identificación, de contraste, de realce o de pertenencia al sistema de la identidad corporativa.

***Visibilidad de los colores (funciones señaléticas)**

Algunos estudios realizados sobre la visibilidad de los colores han dado los siguientes resultados:

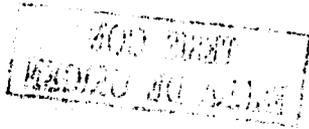
a) La visibilidad de los colores disminuye con la asociación de otros colores.

b) El impacto de los colores se clasifica por este orden:

1. negro sobre blanco
2. negro sobre amarillo
3. rojo sobre blanco
4. verde sobre blanco
5. blanco sobre rojo
6. amarillo sobre negro
7. blanco sobre azul
8. blanco sobre verde
9. rojo sobre amarillo
10. azul sobre blanco
11. blanco sobre negro
12. verde sobre rojo

c) Las combinaciones consideradas como mejores son:

- * el rojo y el azul claro
- * el rojo y el gris



- * el rojo y el amarillo limón
- * el rojo y el amarillo naranja

d) El naranja posee una visibilidad excepcional.

* **Módulo Compositivo:** establece las formas básicas de los soportes de composición.

a) La pauta estructural: es el soporte invisible que sostiene todas las informaciones, de manera que cada mensaje siga un mismo orden estructural.

b) Las leyes de estructura: definen el modo en que todos los elementos anteriores habrán de dar respuesta a todos los problemas gráficos que surgirán en la aplicación del programa.

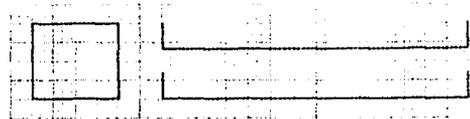
Al momento de diseñar señalamientos que contengan tipografía es recomendable: no hacer uso de abreviaturas, no cortar palabras, utilizar expresiones verbales cortas y de mayor uso por el público y usar mayúsculas y minúsculas debido a que se asimilan con mayor rapidez.

Cuando la identidad corporativa incluye el sistema señalético los efectos del programa se enriquecen ya que reúnen la función de identificación, de información, integran la imagen de marca y enfatizan el procedimiento de persuasión.

Ejemplos de los diferentes tipos de señalamientos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

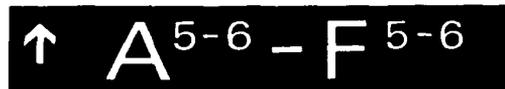
Pauta estructural



ABCDEFGHIJKLM
abcdefghijklmno



Leyes de estructura



La publicidad es un tipo de comunicación que tiene por objetivo dar a conocer los beneficios y cualidades que ofrece algún servicio o producto, a través de los medios colectivos como: prensa, carteles, televisión, radio, cine e internet. Una variante de ésta es la "publicidad directa" que se consiste en folletos enviados por correo al domicilio del consumidor. Y otra es la "promoción de ventas" que se realiza por medio del reparto de regalos, cupones, muestras gratuitas, presentación atractiva en los lugares de venta, etc. La diferencial esencial entre publicidad y promoción es que la publicidad sólo transmite mensajes que muchas veces no son tangibles (como un anuncio de radio o de televisión); mientras que la promoción es realmente tangible y llega directamente al consumidor.

Las campañas publicitarias son desarrolladas a partir de la publicidad comercial que aplica la técnica de la persuasión a través de los medios colectivos de comunicación, con el objetivo de dar a conocer al público la existencia de algún producto o servicio, o también puede suscitar el incremento del deseo por adquirir este producto o de recurrir a este servicio.

Una campaña publicitaria se difunde a través de diversos medios de comunicación, y para determinar la inserción y difusión de un anuncio publicitario en cualquiera de éstos es necesario estudiar el dónde, cuándo y como deberá aparecer.

EL MEDIO...
FESTIVAL
MEXICO '98
DEL MEDIO.

Lo esperamos en el W
del 5 al 7 de Agosto de

TV AZTECA
Nacsa
NER
AMAPRO
BIC

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Antes de elegir los medios de difusión es necesario tomar en cuenta:

- * la naturaleza del producto o servicio.
- * datos económicos de forma que con el mínimo de dinero posible se asegure la recepción del mensaje por el máximo número de consumidores.
- * Se define el perfil o conjunto de características del consumidor tipo: sexo, edad, status socioeconómico y población de residencia y sus hábitos de consumo.
- * Es preciso considerar la frecuencia de difusión del mensaje para asegurar cierto grado de eficacia, utilizando además de un estudio de planificación de medios, la intuición, el sentido común y la imaginación.

Una vez que el diseñador o publicista ha determinado estos perfiles podrá conjugarlos y seleccionar el medio publicitario que le brinde los mejores rendimientos.



Las campañas publicitarias se difunden a través de diversos medios como televisión y revistas.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

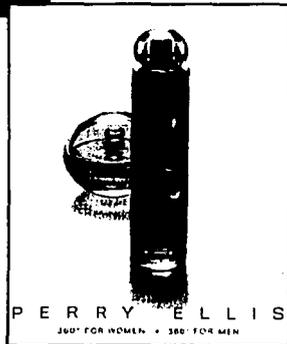
b) Las Revistas

Son consideradas como un medio permanente pues sus lectores generalmente las conservan, profundiza en los temas tratados por lo que el lector dedica más tiempo a su lectura que a otros medios, lo que permite publicar anuncios con textos más largos. Se caracterizan por estar impresas en papel de buena calidad. Su encuadernación es formal: están cosidas con grapas al lomo si son delgadas y al canto si son gruesas. En el ámbito de la comunicación juegan un papel muy importante ya que todos los públicos ven satisfechas sus necesidades, pues hay revistas para todos los gustos y de todos los tópicos. Y generalmente tienen un número de páginas destinado a la publicidad.

**Publicidad Impresa
para exteriores**

a) Cartel

Un grito pegado en la pared, es la definición que mejor expresa la intención de este medio. Se caracteriza por la sencillez, pues tiene la misión de llamar la atención y de informar de un solo vistazo. Es una pieza publicitaria meramente ilustrativa, en él no son recomendables grandes textos y se recomienda que la redacción principal no exceda 5 ó 6 palabras. El diseño de este medio requiere excelente creatividad y facilidad para la simplificación de formas.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN.

b) Anuncios en transportes públicos

En el caso de los transportes colectivos el anuncio está expuesto al deterioro ambiental por esta razón, los materiales de reproducción son especiales para la carrocería de estos vehículos. Su impresión se realiza en serigrafía o ploter. Este medio es más eficaz que un cartel, pues se exhibe varias veces durante el día en todos los lugares que componen la ruta del vehículo. El anuncio para el interior de los transportes públicos tiene gran valor publicitario, ya que el usuario se convierte en un público cautivo por lo que verá el anuncio diariamente durante todo su recorrido.



c) Espectacular

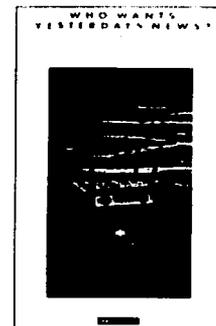
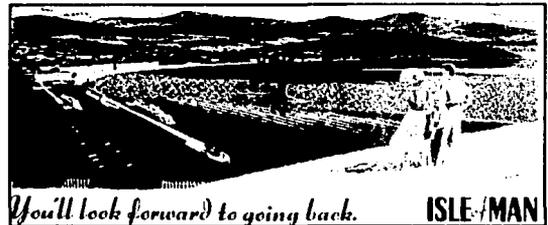
Suelen aparecer en núcleos urbanos, zonas turísticas y carreteras; es un soporte destinado exclusivamente a la publicidad y los elementos de diseño son similares al del cartel. Por sus características suele ser un medio de apoyo local para las campañas que utilizan otros medios.

Además de los mencionados anteriormente, existen otros medios de utilizados con mucha frecuencia por su economía como son:

* **folletos:** que pueden ser de distintos formatos, los más comunes son dípticos o trípticos y pueden ser desde una tinta hasta impresión a todo color. Contienen textos de información y pueden ser combinados con imágenes (muchas veces fotografías).

* **volantes:** por lo regular su tamaño es carta o media carta, son muy económicos pues se pueden imprimir en toda clase de papel y por distintos métodos como el offset y la tipografía. Se consideran un medio efímero porque contienen poca información para ser leídos y desechados rápidamente.

* **banderola:** también es un medio dinámico, festivo y efímero. Se usa tanto en interiores como exteriores, es de colores contrastantes para atraer la atención del público.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN



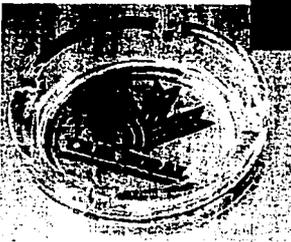
* **la manta:** es un medio económico que se realiza por medio de rotulación y es similar al espectacular, se imprime en telas ligeras y de bajo costo. Su composición es muy sencilla y el texto debe ser lo más breve posible. Gracias a los avances de la computación se puede hacer con materiales acrílicos tanto en soporte como en imagen.

3. Artículos promocionales

Una de las tareas más importantes del diseñador es realizar el diseño y la producción de los artículos promocionales, pues cada uno de ellos constituye un medio de publicidad. Los productos promocionales son muy variados y se fabrican en materiales diversos como: plásticos, metales, madera, tela, hule, plásticos, papeles, etc. Algunos son para uso personal, otros son para el consumo y otros prestan servicios durante un periodo determinado, por ejemplo: los calendarios. Hay algunos de estos artículos que por su eficacia y demanda están presentes en casi todos los programas publicitarios. Algunos artículos promocionales clásicos y sus principales variantes son:

- a) Calendarios: de pared, de escritorio, de bolsillo o de reloj.
- b) Agendas: secretarial, de escritorio, personal.
- c) Carpetas: portafolios, carpetas de mano, carpetas de escritorio.
- c) Bolígrafos
- d) Llaveros
- e) Ceniceros
- f) Playeras

Además de éstos hay infinidad de artículos, tantos como pueda crear la imaginación del diseñador. Todos, además de ser artículos promocionales, son medios publicitarios porque su misión es llevar información impresa al consumidor acerca de la empresa, producto, servicio o evento, recordándoles permanentemente sus bondades y prestigio.

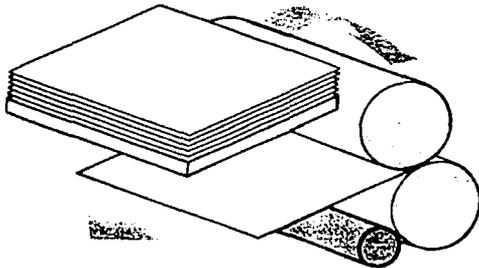


Técnicas de Impresión

La última etapa del trabajo del diseñador consiste en asesorar y cuidar que sus diseños se apliquen de la forma correcta, para ello es necesario que conozca las técnicas de impresión más usuales pues es por medio de ellas que se produce en serie el diseño gráfico, para finalmente llegar al público espectador. Además es fundamental conocer dichas técnicas ya que los medios impresos ejercen un papel esencial en el desarrollo de las campañas publicitarias y su éxito depende del mejor aprovechamiento de recursos económicos y gráficos.

Tipografía

Es una de las técnicas de impresión más antiguas. Consiste en la impresión sobre el papel por la aplicación de presión a un motivo grabado en relieve en una superficie metálica. Hace poco tiempo la tipografía se usaba para imprimir toda clase de productos, desde envases hasta periódicos. Ahora se emplea sobre todo para trabajos pequeños: como invitaciones, volantes, boletos, etc.; pues ha sido desplazado por el offset, más rápido y flexible.



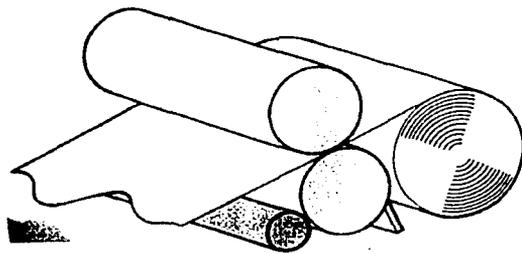
Plano Offset

Litografía

Se basa en el principio de la repulsión mutua entre el agua y el aceite. El área de la imagen de la lámina para impresión se entinta y se moja antes de cada impresión, enseguida se presiona el papel sobre la plancha, transfiriendo la imagen para formar la reproducción impresa.

Offset

Sistema de impresión basado en el mismo principio de la litografía; usa un método cilíndrico por el cual la imagen entintada es transferida a la superficie de goma de un cilindro metálico rotativo, y enseguida hace contacto con el papel. Este proceso mayor calidad y rapidez que la litografía. Existen dos tipos de presa offset, dependiendo de si el papel a imprimir está en pliegos (plano offset) o en rollos y es continuo (rotativa offset). Las prensas más avanzadas llegan a imprimir la cuatricromía e inclusive una tinta especial de un solo pase; algunas incluso pliegan y dan el acabado brillante al papel.



Rotativa Offset

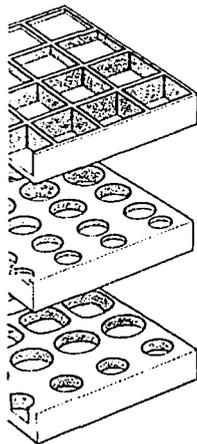
-*Medios tonos*: son producidos por puntos y líneas muy finos que se funden para dar la sensación de mayor o menor saturación del color.

-*Bitonos*: se crean mediante un proceso similar al de medio tono con la diferencia de que se usan dos colores que dan profundidad y riqueza a la imagen.

-*Cuatricromía*: es un basado en el uso de tramas y puntos, pero en este caso se emplean los tres colores primarios (cian, magenta y amarillo) además del negro que sirve para dar profundidad y nitidez a la imagen.

Huecograbado

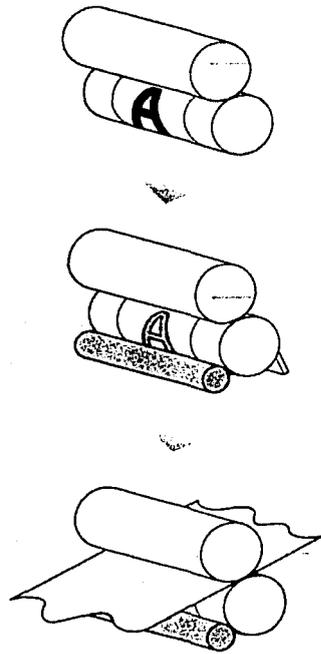
Este tipo de impresión se realiza por medio de planchas metálicas a las cuales se ha transferido la imagen mediante un proceso similar al aguafuerte; el resultado es una placa con pequeñas células profundas, y otras superficiales donde la imagen es de tono más claro. Cuando la plancha está lista, se le aplica tinta líquida llenando las impresiones celulares. El exceso de tinta se quita con una cuchilla y el papel se pasa por la prensa donde se impregna de tinta y formar así la imagen impresa.



Planchas tramadas utilizadas para el huecograbado.

Flexografía

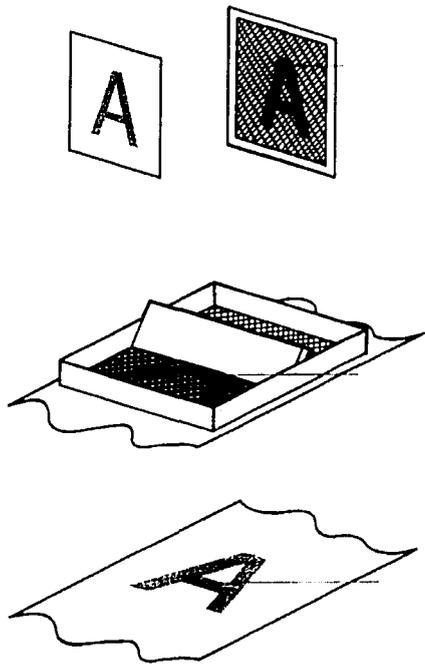
Inicialmente fue utilizada para la impresión masiva de tiras cómicas, libros de bolsillo, envases, bolsas de plástico, etc. Pero con el tiempo esta técnica ha evolucionado, permitiendo en la actualidad su aplicación en periódicos de color, productos de papel desechables, publicidad y envases promocionales. Es un método de bajo costo y su calidad puede ser comparable a la litografía. Consiste en que las tintas líquidas se transfieren desde un cilindro especial a la plancha flexible de impresión en relieve a de allí se pasa al papel o material de impresión.



Proceso de la flexografía.

Serigrafía

Permite imprimir texto e imágenes sobre las superficies más variadas, metal, madera, cerámica, vidrio, plástico, tela, cartón, etc. La tinta se hace pasar a través de una pantalla fina en la que las zonas no deben de imprimirse se han cegado con una mezcla de goma, mientras que las áreas de imagen quedan libres y dejan pasar la tinta. Sus principales ventajas son colores vivos que pueden imprimirse y la variedad de soportes a los que se puede aplicar es te método.



Encuadernación y acabados

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Todo material sale de la imprenta en pliegos, rodeado por un margen que debe cortarse, además de esto es necesario hacer algunas otras operaciones de "acabado" para que el material se convierta en un objeto terminado.

Encuadernación

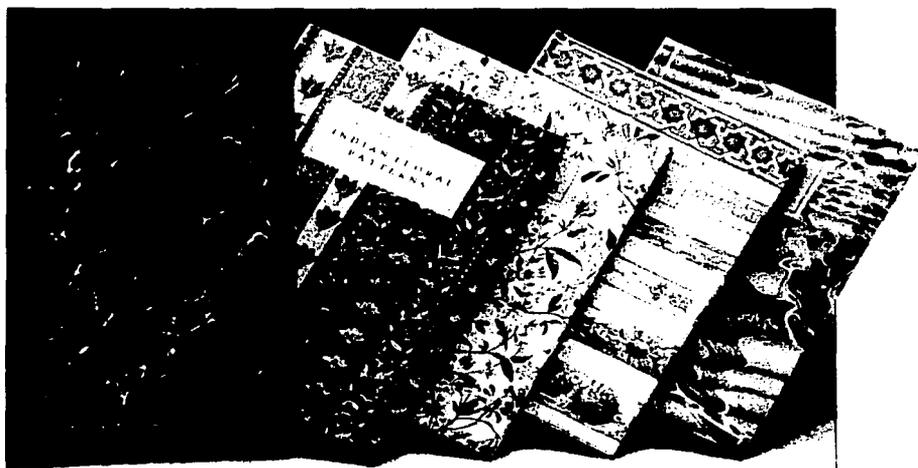
Consiste en reunir más de cuatro hojas para formar un folleto, una revista, un libro, etc. El método de encuadernación depende sobretodo del número de hojas del producto impreso. Hay 4 tipos fundamentales:

* **Cosido o grapado:** se puede hacer por el lomo o por el lado, el cosido es más caro que el grapado pero de aspecto más estético, se recomienda para impresiones de menos de 32 hojas.

* **Encuadernación mecánica:** más cara que el cosido, consiste en taladrar el bloque de papel y pasar a través de los orificios un hilo de alambre o de plástico para sujetar las páginas.

* **Pegado:** el libro se guillotina por los cuatro lados, el lomo se raspa para que se adhiera mejor el pegamento, una vez engomado se agrega la cubierta y se pega.

* **Encuadernación con tapas duras** (o de lomo plano): los diversos cuadernillos que forman el libro se cosen y se protegen con una cubierta rígida, que se sujeta a ellos por medio de cintas cosidas a su vez al lomo, dichas cintas se cubren con guardas, que son las hojas pegadas al interior de la cubierta de cartón. Este tipo de encuadernación se utiliza para libros de cientos de páginas como los tomos de enciclopedia.



NO SE
DEBE
USAR

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Acabados

Consisten en una serie de operaciones distintas a la de encuadernación. Las más comunes son:

- * **Perfilado:** recorte de formas complejas con una cuchilla metálica.
- * **Encolado:** montaje con pegamento de varias piezas, por ejemplo: soportes para la parte trasera de un cartel.
- * **Montaje:** fijación del papel a un soporte más firme de madera o de plástico, con fines de exposición.
- * **Plastificado:** protección de la superficie impresa con una película transparente y brillante de plástico. Aísla la humedad y facilita la limpieza.
- * **Barnizado:** es un sistema de protección más barato que el anterior y muy parecido; se aplica una sustancia líquida transparente a la superficie impresa.
- * **Realce:** impresión seguida de elevación o hundimiento de la imagen impresa, puede hacerse sin imprimir.
- * **Relieve:** se imprime la imagen en la superficie con un molde caliente, similar al realce.
- * **Metalizado:** similar al relieve, se aplica a la superficie impresa una matriz caliente que deposita una lámina metálica.
- * **Redondeo de cantos:** tiene una función decorativa, se realiza durante el perfilado o después manualmente o con un molde especial.

Después de todo este proceso de impresión y acabados, el resultado final es la materialización del sistema visual creado por el Diseñador Gráfico.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Técnicas de rotulación

La tecnología en este campo ha tenido tal grado de avance que ahora las posibilidades prácticamente son infinitas y las limitantes se reducen, sólo, al aspecto económico.

En la actualidad todavía subsiste una de las técnicas básicas de rotulación que es a mano alzada, la cual permite realizar rotulación sobre cualquier material, prácticamente, ya sea manta, vinil, lámina, acrílico, paredes, etc. además de que el formato puede ser muy variado, aunque es un tanto inexacta precisamente por realizarse a mano.



Recientemente surgió una técnica digital o lo que comúnmente se conoce como rotulación por computadora, esta novedosa técnica se realiza por medio de la digitalización de una imagen para posteriormente ser dibujada por un brazo o pluma metálica sobre vinil adherible, el cual es aplicado sobre la superficie a rotular. Esta técnica poco a poco se ha hecho más popular lo que ha permitido la reducción de los costos de producción. Es muy exacta, pero su formato está limitado por el ancho de 1.20 mts. sin límite en lo largo, además la cantidad de colores influye directamente en el costo de rotulación y los únicos espacios donde se puede aplicar este técnica es sobre superficies lisas y semi-flexibles o rígidas como lámina, vinil, trovicel, lona, etc.



Para formatos grandes que permiten la creación de los anuncios espectaculares y otros, anteriormente se utilizaban imprentas rotativas gigantes que sólo se encontraban en las grandes ciudades y por lo tanto su costo era casi inaccesible, afortunadamente ahora se cuenta con sofisticados equipos de impresión que permiten la impresión directa a color sobre tela, lona, vinil y papel en formatos de 1.50 mts. de ancho por cualquier medida a lo largo.

1952
MAY 21 1952
RECEIVED BY [unclear]

onclusión

Como se ha observado a través de todo este apartado para que el objetivo principal del Ecocentro, que es promover una cultura de conciencia ecológica, se cumpla, es necesario que cuente con una imagen impactante que represente tanto su finalidad como espíritu; con el objetivo de que ayude a una promoción adecuada y eficiente para que el público tenga información acerca de la existencia del Ecocentro así como las áreas que tiene disponibles, los servicios que ofrece además de recalcar dos puntos, la diversión y la conservación de la naturaleza y de esta manera persuadirlo a visitar el Ecocentro y así se pueda cumplir su fin último.

Es por ello que se considera al Diseño Gráfico como el área más viable para resolver este problema de comunicación proponiendo la imagen gráfica institucional del Ecocentro además de una campaña de difusión.



Segunda parte

Introducción

Ya que se ha elegido al Diseño Gráfico como área para resolver el problema anteriormente expuesto en este apartado se explicará el proceso de diseño para cumplir con lo siguiente:

- Primero: diseñar el logotipo del Ecocentro, que sea funcional e impactante y que proyecte un estilo natural y rústico, además de que contenga elementos que lo relacionen con Uruapan y de esta forma su impacto sea tanto a nivel regional como nacional.

- Segundo: crear una campaña de difusión, con la finalidad de difundir información acerca del Ecocentro así como dar a conocer su imagen gráfica.

A) La parte uno de esta campaña sólo contará con un folleto que tenga alguna foto del lugar, un texto explicativo de qué es un Ecocentro y qué es el Ecocentro del Cupatitzio y su objetivo para con el público. Información acerca de los cursos y talleres que ofrece. Y por último un croquis de ubicación, dirección y teléfonos.

B) La segunda parte irá dirigida a las familias que habitan en Uruapan, así como a los visitantes foráneos; Para esta se deberá manejar una imagen sencilla pero impactante que muestre un carácter recreativo y familiar dentro de un ambiente natural. Se realizará a través de: *Anuncio en prensa, * Carteles, *Anuncio en Musicanal (canal local de promoción comercial) y *Flyer.

■ ■ ■ ■ ■ **D**iseño de Logotipo



Diseño de Logotipo

La creación de un Manual de Identidad Corporativa comienza con el proceso de diseño del logotipo que representará, en este caso, al Ecocentro del Cupatitzio. Para ello se enlistaron algunos elementos que tuvieran asociación con el Ecocentro, Uruapan y sus conceptos tradicionales. Esto con la finalidad de crear un logosímbolo (compuesto de imagen y tipografía) que evoque, al público espectador tanto nacional como extranjero, una imagen con esencia natural y al mismo tiempo se pueda asociar gráficamente con el espíritu tradicional de Uruapan. Algunas de las palabras enlistadas fueron

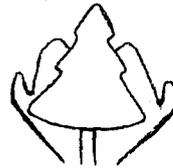
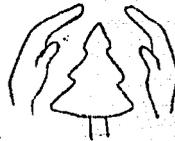
a cerca de Uruapan:

- lacas,
- jicaras,
- aguacates,
- río,
- agua,
- vegetación,
- tipografía colonial,
- artesanía,
- rústico,
- tradición,
- gente,
- natural,
- madera, etc.

a cerca del Ecocentro:

- árboles,
- sol,
- naturaleza,
- vegetación,
- verde,
- animales,
- reciclaje,
- preservación,
- humanidad,
- mundo,
- tierra,
- unidad,
- universalidad, etc.

Después del anterior enlistado se comenzó con la tarea propia del Diseñador Gráfico: la realización de los primeros bocetos.



ECOCENTRO
DEL ~ CUPATITZIO

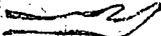


En esta página se puede observar una serie de bocetos utilizando uno de los elementos más representativos de Uruapan : el aguacate, mezclando la figura de un árbol en representación de los elementos naturales; además de hacer alusión al elementos humano mediante la mano protectora o de apoyo. Y en el boceto final se incluye un concepto de gran importancia en el Ecocentro como es el reciclaje.

ecocentro  CUPATITZIO

ecocentro  del cupatitzio 

 ecocentro CUPATITZIO  del

ecocentro  CENTRO  CUPATITZIO

 ecocentro  del cupatitzio

ecocentro
del
CUPATITZIO

ecocentro
CUPATITZIO

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

ecocentro
del
cupatitzio

Un elemento que ha caracterizado a la región de Uruapan y sus alrededores desde tiempos coloniales, es su tipografía la cual se distingue por utilizar solo letras altas (o mayúsculas) alternando algunas vocales en menor tamaño y agregando a éstas, en su parte inferior una especie de pleca o viñeta. Por ello es en estos bocetos se incluye como elemento representativo, además del árbol. En los bocetos inferiores se incluye además al elemento natural más trascendente y significativo ya que se considera el origen de la energía que proporciona vida a la Tierra: el sol.

El siguiente paso dentro del proceso de Diseño es realizar de nuevo algunos bocetos detallando sus elementos tanto de iconos como de tipografía, además de digitalizarlos. En esta etapa se optó por enfatizar los elementos humanos y naturales para dar una mayor denotación en reacción al concepto del Ecocentro, utilizando así: la mano como recurso humano creador y protector, la pareja de niños como representantes de una nueva generación con conciencia ecológica; y por último incluir la cuña dentro de la tipografía como recurso tradicional representativo de Uruapan.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO


ECO**CENTRO**
DEL ~ **CUPATITZIO**

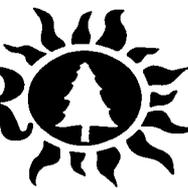
eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

En los bocetos que se observan a continuación se utilizó como elemento principal el sol, ya que se considera una fuente natural de inagotable vida y es de los iconos más representativos y universales de la naturaleza. Se incluye también el icono estilizado de un árbol, además de insistir en la mano como el elemento humano protector.

Como tercer paso se procedió a la selección y afinación de tres bocetos. De acuerdo con el contenido gráfico y su impacto ante el público receptor (determinado mediante una encuesta). Finalmente se eligieron los que aparecen en esta página, los cuales contienen los mismos recursos representativos tanto en imagen como en tipografía, con la diferencia de que se proponen en formato vertical y horizontal.

eco 
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

ECO 
CENTRO
DEL CUPATITZIO

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN


eco 
CENTRO
DEL CUPATITZIO

Tipografía

Para la elección de la tipografía a utilizar se realizaron pruebas con los elementos iconográficos representativos definitivos (el árbol dentro del sol) siguiendo el acomodo de las letras. Como se observa en esta página, se realizaron pruebas con tipografía de trazos sencillos y sin patines como la Maindra o la Arial Rounded.

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

En estas pruebas se aprecian dos propuestas disímiles, una con tipografía con patines de peso medio y muy tradicional (Century Bold); la otra por el contrario con tipografía demasiado sencilla, sin patines y muy vanguardista (Arial).

eco 
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

eco 
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

WOOD RUST
MUNDO DE ANJA

Century Bold

A B C D E F G H I
J K L M N Ñ O P Q
R S T U V X Y Z

a b c d e f g h i j k l
m n ñ o p q r s t u
v w x y z

Al final, la tipografía elegida para el logotipo es la Century bold ya que cumple con las características adecuadas como los patines (similares a la tipografía tradicional) y el peso (de buen grosor pero imagen limpia); además de que cuenta con buena legibilidad. La utilización de altas y bajas es para dar mayor dinamismo y frescura a la imagen, además de dar mayor importancia visual y por lo tanto de connotación al término «eco»=ecología.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Finalmente, después de un serio trabajo de investigación y encuesta entre el público general y profesionales de diseño se eligió el logotipo que se observa a continuación por varios motivos. Primero, se eligió el presente diseño por contener los elementos iconográficos que hacen referencia con mayor énfasis en el carácter natural del Ecocentro: el sol y el árbol; descartando a los bocetos que contenían la mano por ser un elemento pesado dentro de la composición además de ser muy común en otros diseños con referencia humanitaria. Segundo, presenta un formato dinámico, casi cuadrado que puede adaptarse a composiciones de tipo vertical u horizontal. La tipografía, propuesta desde un principio, con patines que incorpora la pleca debajo de algunas vocales; se convierte en el elemento tradicional representativo de Uruapan. Por esto se puede decir que el resultado de todo este proceso ha sido satisfactorio.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



ecocentro
DEL
CUPATITZIO



eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

Color

Un buen logo no está terminado si no tiene color, ya que es el toque final que le dará vida y un mayor impacto entre la infinidad de imágenes que bombardean al ser humano diariamente. Las pruebas de color realizadas se hicieron a dos tintas para darle al logo un mayor impacto sin abusar de la mezcla de colores y de este modo evitar un gasto innecesario al momento de la reproducción. Las combinaciones nos muestran tanto tonos cálidos como fríos, los cuales son representativos de los elementos naturales. Para la elección de los colores se realizó una investigación a cerca de los que tienen mayor presencia dentro del Ecocentro, ya que éste se encuentra sumergido en un ambiente totalmente natural.

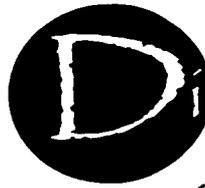
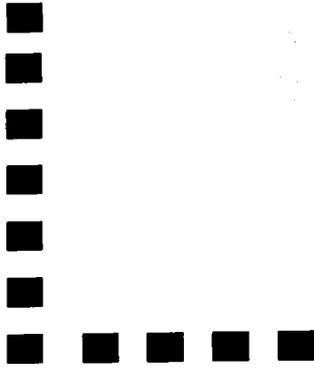
Por último, y después de un proceso de selección, tomando en cuenta la opinión pública y la de los profesionales además de la opinión personal, se eligió finalmente la combinación anexa a esta página. Dicha determinación se tomó en base a que el color marrón proyecta la calidez del lugar además de que es representativo de lo rústico, lo campesino y los materiales con que fueron construidas las unidades del Ecocentro. El verde por su parte es el quien representa la frescura, el dinamismo, la naturaleza y la vida que existen en el Ecocentro.

TESIS CON
FOTOGRAFÍA DE ORIGEN



ecocentro
DEL
CUPATITZIO





Diseño de Imagen de Campaña



Diseño de Imagen de Campaña

Para el diseño de imagen de la campaña de difusión se comenzó a trabajar sobre un formato vertical para la mejor asociación entre éste y la forma del logotipo. Desde un inicio se manejó la idea de incluir alguna imagen alusiva al entorno natural del Ecocentro como son los árboles, además de manejar el slogan con mayor peso visual e incluir un pequeño texto explicativo a cerca del ecocentro.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Al natural
es mejor...

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

Un lugar donde podrás disfrutar con tu familia
de un paisaje natural, además de conocer
cómo se trabaja para la conservación
del medio ambiente.

También te ofrecemos talleres
y cursos especializados.

Carranca Uruapan Apatzingán
a un lado de Arroyo Coladillo
A dos kilómetros de Uruapan.

Informes con
el Sr. Juan M. Masipol
Tel. 624-3249

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

En estos bocetos se puede apreciar la tendencia explicada anteriormente del formato vertical, etc.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

Un lugar donde podrás disfrutar con tu familia de un paraíso natural, además de conocer nuevos sistemas para la conservación del medio ambiente.

También te ofrecemos talleres y cursos especializados.

Carretera Urusapan Apatzingán
a un lado de Arroyo Colorado
A 100 Mts. del centro de Urusapan.

Informes con:
el Sr. Juan M. Rodríguez
Tel: 52 4 43 43

*Al natural
es mejor...*



**Al natural
es mejor...**



eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

Un lugar donde podrás disfrutar con tu familia de un paraíso natural, además de conocer nuevos sistemas para la conservación del medio ambiente.

También te ofrecemos talleres y cursos especializados.

Carretera Urusapan Apatzingán
a un lado de Arroyo Colorado
A 100 Mts. del centro de Urusapan.

Informes con:
el Sr. Juan M. Rodríguez
Tel: 52 4 43 43

En esta nueva serie de bocetos ya se juega con más elementos, se elimina el texto prolongado y se incluyen iconos alusivos a las actividades recreativas del Ecocentro.

700 2111
 CRESPO M. J. A.

En este último boceto se observa una mayor evolución como la sustitución de la textura vegetal por un imagen más representativa del Ecocentro, se cambió el estilo de la caricatura además de darle mayor importancia al logotipo mediante el tamaño y el acomodo, debido a que es una imagen nueva que el público debe identificar.

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

**Al natural
 es mejor...**

**eco
 CENTRO
 DEL
 CUPATITZIO**

*Un lugar para divertirse
 en grande con tu familia,
 aquí podrás...*

 Acampar

*disfrutar de un
 día de campo* 

 explorar

*y disfrutar
 al máximo* 

Una gran aventura

El Ecocentro Urupán Apatzingán
 se encuentra en Arroyo Colorado
 a dos kilómetros de Urupán
 Jalisco
 Tel. 324 1245

**eco
 CENTRO
 DEL
 CUPATITZIO**

*Una aventura al natural...
 para disfrutar con
 tu familia.*

Aquí podrás:

 Acampar

*disfrutar de un
 día de campo* 

 explorar

*y disfrutar
 al máximo* 

porque al futuro

Informarse con nosotros
 al tel. 324 1245
 con el Sr. Juan Manuel Méndez
 Carretera Urupán Apatzingán
 a un lado de Arroyo Colorado
 A dos kilómetros de Urupán

Y finalmente, después de una serie de correcciones la imagen final aplicada a toda la campaña es la que se observa en esta página. Ya habiendo concluido con el diseño de la imagen para la campaña, a continuación se presentan los demás elementos de promoción que junto con el cartel serán los instrumentos de difusión del Ecocentro.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

*Una aventura al natural...
para disfrutar con
tu familia.*

Aquí podrás:

-  *Acampar*
- disfrutar de un día de campo* 
-  *explorar*
- y divertirte al máximo* 

*Informate con nosotros
al tel. 52 4 12 45
con el Sr. Juan Manuel Madrigal
Carretera Urusapan Apatzingán
a un lado de Arroyo Colorado
A dos kilómetros de Urusapan.*

*- porque al natural
estamos*



Tipografía de Imagen de Campaña

Después de los bocetos anteriores se determinó utilizar la tipografía llamada Short Hand la cual se aplicará a toda la campaña de difusión como tipografía institucional principalmente para encabezados y frases cortas, ya que refleja un carácter dinámico, amistoso y familiar.

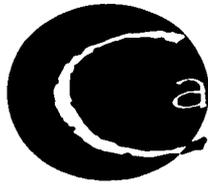
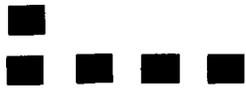
SHORT HAND

A B C D E F G
H I J K L M N
Ñ O P Q R S T
U V W X Y Z

a b c d e f g h i
j k l m n ñ o p q
r s t u v w x y z

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

NOV 1954
RECEIVED



Campana de Difusion



El elemento fundamental para esta campaña de difusión es el cartel, éste será impreso en cuatricromía sobre papel couché, de tamaño doble carta (28 x 43 cms.) y será exhibido en los principales comercios de Uruapan.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

eco
CENTRO
DEL
CUPATZIO

Una aventura al natural para disfrutar con tu familia.

Aquí podrás:

- Acampar
- disfrutar de un día de campo*
- explorar
- y divertirse al máximo*

porque alman...

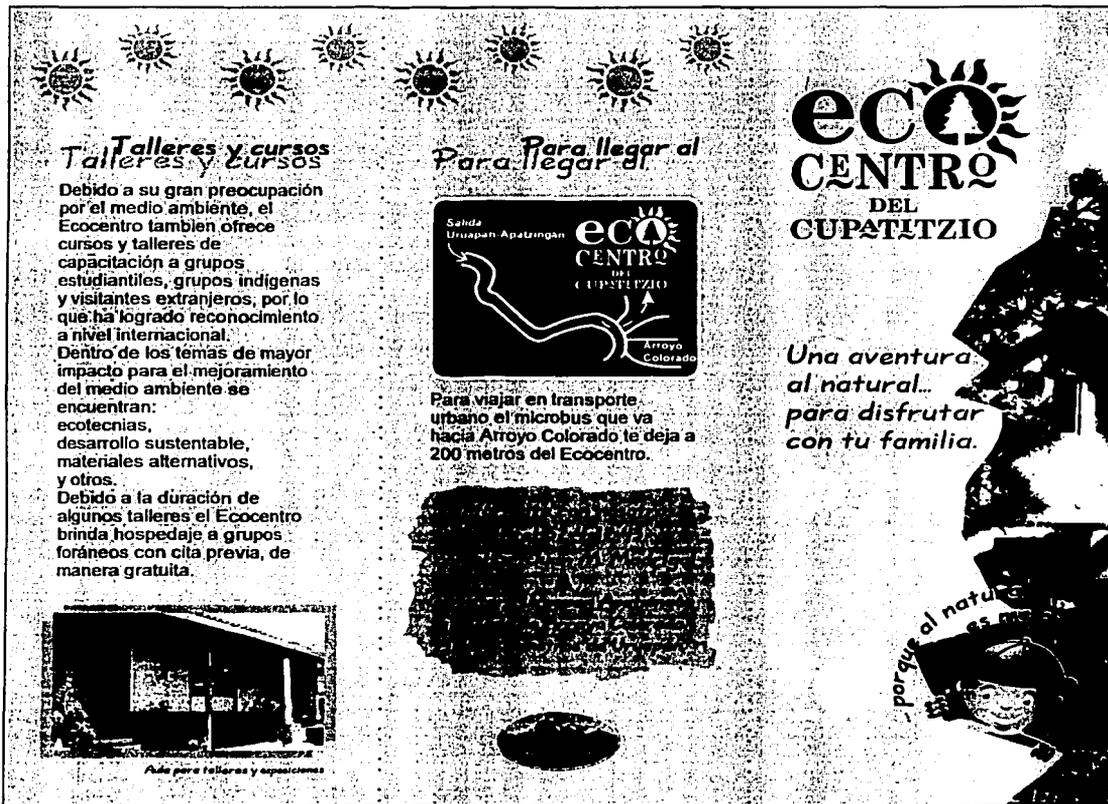
Informa más con nosotros al tel. 52 4 12 45 con el Sr. Juan Manuel Madrid

Carretera Uruapan-Quititlán
Calle de A. de G. 100
C. P. 60100 Uruapan, Michoacán

El folleto (tríptico) que es parte de la campaña de difusión, será impreso en cuatricromía por ambos lados, de tamaño medio oficio (18 x 21.5 cms.) sobre papel couché. Será distribuido de manera directa por la persona encargada de la promoción del mismo.

exterior

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Talleres y cursos
Talleres y cursos

Debido a su gran preocupación por el medio ambiente, el Ecocentro también ofrece cursos y talleres de capacitación a grupos estudiantiles, grupos indígenas y visitantes extranjeros, por lo que ha logrado reconocimiento a nivel internacional. Dentro de los temas de mayor impacto para el mejoramiento del medio ambiente se encuentran: ecotecnias, desarrollo sustentable, materiales alternativos, y otros. Debido a la duración de algunos talleres el Ecocentro brinda hospedaje a grupos foráneos con cita previa, de manera gratuita.

Para llegar al
Para llegar al

Salida Uruapan Apatzingan **eco** CENTRO DEL CUPATITZIO Arroyo Colorado

Para viajar en transporte urbano el microbus que va hacia Arroyo Colorado te deja a 200 metros del Ecocentro.

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

Una aventura al natural... para disfrutar con tu familia.

porque al natural es mejor

Ade para talleres y exposiciones

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Los Ecocentros

Son lugares establecidos en áreas cien por ciento naturales.

En México existen más de 11 y su propósito es promover una cultura de protección a nuestro medio ambiente.

Para lograr tal objetivo, estos lugares ofrecen diversos atractivos al público que los visita.

El Ecocentro del Cupatitzio

Como su nombre lo indica, el Ecocentro está situado a un costado del Río Cupatitzio en los límites de la Ciudad de Uruapan, en una zona totalmente natural rodeada de árboles y otras especies vegetales.

Una de las características que distingue a este lugar es su excelente diseño, ya que pone en práctica diversos materiales y técnicas que ayudan a la conservación del medio ambiente y permiten al ser humano vivir en armonía con la naturaleza.

Actividades

Dentro del hermoso marco natural del Ecocentro podrás realizar varias actividades recreativas en compañía de tu familia como son:

Acampar: ahora puedes vivir esta fascinante experiencia en lugar tranquilo, agradable y seguro para tu familia.



Día de campo: si lo que quieres es descansar y pasar un día tranquilo en compañía de tu familia el Ecocentro es el lugar ideal para estar en contacto con la naturaleza y olvidar la rutina diaria.



Explorar: en el Ecocentro además de la extensión de bosque que puedes visitar existen otras áreas de gran interés.

Divertirte al

máximo: Estas áreas las podrás conocer con detalle si estás interesado en las visitas guiadas que el Ecocentro ofrece los domingos a familias y

En prensa se publicará un anuncio de un sexto de página en el Diario La Opinión de Michoacán, sólo los fines de semana (viernes, sábado y domingo) ya que son los días de descanso de la mayoría de la población y existe mayor afluencia del turismo local y extranjero.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

eco CENTRO DEL CUPATITZIO

*Una aventura al natural...
para disfrutar con
tu familia.*

Aquí podrás:



Acampar

disfrutar de un
día de campo



explorar

y disfrutar
al máximo



Infórmate con nosotros.

al tel. 52 4 12 43

con el Sr. Juan M. Madrigal

Carretera Uruapan Apatzingán

a un lado de Arroyo Colorado

A dos kilómetros de Uruapan.

porque al natural
está mejor!



Anuncio en Musicanal

Debido a que también será una campaña de introducción, ésta será reforzada con anuncios transmitidos a través de Musicanal (local de Uruapan), éstos ununcios estarán conformados de tres distintas pantallas.

pantalla 1

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

eco CENTRO DEL CUPATITZIO

*Una aventura al natural...
para disfrutar con
tu familia..*



pantalla 1

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

Un lugar para promover la protección de nuestro medio ambiente.

Dentro de sus áreas cien por ciento naturales podrás realizar varias actividades recreativas en compañía de tu familia.

Aquí podrás:



acampar



disfrutar de un día de campo



explorar



y divertirse al máximo

pantalla 3

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

*Infórmate con nosotros
al tel. 52 4 12 43
con el Sr. Juan M. Madrigal*



*Carretera Uruapan Apatzingán
a un lado de Arroyo Colorado
A dos kilómetros de Uruapan.*

*... porque al natural
... RESERVA*



eco CENTRO DEL CUPATITZIO

*Una aventura
al natural...
para disfrutar
con los cuates.*

Aquí podrás:



Acampar

*disfrutar de un
día de campo*



explorar

*y disfrutar
al máximo*



*Infórmate con nosotros
al tel. 52.4.12.43*

*con el Sr. Juan M. Madrigal
Carretera Uruapan Apatzingón
a un lado de Arroyo Colorado
A dos kilómetros de Uruapan.*



El flyer será un elemento dentro de la campaña de difusión dirigido específicamente a los jóvenes de entre 13 y 18 años de edad, por lo que será distribuido en las escuelas secundarias, preparatorias y algunas otras instituciones académicas. Estarán impresos a tres tintas sobre couché, con tamaño de 12 x 21.5 cms. cada uno. Este medio publicitario fue elegido, además del folleto, ya que el público específico a quien va dirigido por lo regular no gusta de leer textos y les atraen con mayor impacto las imágenes.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



El Display será el punto especial para exhibir y contener folletos, los cuales serán distribuidos en lugares estratégicos para estar al alcance del público, como hoteles, agencias de viaje, y algunos comercios. Éstos serán fabricados con cartón delgado y tendrán una medida de 14 x 32 cms.

TESES CON FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

The logo for 'eco CENTRO DEL CUPATITZIO' features the word 'eco' in a large, bold, lowercase font. The letter 'o' is replaced by a stylized sun with rays and a tree silhouette. Below this, the words 'CENTRO', 'DEL', and 'CUPATITZIO' are stacked in a bold, uppercase font.

TOME UNO

... porque al natural
es mejor !

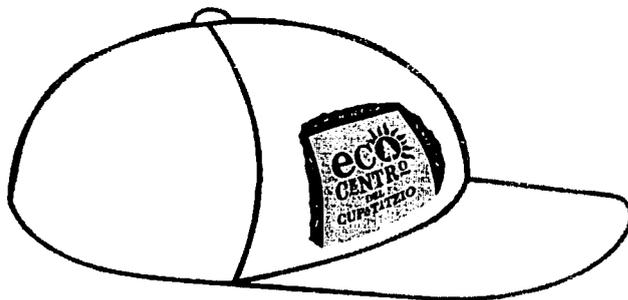
A cartoon illustration of a smiling man wearing a cap and a dark jacket, looking towards the viewer.

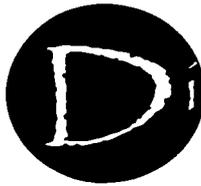
Artículos promocionales

Por último, y para completar la campaña de difusión de imagen, se reproducirán algunos artículos promocionales que estarán a la venta dentro del Ecocentro, y de esta forma los visitantes que adquieran estos artículos contribuirán con el Ecocentro además de darle promoción. Aquí se puede observar la imagen que será aplicada a estos artículos, los cuales serán: gorra, playera, tasa, lapicero, llavero y goma, con la finalidad de que haya variedad de artículos y precios.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN





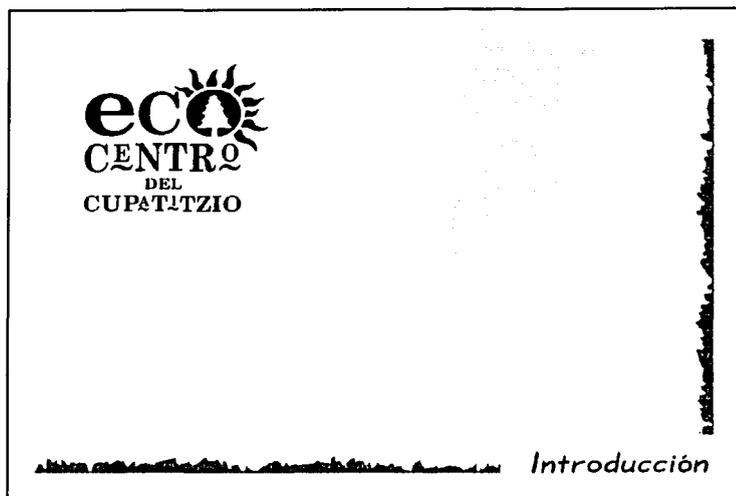
Diseño de Manual

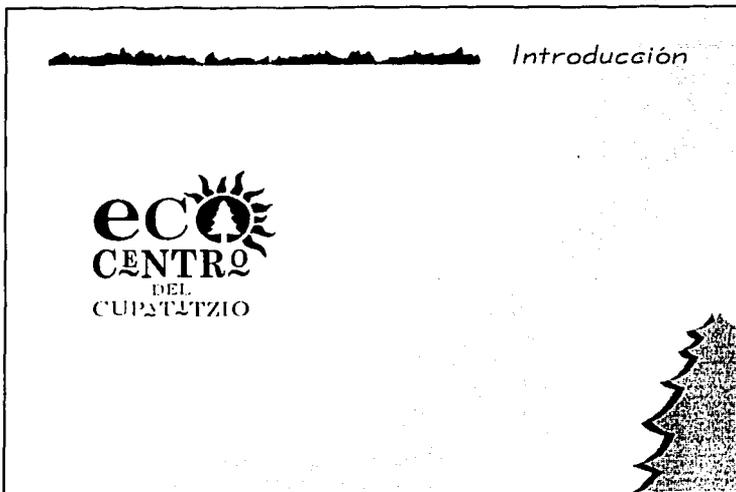


Diseño de Manual

Después de lo anterior, por último se realizó el diseño de un manual de Identidad que está dirigido al Director del Ecocentro y a las personas encargadas del manejo, aplicación y reproducción del material gráfico. Debido a esto el manual deberá contener los parámetros básicos de aplicación del logotipo, así como todas las observaciones necesarias para el manejo de campaña, de reproducción de artículos promocionales y todo acerca del manejo de imagen. Además se incluirán los lineamientos de un sencillo sistema de señalización, el cual deberá cumplir con los objetivos de universalidad, funcionalidad y estética acordes al lugar.

El siguiente paso dentro de la elaboración del Manual de Identidad es el diseño de página que se aplicará a todo el manual. Estas propuestas se realizaron tomando en cuenta el carácter rústico del Ecocentro para de esta manera crear una imagen integral entre el diseño del manual y el concepto de la Identidad del Ecocentro.





Para la realización de estos bocetos se elaboraron algunos elementos decorativos como la pleca que simula pequeña vegetación, y algunos otros elementos fueron retomados del mismo logotipo, como el árbol y la pleca de la tipografía se utilizó para realizar una textura que pudiera servir como elemento decorativo.



El diseño elegido para ser aplicado en todo el Manual es el que se muestra en esta página. Éste se eligió por la pureza y representatividad de elementos, pues la tipografía propuesta para los títulos y subtítulos es limpia y dinámica, sin patines. Complementando la composición tenemos la pleca que simula algo de maleza que es muy simbólica del Ecocentro y el espacio restante dividido en dos columnas permite el manejo de una distribución excelente entre imagen y texto.





Aportación



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

*Manual de Identidad
Corporativa*

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO



COPIADO

1980 N. A. 111

Introducción

En la actualidad la imagen gráfica es el principal lazo de conexión entre un producto, institución o servicio y su público consumidor. Por tal motivo el presente contiene las características básicas de aplicación de la imagen gráfica del Ecocentro del Cupatitzio.

Este manual está dirigido a las personas encargadas de la aplicación y reproducción del logotipo del Ecocentro, como son: el Director del Ecocentro, los diseñadores gráficos, los impresores, rotulistas, etc.

Es de gran importancia llevar a cabo las indicaciones que aquí se señalan, ya que de esta manera se logrará una correcta aplicación de la imagen y por lo tanto se cumplirá también con el objetivo principal de este manual: lograr una difusión correcta y positiva del Ecocentro hacia el público.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

Imagen de Identidad
Logosímbolo a color

El logosímbolo del Ecocentro se compone de tipografía con patines la cual representa un sentido de solidez y fuerza para lograr una asociación positiva del Ecocentro hacia el público. El símbolo está formado por dos iconos: un árbol que representa a los elementos vivientes de un ecosistema, y el sol que es el origen de energía y dador de vida; los cuales en combinación atunden inevitablemente a la naturaleza. Y por último, para darle un toque tradicional de Uruapan se utilizan las viñetas características de la escritura antigua de esta región.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO



*Imagen de Identidad
Logosímbolo en blanco y negro*

La versión en blanco y negro del logosímbolo contiene exactamente los mismos elementos del logosímbolo a color. Esta versión podrá ser utilizada en aplicaciones que así lo requieran por cuestiones de reproducción u otras. Por ejemplo: en las hojas para enviar faxes o para reproducir en fotocopiadoras de blanco y negro.

RECIBO
MEDIO DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

*Imagen de Identidad
Logosímbolo en negativo*



La versión en negativo del logosímbolo conservará los mismos elementos que el original y se aplicará en las ocasiones en que se considere necesario. Es importante tomar en cuenta que primero se debe lograr un gran impacto ante el público por medio de la versión original del logosímbolo, para que posteriormente pueda ser fácilmente reconocible en cualquiera de sus otras versiones.



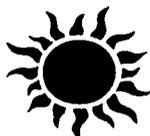
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

400 BOSTON
WINTER BEACH

Colores Institucionales



Pantone 1405



Pantone 371



Pantone 142

Para reforzar el concepto de la imagen se eligieron los colores: verde, por ser el color predominante de la naturaleza, representante de la vida y de inmediata asociación con el concepto "ecología"; café para darle carácter de solidez y fortaleza al logotipo además de ser representativo de la madera, lo rústico, lo campestre. El color amarillo sólo se deberá utilizar como fondo o para elementos decorativos.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

eco 
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

Uso de color

eco 
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

En algunas ocasiones se requerirá la aplicación del logotipo en un solo color, y por lo tanto sólo se aplicará en los colores verde o café de acuerdo a cada necesidad en concreto.



MOO SIET
VEQIRO 30 AL 4

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

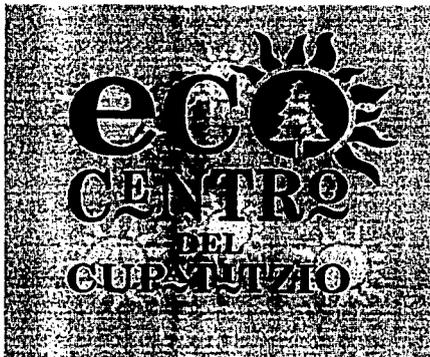
Fondos de color



Para las aplicaciones sobre fondos de color la primer opción es sobre amarillo ya que resaltan los colores del logotipo y se logra así un mayor impacto visual.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Fondos de color



Por cuestiones de estética y composición el logotipo podrá ser aplicado sobre un fondo con textura únicamente como se muestra en el ejemplo. Este fondo tiene una textura compuesta por módulos que contienen tres soles en diferentes tamaños los cuales están tramados al 80% del amarillo original, es importante que se respete dicho porcentaje para que la textura no reste legibilidad o impacto al logotipo y de esta manera se logre una composición armónica.



Fondos de color



En algunas ocasiones especiales se podrá utilizar fondo de color café y el logotipo se aplicará, para tales casos, en color blanco con el objetivo de que conserve su impacto y legibilidad.





Fondos de color



Al igual que en el caso anterior, en algunas ocasiones también se podrá utilizar el color verde como fondo aplicando el logotipo en color blanco.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

Reducción mínima

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

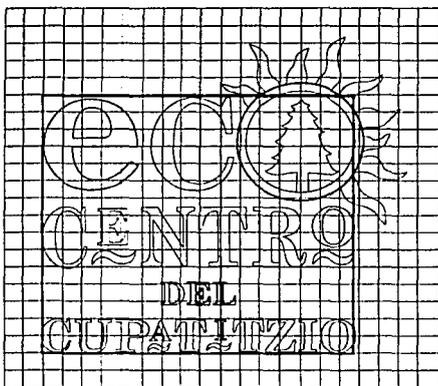
eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO

eco
CENTRO
DEL
CUPATITZIO
2.0 cms.

La reducción mínima autorizada para el logotipo es de 2.00 cms. de ancho para que todos los elementos del logotipo conserven su nitidez y legibilidad.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Estructura Visual
Guía de trazo



El diseño del logotipo está trazado en base a un rectángulo que significa la solidez del Ecocentro y un círculo en torno al cual se desarrolla el sol que contiene dentro un árbol y que da origen al icono representativo del Ecocentro.

MODERN
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Estructura Visual
Red Modular



La cuadrícula que da soporte a la composición del logotipo equivale a la mitad de la altura de la tipografía de la palabra "CUPATITZIO"



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Estructura Visual
Área de restricción



El área de restricción se debe respetar sin poner cualquier otra imagen o tipografía dentro de ésta, con el objetivo de el logotipo siempre conserve su jerarquía como imagen institucional. Esta área será el equivalente a la altura de la letra "e" con que inicia el logotipo y se tomará en cuenta a partir del margen del rectángulo que forma la tipografía, como se muestra en el esquema.

altura de X= e

MON...
... AL...
...

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tipografía Institucional

Century Bold

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k
l m n o p q r s t u
v w x y z

La tipografía institucional del logotipo es la Century Bold. El uso de esta tipografía se limitará sólo al logotipo, por lo tanto no podrá utilizarse como recurso de diseño para textos o encabezados.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tipografía Complementaria

Short Hand

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopq
rstuvwxyz

Short Hand Bold

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopq
rstuvwxyz

Esta familia tipográfica será utilizada dentro de las aplicaciones de la imagen como tipografía decorativa, por lo tanto se usará para encabezados, títulos o subtítulos y frases cortas.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tipografía Complementaria

Arial

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
Z
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz

Arial Bold

**ABCDEFGHIJK L
MNOPQRSTUVWX
YZ
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz**

Para textos, frases largas, y aquellas
ocasiones en que se requiera una tipografía sencilla y
legible se utilizará la familia Arial

Elementos Decorativos

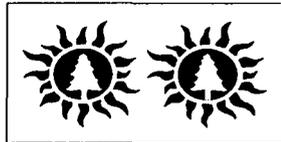
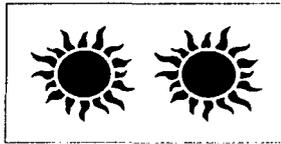


Las texturas y demás elementos decorativos podrán ser utilizados en cualquier aplicación del diseño de imagen siempre y cuando se ajusten a condiciones de legibilidad y estética.



WOLFFSON
MILWAUKEE WISCONSIN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



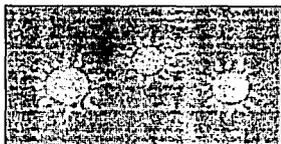
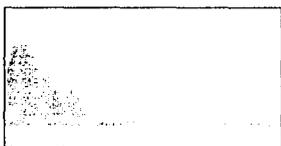
Elementos Decorativos

Los elementos decorativos presentados en esta página podrán ser aplicados como texturas en distintos porcentajes de los colores originales: verde, café y amarillo.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Elementos Decorativos



Con los módulos que se muestran en esta página se podrán crear texturas como elemento de composición.





No puede aplicarse con distintos colores.



No se puede deformar en dimensiones.



No puede aplicarse con distinta tipografía.

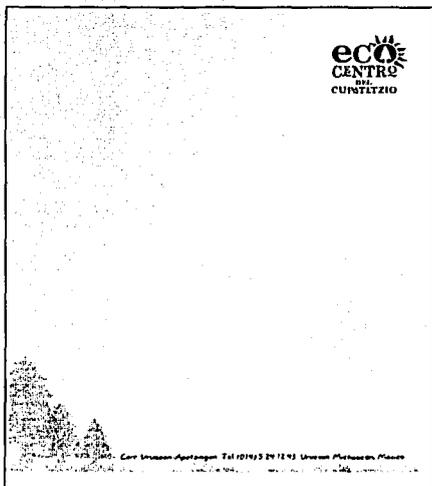
Usos Incorrectos



La única aplicación correcta y autorizada es la que se muestra arriba, y al lado se dan algunos ejemplos que no deben suceder al momento de aplicar el logotipo del EcoCentro.

RECIBO
DE PAGO

Hoja membretada



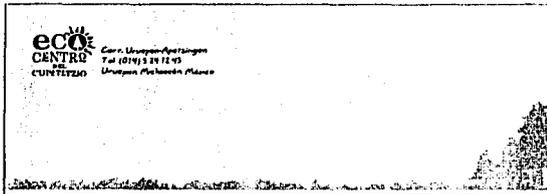
Papeleria Básica

En este apartado se encuentran ejemplificadas las aplicaciones de papeleria básica que son: hoja membretada, sobre membretado y tarjeta de presentación.

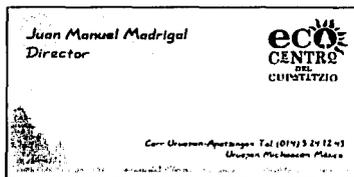
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Papelería Básica

Sobre membretado



Tarjeta de presentación



En este apartado se encuentran ejemplificadas las aplicaciones de papelería básica que son: hoja membretada, sobre membretado y tarjeta de presentación.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

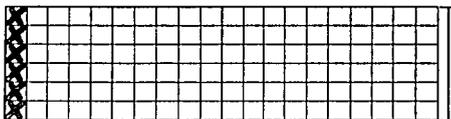
Señalización

UNIVERSIDAD
CENTRO
CULTURAL

EXPOSICIÓN
NACIONAL DE ALFARÉS

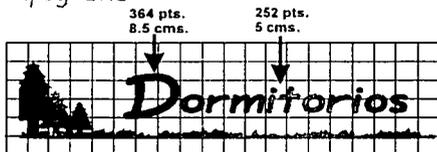
TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Formato



21.5cms.

Tipografía



Señalización

Un factor determinante para diseñar la señalización del Ecocentro es que la mayoría de los conceptos que cada módulo del Ecocentro representa no es del dominio público (como el sutrane, por ejemplo) y por lo tanto sería difícil crear un conjunto de símbolos que identifiquen cada uno de los lugares, así que se optó por crear señalamientos lingüísticos de identificación. Los lugares a señalar son:

- Dormitorios
- Cocina
- Comedor
- Oficina
- Sutrane
- Huerto
- Area de campamento
- Area de cenadores
- Celda solar
- Cisterna
- Compostero
- Baño abonero seco
- Estacionamiento

Como se muestra en el ejemplo la retícula o módulo compositivo se trazará en base a la altura de x de la tipografía Short Hand Bold de 252 pts. Enseguida se colocará la inicial de la palabra en mayúscula de 364 pts., además de agregar los árboles y la pelea como elementos decorativos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Señalización
Tipografía y color

Short Hand Bold

ABCDEFGHIJK LM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopq
rstuvwxyz



La tipografía que debe aplicarse a los señalamientos es la Short Hand Bold en los tamaños indicados anteriormente.

Los colores son: para el fondo el color verde institucional y tanto para la tipografía como para los elementos decorativos el color blanco, de esta manera se obtiene una composición agradable con el máximo de legibilidad.

Los señalamientos se realizarán sobre Iroviceal al cual se aplicará una capa de ploter color verde y tanto la tipografía como los elementos decorativos se aplicarán en ploter de color blanco.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INDICAR
CÓMO SE APLICA

Señalización



Para finalizar, los señalamientos deberán llevar un marco de madera natural en bruto de 5 cms de ancho aproximadamente. Logrando así un diseño funcional, legible y acorde con la ambientación del lugar.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Señalización
Señalamientos

Dormitorios

Oficina

Sutrane

Comedor

Huerto

UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LA PLATA

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Señalización
Señalamientos

A rectangular sign with a black background and white text. On the left side, there is a white silhouette of a forest. The word "Estacionamiento" is written in a white, cursive-style font.

Estacionamiento

A rectangular sign with a black background and white text. On the left side, there is a white silhouette of a forest. The word "Compostero" is written in a white, cursive-style font.

Compostero

A rectangular sign with a black background and white text. On the left side, there is a white silhouette of a forest. The words "Celda solar" are written in a white, cursive-style font.

Celda solar

A rectangular sign with a black background and white text. On the left side, there is a white silhouette of a forest. The word "Cisterna" is written in a white, cursive-style font.

Cisterna

A rectangular sign with a black background and white text. On the left side, there is a white silhouette of a forest. The word "Cocina" is written in a white, cursive-style font.

Cocina

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Señalización
Señalamientos

 *Baño abonero seco*

 *Área de cenadores*

 *Área de campamento*

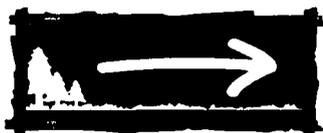


SEÑALIZACIÓN
SEÑALAMIENTOS

Señalización
Señalamientos



Lingüístico



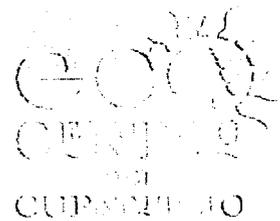
Direccional



Restictivo

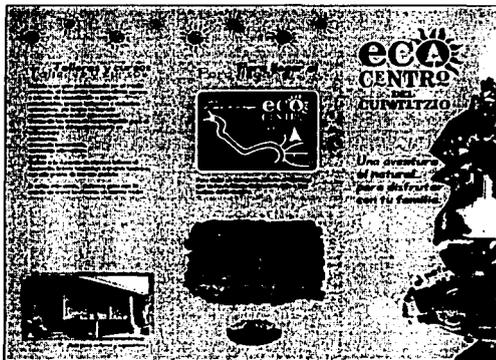


Campaña de Difusión



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

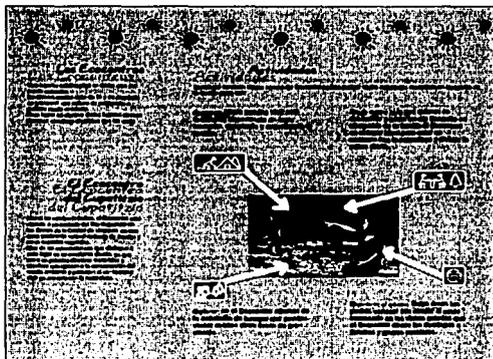
*Campaña de Difusión
Folleto (exterior)*



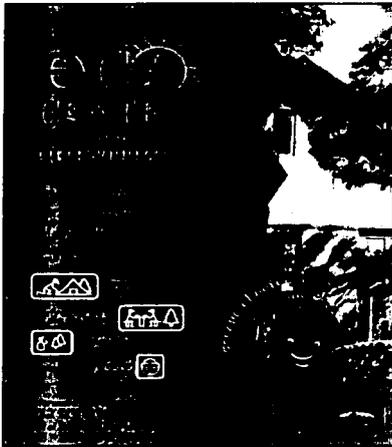
El folleto (tríptico) que es parte de la campaña de difusión, será impreso en cuatricromía por ambos lados, de tamaño medio oficio sobre papel couché. Será distribuido en forma directa por la persona encargada de la promoción del mismo y a través de los puntos de venta colocados en lugares estratégicos (principalmente hoteles).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Campaña de Difusión
Folleto (interior)

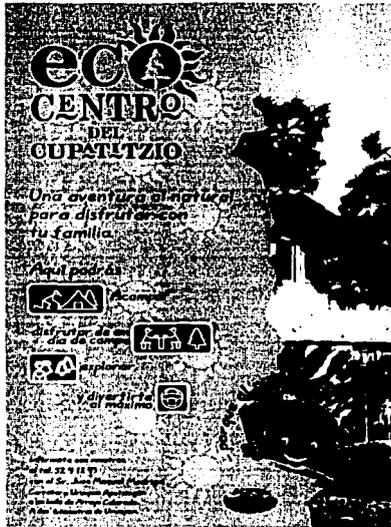


Campaña de Difusión Prensa



En prensa se publicará un anuncio de un sexto de página en el diario La Opinión de Michoacán, sólo los fines de semana (viernes, sábado y domingo) ya que son los días de descanso de la mayoría de la población de Uruapan y también

ESTADO DE YUCATÁN



Campaña de Difusión Cartel

El cartel, elemento fundamental para esta campaña de difusión, será impreso en cuatricromía sobre couché, de tamaño doble carta y será exhibido en los principales comercios de la ciudad de Uruapan (ubicados principalmente en el centro y en el paseo Lázaro Cárdenas).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



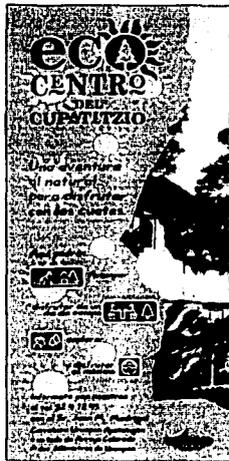
Campaña de Difusión
Anuncio TV



Debido a que también será una campaña de introducción, esta será reforzada con anuncios transmitidos a través de Musicanal (local de Uruapan), estos anuncios estarán conformados de tres distintas pantallas, con los mismos elementos del folleto y cartel.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

*Campaña de Difusión
Flyer*



El flyer será un elemento dentro de la campaña de difusión dirigida específicamente a los jóvenes de entre 13 y 18 años, por lo cual será distribuido en las escuelas, preparatorias, y algunas otras instituciones académicas. Estos estarán impresos a tres tintas sobre couché, con un tamaño de un tercio de carta cada uno.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Artículos promocionales

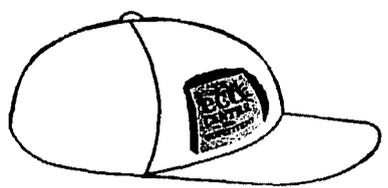


ESTADO DE MICHOACÁN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Artículos promocionales

Gorra



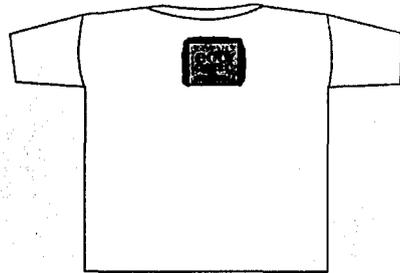
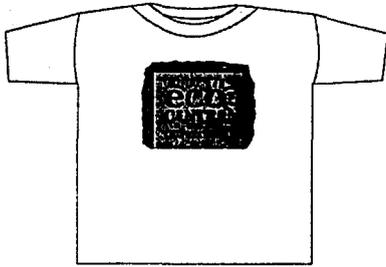
Los principales artículos que se propone realizar son gorras y playeras a dos tintas para no elevar sus costos de producción, y se imprimirán con el diseño que se muestra en esta página, el cual incluye la leyenda: Uruapán, Michoacán, México; con la finalidad de que el público foráneo que visite el Ecocentro recuerde el lugar de origen de éste.



DESIGNER
BENIGNO Y. ALVAREZ

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

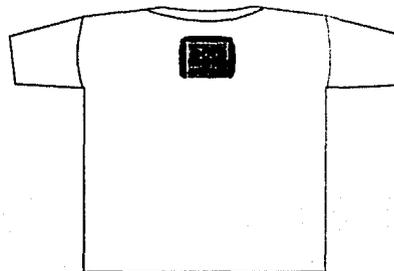
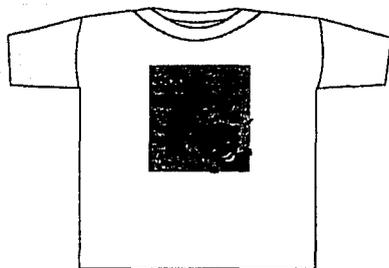
Articulos promocionales
Playera



La playera será impresa a dos tintas para no elevar su costo de producción, y se imprimirá con el diseño mostrado anteriormente en pequeño por la parte frontal y en grande por la parte posterior.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Artículos promocionales
Playera

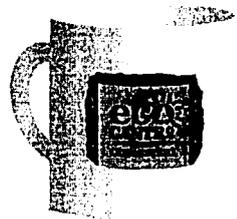


La playera será impresa a dos tintas para no elevar su costo de producción, y se imprimirá con el diseño mostrado anteriormente en pequeño por la parte frontal y en grande por la parte posterior.

ARTÍCULOS PROMOCIONALES

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Artículos promocionales



Tasa



Lapicero



Goma

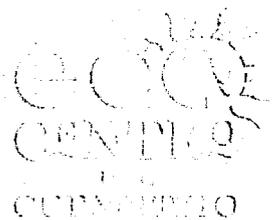


Llavero

Los productos promocionales que aquí se presentan serán reproducidos con el objetivo de tenerlos a la venta al público y así obtener recursos para el mantenimiento del Ecocentro. Estos deberán ser impresos en serigrafía para minimizar los gastos de reproducción.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Material de Reproducción



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Muestras Recortables



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Muestras Recortables



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Muestras Recortables

					
Pantone 1405	Pantone 371	Pantone 142	Pantone 1405	Pantone 371	Pantone 142
					
Pantone 1405	Pantone 371	Pantone 142	Pantone 1405	Pantone 371	Pantone 142
					
Pantone 1405	Pantone 371	Pantone 142	Pantone 1405	Pantone 371	Pantone 142
					
Pantone 1405	Pantone 371	Pantone 142	Pantone 1405	Pantone 371	Pantone 142
					
Pantone 1405	Pantone 371	Pantone 142	Pantone 1405	Pantone 371	Pantone 142
					
Pantone 1405	Pantone 371	Pantone 142	Pantone 1405	Pantone 371	Pantone 142
					
Pantone 1405	Pantone 371	Pantone 142	Pantone 1405	Pantone 371	Pantone 142

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Presupuesto

CAMPANA DE DIFUSION.

- Anuncio de prensa :	18,000.00
- Promocional Musicanal:	3,500.00
- 5,000.00 folletos seleccion de color medio oficio	10,005.00
- 5,000 flyer	3,900.00
- 2,000 carteles	6,850.00
-TOTAL	41,755.00

ARTICULOS PROMOCIONALES

- Playera	Costo 28.00	Público 35.00
- Gorra	Costo 30.00	Público 37.00
- Tasa	Costo 38.00	Público 48.00
- Goma	Costo 2.00	Público 5.00
-Lapicero	Costo 7.00	Público 10.00
-Llavero	Costo 23.00	Público 34.00

SEÑALIZACIÓN

- Impresión ploter	115.00
- Marco de madera	30.00
- Soporte de trovical	70.00
-TOTAL	215.00

DISEÑO

-Manual de Imagen	8,000.00
-Campaña de difusion	

EXHAUSTIVE LIST OF
ORIGINS OF
COPIES

onclusión

El Diseño Gráfico es un área fascinante que en la actualidad está destinada a mejorar la vida social del hombre a través de la comunicación visual generando una cultura de respeto y diversidad, tratando de preservar los elementos tradicionales de cada país dentro de un espíritu de vanguardia y novedad.

Es por eso que el trabajo que aquí se presenta ha sido una gran experiencia tanto académica como personal y profesional ya que representó un gran reto para mí, pero después de un largo camino recorrido de estudio, análisis y propuesta me siento realmente satisfecha con el resultado que se logró para contribuir tanto al desarrollo de Uruapan como de la creación de una cultura universal en armonía con la naturaleza.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

- Bases del Diseño Gráfico

Swann, Alan
3a. Edición
Barcelona / G. Gili, 1995

- Génesis e Historia del Diseño Gráfico e Industrial

Lazo Morgain, Alejandro
1989

- Diseño Mexicano Industrial y Gráfico

Dominguez Macouzet, Arturo Coor
México / CODIGRAM, 1991

- Historia del Diseño Gráfico

Meggs, Philip B.
México / Trillas, 1998

- Guía del Diseño Gráfico para profesionales

Jennings, Simon
México / Trillas, 1995

- Publicidad: Diseño Gráfico Publicitario

Rockport Publishers
Barcelona / G. Gili, 1995

- Señalética: de la señalización al diseño de programas

Joan, Costa
2a. Edición
Barcelona / CEAC, 1989

- Diseño y Comunicación Visual

Munari, Bruno
6a. Edición
Barcelona / G. Gili, 1980

- Comunicación Gráfica

Tumbull, Arthur T; Baird, Russell N.
2a. Edición
México / Trillas, 1999

- Imagen Global: evolución del Diseño de Identidad

Joan, Costa; Panicello, Daniel.
Barcelona / CEAC, 1994

- Diseño y Marketing

Swann, Alan
Barcelona / G. Gili, 1991

- Publicidad en los medios impresos

Beltrán y Cruces, Raúl Ernesto
2a. Edición
México / Trillas, 1989

- Cómo diseñar marcas y logotipos

Murphy, John; Rowe, Michael
3a. Edición
México / G. Gili, 1992

- Logotipos

Rockport Publishers
México / G. Gili, 1995

- Introducción a la Ecología

Darlington, Arnold; Leadley, Brown Alison.
México / Publicaciones Culturales, 1980

- Ecología

González, González Jorge; Fdez. Alamo, María Ana.
México / ANUIES, 1972

- Ecología

Odum, Eugene P.
México / Interamericana, 1988

- Introducción a la Ecología

Colinaux, Paul A.
México / Limusa, 1986

- Colección de Cuadernos Viva Natura, A. C.

Madrigal, Juan Manuel