

872731

002

UNIVERSIDAD DON VASCO, A.C. 2

**INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MEXICO**

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**DIFUSIÓN Y RECAUDACIÓN PARA LA CASA
DE HOGAR
CIUDAD DE LAS NIÑAS**

T E S I S :
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO

P R E S E N T A:

ROMMEL MADRIGAL RUIZ

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

1

URUAPAN, MICHOACÁN

2003



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

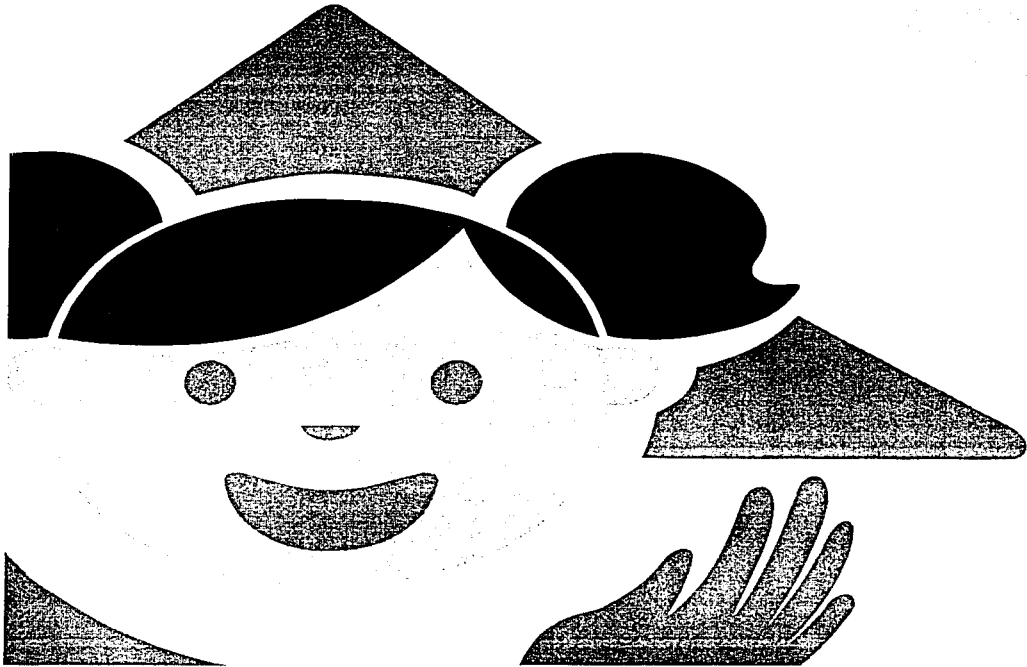
El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición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

Dedicado a:

003

Angel y Gloria

MIS PADRES

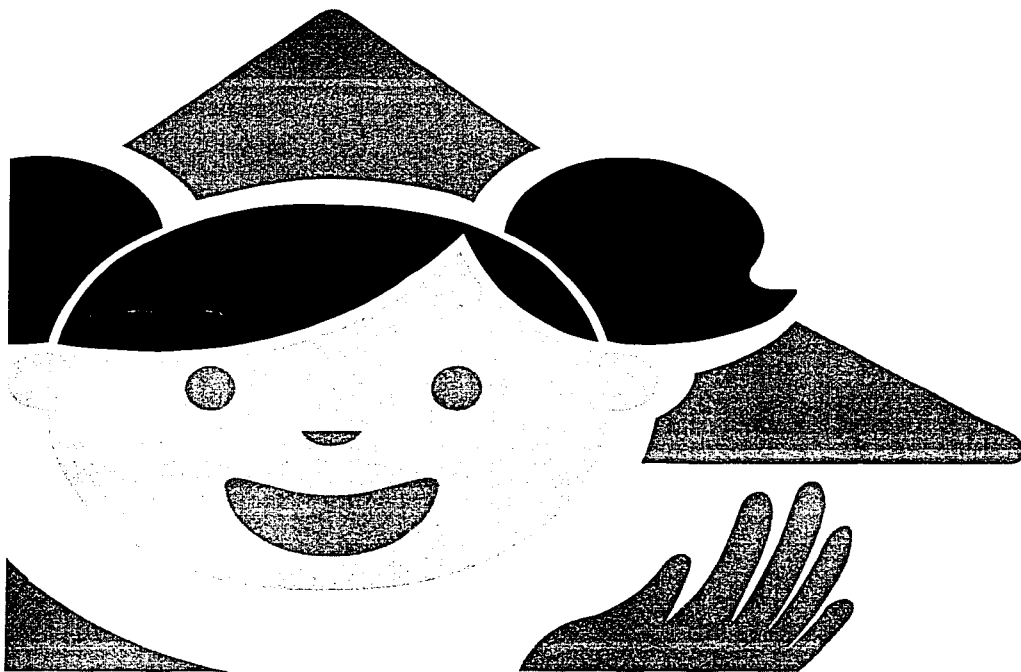


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

004

**Dios.
Mi Padre.
La memoria de mi madre.
Mi tío L.D.G. Alejandro Madrigal.
Mi asesor L.D.G. Alberto Galinzoga.
Hna. Ma. Adela Mejía.**

**Y a todas las personas que de alguna manera
contribuyeron en la realización de esta Tesis.**



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

006

> ETAPA No. 1

Introducción	009
Problemática y objetivos	013

NIVEL I

La familia	017
Desintegración familiar	018
Organizaciones de apoyo a la niñez.	020
Tipos de Casa hogar	023
Michoacán	026
Apatzingán	027
Ciudad de las Niñas	030
H.C.A.S. (Hermanas Cooperadoras del Apostolado Social)	

NIVEL II

SUB_A: DISEÑO GRÁFICO	037
Historia del diseño gráfico	038
Diseño gráfico en México	043
Diseñador gráfico	044
Campo de acción	045
Metodología	046

SUB_B: AREAS DEL DISEÑO GRÁFICO

B"(1)_Identidad corporativa	048
Color	
Tipografía	
Imagen (fotografía, ilustración, estilización)	
estructura de la Identidad corporativa	
B"(2)_Manual de I. C.	051

B"(3)_Diseño publicitario

SUB_C: CAMPAÑAS

Tipos de campañas (publicitaria, de promoción, electoral, ecológica, de instituciones benéficas)	053
Campaña de Concientización	054

SUB_D: MEDIOS DE DIFUSIÓN

Medios Electrónicos	055
Televisión	
Radio	
Medios impresos	
Periódico	
Revistas	
Cartel (cartel comercial, decorativo y social)	
Espectacular	
Bardas	
Folleto	

SUB_E: PRE-PRENSA

SUB_F: REPRODUCCIÓN GRÁFICA

Rotulación por computadora	060
Serigrafía	
Pre-Premsa	
Offset	
Acabados	

Conclusiones

065

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

> | > ETAPA No. 2

Introducción 069

SUB_A: PROCESO DE DISEÑO 073

Imagen
El color
Logosímbolo
Color
La Tipografía
Las Aplicaciones

SUB_B: MANUAL DE IDENTIDAD GRAFICA. 079

_001_MANUAL/Identidad Corporativa

Símbolo
Logosímbolo
Red de Trazo
Área de Restricción
Gama Cromática
Variantes de Logosímbolo
Uso del Color (corporativo y comercial)
Tipografía Institucional
Elementos Decorativos
Deformación en el Logosímbolo
Papelería Básica
Aplicaciones Externas
Vehículos Utilitarios
Muestras de Color
Muestras de Logo Recortable

002_MANUAL/Productos Comerciales, para la recaudación de Fondos.

Artículos Promocionales
Fiesta de Beneficencia
Stand Movil
Disco Compacto
Etiquetas de Galletas
Plan de Financiamiento

Presupuestos 081
Conclusiones Finales 085
Bibliografía. 086

La necesidad de comunicarse ha sido una de las causas que influyó en el ser humano a emplear métodos para transmitir mensajes de manera eficaz, realizando una búsqueda que dio lugar a la comunicación visual; ésta satisface la necesidad de expresar ideas mediante gráficos.

Estas imágenes son organizadas para convertirse en un mensaje estructurado, que se dirige adecuadamente a un «receptor»; este lenguaje complejo da lugar al diseño gráfico, cuyos objetivos son la solución de problemas o necesidades sociales de orden gráfico.

Esta disciplina se manifiesta en diversas áreas gráficas entre las que encontramos: diseño editorial, señalización, diseño publicitario, identidad corporativa, diseño de envase y embalaje, entre otras...

Dentro del diseño publicitario se desarrollan una variedad de aplicaciones gráficas, entre las que se sitúa a la campaña publicitaria como elemento principal, que por su manejo de diversos medios como, la T.V., radio, prensa, etc. acapara un mayor número de receptores.

Esta difunde temas diversos, que van desde promocionar un servicio, producto, destino turístico, proselitismo, concientización, de prevención, hasta recaudación de fondos.

Son bastas las campañas que cuyo único propósito es mejorar las condiciones de vida de los muchos niños que habitan casas hogar en situaciones donde predominan la escasez de recursos económicos y artículos básicos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Es mucho el entusiasmo por parte de las personas encargadas de la casa hogar «Ciudad de las Niñas» situada en la población de Apatzingán, Michoacán, pero es poco el gesto generoso del donador, ocasionando la falta de recursos económicos, el cual dificulta la posibilidad de que las niñas sigan recibiendo educación académica; además de mermar los suministros de ropa, calzado, juguetes y en el peor de los casos el alimento que puede ocasionar graves secuelas físicas.

La falta de una conciencia de apoyo a la causa emprendida por las H.C.A.S. (hermanas cooperadoras del apostolado social), y en ocasiones el desconocimiento de la casa hogar, son los factores que influyen en la ignorancia de las necesidades básicas de las niñas.

Por tal motivo la finalidad de este proyecto de diseño, es mejorar las condiciones de vida de las infantas que habitan la casa hogar «Ciudad de las Niñas»; mediante la generación de conciencia a través de la implantación de una campaña de concientización para la captación de recursos económicos.

000

> ETAPA 1

Problemática y Objetivos

Análisis Social

Áreas del Diseño Gráfico

Campañas

Medios de Difusión

Reproducción Gráfica



012

La desintegración familiar es un problema que ha venido creciendo dentro de diferentes núcleos sociales; ocasionando niños y niñas abandonados a su suerte formando parte de índices delictivos, otros más afortunados llegan a manos de instituciones encargadas de mejorar sus condiciones de vida.

El DIF es una de las instituciones más importantes cuyo objetivo es el apoyo a la familia mexicana y por consiguiente los hijos de estas. Procurando satisfacer sus necesidades para su desarrollo físico y mental; pero ésta no siempre puede atender las necesidades de tantos niños abandonados que acuden o terminan en sus instalaciones; por lo tanto se ven en la necesidad de canalizar a algunos de estos niños a otros albergues o casas hogar, formadas por grupos de personas, que por medio de una labor altruista brindan un hogar, que

si no es el formado por los padres de estos niños, procuran que se sientan como en casa.

Uno de estas casas hogar es la «Ciudad de las Niñas»; la cual es fundada el 15 de agosto de 1965 por la Madre Olivia Sánchez Pallares junto con el padre Vicente Ochoa, en la localidad de Apatzingán, Michoacán. Las instalaciones abren sus puertas ofreciendo albergue temporal a niñas desamparadas de uno a dieciséis años de edad, situándose en un terreno que fue donado en las afueras de la población.

La situación de escasez de recursos que se vive actualmente dentro de la casa hogar es el principal problema que aqueja a la institución, ésta se deriva de la falta de donadores que apoyen económicamente o por medio de artículos básicos (calzado, ropa, juguetes, víveres, etc.), que mejoraría considerablemente las condiciones en que habitan la «Ciudad de las Niñas».

Pero muchas veces las personas con posibilidad de donar carecen de consciencia de apoyo, en otros casos el desconocimiento de las casas hogar; son los factores que ocasionan la ignorancia de las necesidades básicas de las infantas.

Las carencias no pueden seguir toda una vida, se tiene que resolver el problema, ya que pueden resultar consecuencias que afecten severamente a las niñas, entre las que podemos observar, la pérdida de la capacidad de aprendizaje por la falta de nutriendos adecuados, la frustración de sus estudios y en el



Actualmente es notable la cantidad de jovencitas que viven en condiciones precarias y con un futuro incierto.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



◀ La desintegración familiar, puede ocasionar jóvenes violentos, hasta el grado de delinquir.



◀ Una joven mujer desorientada es capaz de cometer errores irreversibles en su vida.

peor de los casos ocasionar la deserción de la jovencita (ya en edad de decidir donde permanece), orillándola a realizar actos delictivos, prostitución o alguna otra actividad denigrante para obtener el sustento.

Es así que este proyecto de Diseño Gráfico pretende solucionar las limitantes de la casa hogar «Ciudad de las Niñas», haciendo uso de una de sus áreas, el diseño publicitario, que aplicado a una campaña de concientización, cuyo objetivo fundamental es influenciar la conducta del público receptor de una manera clara y directa, a partir del empleo de un mensaje adecuado e imágenes, que constan de elementos como la estética, armonía, color, equilibrio, entre otros, para así generar impacto visual y una respuesta favorable.

Por tal, el objetivo principal de este proyecto es crear conciencia en el público michoacano, para que apoye económicamente o suministre artículos básicos que son requeridos por los habitantes de la casa hogar «Ciudad de las Niñas».

000

> NIVEL 1

Analisis Social

016



La familia,
unidad básica de la sociedad.

Dentro de la sociedad se considera como unidad básica a la unión entre varón, mujer e hijos, ésta constituye una familia para quienes nacen dentro de ella.

Se basa en el matrimonio; el cual es la unión de común acuerdo entre la mujer y el hombre, cuya relación debe ser suficiente y duradera para posibilitar la procreación y crianza de los hijos, en la que se satisfacen las necesidades físicas y sociales del hijo. Esta unión entre los padres y los hijos es considerada como el núcleo familiar.

Aunque cambia a medida que los individuos avanzan hacia la etapa adulta, debe de ser estudiada como una unidad en evolución constante y no como un grupo estático, ya que presenta transformaciones a lo largo de su formación, que van desde la relación que llevan los padres y la de estos con sus hijos, ésta última pasa a primer plano al momento de su procreación. Es decir que se convierte en el objetivo principal de sus vidas, descuidando en muchos casos las necesidades de su pareja; lo cual puede ocasionar desintegración familiar.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



La infidelidad:
es una de las causas
más comunes de la
desintegración familiar.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

018

Desintegración familiar

A ctualmente es alarmante el nivel que a alcanzado la ruptura del vínculo familiar. Por lo tanto la desintegración se da cuando los sentimientos que unen a la familia desaparecen, ésta se presenta en el momento en que prevalece la ausencia de comunicación, cuando no existe complementariedad, pérdida del interés sexual, temperamentos incompatibles, estilos de vida divergentes, dependencias emocionales, maltrato físico, psicológico, material, emocional, abuso de alcohol u otras sustancias, carencias económicas, necesidades de asistencia médica, enseñanza, baja autoestima, padre o madre que provienen de un hogar desintegrado, pérdida de la confianza, actitud laboral, migración, infidelidad, disfunciones sexuales, abuso sexual en los hijos, ausencia de amor y comprensión, rebeldía, delincuencia, hijos no deseados, explotación infantil, suicidio, muerte, matrimonio por compromiso y abandono de los hijos, éste último es considerado una de las consecuencias más severas que afectan directamente a los niños, quedando en parcial o total horfandad y a merced de la delincuencia u otra actividad que pone en riesgo sus vidas.

Cada día son más evidentes e inevitables estas consecuencias debido a que el individuo que ocasiona un hogar desintegrado es por que vivió dentro de una situación similar, predominando en los hijos de éste: la pérdida de valores, así como el modelo del papel del adulto para que lo sigan los niños, vulnerabilidad emo-

¿COMO PUEDES TENER SI PRACTICAS

HOY TODOS LOS DIAS **LUCHA LIBRE** **HOY TODOS LOS DIAS**

DESDE LA INTRANQUILIDAD DE TU HOGAR?

CUANDO ALGUN MIEMBRO DE TU FAMILIA ABUSANDO DE SU FUERZA, AUTORIDAD, U OTRO PODER QUE TIENE, **VIOLENTA** LA TRANQUILIDAD DE UNO O VARIOS DE LOS OTROS MIEMBROS DE LA FAMILIA **COMETE VIOLENCIA INTRAFAMILIAR.**

SI LAS VIOLENCIAS EN TU HOGAR SON VIOLENCIAS O ABUSOS, BUSCA LA AYUDA

PARA QUE TODOS SABAN QUE SI NECESITA LA DE

FAMILIA UNIDA VS VIOLENCIA INTRAFAMILIAR

INFORMES PARA LA Detección Y denuncia de la violencia intrafamiliar en



Carteles para campaña contra la violencia familiar. Diseño: Octavio Alonso López.

HOY TODOS LOS DIAS SI LAS RELACIONES EN TU CASA PARECEN **LUCHA LIBRE** **HOY TODOS LOS DIAS**
 DONDE SON FRECUENTES LAS AGRESIONES ENTRE

★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

TU PADRE
 REAFIRMANDO SU TITULO DE MACHO MEXICANO

VS

TU MADRE
 DEFENDIENDOSE DE TODO TIPO DE AGRESIONES

★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

ENTONCES TU FAMILIA ES VICTIMA DE LA VIOLENCIA INTRAFAMILIAR

Y TU PUEDES SER EL PROXIMO RETADOR

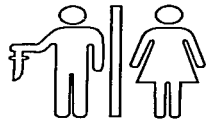
SI LAS RELACIONES EN TU CASA SON VIOLENTAS O AGRESIVAS CONSULTA A UN

FAMILIA UNIDA VS VIOLENCIA INTRAFAMILIAR

INFORMES PARA LA ATENCION Y RESOLUCION DE LA VIOLENCIA INTRAFAMILIAR EN:

cional, confusión, sentimiento de culpabilidad en alto porcentaje en los hijos, suspensión de la satisfacción sexual, resentimiento en contra del cónyuge y en la gran mayoría es volcado contra los hijos (maltrato a menores), estrechez económica, asumir nuevas responsabilidades, bajo rendimiento escolar, cambios de comportamiento, depresión, además de que los hijos adoptan papeles que no les corresponden se convierten en adultos chiquitos; hija mayor (segunda madre) hijo mayor (segundo padre), cuando la madre se ve en la necesidad de trabajar y en ocasiones hasta los hijos, algunas veces los hijos mayores abandonan los estudios al sentir la obligación de contribuir con el gasto familiar, encuentro con fugas rápidas (alcohol, trabajo u otras drogas y en muchos casos delincuencia).

Las deficiencias familiares mencionadas anteriormente arrojan como resultado, que los hijos de familias desintegradas quizás den lugar a familias desintegradas, ocasionando nuevamente las consecuencias mencionadas, convirtiéndose en una cadena de sufrimiento y desintegración.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Existen diversas agrupaciones alrededor del mundo que son creadas con la finalidad de apoyar a la niñez, que sientan sus bases en las necesidades de estos para así cubrirías y subsidiarias en la medida de sus posibilidades.

UNICEF

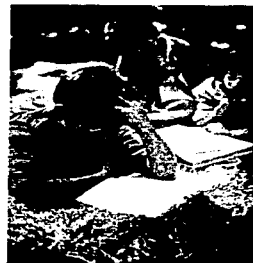
Fue creado en 1946 por la Asamblea General de las Naciones Unidas para responder a las necesidades urgentes de los niños al concluir la segunda guerra mundial en Europa.

En octubre de 1953, la organización conocida como Fondo Internacional de las Naciones Unidas de Auxilio a la Infancia, se convirtió en una parte permanente de las Naciones Unidas cuyo objetivo era: responder las necesidades a largo plazo de los niños que viven en condiciones de pobreza en los países en desarrollo.

Su nombre se abrevió y pasó a llamarse Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, aunque se mantuvieron las siglas originales hasta hoy en día.

Misión del UNICEF

La Asamblea General de las Naciones Unidas ha confiado al UNICEF el mandato de promover la protección de los derechos del niño, de ayudar a satisfacer sus necesidades básicas y de aumentar las oportunidades que se le ofrecen para que desarrollen su potencial físico y mental.



UNICEF

ayuda a satisfacer
las necesidades básicas
de los niños: alimentos,
educación, deporte, etc.

DIF

10 de enero de 1977, se origina el actual Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia, (DIF) en la ciudad de México. El cual esta enfocado a atender problemas de la familia, pero en el transcurso del tiempo y conforme a las realidades y exigencias del país, el campo de acción se fue ampliando en el ambito de la asistencia social, en la actualidad con veintitrés años de vida, el DIF se encuentra consolidado y organizado como una institución descentralizada; esta organización se encuentra presente en toda la República y en más de 2,000 municipios de México.

OBJETIVOS Y ATRIBUTOS:

Promover y prestar servicios de asistencia social.

Apoyar el desarrollo de la familia además de la comunidad.

Realizar acciones de apoyo educativo, para la integración social y de capacitación para el trabajo a los sujetos de la asistencia social.

Promover e impulsar el sano crecimiento físico, mental y social de la niñez.

Proponer a la Secretaría de Salud, en su carácter de administradora del patrimonio de la beneficencia pública, programas de asistencia social que contribuyan al uso eficiente de los bienes que lo componen.

Fomentar y apoyar a las asociaciones civiles, entidades privadas cuyo objeto sea la prestación de servicios de asistencia social.

Operar establecimientos de asistencia social en beneficio de menores en estado de abandono, ancianos desamparados y discapacitados sin recursos.

Llevar a cabo acciones en materia de prevención de invalidez y de rehabilitación de discapacitados, en centros no hospitalarios, sujetos a la Ley General de Salud.

Realizar estudios e investigaciones sobre asistencia social, con la participación, de las autoridades asistenciales de las entidades federativas y de los municipios.



Desarrollo Integral de la Familia (DIF), promueve y presta servicios de asistencia social.



DIF propone e impulsa el sano crecimiento físico, mental y social de la niñez.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

022 Organizaciones de Apoyo a las Personas con Discapacidad

Realizar y promover la capacitación de recursos humanos para la asistencia social.

Participar con la Secretaría de Salud en el Sistema Nacional de Información sobre la Asistencia Social.

Prestar servicios de asistencia jurídica y de orientación social a menores, ancianos, discapacitados y en general a personas sin recursos.

Apoyar el ejercicio de la tutela de los incapaces que corresponda al Estado, en los términos de la Ley respectiva.



El DIF realiza programas de educación, así como la entrega de becas.



El DIF promueve la integración de discapacitados en el ámbito laboral.

Poner a disposición del Ministerio Público los elementos a su alcance en la protección de incapaces y en los procedimientos civiles y familiares que les afecten, de acuerdo con las disposiciones legales correspondientes.

Realizar estudios e investigaciones en materia de invalidez y discapacidad.

Participar en programas de rehabilitación y educación.

Promover, como conducto de la Secretaría de Salud y coordinada con los gobiernos de las entidades federativas y municipales, el establecimiento de centros y servicios de rehabilitación somática, psicológica, social y ocupacional.

Promover el establecimiento de organismos de asistencia social en las entidades federativas y municipales y prestar a éstos apoyo y colaboración técnica además de administrativa.

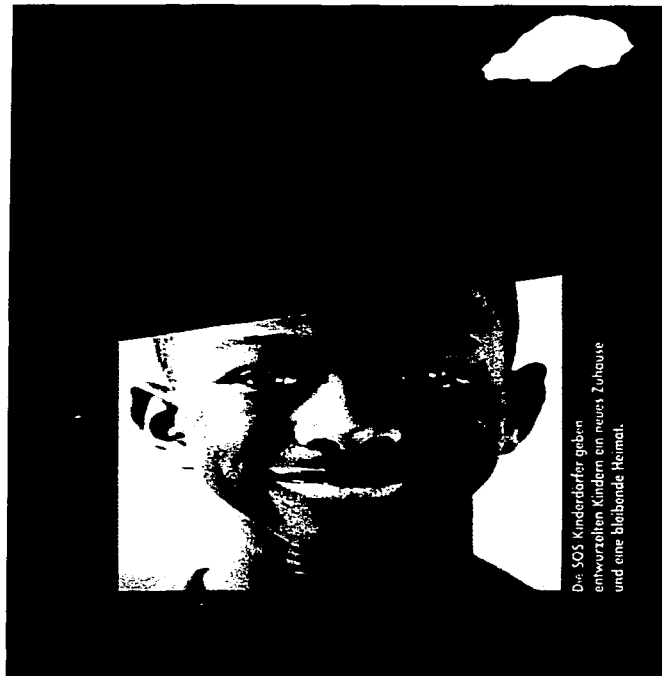
Emitir opinión sobre el otorgamiento de donativos y apoyos a instituciones públicas o privadas que actúen en el campo de la asistencia social.

Promover dentro de su ámbito de competencia, que las dependencias y entidades destinen los recursos necesarios a los programas de servicio de salud en materia de asistencia social.

de las necesidades de los niños, estas también conocidas como «orfanatorios» ya que la palabra proviene de orfandad, que es toda falta de ayuda, favor o valimiento en que una persona se encuentra, por tal un orfanato es un asilo el cual brinda apoyo a niños y jóvenes que se encuentran en estado de privanza, es decir, carecen de un hogar, alimento, ropa, etc. Dichas instituciones brindan asistencia social a niños en desamparo total, sus instalaciones están conformadas por edificios que proporcionan alojamiento contra las inclemencias del tiempo, área de alimentación y servicios varios (aseo, diversión y artículos básicos), en algunas se les otorga educación básica como es preescolar y primaria; no obstante se cuenta con personal al servicio de los infantes.

A sí pues también se sitúan en todo México agrupaciones civiles cuyo único objetivo es el saneamiento de las necesidades de los infantes, estas también conocidas como «orfanatorios» ya que la palabra proviene de orfandad, que es toda falta de ayuda, favor o valimiento en que una persona se encuentra, por tal un orfanato es un asilo el cual brinda apoyo a niños y jóvenes que se encuentran en estado de privanza, es decir, carecen de un hogar, alimento, ropa, etc. Dichas instituciones brindan asistencia social a niños en desamparo total, sus instalaciones están conformadas por edificios que proporcionan alojamiento contra las inclemencias del tiempo, área de alimentación y servicios varios (aseo, diversión y artículos básicos), en algunas se les otorga educación básica como es preescolar y primaria; no obstante se cuenta con personal al servicio de los infantes.

D Cartel,
«SOS Childrens Home»,
Diseño por: Pierre Mendell.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

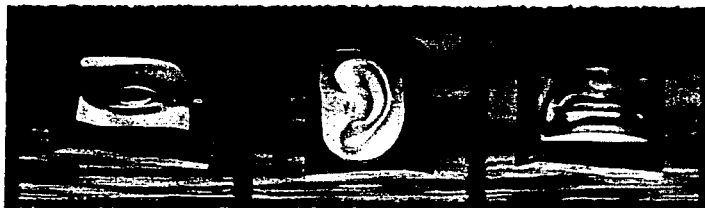
No obstante las casas hogar pueden llegar a atender una diversidad de padecimientos, las hay en forma de albergues o asilos que proporcionan cuidados y atención de las necesidades niño, niña, joven, hombre maduro o adulto mayor; dependiendo del estado inmediato en que se encuentre.

Las más comunes son las casas hogar que atienden a niños, niñas o ambos, que son maltratados, abandono u orfandad; hay algunas que funcionan más como albergues temporales para niños y familias damnificadas o repatriadas.

Además existen instituciones donde sus habitantes son discapacitados, estos asilos se clasifican de acuerdo al tipo de padecimiento. Hay una gran variedad de estos; entre los que se encuentra la médula espinal, la parapléjia, la espina bífida, discapacidad mental, síndrome de dawn, parálisis cerebral, autismo, ceguera y discapacidad psíquica.



Símbolo de la discapacidad, conocido a nivel mundial.



La ceguera, la ausencia de la capacidad auditiva y del habla, son solo algunas de las discapacidades que aquejan al ser humano.

También los hay para tratar padecimientos del adulto mayor como el Alzheimer (demencia) y el Parkinson (perdida de la coordinación del tono muscular). Pero no todos los asilos atienden este tipo de trastornos físicos, la mayoría y los más comunes les ofrecen a los ancianos atenciones de acuerdo a las necesidades que exige su avanzada edad como: aseo, alimentación, medicamentos y esparcimiento.

Existen otro tipo de instituciones que albergan desde niños hasta adultos, con problemas de alcoholismo o drogadicción, estos son los centro de rehabilitación.

Por ultimo hay organismos que atienden enfermedades de carácter delicado como el SIDA (síndrome de inmuno deficiencia adquirida), cáncer, entre otras. Los cuales no suelen denominarse casas hogar ni albergues, si no están establecidos como clínicas que son auspiciadas por el gobierno o por asociaciones privadas que las mantienen con la promoción de donativos.



Satisfacer las necesidades de los adultos mayores y estar al pendiente de sus padecimientos, son los principales objetivos de los encargados de estos.



La ingestión de bebidas embriagantes, la adicción por excelencia, la cual es tratada en centros de rehabilitación, ya sea para menores o adultos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

026

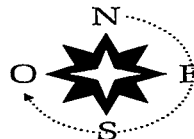
MICHOACÁN

Se encuentra situado en la región centro occidente de México; colinda, por el este, con los céntricos estados de México y de Querétaro; por el oeste, con Colima, por el norte, con Jalisco y con Guanajuato, y por el sur, con el estado de Guerrero y el océano Pacífico. El territorio michoacano se encuentra estrechamente relacionado con el centro y sur de la República. Entre las ciudades más importantes de Michoacán cabe mencionar en primer plano a su capital, Morelia además de Uruapan, Lázaro Cárdenas, Zamora y Apatzingán.

La diversidad de ecosistemas, con los que cuenta éste Estado, es propicia para el desarrollo de la agricultura la producción de algunos frutos que son distribuidos de manera internacional como: el aguacate de Uruapan, el limón de la región de tierra caliente, por mencionar algunos de una lista de éstos, que se generan obteniendo índices de calidad notables.

Michoacán es nicho de una variedad de culturas y tradiciones, que con el paso de los años se conservan y se heredan a las siguientes generaciones; una de las más notables sin lugar a dudas es la noche de muertos en la isla de Janitzio, situada en la región lacustre de Pátzcuaro. Las danzas otra muestra de la cultura michoacana conformada entre otros por la danza de los vieji-

tos y el pescado de Pátzcuaro y la danza de los Curpites de San Juan Nuevo. Las procesiones religiosas dirigidas hacia la población de San Juan Nuevo son otra manifestación de la cultura que, año con año los 14 de septiembre se dan cita miles de fieles de diferentes partes de la República en la santuario que alberga el cristo llamado «El Señor de los Milagros».



Situación geográfica
del estado de Michoacán, México.

Se ubica en el occidente del país en la región de Tierra Caliente del Estado de Michoacán, limita al norte con el municipio de Tancítaro; al este con Parícuaro y la Huacana; al sur con el Tumbiscatío, y al poniente con el de Agullilla y Buenavista. Las coordenadas geográficas son 19°06'00" de latitud norte y 102°22'00" de longitud oeste del meridiano de México. A una altura de 350 metros sobre el nivel del mar. Su superficie es de 805.71 kilómetros cuadrados, la cual representa el 1.35 por ciento del total del estado y el 0.000041 por ciento de la superficie del país, ésta se divide en 131 localidades.

De acuerdo con el resultado del censo general de población y vivienda 2000 (INEGI), el municipio de Apatzingán cuenta con 117,849 habitantes.



La palabra Apatzingán proviene del idioma Azteca y los etimologistas le atribuyen diversos significados: unos dicen que se forma de la palabra «apztli» que significa «lebrillo y tinzco», «detrás o a la espalda» y la terminación «gán», por «can» que quiere decir, «lugar de».

Según otras personas Apatzingán quiere decir lugar pequeño donde se exprime ropa, y se forma de apatzca, exprimir ropa mojada; «tzinco», que en azteca significa disminución y «can» lugar de. El Lic. Cecilio A. Robelo autoridad en aztequismos, dice que significa lugar de cañitas y se forma de la palabra «apantzintli». Peñafiel dice que significa Apatztli: «Comadreja» y «Can» que significa «Lugar donde hay comadreas».

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Frutas de la región de tierra caliente: maíz, plátano, limón, entre otras.



La principal actividad económica es la agricultura, se produce entre otras cosas Melón, Sandía, Papaya, Pepino, Maíz, Sorgo, Ajonjolí, Plátano, Limón y Mango y todos los cultivos propios de las regiones tropicales.

Aparte de las actividades agrícolas, en Apatzingán se dan lugar empresas que contribuyen al progreso del municipio como: la Coca Cola, TelMex, Procesadora de aceite «Gridnstein», Empacadoras de frutas, C.F.E., Cervecería CORONA, Refrescos AGA, Elektra, agencias-NISSAN, CRYSLER, FORD, CHEVROLET, VW, DINA, Unidades bancarias, dos hoteles cuatro estrellas («Posada del Sol» y «Posada del Balsas»). Además la micro empresa encuentra un espacio productivo, contribuyendo a la generación de empleos.

La estructura municipal es un conglomerado de servicios a la sociedad que se basa en la satisfacción de las necesidades y el bienestar de la comunidad Apatzingüence, los cuales van de los básicos como lo es el drenaje y agua, hasta la protección del ciudadano, esta última conforma-

da por: los cuerpos de policía y tránsito, PJE, PFC, PM, entre otros; los centros de salud forman al igual parte de los servicios que ofrece este municipio en los que se sitúa el IMSS, ISSSTE y el Hospital Civil. Se cuenta además con espacios como; la unidad deportiva «Adolfo López Mateos» que alberga a su vez: canchas de fútbol, basketball, frontenis, estadio de baseball, auditorio de basketball, pista de atletismo, alberca olímpica, juegos para niños; una biblioteca pública «Benito Juárez», la casa de la cultura en la que se exhiben los documentos originales donde se firmó la constitución de México el día 22 de octubre de 1814, algunos otros artículos como: uno de los trajes que caracterizó a J. María Morelos, pinturas y fotografías alusivas a la fecha mencionada; de esta última cada año se realiza una expoferia agrícola, ganadera, comercial y gastronómica. Pero la feria no sólo se concentra en la exposición que así se le denomina a el terreno donde se agrupan juegos mecánicos, exhibiciones ganaderas, comerciales, y área gastronómica. Si no



Plaza de los
«Constituyentes».



Catedral
de Apatzingán.



que se extiende a lo largo de la calle Constitución de 1814 sur, desembocando esta en la plaza de los «Costituyentes», la cual se ubica enfrente de la catedral, en esta última previo a las festividades se construye un entarimado en forma de escenario, donde los primeros días del mes de Octubre se dan cita eventos de entretenimiento, una de sus finalidades primordiales de este es la coronación de la reina de las fiestas octubrinas que se realiza el día 21, para posterior a este, el día 22 comienza el desfile inaugural partiendo del monumento a la cultura y progresando hasta las instalaciones de la expoferia; en el cual destacan el colorido y la creatividad de las carrozas alegóricas, principalmente en la que se posa la reina y la princesa, después la de las escuelas, comercios, e instituciones de gobierno; la culminación de las festividades el siguiente fin de semana con el baile popular.

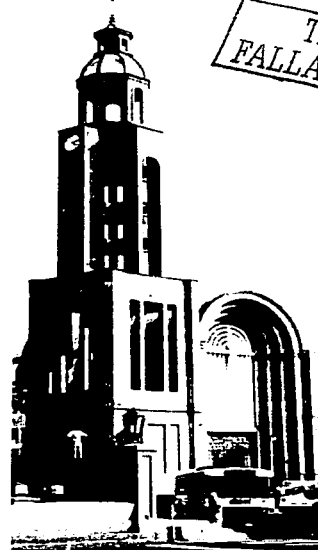
El desarrollo social de la comunidad Apatzinguense ha sido no-

table, fructificando en la generación de unidades habitacionales por ejemplo, el INFONAVIT «Pochote», INFONAVIT «Limonos», FOVISSTE, fraccionamiento «La parota», fraccionamiento «La fuente», estos son algunos de los que habitan un cuarto de la población.

Sin embargo el desarrollo tiene múltiples aplicaciones, estas también conforman a las actividades recreativas que son requeridas por cualquier sociedad, que si no son propuestas gubernamentales, forman parte de la micro empresa, ejemplos de estas son: cuatro cines (Juárez, Purepecha, Pilar y Cinema 2000) aunque actualmente solo laboran el Cine Pilar y el Cinema 2000, este último en ocasiones se renta para la puesta en escena de obras de renombre nacional, otros centros son las discotecas y bares para jóvenes y por último los de recreación familiar, encontramos en estos a la mayoría de los balnearios, parque zoológico «amanecer», los cines mencionados y las plazas centrales

«Constituyentes» y «Morelos» que cada domingo se censura la entrada de vehículos a las calles que rodean a estas, destinándose sólo para tránsito de peatones.

Apatzingán es una población que a está destinada a un desarrollo lento y paulatino debido a la poca aceptación de su clima caluroso; su estructura mientras tanto seguirá siendo la de un municipio en vías de desarrollo.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Las Hermanas Cooperadoras del Apostolado Social es una congregación religiosa, la cual se agrupa y establece como asociación civil en 1965 en Apatzingán Michoacán, conformada en ese entonces por la Madre Olivia Sánchez Pallares y el Padre Vicente Ochoa, estos últimos miembros fundadores. Posteriormente se incorporaron la Madre Elena Cansino Cisneros, la Hna. Francisca Sagrero, la Hna. Adelina Romero y la Hna. Ma. de Jesús González. Actualmente son 23 integrantes los que conforman dicha asociación cuyo objetivo ha sido desde su origen conformar un grupo para auxiliar y promover el apoyo de la niñez que se encuentra en total orfandad.

Debido a la inquietud de la madre Olivia Sánchez Pallares junto con el Padre Vicente Ochoa, surge la necesidad de ofrecer una casa hogar para niñas desamparadas, las cuales que ya estaban siendo orilladas hacia la prostitución, dentro de esta se pretendía fomentar su desarrollo en el ámbito educativo, social y espiritual.

Sus intenciones logran buenos frutos, fundando la casa hogar «Ciudad de las Niñas». La cual abre sus puertas el 15 de agosto de 1965 en la ciudad de Apatzingán Michoacán, ubicada en la salida de la carretera Apatzingán-Cuatro Caminos a la altura del kilómetro 4.

Se comenzó con una niña y con un edificio en construcción el cual se ha venido acondicionando paulatinamente con donativos.




Algunas integrantes de las Hermanas Cooperadoras del Apostolado Social.



Las jovencitas que son orilladas a la prostitución se ubican en la plaza de los Constituyentes de Apatzingán.



 Edificio donde habitan las niñas, dormitorio para las niñas pequeñas «Chicas», recámara para las niñas «Medianas» y cuarto para las niñas mayores «Grandes».

Hoy día la casa hogar está conformada por dos edificios; uno para las madres encargadas y otro para las niñas, este último tiene tres grandes dormitorios y cada una con 16 camas, baños y regaderas colectivas, lavandería, salón de tareas y comedor solo para las niñas, otras de las áreas de la casa es la capilla, un foro para eventos especiales, áreas verdes, alberca, juegos, además un camión que fue comprado con la ayuda de donadores, el cual es empleado para trasladar a las niñas que habitan la casa hogar ya sea a la escuela o a paseos.

Actualmente la capacidad de alojamiento de las instalaciones oscila entre 50 y 60 niñas, estas son canalizadas ya sea por el DIF, los padres o algún familiar con escasez de recursos que se ve imposibilitado para el sostenimiento de la menor.

La procedencia de las niñas abarca ciudades como: Morelia, Uruapan, Apatzingón, Tepalcatepec, Coalcomán, Lázaro Cárdenas y municipios como: Aguililla, Dos Aguas, el Aguaje, entre otros.

Para su ingreso se requieren documentos como acta de nacimiento, constancias de estudios, bautizo, confirmación, primera comunión (si se cuenta con estas), y un registro o documento de procedencia.

Una vez que ingresan a las instalaciones las madres Adela Mejía Aguillón, Teresa Echeverría Zuñiga y Griselda Romero encargadas de la casa hogar, se dan a la tarea la distribución de las niñas en las recámaras, agrupándolas por edades; hay tres secciones, la primera se destina para jovencitas de doce años en adelante, las cuales son clasificadas como «grandes», en otro dormitorio se agrupan niñas cuyas edades varía entre los ocho a once años de edad y son denominadas «medianas», el dormitorio restante es para las llamadas «chicas» las edades son alrededor de los ocho años de edad.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

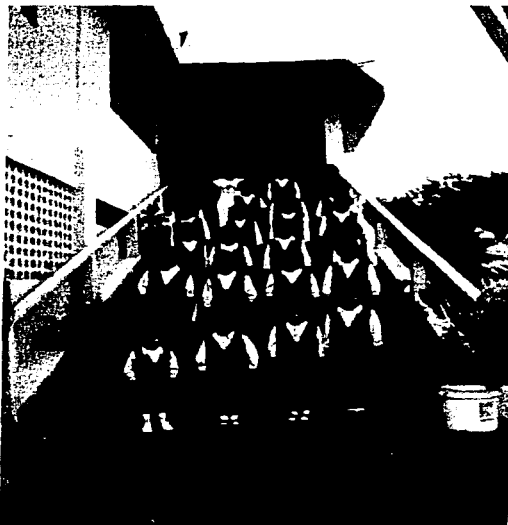
Pero debido a la afluencia, carecen de espacio para albergar más niñas, por tal las religiosas encargadas, localizan una casa hogar ya sea en Morelia, Pátzcuaro o Uruapan, en la que tenga cabida para las menores en cuestión.

Durante la estancia de las menores en la «Ciudad de las Niñas» se les proporcionan beneficios, los cuales consisten en una formación integral y moral, además de talleres de cocina y costura. Pero no obstante deben de cumplir con obligaciones que van incluídas en su formación; estas consisten en acudir a dichos talleres aparte de ayudar a las madres encargadas en las labores de aseo de las diversas áreas de la casa hogar.

El lapso que determina la estancia de las menores no se condiciona estableciendo una edad, en la cual estas deban de retirarse de la casa hogar al cumplirse, será decisión de ellas al sentir la capacidad de continuar con sus vidas fuera de las instalaciones o de los familiares, que a su vez decidan retirarlas de la institución.

En el transcurso de 25 años, la «Ciudad de las Niñas» se han albergado niñas que alcanzaron la mayoría de edad, manteniéndose integradas al seno de la casa hogar; actualmente se solventan los estudios profesionales de varias mujeres integrantes de la «Ciudad de las Niñas». Uno de los beneficios que tiene la casa hogar, es que las niñas no

pierdan el vínculo con sus familiares, las cuales aún permaneciendo en la casa hogar tienen contacto con ellos, estas son visitadas los domingos de cada mes manteniendo horarios de 10:00 a 12:00 y de 16:00 a 18:00 hrs., en las cuales les llevan comida, regalos o les hacen algún festejo como: cumpleaños o santo, todo dentro de las instalaciones.



Las niñas, en el transcurso de su estancia gozan de formación integral y moral.

Aunque se han hecho innumerables acciones para mejorar las instalaciones y satisfacer las necesidades de las niñas que conforman la casa hogar «Ciudad de las Niñas», no ha mermado el interés de las menores que entre 1996 y 1997 se pensó en la posibilidad de abrir un expendio de pan, la madre Olivia Sánchez presenta al SEDESOL (Secretaría de Desarrollo Social) la propuesta de la panadería, destinando un 50% para la adquisición de maquinaria, el resto del monto fue cubierto por las hermanas cooperadoras del apostolado social (H.C.A.S.) posteriormente se puso en marcha el expendio y desde entonces hasta la fecha se encuentra en la calle José Ma. Coss en la colonia Babilonia en Apatzingán, a un costado del parque «Amanecer» en un local que fue acondicionado en la cochera de una casa que es propiedad de las H.C.A.S., el expendio se encuentra a cargo de las hermanas Adela Cárdenas Contreras, Cristina y la Madre Olivia, que a su vez es atendido por las niñas que forman parte de la casa hogar, pero éstas habitan en el predio donde se encuentra la panadería junto con las madres encargadas de esta, de los ingresos que se obtienen parte son destinados para el sostenimiento de la «Ciudad de las Niñas».

Otro de los ingresos de las H.C.A.S. se perciben por medio de un kinder llamado «Carrusel», que se funda poco después de la «Ciudad de las Niñas» nuevamente por la madre Olivia Sanchez Pallares



◀
Panadería de las Hermanas Cooperadoras del Apostolado Social. Atendida por jovencitas de la «Ciudad de las Niñas».

apoyada por la madre Adelina, este se encuentra situado en la Av. Madero esquina con Filomeno Mata en la colonia Buenos Aires. No menos importante se cuenta con el apoyo de bienhechores o pequeños comercios que contribuyen con una aportación económica la cual puede ser mensual o de artículos básicos, todos los martes se recolecta comida en almacenes y mercados con valores que son otorgados por el «Club de Leones» otra parte es comprada por las religiosas (H.C.A.S.).

En ocasiones o fechas especiales se realizan bailables organi-

zados por las H.C.A.S. en las que participan las niñas de la casa hogar, estos se dan cita en el parque «Amanecer» o en el foro de la «Ciudad de las Niñas», con la finalidad de recaudar ingresos económicos con la venta de pan, palomitas de maíz o raspados; pero sin dejar de lado el esparcimiento y motivación que encuentran las niñas en dichas actividades, ya que estas se encuentran en los planes a futuro de las H.C.A.S. y es seguir proporcionando mejores condiciones de vida para que así se integren a la sociedad a la cual pertenecen.



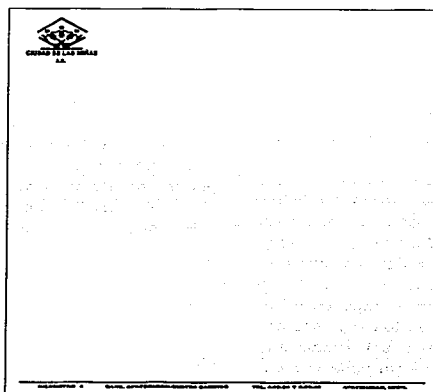
Jardín de Niños «Carrusel» propiedad de las Hermanas Cooperadoras del Apostolado social.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Las mejores condiciones de vida de los habitantes viven dentro de la casa hogar «Ciudad de las Niñas»; como se ha mencionado, siempre han sido las metas de las H.C.A.S. pero el desarrollo tiene muchas caras y no solo el acondicionamiento de las instalaciones es muestra de ello; otra parte del progreso de una institución se basa en utilizar una imagen para identificarse (logosímbolo, logotipo, etc.) y todo lo que abarca una «Identidad Corporativa». A pesar de lo pequeño de la casa hogar se cuenta con una imagen que identifica a la «Ciudad de las Niñas»; esta consiste en unas manos que acojen a tres niñas que a su vez son protegidas por un techo de casa, una barra sostiene el gráfico, en la parte inferior se acomoda el nombre «Ciudad de las Niñas A.C.»; este unificado forma un logosímbolo, que no del todo carece de diseño gráfico, además de que la imagen se aplica en sobres y hojas membretadas pero, debido a la pretensión de este proyecto la cual es dar mayor difusión a la casa hogar por medio de una nueva imagen renovada que le trasmite al público la confianza de realizar donativos económicos o de artículos básicos, para así obtener el tan anhelado bienestar de todas las niñas de la casa hogar.



Logosímbolo
de la casa hogar «Ciudad
de las Niñas» y hoja
membretada.

000

> NIVEL 2

- SUB_A: Diseño Gráfico**
- SUB_B: Areas del Diseño Gráfico**
- SUB_C: Campañas**
- SUB_D: Medios de Difusión**
- SUB_E: Reproducción Gráfica**

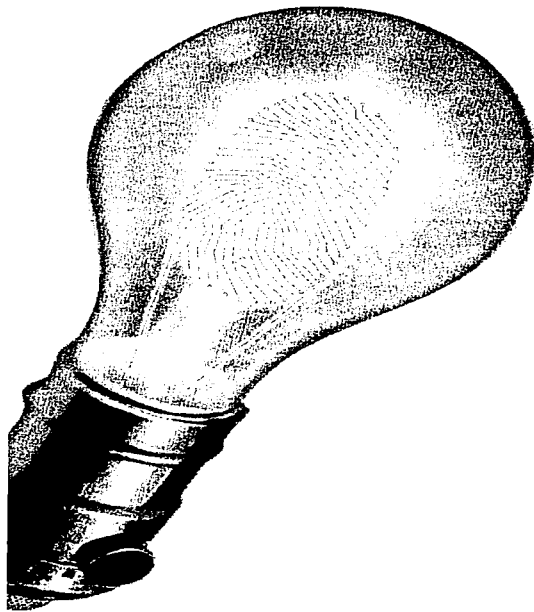
036

Se considera diseño gráfico a la disciplina que tiene por objetivo la transformación de ideas y conceptos de carácter visual, en la cual se encuentra la resolución de problemas de comunicación gráfica manejada de manera creativa y original.

El diseño gráfico se vale de una variedad de técnicas para el manejo de lo visual como: la fotografía, tipografía, ilustración, entre otras, para ampliar las posibilidades del servicio que ofrece dentro del ámbito comercial. Este a su vez trabaja de manera dual, una parte creativa en la cual se conceptualiza una idea y la parte realizadora, que es la que se encarga de proporcionarle características físicas al resultado final.

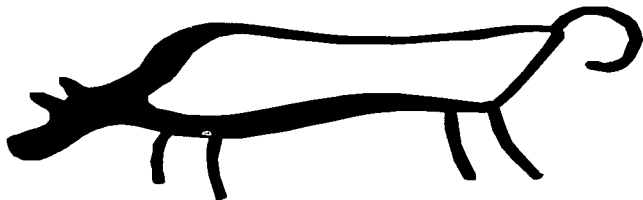
Actualmente es considerada la disciplina que integra la innovación y creación de gráficos que facilitan el proceso de comunicación visual, con el que se convive todos los días.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



La comunicación visual es tan ancestral como la existencia del hombre mismo. Sus orígenes se remontan a la prehistoria, en la que los grupos primitivos de África y Europa imprimieron pictografías en sus cuevas; las cuales eran realizadas con pigmentos que a su vez se mezclaban con grasa animal. Las finalidades de estas pinturas rupestres eran mantener una especie de archivo gráfico que se mostraría a generaciones venideras y con fines rituales.

La evolución del hombre es algo inevitable que da pauta al desarrollo de actividades a raíz de necesidades, la pictografía primitiva sigue sus fines hasta que los requerimientos de los antiguos pueblos comenzaban a evolucionar hacia el empleo de escritura.



Símbolo rupestre de la edad de piedra, primera forma de expresión gráfica en la historia del hombre.

Surge en Mesopotamia a partir del vínculo entre la necesidad de comunicarse y dejar acentada una información o mensaje. Para lo que los chinos a la par crearon su propio sistema de escritura caligráfica. Posterior a esto, Ts'ailun inventa un proceso de impresión a base de un bloque de madera en el que se grababa la página completa, esto permitió a los chinos duplicar el número de ejemplares de un mismo libro, entre otras múltiples aplicaciones.

La evolución de la imprenta trajo con Pi Sheng el desarrollo de los tipos móviles; los había de arcilla, cera y madera.



Tablilla en cuneiforme procedente de Tell el-Amarna en la antigua Akhetatón egipcia.



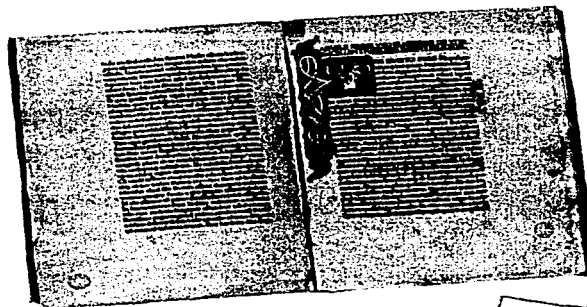
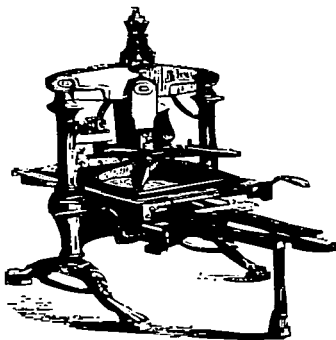
Grabado con la representación del poeta Tu Fu y muestra de la escritura caligráfica.

Pero el desarrollo de la imprenta aún no llegaba a Europa, los fabricantes de libros seguían obteniendo grandes riquezas con la venta de libros que solo podían ser comprados por los miembros de la nobleza.

Al mismo tiempo los monjes realizaban en los monasterios, bellos manuscritos decorados con gráficos coloridos.

Durante el medioevo hasta el Renacimiento, surgió una gran demanda, que orilló a los fabricantes a encontrar un método que agilizará el proceso de producción de libros a un bajo costo para que así fueran accesibles a todo público.

Fue entonces que Johann Gutemberg elaboró un sistema de impresión con caracteres individuales que revolucionó el proceso proporcionando mayor auge y proliferación de los libros a lo largo de los siglos XV hasta el XVIII.



Libro «De Bello Itálico Adversus Gothos Gestos», de Leonardus Brunus Aretinus (1471).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

A finales del s. XVIII e inicios del XIX evoluciona rápidamente el diseño. Entonces el «Art Nouveau» tendencia en boga, da pauta para que el diseño gráfico, deje de ser sólo un medio de transmisión de ideas, para pasar a ser todo un proceso elaborado de comunicación visual.

Artistas como Toulouse Lautrec, así como diseñadores industriales como Peter Behrens, Arquitectos como Frank Lloyd Wright y Charles Rennie Mackintosh, cada uno aportó e impulsó a su manera la nueva tendencia de las artes gráficas.

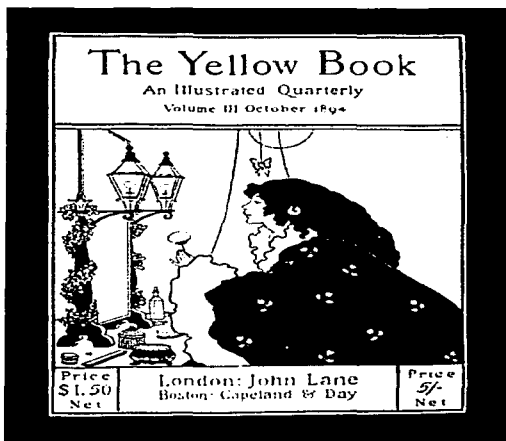


Prensa Albinón, tecnología utilizada por Johann Gutemberg (1471).



La influencia de los grabados japoneses llegaron a Europa en la 2a. mitad del siglo XIX, inspirando a pintores como Toulouse Lautrec.

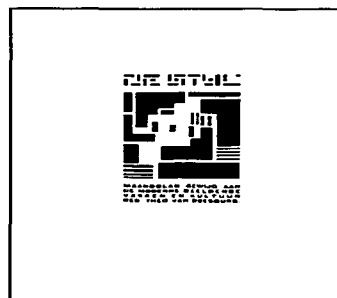
TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Las revistas que surgen en ese entonces de diseño y arte, empezaron a fomentar las aportaciones gráficas que distinguían a cada artista o diseñador.

Estas ideas no sólo eran arte gráfico, a la par con estas se dio un vínculo con la filosofía del arte, la práctica del diseño terminó fusionándose para formar el estilo que dominaría en el siglo XX «el Modernismo», éste no sólo se refería al diseño y el arte; la arquitectura era la que se vio más influenciada, pero también la pintura, el diseño de muebles, cerámica, joyería, el diseño industrial, la ingeniería de la construcción, el cine y la fotografía, los medios de comunicación (telégrafo y teléfono), así como los periódicos, carteles, revistas y las ediciones rústicas.

 El Libro
Amarillo (1894),
por Audrey Beardley.



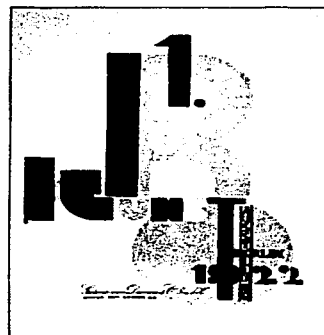
 Portada
de la revista
De Stijl, 1917
importante
influencia del
arte gráfico.

La tecnología era cada vez más evidente y la influencia que marcaba en las artes y el diseño, ya que proporcionó nuevos medios gráficos a ilustradores y diseñadores. Entre 1850 y 1910, la máquina de escribir, la trama, el proceso de impresión en color, la fotografía en color, la composición automática, la flexografía, la estereotipia, la instantánea y el efecto de cámara lenta, la fotografía de alta velocidad, la fotografía de rayos x, la película de fotogramas móviles, la película de animación, entre otras; sirvieron de apoyo e inspiración para el diseñador de la época.

 Cartel
revolucionario ruso
que muestra el marcado
estilo modernista de la época.

Los nuevos principios se inspiran en la industria, la arquitectura y la construcción como: el automóvil, el rascacielos, la maquinaria industrial, los ferrocarriles, entre otros. La construcción modular en cuadrícula en edificios de estructura de acero, estos principios arquitectónicos, influenciaron directamente a las artes gráficas, en la cual se desarrollan los estilos asimétricos y los no tradicionales del modernismo. La construcción en retículas se convirtió en una herramienta fundamental del diseñador gráfico.

Para 1919 Walter Gropius funda la «BAUHAUS» escuela de arte y diseño, esta es considerada la fuente de inspiración más importante, para el desarrollo de estilos del diseño gráfico del siglo XX. Más de 50 años son testigos del estilo «INTERNACIONAL» que difundió la Bauhaus en el ámbito del diseño gráfico; posteriormente los Nazis cierran la Bauhaus en 1932.

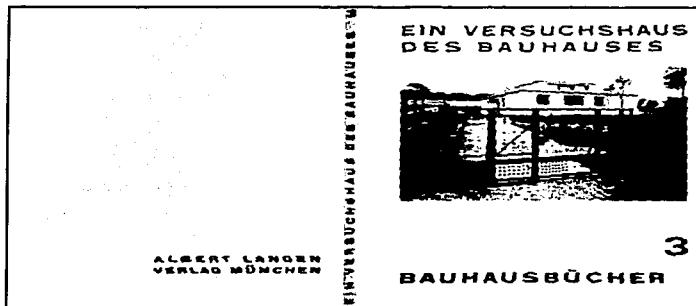


El Lissitzky
Catálogo de exposiciones,
(1922), muestra del modernismo

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Diseño
Gráfico de la Bauhaus
en la década de los veinte.



La publicidad alcanza un crecimiento tal, que proporciona al diseñador nuevos mercados, en los que exigía la creación de nuevas formas. Las nuevas tecnologías apoyaban el desarrollo del diseño gráfico, ampliando las posibilidades en la impresión. A lo largo de veinte años posteriores a la conclusión de la 2ª guerra mundial, el diseño gráfico se ve influenciado por el creciente estilo que conjugaba características «MODERNISTAS» integrando la composición asimétrica, el tipo de palo seco y el uso del margen izquierdo. La nueva ideología del diseño pregona el uso de la tipografía en conjunto con la imagen para clarificar los gráficos.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Aparece en la Suiza neutral, con Max Bill, ex-estudiante de la Bauhaus, un estilo asimétrico con armonía y legibilidad. El paso del estilo Suizo posicionó su influencia con la creación de dos tipografías sans serif; estas fueron creadas por diseñadores Suizos en los cincuenta: la «Univers» de Adrian Frutiger y la «Helvética» de Edouard Hoffman junto con Max Miedinger.

HELVETICA

Posteriormente el nuevo estilo a lo largo de las décadas de los cincuenta y los sesenta le imprime su marca al diseño gráfico de Estados Unidos y Gran Bretaña, donde tomaba cada día mayor auge el «pop art» en conjunto con la música. El diseño gráfico entonces cuenta con una gran variedad de herramientas tipográficas, que eran utilizadas como ilustración, para así convertir, al pop

art en el estilo que predominaba en los sesenta.

Los estilos gráficos no dejaron de surgir a lo largo de los años setenta y ochenta, influenciándose de movimientos como: el Dada y las tipografías del siglo dieciocho, conjugándolas en el nuevo estilo post-modernista.

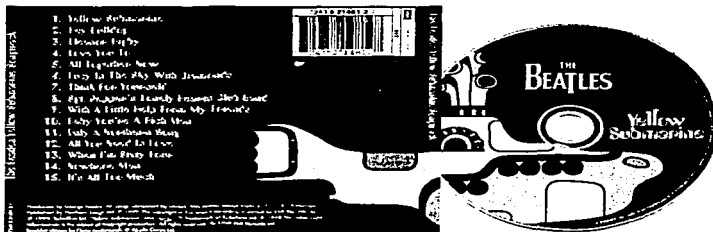
A mediados de los setenta Jamie Reid realiza la cubierta de los LP's de la banda de punk-rock «sex pistols», emplea técnicas dadaístas para ilustrar la personalidad nihilista del grupo punk. A finales de los setenta e inicios de los ochenta el estilo punk unido a la tipografía post-suiza forman parte de postmodernismo, evolucionando hasta llegar a los estilos post-punk, post-modernismo y post-apocalíptico, de donde se realizaron películas como: Mad Max, The Last Battle y Blade Runner, en las que los diseñadores expresaron visualmente las ideologías de la época.



La computadora,
el vehículo que lleva al
diseñador actual a su destino.

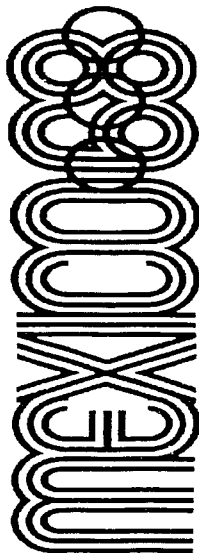
A finales de siglo XX, el diseño gráfico cuenta con una gran variedad de información aunado a esto existe una amplia gama tecnológica que extiende las posibilidades para desarrollar la profesión.

Actualmente el potencial de la computadora que funje como herramienta pero a su vez como medio masivo de comunicación con el «internet». La versatilidad del diseñador es aun mayor, ya que tiene en sus manos los elementos para generar mejores resultados visuales, aplicados al proceso de diseño y a las tendencias en voga, logra resultados excelentes.

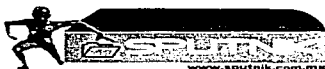


Los Beatles,
principal exponente
de la música de los 60's.

Comienza hace apenas treinta años a partir del desarrollo de las olimpiadas del 68. Posterior a estas el diseño gráfico consolida sus bases teóricas y toma mayor importancia, además de asumir un papel relevante en el desarrollo industrial, se convierte en un elemento integral como medio visual del país, para comunicar mensajes a toda clase de público y que ese mensaje fuese un mismo lenguaje gráfico para todos.

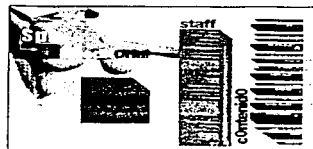


Logotipo para las Olimpiadas del 68.

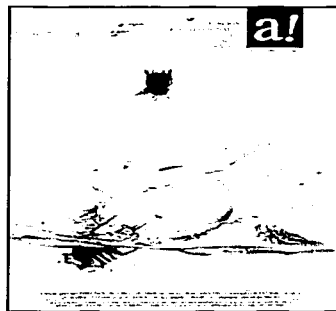


SPUTNIK,
es una revista mexicana
que muestra la tendencia
del diseño futurista.

Interior de la revista>



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Esta acción fue el punto de partida para fundar al poco tiempo las primeras escuelas de diseño gráfico en México. Debido al gran interés que mostraron empresas privadas e instituciones públicas por renovar su imagen gráfica, con la finalidad de obtener mayor prestigio y mejores ventas de sus productos. La evidente apertura comercial y la tendencia mundial llamada «globalización» que se propaga rápidamente, hoy obligan a México a la búsqueda de nuevas soluciones para su desarrollo.

El diseño, como principal fuente creativa juega un papel importante, que cada vez se reconoce con mayor claridad. En conjunto, los diseñadores empiezan a entender cual es su participación en este nuevo espectro, para colaborar en el desarrollo de la imagen y los productos de un país en proceso de cambio como lo es México.



1er. número de la revista **al DISEÑO**; una muestra del buen Diseño Gráfico en México.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

El diseñador gráfico de los últimos treinta años ha dado un importante avance en la aceptación del público en cuanto a su labor, que a raíz del incremento de su potencialidad a impulsado al diseño gráfico para crear «cultura visual» en el espectador. Un diseño innovador, aplicado en la música popular, en la calle y en la televisión; la cual ha funjido como medio educador y persuasivo, influyendo en la conciencia del público, y en mayor medida desde los setenta.

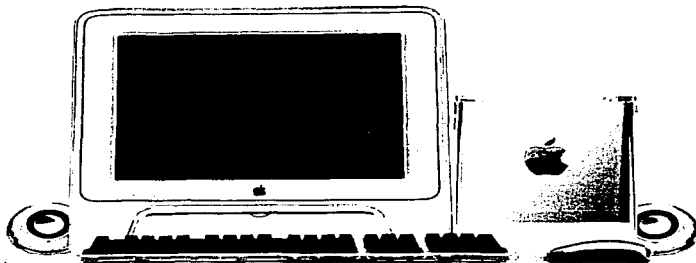
Dicha aceptación en parte es resultado de la creciente proliferación de cursos de actualización a los que acuden diseñadores de diversas partes, que son resultado de la expansión del diseño gráfico, de donde el diseñador se ha transformado en un integrante y promotor de la cultura popular de la actualidad.



Premio a!, lo
mejor del diseño en México.



Power Mac G4 cubo,
uno de los mejores recursos
tecnológicos que existen hoy día.



Otro factor que ha contribuido, es la amplia gama tecnológica que permite aumentar la capacidad del diseñador que facilita el proceso de comunicación, por lo tanto el diseñador no solo debe ser creativo, si no que necesita conocer y dominar todas las características de esta tecnología compleja. Aprender a utilizar las herramientas y procesos para cada trabajo y así acortar la distancia que existe entre la idea y las máquinas, permitiendo que fluya con mayor facilidad una idea, que desemboca en un mensaje dirigido de manera gráfica.

El diseñador gráfico trabaja en el medio de comunicación de masas más antiguo. Más de 500 años son ejemplo de lo que se ha realizado en cuanto a diseño de la comunicación visual; la página impresa y la representación de información dentro de esta, ha impulsado al diseñador gráfico hasta la revolución de las comunicaciones. El medio gráfico es ahora el método establecido de comunicar texto e imágenes, no sólo en libros, revistas y otros medios impresos, si no también en la pantalla de televisión y en la computadora. Los campos son tan diversos que abarcan el diseño de escaparates e interiores de tiendas, televisión y video, envase e identidad corporativa, señalización, gráficos de computadora, material educativo e informes empresariales; esto es sólo en cierta medida la contribución del diseñador gráfico.



↳ Escaparate, vende publicidad artística en tarjetas postales.

↳ Es amplia la gama de opciones que tiene un diseñador para desarrollar su creatividad.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Actualmente son más los espacios que el mundo ofrece para fomentar al diseño gráfico, es evidente que la gran competitividad que existe en el ámbito de los negocios a influido en la difusión y la aceptación del diseño gráfico como un servicio de primera necesidad, que proporciona distinción entre las empresas y aceptación por parte de un público consumista.



Para la práctica de las diversas áreas del diseño, se considera que es necesario apoyarse en un proceso de estudio para la solución de problemas, para así obtener un resultado adecuado.

Existen una variedad de pasos a considerar que se deben realizar antes de comenzar a diseñar.

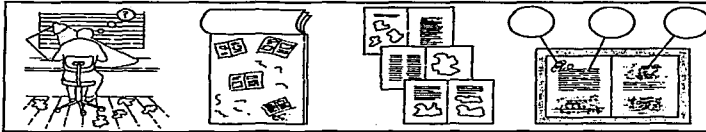
Identificar o definir el problema con la información que se rescate del cliente.

Producción de originales; este es la digitalización de los bocetos para impresión.

Implementación; es la parte en la que se plantean las aplicaciones gráficas.

Evaluación; esto con la finalidad de medir los resultados obtenidos y comprobar si se alcanzaron.

Estos son los pasos a seguir para la resolución de cualquier problema de diseño que necesite solución de manera gráfica.



Recabar información; la obtenida de la entrevista con cliente y del análisis de su empresa.

Organizar y analizar el material obtenido.

Plantear objetivos; los cuales serán el resultado que se desea obtener.

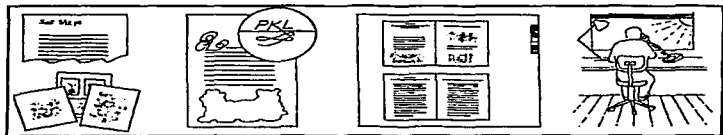
Presupuesto; en este se analiza el costo total del proyecto

Una vez delimitado el problema se procede a diseñar, basándose en los siguientes pasos.

Previsualización o bocetos preliminares

Ante proyecto o bocetos en forma; en este se afinan para conseguir mayor presentación.

Retroalimentación con el cliente; se le muestran los bocetos para definir cual de las opciones le agrada.



La metodología es un proceso de diseño gráfico para obtener el concepto de una imagen gráfica.

La finalidad del diseño gráfico es transmitir ideas por medio de un lenguaje visual, el cual se manifiesta en todo tipo de aplicaciones gráficas en el ambito del diseño; el cual se desarrolla con gran rapidez, debido a la afluencia competitiva de productores de mercancías y servicios, ya que cada empresa pretende posicionar una imagen única y atractiva para promocionar sus productos o servicios de una manera original y eficaz, para comunicarse con su consumidor.

La forma que adoptará el trabajo gráfico puede encajar en muchas categorías entre las que se encuentra: *El diseño audiovisual*; considerado un medio de comunicación importante debido a la influencia auditiva y visual que ejerce en el espectador, pero en cuanto a masividad el mejor medio es la televisión, además del cine y el material multimedia, este último para computadoras.

En el diseño de envase y embalaje; se encuentran todo tipo de etiquetas de envases y los utilizados para su resguardo como las bolsas, cajas, etc.

El diseño de señalización; conjuga elementos que se utilizan para la movilización de las masas (señales de tránsito y vías de acceso).

El diseño editorial; el cual hace referencia al diseño de páginas, ya sea de libros, revistas, periódicos, entre otras.

El diseño publicitario; es el que tiene por objetivo la publicidad de un bien o servicio, ya sea con material impreso (cartel, volante, espectacular, etc.) o por algún medio electrónico como la televisión.

La identidad corporativa; es la imagen de una empresa; es considerada parte fundamental de su crecimiento y difusión así como las aplicaciones que conlleva esta identidad (tarjeta de presentación, hoja membretada, sobre, uniformes, formas fiscales, vehículos unitarios, entre otros).

Así pues las áreas del diseño gráfico encuentran nicho en todo tipo de aplicaciones referentes a la comunicación de mensajes gráficos.



 Diseño publicitario en un anuncio de revista para la marca Gatorade.



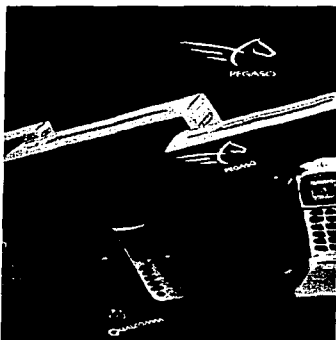
 Energy Bar de Gatorade, ejemplo de diseño de envase.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

IDENTIDAD CORPORATIVA

La diferencia que existe entre diseñar marcas y logotipos, estriba en la divergencia que va de diseñar un signo único, a diseñar un sistema más complejo de normas; en el que va implícito el signo así como otros elementos en una estructura corporativa.

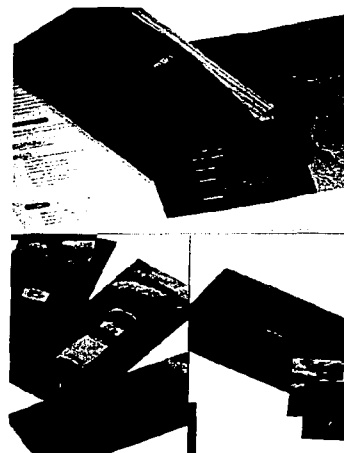


El avance que se dio en el diseño de identidades, se debió en mayor medida a el preindustrialismo, el mercado y la comunicación. Este ha sido influenciado enormemente por los cambios, que suceden en el ámbito socioeconómico enfocado hacia el consumo, así como también en la tecnología. Y no obstante los cambios de mentalidad introducidos por los medios de comunicación. Pero esto no significa que la identidad corporativa, elimina la marca si no que la expande en un universo de identidades.



La identidad corporativa surgida de una situación socioeconómica, que se desarrolla constantemente, influenciada por la comunicación, no sólo tiene por objeto identificar físicamente a los productos, si no desarrollar un concepto visual que proporcione personalidad e identidad corporativa, aplicada en un manual que amplía y coordina las características que deberán predominar dentro de la imagen corporativa.

D Diseño de empaque para teléfonos PEGASO.



P Papelería y Folletería para promocionar el servicio PEGASO.

A Anuncio de revista para mostrar las virtudes del producto.

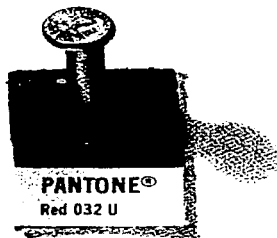
TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

Cualquier proyecto de Identidad Corporativa que se emprenda es susceptible de incluir en este la utilización de los elementos del diseño.

La elección adecuada de estos constituirá en ocasiones la influencia primordial en el modo en que se transmite una idea, tomando en cuenta que no todos los elementos son apropiados para un determinado proyecto de Identidad Corporativa.

El color puede ser interpretado por cada persona a su manera; debido a la «psicología del color»; la cual consiste en el empleo de este adecuadamente para provocar emociones en el público. Resulta fácil comprender hasta que punto puede reforzar el mensaje y es también un aspecto esencial en el diseño, pero esto sólo dará resultado si el diseñador comprende o son de su conocimiento las propiedades del color y es consciente del efecto que se propone conseguir.



La tipografía, en el curso de los siglos, los tipos se han desarrollado desde letras formadas a mano, talladas en madera, pasando por tipos metálicos hasta hoy en el presente, que se cuenta con un gran y extenso banco de tipografías almacenadas en computadoras o catálogos, pero indudablemente siempre se ha considerado el aspecto psicológico de las tipografías, el cual consiste en determinar el tipo adecuado para transmitir la personalidad planeada por el diseñador, que en conjunto con el color es una herramienta fundamental. Pero incluso en la actualidad, a pesar del uso mucho más amplio de la fotografía y la ilustración, la tipografía y su diseño son aún, elemento clave de todo trabajo gráfico.



 Logotipo para: el Instituto de Neurología y Neurocirugía (USA).

Por tal, si no se presta atención al impacto e importancia del elemento tipográfico en el diseño, se pueden estropear ideas creativas. A finales del siglo XX, la comunicación visual se basa en la lectura e interpretación de imágenes. Pero no obstante el diseñador debe saber que determinados tipos ocasionan reacciones y emociones predecibles. Por ejemplo: el uso de un tipo fluido y caligráfico se asocia al momento con

la elegancia y el lujo; por el contrario la aplicación de tipos sencillos y explícitos a menudo se encuentran en carteles políticos y en publicaciones para las industrias de la construcción, ya que su público no necesita sofisticación.

Las asociaciones relacionadas con los tipos son parte integral de cualquier cultura.

La imagen juega un papel de suma importancia en la mayoría de los medios de comunicación entre los que se encuentran la televisión y los



 Imagen para promocionar la Semana de Diseño Gráfico en Cuba.

impresos; a partir de su empleo pasa a ser pieza fundamental para obtener mayor impacto visual, aunado a el mensaje a comunicar, el cual será interpretado más rápido y retenido por un lapso más prolongado en la memoria del receptor.

Existen diversas modalidades de imágenes que sirven como instrumento para el diseñador, que utilizadas de manera adecuada se logran óptimos resultados.

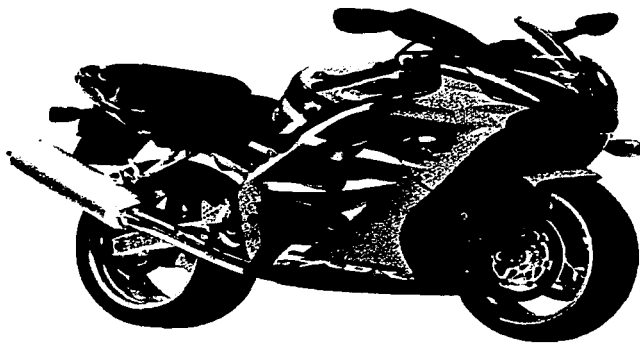
TESIS CON FALLA DE ORIGEN

La **fotografía** considerada la más trascendente en cuanto a definición gráfica e impacto visual. Existen muchas razones por las cuales utilizar una fotografía, inclusive en lugar de una ilustración. A parte del hecho de que el cliente haya pedido una fotografía para formar parte integral del diseño, hay ocasiones en las que sólo la fotografía funciona bien. Por ejemplo: imaginar un folleto de turismo lleno de dibujos a pluma. Nada puede evocar tan claro tan claro como la fotografía la presencia de un lugar, persona o producto.

La **ilustración** otra herramienta no menos importante, esta hace posible la creación de escenas fantásticas e irreales; generalmente se recurre a esta cuando la idea del diseñador trasciende los límites de las posibilidades de una fotografía. La realización de una buena ilustración requiere de elementos como lápices de colores, gises o lápices de pastel, acuarelas, gouache, tinta china o algún otro material para lograr texturas visuales o imagen deseada.



Ilustración de Miguel Ángel Pérez Arteaga, (1997).



La fotografía es la principal vendedora en los catálogos de motos.

La **estilización** al igual que las otras dos, es de las más utilizadas, pero tiene un aspecto a considerar, el cual es la pérdida de todos los rasgos de la fotografía y la ilustración, pasando a ser una modalidad abstracta, por lo tanto para lograr una estilización óptima, se cuenta con tres niveles: representacional: el cual conserva la mayoría de las características de una imagen, abstracto: este comienza a perder los rasgos de la forma y simbólico; se realiza cuando se quiere conservar la figura básica, esta casi siempre es manejada por el diseñador en base a un concepto. La estilización es una herramienta muy utilizada en la aplicación de logogramas, como parte de una identidad corporativa.



Estilización de un tanque de buzo en grado abstracto.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Dentro de este se hallarán los fundamentos referentes a la personalidad gráfica de la empresa. Este debe de fungir como medio para resolver cualquier duda referente a la identidad.

El contenido del manual se determina por el plan que arroja las necesidades de la empresa y también por las características de la misma.

En el manual se introducen todos los elementos que conforman la identidad; abarcando la explicación del significado de los signos de la identidad empresarial, hasta la manera de reproducirlos y aplicarlos.

Un esquema básico del contenido de la identidad corporativa del que se extiende una introducción, objetivos del programa, vocabulario, signos de identidad, logotipo, símbolo, identificador, gama cromática, uso de los colores, la estructura visual de la identidad, tipografía corporativa, normas tipográficas, sistema modular del diseño, formatos, elementos gráficos, compaginación, aplicaciones, impresos alta dirección, impresos comerciales y administrativos, publicaciones institucionales, publicidad, anuncios (carteles, cine, televisión), envases, etiquetas, embalajes, material punto de venta, material de exposición, material de promoción, señalización, decoración de vehículos, uniformes, muestras de material normalizado.

A grandes rasgos estos forman parte integral del espectro de la identidad corporativa, todo esto con la finalidad de establecer igualdad en las diversas áreas de una empresa que fluctuarán en una comunicación visual.

 Manual de identidad gráfica para grupo interno "Enlace Bancomer".



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

DISEÑO PUBLICITARIO

El comercio y el consumismo es cosa de todos los días, debido a la gran demanda causada a raíz de la explosión demográfica. Actualmente el enfrentamiento con la expansión de los medios de comunicación fluctúa en el bombardeo de productos y campañas publicitarias. A través de estos se observa que una función básica del diseño publicitario es ganarse toda la atención del consumidor.

Al mismo tiempo, es primordial que el diseño de un anuncio se entienda fácil y rápidamente.

Otro de los principios del diseño publicitario, que cada vez es más importante: es el estilo o la apariencia que el diseñador le proporciona. En los inicios de la publicidad los fabricantes solo se concentraban en informar las descripciones y los precios de los productos. Hoy el estilo se convirtió en un factor de considerable importancia en las decisiones del consumidor al comprar. Generalmente en lo único que compiten los productos es en su apariencia, a través de su publicidad y envase.

Se podría decir que el diseño publicitario tiene tres funciones: hacer que se entienda fácilmente y que contenga un estilo que favorezca tanto al producto como al consumidor.

Existen diversos tipos de publicidad, enfocada a diferentes necesidades. Las hay para promocionar algún servicio, por ejemplo una Aerolíneas; en las que se aplica



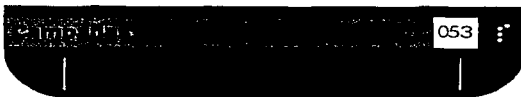
Actualmente los productos son un apilamiento de imágenes que confunden al consumidor.

la promoción de esta por diversos medios, que van desde la Televisión hasta los artículos promocionales.

Otro de los tipos de publicidad esta empleada para generar conciencia, recaudar fondos económicos, artículos básicos para discapacitados, juguetes, etc.

Otra manera de denominar al diseño publicitario, es como campaña; en sus diversas manifestaciones.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Son varias las campañas, las cuales persiguen el mismo fin, captar la atención del público, aunque presentan variantes en cuanto a los objetivos que pretenden obtener.

CAMPAÑA PUBLICITARIA

En esta se platea una imagen a difundir, donde se compaginan una serie de anuncios con similitudes entre sí, cuya finalidad es vender.



 Slogan de la campaña publicitaria utilizado por la compañía PEGASO.

CAMPAÑA ELECTORAL

Esta se realiza con la finalidad de dar a conocer, a la persona que esté postulada, propagando sus propuestas y soluciones que influirán en la sociedad a gobernar.

CAMPAÑA DE GUERRA

Transmitir los ideales de la causa, así como los beneficios que se obtendrán con esta, además de fortalecer el nexo que se da entre los combatientes.

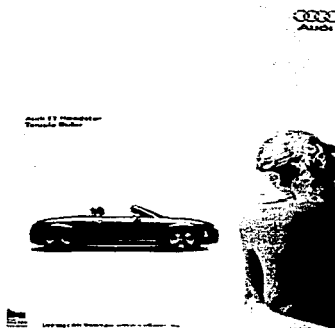
CAMPAÑA DE AGITACIÓN


Pretende impulsar la grilla en un círculo social, agitar, alterar la paz y el orden comunitario, influenciando en la necesidad del cambio social.

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN

Pretende proliferar una imagen, servicio o necesidad por medio de un conjunto de mensajes coordinados.

La promoción es confrontada por elementos como: la publicidad, la venta personal, la promoción de ventas y las relaciones públicas, y a la vez estrecha lazos con la propaganda que se basa principalmente en las ideas de la comunicación, la psicología cultural. De estas se desglosan y adoptan diversos objetivos determinados por una necesidad inmediata.



 Los anuncios de revista son parte integral de una campaña para promocionar a un vehículo.

CAMPAÑA RELIGIOSA

Las bases de esta es difundir la fe, que trascienda las fronteras sociales en un ámbito específico.

CAMPAÑA CULTURAL

Impulsa las raíces de un contexto social, dando a conocer sus manifestaciones.



 Cartel para la XXVIII Feria Metropolitana del libro.

CAMPAÑA ECOLÓGICA

Se asienta en el fundamento de concientizar a las masas sociales, por evitar la destrucción del medio ambiente con el que interactúa el hombre.

CAMPAÑA DE INSTITUCIONES BENÉFICAS

Radica en la inquietud de manifestar los problemas que aquejan a las personas atendidas por estas instituciones. Crear conciencia para cooperar es su principal objetivo.

El objetivo primordial de una campaña a sido influir en un grupo social para que adopte una conducta determinada.

Su propósito es transmitir un problema que aqueja a una sociedad, buscando la cooperación de esta para darle solución. Esta se caracteriza por hacer uso de las bases de la campaña publicitaria y de promoción, las cuales son:

- > las tácticas de venta.
- > los medios de promoción.
- > estudio de la población.
- > estructura del mensaje.

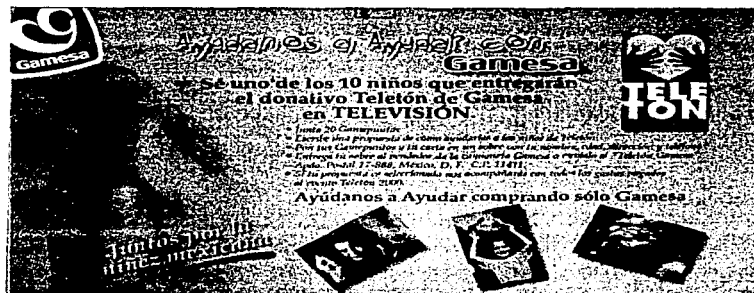
Solo que las adecua a sus necesidades y objetivos, que divergen de las otras campañas, ya que su finalidad no es de lucro.

La planeación de una campaña de concientización se rige por los principios básicos de la propaganda; en la que se estipula el *cómo llegará el mensaje al público* y por que medio. Para esto se debe considerar un mensaje de transmisión, el objetivo y el público, definir qué tipo de aliciente se empleará y considerar la magnitud de la influencia en el receptor.



 calcomanía,
prueba de apoyo
al *TELETON* .

 Publicidad impresa
en el reverso de una caja de
galletas, con el fin de promo-
cionar el *TELETON*.



ayúdanos a Ayudar con Gamesa

Se uno de los 10 niños que entregarán el donativo Teletón de Gamesa en TELEVISION

¡Solo 20 Compras!

Escrite una propuesta de cómo ayudar a los Niños de México por sus Compras a la casa en que habes que trabajar, vender o trabajar en el reverso de la Galletita Gamesa o tarjeta de Teletón Gamesa. Postal 17-586, México, D.F. C.P. 51411

Si tu propuesta es seleccionada más donativos con cada una de las compras que al recibir Teletón 2000.

Ayúdanos a Ayudar comprando sólo Gamesa

Para definirlos en la mayoría de los casos, requiere de una síntesis de las ideas realizadas por los encargados de la mercadotecnia y de planificación. La investigación realizada a cargo de estas contiene ocho puntos informativos: una descripción del producto y de su posición en el mercado, los objetivos de la publicidad, el público objetivo, el concepto clave o la proporción de los medios, el medio donde aparecerá el anuncio, pautas sobre el tono y la personalidad de la publicidad, el presupuesto asignado a la producción. Dentro de los medios seleccionados como resultado de la investigación se pueden dividir en visuales, auditivos, escritos o impresos y mixtos.



La televisión el medio masivo por excelencia.

Dentro de los audio-visuales cabe situar a el cine, la televisión, diapositivas, internet, etc. En cuanto a los auditivos se encuentran la radio, los discos y audiocassettes. Y por último entre los medios escritos o impresos contienen a los libros, catálogos, folletos, manuales, prensa, entre otros.

Encontrando esto en un marco de referencia: la campaña publicitaria, que en su espectro reúne algunos de los medios publicitarios ya sea visuales, auditivos, impresos o mixtos (visuales y auditivos).

MEDIOS ELECTRONICOS

La televisión es uno de los medios de comunicación masivo más completo, porque adquiere cualidades visuales y auditivas.

Utilizado como medio de comunicación de ideas y apoyo de una campaña puede resultar en la optimización de los objetivos tornándolos benéficos, pero resulta costosa su utilización para los fines que se persiguen.

Internet, la supervía de acceso a la información o simplemente, la red, es para muchos, un nuevo medio de comunicación; para otros, fuente de información o entretenimiento. Pero para el diseñador es eso y más: un excelente nicho de desarrollo y también una valiosa herramienta de negocio para él y sus clientes.

Al igual que los medios impresos, en internet la función es más importante que la forma. EL objetivo es lograr una transacción entre empresa y usuario, entre quien se da a conocer a través de un sitio en internet y el Internauta.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



La arroba, símbolo y llave de acceso del Internet.



El radio es un medio de comunicación auditivo, que al igual que la televisión predomina su masividad, pero carece de impacto que genera la visualización de gráficos (televisión). Es un medio de audición colectivo que establece una comunicación de manera personal y directa. Utilizado para ampliar el espectro publicitario de una campaña coopera de una manera más accesible al presupuesto de esta en el andar de su difusión.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

MEDIOS IMPRESOS

El **periódico** es ubicado dentro de los medios de comunicación impresos, su función es transmitir información escrita de acontecimientos locales, nacionales y extranjeros. Este sería el equivalente de un noticiero de televisión.

Existen gran variedad de publicaciones cuyos contenidos diversifican en secciones de interés para públicos diferentes; los que publican noticias y artículos referentes a un tema específico; algunos tienen un círculo social como objetivo; los hay diarios, semanales o quincenales, manteniendo distribución matutina o bien vespertina.

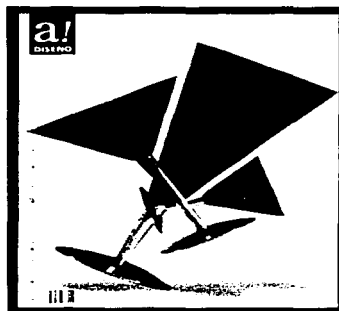
Es el medio tradicional por excelencia, estableciendo una comunicación personal y directa, ya que su mensaje lo da por escrito y es accesible para todo tipo de personas.

La **revista** es una publicación periódica que funje como medio de comunicación masivo, las cuales pueden ser desde semanales hasta anuales.

La revista esta dentro de los medios de comunicación impresos con mayor aceptación, ya que la mayoría de ellas esta impresa a todo color (cuatricromía).

Existen todo tipo de publicaciones especializadas en temas como: la familia, ciencia, el mundo del espectáculo, sociedad, economía, infantiles y las especiales, que solo hacen referencia a las actividades de alguna empresa u organización.

Estas funcionan a partir de la venta de espacios dentro de la misma a los llamados patrocinadores, con la finalidad de promocionar sus productos o servicios.



Publicaciones de la revista a!
diseño, números (a)32, (b)33 y (c)34.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

El cartel es considerado en el ámbito de la comunicación "un grito en al pared" y uno de los que cuenta con trayectoria promocionando. Reúne características particulares como la sencillez, la capacidad de llamar la atención e informar de un solo vistazo; para lo que deberá ser legible ya que su lectura se da a distancia y con rapidez; debe de tener impacto inmediato; requiere de un manejo de color adecuado a las necesidades. Existen diversos tipos de carteles, dependiendo de su finalidad:

El cartel comercial es el medio publicitario que persigue la venta y propagación de productos o servicios.

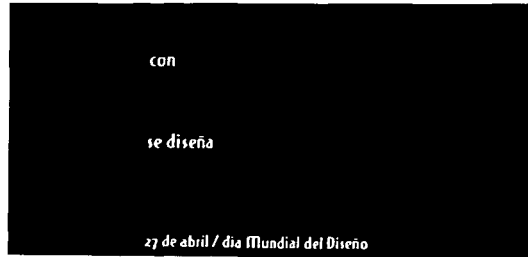


Cartel, para promocionar la película *Belleza Americana*.



(a) Cartel de la colección "Medio ambiente y desarrollo", Brasil 1993, y (b) Cartel para el Parque Tepezán, 1999.

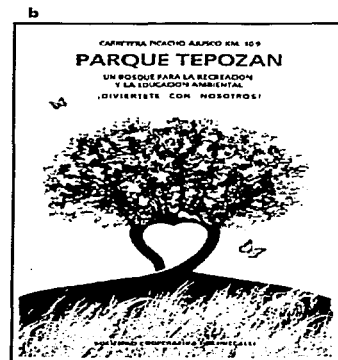
El cartel decorativo informa pero a la par con la decoración de algún espacio arquitectónico resulta un entorno diseño de manera agradable.



Cartel conmemorativo del día mundial del Diseño Gráfico. Diseño: Octavio Alfonso López.

El cartel conmemorativo funje como medio informativo que hace alusión a algún evento en especial.

El cartel social tiene contenido temas de interés social como eventos políticos, culturales, sociales, deportivos, entre otros.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

El espectacular sitúa sus bases en el contexto teórico del cartel, persigue los mismos objetivos y surge a partir de una misma necesidad «comunicación instantánea». Pero la característica distintiva de este medio consiste prácticamente en cuanto a dimensión; las necesidades de ampliar el campo de visibilidad para hacer llegar el mensaje a gran distancia y a una velocidad mayor del transeúnte con claridad y precisión.

Este medio es utilizado con mayor frecuencia donde la circulación vehicular es constante y conflictiva, para así asegurar el mayor número de receptores.

Las bardas son un recurso muy utilizado, debido a su gran semejanza con los anuncios espectaculares, siendo aplicadas de igual manera, con la finalidad de ser visibles a grandes distancias y por un mayor número de personas.

Las bardas a diferencia de los espectaculares, son mucho más baratas en cuanto a su reproducción, además de ser fáciles de hacer, pero tienen la desventaja que hace imposible la aplicación de fotografías o gráficos complejos como: texturas, efectos de computadora, entre otros, ya que el proceso de elaboración es a base de la rotulación con pintura para pared.



Los anuncios en bardas son de los de más bajo presupuesto, ya que se hacen con pintura vinílica.

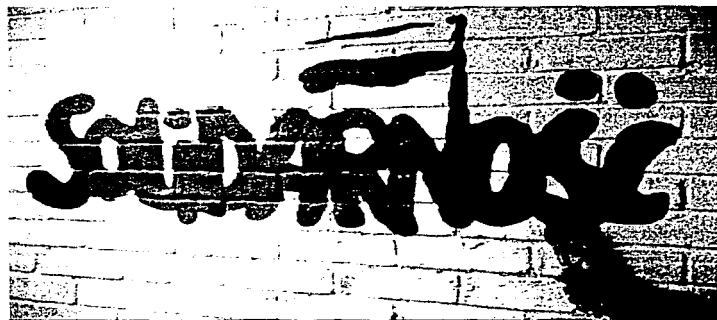


Espectacular para la campaña publicitaria de Construrama.

El folleto es un medio clasificado entre los impresos, estructura en su contenido la descripción y los componentes de un mensaje (producto o servicio). La folletería está condicionada en cuanto a su masividad por el tiraje (número de folletos impresos), por tanto la interacción con su público se da de manera individual y directa, describiendo el contenido del folleto y desglosándolo.



Folleto promocional de las bellezas de XCARET, ubicado en Cancún, Quintana Roo, México.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Todo diseñador gráfico comienza con la generación de una idea, para posteriormente hacer el diseño. Podría considerarse que la pre prensa comienza desde la generación de la idea. Un breve concepto de lo que es pre prensa sería todo el procedimiento que se lleva a cabo antes de la impresión del trabajo final.

Los distintos tipos de pre prensa desde la antigüedad hasta hoy día en el siglo XXI son:

1> La pre-prensa manual es aquella en donde tiene que ver las manos para que pueda ser realizada, actualmente es conocida como un tipo de impresión artesanal, ejemplos de este tipo de impresión son la xilografía (que es un grabado en madera), huecograbado (raspar una placa de cartón), etc.

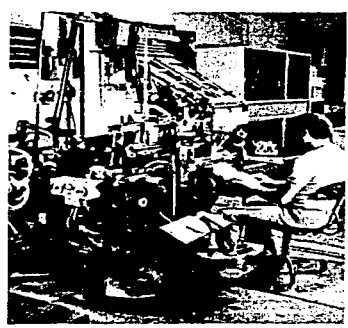


El rey Arturo con sus Caballeros. Xilografía del siglo XV.

2> La pre-prensa Mecánica se refiere al tipo de impresión en la cual ya existe maquinaria de por medio, que hace que el trabajo sea

mucho menos pesado y no requiera de tanta dedicación, a diferencia de la manual, como su nombre lo dice, este tipo de impresión ya no se lleva a cabo por medio de herramientas rudimentarias para crear huecos en una placa. Un ejemplo de este tipo de pre-prensa es la linotipia, que ya no acomoda los tipos de manera manual, sino que por medio de una máquina acomoda las líneas para que después pase el rodillo con tinta por el texto para así lograr la impresión.

Máquina de Linotipo.

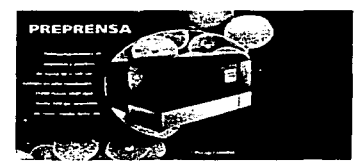


3> El tipo de impresión electrónica se lleva a cabo en la fotomecánica, en donde se dan los diseños para que después estos se conviertan en negativos. Este consiste en fotografiar el gráfico con una cámara que a su vez está conectada a un equipo electrónico que procesa la información en múltiples líneas.



Fotocomposición de numerosísimas líneas que forman al caracter.

4> A diferencia de la pre-prensa electrónica, la pre-prensa digital pasa su información a números, es un sistema binario. La calidad de este tipo de impresión es muchísimo mejor y muy alta. Un ejemplo de este tipo de pre-prensa es la fotocomponedora, que es un aparato que sirve para dar material de salida listo para imprenta. El material puede ser de película o lámina.



Fotocomponedora de negativo y positivo de hasta 82 x 120 cm.

Para un diseñador es fundamental conocer las diversas técnicas de impresión. Para hacer una adecuada selección del método que prometa cumplir las características con las que deberá culminar el diseño ya impreso.

Así pues el diseñador dependerá del conocimiento que tenga de: tamaños, peso y acabados de papel; además de la moderna tecnología de impresión y reproducción, que permitirá a este hacer uso creativo de los recursos técnicos.

El plotter de chorro de tinta por sus características abarcan un gran número de aplicaciones profesionales, entre las que destacan:

>Publicación para el punto de venta, escaparates, ferias y exposiciones.

>Producción de displays, carteles y fotografías en gran formato en negocios de impresión digital y laboratorios fotográficos.

>Fotografía y Arte Gráfico en gran formato.

>Aplicaciones que requieran de una gran precisión, tales como los Sistemas de Información Geográfica (GIS), los mapas y fotografías por satélite y los estudios topográficos y meteorológicos. También diseños industriales que utilizan modelado en 3D (caso de industria automotriz o aérea).

>Simulación 3D en arquitectura e Ingeniería.

La rotulación por computadora (plotter de navaja) es el recorte que lleva a la actividad fisi-

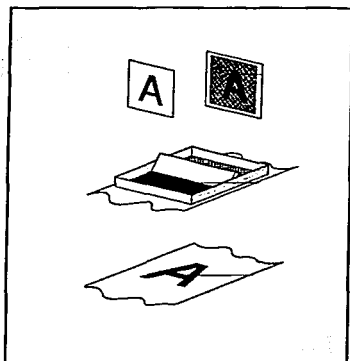
ca lo realizado por la computadora; siempre y cuando esto cumpla con las características necesarias, las cuales consisten en que los gráficos deben de ser únicamente plastas de color, no se pueden rotular fotografías ni efectos especiales de computadora como: difuminados o volúmenes.

Existen todo tipo de colores y texturas que vienen en rollos de diferentes formatos, adecuados al tipo y tamaño de plotter, el cual tiene en

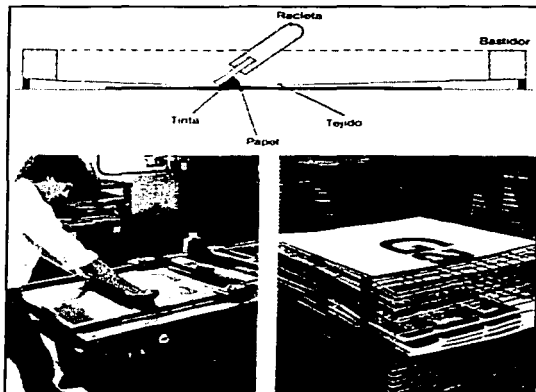


Epson Stylus 7000
Plotter de chorro de tinta,
impresión en gran formato.

su interior una navaja, que corta las plastas que conforman a la imagen en un vinil autoadherible, que puede ser pegado casi en cualquier superficie, desde un vehículo hasta un anuncio luminoso.



1. La imagen se expone a la luz sobre la malla.
2. Se imprime sobre la imagen que se grabó sobre la malla.
3. Se produce la imagen sobre una superficie.



La serigrafía se basa en el uso de una malla (originalmente era de seda, pero ahora puede ser de náilon o una fina retícula metálica) estirada sobre un marco de madera o metal en la cual se adhiere una emulsión, bajo esta se coloca una imagen. Por ejemplo: en un papel albanene se dibuja un cuadro negro y en el centro de este se deja un círculo sin pintar, que posteriormente es expuesta a una luz especial la cual quema solo la parte que estuvo expuesta a la claridad (el círculo).

Los materiales utilizados por la serigrafía, consisten un gran variedad de tintas y solventes, así como el marco sujetado por unas bisagras que permite que este se levante, para meter papel y se baje para imprimir. Este equipo puede ser totalmente manual y por consiguiente muy barato. Las prensas manuales pueden usarse para tirajes de pocas docenas de ejemplares a un costo muy accesible.

Las prensas profesionales son semi o totalmente automáticas, y los mecanismos alimentadores de papel, cuentan con una capacidad de alrededor de seis mil copias por hora.

Imagen de la manera de imprimir con el proceso de serigrafía.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

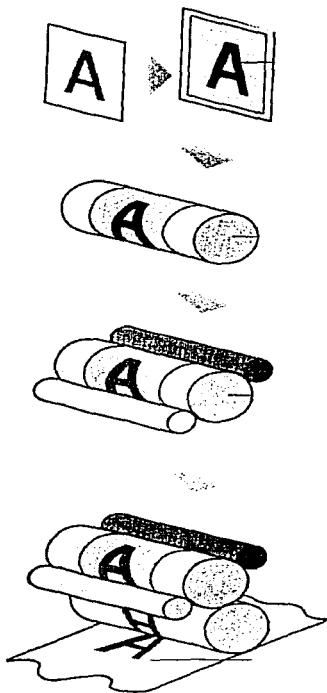
TESIS CON FALLA DE ORIGEN

El **offset** es un proceso planográfico, basado en el principio de que el aceite y el agua no se mezclan. La impresión se obtiene dividiendo la superficie plana de una placa en áreas receptoras a la pintura grasa; (impresión) y otras al agua (no impresión). Después se humedece la placa con agua, para que las áreas de no impresión rechacen la tinta. Se aplica tinta, la cual se adhiere sólo a las áreas de impresión, y se presiona el papel sobre la placa, para así transferir la imagen sobre este.

Las modernas prensas usan el método de cilindro offset, por el cual la imagen entintada es transferida a la superficie de goma de un cilindro metálico rotativo, y sólo entra en contacto con el papel.

Existen dos tipos de prensas offset, (la de plano y la rotativa), según si imprimen en pliegos o por hojas individuales de papel. Estas máquinas pueden imprimir sólo un lado del papel o bien por ambos a la vez. Las máquinas offset más desarrolladas llegan a imprimir los cuatro colores (magenta, amarillo, cian, negro) en un proceso llamado cuatricromía en ambos lados del papel durante un sólo pase por la prensa; algunas, además pliegan, dan el acabado brillante al papel, entre otros acabados.

Actualmente el proceso offset conserva los mismos principios, pero ahora con el apoyo incondicional de la digitalización de imágenes por medio de la computadora, que permite imprimir cualquier elemento gráfico por más complejo que este sea.



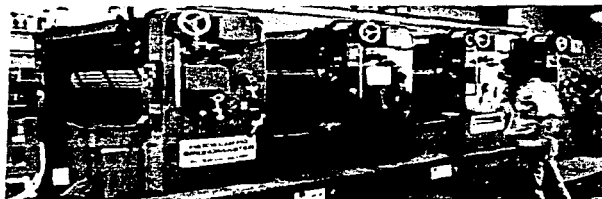
◀ La película positiva se expone a una placa fotosensible.

◀ Se fija la placa al cilindro de la máquina de offset.

◀ Un rodillo aplica la tinta, otro rodillo -de agua- mantiene húmedas las áreas de no impresión.

◀ La imagen entintada se transfiere al cilindro de caucho y de allí al papel.

◀ Offset cilíndrica de cuatro colores.



ACABADOS

Además de la impresión, el impresor ofrece otros servicios. Algunos pueden incluirse en la prensa durante esta, otros necesitan prensas especiales u otros equipos. Estos procesos mundialmente se les conocen como «acabados». Estos en su espectro incluyen:

El cortado el material impreso sale de la prensa en pliegos y se ha considerado antes un margen que rodee cada parte que debe de cortarse, para dar lugar a carteles, libros, revistas, cartas membretadas y folletos. El proceso de cortado se llega a realizar en guillotinas.

El alzado es colocar todas las páginas impresas en el orden que han de encuadernarse o leerse. El proceso que se lleva a cabo es similar al de una copiadora, la cual por medio de bandejas clasifica y alza las copias.

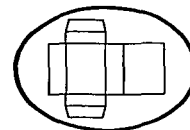
El rayado es una especie de grabado con laminillas de acero, presionando estas sobre materiales rígidos o flexibles desde un cartón hasta una cartulina, consiguiendo una textura uniforme de rayas.

El perforado consiste en hacer uno o varios agujeros que atraviesen de un lado a otro del bloque del papel y pasar por los orificios un hilo de alambre o plástico para sujetarlo.

El plegado es la operación que se realiza mecánicamente, que

consiste en forzar el pliego de papel a través de una ranura que lo forzará a pasar entre un par de cilindros para hacer dobles exactos.

El troquelado es dar forma o cortar de manera adecuada piezas de distintas formas como el cuero, cartón, entre otros.



Envase extendido.



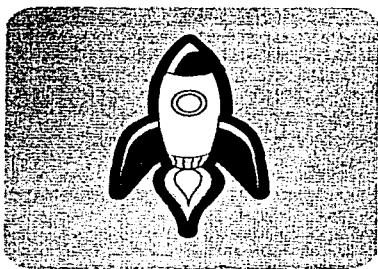
En una caja de perfume intervienen varios acabados, por ejemplo en esta: el corte o suaje de la forma de esta, rayado de superficie, grabado o troquel y empaquetado.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

La termografía es un procedimiento de impresión en relieve con el empleo demanera adecuada piezas de distintas formas como el cuero, cartón, entre otros.

Las esquinas redondeadas su función principal es el decorado de cualquier presentación, cortando con piezas especiales las esquinas dando el acabado redondeado.



Esquinas redondeadas en una etiqueta para Hewlett Packard.

Las formas irregulares, a este acabado también se le llama perfilado, ya que el corte que se le da a los materiales impresos es de formas complejas o irregulares.

El estampado es una impresión que se realiza en hueco, dando como resultado final una impresión con sensación en relieve.

Barnizado: para este se utiliza una sustancia líquida transparente la cual es aplicada como protección sobre la superficie impresa.

Etiquetado: proceso en el cual se coloca una etiqueta a un objeto donde se hacen aclaraciones acerca de que es, su contenido o alguna otra cosa.

Empaquetado: es el procedimiento final que forma la envoltura y armazón que sirve de protección al producto.



Empaquetado de marcas, por lo general los productos se resguardan en empaques especiales.

La situación de escasez económica en muchas familias de la sociedad mexicana, es ya algo de todos los días, donde los niños se ven más afectados.

Son muchos las obras de bienhechores, que se han hecho, en un lapso. Pero este problema se a convertido en un fenómeno nacional e inclusive mundial; a treves del proporcionamiento de albergue temporal, donaciones económicas y artículos básicos a casa de asistencia, etc, es como se a venido mermando el número de niños, jóvenes y adultos que viven en dicha situación.

Sin embargo hay mucho por hacer y el camino esta cuesta arriba, y no muestra señales de disminuir.

Este proyecto de diseño gráfico, observó y analizó la problemática de la casa hogar «Ciudad de las Niñas»; y pretende por medios gráficos solucionar en medida las limitantes que han venido afectando a este centro; conjugando las herramientas del Diseñador Gráfico como: el diseño de Identidad Corporativa, Diseño Publicitario y Diseño Editorial, además de las aptitudes gráficas, para así obtener un resultado óptimo en el desempeño de la propuesta.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

066

ALL INFORMATION CONTAINED
HEREIN IS UNCLASSIFIED
DATE 08-14-2008 BY 60322 UCBAW

000

> ETAPA 2

Proceso de Diseño
Manual de Identidad Corporativa



068

Dentro de este proyecto se abordó la problemática en que viven los niños provenientes de un hogar desintegrado. Dando pauta a las limitantes de las niñas habitantes de la casa hogar «Ciudad de las Niñas»; las cuales han venido mermando los deseos de las Hermanas Cooperatoras del Apostolado Social, los cuales han sido siempre el brindar la mejor educación moral, escolar y espiritual; además de atención médica, remodelación y ampliación de las instalaciones.

No obstante a través de la disciplina del Diseño Gráfico se vislumbro la posibilidad de generar una estrategia por medios gráficos, para la difusión de la casa hogar y la nueva imagen creada a partir de este proyecto; así como también la recaudación la cual forma parte defundamental de la estrategia, que con la venta de productos (disco compacto, caja de galletas), además de la realización de una gran fiesta de beneficencia para inaugurar la introducción de la estrategia.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

670



000

> NIVEL 3_

SUB_A: Proceso de Diseño

SUB_B: Manual de Identidad Gráfica

072

El perfil conceptual de un logotipo, adquiere su imagen, a partir del contexto social para el cual será objeto.

La casa hogar ciudad de las niñas cuenta con un antecedente gráfico, que generará el punto de partida para el desarrollo de la nueva imagen de la casa hogar, motivo de este proyecto de tesis, dando como resultado un rediseño para la actual identidad de la misma, aunándole algunos conceptos más, reforzando así el mensaje que se transmitirá al público receptor.

PROCESO DE DISEÑO

Imagen en un principio los conceptos que se manejaban en el diseño anterior de la casa hogar consistían en el empleo de tres imágenes fundamentalmente: las niñas (tres), dos manos que soportan y protegen a estas y un techo de una casa; estos tres conceptos cumplían con el principal objeto de un logotipo, el cual

es transmitir en la primera vista el mensaje deseado.

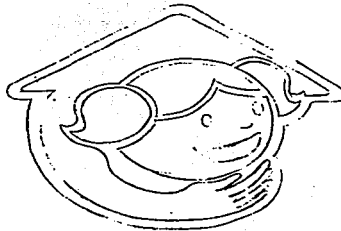
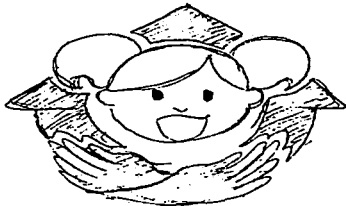
En el nuevo diseño se retomaron los tres elementos mencionados anteriormente pero sumándole otros tres (felicidad, prosperidad, protección) más, para así reforzar el concepto general de la nueva identidad. Es-

tos en conjunto con los otros dan pie al proceso de diseño.

Primero se visualizaron todos los conceptos individualmente, para así asignarles un elemento gráfico a cada uno, para después formar parte de una unidad como identidad gráfica. Las niñas que evolucionaron a una sola, la



Proceso de bocetaje para el rediseño de la imagen de la casa hogar «Ciudad de las Niñas».



TESIS CON FALLA DE ORIGEN



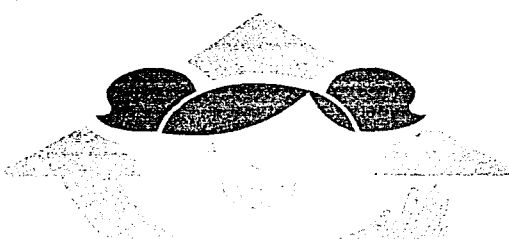
TESIS CON FALLA DE ORIGEN

cual simboliza la femineidad y considerando la necesidad de transmitir las ganas de vivir, además del perfil de felicidad que marca la conducta de un ser humano en su etapa infantil, por tal se utiliza como elemento principal dándole mayor jerarquía, se determinó que en segundo nivel de importancia es necesario utilizar la techumbre de una casa la cual a su vez da forma a una punta flecha con dirección hacia la prosperidad (arriba), las manos que forman parte fundamental en el anterior diseño de la casa hogar, ahora es solo una que sale de la forma del techo; como la ayuda parte de la casa hogar.

Logosímbolo solo restaba agregar a la nueva imagen la razón social «Ciudad de las Niñas» y el mensaje de ser una casa hogar. El trabajo tipográfico consistió, en un juego gerárgico en el que predominan las palabras «Ciudad» y «Niñas», dando así un resultado óptimo en el proceso de comunicación que realiza la imagen para con sus receptores.



Aplicación tipográfica en la nueva imagen..



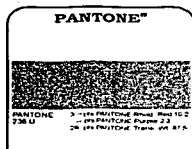
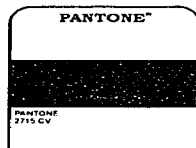
Ciudad de las Niñas

CASA HOGAR



Muestra de la nueva imagen con el trabajo tipográfico.

El color fue seleccionado a partir de la necesidad de reforzar el logotipo con colores que hicieran referencia a la casa hogar; dado que es un centro que es atendido por religiosas, debía de retomarse un color que evocara religiosidad por tradición, seleccionando por ende el pantone 2715 CV (morado claro), empleando a este en un 80% de la imagen; el resto del logotipo y para la parte de la imagen donde se ubica el rostro sonriente de la niña se utilizó el pantone 236 U (rosa).



El empleo de colores a través de la gama cromática PANTONE agiliza y facilita a los futuros impresores a poder lograr las mezclas adecuadas para lograr los matices deseados.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La **Tipografía** juega un papel fundamental, ya que refuerza el mensaje dentro del logotipo de manera que el receptor identifique inmediatamente el significado de la imagen. El empleo de la tipografía Albertus Extra Bold en «Ciudad de las Niñas» y «casa hogar», es debido a sus características en sus rasgos que combinan un tipo serif con sans serif, evocando una tipografía conservadora pero a la vez moderna. En algunas aplicaciones que conforman la identidad de la casa hogar se incluirá la tipografía Tahoma, en textos largos o para reforzar algún mensaje corto, esto con la finalidad de hacer más fluida y clara la lectura.

> **Albertus Extra Bold**
> Tahoma



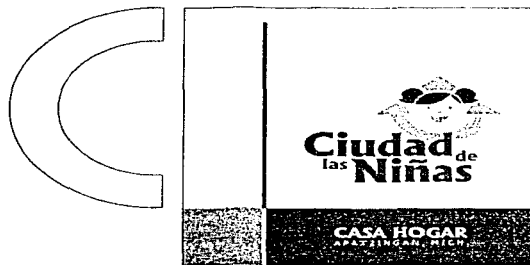
La tipografía Albertus, mezcla de una tipografía conservadora y a la vez moderna; el tipo Tahoma legible y agradable a la lectura.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Las Aplicaciones fueron seleccionadas a partir de las necesidades básicas de la casa hogar «Ciudad de las Niñas». Partiendo de lo primordial como la papelería (tarjeta de presentación, hoja membretada, sobre y un recibo de donativo), además se decidió que es importante recurrir a una señal que dirija el conocimiento de las personas hacia la ubicación exacta de la casa hogar, ésta, situada a orillas de la carretera Apatzingán-Cuatro Caminos, una vez indicado el camino hacia la casa, se necesita rotular la fachada principal de la misma con la nueva imagen y sus colores institucionales para así reforzar el trayecto y el acceso a «Ciudad de las Niñas», dentro de una «identidad institucional» forma parte integral la implementación de la imagen en los vehículos utilitarios como los utilizados por la casa hogar (camión y camioneta), esto con la finalidad de que en cada trayecto la imagen se disperse por todo el camino hacia sus destinos.

Otro acierto en la difusión de la nueva imagen y recaudación de recursos económicos y básicos, a partir de el empleo de recursos como los artículos promocionales, aquí la taza, el llavero y un lápiz de madera, todos estos decorados con la imagen de «Ciudad de las Niñas» contribuyen de manera básica pero constante para obtener las metas deseadas «Difundir y recaudar».

Los artículos promocionales dentro de cualquier institución son una de las mejores estrategias de difusión.



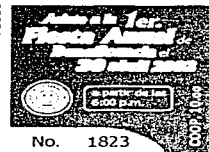
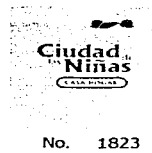
Desde la papelería, hasta la implementación de vehículos utilitarios, de la «Ciudad de las Niñas»

No obstante se consideró conveniente y un gran comienzo, el presentar la nueva imagen y las intenciones a un público más amplio, a través de una magna fiesta de beneficencia, que posteriormente sería anual; pero para que esta tenga lugar, es necesario partir de un orden y control en su organización, por lo tanto el boletaje para controlar el acceso y la promoción del evento a cargo de un volante, un espectacular y una invitación para donadores potenciales, todo esto nuevamente aplicando la nueva imagen.



Elementos para la inauguración de la Fiesta Anual de Beneficencia.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Un folleto que mostrara los deseos de un grupo de religiosas por mejorar las condiciones sociales de pequeñas niñas que se encuentran habitando un hogar desintegrado o en muchos de los casos, careciendo de él, así también la manera en que se puede brindar ayuda consumiendo algunos de los productos o artículos producidos por la «Hermanas Cooperadoras del Apostolado Social» o generosamente donando alguna cantidad monetaria o artículo básico.

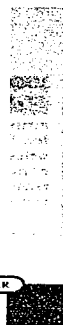


Portada del folleto para la casa hogar «Ciudad de las Niñas»



CASA HOGAR

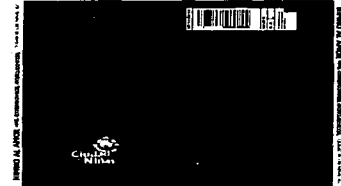
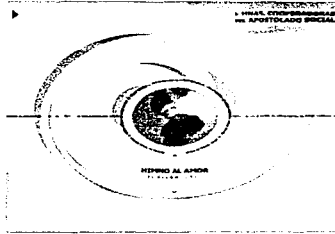
► FOLLETO DE SUPERVIVENCIA EN LA VIOLENCIA DOMESTICA



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Los productos a los que se hizo referencia en el párrafo anterior, consisten en una producción de un Disco Compacto con material compuesto y cantado por religiosas de las casa hogar; además de la venta de galletas en un envase transparente, estos con un concepto comercial adecuado para acaparar mayores ventas.

Todos estos productos, artículos, eventos y papelería se venderán y promocionarán dentro de un Stand Movil con la imagen de la casa hogar «Ciudad de las Niñas», el cual será ubicado en diversos puntos estratégicos de la ciudad de Apatzingán, Mich.

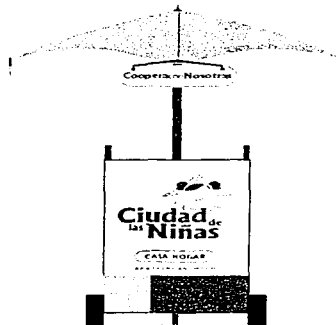


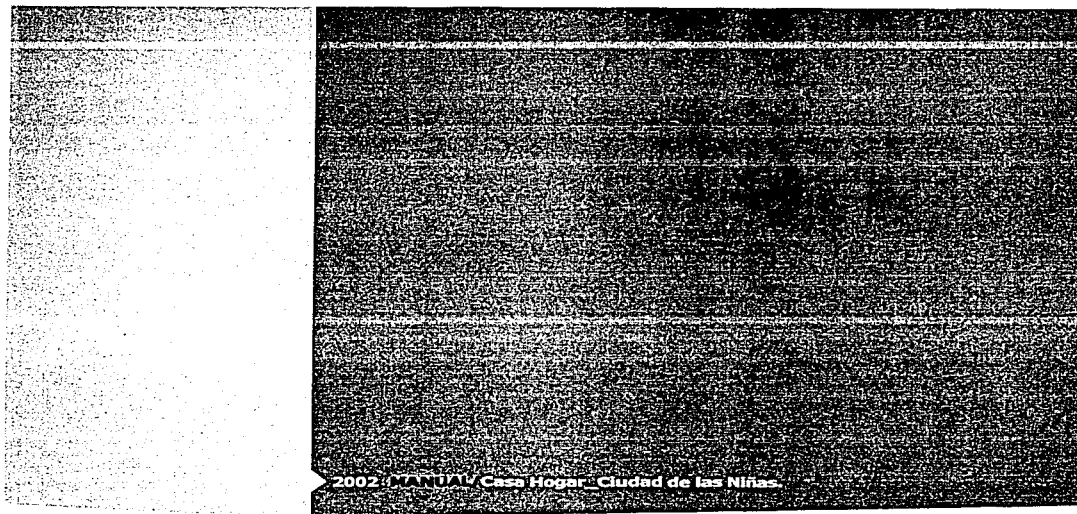
Portada y parte posterior del DC «Himno al Amor».

Etiquetas para las galletas hechas en la panadería de las Hermanas Cooperadoras del Apostolado Social, sabor vainilla y rayas de chocolate.



Stan Movil, este será empleado los domingos y días festivos, para promocionar los artículos, productos, además de concientizar a las personas a través de la charla directa y el manejo del folleto como herramienta para explicar de manera más concisa.





En el proceso de la creación de una Identidad Gráfica conllevan varios elementos, estos elementos no son más que las partes que conformarán la manera gráfica en que una institución o empresa comunica su imagen a un público determinado, esta necesariamente debe de quedar plasmada dentro de un manual de identidad corporativa o gráfica.

En este manual se enumeran los elementos que lo conforman, así como los lineamientos de reproducción gráfica, aportando a toda la información necesaria para su subsecuente implementación.

Las necesidades en cuanto a las aplicaciones gráficas varía, de acuerdo al perfil institucional, y las necesidades de una aerolínea no son las mismas a las de una casa hogar en la cual se brinda asistencia altruis-

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ESTA TESIS NO SALIÓ
DE LA IMPRESIÓN

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ta, es decir no se cobra por el servicio a diferencia de en la aerolínea.

A continuación mostraremos el motivo de este preámbulo introductorio, que dará pie a el manual de Identidad Gráfica creado para la casa hogar «Ciudad de las Niñas», la cual subsiste con las pequeñas aportaciones económicas y de recursos básicos, donados de buen corazón por bien hechores.

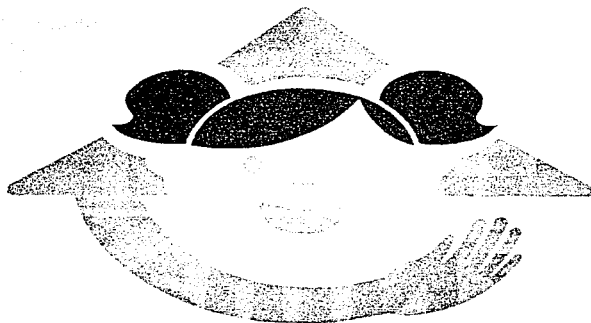
Pero las necesidades van en aumento y las niñas que habitan la mencionada casa, necesitan satisfacer sus necesidades básicas y los deseos de muchas pequeñas por superarse recibiendo educación escolar.

Hoy se ha detectado esta limitante que resulta en problema para todas las habitantes de la Ciudad de las Niñas; en el siguiente manual se presentarán diversas aplicaciones gráficas que le brindarán a la casa hogar identidad y el reediseño de productos distribuidos por las religiosas encargadas de la «Ciudad de las Niñas», para recaudar fondos económicos.

En simples palabras:

- ▶ Felicidad-niña sonriendo,
- ▶ Protección-Brazo que brinda ayuda,
- ▶ Prosperidad-casa en forma de flecha,
- ▶ Niñas-Rostro de una niña,
- ▶ Casa Hogar-Forma de techo.

Este símbolo conserva un trazo sencillo para conservar una mayor eficacia en el momento de transmitir su significado.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

080-2

0023 Logosimbolo

El símbolo apoyado con el nombre de la casa hogar, le proporciona una mayor eficiencia, identificándose así de manera concisa y contundente.

En la parte inferior del logotipo se ubica el distintivo "casa hogar" para reforzar aún más el mensaje que pretende transmitir dicha imagen gráfica.



Ciudad de
las **Niñas**

CASA HOGAR

Esta sitúa al logotipo dentro del marco visual, cuya finalidad es de mantener la composición indicada de los elementos. Así como las proporciones con respecto a el elemento "R" que comprende la altura de "C", cuatro módulos de "R" forman la letra "C"; se deberá tomar como base a los módulos "R" para formar el resto de la composición.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

080-4

Esta estipula el espacio que deberá respetarse alrededor del logotipo, en cualquiera de sus aplicaciones y variantes, el cual es de módulos de 16 "R.s".

Esto con la finalidad de no acercarse a la imagen algún gráfico o texto a los límites restringidos, para no llegar a confundirse como parte integral del logotipo o perturbar su apreciación.

En caso de aplicar el logotipo sobre fotos o platas, se omitirán las indicaciones anteriores.



005

Cromático

Los colores se seleccionaron de acuerdo a la necesidad que surge de evocar en el receptor la imagen de femineidad, la cual se obtuvo con el pantone 236 (rosa), color 100% de fémia y al 10% en el rostro de la niña, en conjunto con el pantone 2715, color que en porcentajes más fuertes se consigue el utilizado por el cero.

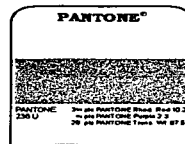
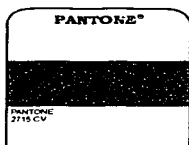
La conjunción de estos dos colores, unifica a las niñas dentro de un contexto "rosa" y el ámbito en el que se desenvuelven, el cual implica los principios católicos.



Ciudad de las Niñas



CASA HOGAR



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

080-6

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Variantes en el Logosimbolo

Para este apartado sólo se manejan la presentación original (forma 1), y la versión para los productos comerciales o de publicidad (forma 2), que es una variante del logosimbolo 1 pero inclinando el extremo derecho de la imagen, aplicándole además en su forma la cualidad tipográfica (Itálica).

Esto con la finalidad de no confundir al receptor o consumidor, con un bombardeo de variantes que pudieran distraer y perder la esencia de posicionar la imagen en la región como la de la casa hogar "Ciudad de las Niñas".



Forma 1



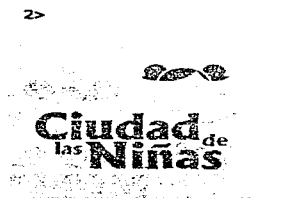
Forma 2

007 Uso del Color

Se contemplan diversos usos en los colores institucionales, así como las posibles combinaciones con fondos.

Para la promoción de la imagen en sus inicios se proponen sólo cuatro maneras de trabajar con el logotipo:

- 1 La imagen con los colores institucionales sobre fondo blanco.
- 2 Sobre fondo en uno de los colores institucionales, ya sea pantone 236U o pantone violet U, con esto el color del logotipo que sea igual a alguno de estos pantones, automáticamente se cambia a blanco.
- 3 La imagen totalmente en blanco sobre fondo de "x" color.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Esta será la excepción en cuanto a variantes de colores institucionales, a la utilización de la psicología del color para su adecuado manejo en los productos que producen la casa hogar. Este consta de tres variantes principalmente:

4 Dentro de la modalidad de logotipo comercial, será con los colores institucionales, utilizada únicamente en el folleto.

4a La versión de galletas utilizará el pantone 485 (rojo) en el texto, en el contorno de este el pantone 712 (amarillo), un contorno extra será el pantone 1615 (café)

4b La versión de galletas sabor vainilla se utilizarán los mismos colores excepto en la tipografía de la "Ciudad de las Niñas" el cual será el Pantone Orange 021.

4a>



4a>



4b>



Para "Ciudad de las Niñas"; la -Albertus Extra Bold- resultó excelente, debido a sus rasgos tipográficos, una combinación entre una tipografía serif con una sans serif, que se convierte en un tipo conservador pero con ciertas características actuales (modernas).

La tipografía -Tahoma- se utiliza de manera textual o en algunos elementos gráficos y es con la finalidad de aligerar el campo visual no entorpeciendo la visibilidad del demás texto.

Albertus Extra Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
123456789,;.:_-{}[]'"/0()=!i°}"#\$\$%&/@

Tahoma

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
123456789,;.:_-{}[]'"/0()=!i°}"#\$\$%&/@

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

000

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

080-10

En algunas aplicaciones gráficas se requerirá el auxilio de elementos compatibles con la imagen de la casa hogar "Ciudad de las Niñas".

Una franja dividida en dos colores; pantone 236 y violet U 50 % con un pequeño espacio de 1mm. entre colores.

Pantone 236

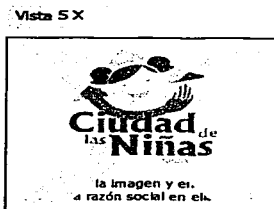
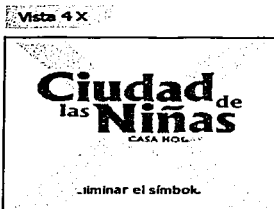
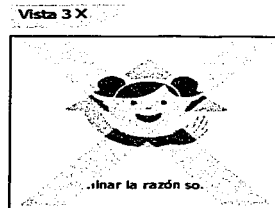
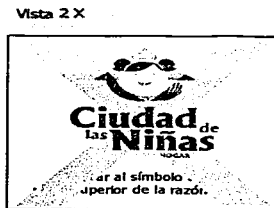
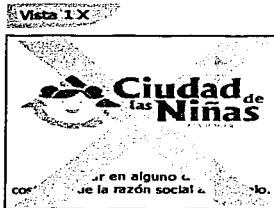
Pantone 2715

1.1.1 Deformaciones en el Logosímbolo

Algunas de las deformaciones o alteraciones al logosímbolo, en las que incurrirían agentes terceros al momento de la maquila de alguna de las aplicaciones gráficas que en este manual se plantea; perjudicando la composición estética de la imagen.

Es de suma importancia no recurrir a alguna de estas variantes incorrectas de logosímbolo, con la pretensión de brindar un punto de vista distinto a la imagen o en vano por novedad, ya que en el afán, se estará ocasionando la pérdida de solidez y el concepto para el cual se planeo su diseño.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



000

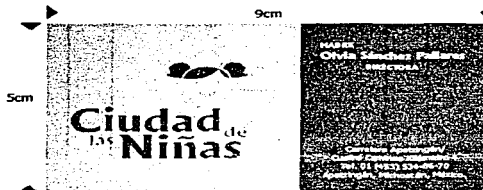
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

080-12

Tarjeta de Presentación
Hoja Membretada
Sobre Membretado

Son tres las piezas principales de la papelería: la tarjeta de presentación, hoja membretada y sobre.

1. Tarjeta de presentación: observa el formato promedio 9cm. X 5 cm. Horizontal en cartulina opalina, esta se le aplica un fondo seccionado en pantone 236 y violet U.50%, al frente de este se localizan el logotipo, el nombre de la religiosa en cuestión, así como la dirección de la casa hogar.



013

2 La hoja membretada:
formato carta 21.59 cm X 28 cm en
papel bond. Es una variante de la
tarjeta de presentación pero, en el
costado izquierdo de la hoja en for-
ma de franja una abstracción
obtenida de una fotografía tomada
a una niña.

**Formato Carta
21.59X28**



Ciudad
Niñas

Calle 7 No. 20

Calle 7 No. 20
Calle 7 No. 20
Calle 7 No. 20

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

000

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

080-14

3 Sobre membretado: formato de 24 cm. X 10.5 cm. este conserva uniformidad con la hoja membretada, ubicando los mismos elementos gráficos sobre la superficie externa de este, en el lado opuesto de donde se localiza la pestaña.

Sobre Oficio
24X10.5

Ciudad Ninas

SAVA PIZCAP

Carreras Apatzingán-Centro Carrizal Edificio 2 - Tel. 01 (452) 234-0670 Apatzingán, Michoacán, México.

015 Papelería Básica

4 El recibo de donativo: formato en 1/4 de carta en papel bond, este sólo será a una tinta, pantone violet U 50%, agregando los datos que se muestran en la imagen.

NOTA: Ninguno de estos diseños deberá ser alterado de su forma que a continuación se presenta.

**Formato de
Donativo 1/4 de carta**

DONATIVO

ASOCIACIÓN MEXICANA

RECIBI DE:
LA CANTIDAD DE

R.F.C.

Este documento es DONATIVO, que a los fines estadísticos
debe ser del tipo "Recibo de Donativo".

DIRECCION



Carretera Apaxtlan-Atlix
Código Postal 72400
Tel. 01 (452) 524-06-70
Apaxtlan, Puebla, México

Recibi

FOLIO

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

080-16

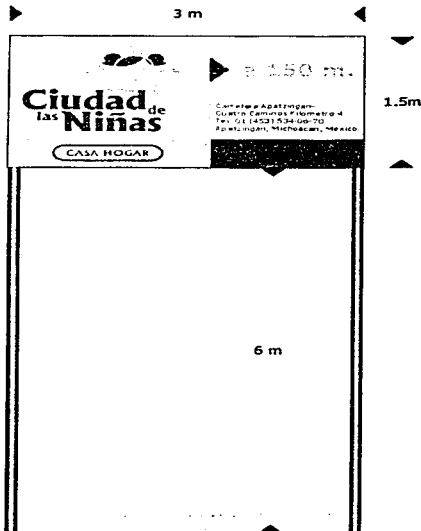
2.1.2 Aplicación Externa

Señalización
Pachada y Acceso

Las aplicaciones externas consisten en una señal, hecha a base de vinil adherido a una lona que a su vez esta es colocada en un bastidor de metal, la proporción de la señal será de 3m X 1.5m, encajado en dos tubos PTR de 4" (pulgadas), clavados en el suelo en unas sepas de concreto de 30 cm. De diámetro. Esta señal se colocará en el paso de la carretera Apatzingán-Uruapan, a la altura del kilómetro 4.

Señal

Entrada

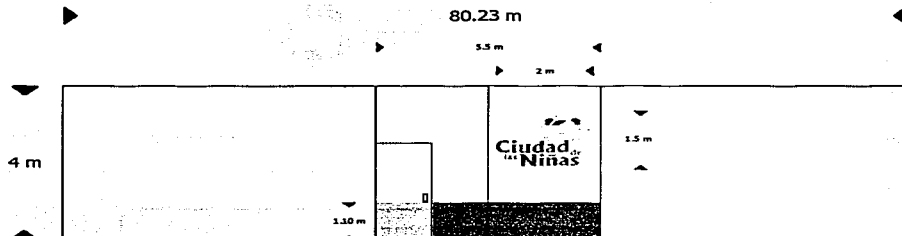


Salida



La aplicación de la nueva imagen de la Ciudad de las Niñas, también se aplicará en la fachada de la casa hogar, la cual consiste en pintar con cal toda la superficie de ladrillo, quedando únicamente el ingreso a esta, pintado con pintura de aceite y ubicando en la parte superior derecha del portón el logotipo de la Ciudad de las Niñas.

**Fachada y
acceso Principal**



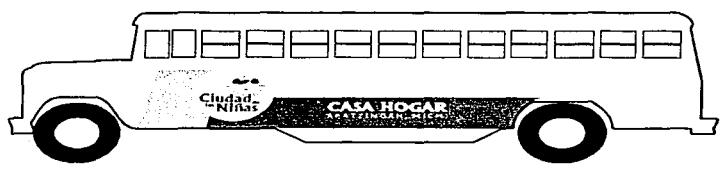
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

080-18

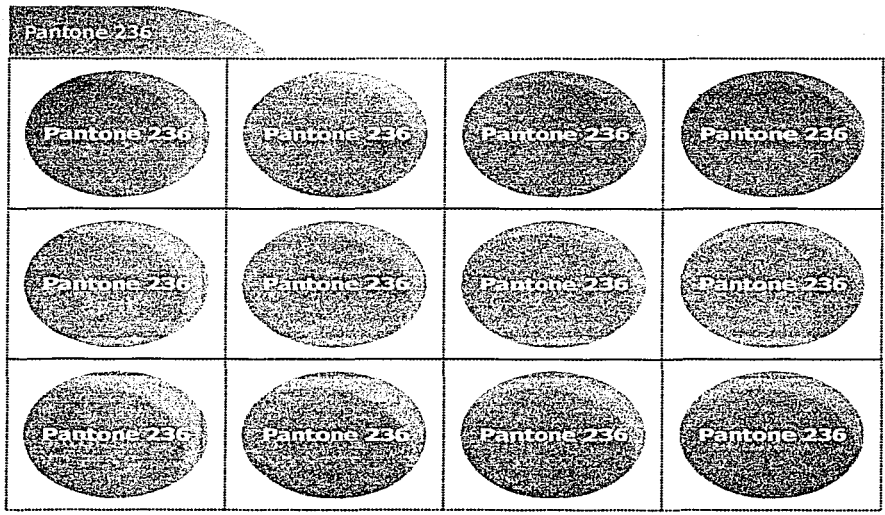
Vehículos Utilitarios Camión Pick-up

Las unidades encargadas de movilizar a los habitantes de la Ciudad de las Niñas, consistirán en un camión para 36 personas sentadas y una camioneta pick-up, cuyo cupo es de tres pasajeros máximo.

Las unidades serán dotadas de la nueva imagen de la casa hogar, en los costados de estas conservando la franja en rosa y violeta claro, seccionada por un círculo en blanco que se mimetizará en la superficie blanca del vehículo pintada con anterioridad, dentro de esta circunferencia se localizará el logotipo.



Estas serán utilizadas como muestras de color, para la imprenta o en alguna otra aplicación gráfica, obteniendo así uniformidad en los trabajos que se realicen para la Ciudad de la Niñas. Los pantones 236 y Violet U 5096; una sección con muestras recortables del logotipo, mostrarán la proporción de la imagen así como sus colores.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN













000

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN













080-20

020. Monstruo Recorrido

Pantone
2735 CV

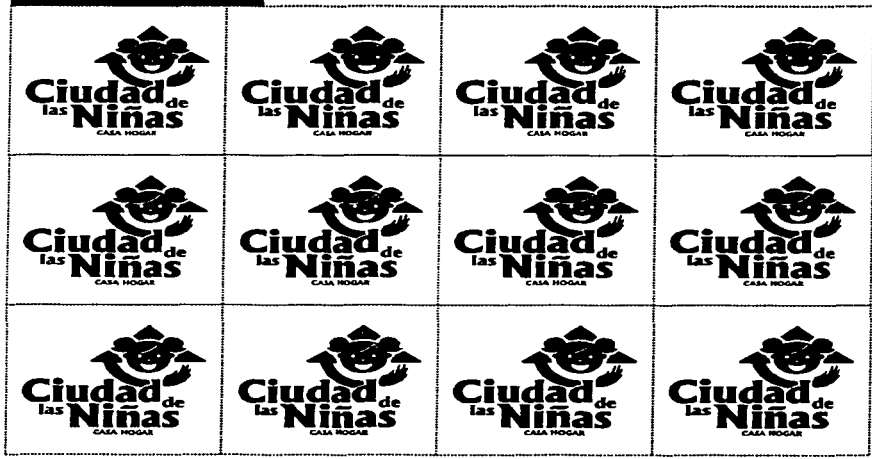
Logos (módulo)

 Ciudad de las Niñas	 Ciudad de las Niñas	 Ciudad de las Niñas	 Ciudad de las Niñas
 Ciudad de las Niñas	 Ciudad de las Niñas	 Ciudad de las Niñas	 Ciudad de las Niñas
 Ciudad de las Niñas	 Ciudad de las Niñas	 Ciudad de las Niñas	 Ciudad de las Niñas

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

080-22

Logosimbolo
Blanco y Negro



MANUAL

Artículos Promocionales
Fiesta de Beneficencia
Disco Compacto ◀
Etiquetas
Stand Móvil

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

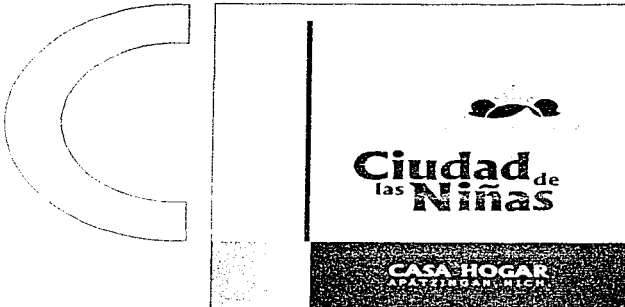
080-24

022 Arteses Promocionales
**Taza Decorada
Lápiz de Madera
Llavero Destapador**

Estos elementos son planeados para conservar el mismo estilo de diseño de las demás aplicaciones gráficas, esto con la finalidad de no alterar en lo más mínimo la uniformidad de la imagen.

Los principales artículo que promocionarán a Ciudad de las Niñas son: Taza decorada con motivos de la casa hogar y logotipo, lápiz de madera y llavero destapador.

Taza



080-25



Lápiz



Destapador



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

080-26

**Volante
de Invitación, Folleto
de Cooperación**

La publicidad de la Fiesta de Beneficencia, consta de volante, invitación, folleto, manta promocional y boleto de cooperación.

Estos elementos que difundirán los atributos y expectativas de la celebración, incluyendo en su espacio visual cada uno de ellos una información específica.

1 Volante: formato en 1/4 de carta con logotipo de la Ciudad de las Niñas, organizadoras del mencionado evento, así como el motivo de la celebración, fecha, atributos y expectativas de la festividad y por último el patrocinador o plural. Una manta de tela con formato 7m X 1m cuyo contenido de esta es iden-

tico al del volante; un boleto de cooperación con formato 1/8 de carta cuya información conserva igualdad con el volante y la manta, excepto que se le suprimen los eventos que tendrán lugar dentro de la fiesta.

2 Invitación: formato 1/4 de carta, en su contenido el logotipo en la parte frontal de la invitación, en el reverso un mensaje de la Madre. Olivia Sánchez Pallares, slogan "Acompañanos esto es por ellas", recomendación, el horario de inicio y teléfono para informes. En el interior el motivo de la fiesta, fecha del evento y quien invita y agradece por su asistencia.



No. 1823

VOLANTE

1/4 de carta,
dos tintas

No. 1823

**BOLETO
DE COOP.**
1/8 de carta,
dos tintas

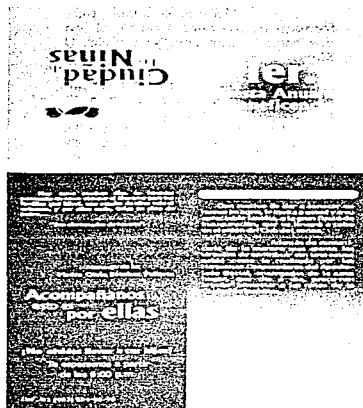
CASA HOGAR

**Acompañanos
Fiesta Anual de
Beneficencia el
30 abril 2002**

Rifas
Subastas
Eventos Musicales
Recaudación de fondos y más...

INFORMES AL 01 (03) 534-6670

0223 Financiamiento de Recursos Humanos



INVITACION

1/4 de carta,
dos tintas

ESPECTACULAR
DE TELA
7m X 1 m
dos colores

Ciudad de las Niñas
CASA HOGAR

Amor a la vida.
Fiesta Anual de
Reunión de
30 abril 2002

Rifas
Subastas
Eventos Musicales
Recaudación de fondos y más...

TELEFONO AL 02 (402) 834-006-78

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

080-28

3 Folleto: o cuadríptico, formato media carta horizontal, en dos colores, pantone236 y violet U 50%.

Las partes que componen el folleto son: en las caras exteriores; portada, sección enumerada de las necesidades de la Ciudad de las Niñas, y el área de teléfonos de información, dirección y página de internet.

Las caras internas, se contempla de izquierda a derecha: carta de la Madre Olivia Sanchez Pallares dirigida al lector, además de una breve descripción de la manera en la que puedes cooperar con la causa de las religiosas.

@ www.hondaninas.com.mx
 Ciudad de las Niñas, es una asociación
 y opera como entidad sin fines de
 lucro, según la ley federal...

Ciudad de las Niñas

453 534 05-70

Las Hermanas Cooperadoras del Apostolado Social, es una asociación que opera en México desde el año de 1955, operando fundadas por la Madre Olivia Sanchez Pallares, dicho grupo de religiosas interviene en diversos aspectos de la vida cotidiana de las niñas, niñas adolescentes y adolescentes al momento de la infancia como las educaciones, salud, alimentación...

CASA NOGA
Ciudad de las Niñas

El objetivo principal de esta casa es proporcionar a las niñas, niñas adolescentes y adolescentes un espacio seguro y acogedor donde puedan recibir atención integral en materia de salud, alimentación, educación y recreación. Este espacio es el resultado de la colaboración de las religiosas del Apostolado Social y de la comunidad en general. La casa cuenta con un equipo de profesionales capacitados para brindar el apoyo necesario a las niñas, niñas adolescentes y adolescentes que lo necesitan. Además, se ofrecen servicios de orientación y apoyo emocional para ayudar a las niñas, niñas adolescentes y adolescentes a superar sus dificultades y alcanzar un futuro prometedor. La casa NOGA es un espacio de esperanza y amor, donde cada niña, niña adolescente y adolescente puede encontrar el apoyo que necesita para crecer y desarrollarse plenamente.

Si te quieres contribuir para que las niñas de la casa NOGA "CIUDAD DE LAS NIÑAS", sigan contando con lo que tu generosamente les has otorgado y si aun no participas con nosotros en el presente proceso de recaudación...

Te rogamos donar \$500.00 al número 453 534 05-70 que responde desde el día de hoy a las niñas de la casa NOGA. De esta manera...

El dinero que se recaude será destinado a la compra de alimentos, medicamentos, ropa, útiles escolares, etc. para las niñas de la casa NOGA. Este dinero será depositado en una cuenta bancaria a nombre de la casa NOGA. Si tienes alguna duda o necesitas más información, comunícate con nosotros al número 453 534 05-70.

Este dinero será utilizado para la compra de alimentos, medicamentos, ropa, útiles escolares, etc. para las niñas de la casa NOGA. Este dinero será depositado en una cuenta bancaria a nombre de la casa NOGA. Si tienes alguna duda o necesitas más información, comunícate con nosotros al número 453 534 05-70.



FOLLETO

1/2 carta,
dos tintas

Ciudad de las Niñas

CASA NOGA

El objetivo principal de esta casa es proporcionar a las niñas, niñas adolescentes y adolescentes un espacio seguro y acogedor donde puedan recibir atención integral en materia de salud, alimentación, educación y recreación. Este espacio es el resultado de la colaboración de las religiosas del Apostolado Social y de la comunidad en general. La casa cuenta con un equipo de profesionales capacitados para brindar el apoyo necesario a las niñas, niñas adolescentes y adolescentes que lo necesitan. Además, se ofrecen servicios de orientación y apoyo emocional para ayudar a las niñas, niñas adolescentes y adolescentes a superar sus dificultades y alcanzar un futuro prometedor. La casa NOGA es un espacio de esperanza y amor, donde cada niña, niña adolescente y adolescente puede encontrar el apoyo que necesita para crecer y desarrollarse plenamente.

Si te quieres contribuir para que las niñas de la casa NOGA "CIUDAD DE LAS NIÑAS", sigan contando con lo que tu generosamente les has otorgado y si aun no participas con nosotros en el presente proceso de recaudación...

Te rogamos donar \$500.00 al número 453 534 05-70 que responde desde el día de hoy a las niñas de la casa NOGA. De esta manera...

El dinero que se recaude será destinado a la compra de alimentos, medicamentos, ropa, útiles escolares, etc. para las niñas de la casa NOGA. Este dinero será depositado en una cuenta bancaria a nombre de la casa NOGA. Si tienes alguna duda o necesitas más información, comunícate con nosotros al número 453 534 05-70.

Este dinero será utilizado para la compra de alimentos, medicamentos, ropa, útiles escolares, etc. para las niñas de la casa NOGA. Este dinero será depositado en una cuenta bancaria a nombre de la casa NOGA. Si tienes alguna duda o necesitas más información, comunícate con nosotros al número 453 534 05-70.

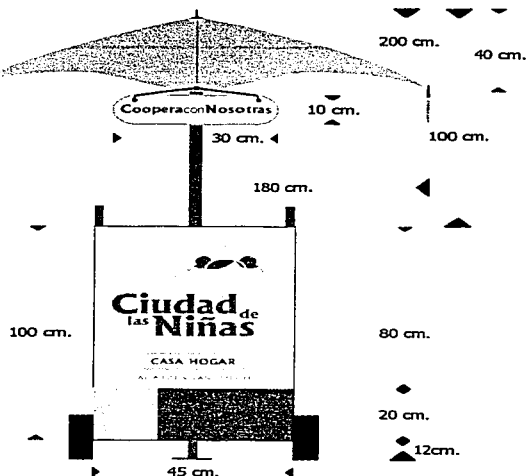
NOGA. Contáctanos a que con tu generosamente, nos ayudes a que podamos seguir ofreciendo un espacio seguro y acogedor a las niñas de la casa NOGA.

Para el stand móvil se realizará a partir del empleo de materiales plásticos, madera y metálicos.

Para el cuerpo de este se utilizará lamina de hierro redondeada, para el alma del semi-círculo donde se ubicarán los cajones será de metal con estos en madera; las ruedas caucho empotradas en un armazón de hierro, los manubrios de todo el cuerpo, al igual serán de hierro con protecciones de goma aglomerada y unas pequeñas llantas para rodar el stand dentro de la camioneta; un tubo de pvc atravesará el cuerpo y en él asta se colocará una sombrilla con armazón de vanilla con una lona para protección del sol.

Al stand se le colocarán el logosímbolo de la casa hogar con su respectiva pieza decorativa.

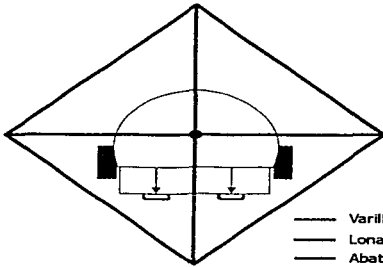
Vista Frontal



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

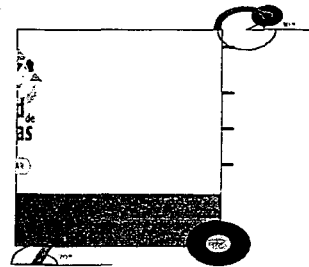
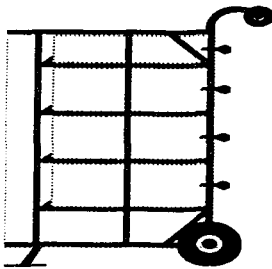
080-30

Vista Aérea



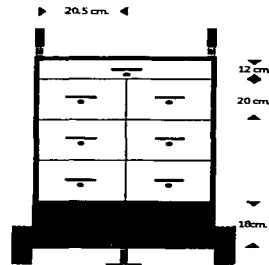
- Varilla de Aluminio
- Lona de Vinil Rosa
- Abatimiento de los cajones

Vista de Perfil

Armazón
de Metal

- Armazón, tubo 1" de ϕ
- Cerradura
- Cajones
- Cuerpo del Stand
- ▲ Topes de Cajón

Vista Posterior



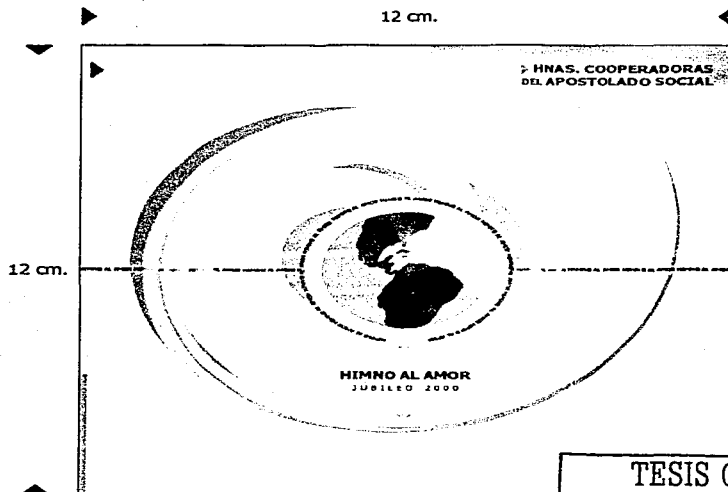
► **Del Disco Compacto**

El disco compacto, es la evolución de la versión en tape, cuyo concepto encierra el Jubileo del año 2000, el cual es amor a nuestros semejantes en el mundo, reflejado en un Himno al Amor.

Combinación de colores conjugan el todo de esta presentación, violetas azules rosados y verdes, obtenidos a base de una selección a color.

El formato completo se imprimirá en papel couche de 90 kg. El disco compacto en serigrafía computarizada a 300 ppp en selección de color

CD_Portada



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

080-32

Portada Interior

12 cm.

12 cm.

Las Hermanas Cooperadoras del Apostolado Social, es una asociación que tienen su sede en Apatzingán, Mich. desde el año de 1965 cuando fue fundada por la Madre Oliva Sánchez Peñares, dicho grupo de religiosas mantienen los mismos objetivos hasta la fecha; conformar una unión de religiosas para auxiliar y promover el apoyo de la niñez que se encuentra en total orfandad.

Este CD reúne algunas de las canciones, inspiración de la Hna. Ma. Adela Mejía, con motivo de crear un "Himno al Amor".

La producción de este CD a tenido lugar gracias a la ayuda de bienhechores y encontramos en este espacio la oportunidad de agradecerles por su generosidad.

Hermanas Cooperadoras
del Apostolado Social

1962. Ocho Compañías

Interiores

12 cm.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

000

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

080-34

100% Disco Compacto

CD_Reverso

15 cm.

12 cm.

HIMNO AL AMOR HUSC COOPERACIONES DEL PASTORADO SOCIAL CIUDAD DE LAS NIÑAS, A.C.

HIMNO AL AMOR HUSC COOPERACIONES DEL PASTORADO SOCIAL CIUDAD DE LAS NIÑAS, A.C.



1. HIMNO AL AMOR
2. CANTO A LOS NIÑOS
3. CRISTO AYER HOY Y MAÑANA
4. ES EL AMOR
5. MARIA ES EN TI GUA
6. ZALTO AL AMOR DE DIOS
7. AMARA HOY EL L
8. BRILLA EL SOL
9. DON CIRACOM NIEVO
10. JHESUS VIKAR Y AMAR

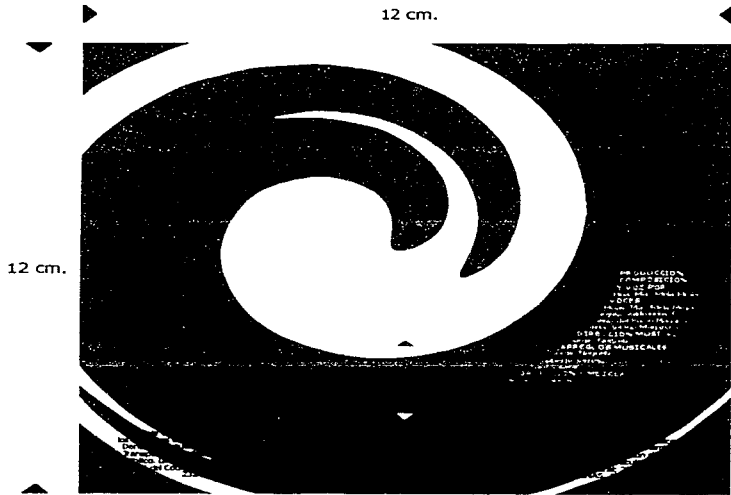


Summit Media 2018

000

080-35

Reverso Interior



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

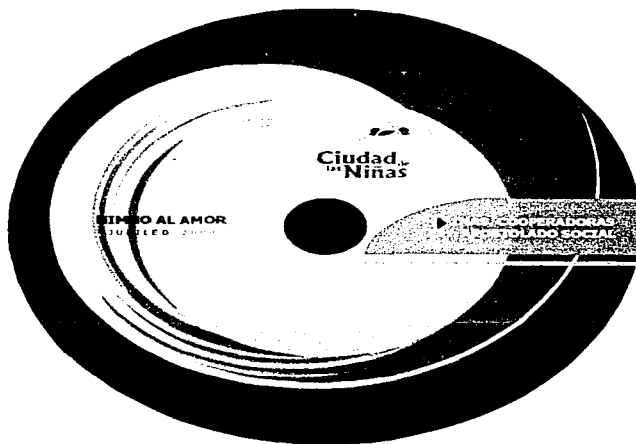
000

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

080-36

Disco Compacto

11.7 φ



Las Etiquetas de Galletas

Dos presentaciones de galletas; de vainilla y chocolate. Ambas etiquetas están basadas en el mismo concepto, pero difieren en los colores que caracterizaran a cada producto.

La versión en vainilla conjuga las imágenes de tres galletas y tonos vainilla con naranja y un toque de café. En las de chocolate, se mantienen las tres galletas, pero los colores utilizados son: azul, crema, rojo y tonos naranjas.

Estas serán hechas a partir de una selección de color, impresas en couche adherible y cortadas con un suaje especial.

ETIQUETA
Vainilla



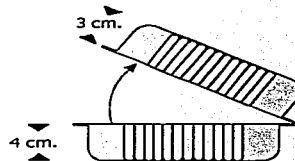
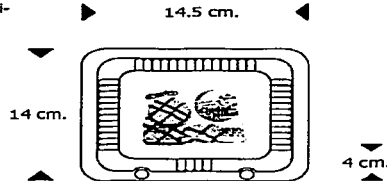
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

080-38

Para después ser montadas en el envase de las galletas, dicho envase será un estuche de plástico transparente, tipo toper.

La etiqueta se colocará como se muestra en la gráfica debido a la cualidad del couche adherible.

**ENVASE
de Galletas**



**ETIQUETA
Chocolate**



1er. Etapa**IDENTIDAD CORPORATIVA**

La reproducción de la primera parte planteada de este proyecto se llevará a cabo con el apoyo de donadores; los cuales brindarán aportaciones económicas o de servicios sin costo alguno.

Todas las aportaciones hechas para realizar las diferentes aplicaciones gráficas propuestas para la casa hogar "Ciudad de las Niñas", serán deducibles de impuestos para los donadores, por medio de la entrega de un recibo de donativo o facturando a nombre del donante. Para así hacerle más grato el donativo.

Con el apoyo de los bienhechores, esta etapa será el primer paso a realizar de este proyecto, y su realización se establece en un rango de 2 meses (enero-febrero), desde el momento en que se cuente con el capital o servicio disponibles para la realización de las diferentes aplicaciones gráficas.

2a. Etapa**INTRODUCCION DE LA FIESTA**

Para esta etapa se recomienda tener finalizada la primer etapa de este proyecto, debido a que se necesitará hacer escritos con la pelería de la casa hogar "Ciudad de las Niñas" solicitando apoyo económico y de instalación para la realización de la fiesta de beneficencia, así como la entrega de tarjetas de presentación y venta de algunos de los artículos promocionales

Una vez recaudadas las aportaciones económicas o de servicios se procederá a realizar los elementos gráficos necesarios para la promoción de la fiesta.

Siguiendo las indicaciones del manual es la manera de conservar la estrategia de difusión de la nueva imagen de la casa hogar, además de considerar un lapso de aproximadamente de cuatro meses, para el inicio de la recaudación económica y otros cuatro para la organización del evento, y así llegar al mes de Octubre, ideal para unir la recolección y creación de un fondo económico con las festividades octubrinas.

3a. Etapa**STAND MOVIL**

Esta etapa se considera la realización del modulo de información y venta de productos producidos por la casa hogar "Ciudad de las Niñas" (stand móvil).

La realización de este elemento se puede venir haciendo paulatinamente con alguna de las etapas anteriores, ya que en su manufactura intervienen donadores de servicios distintos a los de las anteriores etapas lo cual le permitirá llevarse a cabo en su totalidad sin afectar el desarrollo de las anteriores etapas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

080-40

4a. Etapa**PRODUCTOS DE VENTA**

Etiqueta de galletas y Disco Compacto: se pueden realizar simultáneamente o de manera independiente.

Para la reproducción de estos dos elementos, se considera la apoyo económico de la Asociación Civil "Por Ellos, ubicada en la Ciudad de Guadalajara, Jalisco. A esta se le presenta el proyecto, el cual es sometido a un estudio de factibilidad, realizado por mercadólogos y diseñadores de dicha agrupación, los cuales determinan si son viables las propuestas. Si se demuestra la viabilidad de los proyectos, la asociación cubre el monto total de la inversión, en caso de que no puedan cubrir el costo global, aportan un porcentaje y el resto lo cubren las religiosas (Hermanas Cooperadoras del Apostolado Social).

Para lo que se consideran dos maneras de cubrir el posible porcentaje restante: 1.- A través del fondo económico que se generó con la realización de fiesta 2.- En caso de no completar el monto total de la

Inversión, se recurrirá a la petición de recursos económicos o de servicios, en el caso de la imprenta que será pieza fundamental para llevar a cabo las dos propuestas.

El tiempo estimado para iniciar actividades, con respecto a este proyecto, se considera a principios de año, osea dos meses después de la fiesta de beneficencia, excepto la petición a "Por Ellos, A.C." de cooperar con la realización de los dos productos o uno a la vez, la cual se puede considerar su inicio paulatinamente con la recaudación de fondos económicos para la fiesta y su realización, esto con la finalidad de agilizar los tramites necesarios para completar la petición.

PRESUPUESTO

FECHA

DIA

23

MES

MAYO

AÑO

2002

CLIENTE

Casa Hogar
CIUDAD DE LAS NIÑAS, A.C.

CANTIDAD	DESCRIPCION	IMPORTE
500	Tarjetas de Presentación, dos tintas, cartulina opalina, impresión en offset.	\$ 450.00
1000	Hojas Membretadas, dos tintas, papel bond, tamaño carta, impresión en offset.	\$ 680.00
1000	Sobres oficio, dos tintas, bond blanco, impresión en offset.	\$ 580.00
1000	Recibos de donativos, una tinta, 1/4 de carta, original en bond y copia en papel autocopiable, folio y perforación, impresión en offset.	\$ 560.00
800	Boletos de cooperación, dos tintas, 1/8 de carta, papel bond, folio y perforación, impresión en offset.	\$ 350.00
1000	Volantes, dos tintas, 1/4 de carta, en papel bond, impresión en offset.	\$ 250.00
250	Invitaciones, dos tintas, 1/4 de carta, cartulina opalina, con dobles, impresión en offset.	\$ 480.00
500	Folletos, dos tintas, 1/2 carta, papel bond, con dobles, impresión en offset.	\$ 520.00
1000	Etiquetas (sabor vainilla), selección de color, 7.1 cm. X 5.5 cm., con suaje, en cartulina couche adherible, impresión en offset.	\$ 1,350.00 c/s
1000	Etiquetas (sabor chocolate), selección de color 7.1 cm. X 5.5 cm., Con suaje, en cartulina couche adherible, impresión en offset.	\$ 1,350.00 c/s
EL PRECIO ANTES MENCIONADO 66 MAS IVA		TOTAL
		\$ 6,570.00

TRANSVERSAL DE ALDAMA S-A
COL. EL VERGEL
C.P. 88978
TEL. 01 (91) 883-80-80
URURAPAN, RICH.

BUCIO
IMPRESA



Presupuesto de
la reproducción en prensa.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

**ROTULOS " EL POLLO "**

HECTOR RAFAEL AVILA ABURTO R.F.C. AIAH 610128-TK3
FACHADAS, MANTAS, RAZON SOCIAL, DIBUJOS, ANUNCIOS LUMINOSOS
ESPECTACULARES, LONAS, TOLDOS, ROTULOS POR COMPUTADORA Y NEON
OBREGON No.34 COL CENTRO TEL:452 455 89 URUAPAN, MICH.

URUAPAN, Mich. 27 de MAYO de 2002

CIUDAD DE LAS NIÑAS A.C.
APATZINGAN, MICH.

ATT'N


POR MEDIO DE LA PRESENTE DAMOS A CONOCER EL PRESUPUESTO SOLICITADO QUE A
CONTINUACION SE DESCRIBE:

ELABORACION DE 3 MANTAS DE 7.00 X 1.00 CADA UNA:

C O S T O UNITARIO \$ 800.00

Nuestro Presupuesto no incluye IVA

SIN MÁS POR EL MOMENTO ME DESPIDO DE USTED, ESPERANDO
VERME FAVORECIDO CON SU RESPUESTA


SR. HECTOR R. AVILA ABURTO





¡Su mejor imagen!

PROMOSER
ART. PUBLICITARIOS Y SOCIALES



Mayo del 2002.

CASA HOGAR CD. DE LAS NIÑAS
AT'N A QUIEN CORRESPONDA

A continuación cotizamos a Ud. los artículos de su interés:

Descripción	Cantidad	Precio Por Unidad
TAZA IMPRESA	100	30.00
TAZA IMPRESA	500	25.00
LAPIZ IMPRESO	1000	3.00
DESTAPADOR LLAVERO METALICO IMPRESO	100	15.00
DESTAPADOR LLAVERO METALICO IMPRESO	500	12.00

Nota 1: Los precios aquí anotados no contienen I.V.A

En espera de la confirmación de su pedido, quedo de Ud.

Atentamente

L.A.E. Eva Sandoval Domínguez

16 DE SEPTIEMBRE No. 127 CENTRO ☎/FAX: 01 (4) 523 1569 . 523 8805 . 523 9694 URUAPAN, MICH.
BATALLA DE LA ANGOSTURA No. 783 CHAPULTEPEC SUR ☎/FAX: 01 (4) 315 2212 MORELIA, MICH.
✉ promoser@ulter.net



Presupuesto de
la reproducción de los
artículos promocionales.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Con atención a Casa Hogar Ciudad de las Niñas A.C. :

Presupuesto para la rotulación y fabricación de Stand Móvil, rotulación de Camioneta utilitaria y Camión para transporte de las niñas, Triviceles para stand móvil utilizando vinil marca Calon 2 y Avery con cinco años de garantía en decoloración o transformación.

- 1 - Stand Móvil
Fabricación y rotulación
Con 20% de descuento
Precio: \$2,500
CAMIONES DE MADERA \$ 450.00
- 2 - Camioneta Pick up
Con 20% de descuento
Precio: \$ 1,000.00
- 3 - Camión
Con 20% de descuento
Precio: \$ 3,000.00
- 4 - 4 Triviceles
Precio: \$60.00

Nota: Los precios antes mencionados se les aumenta el IVA en caso de necesitar factura.



Fue fundamental el planteamiento de una problemática, la cual sería punto de partida para la idealización de los objetivos que se pretendían con la elaboración de este proyecto; no obstante una vez planteados estos, se ubicó a la disciplina de Diseño Gráfico como herramienta principal para erradicar las limitantes de la casa hogar «Ciudad de las Niñas»; apoyada a su vez con los eslabones que conforman dicha disciplina, se creó una estrategia de «Difusión y Recaudación de Fondos» para la mencionada institución.

La experiencia que deja un proyecto de la magnitud de este en particular es de una satisfacción elevada, ya que intervienen todos los sentidos del diseñador como estrategia de la comunicación, para plantear la solución de problemas de tipo gráfico, en los cuales se aplican los conocimientos adquiridos con el transcurrir del tiempo dentro del estudio de la disciplina del Diseño Gráfico.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMO DISEÑAR RETICULAS

AUTOR_Alan Swann
 EDITORIAL_Manuales de Diseño
 (G, GILLI, S. A. DE C.V.).
 EDICION_Barcelona 1990.

HISTORIA DEL DISEÑO GRAFICO

AUTOR_Philip B. Meggs.
 EDITORIAL_Trillas 1991.

GUIA DEL DISEÑO GRAFICO

(Para Profesionales).
 AUTOR_Simon Sennings.
 EDITORIAL_Trillas 1995.

LA COPA MUNDIAL MEXICO 86

Edición Alemana 1986.
 EDITORIAL_Cumbre, S. A.

BIBLIOTECA DEL DISEÑO GRAFICO

España 1994.
 EDITORIAL_N.I.E.S.A.

DICCIONARIO ENCICLOPEDICO UNIVERSAL SALVAT.

Barcelona 1996.
 EDITORIAL_SALVAT Editores, S. A.
 TOMO_14.

HISTORIA DEL ARTE.

SALVAT 1976
 EDITORIAL_SALVAT MEXICANA DE
 EDICIONES, S. A. DE C. V.
 TOMO_1

REVISTA VISUAL.

No. 69
 AÑO_IX
 ESPAÑA 1989.

REVISTA de DISEÑO.

No. 50
 AÑO_9
 México 2000.

REVISTA LUDICA.

No. 9
 AÑO_3
 México 2000.

COMO DISEÑAR MARCAS Y LOGOTIPOS

AUTOR_John Murphy/Michael Rowe
 EDITORIAL_G. Gilli, S. A.

DISEÑO Y REPRODUCCION

AUTOR_Giorgio Fiorqanti
 EDITORIAL_G. Gilli, S. A.

ARTE Y TECNICA DE IMPRESION

AUTOR_F. de Labordene
 EDITORIAL_Acribia

BASES DEL DISEÑO

AUTOR_Alan Swann
 EDITORIAL_G. Gilli, S. A.

METODOLOGIA PARA EL DISEÑO GRAFICO

AUTOR_Oscar Olea
 EDITORIAL_Trillas

IMAGEN GLOBAL

AUTOR_Juan Costa
 Enciclopedia del Diseño

MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA

AUTOR_Varios
 EDITORIAL_G. Gilli, S. A.

INTRODUCCION AL DISEÑO GRAFICO

AUTOR_Peter Bridgewater
 EDITORIAL_Trillas

COMUNICACION GRAFICA

AUTOR_Artur Turnbull/Rusell N. Baird
 EDITORIAL_Trillas