

878531

Vniversidad Nvevo Mvndo

Campus San Mateo

Escuela de Diseño Gráfico con Estudios incorporados a la
Universidad Nacional Autónoma de México

2ej
23



"CALENDARIO PROMOCIONAL DE LA VNVM "

Que para obtener el título de:
Licenciado en Diseño Gráfico

PRESENTA

LETICIA VARGAS SANTANA

DIRECTOR DE TESIS: ADRIANA GOMEZ MAGANDA

MEXICO, D.F.

1998

18062

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis 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.

Vniversidad Nvevo Mvndo

Campus San Mateo

**Con Estudios incorporados a la
Universidad Nacional Autónoma de México.**

Tesis

“CALENDARIO PROMOCIONAL DE LA VNVM”

LETICIA VARGAS SANTANA

Agradecimientos

Profesionales

~ A mi director de Carrera:

Bobby, quisiera agradecerte con todo mi cariño, respeto y sinceridad, por todo el apoyo que me has brindado durante y posteriormente a mi carrera.

~ A mi director de Tesis:

Adriana, Gracias por tu tiempo, tu apoyo incondicional, tus enseñanzas y profesionalismo con el cual trabajas.

~ A Juan Antonio Madrid:

Mi maestro y amigo de toda la carrera, muchísimas gracias por tus enseñanzas, especialmente por la forma de transmitir la sensibilidad en tu obra.

~ A mi maestra Blanca Rosa Jarillo por creer siempre en mí, gracias por transmitirme tus conocimientos y sensibilidad para con la vida. Te quiero mucho.

~ A todos mis profesores que intervinieron en mi educación desde siempre. A los que les toco la niña callada ó el torbellino de criatura. Gracias de todo corazón por sus enseñanzas, lecciones y momentos inolvidables que han dejado una huella en el camino de mi vida.

Familiares

~ A mi esposo, el hombre de mi vida:

Gracias por tu incalculable amor, apoyo y comprensión que día con día me brindas tan cariñosamente, Te Amo.

~ A mi madre que gracias a su esfuerzo y fortaleza soy la mujer y profesionalista que decidí ser, Gracias por mi educación y por todas tus enseñanzas. Te quiero muchísimo.

~ A mi hermanita Ericka que sin su ayuda, mi vida hubiera sido más difícil, siempre recuerda que... "Tu eres el arquitecto de tu propio destino".

~ A mi Abue Coty. Gracias por tus cuidados y bendiciones.

~ A mis suegros gracias por su creación y apoyo para sus hijos. A Bertha, Eve y a mi sobrinita consentida Valeria, con mucho cariño.

~A mi tía Gel y Jose que siempre han estado cuando los necesité, los quiero muchísimo. A Chivis, que siempre se ha preocupado por mi felicidad, y a Oscar y Ocarito.

~ A mis tíos Cuah y tía Tere que más que unos padrinos han sido unos amigos excelentes, a Ale por ser una niña tan linda y noble.

~ A mis tíos Huguinsqui y Margarit que siempre me han acompañado en las buenas y malas del trayecto de mi vida. A Verito y Dany que fuimos afortunados en crecer juntos.

~ A mis tíos Ellen y Ralph que me cuidaron cuando estaba con ellos, que apesar de la distancia estamos muy unidos, a Monique que siempre ha sido mi prima favorita, a Cheryl y Ricky que la pasamos tan bien cuando vienen y los extrañamos tanto cuando se van.

INTRODUCCION

La investigación de esta tesis nace debido a que la VNVM actualmente busca la forma más adecuada para darse a conocer dentro del grupo estudiantil, ya que no cuenta con medios promocionales adecuados.

La Universidad busca educar a sus alumnos por medio de valores compartidos entre los directores, profesores y alumnos, además que muestra interés hacia la excelencia en cuanto a servicios.

Esto me ha llevado a emprender como proyecto de Tesis la solución de este problema, ya que si se logra darla a conocer a futuros universitarios, se les motivará a incorporarse a la Institución.

La labor que se está realizando por medio del diseño gráfico, es el crear un medio promocional diferente, fuera de lo común, que no sea únicamente un impreso publicitario, sino que sea útil además de tener vida duradera.

INDICE

- 1. Planteamiento del Problema**
 - 1.1 Antecedentes del Problema
 - 1.2 Definición del Problema
 - 1.3 Ubicación del Problema
 - 1.4 Objetivos de Solución
 - 1.5 Hipótesis Inicial
 - 1.6 Justificación

- 2. Cliente ~ Empresa**
 - 2.1 Antecedentes
 - 2.2 Recursos Económicos
 - 2.3 Naturaleza del Problema
 - 2.4 Imágen Actual
 - 2.5 Imágen Competencia
 - 2.6 Gráfica de Competencia
 - 2.7 Conclusiones
 - 2.8 Posicionamiento en el Mercado
 - 2.9 Planes de Promoción
 - 2.10 Duración de Uso
 - 2.11 Planes a Futuro
 - 2.12 Extensión de Actividades
 - 2.13 Síntesis de Requerimientos

- 3. Receptor**
 - 3.1 Universitarios
 - 3.1.1 Edad y sexo
 - 3.1.2 Nivel Cultural, Social y Económico
 - 3.1.3 Códigos que Maneja
 - 3.1.4 Uso del Calendario
 - 3.1.5 Gustos
 - 3.1.6 Síntesis de Necesidades

- 4. Análisis y Síntesis**
 - 4.1 Requerimientos del Cliente
 - 4.2 Requisitos de Diseño
 - 4.3 Establecimiento de la Demanda
 - 4.4 Necesidades Reales
 - 4.5 Tabla de Jerarquización
 - 4.6 Conceptos de Diseño
 - 4.7 Requerimientos del Cuestionario
 - 4.8 Cuestionario Aplicado
 - 4.9 Gráficas de Resultados
 - 4.10 Resultados de Entrevistas
 - 4.11 Conclusión de Encuestas

- 5. Estrategia de Diseño**
 - 5.1 Comportamiento
 - 5.2 Efectos del Medio
 - 5.3 Limitantes para Diseñar
 - 5.4 Objetivos del Diseño
 - 5.5 Síntesis

- 6. Proyecto Gráfico**
 - 6.1 Justificación del Calendario
 - 6.1.1 Elección de Papel
 - 6.1.2 Medidas de Pliegos Nacionales e Importados
 - 6.1.3 Determinación de Tamaños
 - 6.1.4 Papel Elegido

- 6.2 Formato del Documento**
 - 6.2.1 Diseño del Espacio-Formato
 - 6.2.2 Determinación de Tolerancias y Márgenes Visuales
- 6.3 Diagrama de Armonía Espacial**
- 6.4 Tipografía**
 - 6.4.1 Elección de Tipografía
 - 6.4.2 Diseño Tipográfico
 - 6.4.3 Fuentes Tipograficas
- 6.5 Fotografías**
 - 6.5.1 Justificación de imágenes
 - 6.5.2 Fotografías Elegidas
- 6.6 Posicionamiento de Imágenes y Texto Portada Contraportada**
 - 6.6.1 Etapa de Bocetaje b/n
 - 6.6.2 Justificación
 - 6.6.3 Bocetos Elegidos
 - 6.6.4 Visualización de Diagrama de Armonía Espacial
- 6.7 Posicionamiento de Imágenes y Texto Páginas Interiores**
 - 6.7.1 Etapa de Bocetaje b/n
 - 6.7.2 Justificación
 - 6.7.3 Bocetos Elegidos
 - 6.7.4 Acomodo final todos los meses
 - 6.7.5 Visualización de Diagrama de Armonía Espacial
- 7. Artesanías**
 - 7.1 Lluvia de Ideas Teóricas
 - 7.2 Justificación de Artesanías aplicadas
 - 7.3 Artesanías Elegidas
 - 7.4 Bocetaje blanco y negro
 - 7.5 Justificación
 - 7.6 Bocetos Elegidos
 - 7.7 Propuestas Color
 - 7.8 Ilustraciones Finales
- 8. Portada - Contraportada**
 - 8.1 Propuestas a Color
 - 8.2 Propuesta Final
- 9 Páginas Interiores**
 - 9.1 Propuestas a Color
 - 9.2 Elección Final
- 10. Dummy**
- 11. Sistema de Impresión**
- 12. Originales Mecánico**
 - 12.1. Original de Suaje
- 13. Acabados**
 - 13.1 Encuadernación
 - 13.2 Sistema de Colgado
- 14. Ilustraciones al 90% del tamaño Real**
- 15. Conclusiones**
- 16. Glosario de Términos**
- 17. Bibliografía**

Planteamiento del problema

Antecedentes del problema

El plantel San Mateo de la “Universidad Nuevo Mundo” ubicado en Av. de los Cipreses 2010, en San Juan Totoltepec, Naucalpan Edo. de México, inicialmente se daba a conocer por medio de sus estudiantes, quienes difundían la información de manera interpersonal. Ésta era su mejor publicidad, eso no era ningún impedimento para darse a conocer, aún cuando se encontrara en las afueras de la ciudad.

Después se empezó a promover a través de libros como “Libro de Mejores Universidades” y “Feria de Universidades”, como patrocinador en eventos especiales, en estantes y exposiciones en centros comerciales. Han buscado alcanzar un nivel superior en el que su publicidad se realice en medios más selectos.

Definición del Problema

El problema es que la Universidad campus San Mateo no es conocida en toda la zona metropolitana, es por eso que necesita un medio publicitario, para darse a conocer y captar el público deseado; pero es necesario buscar un tipo de publicidad la cual no sea común, sino que sea novedosa y siga la línea de publicidad de la empresa.

Ubicación del Problema

Es necesario llegar a nuestro público meta de manera que el usuario mantenga en sus manos la publicidad el mayor tiempo posible; y que su difusión se logre por sí sola.

El propio alumno será el encargado de difundir la publicidad en el lugar de trabajo, estudio o lugar donde se establezca.

Dado que la difusión no está enfocada a medios masivos de comunicación como radio, televisión, desplegados particulares e impresos como anuncios en periódicos; se busca una difusión interpersonal hacia el público meta, pues pretende ser una Institución exclusiva.

Objetivos de Solución

La propuesta que se ofrece como solución, está en un medio promocional que es un calendario de la Universidad que además de ser novedoso es útil.

Este proyecto logrará captar a nuestro público meta de una manera cordial, jovial y moderna, tomando en cuenta que sea original, impactante y duradera. La Universidad tendrá por consiguiente una mayor población y no perderá su línea pomocional.

Hipótesis Inicial

Si el calendario VNVM es fácilmente transportable, atractivo por su diseño y de un material duradero, el joven universitario no dudará en adquirirlo y llevarlo a su lugar de trabajo. Esta será una manera de promover ante estudiantes de otras instituciones la propia Universidad, y así indirectamente se dará a conocer y mantendrá su imagen.

Justificación

El calendario es algo que a diario está en movimiento, puesto que los días van transcurriendo y es por eso que lo situamos cerca para realizar las actividades cotidianas; como el concertar una cita, para un tiempo de entrega, el tiempo que tardará un impresor para finalizar un trabajo o simplemente para saber qué día es hoy.

Si la Universidad tuviera un calendario, que fuera algo más que administrativo, el alumno lo tendría en casa, en su lugar de trabajo. Así sus familiares y amigos sabrían a que escuela pertenece.

Dentro del calendario se utilizan ilustraciones para crear un agrado visual hacia el receptor, estas son de gran colorido para reflejar de alguna manera el humor del mexicano, integrando en las mismas la conjugación de formas y figuras típicas.

Cliente - Empresa

Antecedentes

La Universidad de Nvevo Mvndo, se fundó en 1975 en el campus de la Herradura con un territorio de 3 hectáreas. El campus San Mateo, fundado en 1990, está ubicado en Av. de los Cipreses No. 2010 San Juan Totoltepec Naucalpan, ha rescatado el casco de una antigua hacienda (del Retiro) y ha respetado el estilo original, edificado en una extensión de 20 hectáreas de bosque y barrancas.

Los fundadores de esta Institución es el Lic. Guillermo Amat y su esposa la Sra. Rosy Martínez de Amat. Él, Licenciado en filosofía egresado de la Universidad de Navarra en España, con posgrado en Filosofía de la Universidad Iberoamericana y Posgrado en Alta Administración de Empresas egresado del IPADE en México.

Es una Institución privada, con incorporación a la UNAM y a la SEP; con una población de 800 alumnos en San Mateo y 400 en la Herradura, imparte cursos de Licenciatura de las siguientes carreras:

Diseño Gráfico, Administración, Ciencias y Técnicas de la Información, Contaduría, Derecho, Diseño Industrial, Ingeniería en Sistemas, Cinematografía, Psicología, Arquitectura, Relaciones Internacionales, Mercadotécnica, Publicidad, Bellas Artes y Economía.

Su slogan es " Educando para la Vida ".

Su escudo representa al Nvevo Mvndo con sus tres caravelas y los gráficos curvos representan el mar. Su filosofía consiste en brindar una educación personal e integral, que permite un trato más directo entre director, profesor y alumno. Y así al estudiante le servirá para ser una mejor persona en este mundo. "La VNVM maneja un corte humanista con sus materias, con esto busca resaltar los valores."

Recursos Económicos

Debido a la exclusividad de la Institución, no se ha manejado un plan de aportación económico que proporcione crecimiento a la misma.

La Universidad se sostiene únicamente por medio del ingreso por concepto de sus colegiaturas. No existe otro tipo de ingreso, no hay patrocinadores ni aportaciones de empresas privadas.

Es por ello que se quiere implantar el calendario como medio promocional para que ayude a sustentar y prevalecer en sociedad a la misma.

Naturaleza del Problema

El problema es que la VNVM no dispone de una publicidad que la de a conocer de manera frecuente y constante.

No existe un medio promocional y mucho menos un calendario anual, que permita la difusión entre sus alumnos y futuros aspirantes.

Se requiere un medio publicitario que de a conocer la Universidad a la comunidad externa a través de la interna, que en este caso nos referimos a cualquier persona estrechamente ligada a la Universidad.

Imagen Actual



Este folleto es una buena representación de la Universidad. Es de buena calidad. El gramaje del papel le da cuerpo y movimiento a la vez, el formato es 1cm. más pequeño de tamaño carta, esto lo hace útil en cuanto a su manejo. Sus dobleces son interesantes sin llegar a ser tediosos. La impresión del documento es de buena calidad, en sí, es lo que busca reflejar la Institución.

La Institución proporciona de manera directa un folleto de la Universidad, en el cual presenta datos generales, mostrando algunas fotografías de la VNVM; esta publicidad cuenta con las siguientes características:

-Es un folleto de tamaño carta con 3 hojas y un anexo de 2 hojas de 3/4 de página, cuenta con 3 dobleces hacia su interior.

Portada: presenta una fotografía de la Institución utilizando toda la página, el logo-símbolo en la parte superior derecha con una dimensión de 4.5 Cms. y el logotipo Corporativo en la parte inferior izquierda con un puntaje de 36.

En la primera de forros utiliza marca de agua al 20% de negro sobre superficie blanca, para describir la historia de la Universidad, incorporando dos fotografías de alumnos desarrollando diversas actividades de trabajo.

En el interior habla de las carreras que imparte, los principios y valores de su educación, requisitos de admisión y la vida Universitaria en general, lo ilustra con fotografías de alumnos en laboratorios, desarrollándose en su materia y ejercitando el deporte; impreso sobre una superficie gris la tipografía en negro.

Se maneja una red de tres columnas en todo el documento, como grafismo utiliza una pleca de 3 mm. de ancho variando su longitud y color dependiendo del fondo, utiliza una tipografía helvetica en altas y bajas de 12 pts en cabezas y texto de 10 pts. en negro.

Impreso en selección de color sobre papel Couche doble cara de 100 Grs. brillante.



Este b́ptico es bastante deficiente, pierde la calidad que la Instituci3n quiere reflejar.

El papel es el bond cl3sico, el cual le quita presencia al documento, el formato es oficio doblado a la mitad por lo largo es buen tama1o para su manejo.

La impresi3n es bastante deficiente es a una sola tinta, ya sea en tonos de grises 3 en otro tono; no se compara con el folleto de la Instituci3n.

Tambi3n disponen de un b́ptico seg3n la carrera que le interese al alumno, este b́ptico es espec3fico de cada carrera universitaria que ah3 se imparte.

Se trata de un formato oficio, doblado por la mitad a lo largo. Como portada utiliza una fotograf3a de alumnos desarrollando alg3na actividad de su materia, junto una pleca de 2Cms. de ancho en el lomo, el logo-s3mbolo de la Instituci3n en la parte superior izquierda y la carrera a la cual se refiere el documento en altas, helvetica it3lica con un tama1o de 24 pts.

En el interior describe los objetivos de la carrera, las aptitudes que debe tener el alumno y el plan de estudios a desarrollar. Esta informaci3n con un acomodo sobre una red de dos columnas, utilizando el nombre de la carrera en marca de agua al 35% de negro, la tipograf3a en negro y calada sobre las fotograf3as que presenta.

En la contraportada la direcci3n de los dos planteles de la VNVM con fotograf3as de los mismos, incorporando un mapa con la ubicaci3n de cada uno.

La tipograf3a helv3tica en altas y bajas para el texto y las subcabeczas en altas con un puntaje de 10. Impreso sobre bond de 90 grs. con un esquema acrom3tico.

Competencia

La competencia de la VNVM es la Universidad Iberoamericana y la Universidad Anáhuac, son competencia debido a que tienen buen nivel académico en la carrera de diseño además el nivel socioeconómico es el mismo y están ubicadas en una área muy cercana a la ciudad de México.

La Universidad Iberoamericana está ubicada en:
Prolongación Paseo de la Reforma No. 880
Col. Lomas de Santa Fe
Delegación Alvaro Obregón
México D.F. 01210

La Institución otorga un Folleto de la carrera de Diseño gráfico con dos hojas de tamaño medio oficio dobladas por la mitad y engrapadas por el centro.

De portada presenta el emblema de la institución como marca de agua en el 75% de la parte superior, en la parte restante una pleca de color naranja en donde se posiciona el emblema y nombre de la Universidad en negro con una tipografía Times de 14 pts. y la carrera a la cual se refiere calada de 24 pts. en la contraportada la vuelve a utilizar de igual manera, únicamente cambia los datos por la dirección y telefonos de la uia.

En el interior se refiere a los aspectos generales, objetivos, campo de trabajo, plan de estudios y materias de la carrera, apoyado por un croquis de la ubicación de la Institución utilizando altas y bajas en Times con un puntaje de 10.

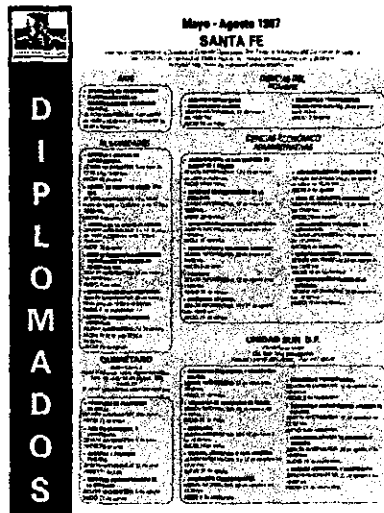
utilizan una retícula simple de dos columnas; está impreso a dos tintas en papel de color.

Este folleto es muy sencillo pero tiene buena calidad, es legible y contiene los datos generales y básico para el interes del candidato para alumno.

El formato es pequeño para mi punto de vista, se podría perder muy facilmente.

El gramaje del papel le da cuerpo y el color de este le brinda la presentación adecuada para la Institución.

Logra un buen resultado del documento a pesar de la utilización de dos tintas unicamente.



Este tríptico es llamativo por sus colores llama la atención del usuario, es una buena presentación del documento. El formato es bueno ya que es una medida estandar, no es fácil de extraviar.

La calidad del papel es buena, tiene un gramaje versátil con el cual se puede manejar bien sin problema alguno y el brillo del papel le dá la presencia requerida.

La impresión es de buena calidad respaldando así a la Institución.

Manejan un tríptico de sus cursos de verano, el cual es una hoja carta utilizada verticalmente con 2 dobleces hacia el centro.

Utilizan una retícula mixta de tres columnas, una pleca en el lomo con un degradado de la parte inferior a la superior en el tono corporativo con la tipografía calada, utilizando una fuente Helvetica de 48 pts.

En la parte superior izquierda colocan el emblema con el nombre de la Institución en negro usando la tipografía corporativa a un puntaje de 9 y 12 pts.

Un recuadro de fondo con esquinas redondeadas al 30% de negro es el soporte para la información de las materias que se impartirán en el curso, recuadros de la misma forma con el contorno de color corporativo son los que encierran la información de cada curso con la tipografía en negro utilizando altas y bajas con un puntaje de 8 para información, de 10 pts. para materias en bold y 14pts. para temas.

Está impreso a dos tintas en papel Couche brillante doble cara, de 90grs.



El periódico tiene buen formato, es fácil de manejar y no ensucia las manos al hojearlo.

La calidad y gramaje del papel cumplen los requerimientos necesarios. La impresión del documento es buena, legible y tiene excelente calidad.

El tener una publicación semanal me parece muy bueno para la comunidad Universitaria, esto ayuda a que los alumnos participen de alguna manera en su Universidad y se sientan parte de esta.

Se maneja un periódico interno de la Institución llamado el Ladrillo, esta publicación es semanal, en el interior se presentan eventos sociales internos, de la gente de la Institución, escritos de alumnos y se tiene contacto con la sociedad Universitaria en general.

Su formato es de dos tabloides doblado por la mitad, se maneja de manera vertical utilizando una retícula mixta de tres columnas. La tipografía que utiliza es Times plain para texto con un puntaje de 12 y Times Bold para Cabezas de 24 pts. manejandolas en altas y bajas, además las utilizan sombreadas y distorcionadas.

Utilizan como grafismos plecas, recuadros, líneas, ovalos y puntos de diversos tamaños según se requiera, se incorporan fotografías en posición e ilustraciones perfiladas y manejadas en marca de agua. Está impreso en una tinta sobre papel bond y sus fotografías son legibles y de buena calidad.

La forma de darse a conocer es por medio de eventos, ferias, estantes en exposiciones de diseño como en Exhibimex " a! Diseño ", y organiza conferencias así como congresos dentro de la misma Institución.

El lema de la Universidad es " La verdad nos hará libres " se utiliza de manera deficiente al igual que el emblema, no en toda la publicidad aparece, algunas veces aparece el logo - símbolo y otras el emblema junto al lema Institucional, es por eso que no muestra una línea similar en su imagen institucional.



Es un folleto original, llamativo con un suaje novedoso de buen impacto. El papel es de buena calidad y su gramaje le dá cuerpo al documento, el formato es bueno ya que es un tamaño estandar el cual tiene buen manejo y no tiene riesgo de extraviarse.

El suaje invita a conocer a la Institución, puesto que el corte se encuentra en medio del logo-símbolo.

La impresión de la publicidad es buena, tanto el diseño como el suaje, respalda perfectamente la calidad de la Universidad.

La Universidad ANAHUAC está ubicada en:
Av. Lomas Anáhuac s/n
Col. Lomas Anahuac Huixquilucan,
Edo. de México C.P. 52760.

La Institución maneja mucha publicidad impresa en cuanto a lo que otorgan al aspirante cuando va a pedir informes. Tienen una imagen corporativa interesante, manejan su logotipo calado en cualquier papel y le cambian el color al mismo en algunos casos.

Uno de las publicidades es un folleto de formato carta con un suaje atractivo y moderno, utiliza colores llamativos y serios al mismo tiempo para dar seguridad y fuerza a la Institución.

Utilizan una red mixta de tres columnas, en la portada manejan el logo -símbolo en dos tamaños diferentes, uno pequeño con una dimensión de 3.5 por lado en la esquina superior derecha sobre una pleca roja de 5.5Cms. y el otro con un tamaño de 23Cms. por lado, utilizandolo sangrado por el lomo de corte e inferior. Manejando la tipografía calada en 24 pts. y en rojo sobre una superficie de recuadros en dos tonos de gris con un puntaje de 36.

En el interior utilizan como grafismos plecas en rojo sobre estas la tipografía calada, y plecas al 45% y 65% de negro. Manejan marca de agua en el logo-símbolo al 45% de negro, ilustraciones sencillas sobre las plecas rojas, dependiendo de lo que se trate el párrafo, la tipografía de 14pts para cabezas y 12 pts. en cuanto al texto. Se imprime a 2 tintas en papel Couche brillante de dos caras, con un gramaje de 90.



El volante que dan particularmente por carrera, es un buen medio publicitario ya que refleja la calidad de la Institución. es un formato de tamaño carta de largo x 3/4 de ancho, la portada es una buena fotografía con ilustraciones de conceptos de la materia en un fotomontaje; utilizan retícula mixta de 2 columnas, está impreso en Couche por medio de selección de color.

La Universidad ANAHUAC ha creado una Fundación desde 1985 para ayudar a los damnificados por los sismos. A la fundación social ANAHUAC le llamaron CIDECO (Centro Integral de Desarrollo Comunitario), construyeron viviendas con un centro educativo, un centro de Cómputo y una clínica para dar los servicios básicos. En 1995 empezaron a construir un gimnasio y un auditorio; además las escuelas de medicina y Psicología han trabajado en proyectos para beneficio de la comunidad de CIDECO.

La manera de darse a conocer es por medio de conferencias de diversas materias, organizan congresos y ferias en la misma Universidad.

Gráfica de Competencia

	Iberoamericana	Anáhuac	Nvevo Mvndo
Formato	- Es de una media hoja carta, la cual se dobla formando un tríptico. Es pequeño lo cual lo hace perdedizo ó en su defecto poco manejable.	- Este se trata de un tríptico que doblado dá las dimensiones de una hoja carta de largo por 3/4 de ancho. Tiene un buen manejo por su tamaño.	- Se trata de un tríptico que finalmente tiene las medidas de una hoja carta a 3/4 de altura. Su manejo es bueno aunque no es un tamaño universal.
Color	- Se aplica a un esquema monocromático, utilizando placas del color al 100% y una marca de agua del emblema Institucional.	- Se trata de una selección de color en la cual utiliza colores serios manejando fotomontaje de alumnos y material de trabajo.	- Su impresión es a una sola tinta, no la sacan el provecho máximo a esta publicación.
Tipografía	-La tipografía que utiliza es Helvética con calidad plain para texto y bold al referirse a cabezas y subcabezas.	- La tipografía que utiliza es Times manejada con distintas calidades como plain, bold e itálica.	-Se trata de Helvética plain y bold, puesto que tiene buena legibilidad y leibilidad.
Información	-Esta muy sintetizado pues sólo presenta la tira de materias y objetivos de la carrera.	-Contiene de una amplia información, habla acerca de objetivos Institucionales, de la carrera, materias y muestra a los directivos.	- Habla únicamente de la carrera, sus objetivos con las materias que contiene.
Imp. Visual	- Bueno	- Muy Bueno	-Malo

Conclusiones

Los medios impresos que presentan las Universidades no son del todo satisfactorios, en cuanto a presentación se refiere.

La Universidad Iberoamericana dá un tríptico muy sencillo, es pequeño además de presentar espacios grandes en blanco los cuales se pudieron haber aprovechado de alguna manera, se imprime en papel de color lo cual le ayuda a un mejor resultado. En su interior presenta de una manera muy sintetizada lo que se refiere a la carrera, objetivos, materias y un croquis del lugar.

La Universidad Anahuac ofrece un tríptico el cual tiene una excelente presentación y buena calidad en cuanto a la impresión, la cual se realiza sobre cartulina couche. Su contenido es muy completo, hace referencia a la Institución, objetivos de ésta y de la carrera en particular, dedica un espacio para sus materias además de presentar a los directivos de la carrera integrando mapa de ubicación.

La Universidad Nuevo Mundo muestra un tríptico muy simple, se trata de un formato mediano impreso a una sola tinta sobre papel bond blanco de bajo gramaje. en cuanto a su contenido se refiere habla de la carrera en particular, los objetivos de ésta además de presentar su tira de materias, ubicación de los dos planteles con direcciones y telefonos.

En realidad este medio representa de alguna manera a la Institución de la que hace mención, es por eso que se debe de dar la mejor imagen, ofreciendo un medio impreso de buena calidad, contemporáneo y atractivo tomando en cuenta la seriedad que quiere reflejar la empresa.

Posicionamiento en el mercado

La VNVM Imparte una educación personalizada, ofrece un ambiente donde los valores de la convivencia en sociedad y del autoconocimiento se identifiquen y así sean asimilados.

Tiene como fin proporcionar una educación del más alto nivel, a través de una renovación de estudios. Las carreras están enfocadas a preparar universitarios que satisfagan las necesidades reales de las empresas y sociedad de hoy.

El 40% de la población estudiantil, en los dos Campus corresponde a la carrera de Diseño Gráfico. La Institución adquiere un gran prestigio por sus egresados y en concursos ganados por sus alumnos.

Lo que pretenden sus dueños es que la Institución llegue a ser una de las mejores Universidades en Diseño Gráfico de la República Mexicana.

Planes de Promoción

Sus planes de promoción se dividen en dos:

- Directa que son pláticas universitarias, ferias y visitas guiadas. En Universidades repartiendo publicidad al igual que mostrando un video de la Institución, a través de un representante de la VNVM, y por medio de una página en Internet.

- Indirecta que es publicidad en libros específicos, libros universitarios (“ Mejores Universidades”, “Feria de Universidades ”) Así como en patrocinio de distintos eventos (Regata Nacional de Valle de Bravo, Producción de mejores cortometrajes en cine de alumnos, Torneo Nacional Highlander, Exposición anual de Diseño Gráfico e Industrial de la VNVM en Centros Comerciales)

Además tienen eventos de la VNVM patrocinados por diversas empresas como: Pochteca, Lumen, La Suiza (Joyería), VMW, Luxux y Clases (Revista).

Patrocina alumnos relevantes en distintas disciplinas culturales o deportivas como en Golf.

Duración de Uso

La difusión directa se lleva a cabo, principalmente, en períodos intersemestrales, mediante visitas breves a la Universidad, en las cuales se explica verbalmente el objetivo de la Institución, actividades, carreras y otras generales; En estas se distribuyen trípticos y se proyecta un video.

La promoción indirecta fija mejor la atención por transmitirse en documentos impresos a los que se acude de manera constante.

Planes a futuro

Actualmente se está trabajando en una campaña de promoción más sólida, debido a la baja población de nuevo ingreso, esto es a partir de 1996 a 1997.

Se ha pensado seriamente en el lanzamiento de anuncios por radio.

Este es un aspecto que requiere de una cuantiosa inversión, que están dispuestos a afrontar para solucionar el problema hasta aquí planteado.

Se va a realizar un convenio con la radio (radioactivo) que consiste en tener tiempo aire no a través de spots, sino de entrevistas con alumnos, reseñas y comentarios en el plantel, esto requiere de la participación directa del alumno.

Extensión de Actividades

En cuanto a la estructura de la Universidad planean incrementar el número de carreras por ejemplo: Mercadotecnia, Filosofía, Turismo, Bellas Artes.

Otro de sus propósitos es terminar la construcción del plantel San Mateo. Actualmente se encuentra en un 40% de su construcción.

Se ampliarán áreas deportivas, salones de clase, laboratorios, auditorio y salones de junta. Tienen en mente la creación de una residencia universitaria tanto para el alumnado como para el profesorado, es por eso que se contruirán dormitorios. Y así mismo se proponen manejar el intercambio con Universidades del extranjero como: "Seneca College" en Canada, "Alwon Queen", "Texas Woman University".

En Síntesis

La Universidad de Nvevo Mundo, requiere un medio de promoción duradero.

Una manera de lograr este poyecto sería el diseño del calendario anual para los estudiantes, mismo que por su atractivo visual y de funcionalidad fuese continuamente utilizado, dentro y fuera del recinto universitario, para así promover a la Institución sin necesidad de una publicidad más costosa.

Con este calendario se busca el impulso a la Universidad de una manera actual, funcional y práctica. Además de ser un medio original beneficia la imagen institucional y sitúa al estudiante en el entorno socio Universitario.

Receptor

A Universitarios

Este calendario es universitario ya que va dirigido a su comunidad.

Está creado para ser disfrutado principalmente por el alumno en su estudio, al lado de su escritorio o escritorio; así como para su personal administrativo y docente.

Es útil para todos y su diseño tiene rasgos con tendencia a los dos sexos.

El estudiante de la Universidad tiene como promedio 19 años de edad, pero en el Campus San Mateo se está incorporando preparatoria también; entonces tomaremos una edad de 17 años, en promedio más o menos, aunque en estas edades no hay gran diferencia en gustos.

Se trata de alumnos que cursan la educación media superior y superior; de clase socioeconómica media alta y alta. Sus necesidades básicas están cubiertas y, en la mayoría de los casos, disfruta de lujos o satisfactores secundarios.

Socialmente hablando son jóvenes que se distinguen por su integración a un grupo determinado en el que destacan como líderes. Son versátiles, les gusta lo moderno, los aparatos tecnológicos y científicos actuales.

El universitario de esta índole está activo en el mercado de la publicidad pues es explosivo, les gustan los contrastes, los colores llamativos y las cosas diferentes e impactantes.

Será una herramienta que lo identificará con la Universidad a la que pertenece. Su uso es práctico para los quehaceres cotidianos y fácilmente transportable; facilitará su consulta y no resultará cansado para la vista; no ocupará demasiado espacio de tal manera que siempre estará presente en su mente y lo utilizará con frecuencia.

En Síntesis

Con un medio de promoción como éste, La VNVM y la comunidad universitaria se reconocerán tanto dentro como fuera de la Institución.

Por tratarse de un calendario para jóvenes, su diseño deberá ser original, llamativo y que refleje el carácter propio de su comunidad.

Se realizará en tamaño tabloide, es decir un formato mediano que permitirá su fácil transportación así como su visibilidad.

Sus elementos estarán adecuadamente distribuidos, utilizando técnicas que causen impacto.

No existe un producto similar, pues la publicidad anterior no tenía suficiente repercusión.

Análisis y Síntesis

Requerimientos del Cliente

La empresa necesita un medio publicitario duradero; el calendario cumple con esta función pues su uso será por un año.

Se trata de un objeto novedoso en cuanto a diseño, formas, ilustraciones llamativas; el objeto es que se le haga atractivo al estudiante y por consiguiente lo guarde.

Por tratarse de jóvenes universitarios , el concepto debe ser moderno, versátil y dinámico.

El calendario se pondrá a la venta en las papelerías y cafeterías de la Universidad, ahí mismo se exhibirá para que el alumno sepa de alguna manera que ya se cuenta con un calendario de la Institución a la venta.

También se situarán en exposiciones donde esté involucrada la VNVM, en stands de promoción de la Universidad en centros comerciales y en eventos dentro de la Institución.

Requisitos de Diseño

El formato es mediano, tamaño tabloide ó doble carta, mide 28Cms. de ancho x 43 Cms. de largo, adecuado para colgarse en el sitio de trabajo y fácilmente visible.

Se utilizarán fotografías de los espacios y ambientes más atractivos de la VNVM en la portada y en la contraportada, invitando a la gente a conocer la Institución y para quienes estudian ahí, sea un motivo de lucimiento.

Con las fotografías se muestra la arquitectura de la Institución, lo cual lo hace colonial. De igual manera se incorporan eventos mexicanos en las Ilustraciones, ya que es necesario retomar la creatividad mexicana para darle evolución, así mismo una transformación hacia el mundo contemporáneo para tener otras opciones además del diseño europeo ó americano.

La publicidad de la VNVM se va a manejar en la contraportada del calendario, ésta comprende el logotipo de la Vniversidad de Nvevo Mvndo y algún lema que la represente como " La vida y la Universidad unidas en el logro de un futuro mejor ".

El calendario consta de 8 páginas tamaño tabloide, en cada página se presenta una ilustración con dos meses, en la primera página se encuentra la portada, de la segunda a la séptima están los meses del año, finalizando con la contraportada. Las ocho páginas están unidas en la parte superior por medio de un espiral ó wire' o en el cual se inserta el implemento para que el calendario se cuelgue.

Establecimiento de la demanda

El calendario es algo innovador en el mercado como una publicidad de larga vida.

Es algo original en el medio publicitario de esta índole y por lo mismo captará la atención de los jóvenes e indirectamente influirá en los padres y otros adultos.

La publicidad en diversas instituciones se realiza mediante folletos, revistas, espectaculares en el periférico y otros medios que podrían llamarse estáticos ó pasivos; éste logrará una presencia continua por ser un instrumento de consulta diaria.

Necesidades reales

Debido a que el usuario es joven, es de vital importancia utilizar en el calendario colores contrastantes, texturas por medio de flashasos, conceptos modernos que proyecten versatilidad y fuerza.

El logotipo de la VNVM, le dará el respaldo de la Universidad y al mismo tiempo cumplirá su función de promoción.

El texto utilizado debe de contener las siguientes características:

- Debe de tener formas claras y armónicas
- Cumplir con la leibilidad
- Que tenga buena legibilidad

Se intercalarán los meses y días del año en la parte superior de una página, invirtiéndose en la página siguiente con el fin de darle movimiento y que no sea estático. La Ilustración ocupará más de la mitad del formato sin empalmarse con estos.

Tabla de Jerarquización

El proceso para la ejecución del proyecto es el siguiente:

- Elección de Formato
- Diagrama de Armonía Espacial
- Layout
- Posicionamiento de imágenes y texto
- Lluvia de Ideas
- Bocetos:
 - De las fotografías de la Universidad
 - De las ilustraciones (artesanías)
 - De días y meses del año
 - De la combinación entre los anteriores para la obtención del resultado del calendario.

- Tipografía (Escoger fuentes, peso y Puntaje)
- Pruebas de Color
- Sistema de Colgado
- Dummy
- Aceptación del cliente
- Originales Mecánicos
- Pruebas de Impresión
- Impresión Final
- Suaje
- Colocación del Espiral
- Colocación del Sistema de Colgado
- Proyecto finalizado

Conceptos de Diseño

Los conceptos de diseño que se han tomado en cuenta son:

- Formato:

Tamaño de un impreso basado en el tamaño y tipo de papel, orientación y proporción.

- Diagrama de Armonía Espacial:

Red ó retícula en la cual cada una de sus líneas está justificada, base para posicionar información.

- Layout:

Son los diferentes acomodos en que se pueden posicionar las imágenes, fotografías, los textos, plecas, en todo el documento.

- Fotografías:

Las fotografías son de la VNVM, es una panorámica de la Universidad y la terraza interior de un edificio.

- Ilustraciones:

Las ilustraciones están hechas en computadora en el paquete de Illustrator con retoque en Photoshop.

- Acomodo de Imágenes:

Dependiendo el mes es la ilustración que se va a utilizar.

- Tipografía:

La Tipografía que se utiliza en el Slogan es la Times puesto que el logotipo contiene esa Fuente, la Nadianne Book para los meses porque tiene movimiento y es agradable, la Garamond Bold Narrow para el día de la semana, porque se lleva con la Nadianne (bold para que resalte y se capte de inmediato de que día se trata) y la Garamond Bold Narrow Italic para el día del mes, para que la inclinación le de movimiento.

- Colores:

El color de los meses son los corporativos y el de las ilustraciones dependen de cada mes, según la estación y evento del año.

Requerimientos del Cuestionario

Para encontrar las bases de este proyecto, inicialmente se realizó un cuestionario que nos permitió observar cuál es nuestro público cautivo, qué gustos y tendencias tiene.

Esta investigación de campo tuvo el fin de darnos resultados para la creación de un impreso promocional, óptimo para el público cambiante, que en este caso es estudiantil, profesorado, personal administrativo y docente.

El cuestionario que se aplicó tuvo las siguientes características:

- a) Breve - para su fácil aplicación y un resultado veraz.
- b) Concreto con preguntas cerradas - para la obtención de un resultado eficaz.
- c) Interpersonal - para ver de cerca la reacción del público meta.
- d) Se cuestiona en 1a. persona - para darles un toque de interés particular a sus respuestas.

Pregunta 1- ¿Te gustaría que hubiera un calendario de la VNVM?

Nos sirvió para adentrarnos a ver el interés por parte de la sociedad universitaria para poderla integrar al medio publicitario.

Pregunta 2- ¿Qué te gustaría que tuviera ?

Esta pregunta nos ayudó a establecer la utilización de las imágenes requeridas para atraer la vista del usuario.

Pregunta 3- ¿ De qué tamaño te imaginas el calendario?

En ésta, se plantearon tres opciones para delimitar el espacio y las necesidades del público consumidor.

Pregunta 4- ¿Qué colores prefieres en el calendario?

Aquí manejamos diversas opciones de color con el fin de mostrarnos el agrado visual que pueden tener para esta publicidad.

Pregunta 5- ¿ Qué tema te gustaría para el calendario?

Se pusieron diferentes opciones las cuales estaban relacionadas con las tradiciones mexicanas y el diseño gráfico, para observar que tanta fuerza tienen las artesanías para ellos.

Pregunta 6- ¿ Cuánto pagarías por el calendario?

Esta pregunta se formuló para determinar el nivel socio - económico del público, con el fin de ver si este medio publicitario es atractivo para su venta.

Questionario Aplicado

- ¿Te gustaría que hubiera un Calendario de la VNVM ? SI _____ NO _____

- ¿Qué te gustaría que tuviera? Fotografías _____ Ilustraciones _____

- ¿De que tamaño te imaginas el Calendario ? Pequeño _____ Mediano _____ Grande _____

- ¿Qué colores prefieres en el Calendario ?

Relajantes _____ Alegres _____ Sofisticados _____ Contrastantes _____

Vivos _____ Elegantes _____ Modernos _____ Otros _____

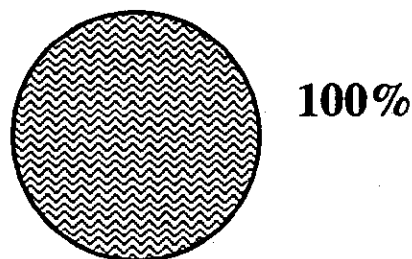
- ¿Qué tema te gustaría en el Calendario ?

Textiles _____ Texturas en Artesanías _____

Artesanías Mexicanas _____ Conceptos de Diseño Gráfico _____ Otros _____

- ¿Cuánto pagarías por el Calendario ? \$ 25 _____ \$ 30 _____ \$ 50 _____

Gráficas de Encuestas Aplicadas al Usuario

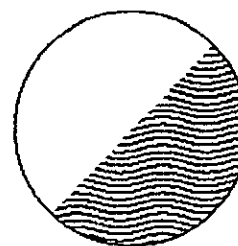


Se aplicaron 50 encuestas en la Universidad de Nvevo Mvndo, la cual está integrada por alumnos de ambos sexos de clase media - media alta.

Imágenes

Ilustraciones
CON ARTESANÍA
MEXICANA

50%



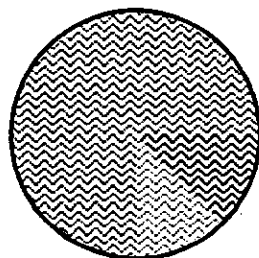
Fotografías
50%

- 50% Ilustraciones que tengan que ver con artesanía mexicana.
- 50% Fotografías de la VNVM, por su exquisita arquitectura.

Tamaño

Mediano

60%

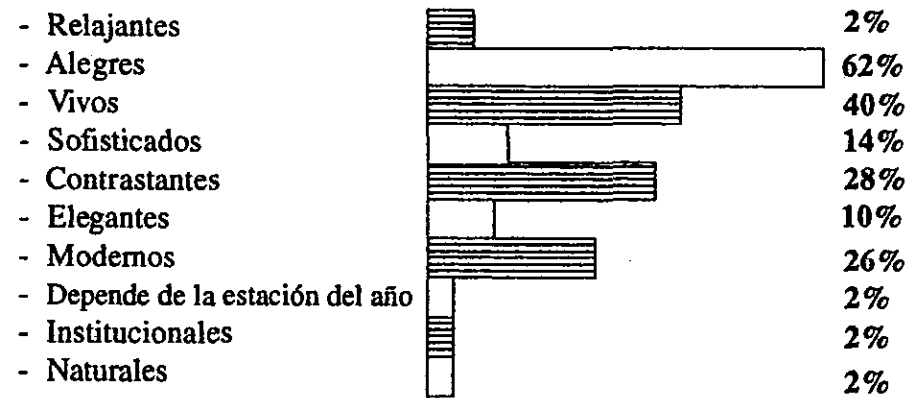


Pequeño 20%

Grande 20%

- Pequeño: Se refiere a un tamaño de escritorio, que se pueda guardar en el bolsillo.
- Mediano: Que tenga un tamaño tabloide, fácil de encontrar un sitio para colgarlo.
- Grande: 4 Tabloides, este formato requiere de un lugar muy amplio para su colocación.

Gráfica de Colores



Resultados de entrevistas

Los resultados que se determinaron para lograr el objetivo del proyecto fueron:

Respuesta 1- El resultado obtenido se desglosa de manera porcentual, por las posibilidades de cuantificación que ofrece la misma.

Muestra: Las referencias de este grupo muestra de 50 alumnos es significativa, el 100% del público cautivo desearía un calendario de la VNVM. Este aspecto nos lleva a pensar que existe una necesidad de crear un medio publicitario que vaya dirigido a la comunidad en particular.

Respuesta 2-

Muestra: En cuanto a las posibilidades visuales de la sociedad universitaria nos enfocamos a ver que un 50% de esta población encontraba atractivo que el calendario tuviera ilustraciones y el 50% restante quería Fotografías.

De igual manera que la respuesta anterior se desglosó de forma porcentual y encontramos que existe un profundo deseo de apoyar el texto con una imagen.

Respuesta 3- Los resultados de esta fase se desglosan por su formato, ya que es una pregunta cerrada con posibilidades de tres respuestas.

Muestra: Un 20% contestó que el tamaño ideal sería chico, otro 20% dijo que le gustaría grande y un 60% afirmó que el mediano sería el mejor.

Lo anterior indica la necesidad de mantener un formato de fácil manejo y colocación por parte del público meta.

Respuesta 4- Un aspecto relevante que consideramos en las entrevistas es saber que tipo de colores le agradaban a la población.

Muestra: Un 2% mostró gusto por los relajantes, 10% por los elegantes, 14% sofisticados, 26% modernos, 28% contrastantes, 40% vivos y 62 % alegres; y otras opciones 6% dentro de las cuales se encontraban colores naturales, dependiendo de la estación del año e Institucionales. Es necesario reiterar que el público encuestado podía seleccionar más de una respuesta.

Muestra: La comunidad se mostró entusiasta al escoger los colores alegres principalmente y se hizo notoria la participación de colores vivos, contrastantes y modernos, por lo que nuestro giro publicitario será entonces enfocado a estos colores.

Respuesta 5- En esta respuesta se maneja de manera porcentual las diversas opciones a elegir, que en este caso podían seleccionar más de una.

Muestra: En cuanto a las posibilidades de temas de importancia para los alumnos, se observó que un 2% mencionó paisajes, un 10 % textiles, 35% conceptos de diseño, 40% texturas en artesanías, 40% artesanías mexicanas y 50% de fotografías de la VNVM.

Lo anterior indica que los temas de interés equivalen a una parte importante de un público conocedor y apreciativo por la arquitectura y artesanías mexicanas.

Respuesta 6- A la gente entrevistada se le pidió que pusieran cual sería el costo que estarían dispuestos a pagar por este calendario.

Muestra: Un 6% preferían que fuera cortesía de la Universidad, un 16% pagarían \$50, un 34% darían \$25, un 40% pagaría \$30 y de este 40% un 20 respondió que dependía de la calidad de la impresión, .

Estos porcentajes nos permitieron observar el nivel socio-económico al que está dirigido, por lo que lo importante para el público meta es que sea de buena calidad en impresión. Si es un producto con atractivo visual entonces la compra del mismo no significará ningún problema.

Conclusiones

Lo que nuestros resultados arrojan es lo siguiente:

Consideramos que este aspecto alegre y jovial es debido a la edad en que se encuentran los alumnos; por lo tanto es importante reconsiderar la búsqueda de un medio promocional que los involucre e invite a la adquisición y por lo tanto a la difusión de este.

En este caso se decidió realizar un calendario con un diseño original, novedoso, que contenga armonía visual con fotografías e ilustraciones para hacerlo dinámico y que este de acuerdo a las necesidades del ambiente comunitario.

A los jóvenes les molesta el tipo de lenguaje visual monótono, por lo que los colores que concluyeron serán alegres, vivos, contrastantes y modernos.

Con esta diversidad de colores podremos abarcar a toda la sociedad universitaria debido a la conjunción de los tonos cambiantes a lo largo del año.

La medida requerida será la mediana, un tamaño estandar que involucra el fácil manejo del mismo.

El tema quedará conjuntado principalmente por fotografías de la arquitectura de la VNVM para que los involucre, textura y artesanía mexicana para manejar las tradiciones nacionales. Las ideas mencionadas anteriormente quedarán involucradas con conceptos de diseño gráfico.

Los datos anteriores nos permiten llegar a un precio final que en este caso será de \$30, asegurando que lleva las normas de calidad deseadas.

De ninguna manera se pretende finiquitar con la creatividad que el departamento de promoción ha mostrado en la publicidad anterior, sino que se pretende unificar esfuerzos para llegar finalmente al público meta.

Estrategia de Diseño

Comportamiento

El calendario se va a vender inicialmente en las cafeterías, en la papelería y en las oficinas de la Universidad en sus dos campus, la gente que solicite informes o acuda a inscribirse podrá tener acceso a la obtención de este.

Más adelante se montará en los estantes de promoción de la VNVM en los centros comerciales, eventos y exposiciones en los que intervenga la institución.

El calendario cubrirá tres propósitos:

Será un medio promocional, un objeto decorativo y funcional.

Por lo que ha de provocar un fuerte y agradable estímulo visual.

Efectos del Medio

El lanzamiento publicitario por medio del calendario le dará fuerza a la institución para estar por encima de la competencia y así captar la mayor parte del mercado, puesto que es un medio publicitario original, único en el medio y por lo mismo es de llamar la atención.

Limitantes

Las limitantes que existen son:

Costos -Que el costo del calendario se adecue al presupuesto del cliente, hay que tener en cuenta que la institución tiene reducido el presupuesto para estos efectos.

El Tiempo -Debido a que se trata de un artículo que tiene caducidad y tiene una duración de un año, es necesario ofrecerlo al cliente 6 meses antes de la fecha inicial del calendario para entregarlo impreso 3 meses después y así tenga un margen de exhibición, darle tiempo a que la sociedad universitaria lo descubra y sepa de su existencia.

Objetivos del Diseño

El objetivo principal del proyecto es llamar la atención de universitarios y candidatos por medio de un calendario, algo útil e indispensable para la vida diaria con una publicidad duradera implícita.

Objetivos:

- Llamar la atención de inmediato por ser algo único como medio promocional y original.
- Causar inquietud por saber de que se trata y así invitar a hojearlo.
- Que tenga movimiento en el diseño, que no sea estático.
- Que mantenga la seriedad de la institución.
- Que sea agradable a la vista puesto que es un objeto decorativo y funcional.
- Que tenga un fácil manejo para su uso y transportación.
- Que tenga legibilidad y leíbilidad a la vez.
- Que se caracterice por ser un objeto que refleje calidad y le de buena presencia a la institución.

Hipótesis

Si se diseña un calendario como medio promocional, que resalte las características del estilo arquitectónico de la VNVM, el cual sea impactante, versátil, (Un collage de ideas) de formato mediano, tamaño tabloide con colores contrastantes, llamativos, funcional combinando conceptos de diseño Gráfico con ilustraciones y textura; todos estos factores unidos contribuyen para la elaboración del proyecto, el resultado que se obtendrá llamará la atención de la comunidad Universitaria.

Si se compra el calendario, por ende se promocionará la Universidad por el mismo medio, de esta forma se logrará la atención del público meta para así entonces captar el mayor número de alumnos.

Justificación del Calendario

El calendario se va a realizar de la siguiente manera:

Debido al bajo presupuesto que presenta la Institución, es necesario mantener los costos al mínimo, es por eso que el calendario se hace bimestralmente para absorber de esta manera el costo de papel, impresión, wire'o, ensamble del producto terminado (tiempo hombre) y el diseño de seis Ilustraciones más.

El formato se eligió básicamente por los gustos del receptor; tomando en cuenta que se trata de un medio impreso agradable a la vista, se buscó el tamaño ideal para que además de una buena legibilidad se tuviera el menor desperdicio de papel.

En cuanto al contenido de las Ilustraciones, se manejó por medio de eventos nacionales, la fiesta más importante del bimestre es el tema del cual se realiza el diseño de la Ilustración.

Consta de ocho páginas las cuales todas son impresas de un solo lado, se trata de portada, meses del año y contraportada.

La portada está comprendida por una fotografía de la VNVM sobre una marca de agua de la misma, con un zoom de algún detalle de la misma realizada en Ilustración, sobre este posicionado el año al que se refiere el calendario y el escudo junto con el logotipo corporativo.

Las páginas interiores las integran la Ilustración del evento nacional, posicionada sobre una marca de agua con elementos de la misma, un zoom del detalle de la imagen y los dos meses a la cual hace referencia.

La contraportada contiene una fotografía de la VNVM, esta se coloca sobre la marca de agua de la misma, integrando al mismo tiempo el zoom en Ilustración del detalle y el lema de la Institución en la parte inferior del formato.

Elección del Tipo de Papel

El papel que requiere el calendario debe ser blanco puesto que se van a imprimir fotografías e ilustraciones en diversos colores, por tanto no se deben mezclar con el color del papel para que no sean alterados los colores elegidos.

Debe de tener un gramaje de 100 a 250 en sus hojas, puesto que al hacer el cambio de hoja es necesario que tenga cuerpo. esto le brindará la protección, rigidez y cuerpo necesario para su buen manejo.

El papel idóneo para este proyecto es el Couche, debido a la variedad en su gramaje, su color blanco y su diversa Calidad brillante, mate ó semimate.

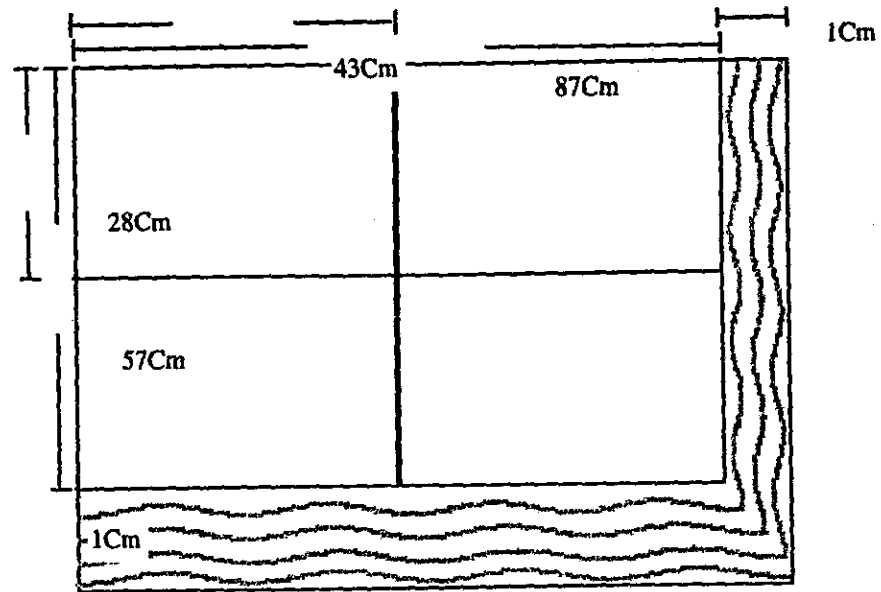
Medidas de Pliegos papel Couche Nacionales e Importados.

		Calidad	Gramaje	Caras	
Papel Nacionales : Couche	57Cm. x 87Cm.	brillante	100	Una	
	70Cm. x 95Cm.	brillante	250	dos	
			180	una	
Papel Importado :	MultiArt	70Cm. x 95Cm.	Semimate	250	una
	Splendid	57Cm. x 87Cm.	brillante	100	dos
	Phoenix Imperial	61Cm. x 90Cm.	Semimate	250	dos

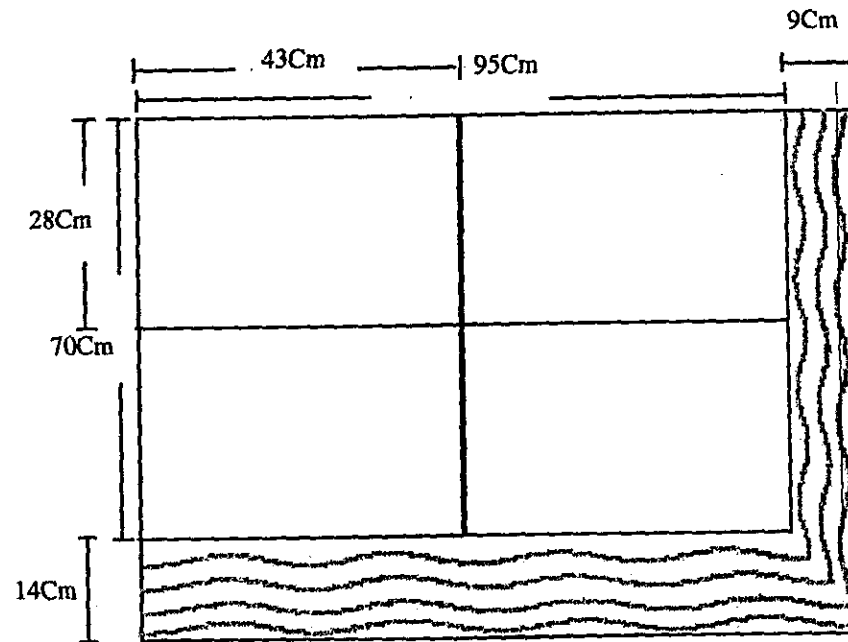
Papel Couche Nacional

Papeles Nacionales :

57Cm. x 87Cm.
Calidad : brillante
Gramaje : 100
Caras : Una



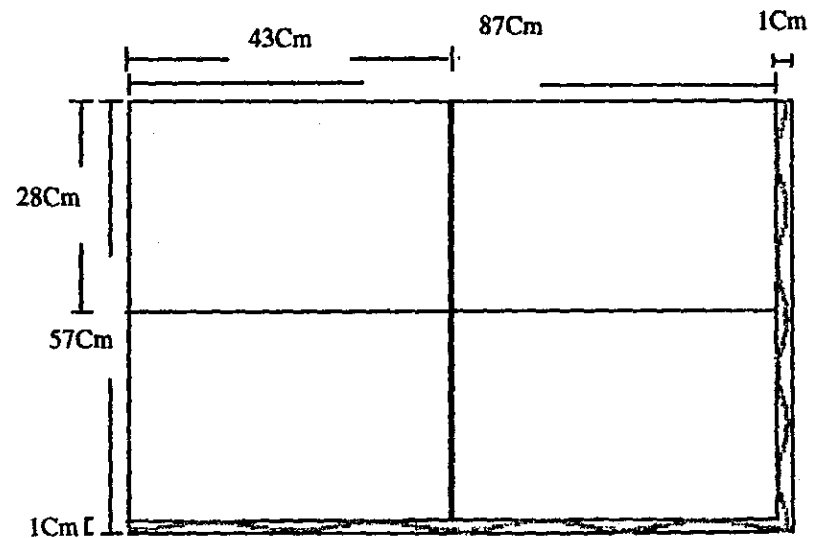
70Cm. x 95Cm.
Calidad : brillante
Gramaje : 250
Caras : dos



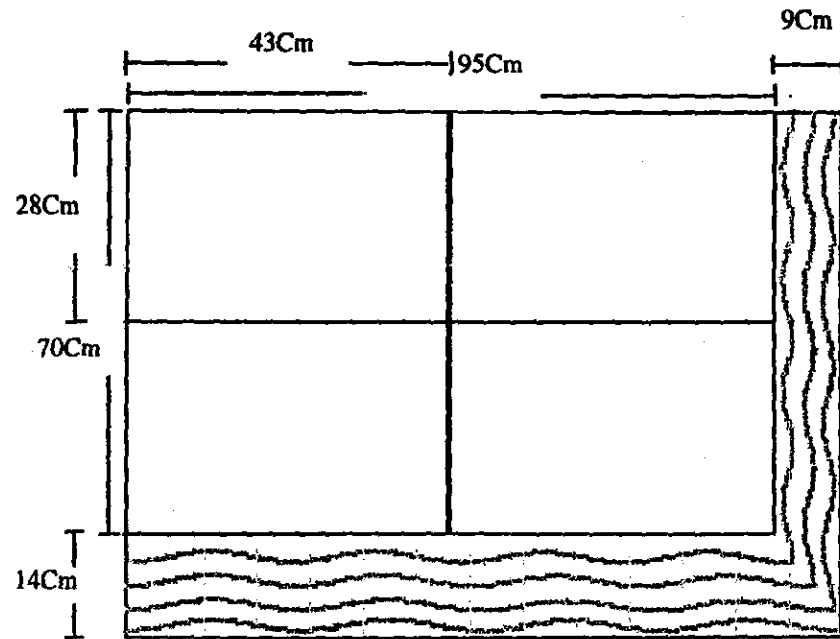
70Cm. x 95Cm.
Calidad : brillante
Gramaje : 180
Caras : una

Papel Couche Importado

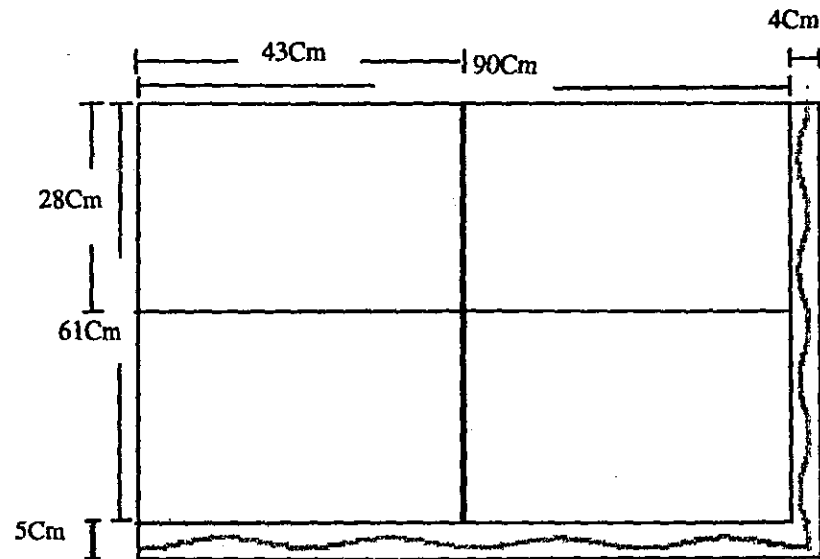
Splendid
57Cm. x 87Cm.
Calidad : brillante
Gramaje : 100
Caras : dos



MultiArt
70Cm. x 95Cm.
Calidad : Semimate
Gramaje : 250
Caras : una



Phoenix Imperial
61Cm. x 90Cm.
Calidad : Semimate
Gramaje : 250
Caras : dos

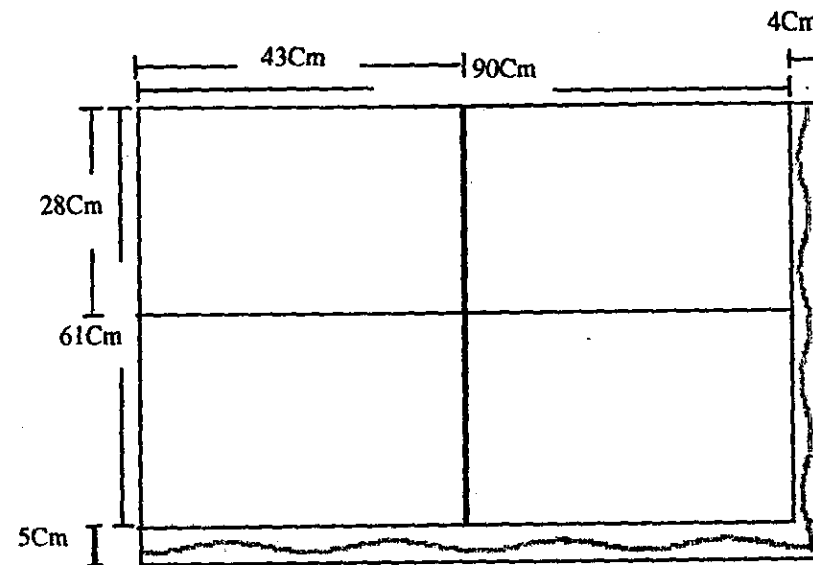


Papel Utilizado

El papel que se eligió para el calendario fué Couche Phoenix Imperial el cual tiene unas dimensiones de 61Cms. de Ancho x 90 Cms. de Largo, aunque existe también otro tamaño, el cual mide 70 Cms. x 95 Cms. Se eligió el formato anterior para tener un mínimo de desperdicio.

Con una calidad semimate, para un buen resultado de impresión y un peso de 200 Grs. para darle cuerpo y protección.

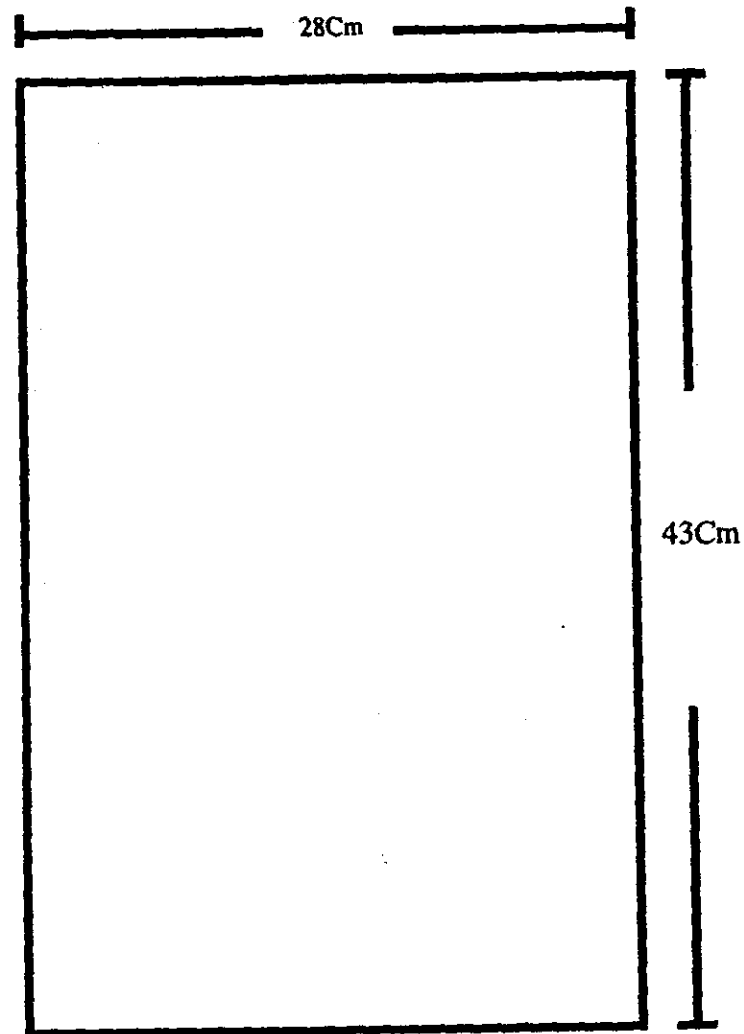
De cada pliego de papel Couche se obtienen 4 formatos tabloide, tamaño del calendario, es entonces que necesitamos 2 pliegos para la formación de un calendario, el cual está integrado por 8 páginas.



Formato del Documento

El calendario se va a realizar en un formato mediano, de tamaño tabloide o doble carta este mide 28 Cm. de ancho x 43Cm. de largo.

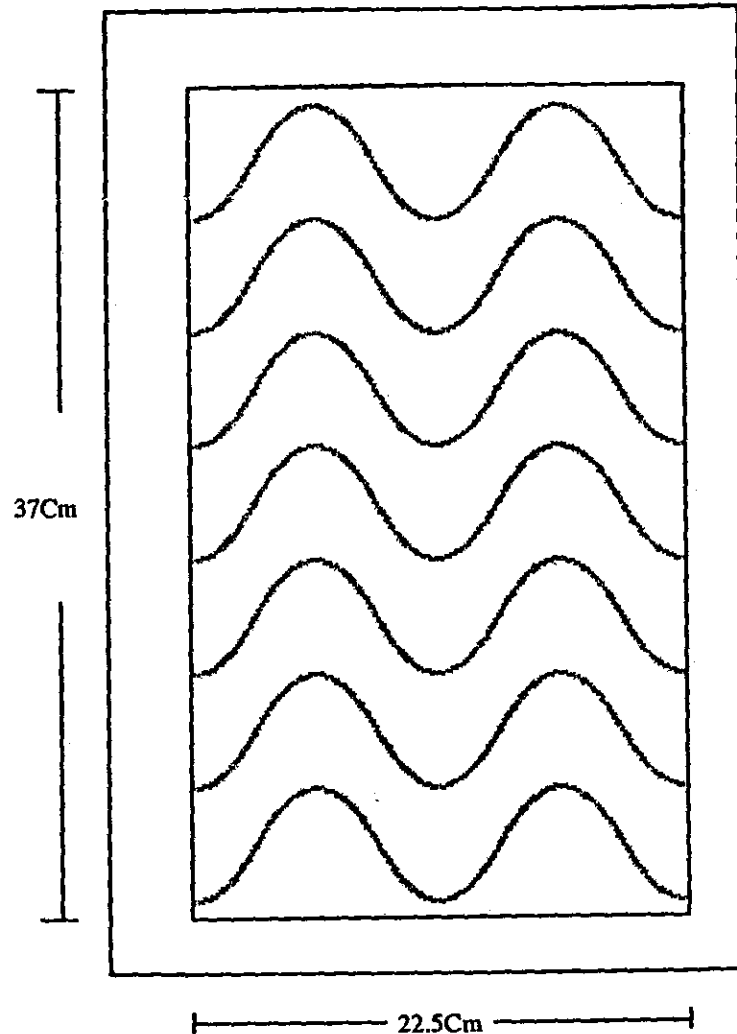
Se escogió este tamaño puesto que para un calendario, el cual se va a colgar en un área establecida de trabajo, es necesario que no ocupe tanta superficie, y que no sea tan pequeño para que no pierda legibilidad.



Espacio - Formato

Se va a utilizar el formato de manera vertical. El área de Diseño mide: 22.5 Cm. de Ancho y 37 Cm. de Largo.

El espacio que va a ser utilizado se sacó de manera proporcional, se hizo una disminución del rectángulo base y se posicionó en éste dando dos medidas diferentes en los márgenes, de manera que quedó ligeramente cargado a la derecha del formato.



Determinación de Tolerancia y Márgenes Visuales

Los márgenes visuales se obtuvieron proporcionalmente. El margen de lomo y el superior tienen la misma distancia al igual que el margen de corte y el inferior son iguales.

Los cuales tendrán las siguientes medidas:

- Margen de Lomo 3.5 Cm.
- Margen Superior 3.5 Cm.
- Margen de Corte 2.5 Cm.
- Margen Inferior 2.5 Cm.

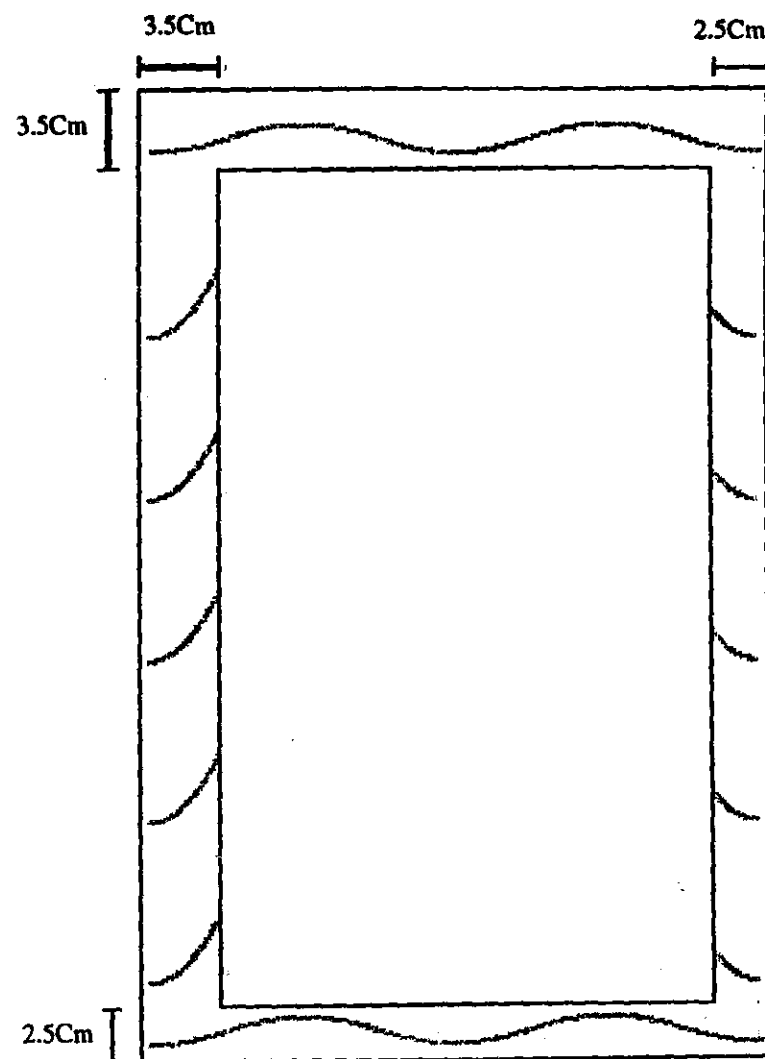
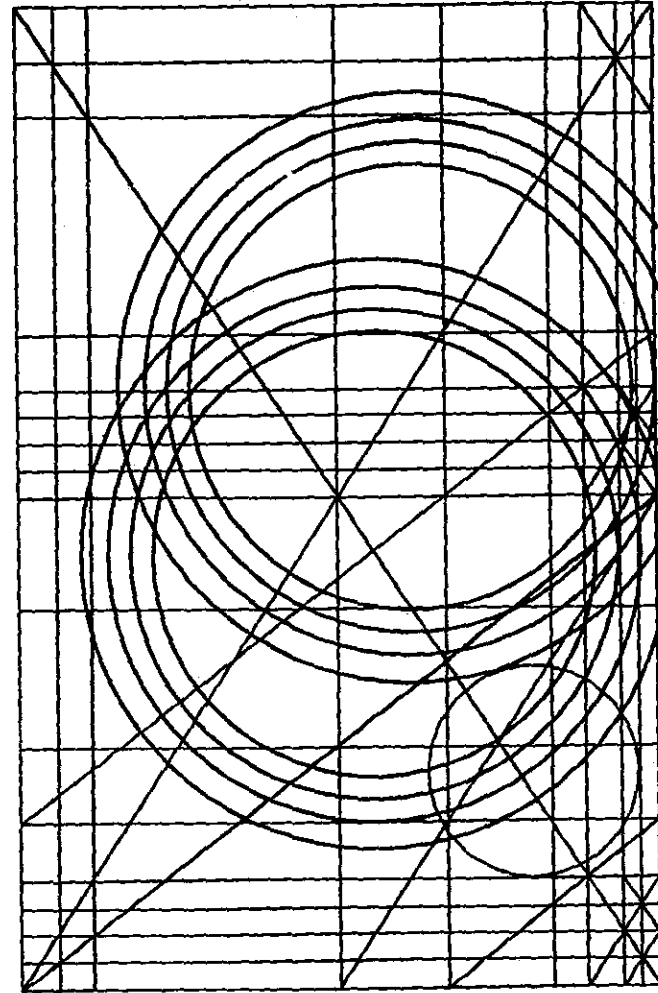


Diagrama de Armonía Espacial

El Diagrama de Armonía Espacial que se utilizó, está constituido por líneas horizontales, verticales y diagonales. Además se adicionaron círculos simples como concéntricos. Con esta red se pudo manejar varios acomodos hasta obtener el adecuado.



Elección de Tipografía para el proyecto

La elección de la fuente tipográfica para el calendario se obtuvo teniendo en cuenta diversos factores.

- Legibilidad - Es una propiedad del diseño de la letra.
- Leibilidad - Cualidad de tipografía como conjunto, que se pueda leer de manera continua y rápida.
- Que tenga coherencia formal, el que tenga que ver con el tema.
- Que tenga estética, que sea agradable para la vista.

Es entonces que de varias fuentes que se pospusieron, finalmente en cada caso se eligió la del recuadro. Días de la Semana: En este caso se requería una fuente manejada en altas, que no fuera pesada pero que le diera estabilidad. Es por eso que se escogió la Garamond Narrow y Bold para darle la importancia que requiere.

LMMJUSD (Chicago)

LMMJVSD (Caslon Open Face)

LMMJUSD (Hobo)

LMMJVSD (Garamond Narrow Bold)

Días del Mes: Para los días del mes no se podía usar una tipografía demasiado garigoleada, para que se pudiera entender el número rápidamente. Se utilizó la misma fuente que en los días pero con cierta inclinación (italic) para darle unificación.

12345678910111213141516171819202122232425262728293031 (Caslon Open Face)

12345678910111213141516171819202122232425262728293031 (Hobo)

12345678910111213141516171819202122232425262728293031 (Chicago Bold Italic)

12345678910111213141516171819202122232425262728293031 (Garamond Narrow Bold Italic)

Meses del Año: Estos necesitaban más movimiento y ligereza, por eso se utilizó la fuente Nadianne Book de forma plain. Esta le daba una importancia primordial de los días de semana y del mes.

Enero (Klang MT)

Enero (Script MS Bold)

Enero (Parisian)

Enero (Caslon Open Face)

Enero (Nadianne Book)

Diseño Tipográfico

Las fuentes que se utilizan son:

-Garamond Narrow.

Se utiliza para los días de la semana, con un tamaño de 11 Pts.

Peso Bold, para darle mayor importancia.

Texto Perfilado sobre círculo.

-Se utiliza la misma fuente para los días del mes, con un tamaño de 10, 9 y 8 Pts. con Calidad Bold Italic, para darle movimiento.

Texto Perfilado en círculos concéntricos.

-Nadianne Book.

Se utiliza en los meses del año, con un tamaño de 18 Pts. la capitular y las subsecuentes de 15 Pts. En el año 1998 con un puntaje de 137.

Con un peso plain, esta fuente le dá vital importancia a los meses.

Texto en meses Justificado a la izquierda con bandera derecha y en el año texto Perfilado sobre un ovalo.

-Times Bold.

Es la tipografía corporativa se utiliza en el logotipo de la empresa con un puntaje de 84.

Se utiliza Roman, el texto Justificado a la izquierda con bandera derecha.

Además se utiliza en el Slogan con un puntaje desde 44 en disminución hasta 26 Pts.

Con peso Plain en outline y el texto se utiliza Perfilado sobre dos círculos unidos.

L M M J V S D L M M J V S D
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11
12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25
26 27 28 29 30 31

Enero
1998

VNVM

"La Vida y la Universidad Unidas
en el hoy por el mañana"

Fuente Tipografica:

Tipografía Primaria

Nadianne Book

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ.

abcdefghijklmñopqrstuvwxyz.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31.

Tipografía Secundaria

Garamond Bold Narrow

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ.

abcdefghijklmñopqrstuvwxyz.

Italic - 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31.

Tipografía Corporativa

Times

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ.

abcdefghijklmñopqrstuvwxyz.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31.

Justificación de fotografías

La elección de las fotografías se realizó dependiendo de los espacios más representativos de la Universidad:

La portada presenta un espacio al interior de un edificio, la ambientación de éste es excelente, representa para los alumnos un lugar de estar, confortable y armónico en el cual se desarrolla su vida universitaria.

La contraportada se trata de una vista panorámica de la Institución, mostrando al edificio principal con el cual se inició la VNVM, éste era el casco de una antigua hacienda de retiro, se reestructuró respetando su estilo original.

Fotografías Elegidas (Portada ~ Contraportada)

Estas imágenes fueron seleccionadas debido a que representan los ámbitos de la Universidad Nvevo Mvndo.

La portada presenta una terraza interna dentro de un edificio y la contraportada luce una panorámica del edificio "La Cartuja".



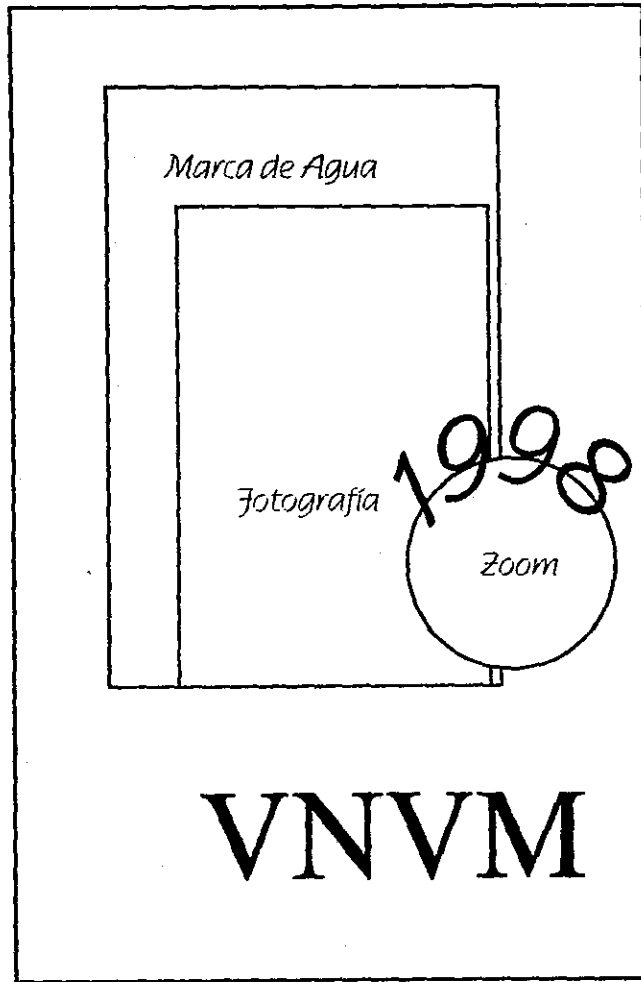
-Portada



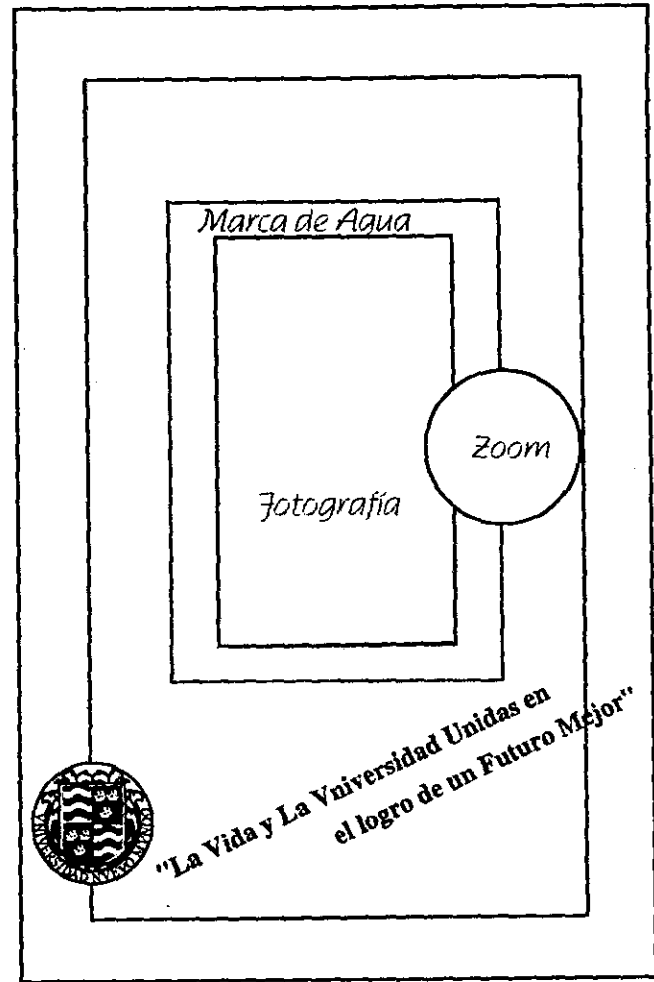
-Contraportada

Etapa de bocetaje

-Posicionamiento de Imágenes y Texto **Portada- Contraportada**



1



2

Justificación de Alternativas **Portada- Contraportada**

En esta alternativa se maneja la Marca de agua en la esquina superior izquierda, la fotografía cargada a la derecha de la marca de agua lo cual no hace un buen equilibrio.

El tamaño del zoom que se presenta es muy grande en cuanto a las demás Imágenes.

El logotipo de la Universidad se utiliza en Times, tal como la tipografía corporativa en un alto puntaje.

En realidad se desperdicia mucho espacio, tiene demasiado aire al rededor de el texto y las imágenes.

①

En el caso de la Contraportada el tamaño de la fotografía está muy reducida en cuanto al formato del calendario.

Se le da más importancia al zoom que a la misma fotografía, además de que la Marca de agua es pequeña.

El recuadro observado en el perímetro de la Marca de Agua le da estabilidad a todo el cuadro.

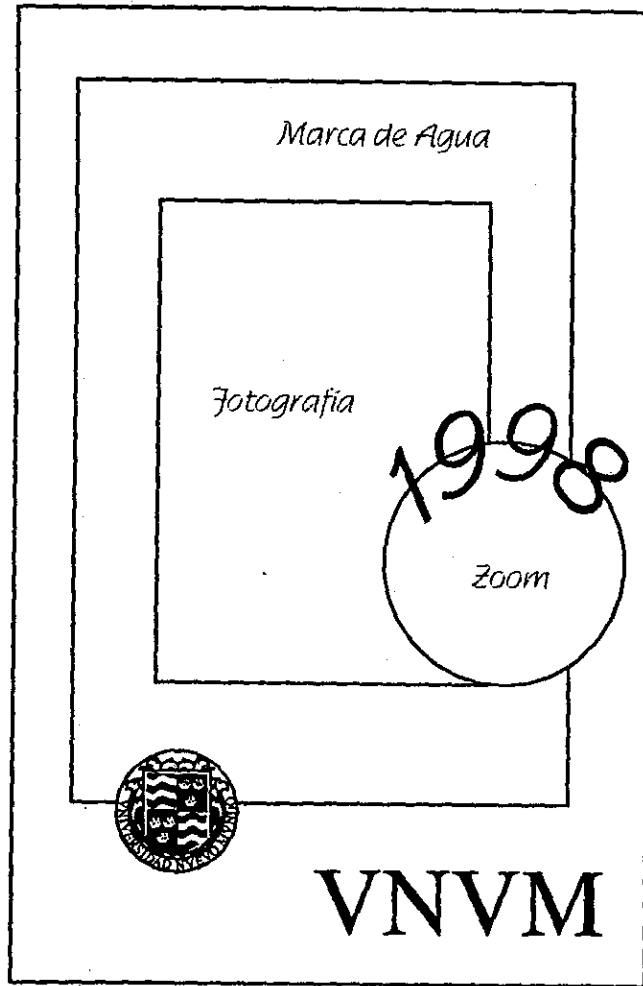
Se posiciona el escudo de la Universidad en la esquina inferior izquierda, sin llegar al vértice. Lo cual le da armonía y estabilidad al conjunto.

El Slogan se coloca de manera diagonal a 45 grados en dos líneas, esto le da un buen movimiento.

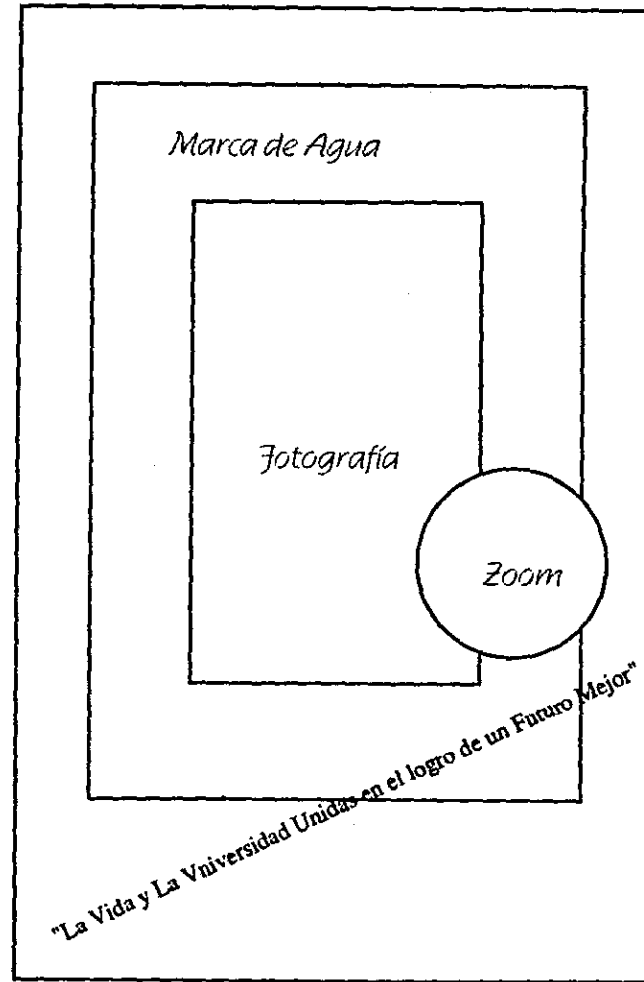
②

Etapa de bocetaje

-Posicionamiento de Imágenes y Texto **Portada- Contraportada**



3



4

Justificación de Alternativas **Portada- Contraportada**

La siguiente alternativa maneja la fotografía de un buen tamaño, pero le falta amplitud para lograr lo que se pretende.

La marca de agua está bien de tamaño en cuanto a la proporción de la fotografía, el zoom es un poco grande para darle un buen equilibrio al conjunto.

El logotipo se posicionó en la Portada para darle una atención inmediata en cuanto a la publicidad se refiere.

Situado en la esquina inferior izquierda sin tocar el vértice da un buen equilibrio con las demás imágenes.

La tipografía corporativa se usa como base de todo el recuadro, se utiliza con un tamaño proporcional al del escudo para darle la misma importancia.

3

En esta contraportada se manejaron las imágenes con un tamaño muy similar al de la portada, para darle uniformidad al calendario.

El Slogan se utilizó de manera diagonal con un ángulo de 45% de derecha a izquierda.

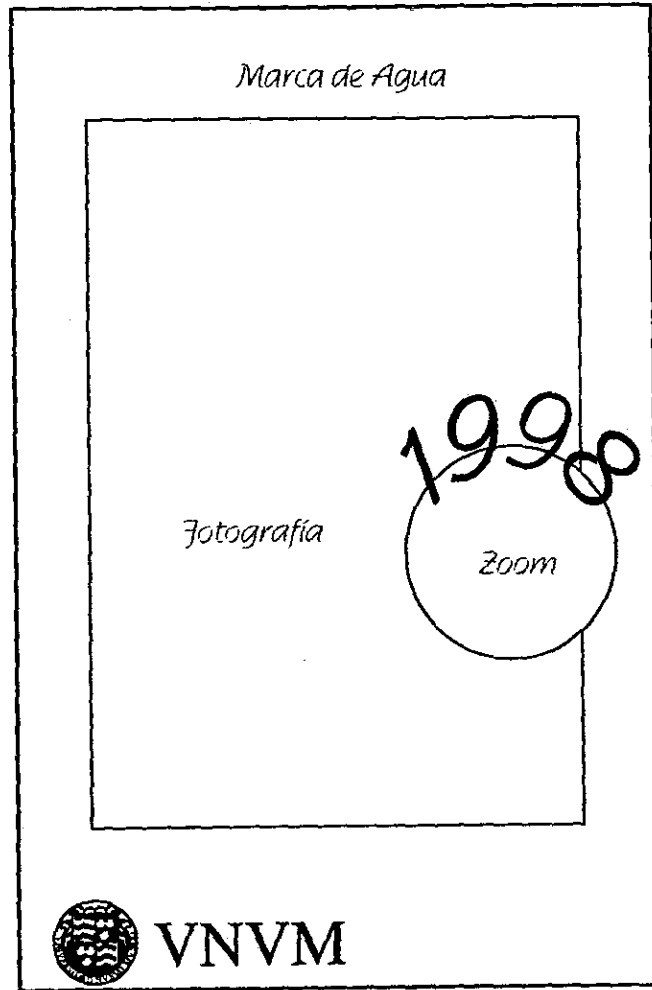
No tiene un buen equilibrio en cuanto a la conjunción de todos los elementos que componen al cuadro.

En la esquina inferior derecha existe un espacio grande, el cual ipudiera interpretar el faltante de algún grafismo, imagen ó texto.

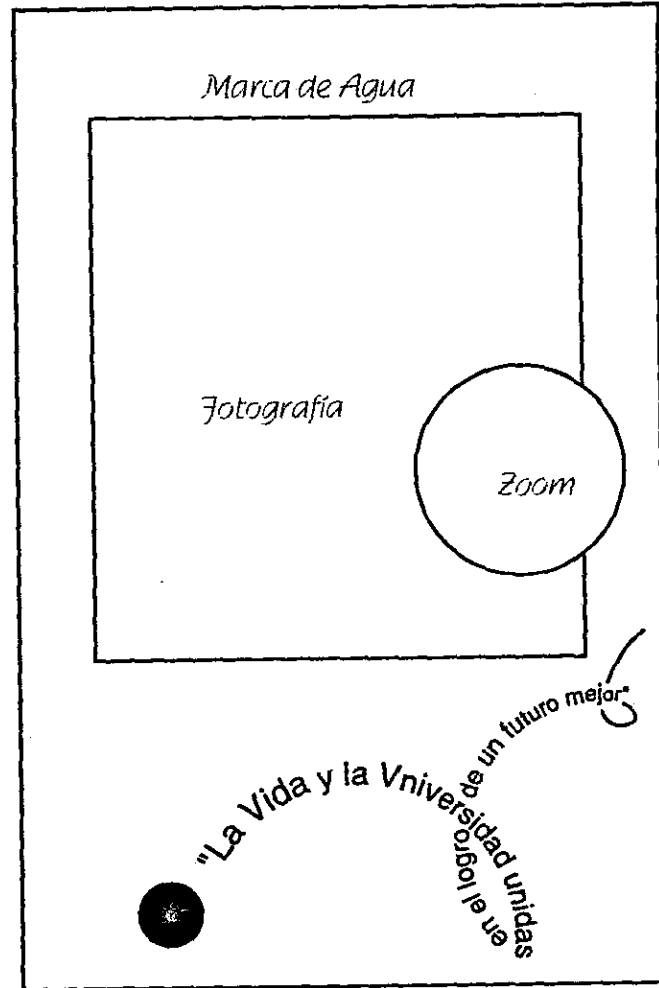
4

Etapa de Bocetaje

-Posicionamiento de Imagenes y Texto **Portada - Contraportada**



5



6

Justificación de Alternativas **Portada- Contraportada**

En la siguiente opción se presentan las imágenes proporcionalmente al formato que se está utilizando.

La fotografía ocupa buen espacio de todo el recuadro, la marca de agua está posicionada en todo el tamaño de la hoja, el zoom es del tamaño ideal para lograr la atención del usuario.

El año está perfilado sobre el zoom, lo cual le da un constante movimiento y mayor jerarquización que los demás elementos.

El logotipo se utiliza en la parte inferior izquierda junto con el escudo de la Institución, con esto logra visualizar un equilibrio en cuanto a todo el recuadro.

5

En la contraportada siguiente se manejan las imágenes de igual forma que la Portada anterior para así crear una unificación de imágenes para una buena fusión.

La fotografía es de buen tamaño para la buena visualización del receptor, y para que éste rápidamente se ubique.

De fondo la utilización de la marca de agua le da armonía y conjunción de los elementos utilizados.

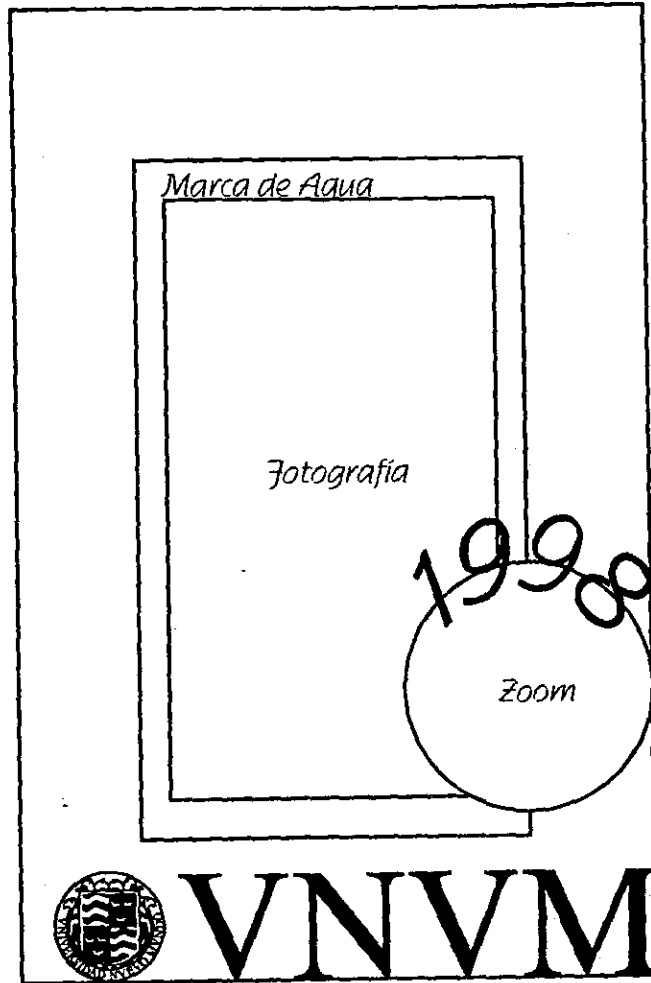
Antes de inicial el Slogan se acomoda una esfera en degradado hacia el centro dándole una dirección al usuario.

El Slogan se encuentra perfilado sobre dos círculos unidos, esto le da cierto movimiento y dinamismo al mismo tiempo.

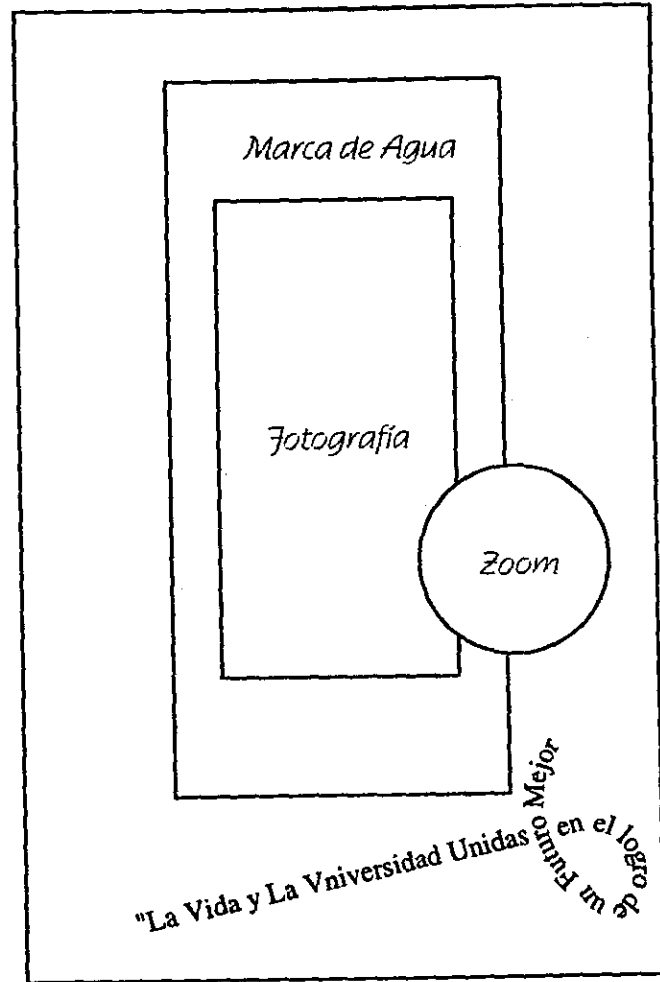
6

Etapa de bocetaje

- Posicionamiento de Imagenes y Texto **portada - Contraportada**



7



8

Justificación de Alternativas **Portada- Contraportada**

En este caso la fotografía se utiliza alargada, está posicionada sobre un rectángulo muy largo, esto hace que tenga un efecto de grán peso sobre la imágen.

El recuadro de la Marca de agua apenas y se nota, en realidad solo se puede observar un ligero detalle de la misma.

El zoom que muestra es muy grande aunque hace un ángulo de 45% junto con el escudo que aparece en la esquina izquierda inferior.

Junto al escudo aparece el logotipo, el cual tiene el mismo ancho que éste, lo cual le dá la misma importancia a los dos.

No tiene equilibrio alguno, el recuadro se cae sobre la esquina derecha del mismo.

7

En esta contraportada se maneja la fotografía rectangular pero muy pequeña para el formato utilizado.

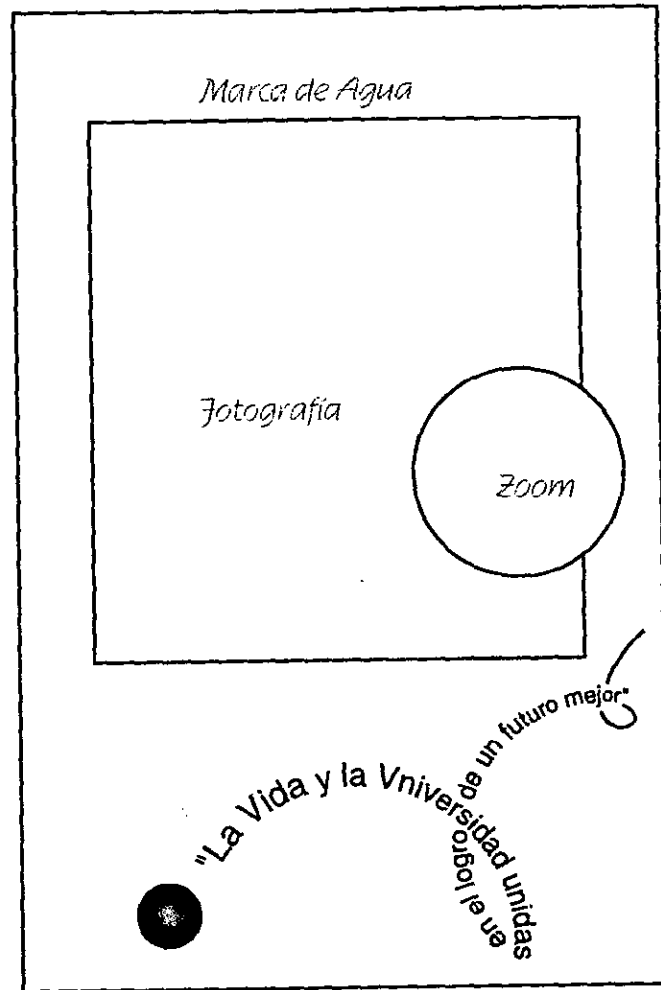
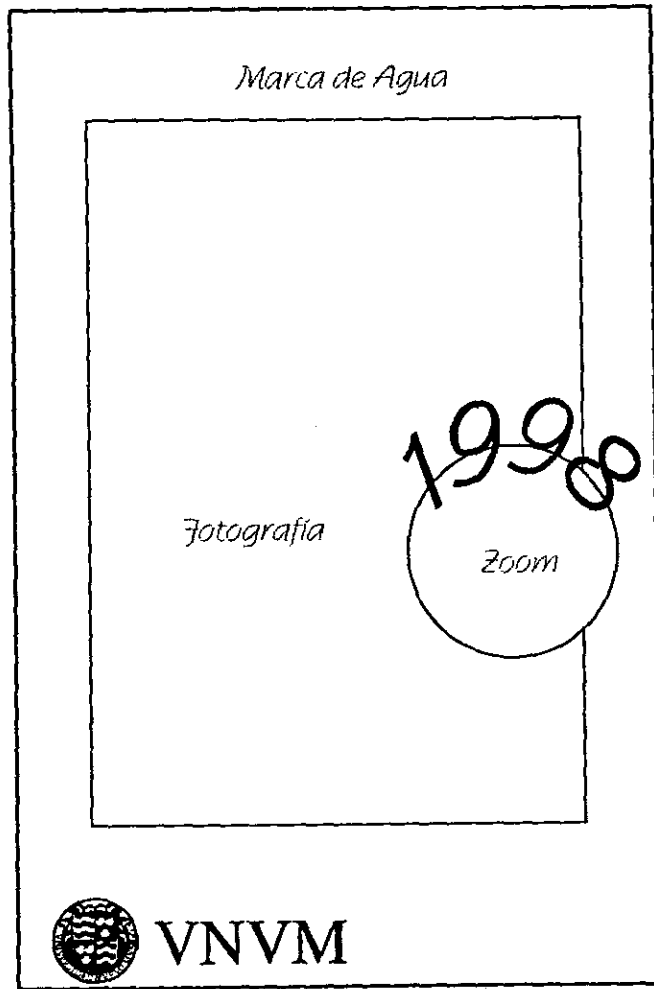
La marca de agua utiliza una forma interesante, existe bastante espacio alrededor de ésta, el cual podía ser utilizado de una mejor manera.

El zoom presenta una buena proporción en cuanto a las demás imágenes, lo cual crea un espacio cordial para la vista.

La tipografía que se integra está perfilada a una forma poco usual, de alguna manera se siente forzada. Aunque es original no es lo que se busca.

8

Bocetos Elegidos **Portada-Contraportada**



Justificación de Bocetos definitivos **Portada- Contraportada**

Se eligió esta opción en la portada debido a que el resultado es completo, agradable a la vista y con un buen equilibrio.

Las fotografías son las que ocupan todo el formato, claro que ayuda el utilizar la misma de base como marca de agua, de esta manera no es pesado el resultado.

El año se hace notorio sobre el zoom, el estar perfilado le da movimiento, al mismo tiempo adquiere mayor importancia.

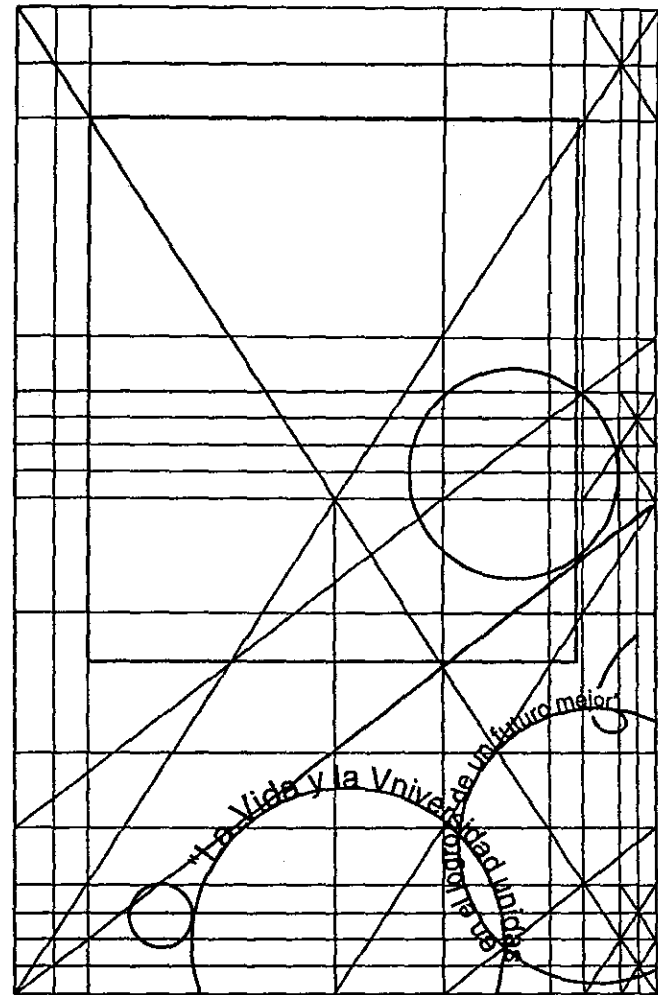
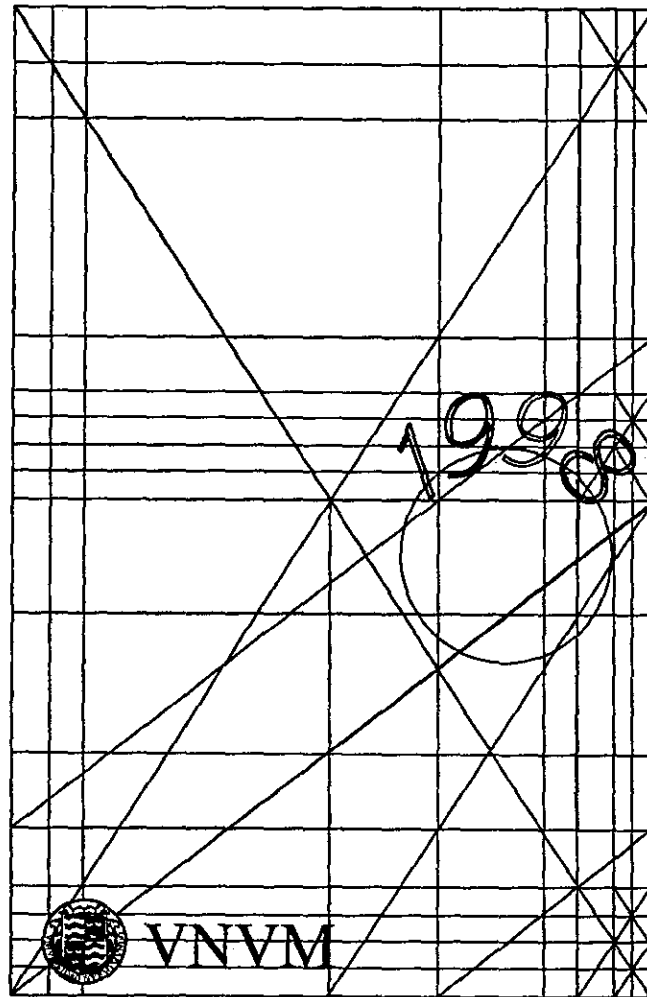
El logotipo se utiliza en la parte inferior izquierda junto con el escudo de la Institución, dando un equilibrio total al resultado además que forma una línea imaginaria diagonal hacia arriba, representando implícitamente el progreso.

En la contraportada el manejo de las imágenes es similar, aunque la fotografía a color se utiliza más pequeña, dándole espacio al slogan en la parte inferior del formato, que se usa de una forma dinámica, perfilada sobre círculos.

Antes del slogan se coloca un círculo en degradado para darle una rápida visualización al mismo, terminando con un grafismo que representa el seguir adelante.

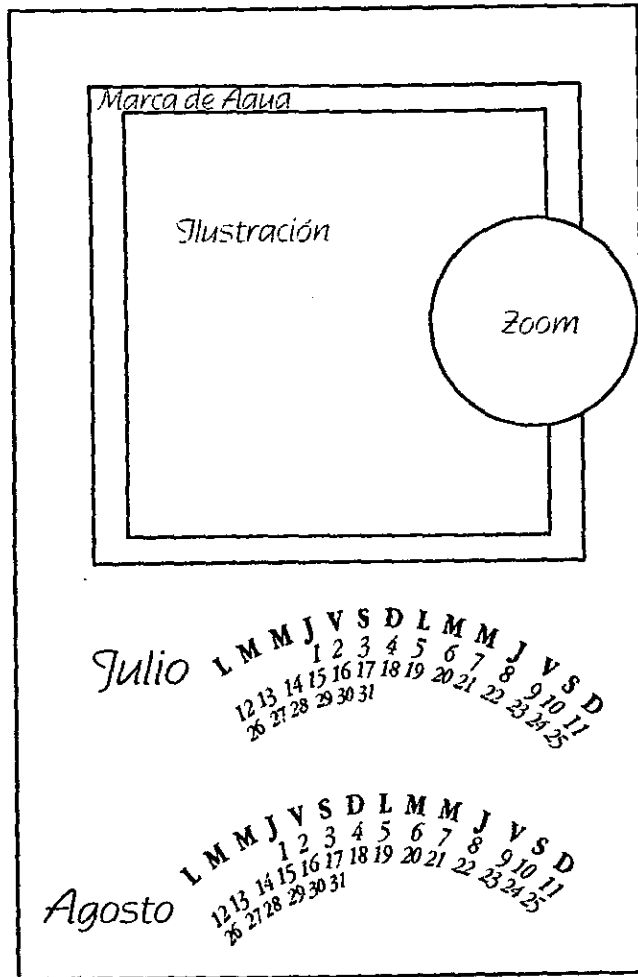
La marca de agua de la misma fotografía se posiciona en todo el formato dándole cierta unión con la portada.

Visualización de:
Diagrama de Armonía Espacial sobre **Portada - Contraportada**

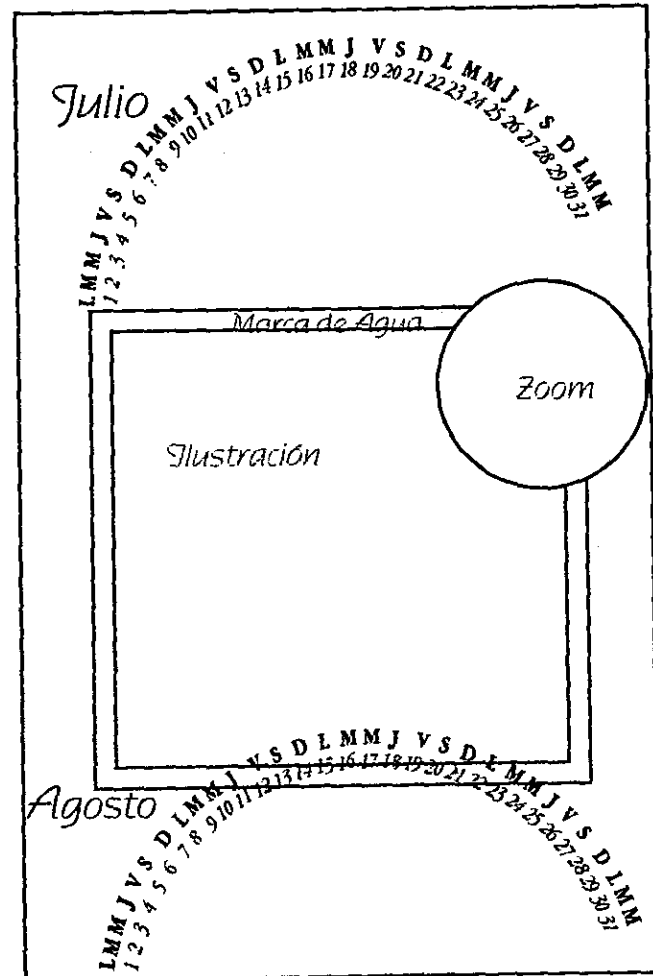


Etapa de Bocetaje - **Diversas Alternativas**

Posicionamiento de Imágenes y Texto en **Páginas Interiores**



①



②

Justificación de alternativas - **Páginas Interiores**

Esta alternativa tiene un buen equilibrio.

El texto no se interpone a ninguna imagen, tampoco se confunde con el texto.

El mes se maneja justificado a la izquierda.

Días de la semana y del mes están perfilados sobre círculos concéntricos, los cuales van disminuyendo.

El resultado de este acomodo resulta ser sencillo, limpio, con un buen manejo en cuanto a la proporción.

①

La alternativa número dos tiene espacios en blancos demasiado grandes los cuales hacen que se pierda la conjunción de todos los elementos incorporados.

El texto se interpone a la imagen de la Ilustración junto con la marca de agua, lo cual pierde un poco la legibilidad y podría confundirse con el texto.

El mes se maneja justificado a la izquierda.

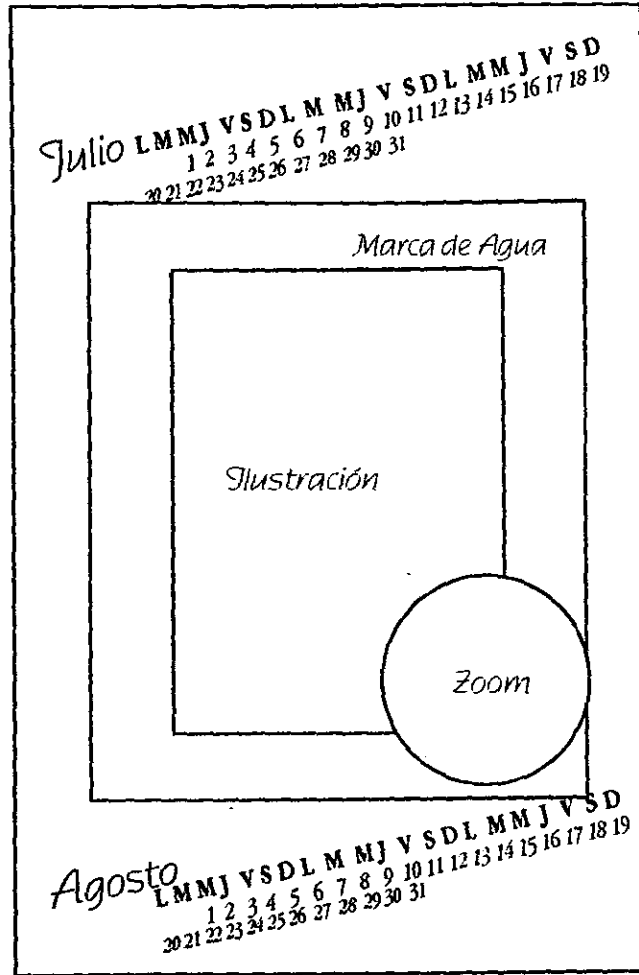
Días de la semana y del mes están perfilados sobre dos círculos concéntricos, uno de los cuales disminuye un 90%.

El resultado de este acomodo resulta ser incompleto, tal parece que no está terminado. tiene una mala proporción.

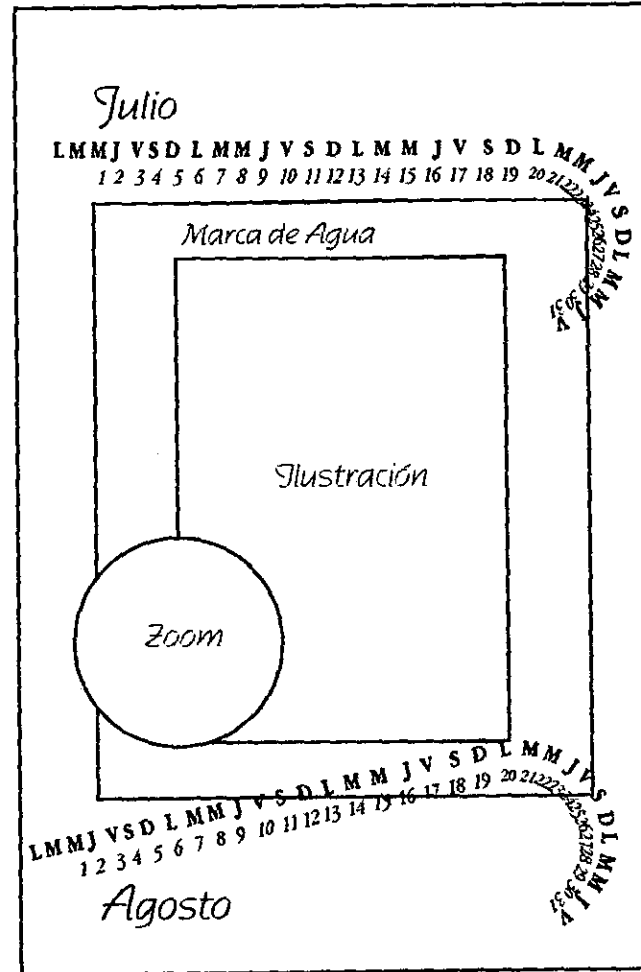
②

Etapa de Bocetaje - **Diversas Alternativas**

Posicionamiento de Imágenes y Texto en **Páginas Interiores**



3



4

Justificación de alternativas - **Páginas Interiores**

Esta alternativa es muy rígida debido a que utiliza la tipografía en forma lineal, a pesar de ser diagonal se visualiza muy pesado.

El texto se maneja justificado, disminuyendo proporcionalmente en el puntaje, rosando un poco al recuadro de marca de agua.

El mes se maneja justificado a la izquierda .

El resultado de este acomodo no es nada agradable, tiene bastante dureza y no se logra el objetivo meta.

③

La alternativa cuatro maneja el texto de manera de bastón, lo cual parece ser atractivo, pero la tipografía que se encuentra en el círculo no se entiende puesto que es muy pequeña y se emplastan los números.

El texto se interpone con la marca de agua, lo cual pierde un poco la legibilidad y podría confundirse con el texto.

El mes se maneja justificado a la izquierda .

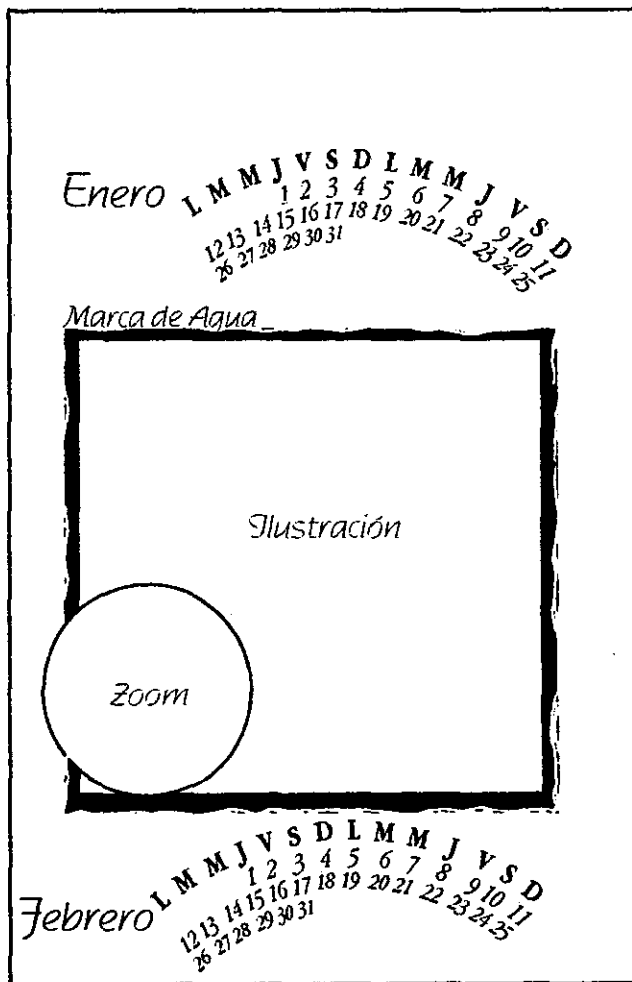
Días de la semana y del mes están perfilados sobre una forma de bastón, uno de los cuales se utiliza recto y el otro en diagonal.

El resultado de este acomodo es monótono y además tiene espacios en blanco, los cuales son muy grandes.

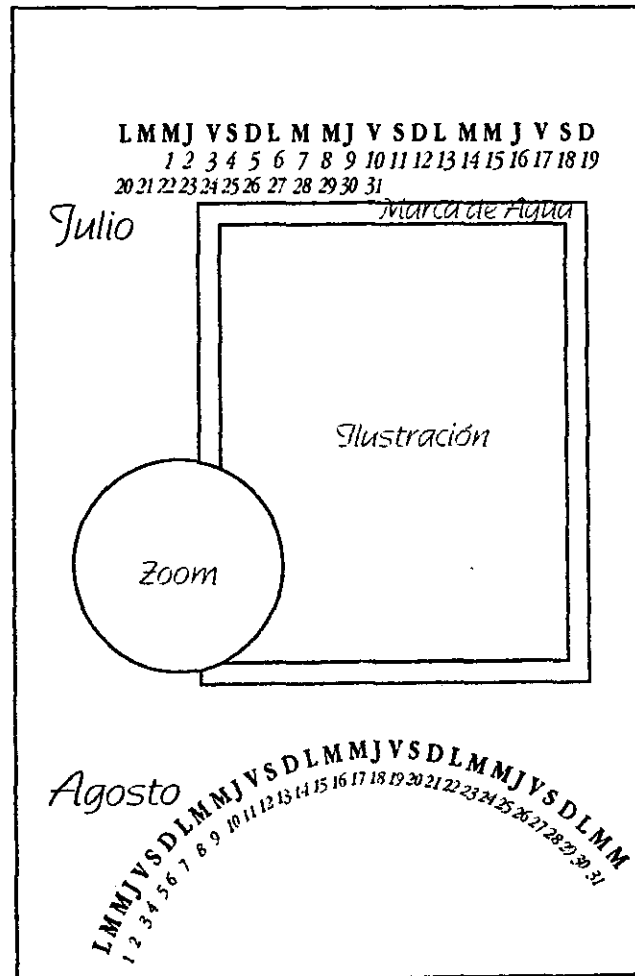
④

Etapa de Bocetaje - **Diversas Alternativas**

Posicionamiento de Imágenes y Texto en **Páginas Interiores**



5



6

Justificación de alternativas - **Páginas Interiores**

Esta alternativa tiene tanto peso en la parte inferior que se caen las imágenes y gráficos que contiene el recuadro y en la parte superior hay demasiado aire desperdiciado.

El texto no se interpone a ninguna imagen, tampoco se confunde con el texto.

El mes se maneja justificado a la izquierda.

Días de la semana y del mes están perfilados sobre círculos concéntricos, los cuales van disminuyendo.

El espacio para la marca de agua es tan pequeño que su visualización es mala. No es una buena opción.

5

La alternativa número seis maneja dos tipos de texto para darle variedad, uno en línea recta justificado y el otro perfilado en círculos concéntricos en los cuales uno de ellos tiene una disminución del 90%.

El texto no interfiere en ningún momento con las imágenes utilizadas.

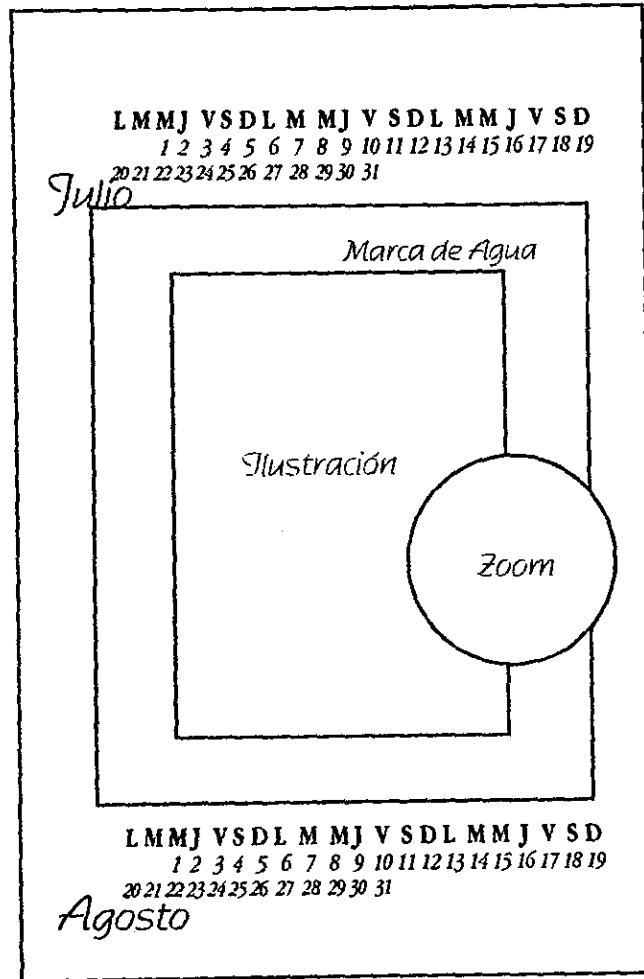
El mes se maneja justificado a la izquierda.

En la parte superior tanto como en la inferior se observan espacios de aire los cuales le quitan la proporción uniforme al conjunto de elementos.

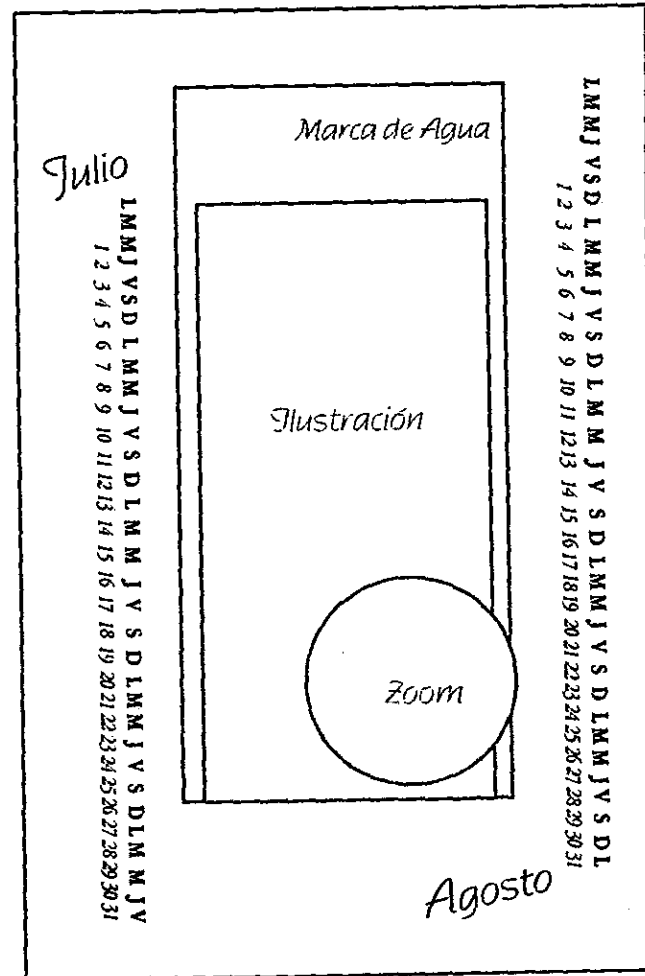
6

Etapa de Bocetaje - **Diversas Alternativas**

Posicionamiento de Imágenes y Texto en **Páginas Interiores**



7



8

Justificación de alternativas - **Páginas Interiores**

Esta alternativa es muy monótona, carece de movimiento alguno y le falta proporción entre los elementos que contiene.

El texto no se interpone a ninguna imagen y éste se utiliza justificado, disperso en 3 líneas con una disminución en el puntaje de línea a línea.

El mes se maneja justificado a la izquierda, como base de los días de la semana.

Las dimensiones de las imágenes son proporcionales en cuanto al formato que se maneja. Pero están muy juntos los meses a los cuadros de imágenes.

7

La alternativa ocho tiene movimiento, pero éste es de manera descendente, y no muestra continuidad en cuanto a la manera de leerse.

El texto no interfiere en ningún momento con las imágenes utilizadas.

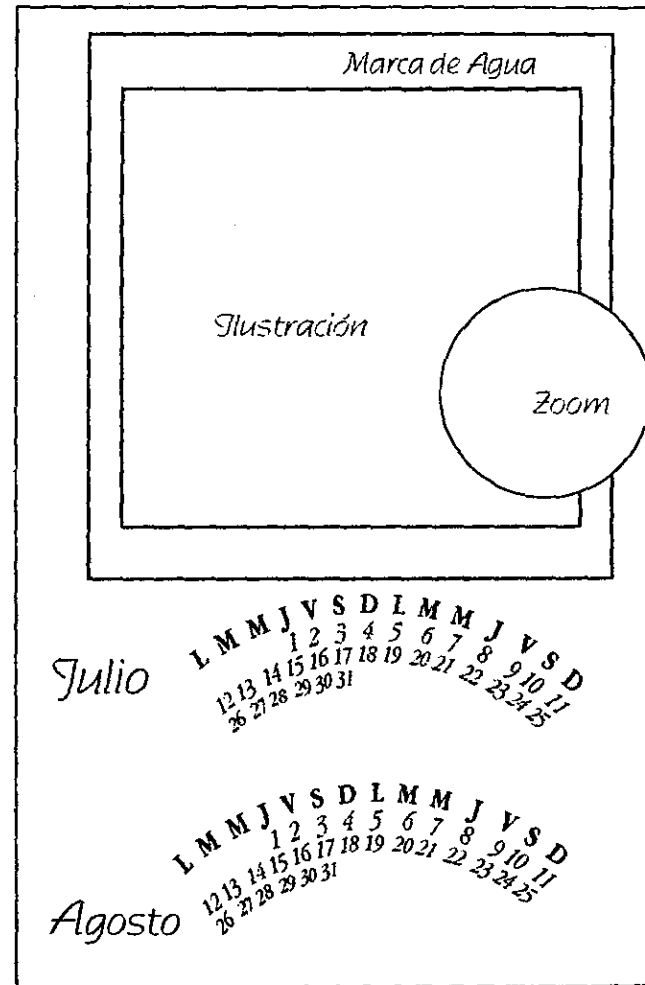
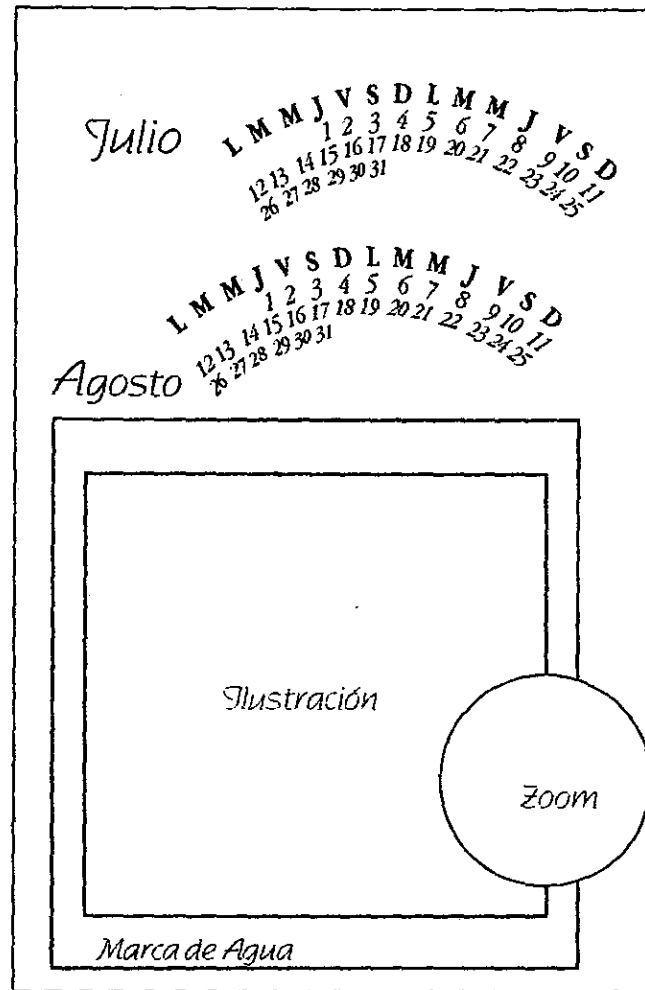
El mes se maneja justificado a la izquierda con una inclinación de un ángulo de 30%.

Las imágenes se presentan de manera rectangular, verticalmente posicionado, utilizando la parte inferior como base de manera que en esa parte no se ve la marca de agua.

El resultado en cuanto a las imágenes es bueno, pero al texto le falta la legibilidad necesaria para que se entienda.

8

Bocetos Definitivos - **Páginas Interiores**



Justificación de bocetos definitivos - **Páginas Interiores**

Se escogió este acomodo de Imágenes y Texto debido a su armonía total de todos los elementos que la integran.

El equilibrio que logra es bueno además de tratarse de un acomodo sencillo y limpio.

El texto se utiliza perfilado en círculos concéntricos en disminución, se presentan en cuatro niveles y el puntaje va bajando proporcionalmente para que no se pierda el día de la semana del cual se trata.

El mes se maneja justificado a la izquierda, posicionado en la primera o última línea de los días de la semana y del mes.

Las dimensiones de las imágenes son proporcionales en cuanto al formato que se tiene, estas se acomodan cargadas ligeramente hacia la izquierda.

La primera página que se presenta en el calendario es como la del lado izquierdo, la cual maneja las imágenes en la parte inferior del formato y los meses en la parte superior.

La segunda se va a utilizar como la que aparece en el lado derecho de la página anterior, ésta se compone del mismo concepto que la anterior, pero manejando el acomodo de manera contraria.

Se utilizan las imágenes en la parte superior del formato y el texto en la parte inferior del recuadro.

Siguiendo así la secuencia en las demás páginas, para darle un movimiento visual y físico. Haciendo al calendario dinámico sin rasgo alguno de monotonía y con un balance idóneo.

Acomodo Final de Páginas -Interiores:
Todos los Meses del Año

Enero L M M J V S D L M M J V S D
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11
12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25
26 27 28 29 30 31

Febrero L M M J V S D L M M J V S D
1 2 3 4 5 6 7 8
9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22
23 24 25 26 27 28

Marca de Agua

Fotografía

Zoom

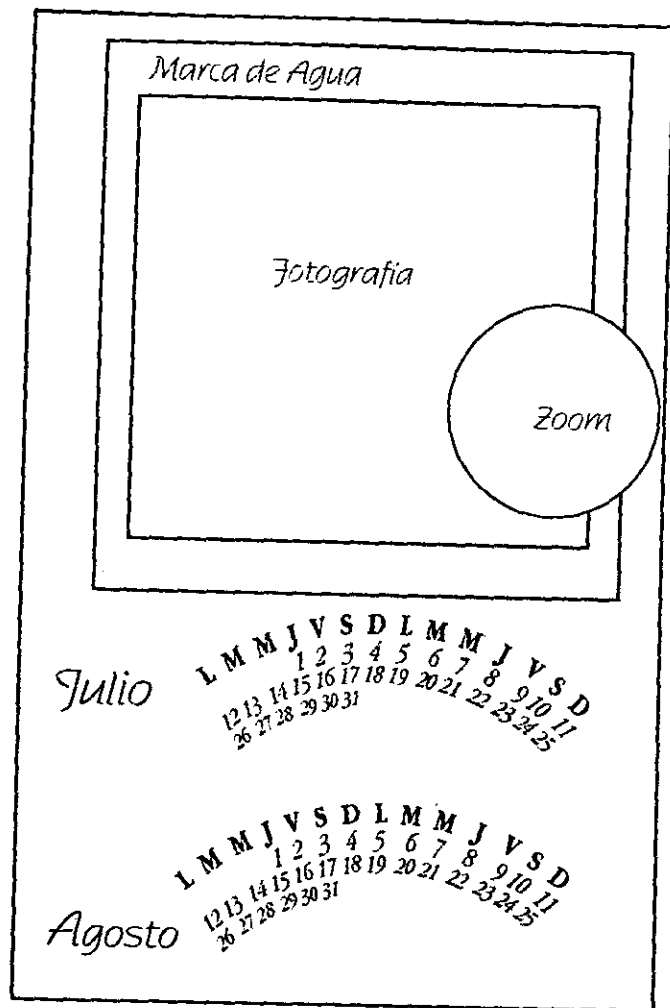
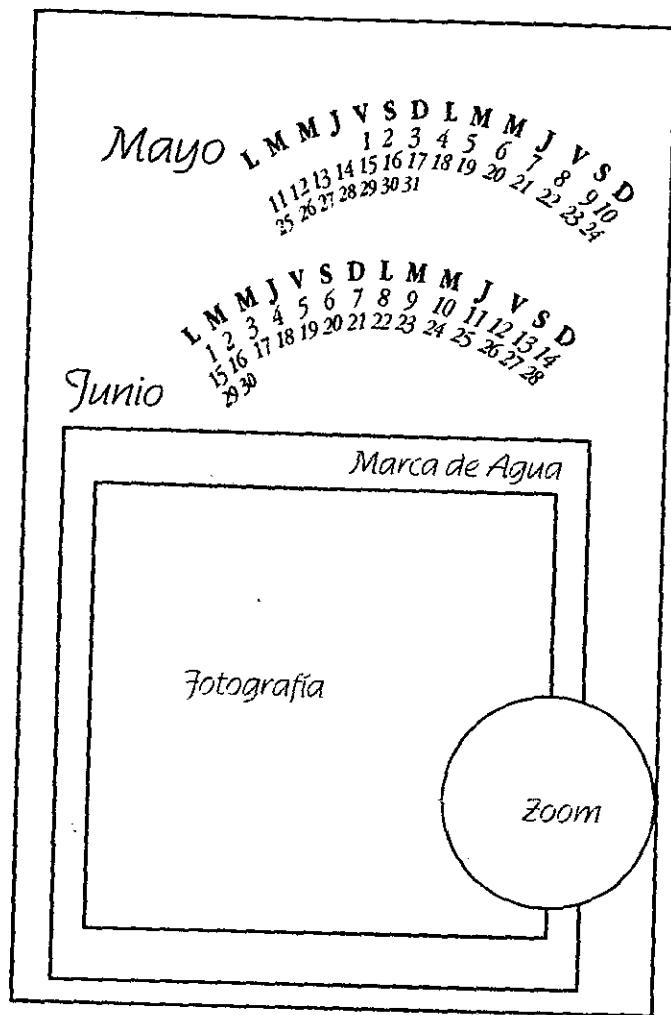
Marca de Agua

Fotografía

Zoom

Marzo L M M J V S D L M M J V S D
1 2 3 4 5 6 7 8
9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22
23 24 25 26 27 28 29 30 31

Abril L M M J V S D L M M J V S D
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12
13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26
27 28 29 30



Septiembre

L M M J V S D L M M J V S D
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13
 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27
 28 29 30

Octubre

L M M J V S D L M M J V S D
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11
 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25
 26 27 28 29 30 31

Marca de Agua

Fotografía

Zoom

Marca de Agua

Fotografía

Zoom

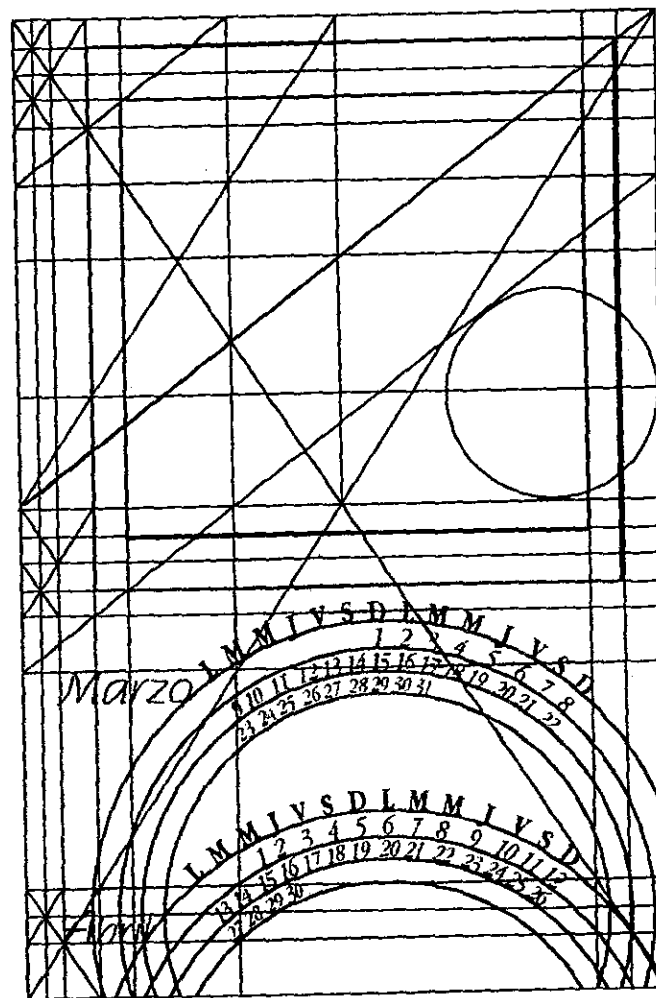
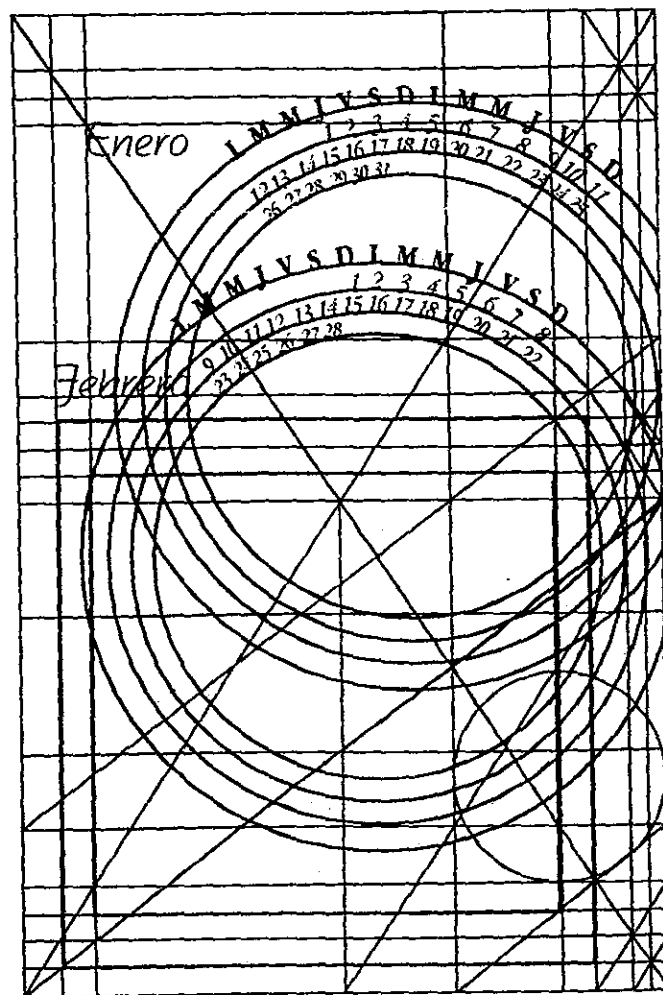
Noviembre

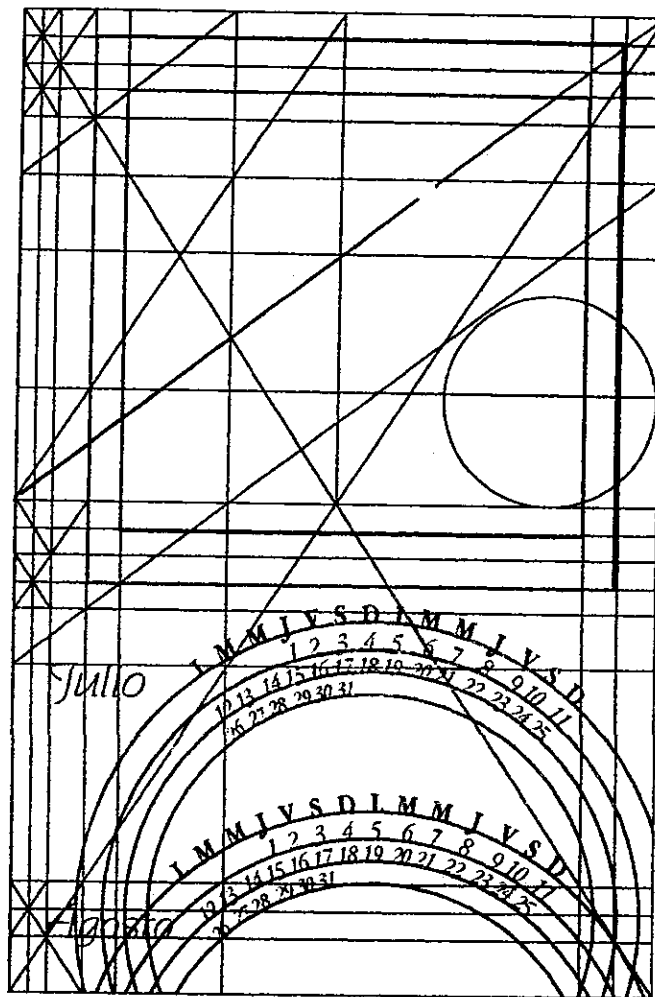
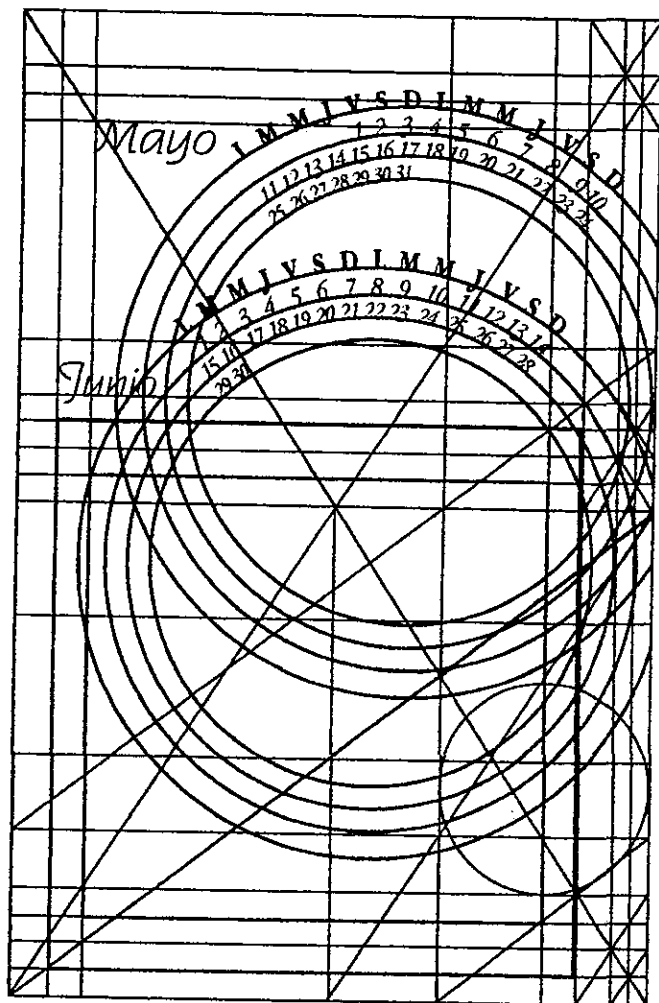
L M M J V S D L M M J V S D
 1 2 3 4 5 6 7 8
 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22
 23 24 25 26 27 28 29 30

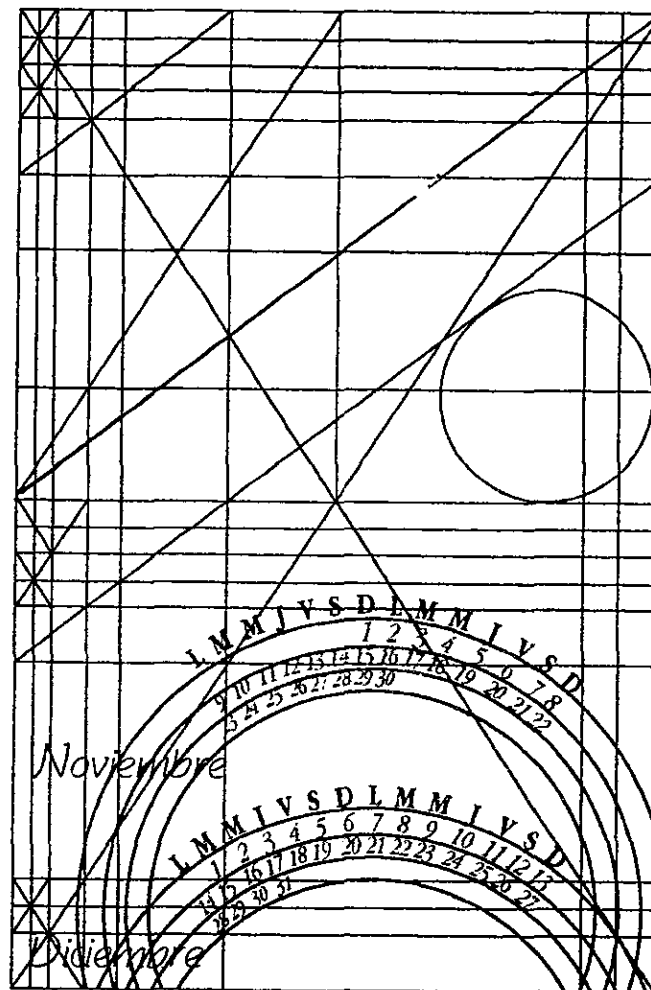
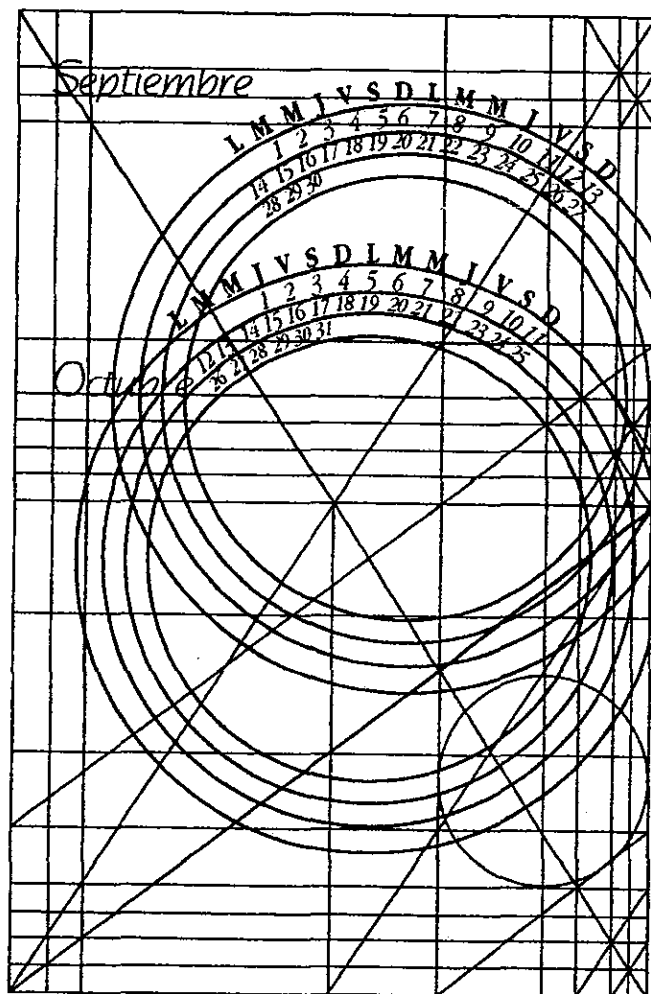
Diciembre

L M M J V S D L M M J V S D
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13
 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27
 28 29 30 31

Visualización de:
 Diagrama de Armonía Espacial sobre **Páginas Interiores**







ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Pluvia de Ideas Teórica

Se decidió que las imágenes fueran realizadas a través de las artesanías, ya que representan la tradición tecnológica y artística de la cultura mexicana.

Se seleccionaron según las festividades y fiestas nacionales para que fueran afines en cuanto al bimestre, tratando de crear analogías entre la festividad y la artesanía.

Las seleccionadas se presentan con un asterisco.

<i>Festividad</i>	<i>Meses</i>	<i>Artesanías</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Año Nuevo - Aniv. de Constitución - Día de Reyes - Día de la bandera - Invierno 	Enero/ Febrero	<ul style="list-style-type: none"> * Arbol de la Vida - Calendario Azteca - Vidrio Soplado - Petate
<ul style="list-style-type: none"> - Natalicio Don Benito Juárez - Día del niño - Primavera 	Marzo/ Abril	<ul style="list-style-type: none"> * Pintura sobre amate - Juguetes mexicanos - Muñeca de trapo - Dibujos con estambre
<ul style="list-style-type: none"> - Día del trabajo - Batalla de Puebla - Día de las Madres 	Mayo/ Junio	<ul style="list-style-type: none"> * Talavera - Barro Negro - Metate - Cucharas de madera * Mosaico
<ul style="list-style-type: none"> - Día del Padre - Verano 	Julio/ Agosto	<ul style="list-style-type: none"> * Alebrije - Máscaras - Trajineras
<ul style="list-style-type: none"> - Aniversario de Independencia - Día de la Raza - Otoño 	Septiembre/ Octubre	<ul style="list-style-type: none"> * Sandías de papel mache * Papel picado - sarape
<ul style="list-style-type: none"> - Día de muertos - Aniv. de la Revolución - Virgen de Guadalupe - Navidad 	Noviembre/ Diciembre	<ul style="list-style-type: none"> * Calavera de azúcar - Piñata - Cajas de Madera Pintadas - Plata

Justificación de artesanías aplicadas en Ilustraciones

Enero ~ Febrero : Se eligió el árbol de la vida como inicio a un nuevo año.

Marzo ~ Abril: Se escogió el papel amate debido a su contenido con los animales y las flores, una manera de simular la primavera.

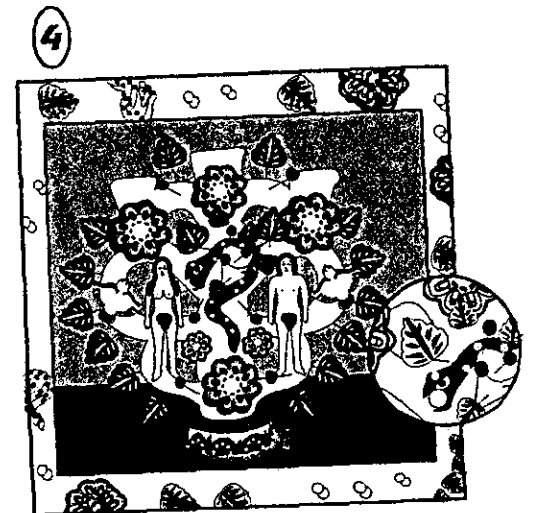
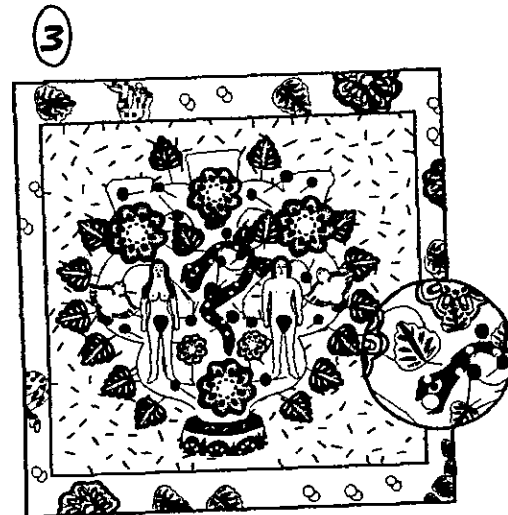
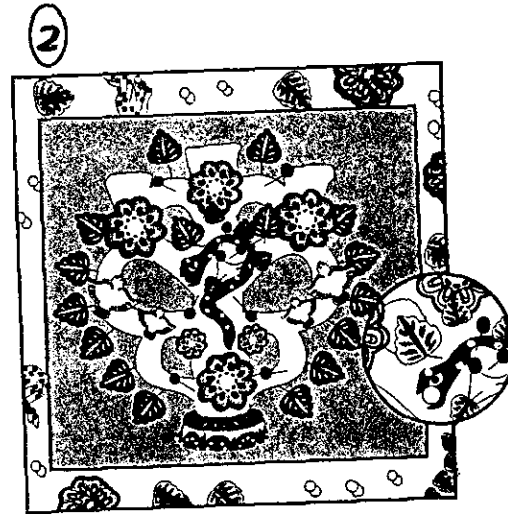
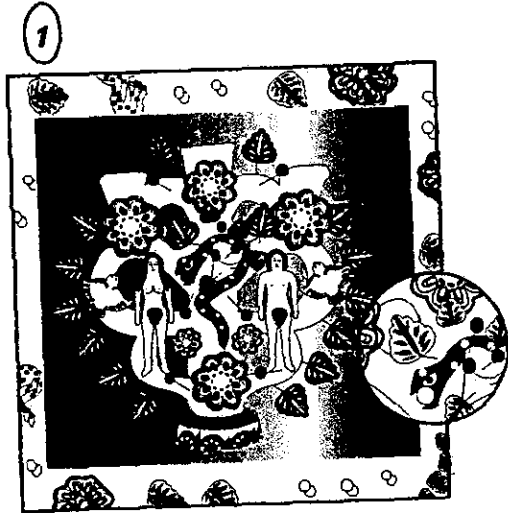
Mayo ~ Junio: Se designó la talavera, debido a su contexto hogareño el cual refleja a la madre, el pilar de la familia.

Julio ~ Agosto: Se seleccionó el alebrije, ya que es algo irreal que aparenta ser un animal perturbado, este se relaciona con el verano, el cual encierra un calor sofocante.

Septiembre ~ Octubre: Se eligió la sandía de papel mache debido a su colorido relacionado con la bandera mexicana, así mismo representa el mes patrio.

Noviembre ~ Diciembre: Se optó por la calavera de azúcar la cual representa el día de muertos.

Ilustraciones (Bocetaje - Blanco y Negro)



Justificación (Bocetaje - Blanco y Negro)

①

Esta Ilustración utiliza un degradado como fondo, esto hace que se vea la figura volando, sin apoyo alguno.

Tiene un buen equilibrio en cuanto a los objetos se refiere, utiliza al hombre y la mujer como tema principal, seguidos por animales y plantas, desarrollando bien el concepto.

③

Se maneja un fondo de confetti, lo cual hace que la figura siga sin apoyo alguno.

Se le adicionan más círculos simulando manzanas, pero lo único que se logra con esto, es tener una saturación; lo cual no es el resultado que se quiere obtener.

Arbol de la Vida

②

En esta Ilustración el árbol se posicionó sobre un fondo de color, lo cual sigue sin tener ningún apoyo, parece el objeto en el aire.

Se utilizaron más aves en lugar de los hombres, se duplicaron pero a un tamaño más pequeño, tal parece que se le quito la importancia a la Ilustración sin los hombres. Es decir parece estar incompleto el cuadro.



④

La Ilustración escogida utiliza los hombres, animales y plantas para darle el concepto deseado a la Ilustración.

Contiene varias manzanas pero sin saturar de estas. Está posicionado sobre un fondo con un degradado en el centro, lo cual le da la importancia buscada al tema de la Ilustración.

El fondo que utiliza es liso. no requiere de algo más, los demás elementos le dan el apoyo requerido.

Ilustraciones (Bocetaje - Blanco y Negro)

1



2



3



4



Justificación (Bocetaje - Blanco y Negro)

Amate

①

En esta Ilustración se maneja la textura del papel demasiado agresiva además de ser muy pesada, el ave que se utiliza es sencilla, la cual le da la misma importancia a ésta que a los demás elementos.

El fondo de la pintura es bastante grande, al salirse tanto del recuadro se mete en el espacio del marco quitándole importancia a éste.

③

Se maneja otro tipo de ave la cual es muy rígida, carece de movimiento alguno además de ser grande, quitándole con esto la importancia a lo demás y haciéndola el foco de atención de la Ilustración.

El fondo que se utiliza es muy parecido con las alas del ave, esto le dá un movimiento general.

②

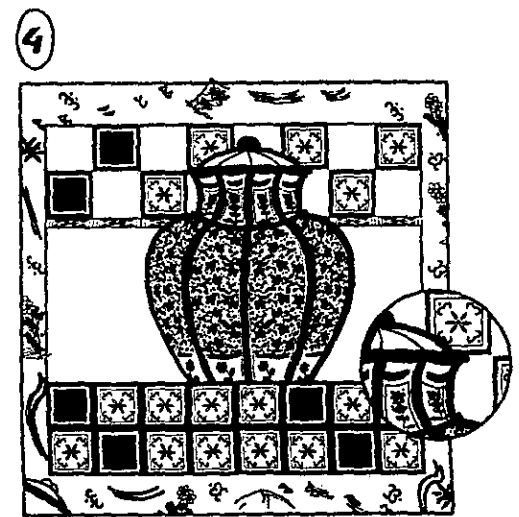
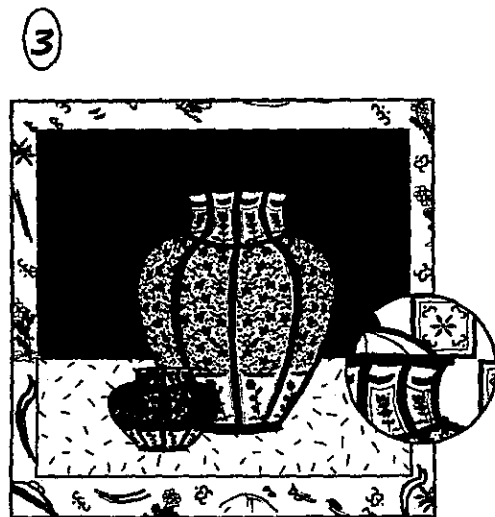
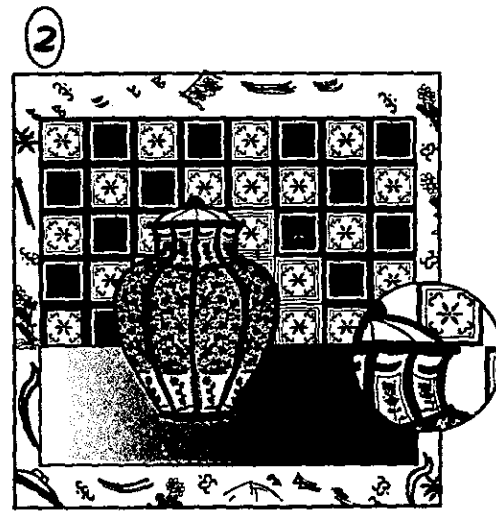
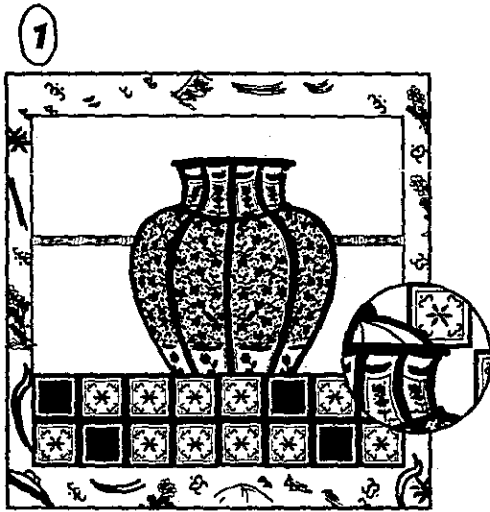
En ésta se maneja otro tipo de ave la cuál es grande y pesada, no se adecua al tipo de diseño artesanal. No se utilizó ningún fondo para la Ilustración, el fondo es liso, la marca de agua la respalda al igual que el zoom, pero le falta algo tal parece que está incompleta.



④

La Ilustración escogida utiliza el ave pequeña para darle la misma importancia a esta que a los demás elementos pintados en la hoja de papel amate, el fondo se maneja de manera similar a las plumas del ave sombreada, apesar de que este se sale a los márgenes no le quitan importancia en lo más mínimo a los elementos gráficos que se utilizan en el margen como marca de agua. Estos elementos son copia de fragmentos que compone la Ilustración ampliados un 40% del tamaño los cuales se manejan con una sombra, dándole así una similitud la cual hace la conjunción de todos los elementos.

Ilustraciones (Bocetaje - Blanco y Negro)



Justificación (Bocetaje - Blanco y Negro)

Talavera

1

En ésta Ilustración se maneja un tamaño de jarrón mediano, el cual se pierde en los mosaicos que tiene como base. El fondo blanco se rompe por medio de una pleca que simula ser una decoración del muro en talavera, pero el resultado se pierde en el horizonte puesto que tiene muchas líneas pesadas en posición horizontal. Como base utiliza una franja de mosaicos, manejando dos diseños diferentes de estos.

3

El resultado de esta imagen no es del todo agradable, el manejo de los dos jarrones de diferentes tamaños y formas hace muy estático el cuadro, de manera que se le dió movimiento por medio de un piso con textura. Utiliza un fondo en plasta lo cual crea un volumen en cuanto a los jarrones.

2

En ésta imagen se utiliza una artesanía más pequeña, sin embargo los demás elementos se ven más, quitándole la importancia al jarrón como objeto y tema principal.

El fondo se utiliza por medio de mosaicos en varios diseños, lo cual le quita cualquier monotonía que pudiera causar.

La superficie donde se posicionó el objeto principal se maneja con una degradación de derecha a izquierda dando armonía.



4

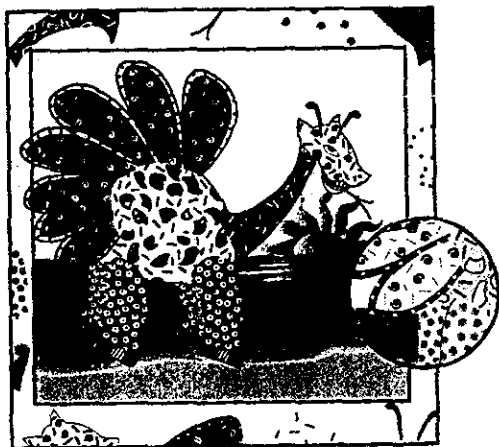
La Ilustración que fué elegida maneja al jarrón de talavera sobre una franja de mosaicos, simulando una cocina clásica, los muebles de piedra con mosaicos de Talavera en él como en la pared, el tamaño de la artesanía es ideal dándole la importancia debida.

Esta imagen se respalda por elementos de la misma en marca de agua, dando como resultado un movimiento agradable.

El zoom que utiliza es de la cubierta del jarrón, teniendo como fondo un mosaico igualmente de Talavera.

Ilustraciones (Bocetaje - Blanco y Negro)

1



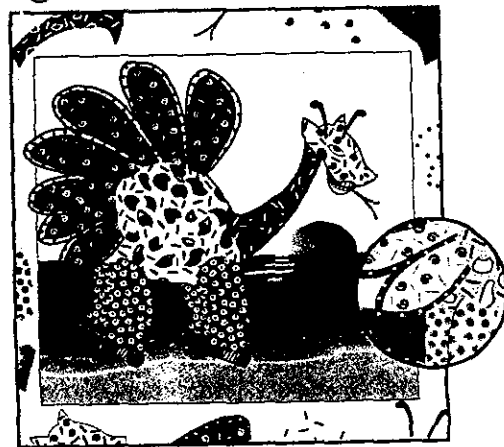
2



3



4



Justificación (Bocetaje - Blanco y Negro)

①

En la Ilustración se maneja un alebrije como tema principal, sus dimensiones son buenas para lograr el objetivo.

El animal es algo raro como todo alebrije, se trata de un cuerpo de dinosaurio con cabeza de jirafa, patas de elefante, alas de pavorreal y lengua de víbora.

Como fondo utiliza la puesta del sol, un sol radiante sumergiéndose en el mar, esto hace cálido el ambiente, perfecto para el verano.

③

El sol se utiliza en la parte superior derecha para equilibrar la Ilustración, el mar rompiendo en olas le dá movimiento a la imagen.

El alebrije es bastante raro, tiene cuerpo y patas de elefante, cuello de jirafa, cola de ratón, alas de mariposa, cara de oso hormiguero junto con víbora. Es demasiado pesado para la armonía que se busca lograr.

Alebrije

②

En ésta cambia el alebrije se trata de un cuerpo y patas de pato, cabeza de dinosaurio y cuello de jirafa.

Esta Ilustración al igual está posicionada sobre el mar con puesta de sol, el sol es un óvalo sencillo el cual se hunde dentro del agua.

Se utilizan nubes para equilibrar el cuadro, pero se ve vacía la imagen dá la impresión de no estar terminada todavía.



④

La Ilustración escogida utiliza el alebrije más simpático, el cual es ideal para reflejar la versatilidad y el dinamismo del estudiante.

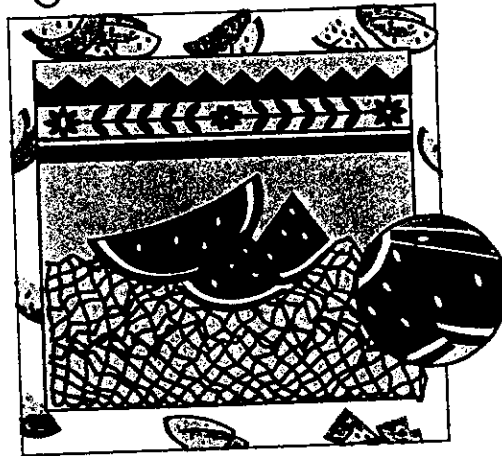
En el marco maneja fragmentos de la figura a base de marca de agua y un zoom del ojo del animal. El mar rompiendo en olas le dá movimiento a la imagen, la puesta de sol con su reflejo en el mar le dá vida obteniendo como resultado una Ilustración agradable a la vista la cual tiene movimiento y estabilidad a la vez.

Ilustraciones (Bocetaje - Blanco y Negro)

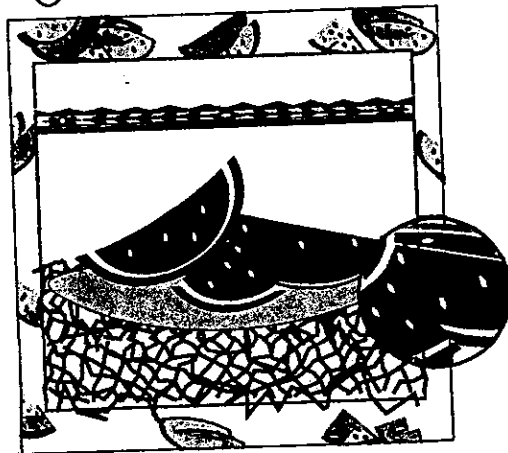
1



2



3



4



Justificación (Bocetaje - Blanco y Negro)

①

En esta Ilustración se maneja la pleca de papel recortado más grande, esto hace que le dé más importancia a ésta y se pierde la sandía, la cual es lo principal y debe de sobresalir.

El mantel es demasiado garigoleado, hace que la Ilustración sea demasiado cargada para el motivo que se requiere.

③

Se maneja una charola más grande como base de las sandías, pero es tan grande que le quita importancia a nuestro tema.

El mantel se utiliza distorcionado con demasiadas puntas lo cual lo hace un tanto agresivo.

El juego de las sandías en diversos tamaños le dá diferentes enfoques haciéndola más interesante.

②

En ésta se ha reducido la pleca de papel recortado a un 60% verticalmente, respetando su dimensión horizontal; dándole un buen equilibrio.

Se cambia el corte de las sandías pero no se consigue un mejor resultado.

El mantel de cuadros es una buena opción manejandolo como papel recortado, aunque está demasiado pesado dándole la misma importancia de otras cosas, lo cual la hace plana.



④

La Ilustración escogida utiliza los diversos tamaños y perspectivas de las sandías, apareciendo como lo más importante de la Ilustración.

La charola es de buen tamaño para posicionar las sandías, la pleca de papel recortado le dá estabilidad y el mantel es más delgado para no hacerlo como plasta, le dá movimiento.

El zoom de la imágen es un detalle de la Ilustración a un 40% de ampliación.

El contorno visual del cuadro que ocupa la Ilustración está comprendido por sandías sombreadas en marca de agua.

1



2



3



4



Justificación (Bocetaje - Blanco y Negro)

Calavera

①

En esta Ilustración se maneja la calavera desde una perspectiva en la cual aparece en movimiento, casi cayendose.

El fondo en degradado la hace verse en frente y está situada sobre follaje el cual aparece en forma abstracta. Tiene una base lisa donde está posicionada la calavera esto ayuda para la buena visualización de los diversos planos.

③

La calavera se reduce al 80% para unificar el cuadro, lo cual no ayuda puesto que le quita la importancia que lleva como tema principal.

El follaje es demasiado estático, sin volumen y es muy trillado. Utiliza un sólo fondo el cual maneja un degradado vertical de izquierda a derecha muy simple, la calavera no tiene ninguna base, tal parece que está volando.

②

En ésta la calavera está totalmente derecha lo cual lejos de caerse causa estabilidad.

El follaje se maneja de manera muy puntiagudo lo cual refleja agresividad, aunque esta Ilustración tiene un tema místico, son demasiados picos para que sea agradable a la vista. Utiliza un fondo en plasta el cual no ayuda al volumen del concepto principal.

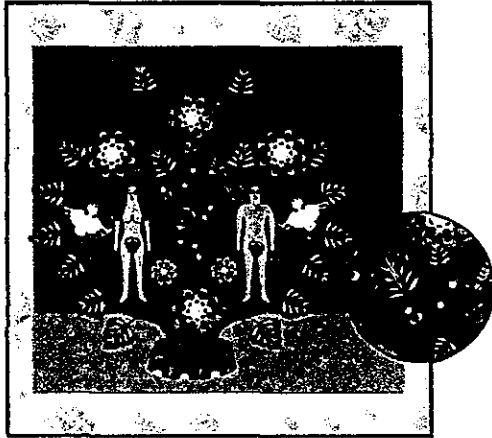


④

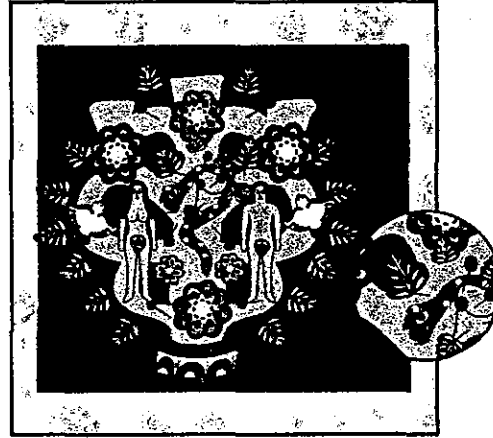
La Ilustración escogida presenta la calavera de frente a un tamaño en la cual represente el tema, el follaje es abstracto, fuera de lo convencional el cual es la base de la figura principal. está posicionada en una superficie lisa, tiene estabilidad debido a la línea horizontal que proporciona el fondo con la superficie. El degradado del fondo crea una atmósfera mágica la cual es perfecta para el tema. La Ilustración está respaldada por fragmentos de ésta misma, ampliados un 40% además de un zoom del detalle de la calavera. Creando así una armonía hacia la vista.

Propuestas de Color ~ Ilustraciones

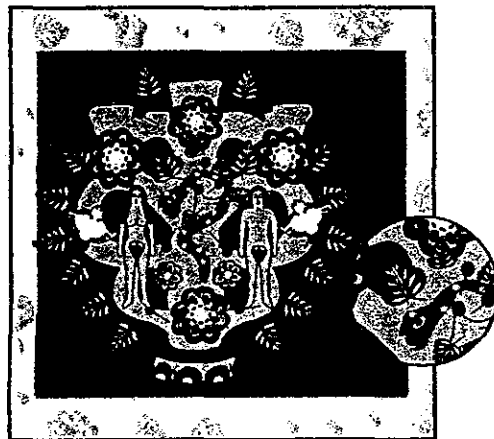
1



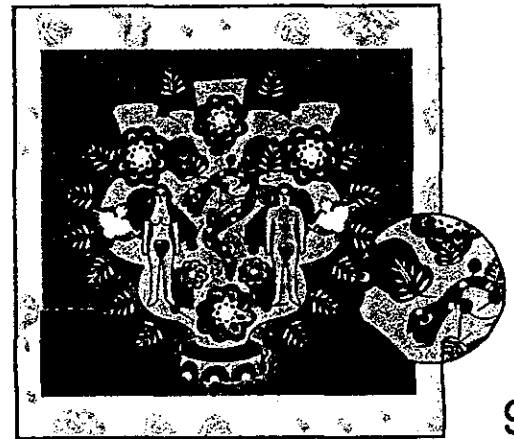
2



3



4

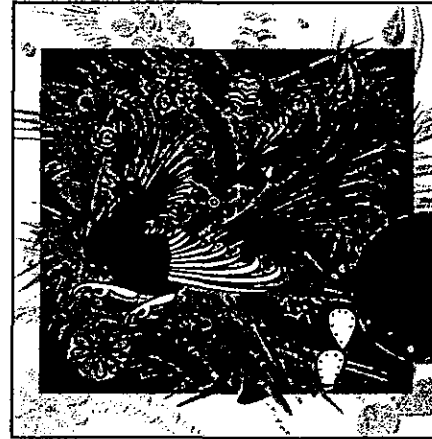


Propuestas de Color ~ Ilustraciones

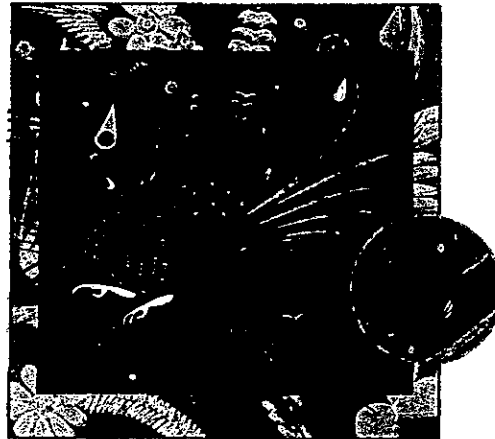
1



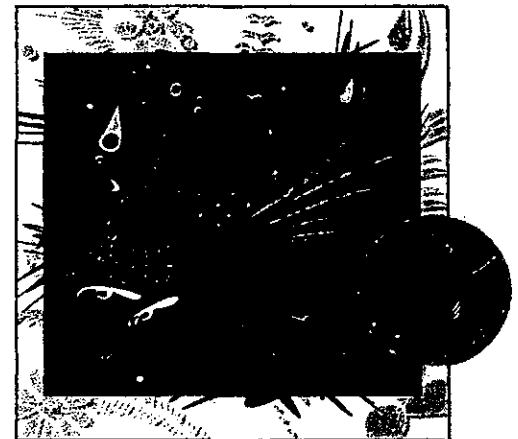
2



3

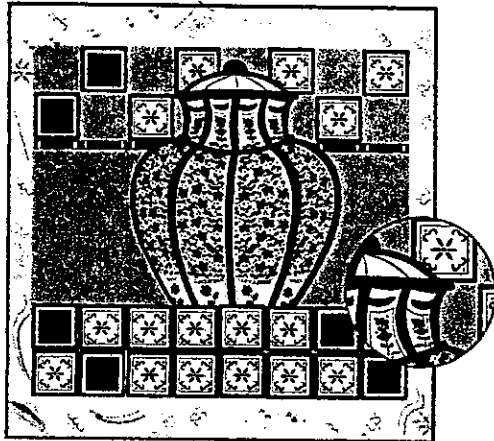


4

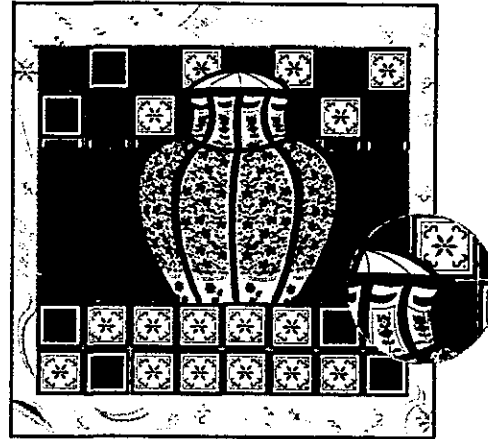


Propuestas de Color ~ Ilustraciones

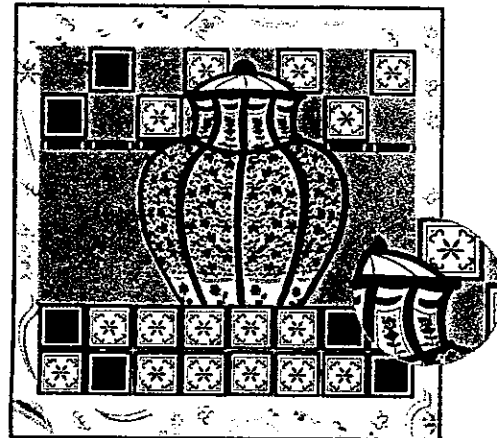
1



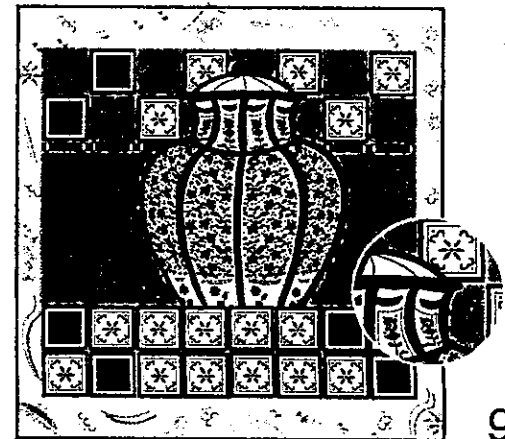
2



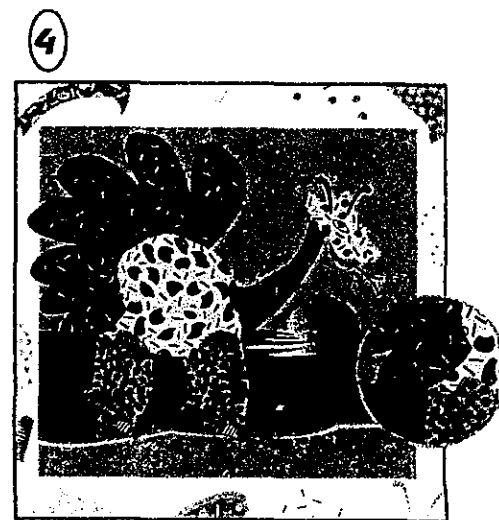
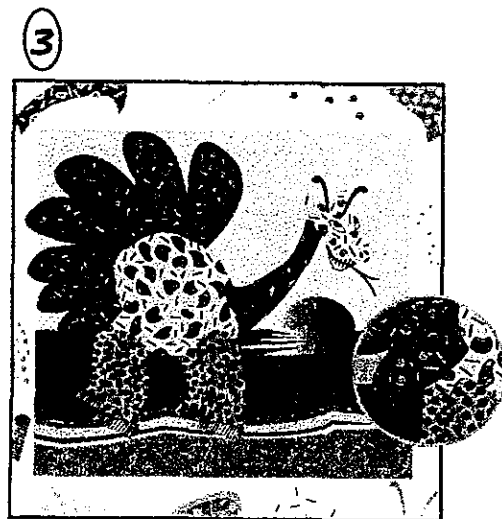
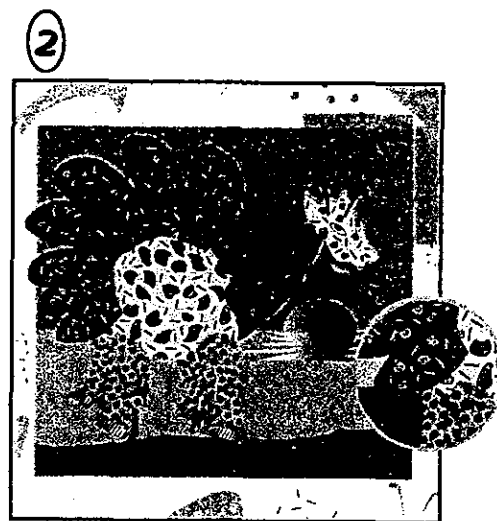
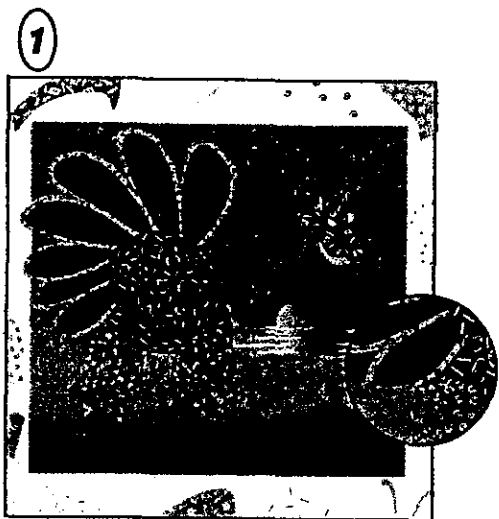
3



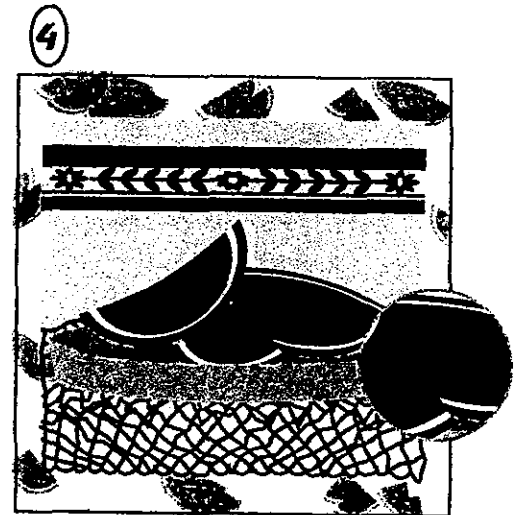
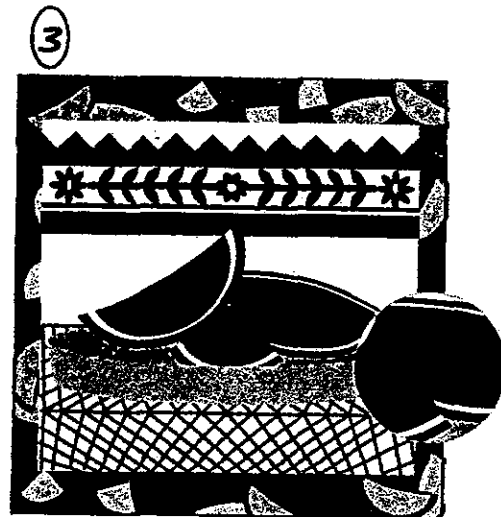
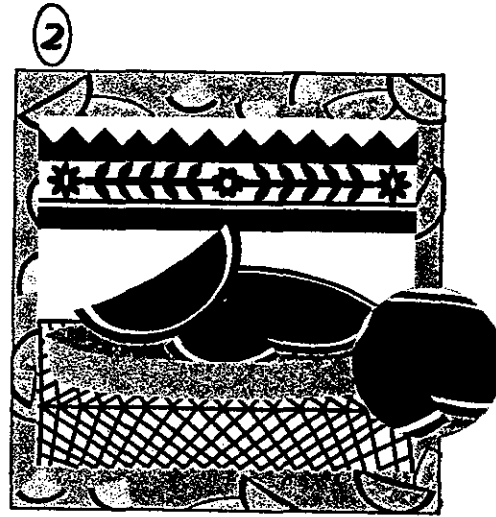
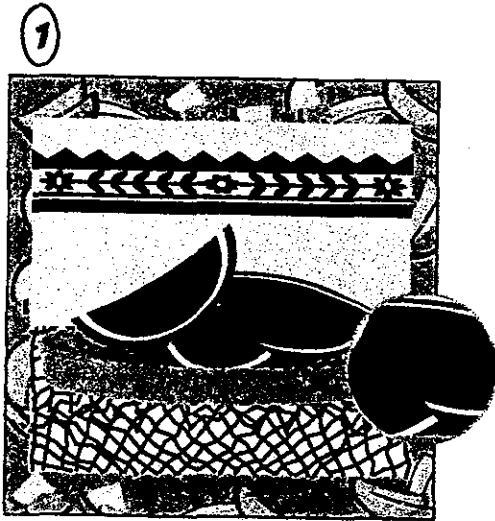
4



Propuestas de Color ~ Ilustraciones

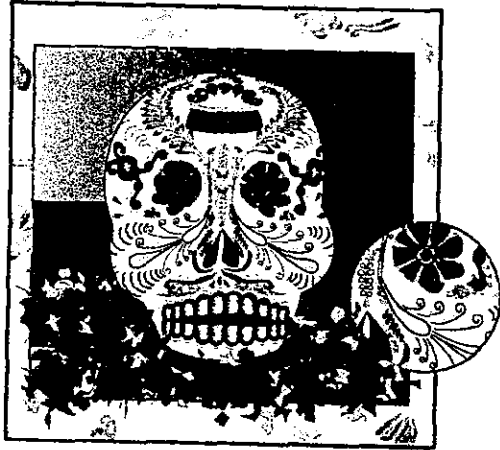


Propuestas de Color - Ilustraciones



Propuestas de Color ~ Ilustraciones

1



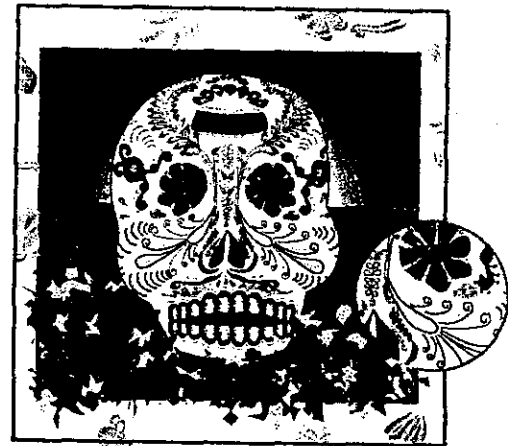
2



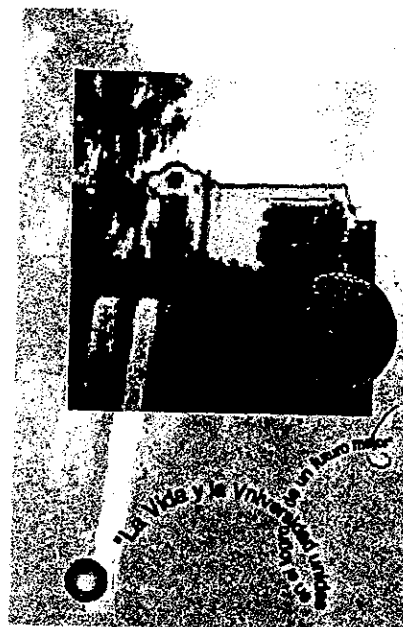
3



4



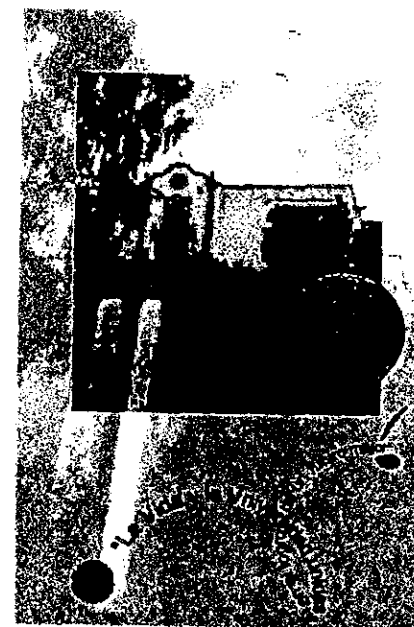
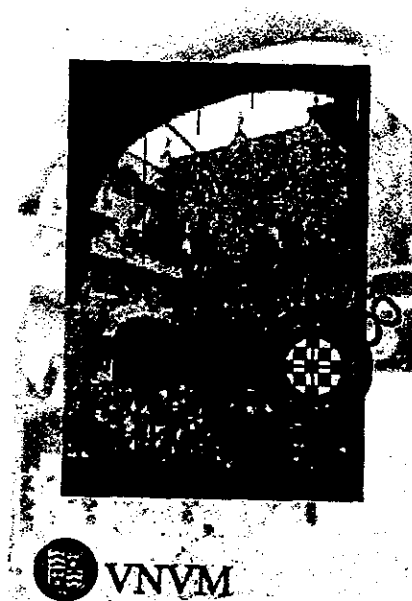
Propuestas de Color - Portada | Contraportada

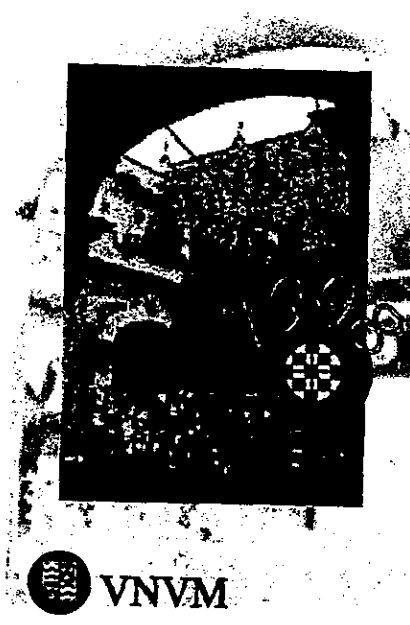


La primera opción, en cuanto a la portada se refiere, el año del calendario no tiene legibilidad alguna, el logotipo en negro hace muy triste el concepto de imagen. La marca de agua se seleccionó en azul corporativo al 25% del tono, para crear una atmósfera colonial.

La contraportada maneja la tipografía con el mismo color, es demasiado oscuro, aunque los gráficos dan un buen apoyo. La marca de agua se maneja al mismo porcentaje pero en grises para lograr un mejor contraste.

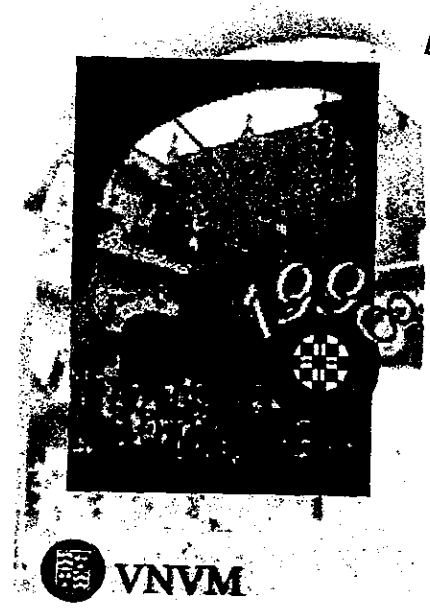
La segunda opción, el logotipo se maneja del tono corporativo, lo cual ayuda a la conjunción de elementos. El año se presenta muy oscuro, le falta Contraste. En cuanto a la contraportada el manejo en outline de la tipografía ayuda para darle contraste al resultado, pero el degradado del círculo no es la mejor opción.



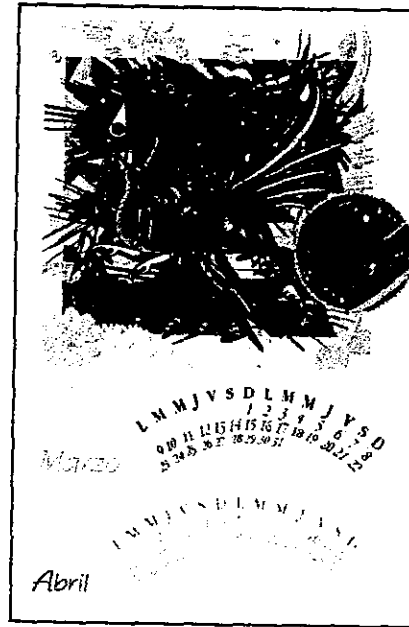


En cuanto a la tercera opción se refiere, el año se utiliza con outline, es agradable a la vista pero requiere de más contraste. El logotipo en color corporativo dá cierta armonía al resultado.
 En la contraportada se utiliza el slogan con un tono corporativo, esto le dá apoyo, aunque los gráficos hacen monótono el resultado.

La cuarta opción fué la elegida, maneja el año con sombra, estos colores crean una armonía en el resultado, el logotipo se maneja de igual manera pero la sombra light, dándole un buen soporte.
 La contraportada utiliza colores corporativos en su slogan y gráficos respaldando el resultado, usa el círculo en un tono contrastante a los demás elementos, el mismo utilizado en la portada, esto lleva la visualización de inmediato al Slogan Institucional.



Propuestas de Color ~ Páginas Interiores



La primera alternativa utiliza los colores corporativos, los cuáles son utilizados de la siguiente manera. En la primera hoja el primer mes se maneja en naranja y en azul los días del mes y la semana, en el siguiente mes se usan invertidos los colores de la misma forma.

Este acomodo crea una confusión en cuanto al mes y el color, despierta al cuestionamiento si el color naranja es un solo mes, lo mismo sucede en el caso del siguiente mes.

La siguiente página se utiliza de la misma forma, esto crea una sensación de monotonía en el calendario.

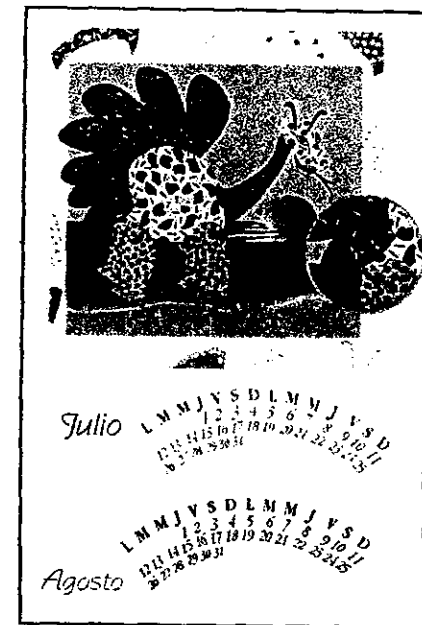
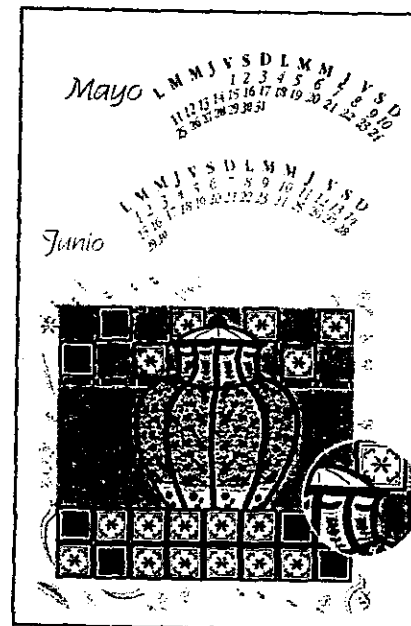
La marca de agua se maneja al 10% de tono funcionando como apoyo para la Ilustración.

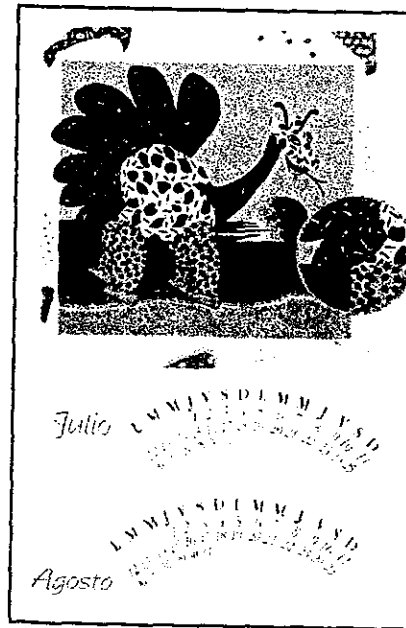
La opción número dos maneja el rojo con el verde, esta combinación es poderosa, transmite un mensaje fuerte de vitalidad y conciencia.

El manejo en la primera hoja es por medio de los colores, un color representa un mes y otro color el mes que le sigue.

De esta forma se crea un fácil manejo visual en cuanto a los meses con sus respectivos días.

En la siguiente hoja se utiliza el color de manera que no se entiende de que mes se trata, lo cual no tiene funcionalidad para la buena comprensión.





La tercera opción se maneja el verde con el azul aqua, se trata de una combinación amistosa, transmiten cordialidad y contienen energía y movimiento.

El manejo en la primera hoja es por medio de los colores, un color representa un mes y otro color el siguiente mes.

De esta forma se crea un fácil manejo visual en cuanto a los meses con sus respectivos días.

En la siguiente hoja el manejo de color es de la misma forma, presenta con esto una visualización muy estricta, de arriba hacia abajo.

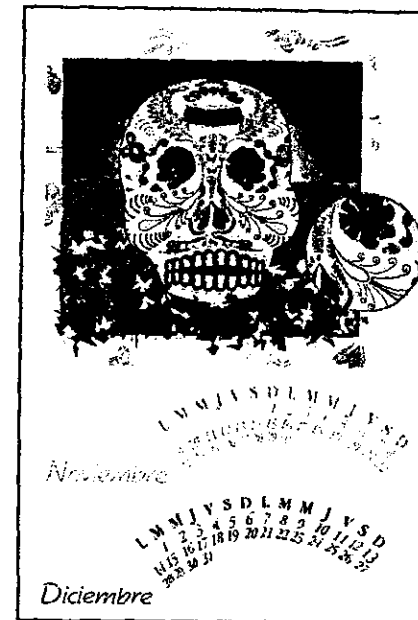
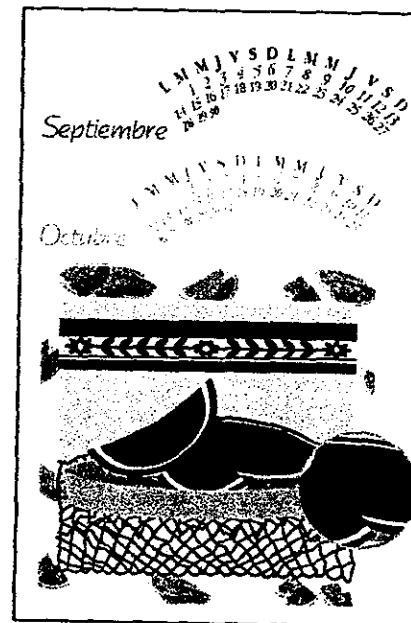
La cuarta opción también utiliza los colores corporativos, el manejo de los colores es diferente, por tanto es otro el resultado.

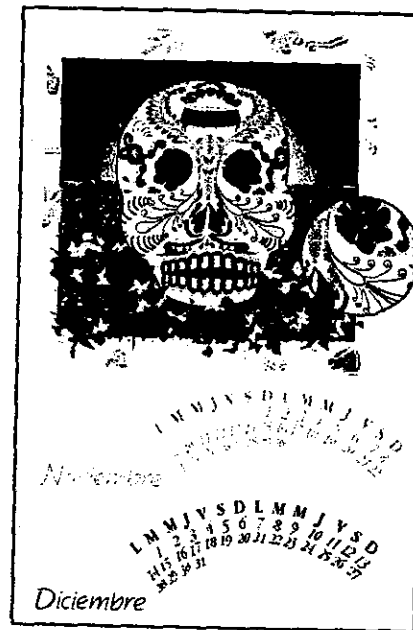
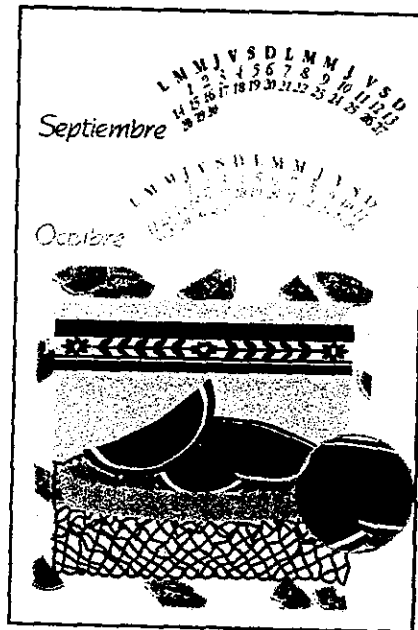
En la primera hoja la utilización del 1er. mes se maneja en azul al igual que sus días y el 2do. mes en naranja todo el conjunto.

Este acomodo le dá un perfecto entendimiento en cuanto al mes con sus días.

En la siguiente página se utiliza de la misma forma pero invirtiendo los colores, el primer mes naranja y el segundo azul.

Esto crea un movimiento y rompe con toda monotonía, dándole dinamismo en el proyecto.





Se eligió esta alternativa debido a varios factores, los cuales se mencionan enseguida.

Se escogieron dos colores para la utilización de los meses, se trata de los colores corporativos, el color azul se aplica para un mes y el naranja para otro.

En la primera hoja se aplica primero el azul y el naranja en el siguiente mes, en la hoja siguiente se usa de manera contraria; primero el bloque naranja terminando con el bloque azul.

En cuanto al manejo de una hoja a otra, lo que se logra con este acomodo es prescindir del estatismo, teniendo un movimiento cordial en los meses.

Dándole soporte con el color azul que se posiciona en los límites del formato.

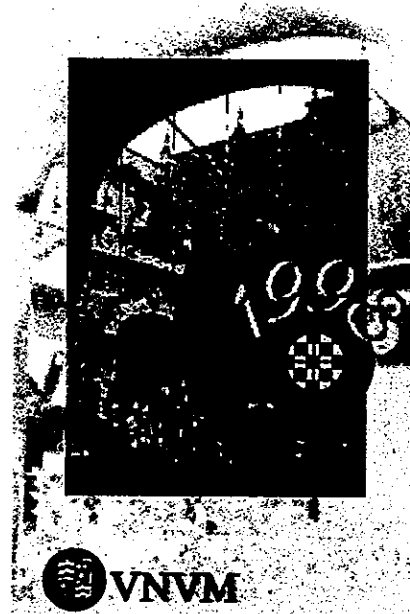
Esta combinación de colores es agradable a la vista, es precisamente lo que quiere reflejar la Institución.

Se trata de un esquema complementario puesto que utiliza los opuestos directos en el círculo cromático.

En conjunto tiene una buena funcionalidad y legibilidad, el resultado es preciso.

Dummy

- Portada



- Contraportada

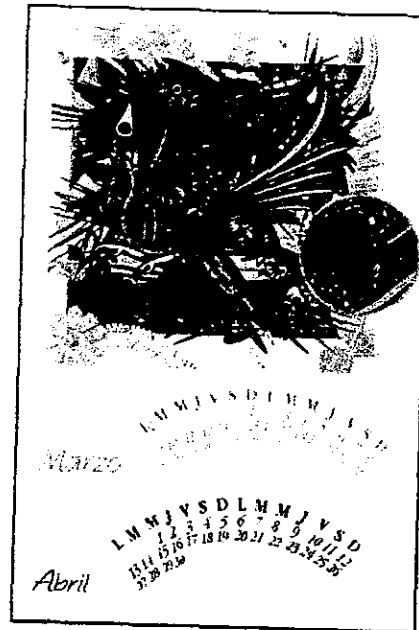
Dummy

- página 3

- página 1



- página 2

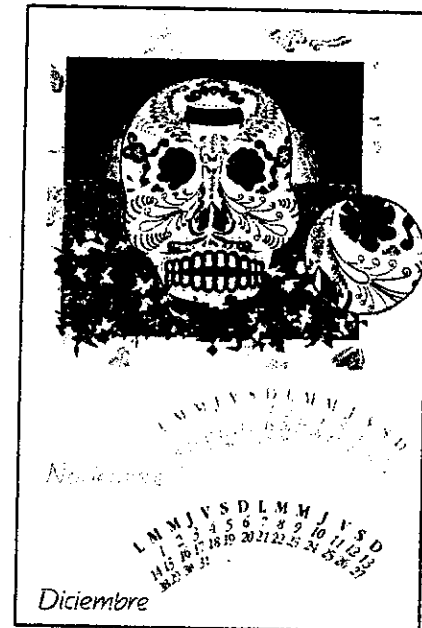
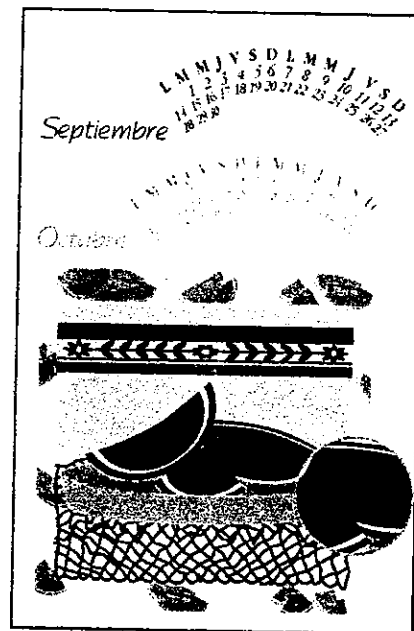


Dummy

- página 6

- página 5

- página 4



Sistema de Impresión

El calendario se ha realizado de manera digital por medio de una computadora, el software que se requirió para su formación fue Illustrator y Photoshop.

Se va a imprimir en selección de color debido a su grán manejo de tonos utilizados en las ilustraciones y fotografías. De estas imágenes las ilustraciones se crearon desde la computadora y las fotografías se scanearon para incorporarlas a la formación ya digitalizadas.

Por lo tanto la bajada del proyecto se puede realizar de dos maneras.
1a. En offset digital. Esto es que pase al proceso de impresión desde la computadora sin requerir negativos, obteniendo el impreso final de una sola pasada.

2a. En Offset tradicional. En éste método se requiere de negativos, placas fotográficas de cada plataforma (CMYK), la plancha entintada imprime un cilindro de caucho, el cual traslada la impresión al papel. El papel pasará 4 veces por los rodillos con las diferentes tintas para obtener el resultado final.

Debido a su contenido es que se va a imprimir en selección de color, puesto que comprende fotografías e ilustraciones con un manejo de tonalidades muy amplia.

En el sistema Offset se tiene una gran ventaja, que al incrementar el número de impresiones, disminuye el costo, se requieren negativos para la impresión e imprime tinta por tinta.

En cambio en Offset digital los costos son mayores, aunque no se requiere de negativos, se imprime directo de originales ó desde la misma computadora, se hace desde una sola impresión, pero al aumentar el volumen disminuye el costo hasta cierta cantidad y después el costo va aumentando proporcionalmente.

Se hará un primer tiraje de 1000 piezas, con una calidad de 1200 dpi.

Dependiendo del movimiento que tenga el calendario en cuanto a ventas, es entonces que se considerará el siguiente tiraje y así sucesivamente, aunque tiene como limitante la duración del año 1998.

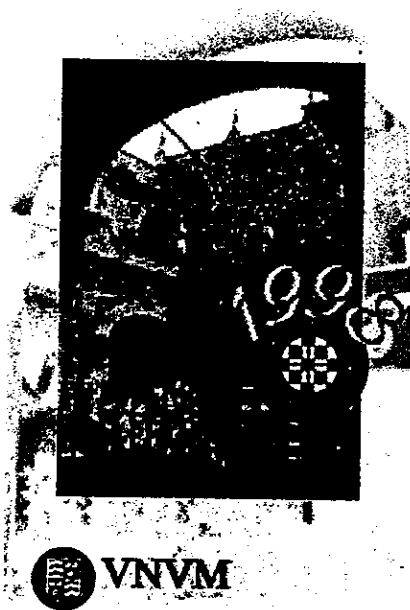
Originales Mecánicos

Los negativos se van a obtener directamente del Zip disk donde se guardó la información sobre el proyecto, las 4 placas (CMYK) puesto que se trata de una selección de color, de la misma forma se puede bajar la impresión final del calendario esto es por medio de pre prensa digital.

Para que se imprima en un buró por medio de pre prensa digital, es necesario enviar algunos datos sobre el proyecto, como los que a continuación se mencionan.

El calendario se realizó en una plataforma Macintosh por medio de los programas Illustrator versión 5.5 y Photoshop 3.0 y Quarkxpress 3.31, la información fué salvada como eps, las dimensiones del calendario estan al 25% de su tamaño real, envío las fuentes que se utilizaron en el proyecto al 100% de su tamaño, se tratan de Nadianne Book, Times y Garamond Light Narrow.

La resolución que requiere mi trabajo es a 1,200 DPI.



- Portada



- Contraportada

-Página 2

-Página 1

Enero L M J V S D L M J V S D
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11
12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25
26 27 28 29 30 31

Febrero L M J V S D L M J V S D
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28

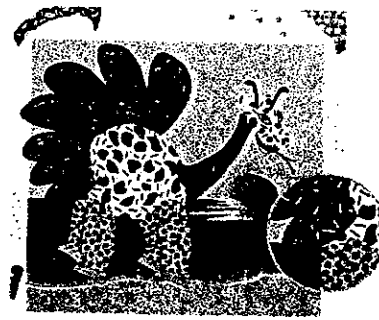


Marzo L M J V S D L M J V S D
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

Abril L M J V S D L M J V S D
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

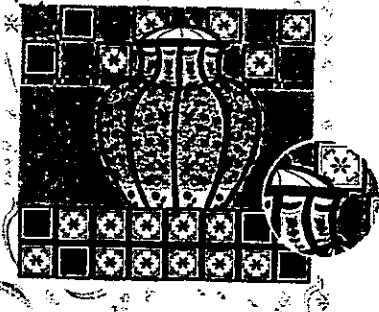
-Página 4

-Página 3



Mayo L M M J V S D L M M J V S D
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24
25 26 27 28 29 30 31

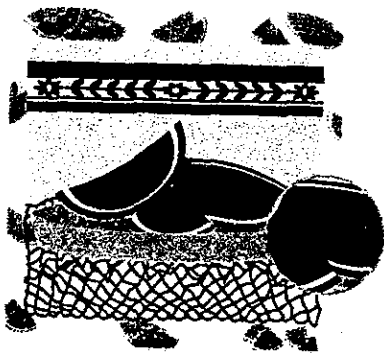
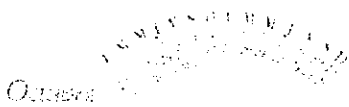
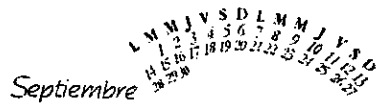
Junio L M M J V S D L M M J V S D
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24
25 26 27 28 29 30 31



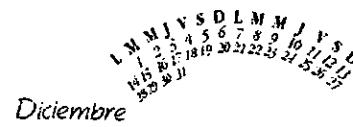
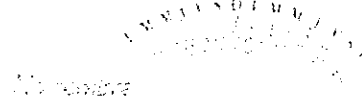
Julio L M M J V S D L M M J V S D
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24
25 26 27 28 29 30 31

Agosto L M M J V S D L M M J V S D
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24
25 26 27 28 29 30 31

-Página 5



-Página 6



Original de Suaje

- El original que se presenta a continuación se encuentra a escala.

Está al 25% del tamaño real del calendario.

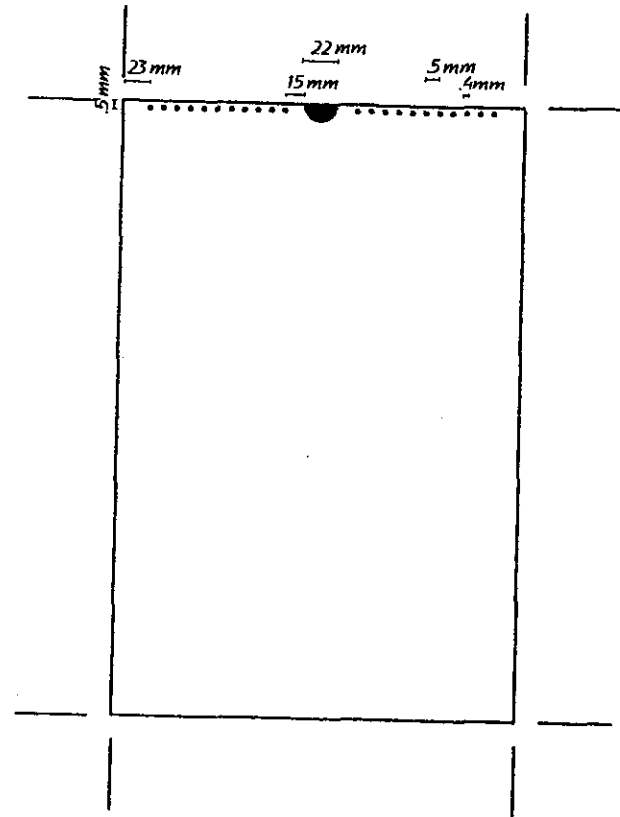
La necesidad del suaje presentado consiste en el buen manejo de sus páginas, sin este no se podría pasar las hojas puesto que estorbaría el implemento de colgado.

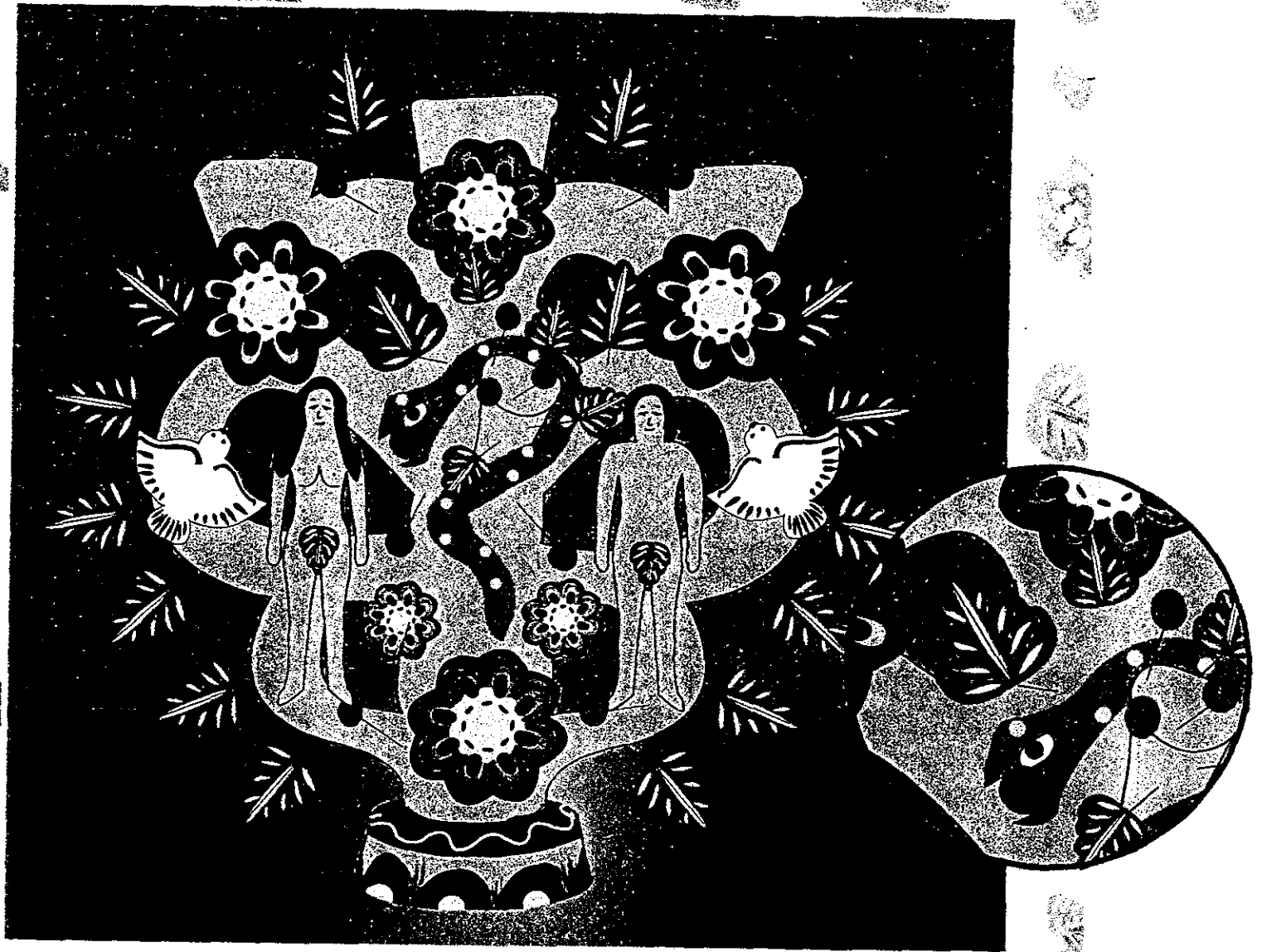
Las perforaciones para el engargolado están situadas de la siguiente manera:

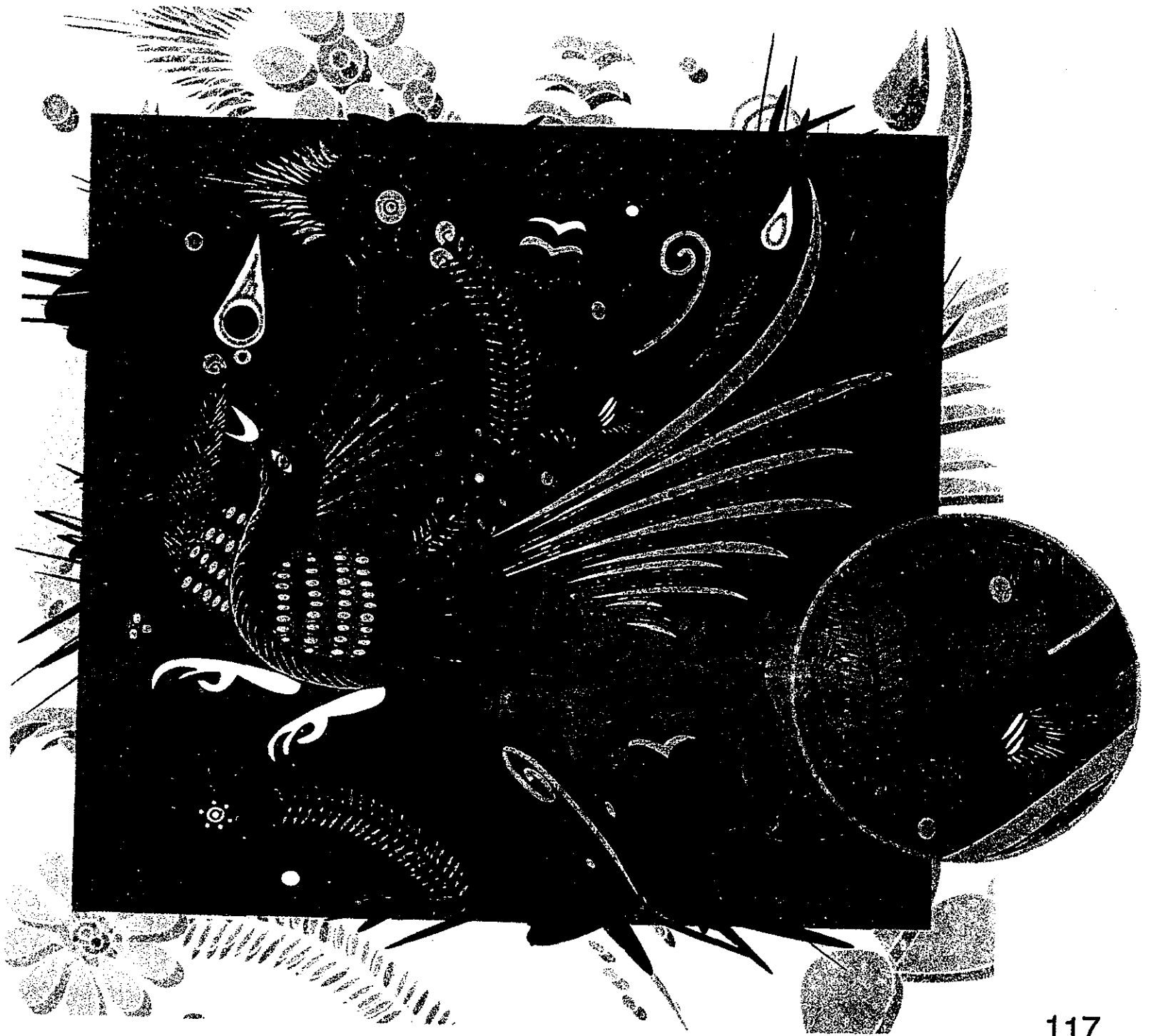
A 4mm. del margen superior, comenzando a 25mm. del margen de lomo y terminando a 25mm. del margen de corte.

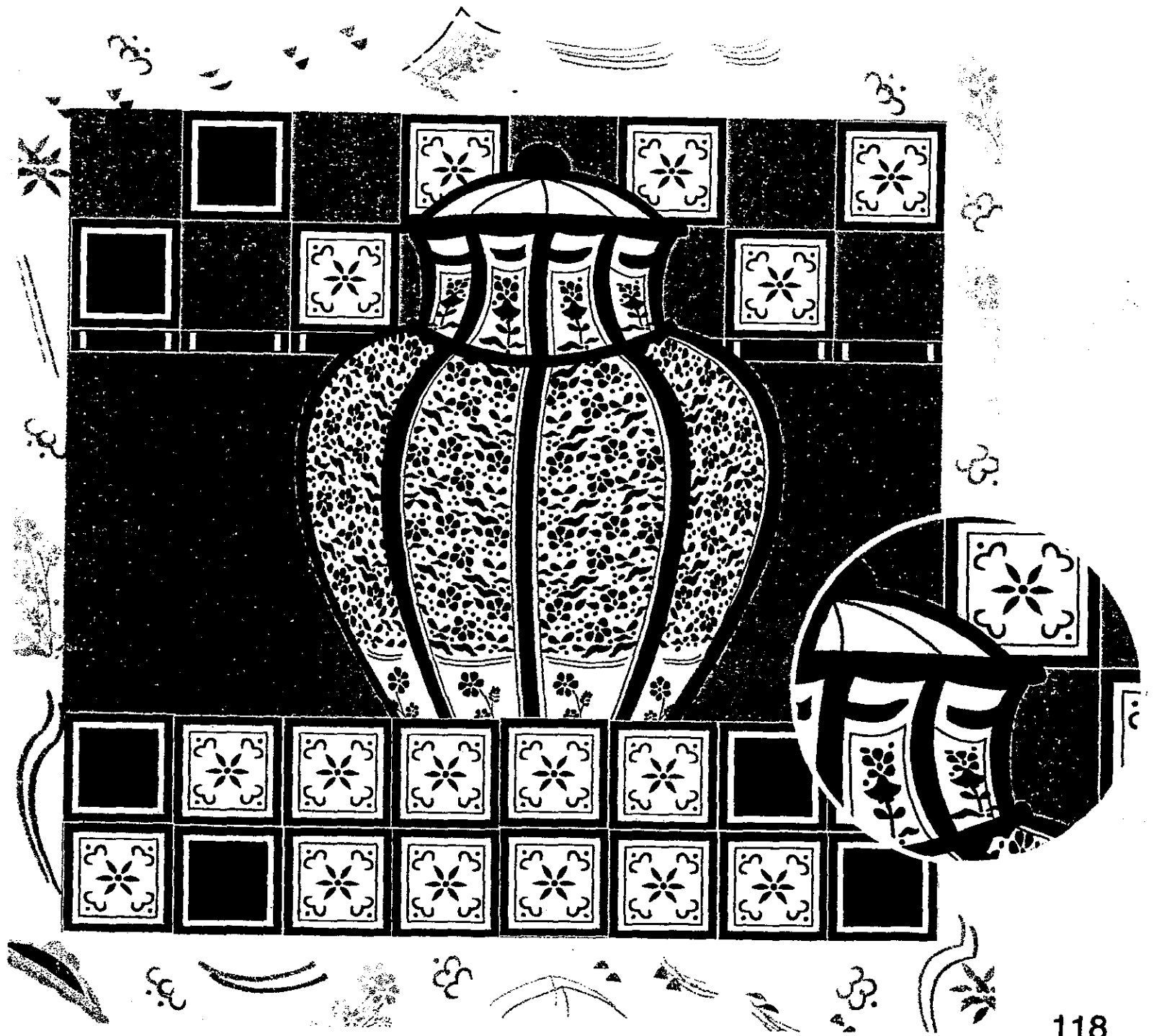
La distancia entre cada orificio es de 6mm., midiendo cada uno de estos 3mm., en la parte central del lomo superior tiene un espacio de 25mm. para cada lado antes de comenzar las perforaciones.

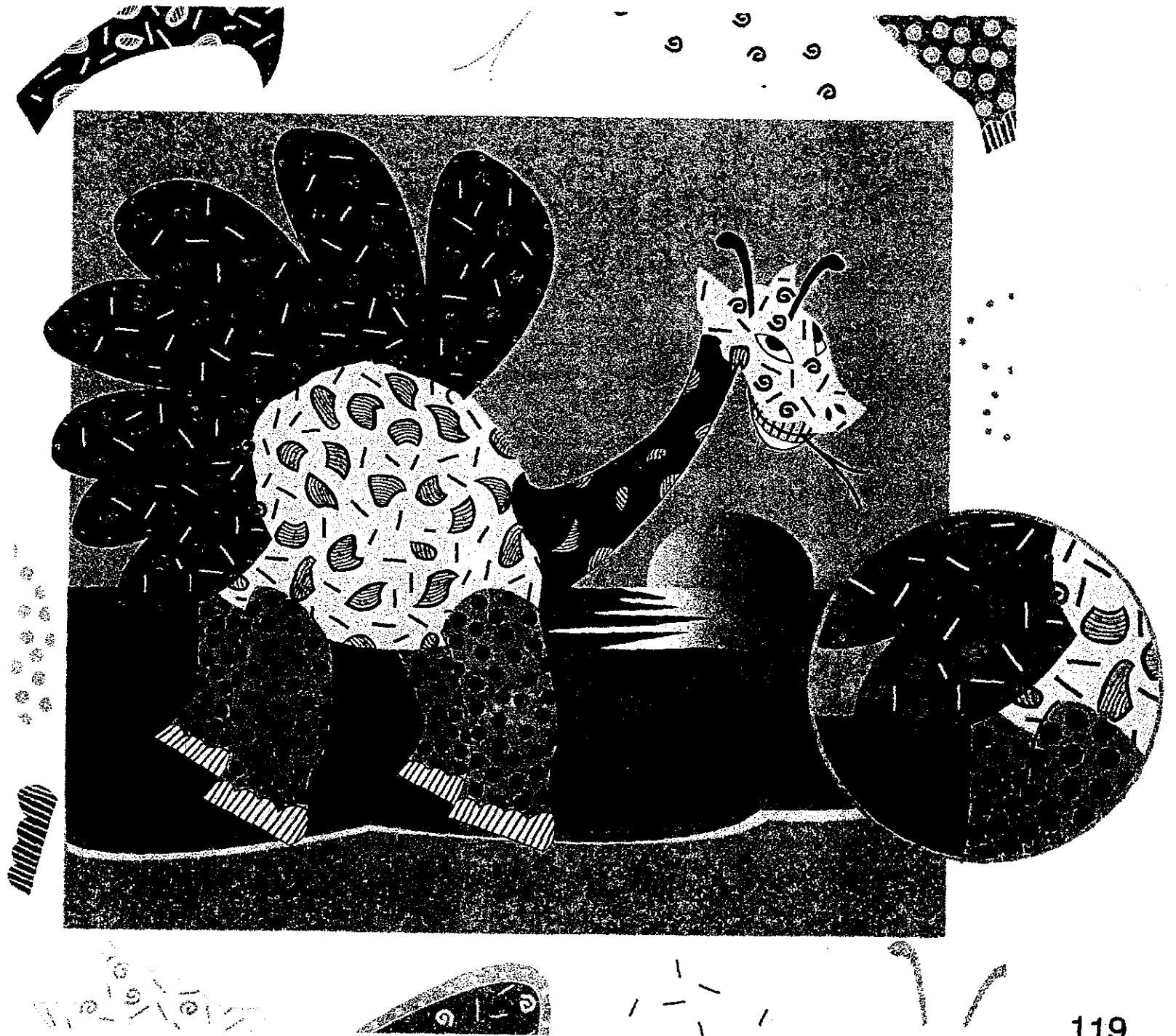
El suaje de corte mide 22mm. de diámetro y 12mm. hacia el centro del formato, utiliza un wire'o metálico, pequeño con un diámetro de 7mm. El implemento de colgado también es metálico en color negro, este mide 127mm. de longitud y 10mm. de altura.















Conclusiones

Por medio de este proyecto se pudo constatar la importancia actual del Diseño Gráfico en los medios impresos, como parte importante de la publicidad disponible para la difusión de productos y/o servicios de las empresas.

realización de alguna Ilustración. Es totalmente artístico.

Con la realización de este proyecto se logró el objetivo buscado, ya que se obtuvo como resultado un calendario con función promocional, el cual cubrió las necesidades del receptor al ser un artículo con imágenes llamativas de gran colorido, útil de consulta, sin dejar atrás la seriedad y calidad que quiere reflejar la Universidad como

Glosario de Terminos

- Arreglo ~ Acomodo del documento por medio de elementos Gráficos.
- Armonía ~ Combinación de colores para que sean agradables a la vista.

- Bocetos ~ Trazos iniciales de la idea.

- Cabezas ~ Título principal.
- Capitulares ~ Letra inicial que se utiliza en el principio de un capítulo.
- Colores Complementarios ~ Colores opuestos en el círculo cromático.
- Colores Primario ~ Cyan, magenta y amarillo.
- Colores Secundarios ~ Resulta de combinar los colores primarios entre sí.
- Colores Terciarios ~ Es el resultado de combinar los primarios con secundarios.
- Columnas ~ Divisiones verticales de la retícula o Red.

- Diseño editorial ~ Resolución por medio de retículas para la elaboración de un documento impreso, a través del buen manejo de imágenes y texto.
- Diagrama de Armonía Espacial ~ Red en la cual se posicionan los elementos gráficos.
- Dummy ~ Resultado más cercano del proyecto, antes de la impresión final.

- Elementos Gráficos ~ Tipografía, Imágenes y grafismos.
- Espacio Formato ~ Especificación de área a trabajar con márgenes visuales.

- Familia Tipográfica ~ Conjunto de caracteres cuyo diseño conserva un patrón general.
- Fuente ~ Define las características de conjunto de letras y signos tipográficos de una clase ó tipo determinado en un tamaño y estilo concreto.
- Folio ~ Número de página.
- Formato ~ Tamaño de un impreso basado en el tamaño y tipo de papel, orientación y proporción.

- Gramaje ~ Peso del papel por metro cuadrado.
- Lay Out ~ Combinaciones de elementos gráficos en el documento.
- Lluvia de Ideas ~ Todas las ideas que se tengan acerca de un concepto.
- Logotipo ~ Tipografía corporativa.

- Marca de Agua ~ Elementos gráficos impresos a un bajo porcentaje de color o tramaje.
- Memoria RAM(Random acces Memory) ~ Almacenamiento primario de datos o de instrucciones de programas que pueden acceder directamente cualquier localización aleatoria en un mismo lapso de tiempo.

- Offset ~ Sistema de impresión plano e indirecto.
- Originales Mecánicos ~ Indicaciones para la obtención de negativos para la impresión.

- Plataforma ~ Características físicas y operativas de un sistema computacional.
- Puntos ~ Unidad de medida para la tipografía, así como la de la interlínea.

- Retícula ~ Red para posicionar Texto en el documento.

- Selección de color ~ Separación de CYMK en placas para impresión.
- Subcabezas ~ Subtítulo.
- Software ~ Instrucciones preprogramadas y detalladas que controlan y coordinan el trabajo de los componentes del Hardware computacional en un sistema de información.

- Tipografía ~ Todo símbolo visual visto en la página impresa, estos símbolos se determinan caracteres.

Bibliografía

Bert Monroy y David Biedny
“Adobe Photoshop (Una Guía Visual para Mac)”
Ed. G. Gili, S.A. de C.V.
México 1996

Dale, Rusell
“El Libro del Amarillo” (rojo, azul, blanco y negro)
Biblioteca del Color
Ed. G. Gili, S.A. de C.V.
México, 1990

“Diseño y Reproducción”
Ed. G. Gili, S.A. de C.V.
Barcelona 1988

Germani, Fabris
“Fundamentos del Proyecto Gráfico”
Ed. Bon Bosco
Barcelona 1973

Gillam Scott, Robert
“Fundamentos del Diseño”
Ed. Limusa
México, 1992

Jackson Hartley, Everett
“Introducción a la Práctica de las Artes Gráficas”
Ed. Trillas
México 1970

Janet Ashford y Linnea Dayton
“Adobe Illustrator (Una Guía Visual para Mac)”
Ed. G. Gili, S.A. de C.V.
México 1995

John, Lynn
“Como preparar Diseños para la Imprenta”
Ed. G. Gili, S.A. de C.V.
2a. Ed. Barcelona 1991

Küpers, Harald
Fundamentos de la Teoria de los Colores
Ed. G. Gili, S.A. de C.V.
México 1992

L.E. Doggett
“Calendars”
<http://astro.nmsu.edu:80/~lhuber/leaphist.html>

Lewis, John
“Principios Gráficos de Tipografía”
Ed. Trillas
México,1991

March, Marion
"Tipografía Creativa"
Ed. G. Gili, s.a. de C.V.
2a. Ed. México, 1991

D.G. Mariana Lagarraña Ramirez.
"De la Letra a la Página"
Universidad Autónoma Metropolitana

Motif Design
"The Best Calendar Design + Graphics"
Rockport Publishers, Inc.
U.S.A. 1995

Muller Brookmann, Josef
**"Sistemas de Reticulas: Un Manual para Diseñadores
Gráficos"**
Ed. G. Gili, S.A. de C.V.
Barcelona 1992

Nancy J. McCarthy
"QuarkXpress (Una Guía Visual para Mac)"
Ed. G. Gili, S.A. de C.V.
México 1996

Ortiz Georgina
"El Significado de los Colores"
Ed. Trillas
México, 1992

Parramón, José M
“Teoría y Práctica del Color”
Parramón Ediciones, S.A.
2a. Ed. Barcelona 1988 Bride M. Whelan

Poo Rubio, Aurora M.
“El Color”
UAM, Azcapotzalco
México, 1992

“Principios del Diseño en Color”
Ed. G. Gili, S.A. de C.V.
México, 1990

Swann Alan
“Como Diseñar Reticulas”
Ed. G. Gili, S.A. de C.V.
México, 1990

Swann Alan
“La Creación de Bocetos Gráficos”
Ed. G. Gili, S.A. de C.V.
México, 1990

Wong, Wucius
“La Armonía en el Color” (nuevas tendencias)
Somohano Ediciones y Distribuciones S.A. de C.V.
México, 1994