

# TRABAJO FIN DE GRADO

Imagen corporativa de las fiestas de mayo de Los Realejos

AUTOR: Noa Real García  
TUTOR: Alfonso Ruiz Rallo  
TITULACIÓN: Grado en Diseño  
FECHA: 23 de Julio de 2014

# PALABRAS CLAVE

Cartel, folleto, sobrecubierta, motion graphics

# RESUMEN

Lo que se pretende con este proyecto es crear instrumentos que ayuden a promocionar y publicitar las fiestas que se celebran en el mes de mayo en el municipio de Los Realejos, declaradas de interés turístico nacional. Para ello se ha creado una nueva imagen, moderna e innovadora, alejada de lo que considero que es un estereotipo en el diseño promocional de este tipo de eventos. Este modo de hacer se ha impuesto a lo largo de los años en la mayoría de municipios a pesar de su evidente obsolescencia en muchos aspectos.

Este proyecto se divide en varias piezas: las tres principales son el cartel, alrededor del cual gira toda la propuesta gráfica del proyecto, el programa de actos y del vídeo de motion graphics, que se ha realizado para su inserción en redes sociales con el objetivo de aumentar el alcance de la promoción de las fiestas del mayo realejero a todo el mundo. Por último se han creado diversos objetos con la finalidad de ayudar a publicitarlas a un nivel más local.

Tras varias entrevistas con la Concejala de Fiestas y con otros miembros del Ayuntamiento de Los Realejos relacionados con este tema, es probable que el trabajo realizado se utilice en un futuro, puesto que ya han manifestado su interés hacia él, por lo que se espera, que este trabajo contribuya a iniciar un cambio necesario en la imagen de las fiestas locales.

# OVERVIEW

The aim of this project is to create tools that help promoting and advertising May parties in the town of Los Realejos, declared of national tourist interest. For this reason, it has been created a new, modern and innovative image, far from what I consider to be a stereotype in the design of these promotional events. This way of doing it has been imposed over the years in most municipalities despite their apparent obsolescence in many aspects.

The project is developed through several parts: the main three are the poster, around which all graphical proposal resolves, the program of events, and a video was made for insertion into social networks in order to increase the scope of the promotion of Los Realejos' May worldwide. Finally, we have created various objects in order to help publicize them at a more local level.

After several meetings with the Councillor for Parties and other members of the local government related to this issue, since they have already expressed their interest in it, I have the feeling that this work will become a reality in the close future. So I hope this work contributes to initiate a needed change in the image of the local festivals.

# ÍNDICE

## ÍNDICE

Capítulo 1. Introducción.....	6
1.1 Justificación del Proyecto .....	8
1.2 Objetivos del Proyecto .....	9
1.3 Alcance y límites .....	10
1.4 Antecedentes históricos .....	15
Capítulo 2. Metodología .....	24
2.1 Cronograma .....	26
2.2 Descripción metodológica .....	26
Capítulo 3. Aspectos técnicos .....	28
3.1 Software y otros medios empleados .....	30
3.2 Estándares y Normas Seguidas .....	32
Capítulo 4. Diseño .....	34
4.1 Evaluación de Alternativas .....	36
4.2 Diseño .....	40
4.3 Cartel .....	41
4.4 Programa .....	46
4.5 Vídeo .....	58
Capítulo 5. Conclusiones y Ampliaciones .....	60
5.1 Conclusiones .....	62
5.2 Ampliaciones .....	62
Capítulo 6. Anexos .....	64
6.1 Encuestas .....	66
6.2 Storyboard .....	70
6.3 Glosario .....	74
6.4 Briefing .....	78
6.5 Manual de uso .....	88
Capítulo 7. Referencias Bibliográficas .....	98
7.1 Referencias en Internet .....	100
7.2 Libros y Artículos .....	101

# CAPÍTULO PRIMERO

## INTRODUCCIÓN

En este primer capítulo introductorio se podrá ver el por qué de este trabajo, los objetivos fijados en un principio, el alcance y los límites de todas las piezas que finalmente he desarrollado. Además, se hará un recorrido por todos los carteles que se han realizado para las fiestas de mayo de Los Realejos y se mostrarán otros ejemplos de carteles de fuera de la isla de Tenerife.

## 1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Las necesidades que cubrirá el proyecto serán las de promoción y difusión. Mediante este trabajo lo que se pretende es publicitar las denominadas fiestas de mayo del municipio de Los Realejos con una imagen notoria e innovadora, haciendo uso de una serie de recursos gráficos que nunca se han utilizado para la promoción de este evento.

La apuesta ha sido crear un cartel que rompa con la línea estética común que se ha venido empleando hasta el momento. Se pretende llamar la atención de los ciudadanos del municipio, de la gente del pueblo, pero sobretodo de otros pueblos y zonas de España que todavía no hayan modernizado la imagen de sus fiestas locales.

A continuación, se puede apreciar que la estética de los carteles de las fiestas de mayo de Los Realejos no presenta variaciones importantes a lo largo de los años, ya que desde antes de 1980 aparecen reflejados los mismos motivos: La imagen de la torre de la iglesia de Santiago Apóstol, la cruz, los fuegos y la utilización de tipografías con ornamentos. Todo ello acompañado de fotografías e ilustraciones con los mismos motivos y aplicados de un modo rutinario en múltiples portadas de carteles y programas, las dos piezas más importantes de la campaña.



Cartel de David Socas. Año 2014.

## 1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO

El objetivo principal de este proyecto es el diseño y la creación del cartel de las fiestas de Mayo de Los Realejos. Con el objetivo de renovar la imagen y hacer llegar esta importante fiesta de carácter cultural al mayor número posible de personas.

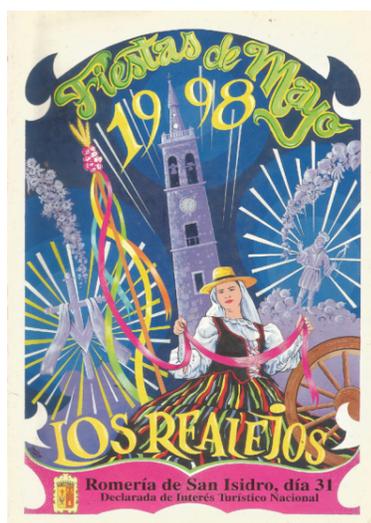
Para lograr este objetivo se han desarrollado las siguientes piezas promocionales, la primera fundamental e imprescindible. Las dos siguientes, menos fundamentales pero muy útiles y eficaces.

- Crear el cartel promocional de las fiestas del mes de Mayo
- Crear el programa anual de Mayo
- Crear un vídeo de motion graphics para conseguir una mayor difusión

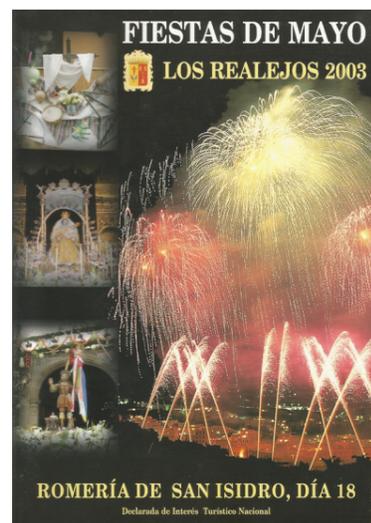
Teniendo conciencia de la importancia que están tomando las tecnologías móviles cada día, y sobretodo pensando en los usuarios más jóvenes y en todos aquellos turistas que llegan al pueblo y están totalmente desubicados, se ha añadido un código QR a los carteles que se distribuyen por las calles del pueblo. Su finalidad es la de acercar la fiesta y facilitar el acceso al programa a cualquier persona y sobretodo contribuir al ahorro de papel, ya que este código permitirá ver el programa en cualquier dispositivo, ya sea en pdf o en la versión interactiva digital.

Como objetivos secundarios o de carácter más personal, se pueden destacar los siguientes:

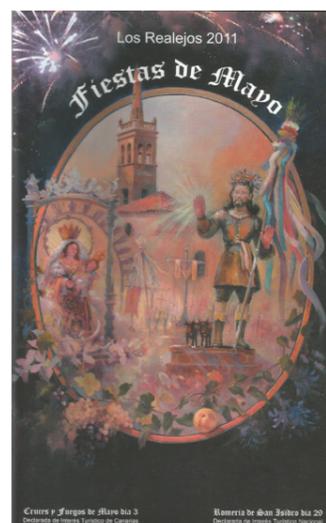
- Ampliar conocimientos sobre impresión
- Aprender el manejo de programas informáticos para la creación de vídeos como Adobe After Effects
- Llevar a la práctica los conocimientos adquiridos durante esta etapa de aprendizaje



Cartel de Jesús Martín. Año 1998.



Cartel de Isidro Felipe Acosta. Año 2003.



Cartel Mohamed Osman. Año 2011.

## 1.3 ALCANCE Y LÍMITES

Todos los objetivos que fueron marcados en un principio que se consideraban fundamentales para dar publicidad a las fiestas han sido alcanzados y superados. En un primer momento sólo se esperaba crear el cartel y el vídeo de motion graphics, que ayudarían a dar mayor difusión a las fiestas del mes de mayo celebradas en el municipio de Los Realejos, pero finalmente se han propuesto muchas más piezas. Éstas, que se presentan a continuación son: Cartel, programa anual de actos, vídeo publicitario, bolsa, mupi, folleto, calendario, taza y banderolas.



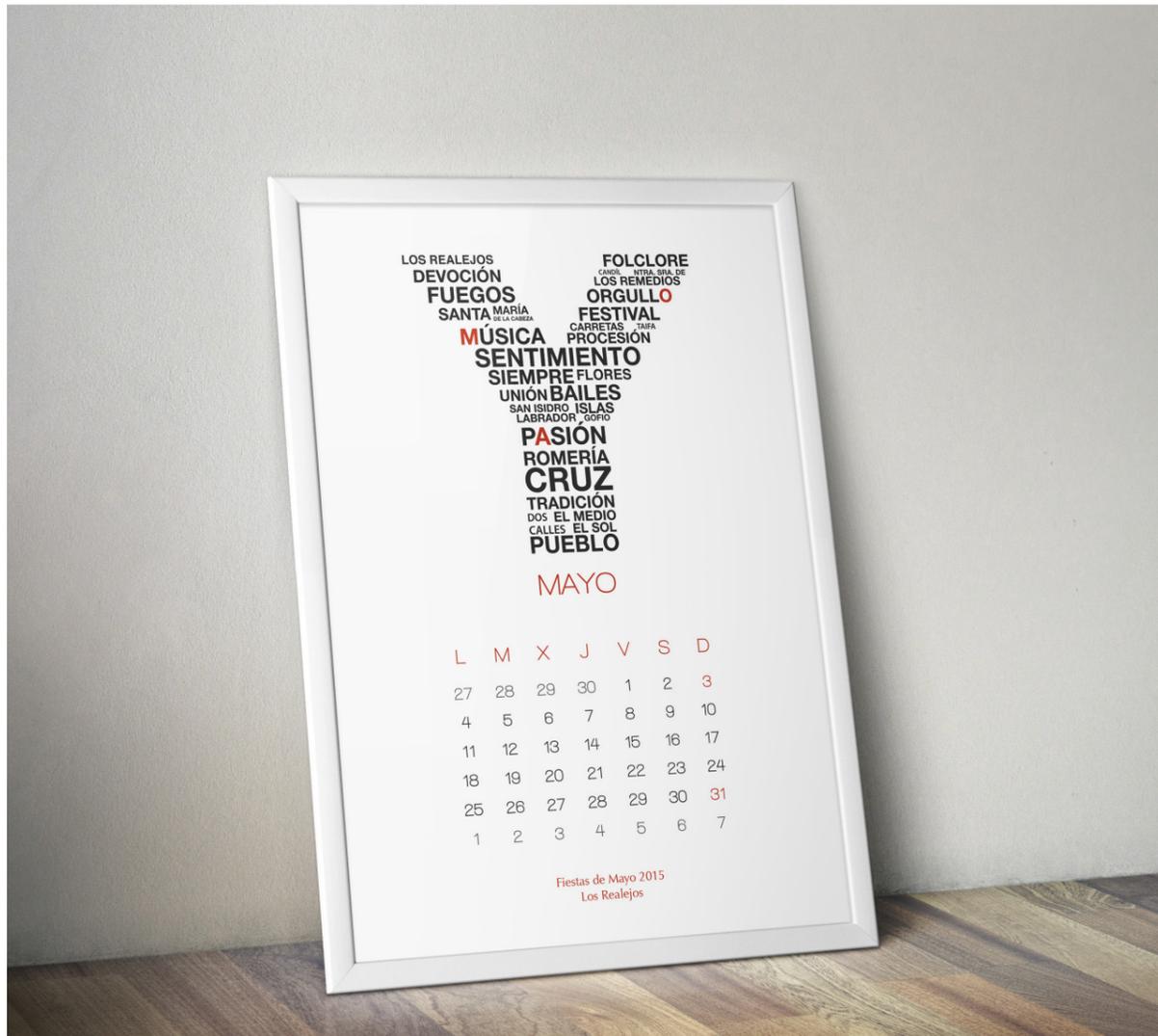
*Diseño del cartel que promocional de las fiestas de mayo de Los Realejos*



*Portada del programa en tamaño DIN A5*



*Última viñeta del storyboard del vídeo de mayo*



En la imagen superior se puede apreciar el diseño para el calendario, que sirve a su vez de sobrecubierta para el programa.



En la imagen de la izquierda, se puede ver el resultado final que se ha obtenido al querer una imagen corporativa que fuera unitaria.



En la imagen de la izquierda se presenta un ejemplo de mupi, que a su vez sirve de calendario y cuenta con un código QR para poder visualizar rápidamente el programa en cualquier dispositivo.

En la imagen inferior, se aprecian dos ejemplos de banderolas en farolas que encuentran en el municipio de Los Realejos.



## 1.4 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Lo primero que hice antes de empezar a diseñar fue ver el estilo que se había llevado hasta entonces en el diseño de carteles para las fiestas de mayo con la intención de intentar aportar algo nuevo. Para ello me documenté sobre el tema, buscando qué era lo que se reflejaba y qué mensaje se quería transmitir a través de los carteles que se habían hecho históricamente.

Luego realicé otra búsqueda para ver la estética que siguen los carteles de fiestas populares de otros lugares más avanzados en materia de diseño, como podría ser Barcelona, en busca de algún ejemplo que pudiera servirme de referencia de estilo o que me aportara ideas para crear algo diferente.

Para que el lector pueda hacerse una idea, a continuación se muestran en primer lugar, todos los carteles y programas que se han realizado hasta la fecha en el municipio de Los Realejos con motivo de las fiestas del mes de mayo. En segundo lugar, aparecen ejemplos de carteles recientes de fiestas populares, tanto de España, como de otros países.

Este punto de búsqueda e información acerca de carteles es de vital importancia, porque a partir del diseño del cartel se crearon las demás piezas para la imagen corporativa de las fiestas de mayo.



Sobrecubierta/póster



Diseño de taza con la imagen de la Y



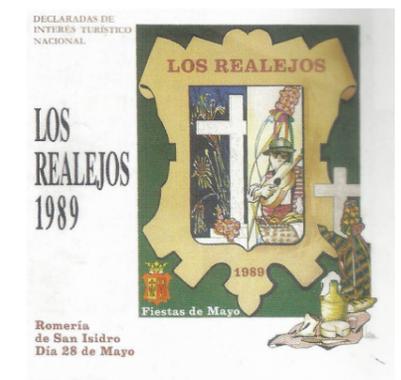
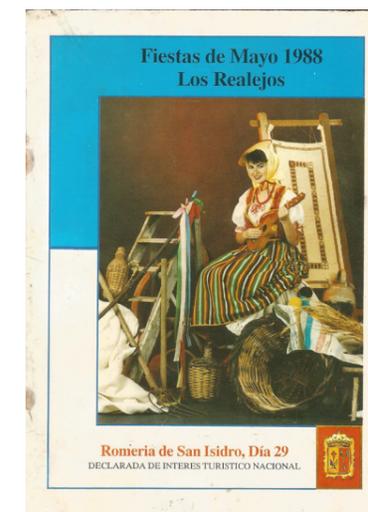
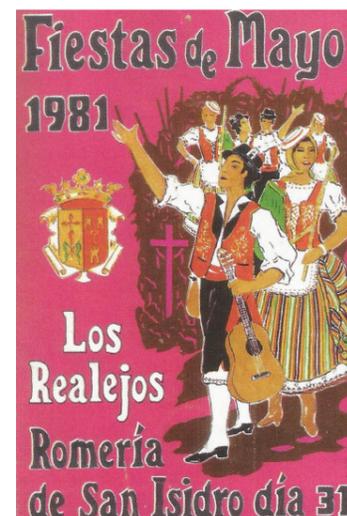
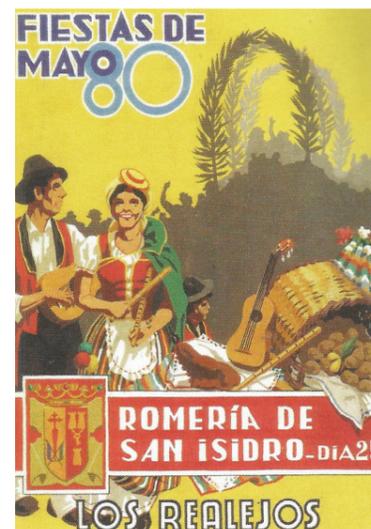
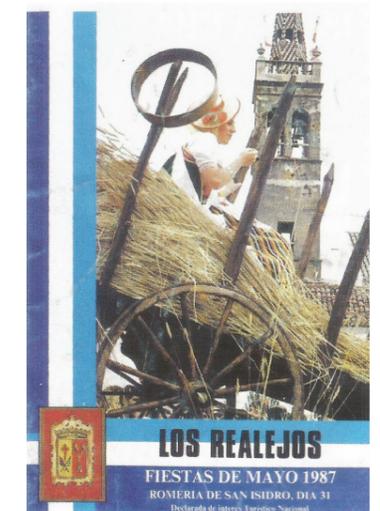
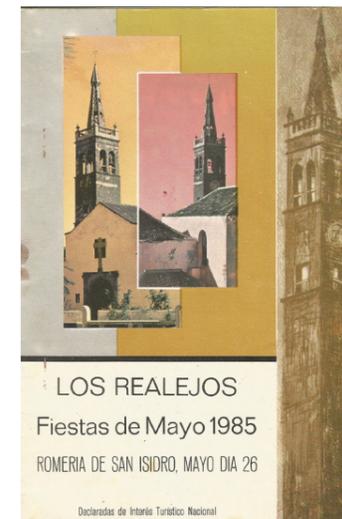
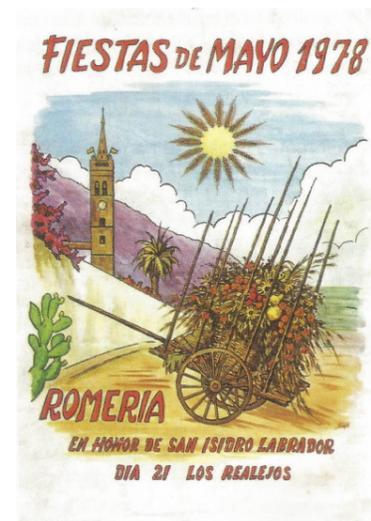
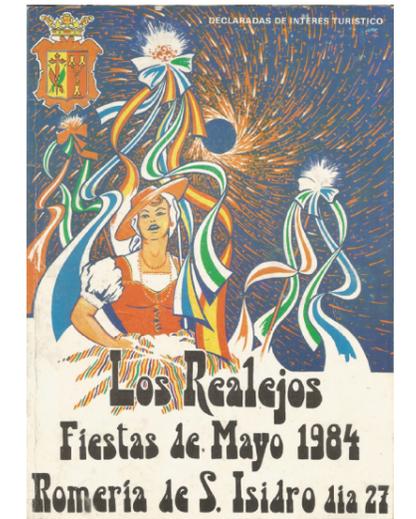
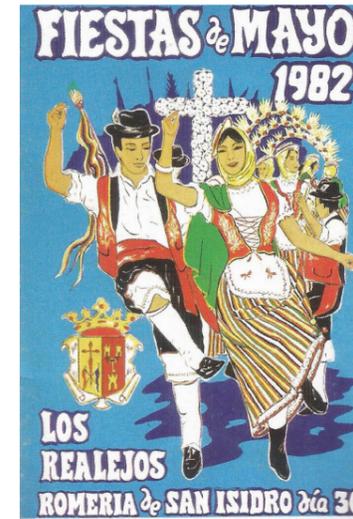
Parte delantera del folleto

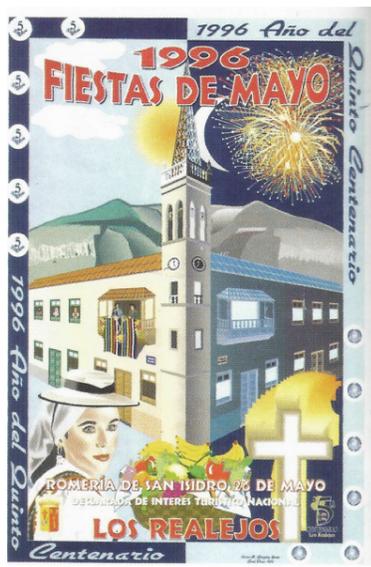
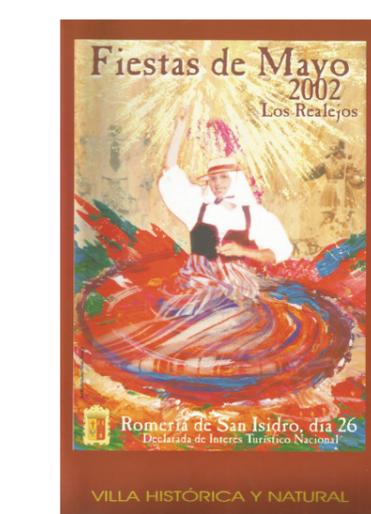
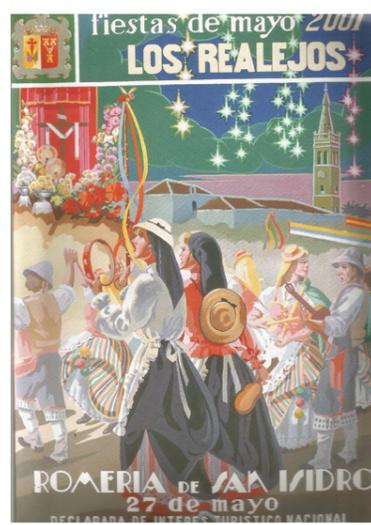
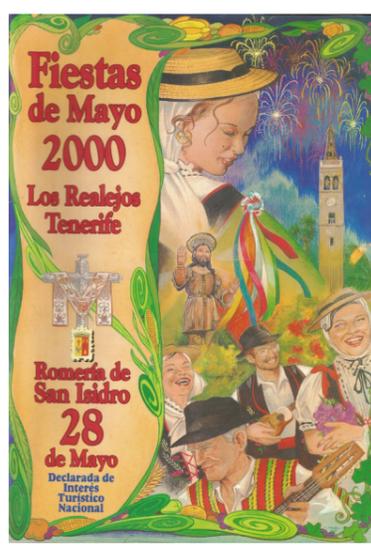
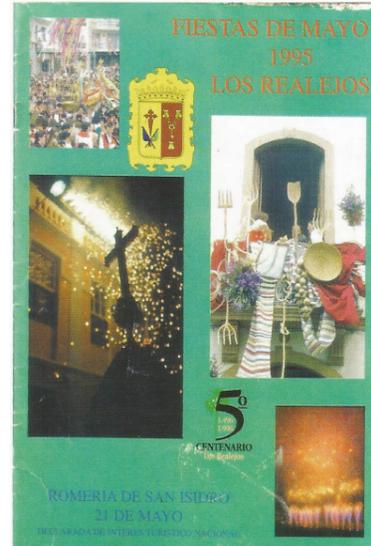
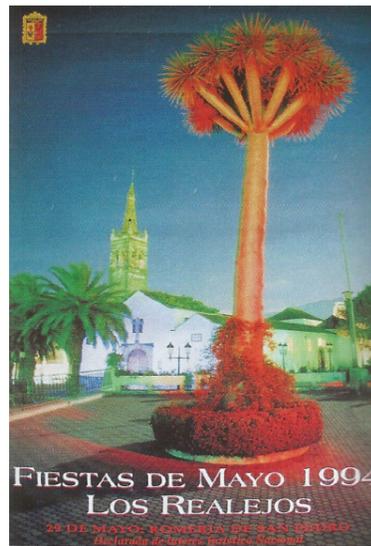
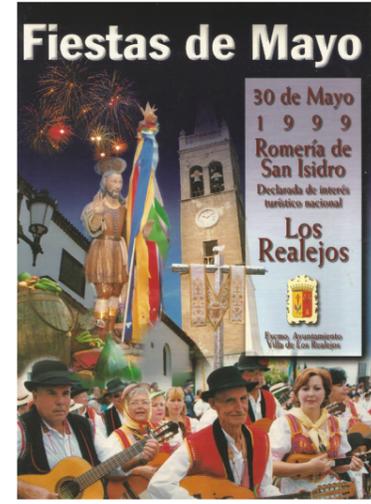
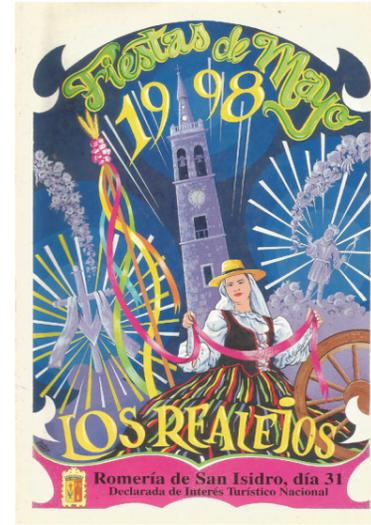
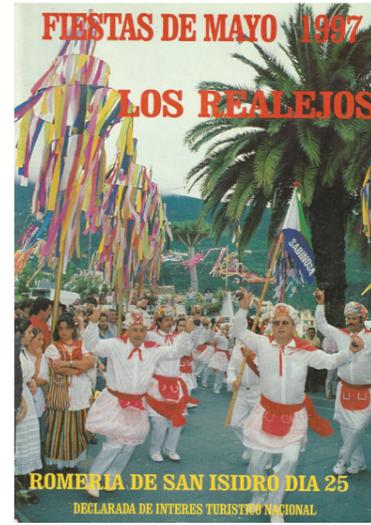
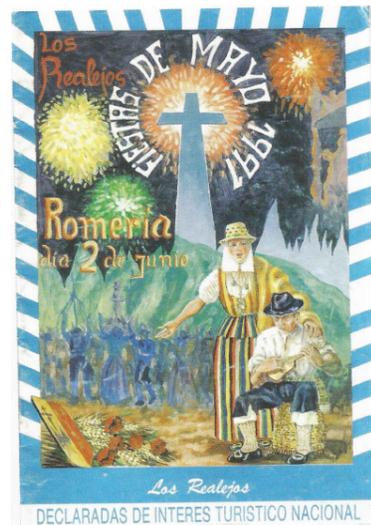
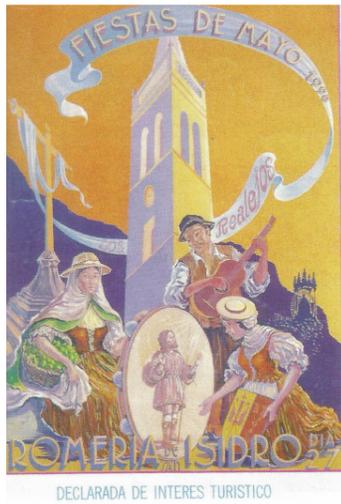
## CARTELES DE MAYO LOS REALEJOS

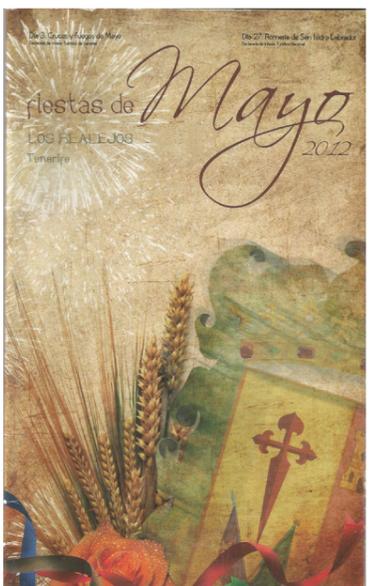
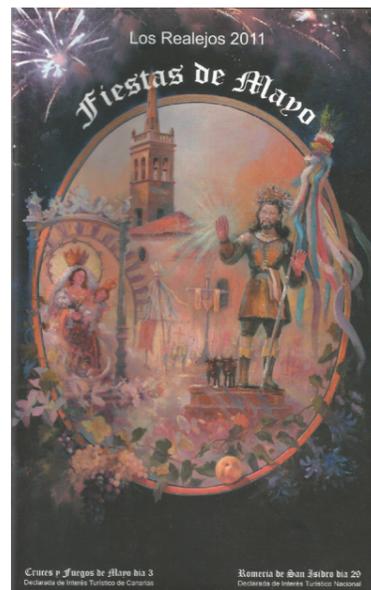
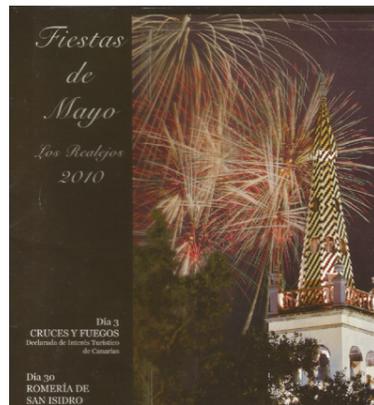
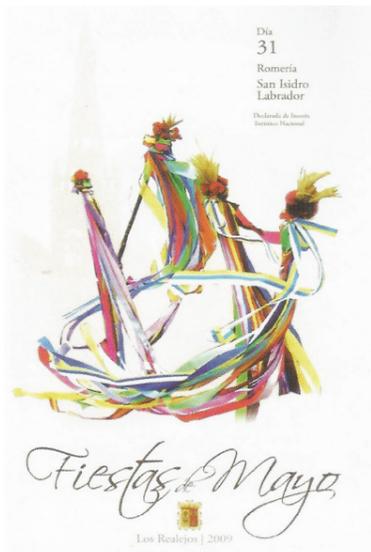
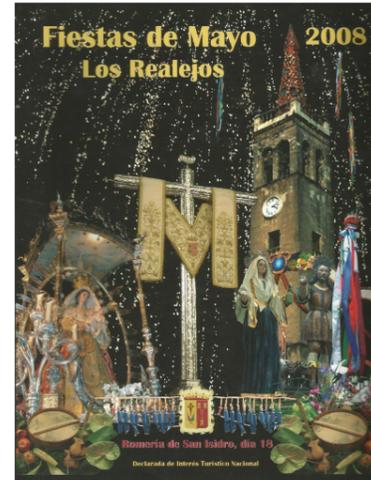
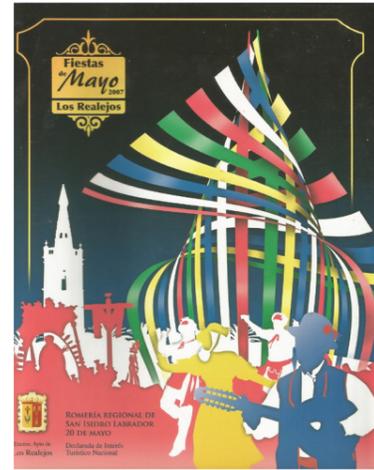
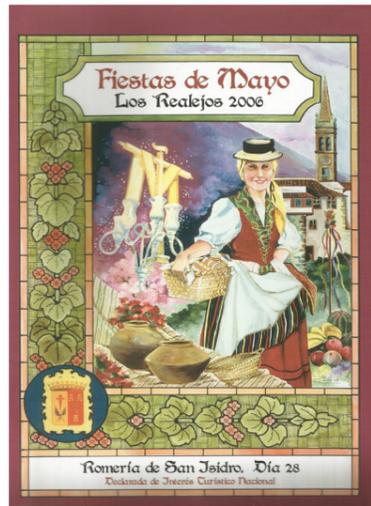
A continuación se presentan todos los carteles que se han realizado desde 1976 hasta la actualidad, exceptuando el cartel del año 1986 que no ha sido posible localizar, ya que no aparece ni siquiera en los dos únicos libros que hablan sobre las fiestas del mes de mayo de Los Realejos, y que han sido consultados para la realización de este proyecto “Los Realejos y los hitos devocionales de sus Fiestas de Mayo”<sup>1</sup> y “Fiestas de Mayo de Los Realejos”<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> MESA MARTÍN, Jose María. “Los Realejos y los hitos devocionales de sus Fiestas de Mayo”. 2007.

<sup>2</sup> HERNÁNDEZ HDEZ, Jonás y HERNÁNDEZ HDEZ, Jose M: “Fiestas de Mayo de Los Realejos”. 2013.







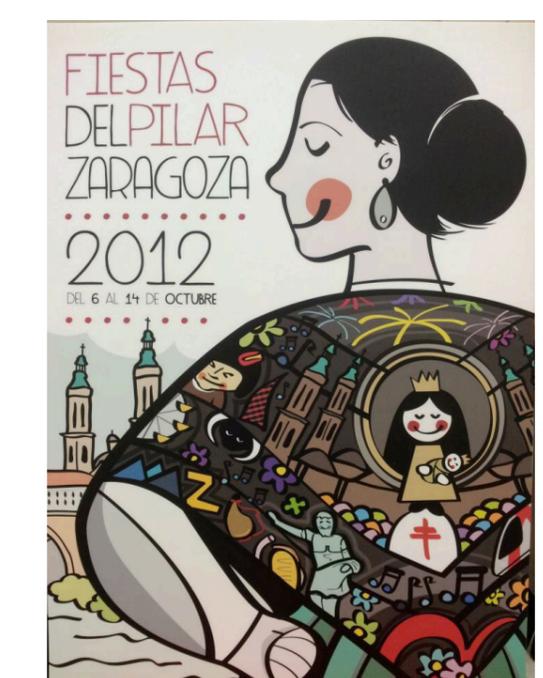
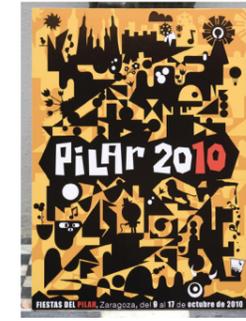
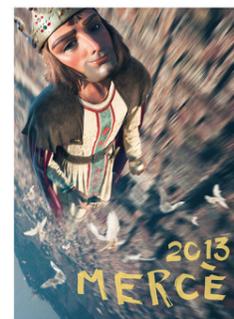
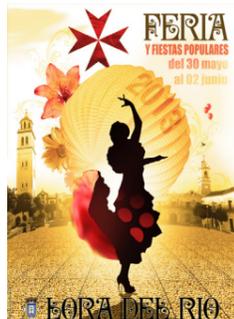
En otros municipios utilizan desde hace años una imagen moderna y renovada, ya que recurren a diseñadores o agencias de prestigio, mientras que en Los Realejos esto no ocurre, pues normalmente los diseños de los programas para las fiestas, diseño de logotipos o cualquier otro tipo de diseño los realizan los informáticos del Ayuntamiento, que no tienen ningún tipo de conocimiento acerca del buen diseño.

Se puede observar a simple vista que el diseño de los carteles de las fiestas de mayo no ha sufrido transformaciones muy relevantes a lo largo de los últimos 38 años. Los cambios más notables que se pueden apreciar han sido gracias al avance tecnológico, que ha colaborado a mejorar la estética y producción de los programas, pero no a hacer mejores diseños, porque al igual que una buena cámara no es capaz de hacer una buena fotografía por sí sola, ya que es un medio que ayuda al fotógrafo a hacerla, los programas de edición como Photoshop o Illustrator no hacen buenos diseños, sino que ayudan al diseñador a hacerlos.

## OTROS CARTELES

Para concluir este apartado de antecedentes históricos, se presentan distintos carteles de fiestas tradicionales provenientes de otras zonas de España y de otros países.

En algunos ejemplos podemos ver que no hace falta que en los carteles aparezca de manera explícita y exhaustiva, mediante fotografías o ilustraciones, cada acto relevante que se celebre en la fiesta.



# CAPÍTULO SEGUNDO

## METODOLOGÍA

En este apartado se describirá paso por paso cómo se ha hecho el trabajo y qué métodos se han empleado, como briefing, entrevistas, búsqueda de documentación, localización de referencias, comparación, etc. Además, se describe de manera breve la estructura que se llevó a cabo para realizar cada uno de los diseños y los meses en los que se llevaron a cabo.

## 2.1 CRONOGRAMA

Briefing: Octubre - Noviembre  
Bocetos del cartel: Noviembre - Diciembre  
Encuesta: Enero - Marzo  
Corrección del cartel: Marzo  
Storyboard vídeo: Febrero - Abril  
Desarrollo del programa: Abril - Mayo  
Desarrollo del vídeo: Abril - Junio  
Creación del folleto y elementos de merchandising: Junio  
Desarrollo de memoria y manual: Octubre - Junio  
Impresión de los productos: Junio - Julio

## 2.2 DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA

En primer lugar se hizo un completo briefing<sup>3</sup> mediante entrevistas a Adolfo González<sup>4</sup>, Isabel Socorro<sup>5</sup> y Asterio Hernández<sup>6</sup> que proporcionaron detalles clave para la realización del trabajo, además, hice un estudio de todos los carteles que se han hecho en los Realejos para las fiestas del mes de mayo, así como, de fiestas populares de otros lugares, como Barcelona o Sevilla. Asimismo, para terminar de completar esta primera parte de búsqueda y documentación, leí libros relacionados con las tradiciones y fiestas populares de Los Realejos.<sup>7</sup>

Además, realicé un mapa mental con todos los aspectos que se consideraban se podían mejorar, en cuanto a la campaña de promoción que se hace cada mes de mayo en Los Realejos, con motivo de estas fiestas. Tras haber hecho el mapa mental que ayudaría a priorizar las piezas que se deberían llevar a cabo, llegué a la conclusión que debían ser tres: El cartel, el programa y un vídeo publicitario.

En este punto comencé a realizar los primeros bocetos para el cartel, que se fueron corrigiendo y modificando con el tutor. Luego, se eligieron cinco propuestas y con ellas se hizo una encuesta a gente muy diversa<sup>8</sup>, para así llegar a la conclusión de cual de las propuestas era la que más gustaba al público en general, y sobretodo a los habitantes de Los Realejos.

Los resultados de la encuesta dieron dos propuestas mucho más votadas que las otras, una más clásica y otra un poco más moderna hecha a base de elementos tipográficos (anteriormente nombradas como fig 1 y fig 2). La segunda de las dos fue la que se eligió finalmente.

Elegida ya la que sería la definitiva se comenzó a corregir el diseño del cartel. Se creó una retícula y se distribuyeron los elementos para que la composición fuera más armoniosa. Con este mismo diseño se empezaron a desarrollar las demás piezas, como el programa.

Del programa lo primero que se hizo fue hacer bocetos en lápiz para ver la distribución de los elementos de las páginas. Luego, ya a ordenador se definieron los márgenes (de cabeza, de pie, de lomo y de corte) para delimitar la mancha, la cual, en este caso, se dividió en columnas. Se determinaron las medidas (las medidas del material impreso están relacionadas porque todas están en formato DIN), retículas y tipografías.

Paralelamente, se fue desarrollando a la vez el vídeo promocional de motion graphics (eligiendo la música y elaborando el storyboard).

Cuando el vídeo y el programa estaban prácticamente terminados, ya en la fase de últimas correcciones, empecé a desarrollar una idea que se me había ocurrido anteriormente, que era crear, algún objeto que pudiera utilizar la gente en sus casas durante el mes de mayo. Fue así como me surgió la idea de crear un calendario con la imagen de la "Y". Este calendario tiene la particularidad de servir tanto de calendario como de sobrecubierta para el programa de las fiestas.

Una vez tenía la idea y el diseño definitivo lo ajusté a las medidas del programa para que coincidieran perfectamente.

Por último, se realizó un diseño de folleto y otros objetos como una bolsa, banderolas, una taza y un mupi.

Estos productos más secundarios cumplen una importantísima función de promoción. Las banderolas y el mupi, cuidadosamente diseñados, se espera que llamen la atención de los visitantes con una imagen íntimamente relacionada con la estética de la campaña que se ha llevado a cabo.

Mientras que el folleto, la bolsa y la taza podrían ofrecerse a los miles de visitantes que acuden cada año a este municipio de Tenerife, como recordatorio y método de promoción.

<sup>3</sup> Ver briefing en el apartado de Anexos

<sup>4</sup> Adolfo González Pérez-Siverio: Primer teniente de alcalde y concejal delegado de Régimen Interior, Personal, Contratación, Proyectos y Obras Municipales, Empresa Pública Medios de Comunicación, Cultura y Patrimonio Histórico

<sup>5</sup> Isabel Elena Socorro González: Concejala delegada de Turismo, Fiestas y Nuevas Tecnologías

<sup>6</sup> Asterio Jesús Hernández Marrero: Técnico de Fiestas y Actividades Recreativas

<sup>7</sup> HERNÁNDEZ HDEZ, Jonás y HERNÁNDEZ HDEZ, Jose M: "Fiestas de Mayo de Los Realejos". 2013.

MESA MARTÍN, Jose María. "Los Realejos y los hitos devocionales de sus Fiestas de Mayo". 2007.

<sup>8</sup> Consultar información de la encuesta en el apartado de Anexos

# CAPÍTULO TERCERO

## ASPECTOS TÉCNICOS

En este tercer apartado se explicarán brevemente los programas utilizados, así como las tareas que han sido realizadas con cada uno de ellos. Por otra parte, se ha descrito el por qué del formato que se ha utilizado y las normas o estándares elegidos para desarrollar una imagen corporativa unitaria.

## 3.1 SOFTWARE Y OTROS MEDIOS EMPLEADOS

### ADOBE PHOTOSHOP

Casi todos los proyectos digitales creativos se realizan básicamente con Photoshop. Esta es una de las mejores aplicaciones de edición de imágenes del mundo, que permite mejorar, retocar y manipular fotografías e ilustraciones.

Se ha utilizado la versión de Photoshop CS6, por ejemplo, para tratar las imágenes para el programa de las fiestas o simplemente para hacernos una idea de cómo quedarían los diseños materializados integrándolos con fotografías en sus destinos definitivos.

### ADOBE LIGHTROOM

Lightroom incluye todas las herramientas necesarias para la mayoría de tareas de fotografía digital en una única solución. Ayuda a los fotógrafos a agilizar y hacer más eficaz su trabajo, ya sea con una sola imagen, un conjunto de ellas o una gran biblioteca.

La versión que ha sido utilizada es la 4, que ha servido para organizar y retocar algunas imágenes que han sido añadidas al programa de las fiestas de mayo.<sup>9</sup>

### MICROSOFT WORD

Microsoft Word, es un programa editor de texto ofimático<sup>10</sup> muy popular, que permite crear documentos sencillos o profesionales. Este programa se ha utilizado, por ejemplo, para corregir los textos antes de enviarlos a Adobe InDesign CS6, en el que se hizo la maqueta del programa de las fiestas. La versión que se ha utilizado es la que incluye el paquete Microsoft Office 2011.

### ADOBE INDESIGN

InDesign CS6 es un software de diseño profesional que ayuda a crear tipografías y diseños de página con una precisión a nivel de píxel perfecta para publicaciones que van desde libros y folletos hasta revistas digitales y apps para iPad, y otras tabletas. Adapta diseños fácilmente a diversos tamaños de página y de pantalla, u orientaciones.

### ADOBE ILLUSTRATOR

Illustrator CS6 es el software de gráficos vectoriales estándar que se utiliza para crear gráficos digitales, ilustraciones y tipografía para

toda clase de medios: impresión, la Web, medios interactivos, vídeos y dispositivos móviles.

El diseño del cartel se ha realizado con las avanzadas y precisas herramientas de este programa, jugando con las tipografías hasta rellenar completamente la "Y" con palabras. Además, entre otras cosas, se han creado los vectores que aparecen en el vídeo.

### ADOBE AFTER EFFECTS

After Effects es el software de composición creativa y animación líder del sector del que hace uso una gran cantidad de artistas de efectos visuales y gráficos animados. Ofrece un control superior, numerosas opciones creativas y de integración con otras aplicaciones de posproducción. La versión de este programa que se ha utilizado para crear el vídeo de motion graphics ha sido la Creative Cloud.

### ADOBE PREMIERE PRO

Adobe Premiere Pro CC es un editor de vídeo no lineal, potente y personalizable que permite editar vídeo. Importa y combina con libertad prácticamente cualquier tipo de medio, desde vídeo grabado con un teléfono hasta secuencias sin procesar con resolución 5K y superior, y permite después editarlo en su formato nativo sin perder el tiempo codificando.

### ADOBE AUDITION

Adobe Audition CC posee un completo conjunto de herramientas que incluye funciones de forma de onda, visualización espectral y multipista. Este potente programa de edición de sonido se ha diseñado para acelerar los flujos de trabajo de la producción de audio y vídeo y ofrecer los más elevados estándares de calidad de sonido. Mediante su utilización, se ha editado el audio del vídeo, que posteriormente se ha añadido en el archivo de After Effects.

<sup>9</sup> <http://www.adobe.com/es/products/photoshop-lightroom/faq.html> Consultado el 18 abril 2014 a las 18:07

<sup>10</sup> Ofimática: La ofimática es el conjunto de técnicas, aplicaciones y herramientas informáticas que se utilizan en funciones de oficina para optimizar, automatizar y mejorar los procedimientos o tareas relacionados.

## 3.2 ESTÁNDARES Y NORMAS SEGUIDAS

La mayor parte del material impreso se adapta a los formatos normalizados DIN, con el fin de obtener una imagen corporativa unitaria. Servirnos de estos formatos proporcionan ciertas ventajas: de una parte, porque se encuentran en reserva en el almacén del fabricante de papel y el impresor los puede solicitar sin pérdida de tiempo. Por otro lado, porque las máquinas de impresión y las cortadoras también tienen determinadas medidas normalizadas de acuerdo con los formatos de papel de la serie DIN.

Un formato que se solicite al margen de los normalizados por DIN tiene que ser elaborado en la fábrica de papel con las medidas requeridas, o bien deberá utilizarse en la impresión un formato mayor que el deseado y después cortado a la medida de éste, lo que significa una pérdida de papel. En ambos casos se encarece la producción.

Las ventajas de esta normalización son incomparablemente mayores que las desventajas. Los formatos de papel normalizados también se conservan mejor por parte del destinatario, porque pueden colocarse en clasificadores y ficheros, aspecto que no debe pasarse por alto.

# CAPÍTULO CUARTO

## DISEÑO

En este tercer capítulo se evaluarán las alternativas propuestas en un principio tanto del cartel como del vídeo y el programa. Se revelará además, el concepto de la “Y”, que le aportará la imagen a todo el proyecto. Y en los apartados siguientes se pasará a desarrollar cada una de las tres piezas más importantes.

## 4.1 EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS

### CARTEL

En cuanto al diseño del cartel se barajaron varias propuestas. Tres de ellas cumplían con todas las exigencias del encargo y parecían adecuarse a lo que estaba buscando. A continuación se procederá a describirlas en detalle.

La primera es la más clásica: una fotografía que muestra una composición formada por un gran número de objetos que se considera "necesario" llevar a las fiestas que se suceden en el mes de mayo. Una de sus ventajas es que sigue la línea que han llevado los programas hasta la fecha y el pueblo realejero está más acostumbrado a ver este tipo de propuestas. (fig 1)

La segunda presenta una estética más innovadora que la anterior al estar realizada completamente con elementos tipográficos. Un diseño limpio protagonizado por la letra Y de la palabra mayo. Este diseño pretende transmitir las sensaciones y sentimientos que le producen a los habitantes de los realejos las fiestas del mes de María. (fig 2) Tras el estudio realizado se ha comprobado que la gente del pueblo se identifica con las palabras que ahí se reflejan.<sup>11</sup>

La tercera de las propuestas es la más innovadora, quizás demasiado, y probablemente demasiado alejada de los gustos de los habitantes de este pueblo del norte de Tenerife. El diseño de este cartel intenta simplificar al máximo el contenido de las fiestas. En él, aparece un gran círculo con un estampado a rayas característico de los trajes típicos. La tipografía que se utilizó es de palo seco y el año aparece reflejado únicamente con las dos últimas cifras, en un tamaño más reducido junto a la palabra mayo, escrita en minúscula. (fig 3)



fig 1.



fig 2.

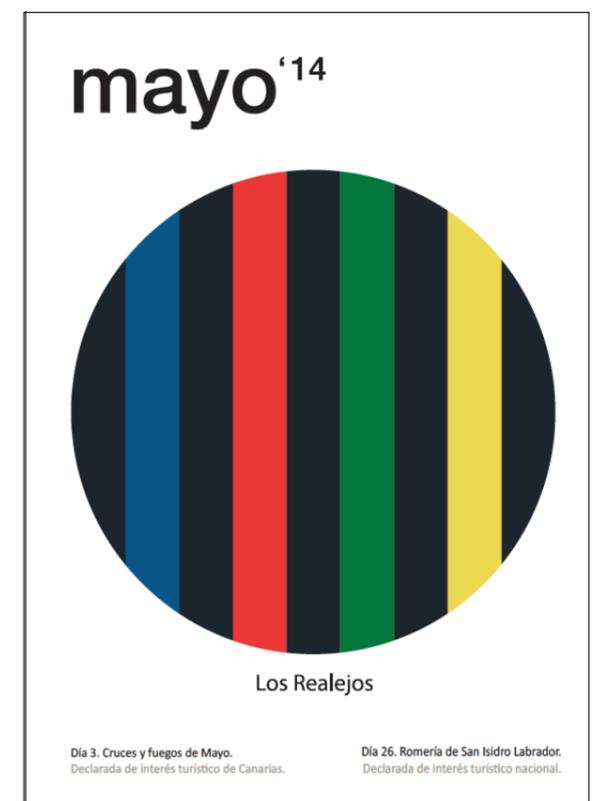


fig 3.

- 1 Primera propuesta
- 2 Segunda propuesta
- 3 Tercera propuesta

<sup>11</sup> Ver en el apartado de Anexos p. 66

## PROGRAMA

En cuanto al programa, propuse dos alternativas, la primera de ellas tenía un largo equivalente al de dos DIN A-4 apaisados, con un troquel en el margen de corte con la forma de la Y, una solución curiosa pero problemática.

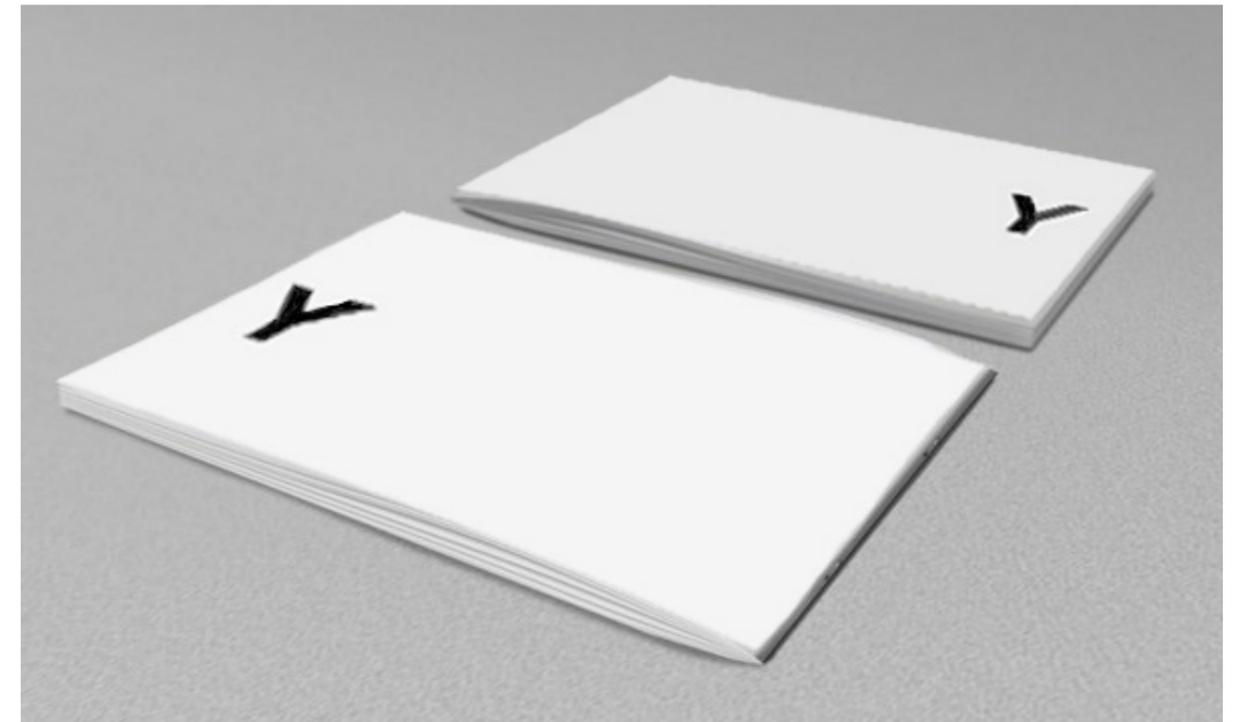
La segunda opción, en DIN A-5 tiene un formato poco utilizado en los programas de las fiestas de Los Realejos, pues normalmente tienen medidas mayores. Esta propuesta de programa se consideró la más acertada, porque gracias a su tamaño el acabado puede ser mucho mejor que en la propuesta del troquel y además, gracias a sus medidas resulta más práctico su almacenamiento, ya que no ocupa mucho espacio.

## VÍDEO

Para el vídeo se barajé varias ideas totalmente diferentes de las que llegaron a realizarse storyboards. La primera se basaba en grabar en vídeo elementos utilizados en las fiestas, una idea relacionada con la estética de la primera propuesta de cartel (fig 1) que comentábamos anteriormente. Esta idea fue descartada porque se buscaba algo más innovador.

La segunda idea, era mezclar recortes de fotografías de estos objetos junto con ilustraciones vectoriales y efectos de sonido. Pero esta idea tampoco terminaba de ajustarse a lo que se buscaba por quedar a medio camino entre lo innovador y el compromiso con lo tradicional, así que también se descartó.

Luego pensé en hacerla en su totalidad con objetos vectoriales y tipografías e ir jugando con el ritmo, los tamaños y las formas. Para esta tercera idea, lo que se hice fue recuperar la idea del círculo (fig 3) que se descartó en las propuestas de cartel por ser demasiado innovadora y mezclarla con los conceptos del cartel con la "Y" (fig 2), aprovechando las palabras y conceptos que en ella aparecen, obteniéndose un resultado muy dinámico. Esta última idea es la que se utilizó finalmente para crear el vídeo promocional de las fiestas del mes de Mayo.



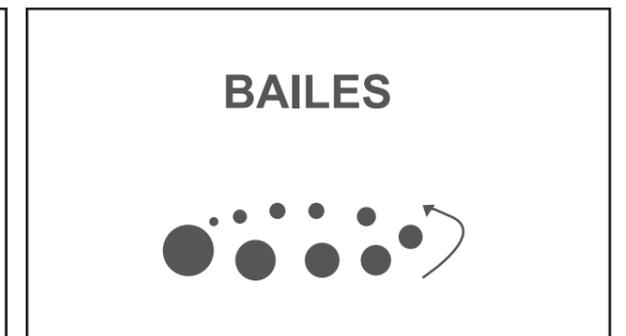
Programa en formato DIN-A 4 apaisado con el troquel de la Y en todas las páginas



Programa en formato DIN-A5



Viñeta número 32 del storyboard



Viñeta 27 del storyboard

## 4.2 DISEÑO

Una vez hecho el briefing, buscado información, preguntado a personas del Ayuntamiento y leído libros relacionados con las tradiciones y fiestas populares de Los Realejos comencé a hacer los bocetos para el cartel.

La primera pregunta que me formulé antes de comenzar fue ¿Qué es lo que quiero mostrar?

Las fiestas se suceden a lo largo de todo el mes de mayo en el Municipio de Los Realejos, cada semana tiene lugar un festival, un acto importante, hay bailes, carrozas, romerías, folclore, tradición, fuegos, cruces y procesiones. Es un mes lleno de sentimientos y sensaciones, pero sobretodo de unas fiestas de las que todos los realejeros se enorgullecen.

Así fue como comenzó la idea; quería reflejar todo esto en un solo cartel, evitando hacer lo que se había venido haciendo hasta ahora, utilizar fotografías o dibujos basados en tópicos para reflejarlo, se quería ir más allá con este diseño.

Así fue como boceto a boceto se fue puliendo esta idea hasta llegar a la solución final, un concepto más abstracto pero que puede decir incluso más que una foto de una carreta o una ilustración con una muchacha vestida con el traje típico. La idea de la “Y” será la que le de la imagen a todos los elementos corporativos de la fiesta de mayo.

Pretendo, mediante el concepto de la “Y”, jugar con la curiosidad tanto de los habitantes de Los Realejos como de personas de otros pueblos o lugares. Seguramente todo aquel que vea este cartel se haga la pregunta ¿qué significa la “Y”? Espero que esta pregunta estimule la curiosidad de las personas y esto les obligue a leer la información que de el cartel en busca de una respuesta. También espero que esa curiosidad facilite el recuerdo del cartel.

Además, se ha pensado en hacer una campaña paralela para que toda aquella persona que se acerque a los Realejos en el mes de mayo responda a la siguiente pregunta: ¿Qué es Mayo para mí? El objetivo es que cada uno construya su propia “Y”. Lo que se pretende con esto es llamar la atención del espectador y fomentar la participación hacia las fiestas.

Se podría añadir en el programa algún modelo de hoja, para que cada uno en su casa la rellenara, describiendo las fiestas del mes de mayo con una sola palabra. Estas hojas se repartirían en puntos estratégicos, como en la casa de la cultura, la casa de la juventud, el ayuntamiento o el casino. En el escenario que se monta cada año con motivo de las fiestas estaría la palabra MAYO en gran tamaño construida con madera y las hojas se añadirían en la Y de la palabra.

## 4.3 CARTEL

Richard Hollis, describe el cartel como la esencia del diseño gráfico. El cartel, muy a menudo es considerado una categoría de arte, siempre ha sido un tipo de comunicación; es parte integrante de nuestra cultura.

La familiaridad con la forma tipográfica es, en parte, la causa de su invisibilidad para el espectador. Para una vista no entrenada, los detalles más nimios del tipo de letra y la disposición escogida por el diseñador sólo se perciben cuando el diseño no funciona por alguna razón. Sin embargo, podría decirse que los carteles siempre se ven –debido a su escala y situación en la calle- y actúan como una forma de interrupción de nuestro paisaje visual. ¿Pero cuándo ocurre esto realmente? En nuestra rutina diaria estamos rodeados de información visual y tipográfica que lucha por captar nuestra atención y que, en general, percibimos como poco más que papel pintado. Este contexto es el punto de partida para el diseñador, a quien se le exige que utilice estrategias que le permitan conectar con el público y destacar en este mar de mensajes.<sup>12</sup>

Se podría decir que en el cartel se encuentra una de las formas más típicas de comunicación visual: su mensaje, su información deben entrar visualmente, captarse al paso. La lectura global del cartel debe hacer comprensible todo su significado.<sup>13</sup>

Tras haber hecho más de veinte diseños de carteles, se eligieron cinco (dos partían de la misma idea, pero presentaban una estética diferente) y tras la encuesta<sup>14</sup> me decanté por dos de ellos basándome en los que más gustaban.

Finalmente el resultado obtenido indicaba que una de las propues-



*Dos de los diseños más clásicos, que fueron seleccionados para hacer la encuesta*

<sup>12</sup> BESTLE, Russell y NOBLE, Ian. “Nuevo diseño de carteles”. Edir: México. Editorial: Gustavo Gili 2003. P.100

<sup>13</sup> BARNICOAT, John. “Los carteles : su historia y lenguaje”. Barcelona. Editorial: Gustavo Gili 1976.

<sup>14</sup> Ver encuesta en el apartado de Anexos P.66

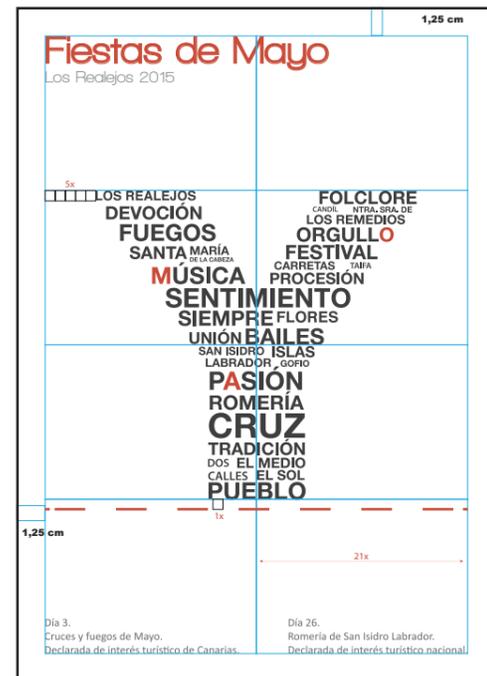


Dos de los diseños más clásicos, que fueron seleccionados para hacer la encuesta

tas preferidas era la que mediante la utilización de palabras relacionadas con las fiesta formaban la letra "Y" de la palabra mayo, y otra, que fue la más votada presentaba de entre todas, una estética más clásica.

Aunque los resultados de la encuesta dieron la propuesta más clásica como "ganadora", decidí apostar por la más arriesgada como una apuesta personal por la innovación.

Una vez elegida la idea del cartel se comenzaron a elegir las tipografías y la distribución de los elementos y se colocaron todos ellos dentro de una retícula. Al principio la colocación de las palabras formando la "Y" producían un efecto visual un poco extraño, así que volví a re-colocar cada una de ellas hasta encontrar una imagen equilibrada.



Retícula y diseño final del cartel

El volumen de información que soporta un cartel puede variar entre muy poco y mucho, pero en todos los casos el impacto debe ser inmediato para que la audiencia potencial se tome al menos la molestia de examinar el contenido del cartel.

En este caso, estoy prácticamente segura que la estética del cartel llamará la atención de los habitantes de Los Realejos, al no haberse visto hasta la fecha un cartel con tales características en el pueblo, y menos para las fiestas de mayo.

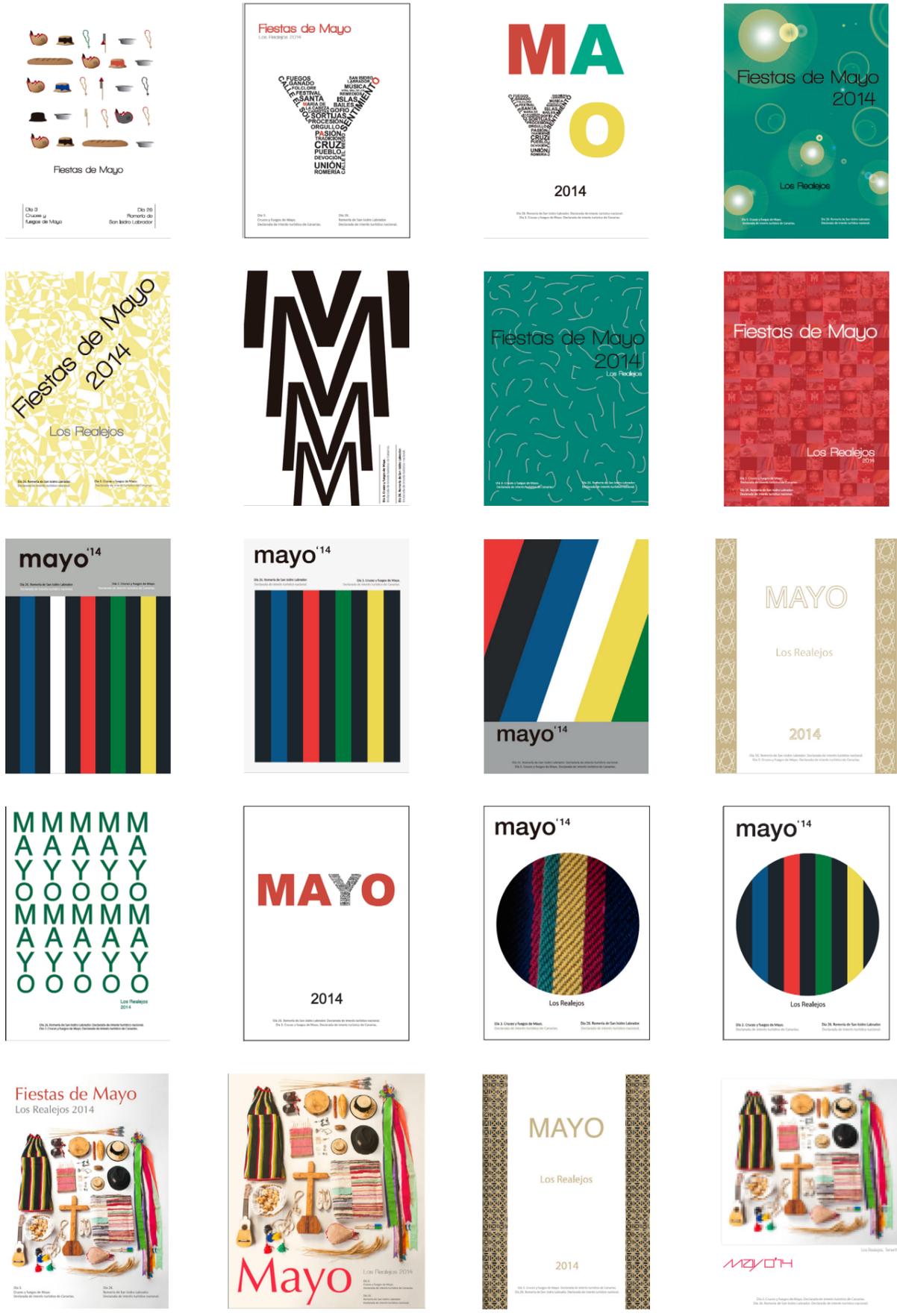


Su diseño destaca por su honestidad visual, en una época de tal vez excesivos efectos gráficos.

Los buenos diseños son el resultado de la imaginación, de la originalidad y el análisis acertado de la información que quiere comunicarse. Puede, y debe, echarse mano de cualquier recurso, porque lo más importante es que el cartel se haga notar y llame la atención rápidamente.<sup>15</sup>

A continuación se presentan, en primer lugar, algunos de los bocetos realizados al comienzo del trabajo. En segundo lugar, se presentan algunas transformaciones que sufrió el diseño de la "Y" hasta llegar a la solución final.

<sup>15</sup> BLUME, Hermann: "Haga usted mismo su diseño gráfico". Madrid: Hermann Blume Ediciones, 1992. P.81



*Se planteó la posibilidad de repetir las palabras y cortarlas. Una solución limpia pero que llama menos la atención al ser más lineal.*

*Primer diseño de la "Y"*



*Diferentes diseños que se hicieron hasta llegar a la solución final (última de la derecha)*

## 4.4 PROGRAMA

En términos de diseño editorial, existen las siguientes seis áreas clave que pueden afectar a un diseño acabado: Formato, retícula, tipografía, color, cubierta o cabecera, y uso de las imágenes<sup>16</sup>. La combinación de estos elementos es lo que ha permitido cohesionar el contenido de la publicación, aportándole, al mismo tiempo, una identidad única.

La publicación ha sido diseñada pensando en su durabilidad, puesto que se espera que sea conservada por los usuarios.

En cuanto al diseño, lo primero que se hizo fueron bocetos en lápiz para analizar la distribución de los elementos de las páginas. Luego, ya a ordenador, se definieron los márgenes (de cabeza, de pie, de lomo y de corte) para delimitar la mancha, la cual, en este caso, se dividió en cuatro columnas. Se determinaron las medidas (las medidas del material impreso están relacionadas porque todas están en formato DIN), luego las retículas y tipografías y todo lo correspondiente con las páginas internas, una vez hecho esto, pasé a desarrollar las partes externas que tendría el programa.

### HOJAS INTERIORES

Lo primero que hice fue pensar en algún formato económico y luego hacer con estas medidas diseños originales, con algún recurso que no se hubiera visto hasta ahora en cuanto al diseño de programas para fiestas populares de este municipio. Entonces boceté las ideas y propuse dos alternativas en cuanto al formato del programa; el primero tenía un largo equivalente al de dos DIN A-4 apaisados, caracterizado por tener una “Y” troquelada en todas sus páginas, era una solución cuyo resultado era tan estéticamente relevante, como problemático.

La segunda opción era hacer un libro de tapa blanda en un formato con un valor ISO<sup>17</sup>, que se corresponde con el DIN A-5, rompiendo así con las medidas y formatos elegidos para esta fiesta otros años, ya que suelen ser en tamaños mucho mayores. Este diseño se caracteriza por tener un mejor acabado y gracias a sus medidas resulta más práctico para su almacenamiento, ya que no ocupa mucho espacio. Finalmente la propuesta que se consideró más acertada fue esta última.

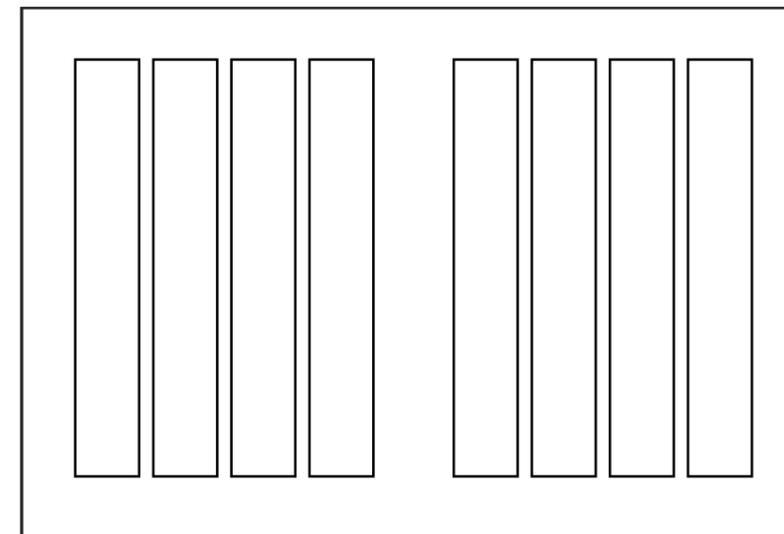
Una vez claro el formato, definí los márgenes que tendría el programa (de cabeza, de pie, de lomo y de corte) utilizados para delimitar la mancha, la cual, en este caso, se dividió en columnas.

### LA RETÍCULA

Sobretudo puse empeño en el proceso de gestión de la información visual y la maquetación. Estas son sólo dos de las numerosas herramientas que tengo a mi disposición para dirigir al lector hacia el contenido. Ello se consigue en gran medida ideando una o más retículas para la publicación que permitan organizar los diversos elementos de la página.

La finalidad primordial de la retícula es establecer orden donde hay caos, pues ayuda a que el receptor siempre encuentre el material en el lugar esperado<sup>18</sup>.

El contenido de la hoja se distribuye en una retícula de 4 campos, se utilizan tres para el recorrido del texto principal y un campo para las notas. Mientras que en las páginas de las candidatas a romera se utilizan dos campos para cada una de las chicas.



*Retícula de cuatro campos*

La retícula se usa para ubicar y contener los diferentes elementos en un único diseño, asegurando un resultado mucho más exacto y calculado. El uso de una retícula es una de las maneras más efectivas de organizar una gran cantidad de información en una página y asegurar una coherencia visual en la publicación.<sup>19</sup>

<sup>16</sup> BHASKARAN, Lakshmi. “¿Qué es el diseño editorial?”. Edit: Barcelona : Index Book, 2006. P.8

<sup>17</sup> ISO: International Standards Organization u Organización Internacional de Normalización.

<sup>18</sup> JUTE, André. “Retículas : la estructura del diseño gráfico”. Editorial: Barcelona, Index Book, 1997. P.7

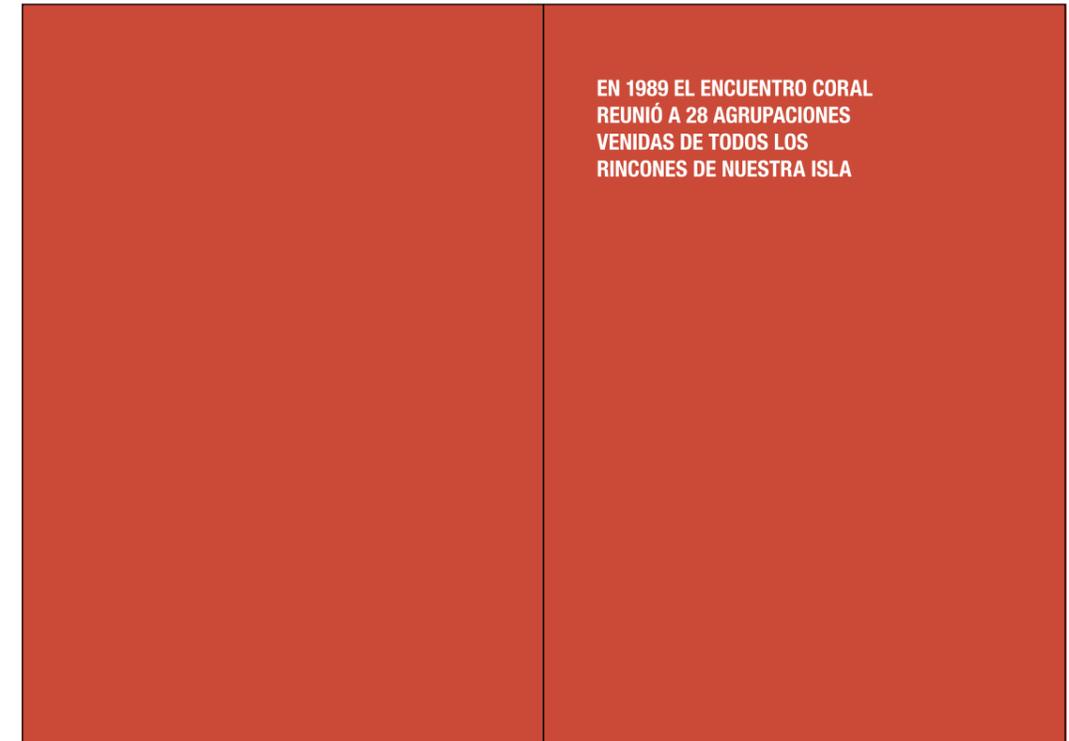
<sup>19</sup> BHASKARAN, Lakshmi. “¿Qué es el diseño editorial?”. Edit: Barcelona : Index Book, 2006. P.67

<p>CRUZ</p> <p>FOLCLORE</p>	<p><b>ÍNDICE</b></p> <p>MAYO</p> <p>TRADICIÓN</p>
-----------------------------	---

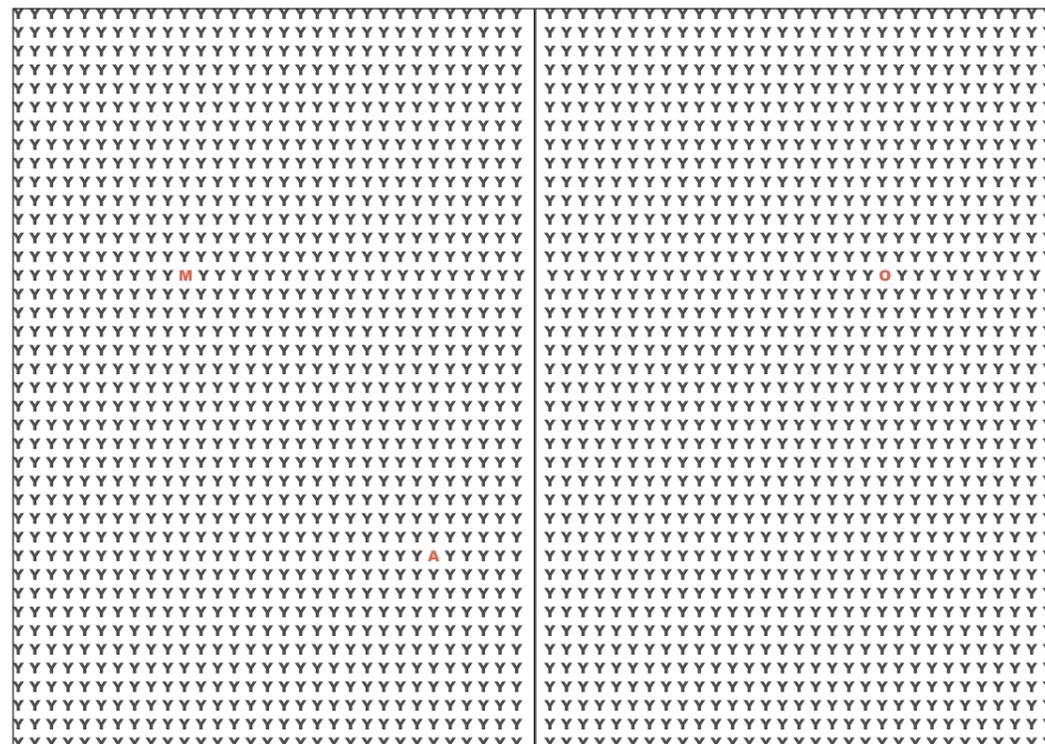
  

"Espacio para título" Manuel Domínguez González .....	8
"Espacio para título" Isabel Elena Socorro .....	19
"Pregón" Don./Doña. Nombre Apellido Apellido .....	21
Información de las fiestas .....	32
Candidatas .....	45
Vit, isciliqui aut persper ferchit .....	47
Obit voluptas inctur, qui optaernatur siniscit untur .....	52
Nam conet poremqubus quunti optatquaepe .....	54

Índice



Página "roja" utilizada para poner información interesante



Diseño para imprimir en la parte interior de la cubierta

 <p><i>Este es un ejemplo de pie de foto</i></p> <p>Imus, omnimus quaeceedit eaquas doloreperi non re pores aut modit voluptamende il il incte conse-rest, sit es aperum as nis quam aigendand omnime veni-hitia nos eum allignihit a sentia quassin plittis ea porem. Ut quam fugtin rndks ourwolie e inuipa.</p> <p>Si quia volorepedi offce te vendero doluptation enis-ciatuar aut harcuisandel il entur a situment earit dellic te-sequam quis dellat eritem hillumque minullum et dolenis aut voloriafth aut re natptat atempori.On necus explita dolestiorro atur sit labo. Suntia nemolenis is evendam fuga. Et dolo<sup>1</sup> incimillest atur sit labo. Iquidio ssequo bla-borit dolupta dolupis et omnis solittet utas sed enimin por rest pre estrum et fuga. Diti ium et officia secabo. Ab id eosaa cum fugia asperum sam sumet et ut quidis que pedi ipudicenis nostrum alicium vid quiae nos vente non pliasime vel is quam,</p> <p>Ehendes es aliquis con ellabor emporerovid que sum rem usinat a ti voluptur?</p> <p><small><sup>1</sup> Nix iam ination vo, moulectat? O rem acipies converti Leens. Satium omno eticentiam</small></p> <p>36</p>	 <p><i>Este es un ejemplo de pie de foto</i></p> <p>Tem doloruptiae doluptur, ut quam quidebitis id quiae landam, ipsam hari nest qui soluptur ationsediam re nimus aligenis dellaut doles aborem quis et quid ex-perumquate dolor rem igit ulla coreped que nobitias a volor aditto offctur, aut aut atiquas sribus coresed lon-sereribus igsanita corest, se verum cor simil et quidel is aut aut ut pedi volorep rovide quis et aut dolore di odi beaque et pero cum simus dolluptas dolupta core, volupti una sarana onsec.</p> <p>Imorarit grae egerem, tanulibem adem me addu-cesses coma, occit adem coerit pulibus legerfec res essi taris eto te confessena, noculique fue cote revit nortatum se intiam ad ia? Irimpop tillat, Ti. Imis. Bit ela-bulis, Catanu inprox mustrum move, sentis hil tursuis? Maionde orterio stiestimum dem veravoc tantem in de-ffrem res ad pra remus fauctusatque caperum imovervil horaverio, nostis. Urei postu inihili usperce rioridi perri-derm pulturnirit in te essu verae nostrub ulaterf.</p>  <p><i>Este es un ejemplo de pie de foto</i></p> <p>37</p>
--	---

Página con fotos, situación de los pies de foto y las notas



*Este es un ejemplo de pie de foto*

24

### DESCUBRIMIENTO DE MAYO

Isabel Elena Socorro  
Concejal de Fiestas



*Este es un ejemplo de pie de foto*

Imus, omnibus quae cecidit ea quas dolere per non re poros aut modit voluptamende il il incte consernest, sit es aperum as nis quam aligendand omnime venihitia nos eum alignihit a senitia quassin plitis ea pore. Ut quam fugitin rndks ourwoie e inulpa.

Si quia volorepedi offic te vendero doluptation enisciatut aut harciusandel il entur a sitiument earit dellic tessequam quis dellat us explita dolestiorSurtia nemo lenis is evendam fuga. Et dolo incimillest atur sit labo. Iquidio ssequo blaborit dolupta dolupis et omnis sollitet utas sed enimin por rest pre et omnis estrum et fuga. Diti ium et officia secabo.

Fere illit illoriti invelic iuntiasitat etur re, consequ ationse quibus et rat quam vollam, comnita destior ad que parument labores dolut quam, suntempor mos sum rerae nihillita deribu, sitat ienditae.

25

*Página con foto a página completa y ejemplo de página con título y nombre de autor*

## PROGRAMA DE ACTOS

*Página introductoria a los actos celebrados en el mes de mayo*

NOMBRE APELLIDO APELLIDO

Nombre de la Asociación de vecinos a la que representa

NOMBRE APELLIDO APELLIDO

Nombre de la Asociación de vecinos a la que representa

40

NOMBRE APELLIDO APELLIDO

Nombre de la Asociación de vecinos a la que representa

NOMBRE APELLIDO APELLIDO

Nombre de la Asociación de vecinos a la que representa

NOMBRE APELLIDO APELLIDO

Nombre de la Asociación de vecinos a la que representa

NOMBRE APELLIDO APELLIDO

Nombre de la Asociación de vecinos a la que representa

41

*Página de romeras*



*Este es un ejemplo de pie de foto*

60

## MAYO

DÍA 1 DE MAYO

9:00 h. PLAYA DEL SOCORRO  
Campeonato de Canarias de Baloncesto Senior.

16:00 h. PISTA DE ATLETISMO ESTADIO  
Milla en pista.

DÍA 2 DE MAYO

16:00 h. PLAYA DEL SOCORRO  
Torneo Rector Ull y clases de pilates.

20:00 h. PARROQUIA DE LA SANTA CRUZ  
Solemne Celebración de la Eucaristía.  
A continuación, Procesión de la Santa Cruz.

20:00 h. CALLE EL SOL  
Parrandeando por las Cruces.

21:00 h. CALLE EL MEDIO  
Parrandeando por las Cruces.

DÍA 3 DE MAYO. FESTIVIDAD DE LA SANTA CRUZ

9:00 h. PLAYA DEL SOCORRO  
Campeonato de surf del circuito canario.

11:00 h. PARROQUIA MADRE SANTIAGO APÓSTOL  
Solemne Función Eucarística.  
Procesión de la Santa Cruz.  
Traca pirotécnica a la entrada de la procesión.

61

*Primera página del apartado de actos*

## JERARQUÍA

La jerarquía hace referencia a los diferentes estilos tipográficos empleados por el diseñador para guiar al lector por la maquetación. En general, cuanto mayor y más dominante sea el elemento, más alta será su posición en la jerarquía.

Una de las principales tareas que se han desarrollado en esta publicación es crear una jerarquía visual fuerte y coherente para que los elementos más importantes destacaran y el contenido se organizara de una manera lógica y agradable.

Esta jerarquía denota diferentes niveles de importancia según el uso de diferentes tamaños y estilos de fuente. He seguido el siguiente criterio para ordenar la jerarquía visual:

- 1º nivel: Versal
- 2º nivel: Versalita
- 3º nivel: Cursiva
- 4º nivel: Redonda

## LA TIPOGRAFÍA

En el recorrido del libro se utilizan varias fuentes tipográficas. Se utiliza la tipografía Walkway Bold para la portada y portadilla y nombres de los autores de los textos que aparecen en el programa, como el alcalde, la concejala.

Franklin Gothic Book para el texto principal, Helvetica Neue para títulos e información interesante en las páginas rojas y Baskerville para notas y pies de foto.

Texto principal:  
Franklin Gothic Book . Cpo.10, interlínea 12

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

Ta sum iliquid quia ea non cus sectum et, quideliati  
dollent era volore volupta nam, et alic torrum reptis ne  
sus sande restrum fugiaspicate nusaectum eum remque  
est lautestio rem facepro corporum.

Pies de foto:  
Baskerville Italic. Cpo.9, interlínea 11, con un blanco entre ellas.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

*Este es un ejemplo de pie de foto*

Notas: Baskerville Regular. Cpo.8 interlínea 10, texto en derecha sin espacio en la primera línea.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

<sup>1</sup> Nit iam ination vo,  
nosuloctuit? O tem  
acipiors converit.  
Satum ommo eti-  
cientiam

Títulos:  
Helvetica Neue Bold. Cpo.18, interlínea 20

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQ  
RSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**

**FIESTAS DE MAYO**

Nombres de autores de los textos:  
Walkway Bold . Cpo.14, interlínea 16. Su ocupación irá en Cpo.  
10 Int: 12.

ABCDEFGHIJKLMNÑOP  
QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñop  
qrstuvwxyz

Manuel Domínguez González

Alcalde de Los Realejos

Hay una pequeña variación las páginas que introducen a las candidatas y al programa de actos, por entenderse como otros apartados. La tipografía utilizada es la Helvetica Neue en versión Bold, con cuerpo 25, e interlineado 27.

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQ  
RSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopq  
rstuvwxyz**

## CANDIDATAS

Con el uso de estas familias tipográficas, se pretende lograr una apariencia moderna en el texto principal, incorporándole cierto corte clásico, con la combinación de una tipografía con serif para pies de fotos y notas.

Además, he dado mucha importancia a la elección del interlineado, que es un aspecto fundamental, ya que, un interlineado demasiado grande o demasiado pequeño puede afectar negativamente la imagen óptica de la tipografía, disminuyendo el interés por la lectura y provocando inconscientemente la aparición de barreras psicológicas.

El tipo de párrafo utilizado para el texto principal es el ordinario, justificado con la última línea a la izquierda. En términos generales, los bloques justificados son más económicos, pues admiten un mayor número de caracteres por línea.

En cuanto a las imágenes son, a una, dos, tres, cuatro columnas y a página completa.

Puesto que aún no se sabe con seguridad ni los textos ni las imágenes y por tanto, la extensión que podría tener el programa del año 2015, se le podría añadir la fe de errata (hoja suelta que se imprime y se coloca al final del libro antes del colofón) o el colofón (breve anotación en la que se registra las fechas, lugar, empresa, actividad, festividad del día en el que se escribió) con el fin de ajustar las páginas de la publicación.

No obstante, se ha hecho un cálculo aproximado poniendo como modelo el programa realizado para el año 2014.

El programa de fiestas de mayo de Los Realejos 2014 cuenta con: 12 páginas de texto completo (a dos columnas), mientras que en el nuevo diseño es a una columna, así que multiplicamos 12 páginas

por 2 columnas y nos dan 24 páginas de texto en el diseño para el nuevo programa. Y al ser el nuevo formato casi la mitad de tamaño que el del año 2014, el texto se volvería a multiplicar por 2, equivalente a 48 el número de páginas.

11 fotografías a página completa, más dos a media página, con un total de 12 páginas de fotos.

La suma de 48 (de texto) más 12 (de fotografías) darían como resultado 60 páginas en total para el nuevo diseño en formato DIN-A5.

Por si acaso, se dejará un colchón de 10 páginas, con la certeza de que este número no se sobrepasará. Por tanto, el número final de páginas que tendrá la maqueta del programa serán 70.

## PARTES EXTERNAS

### SOBRECUBIERTA

La sobrecubierta es lo que envuelve a la cubierta, generalmente se utiliza para los libros de tapa dura, pero también se puede utilizar en tapa blanda.

Se ha decidido poner sobrecubierta al programa por tres motivos fundamentales; para aumentar la calidad de la publicación (además protege las tapas), para darle otro aspecto y finalmente como reclamo publicitario.

Se espera que el diseño del calendario, que sigue la estética de la campaña de imagen corporativa de las fiestas de mayo actúe como reclamo y llame la atención del público objetivo.

### SOLAPAS

En una de las solapas de la sobrecubierta figurará el mes de abril en un tamaño más reducido utilizado a modo de mancha, para generar un mayor equilibrio en la composición. Ambas solapas miden 5,6 cm de ancho.

### LOMO

En cuanto al lomo, se ha decidido hacerlo cuadrado, para darle más volumen a la publicación. Tanto en la sobrecubierta como en el programa aparecerá escrita la palabra mayo en mayúsculas, cuya disposición es de arriba hacia abajo, es decir, a la inglesa, ideal para libros que no se vayan a colocar en bibliotecas sino para lecturas, o libros de mano.

### GUARDAS

Al ser de tapa blanda el programa, no podrá tener guardas, ya que estas se utilizan únicamente en publicaciones de tapa dura, pero será con este nombre como denominaremos la impresión que se



*Sobrecubierta/poster*

realizará en la página interior de la cubierta, y que proporcionará un aspecto diferente al programa.

#### CUBIERTA

El uso de un material diferente o poco común puede cambiar de forma drástica el aspecto de una publicación; ello puede hacer que parezca de usar y tirar o darle más autoridad<sup>20</sup>.

#### ENCUADERNACIÓN

El tipo de encuadernación elegido ha sido en rústica, o tapa blanda, mucho más económica que si se hubiera elegido encuadernar en tapa dura.

#### ERRORES

Se han evitado errores de diseño como por ejemplo el de número de caracteres por línea, cuyo número óptimo sería 45. Permitiendo, así una lectura más agradable. Se ha tenido mucho cuidado con las líneas ladronas, viudas o huérfanas.

Con respecto al diseño de programas realizados anteriormente, se ha corregido en esta publicación es el uso de atrevidos elementos tipográficos, que distraen la atención del contenido en lugar de llevar al lector a él. El buen diseño consiste en conseguir el equilibrio correcto entre ambos, o sea, diseñar una potente maquetación y una estructura jerárquica clara que facilite la orientación en la publicación, y que sea fácil de lectura y agradable a la vista.

---

<sup>20</sup> BHASKARAN, Lakshmi. "¿Qué es el diseño editorial?". Edit: Barcelona : Index Book, 2006. P.46

## 4.5 VÍDEO

Tras analizar diversos vídeos promocionales en busca de referencias visuales que pudieran ser de utilidad se eligió una canción que tuviera que ver con las fiestas de mayo. Así, se buscó alguna canción cuyo principal instrumento fuera un timple. El último requisito era que tuviera un ritmo rápido, para que diera mayor dinamismo a la animación. Finalmente elegí la canción de “Vientos del Norte”, de Jose Antonio Ramos.

Una vez seleccionada la música, empecé a imaginar lo que debía suceder en cada secuencia, para que luego cuando se llevara a la práctica encajaran la imagen y el sonido. Estas ideas se plasmaron en papel y se comenzó a hacer el storyboard. Inicialmente se elaboraron tres storys con estéticas diferentes; La primera consistía en grabar un vídeo con objetos canarios utilizados en el mes de mayo, como podría ser una bota de vino, las chácaras o la tela de una falda, una propuesta de vídeo muy ligada a el diseño de cartel más clásico.

La segunda idea trataba de mezclar fotografías de estos mismos objetos con dibujos vectoriales, añadiendo efectos de movimiento y sonido.

Por último, la propuesta elegida fue sacada del cartel con la “Y” y del diseño del cartel con el círculo. Ambas ideas se mezclaron y así surgió la propuesta final, con una mezcla entre ilustraciones vectorizadas, formas geométricas y palabras.

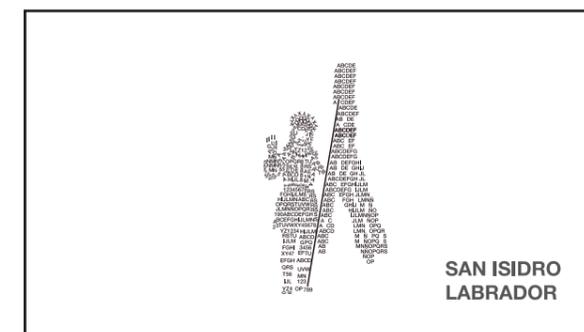
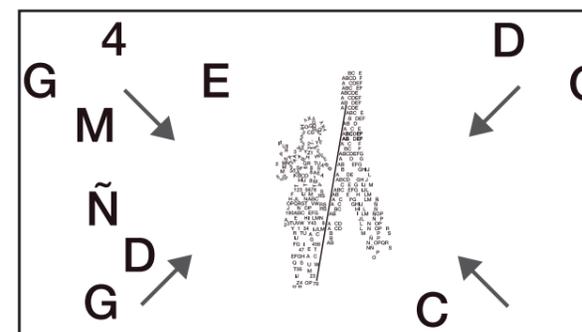
Una vez la música estaba elegida y el storyboard estaba perfectamente definido, había que pasarlo a ordenador, esta tarea la realicé mediante el programa Adobe Illustrator.

Llegados a este punto se creó un nuevo proyecto en After Effects, en HDTV (High Definition TV) y se montó el vídeo sincrónico con la música, ajustando las formas y dibujos mediante una serie de efectos y movimientos.

El vídeo se caracteriza por no tener backgrounds, ni texturas a lo largo de cada uno de sus fotogramas, además tiene un timing o ritmo bastante rápido, sufriendo aceleraciones en algunas partes.

Una de las partes más arduas del vídeo fue en la que aparece San Isidro hecho exclusivamente a base de elementos tipográficos. Otra parte difícil fue la del final, por hacer coincidir cada una de las palabras de la “Y” con el sonido.

Por último, se editó la música para recortarla y editarla en Adobe Audition CC, y se hicieron los últimos detalles al vídeo mediante el programa Adobe Premiere Pro CC, para que las palabras coincidieran perfectamente con la música.



Viñeta con el dibujo vectorial de la figura de San Isidro



Primeras viñetas del storyboard

El vídeo está subido en Vimeo, si se desea puede visualizarse mediante el siguiente enlace: <https://vimeo.com/100457057>  
La contraseña para poder verlo es: Mayo

# CAPÍTULO QUINTO

## CONCLUSIONES Y AMPLIACIONES

En este séptimo capítulo aparecen las conclusiones que se han obtenido al hacer este proyecto y además se exponen aplicaciones del trabajo a otros casos futuros.

## 5.1 CONCLUSIONES

Este proyecto abarca diferentes ámbitos o sectores del diseño gráfico, como son: diseño gráfico e ilustración, diseño de carteles, folletos e ilustraciones, diseño editorial (mediante el diseño del programa de actos), diseño digital, entre otros, como los gráficos animados.

Este trabajo de fin de grado ha servido para aplicar los conocimientos adquiridos durante esta etapa de aprendizaje en la universidad y poder ponerlos en práctica de una forma profesional.

La elaboración de la imagen corporativa de las fiestas de mayo de Los Realejos se ha realizado mediante fundamentos estéticos del diseño, presentando unos resultados atractivos, realizados con conciencia social y medioambiental.

Con la realización de las tres piezas principales y las secundarias se puede concluir que este trabajo cumple funciones tan importantes como las de informar sobre las fiestas que se suceden a lo largo del mes de mayo, además, al añadirle un plus de modernidad e innovación mediante el estilo, equipara la imagen de la fiesta con otras a nivel nacional e internacional. La aplicación rigurosa de principios básicos de diseño permite obtener un producto normalizado que sin duda resultará más funcional y económico que los realizados hasta el momento.

## 5.2 APLICACIÓN DEL TRABAJO A OTROS CASOS FUTUROS

Este trabajo podría ser un ejemplo de innovación en cuanto a diseño para programas y carteles de fiestas típicas de Tenerife o de cualquier otra isla de archipiélago canario.

Tal vez, este pueda ser el principio para crear una conciencia social y gusto hacia el diseño gráfico, abriendo las puertas a otros diseñadores para que colaboren con otros ayuntamientos o entidades a renovar la imagen que dan al exterior.

Además hay que añadir que este es un campo de trabajo sobre el que existe poca literatura, pudiendo ser el inicio de una investigación tanto formal como teórica de cara a una tesis doctoral.

# CAPÍTULO SEXTO

## ANEXOS

Este apartado contiene el todo el material utilizado en el trabajo, demasiado extenso para ser incluido en notas, pero necesario para justificar resultados y conclusiones.

Se añaden a continuación, por ejemplo, los resultados de la encuesta o el manual necesario para materializar el proyecto cuando se requiera.

Entre los meses de enero a marzo de 2014 se realizó una encuesta a 80 personas de la isla de Tenerife, en su mayoría habitantes del municipio de Los Realejos, para sus gustos y reacciones. A estas personas se le mostraban 5 propuestas de carteles realizados para las fiestas de mayo de 2015 y debían decantarse por una de ellas.

A cada propuesta se le adjudicó un número y los encuestados debían decir cual de ellas era la más que le gustaba y además tenían que dar el motivo de su elección.

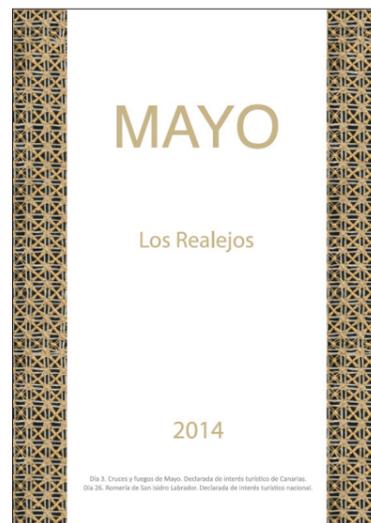
A continuación se puede ver cada propuesta con el número asignado, con el que los votantes las reconocen:



Propuesta número 1



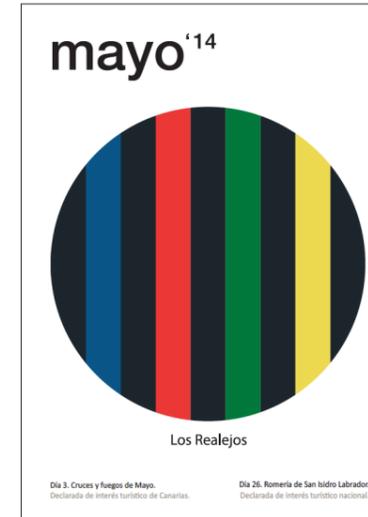
Propuesta número 2



Propuesta número 3



Propuesta número 4



Propuesta número 5

En total se encuestó a 36 hombres y 44 mujeres, con un número total de personas encuestadas de 80.

Los resultados fueron los siguientes:

- Propuesta 1 = 11 votos
- Propuesta 2 = 30 votos
- Propuesta 3 = 7 votos
- Propuesta 4 = 26 votos
- Propuesta 5 = 6 votos

Dando como más votadas a las propuestas 2 y 4. Cada una con una estética totalmente diferente. La propuesta 2 con un aspecto más conservador y la propuesta 4 con una estética más innovadora al estar formada únicamente por elementos tipográficos.

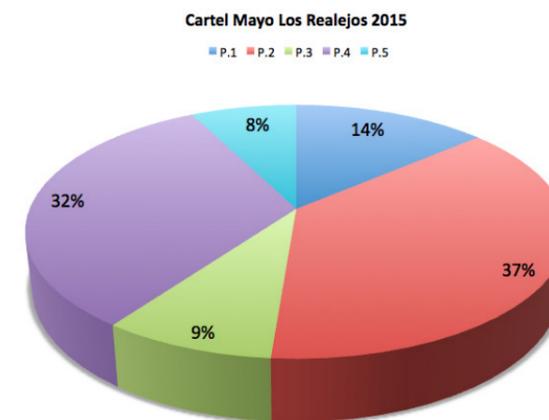


Gráfico en el que se muestran los porcentajes de votos para cada propuesta

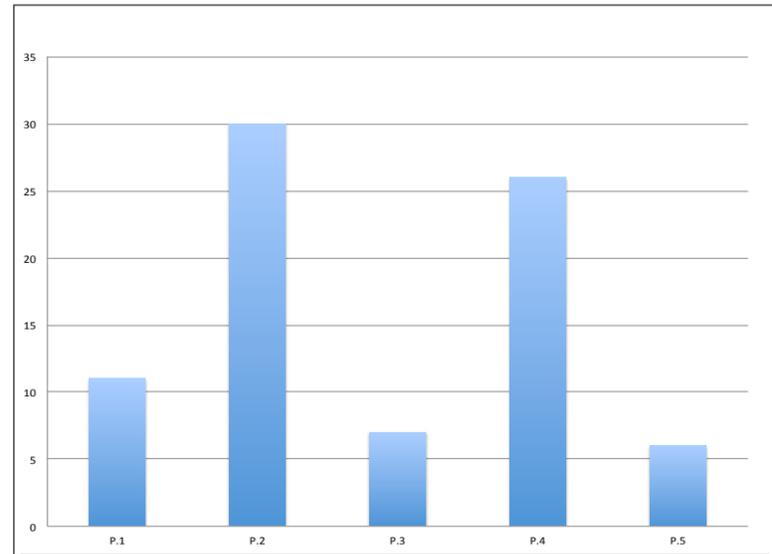


Gráfico en columnas con los resultados de la encuesta

Las encuestas se realizaron en su totalidad cara a cara, con unas tasas de respuest del 100%.

Las edades de los encuestados están comprendidas entre los 9 y los 96 años. Estas fueron algunas de las respuestas obtenidas:

Sexo	Edad	Ocupación	Propuesta	Motivo
Fem	9	Estudiante 4º primaria	2	"Es la que más llama mi atención y la más que me gusta"
Masc	20	Estudiante de periodismo	2	"Es más explícita, el mensaje que se quiere transmitir es más claro"
Fem	39	Pastelera	3	"Representa una de nuestras tradiciones"
Masc	45	Arquitecto y técnico de fiestas	4	"Impactante"
Fem	51	Ama de casa	1	"Más tradicional, contiene toda la información de las fiestas"
Masc	60	Neurólogo	5	"Propuesta más sencilla y estéticamente es bonita"
Masc	82	Jubilado	4	"Es inusual y rompe con lo tradicional"

# STORYBOARD

1		2		3	
	Inicio: 0:00:00:00		Inicio: 0:00:00:19 Duración: 0:00:00:06 Las letras desaparecen y aparecen al ritmo de la música, de izquierda a derecha.		Inicio: 0:00:01:15
4		5		6	
	Inicio: 0:00:02:17		Inicio: 0:00:03:20		Inicio: 0:00:04:14 Las letras parpadean hasta el 0:00:05:07
7		8		9	
	Inicio: 0:00:05:08		Inicio: 0:00:06:02		Inicio: 0:00:07:05
10		11		12	
	Inicio: 0:00:08:09		Inicio: 0:00:08:21		Inicio: 0:00:09:08 Duración: 0:00:01:16
13		14		15	
	Inicio: 0:00:10:24		Inicio: 0:00:11:22		Inicio: 0:00:12:06
16		17		18	
	Inicio: 0:00:13:02 Duración: 0:00:01:01		Inicio: 0:00:14:06		Inicio: 0:00:15:14 Duración: 0:00:00:97

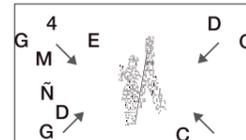
19		20		21	
	Inicio: 0:00:16:12		Inicio: 0:00:17:02		Inicio: 0:00:17:16
22		23		24	
	Inicio: 0:00:18:12		Inicio: 0:00:18:15		
25		26		27	
	Inicio: 0:00:22:14 Explota primero el de la derecha, luego el de la izquierda y finalmente el central.		Inicio: 0:00:28:01		Inicio: 0:00:31:08
28		29		30	
			Inicio: 0:00:34:20 Las figuras van apareciendo, de manera progresiva.		Inicio: 0:00:37:12
31		32		33	
	Inicio: 0:00:38:06		Inicio: 0:00:39:17		
34		35		36	
	Inicio: 0:00:41:00		Inicio: 0:00:41:01 Duración: 0:00:01:09		Inicio: 0:00:42:11

37



Inicio: 0:00:44:05

38



Inicio: 0:00:44:06  
Las letras disminuyen su tamaño y forman la figura de San Isidro.

39



Inicio: 0:00:46:11

40



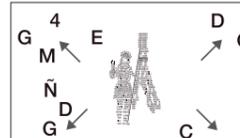
Inicio: 0:00:46:12

41



Inicio: 0:00:46:20

42



Inicio: 0:00:47:01

43



Inicio: 0:00:49:00

44



Inicio: 0:00:49:00 Duración: 0:00:52:13

45



46



Final: 0:01:04:07

## ANIMACIÓN

Procedimiento por el cual se consigue que determinados dibujos u objetos generen el efecto óptico, o ilusión, de movimiento.

## ANIMATIC

También: Tira Leica, Leica Reel

Filmación de los storyboards con la banda sonora tener una idea del resultado final. Sirve para ir viendo los resultados, controlar los tiempos, etc.

## BACKGROUNDS

Escenografías o fondos empleados en animación.

## BOCETOS

Sketches es el primer esbozo de una idea publicitaria. Hasta el desarrollo e incorporación de la informática en las agencias de publicidad, la mayoría de los bocetos se realizaban a mano alzada [...]. Hoy, con la ayuda de los ordenadores, se pueden realizar bocetos mucho más completos y acabados sin prácticamente dibujar ni escribir nada en un papel.

## CARACTER

Signo de cualquier sistema de escritura. Estilo o forma de los signos de la escritura. Letra de imprenta.

## ENCUADERNACIÓN

Acción de unir permanentemente y ordenadamente las partes de un impreso multipágina, dejándolo terminado para su uso final por el lector.

## ENCUADERNACIÓN CON TAPA BLANDA

Tipo de encuadernación cuyas portadas acostumbran a ser de cartulina flexible y continuando el mismo material para la parte del lomo.

## FOLLETO

Documento compuesto solamente por unas pocas páginas y que va encuadernado mediante cosido metálico o adhesivo.

## FOTOGRAMA

Cada una de las imágenes que se suceden en una película cinematográfica consideradas de forma aislada.

## FUENTE

Conjunto de caracteres que componen un estilo determinado.

## GRAMAJE

El peso del metro cuadrado de un determinado papel (se mide en gramos).

## GUARDAS

Hojas de papel que, dobladas por el centro, sirven para unir el libro y la tapa. Los libros en rústica carecen de guardas.

## HINTING

Hinting u optimización para pantalla, es el proceso mediante el cual las fuentes son ajustadas para una máxima legibilidad en los monitores de los ordenadores.

## INTERLÍNEA

Zona blanca o no impresa entre dos líneas seguidas de un texto. Se mide en puntos, desde la base de una línea a la base de la otra línea.

## KERNING

Término inglés utilizado en la mayoría de programas de tratamiento de textos, cuyo significado exacto es la modificación del blanco entre pares de caracteres de un tipo, aplicado sobre un tipo de letra ya diseñado.

## KEY

Dibujo clave, fita.

## LAYOUT

Puesta en escena, encuadre. Plantado de una escena-personaje-fondo en su encuadre correspondiente para ser animada. Planeación de la animación, composición básica, planeación de movimientos de cámara, trazo del back.

## LOMO

Parte del libro encuadernado en la que van fijadas las páginas y con las que se une la cubierta frontal con la posterior.

## MEDIANIL

Espacio o separación entre dos columnas en cualquier disposición de páginas con varias columnas.

## SOBRECUBIERTA

Cubierta, generalmente de papel, que sirve para proteger las tapas de un libro.

## STORYBOARD

Un storyboard o guión gráfico es un conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse.

## TEXTURA

Imagen proyectada sobre parte o la totalidad de la superficie de un objeto para darle apariencia fotorrealística.

## TIMING

Ritmo. Estudio de los tiempos en animación.

## TIPOGRAFÍA

Arte de realizar la composición de textos. Al margen de la disposición de los caracteres, esta actividad incluye también la correcta

combinación de fuentes y diseños y el reparto de los espacios para obtener un resultado estético agradable.

#### TRACKING

Reducción del espacio entre letras en función del crecimiento de su tamaño, para compensar la sensación que dan los caracteres ampliados, a quedar excesivamente separados.

#### TRUCK IN

También: zoom in, dolly in  
Movimiento de cámara de acercamiento, travelling hacia adelante.

#### TRUCK OUT

También: zoom out, dolly out  
Movimiento de cámara de alejamiento, travelling hacia atrás.

#### TROQUEL

Cualquiera de los elementos de corte distintos de la guillotina que permiten obtener productos terminados con formas, normalmente no rectas, para aplicaciones o efectos específicos.

#### VERSAL

Significa lo mismo que mayúscula. Antiguamente se empezaba cada verso en las composiciones poéticas con mayúscula.

#### VERSALITA

Letra mayúscula que tiene la altura del núcleo central de las minúsculas del mismo cuerpo.

## 1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO

- ¿Qué se espera, se realice?

Programa de las fiestas, señalización del recorrido, carteles, trofeos concursos, señalética de la fiesta, camisetas, página web, bolsas, vídeos publicitarios, recuerdos, escenario, invitaciones...

- ¿Se espera se conserve la estética que se ha llevado?

Se propone hacer un proyecto con una estética innovadora acorde con las fiestas, con el objetivo de promocionar el municipio de Los Realejos y una de sus fiestas más representativas.

- ¿Cuál es el producto a publicitar? ¿Qué se quiere destacar?

- Fuegos y Cruces 3 de mayo (interés turístico de Canarias)

- Romería de San Isidro (interés turístico nacional)

- Festival de las Islas (40 años), Concursos de vino, Baile de magos..

## 2. HISTORIA Y ANTECEDENTES

- Última campaña. Eficacia y grado de satisfacción.

El grado de la última campaña fue positivo, tuvo buena aceptación. Se empieza a ver un pequeño intento por romper la estética que se había llevado hasta entonces.

- Motivos por los que se eligió.

El trabajo fue encargado a un diseñador. Este presentó dos propuestas para el cartel, una más conservadora y otra con una estética más moderna, que fue la que se eligió, por ser más limpia, e innovadora.

- Camino que se debe tomar a partir de la última campaña emitida.

El tema será de libre elección e interpretación del autor debiendo recoger el espíritu de cada una de las Fiestas que representará.

### 2.1 LA EMPRESA (EL AYUNTAMIENTO)

- Historia

Los Realejos es un municipio español perteneciente a la provincia de Santa Cruz de Tenerife (Canarias). Está situado en el norte de la isla de Tenerife. Se sitúa en el Valle de La Orotava, a las faldas del Teide. A pocos kilómetros de La Orotava y del Puerto de la Cruz. Y posee una población de 38.015 habitantes (INE, enero de 2011). El núcleo principal es Los Realejos (que está formado por tres zonas: Realejo Alto, San Agustín y Realejo Bajo), pero existen nume-

rosas localidades y barrios como Toscal-Longuera, La Cruz Santa, Tigaiga, Palo Blanco, Icod El Alto o La Montañeta<sup>21</sup>.

- Número de empleados, quién hace cada cosa, dónde se imprime..

Normalmente los diseños de libros, carteles, programas los suele hacer Isidro Felipe (fotógrafo del ayuntamiento)

De los contenidos se encarga la concejalía de fiestas

### 2.2 EL PRODUCTO (LA FIESTA)

#### FIESTAS DE CRUZ

Mayo acapara las tradiciones más señeras de Los Realejos. Entre las festividades más antiguas se cuenta la de la Invención de la Cruz, mandada a celebrar por el Obispo Muros, poco después de finalizada la conquista (1.496); fiesta litúrgica que pronto comienza a incorporar diversos regocijos populares: danzas, hogueras (hoy transformadas en pirotecnia), enramadas, arcos de frutos del país, parrandas...

Con el paso del tiempo, la festividad ha evolucionado notablemente, llegando a la actualidad en que ha adquirido gran auge el enrame de cruces existentes en los caminos, capillas y casas particulares (variante destacadísima en el barrio de La Cruz Santa) y aquellas hogueras de pretéritas centurias han dado paso al mayor atractivo de la celebración: la grandiosa exhibición pirotécnica de la noche del día 3, al paso de la procesión, en que dos calles, la del Medio y la del Sol rivalizan en la magnitud y espectacularidad de sus respectivos castillos de fuegos, además del adorno de sus respectivas capillas.

Esta rivalidad ha sido objeto de estudios etnográficos, por el motivo del llamado "pique" entre calles. Llega a afirmarse que en algunas épocas han estado a punto de declararse "en pie de guerra" y ocasionar graves altercados, vistos hoy como meras anécdotas y como un componente irremplazable de la fiesta.

Un hecho curioso es que cada vecino se adscribe al lugar de residencia durante la infancia y la juventud, no al actual, -conyugal, generalmente-, lo que revive y complica "el pique".

Se debe según los estudiosos a la existencia de dos clases sociales bien diferenciadas: los propietarios de la tierra en la calle del Medio, también conocida como Calle de Los Marqueses, y los medianeros y pequeños campesinos de la calle del Sol. Las desigualdades entre ambos grupos sociales habría sido el desencadenante del "pique". La procesión de la Santa Cruz no era sino un pretexto legítimo que permitía la rivalidad y que incluso acabó relegando a un segundo término el carácter religioso de la fecha.

<sup>21</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Los\\_Realejos](http://es.wikipedia.org/wiki/Los_Realejos)

Miles de forasteros expectantes acuden de todos los rincones de la Isla. Quizá no adviertan todos los componentes de esta tradición, bien situados en miradores, carreteras y huertas cercanas, pero quienes gusten del trato directo con los protagonistas advertirán las notas distintivas de una celebración que algunos entienden como despilfarro y derroche sin sentido, pero que para los realejeros es un instrumento de identificación y cohesión como pueblo frente al exterior. La Cruz de mayo, las Cruces de mayo, son todo un símbolo en Los Realejos.<sup>22</sup>

#### ROMERÍA CHICA

En los últimos años se vienen celebrando dos romerías al Santo. Una, la chica, que tiene lugar el propio día 15 de mayo, con participación de carrozas engalanadas con motivos típicos del mundo rural y algunas parrandas. Y otra, el último domingo de mayo, declarada de Interés Turístico Nacional, en que los participantes lucen vestimentas tradicionales y se multiplican las rondallas y los grupos de magos y magas cantando y bailando delante de las imágenes de San Isidro Labrador y Santa María de la Cabeza, su mujer, y entre las carrozas participantes (generalmente vehículos de motor debidamente acondicionados para realzar el ambiente festero y desplazarse por el recorrido de calles pendientes, excesivamente dificultoso para otros vehículos de tracción animal).<sup>23</sup>

#### ROMERÍA DE SAN ISIDRO

Tras la Fiesta de la Cruz, le llega el turno a San Isidro Labrador, quien ya desde el siglo XVII comenzaría a despertar el fervor de los campesinos de la zona, debido a la divulgación de sus milagros y leyendas, a raíz de su canonización en 1.622 por el Papa Gregorio XV. Los documentos acreditan que en 1.676 se celebró su primera festividad y la colocación de su imagen en la Iglesia parroquial de Santiago Apóstol, por la iniciativa del mayordomo Marcos Martínez Carranza.

En las décadas finales del pasado siglo, la sencilla festividad recobra su preponderancia religiosa, sin perder su profundo sabor popular: parrandas, luchadas, bailes en algunas casas de la vecindad y la tradicional generosidad de los realejeros de Santiago a la hora de obsequiar a los visitantes con los caldos de la zona y buena carne en adobo, contribuyen a potenciar el interés por la celebración de numerosos labradores comarcanos.

Ya en la presente centuria, pasadas las primeras décadas, experimenta acusadísimas transformaciones que terminan conduciendo a la conformación de la actual Romería (celebrada el último domingo de mayo), algunos de cuyos aspectos nos acercan a la raíz y esencia de nuestras más viejas y entrañables manifestaciones festivas<sup>24</sup>.

- Fecha de inicio de esta fiesta

Las Fiestas de mayo tal y como las entendemos hoy en día tienen su punto de partida en el año 1976, veintidós años después de la unión de los municipios; aunque sus raíces se adentran en lo más profundo de nuestra historia, llegando incluso hasta los tiempos de la Conquista de Canarias.<sup>25</sup>

- Evolución y características de todos los actos que se llevan a cabo

En primer lugar, por orden cronológico nos encontramos con la Fiesta de Cruz que se celebra cada 3 de mayo y que tiene su origen en la celebración cristiana de la Invención de la Cruz, aunque sus raíces también se adentran en las celebraciones paganas relacionadas con el mayo Florido.

En segundo lugar, cada último domingo de mayo nos encontramos con la Romería en honor a San Isidro Labrador y Santa María de la Cabeza. Se trata de una de las romerías más antiguas y con más participación y prestigio de Canarias, siendo declarada de interés turístico nacional desde el año 1980. Esta celebración tiene sus orígenes a finales del siglo XVII y ha ido evolucionando como el resto de romerías de nuestra tierra.

En tercer lugar, cuando mayo toca a su fin (o incluso en junio en algunas ocasiones) y justo el lunes posterior a la celebración de la Romería, se celebra la festividad en honor a Nuestra Señora de Los Remedios: es el conocido "Lunes de Remedios". Esta celebración tiene también un origen antiquísimo, remontándose al Siglo XVII, aunque su celebración en el mes de mayo, tal y como la conocemos hoy, es bastante reciente, pues data de 1959.

Estos tres actos principales se acompañan en la actualidad de otra gran cantidad de actividades lúdicas, culturales, religiosas y populares durante todo el mes de mayo.

Es por eso que se habla del mayo Festivo en Los Realejos. Primero las comisiones de fiestas organizadoras y posteriormente el Ayuntamiento se han encargado de diseñar y organizar todo tipo de actos para completar el mes. Esta tarea no es fácil, pues las fiestas empiezan desde el día 3 de mayo, dedicado a la Cruz, y se prolongan hasta final del mes que tiene lugar la Romería de San Isidro y el lunes de Remedios. Así, en la actualidad nos encontramos con que en los primeros días de mayo y hasta que las calles de El Sol y El Medio celebran sus tradicionales "papadas", las celebraciones giran en torno a la Cruz. Posteriormente, durante el resto del mes se producen numerosas actividades culturales, folclóricas y de ocio, básicamente vinculadas a la festividad de San Isidro, destacando la Romería Chica, el Baile de Magos, la elección de la Romera Mayor de las Fiestas, el Festival de las 7 Islas, etc. Finalmente, llegamos al último día de las fiestas, el Lunes de Remedios, dedicado a la Virgen<sup>26</sup>.

<sup>22</sup> MESA MARTÍN, Jose María. "Los Realejos y los hitos devocionales de sus Fiestas de Mayo". 2007.

<sup>23</sup> <http://www.ayto-realejos.es/realejos/el-municipio/fiestas/calendariofiestas/fiestadela-cruz.html>

<sup>24</sup> <http://www.ayto-realejos.es/realejos/el-municipio/fiestas/calendariofiestas/fiesta-delacruz.html>

<sup>25</sup> HERNÁNDEZ HDEZ, Jonás y HERNÁNDEZ HDEZ, Jose M: "Fiestas de Mayo de Los Realejos" 2013. P. 9

<sup>26</sup> <http://www.ayto-realejos.es/realejos/el-municipio/fiestas/calendariofiestas/fiestadela-cruz.html> (20-11-2013)

Algunos de los eventos que se realizan en el mes de mayo son los siguientes:

- Fiestas de Cruz del 3 de mayo
- Romería en honor a San Isidro Labrador y Sta. María de la Cabeza
- Lunes de Remedios
- Baile de Magos
- Romería Chica
- Elección de la Romera Mayor de las Fiestas
- Festival Regional de las Islas
- Feria de Ganado
- Los Realejeros cantan a su pueblo
- Concurso Local y Regional de Vinos Blancos Manuel Grillo

Otros actos secundarios de las Fiestas de mayo que han tenido importancia durante los últimos años son los siguientes:

La Semana del Cine al Aire Libre en la plaza Viera y Clavijo fue un acto que a finales de los 90 del siglo pasado y primeros años de este siglo tubo una enorme aceptación y participación.

El Festival Nacional de Folclore que se celebra por primera vez en el año 2000 gracias a la iniciativa de la agrupación Acorán y en el que participan en esta primera edición, junto a Acorán, Coros y Danzas de Madrid, Jovellanos de Gijón y Santomera de Murcia. El festival se continúa realizando durante varios años, pero también le afectarán las restricciones presupuestarias.

En el año 2005, comienza a realizarse el Festival Internacional de Parapente, también conocido como "Flypa", de gran prestigio y una de las apuestas turísticas importantes del municipio, que vino a dar más trascendencia mediática a las fiestas, aunque fue criticado por muchos el hecho de hacerlo coincidir en varias ocasiones con la celebración del 3 de mayo, en lugar de celebrarlo en otras fechas alternativas.

Por último, en los años 90 también fue muy aceptada la Muestra de Rock Loca, en la que los Colectivos Juveniles Municipales volcaron muchos esfuerzos y que se celebró por primera vez en 1993 <sup>27</sup>.

- Número de programas repartidos

El número de programas que se reparten son 3000, además los eventos que se realicen en todo el mes se cuelgan en las redes sociales, como Facebook o en la página web del Ayuntamiento.

- LA PUBLICIDAD

- Campañas anteriores y medios empleados.

Para la publicidad de campañas anteriores se han utilizado folletos, programas, carteles, además las noticias se cuelgan en las redes sociales (como el Facebook o la página web del Ayuntamiento)

- Errores cometidos

- Se plantea la posibilidad de crear una página web para las fiestas.
- Aumentar la señalización
- Imagen visual proyectada no es muy potente

### 3. DESCRIPCIÓN ACTUAL DEL PRODUCTO O SERVICIO.

- Los programas/carteles tienen medidas concretas?

No hay medidas, se deja a la libre elección del diseñador.

- ¿Qué se pretende transmitir mediante esta fiesta?

Poner en valor la tradición del municipio y los aspectos más enraizados a nuestra cultura tradicional.

- ¿Dónde y cómo se ofrece? Puntos importantes.

Las fiestas se desarrollan en el núcleo del Realejo Alto.

- ¿Cómo se da a conocer esta fiesta? ¿Mediante qué medio?

Se da a conocer mediante la web, folletos, carteles, etc

- ¿Qué días se realiza?

Todo el mes de mayo, principalmente el 3 de mayo y el último domingo de este mes. Además todos los fines de semana de mayo, hay algún acto.

- Cómo lo percibe el consumidor. (Su calidad, su imagen, sus ventajas, calidad-precio).

Existe una buena percepción hacia las fiestas, que se puede apreciar, ya que, cada año aumenta el número de visitantes. Y más ahora en estos tiempos de crisis en las que todos quieren salir a la calle, pasarlo bien y olvidarse de los problemas diarios.

Mayo es un mes cargado de actos y emociones en el que la mayoría de los días la gente comparte comida, bebida, bailes y tradición, en un ambiente festivo.

Acudir a estas fiestas no supone ningún tipo de lujo, ni gasto excesivo para los realejeros o visitantes.

- Qué deseos y necesidades del consumidor satisface.

Relación que tiene una persona con la fiesta. La necesidad de romper con la rutina diaria.

Sobretodo depende del grado de involucración, depende del arraigo de la persona hacia su pueblo o sus fiestas.

<sup>27</sup> HERNÁNDEZ HDEZ, Jonás y HERNÁNDEZ HDEZ, Jose M: "Fiestas de Mayo de Los Realejos" 2013. P.11

- Facetas benefactoras

Motivo de ruptura de la monotonía, además la fiesta y el mes de mayo, evocan recuerdos de la infancia, de las tradiciones, de los mayores, y de otros tiempos...

- Cuáles son sus beneficios/ventajas principales.

Una de sus ventajas principales es que no hay competencia aparente, ni siquiera con las fiestas del Carmen, sino que éstas son complementarias, unas con otras.

No hay rivalidad con fiestas de los municipios colindantes, en todo caso, un "pique dentro de los pueblos vecinos".

- Si el anunciante tuviera que elegir una de ellas entre todas sus ventajas, ¿cuál destacaría y por qué?

Existe un fuerte arraigo en el pueblo y estas fiestas consolidadas. Entre todas las fiestas, las más que destacan, más participación tienen son la Fiestas de Cruz del 3 de mayo, Baile de Magos, Romería (chica, grande) y Festival de las Islas.

- Cuáles son sus puntos débiles.

No se pueden incorporar actos nuevos al programa, puesto que no tiene éxito porque a estos la gente no acude.

#### 4. ENTORNO COMPETITIVO

- ¿Contra qué otras fiestas compite?

No tiene competidores aparentes. La gente va a todas las fiestas, sean o no de su pueblo.

- ¿Qué tienen las fiestas de mayo que no tengan las demás?

Por un lado, una de las mayores exhibiciones pirotécnicas de Europa. Y por otro, el sentimiento de los habitantes del pueblo por sus fiestas y tradiciones. Sienten orgullo y participan.

- Tendencias actuales (Hábitos, costumbres, etc.)

Se pretende mantener las costumbres.

#### 5. OBJETIVOS DE MARKETING

- Participación

La participación en general por parte de todo el pueblo es muy alta.

- Rentabilidad

Las fiestas mueven la economía, consumo, genera movimiento económico en bares, cafeterías, pirotecnia, alquiler de trajes..

- Número de nuevos participantes/asistentes

Este número es indeterminado, aunque se sabe con certeza que aumenta cada año.

#### 6. Público objetivo del producto o servicio.

- Usuarios actuales / Compradores / Asistentes :

- Gente del pueblo, turistas de otros municipios y países.

- Sexo / Edad

- Actos para todos los públicos

- Clase social

Sin distinción

COMPORTAMIENTOS DE:

- Usuarios actuales

Muy participativos

- Fidelidad y hábitos de asistencia

Ambos son muy altos.

#### 6. PUNTOS/BENEFICIOS CLAVES A COMUNICAR

- Información

Lo que interesa es que llegue al máximo de personas posibles, para que conozcan la riqueza artística, patrimonial, etnográfica, gastronómica.. y para que generen economía tanto en el pueblo como en el resto de la isla.

- Premios

- Romera mayor  
- Carreras de caballos  
- Vehículos que participan en la romería  
- Concursos de vino

#### 7. ELEMENTOS MANDATORIOS

Relación de todos los elementos que tienen que aparecer en la comunicación:

- Programas
- Carteles
- Escenario
- Señalética

#### 8. PRESUPUESTO

- Cantidad total

La cantidad total de la campaña incluye todos los gastos que a continuación se detallan y abarca, además, todas las acciones solicitadas. Se trata, en suma de la cantidad definitiva que el cliente está dispuesto a gastar.

(Pendiente de aprobación)

- Cantidad estimada para medios
- Cantidad estimada para producción
- Margen de tolerancia

#### 9. TIMING

- Plazos

A mediados de Abril debe estar todo impreso y en la calle, serían dos semanas antes de que empezaran las fiestas.

#### 10. CONSIDERACIONES FINALES.

Si se trata de un concurso abierto en el que participan otras agencias, conviene decirlo claramente a fin de que las agencias que participan sepan a qué atenerse y evitar malentendidos. Explicar aquí otros asuntos que se consideren importantes como la forma de pago, qué personas serán las encargadas de seguir el proyecto, sistema de valoración de la creatividad, etc...

Suele ser por encargo o con personal propio del Ayuntamiento.  
Se sigue desde la Concejalía de fiestas.  
Se paga en 45 días, que es lo que marca la Ley.

# MANUAL DE USO

El manual de uso de la imagen de las fiestas de Los Realejos que se desarrolla en este proyecto ha sido realizado en un documento adjunto en el que se indica cómo deber ser usado cada uno de los elementos. En él se puede ver la construcción de la “Y”, las tipografías utilizadas, los colores corporativos, retículas, papeles, etc.

Algunas de las ventajas que se obtienen al utilizar este manual son entre otras:

Explicar de manera visual la construcción de la “Y”.

Facilitar la búsqueda de técnicas y materiales de impresión utilizados.

Documentar el funcionamiento de cada una de las piezas realizadas.

Presentar las piezas materiales de una manera más detallada.

## 1. CONSTRUCCIÓN DE LA “Y”

La Y se ha construido a partir de la tipografía Arial Black en su versión regular.

Ha sido escogida por ser un tipo funcional, simple y muy versátil. Una de las que posee mejor hinting (especificaciones que contiene para que pueda ser impresa correctamente en aparatos de baja resolución como un monitor) ya que Microsoft hizo muchísimos esfuerzos en optimizarla.



## 2. PALABRAS INTERIORES

Helvetica Neue - Bold es la tipografía que ha sido utilizada para el interior de las palabras de la Y.

La Helvética Neue ha sido elegida por ser una tipografía con una alta legibilidad y eficacia en todo tipo de situaciones.



### 3. MAYO

La palabra Mayo escrita en Arial Black, versión Bold, se utilizará en casos puntuales, como por ejemplo al final del vídeo promocional de las fiestas.

# MAYO

### 4. COLORES CORPORATIVOS

Los colores corporativos utilizados han sido el Pantone 7619C y el negro al 80 %. Este Pantone se utiliza en multitud de piezas, aportando así, una imagen corporativa unificada.

El color negro con una trama del 80% se utiliza en la construcción de la "Y", para que se produzca un equilibrio visual en la imagen y en el cartel.



Pantone 7619C



Negro 80 %

### 5. TÍTULO

Tipografía utilizada para el título del cartel se corresponde con la Walkway Bold, que posee unos rasgos finos y sin serif.

Este tipo de letra ha sido elegida gracias a las características que posee, pues tiene una alta legibilidad y modernidad en sus rasgos. Los círculos y líneas rectas le proporcionan una apariencia sólida, fuerte y moderna.

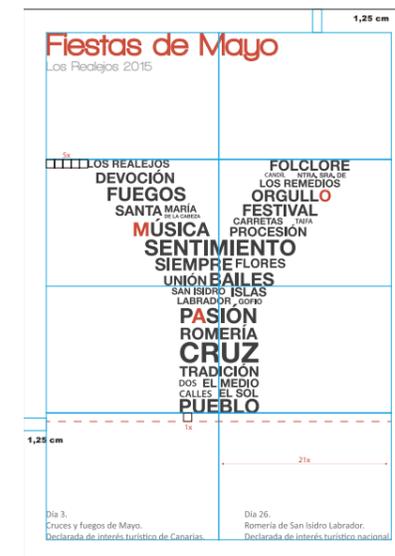
# Fiestas de Mayo

Los Realejos 2015

### 6. RETÍCULA

La retícula utilizada para el cartel cuenta con 8 campos. La "Y" se desplazará 1x hacia abajo, para compensar visualmente el diseño del cartel, mejorando así su armonía.

En tamaño A4 los bordes serán de 1,25 cm. Para la reproducción del cartel en otros formatos, los márgenes utilizados serán proporcionales a estos.



## 7. CALENDARIO

La palabra MAYO utilizada en el calendario ha sido la Maven Pro Light 300, con unos caracteres similares a la Walkway, pero más estrechos. Los días de la semana y los números, por el contrario están en Walkway Bold.

Mediante el uso de estas dos tipografías, se crea un sutil contraste, que ayuda a diferenciar la información, evitando la monotonía en la composición del calendario.

# MAYO

Maven Pro Light - 300

Walkway Bold - Regular

L	M	X	J	V	S	D
27	28	29	30	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
1	2	3	4	5	6	7

La información que aparece escrita al pie del calendario está en Optima - Regular. Esta tipografía fue elegida por su alto contraste con respecto a las demás tipografías de palo seco utilizadas para la composición de la "Y" y del calendario.

Se trata de una tipografía muy elegante y legible, una mezcla entre la objetividad de los tipos de palo seco y el estilo y claridad de las letras con serif.

## Fiestas de Mayo 2015 Los Realejos

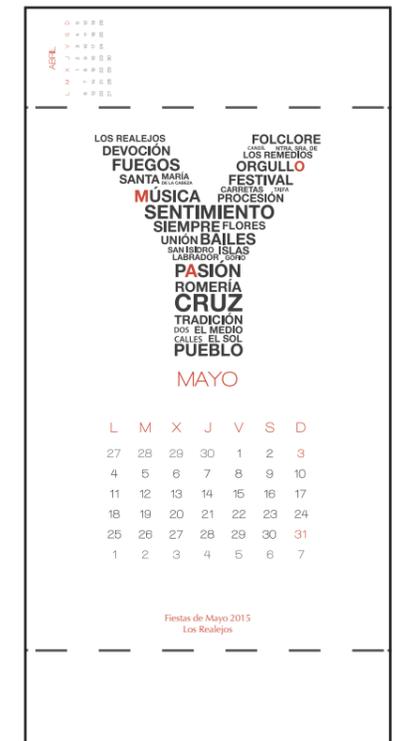


## 8. SOBRECUBIERTA

En la esquina superior derecha aparece el mes de abril con un tamaño mucho más reducido, que se ha utilizado a modo de mancha, para proporcionar al cartel un punto de interés y más estabilidad al quitar tanto blanco a la composición.

El cartel calendario que se utiliza a modo de sobrecubierta tendrá 42 cm de alto por 21 cm de ancho. Con un lomo de 1 cm. Las solapas tendrán una medida de 5,65 cm de ancho.

Impreso en papel estucado multicapa brillante de 200 g/m<sup>2</sup>. Cuyas ventajas son: Elevada blancura, excelente brillo de tintas, muy buen brillo del papel y altísima opacidad. La impresión recomendada para este tipo de papel es Offset. Una de sus aplicaciones más usuales es para calendarios.



## 9. MUPI

Aportando creatividad publicitaria al cartel de las fiestas se añade la frase ¡No hay tiempo que perder!, cuyo significado se relaciona con el calendario, llamando la atención del lector para que no se pierda ningún acto que se realiza a lo largo de todo el mes.

La frase irá escrita con la tipografía basicl - Thin Condensed.

El cartel contará con un código QR que permitirá ver el programa de forma digital, permitiendo así el ahorro de papel.

El papel para el póster de la calle estará impreso en un papel de 150g/m2, ideal para publicidad, póster, calendarios. El tamaño será de 120cm x 176cm, con un área visible de 117cm x 172cm.

# ¡NO HAY TIEMPO QUE PERDER!



## 10. BANDEROLAS

Las banderolas que estarán colgadas en las farolas de todo el municipio estarán impresas en serigrafía. Lonas de pvc de 450 grms con unas medidas de 900 x 2500 mm.



## 11. TAZA

Impresión en taza blanca de porcelana, impresa en tintas de gama por sublimación.



## 12. BOLSA

Bolsas impresas en papel resistente con asa rizada.  
Impresión en flexografía, con el interior impreso en el color gris corporativo. En el fuelle de la bolsa aparece impresa la frase "Fiestas de Mayo Los Realejos", de arriba hacia abajo y viceversa, escrita en la tipografía Georgia Regular.

Los formatos serían tres, grande, mediano y pequeño:  
Bolsas de papel pequeñas - 24 x 18 x 8 cm.  
Bolsas de papel medianas - 41 x 32 x 12 cm.  
Bolsas de papel grandes - 49 x 46 x 16 cm.

# Fiestas de Mayo - Los Realejos 2015



## 14. PROGRAMA

Cubierta: Torrasspapel Mega 300g/m2 Laminado mate.  
Estucado ecológico brillante. Fabricado con un 50% de fibras recicladas y destintadas y con un 50% de celulosa totalmente libre de cloro (TCF). Posee unas ventajas: Elevado brillo en tintas. Muy buena blancura, alta resistencia al envejecimiento. La impresión recomendada para este papel es el Offset. Una de sus aplicaciones es para cubiertas y encartes.

Interior: Torrasspapel CreatorVivagloss 135g/m2  
Estucado ligero brillante. Muy alta blancura, elevada opacidad, muy alto brillo de tintas, muy buen calibre. Offset. Aplicación para libros y fascículos.



## 13. FOLLETO

Se muestra en la imagen la parte delantera y trasera del folleto, que cuenta con un troquel en forma de "Y" que deja ver el diseño de la "Y" corporativa completa de fondo.

Estará impreso con los dos colores corporativos. La impresión será en digital y su plegado envolvente.



# CAPÍTULO SÉPTIMO

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

## 7.1 REFERENCIAS DE INTERNET

<http://www.ayto-realejos.es/realejos/el-municipio/fiestas/calendariofiestas/fiestadelacruz.html>  
Consultado el 20 de noviembre de 2013

[http://es.wikipedia.org/wiki/Los\\_Realejos](http://es.wikipedia.org/wiki/Los_Realejos)  
Consultado el 23 de noviembre de 2013

<http://www.ayto-realejos.es/realejos/el-municipio/fiestas/calendariofiestas/fiestadelacruz.html>  
Consultado el 21 de diciembre de 2013

<http://www.artofthetitle.com/>  
Consultado el 6 de marzo a las 19:25

<http://www.watchthetitles.com/credits>  
Consultado el 23 de marzo a las 11:05

<http://www.alegsa.com.ar/Dic/ofimatica.php>  
Consultado el 18 de abril de 2014 a las 17:37

<http://www.adobe.com/es/products/photoshop-lightroom/faq.html>  
Consultado el 18 abril 2014 a las 18:07

<https://creative.adobe.com/es/products/photoshop>  
Consultado el 18 abril 2014 a las 18:46

<http://www.ayto-realejos.es/realejos/el-municipio/fiestas/calendariofiestas/fiestadelacruz.html>  
Consultado el 6 de mayo de 2014

<http://books.google.es/books?id=8wiNAwAAQBAJ&pg=PA14&dq=libros+de+dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico&hl=es&sa=X&ei=j2e-U6-KH6bl0QXhoIGwDQ&ved=0CEEQ6AEwAjge#v=onepage&q&f=false>  
Consultado el 26 de junio a las 17:14

<http://www.calledelmedio.com/>  
Consultado el 28 de junio de 2014 a las 20:45

<http://corazondpapel.files.wordpress.com/2012/09/manual-de-disec3b1o-editorial-jorge-del-buen.pdf>  
Consultado el 30 de junio a las 11:30

<http://callelsol.es/>  
Consultado el 4 de julio de 2014 a las 17:20

<http://losrealejos.es/ayuntamiento/gobierno-del-municipio/equipo-de-gobierno/>  
Consultado el 5 de julio de 2014 a las 12:08

<http://www.glosariodigital.com/>  
Consultado el 6 de julio de 2014 a las 11:45

## 7.2 LIBROS Y ARTÍCULOS

AMBROSE, Harris: "Impresión y acabados". Edit. Parramón. Barcelona 2007.

ANDER-EGG, E., AGUILAR IDÁÑEZ, M.J. "Cómo elaborar un proyecto". Editorial. Lumen. Argentina. 1995.

AVELLA, Natalie: "Diseñar con papel: técnicas y posibilidades del papel en el diseño gráfico". Gustavo Gili, 2004

BALIUS, Andreu: "Type at Work : usos de la tipografía en el diseño editorial". Barcelona : Index Books, 2003.

BARBIER, Frédéric. "Historia del libro". Alianza Editorial. Madrid. 2005.

BARNICOAT, John. "Los carteles : su historia y lenguaje". Barcelona. Editorial: Gustavo Gili 1976.

BASS, Jennifer - KIRHAM, Pat: "Saul Bass: A Life in Film and Design". Londres.- Lawrence King, 2011.

BESTLE, Russell y NOBLE, Ian. "Nuevo diseño de carteles" . Edir: México. Editorial: Gustavo Gili 2003.

BETANCOURT, Michael: "The History of Motion Graphics". Rockville, Maryland .-Wildside Press, 2013.

BHASKARAN, Lakshmi. "¿Qué es el diseño editorial?". Edit: Barcelona : Index Book, 2006.

BLUME, Hermann: "Haga usted mismo su diseño gráfico". Madrid: Hermann Blume Ediciones, 1992.

BRINGHURST, Robert: "The Elements of Typographic Style", Hartley & Marks, 1996.

CAMPÍ, Isabel: "Lo funcional y lo funcionalista en Diseño y nostalgia. El consumo de la historia". Barcelona. Santa & Cole, 2007.

CARRULLA, Jordi: "La publicidad en 2000 carteles". Barcelona : Postermil, D.L.1998.

COSTA, Joan: "Diseñar para los ojos". Grupo Editorial Design 2003.

DABNER, David. "Diseño gráfico : fundamentos y prácticas". Editorial: Barcelona : Blume, 2005.

DE BUEN UNNA, Jorge. Manual de diseño editorial. Editorial: Santillana 2003.

DORMER, Peter: "El diseño desde 1945". Barcelona. Destino / Thames & Hudson (El mundo del arte), 1993.

GAVIN, Ambrose - HARRIS, Paul: "Formato". Editorial: Parramón 2004.

HELLER, Eva. "Psicología del color". Editorial: Gustavo Gili 2010.

HELLER, Steven: "100 ideas that changed graphic design". Editorial: London : Laurence King, reprint. 2013.

HERNÁNDEZ HDEZ, Jonás y HERNÁNDEZ HDEZ, Jose M: "Fiestas de Mayo de Los Realejos" 2013.

HUXLEY, Aldoux: "Un mundo feliz / Nueva visita a un mundo feliz". Barcelona. Edhasa, 2004.

JUTE, André. "Retículas : la estructura del diseño gráfico". Editorial: Barcelona, Index Book, 1997.

KRASNER, John: "Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics". Oxford.- Focal Press, 2013.

LOEWY, Raymond: "Lo feo no se vende" (Never Leave Well Enough Alone) Ed. Iberia S.A.- Barcelona 1955.

MARGOLIN, Victor: "Design Discourse. History, Theory, Criticism" The University of Chicago Press.- Chicago 1989.

MECKLER, Leonard Koren: "Recetario de diseño gráfico". Editorial: Gustavo Gili, 2009.

MEGGS, PHILIP B. - PURVIS, ALSTON W: "Historia del diseño gráfico". Barcelona.- RM Verlag, 2009.

MESA MARTÍN, Jose María. "Los Realejos y los hitos devocionales de sus Fiestas de Mayo". 2007.

MICHAEL, Bierut: "Fundamentos del diseño gráfico". Editorial: Infinito 2001.

MORRIS, William:"Escritos sobre Arte, diseño y política" Las artes menores. S.L.U. Editorial Doble J.Sevilla 2005.

MÜLLER BROCKMANN, Josef. "Sistemas de retículas : un manual para diseñadores gráficos". Editorial: Barcelona. Gustavo Gili, 1992.

REINHARD, Gade. "Diseño de periódicos. Sistema y métodos". Edit. Gustavo Gili. Barcelona 2002.

SENNETT, Richard: "El Artesano". Barcelona Anagrama.- 2010.

SOLANA, Gemma - BONEU, Antonio: "Uncredited" Diseño gráfico y títulos de crédito. Edit: Index Books 2008.

SUDJIC, Deyan: "El lenguaje de las cosas". Editorial Turner. Madrid 2009.

SWANN, Alan. "Cómo diseñar retículas". Editorial:Barcelona: Gustavo Gili, D.L.1993.

VENTURI, Robert - SCOTT Brown, DENISE: "A significance for A&P parking lots, or Learning from Las Vegas", Cambridge, MA. MIT Press 1977.

VERA HERNÁNDEZ, Jaime: "Diseño corporativo editorial del Servicio de Publicaciones de la ULL". Editorial: La Laguna : Servicio de Publicaciones, Universidad, 1999.

VERA HERNÁNDEZ, Jaime: "El diseño de revistas : las publicaciones periódicas de investigación de la ULL". Edit: La Laguna : Servicio de Publicaciones, Universidad de La Laguna , 2002.

VVAA: "Moving Graphics: New Directions in Motion Design. Shenyang.- Dopress, 2012.

WALTON, Roger - GILLIES, Keith; HEPPEL, Lindsey. "Haga usted mismo su diseño gráfico". Editorial: Madrid: Hermann Blume Ediciones, 1992.