



Diseño Gráfico

***Historia y tendencia del diseño publicitario en Paraguay
Plataforma comunicacional publicitaria en el Paraguay***

**Rocío Casal
María Martínez**

**Tutores:
Prof.: Rodolfo Silvero
Prof.: Guadalupe Muñoz**

**Asunción - Paraguay
2019**



ÍNDICE

CAPÍTULO 1- Planteamiento del Problema.

1.1 Formulación de problemas.

1.2 Preguntas de Investigación.

1.3 Objetivos.

1.3.1 Objetivo general.

1.3.2 Objetivos específicos.

1.4 Justificación.

1.5 Limitaciones.

1.6 Cronograma.

1.6.1 Año 2016.

1.6.2 Año 2017.

1.6.3 Año 2018.

CAPÍTULO 2- Marco Referencial.

2.1 Premios Agencias Publicitarias Nacionales.

2.1.1 Gallo de Oro.

2.1.1.1 Premios Gallo de Oro 1977-2017.

2.1.2 Campanas de Oro.

2.2.2.1 Premios Campana de Oro 2003-2017.

2.1.3 Tatakua.

2.1.3.1 Premios Tatakua 2004-2005.

2.1.3.2 Premios Tatakua 2006.

2.1.3.3 Premios Tatakua 2007.

2.1.3.4 Premios Tatakua 2008.

2.1.3.5 Premios Tatakua 2009.

2.1.3.6 Premios Tatakua 2010.

2.1.3.7 Premios Tatakua 2011.

2.1.3.8 Premios Tatakua 2012.

2.1.3.9 Premios Tatakua 2013.

2.1.3.10 Premios Tatakua 2014.

2.1.3.11 Premios Tatakua 2015.

2.1.3.12 Premios Tatakua 2016.

2.1.3.13 Premios Tatakua 2017.



2.2 Evolución del Diseño Paraguayo.

2.3 Organizaciones.

2.3.1 APAP (Asociación Paraguaya de Agencias de Publicidad).

2.3.2 Circulo de Creativos del Paraguay.

2.3.3 CAP (Cámara de anunciantes del Paraguay).

2.4 Síntesis Marco Referencial.

CAPÍTULO 3 - Marco Teórico.

3.1 Diseño Gráfico.

3.2 Principios de la publicidad.

3.3 Lenguaje Publicitario.

3.3.1 La publicidad comercial.

3.3.2 La publicidad preventiva.

3.3.3 La publicidad política.

3.3.4 La imagen.

3.3.5 Tipos de publicidad.

3.3.5.1 Publicidad de marca

3.3.5.2 Publicidad detallista o local

3.3.5.3 Publicidad de respuesta directa

3.3.5.4 Publicidad B2B (negocio a negocio)

3.3.5.5 Publicidad de Institucional

3.3.5.6 Publicidad sin fines de lucro

3.3.5.7 Publicidad de servicio público

3.3.5.8 Publicidad de presentación

3.3.5.9 Publicidad Calificativa

3.3.6 La frase.

3.3.7 La Marca.

3.4 Definición de Creatividad Publicitaria.

3.5 Publicidad.

3.5.1 Notoriedad de marca.

3.5.2 Industria publicitaria.

3.5.2.1 Anunciantes

3.5.2.2 Agencias de publicidad

3.5.2.3 Medios de comunicación

3.6 Premios Publicitarios.



3.6.1 Galardones Internacionales.

3.6.1.1 Ame Adwords.

3.6.1.2 Premios Épica

3.6.1.3 Ampe.

3.6.1.4 CDEC

3.6.1.5 El Sol.

3.6.1.6 Fiap

3.6.1.7 Festival Clio

3.6.1.8 Cannes

3.6.1.9 El Chupete

3.6.1.10 El Ojo de Iberoamérica

3.6.1.11 Effie Awards

3.6.1.12 Caracol de Plata

3.7 Publicidad sin fines de lucro.

3.8 Grandes premiaciones en el mundo.

3.8.1 Dumb ways to die

3.8.2 Ciudades Inteligentes - IBM

3.8.3 TBXTBKS - Smarts

3.8.4 Why wait until it's too late? - DELA

3.8.5 Hinchas Inmortales - Sport Club Recife.

3.8.6 Heineken's Legendary Journey.

3.8.7 Cinder. The Barbarian Group

3.9 Síntesis Marco Teórico.

CAPÍTULO 4. - Marco Metodológico.

4.1 Investigación bibliográfica de agencias nacionales.

4.1.1 Agencias Publicitarias Nacionales.

4.1.1.1 Listado de agencia publicitarias actuales.

4.1.1.2 Listado de Agencias publicitarias Descontinuadas.

4.1.2 Registro documental de agencias.

4.1.2.1 Premios nacionales ganados por agencias publicitarias.

4.1.2.2 Premios ganados internacionalmente.

4.2 Procesamiento de Datos - Infografía.

4.2.1 Solicitudes a las agencias publicitarias.

4.2.2 Entrevista.



4.3 Síntesis Marco Metodológico.

CAPÍTULO 5. - Diagnóstico.

CAPÍTULO 6.- Propuesta creativa.

6.1 Planteamiento.

6.1.1 Planteamiento del problema de diseño

6.1.2 Objetivos de diseño

6.1.2.1 Objetivo general de diseño

6.1.2.2 Objetivos específicos

6.2 Propuesta creativa.

6.2.1 Design thinking.

6.2.2 Mapa mental.

6.3 Proceso creativo.

6.3.1 Bocetos de iconos por categoría.

6.3.2 Boceto de diagramación del material de los galardones.

6.3.3 Tipografías para contenido e infografía.

6.3.4 Boceto de identidad de los galardones publicitarios del Paraguay.

6.3.5 Infografías de los galardones, bocetos y construcciones.

CAPÍTULO 7. Códigos visuales.

7.1 Logotipo elegido

7.1.1 Códigos de diseño del logotipo del material editorial

7.2 Selección Tipográfica.

7.3 Selección Iconos.

7.4 Gama cromática.

7.5 Grilla Compositiva.

7.5.1 Grilla Infografías.

7.5.2 Grilla Editorial.

7.5.3 Iconos por categoría.

CAPÍTULO 8- Piezas gráficas de diseño.

8.1 Logo en digital.

8.2 Infografías.

8.2.1 Infografía Gallo de Oro.

8.2.2 Infografía Campana de Oro.

8.2.3 Infografía Tatakua.

8.3 Editorial.



8.3.1 Editorial Gallo de Oro.

8.3.2 Editorial Campana de Oro.

8.3.3 Editorial Premios Internacionales.

CAPÍTULO 9 - Presupuesto.

9.1 Presupuesto de Investigación.

9.2 Presupuesto de Diseño Gráfico.

CAPÍTULO 10 - Conclusiones.

Bibliografía.



RESUMEN

La creatividad expuesta en campañas publicitarias es galardonada a nivel global, reconociendo a las personas que han dado su genio en ello. Así es como la publicidad de las agencias ha impuesto tendencias que fueron premiadas a lo largo de la historia de la misma. Paraguay no es un excluyente en este ciclo de creatividad y premiación.

En la actualidad no se cuenta con un material que recopile la historia de la publicidad paraguaya, los galardones obtenidos desde el inicio de estos hasta la fecha, la cantidad de premios existentes y las áreas en donde las agencias lideran la obtención de ellos.

Debido a que la intención es que dicha información, una vez recopilada, sea del acceso a todo quien disponga de internet. Siendo este el medio principal de difusión en donde todo quien esté interesado en él pueda obtenerlo.

El principal soporte será la realización de un material gráfico editorial, conteniendo en este los premios obtenidos, organizaciones de cada premiación, creativos del medio y las gráficas más galardonadas. Siendo el diseño de un libro con infografías, iconografías, y la realización de una identidad para el mismo material.

El material editorial que presentaremos será en base a los galardones que se presentan en nuestro país, por cada agencia, así como también por cada categoría.

Contendrá infografías basadas en las mismas, por cada categoría y agencia, así como las premiaciones en nuestro país que son el Tatakua, campana de oro y gallo de oro.

Estas serán proveídas para su promoción al Círculo de Creativos del Paraguay para integrar la misma a su sitio web