



COLEGIATURA

VI COLOQUIO PERFIL ORIGINAL

Manuela Montoya Urreta

7mo SEMESTRE

DISEÑO PROYECTO FINAL
2021-2

MA&EIN

— PROPAGACIÓN EN LA HISTORIA —

Manuela Montoya Urreta



“¿A quién debe dirigirse la propaganda? ¿A los intelectuales o a la masa menos instruida? ¡Ella debe dirigirse siempre y únicamente a la masa!(..). La tarea de la propaganda consiste, no en instruir científicamente al individuo aislado, sino en atraer la atención de las masas sobre hechos y necesidades. ...Toda propaganda debe ser popular, y situar su nivel en el límite de las facultades de asimilación del más corto de alcances de entre aquellos a quienes se dirige(..). La facultad de asimilación de la masa es muy restringida, su entendimiento limitado; por el contrario, su falta de memoria es muy grande. Por lo tanto, toda propaganda eficaz debe limitarse a algunos puntos fuertes poco numerosos, e imponerlos a fuerza de fórmulas repetidas, por tanto tiempo como sea necesario, para que el último de los oyentes sea también capaz de captar la idea.”

Adolf Hitler, Mein Kampf (1925)

JUSTIFICACIÓN

Massen es un libro editorial que recopila seis momentos históricos de la humanidad con un factor en común: las masas. Analiza y compara cómo el poder de la palabra empieza a generar una fuerza en la sociedad y permite que los grandes dirigentes puedan propagar una misma idea, con diferentes fines, pero con un mismo resultado. En los carteles se puede identificar la capacidad de usar esta técnica a través de los años y de los conflictos con un gran éxito. Massen se divide en cuatro partes: una revisión de diversos contextos históricos, el análisis de la producción visual de una ideología, el fenómeno de la propagación en grandes masas y una comparación de tácticas de poder.

MANIFIESTO

A través de los años hemos evidenciado cómo los grandes líderes en el poder han utilizado tácticas muy similares en el momento de propagar sus ideologías. Pero, ¿en realidad somos conscientes de esta actividad hecha por el ingenio humano? Quizá todo sea una casualidad, pero se ha repetido tantas veces y con tanta exactitud que no se nos puede pasar por alto.

Las religiones, las naciones, los gobiernos, las compañías y miles de organizaciones con una cabeza en su mando tienen muchas cosas en común y la más importante es que necesitan cautivar a un público. Tienen la necesidad de generar devoción, y adoración por algo o alguien.

En la experiencia humana se da por sentado que se debe siempre seguir una fuerte idea que alguien inventó. Debemos ser conscientes de esta estrategia. Llevar a cabo esta estrategia puede ser una ventaja a quienes necesiten propagar una ideología a su favor.

Massen se crea con la finalidad de construir unos lineamientos para tener mayor eficacia al momento de querer propagar nuestra verdad y simultáneamente enseñarle a nuestro público a no cometer los errores que muchos de los líderes más reconocidos cometieron..

OBJETIVO

El objetivo de Massen es analizar y comparar el cartelismo en seis momentos de la historia para identificar las similitudes y diferencias en su línea gráfica y su tono de comunicación.

PALABRAS CLAVES

PROPAGANDA: La propaganda es el conjunto de procedimientos, métodos y técnicas por las cuales se divulga o difunde un mensaje con el objetivo de atraer seguidores a su causa o influir en el comportamiento de las personas. Es una forma de comunicación que desde la antigüedad tiene como objetivo influir en la actitud de una comunidad hacia algo. La propaganda se puede transmitir en televisión, radio, medios impresos, internet o incluso a través de carteles en las vías públicas. Todas las empresas que desean publicitar un producto o servicio deben desarrollar anuncios para llegar a los consumidores.

MANIPULACIÓN DE MASAS: Los grupos políticos, religiosos o económicos tienen entre sus objetivos el control de la masa, que es más fácil que el control del individuo. La manipulación comienza por una relación emocional, un estado en el que parece que se comparten ideas políticas, religiosas o instrumentales, intereses culturales, económicos, lúdicos o sociales. En la relación de manipulación existe una parte activa, el manipulador, y otra pasiva, el destinatario objeto de la manipulación, la masa. Pero es indispensable un tercer elemento, que es el medio.

PODER DE LA PALABRA: Las palabras tienen poder, nos ayudan a conectar con las personas, a designar y dar forma a lo que nos rodea. Sin embargo, no podemos olvidar tampoco el papel de ese diálogo interno, y de la necesidad de cuidar de esas palabras que nos decimos a nosotros mismos.

ORGANIZACIÓN: Las organizaciones son estructuras administrativas y sistemas administrativos creadas para lograr metas u objetivos con el apoyo de las propias personas, o con apoyo del talento humano o de otras características similares. Son entidades sociales que permiten la asociación de personas que interactúan entre sí para contribuir mediante sus experiencias y relaciones al logro de objetivos y metas determinadas.

MANUAL DE MARCA

LOGO PRINCIPAL

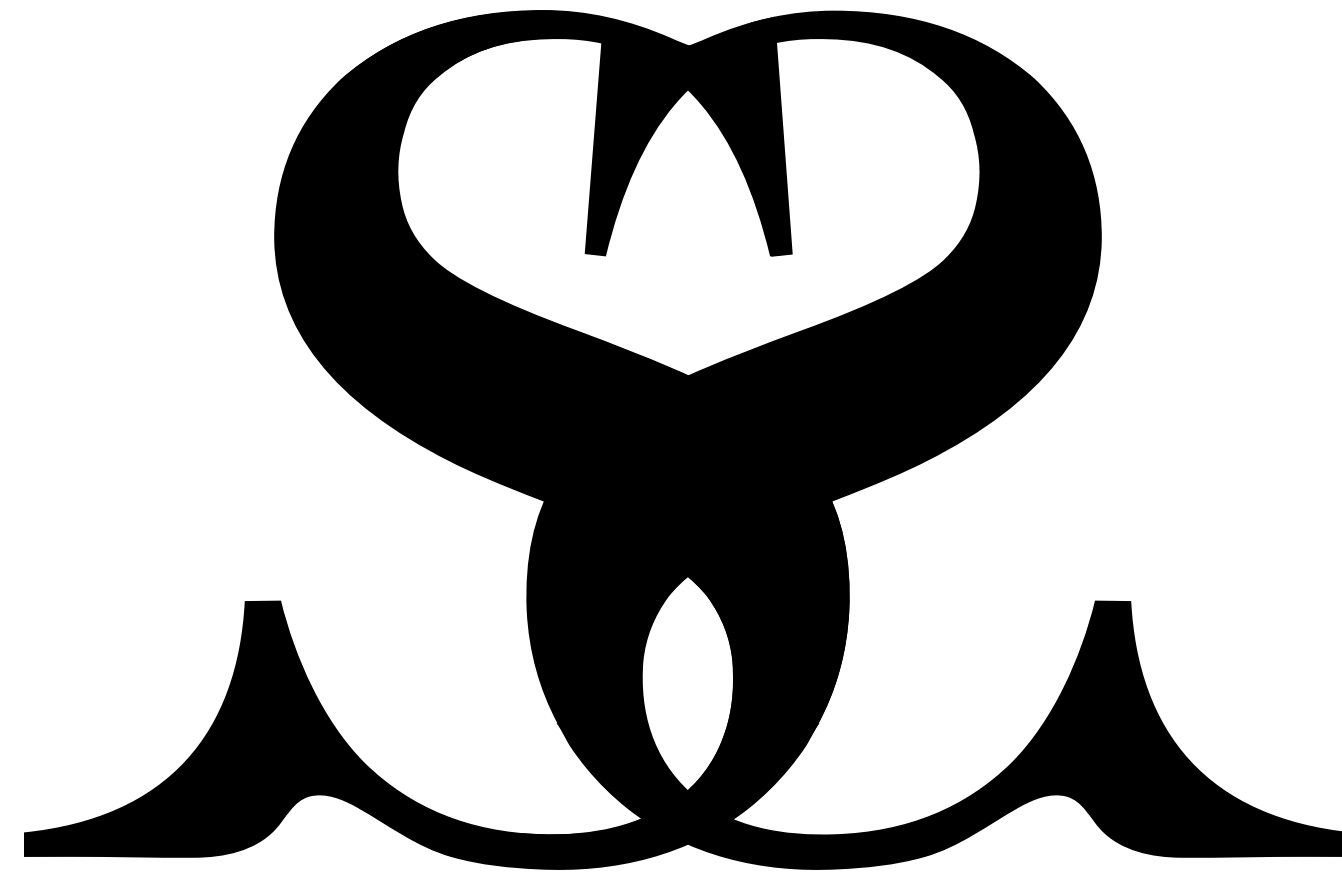
MAGGI

LOGO SECUNDARIA

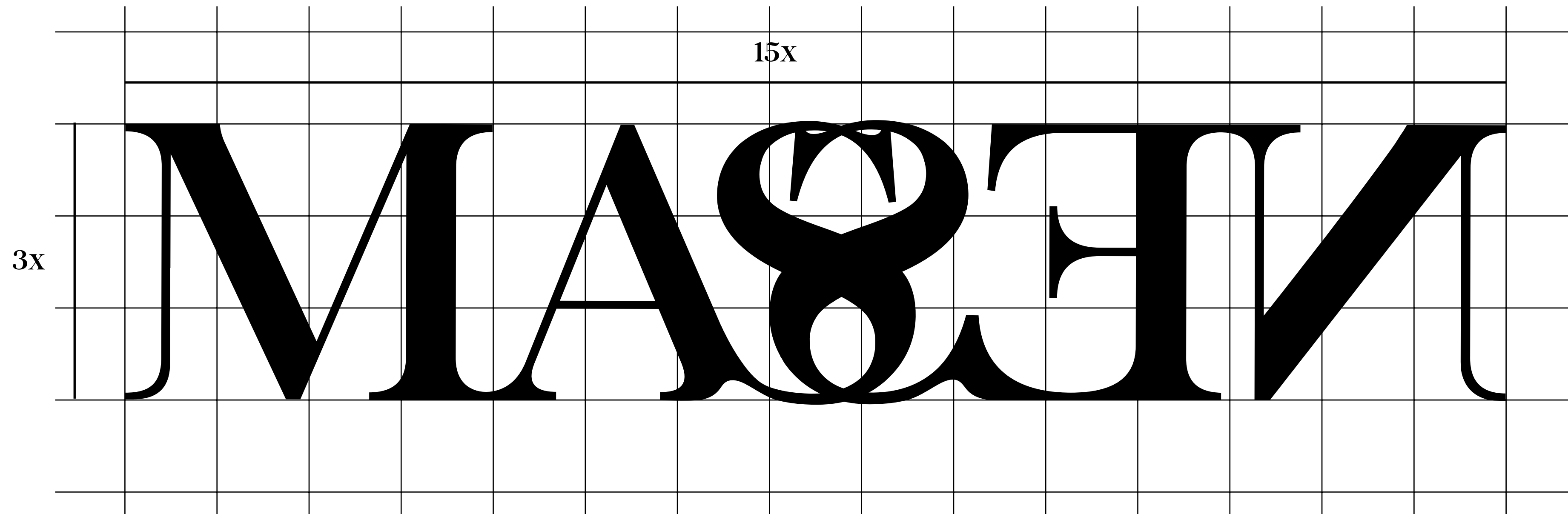
MA&EN

— PROPAGACIÓN EN LA HISTORIA —

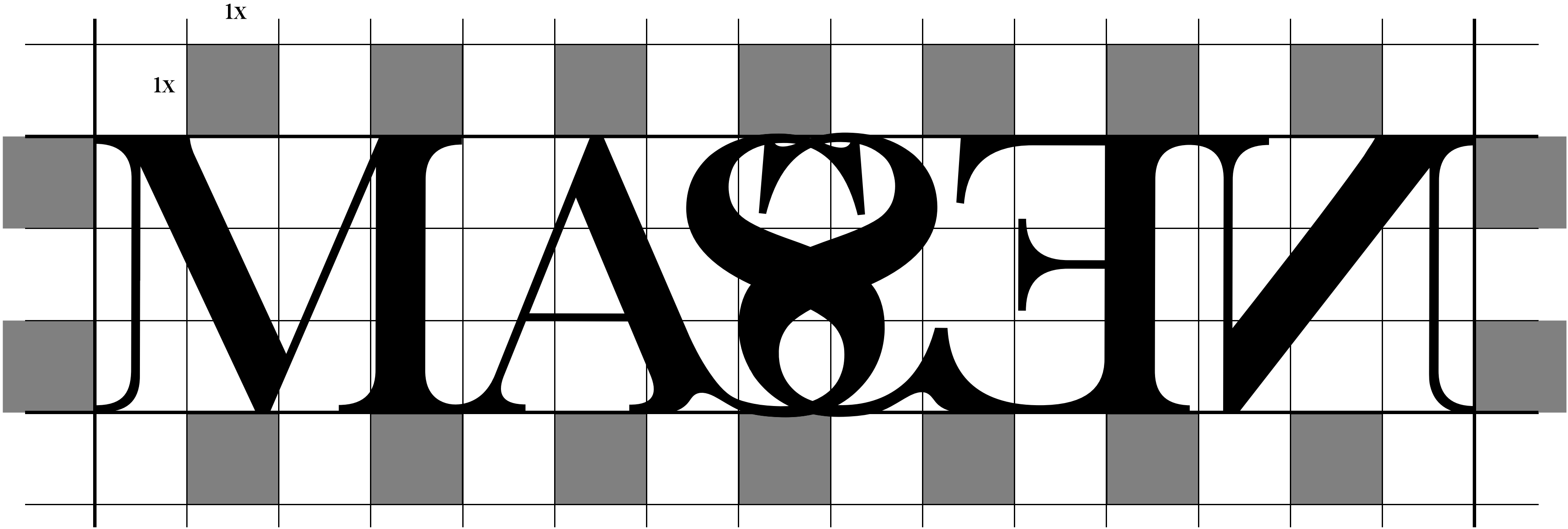
SÍMBOLO



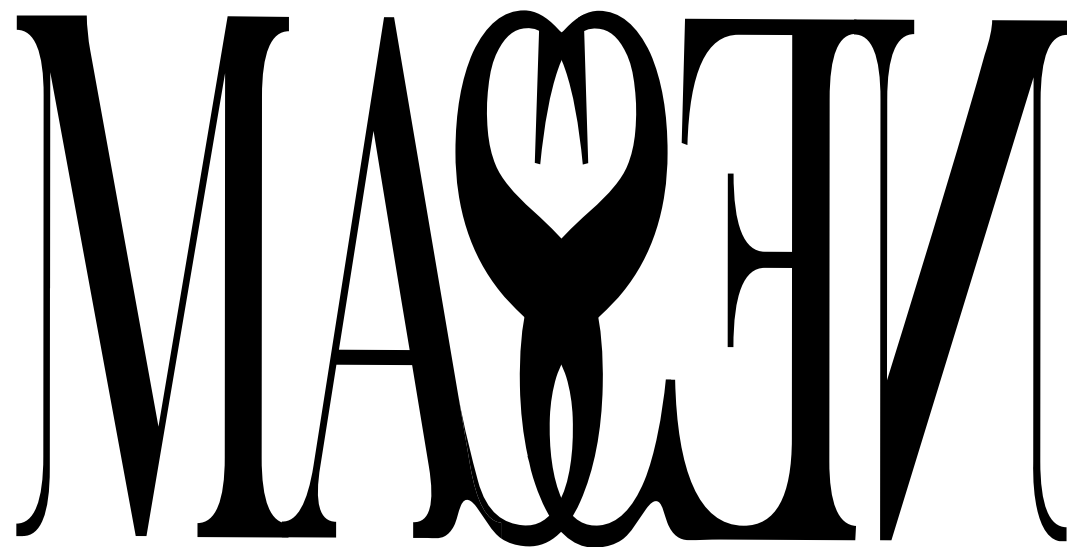
PLANIMETRÍA



ÁREA DE PROTECCIÓN



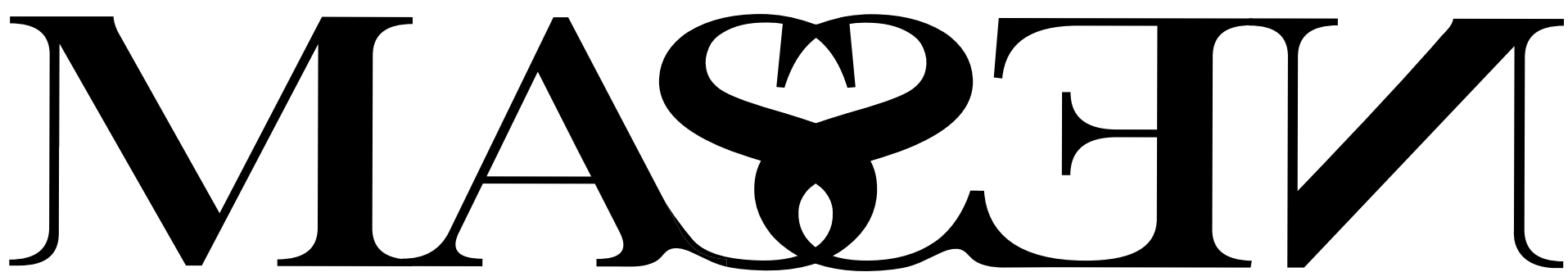
USOS INCORRECTOS



No deformar a lo ancho



No dividir la palabra



No deformar a lo largo



No separar las letras

PALETA DE COLOR



#000000



#473945



#A39391



#FFFFFF

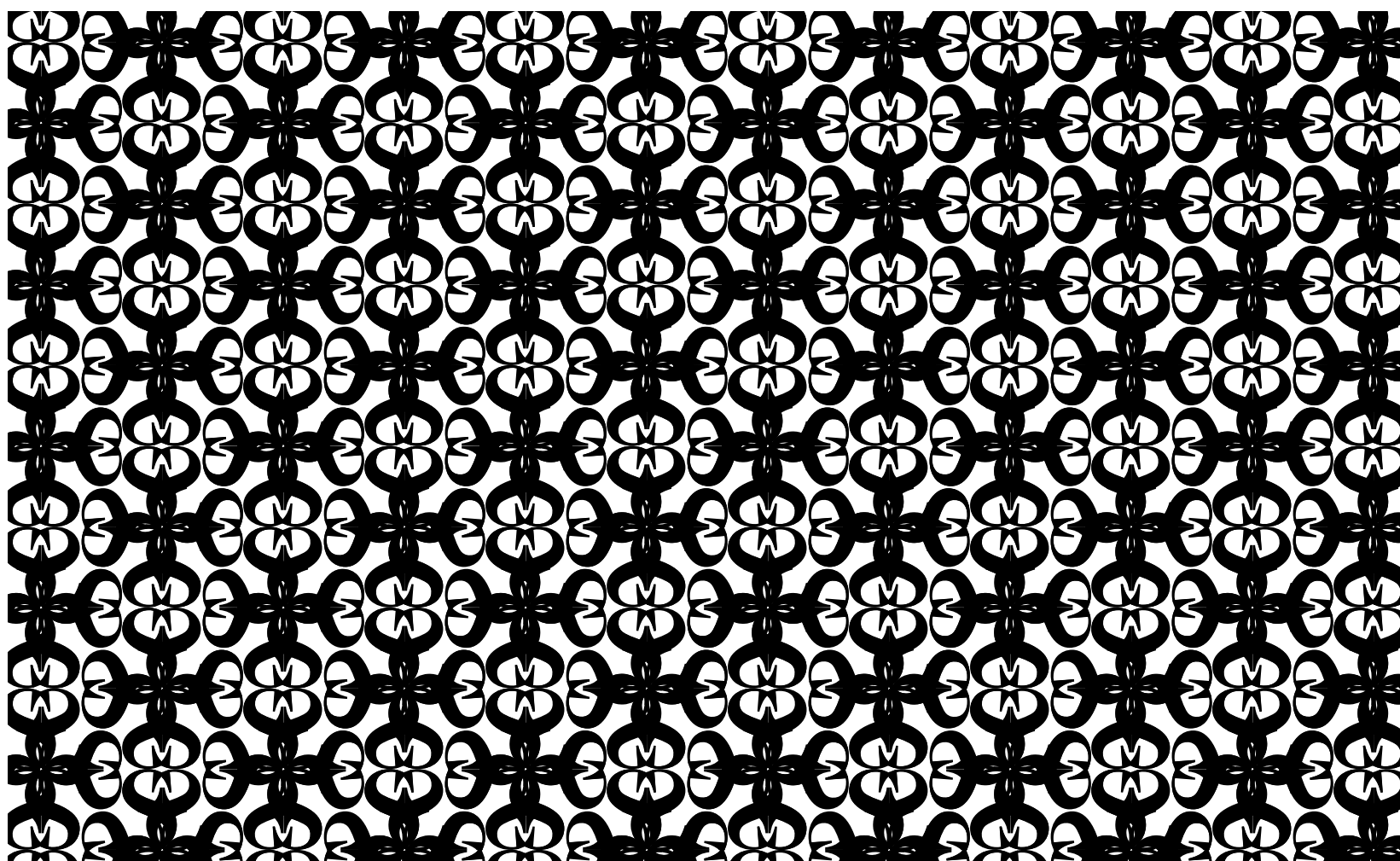
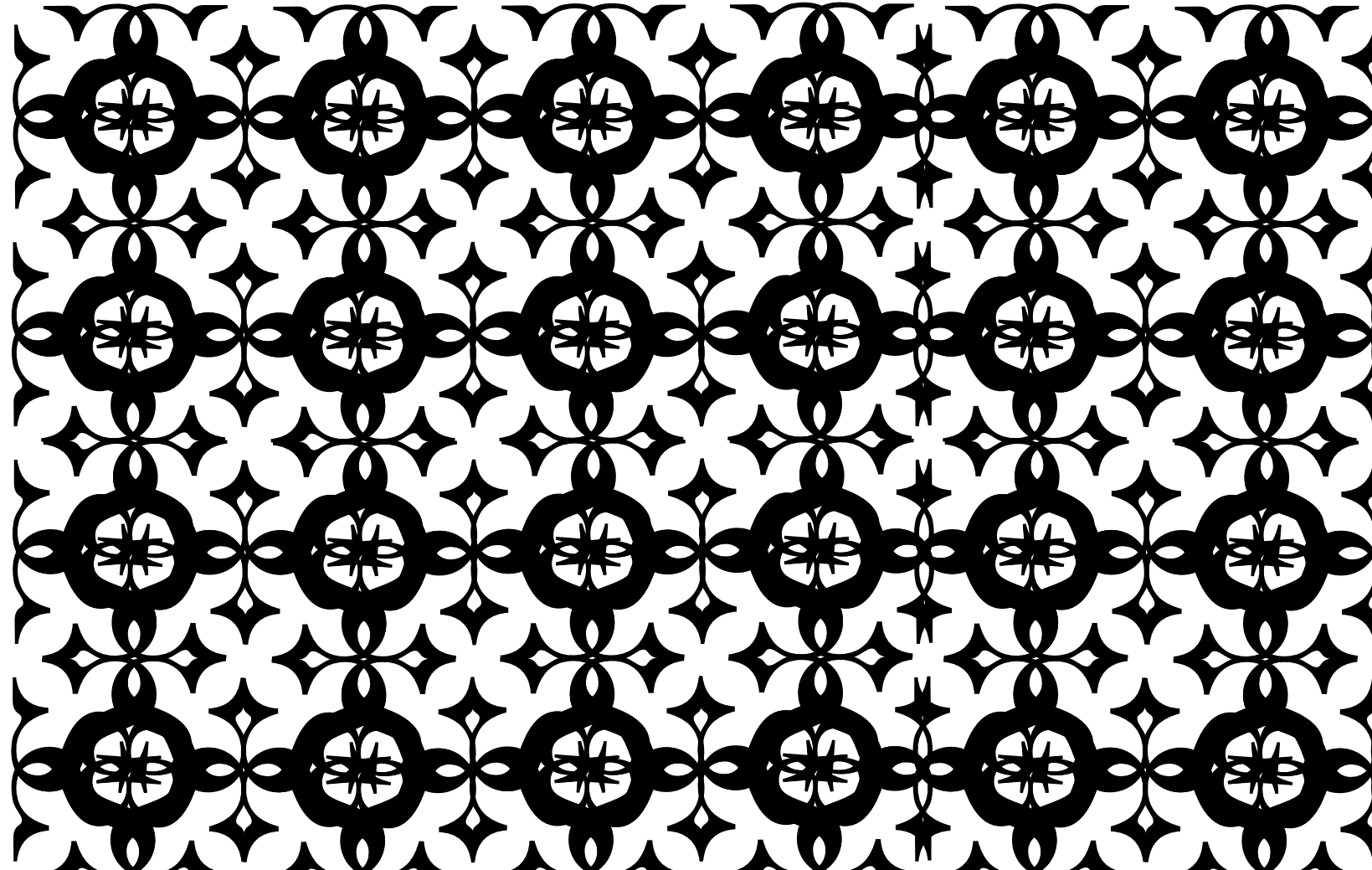
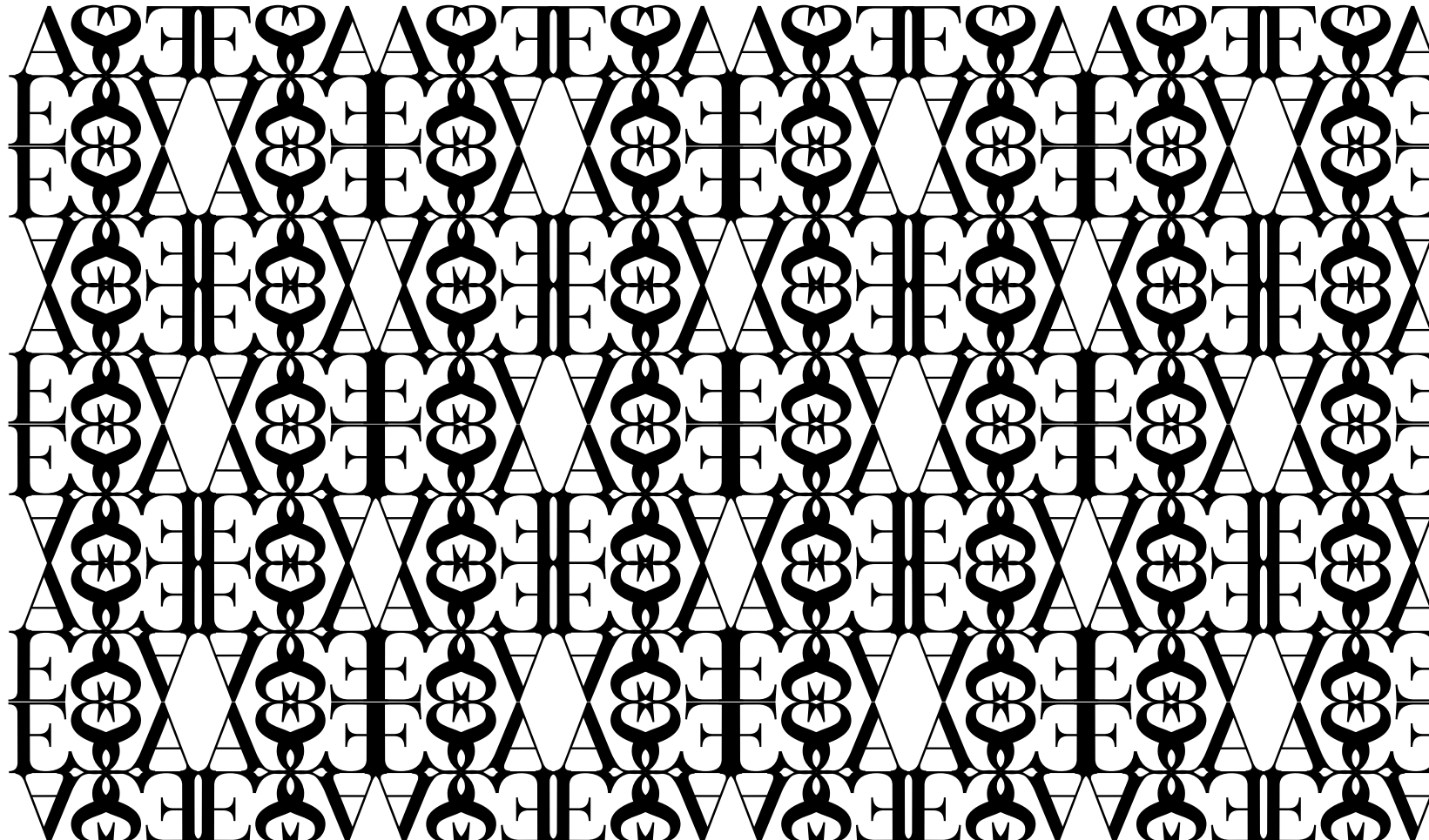
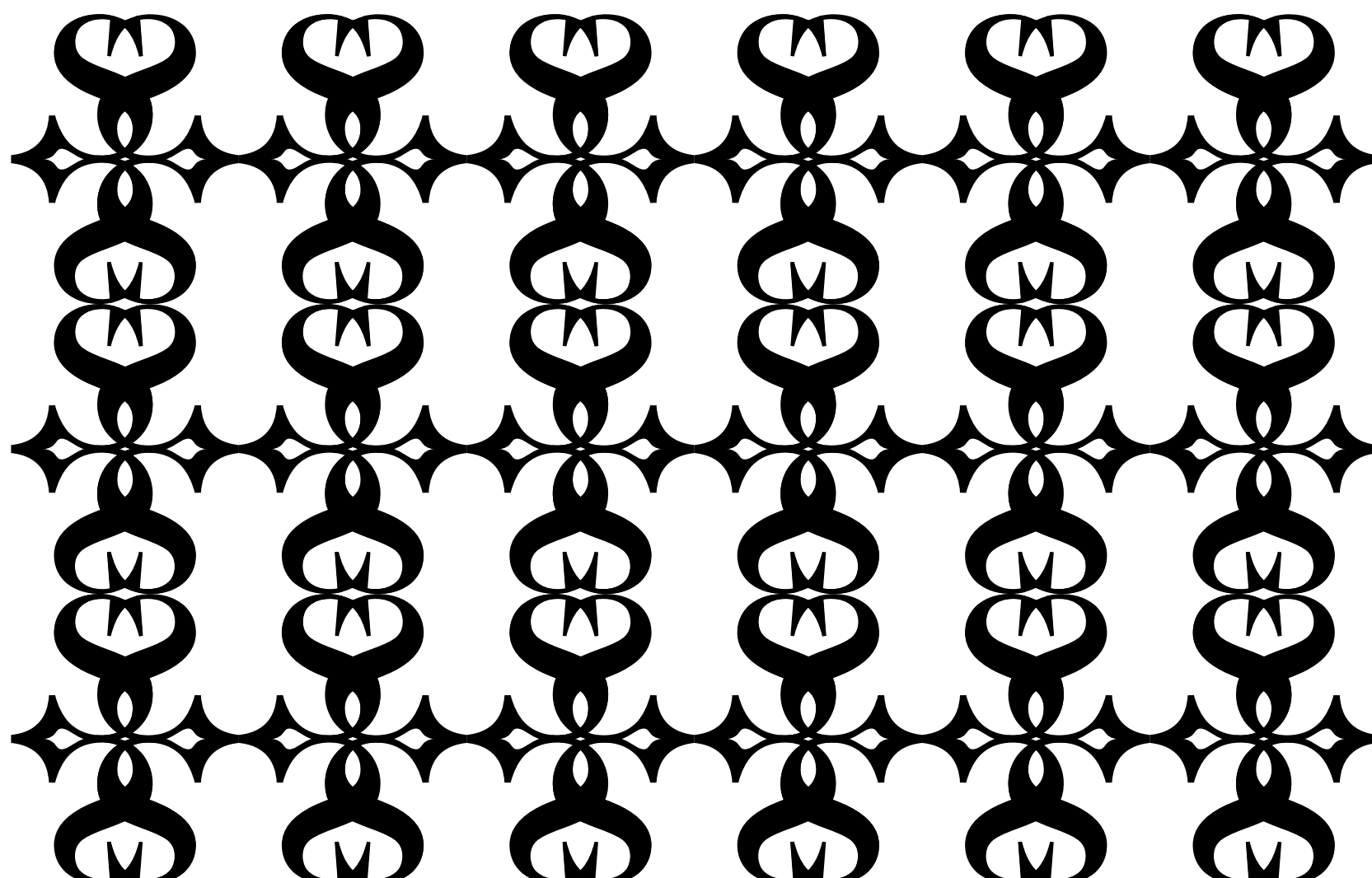
CHAPAZA

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Nn Ññ Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

EASTMAN TRIAL

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Nn Ññ Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

TEXTURA





PROPUESTA DE PROYECTO

Massen se crea como una propuesta editorial, usando el estilo collage de fotografías de nuestra historia como seres humanos.

Tiene el objetivo de comparar el cartelismo de diferentes épocas y el poder de la palabra para comprender y analizar esta forma de expresión que venimos adaptando a través de los años en nuestra sociedad y como estilo de vida.

El contexto es primordial en esta propuesta ya que se hablan de diferentes momentos, la comparación del cartelismo y el análisis del mismo nos llevan a sacar conclusiones muy enriquecedoras para el público específico de las grandes compañías.



COLEGIATURA