



Universidad **872731**
Don Vasco, A.C.

Incorporada a la Universidad
Nacional Autónoma de México

3
2Ej.

Escuela de Diseño Gráfico

*Imagen promocional
para la ciudad de
Uruapan, Michoacán*

Tesis profesional que para obtener el título de
Licenciado en Diseño Gráfico
presenta:

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Liliana Hernández Melgoza

Uruapan, Michoacán.

Junio de 1994



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



Agradecimientos

A Dios:

Por darme la vida.

A mis padres:

Por los esfuerzos y sacrificios que han realizado para que yo pudiera llegar hasta este momento tan importante.

A mis maestros:

Por la ayuda, amistad y dedicación que me han brindado.

A mi escuela:

Por haberme permitido ser una parte de ella.

Gracias.



Primera parte.

Introducción	11
Capítulo 1: Problemática y objetivos	
Problemática y objetivos	15
Capítulo 2: Marco Analítico	
Conceptos acerca del turismo	21
Antecedentes históricos de Michoacán	22
Uruapan, paraíso michoacano	24
* Historia de Uruapan	25
* En la actualidad...	26
* Artesanías	28
Capítulo 3: Marco teórico	
Antecedentes del Diseño Gráfico	31
Qué es el Diseño Gráfico?	33
El proceso de un diseño	34
La Identidad Corporativa	35
Elementos que conforman una identidad	36
* Símbolo	36
* Logotipo	36
* Logotipo sólo con nombre	37
* Logotipo con nombre y símbolo	38
* Iniciales en los logotipos	38
* Logotipos con el nombre en versión pictórica	39
* Logotipos asociativos	39
* Logotipos alusivos	40
* Logotipos abstractos	40
* El manejo de color	41
* Tipografía	41



* Empleo de retícula	42
Manual de Identidad Corporativa	43
Campaña Promocional	44
Métodos para impresión	46
* Impresión con pantalla (serigrafía o process)	46
* Litografía en offset	47
Conclusiones	49

6

Segunda parte.

Introducción	53
Capítulo 4: Aportación Gráfica	
Logotipo	57
* Bocetos preliminares	57
* Justificación del logotipo	58
* Estudio cromático	59
Manual de Imagen Turística	61
Presupuesto	121
Conclusiones	123
Bibliografía	125



*Imagen promocional
para la ciudad de
Uruapan, Michoacán*



*Primera
parte*

Introducción

El comportamiento humano de cada cultura, raza o lengua, hace que cada nación, ciudad o pueblo tenga características diversas entre sí. Es decir, que a través de la historia se van identificando en su forma de pensar, sentir y en el cómo transmitir su cultura, obteniendo ideas y creencias distintas; creando cada lugar una *imagen* propia.

México es un país con abundantes riquezas tanto históricas, culturales, artesanales, así como de recursos naturales. Sin embargo, entre sus distintos "pueblos" cada uno tiene rasgos peculiares; pero que necesitan tener una imagen bien definida siendo de suma importancia la colaboración de un *Diseñador Gráfico* que con sus conocimientos, aptitudes y habilidades, ayude a destacar las características de cada lugar, aprovechando sus dones, sus artesanías, su cultura, folklore y sus bellezas naturales para que sean un enriquecimiento e identificación para sus visitantes.

Para establecer una *imagen promocional* de cualquier entidad, el diseñador gráfico recopila todos los recursos posibles, los clasifica seleccionando los más característicos de un lugar; valiéndose de los medios gráficos y de comunicación para su elaboración por medio del logotipo, slogan, etc., siendo éstos aplicados en infinidad de medios impresos.

Por la importancia que tiene el impulsar un lugar para que la gente de otras entidades la identifique, es necesario una *imagen promocional de la ciudad de Uruapan, Michoacán*; la cual es la segunda en importancia de su Estado, y que a la vez cuenta con una gran variedad de recursos naturales, artesanales y culturales de gran interés para el turista.

Se pretende que Uruapan tenga su propia imagen turística, hacer de ella una ciudad reconocida, promoviendo el turismo, el comercio, que conozcan sus grandes bellezas y logre tener prestigio a nivel nacional e internacional pues posee suficientes bienes para lograrlo.



Capítulo 1



Problemática y objetivos

Problemática y objetivos



Folklore michoacano: la danza de los viejitos.

El estado de *Michoacán* es apasionante por sus paisajes, folklore, cultura, historia, artesanías y, sobre todo, por su gente. Michoacán significa "*País de Pescadores*", ya que era la actividad a la que se dedicaban sus primeros habitantes.

En el Estado se dan todos los climas, desde la costa cálida con vegetación tropical hasta la sierra áspera. Cuenta con hermosos ríos y lagos haciéndolo rico por sus bellos paisajes.

Los purépechas, originales pobladores, fueron grandes artesanos que con su habilidad asombraron a los españoles que pudieron ver su desarrollo en la metalurgia del cobre, el esplendor del arte plumario, el laborioso tallado de madera, etc., haciéndolo famoso por sus lacas, guitarras, tejidos, bordados y deshilados, muebles, diferentes tipos de cerámica; que en cada región tiene rasgos peculiares.

Los pobladores de Michoacán conservan sus tradiciones, no sólo sus festividades paganas y religiosas de alegre colorido, sino también sus deliciosos platillos regionales. Algunos de los michoacanos mantienen su lengua natal, el tarasco o purépecha; que forma parte del atractivo del estado. Se dice que Michoacán es como un país en miniatura, ya que tiene de todo, sólo necesita cuidarlo.

La segunda ciudad del Estado en importancia es *Uruapan*, "*Paraíso de Michoacán*". El nombre de Uruapan ha causado muchas controversias en cuanto a su significado. Unos dicen que proviene de Uruapi, que se traduce como "*floreecer y fructificar de una planta al mismo tiempo*". Una segunda traducción es del vocablo Urani que quiere decir, en lengua tarasca, "*jícara*", haciendo referencia a uno de las artesanías tradicionales que elaboran desde tiempos prehispánicos. Otros, que se deriva de la palabra Urata, nombre de una fruta conocida como "*chirimoya*", ya que cuentan que en ésta región había muchos árboles de la misma.

Actualmente, a Uruapan se le ha bautizado con el nombre de "*La Perla del Cupatitzio*". Cupatitzio es el nombre que recibe el río que nace, como producto de las filtraciones y manantiales que llegan de la sierra, en la ciudad.

Uruapan es una tierra privilegiada que posee bellezas naturales, artesanías, arquitectura colonial, tradiciones, folklore, comida típica y restos arqueológicos que



Rincón del Parque Nacional Eduardo Ruíz.

nos muestran su grandeza cultural.

Dentro de los atractivos que se pueden disfrutar se ubica el *Parque Nacional "Eduardo Ruíz"*, en donde se podrá disfrutar de una exuberante y maravillosa vegetación en todas las tonalidades de verde. Aquí la naturaleza se encuentra siempre viva, contando con numerosas especies semitropicales. En éste lugar se encuentra el manantial llamado "La Rodilla del Diablo" de donde nace el *río Cupatitzio*; ya antes mencionado, el cual da motivo a innumerables cascadas como la de El Gólgota, Flor de lluvia y la famosísima *Tzaráracia*, que significa "cedazo".



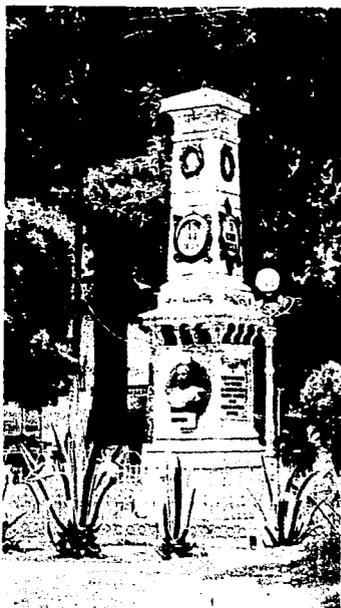
La *Tzaráracia*.

La Huatapera, construcción rústica de influencia plateresco mudejar, fué uno de los primeros hospitales de indios de América, construido en 1533. Hoy está dedicado al Museo de Artesanías.



La *Huatapera*.

En cuanto a *artesanías*, Uruapan es conocido internacionalmente por el uso del "maque" en bateas y jicaras; en su mayoría de forma redonda y de todos tamaños, desde minuatras hasta grandes proporciones.



Jardín Principal: Monumento a los Mártires de Uruapan.

Como muestra de sus *monumentos históricos* está, entre otros, el dedicado a los Mártires de Uruapan, a Don José Ma. Morelos y a Fray Juan de San Miguel.

Las *fiestas populares* forman parte de las tradiciones uruapenses, llenando de alegría, colorido y folklore sus corazones. La mayoría son encabezados por los habitantes de los diferentes barrios que forman la ciudad. Entre las más importantes están, además de las fiestas patronales: La Feria del Aguacate, el Domingo de Ramos con un tianguis artesanal, exposición de trajes regionales y de comida típica; el aniversario funesto de los Mártires de Uruapan y la fiesta en honor a la Virgen de Guadalupe.

Todo lo mencionado anteriormente forma parte de los atractivos, cultura y tradiciones de Uruapan, Mich.

Desgraciadamente algunos de éstos recursos se han ido perdiendo. Actualmente, el manantial de la rodilla del diablo se ha ido secando provocando que del río Cupatitzio ya no corra abundante agua, las fuentes y cascadas han disminuído su corriente. Al parque le faltan visitantes que lo

ayuden a mantenerse vivo y alegre.

Las artesanías presentan casi siempre flores multicolores con adornos en color oro que el artífice copia de la naturaleza. Podrían convertirse en arte si se educasen debidamente y tuvieran mayor amplitud de miras, presentando más variedad en sus dibujos.



Sensibilidad y paciencia del artesano.

Los habitantes le van restando importancia a las festividades, al folklore y a las tradiciones de su propia ciudad. Sus residentes carecen de la suficiente motivación, preocupación



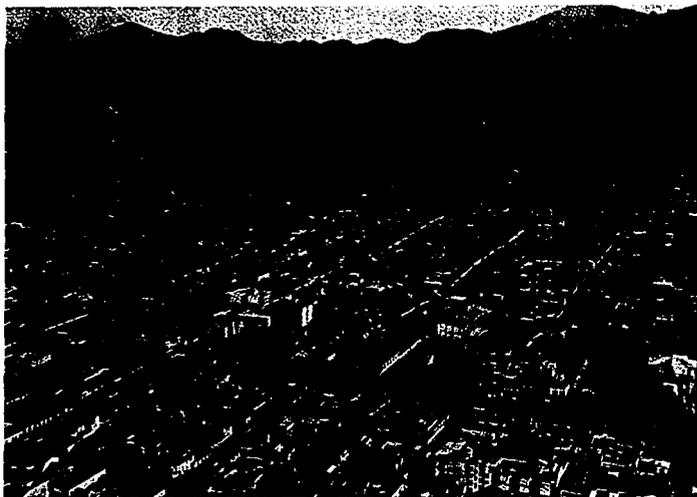
por conservar sus riquezas, costumbres y tradiciones que han ayudado a que Uruapan sea importante.

El *turismo* es un factor trascendente, valioso y significativo para Uruapan; de él depende, en parte, que esta ciudad se desarrolle y salga adelante en todos los aspectos.

El impulso que proporcionan los visitantes a una ciudad ayuda no sólo a

mejorar el nivel económico, social, cultural, sino también motiva a los artesanos a desarrollar su creatividad.

Para incrementar el turismo se percibe la necesidad de que Uruapan unifique sus características peculiares, resaltando sus rasgos propios que lo hacen ser un lugar único en la República Mexicana. Esto se obtendrá, entre otras cosas, mediante la elaboración de una *Imagen Promocional de ésta ciudad*, ayudándole a ser un punto de interés para el viajero; ya que el turismo es generador de empleos, atrayendo inversiones y como consecuencia deja divisas que sirven para el desarrollo de la región, logrando que vuelva a ser atractiva, interesante y representativa, pues cuenta con los recursos turísticos suficientes para cautivar a los visitantes.





Capítulo 2



Marco Analítico

Conceptos acerca del turismo



Turistas admirando los monumentos de Leningrado.

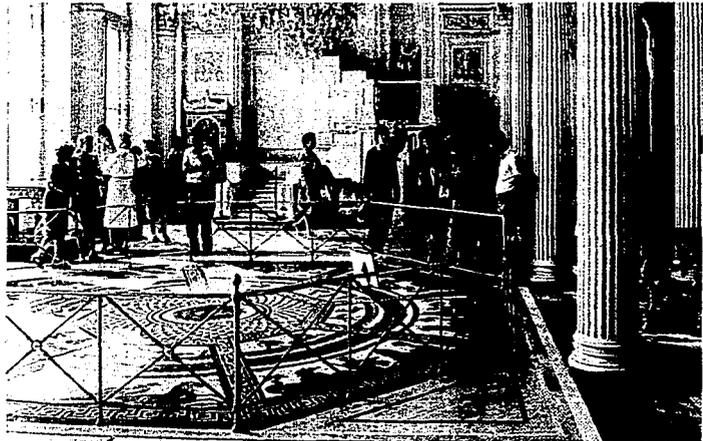
Turismo es una palabra inglesa que proviene del vocablo *tour* que significa "viaje o excursión circular". A su vez, *tour* se deriva del latín *tornus* que quiere decir *torno*; dándonos la idea de viaje circular y de regreso al punto de partida.

Por lo tanto, el turista es una persona que se traslada temporalmente a un lugar y regresa a su residencia permanente.

La palabra *turismo* es la afición a viajar por gusto de recorrer una ciudad, estado, país. Es una de las actividades más importantes de un país, pues contribuye al desarrollo tanto social como regional de un lugar.

El turista no exige nada material de aquél, solamente la admiración y el interés por sus bellezas naturales y artísticas, con la finalidad, en algunos casos, de lograr su distracción y descanso recreativo.

Para que un pueblo, ciudad, estado o país sea promovido y atraído, necesita contar con recursos, ya sean naturales o socioculturales para motivar a los visitantes.



Turistas admirando las bellezas de un lugar.

Antecedentes históricos de Michoacán



22

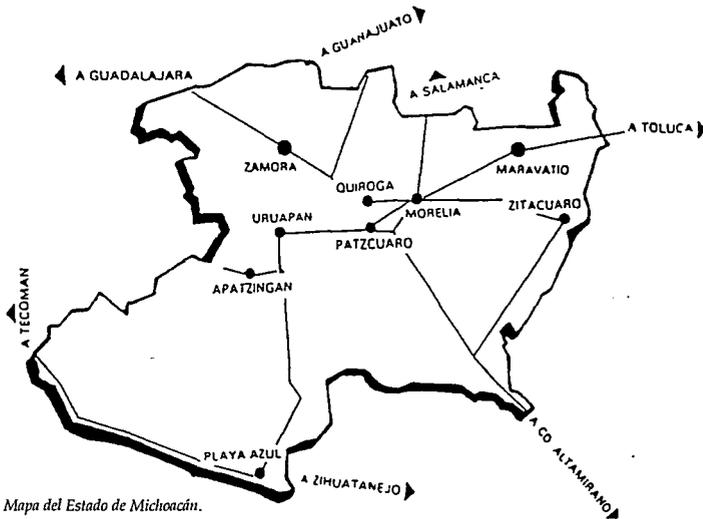
Ubicación geográfica del Edo. de Michoacán.

El territorio michoacano se encuentra situado en el oeste mexicano, sus coordenadas extremas son 17 56' y 20 23' de longitud norte y 100 03' de longitud oeste. Tiene una superficie de 59, 864 kilómetros cuadrados que forman el 3.1% de la superficie total de la república Mexicana. Limita al norte, con Jalisco y Guanajuato; al sur, con el estado de Guerrero y el Océano Pacífico; por el este, con los estados de México y de Querétaro y al oeste con Jalisco y Colima.

La *etapa histórica* de Michoacán se inicia con la llegada de un grupo conquistador que se denominaban "vacúsechas o águilas", "purépechas o guanáxeos". Ellos iniciaron el desarrollo militar y político que conocieron los europeos durante la conquista. Se han localizado abundantes restos arqueológicos que no han sido estudiados, siendo el único el lienzo de Jucutacato, documento más antiguo para el estudio de la historia de michoacán.



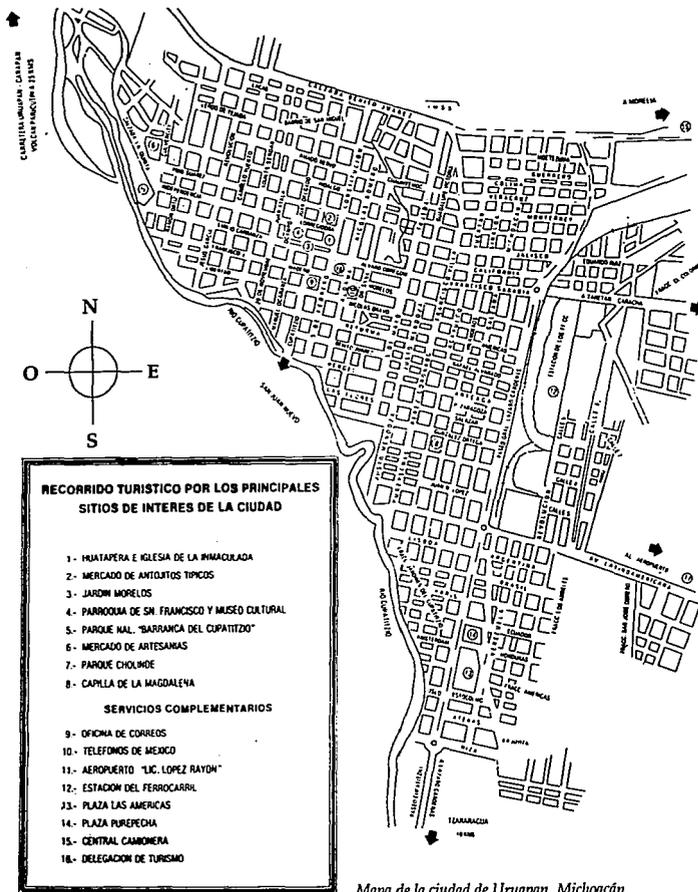
La conquista de Michoacán



Mapa del Estado de Michoacán.

Uruapan, paraíso michoacano

24



Mapa de la ciudad de Uruapan, Michoacán.

Entre las principales ciudades con que cuenta el estado de Michoacán, tenemos la ciudad de **Uruapan**, lugar de vida y belleza natural.

La ciudad de Uruapan está situada en la Sierra Central de Michoacán, en la vertiente sur de la Meseta Tarasca; en las coordenadas 19 25' de longitud norte y 102 04' de longitud oeste, a una altura de 1,600 m. sobre el nivel del mar. Su *extensión territorial* es de 830.28 kilómetros cuadrados y representa el 1.39% del total del estado. Limita al Norte con Charapan, Paracho y Nahuatzen; al Sur con Gabriel Zamora; al Este con Tingambato, Ziracuaretiro y Taretan; y al Oeste con Nvo. Parangaricutiro, Peribán y los Reyes.

Su *hidrografía* está constituida por el río Cupatitzio; las presas Caltzontzin, Salto Escondido y Cupatitzio; además por la cascada conocida como La Tzaráraca.

Su *clima* es templado y semitropical con lluvias en verano. Tiene una precipitación pluvial anual de 1,759.3 milímetros cúbicos y temperaturas que oscilan de 8.0 a 37.5 C.

El *suelo* de Uruapan es muy fértil, su uso es primordialmente forestal y en menor proporción agrícola y ganadera.



Principal producción agrícola: el aguacate.

La superficie ejidal ocupa una extensión mayoritaria; la propiedad comunal representa el segundo lugar y la pequeña propiedad cubre un 20% del total de la superficie. Se siembra principalmente el *aguacate*, por lo que es conocida la ciudad internacionalmente, denominándose a Uruapan como la "*Capital Aguacatera del Mundo*".

Historia de Uruapan

Al parecer, Uruapan estuvo habitado antes de que los tarascos invadieran el territorio michoacano. En la época de desarrollo del imperio tarasco, ésta ciudad fue el centro de uno de los cacicazgos o señoríos en que estaba dividido el reino prehispánico.

Tras el temor de los españoles, muchos indígenas se habían dispersado, siendo ésta una misión de Fray Juan de San Miguel, brindándoles confianza para que regresaran a su pueblo. Fundando Uruapan en 1533. Formó con ellos algunos centros de población llamados barrios, formando nueve de ellos y cada uno bajo la protección de un Santo patrono: San Miguel, San Francisco, La Magdalena, La trinidad, San Juan Evangelista, San



Capilla del barrio de Santiago.

Pedro, Santiago, Los Reyes (actualmente Los Riyitos) y San Juan Bautista. Cada barrio tenía sus tierras de comunidad y cada vecino un lote dentro del casco de la población. Cuando unos vecinos eran visitados por otros, éstos llevaban las "canacuas" (coronas) con ofrendas de flores, frutas, panes, tamales y atole. Se reunían en la Huatapera, casa comunal y hospital, en donde prestaban los servicios a los



Monumento a los "Mártires de Uruapan".

indígenas en instrucción religiosa, educación, atención médica y elaboración de artes manuales, siendo iniciada por Don Vasco de Quiroga.

Al iniciarse 1815, el general Morelos dispuso que el poder Ejecutivo y el Congreso se trasladaran a Uruapan; durando muy poco tiempo aquí.

Al término de la guerra en 1821, la ciudad tenía un aspecto triste, pues varias veces fue quemado, saqueado y destruido. En la época de la reforma, por su lealtad a las ideas liberales, el gobierno del general Epitacio Huerta le asignó en 1858, el rango de ciudad, quitándole el nombre del Santo patrono y agregándole, poco después el epíteto "del Progreso". Quedando actualmente como "*Uruapan del Progreso*".

Después de varios intentos de ser tomada la plaza por los republicanos, en octubre de 1865 se adueñó de ella el general imperialista Ramón Méndez. Tras una serie de marchas forzadas aprendió a los generales Arteaga y Salazar; a los coroneles Jesús Díaz y Villagómez en Santa Ana Amatlán. El 21 de octubre de ese año fueron pasados por las armas. Soldados de la República que dieron sus vidas en defensa de la "libertad", actualmente forman parte de nuestros Mártires de Uruapan.

En la Actualidad...

Paraiso michoacano ha sido uno de los tantos nombres que se ha bautizado este vergel, puesto que es una tierra de muchos privilegios. Bellezas naturales que forman parte de un resplandeciente paisaje. Además, podemos disfrutar de sus grandes *atractivos* con que cuenta, como el *Parque Nacional "Eduardo Ruíz"*, en el cual nace el manantial conocido como *La Rodilla del Diablo* y dando origen al famoso río que canta, *Cupatitzio*. De él se desembocan numerosas cascadas. También podemos gozar de una exuberante vegetación así como de una gran variedad de *fuentes*, haciéndolo un lugar acogedor e inigualable.



Cupatitzio, "el río que canta".



Parroquia de S. Francisco, arquitectura monumental.



Pintor, inspirado por la belleza natural.

Importantes monumentos se pueden admirar en ésta ciudad. La Huatapera, construcción de influencia mudejar plateresca, actualmente designada como Museo de Artes; el Santuario de la Inmaculada Concepción; Parroquia y conventos franciscanos del siglo XVI; algunas capillas como la de San Juan Bautista y la de San Francisco, forman parte de la *arquitectura monumental* de éste lugar. Como muestra de su *historia*, tenemos el monumento a los Mártires de Uruapan, a Don José Ma. Morelos, al general Lázaro Cárdenas, a Don Benito Juárez, a Fray Juan de San Miguel, a Melchor Ocampo y a Don Vasco de Quiroga.

Podemos apreciar, además, distintas *obras de arte* realizadas por pintores michoacanos: en el Hospital Civil Dr. Jesús Silva, la obra de Alfredo Salce; en el Parque Nacional, la obra de Manuel Pérez Coronado; en la Huatapera diversas obras; en la Iglesia de Cristo Rey, la obra de Francisco Centeno y en la Iglesia de San Francisco se localiza un relieve en madera y cedro.

Las *fiestas populares* forman parte del folklore, tradiciones y costumbres, siendo más importantes las que se realizan en honor al Santo patrono.



Folklore, los danzantes de "los negritos".

El *traje típico* es portado aún por algunas mujeres indígenas y consta de un rollo de algodón negro plisado como falda y encima un mandil de color llamativo con encajes, una faja con flores tejidas, uanengo blanco (blusa) deshilado con flores tejidas o grecas tejidas de gran colorido y rebozo negro con líneas delgadas de color azul. Todas éstas tradiciones y costumbres que aún se conservan hacen de Uruapan un lugar incomparable.



Las lacas, verdaderas obras de arte.

Su *gastronomía* es una delicia. Los guisados tradicionales son hechos a base de maíz, como el pozole, las corundas, los tamales y el churipo, entre otros. Pudiendo saborearlos en el Mercado de Antojitos de la ciudad.

Artesanías

Debido a la abundante riqueza forestal con que cuenta esta región, desde épocas muy remotas, en Uruapan es una *tradicón* la elaboración de cubiertas de mesa, jícaras y sobre todo, *bateas*, todas ellas de madera, decoradas con la técnica prehispánica del "maque".

Al establecerse los indios en estas tierras, en tiempos remotos,

comenzaron a dedicarse a la fábrica y pinturas de las jícaras, principalmente bateas. El clima y los paisajes de este bello lugar inspiraron a los artesífes en su *decorado*, ya que sus dibujos presentan casi siempre *flores de gran colorido* que aquel artista copió de la naturaleza.

Las bateas presentan una gran variedad de tamaños, desde unas delicadas miniaturas, hasta unas de 70 centímetros aproximadamente de diámetro o más grandes. En su mayoría son redondas pero elaboran también rectangulares.

La elaboración de artesanías es una de las más importantes actividades características de los indígenas purépechas, haciéndolos uno de los atractivos principales para Uruapan, Michoacán.

Actualmente el consumo de éstas artesanías ha ido disminuyendo, es notorio porque los artesífes han perdido un poco el interés por las mismas, ya que actualmente no se han vendido como ellos quisieran, necesitan ser impulsadas y promovidas. Esto se tomará en cuenta en la elaboración de la *Imagen Promocional de ésta ciudad*, ya que son una verdadera riqueza artesanal.



Las famosas bateas.



Capítulo 3



Marco teórico

Antecedentes del Diseño Gráfico



Los primeros intentos de graficar.

+ 6 X H C 7 X

1 500 a.c. alfabeto fenicio



Se dice que el término de Diseño Gráfico fué asignado por William Addison Dwiggins en 1922. Pero es un hecho que ya había rasgos desde tiempos remotos, ya que el hombre, desde sus inicios, ha tenido la necesidad de comunicarse con los demás. Su primer requerimiento fue la palabra oral junto con las creaciones de símbolos para representar sus actividades. Conforme se fueron haciendo agrupaciones o comunidades pequeñas, el hombre tenía distintas actividades, entre ellas la elaboración de artesanías en donde el Diseño Gráfico en una vasija u otro objeto ya era evidente y necesario. Posteriormente, la creación que hicieron los fenicios para representar gráficamente el lenguaje hablado por medio de símbolos formando un alfabeto que fue ideado durante el segundo milenio a.C. Así, el uso del diseño fue haciéndose algo importante y trascendental, que tenía la necesidad de organizar, como principio, correctamente el uso de la palabra y del material creado, siendo una herramienta importante. Cada cultura tenía su forma de organizar su sistema de escritura, en la cual revelaban el manejo de un cuadrículado elemental para el ordenamiento de una página y poder facilitar la comunicación.

Fue, sin duda, un paso importante la invención que hizo Gutenberg con su imprenta mecánica de tipos móviles, a mediados del siglo XV; pudiéndose diseñar libros y folletos en grandes cantidades. Pero fue hasta el siglo XIX cuando las cantidades de material impreso aumentó de manera increíble, gracias a la Revolución Industrial y a la aparición de la litografía.

En 1884 el artista y escritor socialista William Morris fundó el movimiento de Artes y Oficios, de la cual se dice que proviene el Diseño Gráfico actual. Sus ideas fueron aplicadas en la producción e impresión de libros, papel tapiz, telas y mobiliario. En 1890, en Inglaterra, fundó la Prensa Kelmscott para mejorar la impresión y el diseño de libros. El diseño estaba influido por las cualidades de la ornamentación medieval y por formas vegetales.

Dentro de este movimiento modernista y como uno de sus primeros seguidores fue el pintor francés Henri de Toulouse - Lautrec, quien dió una gran influencia en la elaboración del cartel moderno, sus temas eran inspirados, principalmente, por la vida nocturna de París. Toulouse - Lautrec sabía que el cartel era un medio por el cual tenía comunicación con su mundo exterior.



Una de las grandes influencias en el diseño contemporáneo fue la escuela de la Bauhaus, establecida en Weimar inmediatamente después de la Primera Guerra Mundial en 1919 y bajo la dirección del arquitecto, diseñador y maestro Walter Gropius. La Bauhaus introdujo los principios fundamentales para casi todos los aspectos del diseño en el siglo actual, como son el uso, manejo y organización del texto en cuerpo y densidad.

La vanguardia del Diseño Gráfico tuvo gran aceptación en Estados Unidos y de donde surgieron nuevos estilos. Los problemas de tipo social dieron pie a la elaboración de carteles de protesta contra la guerra, la represión, etc. En los años sesentas se desarrollaron con más relevancia los elementos simbólicos. Actualmente las limitaciones se han ido ampliando gracias a la avanzada tecnología, se pueden cubrir las necesidades que tiene la sociedad. La era de los programas de diseño por computadora, impresoras láser, etc. son sólo una herramienta nueva a utilizar pero no implica que van a sustituir de hecho al desarrollo de un diseño.

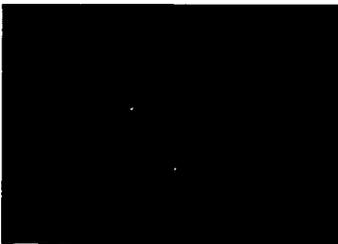
¿Qué es el Diseño Gráfico?

Un diseñador tiene como función el solucionar problemas de comunicación relacionados a productos, conceptos, imágenes, organizaciones, y que estos se presenten de forma original y precisa. La mayoría de las veces se hace una comparación de elementos elegidos y dispuestos con mucho cuidado, y que se van mejorando a través de las muchas etapas en que se desarrolla. Tiene como objetivo el de comunicar un mensaje por medio de la organización de palabras, figuras e imágenes.

El Diseñador Gráfico es, simplemente, un intermediario que transmite un mensaje del cliente al consumidor. Y que para que su trabajo esté bien elaborado, debe saber y aplicar todos sus conocimientos, los medios de producción gráfica que existen, diferentes técnicas, etc.

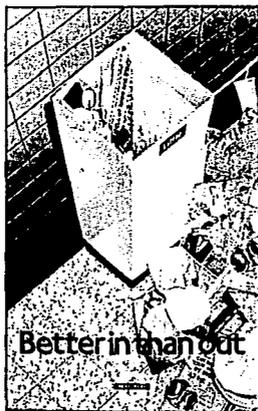
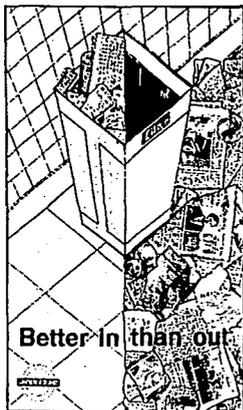
Su campo de acción es tan diverso que se requiere un amplio conocimiento de los mismo, ya que de él dependen los gráficos en la cerámica, los textiles, la heráldica, rotulación, fotografía y también dentro de las relaciones públicas con autoridades, organizaciones turísticas, organizaciones de beneficencia. En áreas de actividades como el diseño editorial y discográfico.

El diseño de envases y embalajes juega también un papel muy importante. Es entendible que tiene un campo de trabajo muy amplio, éstos están desde los más evidentes como anuncios, carteles, elaboración de logotipos, papelería en general, diseño de mapas, sellos, etc. hasta los más complejos y que requieren de gran estudio como las identidades corporativas, manuales para la misma, elaboración de imágenes promocionales para alguna ciudad o nación, diseño de marcas, sistemas de señalización, etc. Así como también saber y conocer las diferentes técnicas de impresión que se pueden utilizar para llevar a cabo la realización de éstos.



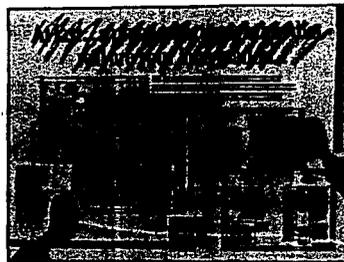
El Proceso de un Diseño

34



Todo diseño tiene que pasar por diferentes etapas hasta que se forma la idea original de manera gráfica. Los factores varían dependiendo de la intensidad que se tenga.

Una vez que el cliente se haya decidido a mandar a hacer un trabajo, el primer paso es en una breve entrevista entre el diseñador y el cliente en donde se determinará el esbozo de lo que se quiere, junto con un presupuesto tentativo y el plazo de tiempo en que se va a realizar. Después de haber decidido los detalles preliminares, el diseñador realiza diferentes opciones, que pueden ser desde un esbozo muy simple, hasta un boceto bien realizado. Este debe contener la rotulación (si es que la hay) y la composición de los elementos gráficos. El diseñador se basa de un lenguaje de signos e

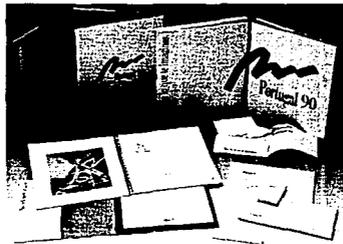


imágenes, tratando de comunicar cierta información de forma novedosa e interesante para el público.

Algunas veces el cliente desea saber presupuestos de la reproducción e impresión, de modo que debe estar familiarizado con estos aspectos. También puede encargar ilustraciones o fotografías que se necesiten para el diseño, por lo tanto, también deberá saber como dar instrucciones al ilustrador o fotógrafo y calcular presupuestos, aún si él hiciera ese trabajo. Una vez que el diseñador determina todas las ilustraciones o fotografías puede preparar el diseño para su reproducción e impresión. Ya preparado se manda reproducir y cuando se tenga esto, debe repasar todos los colores y corregir cualquier falla. Antes de mandar imprimir, se encuentra como etapa final, el montaje, después de haber terminado todos los detalles y de haber especificado las instrucciones. Finalmente se revisan las especificaciones de color que estén bien y si no se corrigen, para entregar el trabajo terminado.

En concreto éstas son las principales etapas de todo trabajo de diseño, aunque en cada caso existen muchas diferencias.

La Identidad Corporativa



Identidad Corporativa para Portugal '90.



Identidad Corporativa de EQUIPGAS S.A. de C.V.

Es visto que cada individuo proyecta una imagen y que esta a su vez le crea cierto "estilo"; podemos reconocer la manera de caminar de una persona, su forma de escribir, igualmente adivinaríamos las palabras que usa, esto quiere decir que conocemos su estilo.

La conducta humana no sólo se observa en términos de individualidad sino a través de grupos, instituciones, sociedades, empresas, o ya sea por medio de conjuntos de gente que representan ciertos intereses como intelectuales, ideológicos o económicos.

Cada cultura, sea pequeña o grande, es mantenida y cuidada porque es ella la que determina su propia *identidad o imagen*: en su forma de pensar, de sentir y de comportarse con los demás, tratando de destacar su autenticidad.

Una de las formas más antiguas de la expresión del hombre por medio de signos es la identidad visual y es aplicada actualmente por las empresas, organizaciones, instituciones, ciudades, países, etc.

El sistema visual de la identidad de una empresa se incorpora a los mensajes publicitarios, incluso algunas veces estos mensajes son los signos que

reconocen a la empresa o la marca.

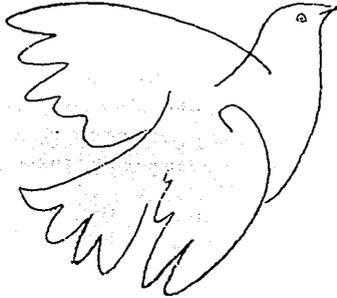
Cronológicamente esta identidad visual nace con la elaboración de la marca, símbolo o logotipo, que va a dar origen, calidad y distinción para el reconocimietno de aquello que quiera ser promovido.

La identidad corporativa no sólo se limita a la elaboración del logotipo, sino que crea un sistema de formas, figuras, colores que formen parte de un concepto que transporte ciertas ideas, impresiones, alta capacidad de memorización acerca de la imagen de la empresa o institución. Determina en primer lugar sus características visuales, el logotipo, los colores y la tipografía, como elementos que la conforman para poder destacar y distinguirse de los demás.

El diseñador no debe perder de vista los diferentes *elementos* que la conforman, ya que esta debe poseer un tono único, debe tenerle mismo "aire".

Elementos que conforman una identidad

36



Símbolo

Para la elaboración de cualquier símbolo es importante la sencillez, ya que así podrá ser entendido y asimilado más rápidamente. Aún así con frecuencia se llevan a cabo ideas muy complejas y que contienen una considerable cantidad de información.

Básicamente un símbolo es una imagen que representa una idea.

Logotipo

Todos los productos como las organizaciones tienen una personalidad propia que necesita ser destacada. El logotipo ayuda a caracterizar y distinguir a una marca, nombre de alguna empresa, nación, producto o servicio; siendo este la simbolización de una letra, sílaba o palabras y/o imágenes que representan una idea predeterminada. (Logotipo - estudio, tipo - letra).

El hecho de elaborar un logotipo no significa que únicamente se van a reunir, acomodar palabras, sino que implica algo más complejo como:

* Identificar un servicio, institución o producto.

- * Que pueda ser diferenciado de otros, para que no existan confusiones.
- * Comunicar o informar acerca del origen, valor, calidad o aspectos que se quiera destacar.
- * Brindar valor, confianza, seriedad, etc. en la mayoría de los casos.

Un logotipo forma parte del lenguaje universal, ya que puede cruzar fronteras con facilidad y proporcionan a las organizaciones un medio fácil de comunicar un mensaje sin equivocación.

Actualmente, los consumidores tienen una asombrosa diversidad de opciones al comprar un producto. Esta variedad, ejerce una gran presión sobre los fabricantes, ya que deben ofrecer una alta calidad, valor excelente y amplia disponibilidad de productos. Gran parte de que el producto o servicio se mantenga en el mercado y se consuma depende de la elaboración de un buen logotipo.

Un diseñador de logotipos no es un simple dibujante, necesita desempeñar papeles diferentes como pueden ser los de:

- * *Estratega*: en donde va a elaborar una estrategia de diseño para su cliente.
- * *Investigador*: debe recaudar una gran



ESPAÑA

Ejemplos de logotipos.

cantidad de diversas informaciones para poder comenzar con el trabajo.
* *Creador*: en donde utilizará su capacidad creativa junto con los datos disponibles para resolver de la mejor manera un problema de diseño.

El proceso de diseño de un logotipo puede basarse de la siguiente forma:

- * Desarrollar una agenda de diseño.
- * Almacenar información sobre las necesidades del cliente.
- * Desarrollar conceptos o modelos de diseño.
- * Presentación y justificación de soluciones.
- * Aplicación y elaboración final de la solución elegida.

El diseñador de logotipos cuenta con una diversidad de tipos de estilo donde elegir. Sin embargo, no todos funcionan igualmente bien en todos los casos, pero sí es indispensable que los conozca.

Logotipo sólo con nombre

El estilo de logotipo cuyo carácter radica exclusivamente de un nombre utilizado con un estilo gráfico particular

puede comunicar un mensaje inequívoco y directo. Estos son apropiados cuando el nombre es relativamente breve y fácil de utilizar.





Logotipo con nombre y símbolo

Estos logotipos le dan al nombre un estilo tipográfico característico pero situado dentro de un simple símbolo visual, ya sea un óvalo, cuadrado o círculo.

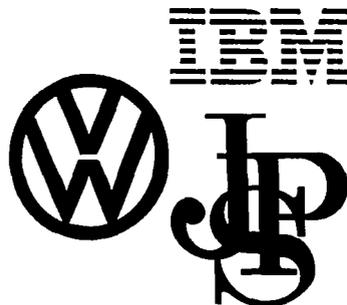


Iniciales en los logotipos

En muchos casos las empresas o sociedades adoptan nombres muy recargados y de muchas palabras, ya sea que se basen en la descripción de sus actividades, conjunción de los nombres de los socios o hasta apellidos de los fundadores del negocio. Y por lo tanto, optan utilizar solamente sus iniciales.

Elaborar este tipo de logotipos puede tener diversos inconvenientes como:

- * Dificultad al tratar de proporcionarles personalidad y carácter distintivo a las iniciales.
- * Imposibilidad de variar las iniciales de un país a otro, y por lo mismo causar mal entendimiento de su significado.



Logotipos con el nombre en versión pictórica

En éstos, el nombre del producto, u organización es un elemento destacado e importante, con la diferencia de que el estilo global del mismo es muy distintivo. Si en el logotipo se pusiera un nombre diferente, el consumidor lo seguiría distinguiendo como lo que es, sin notar quizá la diferencia.



ultratec



**San Carlos
HOSPITAL**



Logotipos asociativos

Estos gozan de libertad, normalmente, no incluyen el nombre del producto o de la empresa, pero lo asocian directamente con el nombre, el producto o el área de actividades que desarrollan. Tienen la ventaja de ser fáciles de comprender.

Logotipos alusivos

La relación que existe entre el nombre y el logotipo no es tan directa como en el caso de los logotipos asociados, pero esta referencia puede perderse para la mayoría del público. Pero puede ser útil en las relaciones públicas si se trata del lanzamiento de un nuevo logotipo.



PRUDENTIAL

 **PIONEER**


NASHUA
CORPORATION


AT&T

Logotipos abstractos

Muchos de los logotipos son puramente abstractos o por lo menos los significantes son tan remotos que resultan abstractos. Estos se utilizan cuando no se quiere particularizar o favorecer una parte en perjuicio de otras.

 **SPEERY RAND**

 **Sanyo**

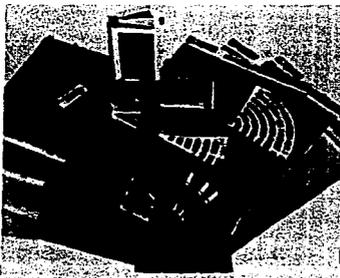
 **Johnson**

Dar con una solución de diseño efectiva, atractiva y que al mismo tiempo sea capaz de diferenciarse de las demás, no es tan fácil pero tampoco imposible, sólo requiere de esfuerzo y destreza.



El manejo de color

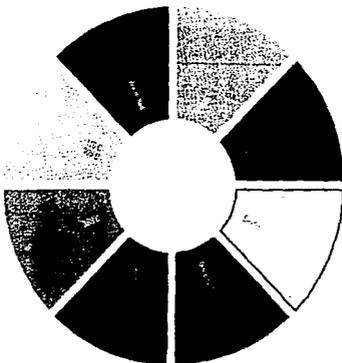
El color es un fenómeno óptico de fuerte impacto psicológico que nos ayuda a asociar. Es un factor primario que determina el estilo de la empresa o institución, inclusive cuando se utiliza el blanco y negro.



Al darle color a un logotipo, junto con sus aplicaciones se convierte en una ayuda sobresaliente para ser reconocido, puede formar parte de los objetivos de la identidad corporativa.

Cada color tiene una psicología ya estudiada que nos transmiten diferentes emociones y reacciones, por eso es importante aplicarlos con precaución, ya que de ellos dependerá lo que se quiera transmitir y lo que el receptor capte.

Existe una gran gama de colores y que se pueden elegir, en casi todo el mundo, mediante los códigos del sistema de tintas de impresión Pantone.



Ya que los que se determinen pasarán a ser los institucionales para la empresa y deberán ser los mismos para todas sus aplicaciones.

Tipografía

La tipografía es también una forma de comunicación, esta es visual y escrita. Es una de las herramientas indispensables en la elaboración del logotipo y posteriormente de la identidad corporativa.

La elección del tipo de letra y la manera en que se va a usar puede ser un factor característico.

Existe una enorme cantidad de familias de tipos de las cuales se puede elegir el tipo adecuado y correcto según las conveniencias. Se debe utilizar

Clásica

abcdefghijklmnop

Palo seco

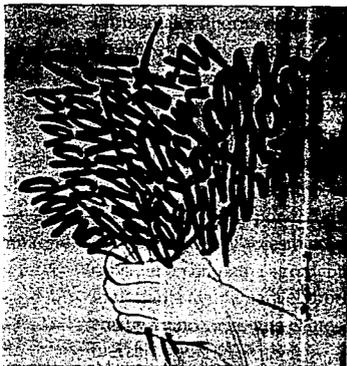
abcdefghijklmnop

Egipcia

abcdefghijklm

Script

abcdefghijklmnopqrs



cuando mucho tres familias distintas de tipos, demasiadas variantes podría ser perjudicial para el reconocimiento inmediato de la imagen tipográfica.

Una vez elegido, se debe determinar el tamaño de las mismas, la forma en que se va a disponer de los tipos, incluyendo si va a estar justificada o no al ancho de columna, si se usan mayúsculas o no. La tipografía no sólo abarca letras y números, sino también líneas, bandas, bordes o símbolos.

horizontales podrán determinar el tamaño de la tipografía, fotografías, ilustraciones, etc. Entre columnas debe haber una zona libre para que el texto de las columnas no se encime.

El hecho de usar una *retícula base* no quiere decir que es imposible que se hagan alteraciones, por el contrario, debe ser flexible y accesible. Se debe considerar como una agradable e importante ayuda para el proceso creativo y no como una camisa de fuerza.

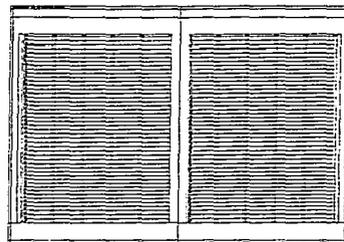
Empleo de retícula

Antes que nada para elaborar un logotipo debe estar basado en una en una retícula que se le denomina *matriz gráfica*, con la cual obtendremos una buena disposición de los elementos y una proporción adecuada. Luego se elabora una retícula básica para las diferentes opciones en que se pueda aplicar el logotipo y es de gran ayuda para obtener una continuidad en la disposición de textos y figuras. A la vez da coherencia a un diseño, páginas de un folleto, etc.

La retícula es un patrón que dará libertad o restricción pero que ofrece una base ordenada. Los ejes



Matriz geométrica del logotipo de Artesi



Ejemplo de una retícula base para un folleto.



Manual de Identidad Corporativa

El hecho de hacer un manual es porque en él se encuentran perfectamente bien explicadas todas las *soluciones fundamentales* de lo que se refiere a la imagen gráfica y comunicaciones visuales de una empresa. De esta forma, cualquier duda se encuentra resuelta ya de antemano.

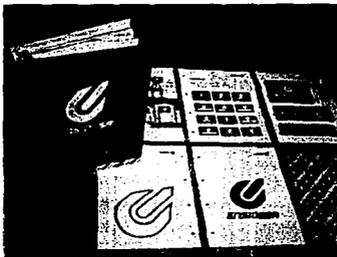
Este manual debe ser estricto y flexible a la vez, de tal modo que nunca se alteren los reglamentos ya especificados, pero que tampoco el exceso de rigidez deba bloquear la creatividad.

El contenido del mismo va a depender del problema, características y objetivos de la empresa. Abarcará todos los elementos básicos del sistema de identidad, desde la explicación de cómo han sido creados hasta el modo correcto de reproducirlos y aplicarlos a los diferentes soportes. Por ejemplo, debe llevar dependiendo del caso los siguientes puntos:

- * Introducción
- * Objetivos del programa
- * Los signos de identidad
- * Logotipo
- * Símbolo
- * Gama cromática
- * Uso de los colores
- * La estructura visual de la identidad

- * Tipografía corporativa
- * Elementos gráficos
- * Aplicaciones
- * Material de promoción
- * Señalización
- * Uniformes, etc.

El manual estará en manos de los directivos, jefes de departamentos y demás personas responsables de los principales medios de comunicación, para que hagan de él el mejor uso.



Campaña promocional

44

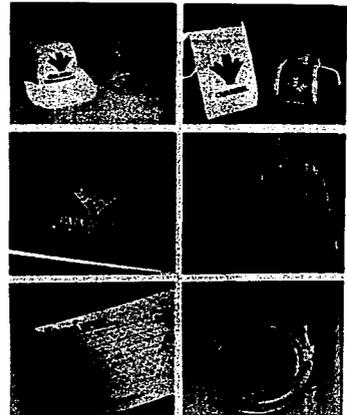
Se llama promoción a todo lo que un individuo hace para dar *información* que ayude a vender un producto, servicio, o para ser reconocido. Los elementos de la promoción son la publicidad, la venta personal, la exhibición, la promoción de ventas y las relaciones públicas.

Una campaña promocional es una serie preparada y coordinada de *actividades de promoción* que gira al rededor de un tema específico con la finalidad de alcanzar las metas que se tenían en mente. Al prepararse, se deben considerar los diversos elementos de promoción y decidir la mejor forma de usarlos para alcanzar las metas deseadas.

Por medio de la publicidad se toma la decisión sobre cómo y dónde promocionar el producto o servicio. Si se va a hacer por medio de carteles, folletos, volantes, anuncios de prensa, etc. Promoción de ventas es cualquier actividad de ventas que complementa o coordina la publicidad y las ventas personales. Incluye muestras gratuitas, cupones, concursos y otros estímulos para incrementar las ventas. La exhibición o mercado visual es colocar al producto cerca del punto de venta para atraer a los clientes a que compren.

Cualquier actividad que se designe para dar prestigio a una organización de negocios, se conoce como relaciones públicas. La venta personal es una forma de vender en la que un representante de ventas y un cliente potencial se encuentran uno al otro.

El tipo de producto o servicio, la naturaleza de los clientes, las condiciones generales del mercado y la cantidad de dinero que se tenga, van a influir en la elección de los diferentes elementos de la promoción.





Las campañas promocionales son importantes porque atraen a los clientes e incrementan la demanda de los productos. Pudiendo así enfrentarse con la competencia y conseguir utilidades. Genera empleo seguro a las personas que trabajan para esto. Además de que tiene un amplio alcance para poder ser *reconocido e identificado*, ya que una campaña no sólo se puede llevarse a cabo en forma local o regional sino también nacional e internacional (dependiendo de los objetivos).

A España se le ha creado su propia imagen promocional: el Sol de Joan Miró, que fué creado en 1983 para la Secretaría General de Turismo.



De igual forma la ciudad de Barcelona tiene un símbolo, normas gráficas y diferentes aplicaciones de la identidad corporativa de elementos informativos y publicitarios. El conocimiento de su imagen ha sido gracias a los medios de promoción y publicitarios que han manejado.



Métodos para impresión

46

Dentro de la industria, actualmente existen diferentes tipos de impresión. Algunos de ellos se emplean en todo el mundo para trabajos comerciales, entre los más tradicionales se encuentran:

- * Impresión directa (impresión tipográfica)
- * Impresión con grabado en hueco (grabado)
- * Flexografía
- * Impresión con pantalla (serigrafía)
- * Litografía en offset (impresión planográfica), entre otros.

De estos métodos para impresión sólo explicaré de la impresión en pantalla (serigrafía) y la litografía en offset, ya que son las más utilizables, comerciales y que económicamente pueden solventar los gastos para cualquier proyecto. Su calidad en buena y ambos se complementan para tener una variedad de aplicaciones.

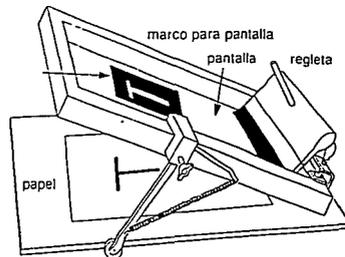
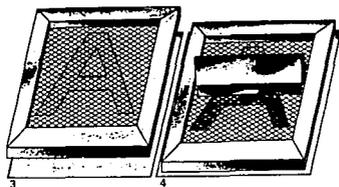
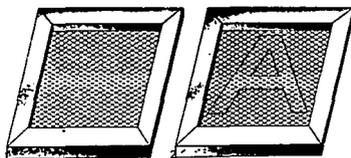
Impresión con pantalla (Serigrafía o process)

La serigrafía, conocida así comercialmente, es un tipo de impresión en el ue se emplea una pantalla muy fina, ya sea de seda, nylon

o dacrón, estirada y montada en un marco de madera o metal.

Por medio de un original (positivo o negativo), la pantalla previamente emulsionada con un revelador fotosensible a la luz y el original colocado en la parte de atrás de la pantalla se expondrán a una fuente de luz intensa durante un tiempo determinado. Luego, por medio del agua se cae la parte por la zona d imagen y por donde pasará la tinta para la impresión.

La serigrafía tiene muchas aplicaciones, tiene la ventaja de que por medio de ella se puedan imprimir objetos tridimensionales como son: vasos, globos, ceniceros, lapiceros, gorras, etc. Y bajo cualquier superficie, ya sea madera, plástico, papel, vidrio, tela, etc. Además de carteles, papel





tapiz, cortinas, camisetas, cubiertas para menú, etc. Es un medio de impresión barato, con buena calidad. Su tiraje no puede ser muy grande porque sería un poco tardada la entrega.

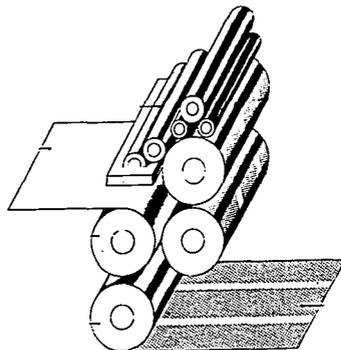
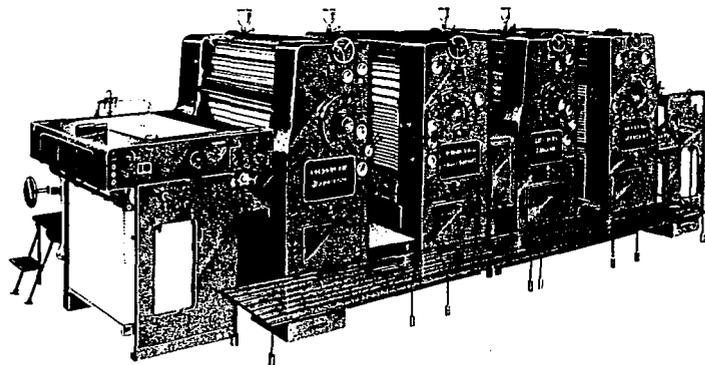
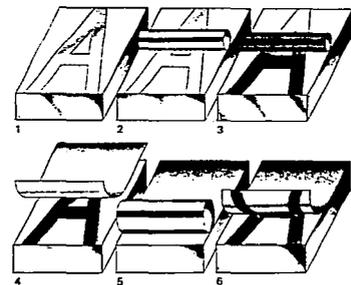
Litografía en offset

Bajo este método no puede haber superficies realzadas, las zonas tanto de imagen con o sin ella deben estar a la misma altura.

El término "offset" se basa en el principio de que la grasa y el agua no se mezclan. Por eso mismo, cuando se aplica agua a la placa para impresión se quedará en las zonas sin imagen porque la zona con imagen se encuentra con

grasa, ya que la placa está húmeda se le aplica la tinta que sólo permanecerá en la zona de imagen y así hasta terminar de imprimir.

La impresión en offset se utiliza para imprimir libros, periódicos, revistas, anuncios, papelería en general, calcomanías, etc. con alta calidad de impresión. Se puede utilizar o no selección a color. El tiraje puede ser muy grande y rápido. Su costo puede ser accesible para cualquier empresa.



Conclusión

Concluyendo con lo antes mencionado, el hombre al tener una identidad propia, tiene la necesidad de distinguirse de los demás, tanto individual como grupalmente. Por eso, la creación de un *logotipo para Uruapan*, junto con los elementos visuales proporcionados por el *diseñador gráfico*, son de gran ayuda para que esta ciudad se diferencie de los demás, acentuando sus principales *rasgos característicos* que posee, como es, entre otros, la elaboración de lacas y bateas. La gente que reside en este lugar se interesa por conservarlo, en que tenga su propia imagen turística y se preocupa por que se encuentre limpio y agradable para que a los turistas les sea atractivo visitarlo.

No sólo se va a elaborar un logotipo para la ciudad, sino también la realización de una *Imagen* que ayude a *promocionar a Uruapan, Michoacán*; siendo ya papel del diseñador el examinar cuál será la forma más adecuada de resolverse para que sea atractiva, llamativa para los turistas y agradable para los que viven en ella. Además se debe tomar en cuenta que la tipografía sea acorde, fácil de identificar y que distinga al lugar. La imagen del logotipo debe estar de acuerdo con los aspectos peculiares, así también los elementos gráficos que se empleen. Los colores que se utilicen podrían manejarse con respecto a los más usados por los artistas, al folklore uruapense, tomándose también en cuenta el color que identifica al tipo de clima y/o a su exuberante vegetación.

Una vez bien definidas todas las especificaciones, es conveniente la elaboración de un pequeño *Manual de Identidad*, en donde queden establecidas todas las reglamentaciones a las que debe sujetarse esta imagen, siendo lo suficientemente claro y fácil de consultar para cualquier duda que se tenga respecto a la misma.



*Segunda
parte*

Introducción

Una imagen gráfica para la ciudad de Uruapan, requiere no sólo la elaboración de un logotipo para su identificación sino de todo un sistema de formas, figuras y colores que formaran parte del diseño de los diferentes medios publicitarios, ayudando turísticamente a la promoción de ésta ciudad.

Esta imagen consta de la elaboración de la papelería para uso turístico (no oficial) de la Secretaría de Turismo de Uruapan, folleto informativo para los residentes y especialmente para los turistas, cartel decorativo para reconocimiento visual de la nueva imagen, anuncio para camiones urbanos con el mismo fin, anuncio espectacular localizado a las entradas de carretera para identificación de la imagen y promoción de la ciudad para el turista y toda persona que pase por ella; y por último, artículos promocionales (souvenirs). Toda esta información se reúne, desde el logotipo, en un Manual perfectamente elaborado.

En el Manual de Imagen Turística se encuentran bien explicadas todas las soluciones fundamentales de lo que se refiere a dicha imagen, en donde cualquier duda se encuentra resuelta ya de antemano, sin permitir ninguna alteración de lo ya establecido.

En él se encuentran la identificación y uso del logotipo, y todos los medios publicitarios, ya antes mencionados, desde la explicación de cómo han sido creados hasta el modo correcto de reproducirlos y aplicarlos a los diferentes soportes.

El Manual se encontrará en manos de los directivos correspondientes al área de Turismo, tanto regional como estatal, para que así le den el uso más adecuado.



Capítulo 4



Aportación Gráfica

Logotipo

Uruapan

Uruapan

Uruapan

Al elaborar la Imagen Promocional de Uruapan, se debe iniciar primeramente con la elaboración del logotipo de la misma, para posteriormente con él realizarse toda la imagen, la cual se encontrará posteriormente dentro del Manual perfectamente explicada y bien definida, la papelería, folleto informativo, cartel decorativo, anuncio para camiones urbanos, anuncio espectacular y artículos promocionales o souvenirs, entre otros.

Bocetos preliminares

Para el diseño del logotipo de Uruapan, se escogieron diferentes tipografías tratando de que tuvieran rasgos tradicionales del lugar, quedando quedando dos tipografías inclinadas y una no, de diferentes familias pero con pequeños patines, para así ir las analizando conforme avanzaba el proceso. Sobre éstas tipografías se fueron acomodando diferentes elementos peculiares del lugar para dar origen a una lluvia de ideas que se realiza antes de determinar los primeros logotipos.

La idea que se tenía del logotipo era reunir los principales rasgos típicos de la ciudad junto con su ambiente natural, entre ellos su constante vegetación y retoñar de sus flores, el río Cupatitzio, folklore, y principalmente, la elaboración de artesanías con la técnica del maque, entre otras. Además debería cumplir con la característica de ser funcional, agradable, atractivo y pregnante para todo tipo de personas.

Siendo así se escogieron tres diferentes tipos de logotipos en donde se cumplirían más acertadamente estas características.

En la primera idea se colocó en la parte superior de la palabra Uruapan la estilización de media batea, utilizando solamente una flor central de las utilizadas en éstas artesanías del maque, en la parte inferior de la palabra y abarcandola toda, dos líneas onduladas en descendencia simulando el río y sus diferentes cascadas.





En la segunda idea se colocó en la parte inferior izquierda y entrelazándose con la palabra, tres cuartas partes de una batea con una flor distinta a la anterior pero retomanda de las artesanías; a un lado de ella debajo de la palabra dos líneas onduladas a manera de pinceladas que simulan el río y la abundancia de agua.

En la tercera, la estilización de una nueva batea aparece completa con una pequeña sombra y con una flor diferente a las anteriores, colocada en la parte superior de la palabra "Uruapan", debajo de ella una línea con una pequeña onda subrayando la palabra para enfatizarla y dar referencia al río.

Analizando las tres opciones para elegir una de ellas, además de basarse en una encuesta de diferentes tipos de personas, se determinó que la tercera idea era la más funcional, agradable y que además cumplía mejor con las demás características. A éste último se le agregó la palabra "Michoacán", ya que es conveniente que se mencione el estado al que pertenece la ciudad, para que las personas que aún no conozcan éste bello lugar se ubiquen con mayor facilidad.

Justificación del logotipo

El logotipo representativo para la ciudad de Uruapan, Michoacán se llevó a cabo mediante la elección de rasgos característicos, tradicionales y culturales de la ciudad.

El símbolo es la representación de la artesanía por medio de una laca estilizada, tomando en cuenta que en la mayoría de ellas el tema principal son las flores, representando así la hermosa vegetación con que cuenta este lugar. El gráfico que determina la laca es a manera de listones, que a su vez uno de ellos forma parte de la sombra de la misma; con su soltura y colorido nos representa el folklore de la región. La flor que forma parte de la laca tiene los mismos rasgos del tipo de estilización que emplean los artesanos para la elaboración de las mismas. La cual no se inclina por alguna flor en especial, ya que representa un todo.

La línea que subraya la palabra "Uruapan", en forma de ondas representa al río Cupatitzio, siendo éste uno de los grandes atractivos que tiene el lugar.





La tipografía de la palabra "Uruapan" tiene ciertas facciones de las que utilizan los artífices de la región para elaborar sus artesanías.

La palabra "Michoacán" lleva una tipografía sencilla, y con un tamaño pequeño en relación a la demás para que no contraste con el resto del logotipo sino forme parte de una información.



Estudio Cromático

Para un logotipo tenga un buen funcionamiento es de suma importancia la buena elección y aplicación de los colores.

Antes de definir qué colores son los más adecuados se hacen diferentes pruebas del mismo descartando distintas posibilidades, para así concluir en las más adecuadas de acuerdo con la región.

En los bocetos de color se utilizaron diferentes tonalidades de azules, verdes, naranjas y rosas, con distintos acomodos; ya que todos éstos forman parte del colorido y folklore de este lugar.

El color, formando parte esencial del logotipo queda de la siguiente forma:

Dentro del símbolo se utilizó la flor en color bugambilia, el tallo y las hojas de la misma en color verde y el listón que determina la forma de la laca en azul y el que forma la sombra en color bugambilia. La palabra "Uruapan" se colocó de verde. La línea ondulada que representa agua en azul y por último, la palabra "Michoacán" en rosa mexicano.

El color de cada elemento del logotipo se determinó en base a la función que desempeña cada uno de ellos y además buscando el mejor equilibrio posible.

El azul está considerado como un color frío que denota tranquilidad y es el representativo del agua, por lo mismo la línea ondulada lleva ese color; el listón que limita la laca forma parte de

una variedad de colores quedando así de ese color.

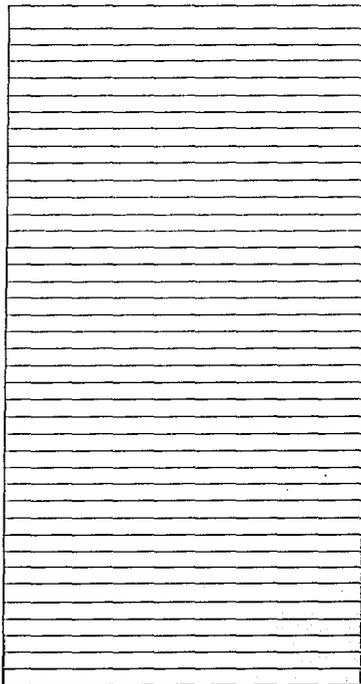
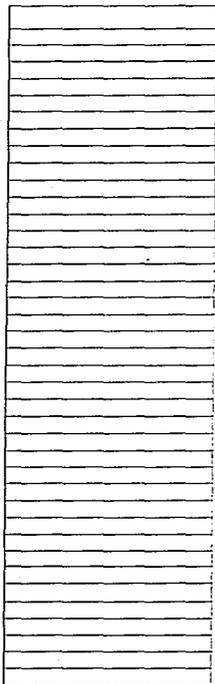
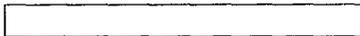
El color verde también es un color frío, equilibrado y relajante, nos representa la naturaleza, la vida; siendo así por lo que la palabra "Uruapan" adquirió ese color además del tallo y las hojas de la flor.

El bugambilia es un tono cálido, atractivo visualmente, estimulante, denota alegría y forma parte del colorido de esta ciudad, mostrándose en la naturaleza y folklore, entre otros, siendo así por lo que la flor y la palabra "Michoacán" lo lleva.

El logotipo como parte del color nos representa frescura, vitalidad, movimiento, vida, colorido y sobre todo el sentir alegre de su gente.



Manual de Imagen Turística



Para la elaboración del Manual, se diseñó anteriormente una retícula base; la cual nos sirve para ir acomodando todos los elementos que tengamos en cada hoja ordenadamente; disponiendo que el texto debe ir únicamente en la primera columna.

El manual consta de treinta hojas y diez muestras desprendibles, a color (tintas directas) ya que para su mejor comprensión así se requiere.

La encuadernación es por medio de carpeta de argollas, puesto que así permite un mejor acceso a cada una de las hojas pudiéndose sacar con facilidad si el caso así lo amerita.

**Manual
de
Imagen
Turística**



*...Perla
del Cupatitzio*



**Manual
de
Imagen
Turística**



*...Perla
del Cupatitzio*



Introducción	1
Matriz Gráfica	2
Matriz Geométrica	4
Positivo	5
Estudio cromático	7
Disposiciones del logotipo	9
Posiciones incorrectas del logotipo	10
Tipografía Institucional	11
Tipografía Auxiliar	12
Estudio de mínimos	13
Elemento decorativo para aplicaciones	15
Uso del slogan	16
Papelería	18
Folleto	21
Cartel	23
Anuncio para camiones urbanos	24
Anuncio espectacular	26
Artículos promocionales	28

El hecho de elaborar un Manual de Imagen Turística para la ciudad de Uruapan Michoacán es porque es necesario que se encuentren perfectamente bien explicadas y de manera sencilla la presentación del logotipo que va a identificar a la ciudad turísticamente, los colores que se deben emplear, tipografías y elementos decorativos que acompañan en un momento dado al logotipo; así como todas las soluciones fundamentales y las diferentes aplicaciones del logotipo.

Esto es con la finalidad de que se le de el mejor uso al logotipo y no se vaya a cometer algún error con él. De esta forma cualquier duda se encuentra resuelta ya de antemano.



Matriz gráfica

El logotipo está elaborado sobre una retícula base, o red; que nos sirve de soporte para saber con determinación el tamaño exacto entre cada letra, palabra y símbolo; además de las proporciones y espacio ya establecido entre una letra y otra, el símbolo con respecto a la palabra y todos los elementos que componen el logotipo. Esta nos ayuda a obtener una buena disposición de los elementos, una proporción adecuada facilitando el trazo y la reproducción.

El área que abarca la retícula tendrá también la función de definir la zona de restricción del logotipo; esto es que dentro de ésta área no podrá aplicarse ningún elemento, quedando ese espacio libre, fuera de el sí.







Matriz geométrica

El símbolo y los elementos que componen el logotipo están realizados por medio de círculos, líneas rectas y curvas, los cuales necesitan ser demostrados. Esto se debe a que en determinado caso que se necesite volver a trazar el logotipo se sepa que tipo de curvas se emplearon, inclinación, tamaño de círculos y pueda realizarse con exactitud.



POSITIVO



Positivo

El logotipo representativo para la ciudad de Uruapan, Michoacán se llevó a cabo mediante la elección de rasgos característicos, tradicionales y culturales de la ciudad.

El símbolo es la representación de la artesanía por medio de una laca estilizada, tomando en cuenta que en la mayoría de ellos el tema principal son las flores, representando así la hermosa vegetación con que cuenta este lugar. El gráfico que determina la laca es a manera de listones, que a su vez uno de ellos forma parte de la sombra de la misma; con su soltura y colorido nos representa el folklore de la región. La flor que forma parte de la laca tiene los mismos rasgos del tipo de estilización que emplean los artesanos para la elaboración de las mismas. La cual no se inclina por alguna flor en especial, ya que representa un todo.

La línea en forma de ondas representa al río Cupatitzio, siendo este uno de los grandes atractivos que tiene el lugar.

La tipografía de la palabra "Uruapan" tiene ciertas facciones de las que utilizan los artifices de la región.

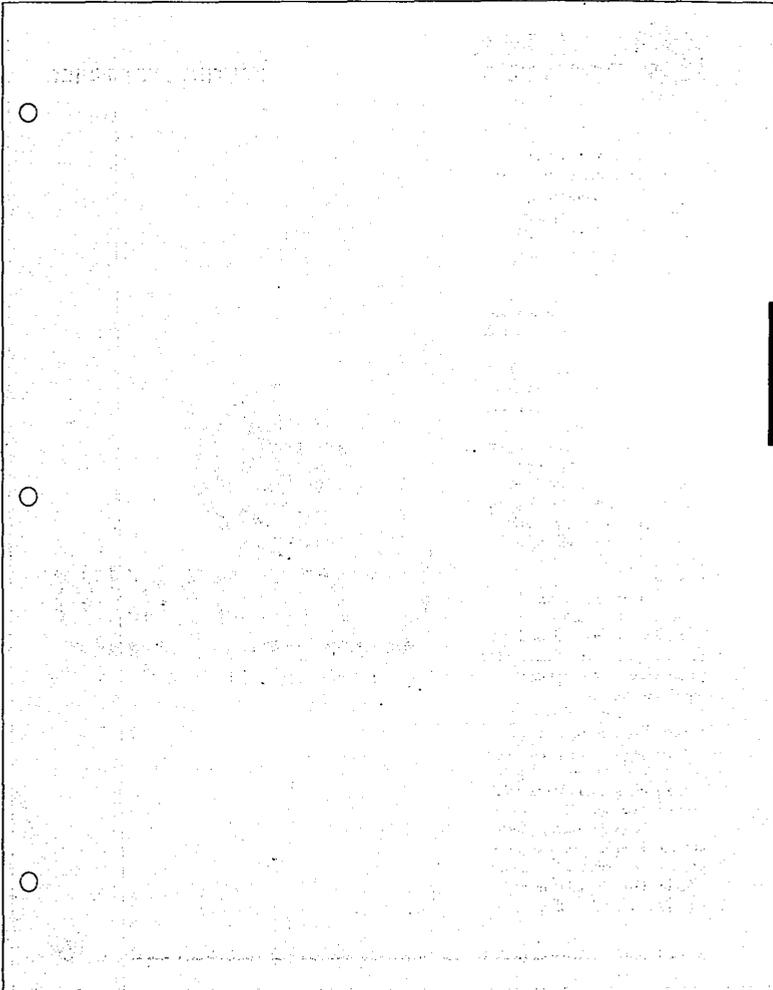




Positivo

La palabra "Michoacán" lleva una tipografía sencilla, y con un tamaño pequeño en relación a la demás para que no contrarreste con el resto del logotipo sino forme parte de una información.





COLOR



Estudio cromático

Para la creación de los colores se tomaron en cuenta los rasgos distintivos del lugar; quedando determinado por los colores Azul (Pantone 286), bugambilia (Pantone 246) y verde (Pantone 347).

El color formando parte esencial del logotipo queda de la siguiente forma:

Dentro del símbolo se utilizó la flor en color bugambilia, el tallo y las hojas de la misma en color verde y el listón que determina la forma de la laca en azul y el que forma la sombra en color bugambilia. La palabra "Uruapan" se colocó de verde. La línea ondulada que representa agua en azul y por último, la palabra "Michoacán" en rosa mexicano.

El color de cada elemento del logotipo se determinó en base a la función que desempeña cada uno de ellos y además buscando el mejor equilibrio posible.

El color azul es el representativo del agua, por lo mismo la línea ondulada lleva ese color; el listón que limita la laca forma parte de una variedad de colores quedando así de ese color.

El verde nos representa la naturaleza, la vida; siendo así por lo que la palabra "Uruapan" adquirió ese color además del tallo y las hojas de la flor.



El color bugambilia forma parte del colorido de esta ciudad, mostrándose en la naturaleza y folklore, entre otros, siendo así por lo que la flor y la palabra "Michoacán" lo llevan.

El logotipo como parte del color nos representa frescura, vitalidad, movimiento, vida, colorido y sobre todo el sentir alegre de su gente.

Existen casos en que el logotipo deberá aplicarse a un solo color, cuando sea así, éste será en color azul. Excepto, si se aplica en un área donde como regla tenga que ser en negro.



Pantone 286



Pantone 286



Pantone 286



Pantone 286



Pantone 286



Pantone 286



Pantone 286



Pantone 286



Pantone 286



Pantone 286



Pantone 286



Pantone 286





Pantone 347



Pantone 347



Pantone 347



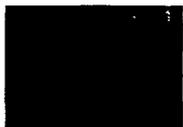
Pantone 347



Pantone 347



Pantone 347



Pantone 347



Pantone 347



Pantone 347



Pantone 347



Pantone 347



Pantone 347





Pantone 246



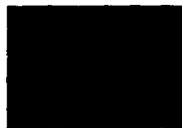
Pantone 246



Pantone 246



Pantone 246



Pantone 246



Pantone 246



Pantone 246



Pantone 246



Pantone 246



Pantone 246

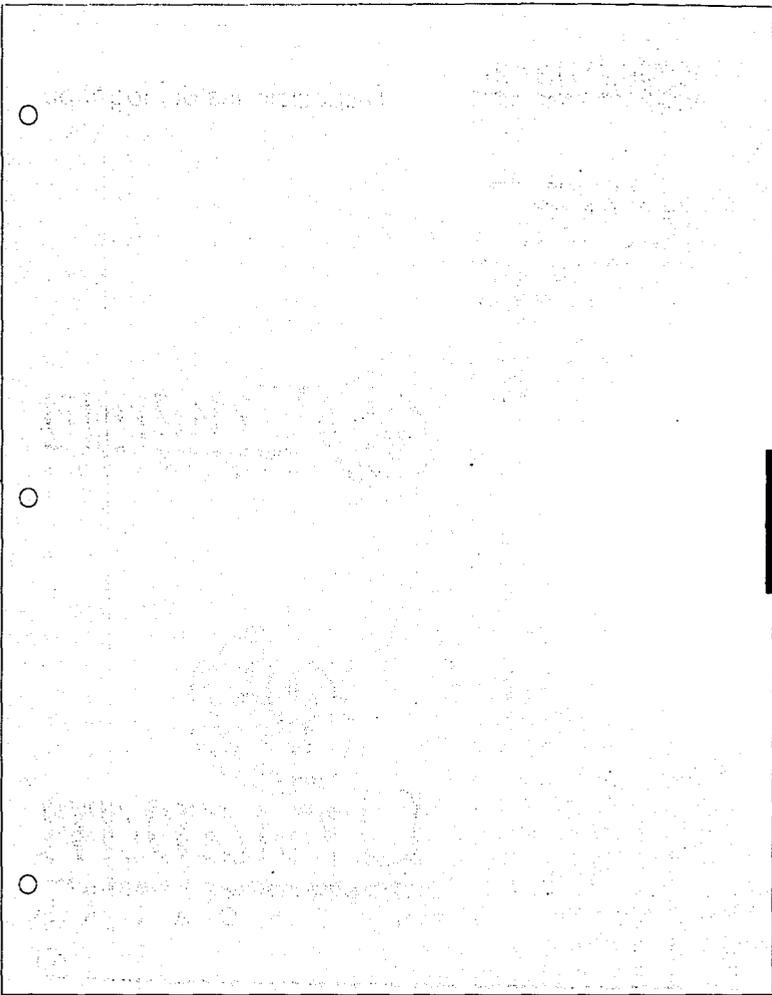


Pantone 246



Pantone 246





DISPOSICIONES
DEL LOGOTIPO



Disposiciones del logotipo

Se elaboró una variante del logotipo ya que existen formatos en donde el logotipo aplicado no se presta para elaborar un buen diseño. Teniendo así uno con tendencia vertical y otro horizontal, es posible abarcar todo tipo de formatos con un acomodo agradable.

Ambos podrán usarse con la misma confianza como si fuera uno solo; simplemente es otra disposición del mismo.





Posiciones incorrectas

El logotipo bajo ninguna circunstancia deberá sugetarse a cambios o modificaciones que no se hoyan autorizado con anterioridad en el manual. Siendo así, el logotipo nunca podrá inclinarse, ni hacia arriba ni hacia abajo. El símbolo que conforma el logotipo nunca deberá ser recorrido o cambiado alrededor de la tipografía.

Estas indicaciones deberán respetarse y sugetarse, en las dos disposiciones del logotipo, solo a la posición, distancias y acomodo que se le ha dado al mismo.



1970-1971

1972-1973

○

○

○

TIPOGRAFIA

La tipografía a la que se le denomina como institucional es la que forma parte integral del logotipo.

En este caso a la palabra "Uruapan" se le asignó la tipografía llamada Delphin en negrita (en el programa Corel 4 esta tipografía lleva el nombre de Dauphin), obteniendo de ella una mejor representación de los rasgos característicos de la artesanía michoacana.

Para "Michoacán" se utilizó la tipografía Futura Medium, la cual por ser sanserif y sencilla no contrarresta con la palabra Uruapan sino forma parte de un apoyo informativo; por lo mismo va de un tamaño pequeño en relación con la otra palabra. Además con mayúsculas para que sus letras sean más sencillas.

Delphin

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Futura

A B C D E F G H I J K
L M N O P Q R S T U V
W X Y Z a b c d e f g
h i j k l m n o p q r
s t u v w x y z 1 2 3
4 5 6 7 8 9 0

La tipografía auxiliar es la que se utiliza para datos que se designan como secundarios; en este caso cualquier información escrita que no forme parte del logotipo se utilizará como auxiliar. Siendo así, se empleará la tipografía Futura medium y/o Futura bold si se requiere, ya que por su trazo sencillo es la más adecuada.

Esta tipografía es subordinada en peso y tamaño a la institucional y deberá ir siempre en color azul.

Futura

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
W	X	Y	Z	a	b	c	d	e	f	g
h	i	j	k	l	m	n	o	p	q	r
s	t	u	v	w	x	y	z	1	2	3
4	5	6	7	8	9	0				

ESTUDIO DE MINIMOS



ESTUDIO DE
MINIMOS



Estudio de mínimos

El hecho de que un logotipo tenga un mínimo de reducción es que si sobrepasa de él, la tipografía y/o los elementos gráficos pierdan su legibilidad y llegue a tal grado de que no se entienda.

Por lo tanto se le ha asignado al logotipo para la ciudad de Uruapan un mínimo de él y no deberá reducirse más de esa mitad. El mínimo indicado todaavía es visible, más pequeño no lo distinguirían.



8 cms



6 cms



4 cms



2 cms



Estudio de mínimos



7 cms



5 cms



3.5 cms



2.5 cms

ELEMENTO
DECORATIVO

Elemento decorativo

Se creó un patrón que sirva de elemento decorativo en las diferentes aplicaciones del logotipo funcionando como auxiliar en una aplicación. Dicho elemento se retomó del símbolo del logotipo, quedando la estilización de la batea en negativo y alternándose entre ellos.

La extensión y el tamaño de dicho elemento dependerá del tipo de aplicación que se utilice. Este sólo podrá usarse en color bugambilia o de una degradación al blanco de dicho tono, obteniendo de él sólo el 10%. En el caso que se tenga que usar en negro y como fondo, se utilizará una trama del color negro en un 10%.

El elemento podrá usarse de fondo para el logotipo determinado por un recuadro que se utiliza como elemento decorativo. Se presentan tres tamaños diferentes que forman al elemento para que se utilicen en proporción al tamaño de la aplicación.



Trama del negro en un 10%



Color bugambilia en un 10%



Bata méxicana

USG PHL
510004V



Uso del slogan

La ciudad de Uruapan cuenta con un slogan con el que se ha dado a conocer. Este lleva como frase "Perla del Cupatitzio". El slogan deberá acompañar al logotipo siempre y cuando se considere necesario. En su mayoría en las aplicaciones de promoción.

Para dicho slogan se empleó la tipografía Bronte italic, ya que por su acercamiento en rasgos a la tipografía empleada en la palabra "Uruapan" y por conservar la sencillez en sus trazos fue la más conveniente.

Esta frase se coloca, en su mayoría, en la parte inferior centrada del logotipo, con una distancia mínima de 3x y con una ligera inclinación de 8 grados hacia arriba.

El color del slogan deberá ser siempre el azul, o negro si el tipo de aplicación lo requiere, como es el anuncio de prensa, directorio, entre otros.



10 1/2 *

*...Perla
del Cupatitzio*

8 grados

*...Perla
del Cupatitzio*

30110000

C

C

C

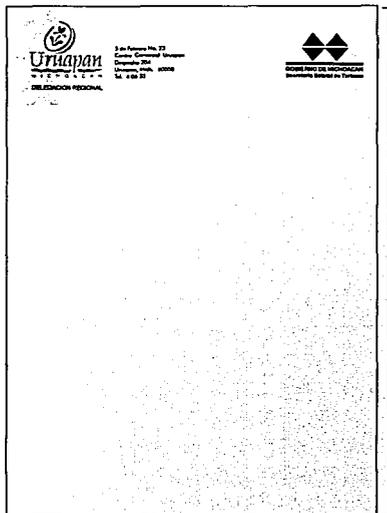
PAPERERIA

La papelería que se maneja en este Manual no es la oficial, es sólo para cuestiones internas de la ciudad o ya sea que algún turista o gente de la localidad necesiten ciertos datos o información que les concierna a ellos se utilizará.

Por esa razón se aplican únicamente los dos logotipos que están asignados para promoción; siendo el logotipo de Secretaría Estatal de Turismo y el logotipo turístico de la ciudad.

Dichos logotipos se encuentran ubicados, en la hoja tamaño carta, el de Secretaría Estatal de Turismo en la parte superior derecha; el logotipo de Uruapan se encuentra en alineación horizontal con el otro en la parte superior izquierda de la hoja, detrás de él se utilizó el patrón establecido como elemento decorativo con una separación de 7 mm. de la hoja. Alineado verticalmente a éste, y dándole uso al espacio que quedaba entre los logotipos se colocó la ubicación, teléfono y demás información de la Delegación Turismo de la ciudad.

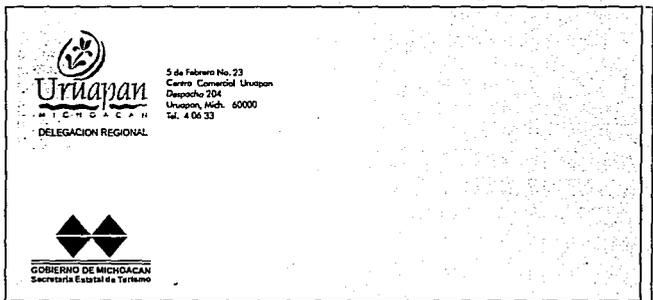
Los colores que se utilizan en toda la papelería son los ya establecidos y perfectamente indicados con anterioridad.



En el sobre, tamaño oficio de se sigue una misma disposición de los elementos, así como los colores empleados.

En el caso del logotipo de la Secretaría Estatal de Turismo como no puede colocarse en la parte superior derecha del sobre, se empleó en la parte inferior izquierda alineado al logotipo de la ciudad. El logotipo de Uruapan y la información sigue respetando su lugar.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**



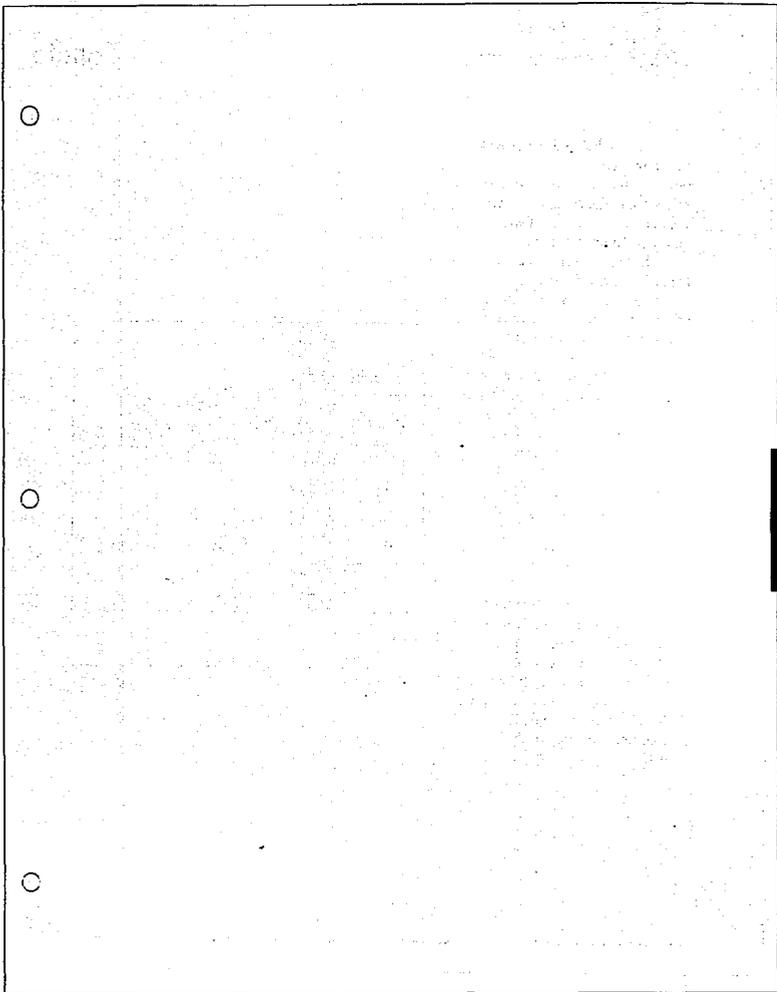
La tarjeta de presentación, con medida de 9x5cms, que en este caso es utilizada por el personal que trabaja en dicha delegación, maneja el mismo concepto gráfico, aunque con ciertas modificaciones.

Únicamente se aplicó el logotipo de la ciudad con el elemento decorativo; la información se encuentra en la parte superior de la tarjeta en dos columnas y justificadas a ambos lados. El nombre del portador (a) de la tarjeta y su cargo van en la parte derecha de la misma, centrado entre el logotipo y el borde de la tarjeta.



9 cms

5 cms



FOLLETO

El folleto utilizado para dicha imagen turística promocional es tamaño carta a manera de tríptico, impreso en papel couché. En él contiene información acerca de las tradiciones y costumbres de la ciudad, utilizando los siguientes subtítulos: Ubicación, atractivos, artesanías, traje típico, fiestas, gastronomía; las cuales son ilustradas en cuatro fotos a color.

En la portada se utilizó únicamente el logotipo y el slogan de la ciudad. Además se reforzó con el elemento decorativo de color bugambilia. Al abrirlo el elemento queda impreso en la siguiente hoja, además de tener información justificada a la derecha, acerca de los diferentes significados de la palabra Uruapan.

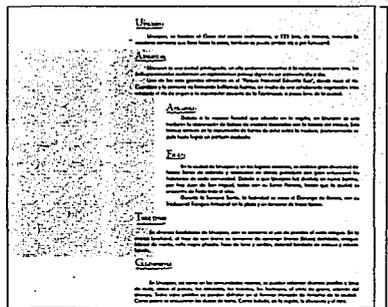
En la parte de atrás del folleto lleva un pequeño mapa de la ubicación geográfica de la ciudad de Uruapan con respecto al estado. Así como también el logotipo de la Secretaría Estatal de Turismo y la dirección de la Delegación Turismo en esta ciudad.



Parte exterior del folleto

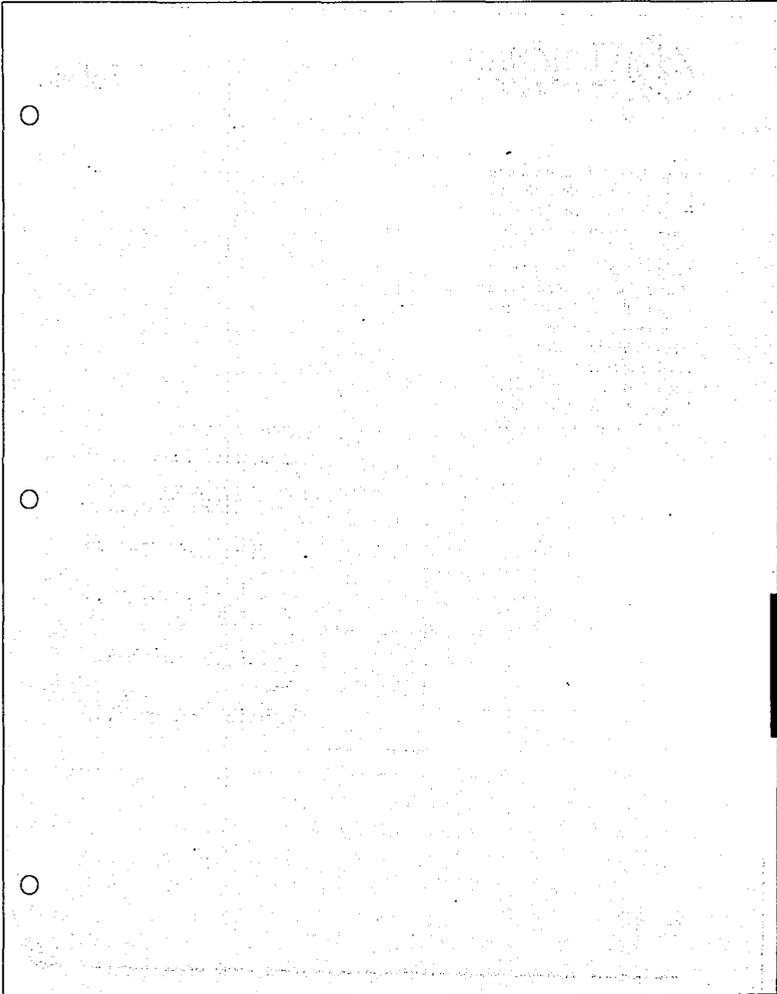
78 cms

Al quedar la hoja extendida, se tiene el elemento decorativo en fondo claro, abarcando solo una parte de la hoja y rebasado de lado izquierdo, ayudando como soporte para las fotos que lo ilustran y parte de la información. Dichas fotos se encuentran con cierta inclinación para darle movimiento al mismo. A un costado se encuentra la información acerca del lugar, llevando sus respectivos títulos sobre lo que se esté hablando.



Parte interna del folleto

28 cms



CARREL



Cartel decorativo

El Cartel decorativo tiene un tamaño de 46x34cm., e impreso sobre cartulina couché.

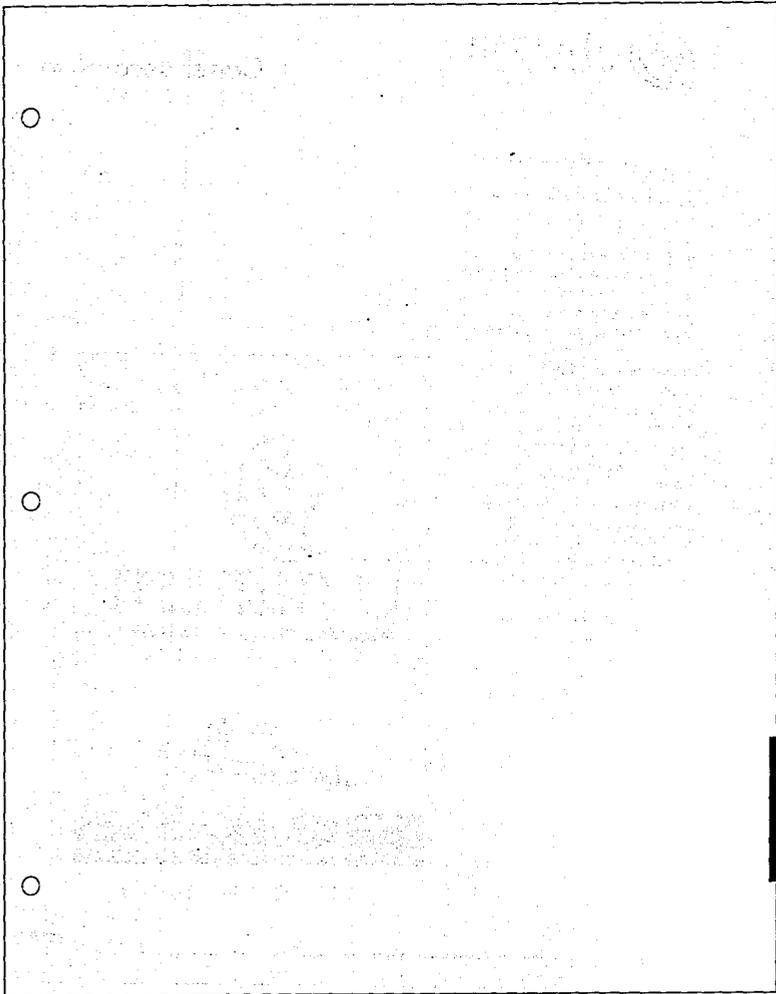
El cartel lleva como fondo el patrón del elemento decorativo menos una ventana en forma de arco que queda del color del papel, esta ventana significa la nueva visión que proyecta la ciudad. Saliendo de dicha ventana se encuentra el logotipo de la ciudad junto con el slogan. En la parte inferior del cartel aparece una franja a manera de negativo y abarcando de lado a lado, pegado al patrón y rebasado de sus otros tres lados, lleva en su interior el logotipo de la Secretaría Estatal de Turismo en sus colores institucionales y con un borde blanco para que no se pierdan con el fondo, además la frase que dice "El Rumbo es Michoacán".

El color aplicado en el cartel es de acuerdo a los ya asignados con anterioridad. La franja en negativo va de color bugambillo, para dar equilibrio y soporte a los colores.



46 cm

34 cm



**ANUNCIO
CAMIONES
URBANOS**



Anuncio para camiones urbanos

El anuncio para camiones urbanos tiene como finalidad que tanto el turista como los residentes se identifiquen y conozcan el logotipo; ya que los urbanos circulan por toda la ciudad y así será visible en un momento dado para toda la población.

Este anuncio tiene un tamaño de 70x51 cm., impreso en calcomanía vinilo. Esta calcomanía estará colocada en el lado del chofer del camión al exterior; para que no sólo la gente que vaya caminando lo vea sino también la de los carros que poseen junto a él.

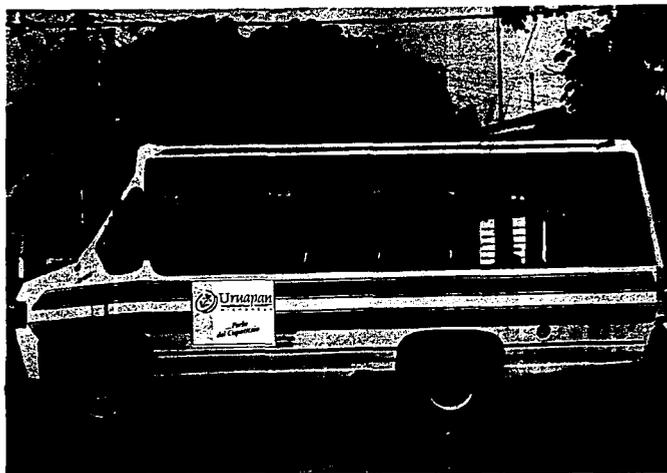
El diseño de este anuncio contiene únicamente el logotipo y el slogan de la ciudad complementándose con el elemento decorativo que va a manera de franja del lado izquierdo y rebasado de los tres lados. Este elemento sólo abarca hasta una tercera parte del logotipo aproximadamente, no más. Los colores son los mismos que ya se establecieron en el manual.

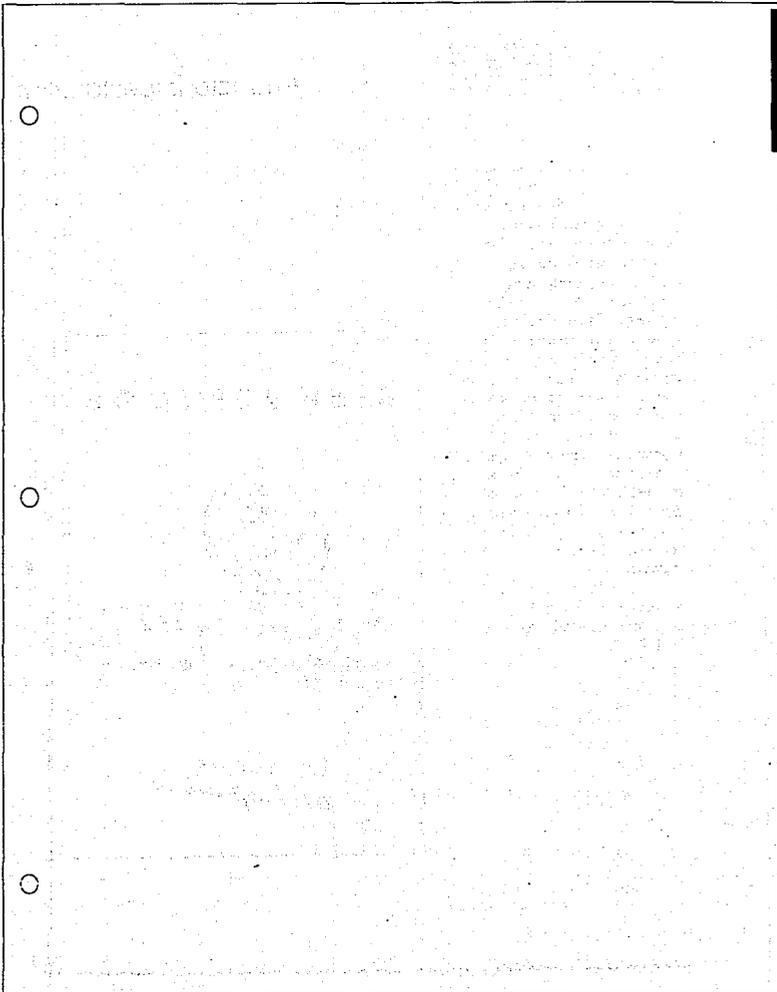


70 cms



Anuncio para camiones urbanos







Anuncio Espectacular

El anuncio espectacular está planeado como bienvenida a los turistas, además de que será su primera identificación con la nueva imagen de la ciudad, por lo mismo se está planeado que se localicen a las entradas de carretera a la ciudad, siendo las que vienen de Guadalajara, Morelia y la de Apatzingán. Se colocará a cuatro metros del suelo como mínimo para que tenga una buena visibilidad. Las medidas del anuncio serán de 3x4.5 metros.

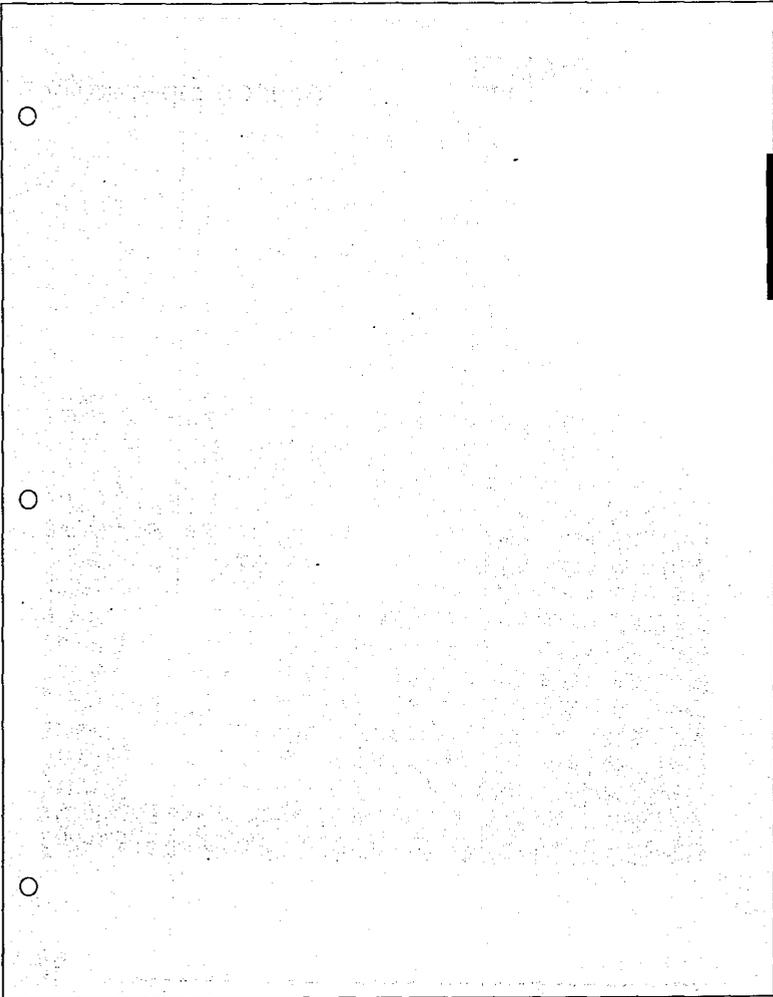
El anuncio lleva el logotipo de Uruapan, el slogan y el elemento decorativo cargado hacia el lado izquierdo del cual está rebasado junto con la parte superior e inferior y abarcando solo una tercera parte del logotipo.

En la parte superior del anuncio y centrado a él se encuentra una palabra que dice "BIENVENIDOS".





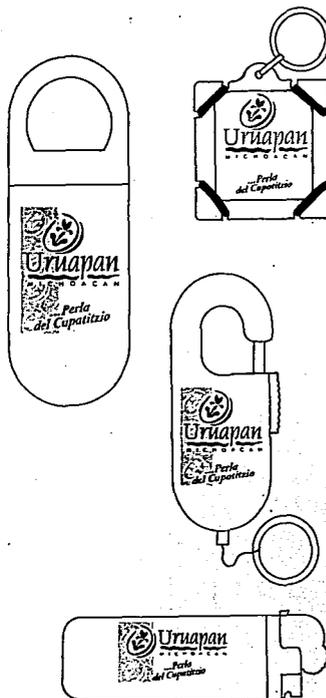
**ARTICLES
PROMOTIONALES**



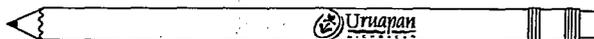
Como artículos promocionales o ya sea souvenirs, se puede manejar una gran extensión y variedad de los mismos, es innumerable la cantidad de objetos que pueden servir de promoción. Pero aún así, aunque no se ilustren la mayoría de ellos, todos deberán sujetarse a las reglas establecidas.

En los lapiceros, lápices, bolígrafos, plumas, etc. sólo irá el logotipo con el slogan impreso a una tinta, la cual será de color azul. Para los objetos de tamaño pequeño como encendedores, destapadores u objetos difíciles de registrar, llevará un recuadro del elemento decorativo como fondo y el logotipo y slogan encima, de color azul, resultando así sólo dos tintas. Cuando los objetos u artículos sean de tamaño mayor, no tengan problemas de registro y se presten para llevar sus colores correspondientes, será necesario que los lleve.

El número de tintas no sólo puede influir en el tamaño del artículo sino que en un momento dado el presupuesto lo determinará, pero tomando en cuenta que tanto a los turistas como a la gente en general les es más agradable un objeto con más colorido y que se vendería con mayor facilidad.









Logotipo en negro





Logotipo en negro





Logotipo a color





Logotipo a color





Logotipo a un solo color



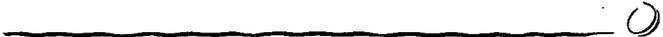


Logotipo en negro





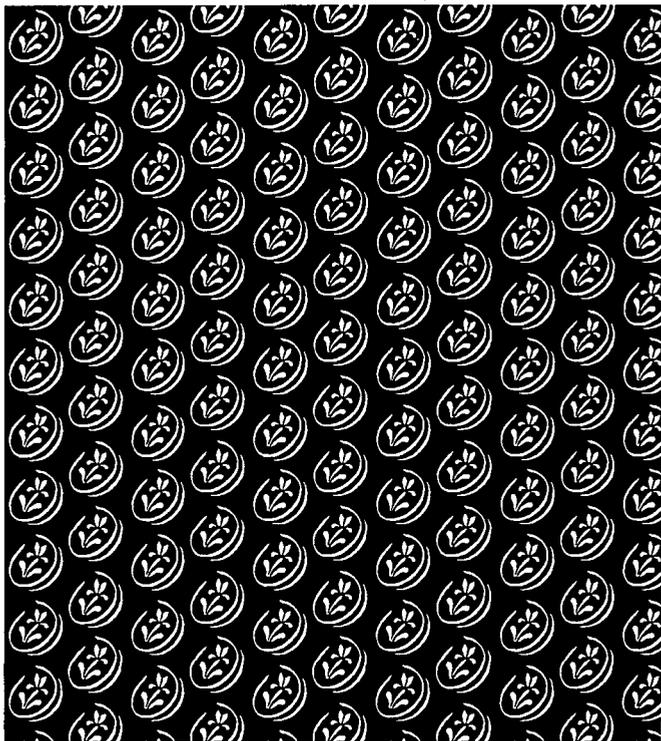
Logotipo a color





Logotipo a un solo color





Presupuesto



		Tipo de impresión	Especificaciones	Empresa: Lopez Impresores	Perfil 3
5 000	Folletos	Offset	3 tintas frente, 3 tintas reverso con 4 fotos en selección a color. Papel couché. Tamaño carta.	N\$ 2,644.00	N\$ 2,505.00
1,000	Carteles	Offset	3 tintas. Cartulina couché. Medida 34x46 cm.	1,516.53	1,750.00
3,000	"	"	"	2,321.84	2,679.30
1,000	Hojas membretadas	Offset	3 tintas. Tamaño carta.	610.00	405.00
1,000	Sobres	Offset	3 tintas. Tamaño oficio.	906.00	505.00
500	Tarjetas de presentación	Offset	3 tintas. Medida 9x5 cm.	538.00	450.00
				Promoser	Entorno Serigráfico
100	Calcomanías vinilo	Serigrafía	4 tintas. Medida 70x51 cm.	1,000.00	1,200.00
500	Playeras	Serigrafía	3 tintas frente, 4 tintas reverso.	10,000.00	9,430.00
500	Gorras	Serigrafía	3 tintas.	7,000.00	8,260.00
1,000	lapiceros	Serigrafía	1 tinta.	2,000.00	2,600.00
100	Tarjetas de presentación	Serigrafía	4 tintas.	75.00	108.00

121



			Especificaciones	Empresa: Promoser
1,000	Destapador - encendedor	Serigrafia	2 tintas.	c/u 13.00
1,000	Encendedor - lapicero	Serigrafia	2 tintas.	c/u 4.00
1,000	Llavero	Serigrafia	3 tintas	c/u 3.00
1,000	Llavero con hilo	Serigrafia	2 tintas	c/u 14.50

122

Anuncio Espectacular	Comprado	Medida 3x45 mts.	12,000.00
	Rentado	Medida 7x6 mts.	22,800.00
			al año.

Junio de 1994.

Conclusiones



El logotipo diseñado para la ciudad de Uruapan, Michoacán cumple con las características funcionales necesarias para ayudar a distinguir, atraer y promover el lugar por medio de él, de una manera alegre y tradicional.

La Imagen reúne las características indispensables como es el logotipo, slogan y un patrón creado como elemento decorativo, principalmente, así como la función primordial que es "darse a conocer", tanto a turistas como a los residentes.

Todo éste esfuerzo logrado le brinda al turista un muestreo de lo mucho que podrá encontrar y admirar al conocer esta ciudad; así como también a las personas que vivimos en ella nos invita a cuidar y conservar todo lo bello que poseemos para que podamos darles la oportunidad de visitarnos y conocernos.

Bibliografía



Enciclopedia de México
Tomo 12
Enciclopedia de México, S.A.

Los esmaltes de Uruapan
Francisco de P. León
Innovaación

Michoacán. Lagos azules y fuertes montañas.
Colección: Monografías Estatales
Secretaría de Educación Pública.

Imagen Global
Joan Costa
Editorial CEAC.

Como diseñar marcas y logotipos
John Murpchael
Ed. G. Gili

Diseño y reproducción
Giorgio Fioravanti
Ed. Gili, S.A.

Uruapan en su 450 aniversario
Manuel Padilla Bustos
Taller de offset de López Impresores,
S.A.

Los tarascos, campesinos y artesanos de Michoacán.
Ina R. Dinerman
SEP7SET

Mini Guía Turística de México
Michoacán
Turismo Michoacán.

Manual de Imagen Corporativa
Varios
Ed. Gili, S.A.

Haga usted mismo su Diseño Gráfico
John Laing
Ed. H. Blume

Introducción al Diseño Gráfico
Peter Bridgewater
Ed. Trillas

Uruapan, monografías municipales
Francisco Miranda
Ed. Gobierno del Estado.

Guía Turística, Histórica y Geográfica de México.
(Nayarit, Jalisco, Colima y Michoacán)
Ed. Patria, S.A. de C.V. (bajo el sello de Promexa).

Historia del Diseño Gráfico
Philip B. Meggs.
Ed. Trillas

Bases del Diseño Gráfico
Alan Swann
Ed. G. Gili