



UNIVERSIDAD DON VASCO A.C.  
Incorporada a la Universidad Nacional  
Autónoma de México

Escuela de Diseño Gráfico

872731

7

**Imagen Promocional de**



LOS  
**Chorros**  
DEL **varal**

**TESIS PROFESIONAL**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

297537

LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO  
**LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO**

**Presenta:**  
**María de los Angeles Montes Andrade**

**Uruapan, Michoacán**  
**Junio 2000**



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.

**DIOS...**  
¡Eres Grande!

**PA'...**  
¡Siempre serás mi mejor recuerdo!

**MADRE...**  
¡Gracias por las porras en todo momento!

**FAMILIA MONTES & MONTES...**  
¡Con su apoyo nunca perdí de vista la meta,  
compartimos los mismos ideales.

**SOPES'CLUB, AMIGUÍSIMOS Y TRABAJOSOS...**  
¡Me hicieron más ligeras las desveladas!,  
con ustedes entiendo el sentido de la amistad.

**PROFES...**  
¡Gracias por su guía profesional!

A todos aquellos que de alguna manera apoyaron  
e impulsaron mi formación personal y profesional  
un enorme ¡GRACIAS!

**Agradecimientos**

# Indice

## Indice

### PRIMERA PARTE

13 Introducción

### CAPITULO UNO

17 Problemática y Objetivos

### CAPITULO DOS

#### Michoacán

- 21 Geografía
- 22 Geología  
Clima
- 23 Flora
- 24 Fauna
- 25 Hidrografía
- 27 Folklore
- 28 Gastronomía  
Indumentaria

#### Bellezas naturales de Michoacán

- 29 Santuario de la Mariposa Monarca  
Gruta Tziranda  
Presa del Bosque
- 30 Los Azufres  
Mil Cumbres  
Cuitzeo  
Pátzcuaro  
Janitzio  
Zirahuén
- 31 Parque Nac. "Barranca del Cupatitzio"  
La Tzaráracua  
Volcán Paricutín  
Los Chorros del Varal  
Lago de Camécuaro
- 32 Lázaro Cárdenas  
Playa Azul-Eréndira  
Costa Michoacana  
Ixtlán de los Hervores  
La Salada

- Manzanillita y Rangel 33  
Barra de Pichi
- Caletilla de Mexcalhuacan  
Bahía de Maruata  
Playa Chuquiapan  
Playa La Soledad  
La Ticla  
Las Brisas  
Pichilinguillo  
San Juan de Alima 34  
Playón Nexpa
- Punta San Telmo o Faro de Bucerías  
Bahía Bufadero (Caleta de Campos)

#### Los Reyes de Salgado

- Historia 35
- Localización 39
- Clima 40
- Flora y fauna  
Suelo

#### Los Chorros del Varal 41

##### El turismo

- Concepto y generalidades 43
- Epoocas históricas del turismo 44
- El objeto del turismo 44
- La localidad turística 45
- El desplazamiento turístico 46
- Importancia del turismo 48
- El turismo en Michoacán 49

### CAPITULO TRES

#### Diseño Gráfico

- Concepto y generalidades 53
- El proceso de diseño creativo 54

- Historia del Diseño Gráfico 55
- Diseño Gráfico en México 59
- Áreas del Diseño Gráfico

- 63 Identidad Corporativa
- 64 Señalización
  - Envase y embalaje
- 65 Diseño Editorial
  - Métodos audiovisuales
- 66 Publicidad y promoción

## 67 Metodología del Diseño Gráfico

- 69 Imagen Gráfica
- 71 Identidad Corporativa
- 72 Marca o logotipo
- 75 El símbolo
  - Logosímbolo
- 76 Manual de Identidad

### Elementos de la Identidad Corporativa

- 77 Estilización
  - Tipografía
- 79 Composición
- 80 Equilibrio
- 81 El color
- 82 Psicología de los colores

### Técnicas de representación

- 85 La ilustración
- 86 La fotografía

## CAPITULO CUATRO

### Promoción, publicidad y campañas

- 89 Mercadotecnia
  - Publicidad
  - Promoción
- 90 Campañas

### Medios de promoción

- 91 El cartel
- 92 El folleto
  - La manta
  - Banderolas
- 93 El espectacular

- Artículos promocionales
- Radio y Televisión 94
- Prensa 95

### Señalización

- Sistemas de señalización 97
- Puntos importantes 98
- Tipos de señales
  - El signo 100

### Materiales

- El papel 101

### Medios de impresión

- Offset 103
- Serigrafía 104
- Flexografía 105
- Impresión electrónica 106

### Acabados

- Perfilado 107
- Montaje
- Plastificado
- Relieve
- Realce 108
- Metalizado
- Barnizado
- Redondeado de cantos

## CAPITULO CINCO

- Conclusiones 111

## **SEGUNDA PARTE**

**Introducción** 115

### **CAPITULO SEIS**

#### **Proceso de Diseño**

Metodología 119

Conceptualización 120

Bocetos iniciales 121

Bocetos finales 122

Diseño final 124

Color 125

Elementos decorativos 127

### **CAPITULO SIETE**

#### **Promoción**

Cartel 131

Slogan

Tríptico 134

Señalamientos 135

Espectacular 136

Souvenirs 137

Anuncio de periódico

Video

**Presupuesto** 141

### **CAPITULO OCHO**

**Manual de Identidad Gráfica Promocional** 145

### **CAPITULO NUEVE**

**Conclusiones** 181

**Bibliografía** 183

# **PRIMERA PARTE**

**Investigación**

# Introducción

El diseño gráfico es una actividad profesional que se encarga de comunicar mensajes a través de la organización de palabras e imágenes. Un libro o cartel bien diseñado es el resultado de un largo proceso de investigación, información y experimentación por parte del diseñador. Aquí radica la importancia de esta profesión, ya que hay un estudio previo a la realización de cada proyecto. El concepto, la funcionalidad y la estética del mismo, mediante un análisis objetivo entre diversas opciones donde se elige la más adecuada.

El diseño se desarrolla en diversas áreas como diseño audiovisual, diseño editorial, envase y embalaje, señalización, identidad corporativa, diseño publicitario y material didáctico. Su campo de acción es muy amplio ya que interactúa con otras disciplinas como son sociología, psicología, pedagogía, comunicación, mercadotecnia y publicidad. Es por esto que se encuentra presente en la vida diaria de la sociedad, resolviendo problemas de comunicación visual. Cada vez son más los organismos, instituciones, empresas, entidades federativas que requieren de esta especialidad.

Michoacán, por ejemplo es un Estado que necesita estos recursos promocionales en el aspecto turístico; pues conjunta lugares prehispánicos, artesanías, folklore, sensibilidad artística; pero sobre todo es reconocido por sus bellezas naturales, lo que lo coloca como un espacio digno de ser promovido y visitado.

Tal es el caso de este proyecto sobre una de estas bellezas naturales, las cascadas llamadas "Los Chorros del Varal" - paseo de estilo aventurero -, localizadas en el municipio de Los Reyes, a las cuales por medio de los recursos y elementos del diseño gráfico se les va a desarrollar una imagen que contribuya en su trascendencia tanto estatal como nacional.



1

problemática y  
**objetivos**

# Problemática y objetivos

Michoacán es un vasto territorio reconocido por sus artesanías, tradiciones, sensibilidad artística, folklore, colorido, gastronomía, clima templado y saludable; pero sobre todo por sus bellezas naturales.

A lo largo de todo el Estado nos encontramos con espacios que han tenido gran difusión por parte de la Secretaría de Turismo, Gobierno del Estado y otros organismos creados para el mismo fin.

Por mencionar algunas de estas áreas tenemos el Santuario de la Mariposa Monarca, el Volcán Parícutín, el Géiser de Ixtlán, los lagos de Pátzcuaro y Camécuaro, Cuitzeo y Zirahuén, las aguas termales de los Azufres que

cuentan con los balnearios de Laguna Larga y Laguna Verde, la cascada La Tzaráracua, el Parque Nacional "Barranca del Cupatitzio", las playas ubicadas en el sureste michoacano como Playa Azul, Maruata o Lázaro Cárdenas.

Dentro de esta lista de bellezas naturales, se encuentran unas cascadas llamadas "Los Chorros del Varal" ubicadas a unos 10 Kms. cerca del municipio de Los Reyes; las cuales combinan una exuberante vegetación y cristalinas aguas que se deslizan por las rocas.

A medida que va pasando el tiempo se han hecho más conocidas por recomendación de quienes las han visitado; se dan paseos familiares, excursiones, incluso hay quienes van de campamento. La temporada donde alcanza más visitantes son entre los meses de octubre a junio, conocida como temporal de secas; ya que el camino se conserva en buen estado; las gradas están libres de musgo y escombros.

El Ayuntamiento de los Reyes que cuenta con servicios e infraestructura adecuados para recibir al visitante nacional y extranjero ha gestionado para mejorar su aspecto; trazando la carretera, construyendo las gradas y un barandal que facilitan el acceso a este lugar, sin perder el encanto de propiciar un paseo aventurero. Aún con todo esto la respuesta de la afluencia turística no ha logrado cubrir las expectativas que se

Los Chorros del Varal



han planteado para su desarrollo turístico.

En los folletos de Michoacán la promoción que se le da a "Los Chorros del Varal" es escasa, si aparece es en un espacio mínimo el cual no es suficiente para mostrar las características importantes del lugar y en consecuencia no motiva a visitarlos.

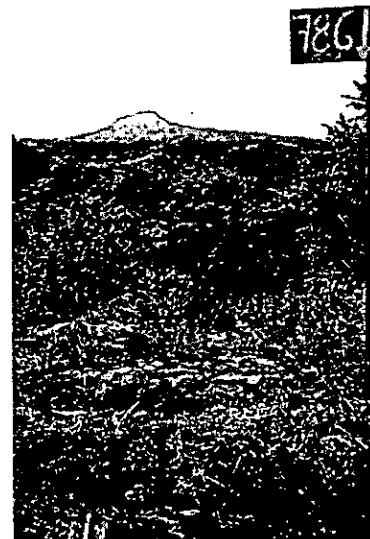
Otro aspecto importante a considerar es que el camino hacia estas cascadas tiene varios senderos que conducen a otras parcelas y que provocan en el turista confusión y pérdida de tiempo en el recorrido.

Es por esta razón que surge la necesidad de darle más formalidad a este lugar, mediante una imagen gráfica que tenga impacto, sea funcional, estética y permita distinguirlo, reconocerlo y promoverlo; apoyada con la planeación de una campaña que atraiga al turismo en un rango más amplio, tanto estatal como nacional, lo cual también va a fomentar el desarrollo económico y social del municipio.

Traza de la carretera  
Los Reyes- Los Chorros del Varal



Señalización actual del lugar



Inicio del descenso hacia las cascadas

2

W. E. B. DUBOIS



# Michoacán



Ubicación geográfica

Es una de las más bellas y fértiles regiones del mundo, está trazada de colinas, hermosos valles, praderas y arroyuelos. Su clima es templado y saludable. Michoacán ofrece en cada una de sus poblaciones chicas y grandes, fiestas de todo tipo. Proporciona muy buena comida a sus habitantes y visitantes en la gran mayoría de sus pueblos y villas.

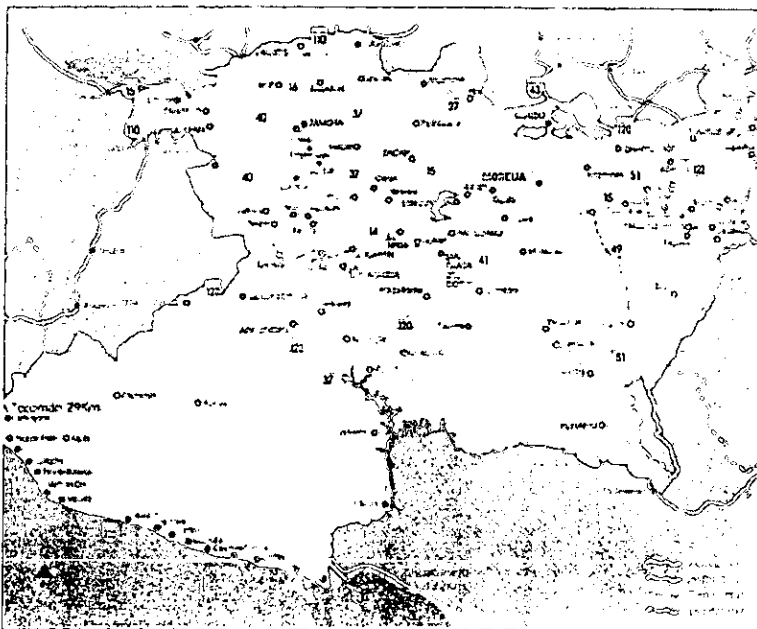
## Geografía

Se encuentra situado en el oeste mexicano con una superficie territorial de 59,864 km<sup>2</sup>., que representan el 3.1% de la superficie total de la República. Tiene 187 Km. de litoral sobre el Océano Pacífico.

Se creó en 1824, en donde su extensión no ha variado mucho desde entonces.

Michoacán tuvo otros nombres, en 1814 se le llamó "Provincia de Michoacán de la América Mexicana"; en 1787, se conoció como "Intendencia de Valladolid" y por mucho tiempo tuvo el nombre de "Provincia de Michoacán".

Colinda al norte con Jalisco y Guanajuato, al noroeste con Querétaro, al este con el Estado de México, al sureste y sur con Guerrero, al oeste con Colima y al suroeste con el Océano Pacífico.



Ubicación geográfica

En la actualidad cuenta con 113 municipios. La superficie territorial está formada por las planicies costeras del Pacífico (entre la Sierra Madre del Sur y el Océano Pacífico y de la desembocadura del Río Coahuayana al Río Balsas); la Sierra Madre del Sur de 200 Km. de longitud, va desde el municipio de Villa Victoria hasta el de Arteaga; la Depresión del Balsas, limitadas por la Sierra Madre del Sur y el Sistema Volcánico Transversal; el Sistema Volcánico Transversal y la Depresión del Lerma o Altiplanicie.

## Geología

La mayor parte del suelo de Michoacán está constituido por rocas ígneas (volcánicas) de distintas edades. Dominan las de la Era Terciaria, aún cuando entre ellas se encuentran formaciones cuaternarias localizadas en los Valles de Zamora



Tacambaro, Mich.



Costa Maruata

y Tangancicuaro, en las ciénegas de Chapala, Zacapu y Villachuato, en una parte de Tarímbaro, Alvaro Obregón y Zitácuaro, en las cañadas de Chilchota y Papatzindán, en los márgenes de los ríos Lerma, Marqués, Tepalcatepec y Balsas. En el área correspondiente a los municipios de Huetamo y Turicato se halla una superficie ocupada por rocas intrusivas del Período Post Cambriano.

En la mayor parte de la entidad, los suelos agrícolas proceden de rocas ígneas volcánicas que paulatinamente se han ido descomponiendo por la erosión hasta formar delgadas capas en las laderas y profundas en las



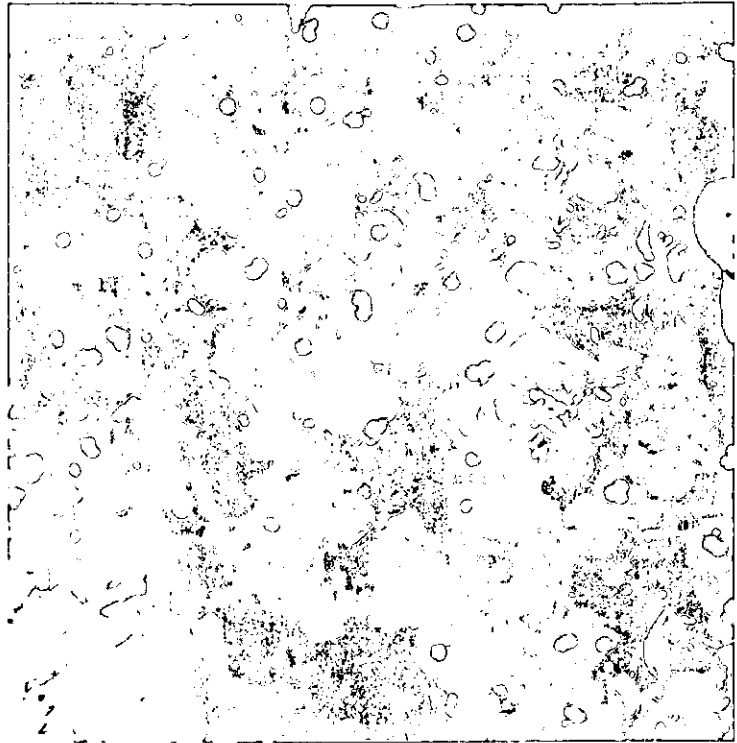
Sierra Purépecha

planicies y mesetas. Propicios a la agricultura son los suelos rojos-amarillos, característicos de las zonas tropicales. Dispersos en la zona montañosa destacan los suelos cafés-rojizos, propios para bosques y fruticultura. Y en la zona norte, en el área del Bajío y de las ciénegas de Villachuato, Zacapu y Chapala son de alta productividad agrícola los suelos negros y grises, de formación sedimentaria y lacustre.

## Clima

Las lluvias ocurren desde finales de mayo hasta octubre, intensificándose de julio a septiembre, aunque en algunas partes de la sierra se incrementan a partir de junio. En la costa se inician en la segunda mitad de este mes. La temporada de secas varía de seis a ocho meses. Toda la entidad tiene un invierno seco. Las lluvias en

los meses estivales, vuelven benigno el clima de las zonas norte y central, donde mayo y junio son los meses más calurosos, y enero el más frío. En las montañas se registran las temperaturas más bajas, y las más altas en la Tierra Caliente y en la costa (media de 29°C). El promedio es de 20°C en el resto de la entidad. En la Zona Centro y Norte se registran heladas, que a menudo causan graves perjuicios a la agricultura, pero su intensidad va disminuyendo a medida que el clima templado va convirtiéndose en cálido. Los vientos del Suroeste son los más frecuentes; pero la velocidad máxima anual corresponde a los del noroeste, raras veces huracanados. Los del Sur-este, frecuentes en la zona, son los que más perjuicio causan a la agricultura. Recientemente, como consecuencia de los grandes embalses construídos en el trayecto del río Balsas, se



Camelinas o Bugambilia

## Flora

han observado modificaciones climáticas y ecológicas en las áreas vecinas.

Las diferentes altitudes y los distintos grados de humedad y temperatura de la entidad contribuyen a que la flora sea muy variada. Desde la Palma Real, que bordea las playas del litoral y los cayacales, pasando por los bosques de caoba, pochote, uje, primavera, parota y otras muchas especies, hasta las coníferas de las altas sierras, o los bosques de oyamel y de encino, casi no hay árbol que no sea aprovechado por su madera, resina o fruto, o por sus propiedades medicinales. Y en los estratos más bajos crecen una gran variedad de plantas herbáceas con propiedades medicinales, tintóreas o industriales.

Mil Cumbres



## Fauna

En las áreas rocosas del litoral abundan los mejillones, almejas, ostiones, lapas, madre perlas y langostas. En los esteros y en los lechos de los ríos cercanos a su desembocadura, se capturan langostinos, conocidos en la región con el nombre de chacales. En las aguas próximas al litoral se pesca lisa, robalo, algunas variedades de mojarra, pargo, bagre, barbillo, cabrilla y barrilete. La tortuga de carey va a desovar en las playas. Los insectos son numerosísimos y algunas especies de arácnidos constituyen cierto peligro en la costa y en Tierra Caliente.

Son también abundantes los reptiles y los saurios, las aves están representadas por multitud de espe-



Mapache

cies de palmípedas, gallináceas, columbinas, trepadoras, rapaces y canoras.

Entre los mamíferos aparecen siempre frente al litoral agrupados, algunos cetáceos como el delfín, y en tierra firme aparte de las especies consideradas como domésticas habitan el tlacuache, armadillo, ardillas de diversos géneros, conejos, cacomixtles, tejón, coyote, mapache, jaguar, puma, zorra, tuza y otros.

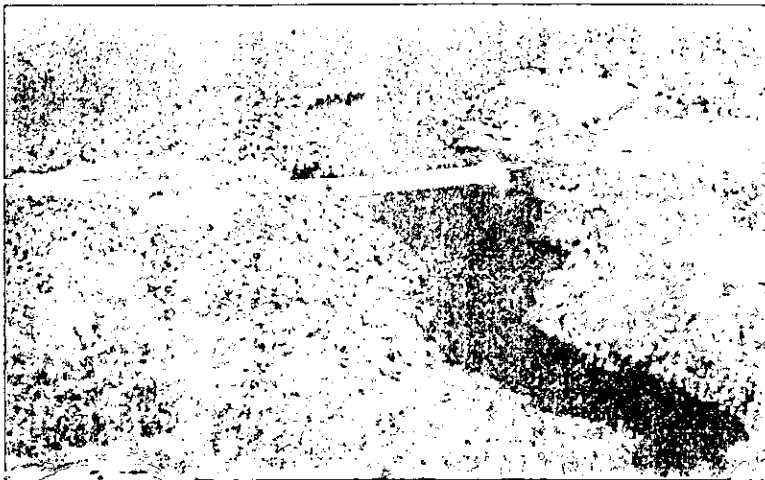
En las cadenas montañosas hay rocas calcareas con conchas de moluscos fósiles mesosóicos y en la ciénega de Chapala y en las riberas del lago de Acuitzeo se hallan restos de mamuts y otros animales cenozoicos.

La caza es practicada con fines deportivos, entre las especies que más abundan se encuentran: el jaguar, el ocelote, el tigrillo, la nutria, el coyote, el venado cola blanca, la ardilla, el pato y el ganso migratorios, la gallinita, el cololite, la codorniz y la paloma de collar. Los municipios que tienen mayor cantidad de esta fauna son los de Morelia, Apatzingán, La Piedad, Uruapan, La Huacana, Nueva Italia y Lombardía. También la zona del Lago de Pátzcuaro y la parte poco explorada del sur del Estado. La pesca se efectúa en los litorales, lagos y ríos. Sumadas a estas especies tenemos las migratorias como los pelícanos que llegan en el invierno, la mariposa monarca inmigrante desde Canadá que llega a los santuarios ubicados en el oriente michoacano.



Ixtlán de los Hervores





Presa de Infiernillo

## Hidrografía

Las lluvias (de 500 al 1,650 mm. de precipitación, según las regiones) y los abundantes y numerosos manantiales con que cuenta la entidad, generan un sistema hidrográfico constituido por ríos, arroyos y lagos, que origina la exuberancia del Estado.

En relación con su complejo orográfico existen 3 vertientes: la del Norte, que descarga su caudal en el río Lerma y los lagos de Cuitzeo y Chapala; la del río Balsas y la del Océano Pacífico. En la región del Centro existen lagos de importancia y en toda la entidad depósitos artificiales, cuyas aguas se emplean en el mejoramiento de la agricultura y en la producción de energía eléctrica. El

río Lerma, que nace en el municipio de Almoloya, en el estado de México, capta los escurrimientos de la vertiente del norte, bordea Michoacán por el noreste sirviéndole de límite con Querétaro, y tras de correr por los municipios de Contepec y Maravatío, se interna en Guanajuato, para entrar de nuevo a la entidad por el municipio de Puruándiro y marcar la línea divisoria con los Estados de Guanajuato y Jalisco, hasta desaguar al fin en el lago de Chapala. Entre las numerosas corrientes que afluyen al Lerma sobresalen los ríos Tlalpujahuá, que nace en el municipio del mismo nombre; Cachivi, originado en la sierra, entre los municipios de Senguio y Tlalpujahuá; Angulo, que se forma a orillas de la población de Zacapu y desemboca a inmediaciones de Santiago Conguripo, y Duero, que procede de Carapan, sigue curso Noroeste y desagua en el municipio de Vista Hermosa de Negrete, después de haber recibido varios afluentes, entre ellos el Celio. Cerca de los límites con Guanajuato, y aún en territorio de ésta, se encuentra el lago de Cuitzeo, cuya longitud es de 60 Km. de Este a Oeste y de 18 Km. de Norte a Sur. El agua es de poco fondo y no puede aprovecharse en usos comunes debido a la gran cantidad de sales en suspensión que contiene. En algunos lugares de sus riberas se explota la sal y el tequesquite blanco, y



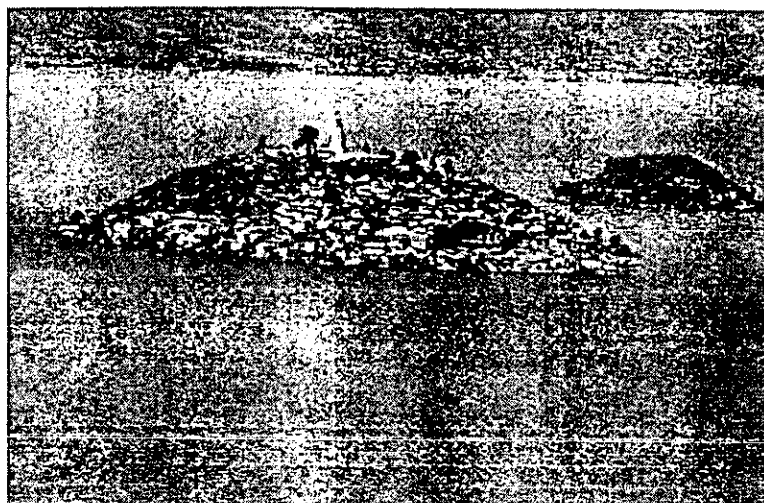
Río Balsas

en sus aguas se pescan varias especies, sobre todo el charal. A él afluyen los ríos Grande de Morelia, que nace en las montañas del municipio de Acuitzio y Queréndaro, formando los escurrimientos de la sierra de Otzumatrán, así como las aguas de algunos manantiales del volcán de Sn. Andrés.

Pertenece a la entidad la región sureste del Lago de Chapala, desde la desembocadura del Lerma hasta el punto opuesto, a este enorme depósito natural van a desaguar numerosos arroyos de los colindantes municipios michoacanos, y también el río de la Pasión que limita por el Oeste, con Jalisco.

A la región del Norte pertenecen las lagunas Verde y Larga; en las alturas del volcán de Sn. Andrés; la de Zitimeo, en los suburbios de Zacapu; el pintoresco lago de Camécuaro, el más pequeño de la entidad; la Magdalena, en Cotija; Sn. Juanico y Tacátzcuaro, en Tocumbo.

En el centro se localizan los lagos de Pátzcuaro y Zirahuén. El primero, bordeado por cuatro municipios, tiene 36 Km. de longitud y 31 de ancho, con una profundidad que varía de los 9 a los 17 mts. El segundo se halla en el municipio de Santa Clara. La segunda vertiente corresponde al río Balsas, que toma contacto con el Estado por el sureste, en el municipio de San Lucas. Siguiendo un curso este-oeste, la corriente tuerce bruscamente al Sur, hasta desembocar en el



Isla de Janitzio, Lago de Pátzcuaro

Océano Pacífico. En todo lo largo de su curso bajo señala el límite con el Estado de Guerrero. Procedentes del territorio michoacano el Balsas recibe varios afluentes, entre ellos el Cultzamala (límite también en parte con Guerrero); formado por los ríos Pungaracho, Tuzantla y Purungueo; el Carácuaro, enriquecido, entre otros caudales, por el Grande o Tepalcatepec, que procede de la Sierra de Tarecuato, cruza los municipios de Tangamandapio, Tingüindín y Tocumbo; recorre los de Los Reyes y Peribán, sirve a estos de límite con Jalisco, penetra en el Estado, vuelve a entrar en Michoacán por el municipio de Tepalcatepec y después de recorrer 193 Km. desemboca en el Balsas. En su trayecto recibe las aguas de los ríos Itzícuar, Tzaripítiro, Acahuato, Chila, Marqués y otros. Sobre el curso del río Balsas se han construido dos grandes presas: El Infiernillo y la de José Ma. Morelos o la Villita, útiles para regular las

Río Cupatitzio



avenidas del río, para generar energía eléctrica y para beneficiar tierras agrícolas de las costas de los estados de Michoacán y Guerrero.

A la vertiente del Océano Pacífico corresponde el río Coahuayana que nace en Jalisco con el nombre de Tamazula, toma contacto con Michoacán en terrenos del municipio de Villa Victoria, recibe numerosos afluentes que bajan de la sierra, sigue por el municipio de su nombre y desemboca en el Pacífico formando la Boca de Apiza. Esta corriente marca el límite con el Estado de Colima.

Entre la desembocadura del Coahuayana y la del Balsas setenta y un corrientes, entre ríos y arroyos desaguan en el Océano Pacífico, algunos de considerable importancia como los ríos Maquíl, Ostuta, Motín, Colula, Cachán, Tizupan, Guagua, Nupitina, Nexpa o de Aguillilla, Chuta, Popoyuta, Acalpican conocido también como Playa Prieta, Carrizal y Arteaga.

Además de estas corrientes y depósitos naturales, cuenta la entidad con numerosos manantiales de aguas termales, muchas de ellas con propiedades terapéuticas a causa de las sales y minerales que contienen en solución o suspensión. El número de esos manantiales sobrepasa la cifra de 500, por lo que se atribuye al Estado el primer lugar mundial en esos fenómenos hidrogeotérmicos. La mayor concentración de ellos se encuentra en una franja de varios Kms.

de ancho que atraviesa la parte norte del Estado desde el este de la entidad hasta el extremo Noroeste de la ciénega de Chapala.

## Folklore

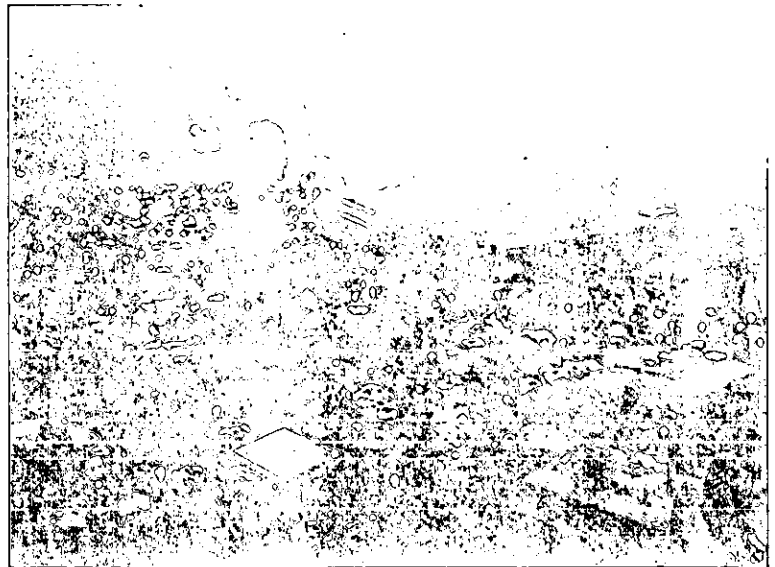
Datan de siglos atrás de la Conquista, las danzas michoacanas de Los Viejitos, Los Aztecas, Los Concheros y otras más. Se han incorporado a ellas otras de sello hispánico, pero con buen sabor tarasco, como las de Los Moros, Los Romanos, y el Jarabe Moreliano. Dichas manifestaciones folklóricas se ven en las fiestas religiosas y profanas, especialmente en los pueblos de Pátzcuaro, Janitzio, Tzintzuntzan, Uruapan, Morelia, Cuitzeo, Paracho, Nahuatzen, San Juan Nuevo, Apatzingán, entre otros lugares más. Las principales fes-

tividades son las que se celebran por Semana Santa, el Día de muertos y Navidad.

La artesanía michoacana tiene fama mundial, y son precisamente los productos purépechas, de tradición precolombina, los que reúnen las condiciones esenciales para representar esa época brillante en la cultura de México.

Las jícaras de Michoacán pasman por su belleza y finura. Su origen es prehispánico, por más que se le haya atribuido influencia asiática. La técnica del esmaltado es sumamente laboriosa en sus tres modalidades: incrustado, rayado y aplicado. Pocos artesanos conservan las fórmulas originales. Las más afamadas jícaras son las que se elaboran en pueblos aledaños a Uruapan. En la actualidad se realiza el decorado floral muy fino y la pintura de

Noche de muertos, Janitzio



animales; principalmente pájaros de colores, con dorado. En la técnica del recortado se aplican varias capas de colores; sobre la superficie se rayan los dibujos y se levanta el color quedando en tramos diferentes la pintura inferior, de matiz distinto en cada rayadura. Las máscaras michoacanas ocupan destacado sitio nacional entre las artesanías de madera, por su enorme diversidad y fuerte colorido, sus muchos significados y abundante hechura y usos actuales. Son parte inseparable de las danzas, procesiones y actos rituales. Muchas tienen por fin provocar la risa o buen humor de los espectadores, como las máscaras de los viejitos y de los diablos de las pantomimas.

## Gastronomía

Entre los alimentos considerados típicos están los ates, atoles, carnitas, corundas, charales, chiles, churere, churipo, caldo miche, minguche, pozole, totopos y huchepos.

Sobresalen tres géneros de atole: el cumata hurápira, que es jugo de maguey hervido y revuelto con harina de maíz; el atole de tamarindo hecho con esa fruta cocida y mezclado con hojas de mazorca de maíz, y el atole de grano hecho de elote, te-



Indumentaria tradicional

ñido de verde con anisillo, hojas de calabaza; sazonado con chile verde; y el atole negro mejor conocido como champurrado.

Son famosos los charales tostaditos que se comen con chile y tortilla, el caldo

miche que lleva pescado, tunas, verduras y chile. El pescado blanco frito en aceite o de otras muchas maneras. Por lo que toca a carnes la comida más gustada es el churipo.

Los tamales típicos son las corundas de masa de maíz conocidos con ceniza y los huchepos que se hacen con elote y sirven de acompañantes de los platillos fuertes.

## Indumentaria

De las vestiduras tradicionales, queda el precioso vestido de la mujer purépecha. Todavía muchas señoras de la meseta exhiben con orgullo sus rebozos oscuros y rayados, sus blusas bordadas, sus delantales de percal y los muchos metros de lana azul o negra que se envuelven de la cintura al tobillo a manera de falda.



Charales fritos

# Bellezas Naturales de Michoacán

Los caminos de Michoacán que llevan a cada uno de sus poblados y entidades resulta ser un itinerario de paisajes inigualables, que conduce por largos tramos de bosques y pinos que recuerdan paisajes alpinos. La ubicación geográfica y la diversidad de recursos con que cuenta Michoacán lo convierten en un sitio pródigo de bellezas naturales.

Michoacán se encuentra entre espectaculares panoramas conformados por montañas, profundos barrancos y valles subtropicales con lagos, ríos y cataratas de agua cristalina. Una caudalosa franja de manantiales atraviesa el Estado se le conoce como Ruta de la Salud ya que permite disfrutar aguas termales y manantiales. En su mayor proporción las aguas termales se encuentran en una vasta extensión que va del límite oriental del Estado hasta el extremo noroeste de la ciénega de Chapala.

Brotan géiseres, volcanes de lodo y sus temperaturas oscilan entre los 32°C, a los cuales la tradición atribuye propiedades en la cura de enfermedades reumáticas, tratamientos dermatológicos y cosmetológicos.



Santuario "El Rosario". Angangueo, Mich.

## Santuario de la mariposa Monarca

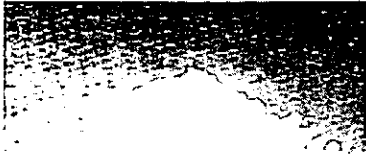
Es un área natural protegida. Angangueo y Ocampo, son puntos de partida ofreciendo transporte al Cerro del Campanario ubicado en el ejido "El Rosario", siendo éste uno de los santuarios de la Mariposa Monarca. En la Sierra Chincua en "El llano de las papas" del municipio de Angangueo se encuentra el otro santuario. Ambos con más de mil árboles llenos de mariposas provenientes de Estados Unidos y Canadá, son visitados entre los meses de noviembre y Marzo. Este espectáculo es mundialmente conocido, y está preservado para bien de la humanidad.

## Grutas Tziranda

Ubicadas a 8 Kms. de Ciudad Hidalgo. En 30 Kms. de recorrido el visitante encuentra y aprecia formas caprichosas de la naturaleza formada a través de miles de años a base de piedras calcáreas, hojas y raíces fosilizadas.

## Presa del Bosque

Localizada a 12 Kms. de la Ciudad de Zitácuaro, por la carretera a Huetámio se encuentra este lugar propicio para el campismo y los deportes acuáticos.



Los Azufres

## Los Azufres

Es una de las regiones más hermosas que existen en el Estado, 24 Kms. al noroeste de Ciudad Hidalgo, entre este municipio y el de Zinapécuaro. Montañas densamente pobladas de pinos y abetos sirven de marco a las tranquilas aguas de Laguna Larga, Laguna Verde y los Ajolotes. Esta Zona cuenta con un campamento de fomento turístico, tiene varias albercas de aguas termales, chapoteaderos, vestidores, sanitarios, asadores, zona para acampar.

## Mil Cumbres

Por la carretera nacional número 15, se ven las crestas boscosas de la sierra michoacana y el espacioso Valle de tierra caliente, imponente panorama. Muy cer-

ca del antiguo Valle de Guayangareo termina la zona de las montañas y el camino se desliza por lomeríos, entre campos cultivados, alrededor de los pueblos que se advierten a distancia.

## Cuitzeo

A 34 Kms. de Morelia, por la carretera Morelia-Salamanca. Se llega cruzando un imponente puente de 4 Kms. Sobre su laguna abunda el charal, que los lugareños ofrecen en exquisitos guisos. Este es el punto de partida hacia una zona de balnearios de aguas termales, la mayoría rústicos; en el cercano Huanacareo algunos cuentan con modernas instalaciones como el de Vista Bella.

## Pátzcuaro

En Purhépecha significa asiento de cúes o templos. Pátzcuaro es la ciudad más representativa de la fusión de dos culturas, la mexicana y la española. Su lago, la grandiosidad de la arquitectura en la que perduran el barroco, plateresco y neoclásico; crean una atmósfera de encanto.

## Janitzio

A 20 minutos del muelle se encuentra esta pintoresca isla del lago de

Pátzcuaro. Su nombre significa "cabellos de elote"; en cuya cima se erigió un monumento de 40 m. de altura al heróico insurgente Don José María Morelos y Pavón.

## Zirahuén

Una maravilla para la vista es este lago en la población del mismo nombre, cuyas casas de madera (trojes) acentúan el encanto del paisaje, verdaderamente inolvidable; rodeado de bosques. En los sencillos restaurantes del pueblo pueden saborearse truchas, pescado blanco, charales y otros con el sabor de la frescura.

Lago de Zirahuén



## Parque Nacional "Barranca del Cupatitzio"

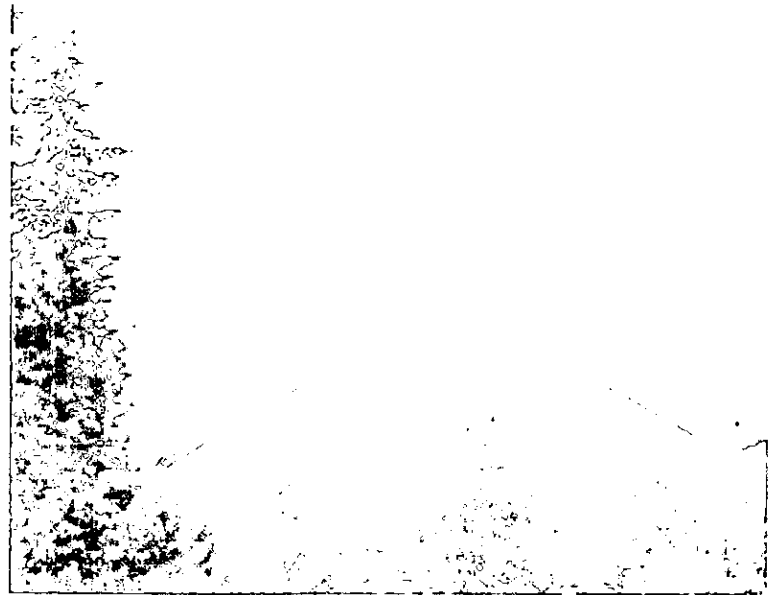
Es el único parque nacional dentro de una ciudad (Uruapan) se extiende por el cauce del río Cupatitzio, que va formando diversas fuentes, entre la exuberante vegetación.

## La Tzaráracua

Al sur de Uruapan, río abajo, 10 Kms. por la carretera a Apatzingán, se localiza esta extraordinaria cascada que ha sido y es punto de admiración de propios y extraños, rodeada de frondosa vegetación. Puede llegarse a ella disfrutando de un agradable paseo a pie o a caballo. Su nombre se deriva del purhépecha y se traduce como cedazo.

## Volcán Paricutín

Surgió el 23 de febrero de 1943 y se apagó dos años después. Paricutín significa en lengua purhépecha "del otro lado", porque se llamó así un pueblo cercano que fue destruido por el vol-



Volcán Paricutín

cán. En algunas partes el manto de lava tiene un espesor o altura de hasta 22 m. Entre él sobresale la torre de la Iglesia de San Juan, en uno de cuyos lados se mira una piedra tallada con la fecha de 1618, que marca la inauguración del templo.

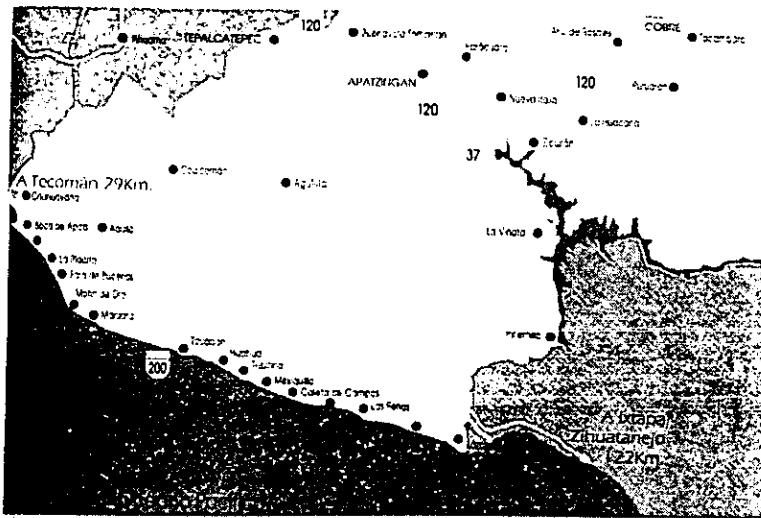
## Los Chorros del Varal

A 17 Km. de la ciudad de Los Reyes, sitio ideal para practicar el turismo de aventura. Consta de cinco vistosas caídas de agua del río Iturria que se precipitan sobre el río Apupátaro, a una altura aproximada de 50 m. junto con pequeños nacimientos de agua de la misma pared basáltica de más de 100 m. de

largo. La vegetación circundante es de selva media. El acceso a este lugar se hace a través de escalones (680 aproximadamente).

## Lago de Camécuaro

Las aguas de este lago son transparentes y el visitante puede observar las raíces de los árboles con gran facilidad. Es un lugar óptimo para la práctica del buceo o natación. Se localiza a 14 Kms. de la ciudad de Zamora, por la carretera federal 15. Tiene aproximadamente mil doscientos nacimientos de agua y en dicho lago se puede realizar paseos en lancha disfrutando del bello paisaje boscoso.



Ubicación de las playas, costa michoacana

Barra de Pichi, Mich.



## Costa Michoacana

En Playa Azul, 26 Kms. al oeste de Lázaro Cárdenas, principia este camino, de 250 Kms., que une en un horizonte de playas, bahías, acantilados y vegetación, a los estados de Guerrero y Colima a través de Michoacán.

## Ixtlán de los hervores

Zona geotérmica de Ixtlán, conocida como el géiser de Ixtlán; se localiza a 28 Kms. de la Ciudad de Zamora, carretera a La Barca. Este atractivo natural se deja ver desde aproximadamente ocho Kms. antes de llegar a dicho lugar ya que alcanza una altura de hasta treinta metros. Se puede practicar la natación y es un estupendo lugar para la relajación, cuenta con canchas, albercas, chapoteaderos y regaderas.

## La Salada

Protegida por enormes rocas basálticas, resalta esta importante caleta de playas arenosas, con un mar ideal para la natación y la pesca.

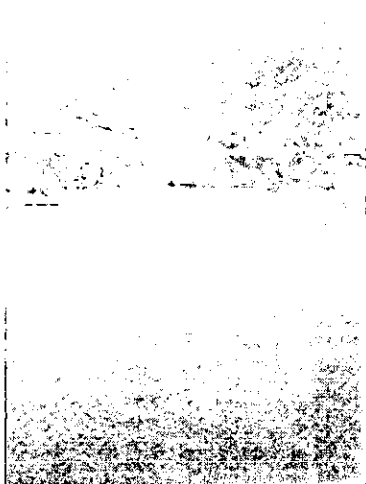
## Lázaro Cárdenas

Puerto de entrada a la costa, toma su nombre del michoacano más ilustre del presente siglo, quien concibió el proyecto de integrar Michoacán al desarrollo del Pacífico.

## Playa Azul - Eréndira

Este lugar, próximo a Lázaro Cárdenas tiene un clima agradable todo el año y es el único de la costa que ofrece desde hace quince años instalaciones turísticas bien acondicionadas, la más conocida y visitada en Michoacán.





Manzanillita, Mich.

## Manzanillita y Rangel

Son dos caletas muy próximas a las Peñas. Aquí las aguas son menos impetuosas y las playas más limpias, existe además la ventaja de contar con siete manantiales de agua dulce, arriba de Rangel.

## Barra de Pichi

Muy cercana a Playa Azul, encantador lugar que ofrece paseos en lancha por todo el estero, abundancia de flora y fauna.

## Caletilla de Mexcalhuacan

Caletilla de playas pedregosas, el agua tiene gran transparencia y mansedumbre. La rodean frondosos bosques y, no lejos del lugar, dos manantiales de agua salada. Aquí pueden proyectarse salidas de embarcaciones deportivas.

## Bahía de Maruata

Maruata es un conjunto de playas que tal vez sean las más bellas de la costa michoacana; frente a sus tibias arenas, en la parte oeste, surge rompiendo el mar un promontorio acantilado de figura caprichosa, con varias puntas, entre las que destaca la roca de Piedra Blanca, que se puede apreciar desde la distancia.

## Playa Chuquiapan

Extensa playa apta para deportes acuáticos y natación. Es un sitio ideal para el campismo, en donde se aprecia el hermoso panorama y se disfruta lo exquisito de su gastronomía.

## Playa La Soledad

Es una pequeña playa bordeada por acantilados, una de cuyas rocas representa la figura de un elefante.

## La Ticla

Ideal para practicar el surfing con sus tempestuosas olas de mar abierto, cuenta con cabañas para hospedaje.

## Las Brisas

Playa que tiene servicios turísticos como hoteles y restaurantes, ideal para la natación.

## Pichilinguillo

Una de las más bellas playas de Michoacán, tiene forma de Caleta y es excelente para la natación.

Con todos estos destinos, viajar por Michoacán es encontrarse con un paraíso lleno de aventura, colorido, tradición y la hospitalidad de su gente. Su diversidad de climas para todos los gustos en



Maruata, Mich.

## Playon Nexpa

Rodeado de cocoteros, tiene una larga playa para la natación y el esquí acuático. Cuenta con comunicación aérea y marítima, recursos pesqueros y agua dulce, así como la proximidad de una zona arqueológica importante.

## Punta San Telmo o Faro de Bucerías

Un hermoso panorama donde se divisan varias islas rocosas, es el principal atractivo de este lugar, atracadero natural en todo tiempo, notable por sus arenas amarillas.

## Bahía Bufadero (Caleta de Campos)

Lugar adecuado para la instalación de tiendas de campaña por su ubicación, buen clima, y sobre todo, el espectáculo de su bahía.

Maruata, Mich.

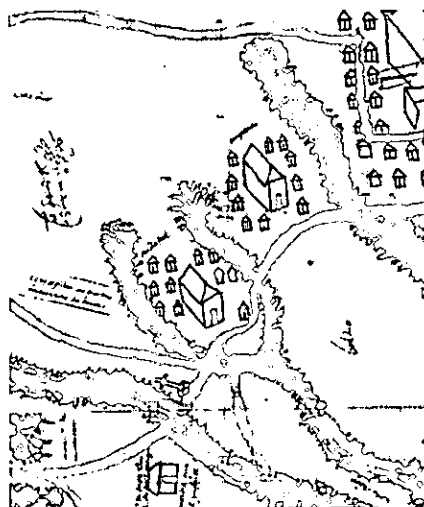


cualquier época del año, playas vírgenes, valles fértiles, singulares reservas ecológicas, vestigios arqueológicos, balnearios, artesanías, historia y cultura, hacen de la entidad un santuario turístico.

## San Juan de Alima

Esta playa y la inmediata, Puerto de San Juan de Alima; son otro paraíso de la costa michoacana, en el que entre exuberante vegetación y el canto de las aves exóticas, se disfruta de agradable tranquilidad.

# Los Reyes de Salgado



Traza de Los Reyes, 1594

## Historia

El Franciscano Fray Alonso Ponce fue comisario general de la Nueva España y realizó una visita al territorio del país entre 1584 y 1589; su secretario Antonio de Ciudad Real escribió la relación de lo que vió y aconteció en ella. Refiere que en marzo de 1587, después del viernes santo, el comisario general envió al guardián del convento de Tarecuato, el Fraile Antonio de Marbella, a que visitase los conventos de Pirihuán (Peribán) y Tanzítaro (Tancítaro). En su informe relata que Peribán... " Está situado al pie de la falda de una sierra llamada Tzirosto, que tiene todo el año nieve, y... se dan en él plátanos, limas, naranjas, y además de esto se dan por allí muchas frutas de Tierra Caliente".

Este es el primer relato en lengua castellana, conocido hasta la fecha sobre antecedentes históricos del origen de Los Reyes.

Siguiendo con el texto de De Marbella donde describe el valle donde se fundaría siete años después de su visita el pueblo de Los Reyes.

"Hacia la parte del poniente tiene aquel pueblo un valle (que por su fertilidad es llamado de algunos Paraíso) de seis leguas de largo por dos de ancho, al cual descenden tres riachuelos, con que se puede regar casi todo, es muy fresco y fértil, se dan las mismas frutas que en Pirihuán y aún otras más. Dáse también trigo de temporal y se podría dar todo el año de regadío; es tierra tan templada que no se conoce en ella invierno, ni verano y no

tiene mal sereno, y hace en ella muy lindas noches y muy regaladas; solo una falta tiene, que es tierra húmeda en tiempo de aguas, por estar tan cerca de la sierra nevada sobredicha. En este mismo valle hay muchos pueblos de indios, y se da mucha cañafistola... a la banda del sur de Pirihuán está un cerro muy alto y en la cubre de él una laguna donde bebe el ganado vacuno que tienen los indios de aquel pueblo, porque además de que allí no le falta el agua, tiene siempre yerba verde en el contorno de la sierra".

Algunos habitantes del pueblo de Peribán, ya tenían visto al valle, como una alternativa para construir algunas edificaciones pues el cultivo de la caña y otras actividades del campo en la



Vista panorámica del Valle de Los Reyes

Evangelización en el Valle de Los Reyes



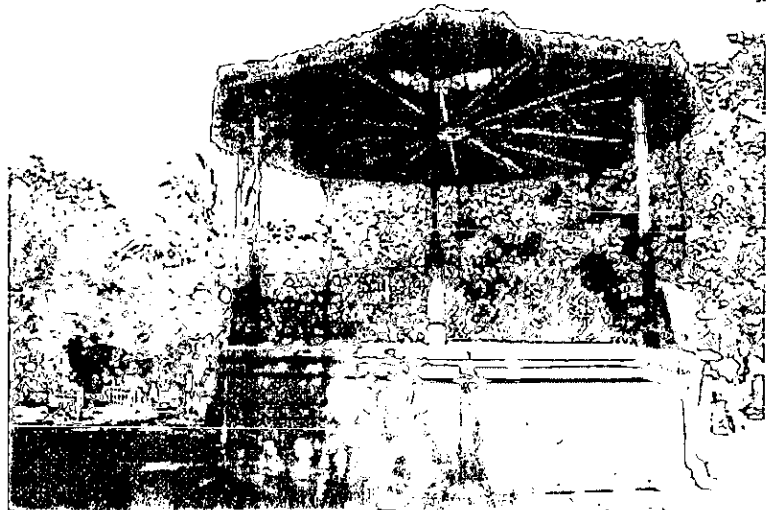
zona eran prometedoras. Desde 1584 se había concedido la prerrogativa de cultivar caña de azúcar en el valle a algunos criollos y se había creado con fines industriales la Hacienda de Santa Clara de Montefalcón, (hoy Santa Clara de Valladares) donde se montó y funcionaba, el primer dispositivo industrial para la extracción de la sacarosa y su elaboración comercial de acuerdo a la tecnología y al alcance de aquella época.

Los frailes franciscanos estaban encargados de la tarea de convertir a la religión cristiana a los naturales de las jurisdicciones que les eran asignadas. El convento de Peribán tuvo dos frailes que enfrentaban muchas di-

ficultades para realizarla porque las localidades con población indígena se encontraban muy dispersas y las distancias que tenían que recorrer les impedían cumplir a satisfacción su trabajo.

Por razones de orden político y económico, durante la conquista del siglo siguiente se realizaron reducciones de indios en pueblos, que se realizaban por propia voluntad o autorización. En este afán el Virrey Don Luis de Velasco tomó la decisión de congregarse varios pueblos para facilitar la solución de voluntades, tanto de los habitantes de los poblados como de las intenciones de los colonizadores y emitió la siguiente orden virreinal "que el pueblo de San Juan Peribán y los de San Francisco Peribán y Santiago Atapan se queden en los sitios o lugares que están y a los de San Juan y San Francisco se junten y congreguen los naturales de las estancias de Santa María y San Miguel.

Las estancias de San Gabriel, San Rafael, San Pedro Acuitzauato y San Pedro Petlacala, que tienen ciento diez tributarios se junten y hagan de ellas un pueblo, cerca de sus sitios, donde es lugar acomodado para hacerse y tiene buenas tierras y mucha agua... Fecho en México a los doce días del mes de mayo de mil quinientos noventa y cuatro años.- Don



Kiosko, plaza principal

Luis de Velasco; por mandato del Virrey, Martín López de Gauna.

Por lo que se debe tomar como fecha legal de la fundación de ese nuevo centro de población, denominado por los franciscanos en forma indistinta como Los Reyes o Los Tres Reyes, el 12 de mayo de 1594.

En 1648 un pequeño templo y hospital prestaron sus servicios a los habitantes.

En el período de lucha insurgente por México, en este pueblo, un insurgente apodado "el pachón", instaló e hizo funcionar al máximo una fábrica de pólvora, con el objeto de suministrar a las tropas libertadoras que operaban en la región y en el oriente de Jalisco.

Después de consumada la independencia, Los Reyes fué un pueblo que evolucionó rápidamente. En el aspecto político: en 1831, se constituyó como municipio, en 1837, adquiere la categoría de cabecera de partido del distrito poniente; y en 1861, obtiene la categoría de Distrito, de acuerdo con la división territorial asumida por el Estado.

Los Reyes tuvo tal importancia económica y demográfica que para el año de 1873 se había convertido en el principal centro urbano del valle de Peribán y de la meseta tarasca.

Durante la gubernatura del General Epitacio Huerta, el Congreso del Estado, en 1859 le asignó la categoría de Villa, llevando el

nombre de "Villa de Salgado" en memoria del patriota insurgente Don José Salgado.

En 1895 el teléfono unía a Morelia con Huetamo, Sirándaro, Quiroga, Pátzcuarro, Puruándiro, Zamora y Los Reyes. En 1902, el ferrocarril que arrancaba de Irapuato llegó a Zamora, Tingüindín y Los Reyes de Salgado.

A fines del siglo XIX Los Reyes contaba con 1,600 habitantes cuando se afianzó un culto, para terminar el año de 1918, el valle se preparaba para celebrar sus fiestas cuando un revolucionario llamado Chávez llegó a la Villa. El Teniente Coronel J. Concepción Rodríguez dispuso a su tropa y la defensa local en la torre del templo y otros



Ingenio San Sebastián

lugares estratégicos, respondiendo al enemigo. La estrategia y decisión aplicadas impidieron la entrada de los chavistas a pesar de sus embates. El Señor Cura Montaña y los vecinos invocaron la protección del patrono del pueblo, la imagen del Cristo crucificado conocida como el Señor de Camichín, para que tuviera misericordia de la Villa. El ataque fracasó y Los Reyes recuperó la tranquilidad, para patentizar su gratitud, de ahí en adelante, la imagen de su patrono es llamada Señor de la Misericordia, venerada el 1º de enero.

El 20 de junio de 1950, el Congreso de Michoacán le otorgó a la cabecera municipal la categoría de ciudad, con el nombre de "Los Reyes de Salgado".

El gobierno federal impulsa agricultura, industria y reparto agrario así como el derecho obrero.

La estructura primaria o agricultura, en el caso de la región, se constituye con el cultivo de la caña de azúcar en primer lugar, los cultivos clásicos o de subsistencia como maíz, firjol, calabaza, chayote y hortalizas.

La estructura secundaria o industrial comprende el beneficio de la caña de azúcar, fresa, zarzamora y el empaque de aguacate.

Cañaveral

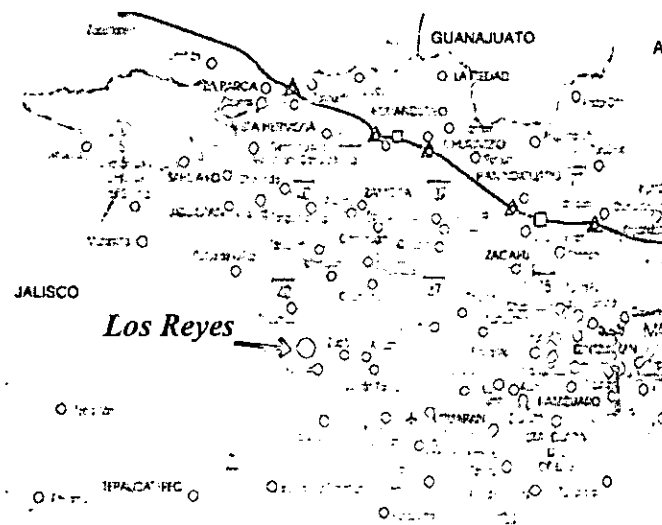


En cuanto a las artesanías, estas se reducen a la fabricación de objetos de madera, trencilla para sombreros, cuyos niveles no son trascendentes.

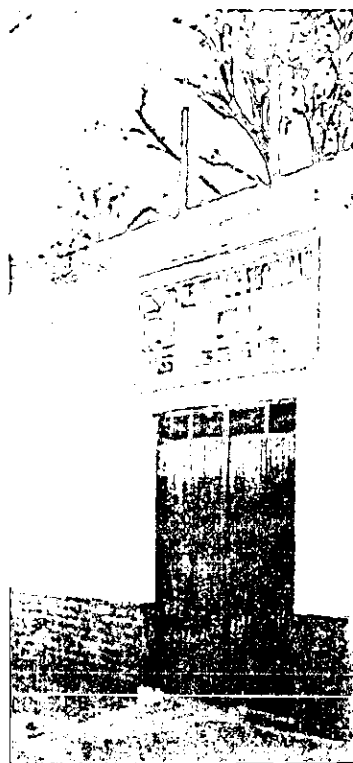
En 1956, se inició la construcción de la red de agua potable y se terminó en 1959. En 1964 se terminó de construir la carretera pavimentada que comunicó a Jacona con Los Reyes; además se inauguró la clínica Hospital del Seguro Social, la escuela Primaria federal 20 de noviembre y la Secundaria 18 de marzo. En 1969 se inició la pavimentación de las principales calles de la ciudad. En 1972, se inició la construcción del nuevo mercado municipal en la Colonia Jardín, la creación de una Unidad Deportiva y la remodelación de canchas. Es la época de bonanza, del oro dulce. La ciudad de los Reyes fué consolidada con la participación del gobierno estatal y municipal.

En 1975, el Estado sustituyó a los empresarios privados de la industria azucarera, indemnizándolos previamente. El ingenio de San Sebastián pasó a ser administrado por la Comisión Nacional de la Industria Azucarera, aunque actualmente volvió a la iniciativa privada.

La Ciudad y sus alrededores ocupan una superficie aproximada de 2.2 Kms.<sup>2</sup> con una dirección ligeramente noreste-suroeste.



Ubicación de Los Reyes de Salgado, Mich.



Academia del IMSS

Los Reyes cuenta con toda clase de servicios para satisfacer las necesidades de sus habitantes y del turismo que la visita: oficinas gubernamentales, bancos centros hospitalarios y educativos, hoteles, restaurantes, gasolineras, terminales de autobuses foráneos, centros para espectáculos y de esparcimiento, campos deportivos, mercados y varios templos, además de un jardín y su plaza principal.

## Localización

El municipio de Los Reyes se localiza, al oeste del estado en las coordenadas 19°35'00" de latitud norte y 102°29'30" de longitud oeste, a una altura de 1,305m sobre el nivel del mar. Su superficie es de 523.77 Kms<sup>2</sup>,

representa el 0.88% del total del Estado. Limita al norte con Tingüindín, al este con Charapan y Uruapan, al Sur con Peribán y el Estado de Jalisco y al oeste con Tocumbo. Se divide en 38 localidades siendo algunas: Cherato, La Tinaja, Sicuicho, Tzacán.

## Clima

Su clima es templado y en algunas partes tropical con lluvias en verano. Tiene una precipitación pluvial anual de 900 ml.<sup>3</sup> y temperaturas que oscilan de 15.6 a 31.6°C.

## Flora y Fauna

En el municipio dominan los bosques como el tropical, guaje, cascolote y el bosque mixto con pino, encino y aile.

La fauna se constituye por conejo, liebre, armadillo, tlacuache, coyote, tuza, zorrillo, mapache y pato.

## Suelo

Tiene gran contenido de materia orgánica e importante valor agrícola. Presenta un color negro grisáceo al acercarse a las zonas húmedas y café grisáceo cuando la humedad disminuye. En él se desarrolla la vegetación de pradera.



Orquidea



Vegetación



# Los Chorros del Varal

A 17 Kms. del municipio de Los Reyes se encuentran las caídas de agua llamadas "Los Chorros del Varal", cinco torrentes salen de una montaña para precipitarse en la barranca, donde se forma un río que desemboca en el Tepalcatepec.

Se trata de una barranca virgen, entre altos muros de piedra forrada vegetalmente con oscuros verdes tropicales de bosques densos; un bronco río en el fondo el de Apupataro y un limpio cielo arriba.

Gradas en Los Chorros del Varal



Los colosales chorros de la insólita cascada brotan de entre las grietas y fisuras de la roca en el vertical acantilado, pero no provienen de algún río que se vea sino de una corriente subterránea de agua.

La cascada mide medio km. de anchura y se precipita a unos 60 mts.

Se encuentra después del Ingenio de San Sebastián pasando por el rancho de Los Palillos, casi en los límites de Michoacán con Jalisco. La orilla de la barranca se encuentra a unos 3 Kms. del caserío de Tejones unido por carretera con grava al ingenio. Los 2 kms. que median hasta la cascada hay que hacerlos a pie.

En el año de 1981 se autorizó por gestión del Ayuntamiento, la carretera hacia los Chorros del Varal de la que actualmente sólo se encuentra el trazo.

Para mayo de 1983 se integró un comité con el fin de lograr la construcción de las gradas de los Chorros del Varal, esta inquietud surgió por los señores Alfonso Verduzco Pardo, Lic. Jaime Alcaraz y Emilio Pérez, iniciativa que de inmediato recibió el apoyo entusiasta de la población. A petición del Patronato y como resultado de las gestiones hechas por el presidente Heriberto González Díaz, vinieron a esta



Los Chorros del Varal

ciudad un grupo de técnicos de la Secretaría de Urbanismo y Obras Públicas del Gobierno del Estado que se encargaron de elaborar el proyecto de la obra por emprenderse. En la ejecución se aprovechó material que en el mismo lugar abunda en un afán por no contrastar con la naturaleza, lo que permitió unas gradas útiles y bien trabajadas; se incluyeron descansos en donde lo accidentado del terreno lo permitió respetando la flora existente. Se construyeron 690 escalones y durante el Ayuntamiento 96-98 se llevó a cabo la instalación de un barandal que hace más accesible y nada riesgoso el ascenso y descenso a las cascadas.

Como dato curioso en 1907, un 14 de febrero, descendieron del ferrocarril en la estación de Los Reyes,

unos caballeros elegantemente vestidos, mientras que otros de igual manera los esperaban deshaciéndose en sombrerazos y caravanas. Los visitantes eran el ministro de Bélgica su secretario Gaston de Romaiz y el Conde Moernerkerke, también de Bélgica. En la madrugada del 15 se iniciaron preparativos y a las 8:00 a.m. salieron a caballo. A medio día llegaron a la barranca, desmontaron y, parte a pie, parte sentados y como Dios les dió a entender llegaron al fondo. 60 mts. más arriba se desprendían las torrentes cristalinas, rodeadas de vegetación, deshaciéndose en pequeñas gotas con todos los colores del arcoiris, los extranjeros las observaron inmóviles por más de una hora el panorama variante de la cascada.

Hace 72 años unos aristócratas europeos viajaron exprofeso a Los Reyes para contemplar Los Chorros del Varal que, a la fecha, ni siquiera han oído mencionar muchos mexicanos.



Cascadas, Los Chorros del Varal

# El Turismo

## Concepto y generalidades

Partiendo de su raíz etimológica procede de latín *tour* y *turn*, del sustantivo *tornus* ("torno") o del verbo *tornare* ("girar") cuya connotación resultaría sinónima de "viaje circular".

Hasta el siglo XVIII no hace su aparición en el idioma inglés, el término *tour*; para designar los viajes que se emprendían por diversos motivos y tenían como destino final el punto de partida.

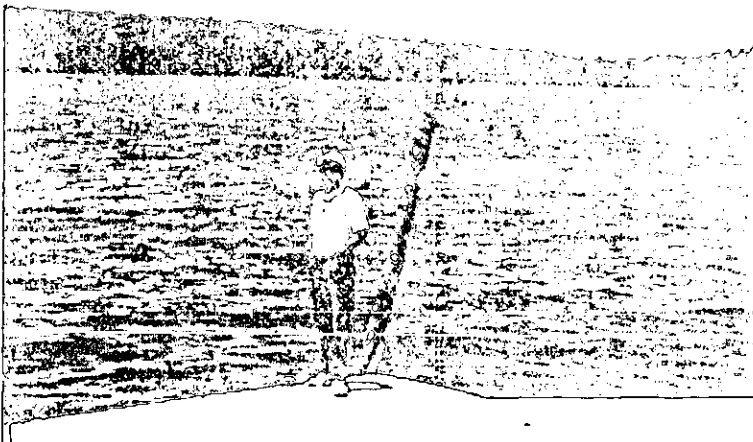
A través de los años se han dado un sinúmero de definiciones al respecto, pero no ha sido posible la unificación de criterios ya que algunos de estos resultan parciales, Oscar de la Torre con gran experiencia en el trabajo turístico y después de un



Turismo internacional, Canadá

estudio intenso al respecto propone la siguiente definición; es la más generalizada hasta el momento y se adapta

a la interpretación y leyes particulares de cada país. "El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultural o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.



Turismo nacional, México



Turismo de recreación

## Epocas Históricas del Turismo

El turismo a través de la historia puede dividirse en tres épocas:

La primera, cubre hasta mediados del siglo XIX, a la que podía denominarse de "turismo incipiente o elitista" en la que su práctica quedaba restringida a las minorías de mayores recursos económicos.

La segunda, "turismo de transición", en la que se inicia la etapa de su popularización, precursora del turismo masivo, y que comprende hasta la primera mitad del siglo XX.

La tercera época es "turismo en desarrollo o masivo" que comienza a partir de la segunda mitad del este siglo y prosigue hasta nuestros días, en la cual las mayorías tienen acceso a su práctica.

## El Objeto del Turismo

El turismo tiene por objeto concreto la localidad que motiva el desplazamiento, así como las facilidades necesarias que permitan el traslado y la residencia temporal, o sea el conunto de elementos que conforman la oferta turística dentro del mercado, la cual se divide en oferta primordial y oferta complementaria.

*A) Oferta primordial:* patrimonio turístico. Se provee de todos aquellos elementos que sean susceptibles de aprovechamiento y capaces de incitar los desplazamientos, mismos que forman parte del cuadro geográfico o cultural de un lugar.

*Recursos naturales:* Montañas, planicies, costas, lagos, ríos, cascadas y grutas, parques nacionales, termas y otros manantiales, veneros y fuentes; agrupaciones de flora y fauna, zonas de caza y pesca; climas y sus particularidades.

*Folklore:* manifestaciones culturales vernáculas, producidas entre el pueblo, en las esferas de las artes, costumbres, creencias, artesanías, peculiaridades gastronómicas, música, danzas.

Parque Nacional, Uruapan



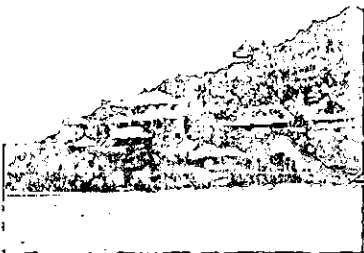
**Museos:** de arte, de historia. Lugares arqueológicos, históricos

**Obras de arte y técnica:** arquitectura, pintura, escultura, decoración explotaciones mineras, centros espaciales.

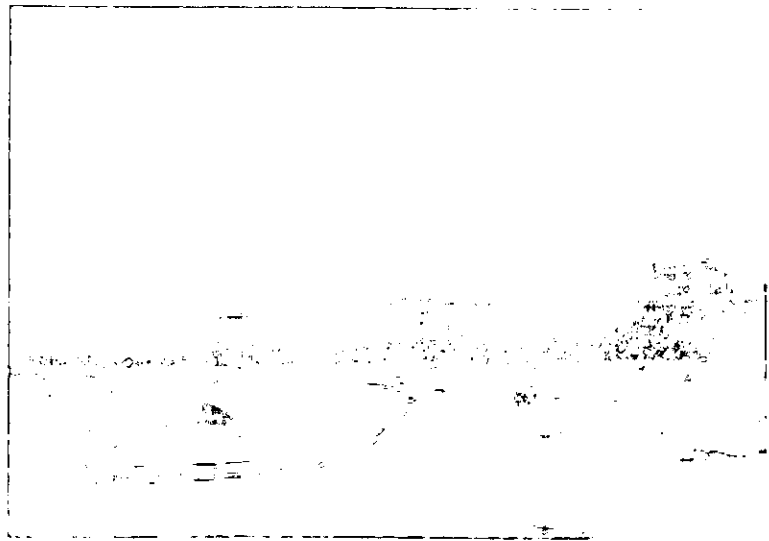
**Eventos programados:** Ferias, exposiciones, festivales de cine y teatro, concursos, celebraciones de carnaval y otros.

**B) La oferta complementaria** es la consecuencia de la oferta primordial y supone tres factores: Infraestructura, estructura, supraestructura.

**1) Infraestructura.** Es el conjunto de obras y servicios que sirven de base para



Servicios turísticos,  
Ixtapa, Guerrero



Zona hotelera,  
Ixtapa, Guerrero

promover el desarrollo socioeconómico en general, y que son aprovechados o utilizados para impulsar alguna actividad en especial.

**2) Estructura.** Esta es por sí misma consecuencia de las necesidades y exigencias de la demanda, su objeto fundamental es el servicio turístico, el cual es el que se presta a través de una organización adecuada y de personal especializado, destinados a satisfacer las necesidades y deseos de los turistas.

**3) Supraestructura.** Es el conjunto de organismos públicos y privados que regulan, fomentan y/o coordinan la actividad turística.

## La Localidad Turística

Se llama así a todo sitio que, por sus atractivos particulares, por sus medios de comunicación y por su equipamiento, es objeto de demanda turística. Este tipo de localidad debe cumplir con estas condiciones que sea atractiva, que sea accesible y que esté equipada, esta última supone la dotación de las instalaciones necesarias para permitir una residencia temporal en ella. De la calidad de cada uno de estos tres factores dependerá el grado de desarrollo turístico de la localidad.

# El Desplazamiento Turístico

La práctica del turismo, el desplazamiento mismo; está siempre en función del hombre, razón por la cual, al intentar una tipificación de los viajes que emprende el sujeto del turismo; deben considerarse algunos aspectos: ¿quién viaja?, ¿por qué lo hace?, ¿cómo lo realiza?, ¿qué efectos produce?. Al analizar estas preguntas se obtienen las siguientes denominaciones:

*a) Origen:* nacional y extranjero.

*b) Motivación:* de recreación, descanso, cultura y salud.



Turismo de excursión,  
Ruinas de Sn. Juan de las colchas

*c) Forma de viajar:* de excursión y autónomo

*d) Implicación económica:* activo y pasivo.

*A) Turismo nacional y extranjero:*

El primero es cuando lo practican los habitantes de un país, dentro de los límites de su propio territorio. Las estadísticas del turismo nacional no siempre son completas, pero es notable su incremento. En todos los países, se está prestando atención al mismo. El turismo extranjero se designa a las corrientes de viajeros que traspasan los límites de su país, para internarse en otro.

*B) Turismo de recreación, descanso, cultura y salud.*

Los motivos para realizar un viaje no siempre se presentan aislados; frecuen-

Turismo autónomo



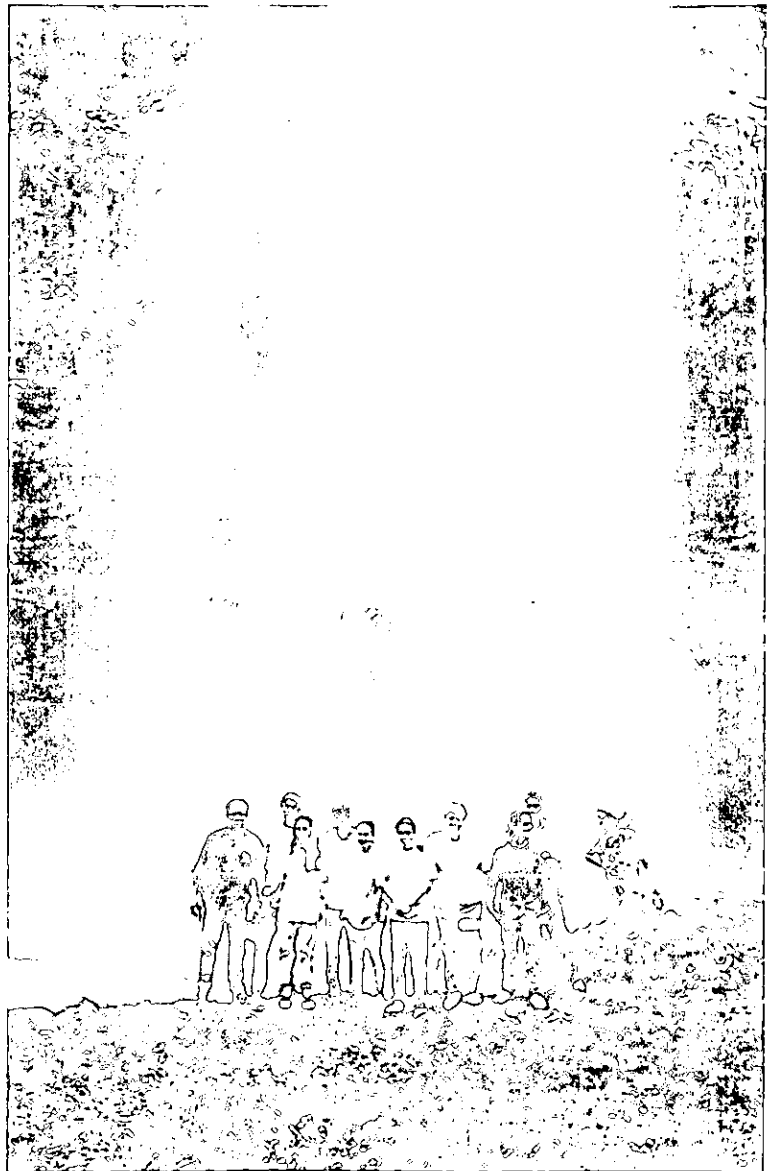
temente se entrelazan y aunque varían en intensidad, en forma conjunta provocan la necesidad o el deseo transitorio de desplazarse, en la mayoría de los casos.

*C) Turismo de excursión y turismo autónomo.*

El turismo de excursión es aquel cuya práctica implica la sujeción a un itinerario y que supone la aceptación de una oferta global, o "paquete", cuya compra, mediante contrato, se conviene con un agente. El turismo autónomo es el que se practica con un itinerario que él mismo elabora conforme a sus necesidades o deseos, y en el que por medio de un acto directo o indirecto, obtiene libremente los servicios que requiere.

*D) Turismo activo y turismo pasivo.*

Esto es por sus implicaciones económicas. El turismo activo es aquel que, desde el punto de vista de la economía, afecta positivamente la renta nacional, como en el caso de los visitantes extranjeros, quienes la aumentan porque aportan divisas, y el de los nacionales, quienes al practicar el turismo interno, la distribuyen. El turismo pasivo es el que practica el nacional. Al dirigirse al extranjero, contribuye a la fuga de divisas, lo que repercute negativamente en la economía de su país.



Turismo autónomo  
Los Chorros del Varal, Mich.

## Importancia del Turismo

El turismo se manifiesta en nuestros días como una necesidad inherente a la vida moderna, como un instrumento eficaz de su desarrollo socioeconómico y cultural. Constituye una fuente

de ingresos y de prosperidad abundante, no solamente para las empresas que participan directamente en el transporte y alojamiento del viajero, sino también para amplios sectores de la población, a los que la afluencia de turistas supone una actividad provechosa o un mercado ventajoso para sus productos agrícolas y artesanales.

El turismo se configura como uno de los elementos más importantes en la integración y difusión de una cultura universalizada, ya que permite el intercambio de costumbres y tradiciones, los cuales motivan a su vez la práctica de la actividad.

Infraestructura turística





# El Turismo en Michoacán

Cada vez es mayor la importancia de la industria turística en el marco del desarrollo general de México. El turismo es un factor que juega un papel importante en la actividad económica del país, además de ser un gran generador de empleos, destaca la captación de divisas como medio para favorecer la inversión tanto nacional como extranjera, es un impulsor en el progreso de modernización ya que contribuye al mejoramiento de la sociedad en diversos ámbitos entre los cuales destaca el incremento de las comunicaciones, la restauración de los espacios históricos y la adecuación para el aprovechamiento de los distintos atractivos.

Grutas Tziranda, Mich.



El 15 de abril de 1990, fue publicado en el Diario Oficial de la Federación, el decreto que establece las bases para el programa de descentralización de las funciones que realiza la Secretaría de Turismo. Con este decreto se creó una responsabilidad compartida entre los tres niveles de gobierno: la federación, los estados y municipios y entre los prestadores de servicios.

La descentralización de las funciones que realiza actualmente la Secretaría de Turismo exige un proceso decidido y profundo que implica la revisión de las competencias institucionales, así como las leyes reglamentarias que en la materia respondan a la voluntad, a las necesidades y que permitan sentar las bases para el mejoramiento de la oferta y servicios turísticos.

La política de descentralización de las funciones turísticas propone promover la participación y coordinación del sector social, para de esta forma hacer más eficientes los servicios, la orientación y la promoción turística, fomentando conciencia en los estados de que hay amplias perspectivas de desarrollo y de posibilidades ocupacionales.

En Michoacán se han incrementado el número de visitantes en forma trascendente, por lo que es uno de



Ruinas Tzintzuntzan, Mich.

ricos, construcciones modernas, deportes acuáticos, caza, pesca, artesanías, charreadas, toros, fiestas patronales, fiestas patrias, gastronomía y en suma, enorme variedad de condiciones geográficas, estilos de vida, formas de cultura y posibilidades de aprender, divertirse y vigorizar el cuerpo y el espíritu.

Michoacán es la opción para que se conozca la amalgama de dos culturas, la española y la purhépecha, que a pesar del tiempo, siguen interactuando en una presencia siempre vigente, en la que se manifiestan los valores de su gente y sus tradiciones.

los destinos más importantes de la República Mexicana.

Michoacán tiene mucho de que presumir. En primer término, exhibe con orgullo sus bellezas naturales. Todos los turistas han disfrutado los extensos valles, los lagos azules, las enormes montañas, las arenas de la costa y los fuertes acantilados.

Ahora ya no hay tanta quietud como antaño en el territorio del Estado, pero aún se pueden disfrutar muchas maravillas antiguas y se han puesto al alcance de muchos espacios maravillosos, inaccesibles ayer.

El viajero tiene a su disposición balnearios de aguas termales, de aguas marinas, valles, cimas, lagos, bosques, ruinas prehispánicas, arquitectura colonial, sitios y monumentos histó-

Los Chorros del Varal, Mich.



**3**

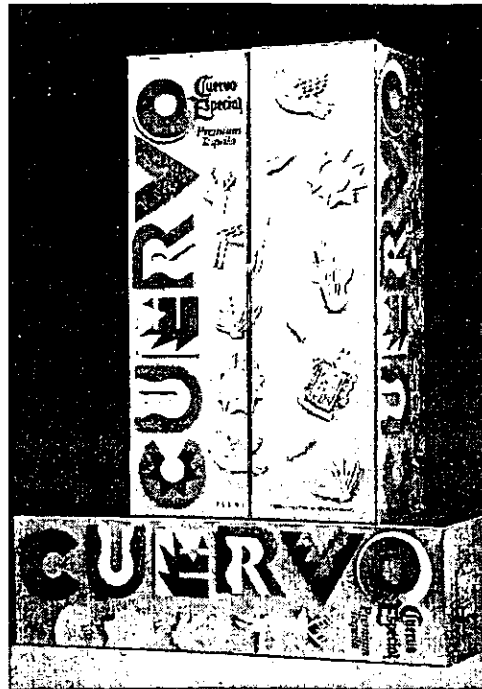
Diseño Gráfico

# Diseño Gráfico

## Concepto y generalidades

El diseño gráfico es una disciplina que mediante un proceso creativo de ordenación, composición y combinación de formas, figuras, tipografías y colores transmite un mensaje, persuade, induce y conduce a obtener una respuesta.

Conciente de esto el diseñador debe ser objetivo y conciso; ubicarse dentro del contexto donde se va a manejar su mensaje, el cual puede tener diversas intenciones ya sean sociales, políticas, culturales o publicitarias.



Envase y embalaje

Diseño contemporáneo



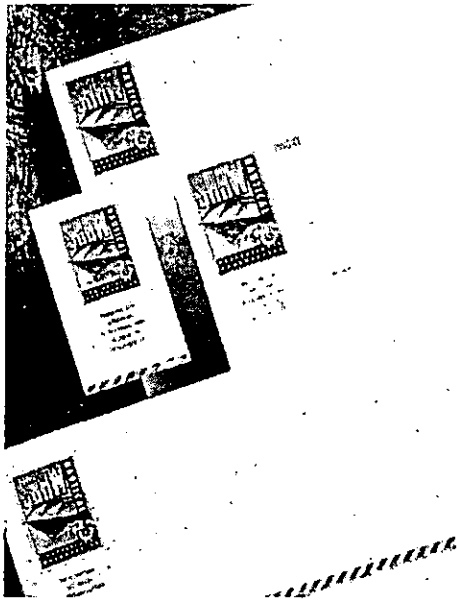
Su funcionalidad radica en comunicar de una forma original, precisa y estética. Esto se logra a través de la comparación de elementos elegidos y dispuestos con sumo cuidado, teniendo presente el concepto a desarrollar.

El diseño es en sí, crear composiciones que solucionen necesidades, que enriquezcan nuestro entorno y que motiven nuestros sentidos.

Para esto se sigue un proceso de diseño que nos va a permitir enfocar cada parte del proyecto, analizarlo, estructurarlo; en dicho proceso

de experimentación surgen muchas opciones, hasta que se encuentra la adecuada.

En esta parte radica la importancia del diseño gráfico como disciplina, en donde el profesional le va a dar ese valor agregado al trabajo que se esté realizando, una significación que será el resultado de una previa racionalización y estudio del concepto en sí.



Papelería

## El proceso de diseño creativo

Esta necesidad de que la información transmitida llegue con el mensaje exacto, no es producto de un momento de inspiración, como en la obra de arte; sino consecuencia de un proceso racional y conciente.

El diseñador gráfico en su labor de intérprete o traductor del mensaje de su cliente al público objetivo (receptor) debe cubrir una serie de etapas ordenadas para la consecución de un trabajo correcto.

La primera, el análisis consiste en examinar la identidad y necesidades del emisor (cliente) con sus características concretas para que el tipo de imagen que ha de plasmar en su diseño sea consecuente, así también analizar el mensaje que se va a emitir. Después el enfoque se dirige al receptor a quien va destinado el trabajo su aspecto social, cultural y económico, ya que es imperativo que el mensaje sea comprensible.

En la siguiente etapa, reunidos los datos anteriores comienza el auténtico proceso creativo.

En el razonamiento secuencial racional en el que las ideas se suceden ordenadamente y unas son conclusión de las anteriores, el valor informativo se basa en la fuerza de dicho razonamiento y en la expresión de las ideas; en el razonamiento gráfico, el impacto visual hace que la fuerza comunicativa recaiga en las formas y su disposición.

Es fundamental tener en cuenta, que en diseño todos los elementos que se utilicen texto, fotos, dibujos, colores o la ausencia de alguno de ellos, tienen un valor considerable por sí mismos en cuanto a impacto visual y que al seleccionarlos alguno de ellos estén sobrecargados de información o se presten a ambigüedades en cuyo caso habrá que simplificarlos o sustituirlos.

Esto se puede tomar como la regla base de un buen diseño gráfico nunca se deben acumular más elementos que los necesarios; pues en lugar de reafirmar, entorpece nuestro mensaje. El proceso de diseño está basado en la línea de funcionalidad, graduando qué elemento debe tener prioridad sobre los demás, desde el formato al texto, combinándolo con las limitaciones técnicas del medio en el que se va a expresar ya que muchas veces las características del soporte a utilizar impiden la utilización de ciertos elementos.

# Historia del Diseño Gráfico

El hombre se ha expresado con imágenes desde sus comienzos como tal, con diversos fines; comunicarse con otros grupos o tribus, conjurar espíritus en rituales mágicos o simplemente plasmar su pensamiento gráficamente por el nuevo placer de hacerlo, dejándonos con las pautas para conocer sus culturas.

Muchos objetos pertenecientes a culturas antiguas, muchas de ellas desaparecidas, están más bien catalogados como productos del diseño, ya que estaban destinados a cumplir funciones prácticas, sin menospreciar su alto nivel estético.

Durante la Edad Media el diseño gráfico era llevado a cabo por los artesanos, copistas y rotulistas. Una sola persona se encargaba de la elaboración y producción de un trabajo, por ejemplo un libro; corrección, elección de escritura, dibujos, empastado y publicación.

El diseño gráfico ya en el sentido moderno empezó con la combinación e impresión de los elementos artísticos y mecánicos. Las primeras ilustraciones se imprimieron con grabados en madera y a mediados del s.XV Gutemberg introdujo los tipos móviles metálicos, en lugar de la penosa copia a manos se produjeron muchos ejemplares a la vez. Las ideas se liberaron del monopolio de los pocos hombres que hasta entonces habían controlado la producción y distribución de libros.

Los primeros impresores gráficos no se preocupaban mucho de su condición de diseñadores gráficos puesto que tenían muchos otros problemas como administrar su imprenta, aprender a vaciarlo en el metal, construir prensas, comprar papel, desarrollar tintas adecuadas, vender sus servicios, entre otras cuestiones más.

A lo largo de los siglos XVII y XVIII los impresores se esforzaron por mejorar su oficio; pasando a la historia como diseñadores de tipos,

Imprenta antigua



muchos de los cuales se siguen utilizando e identificando por el nombre de sus creadores, tal es el caso de las familias tipográficas como la Bodoni, Garamond, Caslon, etc.

El diseñador gráfico que se conoce hoy no aparece hasta que se produce la verdadera revolución industrial en el s.XIX, cuando el

Art Nouveau



Gill sans light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | 234567890

Gill sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | 234567890

Gill sans bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | 234567890

Familias tipográficas

perfeccionamiento de las técnicas de impresión y de fabricación de papel permitió efectos decorativos mayores en la manipulación del texto y la ilustración.

A mediados de este siglo el diseñador gráfico se integró en las áreas de empaque, presentación, exposición y publicidad, estableciéndose ya como una profesión donde continúa desarrollándose a través de nuevas ideas, técnicas en la industria, comercio y tecnología.

Ya en su carácter actual el diseño gráfico proviene de la Escuela de Artes y Oficios fundada por William Morris; sus ideas se extendieron a la impresión y producción de libros, así como al mobiliario, papel tapiz y telas.

El término diseñador gráfico fue acuñado por el tipógrafo norteamericano William Addison Dwiggins y utilizado a partir de 1922.

Otra influencia muy significativa en el diseño fue el movimiento de las artes decorativas conocido como Art Nouveau (arte nuevo), estilísticamente sus orígenes están en los diseños de Morris, las figuras representativas de este estilo son curvas y flotantes como olas o tallos de flores. Fue un estilo de decoración gráfico el cual abarcó una amplia variedad de objetos.

La influencia radical más importante en el diseño contemporáneo fue de la Bauhaus, establecida en Alemania después de la Primera Guerra

Mundial; Walter Gropius arquitecto, diseñador y maestro; fundó la escuela Bauhaus de Arte y Diseño en Weimar en 1919. Enseñó los principios fundamentales para casi todos los aspectos del diseño del s.XX. La filosofía de la escuela era reunir el arte y la tecnología.

Lazslo Moholy Nagy, un talentoso profesor de la Bauhaus dijo que la tipografía en el diseño debería ser "clara comunicación". La influencia de la Bauhaus aún se detecta en muchas prácticas tipográficas en uso, como en la organización del texto en cuerpo y densidad desde lo más importante hasta los detalles o el empleo de tipos sin pie de letra.

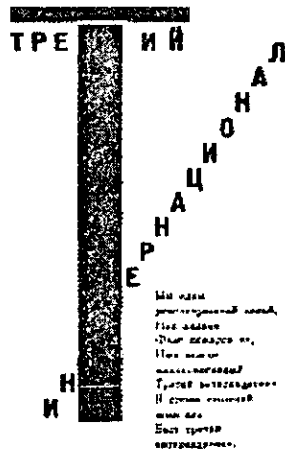
A fines de los años 40's la variedad de tipos de letra había incrementado enormemente. Diseñadores

Diseño editorial de Lissitsky, URSS



Diseño gráfico en la URSS (1920)

importantes fueron durante ese tiempo Eric Gill, que diseñó las familias Gill Sans y Perpetua; Stanley Morison, diseñó el tipo Times especialmente para el período New York Times; Adrian Frutiger, quien diseñó la familia de tipo Univers.



En los años 50's el diseñador suizo Jan Ischichold abogaba por la simplicidad, el contraste y los colores primarios, (rojo, azul, amarillo); sus composiciones asimétricas de tipo exhibían un juicio visual exquisito, también combinaba fotografías y tipos, lo que entonces era poco usual.

A medida que la capacidad productiva se volvió hacia los bienes de consumo, mucha gente creyó que las perspectivas de la estructura capitalista podían significar una interminable expansión y prosperidad económica. "Un buen diseño es un buen negocio" se convirtió en el lema de unificación entre la comunidad del diseño gráfico hasta avanzado los 50's. El diseño era visto como una de las principales formas para crear una reputación basada en la calidad y la confianza. El diseño gráfico ganó aceptación en Estados Unidos donde la producción y la publicidad masiva junto con el cine provocaron la necesidad de diseñadores especialistas.

A lo largo de la historia, así como otras disciplinas el diseño gráfico ha influido y se ha visto influido por las diversas tendencias que han surgido en cine, música, pintura, política, religión, entre otras.

De los 70's a la fecha la aparición de nuevas tecnologías sirven para cambiar o





incrementar los parámetros con los que los diseñadores tienen que trabajar; esto no sustituye al proceso de diseño pero sí contribuye a situar al profesional de esta disciplina en un lugar privilegiado para intervenir en proyectos y actividades que tienen que ver tanto con procesos de mercadotecnia, como con propuestas de índole artística. El diseño amplía nuestra apreciación con

respecto a lo que nos rodea, requiere de una gran capacidad creativa y de conceptualización, de habilidad manual y conocimiento técnico, sin dejar de tomar en cuenta la estética, la economía, la tecnología y la competencia.

Actualmente se comienzan a abrir nuevos campos y medios para la aplicación del diseño; particularmente las nuevas tecno-

logías aplicadas a la comunicación: la multimedia. Se rompen esquemas, surgen nuevos códigos de información, nuevos lenguajes y nuevas formas de lectura.

Esta profesión está pasando por una transición al acoplarse a nuevos medios, es el auge del diseño en movimiento, el auge de los sentidos y de la interactividad, se está formando una nueva cultura, una cultura cosmopolita en el diseño.



Tecnología para el diseño

# Diseño Gráfico en México

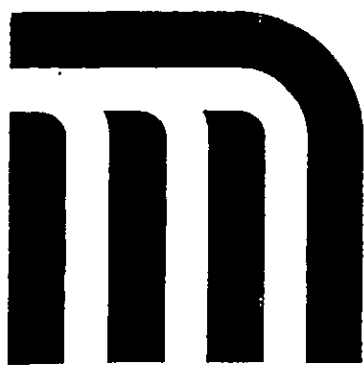
El diseño gráfico en México es relativamente joven, tiene 50 años como profesión y unos 35 como carrera universitaria. En un intento por juntar la tradición del diseño mexicano se funda la Escuela Nacional del Diseño y Artesanías, la primera escuela de diseño a nivel técnico.

En los años 60's se instituyó la carrera de diseño en la Universidad Iberoamericana y las primeras generaciones de egresados se enfrentaron a la falta de un trabajo definido y una asociación organizada.

En esta década de los 60's surgen los primeros diseñadores profesionales teniendo gran importancia la



Diseños de Lance Wyman



colaboración del diseño industrial que en ese tiempo como licenciatura. Se presenta la necesidad del diseño gráfico porque ya era requerido por empresas privadas e instituciones públicas que como organizaciones bien fundadas requerían de una imagen gráfica.

Esta profesión empezó a tomar importancia en México hará apenas unos 30 años recibiendo un impulso definitivo en el año de 1968.

México fue designado sede para las Olimpiadas del mismo año, lo que lo presenta ante el mundo como un país en crecimiento y desarrollo



Vicente Rojo y Rafael López Castro

con capacidad para la organización de este evento deportivo y cultural.

Aquí el Diseño Gráfico es una pieza definitiva en la comunicación visual de las Olimpiadas, ya que hubo que desarrollar un lenguaje gráfico y un sistema de identificación bien estructurado capaz de relacionar a un grupo heterogéneo. En esa ocasión el director de proyecto fue el diseñador neoyorkino Lance Wyman pero conjuntando elementos de nacionalidad mexicana que tuvieron importante participación en el proyecto.

También por esa época es importante mencionar a la Imprenta Madero como

un espacio de formación para los diseñadores mexicanos que en la actualidad gozan de un renombre a nivel nacional e internacional como son Rafael López Castro, Luis Almeida, Germán Montalvo, Azul Morris, Peggy Espinosa, Efraín Herrera, por citar algunos; discípulos del diseñador Vicente Rojo (español, nacionalizado mexicano) quien en su línea maneja la síntesis en la composición. Todos ellos pioneros del diseño en México han dado ejemplo de llevar las cosas a cabo aún a pesar de que no contaban con materiales, herramientas y medios adecuados para su realización. Posteriormente han elaborado importantes trabajos en las respectivas áreas del diseño gráfico como la revista Artes de México, periódicos como "La Jornada", el suplemento de "Novedades", teniendo como antecedente el rescate de lo nuestro.

En 1971 es fundado el Instituto Mexicano del Comercio Exterior con el objeto de impulsar las exportaciones del país, se requería de elevar la calidad de los productos y se establece dentro de esta institución el Centro de diseño, el cual impulsa al diseño por todo México, para vincular a los diseñadores con las empresas.

Van surgiendo más asociaciones como el Instituto de Diseñadores Industriales y Gráficos de México,



Cartel de Vicente Rojo y Germán Montalvo

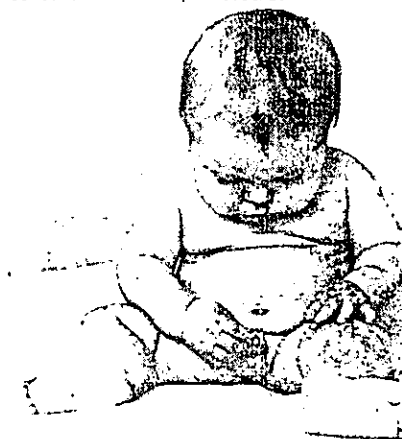
seguido por el Patronato Nacional de las Asociaciones de Diseño que entre sus principales funciones entrega anualmente el Premio México (CODIGRAM) que tiene extensiones en Puebla y Querétaro. En los 80's se fundaron la Academia Mexicana de diseño, el Consejo de diseñadores de México (Quórum), el Capítulo mexicano de ALADI (Asociación Latinoamericana de diseño), cuyo principal interés es la promoción del diseño latinoamericano.

Avanzados los 90's se instituyó en Michoacán el Colegio de Profesionales en Diseño Gráfico de Michoacán (Integraf) contribuyendo a la descentralización de este

tipo de organizaciones, donde como país centralista la ciudad de México juega el papel de receptor, repartidor y principal escaparate de las actividades económicas, políticas, sociales y culturales que marcan el camino de la nación; y en todo este proceso; el diseño no es la excepción. A lo largo y ancho de la Geografía Nacional están distribuidos importantes despachos y empresas de diseño de destacada calidad, respaldada en una trayectoria de exitosos diseños.

A través de los años aunque ha sido dependiente también de los países avanzados en cuestión de avances tecnológicos que apoyan a esta disciplina, el Diseño Gráfico Mexicano ha ido crecien-

Cartel de Rafael López Castro.



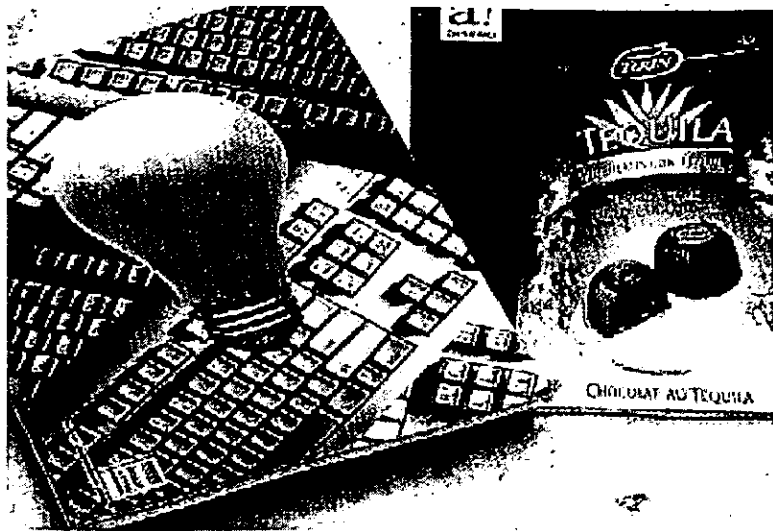
aquí y ahora!

Este es el primer de una serie de carteles que forman parte de una campaña de promoción del diseño gráfico en México. El cartel es el primero de una serie de tres que se publicarán en los próximos meses.

do, avanzando y ha dado muestras de un diseño ya identificable, rescatando características de nuestras culturas tan ricas y que sirven para fortalecer un diseño más definido, autónomo. Se ha instituido en la gran mayoría de universidades que se encuentran en todo el país la Licenciatura en Diseño Gráfico, así como también posgrados de la misma.

Ya por finalizar los 90's la profesión de diseño gráfico no está del todo posicionada en la sociedad mexicana pues hay una indebida utilización del término. En la mayoría de los lugares que cuentan con una computadora también se puede hacer diseño gráfico, en el lugar donde sacan copias por decir algo; todo esto conlleva a confundir a la profesión con un oficio. Concientes de esto muchos despachos de diseño se publicitan como oficinas de comunicación creativa, comunicación integral, comunicación visual, etc. omitiendo la palabra diseño gráfico siendo que el diseño gráfico es precisamente eso, comunicar.

Posicionar al diseño gráfico como una de las profesiones más importantes para los sectores productivos, sociales y culturales de México es una tarea ardua pero el trabajo y el profesionalismo siempre se imponen y van a contribuir a lograrlo.

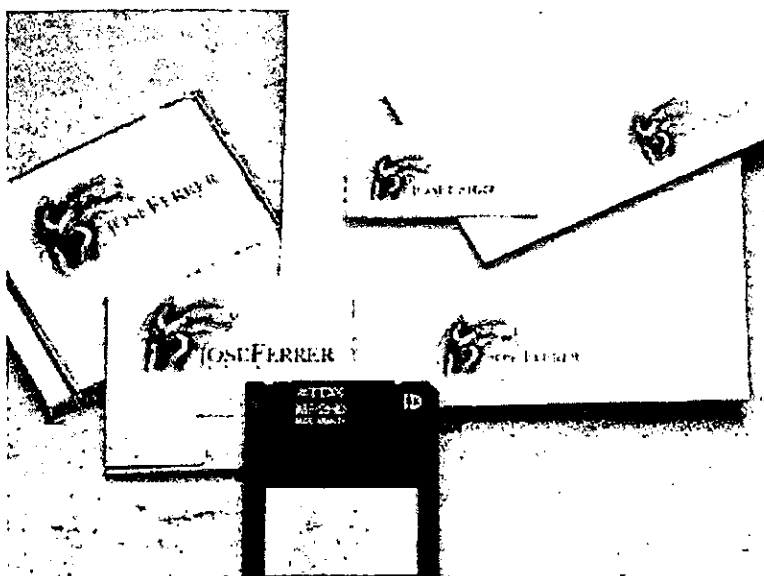


Revista al diseño



Cartel para promover la lectura

# Áreas del Diseño Gráfico



Aplicaciones de identidad corporativa

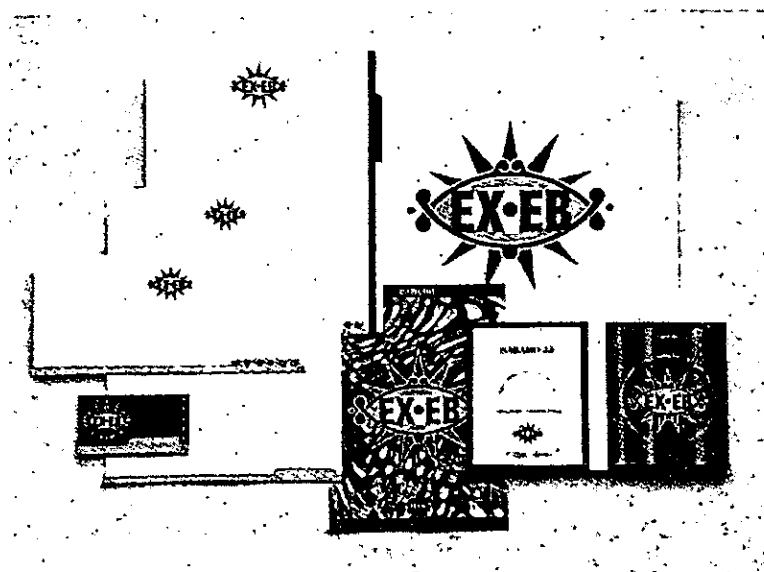
Las principales áreas del Diseño Gráfico han ido evolucionando con las nuevas y complejas tecnologías, cada cual cumpliendo su objetivo.

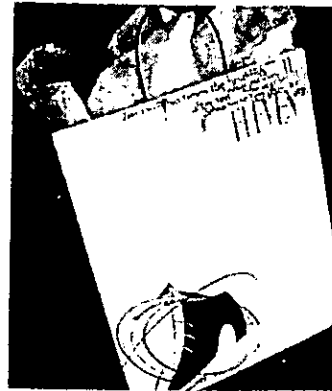
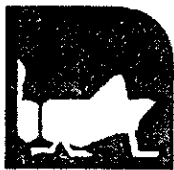
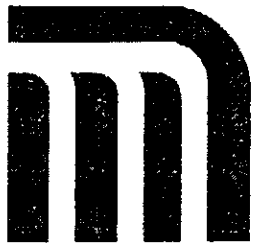
## Identidad Corporativa

Manifiesta mensajes en todos y cada uno de los componentes de una institución u organización; desde los creados y utilizados específicamente para identificarla (logotipos, símbolos) hasta aquellos elementos no signícos (adornos, placas, líneas, etc.) pero que connotan rasgos y valores de la entidad.

Son elementos visuales y verbales a través de los cuales una empresa o institución hace saber quien es, qué es lo que hace, qué vende y qué servicio ofrece.

La imagen de un producto o servicio que se presenta a la sociedad debe reconocerse entre los demás existentes para poder identificarse conciente o inconcientemente por el público.





dológico del fabricante, llamar la atención del consumidor, provocar su interés y que lo invite a observarlo, leerlo, compararlo; para provocar en la persona el deseo de posesión, que lo va a llevar a la compra del producto.

## Señalización

Tiene como finalidad guiar, conducir al usuario por medio de gráficos orientándolo adecuadamente en un espacio o lugar determinado responde a necesidades de conocimiento de un entorno por lo que debe ser segura y precisa para todos.

## Envase y Embalaje

El diseñador gráfico debe hacer uso de sus conocimientos para aplicar sobre el soporte del envase tridimensional el mensaje merca-



## Diseño Editorial

Se divide en tres áreas principales: diseño creativo, producción de originales que interpretan el diseño y la coordinación de los diversos procesos necesarios para la producción del trabajo impreso final.

El diseño editorial consiste en dar forma a un conjunto de texto e imágenes en base a elementos como son formato, tipografía, ilustraciones, fotografías, etc. dependiendo del tipo de publicación ya sea un libro, periódico, revista, guía, folleto entre otros. Basándose en una retícula que es un instrumento que sirve para dividir un espacio de forma comprensible para cualquier persona. Es útil al diseñador porque le permite trabajar rápido y con exactitud, además de que proporciona al resto de los interesados en la producción una información precisa e imposible de malinterpretar.

## Métodos Audiovisuales

*Cine:* Particularmente en lo que se refiere a animación además existe el cine de carácter informativo, crí-





tico, ilustrativo y el didáctico. En todos estos casos es necesario contar con un nivel de conocimientos sociocultural y político, además de los aspectos técnicos del dominio del diseñador gráfico.

*Televisión:* Ofrece un campo similar al área del cine, pero es más amplio debido a que tiene mayor impacto y alcance en la sociedad.

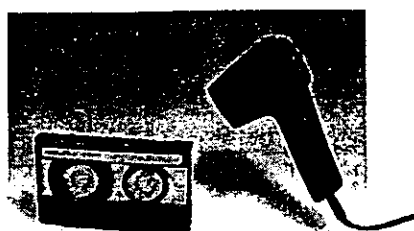
## Publicidad y Promoción

Siendo la publicidad una actividad intelectual que asocia a creativos, literarios, mercadólogos para la producción de mensajes audiovisuales; la promoción se distingue por ser un procedimiento destinado a favorecer el ambiente, producto o servicio mediante reparto de artículos, presentación atractiva del lugar y que también requiere del diseñador gráfico para la elaboración de sus propuestas.



Campaña publicitaria de Pepsi

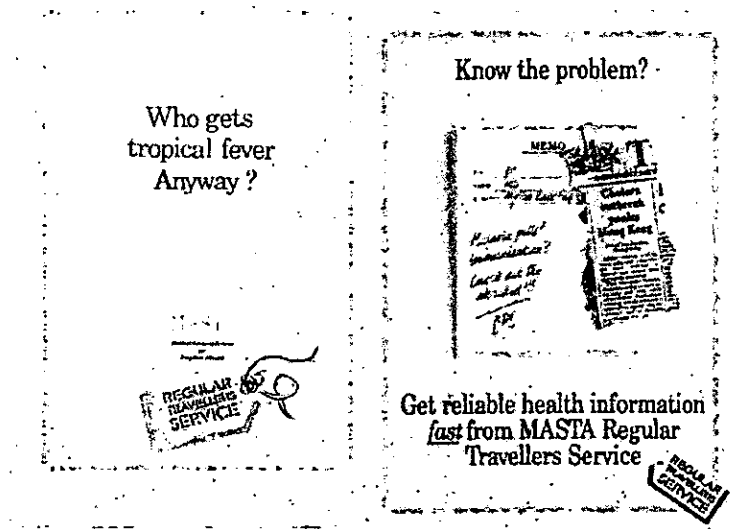
## Grabado en Seco



¡Todo se puede sobre papeles de Pochteca!

Publicidad grupo Pochteca

# Metodología del Diseño Gráfico



Proceso de diseño gráfico

En esta disciplina, como en otras más es importante el uso de una metodología, esto es una secuencia de procedimientos que ayudará a la eventual solución y garantizará que ésta sea la mejor respuesta y la más apropiada al problema.

Rudolph Arnheim cita lo siguiente: " el hombre explota una parte mayor de su capacidad mental si no sólo actúa con inteligencia, sino que también entiende intelectualmente por qué actúa como lo hace". Aplicado al Diseño, diseñar es tener un plan antes de llevarlo a cabo; es un proceso de ordenamiento y el orden que se logra depende de la cantidad de simplificación y unifica-



**MATERIE PLASTICHE**

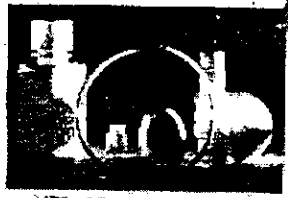
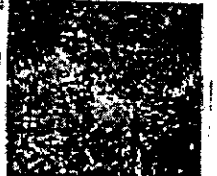
¿Por qué hacer la presentación final?  
 La presentación final es el momento en el que el diseñador debe demostrar su capacidad para comunicar su idea de manera clara y efectiva. Esto implica no solo la calidad de los materiales utilizados, sino también la claridad de las imágenes y la coherencia del mensaje.

¿Por qué hacer la presentación final?  
 La presentación final es el momento en el que el diseñador debe demostrar su capacidad para comunicar su idea de manera clara y efectiva. Esto implica no solo la calidad de los materiales utilizados, sino también la claridad de las imágenes y la coherencia del mensaje.

¿Por qué hacer la presentación final?  
 La presentación final es el momento en el que el diseñador debe demostrar su capacidad para comunicar su idea de manera clara y efectiva. Esto implica no solo la calidad de los materiales utilizados, sino también la claridad de las imágenes y la coherencia del mensaje.

¿Por qué hacer la presentación final?  
 La presentación final es el momento en el que el diseñador debe demostrar su capacidad para comunicar su idea de manera clara y efectiva. Esto implica no solo la calidad de los materiales utilizados, sino también la claridad de las imágenes y la coherencia del mensaje.

¿Por qué hacer la presentación final?  
 La presentación final es el momento en el que el diseñador debe demostrar su capacidad para comunicar su idea de manera clara y efectiva. Esto implica no solo la calidad de los materiales utilizados, sino también la claridad de las imágenes y la coherencia del mensaje.



¿Por qué hacer la presentación final?  
 La presentación final es el momento en el que el diseñador debe demostrar su capacidad para comunicar su idea de manera clara y efectiva. Esto implica no solo la calidad de los materiales utilizados, sino también la claridad de las imágenes y la coherencia del mensaje.



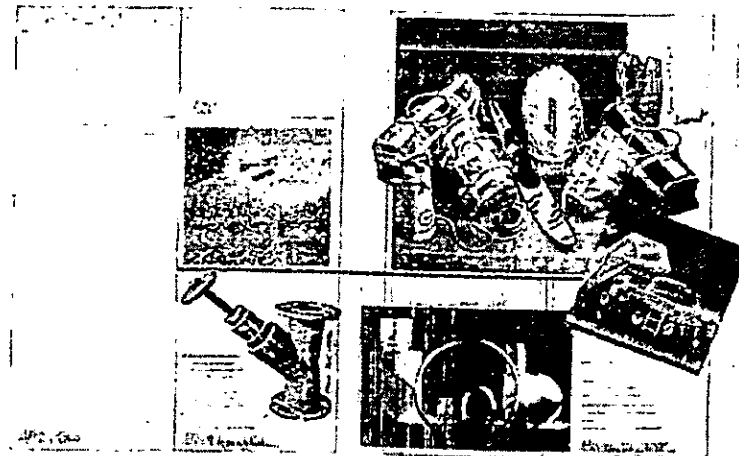
**Presentación final**

ción de elementos y criterios, consiste en "hacer más con menos".

En un proyecto a realizar, el diseñador debe tener en cuenta cuatro cuestiones importantes que le van a marcar la pauta por dónde se va a conducir el diseño; éstas son: ¿qué va a diseñar?, ¿para qué?, ¿por qué? y ¿para quién?, para contestarlas hay que tener antecedentes del cliente o empresa que requirió de los servicios del diseñador; conocimiento sobre sus políticas, competencia, mercado meta, auditoría de lo que se haya manejado anteriormente, entre otros. Con esta información se puede iniciar el proceso de diseño: bocetaje, pruebas de color,

evaluación y análisis del proyecto que va a llevar a la solución más adecuada para el problema.

**Boceto**



# Imagen gráfica

Han sido muchos los intentos de desarrollar sistemas que refuercen la alfabetización visual universal. Uno de ellos es el uso de imágenes extraordinariamente sencillas, en lugar de palabras; son imágenes que representan objetos familiares y están pensadas para que se les identifique al primer vistazo, realizando los rasgos más importantes de lo representado.

La inteligencia visual transmite información a unas velocidades asombrosas y si los datos están claramente estructurados y formulados,

no solo es más fácil de absorber sino también más fácil de retener y de utilizar referencialmente.

Todas las unidades individuales de los estímulos visuales actúan unas sobre otras formando un significado en general que puede recibirse directamente casi sin esfuerzo en comparación con la lenta decodificación del lenguaje.

Es por esto que la palabra imagen está fuertemente ligada a lo visible.



Partiendo de su raíz etimológica imago: figura, representación, semejanza y apariencia de una cosa, representación de un objeto en la mente.

Desde el punto de vista filosófico reciben este nombre aquellas copias o símbolos que de los objetos sensibles o no sensibles poseemos en nuestra mente y que permanece en ella. Son el resultado de la percepción o bien de la imaginación creadora; se distingue de la representación porque posee más notas de referencia.

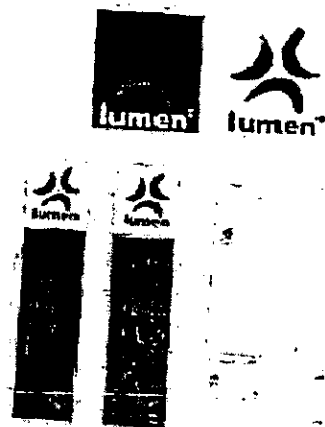
En sí la imagen tiene un amplio sentido polisémico, es decir varios significados.

En el caso de la Imagen Gráfica constituye un subconjunto de las imágenes visuales materiales reconocibles y memorizables. Son imágenes de dos dimensiones, obtenidas por medios manuales o técnicos; grafismos, ilustraciones, caricaturas, imágenes fotográficas, tipográficas, informáticas, que van a expresar la identidad de la empresa, producto, servicio, o entidad que lo requiera.

# onda

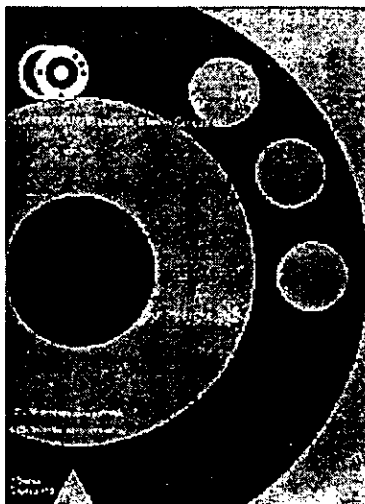
RÉCICLADO

a)



b)

c)



a) Imagen gráfica de tienda de detalles y regalos

b) Imagen gráfica de lumen aplicada

c) Imagen gráfica de la conferencia a)

# Identidad Corporativa

El diseño gráfico constituye el universo de la creación y de la difusión de mensajes visuales, de la telecomunicación por imágenes, de la difusión por los medios de comunicación.

El diseño gráfico se orienta en dos grandes direcciones, el área variada de diseño de informaciones y el trayecto del diseño de identidad. La primera abarca todo el conjunto de los recursos gráficos, las formas del lenguaje visual son susceptibles de ser aplicados y combinados en la elaboración de toda clase de mensajes informacionales.

El significado de información tiene todo su sentido de "novedad". La letra y el texto (información lingüística) así como la ilustración esencialmente esquemático.

Etimológicamente, identidad viene del latín *identitas*, de *idem*, lo mismo; es decir que cada cosa es lo que es. Filosóficamente el concepto de identidad se puede expresar así:

1) Es el ser o el ente. lo que existe, o puede llegar a existir.

2) Todo ente está dotado de una dimensión existencial significativa que le es propia, la cual constituye su misma esencia y materialidad.

3) Toda entidad posee, una forma perceptible y

memorizable, su identidad; que es característica del ente, en su individualidad específica y lo diferencia de los demás entes. Identidad equivale a autenticidad y verdad la cual se hace evidente a los sentidos por la diferencia.

La identidad no es sólo la de las cosas y los seres "naturales" es también la de las organizaciones sociales un grupo étnico, nacional, ideológico, cultural o mercantil. Cada uno de ellos será reconocible por un conjunto de signos perceptibles que le son propios y característicos: sus signos de identidad.

En nuestra sociedad actual, la identificación visual se ha convertido en uno de los elementos más numerosos y de impacto más concreto de la vida cotidiana; no sólo en lo comercial, también en lo político, social y cultural.

La Identidad Corporativa es el conjunto de elementos formales que representan a una entidad, la imagen gráfica por la que será reconocida, y que por otra parte refleja una serie de cualidades o recursos que dicha entidad posee y quiere hacer conocer a la opinión pública como característica propia.

Identidad Corporativa aeroméxico, aplicada en un avión



Aunque algunos de los elementos formales de dicha imagen pueden tener aspectos diversos con un mismo resultado en cuanto a calidad de elección y tratamiento, existen elementos de juicio válidos para cualquier solución: una imagen corporativa difícilmente legible o ambiguamente identificable producirá el efecto contrario deseado en su creación, perjudicando a la entidad que representa.

## Marca o logotipo

La marca, el eje de la imagen o Identidad Corporativa de una entidad, se compone de varios elementos formales que generalmente se confunden entre sí o con el todo, por lo que su identificación correcta se convierte en prioritaria. Abarca desde simples representaciones gráficas del nombre hasta símbolos completamente abstractos que pueden utilizarse con el nombre de corporativo, o con el nombre del producto, o por sí solos.

Una función de la marca es su capacidad asociativa. La marca es señal de identidad, se transforma en signo señalizador, abarca en primer lugar como signo un sistema psicológico de asociaciones de ideas; como re-

presentación o figura icónica, busca una forma de relación con la idea o el objeto que ella representa (vaca-productos lácteos). Otra asociación es por analogía, es decir, por la semejanza perceptiva entre la imagen y lo que ésta representa ya que la imagen asocia lo que se le parece.

Una forma asociativa también es la de la alegoría, en la cual se combinan en la imagen elementos reconocibles en la realidad, pero recombinaados en forma insólita.



**AEROMEXICO.**



**AEROMEXICO.**  
Aerovías de México, S.A. de C.V.



**AEROMEXICO.**  
Con lo mejor del mundo... y del cielo

Imagen Corporativa aeroméxico.



Hay la forma lógica donde se da un proceso intelectual de la percepción, en la cual requiere un cierto determinismo operado por la información que la marca transmite acerca del producto y de éste a su función.

de las comunicaciones visuales de la empresa; "la mente asocia lo que se parece", pero también "la mente asocia lo que aparece constantemente junto": noción de continuidad.



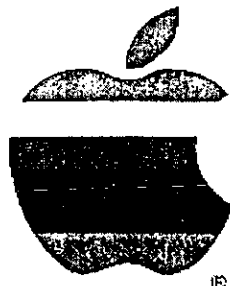
Otro modo de asociación de valores es el empleo del elemento emblemático, el cual transfiere a la marca significados ya institucionalizados; un emblema es una figura adoptada convencionalmente, ya muy introducida, que tiene como fin representar una idea, un ser físico o moral.

Todas las marcas necesitan por una parte explicitar, sugerir, o forzar su asociación con el producto, el servicio, empresa o entidad; por otra parte necesitan señalar todas sus producciones, manifestaciones y comunicaciones.

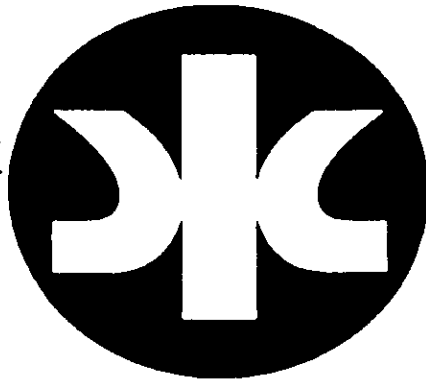
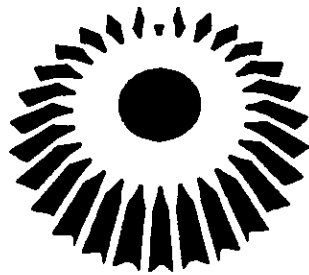


SPINTO  
TELEVISION

Una función más de la marca es la fuerza de asociación que ejerce la marca como "señal", en la repetición constante y la reimpregnación de la mente a través







*Cartier*  
JOAILLIERS



**NER**

British  
**TELECOM**

**Avis.**





**AEROMEXICO®**



**AXIS**

## El símbolo

A la parte puramente gráfica de una marca se le denomina símbolo. El diseño utiliza constantemente un lenguaje simbólico sustituyendo conceptos por grafismos de forma o color parecidos e incluso más representativos formalmente que las palabras a las que sustituyen. Estos elementos pueden ser imágenes figurativas o abstractas, según el criterio del diseñador, el relevante tratamiento gráfico que reciba, la forma física con que se le presenta, como ha sido sintetizado o no, entre otros aspectos más. Esta vertiente

icónica de la marca debe tener simplicidad, impacto y una rápida decodificación.

## Logosímbolo

Estos logotipos tratan el nombre con un estilo tipográfico característico, pero lo sitúan dentro de un simple símbolo visual. Igual que en los logotipos sólo con el nombre, el cual debe ser relativamente breve y adaptable pues el símbolo abstracto no será lo bastante distintivo por sí solo. También se le llama firma corporativa; la cual debe ser reconocible.

Tanto los símbolos como los logotipos (o ya en conjunto) deben representar lo mejor de la empresa, producto o entidad, ser fácil y rápidamente reconocible y recordable; tener unidad, percibirse como una sola imagen; un adecuado nivel de abstracción, pues deben llegar al nivel de captación de su público en especial.

Muy abstractos pueden ser confusos y caros, con menor grado de abstracción se logra mejor comunicación; hay que cuidar que no pierda detalles al reducirse, que puedan funcionar en un sólo color por razones prácticas y económicas, también considerar la relación figura-fondo en el diseño, un buen logo debe ser pesado visualmente transmite un mensaje más fuerte, lo que lo hace más efectivo, tener fluidez, dirección y no abusar del uso y combinación de los recursos visuales para evitar confusión o indigestión visual.

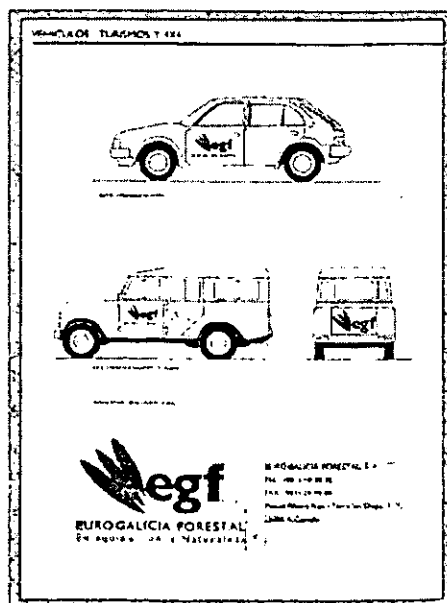
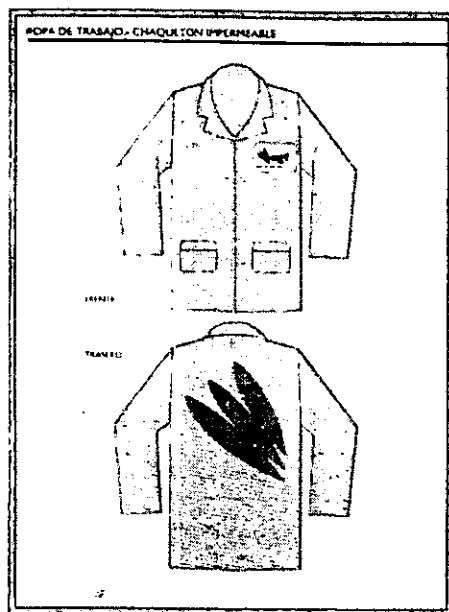
En resumen una buena marca debe tener impacto visual, que llame la atención; originalidad, que realmente identifique, que se distinga; funcionalidad, legibilidad, fiel reproducción, temporalidad; estética que sea agradable, armónica y simbolismo, que realmente represente lo que se quiere, el concepto, lo positivo de la empresa, producto, servicio o entidad.

## Manual de Identidad

En el desarrollo de la Identidad Corporativa después de la aceptación por parte del cliente de la marca básica, hay que diseñar y definir la normativa de uso de dicha marca en todas sus aplicaciones posibles, utilización de colores corporativos según el medio, proporciones, tipografía reglamentaria entre otras cuestiones más, que conforman el Manual de Identidad Corporativa, el cual será distribuido como reglamento por todas las dependencias que tengan que aplicarlo, a fin de mantener una imagen de empresa coherente. Es así que en éste se especifican los usos correctos, e incluso se ejemplifican posibles aplicaciones incorrectas.



**EUROGALICIA FORESTAL**



# Elementos de la Identidad Corporativa

## Estilización

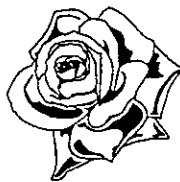
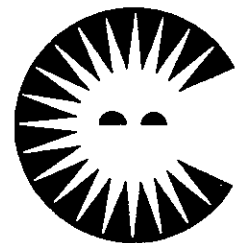
Es darle una interpretación a la forma de un objeto.

Existen tres niveles de expresión visual que ofrecen opciones tanto de estilo como de medios para la resolución de los mensajes visuales.

*Nivel representacional:* Es el nivel más eficaz para la información directa e intensa de los detalles visuales del entorno, sean naturales o artificiales. La realidad es la experiencia visual básica predominante, referencial.

*Nivel abstracto:* El proceso de abstracción es un proceso de destilación, en el que se produce la reducción de factores visuales múltiples aquellos rasgos esenciales y específicos de lo representado; en la información visual sólo están presentes aquellos detalles reales necesarios para que se pueda reconocer. Cuanto más abstracta, más general y abarcadora.

*Nivel simbólico:* La abstracción hacia el simbolismo requiere una simplicidad última, la reducción del detalle visual al mínimo irreductible. Un símbolo, para ser efectivo, no sólo debe verse y reconocerse, sino también recordarse y reproducirse. Puede retener algunas cualidades reales, pero cuanto más



Niveles de estilización.

abstracto es el símbolo, con mayor intensidad hay que penetrar en la mente del público para educarlas respecto a su significado.

## Tipografía

Etimológicamente TYPO-letra y GRAPHIA uso o diseño, definido como el arte de imprimir con tipos.

Al elegir un tipo se debe considerar el equilibrio entre el espacio interior de algunas letras y el que hay entre ellas, cuyo contraste o semejanza va a constituir la estructura física del texto.

Quizá una de las características más atractivas de la tipografía es la con-

junción de la creatividad con técnicas mecánicas o electrónicas. El desarrollo de tipografía fue evolucionando en base a los estilos de escritura y el perfeccionamiento de esas técnicas.

*FUENTE:* Es el conjunto de los diferentes caracteres de un mismo estilo de letra.

*FAMILIA TIPOGRAFICA:* Son las variaciones que puede tener tales como peso, inclinación, anchura y tamaño persistiendo las características básicas.

Casi todos los tipos se agrupan en torno a unas categorías según sus características:

a) *Serif*: los tipos presentan terminaciones con patines, estos pueden ser ovalados, rectangulares, delgados o curvos, tienen un contraste de trazos gruesos y delgados.

b) *Sanserif*: los tipos carecen de patines y su trazo es simple, uniforme y limpio. También llamadas palo seco, por lo general se utilizan en textos largos, títulos, carteles, logotipos. Son muy legibles.

c) *Caligráficas*: recuerdan la escritura manual, las letras se conectan unas con otras, normalmente son inclinadas o itálicas.

d) *Ornamentales*: deben usarse con moderación, pues no son muy legibles, casi nunca se ven bien en puras altas.

#### CARACTERISTICAS DEL TIPO.

Se definen por tres aspectos básicos:

*Peso*: está dado por el espesor de los trazos.

a) *LIGHT*: el espesor es más delgado de lo normal (femeneidad)

b) *MEDIUM*: espesor del trazo normal (seriedad)

c) *BOLD*: espesor grueso, negrita. (firmeza)

d) *EXTRABOLD*: es el trazo más grueso de una familia. (fuerza, carácter)

*Proporción*: está determinada a partir de la proporción del tipo.

a) *NORMAL*: proporción estándar.

b) *CONDENSADA*: es más alta que ancha.

c) *EXTENDIDA*: es más ancha que alta.

*Inclinación*: a la tipografía con una ligera inclinación hacia la derecha se le denomina itálica, esta inclinación da ritmo y agilidad a la lectura o sirve como contraste con textos normales.



An Editorial, Art Direction, and Packaging Service to the Trade.

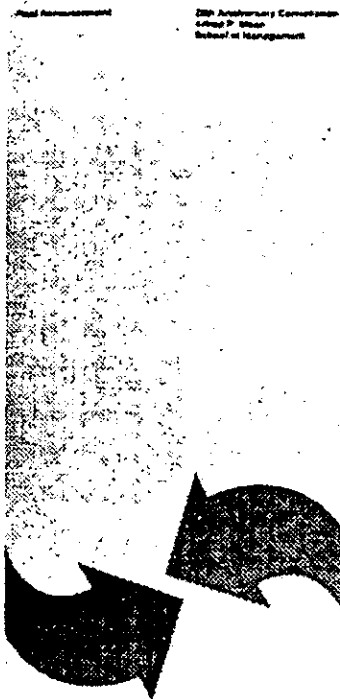
## Composición

En el lenguaje la sintaxis significa la disposición ordenada de palabras de una forma apropiada. En el aspecto de la alfabetidad visual la sintaxis significa la disposición ordenada de las partes. No existen reglas absolutas sobre la justa disposición de los elementos pero sí un cierto grado de comprensión de lo que se obtendrá si se disponen dichos elementos de determinada manera para obtener una organización y una orquestación de los medios visuales.



El proceso de composición es el más importante en la resolución de mensajes visuales. Los resultados de estas decisiones compositivas marcan la intención y el significado la propuesta visual. En esta etapa importante del proceso creativo es donde el diseñador gráfico toma el control sobre su trabajo y tiene mayor oportunidad para expresar de manera total el mensaje que se pretende transmitir.

ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA



## Equilibrio

En la expresión o interpretación visual este proceso de estabilización impone a todas las cosas vistas y planeadas un "eje" vertical con un referente secundario horizontal; entre los dos ejes establecen los factores estructurales que miden el equilibrio. Este eje visual se denomina también eje sentido, lo cual expresa mejor la presencia no vista, pero dominante del eje en el acto de ver. Es una constante inconciente.

El equilibrio es pues la referencia visual más fuerte y firme del ser humano, el cual mediante su percepción posee la sensación intuitiva del equilibrio.

Clases de equilibrio:

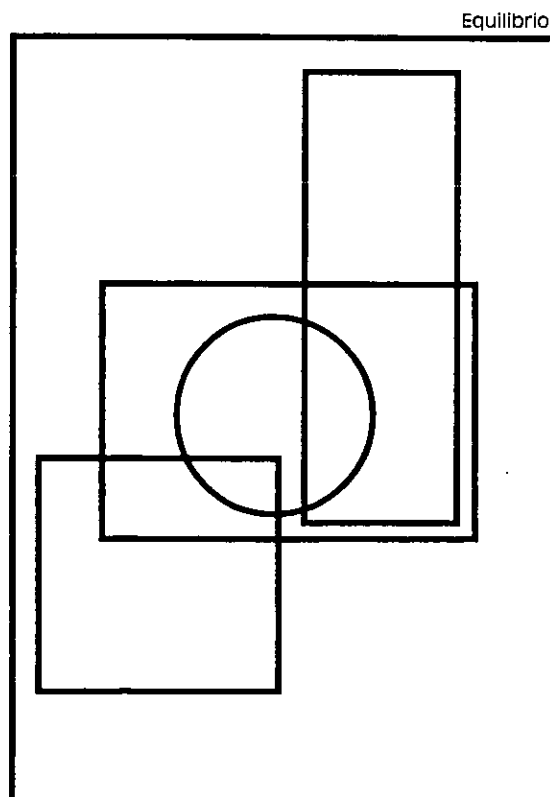
**EQUILIBRIO AXIAL:** Significa el control de atracciones compuestas por medio de un eje central explícito; vertical, horizontal o ambos.

*a) Equilibrio axial informal:* se repite figura pero no posición.

*b) Equilibrio axial formal:* se repite exactamente lo que hay de un lado que de otro.

**EQUILIBRIO RADIAL:** Significa el control de atracciones opuestas por la rotación alrededor de un punto central, este se aplica especialmente en esquemas decorativos.

**EQUILIBRIO OCULTO:** Es el control de atracciones opuestas por medio de una igualdad sentida entre las partes del campo visual. No



utiliza ejes pero sí cuenta con un centro de gravedad que es esencial.

El equilibrio junto con el ritmo, dirección, movimiento, entre otros ayudan a establecer una composición adecuada, son los ingredientes básicos para el desarrollo de la comunicación visual.

## El color

El color está cargado de información y es una de las experiencias visuales más penetrantes que todos tenemos en común; dada que la percepción del color es la parte simple más emotiva del proceso visual; tiene una gran fuerza y puede emplear-



se para expresar y reforzar la información visual. El color no sólo tiene un significado universalmente compartido gracias a la experiencia sino que tiene también un valor independiente informativo a través de los significados que se le atribuyen simbólicamente. Aparte del significado cromático; cada individuo tiene sus preferencias al respecto de manera subjetiva.

El color tiene tres dimensiones que pueden definirse y medirse:

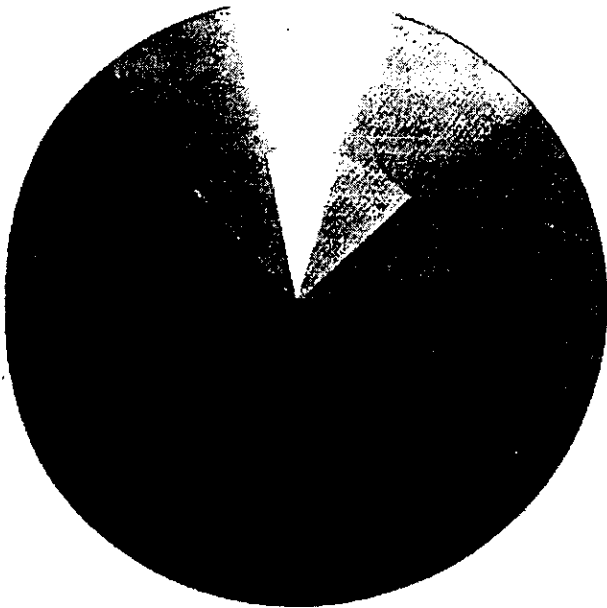
*El matiz:* es el color mismo o croma; hay tres matices primarios o fundamentales, rojo, azul y amarillo.

*La saturación:* que se refiere a la pureza de un color respecto al gris, carece de complicaciones y es muy explícito. Los colores menos saturados apuntan hacia la neutralidad cromática e incluso un acromatismo, son sutiles y tranquilizadores. Cuando más intensa y saturada es la coloración de un objeto visual o un hecho, más cargado está de expresión y emoción.

*El brillo:* que va de la luz a la oscuridad, al valor de las gradaciones tonales.

En su formulación más simple, la estructura cromática se muestra mediante la rueda de colores donde aparecen los colores primarios y secundarios, donde se





Círculo cromático

incluyen mezclas muy usadas de doce matices y otras variaciones más.

Los colores tienen también temperatura: el amarillo, naranja, rojo, púrpura y rosa suelen ser calientes, mientras que el azul y el verde son fríos.

El color raramente se usa de forma aislada por eso es importante saberlo manejar en el diseño. Estos pueden influir sobre el estado de ánimo, se puede derivar de asociaciones que se funden en la tradición y el uso común. A menudo estos significados o connotaciones generados por el hombre dependen de la cultura. Y estas aso-

ciaciones del color son ampliamente explotadas por los diseñadores gráficos.

## Psicología de los colores

Como se había mencionado el color está cargado de información y en muchas ocasiones ésta provoca sensaciones y emociones, a lo cual se le denomina Psicología del color.

El rojo es el color de las emociones: de la pasión, de la fuerza y la masculinidad, los rojos vivos y fuertes pueden simbolizar la sangre, la ira, el fuego y el sexo. Es captador natural de la atención. En la oficina y en el estudio

se supone que los rojos aumentan la motivación y hacen trabajar más de prisa. También significa peligro. Los borgoña usados con dorados tienen un atractivo específico de producto de calidad.

El azul sugiere serenidad y pureza, mana ideas de frescura, limpieza y frialdad. En la mayoría de los países el azul representa integridad y estabilidad. Respetabilidad, formalidad conservadurismo.

El amarillo atrae la atención y es amable. Es el color más claro. Es cálido, alegre, lleno de energía. Puede representar frescura, se le asocia con la estación de la primavera. Además de las alegres connotaciones de la luz del sol y de la naturaleza, también está asociado con la enfermedad.

El verde limpieza fría y refrescante. Es un color usado a menudo en el diseño de interiores para crear un entorno tranquilo y confortable. Adoptado universalmente por los ecologistas. Los verdes con un alto contenido de azul vibrante tienen un aire deportivo y activo.

El naranja, vibrante y vital, atrae siempre la mirada. Es un color muy específico porque es cálido, vibrante, vivo y claro. Las connotaciones más obvias del naranja vivo son los lugares cálidos y exóticos, la fresca y sabrosa

fruta. Es una opción natural para crear una atmósfera tropical. Atraen particularmente a los jóvenes y pueden dar al diseño un aspecto de producto de gran consumo.

Púrpura, las asociaciones obvias que hacemos con el púrpura son la realeza, el alto rango y la excelencia. Usado junto con el oro y la plata, el púrpura es lujoso y de aspecto caro. Puede ser un color romántico y femenino.

El marrón, es un color cálido, tranquilizante y confortable, que sufre poco las oscilaciones de la moda. Se le asocia principalmente con

cosas tales como la madera, la tierra, el otoño y el campo. El marrón también es el color de la buena salud. La gama de marrones está obviamente asociada con la salubridad, rústica de la naturaleza, a la vez que tiene un considerable valor en el contexto de la nostalgia por lo añejo.

Blanco, negro y gris. La escala tonal de negros y grises proporciona una gran gama de contrastes. Proporcionan una excepcional legibilidad debido a su elevado contraste.

Colores vivos, combinaciones de gran relieve. Los colores vivos sugieren ani-





mación, felicidad, dinamismo y espontaneidad, aportan la idea de diversión, parece moderna, de alta tecnología, lo opuesto a los colores naturales.

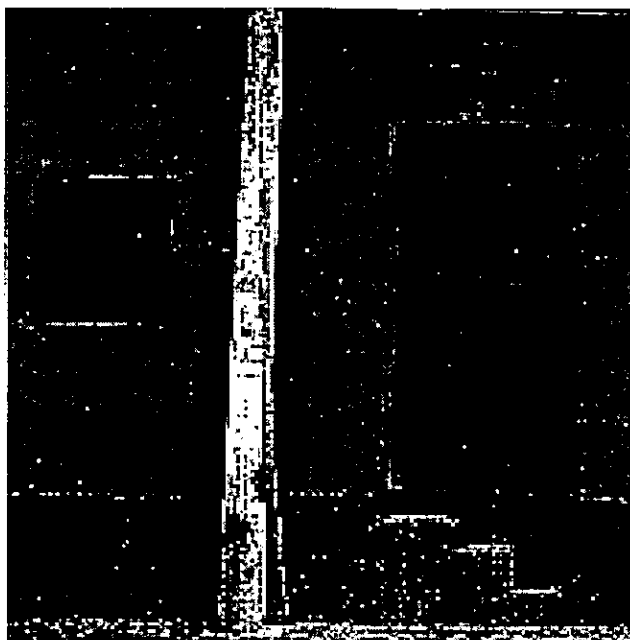
Los colores más vivos son los que reflejan más luz. Los diseños en colores vivos tienden a captar la atención.

Los colores pastel. Hay colores que contienen una gran proporción de blanco.

Tradicionalmente se consideran femeninos, pero pueden atraer a ambos sexos. Sugieren dulzura. Pueden dar al diseño una apariencia inocente, sin sofisticación. Son románticos, gentiles y sugieren seguridad y confianza.

Son colores naturales y adecuados para productos que quieran dar una imagen natural.

Los colores apagados son colores que contienen una cierta proporción de gris o negro. En cierta manera opuesto a los colores vivos. Son buenos para diseños que evoquen un sentido del pasado. Se asocian con la masculinidad y dan un aire sólido y robusto al diseño. Atrae a las generaciones maduras y se asocia con la alta calidad y la sofisticación.



# Técnicas de Representación

## La ilustración

Es sin duda el primer medio de expresión gráfica empleado por la humanidad. Con el descubrimiento de la imprenta no solo decae sino que experimenta un auge notable, como apoyo y ampliación de información suministrada por el texto que comparte las páginas impresas, o como elemento descriptivo que hace innecesario el texto.

La función que cumple la ilustración trasciende, en la mayoría de los casos, lo puramente ornamental para convertirse en información no escrita, un medio de expresión que prescinde de ba-

rreras lingüísticas, facilitando la comprensión de un mensaje.

Cualquier tipo de ilustración, en cualquier estilo que se realice, se debe dibujar primero. El dibujo es, lo primero que un ilustrador debe conocer. Ya que una ilustración bien dibujada está casi terminada. Cuanto más meticuloso y completo sea el dibujo en el estilo que se desee, tanto más elevado será el resultado.

El estilo de ilustración está determinado por el dibujo y éste por el trazo de la ilustración, estos pueden ser distintos cada vez dependiendo del estilo del ilustrador.

Ilustración en goauche



Algunas técnicas de ilustración más reconocidas son: lápiz, plumilla, aguatinta, goauche, óleo, acuarela, aerógrafo, entre otras más.

## La fotografía

Un aspecto importante del mundo del diseño gráfico es el relacionado con la imagen representada, la cual puede ser realizada fotográficamente. Ya sea en color o blanco y negro, la fotografía asume cada vez significados distintos como: realismo, cercanía, emoción, descripción. Es el medio de

representación de la realidad visual que más depende de la técnica. La fotografía ha sido una cumplida realidad durante más de 100 años. Gracias a la fotografía, registro visual e incomparablemente real de cualquier hecho en la prensa, la sociedad está al tanto de la historia. La propagación de esta capacidad única de registro culmina en el cine. La fotografía tiene una característica que no comparte con ninguna otra arte visual: la credibilidad. El fotógrafo maneja numerosas variables, lo cual le permite controlar la información ambiental. Algunos pasan al campo profesional de importancia fundamental para el

mundo de la comunicación y otros la tienen como un hobby, uno de los más populares de nuestro tiempo.



Fotografía artística



# 4

PROMOCIÓN, PUBLICIDAD  
y campañas

# Promoción, publicidad y campañas

## Mercadotecnia

Involucra la voluntad del consumidor al proceso de comercialización y éste a las necesidades del consumidor, mediante sistemas de comunicación, es el medio entre el mercado y el publicista; recaba y difunde la información entre las etapas del ciclo de comunicación, proyecta presupuestos de ingresos, egresos e inversión que en última instancia evaluarán los empresarios, define políticas de eficiencia, planea estrategias, campañas de promoción y publicidad, señala al publicista objetivos y metas. Aquí radica la importancia de la Mercadotecnia todo plan promocional o publicitario es generado por el análisis merca-

dotécnico del resultado de investigaciones socioeconómicas y culturales que definen las necesidades de comunicación entre productores y consumidores.

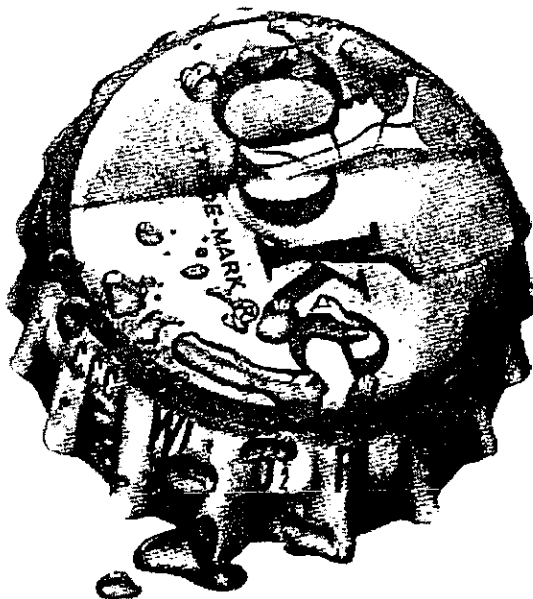
## Publicidad

Desarrolla sus propias técnicas de comunicación para dar a conocer a los consumidores la existencia y las bondades del producto o servicio. Diseña los planes de medios, produce mensajes, los evalúa, entaza las actividades promocionales con las publicitarias.

## Promoción

Se refiere a todo lo que se hace para dar información que ayude a vender un producto, servicio, o dar reconocimiento a un lugar.

Los elementos de la promoción son la publicidad, la exhibición y las relaciones públicas. Para la promoción dentro de la publicidad es básico conocer bien al mercado que se dirige, para poder preveer la respuesta que se espera con su aplicación.



## Campañas

Se define como conjunto de actos aplicados a conseguir un fin determinado.

**CAMPAÑA PUBLICITARIA.** Es una operación que se proyecta y se lleva a cabo con un estudio previo, en la que una serie de anuncios relacionados entre sí se crean alrededor de un tema específico para cumplir con las metas del anunciante. La primera etapa en una campaña de publicidad es la determinación de los argumentos que se intentan transmitir al público, luego se concretan esas ideas en mensajes gráficos o verbales. Los medios a través de los cuales se difunden estos mensajes son los conocidos como medios masivos (radio, televisión, prensa) y otros tales como organizaciones de exposiciones, ferias, entre otros.

**CAMPAÑA PROMOCIONAL.** Es una serie preparada, coordinada de actividades que van a dar impulso a un tema específico con el fin de alcanzar las metas que se tienen programadas.

Se deben tomar en cuenta cuatro factores importantes para la realización de una campaña promocional:

a) El dinero disponible para la promoción.

b) Naturaleza del mercado.

c) Naturaleza del evento, servicio o producto.

d) Ciclo de vida de los mismos.

Una campaña promocional reside fundamentalmente en una serie de anuncios que circulan en base a una idea central; dentro de cualquiera de estos se necesita de los medios impresos como carteles, folletos, es-

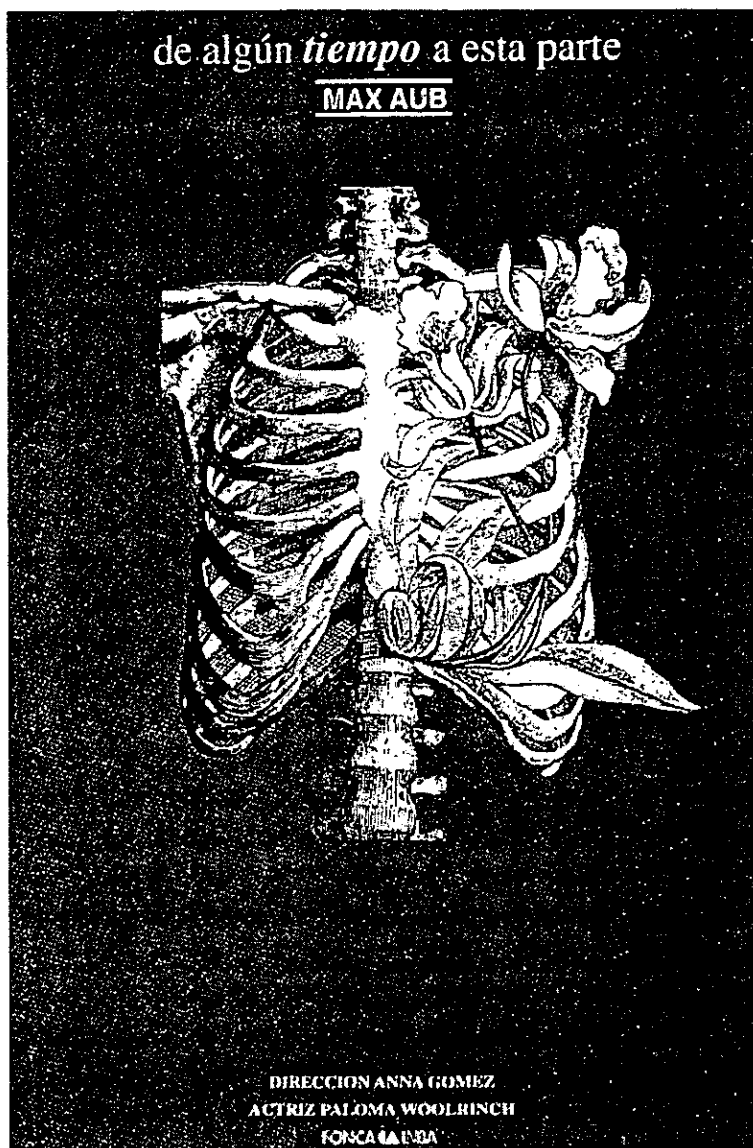
pectaculares, artículos promocionales, todos ellos en formatos y materiales diversos.

Este tipo de campañas son importantes porque contribuyen a sanear la economía, incrementan la demanda del producto o servicio y proporciona empleo seguro a los trabajadores.





# Medios de promoción



Cartel de Antonio Pérez "Nico"

## El cartel

En un cartel la cualidad más importante es la rapidez de lectura. El observador ni lo va a tener en sus manos ni su lectura será voluntaria: en un principio, se lo va a encontrar en el camino, por lo que el mensaje transmitido ha de ser lo más preciso y expresivo posible, lo que le convierte en el medio de expresión gráfica con el más alto riesgo de ser invalidado por es exceso de elementos puramente decorativos.

Por esta razón, la cantidad de texto que se incorpore a un cartel ha de ser cuidadosamente medida, limitándola al máximo; el texto y por extensión todo el cartel, debe ser captado de un sólo golpe de vista, al menos en su mensaje principal; otros textos secundarios como direcciones, etc. serán leídos ya en una segunda observación intencionada.

El diseño de carteles es una especialidad, tiene sus propias técnicas y requiere un profundo conocimiento del uso del color y de sus efectos, al mismo tiempo de una excelente creatividad y facilidad para la simplificación de formas.

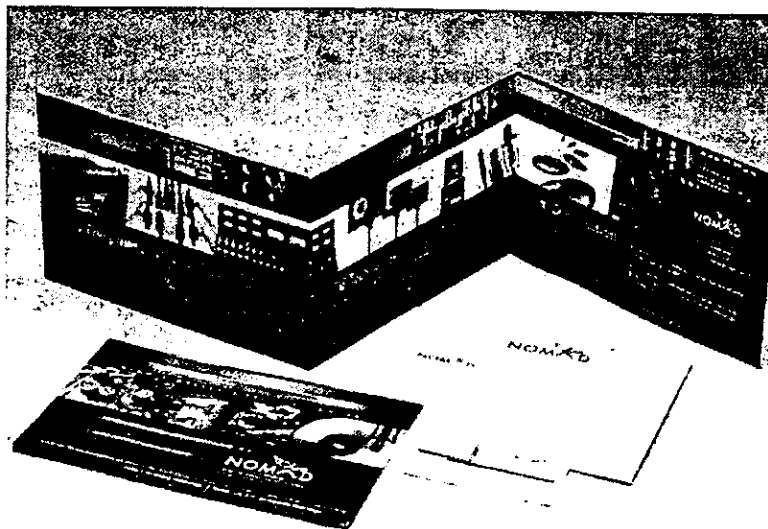
## El folleto

Es el más común de los elementos de comunicación directa, en todas sus variantes de imagen de empresa, oferta o relación de productos (catálogos). Al contrario que el cartel, el folleto puede contener paquetes de texto amplios y mayor contenido de imágenes, dado que su lectura es voluntaria y por elementos (páginas).

El planteamiento gráfico se hará teniendo en cuenta que normalmente se percibe cada doble página como un bloque que deberá guardar relación con el resto, en unos casos; en otros, en los que se integran mensajes diferentes, catálogos por ejemplo, es recomendable la introducción de elementos diferenciadores para facilitar la lectura, pero siempre cuidando que no se vaya a perder la identificación general.

## La manta

Debe su nombre al material donde se imprime. El sistema tradicional para su realización es la pintura o serigrafía. La tela es ligera, resistente. Las cuatro orillas tienen bastilla para evitar que se deshilen. El mensaje está en forma escrita y con imágenes. La composición debe ser sencilla y el texto lo



Folleto

más breve posible, escrito con letras grandes para facilitar su lectura. Las mantas se utilizan para anunciar ciertos acontecimientos, lugares o servicios. En las esquinas de la manta se cosen fuertes amarres que permiten sujetarlas ya sea a los postes de luz o fachadas. En los espacios, entre palabra y palabra o entre las zonas blancas de las letras se hacen múltiples perforaciones que permitan el paso del viento para cuidar el buen estado de la manta.

Actualmente otro material muy utilizado para este tipo de anuncios es la lona, el cual es muy resistente y se usa para temporadas más extensas por su consistencia y durabilidad.

## Banderolas

La composición de las banderolas es tipográfica, los caracteres son muy claros, pesados y de gran tamaño. El mensaje en este soporte es de vital importancia pues las letras son el elemento principal de este medio, en ocasiones se acompaña de alguna ilustración gráfica. Es común que la composición se estructure en base a una palabra que domine por el tamaño o color. El resto de la información debe ser breve.

Las banderolas funcionan tanto en el interior, pueden estar colocadas dentro de tiendas, almacenes, etc., como en exterior, en postes de luz, árboles, entre otros.

Los materiales son papel, telas muy ligeras o polietileno dependiendo de la permanencia y evento a considerar.

## El espectacular

Es la modificación más actualizada del cartel. Este surgió por la necesidad de que el cartel se viera con más facilidad desde distintos ángulos y a una distancia mayor.

Como la publicidad siempre anda buscando los medios para ocupar mejores lugares donde instalar los mensajes se pensó en el espacio libre de las azoteas. Para las cuales se diseñaron estructuras capaces de soportarlos y que también resistieran las inclemencias del tiempo.

Actualmente hay tres tipos de anuncios totalmente luminosos, los primeros constan de grandes diapositivas impresos en material acrílico iluminado por detrás, los segundos de un mosaico de pequeñas piezas prolipopileno de colores muy brillantes con los que se da forma al anuncio.

La técnica más moderna es imprimir serigráficamente lienzos y telas plásticas traslúcidas, con tintas de igual manera con una alta resistencia a la intemperie. Los lienzos tapan una caja luminosa dentro de la cual se instalan lámparas de luz fluorescentes.

Hay diversos formatos dependiendo del espacio donde serán colocados, uno de ellos 4 mts. x 9 mts. proporcional es el más utilizado.

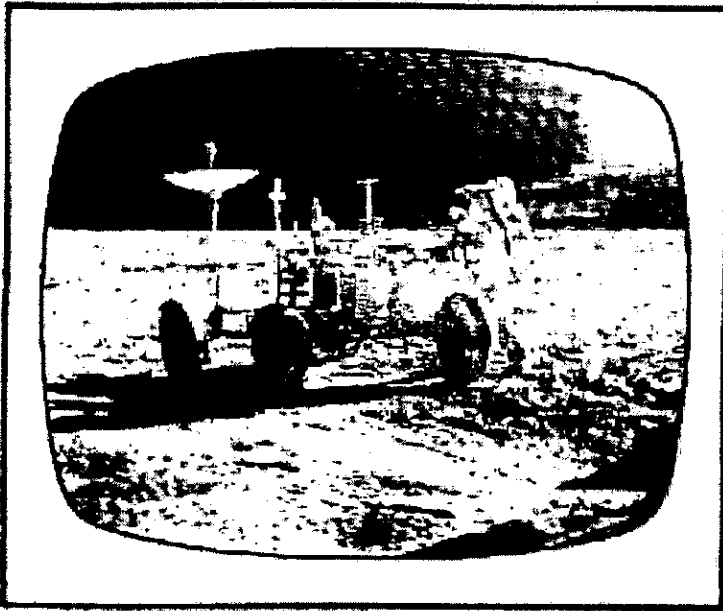
Artículos promocionales



## Artículos Promocionales

Existe gran variedad de ellos y se fabrican en diversos materiales plástico, madera, metal, tela, vinyl, papel. Algunos de ellos son para uso personal, otros para consumo. Hay diseños tanto para hombres como para mujeres y de cualquier edad. No es posible una clasificación precisa de los artículos debido a la gran cantidad con que se cuenta de ellos pero sí hay los más importantes que por lo regular se encuentran presentes en la mayoría de las campañas promocionales y planes publicitarios. Llaveros, playeras, lapiceros, tazas, bolsas, mochilas, calcomanías, encendedores, vasos, ceniceros, e infinidad de artículos más.

Los artículos promocionales en general son medios impresos debido a que llevan impreso el mensaje y publicitarios porque llevan al consumidor información impresa o grabada en el artículo lo cual muestra o recuerda de manera permanente las ventajas, bondades y prestigio del producto, servicio o entidad.



Reportaje en TV del viaje a la luna

## Radio y televisión

La diferencia entre los medios impresos y los medios electrónicos es la simultaneidad.

La uniformidad de los formatos impresos posibilita la transmisión de un mensaje a un público numeroso.

Pero la radio y la televisión hacen posible que esa misma información estén al alcance de un número aún mayor de personas en el mismo instante.

Estos medios tienen su origen en dos líneas para-

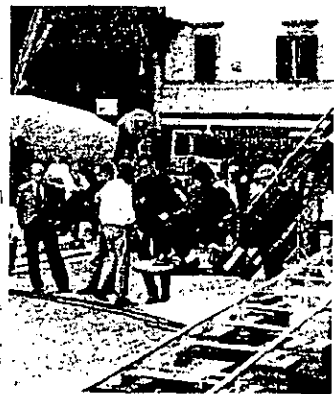
las de desarrollo que acaban conjugándose. La televisión en la cámara, o realizador mecánico de imágenes. La radio es la capacidad de las ondas electromagnéticas para transmitir datos mediante alambres o a través de la atmósfera.

Tanto la televisión como la radio son utilizados por la publicidad para presentar mensajes a los consumidores, dichos mensajes no consisten en textos largos sino recurren al sonido y la imagen.

En el caso de la radio, el anunciante puede elegir la duración de su mensaje, puede patrocinar un programa completo o su difusión puede llevarse a cabo entre programas.

La radio establece un contacto personal con el auditorio, puede lograr que los clientes se pongan en acción cuando incluye número telefónico.

La televisión es un medio de entretenimiento popular, una de sus mayores ventajas es que llega al auditorio por la vista, el sonido, color, movimiento y es muy efectiva para demostrar cómo se usa un producto o servicio. Aquí el mensaje



(TV)

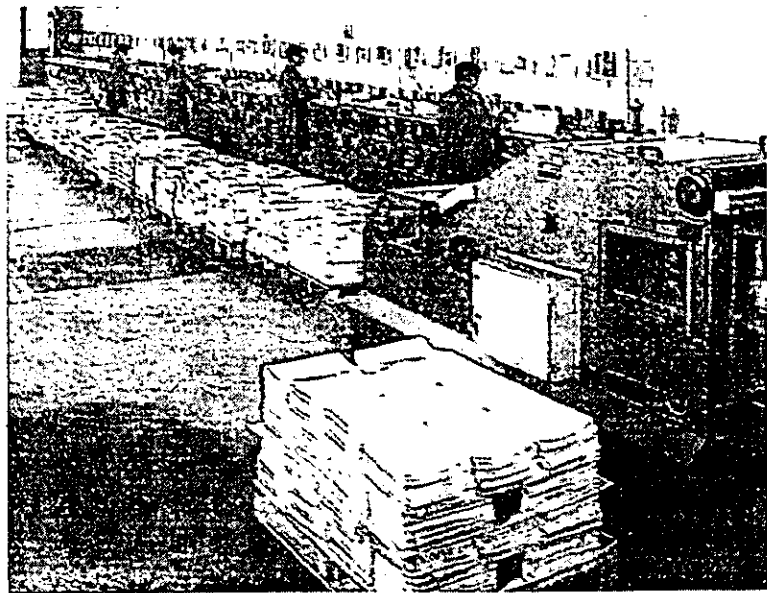
tiene un impacto inmediato. Debido a que por lo regular varios miembros de la familia suelen ver televisión al mismo tiempo se pueden promover productos o servicios que a todos los miembros puedan comprar o usar.

## Prensa

La prensa es el medio impreso que tiene más lectores, los cuales pertenecen a diferentes niveles socioeconómicos y culturales. La prensa trata de formar la opinión pública, ya que a través del trabajo de los comentaristas, columnistas, y editoriales el lector puede tener su opinión al respecto.

Otra necesidad que satisface la prensa es la del entretenimiento pues debe contribuir a no fatigar la mente, hacer olvidar, los contratiempos de la vida cotidiana. Aunado a esto, está lo de cultivar el espíritu por lo que se publican artículos que tratan sobre las bellas artes o documentales interesantes.

a) *El periódico*, es el medio tradicional de este género. Su producción es rápida y económica. Se imprime en máquinas rotativas, y en papeles especiales. Sus características especiales son:



1) Tiene capacidad de llegar a los más diversos públicos.

2) Es el medio impreso que se distribuye con mayor rapidez.

3) Es un medio informativo y formativo.

4) Su precio es bajo; al alcance de todas las clases sociales.

5) Se puede adquirir por suscripción.

6) Tiene diversas capacidades de alcance.

7) Satisface muchas necesidades al lector.

8) Acepta todas las ideologías.

9) Aunque es un medio efímero, su contenido puede fácilmente ser archivado.

10) Abundan sus lectores asiduos y permanentes.

11) Su circulación es generalmente certificada.

12) Los costos publicitarios en periódicos son los más bajos.

13) Es un medio selectivo.

b) *La revista.* Es considerada como un medio permanente, ya que por lo regular se conservan. Hay revistas especializadas en arquitectura, fotografía, medicina y más. Con frecuencia estas revistas publican artículos seriados, cursos técnicos, investigaciones



científicas, reportajes extensos que los lectores les interesa guardar. Otras revistas por su contenido, presentación y belleza de su material gráfico son coleccionables.

Una característica más de las revistas es que profundizan en los temas tratados por lo que permiten publicar anuncios con textos más largos que en cualquier otro medio, teniendo por seguro que el lector tendrá tiempo para leerlos.

Estos medios contribuyen a dar una promoción adecuada, organizada y efectiva al evento, lugar o servicio que lo requiera utilizándolos de manera inteligente y previendo las estrategias a seguir.



# Señalización

Esta área del diseño se ocupa de la comunicación puntual, directa y rápida; muestra itinerarios, hace advertencias y señala ubicaciones o direcciones a un público general, teniendo en cuenta la variedad de capacidades de visualización, lectura y en muchos casos incluso de idioma o índice de alfabetización, traduciendo a imágenes la información, evitando en lo posible el uso del texto, sustituyéndolo por imágenes representativas.

Las primeras aplicaciones de la información y direccionamiento de circulación para público multilingüe se dieron en los juegos Olímpicos de Tokio en 1964, siguiendo el ejemplo las demás olimpiadas y en muchas ciudades y centros públicos.

Tras una labor de análisis de la información, se debe encontrar el símbolo inequívoco y el tratamiento cromático específico teniendo en cuenta el entorno donde se va a situar, distancias y ángulos de visualización para lo que muchas veces deberá utilizar imágenes cotidianas renunciando a originalidades extremas que distraigan la atención o dificulten la percepción.



## Sistemas de Señalización

### CIRCULACION DE SUPERFICIE.

a) Terrestre: está constituida por los desplazamientos de los peatones, vehículos, vías férreas.

b) Naval: representada por el transporte marítimo.

### CIRCULACION AEREA.

Incluye las redes de transporte por avión.

#### CIRCULACION SUBTERRANEA.

Está constituida por el transporte metro.

#### CIRCULACION VERTICAL.

Escaleras, ascensores, escaleras eléctricas.

## Puntos importantes

El espacio total, parcial en que éste se subdivide.

La morfología arquitectónica del entorno.

La organización del espacio en función de los servicios que presentan al público.

Las distancias de visión de los paneles señaléticos que determinan su tamaño y contraste.

La iluminación ambiente, luz natural y/o artificial.

El individuo; considerar a quien va dirigido.

Adaptación de la señalización al medio; que nos transmita el lugar donde estamos.

Imagen de marca; respetar si hay imagen de identidad previa.

Información lingüística e icónica.



Sistema de señalización

## Tipos de señales

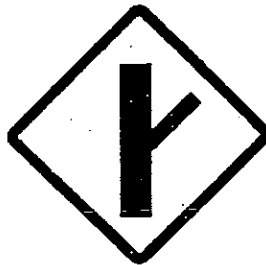
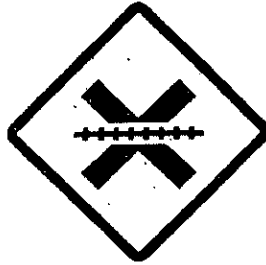
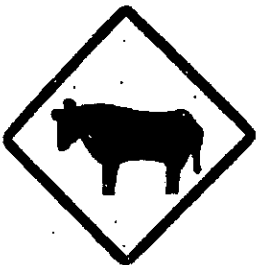
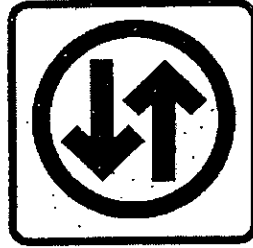
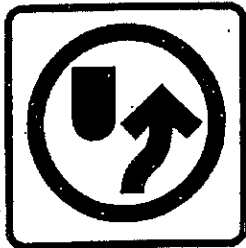
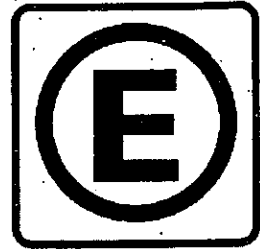
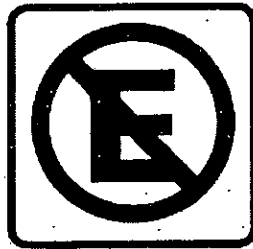
**Direccionales:** estas señales, guían, conducen al usuario hasta su destino final.

**Informativas:** tienen el objeto de proporcionar información al usuario sobre nombres, distancias, direcciones, ubicaciones u otros destinos de ciudades o poblados así como también identificar parques, bosques, lugares históricos, zonas arqueológicas y otros servicios.

**Restrictivas:** Tienen el propósito de informar al usuario el lugar donde existe alguna limitación, prohibición. El mensaje de la señal deberá indicar claramente los requerimientos impuestos por la restricción.

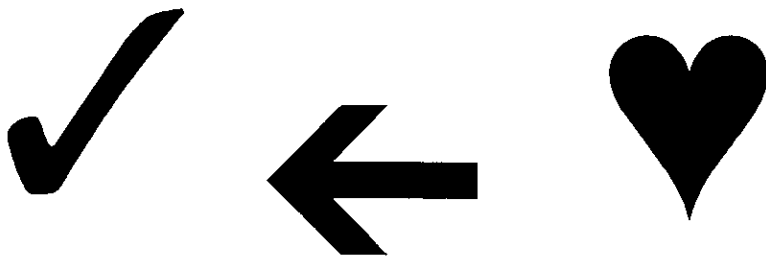
**De emergencia:** Conducirá al usuario por los accesos correspondientes en caso de ocurrir algún siniestro, las cuales en forma organizada proveerán accidentes.



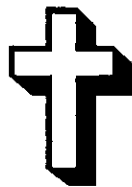


## El signo

El signo de una cosa llama en seguida su imagen mental: la evoca y le confiere la "presencia", es decir que todo significante lleva potencialmente la presencia del significado. Desde el punto de vista semiótico la marca tiene cualidad de signo.

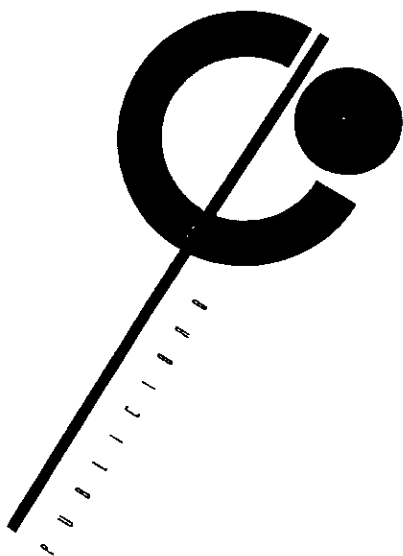


La marca es un reflejo, de la calidad y prestigio de la empresa, no solo designa sino que comunica más rápida y más constantemente que otra clase de mensajes.



La marca se va cargando de atributos. Y con ello deviene un signo asociativo

N U E V E C E R O



mucho más complejo y activo de la que su simplicidad formal puede aparentar. Esta forma de asociación, que se produce por la marca en el receptor, corresponde a la fuerza del estereotipo. La fuerza asociativa de la marca como signo estímulo es el disparador de las asociaciones de ideas, y estas asociaciones se constituyen en una estructura mental o estereotipo. Aquí se encuentra la parte más profunda, psicológicamente de la asociatividad a través de un signo gráfico.

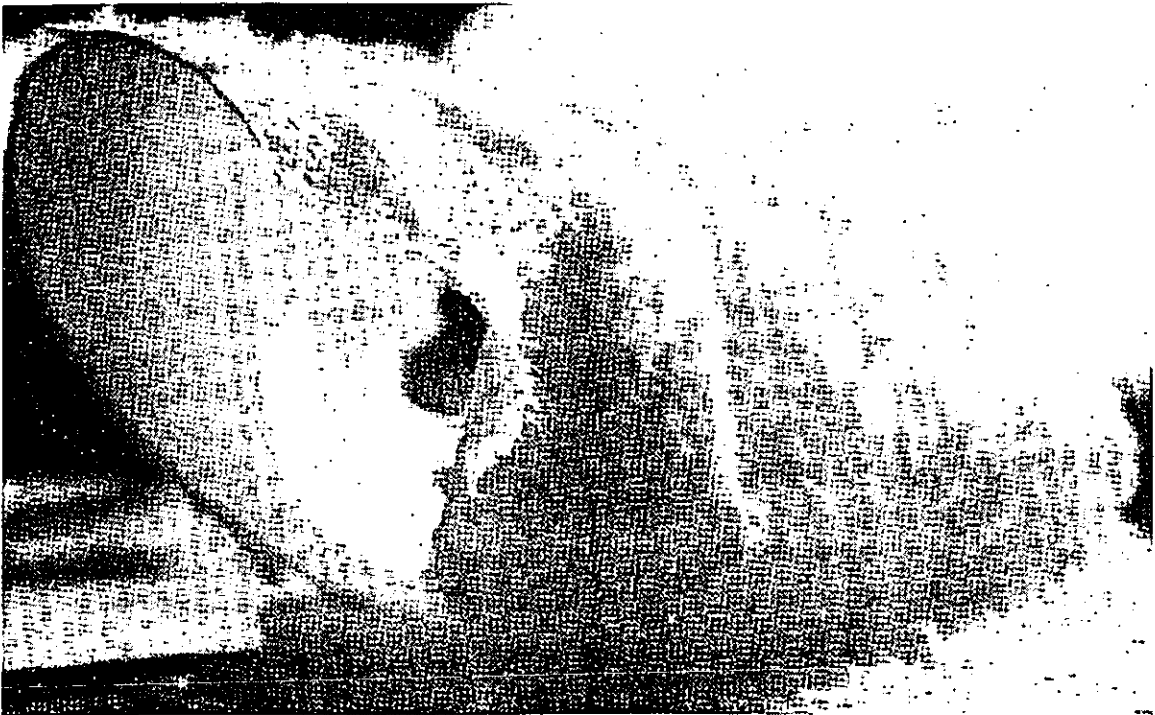
# Materiales

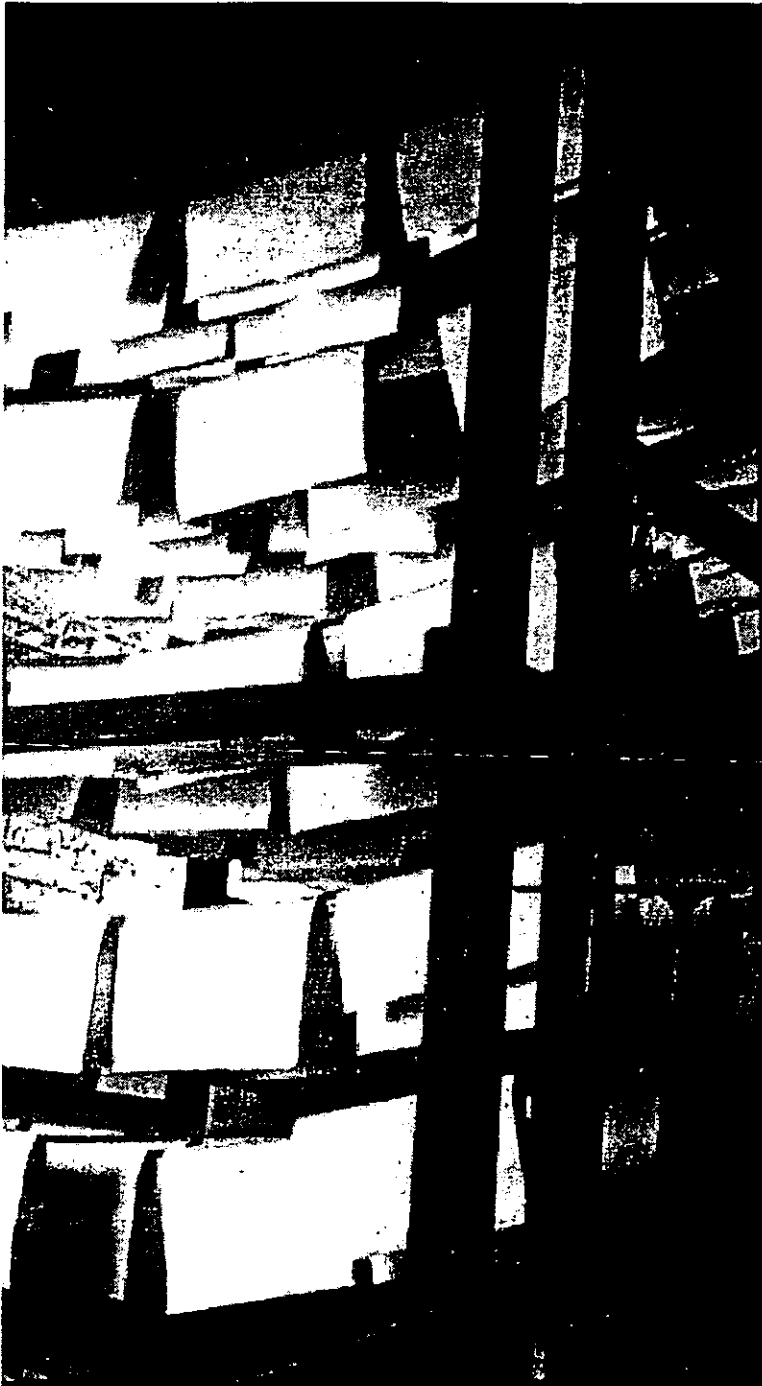
## El papel

Se deriva de la palabra papiro, planta egipcia de cuyo tallo se elabora. Lo inventaron los chinos en el año 500 a.C. con una pasta vegetal y agua. Los mayores productores de papel son Canadá, E.U.A., Alemania, Portugal, Noruega, Suecia, Francia y China.

Su elaboración: Se extrae de la madera resinosa, la pulpa; se muelen o aprisionan con trapos viejos. A la pasta se le agregan sustancias llamadas "cargas" para quitar poros, se le agregan también los colorantes. Se seca la producción por medio de ladrillos y se le da textura: satinado, rugoso, liso, etc.

Pulpa de papel





La calidad del papel determina el resultado final de la impresión. Mientras más blanco sea el papel mayor será la pureza del color impreso.

El papel es un factor importante para obtener una buena reproducción.

Sus características principales son cuerpo, textura, absorbencia, reflejo, blancura y corte.

*El cuerpo:* es la calidad para conservar su rigidez.

*La textura:* es la disposición y dimensión del grano.

*La absorbencia:* es la penetración de los productos químicos de la tinta entre las fibras del papel.

*El reflejo:* es la capacidad de rechazar los rayos de luz en la misma dirección.

*La blancura:* es la capacidad de reflejar todos los colores del espectro.

*El corte:* las fibras tienen cierta orientación que determina la estabilidad dimensional de los pliegos.

Otro factor importante a considerar es la humedad, que tiene que ver con el ambiente del taller y la época del año.

# Medios de impresión

Para el diseñador es muy importante tener conocimiento sobre las diversas técnicas de impresión ya que permite escoger la más adecuada a utilizar en el proyecto que así lo requiera, a continuación algunas técnicas y sus características.

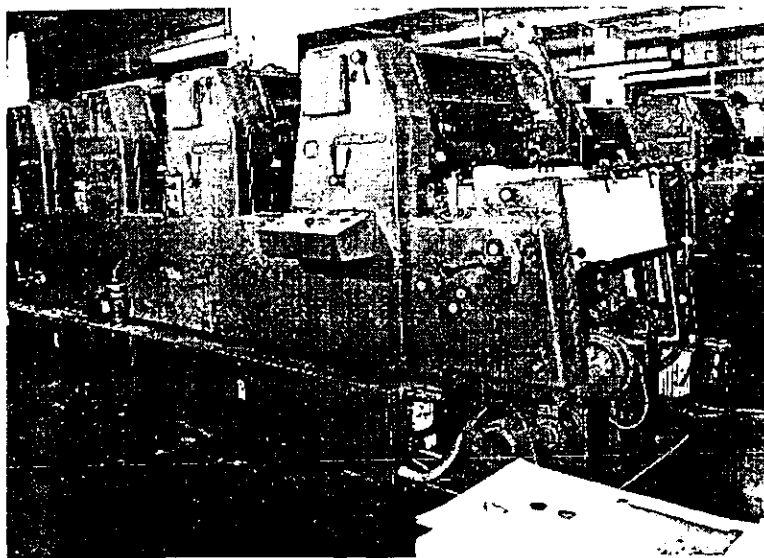
contacto entre sí. El primer cilindro lleva la plancha, que es humedecida y entintada; el segundo de goma, recibe la presión y la traslada a la hoja, a la que el tercer cilindro, (cilindro de presión) ha dado la vuelta. Las principales máquinas son:

## Offset

Es un proceso de impresión indirecta que se obtiene mediante una doble sesión: la plancha cede la imagen al caucho, que a su vez le cede la hoja al papel. Esta técnica procede de la impresión litográfica. En vez de imprimir la hoja poniéndola en contacto con una piedra, (o plancha metálica), la impresión se realiza mediante el empleo de tres cilindros en

*OFFSET CILINDRICA DE HOJA:* Es la más difundida, existen varios modelos en varios formatos, desde 35 x 50 cm. a 120 x 60 cm. En este tipo de máquina todos los elementos (introduccion de hojas, pinzas, escuadra, rodillo entintado) son en principio similares a los de las máquinas tipográficas plano-cilíndricas. A ello se añaden también los rodillos que llevan el agua a la plancha, matriz o molde.

*ROTATIVA OFFSET:* Que se basa en el mismo principio de la offset cilíndrica. El papel continuo de la bobina pasa, sin embargo desde hace algunos años se imprimen diarios con rotativa offset en vez del sistema de rotativa tipográfica.

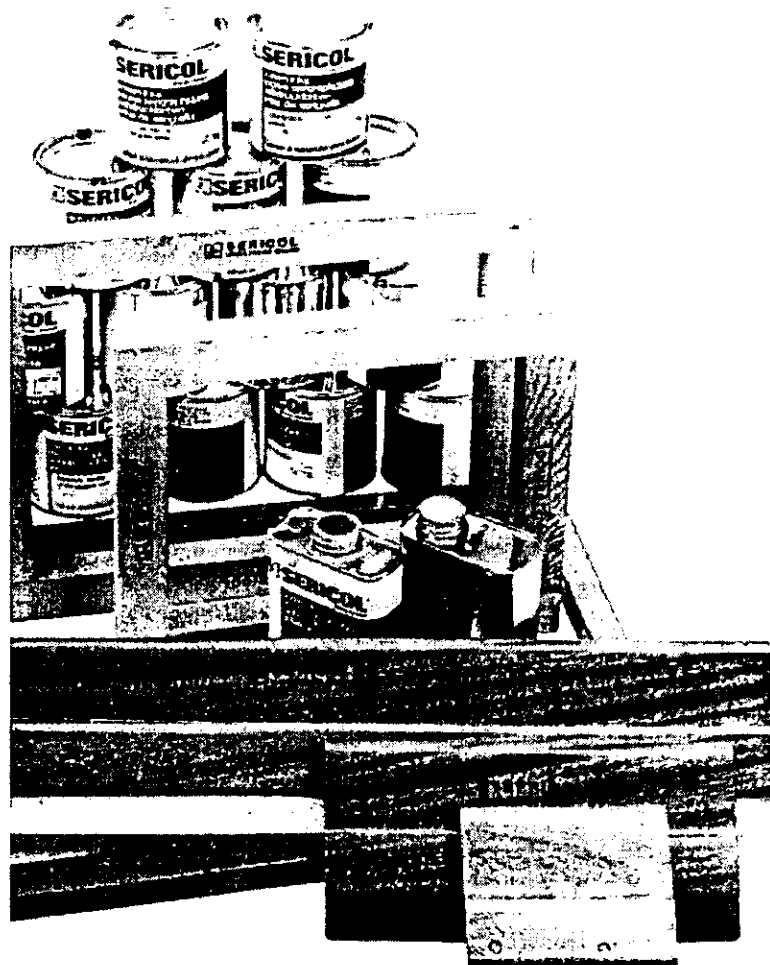


Método de offset

## Serigrafía

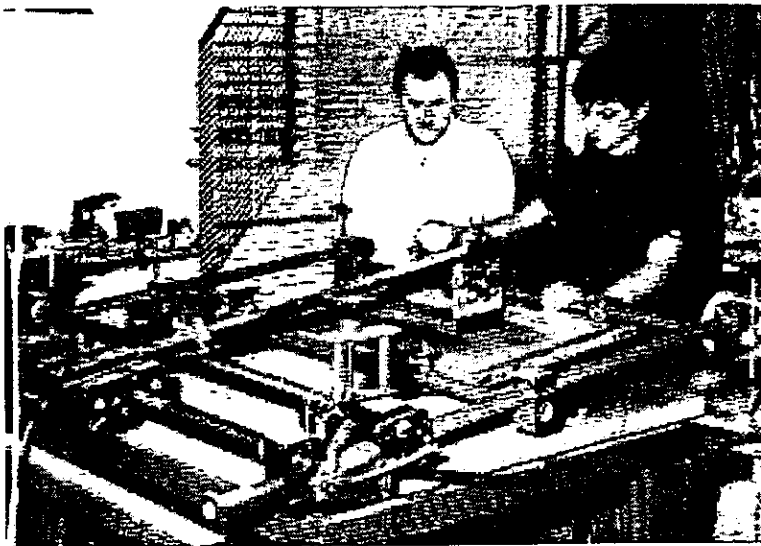
Significa "impresión con seda" o "mediante seda" de ahí que la matriz para la impresión en serigrafía está formada por un bastidor de madera o metal sobre el que se extiende y se fija una tela. Sobre la tela se extiende una capa de gelatina (emulsión) sensible a la luz. La emulsión que impregna la tela, por lo general es azul, roja o verde; a cada color le corresponde una distinta capacidad de recibir la luz a la que será expuesta.

La exposición se realiza en un ambiente con luz amarilla, a la que la emulsión no reacciona. Sobre el bastidor seco se coloca después la película fotográfica que lleva los elementos que se van a imprimir. Dicha película es un positivo, lo que significa que si se ve el positivo por el lado de la emulsión, la tipografía y las imágenes se ven al derecho. El bastidor, junto a la película unida, se coloca en una prensa neumática, en 10 ó 15 segundos. El vacío neumático hace que la película se adhiera perfectamente a la emulsión del bastidor. Después de esto la prensa se orienta hacia una potente lámpara halógena. La emulsión del bastidor no protegida por las partes opacas de la película fotográfica quedará impresionada por la luz, que la hará insoluble al agua, por el contrario las zonas pro-



Equipo de serigrafía.

tegidas por la luz permanecerán solubles, y son las que quedarán listas para que por ellas pasen las tintas adecuadas a cada material ya sea papel, vidrio, madera, metal, textiles y plásticos.



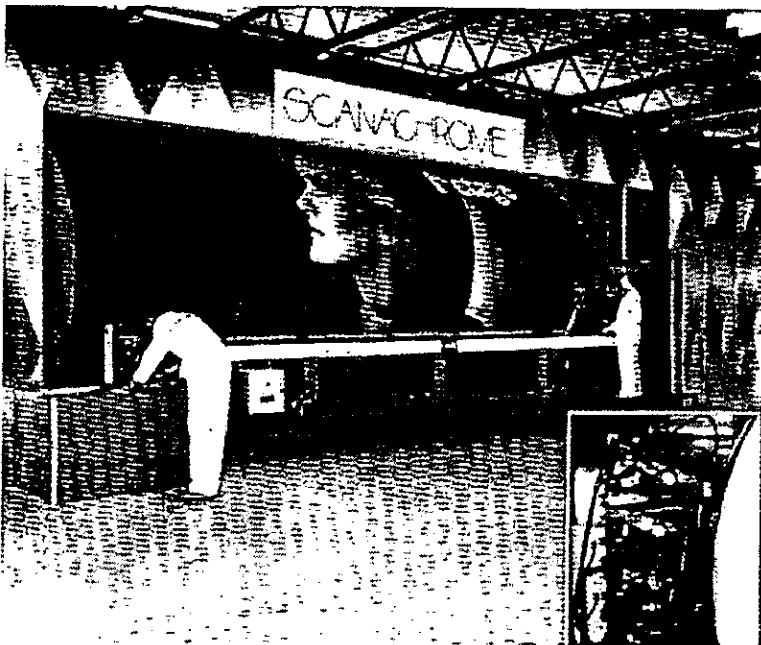
Método de serigrafía

## Flexografía

Es un sistema de impresión por contacto. Consta de un cilindro que se cubre con un grabado en alto relieve, de materiales flexibles, (de ahí el nombre); de una cubeta con bomba de circulación, que contiene la tinta para transportarla al grabado y de un cilindro de presión. Este sistema se emplea en la impresión de bandas de polietileno y otros materiales plásticos y en la impresión de papeles que no permiten mucha presión al ser impresos, como el cartón corrugado.

Impreso en flexografía





Impresión en ploter

## Impresión electrónica

Las máquinas de impresión electrostática tienen sistemas más o menos diferentes pero con una base en común, un ordenador transmite la imagen a un soporte, en el que se recrea por medio de cargas eléctricas; el pigmento; el sistema de chorro de tinta funciona de manera diferente; un escáner cilíndrico "lee" la imagen y la traduce a impulsos electrónicos. El soporte de la impresión, que puede ser cualquier material flexible, tela, papel o plástico se sitúa en-

volviendo un cilindro giratorio de 3 m. de diámetro por 9 m. de largo; la cabeza impresora está compuesta por cuatro proyectores de tinta, uno de cada color de la cuatricromía, que corren paralelos a la generatriz del cilindro proyectando, a modo de pequeños aerógrafos, tinta según las órdenes recibidas del escáner, reproduciendo así, a gran escala, la imagen original.

Este sistema se utiliza para reproducciones gigantes compuestas de módulos de 7 x 9 m. empalmables entre sí, siendo su principal utilización en publicidad.



# Acabados

En todo trabajo impreso ya en su fase final recibe unos terminados que le van a dar mayor presentación y calidad dependiendo del proyecto es el acabado que recibe.

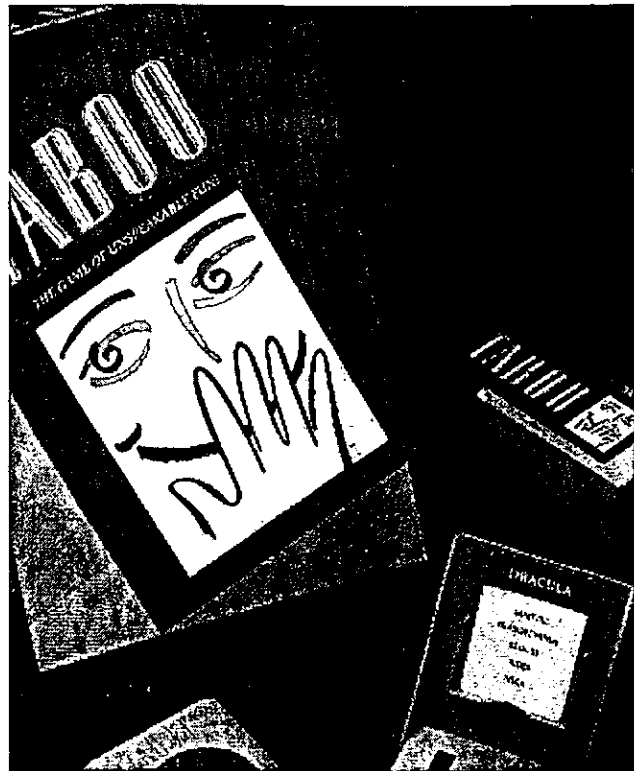
Las técnicas de acabado más frecuentes en las artes gráficas son:

## Perfilado

Se llama así al recorte de formas con una cuchilla metálica. Suele hacerse en prensas tipográficas.

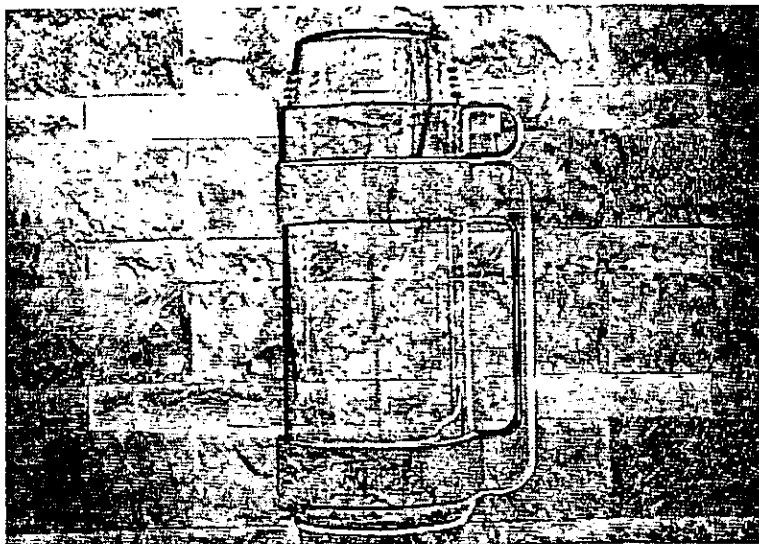
## Montaje

Fijación del papel a un soporte más firme de madera o de plástico, para fines de exposición.



Portada plastificada

Relieve

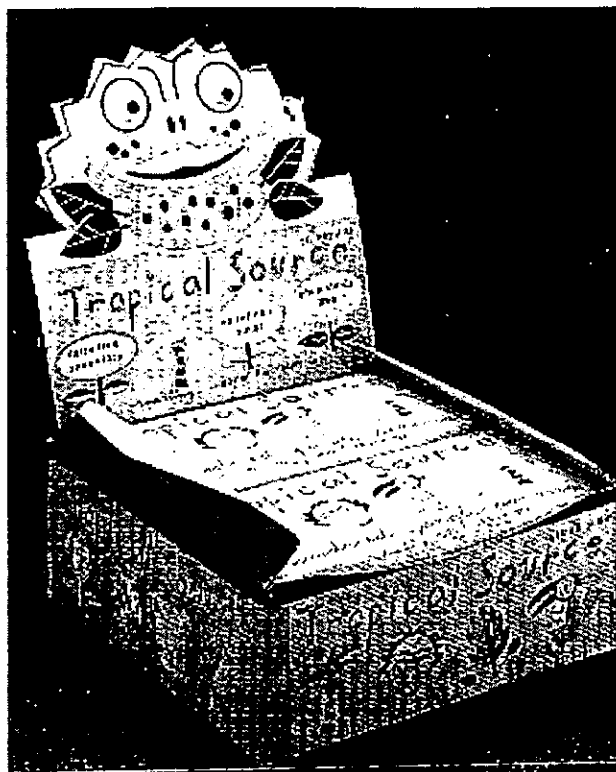


## Plastificado

Protección de la superficie impresa con una película transparente y brillante de plástico. Aísla de la humedad, filtra los rayos ultravioleta y facilita su limpieza.

## Relieve

Similar al realce. Se imprime la imagen en la superficie con un molde caliente, el motivo tiene que ser sencillo y con líneas de no menos de 3 mm.



Redondeamiento de cantos

## Barnizado

Es un sistema de protección más económico que el anterior y muy parecido. Se aplica una sustancia líquida transparente a la superficie impresa.

## Redondeamiento de cantos

Tiene función decorativa. Se realiza durante el perfilado o después, con un cincel de filo curvo.

Todas estas técnicas son con el fin de obtener un trabajo de mayor calidad, atractivo y duradero.

Metalizado

## Realce

Impresión seguida de elevación o hundimiento de la imagen impresa. Se usa mucho en membretes y trabajos decorativos. El realce puede ir sin tinta.

## Metalizado

Parecido al relieve. Se aplica a la superficie impresa una matriz caliente que deposita una lámina metálica. La operación se usa mucho en la impresión de cubiertas rústicas y cajas.



# 5

## Conclusiones

# Conclusiones

Todo proyecto profesional debe apoyarse en una investigación previa que aporte bases, datos y fuentes importantes para la realización del mismo.

La disciplina del Diseño Gráfico, se encarga de transmitir mensajes visuales y no está exenta de ello ya que sigue una metodología que la llevará a un proceso de diseño creativo y efectivo, auxiliado por técnicas y herramientas que van a contribuir a obtener la solución más adecuada para lo que se está tratando.

En esta primera parte, apoyándose en dicha metodología, se llevó a cabo una investigación donde se recopiló toda la información necesaria para el proyecto de la imagen gráfica y campaña promocional de los Chorros del Varal, bellezas naturales del estado de Michoacán, ubicados en el municipio de Los Reyes.

Con esto, tenemos antecedentes sobre otros lugares turísticos de Michoacán más reconocidos en cuanto a bellezas naturales se refiere, los servicios que éstos ofrecen al turista, la promoción que manejan, entre otros aspectos más.

Lo mismo se hizo en cuanto al diseño gráfico, una investigación sobre este campo que arrojó datos importantes, los cuales nos ayudan a situarnos en qué área o áreas específicamente cuentan con los elementos necesarios para la realización de este proyecto.

Ahora sí conociendo lo que es y representa una imagen gráfica, de qué medios se vale para su promoción, el papel que desempeña la señalización en la ubicación del lugar se puede pasar al proceso de conceptualización sobre las características esenciales de los Chorros del Varal para su reconocimiento como destino turístico.

# **SEGUNDA PARTE**

**Aportación**

# Introducción

En la primera parte de esta tesis, se llevó a cabo un proceso de investigación, el cual nos proporcionó la información necesaria para solucionar un problema de diseño que se presentó sobre una belleza natural del Estado de Michoacán un lugar llamado Los Chorros del Varal.

La investigación abarcó datos sobre el Estado mismo, considerando aspectos turísticos, información sobre el Diseño Gráfico, sus alcances y sus áreas para ver cual era la más adecuada para obtener un buen resultado en este problema.

La pretensión de este proyecto es dar a conocer el lugar de una manera más amplia y formal, mediante la elaboración de una imagen considerando que ésta es la evocación que hace la mente de algo real, relacionándola en apariencia y semejanza con el objeto, lugar ó institución.

En esta segunda parte, se presenta la aportación de diseño que consiste en la elaboración de la Imagen Gráfica Promocional de Los Chorros del Varal, antecedentes sobre el proceso de diseño que se llevó a cabo para la realización del logotipo, así como también una serie de aplicaciones, las cuales darán a conocer de una forma amplia dicha imagen, todo ello siguiendo los parámetros de diseño, estableciéndolos dentro de un manual de una manera clara y concreta que no dé margen a considerar alguna alteración a lo ya definido.

# 6

## Proceso de Diseño

# Proceso de diseño



Panorámica,  
Los Chorros del Varal

Para determinar las características por las que se va a conducir el proyecto de la Imagen Gráfica de Los Chorros del Varal es necesario seguir una metodología que nos lleva a considerar los siguientes aspectos:

La Imagen Gráfica de los Chorros del Varal será promocional. La promoción se apoyará por los siguientes medios publicitarios en los cuales se mostrará el logotipo para darlo a conocer:

- 1) Espectacular
- 2) Tríptico
- 3) Cartel
- 4) Prensa
- 5) Señalización
- 6) Souvenirs
- 7) Video

Esto se manejará a nivel estatal mediante el apoyo del Municipio y Turismo del Estado. Con estos antecedentes tenemos el objetivo general del proyecto que consiste en motivar la afluencia turística en Los Chorros del Varal y fomentar el desarrollo económico y social del municipio debido a que cuenta con todos los servicios que requiera el visitante para una estancia agradable.

La Imagen Gráfica Promocional debe cumplir con las características esenciales de un buen logotipo:

- a) Funcional
- b) Estético
- c) Durable
- d) Sencillo
- e) Simbólico

Todo ello con la finalidad de que sea comprendida y a la vez agradable para el visitante ya que con esto se pretende que el gráfico connote y denote completamente la naturaleza de Los Chorros del Varal e invite a conocerlos.



# Conceptualización

Al iniciar el desarrollo de este proyecto se enumeraron un listado de conceptos, los cuales nos van a marcar la pauta por donde se va a guiar el proceso de diseño.

Considerando el aspecto físico tenemos los siguientes elementos:

- a) Vegetación
- b) Agua(cascadas)
- c) Escaleras
- d) Barandal
- e) Barranca
- f) Clima cálido/templado.

Por lo que este paseo ofrece al visitante:

- 1) Hacer ejercicio
- 2) Tener convivencia
- 3) Comer al aire libre
- 4) Darse un chapuzón
- 5) Escalar

En general, es apto para toda la gente que pueda esforzarse físicamente, ya que el acceso a ellos requiere de un buen esfuerzo.

De acuerdo a lo anterior el logotipo debe representar naturaleza, reflejar un lugar agradable, en cuanto a la belleza del mismo, a su clima y

hacer énfasis en lo que lo hace diferente a los otros paseos del Estado.



Panorámica desde el puente,  
Los Chorros del Varal

# Bocetos iniciales

Después de determinar los conceptos con los que se van a trabajar, se procedió a realizar una lluvia de ideas buscando que mediante algún grado de estilización se pueda representar el lugar de una forma sencilla y agradable.

es mostrar un paseo agradable; aventurero, por el hecho de descender cierto número de escalones y poder apreciar estas cascadas en el fondo de la barranca, contando además con un buen clima.

En estos primeros bocetos se llegó a un estilo muy simbólico que no permitía apreciar el paisaje debidamente, pues se mostraba confusa la interpretación de las cascadas, por lo tanto no cumplían con lo estipulado, lo que dio opción a las siguientes estilizaciones ya más representacionales.

En base a esto se buscó la manera de agregar más elementos como las escaleras y vegetación, para poder evocar ampliamente la representación de Los Chorros del Varal, ya que el logotipo enfatiza las particularidades del lugar, el concepto en este caso



# Bocetos finales

Otro elemento importante a considerar es la tipografía, ya que también forma parte de la personalidad del logotipo.

Como se busca identificar a un lugar, se hicieron diversas composiciones tipográficas con algunas familias que debido a sus rasgos particulares contribuyeran a complementar la imagen. De entre los ejemplos que a continuación se presentan se seleccionó la tipografía BOOK ANTIQUA, ya que siendo serif cumplía más con lo que se pretendía; nos connota tradición y representa mejor la idea que se quiere dar de Los Chorros del Varal.

Debido a que el nombre consta de varias palabras y no se pueden omitir ninguna de ellas, se trabajaron varios acomodos con diferentes puntajes cuidando ante todo que la legibilidad no se perdiera. En un principio también se estaba trabajando con las palabras *Michoacán-México*, pero eso dentro del logotipo no es necesario, ya en el diseño de las aplicaciones se buscará una composición adecuada en donde esa información tenga su espacio, conforme a la jerarquía del resto de los elementos.



CG OMEGA  
Normal-Cursiva  
*Esta tipografía no combinaba con la representación de la imagen*



CG OMEGA  
Normal-Cursiva



Los  
**CHORROS**  
del  
**varal**

FRANKLIN GOTHIC DEMI CG TIMES  
Normal-Itálica  
*En esta composición tipográfica, al combinar dos familias, estaba siendo muy rebuscada la solución, y lo que se pretendía era algo más concreto.*



Los  
**Chorros**  
del  
**Varal**

BOOK ANTIQUA Normal  
*Esta tipografía fué la elegida, ya que por sus patines complementaba más la idea que se tenía para la imagen, aún la composición tipográfica no estaba del todo resuelta.*



Los  
Chorros  
del Varal  
MICHHOACAN  
MEXICO

*Trabajando la tipografía, anexando las palabras de Michoacán-México, en la composición.*

En estas opciones se busca una composición tipográfica, ya con la familia seleccionada.



Los  
Chorros  
del Varal

*Aquí se estaba viendo la manera de integrar los artículos, con las palabras correspondientes y así jerarquizar el nombre del lugar.*



Los  
Chorros  
del varal

*Este es el más acercado al diseño final, todavía se hicieron algunos ajustes que en el siguiente logotipo se muestran.*

# Diseño final

Teniendo la composición más definida, se buscó enmarcarlo dentro de una forma irregular que permitiera apreciar rápida y concretamente uno de los espacios más admirados al llegar al lugar, que es la panorámica que se observa de las cascadas al momento de cruzar el puente colgante, terminando de bajar las gradas; las cuales entre la vegetación se muestran sumamente hermosas.

Con esto se toma la esencia del lugar y reduce a un golpe de vista el espectáculo natural que se presenta. Las opciones del marco se presentaban entre cuadrado y ovalado, en la parte superior decidiéndose por este último ya que las esquinas redondeadas definen un estilo más suave y agradable. Otra opción era que el marco no fuera completo (1), sino un soporte del lado izquierdo, como una sombra; pero se veía ambiguo e inestable por lo que esta idea se eliminó.

El resultado final que se logró después de ajustar detalles de composición y tamaño de la tipografía es el siguiente:

Los  
Chorros  
del  
Varal



1. Logotipo con el marco incompleto

2. Diseño final



LOS  
Chorros  
DEL varal

# Color

1.



LOS  
Chorros  
DEL varal

*Esta propuesta de color tiene consideradas tres tintas: café, verde y negro; la tipografía está en color verde.*

2.



LOS  
Chorros  
DEL varal

*Aquí el tono de verde es más cenizo, por lo que no se dejó ese color; en el cielo se le da un degradado como prueba para semejar un atardecer. La tipografía está en color café.*

3.



LOS  
Chorros  
DEL varal

*Esta opción es parecida a la primera considerada en tres colores, pero con la tipografía en negro para darle fuerza al nombre (más adelante se propuso como variante).*

Ya que el color está cargado de información y es una de las experiencias visuales más penetrantes que todos tenemos en común, también tiene un valor independiente informativo a través de los significados que se le atribuyen simbólicamente.

Es por esto que contribuye a enfatizar en una marca o logotipo el significado de lo que se está representando.

Para la imagen gráfica de Los Chorros del Varal, dado que se trata de sugerir un espacio natural, los colores se apoyaron en los mismos que representan a la naturaleza.

En estos ejemplos se buscaba trabajar con determinado número de colores, pensando más adelante en la reproducción del mismo, no fuera a elevarse mucho el costo en las impresiones de las diversas aplicaciones. Es por esto que en el color del cielo y del agua, se dejaba el blanco logrando un total de 3 colores; café, verde y negro.



# LOS Chorros DEL Varal

Propuesta de logotipo (cuatricomía)

Considerando esto en el aspecto turístico, que se pretende llame la atención e invite al observador a venir al lugar, se llegó más lejos y se propuso el logotipo en selección de color, dándole un matiz cálido con un degradado que simboliza un atardecer, amarillo (process yellow CV; naranja (pantone 166 CV); el verde (pantone 370 CV), a la vegetación circundante; azul (Pantone 2975CV) que se asocia para el agua; café (pantone 1535CV), lo que tenga que ver con piedras y escaleras, y por último el negro para delinear y definir todos los elementos, logrando una imagen con tonos vivos y agradables.

La primera opción a colores del logotipo, quedó como una variante del mismo ya que debido a los alcances de algunos medios de impresión la otra solución no se podría trabajar. Por lo tanto la Imagen de Los Chorros del Varal tiene su propuesta resuelta de dos maneras:

A) Cuatricomía

B) Tres tintas Directas (variante)

Pantone

Process Yellow CV



Naranja 166 CV



Verde 370 CV

Azul 2975 CV



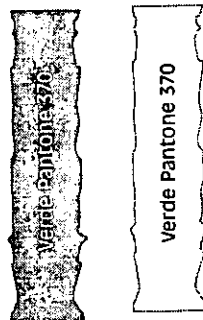
Café 1535 CV

# Elementos decorativos

Las líneas, plecas y texturas que a continuación se presentan nos van a auxiliar en algunas aplicaciones de la imagen gráfica, éstas se definieron a partir de algún rasgo característico del logotipo y los colores se consideraron los más agradables visualmente como verde, amarillo, azul y café.



*Esta textura se tomó de la estilización de las cascadas, tiene el 30% del color azul (pantone 2975 CV)*



Verde Pantone 370

Amarillo Process Yellow CV  
*Estas líneas representan de una manera estilizada los escalones que nos conducen al lugar*



*Las plecas y contornos que se muestran tienen el delineado rústico del marco, que tienen que ver con las formas caprichosas de la naturaleza.*

50% Amarillo Process Yellow CV



**7**

Promoción

# Promoción

Ya que la promoción se refiere a todo lo que se hace para dar información que ayude a vender un producto, servicio, o dar reconocimiento a un lugar; como es éste el caso en particular, se va a hacer uso de ella para impulsar la presentación de la Imagen. Para esto es básico conocer bien al mercado que se dirige, para poder prever la respuesta que se espera al aplicar una serie de anuncios que giran en base a una idea central; dentro de cualquiera de éstos se necesitan de los medios impresos que a continuación se presentan:

## Cartel

Es uno de los medios más importantes para la promoción de un evento, suceso ó entidad, por lo que el mensaje descrito ha de ser lo más preciso y expresivo posible.

Con estos lineamientos el diseño del cartel para Los Chorros del Varal debía de contener los siguientes puntos:

- a) La cantidad de texto que se incorpore debe ser medida.
- b) Destacar el logotipo como elemento principal.
- c) Debe tener impacto visual.
- d) Motivar a conocer el lugar.

- e) Utilizar elementos decorativos que no distraigan de la intención principal.
- f) Proponer un slogan que sugiera el tipo de paseo.

## Slogan

El slogan es el instrumento lingüístico por excelencia de la promoción, ya que esta fórmula está destinada a hacer actuar a las masas, busca la acción del receptor, por lo que requiere de un lenguaje popular y breve, su extensión puede ir desde una palabra hasta una frase.

Para la promoción de la Imagen de Los Chorros del Varal se hizo necesaria la elaboración de un slogan que aparezca en los medios adecuados y refuerce la intención del mensaje.

Analizando los conceptos para obtener el logotipo, se tomaron los siguientes:

- 1) Belleza natural
- 2) Paseo aventurero

Conjugándolos tenemos la frase «Una aventura natural» que cumple con las funciones de impulsar a la acción -visitar el lugar-; resumen -sintetiza la intención del paseo- y, por consiguiente, se capta fácilmente pues demuestra viveza y es espontáneo.

El formato elegido del cartel es de 50x70 cms para obtener una mayor apreciación del mismo por parte del público.

Se manejaron dos propuestas las cuales se exponen enseguida:

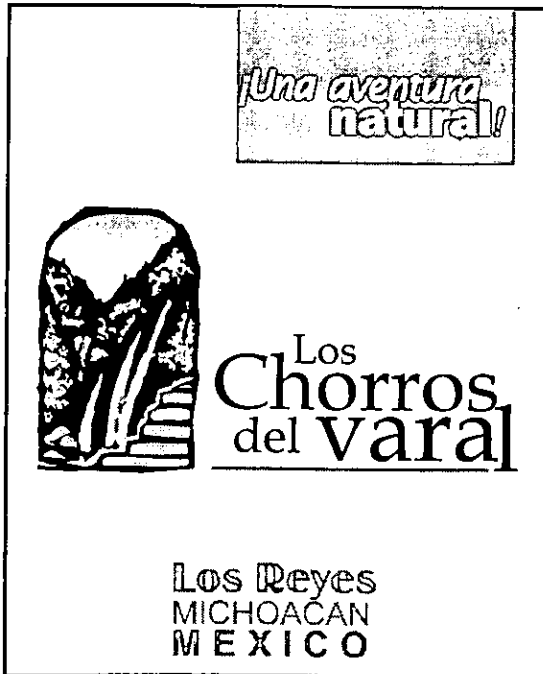
En la primera, se trabajó con texturas, el logotipo como elemento principal más grande y en composición equilibrada el resto de la información como: slogan, datos secundarios y organismos participantes; pero resultaba demasiado indiferente y frío por lo que carecía de impacto visual.

En la segunda opción se trabajó con una foto de Los Chorros del Varal con un 40% de opacidad para enfatizar el diseño del logotipo, colocado al frente de un tamaño considerable, reforzado por el slogan y el resto de la información tomando en cuenta el grado de importancia.

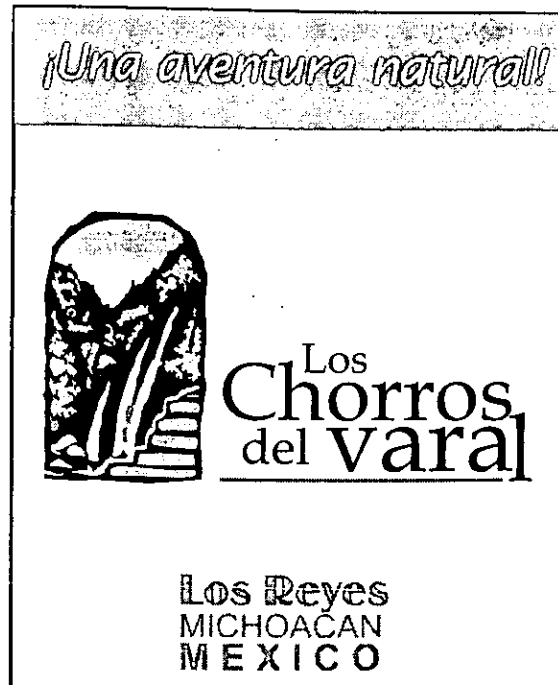
El cartel como el resto de las aplicaciones tienen un estilo característico y definido para lograr la identidad del lugar.

Está planeado distribuir las en las principales ciudades del Estado, por medio de las agencias de viajes, Secretaría de Turismo y demás dependencias afines.

A.



B.



C.



Estas propuestas (a,b,c) fueron una lluvia de ideas, en donde se analizaba espacio, elementos, composición, que dió lugar a la primera propuesta del cartel(1) que a continuación se muestra.

1.



*Se hizo una variante de las otras opciones, aplicando una textura, pero le seguía faltando impacto.*

2.



*En esta propuesta, se obtuvo el estilo planteado en la metodología, para el diseño del cartel.*

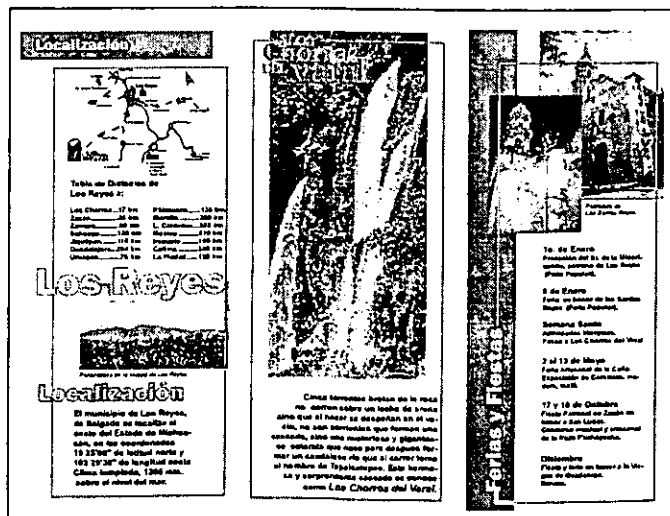
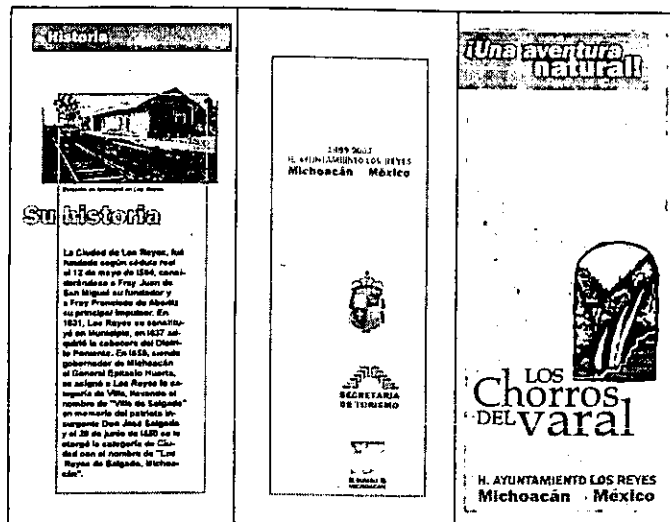


Esta opción no se consideró adecuada debido a que el logotipo está por iniciar su promoción y podría crear confusión.

## Tríptico

Siendo este un medio de comunicación directa, dado que llega al receptor para que lo conserve, y su lectura es voluntaria; la promoción de la imagen de Los Chorros, va a manejar información de la Ciudad de Los Reyes, donde se mostrarán al visitante las bondades y los recursos existentes para una estancia agradable y un grato paseo.

Para el diseño del tríptico se presentaron las siguientes opciones de portada, las dos primeras se apoyaban con el logotipo, el slogan y algunos de los elementos decorativos, pero es importante cuidar la imagen global del lugar, por lo que unificando diseño con el cartel se le dió un toque actual al manejar la foto de fondo con efecto de opacidad al 40% y al frente el logo, el slogan y la ubicación del lugar.



Diseño final



A.Direccional



B.Direccional



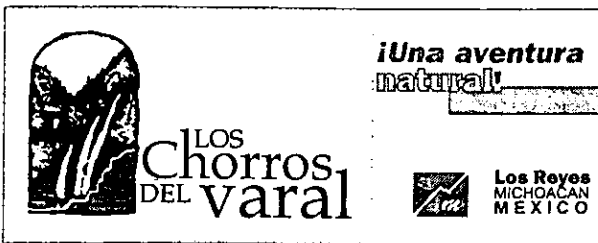
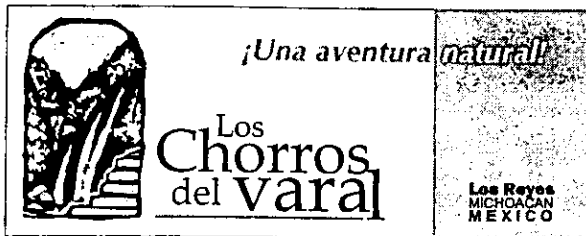
B.Restrictivo

## Señalamientos

El proyecto se enfocó principalmente a la creación de la imagen y promoción de la misma, pero fué necesario incluir dentro de las aplicaciones, el diseño de los señalamientos que requiere el lugar; en primera instancia, el direccional, para guiarnos al lugar, pues está un enredoso llegar a él, debido a que hay varios caminos que conducen a otros terrenos; un restrictivo, previendo el cuidado del ecosistema, al ser más frecuentado. En un primer caso, se trabajó con las flechas como se muestran en el ejemplo (a), pero como se está cuidando la imagen global del diseño, y en lo anterior prevalece una pleca se decidió por ese estilo y quedó la opción (b).



Señalamiento en el lugar



En estas propuestas, la elección de los elementos decorativos son diferentes, están aceptados dentro del manual, pero se determinó utilizarlos en promociones posteriores, cuando esté la imagen más posicionada.



## Espectacular

En el diseño del espectacular, al igual que el cartel, había que tener cuidado en el manejo de la información pues son medios en los que el observador dispone de muy poco tiempo para captar el mensaje, sobre todo en el primero; por lo que se trabajó con elementos claros y concretos, ya que éste se ve a la distancia y está planeado para colocarse en carretera, se acomodaron plecas, en un primer caso y la textura formada con la estilización de las cascadas, en la segunda propuesta, la información que contiene el espectacular es la siguiente: el logotipo, el slogan, los organismos participantes y la ubicación del lugar (Michoacán-México).

Este diseño cumple con el estilo que se ha venido utilizando en el resto de las aplicaciones.

## Souvenirs

Se manejaron artículos que tuvieran que ver con excursión, por el estilo del paseo. Estos apoyan a la promoción de la imagen, pues quien visita algún lugar, por lo regular le lleva algún detalle a quien se quedó en casa, sobre todo si son de otra entidad.



## Anuncio de periódico

Para este tipo de promoción turística, entre mayor sea la cantidad de medios por donde se difunda, mejores resultados se obtendrán. En el periódico, al igual que el tríptico la lectura es voluntaria, pero por ir al día con la información, el primero regularmente se lee una sola vez y se desecha. Es por eso que en síntesis se presenta el tipo de paseo, promoviendo la imagen y por ser introductoria se complementa con fotos para que la gente relacione e identifique el lugar.



Souvenirs

**¡Una aventura natural!**

**LOS Chorros DEL varal**

A 17 km de Los Reyes se encuentran estas cascadas de aguas heladas "Los Chorros del Varal". Aquí el visitante quedará maravillado de la belleza del paisaje, de la gran cascada y monumental caída de agua. Es un lugar donde la aventura se mezcla armoniosamente con la naturaleza. Sitio ideal para practicar el turismo de aventura.

LOS REYES 99-01  
H. AYUNTAMIENTO

Michoacán  
México

El formato del anuncio de periódico se decidió en un cuarto de página, para un mejor resultado de la promoción y debido a que los organismos patrocinadores, tienen acuerdos de promoción turística con los periódicos de la región, le darán el espacio sugerido. El diseño para el anuncio conserva el estilo utilizado en las otras aplicaciones.

## Video

Ya que los medios de comunicación tienen una mayor cobertura, se consideró la realización de un video promocional relativamente corto, (duración 4 minutos) con el objeto de distribuirlos en los canales culturales del Estado y en las líneas de autobuses que cuenten con ese servicio. A continuación se presenta el storyboard de la grabación sobre Los Chorros del Varal.



Story Board del Video promocional de Los Chorros del Varal, duración 4 min.

VIDEO	AUDIO
	<b>FADE IN</b>
Artesanías. Tight shot	Melodía: ICEBERG 0:00
Los Azufres. Plano general Animación: MICHOCACAN	<b>MICHOCACAN</b> El Edo. De Michoacán es un mosaico de tra- diciones, folklore.
Anganguao. Plano general	Pródigo en belle- zas naturales.
Los Chorros del Varal. Tight shot	Inicia melodía: CONTRADANZA 0:00 Vanessa Mae
Valle de Los Reyes. Plano general Animación: MAPA DE MICH.	Al oeste se localiza...
Entrada a Los Reyes. Plano general	...La Cd. De Los Reyes...

VIDEO	AUDIO
Obelisco Los Reyes 400. Plano general	...De clima templado y...
Fachada Templo principal. Contrapicada Animación: LOS REYES	...Gente amistosa.
Entrada a Los Chorros del Varal. Plano general	
Parcela de caña. Plano general Animación: MAPA DE MICH. 17 KMS	A 17 km de este Municipio...
Cañada donde se localizan Los Chorros del Varal. Plano general	...Se encuen- tran Los Chorros del Varal...
Acceso a Los Chorros del V. Plano general	...Lugar donde la naturaleza se muestra sumamente hermosa...
Panorámica de la cañada. Plano general Animación: LOGOTIPO	...Sitio ideal para practicar el turismo de aventura...

## VIDEO

## AUDIO

Turistas  
iniciando el  
descenso.  
Plano general



...Ya que para  
poder apreciar-  
los ...

5"

Escaleras.  
Plano general



... hay que  
bajar un prome-  
dio de 680  
escalones.

5"

Otra vista de  
las escaleras.  
Plano general  
Animación:  
SLOGAN



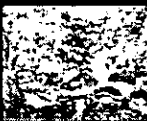
5"

Escaleras  
Plano general



5"

Corriente de  
agua a mitad  
del camino.  
Plano general



Son cinco  
torrentes  
que...

5"

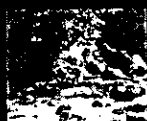
Puente  
colgante  
Plano general



...Brotan de  
la roca...

5"

Lecho del  
río Apupataro.  
Plano general



...No corren  
sobre un lecho  
de arena...

5"

Panorámica  
de las cascadas.  
Plano general



...Ya que al nacer  
se despeñan en  
el vacío.

5"

Avanzando  
por el puente.  
Plano general  
Animación:  
LOGOTIPO



No son corrientes  
que forman una  
cascada...

5"

Vista de la  
cascada  
principal.  
Plano general



...Sino una  
misteriosa y  
gigantesca  
catarata que  
nace...

5"

Avance del  
río.  
Plano general



...Para después  
formar un  
caudaloso río  
que al correr  
toma el nombre  
de Tepalcate-  
pec.

5"

## VIDEO

## AUDIO

Vista de Los  
Chorros desde  
el mirador.  
Plano general



5"

Vista de Los  
Chorros.  
Tight Shot



Han sido  
motivo de  
inspiración...

5"

Frontón de Los  
Chorros del  
Varal.  
Plano general



...Para propios  
y extraños...

5"

Turistas en el  
mirador.  
Plano general



"Mirad! es un  
frontón que  
enhiesto  
asciende..."

5"

Mirador.  
Plano general



...Tallado a pico  
en la gigante  
roca, bulle el  
agua...

5"

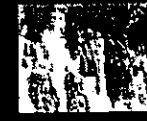
Frontón.  
Tight Shot



...En su seno, y de  
su boca; rauda  
fila de chorros  
se desprende."

5"

Vista de  
dos cascadas.  
Plano general



Música  
de fondo

5"

Panorámica  
de las cascadas.  
Contrapicada



Música  
de fondo

5"

Contrapicada  
de las casca-  
das donde se  
forma el arcoiris.



Música  
de fondo

5"

Otra vista del  
frontón.  
Plano general



Música  
de fondo

5"

Cascadas.  
Contrapicada



Música  
de fondo

5"

## VIDEO

## AUDIO

Otra vista desde  
la playita.  
Plano general



Música  
de fondo

5"

Frontón.  
Plano general



Música  
de fondo

5"

Tight shot  
de la cascada  
principal.  
Animación:  
LOGOTIPO



Música  
de fondo

5"

Zoom in  
de las cascadas



Música  
de fondo

5"

Contrapicada  
de las  
cascadas de  
frente.



Música  
de fondo

5"

Zoom out  
de las  
cascadas  
Animación:  
LOS CHORROS  
DEL VARAL



Música  
de fondo  
Termina melodía:  
Contradanza

5"

Créditos.



Música  
de fondo  
Inicia melodía:  
Storm

5"

Créditos.



Música  
de fondo

5"

Créditos.



Música  
de fondo

5"

Créditos.



Música  
de fondo

5"

FADE  
OUT

Música  
de fondo

5"

# Presupuesto

## Carteles

Un millar  
50x70 cms.  
Offset  
\$5,090.00

## Tríptico

Un millar  
Carta  
Offset  
\$6,867.00

## Espectacular

2x6 mts.  
Rotulación manual  
\$3,500.00

## Señalamientos

50x50x2.50 mts.  
Rotulación manual  
\$600.00

## Taza cerámica

1 tinta  
Serigrafía  
P.U. \$16.00

## Llavero Medallón

Poliéster  
P.U. \$10.00

## Agenda blanca magnética

Poliéster  
P.U. \$9.00

## Playera

5 tintas  
Impresión compuesta  
P.U. \$40.00

## Tequilero

Satinado  
Serigrafía  
1 tinta  
P.U. \$9.00

## Morral

Manta  
Serigrafía  
5 tintas  
P.U. \$55.00

## Portalata

Serigrafía  
5 tintas  
P.U. \$10.00

**Importante:** Estos precios corresponden  
al mes de junio del 2000

8

Manual de Identidad  
**Gráfica Promocional**

*Manual de Identidad*  
**Gráfica Promocional**



LOS  
**Chorros**  
DEL **varal**



LOS  
Chorros  
DEL varal

## Introducción



LOS  
Chorros  
DEL Varal

Michoacán es un vasto territorio reconocido por sus artesanías, tradiciones, sensibilidad artística, folklore, colorido, gastronomía, clima templado y saludable, pero sobre todo por sus bellezas naturales.

Una de ellas son las cascadas llamadas "Los Chorros del Varal" ubicadas a 17 km del Municipio de Los Reyes, las cuales combinan exuberante vegetación y cristalinas aguas que se deslizan por las rocas. Para tener acceso a ellas hay que descender un promedio de 680 escalones.

Para su promoción turística es necesario forjar una imagen gráfica definida y sólida que los represente por lo que es preciso establecer una serie de normas que regulen la aplicación de dicha imagen. Estas normas se definen a partir de un manual de diseño.

El Manual es un conjunto de disposiciones y lineamientos de diseño que unifican el criterio de la imagen gráfica, códigos de color, proporción, tipografía y elementos de apoyo para su correcta reproducción.





## LOS Chorros DEL varal

La imagen gráfica es la evocación de algo real que se percibe a través del sentido de identidad de objetos, instituciones, eventos o lugares y su función es distinguir e identificar.

La imagen gráfica de los Chorros del Varal comprende los siguientes elementos:

- 1o. Perspectiva de las cascadas estilizadas tal como se aprecian desde el puente, con parte de su entorno natural.
- 2o. Segmento de los gradas que permiten el acceso al lugar.
- 3o. Ambos elementos enmarcados por una ventana de trazo irregular como las formas caprichosas de la naturaleza, que nos deja apreciar un fragmento de este bello lugar.
- 4o. Tipografía (con patines), tradicional.

Logotipo a color



LOS  
Chorros  
DEL varal

Los colores institucionales de la imagen gráfica de Los Chorros del Varal son:

- Verde Pantone 370...(Naturaleza)
- Azul Pantone 2975... (Agua)
- Café Pantone 1535...(Piedra, tierra)
- Amarillo Pantone  
Process Yellow.....(atardecer)
- Naranja Pantone 166(atardecer)
- Negro

Que en conjunto representan el colorido natural del lugar.

Colores institucionales

Pantone

CMYK



C 60  
M 0  
Y 100  
K 0

370



C 20  
M 80  
Y 100  
K 0

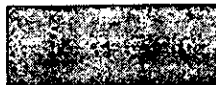
1535

2975

C 40  
M 0  
Y 00  
K 0

C 0  
M 0  
Y 100  
K 0

Process Yellow



C 0  
M 40  
Y 100  
K 0

166



Variante de color



# LOS Chorros DEL varal

Es importante mencionar que el logotipo está dispuesto en dos versiones de color, dependiendo de los medios de reproducción que se utilicen, esto es, para optimizar recursos; (como en el caso de rotulación en vinyl, serigrafía, por mencionar algunos ejemplos).

Para esta variante se utilizarán los siguientes colores:

- Verde Pantone 370 (Vegetación)
- Café Pantone 1535 (Escaleras)
- Negro

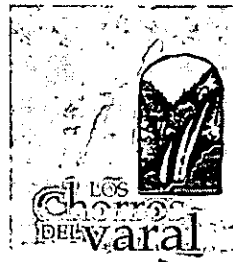
Logotipo sobre fondo de color ó fotografía



Fondo claro



Fondo oscuro



Fotografía

Aquí se muestran las disposiciones que requiere el logotipo, ya sea en la tipografía o en la imagen misma para evitar que se pierda o se confunda al ser colocado sobre un fondo de color que no sea blanco.

Logotipo blanco y negro



LOS  
Chorros  
DEL varal

Un logotipo debe cumplir con su finalidad de identificar tanto a colores como en blanco y negro.

Ya que en algunas circunstancias, dependiendo de la aplicación, así se utilizará.

Separación de color



La separación a color del logotipo es necesario indicarla, para su reproducción en los diversos medios de impresión, conservando de esta manera su correcta distribución

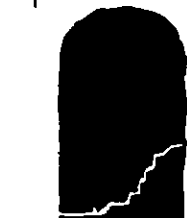
Separación de color



Calá pantone 1535



Azul pantone 2975



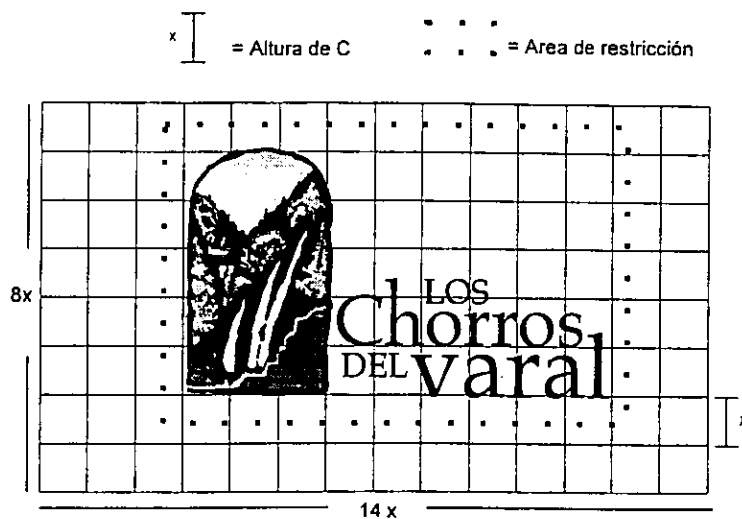
Negro

LOS  
Chorros  
DEL varal





## Matriz geométrica y área de restricción



El logotipo está elaborado sobre una retícula base, que sirve de soporte para ubicar y determinar con exactitud el espacio y el tamaño preciso entre los elementos que lo conforman. Esto es para facilitar su reproducción gráfica, cuando no sea posible utilizar los medios de reproducción fotomecánica y evitar distorsiones en sus proporciones. La retícula muestra la ubicación de los elementos en proporción de 14x por 8x.

El área que abarca la retícula, tiene también la función de marcar el área de restricción del logotipo, esto es, que dentro de esta área, no se podrá aplicar ningún elemento adicional, quedando ese espacio libre.

## Tipografía institucional

Book Antiqua

a b c d e f g  
h i j k l l m n  
ñ o p q r s t  
u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6  
7 8 9  
! " # \$ % & / ( ) = ? ;

El objetivo de elegir una tipografía es, que junto con el símbolo se identifique fácilmente a la entidad.

Se le denomina tipografía institucional, ya que forma parte integral del logotipo.

La fuente utilizada en BOOK ANTIQUA.

Tipografías auxiliares

**Arial**

abcdefghijklmnop  
hijklmno  
ñopqrst  
vwxyz  
0123456  
789  
!"#\$%&/()=?;

**Franklin**

abcdefghijklmnop  
hijklmno  
ñopqrst  
vwxyz  
0123456  
789  
!"#\$%&/()=?;

**Arial Black**

abcdefghijklmnop  
hijklmno  
ñopqrst  
vwxyz  
0123456  
789  
!"#\$%&/()=?;

**Frankgothic HVBT**

abcdefghijklmnop  
hijklmno  
ñopqrst  
vwxyz  
0123456  
789  
!"#\$%&/()=?;

Estas son utilizadas para todos los textos que se requieran en las diversas aplicaciones como folletos, carteles, anuncio de periódico entre otros.

Disposición autorizada de la imagen



LOS  
Chorros  
DEL varal

El logotipo de Los Chorros del Varal, cuenta con una disposición autorizada en formato vertical. Esta versión será utilizada según lo requieran algunos medios de promoción.

Escala de reproducción gráfica



4.6 cm



3 cm



2 cm

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

Para mantener su uniformidad y consistencia el logotipo de Los Chorros del Varal, tiene como mínima aplicación permitida la de 2 cm.

Disposiciones incorrectas



*División del nombre*



*Cambio de tipografía*



*Alteración en los elementos del gráfico*

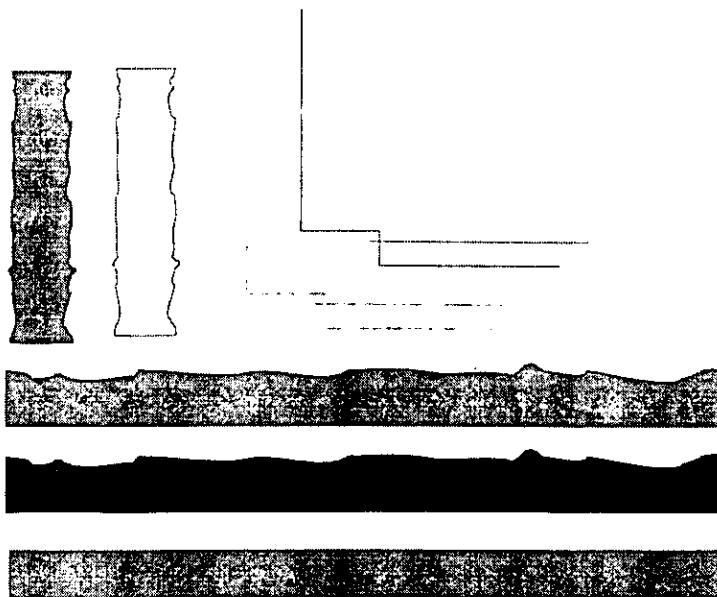


*Disposición incorrecta del nombre*

El logotipo bajo ninguna circunstancia deberá sufrir cambios ó modificaciones que no se hayan autorizado con anterioridad en el manual.

Se muestran los siguientes ejemplos para evitar toda posible alteración.

## Elementos decorativos



Se presenta un patrón de elementos decorativos que sirvan en las diferentes aplicaciones de la imagen. Plecas, grecas, líneas, figuras.

Dichos elementos se retomaron del símbolo del logotipo, así como sus colores.

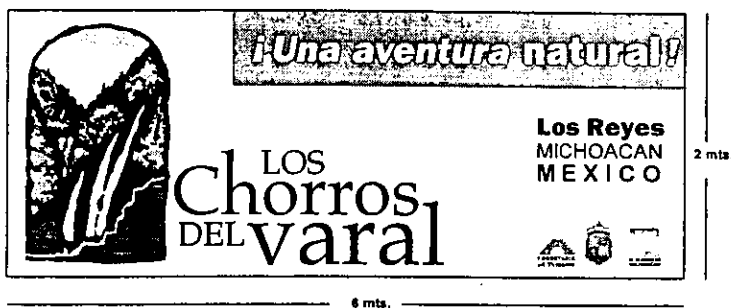
La extensión y tamaño del elemento decorativo dependerá de la aplicación que lo utilice.

## Aplicaciones

La imagen gráfica de Los Chorros del Varal, para su promoción debe aparecer en determinados espacios, artículos ó lugares que así lo requieran; por lo que también es necesario indicar el diseño de las diversas aplicaciones que se van a manejar.



Espectacular






El espectacular mide 2x6 mts.  
Este medio de promoción está planeado para invitar a los turistas a visitar Los Chorros del Varal.

Se colocarán en las entradas a la Ciudad de Los Reyes, y en algunas otras ciudades que el Ayuntamiento considere convenientes.

En el espectacular se manejan los colores institucionales, el slogan designado para la promoción de la imagen, una textura tenue como elemento decorativo, así como también los logotipos de las instituciones que la apoyan.


# Tríptico

<p><b>Historia</b></p>  <p><b>Su historia</b></p> <p>La Ciudad de Los Reyes, fue fundada según cédula real el 12 de mayo de 1594, considerándose a Fray Juan de San Miguel su fundador y a Fray Francisco de Abalitz su principal impulsor. En 1821, Los Reyes se constituyó en Municipio, en 1837 adquirió la categoría del Distrito Pucucón. En 1818, siendo gobernador de Michoacán el General Epitacio Huerta, se otorgó a Los Reyes la categoría de Villa, heredando el nombre de "Villa de Salgado" en memoria del patriota insurgente Don José Salgado y el 20 de junio de 1858 se le otorgó la categoría de Ciudad con el nombre de "Los Reyes de Salgado, Michoacán".</p>	<p>ESTADOS UNIDOS MEXICANOS H. AYUNTAMIENTO LOS REYES Michoacán México</p>  <p>SECRETARÍA DE TURISMO</p> <p>SECRETARÍA DE TURISMO</p>	<p><b>¡Una aventura natural!</b></p>  <p><b>LOS Chorros DEL varal</b></p> <p>H. AYUNTAMIENTO LOS REYES Michoacán México</p>
--	---	--

El tríptico como medio de promoción directa contiene la información lo más completa posible sobre Los Chorros del Varal, distancias y servicios que encontrará en Los Reyes para tener una estancia agradable.

El planteamiento gráfico se hizo conservando el estilo de los otros medios para que no se vaya a perder la identificación de la promoción. El formato es carta.

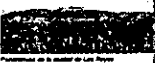
**Localización**



**Tabla de Distintos de Los Reyes:**

Los Oteros.....17 km	Pánuco.....126 km
Zacapu.....28 km	San Felipe.....209 km
Zamora.....68 km	S. Carlos.....234 km
Durango.....120 km	México.....219 km
Juchitán.....118 km	Trujillo.....190 km
Chilpancingo.....249 km	San Juan.....180 km
Uruapan.....78 km	La Paz.....128 km


**Los Reyes**



**Localización**

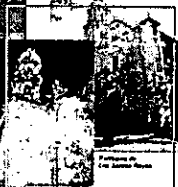
El municipio de Los Reyes, de Estado de México, se sitúa al Estado de Michoacán, a las coordenadas 18.25'30" de latitud norte y 102.25'30" de longitud oeste. Cúmulo poblacional, 1255 habitantes, sobre el nivel del mar.

**Chorizo de los Reyes**



Cinco hornos brillos de la raza no corren sobre un lecho de arena abro que al pasar se desmenuzan en el viento, se que curtiéndose que toman una cascada, una una maderosa y oportuna, ca castrita que hace para después formar un cascabel de que el calor tiene el nombre de Tepalcates. Esta hornos 64 y sorprendente cascada se conoce como **LOS CHORIZOS del Voral**.

**Fiestas y Eventos**



**10 de Enero**  
Fiesta del Sr. de la Virgen, patrono de Los Reyes. Fiesta Patronal.

**6 de Enero**  
Fiesta en honor de los Santos Reyes. (Fiesta Patronal).

**Santísima Santa**  
Santísima Virgen. Fiesta a Los Oteros del Valle.

**2 de 13 de Mayo**  
Fiesta Patronal de la Cruz, Espiritual de Caridad, etc. etc. etc.

**17 y 18 de Octubre**  
Fiesta Patronal en honor de San Juan. Fiesta Patronal y espiritual. Fiesta Patronal y espiritual de la Raza Portuguesa.

**Diciembre**  
Fiesta y culto en honor a la Virgen de Guadalupe. Fiesta.

Interior del tríptico

Cartel



70cms

50 cms

El cartel tiene un formato de 50x70 cms., impreso en offset. Sobre lustrólito blanco.

El diseño está apoyado por el recurso de una fotografía como sello de agua de donde se tomó la estilización de la imagen para que se refuerce la identificación de la misma, ya que se establece una comunicación directa mostrando el lugar, su imagen que lo representa y reforzando con el slogan manejado en la promoción.

Anuncio para periódico

**¡Una aventura natural!**



**LOS CHORROS DEL VARAL**

A 17 km de San Reyes se encuentran unas cataratas de agua cristalina "Los Chorros del Varal". Aquí el visitante gozará de la belleza del paisaje, de la gran cantidad y movimiento de agua. Es un lugar donde la naturaleza se muestra espléndida y hermosa. Sólo leer para producir el turismo de aventura.

LOS REYES 99-01  
M. AYUNTAMIENTO



Michoacán  
México

La prensa es un medio de promoción impreso de mayor circulación y alcance. Su difusión es inmediata. Aquí se muestra la disposición para Los Chorros del Varal, en un cuarto de plana. Respetando todos los elementos requeridos en las aplicaciones anteriores.

## Souvenirs



Playera



Agenda



Llavero



Taza

Los souvenirs ya sea impresos o grabados muestran o recuerdan al consumidor de manera permanente el prestigio, las ventajas y las bondades de la entidad.

El logotipo de Los Chorros del Varal aparecerá según los criterios de diseño ya mencionados, con sus disposiciones autorizadas según sea el caso requerido; utilizando como método de impresión la serigrafía. Aquí se muestran algunos de los artículos sugeridos para este lugar.

Souvenirs

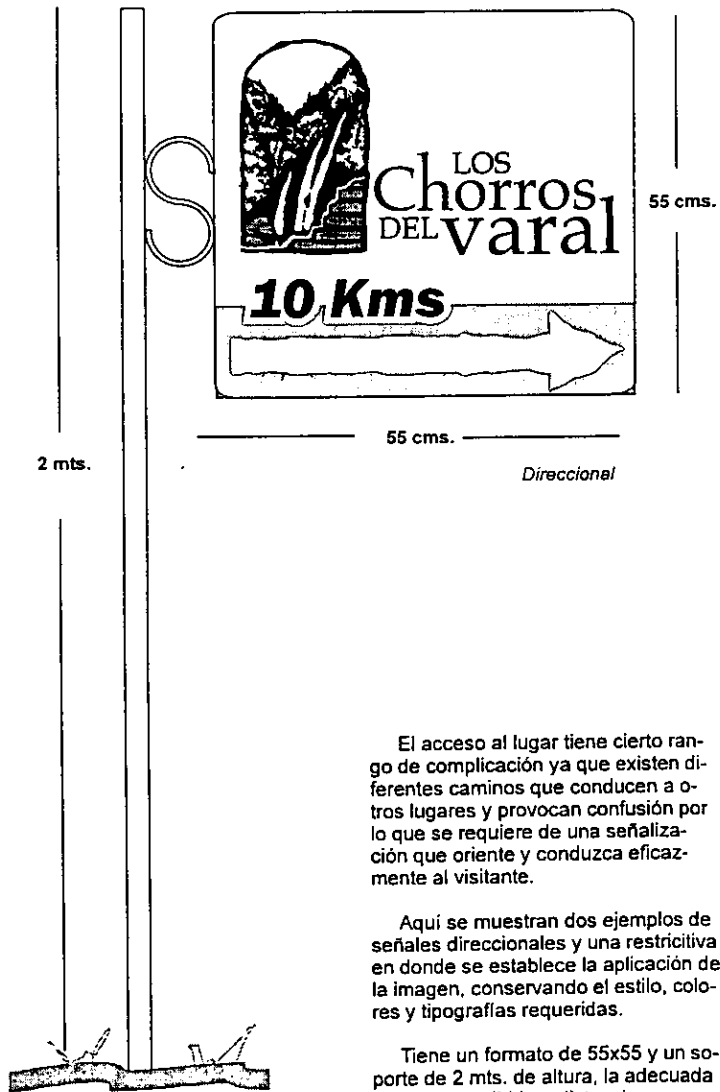


Mochila



Portata

## Señalización



El acceso al lugar tiene cierto rango de complicación ya que existen diferentes caminos que conducen a otros lugares y provocan confusión por lo que se requiere de una señalización que oriente y conduzca eficazmente al visitante.

Aquí se muestran dos ejemplos de señales direccionales y una restrictiva en donde se establece la aplicación de la imagen, conservando el estilo, colores y tipografías requeridas.

Tiene un formato de 55x55 y un soporte de 2 mts. de altura, la adecuada para ser percibido a distancia ya sea de pie o dentro de un vehículo.



Señalamientos



55 cms.

55 cms.

*Direccional*



40 cms

40 cms

*Restrictiva*

Material de Reproducción



LOS  
Chorros  
DEL varal

Material de Reproducción



LOS  
Chorros  
DEL varal

Material de Reproducción



LOS  
Chorros  
DEL varal

Material de Reproducción



Material de Reproducción



LOS  
Chorros  
DEL varal



LOS  
Chorros  
DEL varal



LOS  
Chorros  
DEL varal



LOS  
Chorros  
DEL varal



LOS  
Chorros  
DEL varal



LOS  
Chorros  
DEL varal



LOS  
Chorros  
DEL varal



LOS  
Chorros  
DEL varal

Material de Reproducción

Pantone 370	Pantone 370	Pantone 370
Pantone 1535	Pantone 1535	Pantone 1535
Pantone 2975	Pantone 2975	Pantone 2975
Pantone Process Yellow	Pantone Process Yellow	Pantone Process Yellow
Pantone 166	Pantone 166	Pantone 166
Pantone 370	Pantone 370	Pantone 370
Pantone 1535	Pantone 1535	Pantone 1535
Pantone 2975	Pantone 2975	Pantone 2975
Pantone Process Yellow	Pantone Process Yellow	Pantone Process Yellow
Pantone 166	Pantone 166	Pantone 166

# Bibliografía

**Guía Turística de Michoacán**  
Gobierno del Estado, 1990

**Los Reyes**  
Monografías Municipales  
Vicente González  
Gobierno del Estado, 1980

**Suplementos Turísticos**  
Michoacán, 1992

**Michoacán**  
Monografía Estatal  
SEP, 1996

**La Sintaxis de la Imagen**  
Dondis, Dondis, A.  
G. Gilli, 1982

**El Turismo**  
Oscar de la Torre  
FCE, 1981

**Cómo diseñar marcas y  
logotipos**  
John Murphy  
Michael Rowe  
G. Gilli, México 1989

**Imagen Global**  
Joan Costa  
CEAC, Barcelona  
1989

**Señalética**  
Joan Costa  
CEAC, Barcelona  
1989

**Historia del Diseño  
Gráfico**  
Meggs Philip B.  
México  
Trillas, 1991

**Publicidad en  
medios impresos**  
Raúl Ernesto Beltrán  
Trillas, 1994



9

Conclusiones

# Conclusiones

Es necesario darse cuenta del alcance e importancia que tiene el Diseño Gráfico como disciplina, sobre todo a últimas fechas; en donde los avances tecnológicos y las computadoras al alcance de todos, provocan confusión y desprestigio de la profesión.

El diseño actualmente es un beneficio para la sociedad, ya que contribuye a una buena información o servicio a través de una solución estética y funcional.

Desde esta perspectiva, se planteó la realización de la Imagen Promocional de Los Chorros del Varal; apoyándose en una metodología de acuerdo a los requerimientos que determinaban el problema.

Con la propuesta definida y seleccionados los medios, se le va a dar una promoción formal y adecuada al lugar; permitiendo el ser reconocido turísticamente en un rango más amplio.

En lo que respecta a mi participación, es grato trabajar en un proyecto gráfico que va a beneficiar a mi ciudad, que contribuya a motivar la afluencia turística a este bello lugar. Para los que ya tuvimos oportunidad de conocer y contemplar este hermoso espectáculo, sabemos que vale la pena disfrutar de este paseo. Además para el Municipio en el ámbito turístico es de suma importancia la promoción adecuada de estas cascadas, Los Chorros del Varal, ya que generaría flujo de recursos sociales, económicos y culturales a la población de Los Reyes.