



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

872731

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Imagen Gráfica del Parque Zoológico "Amanecer"
de Apatzingán, Michoacán

TESIS PROFESIONAL
que para obtener el título de
Licenciado en Diseño Gráfico
presenta

Vinicio Cortez Alvarez

Uruapan, Michoacán
Junio de 2001

0346472



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 esta 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.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Agradecimientos

A Dios:

Por permitirme llegar a éste escalón de mi vida y librar los obstáculos, por la fuerza mental y la salud física y emocional que me ha abierto las puertas.

A mis Padres: María y Zenén.

Por creer en mí, por su amor absoluto y por su esfuerzo, haciendo siempre lo posible por sembrar en mí la semilla del éxito y la formación como persona digna, haciendo uso de las facultades que ellos me heredaron.

A mi Abuelo: Baltazar Alvarez.

Por haber compartido conmigo sus incontables experiencias y por haberme querido tanto en vida, por seguir sintiendo su presencia en cada momento de mi días.

A mi Abuela: Mamá Felis.

Por compartir conmigo los mejores momentos de mi vida y por su amor de madre.

A mi Novia: Yuri

Por que sin su apoyo y su cariño, mis ideas nunca hubiesen aterrizado.

A mis amigos: Cesar, Moisés y Miguel.

Por que sin su ayuda, su compañía y su buen humor, la etapa Universitaria hubiese sido una experiencia cualquiera.

A mis Maestros: Kenneth, Denise, Chely, Georgina, Javier, Beto, Luis Gonzalo, Pepe Barrera y Arturo.

Por haberme impartido sus enseñanzas y por el ímpetu que mostraron para guiarme en mi formación como un profesional entero y de mucha calidad.

Indice

Introducción	9
CAPITULO 1	
PROBLEMÁTICA Y OBJETIVOS	
Problemática y Objetivos	13
CAPÍTULO 2	
ANTECEDENTES HISTÓRICOS	
Michoacán	17
Apatzingán	19
Los Zoológicos	23
Zoológicos en México	25
Zoológicos en Michoacán	26
Parque Zoológico «Amanecer»	27
Auditoría Visual	37
CAPÍTULO 3	
EL DISEÑO GRÁFICO	
Antecedentes del Diseño Gráfico	43
El Diseño Gráfico en México	49
Áreas y Campo de Acción del Diseño Gráfico	51
La Marca	55
Tipos de Marca	57
Características de la Marca	59
Imagen Gráfica Corporativa	61
Diseñar Programas de Identidad	63
Tipografía	67

Bases Tipográficas	69
Señalización	71
Métodos de Rotulación e Impresión	75
Acabados	79

Conclusiones	85
---------------------------	----

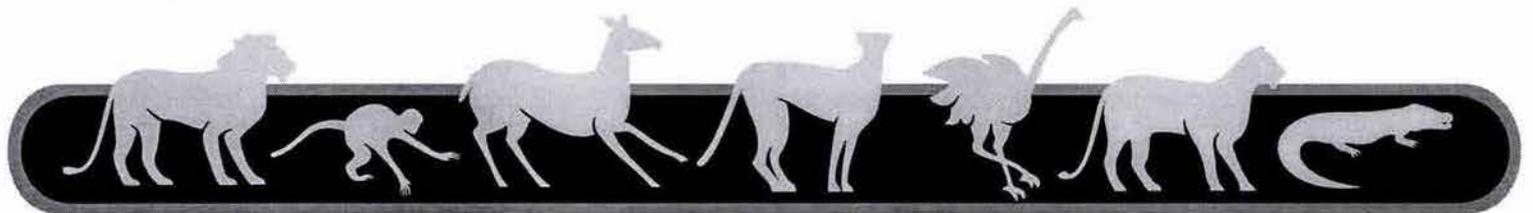
SEGUNDA PARTE
APORTACIÓN GRÁFICA

Proceso de Diseño	89
Señalización	99
Manual de Identidad Corporativa	103
Métodos de Impresión	137
Presupuesto de Impresión	143

Conclusiones	147
---------------------------	-----

Bibliografía	149
---------------------------	-----

Introducción



Introducción

 El hombre primitivo comenzaba a comunicarse por medio de la representación de escenas cotidianas y señales gráficas que simplificaban su vida.

A medida que se dio la evolución del hombre, los recursos gráficos tomaban cada vez un papel más importante en la vida de los humanos.

Tanto los fenicios como los egipcios tenían un sistema para comunicarse gráficamente, y consistía en la presentación estilizada de las cosas, así como de los sonidos vocales.

En la actualidad, la comunicación visual es primordial, ya que las necesidades son cada vez mayores y corresponde al Diseñador Gráfico solucionarlas de manera efectiva.

La Imagen Gráfica es una de las diversas áreas del Diseño Gráfico; es el rostro de las empresas e instituciones ya que les brinda presencia en una sociedad que cada día se mueve de una manera más vertigi-

nosa y de igual forma es su sello de distinción en un mercado cada vez más competitivo.

El Parque Zoológico «Amanecer» de la ciudad de Apatzingán, Michoacán, carece de una Imagen que lo identifique y le dé una presencia constante en las mentes de los habitantes de este lugar.

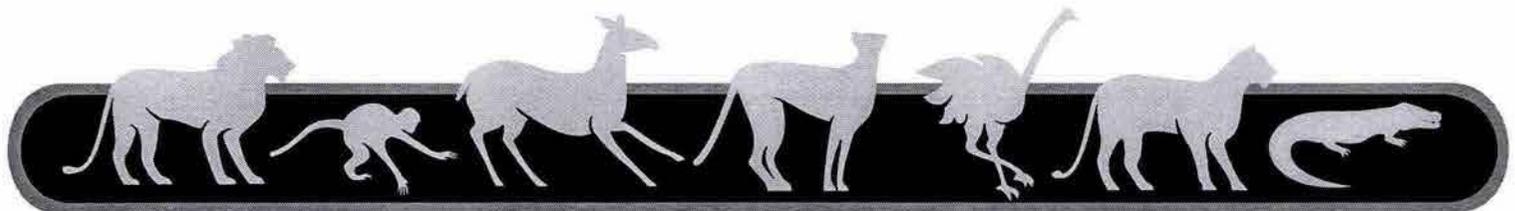
A pesar de que este Parque tiene una buena apariencia, no es frecuentado por los apatzinguenses y no cumple su objetivo que es dar un espacio para la distracción y el esparcimiento principalmente de los niños.

Este caso es un claro ejemplo de los problemas que la falta de una Imagen puede traer consigo.

Esta situación, se podría remediar con la implementación de una Imagen Gráfica ordenada y completa que logre el incremento de visitantes y por ende, se obtengan los recursos que generen un desarrollo en este Parque.

Capítulo 1

Problemática y Objetivos

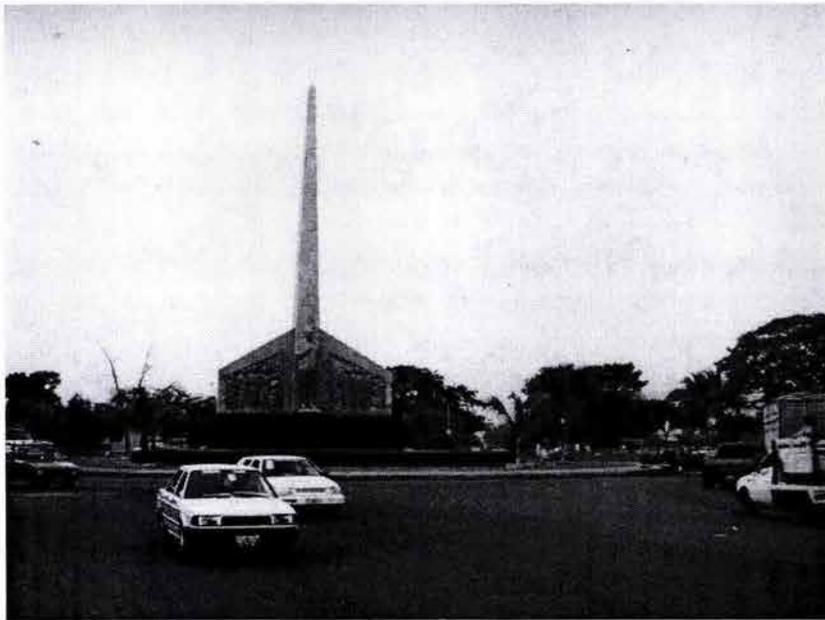


Problemática y Objetivos

La Ciudad de Apatzingán, Michoacán es uno de los puntos más importantes del estado. Su crecimiento demográfico así como sus mejoras sociales y urbanas aunadas a la producción agrícola, ganadera y comercial que se refleja en el flujo de capitales han ido fortaleciendo su estructura.



*Arriba. Plaza de las piedritas, lugar de reunión de los apatzinguenses.
Abajo. Monumento a Lázaro Cárdenas que recibe a los visitantes que asisten frecuentemente a la ciudad.*



Dentro de los centros turísticos de Apatzingán se encuentra el Parque Zoológico «Amanecer», el cual se mantiene como la principal reserva de especies animales de la región, así como ejemplares exóticos, además de ser un centro de esparcimiento y recreación para la propia ciudadanía y sus alrededores, no obstante, la gente que asiste al lugar es considerablemente poca, además de que ya no se realizan eventos socioculturales; una situación paralela era el deceso de ejemplares animales por falta de la debida atención de zootecnistas ya que literalmente los animales morían de hambre y cada vez más jaulas quedaban vacías.

Así, durante por lo menos diez años, el ingreso económico por parte de los visitantes se volvió meramente simbólico, lo cual ha originado que no se realicen muchas de las obras que hacen falta.

La disminución del flujo de visitantes se debe en gran medida a la carencia de una Imagen Gráfica completa que le de presencia en la sociedad apatzinguense.

Lo anterior trae como consecuencia el semiabandono por parte de la gente, ya que al no tener una imagen atractiva y no tener difusión, la concurrencia es mínima y desde luego los recursos que se obtienen son realmente pocos.

Paradójicamente, el panorama actual en cuanto a la situación del parque es alentador, ya que las administraciones recientes se han preocupado por la conservación de las especies animales, así como a la restauración de su entorno dando un aspecto renovado al Parque Zoológico «Amanecer».

El objetivo general de la implementación de una Imagen Gráfica Institucional es lograr el incremento de la asistencia y que además se den a conocer los diferentes sitios que el Parque Zoológico «Amanecer» ofrece.



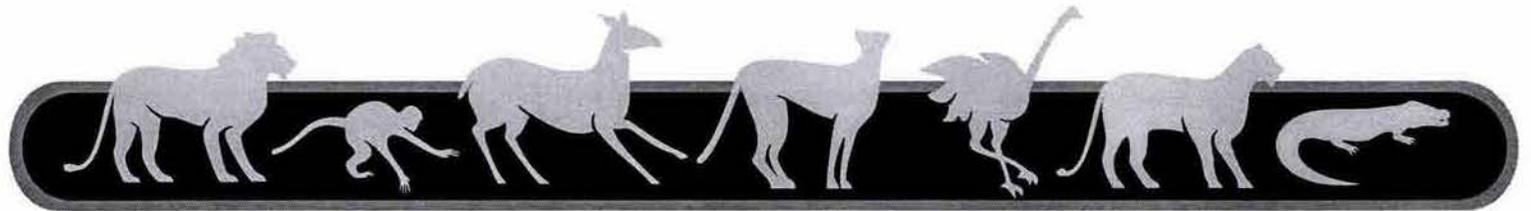
Fachada actual del Parque Zoológico «Amanecer» de Apatzingán, Mich.



Area de Juegos Infantiles (Entrada Principal).

Capítulo 2

Antecedentes Históricos



Michoacán

Michoacán tiene al noreste del estado la región del bajío y el lago de Chapala en los límites con Jalisco y Guanajuato; posee un clima templado semi-seco, por lo que se considera como parte del altiplano.

La región lacustre, tal vez la más representativa, pues allí podemos encontrar los maravillosos lagos de Pátzcuaro, Cuitzeo y Zirahuén.

La región de la Sierra expone las montañas michoacanas cubiertas de espesos bosques de Oyameles.

Por su parte, Tierra Caliente es una extensa depresión cálida entre las dos sierras, es un lugar excelente para el cultivo de una amplia variedad de frutas.



*Arriba. Vista aérea del Lago de Pátzcuaro.
Abajo. Mariposa Monarca, la cual año tras año llega a
tierras michoacanas (Angangeo).*

Al sur encontramos la costa del Océano Pacífico, donde tenemos lugares paradisiacos como Playa Azul, Caleta de Campos, Las Peñas, etc.

La región oriente se encuentra prácticamente sobre la sierra e incluye valles aledaños, es rica en bosques y ríos, y propicia para el cultivo de árboles frutales como el durazno o el aguacate, aquí se encuentra el santuario de la Mariposa Monarca y la zona de los Azufres.

Michoacán fue desde la llegada de los españoles a la Nueva España muy importante. Don Vasco de Quiroga vino a México en 1530, donde realizó gestiones a favor de los indígenas promulgando la enseñanza católica, fue en 1538 cuando regresó como obispo michoacano.

Dentro de la nueva urbanización, se puso a construir la traza de muchos pueblos a medida que iban tomando forma; la grandiosa obra comenzó a partir de Pátzcuaro, Capula, Teremendo, Cocupao, San Felipe, Santa Clara, Tzintzuntzan, Peribán, Patamban, Paracho, Parangaricutiro, Nahuatzen, Uruapan, Chochandirán, Nurio, Jiquilpan, Anhuirán, Tinguindín, Santa Fé, Janitzio, Jarácuaro, Ario y Apatzingán en la región de Tierra Caliente.



Arriba. Iglesia semienterrada por el volcán Paricutín en San Juan Parangaricutiro.

Abajo. El rostro colonial de Morelia, capital del Estado de Michoacán.

Apatzingán

La ciudad de Apatzingán fue fundada en 1617, tras la conquista española por los padres franciscanos. Apatzingán es una palabra de origen Náhuatl y tiene dos acepciones; «lugar de cañitas» y «lugar de comadreas» o «donde está el dios Apatzi», dios de la muerte.

En la época Prehispánica se asentó en ella una tribu de origen Náhuatl, unificada al territorio del gran emperador Tariácuri.

En la ciudad de Apatzingán, el 22 de Octubre de 1814, se promulgó el decreto constitucional para la libertad de la América Mexicana, la que fue elaborada por el Congreso de Anáhuac, convocado por José María Morelos y Pavón.

La Constitución de Apatzingán era instrumento de lucha en contra de la aparición armada, la monarquía, el despotismo, la conquista, el derecho divino, etc.

El 10 de Diciembre de 1831, Apatzingán se eleva a la categoría de municipio.

El 16 de Febrero de 1859, el General Epitacio Huerta le concede el título de Villa de la Constitución y en 1863 le otorga el rango de ciudad.

Arriba. Virreinato español ante los monjes franciscanos durante la colonización de los pueblos de la Nueva España.



Abajo. Casa de la Constitución ubicada en el centro de la Ciudad de Apatzingán.



Así pues, se celebra la fiesta cívica el 22 de Octubre de cada año y tiene como centro la Casa de la Cultura (de la Constitución), construcción que hoy es orgullo de la ciudad.

Apatzingán limita al norte con Tancítaro, al este con Parácuaro y la Huacana, al sur con Tumbiscatío, y al oeste con Aguililla y Buena Vista.

Su superficie es de 805.71 km² y representa el 1.35% del total del estado de Michoacán.

Su altura es de 350 m. sobre el nivel del mar. Está integrado por 127 ranchos, 44 ejidos, 45 colonias, 128 localidades, como Acahuato, Chia, San Antonio, entre otros.

En cuanto a la hidrografía de Apatzingán, se tiene un río del mismo nombre que cruza de norte a sur, y termina uniéndose al río Grande. Además se tienen arroyos como el Tesorero, California y Tepalcatepec, así como los lagos de Chandio, la Majada, Chumbícuaro, etc.

El clima es tropical con lluvias en verano y seco estepario en el centro del municipio. Apatzingán tiene una precipitación pluvial anual de 924 milímetros cúbicos y una temperatura media de 28 grados centígrados.

*Arriba. Plaza de los Constituyentes frente a la Catedral de Apatzingán.
Abajo. Pasaje Morelos.*



Su orografía está conformada por la Sierra Madre del Sur, la depresión del río Tepalcatepec, la Sierra de Acahuato con los cerros del Húngaro, San Miguel, San Juan, la Majada y Ojo de Agua.

Los suelos del municipio datan de los periodos Cenozoico y Cuaternario; su uso es principalmente agrícola, forestal y ganadero.

La flora es conformada por huizache, cuéramo, mezquite, frijolillo, parota, capire, higuera, pochote, cuirindal, etc.

Sus frutales son el plátano, mango, zapote, tamarindo así como su fauna que comprende venados, armadillos, liebres, ardillas, cuiniques, coyotes, ardillas voladores, conejos, jabalís, además de palomas, carrecaminos, chachalacas, pericos, cotorros, pájaros carpinteros, pitorreales y ticucutas.

En parte la población de Apatzingán rebasa los 186,000 habitantes y tiene una tasa de crecimiento de 3.0%, el 63% de la población no rebasa los 29 años.



Arriba. El Palacio Municipal de Apatzingán destaca como uno de los lugares más importantes de la ciudad.

Abajo. El clima tropical de Apatzingán oscila entre los 28 y 40° centígrados.

Dentro de sus atractivos turísticos está la Casa de la Constitución, la cual funciona como museo y alberga valiosas pinturas, grabados, banderas y manuscritos históricos.

También se cuenta con un museo de piezas arqueológicas que han sido encontradas en la región. Aquí se exponen artesanías típicas de Tierra Caliente e instrumentos y objetos decorativos.

El evento más importante que se realiza dentro de la ciudad para celebrar la promulgación de la constitución de 1814 y que atrae miles de visitantes en el mes de Octubre de cada año tiene como sede el teatro del pueblo, donde se presentan espectáculos socio-culturales precedidos por la Reina de las fiestas octubrinas que es electa por la misma ciudadanía.

Así mismo, la feria se extiende hacia los terrenos de la exposición donde se ubican los diversos stands promocionales así, como los tradicionales juegos mecánicos.

Tierra Caliente tiene la música como uno de sus mayores atractivos, teniendo como símbolo el arpa grande con la que se interpretan las famosas balonas y los sones.



Arriba. El espíritu de la música apatzinguense se define como único en el Estado de Michoacán.

Abajo. Los terrenos de la exposición reciben cada año cerca de 20,000 visitantes.

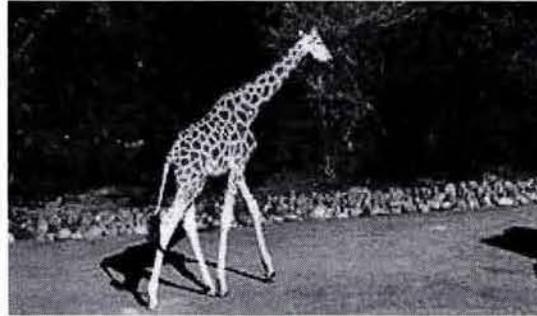
Los Zoológicos

Los zoológicos son espacios destinados a la conservación de especies animales. Los zoológicos son áreas que imitan el medio natural en que viven los animales, para deleite del público. Los zoológicos modernos cuentan además con instalaciones veterinarias que permiten que especies amenazadas puedan reproducirse en cautividad.

Desde la Prehistoria, el hombre sentía afinidad por los animales con los que convivía, un ejemplo de lo anterior, son las pinturas rupestres encontradas en las cuevas de Altamira en España.



Las pinturas rupestres de Altamira son un vestigio de la admiración que el hombre primitivo sentía por los animales.



Los mejores zoológicos en el mundo imitan fielmente el habitat natural de las especies animales.

Desde los tiempos remotos, gobernantes de países tan diversos como Egipto y China han tenido colecciones de animales cautivos, pero el concepto de parque o jardín zoológico, en el que los animales cuentan con una cierta libertad de movimientos, es más reciente.

Algunos de estos animales representaban para los antepasados, verdaderos dioses, basta conocer las estilizaciones en inscripciones sobre animales que tenían los faraones egipcios en sus templos o pirámides.

La costumbre de recolección de animales pasó de Asia a Europa, donde comen-

zaron las primeras travesías de diversos ejemplares animales que formaban espectáculos circenses. Este último dista mucho de lo que actualmente se entiende por zoológico.

En el s. XVI el conquistador español Hernán Cortés, a su llegada a Tenochtitlán, se quedó maravillado ante el gran jardín que el emperador azteca, Moctezuma, había creado con los animales traídos de todos los rincones de su imperio. Los primeros parques zoológicos modernos fueron la casa imperial de fieras establecida en Viena en 1752 y abierta al público en 1765, y el zoológico



Elefante africano; una de las especies más cotizadas por los zoológicos del mundo.

creado en París en 1793. En 1828 la sociedad zoológica de Londres creó el parque zoológico de Regent's Park, así como el Whipsnade Park inaugurado en 1931 y que cuenta con 230 hectáreas, éste se ha convertido en uno de los zoológicos más famosos del mundo.

El zoológico más antiguo de los Estados Unidos fué inaugurado en el Central Park de Nueva York en 1864, además del parque para la conservación de la vida salvaje internacional, situado en el Bronx Park de Nueva York que abre sus puertas en 1899 y que cuenta con una de las mayores colecciones de animales en el mundo.

En Estados Unidos encontramos el zoológico de San Diego, que cuenta con la colección de animales más completa de las dos Américas. De igual forma encontramos zoológicos importantes en Missouri, Bombay, Calcuta, el Cairo, Tokio, Berlín, Munich, Madrid, Barcelona y Roma.

Algunos zoológicos sirven de cautiverio para especies como son el león y el mapache.



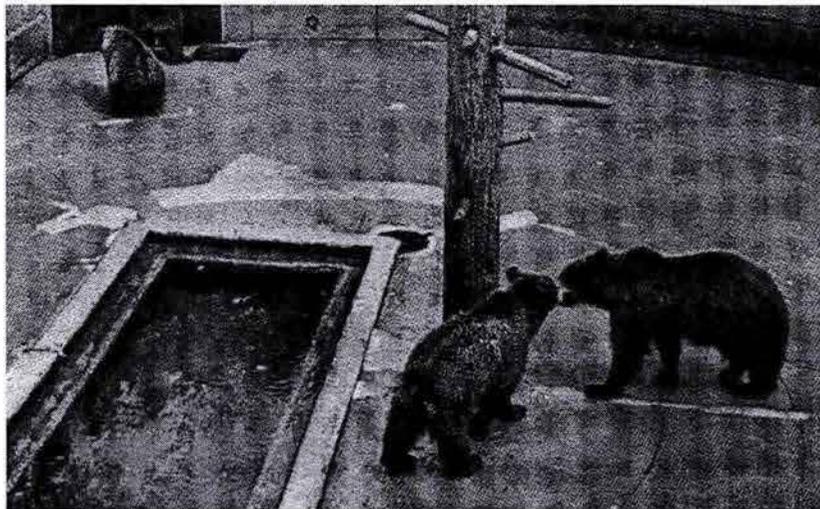
Zoológicos en México

Los zoológicos en México datan del s. XV y XVI, cuando Nezahualcóyotl fundó un zoológico en Texcoco (Estado de México en el siglo XVI), así como el Zoológico de los Coyotes, ubicado actualmente frente al Colegio Militar en la Ciudad de México.

En la época Prehispánica, los indígenas habían aprendido a conservar y mantenían en cautiverio las especies animales que le generaban algún servicio o productos como la leche, carne, huevos, etc.

De igual forma se mantenía a las especies de ornato o exóticas como leones, venados, tigres, gatos salvajes, pumas, pante-
ras, faisanes, halcones y demás ejemplares.

Actualmente se tienen representaciones de animales en piedra que han sido encontrados y que se conservan en los museos de la ciudad de México, en donde se tiene noción de los zoológicos como espacios abiertos desde inicios de siglo.



Arriba. La fosa del oso polar en el Zoológico de Chapultepec de la Ciudad de México.

Abajo. Oso polar del Parque Zoológico «B. Juárez» de Morelia, Mich.

Zoológicos en Michoacán

En el estado de Michoacán se tienen varios zoológicos como el Parque «Benito Juárez» de la ciudad de Morelia, Michoacán, el cual se inaugura el 30 de Septiembre de 1970.

En el pueblo de San Juan Nuevo se cuenta también con un espacio o reserva animal «El Parque Zoológico San Miguelito», que tiene en su haber alrededor de 10 especies como lobos, leones, avestruces, venados, águilas, etc.

De igual forma en la ciudad de Apatzingán, se tiene un Parque Zoológico que promueve la cultura a través de la conservación de ejemplares. El Parque Zoológico «Amanecer» de Apatzingán brinda además eventos socio culturales en apoyo a la convivencia y recreación familiar.



Especies como leones, ciervo cola blanca y venado caracterizan la diversidad con que cuentan los zoológicos en el Estado de Michoacán.

Parque Zoológico “Amanecer” de Apatzingán

El Parque Zoológico «Amanecer» de la Ciudad de Apatzingán, Michoacán nació como idea original gracias a la Srita. Hortencia Toscano Mora, quien desde su juventud ha fungido como reconocida periodista del semanario, «Epoca», del mismo lugar y de quien es fundadora y directora actualmente.

La labor de impulso hacia las mejoras sociales, urbanas, políticas y culturales que este personaje de Apatzingán ha promovido a través de los años, ha tenido resultados muy favorables.



*Arriba. Entrada principal del Parque Zoológico «Amanecer» de la ciudad de Apatzingán.
Abajo. Áreas verdes y chapoteaderos que le brindan al Parque el toque tropical de Tierra Caliente.*

Así con la idea de crear un centro de recreación infantil o familiar para la ciudadanía, la Srita. Toscano forma un patronato con el Ingeniero Rafael Ponce, el Arq. Eduardo Barrera, y es ella quien en el año de 1970 se entrevista con el coronel Torres Vélez y le pide apoyo con una partida de soldados vestidos de civiles que sirvieran como albañiles para comenzar así a la construcción del lugar que había sido diseñado por el Arq. Eduardo Barrera. El general Torres Vélez acepta con la condición de que se crearan dos espacios más en la ciudad.

El área del Parque que consta de 5 hectáreas era ya un parque, sólo que estaba en completo abandono y servía como nido de malvivientes y drogadictos.

Corría el año de 1970 y el auge agrícola, especialmente algodnero tenía presencia en Apatzingán, así como el fuerte poder adquisitivo del cual se gozaba entonces. A base de cooperaciones de diversas fuentes, bailes y demás eventos llevados a cabo en el teatro del pueblo, ubicado en el corazón de la ciudad, se invirtieron alrededor de cuatro millones y medio de pesos de aquel tiempo para su construcción. Eduardo Vega prominente empresario de la región llegó a apoyar en múltiples ocasiones con la paga de «las rayas» o sueldos a los albañiles a petición de la misma Hortencia Toscano.

Las cinco hectáreas de extensión con que cuenta el Parque Zoológico, requirieron del esfuerzo conjunto de las autoridades y personalidades competentes para lograr la infraestructura interna del lugar.





Después, se le pidió al gobernador de Michoacán, C. Carlos Gálves en ese entonces, que destinara recursos para la adquisición de un trenecito infantil que se pensaba importar de la ciudad de San Francisco California, en los Estados Unidos, además de la adecuada iluminación para lo que sería el teatro experimental del parque, así como las estructuras, el equipo de audio que se ubicaría estratégicamente.

El Señor Francisco Medina donó el enrejado que se alterna con los muros que circundan el lugar.

*Arriba. Trenecito donado por la gobernación del Estado.
Abajo. Cafetería que muestra el enrejado que circunda el Parque.*

Cuando se empezaron a hacer movimientos para la construcción del Parque Zoológico, hubo ataques de varios grupos, ocho en contra del patronato, ya que se decía que perseguían «huesos» políticos y que la culminación del proyecto no se daría. Sin embargo, se hizo caso omiso de esas actitudes negativas y se continuó con el proyecto.

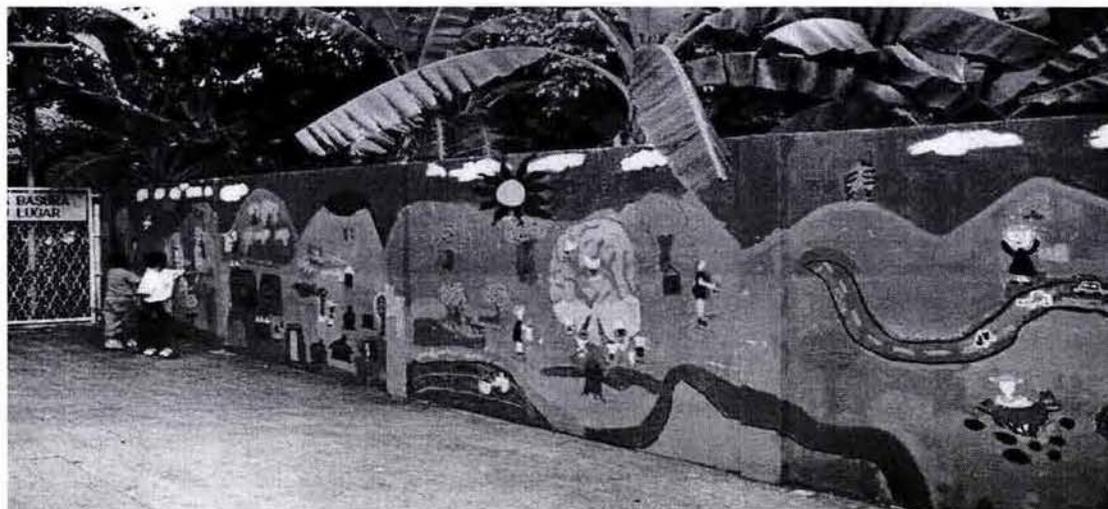
El Parque Zoológico ha sido administrado por los presidentes municipales: David Pérez Zepeda, Homero Gómez Pérez, Jesús Sánchez Salgado, Rafael Ponce, Jesús Vallejo, Carlos Gutiérrez León, Jaime Calleja, el Ing. Vega Yamas, el Doctor Francisco Anaya Montaña, Francisco Girón del Toro y Jorge Castañeda Castillo (actual Presidente Municipal).



Además de las funciones que ha tenido el Parque Zoológico «Amanecer» de Apatzingán, ha sido desde su creación, sede de las actividades del DIF Municipal, siendo ahí mismo donde se ubican sus oficinas.

Por su parte el DIF ha tenido por presidentes a: Cholita Martínez de Ponce, Graciela Vega V., Amalia Contreras de Calleja, la Dra. Alma Rosa Anaya, Rosy Jiménez de Girón y Bertha Alicia Raza (que ejerce el puesto 1999-2001).

El Parque tuvo su inauguración el día del niño (30 de Abril) de 1971, ahí se dieron cita innumerables familias, así como aproximadamente 5000 niños, que recibieron regalos donados por el DIF y se presenciaron eventos culturales y recrea-



*Arriba. Niños observando el mural infantil que está al exterior del Parque Zoológico.
Abajo. Los juegos infantiles del lugar.*

Yolanda Vargas Duché, autora de «Lágrimas y Risas», «Yesenia», «Memín Pinguín», Pedro Infante Junior, Jorge Negrete Junior, Renato Ledúc, entre otros. Personalidades que dieron pie al magno evento que sería el comienzo de una tradición versátil y familiar para el pueblo.

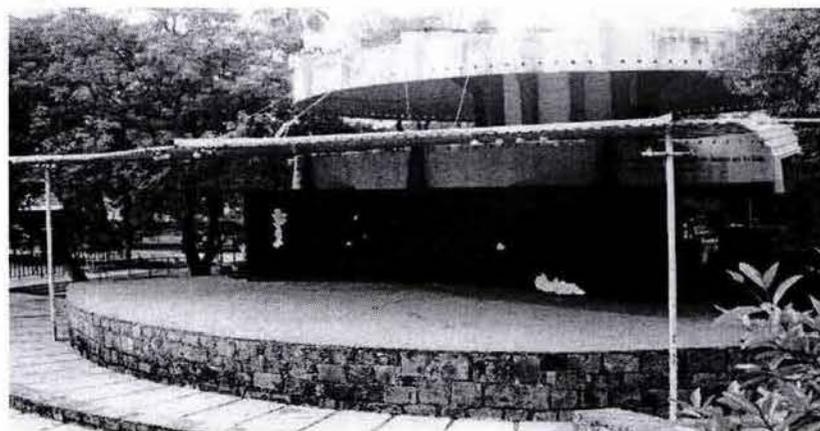
Entre los personajes importantes que han visitado el Parque, encontramos al Gral. Lázaro Cárdenas quien durante su construcción, asistió varias veces al lugar para supervisar los avances que se iban dando, está demás mencionar el singular aprecio que el Gral. Lázaro sentía por Tierra Caliente, lo cual le hacía impulsar a través de apoyos económicos para la amplia gama de necesidades que se tenían.

Carlos Betancourt (destacado cenferencista de talla internacional) estuvo varias veces ahí, así como Renato Ledúc quien igualmente impartió varias conferencias en apoyo al acervo cultural de los apatzinguenses.

El plan original del Parque comprendía la construcción de un teatro al aire libre con una capacidad para 750 personas, comedores con chimeneas, cafetería, fuente de sodas, biblioteca, pista de patinaje, 30 jaulas, la instalación de una vía férrea para el



El General Lázaro Cárdenas sentía un afecto especial por Apatzingán y llegó a visitar el Parque Zoológico «Amanecer» desde sus inicios.

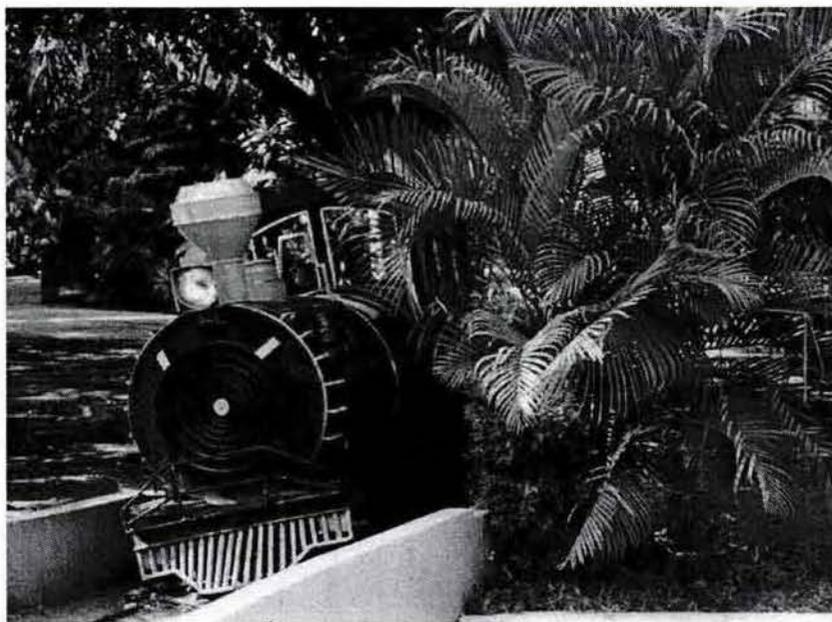


El teatro figuró desde el plan original.

trenecito, el cual daría un tour a lo largo de los principales atractivos del lugar, chapoteaderos, jaulas, juegos infantiles, teatro, áreas verdes y área de agricultura típica de la región.

Además, se trajeron especies animales del zoológico de Morelia, que fueron donadas a través del DIF estatal que era entonces dirigido por Yolanda Chávez Hernández.

La valiosa aportación incluía leones, tigres, leopardos, pante-
ras, gatos salvajes, aves, cocodrilos, chimpancés, monos araña,
lince, etc.



Izquierda. La vía férrea del trenecito brindaba un recorrido a lo largo del Parque Zoológico; esto representaba una atracción muy grande tanto para los niños como para la familia entera. Derecha. Juegos infantiles, ubicados frente a las oficinas del DIF municipal.

Así, el Parque Zoológico fue teniendo una base cada vez más sólida y con ello se fue logrando que las familias apatzinguenses lo identificaran como un refugio para la recreación, el esparcimiento y la cultura.

Fue hasta 1982 cuando el maestro de ceremonias Don Jorge Rincón, es comisionado para organizar y dirigir los eventos socioculturales que tenían un carácter dinámico familiar. Este programa recibió el nombre de Domingo a Domingo y tenía la presencia de artistas infantiles y juveniles que cantaban, actuaban, tocaban y bailaban, así como se disfrutaba de cómicos y faquires que hacían su presentación a fin de mantener entretenido al público de todas las edades.

El DIF municipal siempre patrocinó y sigue patrocinando y respaldando los programas socioculturales a través de incentivos a la gente que participa en las actividades dentro del escenario.

El Parque ha tenido grupos de bailables, de música tradicional y moderna, incluyendo las presentaciones infantiles como «las estrellas del milenio», niños que se han formado a través del impulso cultural del DIF para cantar, bailar, actuar, tocar algún instrumento musical, etc.

Así, se ha contado con la presencia del grupo de danza de la ciudad de las niñas (colonia que mantiene la iglesia para las niñas desamparadas).



*Arriba. Aunque ha mejorado, la asistencia en el Parque Zoológico sigue siendo muy poca.
Abajo. Estado actual de las gradas del teatro donde cada Domingo se realizan eventos.*



El Parque Zoológico de Apatzingán ha tenido además innumerables presentaciones de grupos de Arpa como el muy conocido «Alma de Apatzingán».

De igual forma el Parque ha albergado canta-autores como Amalia Mendoza «La Tariácuri» con canciones como «Volver a tí» y la cantante vernácula Rosenda Bernal.

Además, se han presentado rondallas como la Rondalla de Saltillo y Banda de Raúl Ortega.

El Parque «Amanecer» de Apatzingán cuenta actualmente con 26 especies animales como son:

01. Cocodrilo de río
02. Mono Araña
03. Lince
04. Papión Sagrado
05. Conejos
06. Tejones
07. Mapaches
08. Ocelote
09. Avestruz
10. Venados cola blanca
11. Gansos
12. Coquenas

*Arriba. El lince, bello ejemplar exótico que por su fiereza impacta a los niños.
Abajo. El avestruz figura dentro de las aves más admirables por su gran tamaño.*

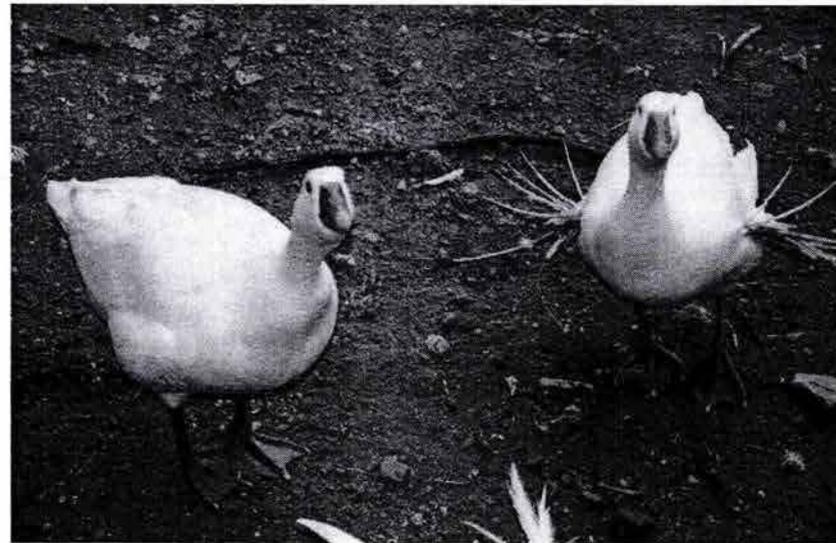
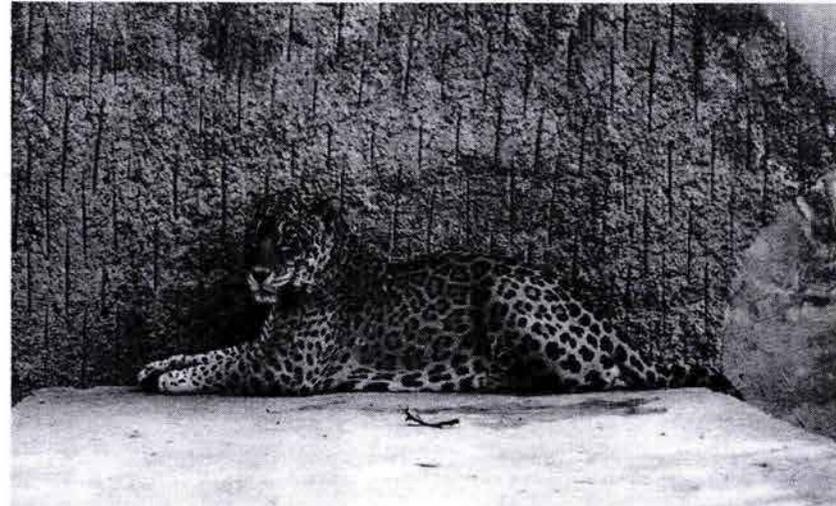


13. Venados Dama Dama
14. Chachalaca Olivacea
15. Zopilote Negro
16. Pecari de Collar
17. Leones Africanos
18. Pumas
19. Jaguares
20. Candingo
21. Zorra Gris
22. Coyote
23. Halcon Harris
24. Cara Cara
25. Paloma Habanera
26. Cocodrilos

Estos animales son atendidos por los veterinarios Germán Gil Uribe y Apolonio Tapia G. El esfuerzo de los médicos encargados del Parque Zoológico ha sido notable, ya que ha disminuído el deceso o tasa de mortalidad de las especies en cautiverio.

El Parque abre sus puertas de 10:00 am, hasta las 6:00 pm, y cuenta con una pista de patinaje (la cual está en considerable descuido), así como áreas verdes, juegos infantiles, teatro, tribunas, oficinas, dulcería/fuente de sodas, estación de tren, kiosco, piscina (chapoteadero).

*Arriba. El jaguar engalana con su extraordinaria belleza el Zoológico.
Abajo. Gansos en estado de alerta al aproximarse los visitantes.*



Después de un lapso de semi abandono por parte del público, el Parque Zoológico ha resurgido a causa de que han destinado recursos para la remodelación del lugar.

Después de innumerables altibajos en su administración, eventos como el programa «Domingo a Domingo» le han brindado al Parque la potencialidad para incorporarse al nivel de otros parques zoológicos como el Parque «Benito Juárez» de la Ciudad de Morelia.

Actualmente, el programa artístico-cultural «Domingo a Domingo» sigue funcionando, ya que representa una alternativa de sana convivencia para cierta fracción de la sociedad.

Las especies animales; el teatro; la vegetación y la dulcería/fuente de sodas, le dan vida al lugar.

Con respecto al personal que labora en el lugar, se cuenta con un velador, un policía, siete jardineros, auxiliar de fuente de sodas, administrador, además de las fun-



ciones que ejerce la Presidenta del DIF municipal en las oficinas ubicadas en el mismo Parque Zoológico.

En el año de 1999, el Parque de Apatzingán se registra con instituciones como la PROFEPA de la ciudad de Morelia y la SEMARNAP del estado. A través de un convenio se inicia el intercambio de especies animales. Estas instituciones se encargan de dar al Parque Zoológico atención y supervisión a fin de que las condiciones tanto del Parque como de los mismos animales sean las adecuadas.

A través de los suficientes recursos se pretende la reparación de sitios importantes en el Parque como la estación de tren, la pista de patinaje, las fuentes y comedores.

*Arriba. La cafetería o fuente de sodas es un oasis en el cálido ambiente del Parque apatzinguense.
Abajo. Kiosco de usos múltiples.*

Auditoría Visual

El Parque Zoológico «Amanecer» de Apatzingán no cuenta con una identidad gráfica que le de al lugar la presencia que merece; actualmente tiene en la entrada principal un letrero (hecho de hierro), que data desde su fundación y que presenta problemas de legibilidad, y estética además de que no emite ningún concepto gráfico que denote lo que comprende y ofrece el parque infantil.

Los señalamientos que se exhiben en el área carece de calidad gráfica profesional y no conservan una unificación que vaya acorde a los lineamientos que una imagen institucional debe tener.

Así mismo, las jaulas del Parque presentan un deterioro en su estructura y pintura, además de que son de varios colores.

*Arriba. Actual letrero que tiene el Parque Zoológico en su fachada principal.
Abajo. Tanto las instalaciones del Parque como los señalamientos gráficos y lingüísticos no tienen una unificación en cuanto a imagen y concepto gráfico profesional.*



A la entrada, se recibe un boleto el cual es de color amarillo para los niños y azul el que reciben los adultos. Este «pase» al Parque ostenta el logotipo del DIF municipal en primer plano, despues Apatzingán, el nombre del Parque y el «cover» o costo del derecho a entrar. El boleto tiene además cuatro «Clip Arts» de estilizaciones de animales obtenidos en la computadora todo lo anterior dentro de un rectangulo redondeado en las esquinas.

Lo primero que se observa al entrar al Parque es un directorio que fue donado por el Zoológico de Morelia y que Guía a través de un mapa con ilustraciones de animales y objetos al visitante.

Este directorio tiene armonía visual pero no tiene calidad gráfica y las estilizaciones son demasiado representacionales dando como resultado que sea difícil su uso tanto en señalamientos como en otras aplicaciones.



Arriba. Pase de entrada al Parque Zoológico.
Abajo. Directorio icónico-lingüístico del lugar.



Izq. El DIF Municipal extiende su imagen a través de murales con mensajes enfocados al bienestar familiar, principalmente los niños.

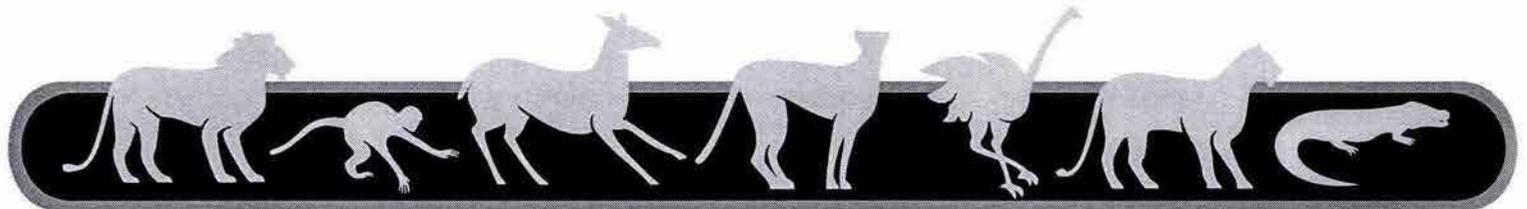
Der. La papelería que se maneja en el Parque es reducida y la imagen que ésta tiene es muy pobre.



VALE PROVISIONAL DE CAJA			\$
IMPORTE (EN LETRA)			
CONCEPTO			
DIF APAÑANGAN SISTEMA PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LA FAMILIA			
CONTROL	FECHA	AUTORIZADO POR	RECIBIDO POR
 2051			

Capítulo 3

El Diseño Gráfico



Antecedentes del Diseño Gráfico

 El diseño gráfico es la disciplina que se encarga de la adecuación de soluciones a problemas de comunicación visual. El diseño gráfico tiene entre otras cualidades la persuasión, lo cual se logra mediante la utilización de recursos gráficos y psicológicos.

El diseño gráfico como profesión estimula la visión creativa para lograr la correcta comprensión del mensaje que se emite gráficamente.

La utilización de recursos gráficos ha existido desde los tiempos del hombre de las cavernas en que ya se trataba de establecer una comunicación con sus semejantes; estos primeros intentos de comunicación gráfica comprendían las pinturas rupestres que contaban hazañas de cacería así como otros sucesos importantes.



Arriba. Pinturas rupestres de Altamira, España. Izquierda. Primeras manifestaciones artísticas pintadas sobre piedra.



En el viejo mundo, en Europa y Asia, se dio con el transcurrir de los siglos, una evolución de los grupos de congéneres hasta llegar a la formación de las primeras civilizaciones, en las que se tenían reglas o normas que los regulaban.

Los pueblos como Mesopotamia, se vieron en la necesidad de implementar sistemas de comunicación visual innovadores y efectivos.

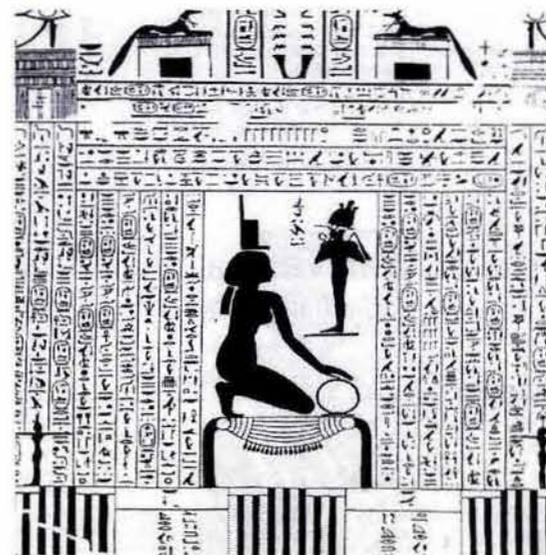
Dentro de la evolución de las antiguas civilizaciones estaban los fenicios, quienes aportaron estilizaciones de animales, y objetos que acoplaron a sonidos vocales, creando así el alfabeto fenicio, que servía para establecer un vínculo de comunicación

más efectivo entre ellos mismos y en sus relaciones con otros pueblos como los egipcios y sumerios los cuales mantenían entonces un sistema de jeroglíficos.

Los recursos gráficos que iban surgiendo, tuvieron un papel muy importante en la realización de cada una de estas innovaciones. Los romanos brindaron a estas ideas la esteticidad y ostentación que representaba a su pueblo, de tal forma que las proporciones romanas del alfabeto aún se utilizan en el mundo moderno.

Con la invención y uso de la escritura a través de un alfabeto, se dio de igual forma, un crecimiento en la aportación de tratados o mensajes escritos que eran elaborados por los escribas. La implementación de nuevas formas gráficas en los libros antiguos, tuvo una evolución notable en Europa, quinientos años después de Cristo cuando la Edad Media comenzaba su esplendor y se producían cada vez más obras literarias que requerían de los artistas que dieran forma funcional y estética a los libros medievales de acuerdo a un estilo que se utilizaba en ese entonces.

A finales del siglo XV y principios del XVI, la Revolución Francesa contra las monarquías absolutas encabezada por Napoleón tuvo notable presencia en las campañas publicitarias de esa época, que apoyaban la causa. Este proceso de producción en masa de carteles o anuncios en gran número se dio gracias a la invención de la imprenta por Gutenberg cerca de doscientos



Jeroglíficos egipcios, que antecedieron al alfabeto fenicio.



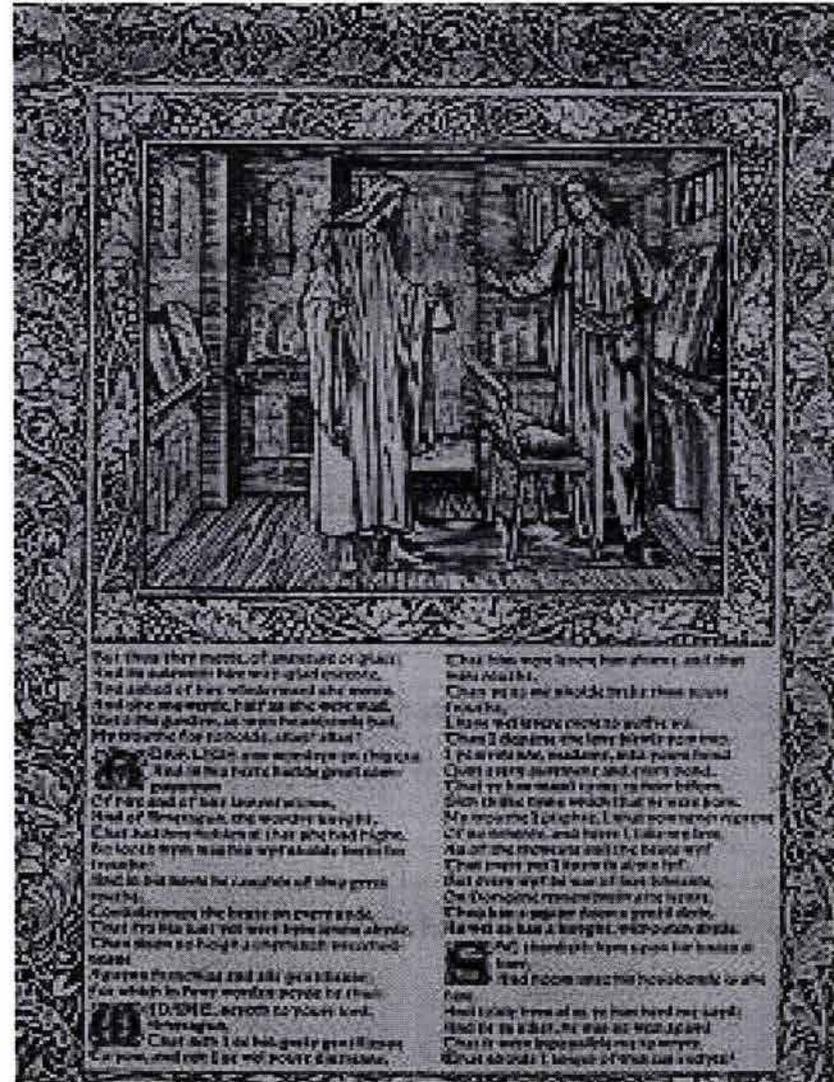
Retrato de Gutenberg, creador de la imprenta.

años antes. Después de toda una serie de invenciones tecnomecánicas ocurridas entre los siglos XV y XIX dieron lugar en la historia a la Revolución Industrial que generó un movimiento obrero aunado a la agitación existente entre las distintas ideologías de los modos de producción como el capitalismo, socialismo, anarquismo, etc. El trabajo de los artistas gráficos de ese tiempo tuvo una proyección muy grande y los mensajes hacia la sociedad por parte de los distintos partidos del poder político requirieron cada vez mas de la capacidad persuasiva de los recursos gráficos en conjunto con el manejo psicológico.

Con la Revolución Industrial, el diseño gráfico, (término que se empezó a utilizar hasta principios del siglo XX), tuvo un auge en su importancia mundial ya que se generaban más productos; había mas empresas y con ello mayor competencia, lo cual obligaba en ese entonces a optimizar los medios para vender mas y lograr más atención por parte del público.

El diseño gráfico, se vio influenciado por artistas como William Morris quien a fines del siglo XIX con las marcadas tendencias de la corriente gráfica denominada Art Nouveau, originada a principios de siglo, se preocupó por la calidad en los sistemas o medios impresos. De igual forma el Art Nouveau dio la pauta a las corrientes gráficas que se han notado desde entonces.

Diseño Editorial de William Morris, el cual se basaba en ornamentación con naturaleza



Después, a principios del siglo XX, surgen en Europa corrientes artísticas que se difunden a lo largo de Asia; así como en el continente Americano, como lo fueron el Surrealismo, Dadaísmo, Cubismo, etc, movimientos artísticos que se dieron en la pintura pero que se reflejaban en el diseño gráfico, así como en la arquitectura y en el modo de vida de esos años.

En 1919 surge en Weimar, Alemania la escuela Bauhaus, que se encargaba de dar cauce a las nuevas tendencias en el diseño gráfico así como en la arquitectura, diseño industrial y diseño de ambientes. Esta escuela es cerrada por el movimiento Nazi, al estallar la Segunda Guerra Mundial y los diseñadores, entre ellos cartelistas, tipógrafos, ilustradores, etc., emigran a los Estados Unidos junto con demás conacionales germanos como el físico Albert Einstein.

Estados Unidos brinda asilo a los inmigrantes germanos, los diseñadores de la Bauhaus se integran al ritmo de trabajo norteamericano y diseñan a la par del consumismo yankee.



Cartel de la Escuela alemana de tipografía y diseño «Bauhaus».



El Pop Art tuvo presencia en los años sesenta.

En este tiempo se da la preocupación por la imagen gráfica corporativa por parte de las empresas norteamericanas, aunque esta tendencia provenía de Europa donde esta cultura de diseño ya se había establecido con mayor fuerza

En la Postguerra, las revelaciones sociales a través de la juventud no se hacen esperar y se da el movimiento rebelde hippie en los años últimos de los cincuenta y principios de los sesenta. El movimiento hippie fue un boom en la sociedad mundial y se propaga todo un estilo de vida rebelde que se ve plasmado en el diseño gráfico y es captado por Andy Warhol quien basó su arte (Pop Art) en el consumismo, la frivolidad, la violencia, todo envuelto en un exagerado cromatismo.

En los años setenta, el diseño se establece con una perspectiva mas ordenada y conciente en el uso de las formas en los espacios gráficos. No así en los años ochenta, se opta por la diversidad cromática y se juega con las formas, en esta década tienen importancia los avan-

ces tecnológicos que significaron los inicios de la computación, lo cual dio paso a una nueva etapa en el diseño gráfico, ya que ahora se podrían hacer uso de los medios digitales para lograr una mayor calidad. Es importante destacar que en los años ochenta, el desarrollo de imagen corporativa dio un paso agigantado y pa-



ralemamente a estos acontecimientos se pudo ver una tendencia futurista tanto en las ilustraciones y gráficos como en las demás representaciones artísticas.

En los años noventa, se observa una tendencia excesiva en el diseño mundial, que tiene por característica el desmedido uso

de elementos gráficos o saturación que de igual forma se presenta en la imagen predominante en la sociedad europea y occidental, principalmente.

Esta tendencia inglesa, la cual se recargaba de elementos visuales, aparece muy notablemente en el diseño editorial de norteamérica que después se transmite a la América Latina.

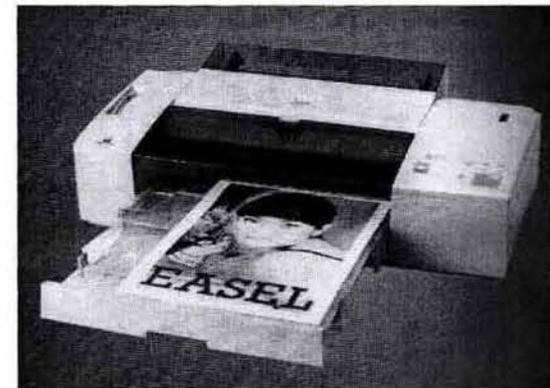


Izq. Avances digitales en la realización de gráficos.
Centro. Diseño Editorial saturado de elementos típico de Inglaterra y E.E.U.U.
Der. Modelo de impresora moderna de inyección de tinta.

En los noventa, los medios digitales para diseño gráfico, se perfeccionan y se observa la aparición de la red internacional, mejor conocida como internet, que significó la apertura a un inmenso canal de comunicación que a su vez dio lugar a una nueva forma de aplicar el diseño gráfico.

Con la internet se proyecta hoy en día el acercamiento cultural vía digital, mejor conocido por los socioanalistas como globalización que origina una paulatina similitud entre los pueblos del mundo moderno.

De igual forma aparecen avances en los medios impresos digitales como la impre-



sión en láser; chorro de tinta, y la pre prensa digital, así como el uso del plotter impresor y de el cortador de vinil.

Paralelamente la era digital nos ofrece en los noventa como hasta nuestros días innumerables aportaciones tecnodigitales como la fotografía digital, el teléfono celular, las videocámaras, el disco compacto, la televisión plana, entre otras invenciones que impactan fuertemente nuestro «modus vivendi», ya que son progresivamente integrados a nuestra cotidianeidad.



*Tecnología digital moderna
IBM.*

El Diseño Gráfico ha colaborado con los medios televisivos y cinematográficos donde se ha notado un avance en el resultado del trabajo conjunto con profesionales de otras áreas creativas.

Actualmente se ha dado una tendencia hacia el manejo de gráficos en retrospectiva simulando un tanto la simplicidad de los años setenta, de igual manera tenemos

en boga lo abstracto de las formas gráficas, así como la experimentación fotográfica y artística que busca sobre todo lugar un mayor impacto visual en unos tiempos como los nuestros en que todo transcurre con una rapidez inucitada.

*Imagen gráfica actual del
Palacio de Hierro.*

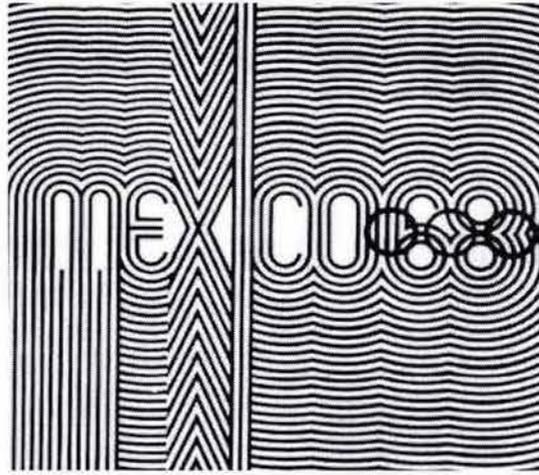


El Diseño Gráfico en México

En México, la práctica del diseño profesional aún es joven, sin embargo podemos hablar de una madurez de 30 años, lograda por la gente creativa empeñada en mejorar la imagen de los productos mexicanos.

Es en los años 60, cuando se inicia la preparación de los diseñadores profesionales.

Las Olimpiadas de México en 1968, sería el gran proyecto que reuniera a un equipo de profesionales mexicanos para crear un sistema de imágenes gráficas que mos-



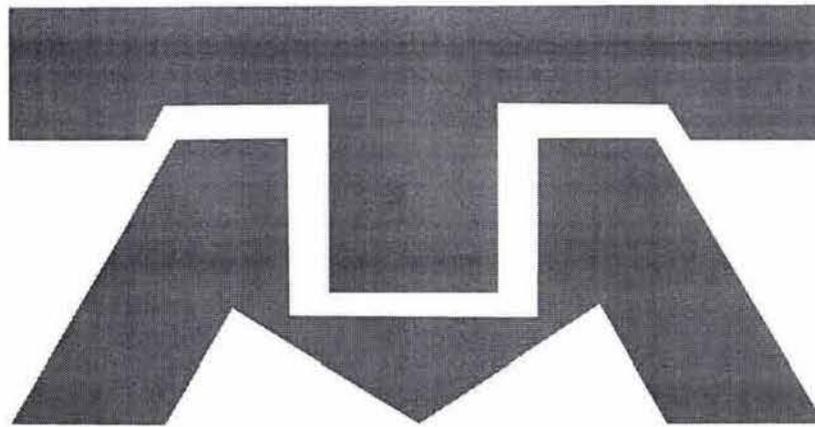
Arriba. Imagen gráfica de los Juegos Olímpicos de 1968.

trara a nivel internacional en aquel tiempo, la organización del país así como el profesionalismo gráfico que se empleaba en un evento de dicha importancia como lo son los Juegos Olímpicos.

Después de las Olimpiadas de México '68 nacieron en México las primeras escuelas de diseño gráfico ya que las instituciones públicas mostraron cada vez más interés en renovar su imagen gráfica, ya que esto incluía de forma determinante en un mayor prestigio y ventas más elevadas.

La carrera de Diseño Gráfico surge a nivel licenciatura dentro de la Universidad Iberoamericana y posteriormente en la Universidad Nacional Autónoma de México, así, se da paso a los primeros egresados del país.

En 1971, el Presidente de la República Luis Echeverría Álvarez apoyado en su gabinete funda el IMCE (Instituto Mexicano de Comercio Exterior), con el objetivo de impulsar las exportaciones del país, para esto era fundamental elevar la



El símbolo de Telmex es una muestra de la capacidad y el profesionalismo gráfico en México.

calidad de los productos por lo que se establece la fundación dentro de esta institución del centro de diseño, organismo que comprendía departamentos como: diseño gráfico, ferias, exposiciones, y promoción del Potosí, León, etc.



Izq. El Diseño Gráfico en México era realizado por artistas o dibujantes.

Der. La revista a! se perfila actualmente como uno de los mejores soportes que tiene el Diseñador Gráfico.

En 1975, surge el CODIGRAM o Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México A.C., presidido por el D.I. Juan Gómez Gallardo.

Hoy en día, se consolidan los profesionales y oficinas de diseño gráfico y se inicia una labor más activa por parte de estudiantes y autoridades académicas en el seno de las universidades.

Para 1998, se contaba ya con 37 escuelas de diseño en todo el país, dando como resultado la realización de eventos tan importantes como el encuentro nacional de estudiantes de diseño que se ha realizado durante diez años.

La apertura comercial y globalizadora que van en ritmo acelerado, obligan al México de hoy a buscar nuevas soluciones para su desarrollo tecnológico, comercial y cultural entre otras cosas.

El diseño gráfico es un motor creativo de las circunstancias actuales que están en constante renovación cada vez que se reconocen con mayor claridad.

Un medio muy elocuente de esta manifestación de diseño son las ediciones gráficas como la revista a! de diseño gráfico, Matiz y Lúdica, que siguieron la pauta de la revista magenta publicada en los años ochenta. Estas publicaciones que sirven de soporte al profesional de diseño gráfico continúan siendo un espejo de la realidad, las tendencias y desafíos en este medio hasta nuestros días.



Áreas y campo de acción del Diseño Gráfico

El diseño gráfico es una profesión muy compleja, ya que encierra infinidad de aplicaciones las cuales dependen en gran medida de las necesidades o requerimientos del cliente o de la empresa en cuestión.

Dentro de las áreas básicas del diseño gráfico encontramos:

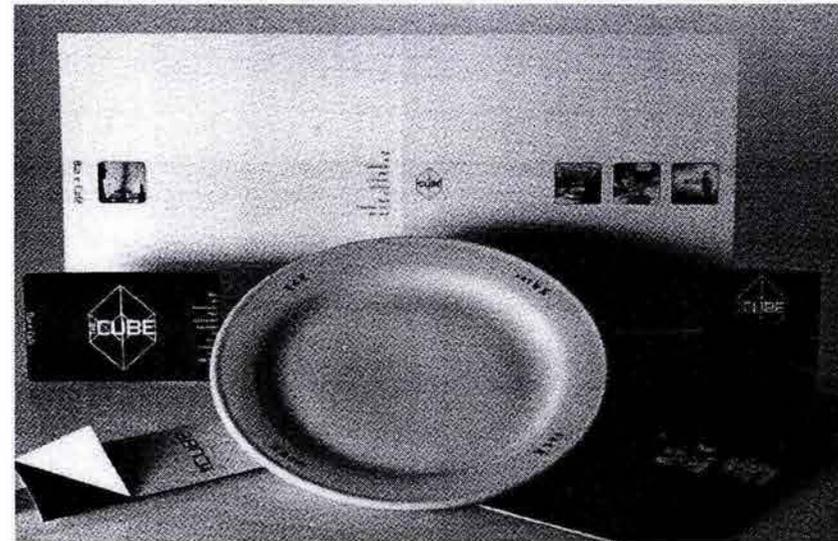
La Identidad Corporativa, que se basa en el diseño de marcas, logotipos, símbolos y logosímbolos que a su vez llegan a formar parte de una imagen gráfica corporativa e imagen gráfica global de las empresas o instituciones.

Señalización, aquí, el diseño gráfico se aplica a solucionar problemas de comunicación visual que estudian las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los impulsos psicológicos generados en las personas que se manifiestan a través de sus comportamientos.

La identidad gráfica corporativa es aplicable en múltiples objetos útiles para los mismos clientes.



Banamex posee una de las más posicionadas imágenes gráficas corporativas en el país.



Diseño de material didáctico, aquí el diseñador puede dar forma visual y funcional a proyectos pedagógicos o de educación.

Diseño Audiovisual, se usa en su mayoría de forma didáctica basados en los medios de televisión y cine.

Diseño Editorial, es el área del diseño gráfico que se especializa en el diseño de libros, revistas, catálogos, periódicos, folletos, trípticos, volantes, etc. El diseño editorial se centra en dar las formas gráficas más creativas y funcionales a cada uno de los elementos o aplicaciones antes mencionadas.

Diseño de envase y embalaje, es el área de diseño especializada en lograr nuevos envases y embalajes que respondan a las necesidades o características físicas o químicas de los productos así como de generar en el consumidor el deseo de compra. El diseño de envase y embalaje se relaciona intrínsecamente con el diseño industrial logrando entre ambas profesiones, proyectos de mejor calidad, funcionalidad y creatividad gráfica y conceptual.

Multimedia, el diseño gráfico se aplica de igual forma a los medios digitales o computacionales donde interactúa con el lenguaje digital para crear sistemas de herramientas multimedia más eficaces y fáciles de usar a través del uso de los recursos gráficos.

El diseño de envases ergonómicos en función con el diseño gráfico da como resultado mejores productos.



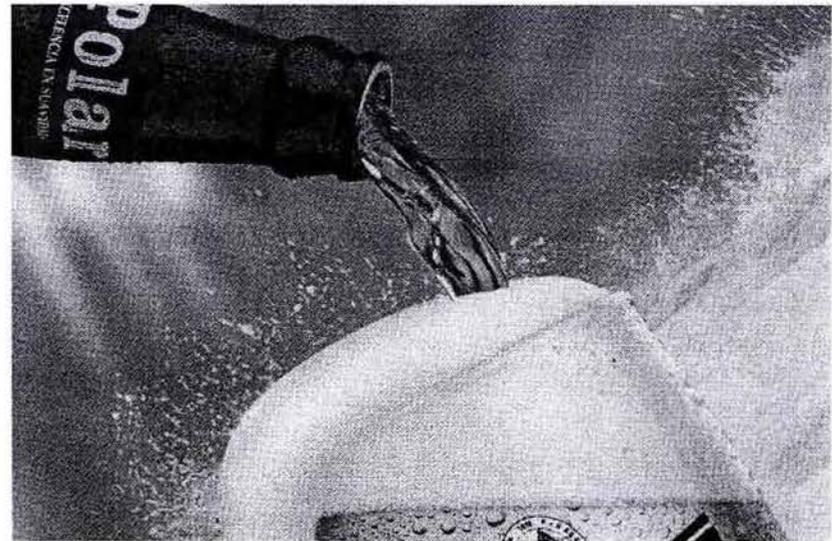
El diseñador gráfico puede desarrollar sus habilidades profesionalmente en:

- * Despachos gráficos
- * Agencias de publicidad
- * Trabajando por su cuenta, es decir, siendo «free lance»
- * Casas televisivas
- * Despachos fotográficos y de publicidad
- * Casa cinematográficas
- * Compañías productoras de páginas de publicidad electrónicas o web
- * Editoriales y prensa
- * Compañías productoras de programas computacionales

El campo de acción del diseñador gráfico encierra un mundo de posibilidades de desarrollo profesional y cada uno de los diferentes ámbitos en que puede laborar requiere indispensablemente de los servicios del diseñador para dar el debido enfoque a las necesidades y la solución a los problemas de comunicación gráfica que en cada caso se requiera.

El éxito profesional del diseñador gráfico depende en gran medida de la capacidad para resolver problemas gráficos de comunicación.

El diseñador gráfico tiene un amplio abanico de posibilidades de desarrollo profesional en compañías de la talla de Volkswagen.





La imagen gráfica y la publicidad tienen vital importancia en cada empresa moderna, institución y evento, que se manifiestan en artículos promocionales, revistas, y etiquetas.



La Marca

Todos nosotros hemos diseñado alguna vez nuestro propio logotipo en busca de nuestra propia identidad; en el afán de diferenciarnos del resto de los demás.

El logotipo nace de la mano de la Revolución Industrial; así la firma de los fabricantes pasa a ser un indicador de calidad, valor, origen y fiabilidad que respalda a sus productos. Así, en la actualidad gracias a la marca, sabemos de la existencia de un tal «Levis Strauss», «Ford» o «Mister Kenwood».

El logotipo surge de esta necesidad de respaldar a los productos surgidos en serie. Es un mensaje de todos los valores que posee una marca.

Logotipos bien hechos como el que ostenta «Coca Cola» subsiste exitosamente el paso del tiempo.

La compañía automovilística Ford es un claro ejemplo de la fuerza que obtiene la empresa, al hacer prevalecer su marca.



Dentro de la diversidad de marcas, el consumidor tiene una gran variedad de opciones.

La pertinencia del lenguaje que ha de usar el diseñador es la que ha de asegurar la aceptación y eficacia del mensaje representado gráficamente.

Un logotipo es una abstracción de conceptos vertidos tipográficamente, con la suficiente capacidad de ser altamente pregnante y que proporciona una identidad distintiva.

Trabajar con tipografía significa una constante preocupación por la abstracción de las formas de las letras; así, el concebir el logotipo de una compañía significa un desafío para cualquier diseñador.

Clasificamos los logotipos en cuanto a su aspecto textual, ya que hacerlo por morfología sería prácticamente inagotable.

Las aplicaciones deben hacerse con mucho cuidado para no entorpecer la armonía visual de la marca.

La marca posee varios niveles de representación y depende de la empresa o institución en cuestión el adecuar cada uno de ellos para obtener los resultados más óptimos en cada caso.

Estos niveles son:

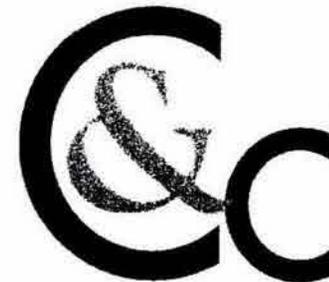
- * Alta abstracción
- * Iniciales
- * Logotipo
- * Glifo
- * Ilustración
- * Fotografía
- * Baja abstracción

Tanto en el símbolo abstracto como las iniciales necesitan de un fuerte respaldo económico que se traduzca en difusión más recurrente o repetida para alcanzar la plena identificación por parte del público. Así mismo, las empresas o instituciones con menos presupuesto deben emplear imágenes o gráficos más representacionales para acelerar su conocimiento urbano.

Los logosímbolos, también pueden ser presentados por medio de una tipografía script, y al mismo tiempo ser abstracto.



El logotipo de la «Secretaría de Turismo» ya es conocido a nivel nacional, a pesar de ser éste abstracto.



TALLER DE COMUNICACIÓN E IMÁGEN

La Imagen Gráfica de uno de los Talleres de Diseño más exitosos en Brazil.

Tipos de Marca



entro de los tipos de marcas encontramos los siguientes:

Símbolo

Marcas sin tipografía que identifican empresas, instituciones, productos o eventos.

Ventajas. Mensaje simple de impacto rápido.

Desventajas. Costoso de difundir, además de que puede entrar en confusión con otros.

Logotipo

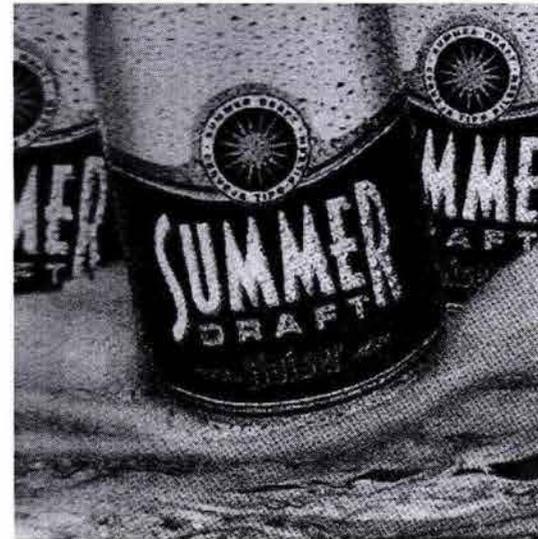
Una palabra o palabras rediseñadas básicamente con tipografía o algunos elementos extras que no constituyan un símbolo y que siga siendo pronunciable.

Ventajas. Impacto auditivo, fácil difusión, más económico.

Desventajas. Es un mensaje más complicado en cuestiones de legibilidad, además de que excluye a aquellas personas que son analfabetas.

Iniciales

Marca integrada por letras, casi siempre utilizadas para abreviar el nombre de una empresa que puede ser pronunciable o no.



Los logosímbolos que han sido bien elaborados, rápidamente se posicionan en la mente del consumidor.

Ventajas. Funciona como símbolo, además de ser legible

Desventajas. Es más fácil su difusión y adquiere muy marcada competencia visual de otras tipografías

Logosímbolo

Cuando se conjugan el logotipo y el símbolo para crear una marca se le llama logosímbolo o identificador corporativo.

Ventajas. Fácil reconocimiento por parte del público

Desventajas. Puede llegar a ser redundante y/o complicado



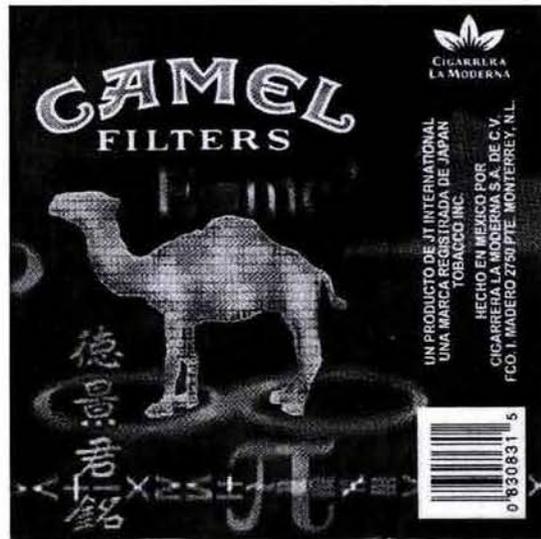
Los logosímbolos pueden ser mejor identificados por el consumidor, ya que éste puede tener una idea más clara de lo que es el producto en sí, al observar un símbolo acompañado de un logotipo.

Características de la Marca

El diseñar una marca y/o símbolo de éxito, requiere de varios factores, entre los que encontramos:

- * Asociación Mental Positiva, en que se deben mostrar los aspectos positivos del producto o institución.
- * Fácil identificación, que se perfila como la cualidad pregnante que debe tener un diseño de marca.
- * Unificación Visual, que nos regula la composición visual, que debe basar su importancia en una adecuada integración de los elementos visuales.

Una de las marcas de cigarrillos más posicionada es «Camel», ya que siempre han mantenido su marca, así como su logotipo, por lo tanto es un producto el cual es reconocible a primera instancia por el consumidor.



KOZGRO
S.A. de C.V.

Una de las características más importantes dentro de la marca, es el manejo del color, ya que esto denota realmente lo que es en sí la marca, pero debe tomarse en cuenta que no solo el uso del color es lo más satisfactorio, si no que el uso de positivo negativo es otra buena opción.

- * Correcto nivel de abstracción, el símbolo debe ser impactante hacia el nivel visual del público a quien va dirigido.
- * Reducción, un buen símbolo debe poderse reducir en tamaño hasta 1.5 cm o más, sin perder sus características.
- * Color, un buen símbolo debe ser diseñado para destacar con un sólo color por razones sobre todo económicas; los degradados y tramados deben en mayor medida evitarse; la marca debe lucir bien en blanco y negro en copias fotostáticas, faxes, etc.
- * Positivo negativo, el diseñador debe dominar el fenómeno óptico figura-fondo.

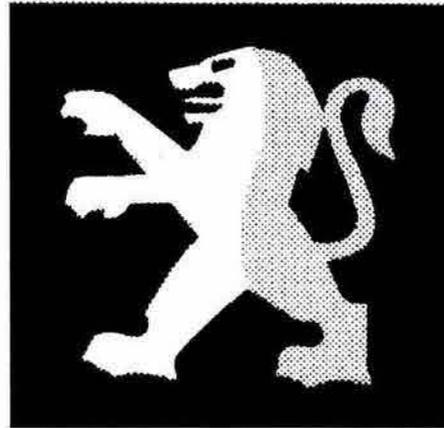
* **Peso visual**, un símbolo debe ser pesado, ya que tienden a ser más simples y soportan mejor las reducciones además de que contrastan mejor con la tipografía que lo acompañe.

* **Fluidez**, las áreas blancas deben fluir a través del símbolo y no «atrapar» la vista. Se debe evitar la angustia mental con elementos cerrados.

* **Direccionalidad**, es mejor que los elementos que utilizemos apunten hacia adelante o hacia arriba, ya que denotan positivismo.

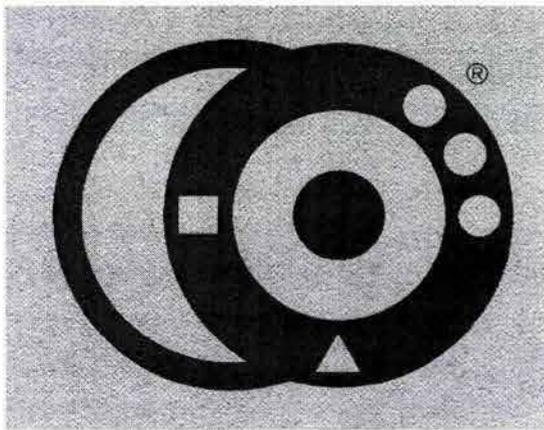


TEQUILA EXPRESS



CUALIDADES DE UNA MARCA DE IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA

- * Originalidad (concepto)
- * Impacto visual (pregnancia visual)
- * Valor simbólico (lo que representa)
- * Estética (agradable)
- * Funcionalidad (debe soportar reducciones blanco y negro, así como su reproducción en los diferentes medios impresos)



Oster

Al diseñar un símbolo, se deben de tomar en cuenta los aspectos mencionados anteriormente, ya que solo así se tendrá éxito al lanzar la imagen, en las fotografías aparecen símbolos que debido a su buena calidad de elaboración, hoy en día son conocidos por muchas personas.



Imagen Gráfica Corporativa

La práctica del diseño de Imagen Corporativa como técnica y estatuto profesional, se inicia con la intervención de la marca, la cual fue utilizada por primera vez por los antiguos artesanos que vivieron antes de la era cristiana, después se usó por segunda vez por las corporaciones medievales y por vez tercera en el industrialismo de siglo XIX.

El Diseño de Imagen Corporativa no se limita a la marca (forma primaria de expresión de la Identidad), ahora pasa a constituir una disciplina más compleja, y más completa, en la que intervienen de manera decisiva el manejo de personal, la investigación social y la mercadotecnia.

La imagen corporativa comenzó a desarrollarse a mediados del siglo XX como una disciplina especializada de diseño, además el enorme desarrollo de la tecnología de comunicaciones con la imprenta, el cine, y la televisión; la explosión de los medios masivos; el sistema competitivo de la economía de mercado aunado al consumismo y la superproducción in-



dustrial, han transformado radicalmente las circunstancias precedentes del marcaje y de la marca en sí como una práctica elemental hacia una información más completa, sistemática y espectacular de la identidad y de la imagen visual.

La empresa es ahora más que productora de bienes y servicios, emisora de mensajes. Más que firmar o marcar sus productos, necesita disponer de un sistema organizado de sus signos que comprenden su identidad y que a su vez le confieren su imagen corporativa. Este manejo de signos en su identidad es parte de una estrategia y una política de comunicación. La identidad visual rebasa el soporte material del producto del objeto y conquista en gran medida el campo de las comunicaciones. Así mismo sobre pasa la función en una auténtica estrategia institucional y comercial.

La identidad gráfica corporativa va más allá de la marca o la imagen gráfica en sí, la identidad de una empresa debe ser auténtica entre todas las demás para poder competir.

Así, la marca o identificador corporativo, en sí, la firma, la imagen básica que identifica a un producto, empresa, institución o evento. Esta consta de un símbolo que es la imagen y un logotipo que es la tipografía, además del uso de colores que de igual forma transmiten un mensaje.

Existen varios tipos de marcas y son:

- * El símbolo (imagen)
- * Iniciales
- * Logotipos (tipografía)
- * Logosímbolos

La marca brinda un sentido de identidad; desde el aspecto personal da un mensaje de pertenencia o autenticidad hasta llegar al aspecto industrial y comercial en que toma un papel descomunal que representa toda una cultura actual.

Las marcas han sido aplicadas a través del tiempo en animales, monedas, objetos diversos, escudos nacionales, banderas, etc.

La marca en nuestro tiempo tiene tal importancia que es protegida por las leyes de cada nación.

Arriba. Logotipo creado especialmente para el «Hotel Río Grande», de la ciudad de Apatzingán, Mich., el cual fue elaborado mediante las características de la imagen gráfica corporativa.

Abajo. Logotipo creado con iniciales para una tienda de aparatos electrónicos.



Río Grande
HOTEL



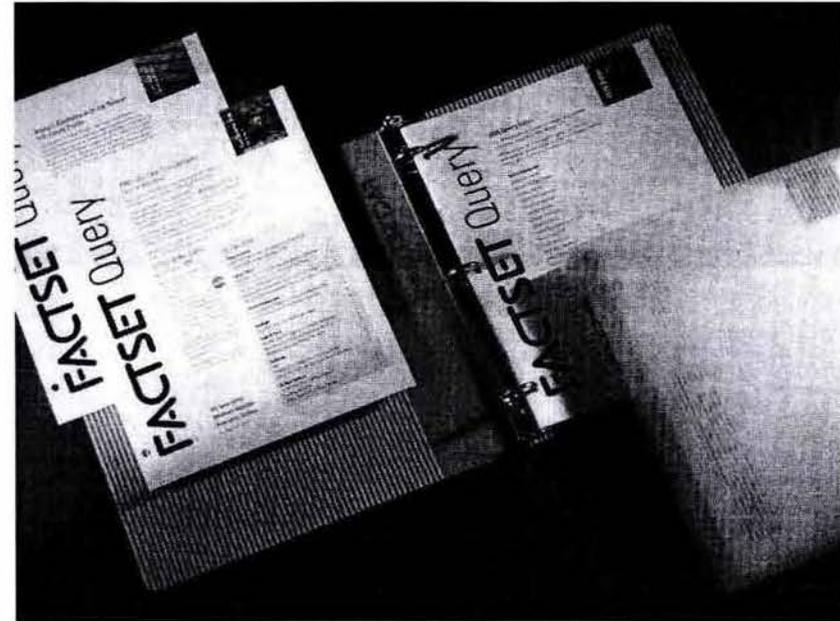
PET CLOTHING

Diseñar Programas de Identidad

Las diferencias que van de diseñar marcas gráficas y logotipos, a diseñar programas de identidad son mucho más profundas y complejas de lo que puede parecer a simple vista.

El paso que va de diseñar una marca o logotipo a crear un programa de identidad representa un abismo en cuanto a la complejidad de la estructura pragmática y psicológica de identidad y de imagen hacia el interior y hacia el exterior de una empresa o institución.

El diseño de programas es el salto del preindustrialismo a la era del marketing y la comunicación. Este cambio o interrelación está enormemente influenciado por el entorno socioeconómico



La imagen de algunas empresas o instituciones se basa solamente en el diseño tipográfico.

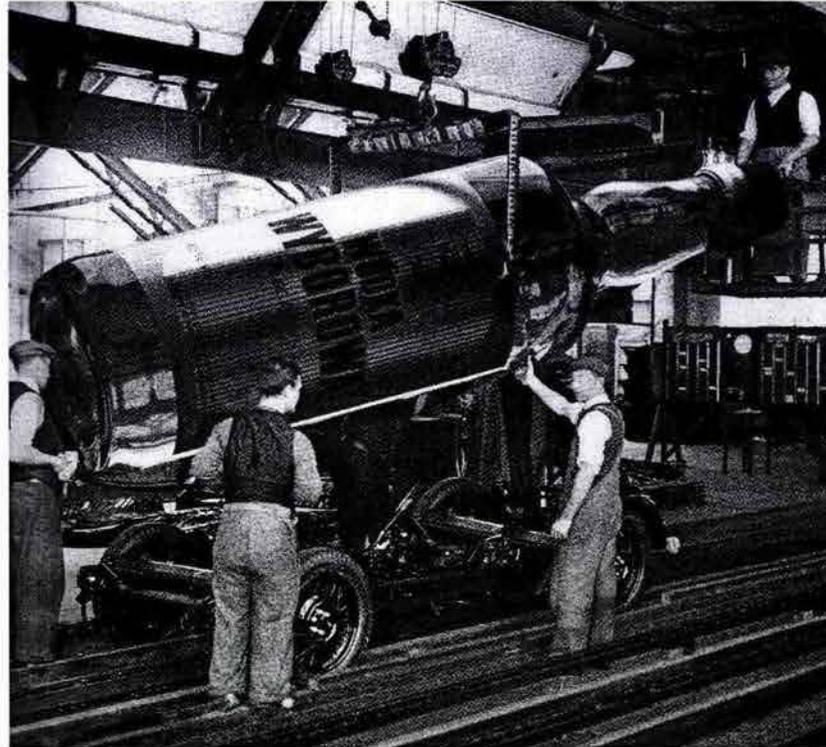
del consumismo, así como de los procesos y los avances tecnológicos además de los cambios de mentalidad introducidos por el desarrollo de la ciencia, la comunicación y de la información.

Establecemos como base de una identidad gráfica corporativa a la marca, pero le sigue el desarrollo de una identidad gráfica corporativa que después se transforma en imagen global que encierra el sentido de representación mental.

Al elaborar una Identidad Corporativa, se deben tomar en cuenta todos los aspectos de ésta, para que así, la imagen contenga lo que la empresa, institución o producto ofrecerá al consumidor.



La imagen global es la función del diseño total. La imagen global es la culminación del proceso de identidad y de imagen gráfica corporativa, y se constituye en un sistema multimedia, el medio ambiente en que se desarrolla la empresa y la actitud del personal que labora en ella.



La imagen global es el resultado de la trascendencia de una marca a través del tiempo.

La imagen global es el resultado de una mentalidad de comunicación, de una idea, y un concepto original y totalizador de un conjunto de criterios desarrollados.

El proceso cronológico de la marca a la identidad corporativa y de ésta a la imagen global no se entiende como una evolución en la que cada nuevo módulo anula a su precedente, si no al contrario, lo acumula progresivamente hacia una forma mas plena y organizada de comunicación.

Estilizar

Interpretar o describir convencionalmente la forma de un objeto haciendo resaltar sus rasgos más característicos.

La estilización es un recurso gráfico útil para la representación de personas, animales u objetos.

Niveles de Estilización

Representacional, se denomina así al nivel de estilización más cercano a la forma real que tienen los humanos, los animales o las cosas.

Abstracto, se conservan solamente los rasgos más representativos de la imagen a estilizar, simplificando sus formas.

Simbólico, la estilización adquiere su máxima simplificación en sus formas y se mantienen solo las más características.

Las estilizaciones deben funcionar como marcas o emblemas para las empresas o instituciones, así como para las demás aplicaciones como son los señalamientos.

Un gran número de proyectos de diseño gráfico son resueltos mediante la estilización de imágenes de acuerdo a los mensajes que se quieren expresar gráficamente en base a la institución o empresa en cuestión.



Nivel representacional.



Nivel abstracto.



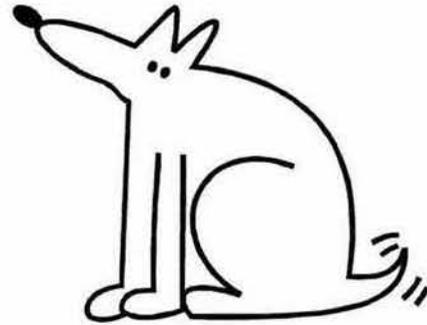
Nivel simbólico.

Podemos encontrar estilizaciones en productos, carteles, señalamientos, marcas, símbolos, etc.

Tipos de Estilización

a. Por contorno, la estilización se puede realizar en base a la silueta o contorno de una imagen; haciendo uso del fenómeno óptico figura-fondo.

b. Por delineado, este tipo de estilización se basa en las características del grabado, destacando el grosor de línea.



W W F

c. Por cerramiento, concebimos las imágenes estilizadas gracias al fenómeno óptico de «cerramiento» con el cual las imágenes tienden a ser completadas por la mente humana.

d. Por síntesis de rasgos, donde se exaltan sólo los más importantes.

e. Caricatura, las caricaturas son a su vez representaciones estilizadas de la gente, animales y de las cosas.

En caricatura, los tipos anteriores, el estilo que cada diseñador gráfico brinda a las imágenes que realiza es lo que las hace originales ante las demás.

Extremo izquierdo. Estilización por contorno de la señalización estándar mundial.

Arriba. Estilización por delineado aplicada a un logotipo.

Izquierda. Efecto de cerramiento logrado en la estilización de la imagen de la «World Wild Fundation».

Tipografía

La tipografía o el arte de transmitir mensajes por medio del lenguaje escrito tiene su origen en la creación y perfección del alfabeto por las culturas europeas antiguas como la fenicia y la romana.

Desde la época renacentista ya se trabajaba con tipos o modelos tipográficos romanos finos, con escribas e impresores como Nicolas Jenson y Aldus Manutius.

En el sentido estricto el mundo de la tipografía se refería a cada uno de los bloques de metal que ideó Gutenberg para imprimir textos.

Para responder a las necesidades crecientes del comercio y la publicidad, aparecieron en el mercado las primeras letras titulares verdaderas, ya en el siglo XIX los tipos egipcios de Vincent Figgins en 1805 y los Sanserifs de William Caslon tuvieron su aparición.

De esta forma se produjeron cientos de variantes de esas formas básicas de letras de exhibición y representaron para los impresores de esa época una experiencia excitante ya que el aspecto de los carteles, letreros, etiquetas, encabezados de las cartas, boletos y todo tipo de impresiones efímeras cambiaron completamente debido a la variedad de tamaños, pesos y formas de los tipos de que disponían los impresores.

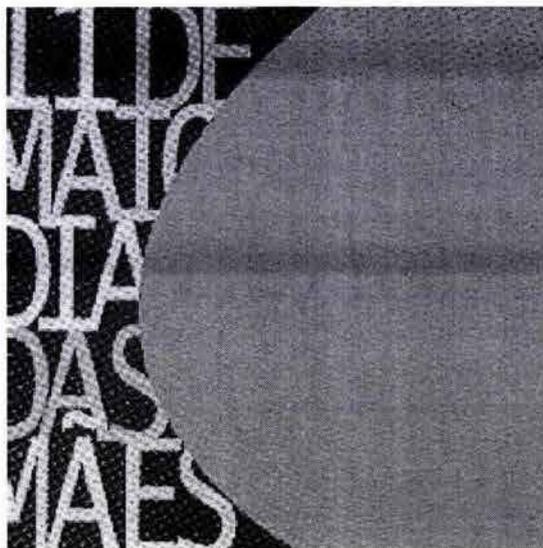


La tipografía adecuada a la imagen gráfica de los productos es responsable de transmitir todo un concepto.



Al diseñar los logotipos o marcas, se debe tener mucho cuidado en el manejo de la tipografía.

De cualquier modo, los libros se imprimían todavía en el estilo y el formato que establecieron los italianos en el s. XV; su composición se hacía en tipos modernos adulterados o en letras de estilo antiguo (old face) resucitado.



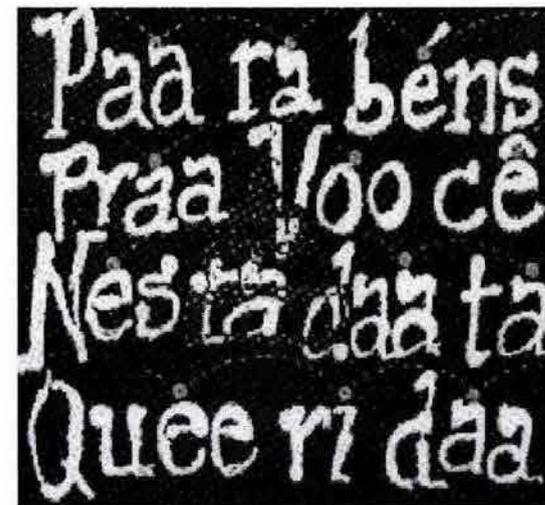
La primera rebelión contra el empleo de estos tipos atenuados inició con el impresor Chareles Whittingham en la década de 1840 en la Chiswick Press, haciendo revivir el tipo antiguo de Caslon.

William Morris protestó mucho más energicamente contra esa tipografía, debilitada en los libros posrenacentistas.

La evolución tipográfica significó el surgimiento de estilos diversos, cada uno de ellos con una intención particular.

En el s. XIX, se dan ejemplos agradables de tipografía hospiciadas por el movimiento Art Nouveau que se basaba en los trazos alargados y suaves que simulaban las tendencias de los pintores francés como Paul Gauguín y Rossetti.

La tipografía y su evolución renacen a principios del s. XX con el estilo tipográfico Bauhaus, justo cuando el mundo europeo estaba alborotado con los nuevos movimientos surgidos en todas partes.



Bases Tipográficas

Con la evolución tipográfica se especifican lineamientos en su uso como son la línea base de las letras, la línea superior y la distancia entre esas dos líneas que conocemos como altura de «x» o cuerpo de las minúsculas.

En el caso de las minúsculas, todos los trazos que rebasan hacia arriba la línea base superior se llaman «ascendentes». De la misma forma la línea de «las descendentes» limita los trazos que rebasan hacia abajo la línea base inferior.

La distancia entre la línea de las ascendentes y la de las descendentes se conoce como «tamaño de la letra».



La tipografía ha tenido a lo largo de los siglos, innumerables estilos.



Los diferentes tipos de letra son aplicados a imágenes gráficas comerciales, dependiendo del mensaje a emitir.

Las mayúsculas están apoyadas en la línea baja inferior.

En tipografía tenemos elementos como los fustes que son los trazos rectos verticales y las barras que son los trazos horizontales y que a su vez se apoyan en los fustes.

Existen de igual forma los trazos transversales o traviesas que son inclinados y que sostienen la estructura y que se apoyan en los fustes.

Por otro lado tenemos los trazos curvos que son todos aquellos formados por curvas cerradas y los bucles formados por curvas abiertas.

Los trazos terminales están al final de los dos grupos anteriores y son conocidos como serifs o patines y son triangulares, rectangulares, lineales, en forma de gota y en forma de uña.

Algunos otros elementos de la tipografía son más específicos a la escritura caligráfica como las «colas» o partes que tienden a alargarse.

La tipografía tiene dos clasificaciones generales que son fuente y familia.

Fuente, es el conjunto de los diferentes caracteres de un mismo estilo de letra.

Familia, que está constituida por las variaciones que pueden sufrir las fuentes en su peso, anchura, inclinación y tamaño. De igual forma tenemos el peso, que se refiere al grosor del trazo, de una misma familia podemos encontrar fuentes medium (medianas), light (finas) y bold (gruesas).

La anchura corresponde a la dimensión exterior de los caracteres medida horizontalmente.

Las fuentes inclinadas reciben el nombre de itálicas o cursivas y reflejan en su trazo la influencia manuscrita.

En cuestión de tamaños, tenemos las tipografías altas, bajas y versalitas.

Light o Fina
Normal o Medium
Pesada o Bold

Normal
Condensada
Extendida

Itálicas
Cursiva

Cada tipografía emite un mensaje específico dependiendo de sus rasgos lineales.

Las altas, versales o mayúsculas provienen de la costumbre de poner al inicio de un texto una letra más grande para brindar cierta importancia al comienzo de un escrito.

Las versalitas son también mayúsculas pero reducidas y ajustadas al cuerpo de las minúsculas.

En cuestión de imagen gráfica profesional se hace uso de los recursos tipográficos antes mencionados, además de que se analizan las cualidades morfológicas que tiene cada fuente para su adecuada aplicación en cada proyecto de diseño que se nos presente.

Señalización

Es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo es la técnica que organiza y regula estas relaciones.

La señalización puede significar una sofisticación técnico-lingüística del acto elemental de «señalizar». La señalización se define como un sistema de comunicación inductivo, autoritario e incluso totalizador de influir sobre las conductas. Constituye una forma discreta de guía a la atención y a la decisión optativa de los individuos, es decir, gráficos de utilidad pública.

Por lo tanto, la señalización es considerada en su justa medida por su potencial didáctico o autodidáctico, como medio de relación de los individuos y su entorno cotidiano.

La señalización nace de la ciencia de la comunicación social o de la información



y la semiotica, constituye una disciplina basada en la ingeniería organizacional, la arquitectura, el acondicionamiento del espacio y la ergonomía bajo los criterios de diseño gráfico.

La señalización responde a la necesidad de información u orientación que es convocada por el fenómeno de la movilidad social y el crecimiento o dispersión de servicios públicos y privados que se generan en el ámbito cívico, cultural y comercial, comprendidos en términos de transporte, seguridad, sanidad, circulación, animación cultural, ocio y otros tantos.

La señalización se aplica tanto al servicio de los individuos y su orientación en un espacio o lugar determinado para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos, así como para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones, como la movilidad social generalizada que supone el flujo de grupos de individuos de diferentes procedencias gráficas.

Los señalamientos son muebles públicos omnipresentes.

Estas situaciones de la vida cotidiana contemporanea plantean nuevos retos debido a intercambios sociales concentrados ocasionalmente en aeropuertos; centros médicos; almacenes; administraciones públicas, etc.

SEÑALIZACIÓN Y NUESTRO ENTORNO

Un complejo industrial, un parque zoológico, una administración pública, un hospital, un banco o el metro de la ciudad, constituyen cada uno de ellos un universo que encierra diferentes niveles cada uno de ellos con características muy precisas a las que debe sujetarse todo programa de señalización.

Así, todo espacio de acción obedece a una función precisa, por ejemplo una estación de ferrocarril, un museo o un parque público son considerados por sus funciones sociales.

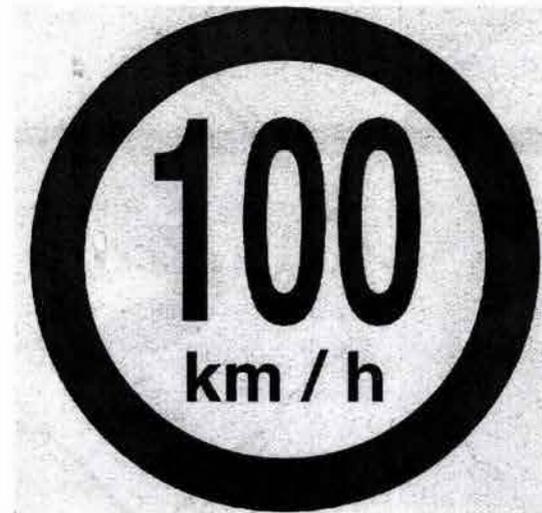
La estructura arquitectónica constituye otra dimensión del problema u otro nivel de adaptación señalética o de señalización. La señalización responde a las necesidades de conocimiento superficial, provisional y por lo tanto efímera.

La señalización despliega funciones esenciales que definidos como:

a. Sistema, es el conjunto de partes coordinadas entre si según leyes precisas que serán establecidas y especificadas funcionalmente por medio de programas.



Los señalamientos nos acompañan en todas partes, ya que constituyen un medio auto didáctico de información.

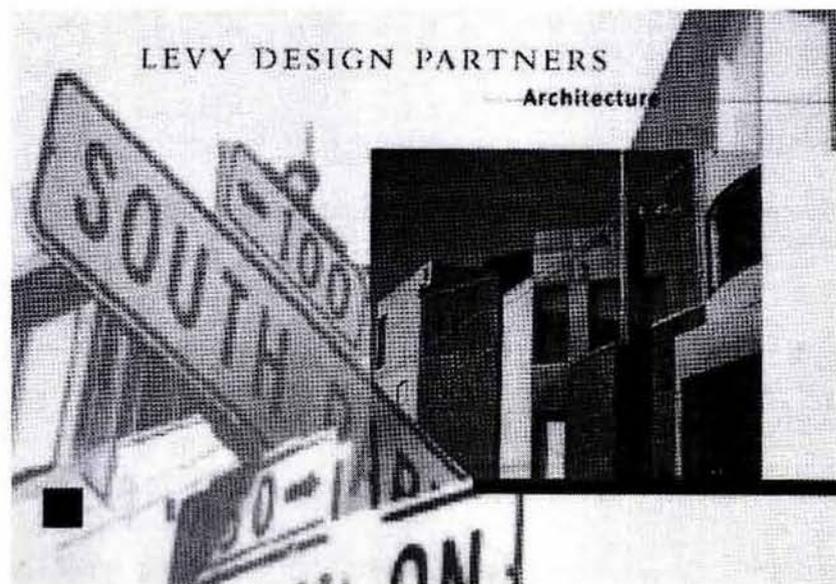


La señalización hace más fácil y seguro nuestro tránsito diario.

b. Por señales, es decir, estímulos breves que inciden en la sensación inmediata

c. Visuales, la visión como órgano receptor por naturaleza, es decir, la capacidad de captar instantaneamente todo un entorno global de comunicación.

d. Mensajes o contenidos informativos, que son el resultado inmediato de la percepción por medio de elementos cognocitivos que brindan la respuesta a una necesidad de orientación como receptor-usuario.



STANDARD INTERNACIONAL DE SEÑALES

En 1949, se celebró en Ginebra, Suiza, la conferencia vial de las Naciones Unidas aprobándose los lineamientos para señales de tránsito que fue aceptada principalmente por los países europeos. Estos lineamientos se sometieron al consejo nacional de la ONU, el cual sometió a revisión el proyecto con la asistencia de expertos en la materia y en 1952 se preparó un proyecto para un sistema uniforme de señales que posteriormente fue comunicado a los gobiernos de todo el mundo para que tomaran en consideración la conveniencia de aplicar el estándar mundial de señales.

Las tipografías recomendadas para la aplicación dentro de un sistema de señalización, son las que poseen características geométricas acordes a las proporciones de las tipografías romanas, además de que su armonía visual y su legibilidad son cualidades universales. Estas tipografías son: Univers, Optima, Antigua Oliva, Helvética, Arial, etc.

Las tipografías antes mencionadas son preferidas por el equilibrio entre los trazos gruesos y delgados por la apertura del ojo de cada caracter y por la carencia de adornos.

Los señalamientos de todo el mundo ocuparon una unificación sin que se perdiera el significado para cada una de las culturas.

La utilización del color tiene presencia en cada proyecto de diseño y el número de colores a utilizar depende no solo de restricciones de criterios de armonía visual, si no de factores económicos.

Los colores que seleccionemos en nuestro proceso de diseño tendrán una respuesta positiva o negativa en cada proyecto de diseño. Los colores ejercen una fuerte influencia en nuestra mente la cual relaciona cada uno de los tonos con circunstancias o nociones reales o imaginarias de la vida. Los tonos fríos (por ejemplo), se usan con frecuencia en los artículos de baño, bebidas, etc.

Los colores cálidos y brillantes en cambio son relacionados principalmente con lo moderno o juvenil, mientras que los tonos fuertes u oscuros son empleados en imágenes sofisticadas, serias o de cierta calidad.

Los colores producen estados de ánimo, proyectan sensaciones; los colores encendidos por ejemplo provocan excitación o alerta como el rojo, naranja o amarillo que

El color dentro de la señalización es importante, ya que por medio del color que se haya aplicado a un señalamiento, nos podemos dar cuenta de que clase de señalamiento es y que es lo que nos denota.



en combinación con un color oscuro o sombra como el negro crean una relación de más fuerza y atracción visual. En cambio, los colores claros o tintas brindan una sensación tierna y suave, fiel a lo que percibimos ópticamente.

Los colores naturales son una clasificación que incluye colores fríos, cálidos y neutros que se observan en la naturaleza y que se utilizan para denotar ese ambiente en caso de un proyecto de diseño de imagen que exija esa característica.

En cambio, los colores artificiales son los que difícilmente encontramos en la naturaleza como son los fosforescentes y metálicos, el uso de estos colores corresponde a determinados proyectos y debe hacerse con sumo cuidado ya que su saturación en una imagen puede resultar molesta para el espectador.

Existe también, la clasificación de colores juveniles, aunque esta última es por demás subjetiva ya que estos colores están ligados a las modas y por lo tanto esta clasificación es de la misma forma efímera.

Métodos de Rotulación e Impresión

Las técnicas de impresión son los procesos utilizados para reproducir texturas o imágenes como la imprenta, litografía, tipografía, flexografía, grabado y serigrafía. Todas estas técnicas utilizan mecanismos que consisten en aplicar sustancias colorantes a un soporte, ya sea de papel o plástico, para realizar múltiples reproducciones.

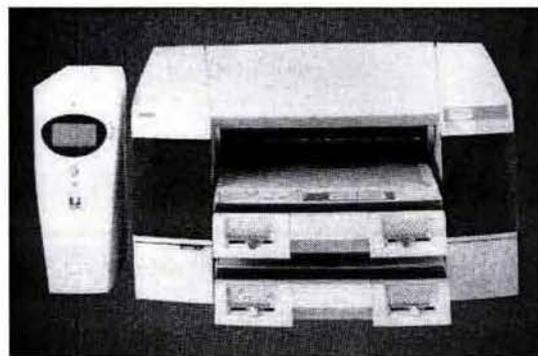
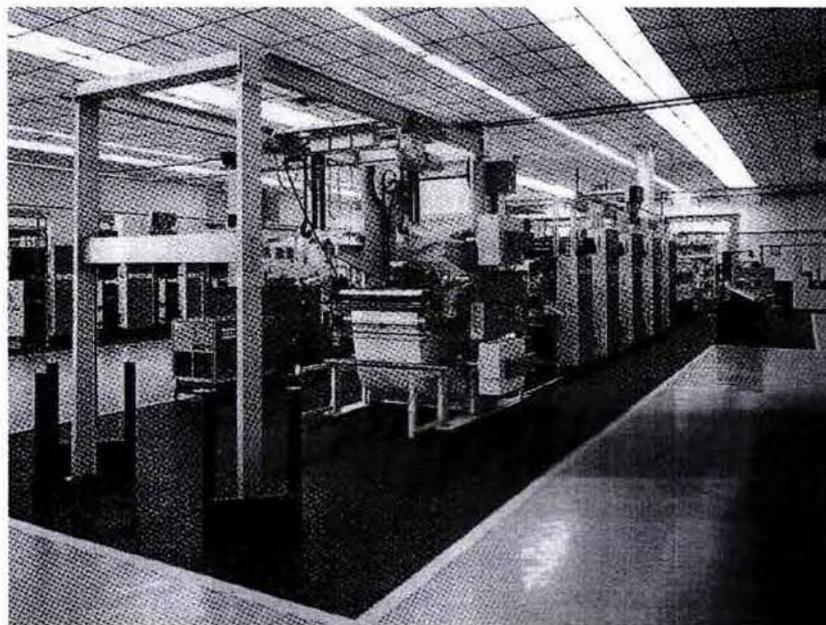
En una prensa de varios colores, es posible imprimirlos de una sola pasada. La **impresión mediante separación de colores** se basa en cuatro tintas transparentes (cyan, magenta, amarillo y negro), que permite reproducir con fina fidelidad fotografías y otras imágenes en color.

Desde los años setenta, los avances en fotografía y electrónica han revolucionado los sistemas de impresión.

Las imágenes generadas en los programas computacionales se transfieren directamente a las formas de impresión dando como resultado el término moderno de pre prensa digital.

A finales del s. XVIII, el alemán Aloys Senefelder sentó los principios básicos de lo que llamaría «litografía» que era un sistema de impresión a base de piedras que atraían la tinta y que permitían la reproducción de un gráfico centenares de veces.

La **litografía** fue el antecesor del offset, que basado en un procedimiento similar tiene la característica de permitir la impre-



El láser cambió drásticamente el concepto que se tenía de impresión de inyección de tinta sobre papel.

sión en un mayor número de materiales como el plástico y los metales.

El **offset** es usado todavía en nuestros días gracias a la inaugurable calidad que ofrece.

La **impresión en relieve**, es el proceso el cual aplica tinta a las zonas más prominentes de la superficie de impresión y después se transfiere al papel o a cualquier otro soporte.



Las imprentas actuales son cada vez más completas, ya que las exigencias en cuanto a calidad de impresión han ido en aumento.



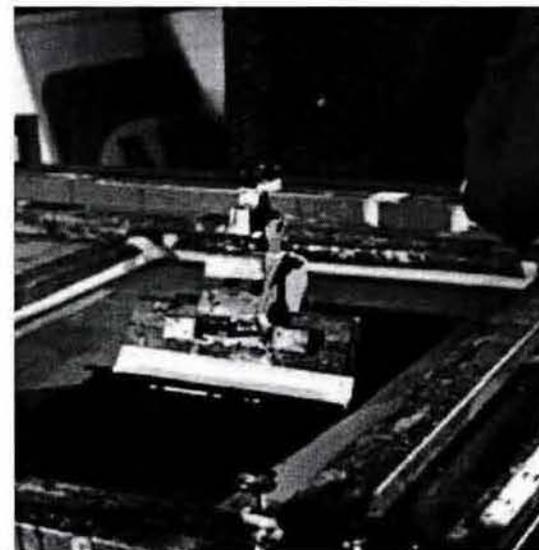
La impresión en offset sigue siendo el método de impresión más común por sus bajos costos.

En la actualidad se utiliza solo un proceso de impresión en relieve conocido como **flexografía**, que es muy útil para la impresión de envases de polietileno u otros materiales como el aluminio, siendo los mas usados en nuestros días.

La **serigrafía** es denominada así, por la impresión a través de mallas de seda. Es la técnica de impresión que tiene un caracter artesanal pero que se ha llegado a industrializar, ya que sus aplicaciones son múltiples y ofrecen una calidad en su apariencia inigualable.

La serigrafía se basa en el fenómeno fotosensible que se presenta en la emulsión que es aplicada a la malla de impresión hecha de hilos de seda.

La **impresión electrofotomecánica** se basa en las modernas copiadoras electrostáticas de oficina, ya que disponen de una superficie de impresión que se forma instantáneamente mediante la fotografía o escaneado del original.



La serigrafía es el medio de impresión que se lleva a cabo de manera artesanal o industrial y que por sus cualidades de calidad ha resistido el paso de los tiempos modernos.

La **impresión por inyección de tinta**, es un conjunto de inyectoros de tinta controlados por computadora, los cuales pueden generar imágenes sobre una hoja de papel en movimiento. Las impresoras más complejas son capaces de generar imágenes con calidad fotográfica en segundos.

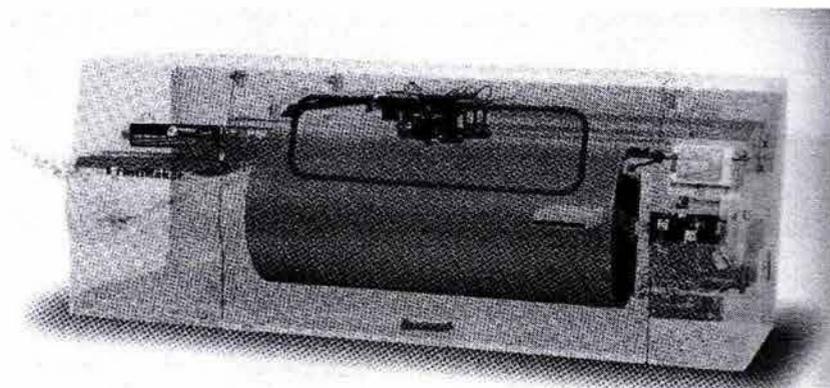
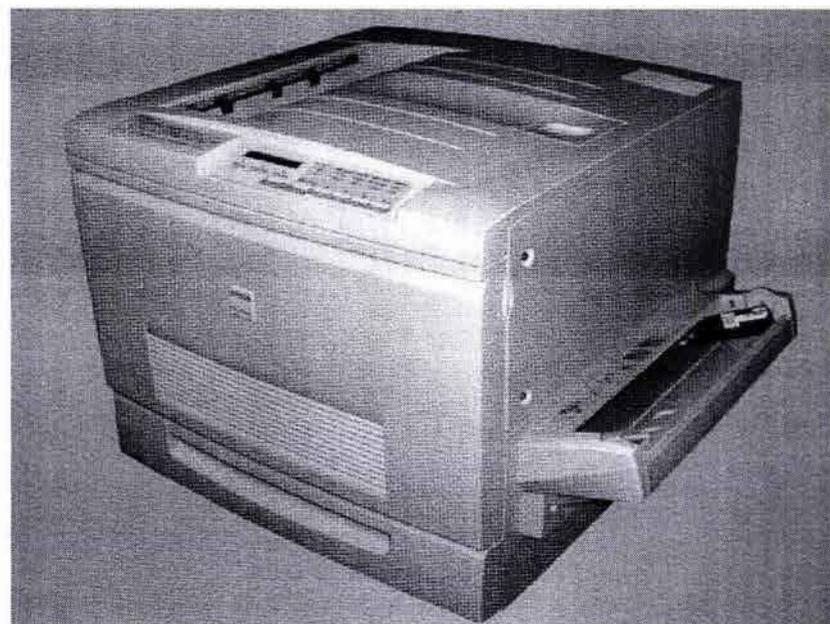
La **impresión en plotter** se basa en el mismo principio de las impresoras de inyección de tinta, solo que las dimensiones de impresión son mucho mayores. Es importante destacar que existe el plotter de inyección de tinta para papel fotográfico únicamente y otro para imprimir sobre superficies plásticas e impermeables como lonas.

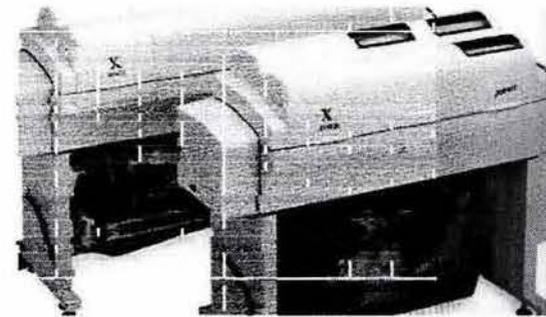
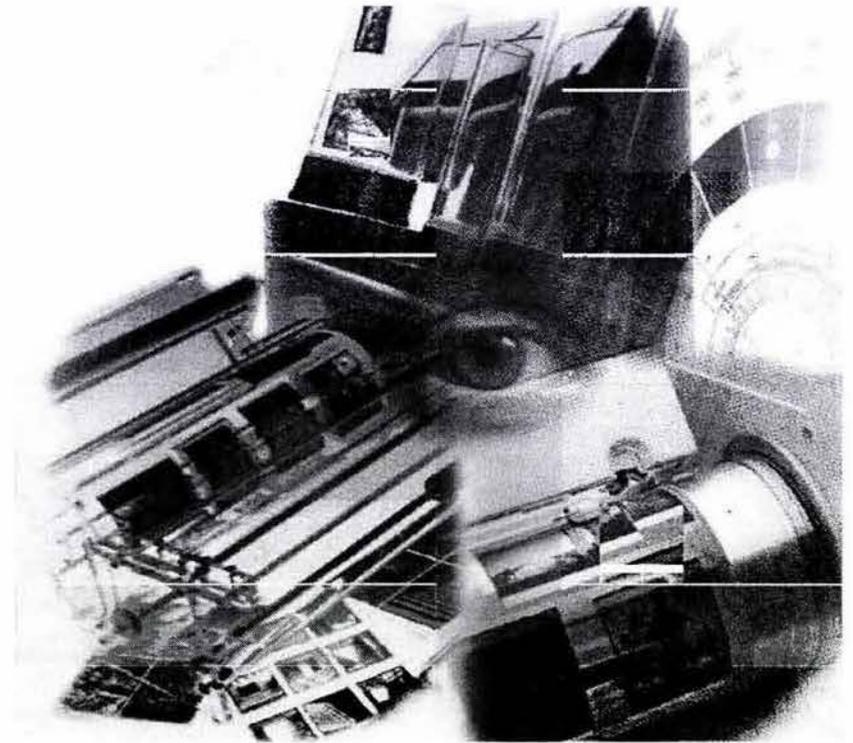
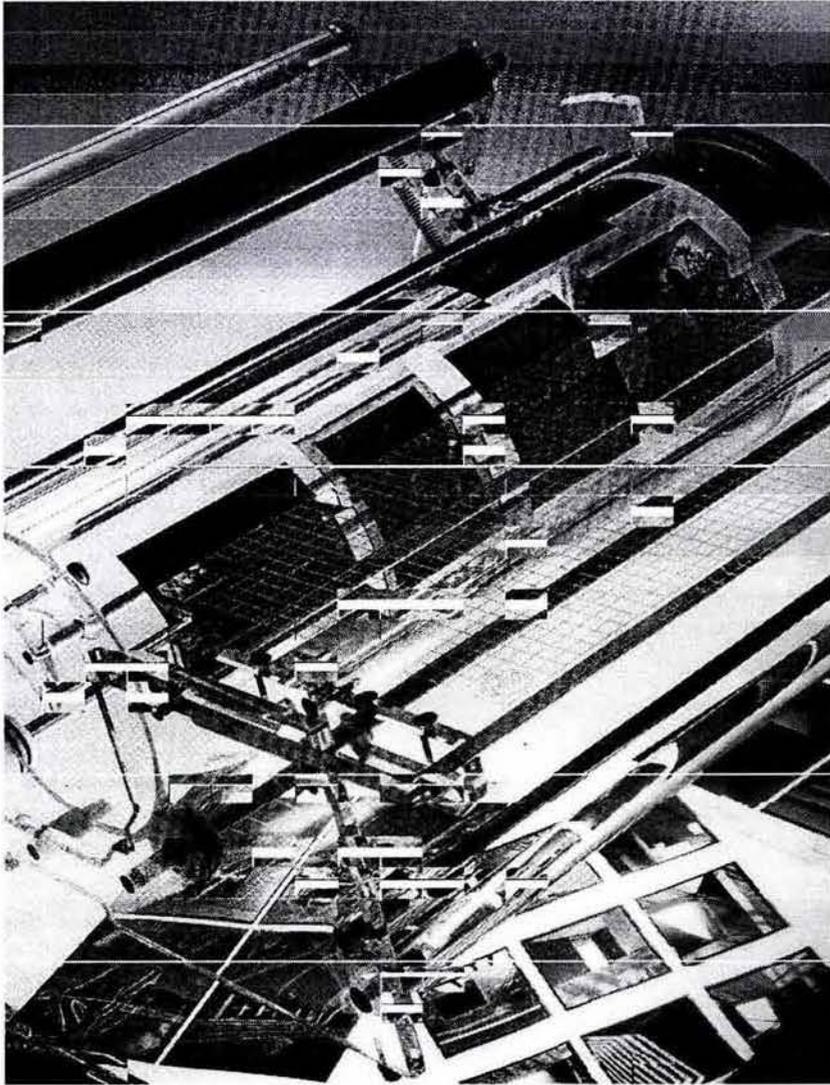
El **plotter cortador de vinil** se basa en la transferencia de imágenes contenidas en una computadora a una superficie de vinil de un color determinado que es cortado por una delgada hoja de metal.

El vinil utilizado en este sistema, tiene una cualidad autoadherible y es soportado por una hoja de papel sedoso que facilita su desprendimiento y que no es perforado por la hoja de corte.

La impresión en plotter, nos proporciona impresiones de gran tamaño ya sea sobre papel o sobre vinil.

El plotter de corte, es útil para rotular por medio de vinil autoadherible.





La tecnología actual permite la impresión de efectos gráficos cada vez más complejos con una excelente calidad.

Acabados

Después de la impresión de papelería es necesario hacer un acabado para que el material impreso se convierta en un objeto terminado, como un libro, un folleto o una carta con membrete.

Llamamos acabado a una serie de detalles u operaciones que darán a nuestros trabajos una mejor presentación.

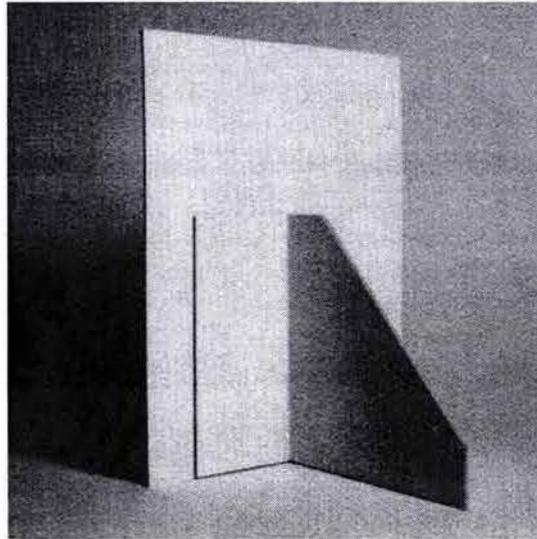
Las técnicas de acabado más comunes son las siguientes:

a. Perfilado, es el recorte de bordes o formas complejas y se elabora mediante el uso de una cuchilla metálica.

b. Encolado o pegado, este término se refiere a la fijación por medio del pegamento de las piezas que conforman la estructura de un soporte de cartón para un cartel o señalamiento, por ejemplo.

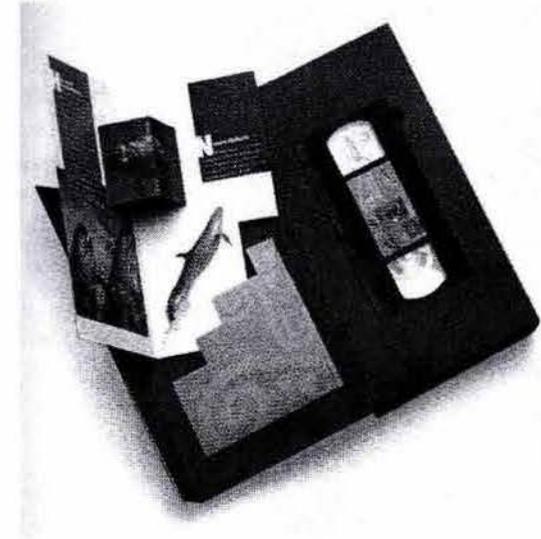
c. Montaje, fijación del papel a un soporte más firme que puede ser de madera o de plástico.

d. Plastificado, protección de la superficie impresa con una película transparente y brillante de plástico que además aísla la pieza de la humedad.



Izquierda. Montaje de una fotografía en un soporte rígido, el cual ayudará a darle una buena presentación y un excelente acabado.

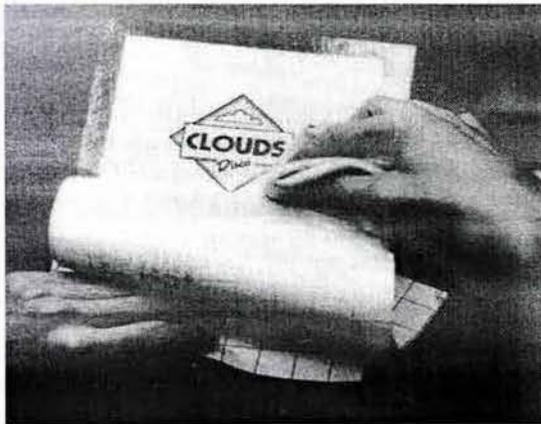
Derecha. El perfilado es uno de los acabados que le dan una presentación con buena calidad a cualquier tipo de trabajo profesional.



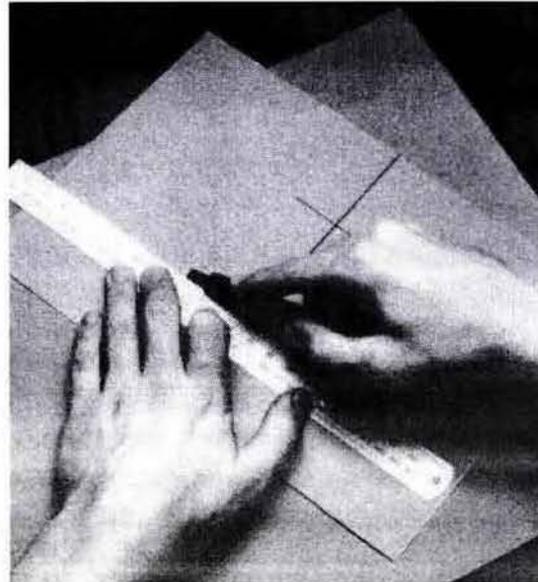
e. Barnizado, para este tipo de acabado, se procede a aplicar una ligera capa de una sustancia líquida transparente a la superficie impresa.

f. Realce, impresión seguida de elevación de la imagen impresa, (muy usado en tarjetería española).

g. Relieve, para el acabado en relieve se imprime la imagen en la superficie con un molde caliente que se prepara a partir de un grafismo establecido.



*Izquierda. Plastificado.
Arriba. Rayado.
Derecha. Libro con pastas metalizadas.*



h. Metalizado, para dar el metalizado, se aplica a la superficie impresa una matriz caliente que deposita una lámina metálica.

Conceptos Básicos del Proceso de Encuadernación

Imposición

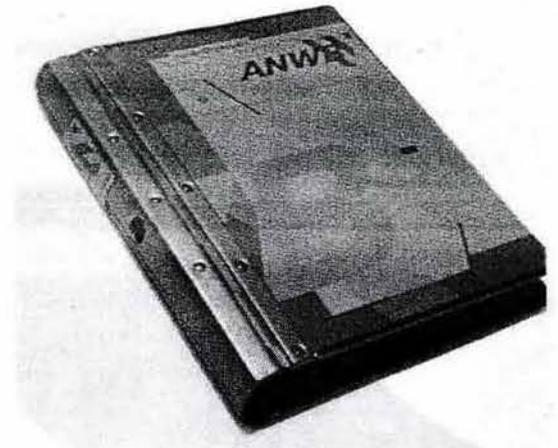
Llamamos así a la distribución ordenada de las páginas en el pliego y es labor del impresor realizarla.

Plegado

Consiste en pasar el pliego sobre un lecho plano en el que hay una ranura, a través de ésta, una cuchilla de borde redondeado empuja el pliego que a continuación pasa por un par de cilindros que doblan el papel por la línea precisa.

Rayado

Para doblar materiales gruesos como el cartón, se procede a rayar a lo largo de la línea del pliegue para romper las fibras y facilitar la operación.



Corte

La máquina con la que se corta el papel se llama guillotina, y varía muchísimo en cuanto a su nivel de automatización y refinamiento.

Las máquinas más exactas tienen un dispositivo que sujeta firmemente el material a cortar, aumentando así la calidad del producto final.



Libro de Diseño Gráfico, el cual después de haber sido cortado y pasado por la técnica del alzado, se empastó con tapas duras.



Ediciones especiales encuadernadas con tapas duras.

Alzado

Se denomina alzado a la colocación de las páginas en el orden que han de encuadernarse y leerse.

Los cuadernillos de los libros se alzan automáticamente pero algunos otros documentos similares compuestos por hojas sueltas se alzan frecuentemente a mano a partir de la clasificación de grupos de hojas iguales.

Encuadernación

Este procedimiento depende sobre todo del número de hojas, lo cual es necesario saber antes de preparar el trabajo final.

Al encuadernar se debe de respetar en absoluto el área impresa de las páginas.

Cosido o Grapado

En este método, las páginas se cosen o se grapán para mantenerlas unidas. El cosido del lomo permite abrir la publicación por completo y leerla sin necesidad de sujetarla, a fin de que no se cierre.

Pegado

Es el método de la encuadernación habitual de las ediciones en rústica. El libro se guillotina por los cuatro lados para igualar también el lomo.

En la encuadernación en rústica, se corta primero el lomo y después se pega, se pliega y se adhiere la cubierta.

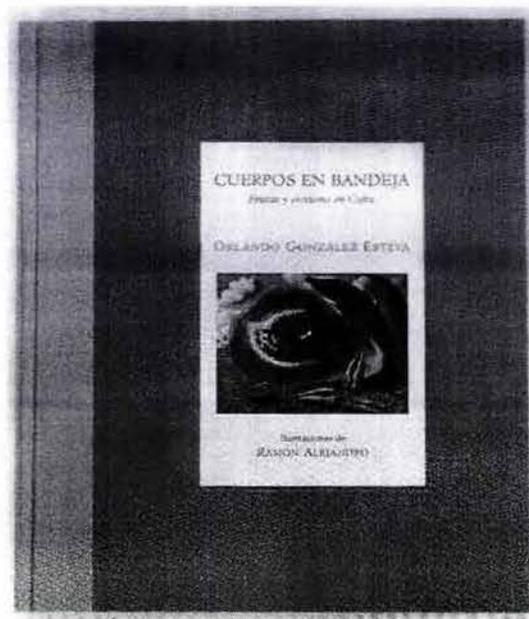
Además de este acabado de pegado, se puede añadir una sobrecubierta protectora.

Encuadernación con Tapas Duras

Los diversos cuadernillos que forman el libro se cosen y se protegen con una cubierta rígida que se sujeta a aquellos por medio de cintas cosidas al lomo, esta forma de encuadernación se llama de lomo plano.

Engargolado

Este acabado es muy sencillo y requiere de una máquina especial que perfora las hojas y las pastas y sirve para adecuar el gargol de plástico o de metal a través de las hojas mismo que permite el libre movimiento o abatimiento de las páginas.

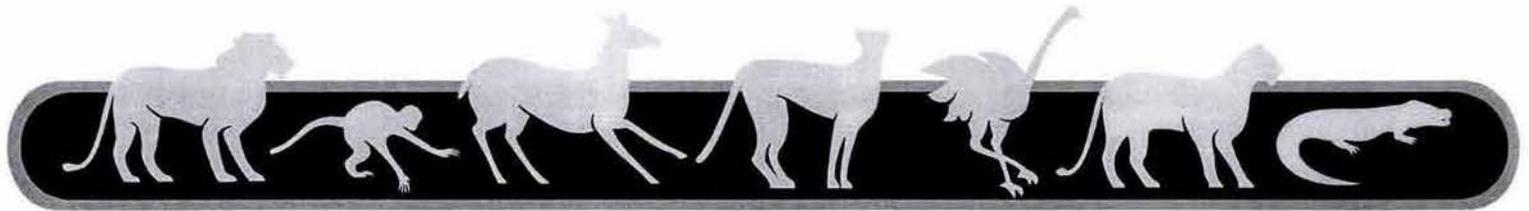


La encuadernación con tapas duras es uno de los acabados más utilizados.



Engargolado con arillo metálico.

Conclusiones



Conclusiones

 Durante la investigación y análisis de la Imagen Gráfica actual del Parque Zoológico «Amanecer» de la ciudad de Apatzingán, Michoacán, se determinó que efectivamente existe un problema de identidad y presencia gráfica en el lugar, mismo que repercute en la nula difusión del mismo y en la escasa asistencia a pesar de que el Zoológico se encuentre en condiciones ambientales aceptables.

El Parque Zoológico carece de una imagen gráfica completa que sea atractiva a la ciudadanía, con el fin de que se genere un posicionamiento en la gente y una mayor difusión de los atractivos recreativos que el lugar ofrece.

Así, a través del Diseño Gráfico, se trabajará en la solución de la Imagen Gráfica

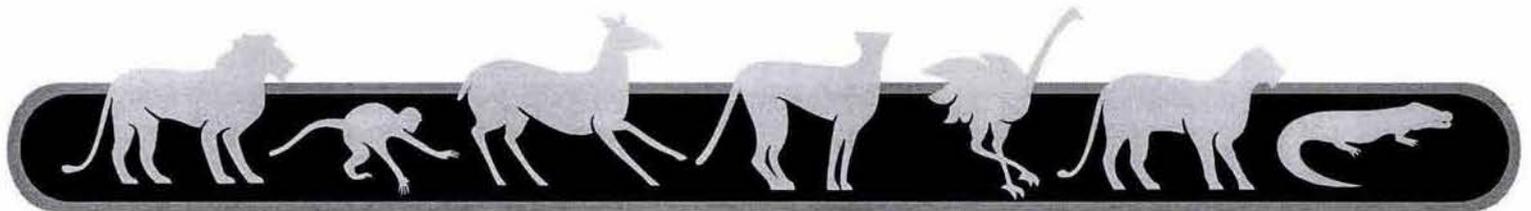
del Parque para después atender a las necesidades más apremiantes como son:

- a) Llevar a cabo las aplicaciones necesarias como en papelería; y exteriores.
- b) Una señalización adecuada que facilite la identificación fácil de las especies animales y de los servicios públicos y viales.
- c) Diseño de iconos decorativos que vayan de acuerdo a la imagen gráfica que se elija.

De esta forma, se pretende contribuir a un mejoramiento sustancial en la imagen y en la asistencia masiva a este zoológico que representa un lugar con mucho potencial en un futuro no muy distante.

SEGUNDA PARTE

Aportación Gráfica



Proceso de Diseño

El diseño de un manual de Imagen Gráfica requiere la resolución previa del concepto básico del lugar que representará gráficamente ante la sociedad.

La imagen que haya sido electa, deberá serlo por sus cualidades, tanto gráficas como conceptuales, asegurando así la diversidad de aplicaciones que sean necesarias y que serán incluidas en el manual.

A continuación se muestran los bocetos de las ideas que surgieron en el proceso de diseño de la imagen básica del Parque Zoológico Amanecer de Apatzingán, Mich.



Al principio se siguió un concepto muy tropical, se estilizaron algunos ejemplares del zoológico y se buscaba encontrar la ar-

monía entre las estilizaciones y la tipografía, además de que se integraron elementos alusivos a la región de tierra caliente.



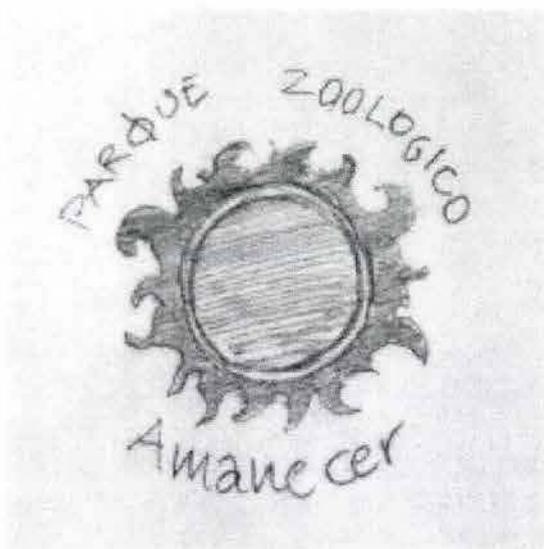
Arriba e Izquierda. Las primeras ideas resultaban muy similares a lo que ya se había visto en otros zoológicos, además que se dudaba de la eficacia de las estilizaciones de animales en plasta.

Después, como se muestra en el boceto arriba, se buscó representar a través de estilizaciones el reino animal y se utilizaron las siluetas de algunos de ellos, buscando con ésto evitar lo demasiado representacional.

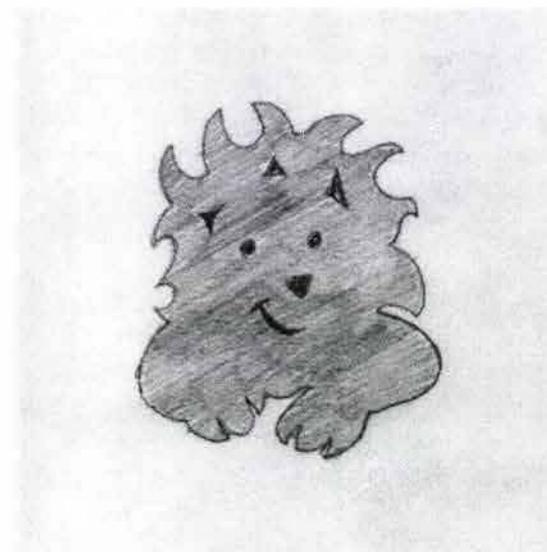
Después de analizar las distintas ideas que iban surgiendo durante el proceso de diseño de la imagen del parque, se dedujo que lo más adecuado sería seguir la línea de una imagen divertida e infantil por ser éstas las características fundamentales del ambiente del lugar, no obstante, aún no se identificaba la idea clave que nos serviría para desarrollar todo un manual de imagen gráfica; mientras tanto, se siguió jugando con las líneas, las tipografías y los conceptos hasta acercarse a la idea final.



Arriba. La idea de trabajar con un sol en vez de animales estaba latente desde el principio, además de que se seguía intentando establecer una muy buena composición entre los elementos: tipografía y figuras animales.



Parque Zoológico
amanecer



Al estar resolviendo ideas gráficamente, conjugando las siluetas con distintos juegos tipográficos, se bocetó el leoncito que vemos arriba, sin advertir de pronto que esa idea era el comienzo de todo el concepto gráfico.

Una vez que se obtuvieron suficientes ideas, se procedió a combinar estilos utilizando en ocasiones, los mismos elementos, dando con esto un afinamiento a los conceptos que se tenían.



Izquierda. Se trabajó en la estilización de varios animales más y se trató de llegar con ésta idea a un concepto lúdico, solo que aún no funcionaba como logotipo en todas las aplicaciones que se harían.



Izquierda. El sol simboliza obviamente el amanecer y aunque no era ésta una idea contundente, si sirvió para heredar parte de las líneas solares para conformar nuestra idea final.



Izquierda. Aquí podemos observar el uso de las siluetas de una pareja de leones, una vez más tratando de encontrar la mejor idea y la más funcional.

En las imágenes que se presentan en ésta página se puede apreciar la tendencia minimalista, además de que se usaron colores fuertes en ambas muestras.



Una vez hechas las combinaciones necesarias, se decidió trabajar con solo dos de las ideas tras haber eliminado a las demás.



La imagen que podemos observar a la izquierda poseía mucho impacto presentada a color pero no funcionaba muy bien en blanco y negro, sin embargo fué la opción número dos, compitiendo con el «león-sol».



Parque Zoológico
amanecer

El león no había sufrido muchos cambios desde el boceto inicial, aunque faltaba afinar más sus líneas para completar su armonía visual, así, se continuó bocetando su composición a la par con varias tipografías.

En ésta página podemos observar las diversas formas en que se jugo con la composición de lo que sería la imagen gráfica del parque zoológico «Amanecer» de Apatzingán, Mich.

Parque Zoológico



amanecer

El la figura arriba, podemos apreciar que la ubicación de los elementos gráficos aún no resultaba del todo idónea.



La tipografía es otro aspecto importante, pues aunque ya se habían hecho pruebas aún no se encontraba la cual pudiese representar y dar verdadera identidad a la imagen, es decir, se necesitaba de cierta fuerza visual.



Arriba. Aquí se muestra como el león aún «no hayaba so hubicación» dentro la imagen gráfica.

La tipografía que se eligió al final respondía muy bien al concepto lúdico e infantil que se pretendía, se hicieron muchos ajustes tipográficos para aumentar la legibilidad y la armonía del mismo, además que se logró que el logotipo en sí adquiriera su esencia genuina y su propia presencia gráfica ante las demás imágenes.



Para arreglar los últimos detalles al logosímbolo se afinaron las líneas del símbolo, emplastando las partes interiores del león accentuando así el peso visual del símbolo.

El león se hizo en color amarillo, pues debía denotar las llamas solares. La tipografía se bocetó de manera que resultara una armonía en el contraste de color. Es por eso que el logotipo comienza con un color cálido que es el amarillo del león, combinado con el naranja que igualmente aparece en la tipografía que lo sostiene, y termina con un color neutro que es el verde, haciendo la imagen más agradable visualmente.



En la imagen abajo podemos apreciar que ya había evolucionado la imagen en cuestión de tipografía, no obstante se siguió trabajando en ello, corrigiendo cada detalle que surgía en base a encuestas hechas al público en general.



Una vez hecha la encuesta sobre las ideas anteriormente presentadas, se eligió la que aparece en la parte superior, ya que su diseño responde muy bien al concepto que se seguía. La imagen es consti-

tuida por un símbolo y un logotipo, el símbolo es la estilización de un león asomándose sobre la tipografía del logotipo, concediéndole la integración necesaria para su armonía visual.

El logotipo como unidad básica de la imagen del Parque Zoológico «Amanecer» es el resultado de la labor de investigación que lo respalda, así como del trabajo gráfico que se siguió hasta optimizar sus líneas, adquiriendo el suficiente impacto, peso y armonía para utilizarse de manera favorable.



Señalización

El diseño de la imagen gráfica del Parque Zoológico «Amanecer» de Apatzingán fué complementado con el diseño de los señalamientos, éstos se hicieron una vez que había sido establecida la imagen básica (en éste caso, logotipo).

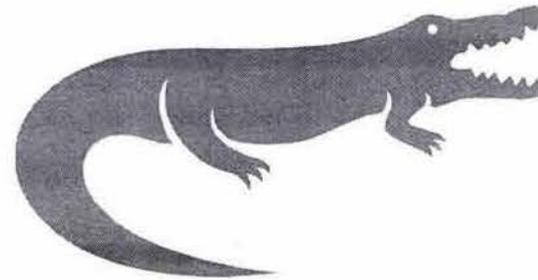
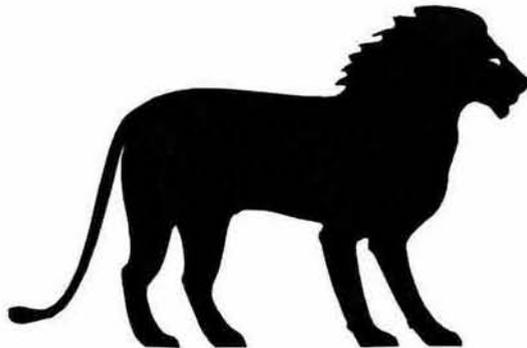
Los señalamientos debían seguir formas similares a las empleadas en la imagen básica además de denotar el mismo concepto gráfico. A continuación observaremos las primeras estilizaciones que se lograron en base a fotografías de va-

rios de los ejemplares animales con los que cuenta el parque zoológico.

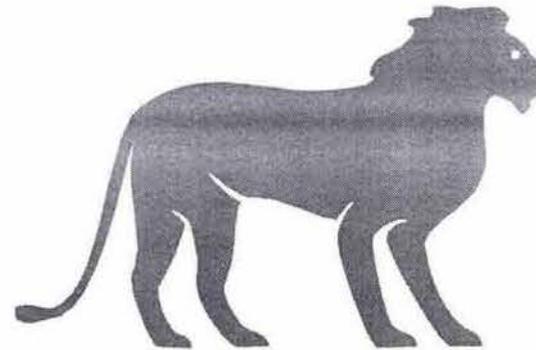


Arriba. El cocodrilo fué el primer animal que fué estilizado, además de que dió la pauta de estilo, el cual evolucionó hasta llegar a definirlo de manera concreta a través de sus rasgos.

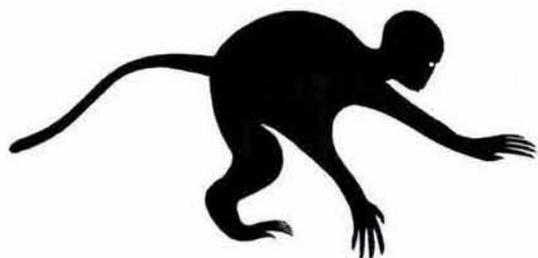
Abajo. El león se había estilizado casi de manera representacional, lo cual no correspondía a las líneas abstractas y amables del logotipo.



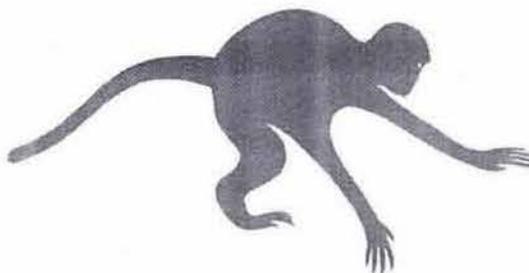
Arriba. Aquí se muestra como se hicieron algunos cambios en los gráficos respecto al anterior a fin de simplificar las formas y seguir un mismo estilo.



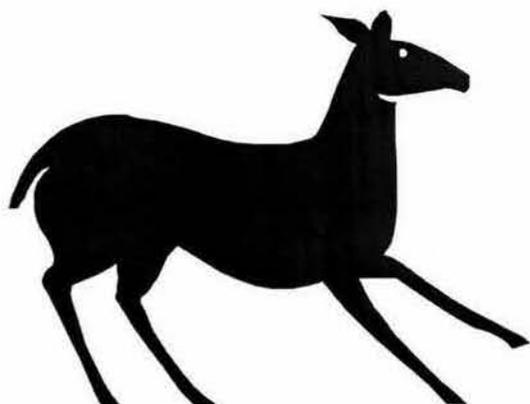
Arriba. De igual forma, el león sufrió cambios (para bien), y se logró una abstracción en los trazos, los cuales lucían muy agresivos tanto en sus líneas como en su aspecto en sí.



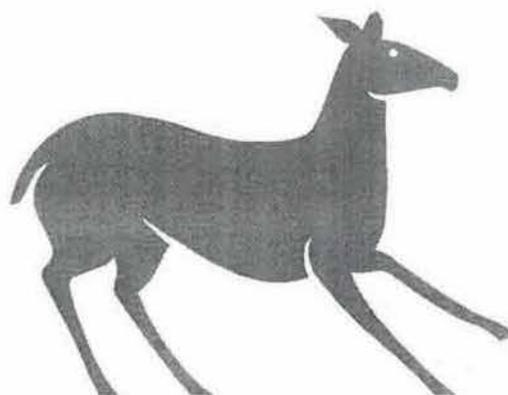
Arriba. Otro de los ejemplares utilizados para señalización es el «Mono Araña», el cual parecía todavía humano debido a que su posición fué compuesta de varias fuentes gráficas.



Arriba. Aquí, podemos observar la mejoría en cuanto a los rasgos propios de la especie animal.

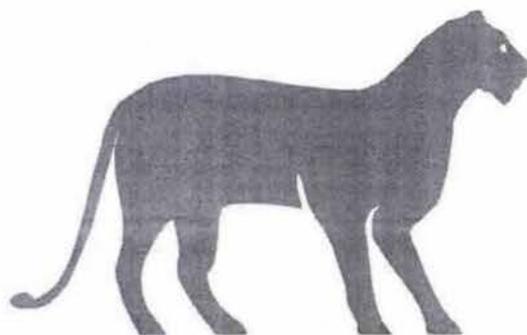
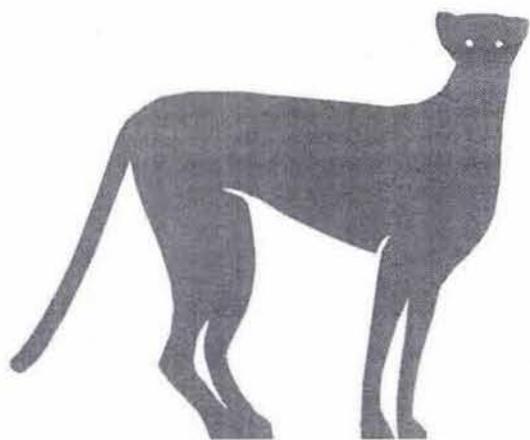


Arriba. La estilización del Venado cola blanca fué de las soluciones gráficas más notables en cuanto a la continuidad de estilo, lo cual se puede observar en el rasgo que separa a la cabeza del cuello.



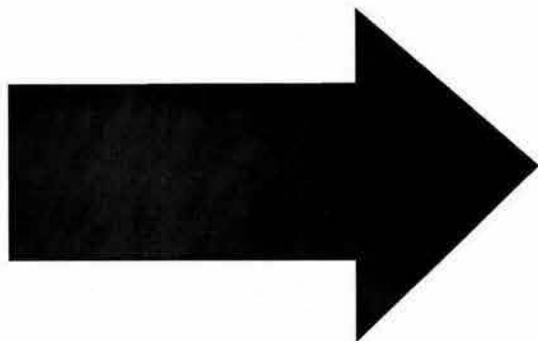
Arriba. El Venado Cola Blanca fué igualmente adaptado al estilo gráfico anteriormente propuesto.

Aunque algunos ejemplares animales no fueron incluidos en los dummies de señalización, si se utilizaron en otras aplicaciones como elementos decorativos.

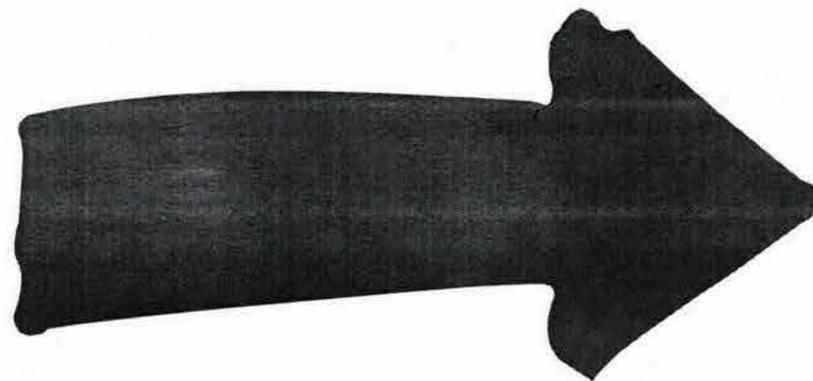


Abajo. Unificar el estilo de los gráficos de la señalización fué muy importante y lúdico al momento de trabajar en ellos. Así, se consiguió presentar un equidad entre todos los elementos que conforman el manual de imagen gráfica.

Los señalamientos direccionales tambien sufrieron un rediseño o bien una adaptación al concepto y al estilo gráfico.

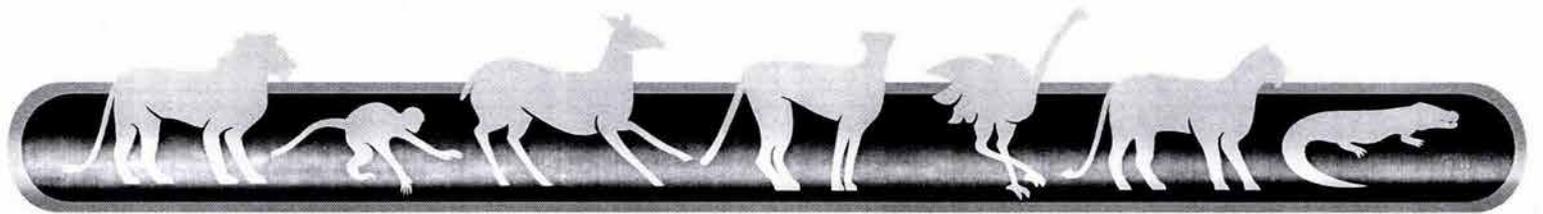


Arriba. Flecha direccional que había sido presentada en las pruebas del manual de imagen gráfica. Esta tenía trazos muy rígidos y no concordaba con lo «orgánico» de las formas que caracterizan a la naturaleza, es por eso que se cambió.



Arriba. Aquí se muestra la flecha electa, una vez que se le concedieron rasgos menos rectos, sugiriendo las formas caprichosas de la naturaleza.

Manual de Identidad Corporativa





La Composición que se utilizó para el manual de Identidad Corporativa se diseñó en base a una retícula, la cual permite al diseñador gráfico ordenar de una manera más sencilla y armónica las hojas que componen este manual.

Un manual de imagen gráfica sirve para que el cliente o el diseñador gráfico que esté a cargo del manejo de las aplicación de la imagen gráfica siga al pie de la letra las indicaciones y lineamientos de diseño que hayan sido previamente dispuestas por el diseñador gráfico que realizó el proyecto.

El manual es un elemento gráfico de consulta, pues es ahí donde se especifica como deben ser utilizados cada uno de los gráficos que contiene el manual. Cualquier modificación sobre el diseño de esos elementos gráfico deberá notificarse con el diseñador gráfico creador del proyecto original.

Introducción



La Imagen Gráfica Profesional es hoy en día el soporte en el que se apoya el éxito de la mayoría de las empresas e instituciones.

Los mensajes gráficos son emitidos continuamente por el diseñador Gráfico a la sociedad y es esta la que da respuesta al estímulo visual que se genera a través del Diseño Gráfico, de ahí, la importancia de aprovechar su utilidad.

A continuación se presenta la Imagen Gráfica del **Parque Zoológico "Amanecer"** de la Ciudad de Apatzingán, la cual se realizó en base a la investigación correspondiente tanto del lugar, las personas que asisten al zoológico así como de sus propios habitantes.

El resultado que se obtuvo de la aportación de diseño fue muy positivo, ya que se cubren las necesidades de comunicación que hacen falta en el lugar a fin de que se propicie una mayor afluencia al mismo.



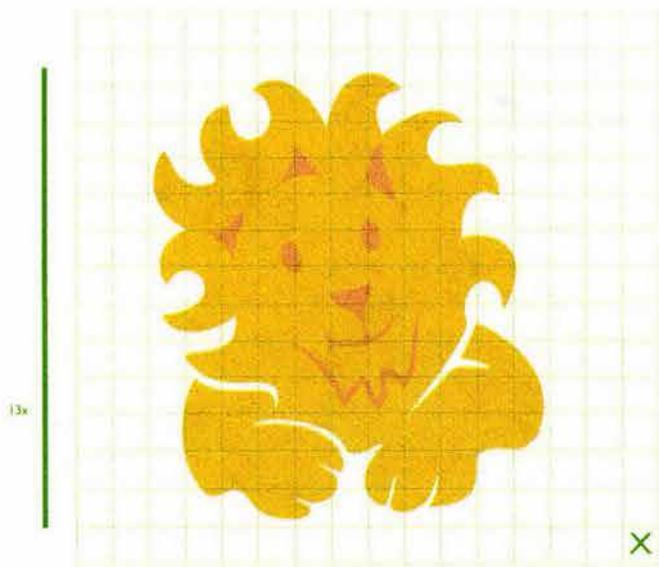
Símbolo a Color



El símbolo para el **Parque Zoológico "amanecer"** de **Apatzingán** fue hecho con el suficiente peso visual a fin de que le fuerza a la imagen gráfica institucional. La melena del león tiene una semejanza con los rayos del sol, además de ser reforzada con el color amarillo.



Red de Trazo del Símbolo



11x

X = 1 centímetro



Símbolo Blanco y Negro



El Símbolo Blanco y Negro nos sirve para apreciar como funcionan las formas o el mensaje que transmite el gráfico en si en ausencia de algún color en específico.



Logotipo a Color

Parque Zoológico
amanecer

La Tipografía, que en este caso llamamos Logotipo, se ha elegido de acuerdo al Símbolo, es de carácter infantil; lúdica, para dar así un marcado dinamismo a la unión de ambos elementos gráficos. Por ser este dirigido a los infantes, su diseño es acorde a la imagen conceptual que se quiere proyectar del Parque Zoológico.



Red de Trazo del Logotipo



10x

X = 1centímetro



Logotipo Blanco y Negro

**Parque Zoológico
Amanecer**

El Logotipo, también podrá aplicarse en los colores blanco y negro, ya que en algunas ocasiones se requerirá del empleo de éstos colores, al igual que el símbolo.



Logosímbolo a Color

**Parque Zoológico
Amanecer**

El logosímbolo del Parque Zoológico "Amanecer" se realizó teniendo en cuenta aspectos tanto culturales como del entorno del lugar.

La Tipografía se escogió acorde al concepto informal, dinámico y de tierra caliente que se quiere proyectar, por lo tanto, se recurrió a un juego en la misma, dotándolas de movimiento.

La pieza gráfica obtenida responde muy bien a las necesidades de comunicación visual que en el zoológico se tienen, además de ser una imagen gráfica original, pregnante y de mucho impacto visual, lo cual la hace ser versátil para la gran cantidad de aplicaciones que se pueden tener.



Logosímbolo Blanco y Negro



En esta página podemos apreciar el logosímbolo en color negro con lo que queda comprobada su funcionalidad en distintas aplicaciones que así lo requieran.



Logosímbolo a una Tinta



En el dado caso de que el logosímbolo deba ser aplicado en un solo color lo más conveniente es usar el verde pantone 376, por ser el de mayor peso visual.



Escala de Grises



Será siempre importante que un logo no pierda su legibilidad al ser fotocopiado o enviado por fax, es por eso que en este apartado se da una muestra de su funcionalidad en estas situaciones.



Los Colores Corporativos



El color es el elemento que dota de fuerza y peso visual a toda imagen, además siempre ayuda a reforzar el concepto a transmitir por medio de su influencia en el ánimo de las personas.

Esta imagen debe reflejar la personalidad de un parque, que por un lado es un centro de recreación pero de igual manera debe remarcar su función en la preservación ecológica por medio de su labor de protección a las especies en peligro de extinción.

Por lo anterior para esta imagen fueron seleccionados colores brillantes que denotaran frescura, alegría y dinamismo, estos colores son amarillo, naranja y verde.



Variantes Autorizadas

A)



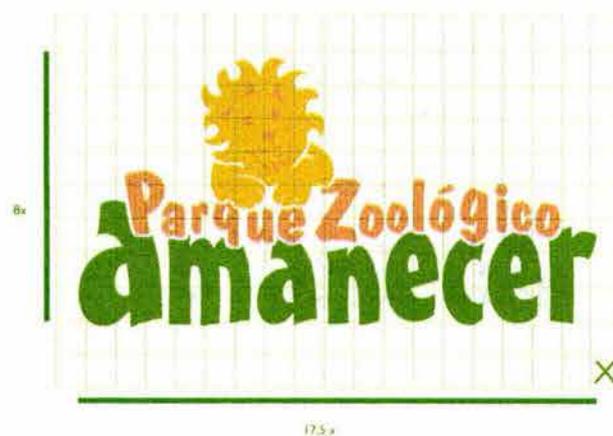
B) **Parque Zoológico**
amanecer

Las únicas dos variantes autorizadas serán el uso de la tipografía y el gráfico que forman el logotipo independientemente, si alterar el orden ni la posición de los elementos, como se muestra en las figuras "a" y "b", ya que de cualquier otra manera se alteraría el concepto planteado inicialmente.

La tipografía deberá conservar siempre su composición y nunca ser cambiada por otra ni alterada de ninguna manera.



Red de Trazo



X= Altura de la letra "r"

El uso de una retícula, ayuda a guardar los espacios entre los elementos que forman un conjunto de gráficos, como puede ser un logotipo, en este caso nos servirá para conservar las proporciones planteadas originalmente para el logo, todo con la intención de no alterar su forma.



Área Restrictiva



El área de restricción es el espacio que queda libre de todo elemento, la cual no pertenece al logotipo.

Este espacio equivale a la altura de "x", la cual en esta ocasión es la altura de "z", tal y como se muestra en el ejemplo.



Escala de Reducción



En esta página se puede apreciar la funcionalidad del logotipo ante las reducciones, las cuales soporta a la perfección sin mostrar alteración alguna, la reducción mínima recomendable para cualquier aplicación es la medida de 2 cm.



Variantes de un sólo color



Pantone 376 CV



Pantone 164 CV



Fondos de Color



Pantone 376 CV al 100%



Pantone 1235 CV al 100%



Pantone 164 CV 100%



Tipografías Institucionales

a) Tipografía Institucional la cual se usa en la palabra "Amanecer", la cual es parte del Logosímbolo

Mister Earl BT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!#\$%&'()*

b) Tipografía Institucional que se usará en la otra parte del Logosímbolo "Parque Zoológico"

DomBold BT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!#\$%&'()*



Tipografías Auxiliares

a) Tipografía auxiliar la cual se usará en todas algunas aplicaciones que la empresa requiera, abajo se presentan las diferentes tipografías de una misma familia, pueden utilizarse una u otra

Arial Narrow

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!#\$%&'()*

Arial Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!#\$%&'()*

Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!#\$%&'()*



Tipografías Auxiliares

b) Tipografía auxiliar que puede ser usada para alguna aplicación extra que la empresa requiera

Times New Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!#\$%&'()*?;

c) Tipografía auxiliar, se usará cuando la empresa requiera hacer un texto.

Humanst52 | BT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!#\$%&'()*?;



Usos Incorrectos



a) Nunca se deberán cambiar las tipografías que forman el logotipo.



b) Como ya se mencionó la imagen y las letras se podrán usar por separado, pero cuando sean usados en conjunto lo más recomendable es no alterar el orden de estos dos elementos.

En esta página se muestran algunos ejemplos de usos NO correctos que pudieran llegar a hacerse en el logotipo, lo cual afectaría la buena imagen de la institución y deformaría su identidad corporativa afectando la identificación del hotel por parte del público, así como falta de unidad en la imagen de la misma.



Usos Incorrectos



d) Deformar la imagen es un error común en la imprenta, así que es importante recomendar que no suceda.



d) La elección de los colores que lleva el logotipo fue hecha con cuidado, y presando siempre en la empresa. Por esto es de vital importancia que estos colores sean siempre respetados.



Tarjeta de Presentación



En todas las aplicaciones de papelería básica se utilizaron los elementos decorativos como fondo, utilizando una sombra interactiva con una opacidad de 25, un fundido de 15 y un ángulo de 1.192.

La tarjeta de presentación nos muestra la imagen que tendrá la papelería básica del lugar, como se muestra en el ejemplo.

El Logosímbolo del Parque Zoológico aparece en la parte superior de la tarjeta, para tener así suficiente jerarquía ante los demás elementos. En la papelería se manejan la estilización de algunos animales contorneados con sombras interactivas que le brindan originalidad a la composición gráfica.



Hoja Membretada

3 cm

1.8 cm

8 de Mayo de 2001

**Parque Zoológico
amanecer**

Estimado Señor Presidente:

Por medio de la presente, nos complace informarle que la Administración actual del Parque Zoológico "Amanecer" de Apatzingán ha recibido una pareja de jirafas que fueron donadas y trasladadas por el Zoológico de Morelia a través de la -Semarnap.

Jorge Luis Castañeda
presidente

Av. Constitución de 1824 s/n Col. Centro Tel: (51) 533-54-85 Apatzingán, Michoacán



Sobre Membretado

2.4 cm

3.4 cm

10.5 cm

6 cm

**Parque Zoológico
amanecer**

Av. Constitución de 1824 s/n Col. Centro
Tel: (51) 533-54-85 Apatzingán, Michoacán

Area de restricción del logotipo



Artículos Promocionales Playera



Parte trasera



Artículos Promocionales Playera



Parte delantera



Artículos Promocionales Llaveros



Uno de los objetos promocionales que se han elaborado para el Parque Zoológico Amanecer, han sido las dos opciones de llavero que se presentan en la parte superior de esta hoja, los cuales van impresos en serigrafía.



Artículos Promocionales Taza y Gorra



Otros de los artículos promocionales que se han elegido son taza y gorra, las cuales serán impresas a tres tintas, esto es con el método de serigrafía.



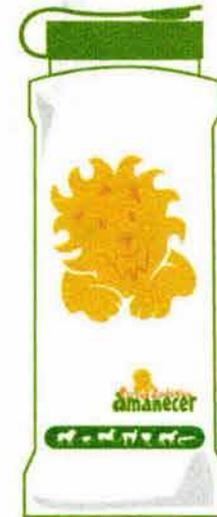
Artículos Utilitarios

Bote de Basura



Artículos Promocionales

Termo



Boletos



El boleto será impreso en selección a color por ser más conveniente dado el número de tintas que será usado. Este pase de entrada será desprendible a fin de que el visitante conserve parte del boleto como un "souvenir".



Automóviles



Los Vehículos del Parque Zoológico "Amanecer" deberán ostentar el logotipo del parque en ambos lados del automóvil, además de una placa decorativa a la altura de los estribos, como se muestra en la ilustración arriba.



Señalamientos (Informativos)



35 cm



Señalamientos (Informativos)



35 cm



Señalamientos (Informativos)



35 cm



Señalamientos (Informativos)



35 cm



Señalamientos (Prohibitivos)



Señalamientos (Prohibitivos)



Señalamientos (Direccionales)



35 cm



Señalamientos (Direccionales)



35 cm



Señalamientos (Restrictivos)



35 cm

20 cm



Señalamiento (Informativo)



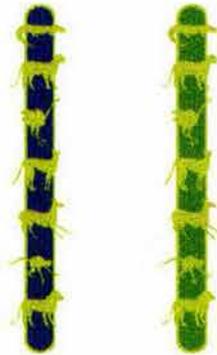
Artículos Utilitarios (Bote de Basura)



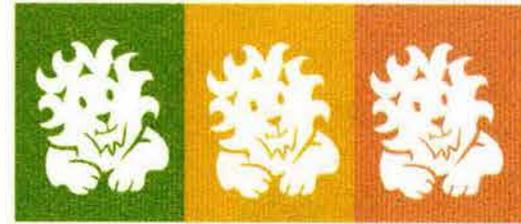
Elementos Decorativos



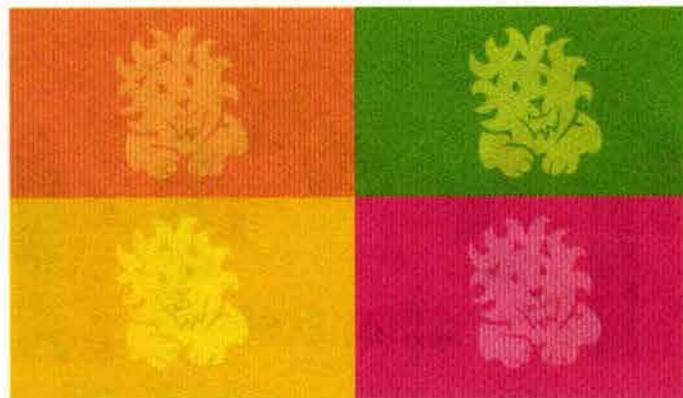
Elementos Decorativos



Elementos Decorativos



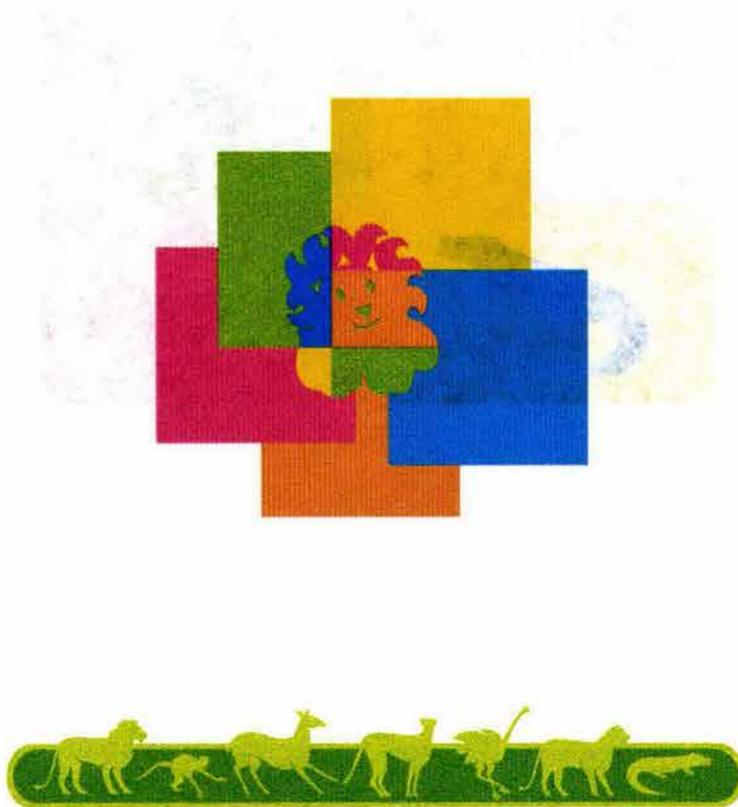
Elementos Decorativos



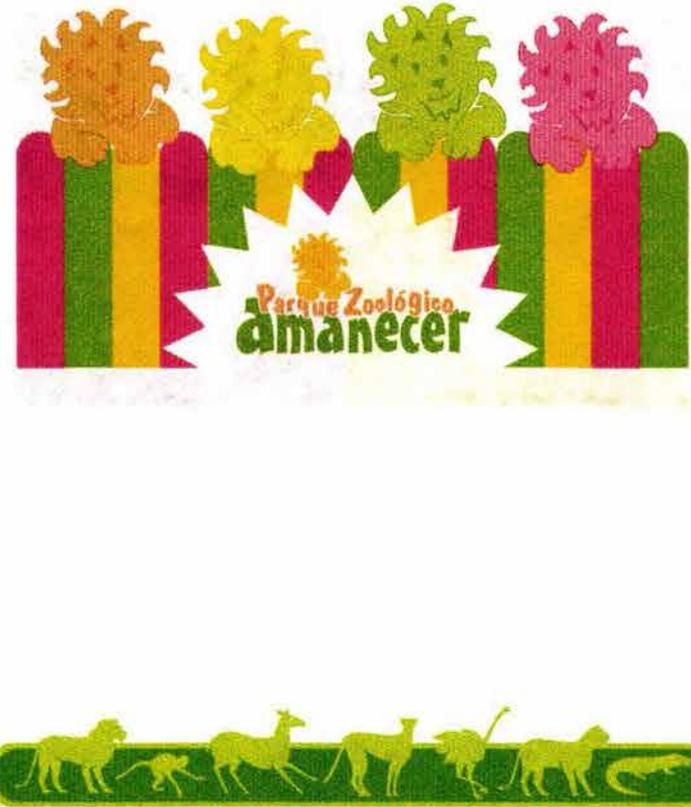
Elementos Decorativos



Elementos Decorativos (Murales)



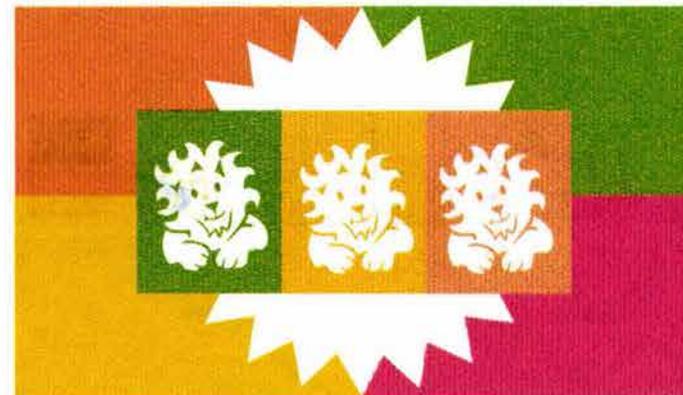
Elementos Decorativos (Murales)



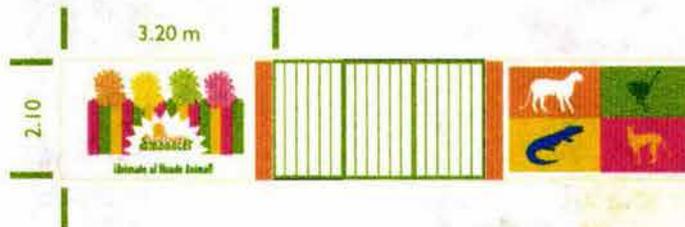
Elementos Decorativos (Murales)



Elementos Decorativos



Murales (Especificaciones)

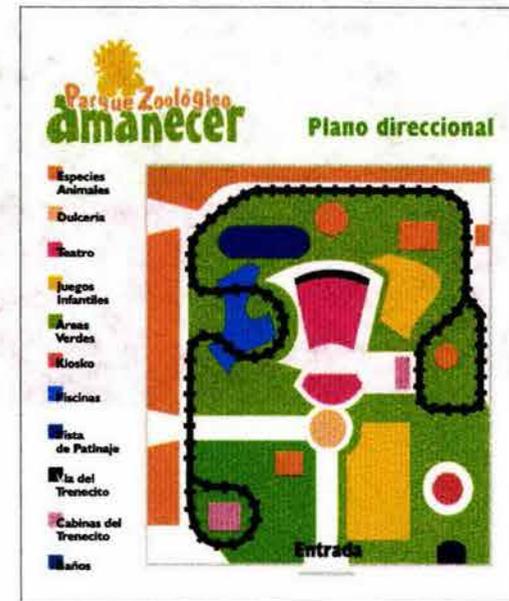


Todos los murales deben ser rotulados en el área exterior y deberá respetarse un margen de 15 a 25 cm., a excepción de aquellos que por su diseño rectangular alcancen los extremos izquierdo y derecho.

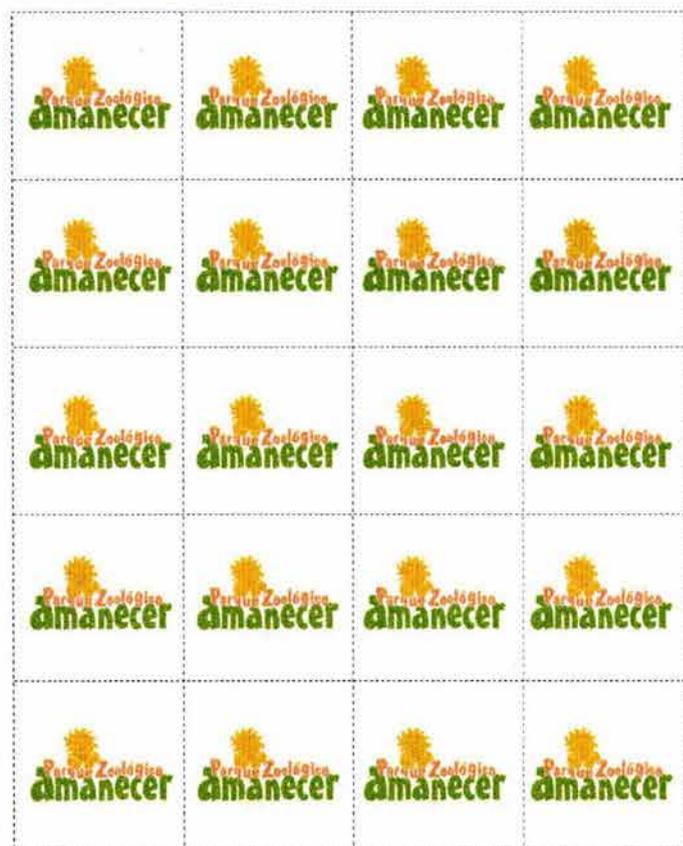
Todas las pilastras deberán ser de color naranja y las rejas de color verde tal como se muestra en la parte superior. Los murales deben repetirse al terminar la serie de siete a lo largo del muro que circunda el área del Parque zoológico



Plano Direccional



Muestras Recortables



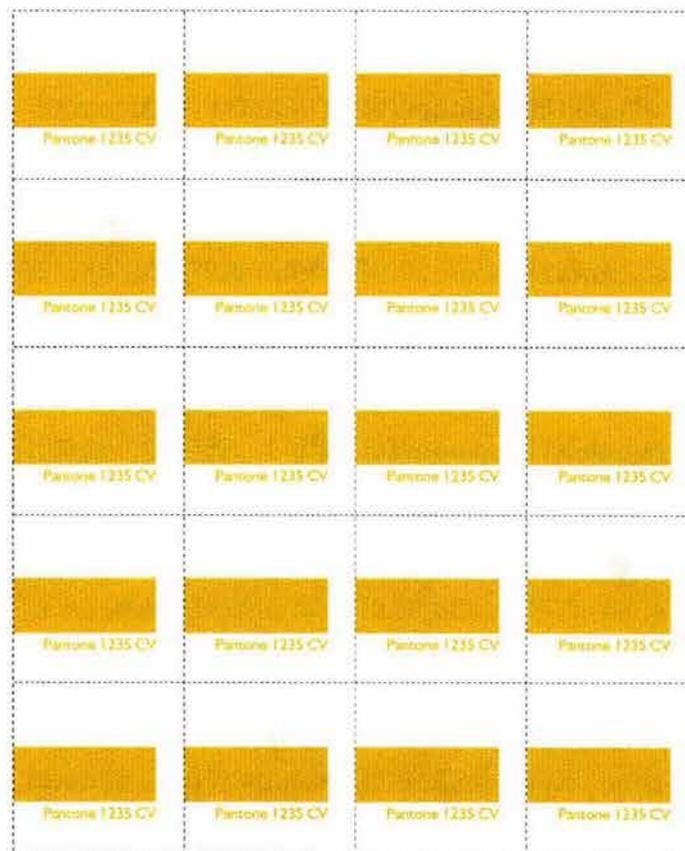
Muestras Recortables



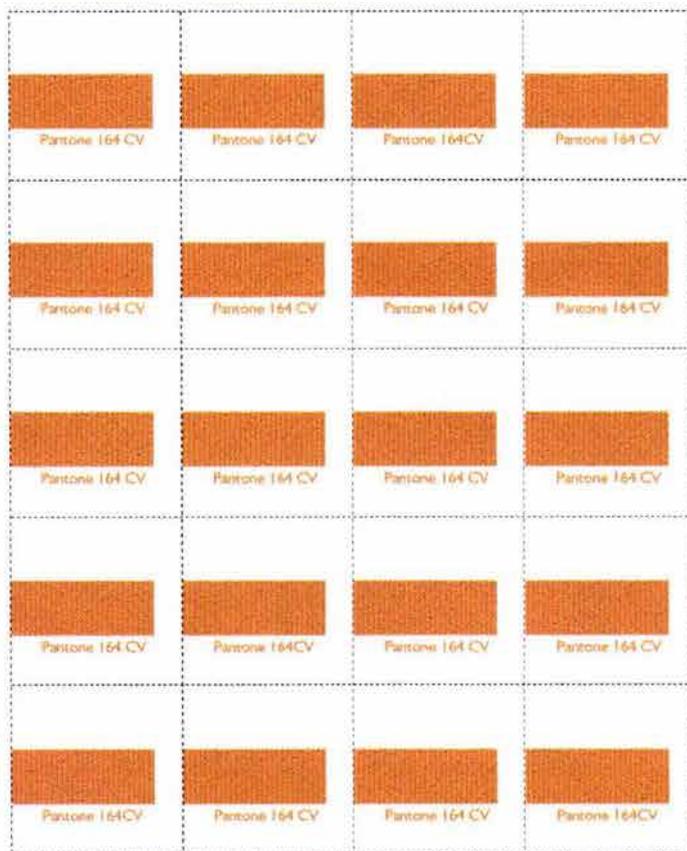
Muestras Recortables



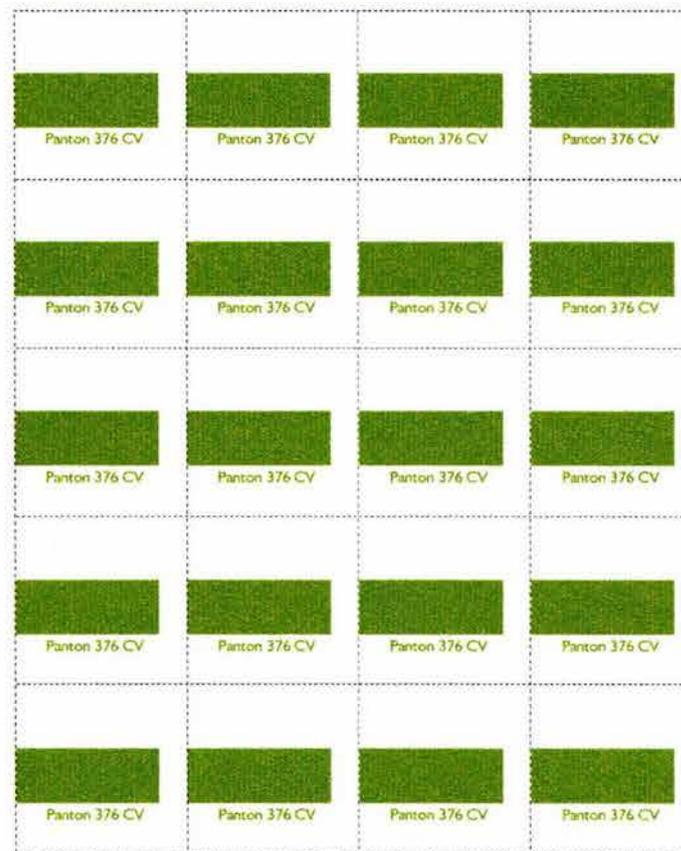
Muestras Recortables



Muestras Recortables



Muestras Recortables



Métodos de Impresión

A continuación se muestran los lineamientos de impresión así como los métodos en los que cada aplicación deberá ser impresa. Lo anterior se determinó en base a criterios de estética, resistencia a los factores ambientales y económicos.

Los Colores Corporativos

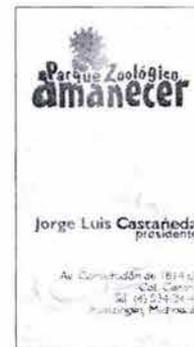


Pantone 326 CV

Pantone 144 CV

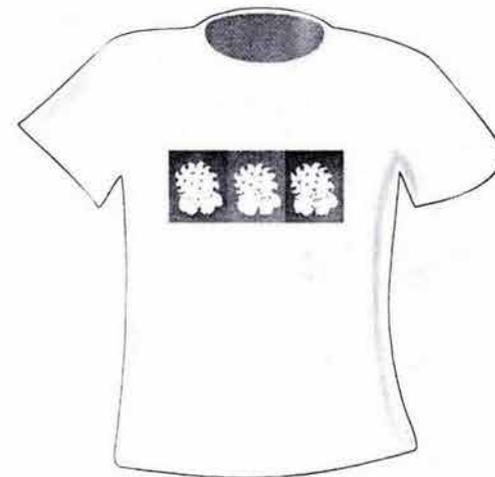
Pantone 1235 CV

Arriba. Los colores institucionales se especifican tanto en la impresión como en el estandar de colores «Pantone».



Arriba. La papelería básica deberá ser impresa en sistema «offset», aunque también podrá ser impresa en «Laser» o «Serigrafía», mediante el archivo digital correspondiente.

Dentro de los artículos promocionales del Parque Zoológico se proponen llaveros como los que se muestran en la parte inferior, así como camisetas, ambos artículos poseen sus parámetros de diseño previamente especificados en el manual de imagen gráfica.



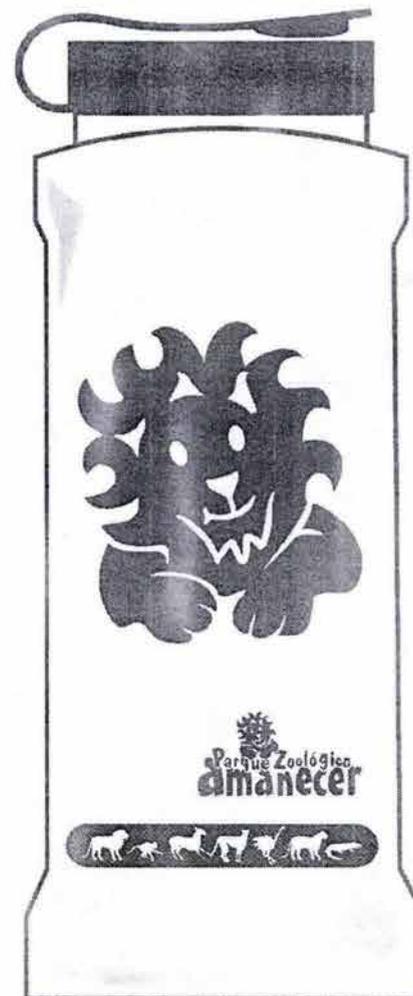
Parque Zoológico



Parque Zoológico

Los artículos mostrados en ésta página serán impresos en «Serigrafía» a dos y a tres tintas, dependiendo de su diseño.

Tanto el cilindro como la taza, serán impresos en «Serigrafía» a una sola tinta, ya que por sus forma cilíndrica se dificulta su impresión a dos o más tintas además de que aumentaría considerablemente su costo de impresión al imprimirse en varios colores en «flexografía» o bien, en «Serigrafía» industrial.



Los boletos de admisión al parque zoológico serán impresos por ambos lados en el sistema «Offset» sobre cartulina «Opalina» a dos tintas, según los «Pantones» anteriormente especificados, además de que deberán ser «suajados» para su posterior desprendimiento, a fin de que el visitante conserve la parte que muestra el nombre de la ciudad de Apatzingán como un «Souvenir» o recuerdo de su visita a éste lugar.



Arriba. La aplicación tanto en los vehículos utilitarios como en los botes de basura deberá realizarse a través del sistema de «Plotter de vinil» y sus dimensiones serán proporcionales a las muestras aquí presentadas.

Los señalamientos deberán ser impresos en «Serigrafía» sobre lámina de metal previamente pintada en aerosol color blanco mate. Al usar la técnica de impresión serigráfica así como las bases metálicas se pretende incrementar el tiempo de vida de los señalamientos.



El plano direccional será impreso mediante «Plotter de vinil» sobre lámina de metal esmaltada en color blanco mate.

Los colores del diseño del plano direccional del Parque Zoológico «Amanecer» de Apatzingán se encuentran en el manual de imagen gráfica o bien, se especifican en el archivo digital. Por tratarse del sistema de impresión de vinil, los colores usados serán aproximaciones a los que se muestran en el manual, ya que los tonos en vinil son mucho más limitados en relación a la escala mundial de colores «Pantone»



Derecha. Plano Direccional que será impreso sobre plotter de vinil sobre lámina de 1x80 cm.

Presupuesto de Impresión

Papelería Básica.

Impresión en Sistema Offset,

(4 tintas).

1000 Hojas membretadas	\$ 994.00
1000 Sobres Membretados.....	\$ 1181.00
1000 Tarjetas de Presentación.....	\$ 759.00

Impresión en Serigrafía,

(2 tintas).

1000 Boletos.....	\$ 700.00
-------------------	-----------

(3 tintas)

200 Playeras.....	\$ 7,500.00
100 Cilindros.....	\$ 2,500.00

(2 tintas)

100 Llaveros.....	\$ 600.00
-------------------	-----------

(3 tintas)

100 Tazas.....	\$ 2,500.00
----------------	-------------

(3 tintas)

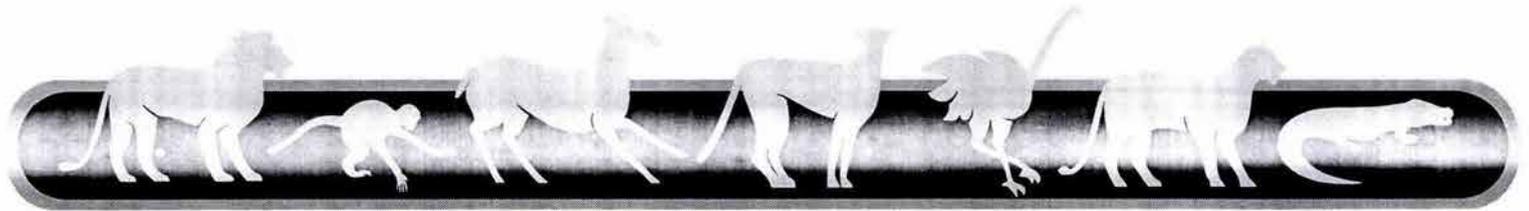
100 Gorras.....	\$ 3,500.00
-----------------	-------------

(2 Tintas)

28 Señalamientos.....	\$ 1,680.00
-----------------------	-------------

Los Presupuestos de Impresión fueron recabados en el mes de Mayo de 2001.

Conclusiones



Conclusiones



Después de haber realizado la investigación correspondiente al tema de tesis «Imagen Gráfica del Parque Zoológico «Amanecer» de Apatzingán», podemos establecer las siguientes conclusiones:

La imagen gráfica es tan importante que representa el éxito o el fracaso de las empresas e instituciones alrededor del mundo. Al investigar sobre la problemática y las necesidades de comunicación visual del parque zoológico, se dedujo que el concepto a seguir sería lúdico e infantil por ser precisamente los infantes quienes en su mayoría frecuentan éste lugar de esparcimiento e interacción con las especies animales.

Tras múltiples ensayos gráficos, se logró distinguir la idea que avalara fielmente al concepto que se tenía, para en lo sucesivo atender las modificaciones y correcciones que iban surgiendo afín de afinar la imagen básica del parque.

Una vez concluida se procedió a adaptarla a cada una de las aplicaciones del ma-

nual y se precisó que es posible dotar de una nueva imagen gráfica funcional, completa y profesional a un lugar como el parque zoológico, una vez que se ha establecido el concepto que nos guíe hacia una solución gráfica de manera acertada.

Al término del proyecto de tesis, se dedujo que partiendo de la imagen física de un lugar, es posible obtener nociones que en base a la recopilación de información nos lleven a formarnos un concepto, el cual nosotros, como diseñadores gráficos traduciremos de manera gráfica.

Las ideas o propuestas deben ser el reflejo de esa investigación y cada una de las aplicaciones que se elaboren con la idea final deberán ser de igual forma genuinas e independientes, conservando como único vínculo la imagen gráfica básica.

Bibliografía

Michoacán. Lagos Azules y Fuertes
Montañas.
Colección: Monografías Estatales
Secretaría de Educación Pública

Historia de la cd. de Apatzingán
de la Constitución de 1814

Historia del Diseño
Philie B. Meggs
Ed. Trillas

Manual de Imagen Corporativa
C. de Jong
E. Schilp
Ed. G. Gilli, S.A.

Imagen Global
Joan Costa
Ed. CEAC

Enciclopedia Encarta 2001
microsoft

Como Diseñar Marcas y Logotipos
John Murphy/ Michael Rowe
Ed. G. Gilli

Introducción al Diseño Gráfico
Peter Bridgewater
Ed. Trillas

Comunicación Gráfica
Arthur Turnbull/ Russel N. Baird
Ed. Trillas

Metodología para el Diseño Gráfico
Oscar Olea
Ed. Trillas

Revista a! Diseño
Septiembre 1996

En Internet

www.zoo.com

www.sandiegozoo.com

www.centralpark.com

www.australia.com

www.viena.com

www.apatzingán.com

www.loszoológicos.com

www.chapultepec.com.mx