



**UNIVERSIDAD
INSURGENTES**

PLANTEL XOLA

LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL CON
INCORPORACIÓN A LA UNAM CLAVE 3315-31

DISEÑO DE SOPORTES GRÁFICOS PARA LA PROMOCIÓN DEL
TURIBUS DE LA CIUDAD DE MÉXICO EN LA RUTA
CHAPULTEPEC – CENTRO HISTÓRICO

PROPUESTAS DE PROMOCIÓN PARA
EL TURIBUS DE LA CIUDAD DE MÉXICO
EN LA RUTA CHAPULTEPEC - CENTRO HISTÓRICO

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

P R E S E N T A

MELISSA MARLENE CHÁVEZ MARTÍNEZ

ASESOR: LIC. CLAUDIA VÁZQUEZ BARAJAS



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.



**UNIVERSIDAD
INSURGENTES**

PLANTEL XOLA

LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL CON
INCORPORACIÓN A LA UNAM CLAVE 3315-31

DISEÑO DE SOPORTES GRÁFICOS PARA LA PROMOCIÓN DEL
TURIBUS DE LA CIUDAD DE MÉXICO EN LA RUTA
CHAPULTEPEC – CENTRO HISTÓRICO

PROPUESTAS DE PROMOCIÓN PARA
EL TURIBUS DE LA CIUDAD DE MÉXICO
EN LA RUTA CHAPULTEPEC - CENTRO HISTÓRICO

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

P R E S E N T A

MELISSA MARLENE CHÁVEZ MARTÍNEZ

ASESOR: LIC. CLAUDIA VÁZQUEZ BARAJAS

2 Introducción

4 Capítulo 1: Fase Analítica Soportes de Información

- 5 1.1 Concepto de soportes gráficos.
- 8 1.1.1 Discurso retórico para proceso de diseño.
- 9 1.2 Catálogo digital.
- 10 1.2.1 Retícula.
- 12 1.2.2 Tipografía.
- 15 1.2.3 Color.
- 17 1.2.4 Fotografía, la imagen hablada.
- 21 1.3 Video.
- 22 1.3.1 Imagen, su función de fotograma en el video.
- 25 1.3.2 Audio.
- 26 1.3.3 Preproducción, producción y postproducción.
- 29 1.4 El Turibus de la Ciudad de México.
- 30 1.4.1 Misión, visión y valores del Turibus.
- 30 1.4.2 Características y recorridos del Turibus por la Ciudad de México.
- 35 1.4.3 Análisis del discurso retórico del recorrido de la zona de Chapultepec Centro Histórico.

Índice

43 Capítulo 2 : Fase creativa Desarrollo de los soportes gráficos

- 44 2.1 Análisis retórico de la ruta del Turibus.
- 46 2.2 Catálogo digital.
- 46 2.2.1 Proceso creativo.
- 47 2.2.1.1 Proceso de bocetaje.
- 56 2.2.2 Propuesta final.
- 56 2.3 Video.
- 57 2.3.1 Proceso creativo.
- 58 2.3.1.1 Story line.
- 58 2.3.1.2 Story board.
- 59 2.3.1.3 Propuesta final.

60 Capítulo 3: Fase ejecutiva Evolución de los soportes

- 61 3.1 Justificación del discurso retórico de la propuesta de catálogo digital.
- 67 3.2 Justificación del discurso retórico de la propuesta de video.
- 74 **Conclusión.**
- 75 **Fuentes.**
- 76 **Agradecimientos.**

Introducción

La Ciudad de México es de las más grandes del mundo y por lo tanto es caótica esto lleva a dejar de apreciarla y no valorarla como es debido, pues en contraste a lo anterior también es una urbe hermosa llena de colores y paisajes arquitectónicos a todo su esplendor, por todo esto se analizó que una ventaja para apreciar la grandeza de nuestra ciudad la proporciona el proyecto: Turibus, un transporte turístico que brinda una opción dinámica para conocer ciertas zonas importantes de la ciudad.

El Turibus de la Ciudad de México como transporte turístico, tiene como virtud adaptarse a las necesidades de un servicio de guía turístico popular que ofrece la experiencia de vivir a bordo un paseo histórico y contemporáneo, conociendo los puntos de más interés de las principales ciudades de México.

Así que este proyecto centra en ese punto la idea de acrecentar la información de la diversidad visual que un viaje en Turibus proporciona no solo a los turistas si no a los mismos residentes para mirar con ojos más nacionalistas nuestro entorno patrio. Motivo por el que este proyecto propone la creación de dos soportes de difusión que informen las ventajas de utilizar este medio turístico.

El Turibus organiza sus recorridos por zonas, abarcarlas todas sería algo sumamente complejo por lo que se decidió hacer los soportes gráficos solo para algunos del recorrido realizado en la zona de Chapultepec a Centro Histórico en la Ciudad de México, ya que es en esta sección donde se encuentran imágenes de lugares atractivos como también emblemáticos de nuestra gran ciudad.

Actualmente es común el uso de las computadoras para prácticamente todo, desde los bancos en línea, redes sociales, etc., donde se hace más fácil la comunicación con los compañeros, amigos y familiares por ejemplo: las cartas, tarjetas y postales ahora se mandan de manera digital haciendo su uso más dinámico, preciso como también rápido, por lo que se propone este catálogo digital y el video para un mejor aprovechamiento de este medio.

Esto será motivo esencial para dar a conocer mayor parte de su ruta, ya que así se puede promover y lograr que la ciudadanía, comprenda y valore la riqueza cultural y la importancia social del entorno de la ciudad.

El uso del discurso retórico es importante para el análisis de los elementos culturales que se manifiestan en el recorrido del Turibus. Con el fin de mostrar una imagen urbana actual, para la comprensión y valoración de la Ciudad de México.

Como primer paso es importante cuidar los componentes de los soportes para un catálogo digital y un video, refiriéndose a su elaboración así mismo los elementos de composición fotográficos ya que las imágenes son la parte esencial de ambos, al igual que en la imagen utilizada dentro de un sistema audio visual, también es importante entender correctamente los conceptos del discurso retórico pues en éste se basará un análisis sobre los comportamientos culturales. Para el correcto seguimiento, es también importante la investigación, recopilación y análisis de datos del Turibus de la Ciudad de México para finalmente lograr la creación de los deportes con base a los pasos del modelo.

Continúa con un análisis sobre la historia del Turibus de la Ciudad de México donde se encuentran diversos motivos para este desde políticos hasta algo tan simple como un desarrollo social a través del turismo encontrando así que los motivos del propio transporte no son muy diferentes a los de este catálogo, estando estos mismos en su misión, visión y valores.

Más adelante se realiza un recorrido a grandes rasgos por las distintas rutas de dicho medio, con enfoque en la de interés que es la de Chapultepec a Centro Histórico para poder admirar con detenimiento los monumentos y edificios de gran valor para la ciudad que se encuentran a lo largo de este recorrido.

Dando pie entonces al desarrollo de la propuesta paso a paso con el debido análisis de cada lugar de importancia así también de la toma fotográfica realizada y los elementos técnicos para su desarrollo gráfico proporcionando como producto final un proyecto que tiene el interés de redescubrir la belleza cultural de la Ciudad de México.

TURIBUS



**Capítulo 1: Fase analítica
Soportes de información.**

1.1 Concepto de soportes gráficos.

Entendemos como soporte el medio o los medios, herramientas de los cuales nos valemos para enfocar, o proyectar adecuadamente el objeto a diseñar, el cual se visualiza para así poder hacer uso adecuado de las herramientas que constituyen cada uno de los recursos disponibles, haciendo la mejor selección para poder darle la fuerza necesaria al proyecto a diseñar.

Estos soportes en general tienen como principal objetivo enterar o informar, de ahí la importancia de hacer una debida selección de estos para poder guiar adecuadamente el objetivo, ya sea en un soporte del Diseño editorial o del Diseño audiovisual, en las dos distintas áreas existen distintas opciones de las cuales se puede sacar un debido provecho a las cualidades de cada una, incluso se puede hacer uso de más de un soporte ya sean dos impresos o uno impreso y otro digital, en fin esto depende de varias situaciones pero principalmente de la manera en que se adecue la información, incluso algunos pueden tener la doble connotación de impresos y pueden funcionar como digitales también.

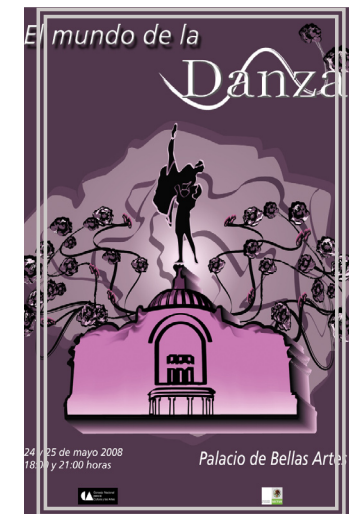
Estos son primordiales dentro del Diseño y Comunicación Visual ya que este se guía a partir de la vista por medio de lo cual captura la atención con el uso de cualquier soporte utilizándolo funcionalmente.

Se pueden dividir en impresos y digitales algunos ejemplos de cada uno serian:

Impresos

Cartel

Anuncio o aviso en lugar público con fines informativos o publicitarios.



Ejemplo de cartel

Postal

“Tarjeta postal” o tarjeta de correo, es una pieza rectangular de cartulina, o cartón fino, preparada para escribir y enviar por el correo tradicional, sin necesidad de usar un sobre.



Ejemplo de postal por el frente

Catálogo impreso

Es la relación ordenada de elementos pertenecientes al mismo conjunto ya sean fotografías, o texto.



Ejemplo de catálogo impreso 1



Ejemplo de catálogo impreso 2

Digitales

Banner

En español: banderola, es un formato publicitario en Internet. Esta forma de publicidad online consiste en incluir una pieza publicitaria dentro de una página web.



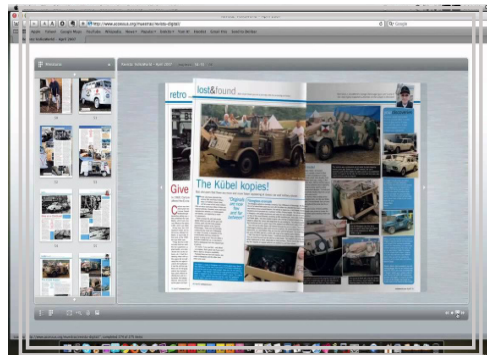
Ejemplo de banner 1 horizontal



Ejemplo de baner 2 vertical

Catálogo digital

Tiene la misma función que el catálogo impreso solo que se adapta para funcionar de manera digita con el uso de programas especializados.



Ejemplo de catálogo digital

Video

Es la tecnología de la captación por medios digitales de una secuencia de imágenes que representan escenas en movimiento.



Ejemplo de video como se muestra en pantalla

1.1.1 Discurso retórico para proceso de diseño.

El discurso retórico, en este proyecto es la forma en cómo planteamos, verificamos y justificamos nuestro objeto diseñado, es decir, podemos entenderle como la base de ciertos pasos que en realidad se pueden establecer como la creación de discursos audaces y efectivos en cuanto a sus propósitos.

La retórica estructura adecuadamente los discursos para aumentar la capacidad de seducción, para convencer y orientar las actuaciones de sus destinatarios. Sirve para decir lo mismo pero de una manera más convincente y más apropiada, logrando que algo parezca necesariamente lo más adecuado.

Por lo tanto podemos entender que el discurso retórico en la comunicación visual es crear una manera única y exclusiva de decir algo ya sea a través de medios impresos o audiovisuales pero que deben ser sugerentes, apelando a los sentidos y al entendimiento de tal modo que se convierta en persuasivo. (Rafols, 2003)

El diseño visual es un campo permanente de muchas hipótesis, ya que se considera en su gran mayoría que todo se estructura de manera subjetiva. La Subjetividad, si bien es el punto de vista de cada persona, no olvidemos que éste es influenciado por las necesidades y/o deseos, dependiendo de las vivencias de los sujetos de una manera connotativa. En el diseño este punto de vista es algo muy importante lo cual se puede guiar en los siguientes pasos: **describir-explicar-justificar-demostrar-convencer.**

El **diseño** constituye un discurso que siempre se está re haciendo de modo que, el carácter discursivo del diseño depende de la perspectiva en que cada quien adapte su manera o sus necesidades, ya que debemos conocer y tener una buena investigación y conceptualización es en cuanto a contextualizar proceso económico social cultural, el impacto causa y efecto, para la conceptualización es importante tomar como base un determinado concepto como podrían ser las figuras retóricas.

Para poder diseñar y después discernir con estos conocimientos y lograr expresar nuestra idea a partir de las cosas que conocemos y sabemos.

El discurso en el diseño y su correcta aplicación es fundamental para lograr una óptima comunicación con nuestro público meta a través de nuestro objeto diseñado pues éste debe hablar y hacerse entender por sí solo, pero la única manera de lograrlo es cuando está correctamente fundamentado y entendible.

El diseñar es realizar lo diseñado paso por paso e intentar relacionar **sujeto /objeto** dentro del diseño, y explicarlo todo al mismo tiempo. Para alcanzar este arduo objetivo podemos utilizar el discurso retórico. Dentro del diseño, el discurso retórico nos muestra que lo más importante es: el lenguaje que se utilizará, los términos y como se estructurará todo en conjunto y es que la explicación del objeto a diseñar está vinculada a su descripción y esta es la que se va moldeando dependiendo las necesidades de nuestro mismo objeto a diseñar pues una buena descripción nos proporciona buena conceptualización. (Irigoyen, 2008)

Como Leonardo Da Vinci menciona en una de sus obras titulada "El libro de la pintura"; (*Del error de quienes ejercen la praxis sin la ciencia*) Así que todo lo puesto en práctica debe estar fundamentado siempre en una buena teoría. (en, Kuppers, 2002)

Ahora bien entendamos qué es y cómo se estructura el discurso retórico, podemos describir que está compuesto por 5 elementos:

1. *Invetio*, describir: se relaciona a la idea, la necesidad de resolver un fenómeno de comunicación visual, podemos entenderle como esa solución que resolverá el problema de comunicación visual.

2. *Elocutio*, explicar: se refiere a la congruencia para expresarse adecuadamente, generalmente se utilizan un sinnúmero de recursos, entre estos las figuras retóricas, las cuales integran los modos de expresión que apartándose de otros más ordinarios o sencillos, conceden al discurso un singular aspecto, según el propósito del mismo.

3. *Actio*, justificar: se refiere a las acciones que se desarrollaran para lograr el objetivo del mensaje podemos entenderlo como aquello que se realizará para emitir el mensaje instruye sobre las diferentes entonaciones para pronunciar el discurso, así como los gestos adecuados para acompañarlo y la apariencia propicia para conseguir el propósito.

4. *Dispositio*, demostrar: se refiere a la disposición y disponibilidad para emitir el mensaje, es decir el orden expositivo de los episodios del discurso, además de cómo estos habrán de articularse en orden a su eficacia. Este elemento articula el discurso en cuatro partes:

- a) El exordio, donde tiene lugar la *captatio benevolentiae* o captura del interés y afecto del público: es la introducción del discurso, donde se intenta interesar al público.
- b) La *narratio*, o relato expositivo de los temas previstos.
- c) La *confirmatio*, o valoración de los argumentos.
- d) Y la *peroratio*, el epílogo, donde se concluye el discurso y se dispone al auditorio para el fin previsto.

5. *Memoria*, convencer: se refiere a la retención del discurso, es decir aquello que se quedara grabado permanentemente en el espectador, sirve para recordar los distintos elementos del discurso en un orden específico.

1.2 Catálogo digital.

El **Catálogo** es una publicación de carácter publicitario, es decir que funciona como promotor o como elemento de difusión para informar al público sobre un producto. **Una de las ventajas de este soporte es que puede presentarse en ambas modalidades: impreso y digital.**

En términos generales, un catálogo impreso es aquella publicación cuyo fin primero es el de la promoción de aquellos productos o servicios que se ofrece y sobre la cual en definitiva versará el catálogo. Comprende una recopilación de imágenes y texto que se organizan u ordenan de modo alfabético u otra manera.

Hablando propiamente del catálogo digital se dice que es una adaptación del catálogo común impreso que funciona para dar un cierto orden a la información requerida ya sean imágenes o texto, de modo que se adapta a la tecnología con la ayuda de distintos programas que son usados como herramientas para el objeto a diseñar y así proyectarlo logrando su principal finalidad de informar.

El catálogo digital tiene muchos puntos a favor, en la actualidad toda la información mayormente ya es consultada por medio de la internet, hoy día de las principales vías de informe, además de eso es más fácil su difusión.

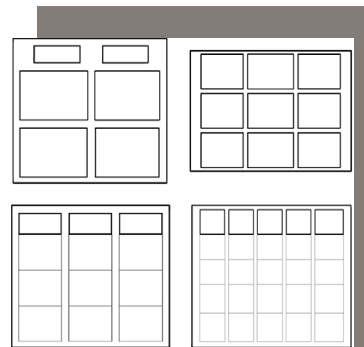
Otro punto a favor es el ecológico al dejar de usar el papel como medio cada vez más, se evita la tala de árboles desmedida y la basura pues en algún punto se llega a convertir en desecho. Este soporte independientemente de su presentación requiere ciertos elementos que ayudan a su proyección es decir depende de diversos elementos gráficos que en conjunto formaran el soporte. Estos elementos comenzaremos a desarrollarlos en los siguientes puntos.

1.2.1 Retícula.

Es una estructura de dos dimensiones compuesta de líneas y colores en distintas posiciones, es utilizada como una herramienta por tipógrafos, gráficos, y fotógrafos, que tiene como finalidad lograr un equilibrio en la organización de textos, imágenes o videos de una forma coherente, bien estructurada y proporcionada, obteniendo una buena composición al momento de diseñar.

Las retículas se pueden crear de diferente manera con diferente división de líneas e interlineados según las necesidades lo requieran en el bosquejo del diseño se puede iniciar dividiendo nuestro formato en dos, luego horizontalmente en dos o tres campos y así sucesivamente hasta obtener la distribución requerida.

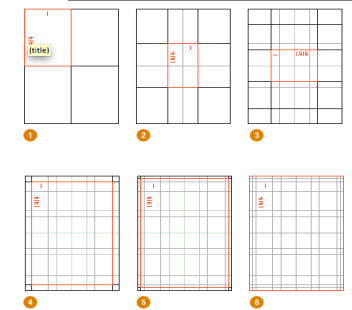
Ejemplo de retículas sencillas primer cuadro superior izquierda, división en 6 para títulos, texto y/o imágenes, superior derecha, nueve divisiones para mantener igualdad en el equilibrio de elementos, en la parte inferior izquierda de manera horizontal una subdivisión más mostrando el aumento de divisiones en las retículas para obtener diferentes modos de utilización o distribución de elementos, por último en el lado derecho inferior más subdivisiones de manera horizontal y vertical. En las cuales se muestra fundamentalmente la armonía de imágenes e ilustraciones ya que estas se tienen que adaptar funcionalmente al espacio reticular junto con el texto dentro de la retícula para garantizar el dinamismo simétrico dentro del diseño.



Ejemplo 1 retículas

A este tipo de clasificación reticular se les llama mancha e ilustraciones con ocho campos reticulares, retomando lo anterior cuando se hacen las subdivisiones y combinaciones de este número de tamaños, de imágenes diferentes.

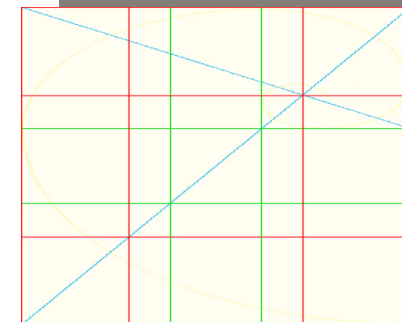
Esta división se hace posible a dieciséis campos ofreciendo múltiples posibilidades de variación, y esto puede ir en aumento como se muestra en el ejemplo siguiente.



Ejemplo 2 retículas

En el primer cuadro se muestra la división sencilla de cuatro en el segundo de dieciséis, en el tercero cuarto, quinto y sexto caso se muestra el aumento reticular del que se habla anteriormente.

En este otro ejemplo podemos observar las mismas divisiones pero de manera impar con la misma finalidad de una infinita distribución texto e imágenes dentro del campo reticular.



Ejemplo 3 retículas

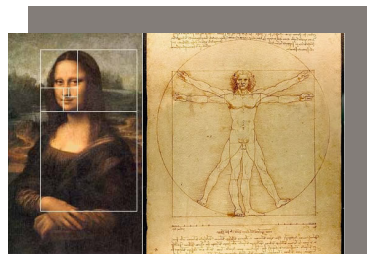
Desde la antigüedad esta es muy importante, se ha usado por arquitectos, escultores y pintores, por civilizaciones como la griega, egipcia y maya, ellas se basaban en la proporción aurea también llamada divina, dicha proporción fue determinada gracias a la observación de la naturaleza por ejemplo en la concha de un caracol Nautilus.



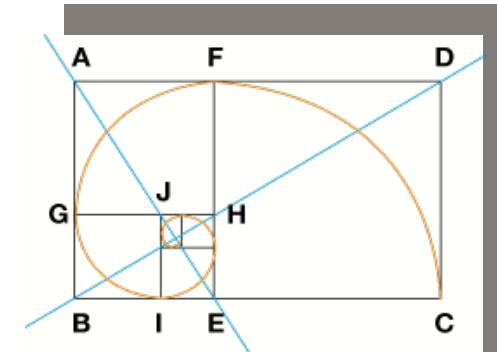
Caracol Nautilus

El mismo cuerpo humano, la forma de los panales de abeja etc., todos comparten una armonía en sus formas y proporciones, las cuales tiempo después se descubrió que contenían una fórmula matemática conocida como el número de oro.

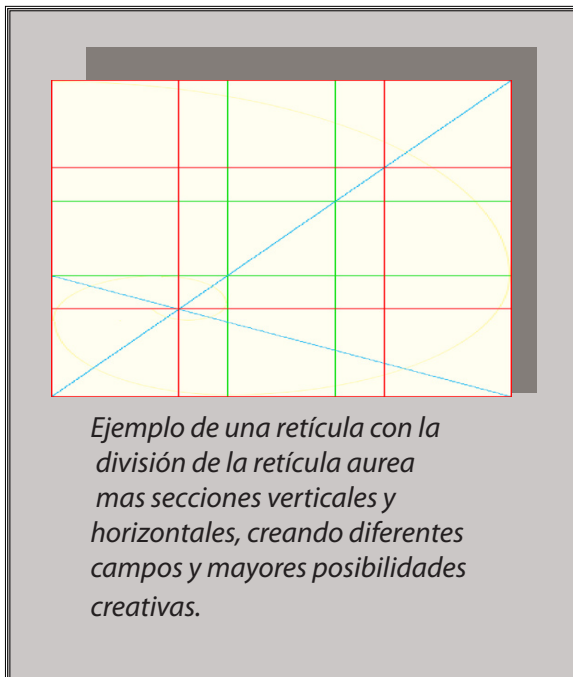
Su función es representar en cifras las proporciones divinas que demuestran la impresionante grandeza de la naturaleza, misma perfección que es llevada a los diversos soportes una vez que se estructuran en esas retículas.



Ejemplo de la utilización de la sección aurea en el arte, en el lado derecho un ejemplo de la observación de dicha retícula en el cuerpo humano.



Ejemplo de la proporción divina



Ejemplo de una retícula con la división de la retícula aurea mas secciones verticales y horizontales, creando diferentes campos y mayores posibilidades creativas.

1.2.2 Tipografía.

La **tipografía** (del griego τύπος *típos*, golpe o huella, y γράφω *gráfo*, escribir) es la forma gráfica de expresar el lenguaje.

En otros términos la tipografía es colocar el texto de manera comprensible y atractiva dentro de un diseño, ya sea impreso o digital.

En la actualidad encontramos distintos tipos de fuentes tipográficas haciendo muy fácil su utilización al estar disponibles desde que se inició esta tendencia en el 2000 de descargarlas en distintas páginas de la web gratuitamente.

En cuanto a la fuente tipográfica es parte de un grupo de caracteres como números y signos regidos por características comunes.

La tipografía es muy importante en cualquier diseño pues con ellas se busca que la forma ayude a hacer llegar el mensaje adecuado a nuestro público meta, es tan importante en los diseños que algunos logos solo están basados en tipografía comunicando y transmitiendo toda la imagen de la empresa lo que hace darnos cuenta de la gran importancia que tiene la tipografía para nosotros pues ésta apoya la comunicación de nuestro trabajo.

Existen varias familias tipográficas, algunas son más antiguas que otras, por ello se clasifican para reconocerlas cuando aquellas fuentes tienen características similares.

Hay muchos sistemas de clasificación de fuentes una de las más acatadas es la de Robert Bringhurst. Las divide en:

Renacentistas

Entre los trazos gruesos y finos apenas hay contraste.

- Presentan una modulación oblicua.
- Las letras de esa caja alta tienen la misma altura que los ascendentes de las minúsculas.



Barrocos

Cierta condensación

- Contra formas amplias.
- Remates robustos.

**Egipcios**

Ligero contraste, gruesos y finos.

- Remates cuadrangulares de grosor cercano al de las astas.
- Remates enlazados.

**Neoclásicos**

Modulación casi vertical

- Continúa aumentando el contraste en los trazos.

**Románticos**

Transición abrupta en la modulación de sus trazos.

- Eje vertical.
- Remates finos y sin enlazar en el asta.



Industriales

Grotescos

Trazos homogéneos

- Ausencia de remates.

Geométricos

Están basados principalmente en la línea recta, el círculo y el rectángulo.

- Generalmente no presentan modulación en sus trazos, excepto en las uniones.

- Las figuras geométricas, sobre todo el círculo, son evidentes en su estructura.

Un ejemplo de esta es la **Aharoni Bold** ideal para la pantalla digital por su legibilidad de los caracteres, es una propiedad marcada por el propio diseño de los tipos de letra.

abpfoe

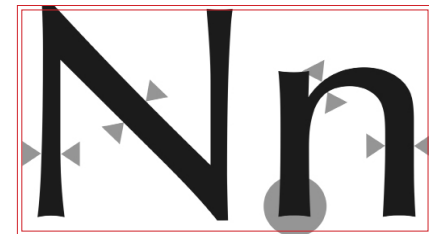
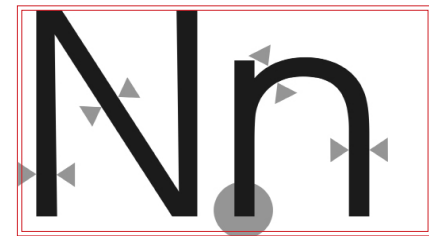
Humanistas

Caja alta basada en las proporciones de las mayúsculas inscripciones romanas.

Como ejemplo de esta se encuentra la Myriad Pro regular, resalta por su gran potencial de uso dentro de los medios audiovisuales gracias a su buena legibilidad.

abptoe

Estas últimas tres que son parte de las Industriales son las más adecuadas para un uso digital por sus características geométricas y amplias, por sus líneas rectas, así permitiendo su legibilidad sin importar la resolución del monitor por medio del cual se apreciará, también son las indicadas en medios impresos, por su fácil lectura, y por el aporte simétrico que proponen a los diferentes diseños y soportes.



1.2.3. Color.

El color no es algo absoluto e inmutable in tangible se podría decir que no es más que una percepción en el órgano del sentido visual del observador y se convierte en un fenómeno fisiológico siendo sólo una sensación.

Se diría entonces que la ley fundamental de la teoría de los colores es la misma que rige el funcionamiento del órgano de la vista.

Con esto, basados en que las sensaciones no son medibles, la ciencia ha optado por referirse a esto como "estímulo de color" esto se refiere a los rayos lumínicos, cuya función es transmitir las informaciones.

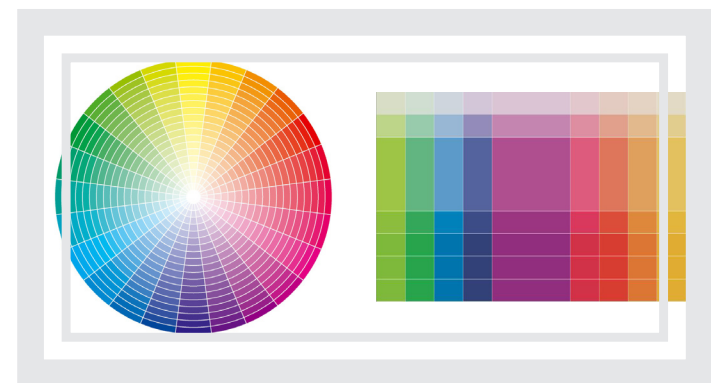
En si las personas en el momento de tener los ojos abiertos son bombardeadas de manera constante e imparable por informaciones ópticas distintas, éstas dan información acerca de las formas y de los colores, es difícil saber cuál de las dos informaciones es más importante, esto podría llegar a variar dependiendo la situación y lo que se requiera, por ejemplo, si queremos comprar plátanos todos tiene en teoría la misma forma, la información necesaria sería el color, porque por medio de este nos podemos basar para escogerlo si está muy verde esta inmaduro y si esta negro ya está pasado.

Así que en conclusión se dice que toda la informacione visual se complementa de información sobre la forma y sobre el color a esto es importante mencionar que también los colores acromáticos de una fotografía en blanco y negro son colores. Y es que en todo esto en el complemento de ambas informaciones es más difícil la confirmación de por qué, pues este puede variar por muchas razones si se encuentra en objetos o materiales en un lenguaje más técnico se denomina "colores de cuerpo" estos tienden a cambiar por la luz y el ángulo en que sea observado y esto varía de un color a distintos tonos más claros u oscuros incluso a llegar a parecer otro color.

El mundo está hecho de colores en donde hay luz hay color, en cada cosa incluso nosotros, cada color es único, pero al mismo tiempo se influyen mutuamente estos y sus combinaciones nos logran transmitir diversas sensaciones.

Y así una parte fundamental, es el uso de los colores pues estos tienen el papel de ayudar a resaltar el mensaje que se requiere de manera subliminal a nuestro público meta pues, este es capaz de producirnos muchas sensaciones, sentimientos, diferentes estados de ánimo, y utilizando apropiadamente los colores se puede obtener una adecuada percepción visual por medio de nuestro público. (Kuppers, 2002)

Dentro de los términos de color existe la psicología del color que analiza el efecto de este en la percepción y la conducta humana, esto es utilizado de manera habitual en el diseño arquitectónico, la moda y la publicidad. Dentro del diseño en su uso cromático y combinación psicológica de los colores con efecto contrario, muy llamativamente determinado por Eva Heller. (2013)



Circulo cromático

Cuadro de combinación

En cambio existe otro similar Guethe en el que se mejora el gusto y supera la dificultad social del rango sin contrariedad hacia la armonía por la jerarquía.



Ejemplo de círculo de armonía jerárquica

Existen distintas descripciones según las distintas culturas, creencias espirituales o religiosas, pero de una manera general se logra de esta manera una descripción común en los colores por ejemplo:

Rojo

El color del amor y del odio, de los reyes, y del comunismo, de la alegría y del peligro.

Es el símbolo de la pasión ardiente y desbordada, de la sexualidad y el erotismo, aunque también del peligro. Es el más caliente de los colores cálidos.

Es el color del fuego y de la sangre, de la vitalidad y la acción, ejerce una influencia poderosa sobre el humor y los impulsos de los seres humanos, produce calor. El aspecto negativo del rojo es que puede destapar actitudes agresivas.



Representación visual del color rojo

Negro

El color favorito del poder, de la muerte y el universo, de algunas profesiones y de la juventud en su edad gothica, la negación y elegancia, como también de la exposición, así como el oro negro o "la nueva" avaricia.

Tradicionalmente el negro se relaciona con la oscuridad, el dolor, la desesperación, la formalidad y solemnidad, la tristeza, la melancolía, la infelicidad y desventura, el enfado y la irritabilidad y puede representar lo que está escondido y velado. Es un color que también denota poder, misterio y el estilo. En nuestra cultura es también el color de la muerte y del luto, y se reserva para las misas de difuntos y el Viernes Santo.



Representación visual del color negro

Blanco

El color favorito de la inocencia, el color del bien y de los espíritus, el invierno, el norte, el color de la luz y la nada, lo limpio.

Su significado es asociado con la pureza, fe, con la paz. Alegría y pulcritud. En las culturas orientales simboliza la otra vida, representa el amor divino, estimula la humildad y la imaginación creativa.



Representación visual del color blanco

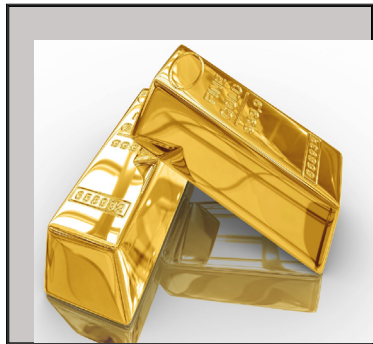
Oro (dorado)

El color favorito del dinero, lujo, al igual que el amarillo, se le asocia con el sol, la abundancia y el poder. También con los grandes ideales, la sabiduría y los conocimientos.

Revitaliza la mente, las energías y la inspiración, aleja los miedos y las cosas superfluas.

El dorado claro es excelente para la depresión y equilibra la mente

Palabras claves del color dorado: color sobrenatural, realeza, símbolo del dinero, riqueza, esencia del espíritu divino, apertura espiritual, fortaleza.



Representación visual del color oro

Gris

El color del aburrimiento, de lo anticuado y de la crueldad.

Iguala todas las cosas y no influye en los otros colores. Puede expresar elegancia, respeto, desconsuelo, aburrimiento, vejez, es un color neutro y en cierta forma sombrío. Ayuda a enfatizar los valores espirituales e intelectuales.



Representación visual del color gris

1.2.4 Fotografía, la imagen hablada.

La fotografía es una técnica que se usa para representar o retratar algún objeto cosas o personas por medio de la luz.

Técnicamente hablando es el resultado de un proceso que parte de capturar una imagen y sigue con el paso de almacenarla en un medio material sensible a la luz, basado en el original principio de la cámara oscura a partir del cual se puede proyectar una imagen que se capta a través de un pequeño agujero sobre una determinada superficie con el claro objeto de reducir su tamaño pero de ganar en materia de nitidez.

Hablando propiamente de la fotografía digital, ésta es un avance más en el proceso de evolución de la obtención de imágenes, significa un salto muy grande pues el modo de obtención de las imágenes es distinto a la fotografía tradicional, también llamada química o análoga, en la digital son más bien la captación de las imágenes en información digitalizada, es decir, en datos informáticos lo cual brinda una mejor manipulación de las fotografías y de su almacenamiento.

En la técnica digital hay dos modos de obtener fotografías digitales cada uno de forma diferente con su propio equipo en uno el escáner y en el otro la cámara digital.

De acuerdo a esas maneras de obtener información digital como imagen debemos hacer mención de la resolución, entendámosla como la cantidad e información de color que se registra en el archivo digital, se mide en pixeles por pulgada o por centímetro, la cantidad de información que obtenga ese archivo digital dependerá de la cantidad de pixeles que se registren es decir entre mayor sea la resolución mayor será la cantidad de información y la calidad que se logre en la imagen.

Entonces esta no es más que la calidad de la imagen dependiendo del soporte que se utiliza, ya sea impreso o digital, ya que para los medios impresos es importante tener una resolución bastante alta pues al momento de imprimir se requiere de una alta calidad de ellas y así obtener una impresión impecable de lo contrario la imagen puede salir a lo que llamamos pixeleada es cuando el número de pixeles es menor lo que provoca nque a la hora de imprimirse puedan ver los pixeles ocasionando que la imagen se vea borrosa. En cambio sí es en un estado digital la resolución puede ser mucho menor pues su apreciación es a través de una pantalla la cual sola reduce el tamaño de pixeles.

En las cámaras digitales se puede tener distintos tipos de resolución entre más resolución más grande es la imagen y más difícil su almacenamiento pero mejor su nitidez y definición lo cual es útil si se desea llegar a una impresión.

Es importante mencionar que la fotografía en los diferentes soportes ya sean editoriales o audiovisuales en la comunicación visual se convierte en el sistema de signos que apoya la emisión directa y sintética de un mensaje.

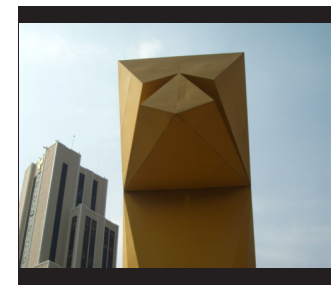
Hablemos ahora de los recursos para capturar la mejor imagen:

Encuadre:

En cuanto a los encuadres en la fotografía están precisamente limitados por cuatro lados estos no cambian en realidad nunca lo que cambia es la manera como nosotros enfocamos el objeto y de qué manera para esto influyen muchas cosas aparte como los planos y las luz de este modo se puede modificar mucho la apariencia de las cosas sin la necesidad de retocar de manera digital se dice que una buena foto no necesita de un retoque digital debe ser buena por sí sola.



Ejemplo de encuadre 1



Ejemplo de encuadre 2

Planos:

En cuanto a los planos son fundamentales a la hora de tomar una fotografía como al igual que los encuadres hay muchos tipos que ayudan a lograr el efecto deseado en cada fotografía como resaltar un objeto u hacerlo más grande o chico.



Ejemplo de plano 1



Ejemplo de plano 2

Iluminación:

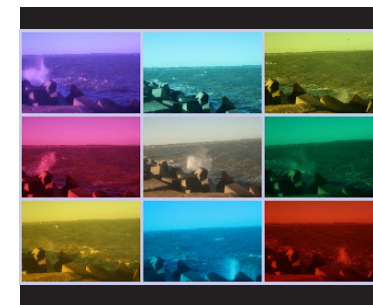
En cuanto a la iluminación en la fotografía es muy importante pues ayuda al igual que los encuadres y los planos asisten dándole diferentes formas a la fotografía pero esta forma de representación todavía más especial pues se podría dividir en dos en interiores, y exteriores en este ultimo la luz más que nada depende de la luz ambiental ósea si es de día de la del sol esto depende mucho la hora en cuanto al manejo de las sombras, también si es de noche cuanto se enfocara y en que se resaltara o si hay iluminación artificial como usarla o aprovecharla, en cuanto a interiores dependen mucho las luces desde si es luz blanca o amarilla pues eso influye mucho en el cambio de estilo y si se usara un filtro en la intensidad del color que ambientaría la fotografía, y el manejo de las sombras es algo esencial pues de esta forma se logran muchas cosas como hacer más delgada una figura u ocultar cosas o crear misterio .



Ejemplo de iluminación y juego de sombras.

Filtros:

En cuanto al uso de estos se pueden usar en interiores o exteriores y pueden ser físicos hablamos de usar película de filtros o filtros digitales que se encuentran en distintos programas de edición de imágenes realmente eso no importa mucho si no su fin, el cual es más bien para darle un toque especial a la fotografía según la creación del efecto deseado dando mejoras o efectos especiales y lograr la adecuada ambientación de la fotografía.



Ejemplo del uso de filtros

La imagen se considera, una representación visual de forma general en distintas técnicas la principal de estas es la fotografía.

Una definición de imagen digital sería el de una representación visual, constituida por miles de píxeles los cuales son los puntos más pequeños que se pueden formar en un monitor por lo que conforman una fotografía o un gráfico (kuppens, 2002)

Una vez que obtenemos la imagen digitalizada esta puede guardarse en distintos formatos como son:

JPEG o JPG: Es el más usado en el tratamiento de imágenes por su funcionalidad y capacidad de comprimir archivos.

PNG: Otro de los formatos de Internet, aunque no tan popular como los dos anteriores. Ha sido concebido como el sustituto de GIF, incrementando su profundidad de color (hasta los 48 bits) y usando un mecanismo de compresión sin pérdidas mejorado.

PSD: se trata del formato nativo del conocido programa de retoque fotográfico Photoshop. Admite capas, texto y almacena el estado de edición/manipulación en que puede haber quedado una imagen. Permite almacenar las imágenes con la calidad más alta, aunque a costa del uso de un gran espacio en disco. Y en si el Incluir imágenes o ilustraciones en nuestros documentos les da más distinción, con un toque extra, con el fin de llamar la atención del público.

La colocación de las imágenes y su tamaño respecto al texto, puede hacer que varíe el orden de lectura de un documento. Por este motivo, es importante tener en cuenta el número de imágenes, su tamaño y su colocación, a la hora de diseñar la retícula compositiva.

Una forma muy utilizada y adecuada para una mayor fluidez es la de componer formas asimétricas a través de las imágenes, para con esto crear un dinamismo evitando un formato muy estructurado y así sea más versátil y llamativo.

La imagen

1.3 Video.

Un **video** es la sucesión de fotogramas que luego se muestran en secuencia y a gran velocidad para reconstruir la escena original. (Anaya, 2005)

Es un sistema de grabación y reproducción de imágenes, que pueden estar acompañadas de sonidos y que se realiza a través de una cinta magnética.

En el siglo XXI, el video es un elemento conocido por todos. Cuando el video entro a formar parte del contexto artístico a finales de la década de 1960, los espectadores ya estaban familiarizados, desde hace medio siglo, con las imágenes en movimiento gracias a los filmes cinematográficos. Cadenas de televisión, tanto privadas como públicas, abastecían ampliamente al público con sus programas en Europa y EUA desde la década de 1940 y 1950; las imágenes en movimiento y su transferencia electrónica demostraron ser probadas construcciones mediáticas.

Sin embargo, el video se diferencia en un punto esencial de sus familiares más cercanos el cine y la televisión: con la traducción directa del material audiovisual a un código analógico y digital donde la grabación y el almacenamiento de datos transcurren sincronizados. El video mantiene el material grabado en perfectas condiciones de disponibilidad y alterabilidad.

Por el contrario en el cine tradicional se alinean imágenes individuales formando secuencias unidas, fáciles de reconocer a simple vista sobre el celuloide durante la producción provoca el movimiento de las imágenes.

En las cintas magnéticas, los discos laser y otros tipos de sistemas de memoria, las imágenes se ocultan tras información codificada, que pueden encontrar su aplicación en el video. Diferencia de cine el video se distancia de la representación directa de la realidad avanzando otro paso en la vertiente técnica.

Las innovaciones tecnológicas transforman continuamente el hardware por el flujo digital de datos.

El video se asemeja a un ser mixto que puede adquirir numerosas formas. Este muestra una dependencia de los desarrollos técnicos en el sector como ningún otro medio artístico. (Martín, 2006)

Así mismo el video es una herramienta fundamental del Diseño audiovisual, este es un sistema de signos que conjunta estética y semántica, a su vez es una forma o medio de comunicación y creatividad instrumental, una realidad que no nos habla de sí misma si no de otra cosa, de conceptos o características que están relacionadas con el producto que representa, ya que el Diseño audiovisual tiene un carácter funcional, siempre está en función de algún producto y no tiene autonomía, este no se puede crear con alguna finalidad en sí mismo a diferencia de una obra de arte.

En el cine y la televisión, el Diseño audiovisual hace referencia a los mismos productos audiovisuales. En televisión por qué se trata de empresas audiovisuales en las que el audiovisual es un fin en sí mismo cumpliendo una función concreta, en el cine por que el audiovisual hace referencia es su propia forma de expresión. En la publicidad y el video, el Diseño audiovisual hace referencia a la comercialización de productos no propiamente audiovisuales, aunque se manifiesten por este medio. (Rafóls, 2003)

El video siendo un soporte directo y en la actualidad estando de moda es una herramienta audiovisual que tiene el potencial suficiente para atraer la atención del espectador de modo tal que se convierte en un medio de difusión o emisión de información funcional, contundente muy importante capas de ser mayormente difundido a través de las herramientas de la web.

1.3.1 Imagen, su función de fotograma en el video.

Una *imagen* (del latín imago) es una representación visual, que manifiesta la apariencia visual de un objeto real o imaginario.

Dentro del apartado **1.2.4** se habla sobre la imagen y la imagen digital referentemente a la fotografía, dentro este se profundizara más en el uso específico de la imagen en cuanto al uso digital Intrínsecamente del Diseño audiovisual, ya que la imagen digital abre un abanico de posibilidades y nuevos campos de desarrollo pues los medios que se expresan a través de la imagen reciben un fuerte impacto.

Su concepto dentro de esta disciplina es muy amplio pero se alcanzan a divisar tres significaciones, la primera se le llama imagen grabada, esta se refiere específicamente a la forma que es reconocible por su parecido con lo que representa.

La segunda se define como imagen icónica como todo lo visible, la percepción por el sentido de la vista.

Por último es muy amplia, abarca todo el conjunto del auto representación que tiene un determinado producto, empresa, etc.

La imagen en sus diversas formas a utilizar dentro del Diseño audiovisual comparte muchos elementos como; el color y la luz principalmente.

El color, la luz y la forma van inseparablemente unidos en la imagen: no se puede dar uno sin los otros, la forma se manifiesta a través del color y la luz, y viceversa, medios a partir de los cuales se produce el fenómeno de la percepción visual.

El color como luz tienen un papel estructurador en la imagen icónica, esto último con distintos grabados de intensidad, en lo contrario hablando de formas no icónicas, el color y la luz se relacionan bajo otros parámetros percibiéndose de manera distinta lo que diferencia cada significación.

En el sentido gráfico, es el resultado de una buena relación entre el contenido y forma.

Para pasar a formar parte de un contexto gráfico, la imagen necesita generar capacidad estética y perder capacidad informativa, para ello es necesario que pierda cierto grado de iconicidad, hablando más de iconicidad una imagen puede ser manipulada esto aumenta su valor estético y disminuye su potencial narrativo. Su modificación puede afectar a una o varias de sus dimensiones; tiempo, espacio o la propia imagen hasta combinar su contexto con el de adquirir uno nuevo.

Secuencia:

La imagen grabada es una de las fuentes más importantes de suministro de imágenes para el Diseño audiovisual, esta capta el movimiento natural, pero este puede adquirir diversas formas según como sea capturado por la cámara, el movimiento es con-natural a la imagen que se expresa a través del tiempo. No se puede obtener de la misma manera la relación de la imagen con el espacio en una imagen estática que en una en movimiento.

Los movimientos parecidos en una pantalla tienden a unirse, aunque provengan de imágenes, este también tiene el sentido de metamorfosis, pues con él las formas se transforman.

Movimiento significa variación de posición en el tiempo y en el espacio, y esta variación puede referirse al movimiento interno de las imágenes grabadas y también al de la manipulación.

El movimiento debido a la sucesión de imágenes que es cuando una imagen deja de tener continuidad y es sustituida por otra, este está ligado al concepto de edición.

Los conceptos de movimiento y animación a menudo se utilizan de manera indistinta pero la realidad es que expresan cosas muy diferentes.

La animación es cuando el movimiento imita o recrea los movimientos de la naturaleza, específicamente el de los seres vivos como también de los artefactos creados por el ser humano que tienen movimiento. Esta se basa en el movimiento pero lo reinterpreta, simula la acción más a partir de una modificación del objeto que de su desplazamiento, dicho de otra forma la animación implica movimiento pero el movimiento no implica animación, consiste en definir la trayectoria de los modelos, sus acciones principales y en dotarlos de la expresividad necesaria para que transmitan lo que deseamos.

Existen dos clasificaciones dentro de la animación; las que están hechas manualmente a partir de la manipulación de los diversos tipos de materiales y las que están generadas por ordenador, por lo tanto son imágenes sintéticas.

El movimiento es la sucesión continuada de imágenes que da sucesión de movimiento. Cada fotograma o frame es ligeramente distinto del anterior y del posterior, y vistos en una sucesión constante desaparece total o parcialmente la sensación de salto entre las imágenes, esta sensación de continuidad del movimiento se produce por el fenómeno de la persistencia de la visión, que provoca un solapamiento visual de las imágenes debido a que el cerebro las retiene más tiempo que la retina, mientras el umbral perceptivo del ojo este desbordado por esta sucesión múltiple, se mantendrá el efecto del movimiento.

Sobre esta base fisiológica descansa el mundo del audiovisual.

Es una ilusión de movimiento que en realidad no existe, En el caso del cine, se dividen en 24 fotogramas por segundo y en el video en 25 frames. En la imagen que se transmite a través del ordenador, como en internet, estos umbrales pueden variar porque una imagen en movimiento precisa una gran cantidad de información para su procesamiento y almacenamiento.

También en la animación estos umbrales pueden variar según la calidad del acabado que se le quiera dar al producto. No es lo mismo un acabado para cine que para televisión, además en la animación para el Diseño audiovisual el acabado más suave o más tosco del movimiento forma parte de los recursos expresivos. (Rafóls, 2003)

Dentro de esto retomando la imagen fija también se puede manifestar en una secuencia de imágenes, por medio de lo cual se logra un movimiento que a su vez da dinamismo y mayor atracción visual.

Es una técnica usada como herramienta dentro del Diseño audiovisual esta se puede bien incorporar e integrar dentro de un video.

Las imágenes en esta técnica son fundamentales pues deben ser claras y concisas como también coordinadas dentro de un mismo tema, para que juntas puedan lograr informar de manera visual.

1.3.2 Audio.

Técnica o sistema electrónico de grabación, transmisión y reproducción del sonido.

La creación del Diseño audiovisual no dispone de un sistema sintáctico dirigido que nos diga cómo se construyen los discursos, pero esa sintaxis se crea inevitablemente en cada caso particular, pues un diseño audiovisual es una unidad de sentido. Se cohesiona a partir de la lógica interna con que se estructuran las formas que participan en él, especialmente por medio del sonido. El discurso del Diseño audiovisual, los signos lingüísticos adquieren, al menos parcialmente, el carácter del signo auditivo según se expresen en forma de texto o de habla, ya que pasan a formar parte de las imágenes y de los sonidos que allí se expresan, se integran en ellos.

Los sonidos que no son musicales ni pertenecen al lenguaje verbal, lo que se conoce como efectos sonoros, pueden tener significado por sí solos, o ser reconocibles si están asociados a una determinada imagen. Lo mismo puede ocurrir con una imagen que adquiera un sentido u otro según el sonido al que este asociada.

La música es más imprecisa su transmisión de contenidos, pero de gran calado emotivo. Hay atributos musicales como el ritmo, cuya mayor o menor frecuencia tiene capacidad de sugerencia simbólica; lo que podíamos decir también de la agudeza o grabado de sonido.

Dentro del Diseño audiovisual los sonidos están asociados y coordinados con las imágenes, y esta convergencia de sensaciones tendrá un efecto multiplicador, así que sonido e imagen pasaran a formar parte de una unidad de significación. El lenguaje musical, como el lenguaje verbal, posee un sistema de articulación que se transmite a todo el conjunto del Diseño audiovisual.

En su forma estética especialmente de la música, pueden llegar a desarrollar un poder de atracción muy efectivo, por la capacidad emotiva que transmite el sonido, la imagen y sonido pasan a formar parte de una sola unidad estética, todo basado en la sincronía de ambos.

El sonido acentúa la carga emotiva de la comunicación, reforzando el valor expresivo de la imagen, dándole relieve al dotarla de una dimensión envolvente para que el espectador se sienta dentro.

Hablamos de un sonido diegetico cuando la fuente sonora que lo produce se muestra en la pantalla y el sonido no diegetico cuando la fuente no se muestra en pantalla, no la vemos. En el Diseño audiovisual el sonido no diegetico es más frecuente, aunque este hecho no impide que intentemos asociar una fuente sonora a un determinado sonido.

Cuando el movimiento de la imagen tiene puntos de sincronización con el sonido, parece como si la imagen fuera la fuente real del sonido, su origen. (Rafóls, 2003)

1.3.3 Preproducción, producción y posproducción.

Estos son los tres procesos que generalmente se realizan en toda producción audiovisual cada uno se estructura de procesos internos que se relacionan entre sí, más que una receta generan una estrategia metodológica que al final y en su conjunto generan el soporte que llamamos video. Ahora explicaremos brevemente cada proceso.

1. Preproducción

En esta fase es cuando se llevan a cabo las siguientes acciones previas a la realización y podemos entenderla en los siguientes procesos:

Junta técnica

Esta es una reunión en la que deben de participar las personas que estarán involucradas en la producción del video, tanto por parte del cliente como por parte del productor. Aquí se definen todos los aspectos importantes de la producción: responsabilidades, requerimientos de imagen, talento, estructura y tratamiento, locaciones, scoutings, fechas y horarios de grabación, materiales gráficos, animaciones, música, etc.

Creación del concepto

El concepto es la idea general de cómo será el vídeo, del tema que tratará y de cómo será utilizado.

Creación del tratamiento

El tratamiento del vídeo describe más detalladamente todo el elementos que estarán implicados y cómo el vídeo será producido. El formato, continuidad y diseño de la producción.

Donde se realiza los guiones pertinentes.

2. Producción

La producción audiovisual es el resultado de la combinación de varias necesidades: industriales, comerciales, de entretenimiento, culturales o artísticas. Tras todas estas necesidades existe siempre, a partes iguales en lo que a importancia se refiere, una inversión de capital, una mezcla de trabajo y recursos técnicos y un plan organizativo. Es a esta planificación a la que se conoce, tanto en el mundo de la industria cinematográfica como en el de la industria televisiva, como producción audiovisual. Debido a la importancia del proceso de producción, el modo de organizarlo será primordial para el éxito o fracaso de la obra. En referencia a la producción, las diferencias entre la empresa audiovisual y empresas que actúan en otros sectores son mínimas. . (Rafóls, 2003)

Esta fase comprende básicamente la parte de levantamiento o creación de las imágenes.

Preparativos

El staff de producción preparará todos los equipos técnicos necesarios para la producción. Se harán los llamados necesarios al staff y talento.

Iluminación

El iluminador y sus asistentes son responsables de esto. La iluminación es un aspecto muy importante en la producción, ya que se utiliza para realzar las imágenes en una escena y también se utiliza para crear un ambiente específico como: Drama, de noche o día, caliente, frío, suspenso, misterio, etc.

Audio directo

El audio directo es el que se graba al mismo tiempo que la imagen (Eje.: la voz de un conductor a cuadro, el ruido de una máquina, una conversación, etc.) y es un elemento importantísimo dentro de una producción.

Maquillaje (Make-up)

Las responsabilidades del Make-up son hacer que el talento se vea bien ante la cámara. Su trabajo es aplicar maquillaje, arreglo del cabello, el guardarropa y hacer que el talento se sienta cómodo.

Grabación

Es el momento en la grabación se lleva a cabo y en donde todos los elementos descritos en el guion se combinan para obtener la imagen grabada. . (Rafóls, 2003)

3. Postproducción

En esta fase se conjuntan todos los elementos anteriores para la edición del video y la integración de los distintos elementos que lo compondrán.

Off-line

El productor creará un "off line" del material grabado; esto significa que revisará todos los casetes y seleccionará las escenas que utilizará. Creará entonces una relación con los códigos de tiempo de las escenas para facilitar el proceso de edición.

Materiales gráficos de apoyo.

Se recopilan todos los materiales gráficos como fotografías que se incluirán en el video.

Locución

Con base al guion literario, se dará llamado al locutor para grabar en la cabina de audio, la narración del video, que posteriormente se incluirá dentro del mismo.

Musicalización

Se seleccionan las piezas musicales y los efectos de sonido que acompañarán al video.

Gráficos

Se elaboran todos los gráficos como: subtítulos, textos de apoyo y gráficas que apoyarán el video.

Animaciones

Las animaciones deben de terminarse y aprobarse antes de iniciar con la edición.

Una vez que se cuenta con todos estos elementos, entonces se procede con la edición definitiva del video.

1.4 El Turibus de la Ciudad de México.

Es un transporte turístico, similar al que ya existe en la mayoría de las grandes ciudades del mundo y que tiene como virtud adaptarse a las necesidades de un servicio de guía turístico popular que brinda la experiencia de vivir a bordo un paseo histórico y contemporáneo, conociendo los puntos de más interés de las principales ciudades de México desde otro punto de vista, acompañado de tus familiares y amigos. Turibus.com.mx (2010)

Los llevará por diferentes rutas en la Ciudad de México, y el único inconveniente es que los árboles que bordean las calles de las diferentes zonas se encuentran tan cercanos al Turibus que si distraen se puede sufrir un ramazo o golpe, o lo peor ser derribado por algunos de los cientos de cables que cruzan la calle por lo alto, por lo que se recomienda estar sentado y no levantarse. El pasaje tiene un costo y se puede hacer todo el recorrido, en donde se dan las explicaciones en español, inglés, francés, italiano, alemán y japonés y si se desea bajar del Turibus para un recorrido a pie, se puede hacer y volver a abordar el siguiente Turibus sin complicaciones ya que el boleto es de acceso ilimitado.

La nueva propuesta turística fue anunciada por López Obrador en septiembre de 2002 y en noviembre arrancó el servicio. Del Rey Román alcanzó a registrar la marca de Turibus en octubre de 2002, con el número 770005 en el IMPI que lleva Jorge Amigo. Hoy los vehículos que se utilizan son importados de Brasil.

Así que atrás de ese simpático concepto del Turibus que vemos todos los días los capitalinos, ubique a esta historia con un antecedente de una denuncia de plagio, consistente con la falta de seguridad jurídica que hoy prevalece en el país.

Turibus forma parte del Grupo ADO de quien es dueño Agustín Irurita el hombre de negocios, es una empresa Mexicana con 70 años de experiencia, cuentan con 23 autobuses, en el Distrito Federal y Se transportan al año 310 mil pasajeros, nacionales y extranjeros.

Digamos que los antecedentes de este asunto se remontan a 1998 cuando durante la gestión de Cuauhtémoc Cárdenas se comenzaron a realizar los primeros sondeos para traer a la Ciudad de México el concepto de un transporte turístico, el 30 de octubre de ese mismo año registró el diseño industrial que incluía el característico vehículo de dos pisos, con una guía en cinco idiomas, diversas rutas, entre ellas el paseo nocturno, ese que es tan famoso por ejemplo en París.

Se inició el servicio del Turibus o Autobús turístico en septiembre del 2002 por medio de autobuses de dos pisos de color rojo, los cuales se han convertido en una opción para los habitantes y visitantes de la Ciudad de México para recorrer diversos sitios turísticos de interés. Este servicio de recorrido turístico se lleva a cabo a través de dos rutas, la primera por las principales avenidas y atractivos del centro de la Ciudad de México y la segunda en el centro y sur de la ciudad. Es más que un simple viaje o paseo, ya que ofrece al visitante la travesía por la historia y arquitectura de varios siglos.

1.4.1 Misión, visión y valores del Turibus.

El Turibus les da la oportunidad a los turistas nacionales y extranjeros a apreciar los lugares históricos, y representativos de la Ciudad de México, mostrando de una manera más accesible los lugares e información de cada uno.

Misión

Transportar y difundir a nuestros clientes los atractivos y sitios de interés de las ciudades que recorreremos.

Valores

- Pasión por servir
- Calidad y productividad
- Confianza
- Austeridad
- Rentabilidad

Visión

Ser la empresa líder en Circuitos Turísticos en México, en continua mejora, proporcionando a nuestros clientes un servicio de excelencia con rentabilidad.

Objetivo

Darte el mejor servicio a bordo de nuestros autobuses, disfrutando de nuestros circuitos, observando los diferentes monumentos históricos y lugares de esparcimiento que nuestra ciudad tiene para ti.

1.4.2 Características y recorridos del Turibus por la Ciudad de México

Características:

- Autobuses de doble altura sin techo.
- Puedes subir y bajar las veces que quieras durante todo el día.
- Audio en 6 diferentes idiomas con audífonos personales. En: Español, Inglés, Francés, Alemán, Japonés e Italiano
- Para toda la familia.
- Venta de boletos abordo.
- Atención personalizada.
- Trato amable por parte de nuestros anfitriones, conductores y guardias de seguridad.
- Seguridad a bordo del autobús.
- Atención para personas discapacitadas.
- Cultura y diversión.

Recorridos Ciudad de México

Chapultepec Centro Histórico

Viaja por la historia de México visitando sus más representativos atractivos: arqueológicos, coloniales modernos y contemporáneos, en un paseo divertido y cultural.

- 21 paradas
- Las paradas están identificadas por un pendón rojo
- Frecuencia de paso de 30 a 40 minutos
- Recorrido completo de 3 horas

Horarios

- Inicio 9:00 horas
 - Termina 21:00 horas
- (El servicio termina a las 21:00 horas en la parada más cercana de la unidad)



Mapa de la ruta Chapultepec Centro Histórico

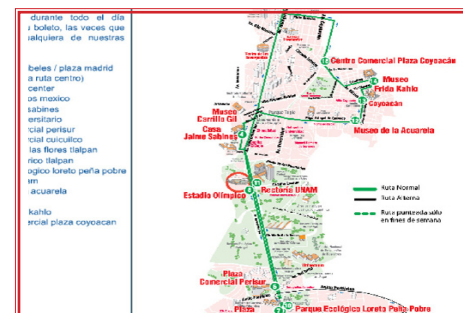
Circuito Sur

Recorre los sitios más característicos en un paseo a través del arte y cultura mexicana, en las colonias más típicas de la ciudad.

- En sus 15 paradas
- Las paradas están identificadas por un pendón rojo
- Frecuencia de 60 a 90 minutos
- Duración circuito Sur de 3 horas 30 minutos

Horarios

- Inicio 10:00 horas *
 - Final 21:00
- (El servicio termina a las 21:00 horas en la parada más cercana de la unidad)
- * En el Circuito Sur la hora de inicio puede variar en función de la demanda



Mapa de la ruta Circuito Sur

Servicio Nocturno Operación

La operación será de la siguiente manera:

1. Se operará con 2 unidades: 2 para Circuito Polanco-Condesa.
2. Frecuencia de 45 minutos a 1 hora
3. Las paradas serán en lugares turísticos, restaurantes y centros de entretenimiento.

Identifique nuestras paradas. Horario de Servicio

Viernes y sábados de 21:00 (ZOCALO) hasta las 1:00 am.

Venta de Boletos

El costo de servicio por día será de \$145 operación normal por persona sube y baja, el boleto se adquiere a bordo del autobús.

*Su boleto puede ser utilizado en ambos circuitos la misma noche.

Servicio

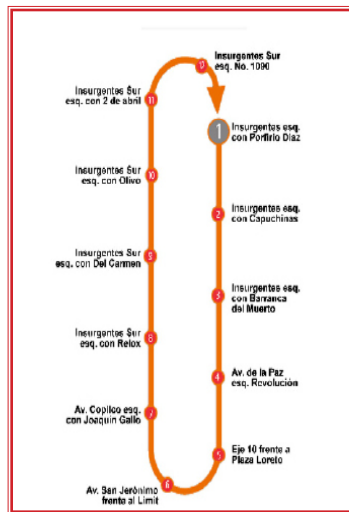
Se divide en dos Circuitos: Norte y Sur.

El Circuito Nocturno Norte, corre por las calles de Masarik, Campos Elíseos, Mariano Escobedo, Michoacán, Tamaulipas, Nuevo León, Florencia y Reforma. (Iniciando en Mazarik esquina con Sócrates)



Mapa de la ruta del Servicio Nocturno norte

El Circuito Nocturno Sur, corre por las calles de Insurgentes Sur, Av. La Paz, San Jerónimo. (Iniciando en Insurgentes Sur esquina con Porfirio Díaz)-TEMPORALMENTE SUSPENDIDO.



Mapa de la ruta del Servicio Nocturno sur

Circuito Puebla-Cholula

Cholula desde otro punto de vista, visitando las iglesias de Tonantzintla, San Francisco Acatepec, la zona arqueológica de Cholula, Ex convento de San Francisco.



Mapa de la ruta circuito Puebla-Cholula

Circuito Pirámides Chichén Itzá

Ven con nosotros a este increíble tour todo incluido (Transportación, Visitas guiadas, Alimentos), te llevamos a la Zona Arqueológica de Chichén Itzá y al Centro de Valladolid.

Recorrido Veracruz

Solicite información sobre el recorrido.

Recorrido Mérida

Solicite información sobre el recorrido.



Mapa recorrido Veracruz



Mapa recorrido Mérida

Reportes estadísticos del Turibus.

Se calcula que en 2003 lograron transportarse 120 mil usuarios y este año con 15 vehículos se llegará a unos 200 mil. A razón de 100 pesos por persona, esto implica ingresos por poco más de 2 millones de dólares en un contrato a diez años que incluso ya comenzó a expandirse.

Se cuentan con 23 autobuses, en el Distrito Federal.

Transportamos al año 310 mil pasajeros, nacionales y extranjeros.

53 lugares en la parte superior

18 lugares en la parte inferior

Lugares de discapacitados con rampa para silla de ruedas (Planta Baja)

Audio en 6 idiomas dispositivo en cada asiento

1.4.4 Análisis del discurso retórico del recorrido de la zona de Chapultepec - Centro Histórico.

TURIBUS

El solo nombre nos dice su actividad, función y finalidad. Al desglosarlo podemos entender mejor esto.

TUR: es la pronunciación correcta de "tour"; se refiere a una excursión o viaje para conocer un lugar determinado.

TURI: un diminutivo de

Turismo; las actividades que realizan las personas en viajes o excursiones, en estancias por lugares distintos al de su entorno habitual.

Turista; aquella persona que se traslada de su domicilio habitual a otro punto mas de 24 horas, con fines de descanso o distracción.

BUS: forma abreviada de autobús

Es un vehículo diseñado para el transporte de personas por lo general usado como servicio de transporte público con un trayecto fijo, su capacidad puede variar entre diez y ciento veinte pasajeros.

Este transporte en específico está especialmente diseñado para su propósito turístico lo cual se puede apreciar en distintos aspectos el más llamativo sin duda alguna es el segundo piso sin techo,

Recorrido zona

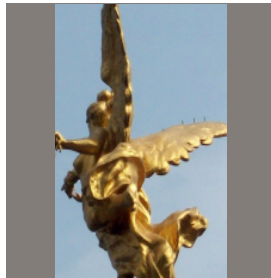
Chapultepec – Centro Histórico

sus amplias ventanas, para poder disfrutar de mejor manera el paisaje, asientos que en la parte superior del respaldo contienen reproductores que proporcionan la información del recorrido con el apoyo de audífonos de los cuales hacen entrega al abordaje.

En su estructura externa el frente del autobús es totalmente plano para sí poder dar vueltas entre calles en partes del recorrido donde hay poco espacio y así poder desplazarse cómodamente por la ciudad.

Son veintiún los puntos a lo largo del recorrido, de estos se hizo una selección basados en su referencia histórica y popularidad.

Enfocado en si en catorce ubicaciones de la ruta marcada las cuales se eligieron para ser fotografiados, son referentes culturales de la Ciudad de México. Estos emblemas urbanos ya sean monumentos o edificios cada uno tiene una historia que los abala como símbolos de la transformación ya que van marcando el paso del tiempo y grabando en ellos el progreso y avances tecnológicos de la ciudad. También algunos monumentos han tomado nuevas connotaciones con el paso del tiempo debido a la relación que la sociedad ha ido tomando con estos pero que al final no modifican su representación cultural.



-Auditorio Nacional

Como recinto principal de espectáculos en México fue reinaugurado el 6 de septiembre de 1991.

Este lugar cede de distintos espectáculos se escogió por su importancia a nivel nacional como internacional.

-La Fuente de Cibeles Plaza Madrid.

La fuente original de la cuál es replica se encuentra ubicada en la plaza de Cibeles de Madrid España.

Se inauguró el 5 de septiembre de 1980 por el presidente López Portillo, el alcalde de Madrid Enrique Tierno Galván y por el Jefe del DD Carlos Hank González.

Esta tiene gran importancia por el valor moral que conlleva pues fue donada por la comunidad de residentes españoles en México trayendo así una imagen representativa de su país a México convirtiéndose en un símbolo de hermandad entre ambas ciudades.

-Monumento a la Independencia

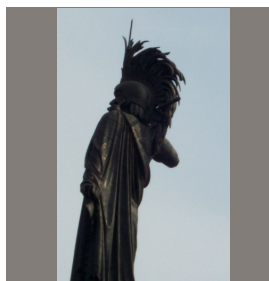
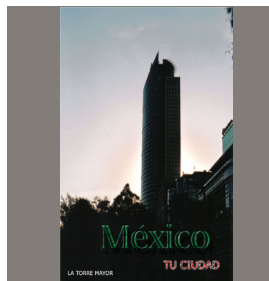
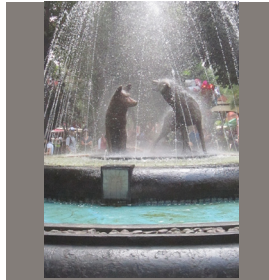
Popularmente conocido como El Ángel de la Independencia fue inaugurado en 1910 como conmemorativo del centenario de la independencia de México por el presidente Porfirio Díaz.

Fue elegido por ser un icono cultural de la Ciudad de México y lugar cede de distintos festejos nacionales.

-Hemiciclo a Benito Juárez

Inaugurado en 1910 un proyecto por colaboración del arquitecto Guillermo Heredia y el italiano Lazzaroni.

Este lugar es de gran importancia en la ciudad por su valor representativo histórico.



-Coyoacán

Coyohuacan, fue fundada por los toltecas entre los siglos X y XII DC. Sede de los poderes durante la reconstrucción de Tenochtitlán y asiento de magníficas casas en torno a una fundación franciscana del siglo XVI (iglesia de San Juan Bautista). También fue capital de la Nueva España cuando Hernán Cortes se estableció después de la destrucción de Tenochtitlán y donde se dio tormento a Cuauhtémoc, último emperador azteca.

Coyoacán hoy considerado un barrio debido a la inmensidad de la capital mexicana, lugar central de diversión, historia y cultura. Por sus calles tranquilas y con señoriales mansiones es posible adentrarse en este mundo de hermosas plazas, galerías de arte, restaurantes y vida bohemia enriquecida por cafés, bares, restaurantes, librerías y las vistosas fiestas populares.

-Paseo de la Reforma

Es una de las avenidas más importantes de la ciudad de México fue encargo por el emperador Maximiliano I de México, su fin sería el de conectar el castillo de Chapultepec con el Palacio Nacional.

A lo largo de esta avenida se encuentran edificios de corte moderno, rascacielos y monumentos que son símbolo de la Ciudad de México y del país.

-Glorieta del Monumento de Cuauhtémoc

Fue elegido por ser considerado el monumento más nacionalista del Paseo de la Reforma representa al último Tlatoani mexica Cuauhtémoc, realizado por Gabriel Guerra.



-Glorieta de la Fuente de la Diana Cazadora.

Fue inaugurada en el año de 1942 por el presidente Manuel Ávila Camacho. El nombre del monumento es el de “Flechadora de la Estrella del Norte” popularmente conocido como “La Diana Cazadora”.

Elegido por su representación de una renovación cultural en la ciudad de México ya que en su inauguración fue motivo de escándalo por su desnudez y se le tuvo que colocar un faldón pero causo su deterioro por lo que se tuvo que fundir una nueva escultura y para 1992 regreso formalmente al Paseo de la Reforma.

-El palacio Nacional

Es la sede del Poder Ejecutivo Federal de México Su construcción inició en 1522 como segunda residencia privada de Hernán Cortés sobre parte del palacio del Rey Tlatoani Moctezuma Xocoyotzin. Consumada la independencia de México fue destinado como sede de los Poderes ejecutivo, legislativo y judicial de los diferentes regímenes republicanos y monárquicos del país en 1930.

Lugar donde se realizan importantes actos protocolarios del Presidente, como jefe del Estado Mexicano: celebración del grito de Dolores, desfiles militares conmemorativos de la independencia y de la Revolución Mexicana, mensajes del Presidente con motivo de sus informes de gobierno, recepción de Jefes de Estado y de gobierno de países extranjeros, recepción de credenciales del cuerpo diplomático acreditado en el país, entre otros eventos.



-La Catedral Metropolitana

La catedral de México con una gran mezcla del arte de la Nueva España: heredera del Templo Mayor de Tenochtitlán, parte importante del Zócalo, la catedral como centro simbólico de la Ciudad de México.

-Palacio de Bellas Artes

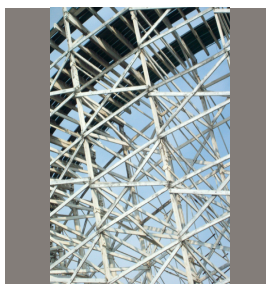
Como foro máximo del arte y la cultura en México, el Palacio de Bellas Artes con su majestuosa arquitectura en la que se integran de manera armónica y elegante dos estilos al parecer imposibles, el Art Nouveau de su exterior con el Art Deco del interior.

En este edificio se llevan a cabo un gran número de actividades artísticas y culturales que van desde exposiciones de pintura, escultura y arquitectura hasta sus famosas presentaciones de ópera y música de concierto sin dejar al lado el ballet clásico y el ballet folklórico de Amalia Hernández. Mención especial merece la plaza localizada en la entrada principal donde pueden apreciarse las famosas esculturas de Pegaso.

-Torre Latino Americana

La Torre Latino quedo finalizada a principios de 1956, lo realmente importante de esta es la tecnología para su construcción original, fue la primera de su tipo en el mundo y sigue siendo utilizada por todos los constructores de rascacielos para zonas de alto riesgo sísmico.

Es un destino turístico pues brinda a los visitantes una experiencia única en el corazón de la Ciudad de México, con calidad, innovación y múltiples opciones de entretenimiento.



-El caballito

En 1979 fue trasladada la escultura ecuestre de Carlos IV a su sitio actual, la antigua glorieta del Caballito, desapareció para siempre y fue substituida por una intersección de importantes avenidas, controlada por semáforos. El escultor chihuahuense Sebastián, cuyo verdadero nombre es Enrique Carbajal, desarrollo un proyecto de lo que sería el nuevo Caballito, la gente ha llamado el Caballote y que en cierta forma substituyó la escultura original.

El nuevo Caballito se encuentra en la confluencia de la Avenida Juárez y la Avenida Bucareli con el Paseo de la Reforma, mide alrededor de 28 metros y está construido de placas de acero recubierto con esmalte acrílico, permanece en ese sitio desde 1992.

Esta fue elegida por su gran importancia como marco de renovación cultural en la Ciudad de México.

-Montaña Rusa de la Feria de Chapultepec en la Cuidad de México

La primera de todas en México hasta 1982, abrió en el año de 1964 como parte de un proyecto llamado: Juegos mecánicos de Chapultepec, un parque originalmente operado por el gobierno de la ciudad y que actualmente es operado por grupo CIE.

Un monstruo de 34 metros de altura y 1219 metros de longitud.

Por ser representativa de la ciudad pues esta gran estructura es representativa de lo viejo a lo nuevo y el pensar en ella nos remota de inmediato a Chapultepec y la Feria misma.



TURIBUS®
CIRCUITO TURISTICO

Logotipo compuesto únicamente por tipografía, definiendo en sí mismo el servicio que ofrece.

La tipografía tiene una clara inclinación propia de una cursiva pero con una legibilidad de los caracteres, pensada para todo tipo de soportes gráficos ya sean impresos o digitales.

Nos dice con claridad lo que es: Turibus; transporte turístico. Que hace: circuito turístico; un recorrido determinado, que regresa al punto de partida visitando lugares de importancia turística.

De qué punto a que punto en la ruta de interés: zona Chapultepec – Centro Histórico; es un recorrido de veintidós paradas que a su vez son atractivos de la ciudad entre monumentos, construcciones y esculturas, componen una ruta rica en historia sobre la Ciudad de México.

Los colores que usa son los que representan toda la imagen del Turibus, el rojo dándole fuerza y énfasis al nombre principal pues en él se encuentra el objetivo englobado en una sola palabra.

El color oro en la parte media dando elegancia a toda la composición, aportando la sobriedad necesaria después del color cálido.

TURIBUS



Capítulo 2 : Fase creativa
Desarrollo de los soportes gráficos

2.1 Análisis retórico de la ruta del Turibus.

INVENTIO	ELOCUTIO	ACTIO	DISPOSITIO	MEMORIA
<p>El Turibus pretende transportar y difundir al público interesado por los lugares representativos de la ciudad, siempre proporcionando un servicio impecable, mostrando calidad, y pasión al prestar el servicio.</p>	<p>Durante el recorrido se puede apreciar no solo su objetivo como transporte turístico si no también por medio de su estructura, de los lugares seleccionados, visualmente en su imagen y físicamente en su transporte adecuadamente adaptado para su buen desempeño.</p>	<p>Por medio de su imagen es fácil identificar su actividad ya que se percibe directamente su propósito turístico.</p>	<p>Con el uso de diferentes herramientas dentro del diseño como son las imágenes, la tipografía, música, placas, etc., se sustenta su objetivo de manera gráfica y visual dentro de diferentes soportes para su difusión, mediante la armonía adecuada de cada uno de estos elementos dentro de un campo reticular en distintos soportes.</p>	<p>Los diferentes elementos de diseño se utilizan de manera que juntos logran su cometido; la imagen en mostrar junto con las fotografías el rumbo que se desea tomar respecto de un tema determinado.</p> <p>Por la música logramos identificar de manera auditiva un proyecto siendo un modo de reconocer como también brindar la pauta del ritmo que da el dinamismo al proyecto.</p> <p>El uso de placas es para representar rutas por medio de líneas las cuales nos acompañan en cualquier lado, estas aportan elegancia por su ornamentación.</p> <p>Juntos plasman visualmente y de manera atractiva la misión, visión, valores y objetivo del Turibus dentro de su recorrido.</p>

	TURISMO	DIFUSIÓN	COMODIDAD	SEGURIDAD
SIGNO	<p>Por el color de gran atractivo visual se logra capturar la atención requerida para este servicio turístico.</p>	<p>Las plecas utilizadas sugieren el recorrido.</p>	<p>El transporte utilizado para el recorrido es diseñado especialmente para este servicio.</p>	<p>Las plecas mencionadas se colocan como marco en solo una esquina inferior izquierda para así mismo dar equilibrio visual al diseño el cual fue basado y distribuido en el campo reticular.</p>
SIMBOLO	<p>Basados en la retícula y su división por campos al igual que en la proporción aurea, brinda muchas posibilidades de distribución de elementos.</p>	<p>Haciendo uso de estas como elemento visual y gráfica.</p>	<p>EL bus del Turibus, tiene distintas cualidades la más importante es la parte superior del mismo adaptado para poder observar desde alto la ciudad y los lugares representativos en su recorrido.</p>	<p>Da una simplicidad y elegancia al diseño, aportado una estructura armoniosa.</p>
ICONO	<p>El logotipo es parte fundamental pues de el surge la imagen completa del Turibus englobado en el la misión, visión, valores y objetivo del mismo.</p>	<p>Teniendo la versatilidad de poder utilizarse en distintos soportes.</p>	<p>El cuál es la imagen representativa del servicio mismo, al ser reconocido de manera visual por las calles de la ciudad.</p>	<p>Como elemento visual de fuerza en cuanto al equilibrio visual dentro del diseño para enfatizar su objetivo en el centro de este en su formato.</p>

2.2 Catálogo digital.

En esta parte del proyecto se aborda la realización de diseño del catálogo digital del recorrido del Turibus de la Ciudad de México de Chapultepec - Centro Histórico. El objetivo general era el de usar como base los lineamientos conceptuales del discurso retórico para identificar aquellos elementos sociales que se manifiestan en el recorrido del Turibus en la zona Chapultepec - Centro Histórico de la Ciudad de México para encontrar las imágenes óptimas que se contengan en un catálogo digital, con el fin de mostrar a la ciudadanía una imagen urbana actual para la comprensión y valoración de la Ciudad de México.

Este proyecto se dirigió a personas de nivel socio económico medio a alto, de edades de 18 a 50 años de edad.

Dentro del proceso de diseño se consideraron los aspectos fundamentales del discurso retórico que son: *vinvetio*, *elocutio*, *actio*, *dispositio* y memoria elementos que estructuran toda comunicación.

Para la realización de este proyecto en cuanto a la investigación y la toma fotográfica se tuvo que vivir la experiencia de subirse al Turibus y sentir en carne propia el recorrido, este fungió como complemento para la investigación porque solo subiéndose se puede realmente presenciar lo que será el contenido del proyecto y si este tiene la información necesaria. Para la toma fotográfica se abordó el Turibus donde se descubrieron los lugares verdaderamente relevantes del recorrido porque si bien están indicados en cada parada no son los únicos puntos importantes son también los lugares estratégicos del recorrido para el abordaje de más

2.2.1 Proceso creativo.

pasajeros y en el trayecto se pueden encontrar muchos otros lugares de importancia turística que solo se pueden descubrir que son parte del trayecto subiendo al Turibus, en si para la adecuada captura de las imágenes fue necesario bajar del autobús en cada parada y a pie recorrer los lugares que están entre cada punto designado como parada para poder acercarse de la manera más conveniente para la obtención de distintos ángulos así al final poder tener más opciones obteniendo el óptimo resultado del contenido de este Catálogo digital.

El proyecto del catálogo digital inicio como una simple idea para poder plasmar imágenes de lugares turísticos y representativos de la Ciudad de México, con esto en mente surgió la idea del Turibus ya que este recorre los lugares de los cuales se quería informar en su principal ruta Chapultepec – Centro Histórico, el paso a seguir era el de cómo enfocar estas imágenes de esta ruta del Turibus a lo cual se respondió con un catálogo, el siguiente punto era el de un soporte el cual fuera el más adecuado para plasmarlo, lo mejor era de manera digital con la finalidad de poder ser colocado en la página web del Turibus.

Este recorrido es el que contiene los lugares más representativos de la Ciudad de México, se hizo el recorrido para estudiarlo con cuidado, encontrando su contraste, va desde lo contemporáneo hasta lo prehispánico, lo cual hace a este recorrido rico en diversidad e información visual y cultural.

Por lo cual esta fue la mejor manera de plasmar todo el contenido pues con las imágenes e información para turistas nacionales y extranjeros de los mismos lugares hace una herramienta adecuada al catálogo digital.

2.2.1.1 Proceso de bocetaje.

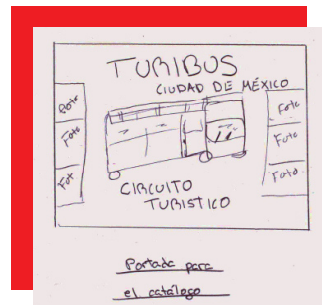
En esta sección se realizarón distintos bocetos, que ayudaron a lograr proyectar la idea para plasmarla en la computadora y así se pudo modificar y editar hasta lograr la imagen ideal para el proyecto. Dentro de esta parte se muestra precisamente a detalle cada parte de este proceso desde la manifestación de la idea hasta la propuesta final.

El primer boceto que se obtiene es la primer idea que se forma primeramente en la cabeza para la imagen de cómo se quiere el catálogo digital, así que como primera idea para del catálogo digital del recorrido del Turibus, como contendrá principalmente fotografías del trayecto se tiene que dejar como lugar central el de la fotografía un espacio en el área superior para la colocación del título de cada fotografía y un decorado de fondo con motivos del mismo Turibus.

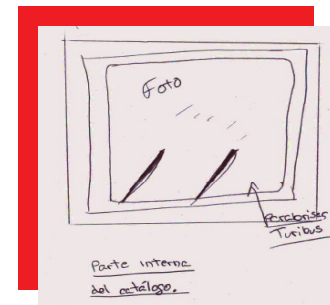
Como paso siguiente se tiene que plasmar esta idea en detalle en la computadora para así lograr percibir si es lo que realmente funciona.

Bosquejos:

Los bocetos inician plasmándose a mano en un papel a lápiz ya con la idea clara de los elementos que se contendrían.



Boceto 1 de portada del catálogo.



Boceto 2 parte interna del catálogo.

Al plasmarlo se dio inicio con la portada del catálogo, se fue realizando el acomodo de los elementos en el boceto plasmado en la computadora para así poder editar detalles.

En esta primera imagen se muestra el primer boletaje en b/n. Se realizó el primer bocetaje a b/n porque cuando se boceta primero se realiza la imagen sin color ese se integra posteriormente, elegí iniciar con el bus del Turibus porque es el objeto representativo del servicio turístico es parte fundamental y medio por el cual se lleva acabo dicho recorrido que también se encuentra en el banner inicial de la pagina web del Turibus mostrando su importancia, yo obtuve su imagen de la serie fotográfica realizada para este proyecto, solo resaltando y utilizando su estructura lineal, por esto mismo la imagen inicial esta ala izquierda, despues se invierte la imagen sobre todo por su mejor acomodo.

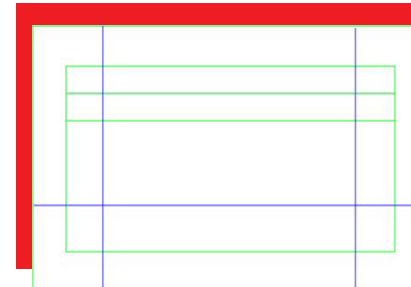


Boceto digital, estructura del Turibus.

El espacio reticular sin duda es muy importante en este proyecto fue determinado por el dinamismo que cada una aportaba para la distribución del texto, ilustración y fotografías, siempre pensándose horizontal, así como su versatilidad de uso en distintos soportes.



Ejemplo 1 de retícula una división de 9 campos.



Ejemplo 2 de retícula de 16 campos.

El color rojo siempre fue claro que sería el principal dentro del diseño solo se hicieron pruebas de representación dentro del formato, lo cual se muestra más adelante en la diagramación.

También la tipografía se eligió desde un principio al encontrar su adecuada funcionalidad dentro del diseño, en cuanto a legibilidad en distintos soportes, y su familiaridad dentro de la imagen del Turibus, la cual es: Aharoni Bold mostrada más adelante dentro de la diagramación.

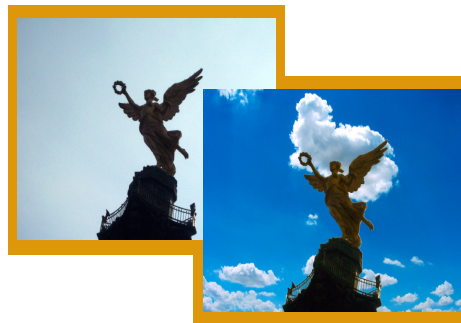
Las imágenes que fueron seleccionadas de cada punto del recorrido fueron parte de una serie fotográfica editada posteriormente para su uso en ese proyecto como veremos a continuación:



Fotografías original y editada 1



Fotografías original y editada 2



Fotografías original y editada 3



Fotografías original y editada 4



Fotografías original y editada 5



Fotografías original y editada 6



Fotografías original y editada 7



Fotografías original y editada 8



Fotografías original y editada 9



Fotografías original y editada 10



Fotografías original y editada 11



Fotografías original y editada 12



Fotografías original y editada 13

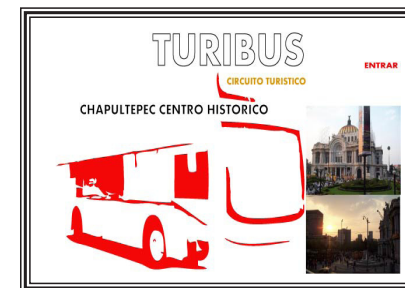


Fotografías original y editada 14

Su acomodo fue basado en cuanto al mismo recorrido del Turibus de la zona Chapultepec – Centro Histórico, y en la importancia de los distintos lugares que lo integran, este inicia en el Auditorio Nacional y concluye en el Zócalo de la Ciudad de México.

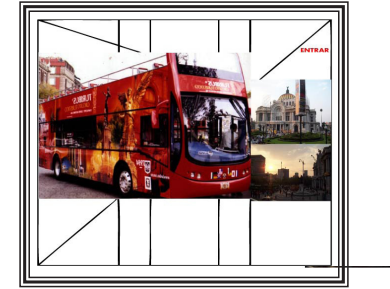
Diagramación:

En este se da un salto más colocando imágenes del recorrido como muestra del interior para complementar la portada, se usa solo el boceto uno pero ya en pleno uso de colores.



Boceto 1 a todo color usando la estructura del Turibus y el color rojo mostrando pruebas en el color y la tipografía.

En este otro se muestra la utilización de la retícula para la distribución de los elementos, en lugar de usar el boceto uno se utilizó la fotografía original.



Boceto 2 en él se muestra la fotografía original de la cual se extrajo la estructura del Turibus antes mostrada, junto con la retícula para mostrar su utilización.

En el siguiente boceto se observa el juego de ideas solo modificando pequeños detalles como el colocar la fotografía detrás de la ilustración del mismo Turibus.



Boceto 3 donde se muestran pruebas de imagen.

Aquí podemos ver el producto casi concluido uniendo las ideas hacia el producto final.



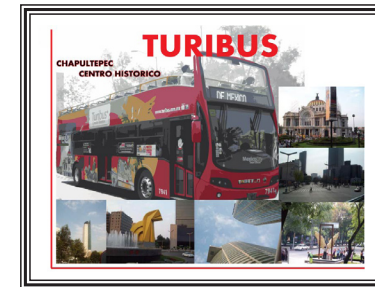
Boceto 4 donde se muestra la portada con las piezas incluidas continuando con el juego de imágenes.

Por último el producto final con la conjunción de ideas y manejo de los elementos.

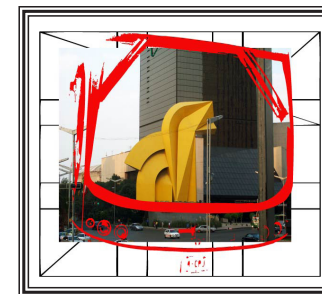
En la parte interna del catálogo se planea manejar una uniformidad cambiando solo las fotos.

En este primer boceto se muestra la retícula para el acomodo de elementos y se usa la silueta caricaturizada del parabrisas del Turibus como marco para las fotos.

En este otro en el contorno del mismo marco de parabrisas del Turibus se deja en blanco para que pueda cubrir por completo la imagen y se pueda colocar un pie de foto visible.



Producto final de portada

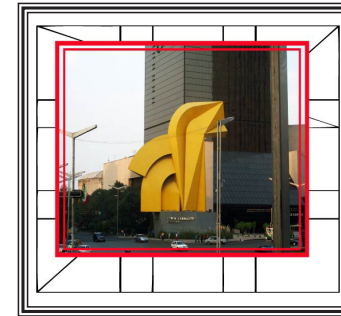


Boceto 1 de la parte interna del catálogo mostrando el espacio reticular y como se fue utilizando en el apoyo al bocetaje.



Boceto 2 en el cual se continua el juego de distribución en base a la retícula.

Este boceto se pensó diferente para lograr un diseño mucho más limpio continuando con la misma línea de la portada, para esto se usó un marco rectangular para enmarcar cada fotografía en la parte central de la retícula.



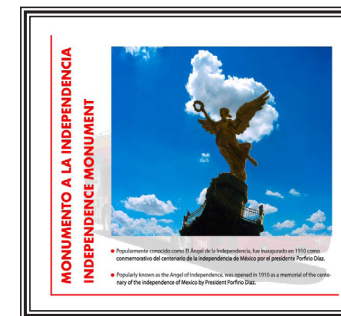
Boceto 3 basado en la estructura reticular una idea evolucionada a la anterior.

Este es el producto final de imagen pensando en un trabajo pulcro y que fuera compatible con la portada, fue este el resultado.



Boceto 4 mostrando un acercamiento al producto final ya con la aplicación de la pleca también en el interior.

Al anterior solo se le agregara el texto descriptivo de cada imagen tanto en el idioma inglés como en español, agregando como fondo una imagen del Turibus como marca de agua.

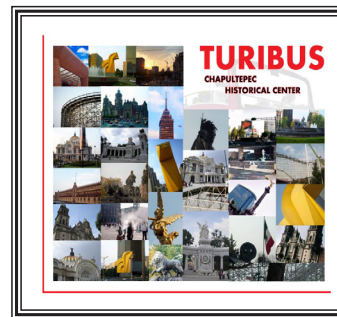


Producto final

Al final del catálogo se cerrara con un diseño que contiene un conjunto de distintas imágenes de los mismos lugares elegidos para representar el recorrido, en distintas perspectivas, la finalidad de esta es ser como una contra portada, conjuntando la idea del catálogo en una sola.

En este proceso de boletaje esta idea se inició pensando en colocarlo realmente como contra portada por eso la pleca se colocó en el lado contrario, también las imágenes se pensaron que cubrieran toda esa parte.

Finalmente la pleca se colocó en el mismo lugar que las demás imágenes del lado izquierdo las imágenes se colocaron cubriendo todo excepto la esquina superior derecha donde se colocó un título del Turibus y el recorrido en inglés (Chapultepec – Historical Center), dejando ver la imagen del fondo del Turibus como marca de agua.

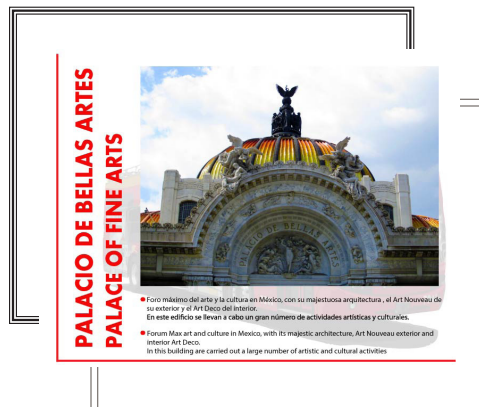


Contraportada

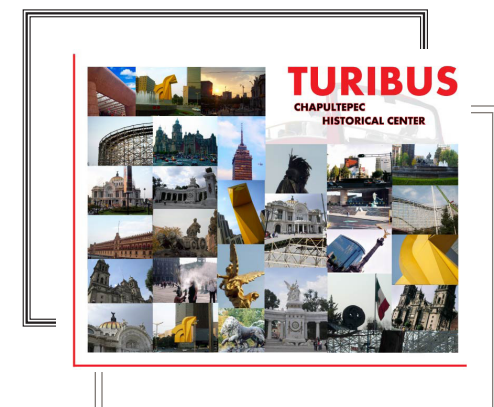
2.2.2 Propuesta final.



Portada



Parte interna



Contraportada

2.3 Video.

Este **video** fue planeado como apoyo al catálogo digital mostrando el uso de otro soporte gráfico explotando la versatilidad de las herramientas del diseño, de tal manera que surgió la idea de la realización de dicho video ya que tiene la misma función de almacenamiento de imágenes y fluidez de las mismas al igual que más opciones de uso total de los elementos del Diseño audiovisual al contener animación imágenes, imágenes en movimiento, así como audio en su musicalización coordinada y efectos visuales.

Su realización tiene como objetivo; llegar a más público, ya que no se pierde más de dos minutos en dar un recorrido por los lugares representativos del recorrido del Turibus de la Ciudad de México zona Chapultepec - Centro Histórico por medio de las imágenes e información contenidas sin la necesidad de apretar más botones que el de play, al mismo tiempo no deja de ser interactivo pues si alguna persona desea ver con mayor detenimiento una imagen pueden poner pausa, de esta manera explotamos el Diseño audiovisual totalmente en este proyecto.

2.3.1 Proceso creativo.

En esta parte se inició con la idea del catálogo digital mediante un proceso deductivo, ya teniendo en mente la realización del video, se inicia por planear todo lo que se necesitara para su creación, a esto se refiere; las imágenes la creación de animaciones, efectos, etc.

Realizando así la planeación en concreto del concepto del video dándole un propósito u objetivo basados en los fundamentos del discurso retórico. Para así ser un video que explota el Diseño audiovisual en cada parte.

También en esta parte se realiza la selección de los lugares que serán usados de las 21 paradas la selección de los 14 más representativos en la Ciudad de México, coordinando con el catálogo.

Al igual que se selecciona la música que se incorporara.

A partir de esto se realizan los guiones pertinentes.

Más adelante se preparan los equipos necesarios en este caso la cámara digital.

Se realizó el recorrido del Turibus para hacer un reconocimiento del recorrido competo, más adelante ya se hizo la toma de las imágenes de los lugares de importancia para el trabajo. Analiza la preparación de estas mismas.

Crean las animaciones requeridas.

Por ultimo en la parte del proceso se hace toda la edición.

Se selecciona las imágenes que se utilizaran, y la edición y retoque de las mismas.

Se incorporan en el video junto con las animaciones en el orden adecuado, continuando con el oder que tiene el catálogo.

La elaboración de los gráficos se realiza colocándose en el lugar debido.

Como también se realiza la incorporación de la música seleccionada (para en intro; "The Music Box", soundtrack de la película francesa Banlieue 13 Ultimatum, artista: Trak Invaders. Y para el resto del video; "deep shadows", soundtrack de la segunda parte de la película americana The Hunger Games.)

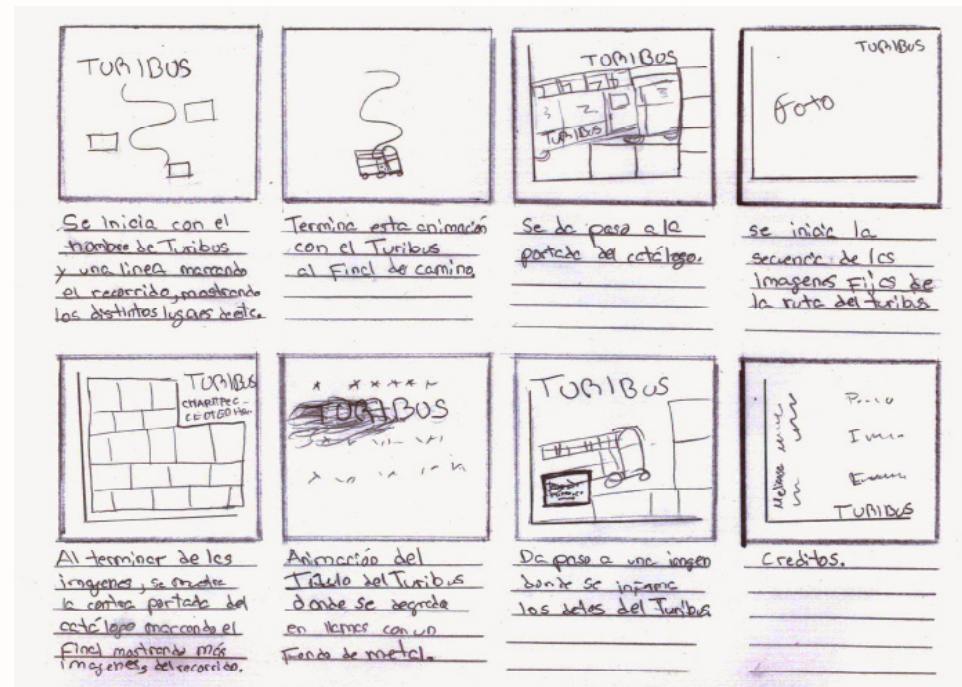
Con cada paso de animaciones, imágenes, gráficos y música debidamente revisados, y aprobados se procede a la edición final.

2.3.1.1 Story Line.

“Propuestas de promoción para el Turibus de la Ciudad de México en la ruta Chapultepec-Centro Histórico”

Trata sobre el recorrido turístico del Turibus de la Ciudad de México haciendo referencia sobre todo a los puntos más conocidos de este específicamente de 14 de las 21 paradas de este recorrido mostrando imágenes de estas mismas paradas cada una tomada con encuadres específicos para hacer énfasis en el objetivo del proyecto, algunas imágenes a detalle, otras panorámicas y por ultimo otras en primer plano. Incluyendo animaciones y música para su dinamismo.

2.3.1.2 Story board.



2.3.1.4 Propuesta final.

Finalmente el video tuvo una duración de 2:02 minutos, conteniendo animaciones, en la primera se utilizó esta técnica para simular el recorrido del Turibus y el paso por los lugares representativos de la Ciudad de México, la segunda en la última parte de este una animación sobre el título como si fuera quemado en una placa de metal y desaparece, se echó mano de esta técnica para poder dar más dinamismo al video en torno al recorrido.

También se realizó una secuencia fotográfica de imágenes fijas para el paso de las imágenes del recorrido con diferentes encuadres que en el catálogo algunas son distintas para lograr una mejor apreciación de los diferentes lugares y una distinción más entre el catálogo digital y el video, pero en general se respentan las mismas fotografías para mantener una union entre ambos soprtes, así mismo se usaron imágenes parte de la misma serie fotográfica para mantener coherencia entre ambos y sus contenidos.

TURIBUS



Capítulo 3: Fase ejecutiva Evolución de los soportes

3.1 Justificación del discurso retórico de la propuesta de catálogo digital.

Tipografía

Para el catálogo digital una de las tipografías de la cual se hizo uso fue **Aharoni Bold**, esta es parte de la familia tipográfica de la clasificación de Industriales, la geométrica de la cual su principal característica es su perfecta legibilidad por su amplitud estructural lineal adecuada para leerse de manera digital por medio de una pantalla sin importar su resolución.

Fue utilizada en la realización del catálogo digital para el recorrido del Turibus de la Ciudad de México por la posibilidad de poder jugar con ella al usarla de manera normal, solo el contorno o rellenarla de un color y el contorno de otro y luce bien por su forma, así como también es totalmente legible de cualquier manera.

Esta solo se uso para los títulos y así lograr resaltarlos.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

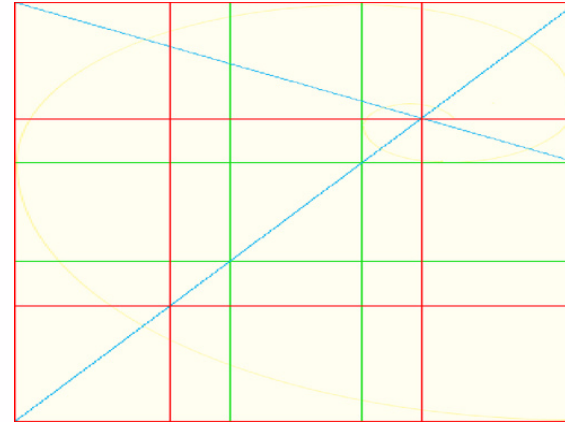
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Para el catálogo digital también se utilizó la tipografía Myriad pro regular, asimismo pertenece a la clasificación de las tipografías Industriales, parte de la familia de las humanistas, lo cual la hace igualmente perfecta para su uso digital ya que tiene las mismas características resaltando su perfecta legibilidad en la pantalla. Se eligió por su familiaridad con Aharini bold, para poder discernir los títulos del texto dentro del catálogo digital por lo que esta se aplicó únicamente para el contenido textual del catálogo digital en la descripción de cada lugar de importancia en el idioma español como inglés.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Retícula

La retícula fue una parte fundamental en la visualización y armado del catálogo digital, se usó como base una retícula aurea para el adecuado acomodo de los elementos compositivos.



Esta es una retícula aurea, siendo la más indicada para un óptimo resultado en cuanto a la elaboración del catálogo digital.

En la imagen inferior se puede ver claramente el uso que se le dio a la retícula en cuanto al acomodo de los elementos en la portada del catálogo digital para el recorrido del Turibus de la Ciudad de México, partiendo por el centro en la parte superior se encuentra el título en el centro de la retícula nuestro punto de interés se colocó la fotografía propia del Turibus y haciendo uso a lo largo y ancho de la retícula se pudo distribuir los elementos de una manera adecuada y ordenada haciendo óptimo su resultado.

Composición



Para finalmente tener como producto final una portada para el catálogo digital con una perfecta distribución de elementos (imágenes y Texto).

Esta se baso totalmente en la retícula, se compone de distintos elementos gráficos que son: la tipografía, imágenes, una pleca y por último los colores.

La tipografía es parte fundamental de la imagen del Turibus tal y como lo muestra su logotipo, tanto por su significado como por el color que representa y se basa la proyección completa del Turibus sobre todo dentro de este proyecto, también por ser un color por medio del cual se puede llamar la atención por su fuerza y calidez.



Las imágenes son fotografías del mismo recorrido del Turibus fotos que no se encuentran en la parte interna del mismo, permitiendo mostrar otras partes del recorrido así como también diferentes tomas de los mencionados en el interior del catálogo, para dar una mayor visualización del recorrido.

En color rojo continuando con la misma línea del diseño la pleca abarca solo una esquina del catálogo para dar orden visual, elegancia y distribución del foco visual de los elementos.

Elección de Colores

En cuanto al color principalmente se hizo uso del rojo en pantone número F40808 el cual se muestra abajo:

Color



Se eligió como color principal en la proyección del catálogo por ser el que más resalta dentro del logo del Turibus y principalmente por que es el representativo del Turibus como también por ser un color de gran energía y poder que denota alegría, emoción, agresividad así como también llama la atención de fácil manera, el rojo siempre conocido como un color de fuerza el más cálido de la gama.

Así mismo se usó el negro pantone número 000000:



Se usó principalmente para contrastar texto sobre la imagen de portada y así se puede lograr el perfecto equilibrio en el diseño final, puesto que precisamente la sobriedad aportada por este es de gran valor para la composición del catálogo pues brinda un equilibrio enfrentando a la calidez del color rojo.

EL blanco es un color acromático, de claridad máxima y de oscuridad nula, por esto mismo se utilizó como base del diseño para aportar limpieza y pureza al catálogo digital.

	<p>Número de pantone FFFFFF:</p> <div style="border: 1px solid black; width: 200px; height: 100px; margin: 10px auto;"></div>
--	---

3.2 Justificación del discurso retórico de la propuesta de video.

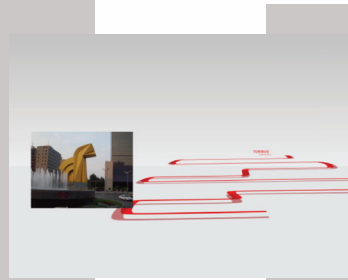
<h2>Guión</h2>	<p>“Propuestas de promoción para el Turibus de la Ciudad de México en la ruta Chapultepec- Centro Histórico”</p>	
	<p>Inicia con una animación que hace alusión al recorrido del Turibús por la ciudad.</p> <p>Primera imagen, el título en primer plano marcando el inicio de la línea que hace el recorrido.</p>	<p><i>Intro recorrido del Turibús</i></p> 

Continúa la línea marcando el recorrido y en cada esquina aparecen algunas imágenes de los lugares de importancia mientras el título se aleja.

Al final del recorrido de la línea se integra la imagen del Turibus para luego ir a negros.

Aparece la imagen de introducción al catálogo.

Inicia el paso de las imágenes de los 14 lugares de importancia uno a uno.



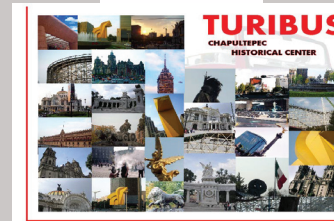
Al terminar el paso de las imágenes cerramos con el movimiento de una imagen que contiene fotos de los mismos lugares elegidos en distintas perspectivas.

Después pasa a negros.

Inicia otra animación esta es el título del Turibus difuminándose en una placa de metal.

Imagen que marca el final del video con algo de información del Turibus, sale a negros.

Creditos



Música en primer plano, cambio de música para marcar el fin de la introducción y el inicio del paso de las imágenes.

Minuto 0:30

La música continúa en primer plano, aumenta el volumen marcando el final de la animación.

Aumenta en el minuto 1:46, y en el 1:48 disminuye.

Música en primer plano, continúa la misma pista.

Música en primer plano. Termina en el minuto 2:02

Color

Se usaron los mismos colores que en el catálogo para continuar y respetar la imagen plasmada del Turibus en el proyecto, agregando solo uno más, nombrando primero al color rojo principal elemento grafico del Turibus

F40808



Este se mantiene en el título del Turibus, y en la pleca continua de manera ornamental, para seguir la misma base de diseño y así no perder continuidad y unión del catálogo digital al video.

El otro color fundamental es el negro cumpliendo la misma función de contrarrestar la fuerza cálida del rojo y brindar contraste dentro del video ya que se mantienen como imagen la portada y contra portada, así como distintos otros elementos del catálogo digital para mostrar una coherencia grafica de uno a otro. Utilizándose también dentro de una de las animaciones.

231F20



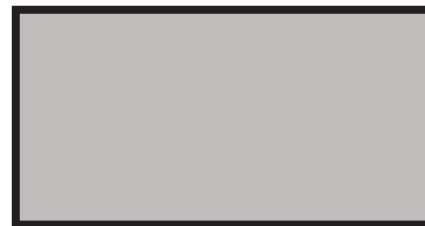
Blanco, pureza utilizada dentro del video en momentos para relajar de manera visual en cortos lapsos a lo largo del video, representado como base en distintos elementos como en imágenes y una animación.

FFFFFF



Incluyendo ahora al color gris el cual es conocido como triste, aburrido y serio, estas virtudes fueron aprovechadas dentro del video para lograr enfatizar también, la urbanidad haciendo alusión al pavimento encontrado en cualquier calle a nuestro alrededor, pues fue utilizado en una animación dentro del video en la que se muestra una caracterización del recorrido del Turibus en la Ciudad de México a lo largo de su circuito, usado como base o fondo del mismo.

Número de pantone: C1BCBC

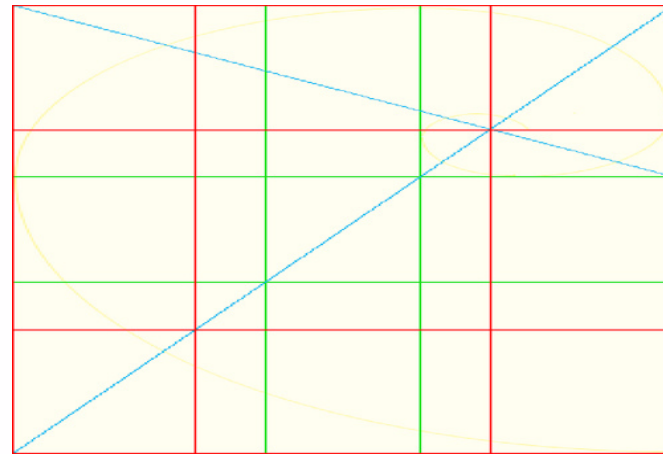


Retícula

Para el video se usó la misma retícula para mantener la misma línea de diseño antes mencionada pues se aboga a la unidad comparativa de ambos soportes, así logrando una continuidad gráfica, en lo que la retícula tiene gran intervención.

Una de las diferencias en su utilización es que esta retícula abarca toda la pantalla usándose esto como su límite de formato.

Otra es la diferencia de elementos que se incluyen en el video pues de estos comprenden animaciones además de otros gráficos.



Imagen

La imagen del Turibus manejada en este proyecto es utilizada en cada parte de cada uno de los soportes empleados, en el caso del video se utiliza la imagen en toda su expresión dentro del Diseño audiovisual, manejando imágenes en movimiento, mas animación, de principio a fin encontramos la imagen dentro del soporte de video, conteniendo la información del recorrido del Turibus únicamente de las paradas marcadas, para proporcionar una visión clara y concisa del recorrido en general abogando a las nuevas tendencias al utilizar este soporte.

Tipografía

Iniciamos con una animación que representa el recorrido del Turibus de manera estilizada.

Continuamos con lo que marca el inicio del recorrido que es la portada del catálogo para dar paso a la transición de imágenes seleccionadas de los lugares de la ruta del Turibus de la zona Chapultepec – Centro Histórico, decoradas con la misma pleca utilizada en el catálogo digital para unificar ambos soportes.

Su término es marcado por la contra portada del mismo catálogo, para continuar con otra animación del título, finalizando

Con otra imagen modificada en desprendimientos de la portada del catálogo.

Para finalmente dar paso a los créditos.

En general utilizando la fuerza de la imagen en cada detalle haciendo de ella el foco de atención del todo el video.

Para el video la tipografía de la cual se hizo uso fue Aharoni Bold, esta es parte de la familia tipográfica de la clasificación de Industriales la geométrica de la cual su principal característica es su perfecta legibilidad por su amplitud estructural perfecta para leerse de manera digital por medio de una pantalla sin importar su resolución. Esta tipografía se uso por su gran posibilidad de manejo para lograr resaltar cada título utilizado dentro del video.

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

Conclusión.

Este proyecto es una muestra clara de lo que se refiere el Diseño audiovisual en toda su expresión basado en el discurso retórico, pues este se adecuo de manera íntegra al proyecto y viceversa.

Este diseño es aún muy joven, este proyecto aporta información, textual y visual, de un modo distinto con su creación, contribuyendo aportando a esta disciplina así a una muestra del uso del Diseño Audiovisual como medio poderoso fusionando cada una de sus extensiones, pues este se desenvuelve principalmente en el cine y la televisión, en la web es diferente su uso, y este proyecto muestra que el Diseño audiovisual es en verdad un medio de comunicación poderoso al poder combinar diferentes herramientas, como la animación, imágenes en movimiento, efectos visuales y darle fuerza a todo esto como conjunto gracias a la musicalización, para así poder lograr de una manera más efectiva comunicar el mensaje deseado de manera masiva a su público meta de manera directa.

Tiene el poder de hacer llegar los mensajes de tal manera que no sería correcto llamarles formas subliminales pero que de esa misma manera convencen y logran su objetivo.

Por todo esto este proyecto es importante lo que hace que su conclusión marque de manera importante y significativa mi formación académica, ya que este me impulso y obligo a expandir mis propios límites para poder conocer más afondo al diseño para así poder darme cuenta de toda su capacidad de comunicación y conexión con el mundo que nos rodea día a día.

También me hizo capaz de darme cuenta de mis habilidades en esta carrera pues me limitaba por lo que no era mi fuerte sin darme cuenta de que esta disciplina es rica y diversa, que hay muchas maneras de mostrar destreza en distintas áreas más. En concreto es lo que este proyecto me mostro de manera personal que solo tenía que analizar con detenimiento mis obstáculos para así percatarme de las ventajas que estos me representaban para lograr mi objetivo, pues también pude darme cuenta que en esta disciplina no hay límites más que los que nosotros mismos ponemos o los lineamientos específicos impuestos enalgún proyecto, ya que existen tantas herramientas de las cuales podemos hacer uso para lograr nuestro propósito.

Al final lo obtenido en lo personal, mi objetivo y el de este proyecto se fusionan al poder comunicar un mensaje lo cual es el punto focal y específico de esta disciplina, el llegar a nuestro público meta comunicando por el medio o soporte más adecuado, haciendo uso de las herramientas a nuestra disposición.

Fuentes

Irigoyen, F., (2008) Filosofía y diseño Una aproximación epistemológica, México: UAM-X

Küppers, H., Fundamentos de la teoría de los colores. Ediciones G. Gili, S.A. de C.V. México Naucalpan 53050,08029 Barcelona."

Timothy, S., (2004) Diseñar con y sin retícula Editorial GUSTABO GILLI Barcelona

Maria, L (2003) Diseño y comunicación. Editorial PAIDOS Buenos Aires

(Martín, S (2006) Videoarte. Editorial TASCHEN Honkong London)

Fernando, A. (2005) Edición y comprensión de video digital Editorial ANAYA MULTIMEDIA

Rafóls, R. A. Colomer, (2003) Diseño Audio visual Editorial Gustavo Gilli, SL, Barcelona, 2003.

José, M (1982) Sistemas de retículas Editorial Gustavo Gilli

Turibus.com.mx (en línea) Disponible en <http://www.turibus.com.mx/>
Consultado en febrero de 2013.

Gracias por haber estado a mi lado en todo momento y cada día, más que cualquiera por acompañarme en cada paso de mi vida así como de mi carrera, tú que me diste la fuerza para salir adelante cuando a nadie más le importo a ti más que a nadie le debo la más grande gratitud por todo lo bueno en mi vida y por ayudarme a concluir una etapa más en mi vida porque me enseñas cada día a cada momento que debo continuar porque hay más cosas en este mundo cosas buenas hermosas que no me puedo perder, gracias por la esperanza.

Porque ustedes siempre quisieron esto para mi e influyeron con sus lecciones y experiencias en formarme como una persona de bien, y preparada para los retos que pone la vida al darme la oportunidad de una carrera, porque siempre están cuando los necesito por todo el cariño comprensión y apoyo que me brindan gracias.

Papá y Mamá

Por tu amor, gracias por siempre inspirarme a ser mejor cada día, por tomar mi mano y ser mi soporte en la adversidad, por haberme ayudado a derrotar cada obstáculo, enseñarme a mirar adelante y ver el lado bueno. Y por siempre regalarme una sonrisa que me roba el corazón.

Amore

Te agradezco de corazón el haberme dedicado un poco del tiempo y la sabiduría que te acompaña para instruirme a lo largo de mi carrera y sobre todo en la realización de esta tesina, gracias por enseñarme porque gracias a tu guía hoy puedo concluir este proyecto que tanto me ha costado de muchas maneras de verdad gracias, gracias por tu apoyo muchas gracias

Lic. Claudia Vázquez Barajas

Agradecimientos

TURIBUS

CHAPULTEPEC - CENTRO HISTÓRICO
