

878531

2
2ej

UNIVERSIDAD NUEVO MUNDO
ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

**PROMOCION TURISTICA A FERROCARRILES NACIONALES
DE MEXICO POR MEDIO DE IMPRESOS**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO
P R E S E N T A

CLAUDIA BOUCHOT FRAIRE

DIRECTOR DE TESIS : D.I. FRANCISCO JAVIER GARCIA NORIEGA

MEXICO, D.F. A 3 DE FEBRERO DE 1992

*PAGINACION
DISCONTINUA*



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Capitulo 1	Justificación	1
Capitulo 2	Introducción	2
Capitulo 3	Antecedentes	3
	1.- Historia del Ferrocarril en México	3
	2.- Situación Actual de Ferrocarriles Nacionales de México	6
	2.1 Tráfico de Pasajeros	
	2.1.a Nuevo Servicio Estrella	
	2.1.b Rutas del Nuevo Servicio Estrella	
	2.2 Tráfico de Carga	
	2.2.a Estadísticas	
	2.2.b Tipos de Trenes de Carga	
	2.2.c Conexiones Portuarias y Marítimas	
	3.- Ferrocarriles Nacionales de México en un Futuro	14
Capitulo 4	Infraestructura en México	18
	1.- Infraestructura Ferroviaria	18
Capitulo 5	El Transporte en México	19
	1.- El Transporte	19
	2.- Sistema Integral de Transporte	21

3.- Importancia del Ferrocarril como medio de Transporte	24
3.1 Transporte Ferroviario	
3.1.a Evolución de Tráfico	
3.1.b Operación del Transporte Ferroviario	
3.1.c Empleo y Capacitación	
3.1.d Situación Financiera	
Capitulo 6 El Turismo	29
1.- El Turismo	29
2.- Estadísticas	30
2.1 Volúmen de Visitantes Nacionales y Extranjeros	
3.- Importancia de las Rutas del Nuevo Servicio Estrella en el Turismo	31
3.1 El Tapatio	
3.2 El Regiomontano	
3.3 El Jarocho	
3.4 El Expreso del Mar	
3.5 El Purepecha	
3.6 Nuevo Chihuahua - Pacífico	

3.7 El Rápido de la Frontera	
4.- Resumen de Labores de 1989	39
4.1 Promoción Turística Nacional e Internacional	
4.1.a Promoción Nacional	
4.1.b Promoción Internacional	
5.- Actividades Desarrolladas por SECTUR en Promoción Turística	43
5.1 Nacional	
5.2 Internacional	
Capítulo 7 Importancia de los Medios de Comunicación	55
1.- Antecedentes de la Comunicación Visual	55
2.- Antecedentes de la Comunicación Impresa	57
2.1 El Cartel	
2.2 La Propaganda	
2.3 El Folleto	
Capítulo 8 El Diseño Gráfico	65
1.- El Diseño Gráfico	65
2.- El Lenguaje Visual	66

2.1 Elementos de un Lenguaje Visual

2.1.a Elementos Conceptuales

2.1.b Elementos Visuales

2.1.c Elementos de Relación

2.1.d Elementos Práctico

Capítulo 9 Proyecto Práctico

72

1.- Aspectos que se tomaron en cuenta en la realización del Proyecto

72

1.1 Formatos de Papel

1.2 La Retícula

1.2.a Construcción de la Retícula

1.3 Sistema de Medida Tipográfica

1.4 Tipos de Letra

1.5 La Anchura de la Columna

1.6 El Interlineado

1.7 Proporciones de los Blancos

1.8 Folio

1.9 Letras Base y Letras de Resalte

1.10 Construcción de la Mancha

2.- Proyecto

Capitulo 10 Resumen y Conclusión

79

Capitulo 11 Citas y Bibliografías

81

Capitulo 1

JUSTIFICACION

El Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994 establece como una de las prioridades del Acuerdo para la Recuperación Económica con estabilidad de precios, la ampliación de la infraestructura. Señala, además, que la creación de dicha infraestructura constituye una función de rectoría e impulso al desarrollo nacional. Dentro de ésto, se concede especial importancia a la construcción de sistemas de comunicaciones y transportes para la población de bajos recursos.

En particular, El Plan propone que aumente : La participación del ferrocarril en el mercado de transporte masivo, tanto de carga como de pasajeros. Para cumplir con este propósito deberá aumentar la disponibilidad de equipo de tracción y de arrastre, lo que podrá lograrse através de la reconstrucción, fabricación y arrendamiento de equipo. (*1)

Dentro de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo de 1989-1994, Concarril (Constructora Nacional De Carros De Ferrocarril) se encargará de la fabricación de 30 carros de pasajeros y 300 carros de carga de distinto tipo para diferentes clientes principalmente Ferrocarriles Nacionales de México. Como un segundo objetivo esta la rehabilitación de locomotoras y vagones comprendiendo esto no sólo la modernización sino además en algunos casos se cambiaran de clase.

Para lograr de una manera más eficiente esta labor, e informar de una forma más adecuada al usuario las inovacones y servicios a prestar, se hace necesario un programa amplio para difundir estos conceptos. Asimismo la Secretaría de Turismo trabajando adicionalmente con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes tienen el propósito fundamental de la promoción tanto nacional como internacional de incrementar el turismo por medio de diversas campañas publicitarias. Debido a lo anterior propongo mi tema de Tesis " Promoción Turística por medio de impresos a Ferrocarriles Nacionales de México ", el que concidero que cumple con los objetivos académicos además de una aportación oportuna a la realidad nacional y los planes de crecimiento necesarios para elevar el nivel de vida de nuestra población en un marco de austeridad mediante la optimización de los recursos existentes.

Capítulo 2

INTRODUCCION

La infraestructura ferroviaria de México esta constituida por 25 000 Km2 de vía, la mayor parte de las cuales datan del año 1937 Esta circunstancia ha significado que la participación del ferrocarril como un medio de transporte tanto de carga como de pasajeros se encuentren desaprovechado. Si concideramos que en los paises industrializados el costo del ferrocarril representa el 7 % que el de un medio similar por carretera, podemos concluir que para afrontar la situación financiera del pais asi como la necesidad de integrarnos a los esquemas competitivos de los mercados comunes, nos es necesario incrementar el uso del ferrocarril.

Además de los usos anteriores el ferrocarril representa una alternativa para incrementar el turismo ya que por ejemplo en España con 504 000 mil Km2 de superficie y 3'267 450 millones de turistas al año de los cuales el 85 % utiliza dicho medio de transporte en comparación con México que contando con 1' 900 000 Km2 solamente es visitado por 4'453 346 millones de turístas al año.

Para lograr impulsar el uso del ferrocarril existen planes tanto a corto como mediano plazo. A mediano plazo se requieren inversiones fuertes de capital para ampliar las redes existentes y modernizar los equipos. A corto plazo y sin requerir una alya inversión es necesario que todas las personas sean concientes de su existencia, ventajas y utilización. Es ahí donde el Diseño Gráfico como un medio universal de comunicación no limitado por lenguajes o nacionalidades juega un papel indispensable. Es por ello que por medio de un estudio especializado y dedicado a cubrir el problema existenete me propongo como una participación a la solución de este problema, desarrollar material gráfico para promover zonas turísticas atravez del ferrocarril. Aprovecho así el Nuevo Servicio Estrella y concentrandome en específico e las rutas que cubre este, dandole un enfoque turístico.

Capitulo 3

ANTECEDENTES

1.- HISTORIA DEL FERROCARRIL EN MEXICO

Los ferrocarriles presentaron una solución a los problemas de la incomunicación de las distancias de los desiertos y montañas. Con extraordinario optimismo, se celebró su introducción en México fué larga y costosa pero útil y necesaria. La ciudad de México y luego otras capitales progresistas habían introducido los tranvías, de mulitas primero, mas tarde eléctricos, si bien una amplia vía hacia el exterior, el mar, Veracruz, puerto de entrada al país, había requerido fuertes sumas, dilatadas gestiones y poco se había avanzado en ella.

Desde 1837, que en virtud de la concesión otorgada a Francisco Arrillaga se trató de construir el ferrocarril México-Veracruz, poco se había hecho. En 1857 el presidente Ignacio Comonfort inauguró el tramo México-La Villa de Guadalupe. Por fin el 4 de julio de 1857 los habitantes de la Ciudad de México presenciaron un espectáculo que hasta entonces no había visto: A la plazuela de Villa Mil (después de aquiles Serdan), donde estaba la estación ferroviaria, acudió gran cantidad de gente deseosa de ver la inauguración del primer tramo de la vía ferrea que partiendo de aquel lugar llegaba hasta la Villa de Guadalupe.

Los cronistas cuentan que aquella inauguración resultó muy solemne, y que abordo del primer tren iba el Presidente de la republica Don Ignacio Comonfort acompañado de sus ministros. Nos cuentan igualmente que el Ing. Constructor de la obra don Roberto B. Gorsuch, manejo personalmente la máquina. Las fuerzas intervencionistas francesas, movidas por la necesidad de trasladar con rapidez armas y hombres para retirarlos de las zonas malsanas, auspiciaron la construcción del tramo de Veracruz a Paso del Macho. El primero que fué terminado y puesto en explotación es el ferrocarril mexicano que corre de México a Veracruz. Se le considera como una de las obras de ingeniería más maravillosas, Inaugurado el 1 de enero de 1873, de esta manera y con 27 millones de pesos, el puerto de altura más importante quedo unido a la capital en 8 años de duración de la obra. Al iniciar el Presidente Juárez su administración, conciente de la necesidad de esa obra otorgó en Noviembre de 1867 una amplia concesión a la Compañía Inglesa para la continuación de ella, concesión que encontro fuerte oposición en el congreso, pero que a la postre fué aprobada mediante el dictamen de una comisión que se convirtió en el decreto del 11 de Noviembre de 1868.


Después de un año de discusiones, los trabajos del ferrocarril se reiniciaron y el 16 de Septiembre de 1869 se inauguraba el tramo de Apizaco a Puebla por el Presidente Benito Juárez, más tarde se le llamo Ferrocarril Mexicano de Veracruz.

De esa ciudad continuaron los trabajos posteriores que se terminaron, el de Veracruz a Atoyac en 1870 y el de Atoyac a Fortín en 1871. el 20 de Diciembre de 1872 fué concluida esa obra de ingeniería, extraordinaria para su época. El 1º de Enero de 1873 El presidente Lerdo (había fallecido meses antes que Benito Juárez) haría el primer viaje a bordo de ese tren.

En un indicador General de los Ferrocarriles Mexicanos (1890) que da a conocer las líneas, precios y horarios, nos damos cuenta que para esa época México estaba ampliamente comunicado: existía el camino de Fierro Nacional Mexicano, de México a Nuevo Laredo; el Ferrocarril Internacional Mexicano, de México a Eagle pass; el Ferrocarril Central Mexicano de México a cd. Juárez. En lejano Yucatán, que estaba en pleno auge, contaba con varias líneas . En Sinaloa existe aún el localmente famoso Tacuarinero, que va de Culiacán a Altata. La línea de ferrocarril de Guaymas a Nogales pasando por Hermosillo tiene una extensión de 422 km. La Revolución Mexicana fue, posiblemente, el primer movimiento armado en el que los ferrocarriles jugaron un papel vital. En la inmensidad del México de principios de siglo, el único medio de transporte eran los trenes que cruzaban el país de Norte a Sur, de Este a Oeste; muy a menudo en sólo pequeños tramos de vía férrea sin terminar aún.

Los vientos que soplarían del lejano norte del país destruirían a Porfirio Díaz; el presidente que dió impulso y comprendió la importancia de este medio de transporte para un territorio de la magnitud de México. Paradójicamente su obra se volvió en contra: desde el norte bajarían a la Capital los hombres que habrían de derrocarlo con los trenes como su arma más poderosa.

Lanzando bocanadas de humo negro recorriendo y aun recorren los trenes el paisaje mexicano, dejan a un paso la nostalgia y la ilusión de que llegará mañana.



Así poco a poco, México incorporaba los mas extraordinarios inventos, signos del progreso universal a su peculiar desarrollo.

2.- SITUACION ACTUAL DE FERROCARRILES NACIONALES DE MEXICO

Ferrocarriles Nacionales de México; empresa estatal, controla el sistema ferroviario basado en tres líneas troncales que corren hacia el Norte y otra que une el Centro con la Zona Sur, pasando por el Istmo de Tehuantepec. La red de Yucatan se une con las otras vías Campeche-Coatzacoalcos. El D.F. esta unido con Cd. Juarez (46 hrs.) Nuevo Laredo (36 hrs.) Manzanillo (25 Hrs.) Nogales (65 hrs.) Tampico (28 hrs.) Tapachula (36 hrs.) Veracruz (12 hrs.) y con todas las Ciudades intermedias en estas vías. Ferrocarriles Nacionales de México tiene a disposición un servicio especialmente diseñado para todos aquellos industriales, comerciantes y exportadores que requieren un sistema de transporte ágil y seguro para movilizar sus productos dentro y fuera del territorio nacional. Con este nuevo concepto se podrá movilizar cualquier tipo de producto sin importar la unidad ferroviaria que se requiera en los puntos terminales de tres de nuestras rutas más importantes. Este nuevo servicio esta compuesto por trenes rápidos de origen a destino (sin escalas) con preferencia de paso, lo que significa una garantía en los tiempos máximos de recorrido. Su frecuencia es de un tren diario en cada sentido, con horarios fijos de salidas y llegadas.

Se halla en construcción la 1ª fase de una línea electrificada entre la Capital y las Cds. de San Luis Potosi e Irapuato.

2.1 TRAFICO DE PASAJEROS

La creación de nuevos trenes en los principales corredores interurbanos contribuye al cumplimiento de un objetivo fundamental de Ferrocarriles Nacionales: ofrecer un servicio que, por sus características de calidad, comodidad, frecuencia, tiempo de recorrido y precio, resulte competitivo con el autotransporte, el automóvil e incluso el avión. Durante 1987, Ferrocarriles transportó aproximadamente 25 millones de pasajeros, de ellos, 4 millones 625 mil utilizaron el servicio de primera clase y 20 millones 375 mil viajaron en segunda. En este período se adquirieron 50 coches de pasajeros, se reconstruyeron 55 y fueron objeto de reparación general 1248. (*2)

2.1.a NUEVO SERVICIO ESTRELLA

En 1987, Ferrocarriles Nacionales de México inició la operación del nuevo servicio " Estrella ", que ofrece la comodidad de excelentes coches dormitorio en dos tipos de compartimento:

CAMARIN

Cómodo cuarto privado que en el día funciona como asiento y por la noche se convierte en cama. Cuenta con servicio sanitario propio.

ALCOBA

Espacioso cuarto privado con dos camas, una alta y otra baja, que en el día ofrece un amplio asiento. Cuenta con servicio sanitario propio. Además este servicio " Estrella " dispone de espaciosos asientos reclinables en los que se puede viajar cómodamente. Este nuevo servicio, Primera Especial, es la mejor alternativa de transporte a un precio accesible

2.1.b RUTAS DEL NUEVO SERVICIO ESTRELLA

Los trenes que cubren el Nuevo Servicio Estrella son los siguientes :

El Regiomontano, saliendo de México a San Luis Potosi, Saltillo, Monterrey y Nuevo Laredo.

El Tapatio, Saliendo de México a Guadalajara

El Constitucionalista saliendo de México a Tula , San Juan del Rio, Queretaro, San Miguel de Allende, Celaya, Salamanca Irapuato.

El Perupecha, saliendo de México a Toluca, Acambaro, Morelia Patzcuaro y Uruapan.

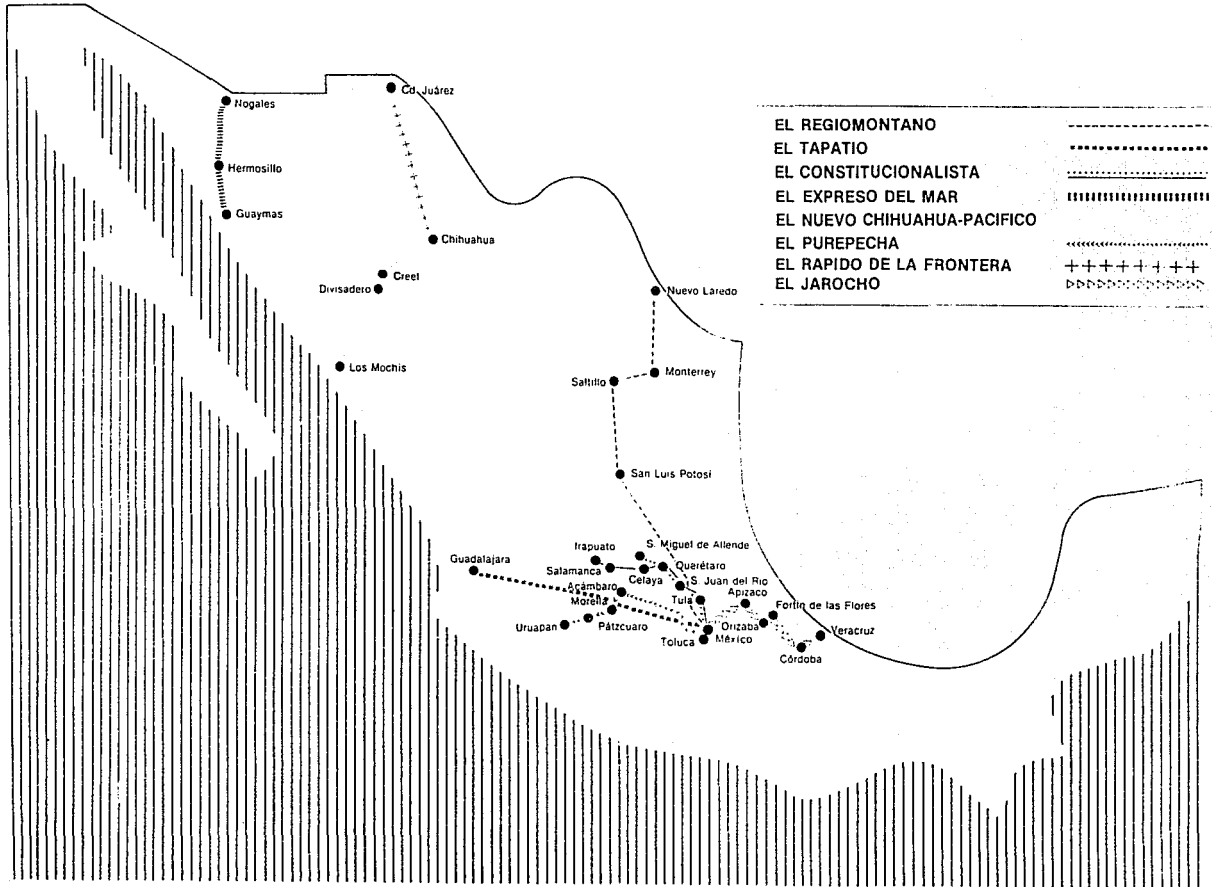
El Jarocho, saliendo de México a Apizaco, Orizaba, Fortin de las Flores, Córdoba y Veracruz.

El Expreso del Mar, saliendo de Guaymas a Hermosillo y Nogales.

El Nuevo Chihuahua Pacífico, saliendo de Chihuahua a Creel, Divisadero y los Mochis.

El Rápido de la Frontera (Autovía) saliendo de Chihuahua a Cd. Juárez.

Rutas del Nuevo Servicio Estrella

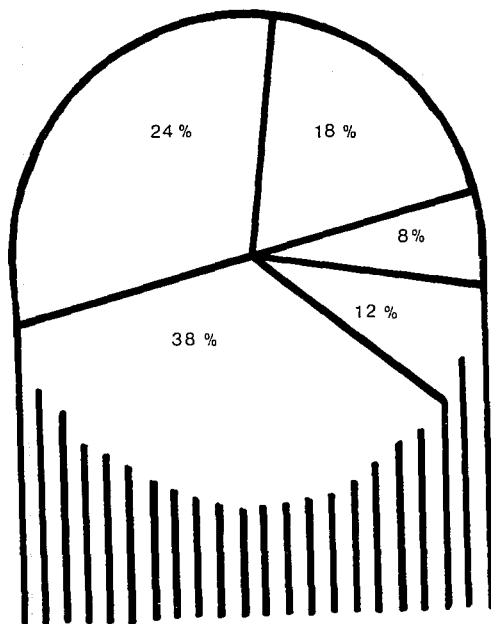


2.2 TRAFICO DE CARGA

Debido a que el 90 % de los ingresos que tiene Ferrocarriles Nacionales de México es recibido del servicio de carga no debemos dejar de mencionar lo importante que es dicho servicio. En 1987 se registraron cambios significativos en la política comercial de Ferrocarriles Nacionales, con el propósito fundamental de recuperar volúmenes de carga perdidos en el pasado y ganar nuevos mercados. Esta política ha consistido, entre otras medidas, en la celebración de contratos de transporte con un número cada vez mayor de usuarios, mediante los cuales se garantiza el suministro oportuno de equipo y la aplicación de tarifas especiales, de acuerdo con el volumen de carga. También se ha dado preferencia al movimiento de trenes unitarios con itinerario fijo: es el caso de los metaleros que corren de Alzada, Col. a Ciudad Frontera y Monterrey. Un servicio de carga " Estrella " empezó a funcionar en Noviembre. Consiste en un servicio de carga rápido, de alta calidad entre México y Guadalajara, Entre México y Veracruz y entre México y Nuevo Laredo, con itinerarios rigurosos, compromiso de tiempo de tránsito, facilidades de embarque e información para el usuario.

2.2.a ESTADISTICAS

En 1987 se transportaron 58.9 millones de toneladas netas en aproximadamente 1 millón de carros, lo que dio un promedio de 56.2 toneladas por carro. El 24 % correspondió a productos primarios que incluyen productos forestales, agrícolas y ganaderos; el 18 % a productos minerales; el 8 % a petróleo y sus derivados; el 12 % a productos minerales inorgánicos y el 38 % a productos industriales.]



ESTADÍSTICAS DE TRAFICO DE CARGA

2.2.b TIPOS DE TRENES DE CARGA

Ferrocarriles Nacionales de México ofrece para el servicio de carga el empleo de Trenes Unitarios, Trenes Rápidos, Trenes Locales y los servicios de Express y Transporte Multimodal.

TRENES UNITARIOS

Corren de un solo origen a un solo destino; transportan un solo producto en el tipo de carro que se requiera para ello. Para solicitar el servicio de este tipo de trenes se requiere contratar un mínimo de 25 carros. Estos trenes tienen preferencia de paso que abaten tiempos de recorrido, según las rutas y los productos que se transportan. A partir de la solicitud de los clientes, el equipo vacío se proporciona en un tiempo no mayor de 24 hrs. a excepción de los carros de dimensiones especiales para proporcionar un servicio específico.

TRENES RAPIDOS

Corren entre las principales terminales y estaciones del sistema con diversos productos y distintos tipos de carros. Tiene preferencia de paso en las 15 rutas que cubren, pero sólo manejan embarques de carro entero (es decir, el usuario dispone en exclusividad del carro).

TRENES LOCALES

Proporcionan el servicio ordinario tanto entre las estaciones intermedias como en las terminales principales y manejan tanto carga de carro entero como de menos de carro entero (es decir, el usuario no dispone en exclusiva del carro). A los usuarios que solicitan servicio de carro entero y que no utilizan o poseen es-

capas particulares, se les proporciona el equipo en las llamadas vías del público para que , con su propio personal y equipo, procedan a embarcar y desembarcar convenientemente.

TRANSPORTE MULTIMODAL

Las facilidades de transporte que ofrecen los contenedores y los remolques sobre plataformas de ferrocarril los convierte en un factor fundamental de nuestra época y en el tráfico de carga. La posibilidad de que los productos puedan viajar protegidos por este equipo, tanto en ferrocarril como en autotransporte, transporte fluvial, transporte marítimo abre la puerta a modalidades de comercialización que Ferrocarriles Nacionales pone a disposición de todos los usuarios del servicio de carga.

PIGGY- BACK

A fin de incrementar en forma importante la movilización de carga a lo largo de la red ferroviaria del país, Ferrocarriles Nacionales ofrece el servicio de remolques sobre plataforma de puerta a puerta.

Para este servicio se cuenta actualmente con rampas fijas en las estaciones de Las Delicias, Chih. Chihuahua, Chih. Nuevo Laredo Tamps. Piedras Negras, Sabinas. Cd. Frontera, Saltillo y Torreon , Coah. Monterrey, N.L. Durango Dgo. Aguascalientes Ags. San Luis Potosi S.L.P. Guadalajara, Jal. Irapuato Gto., Apatzingan, Morelia, Uruapan Mich. Manzanillo Col. Pantaco D.F. y Cd Hidalgo Chis. Funcionan rampas móviles en la estaciones de Reynosa y Tampico, Tamps. Veracruz, Ver. Puebla Pue. Toluca Mex. Tecoman Col. y Viscosa Mich.

CONTENEDORES

Dentro del transporte multimodal, Ferrocarriles Nacionales de México ofrece el servicio de transporte de contenedores que el usuario contrata directamente con la arrendadora o bien, los adquiere para su uso exclusivo. Ferrocarriles únicamente proporciona el transporte de contenedor sobre plataforma o góndola a precios muy competitivos. Los contenedores son el medio más versátil de transporte y de mayor auge en el mundo entero. Transportan cualquier tipo de producto, carga seca, maquinaria, estructuras o materiales de difícil manejo y/ o peligrosos. Ofrece un mejor servicio, disminuye la manipulación de la carga y garantiza su integridad al evitar riesgos. Por medio de contenedores se puede exportar e importar a y de cualquier parte del mundo, pues por su diseño son manejables por ferrocarril, barco, avión etc.

EXPRESS

A través de este servicio se transporte generalmente carga, tanto por carro entero como por menos de carro entero en el equipo anexo a los trenes de pasajeros, que son los que en todas las rutas y respecto de todos los trenes tienen preferencia de paso.

2.2.c PRINCIPALES CONEXIONES PORTUARIAS Y FRONTERIZAS

Conexión con Puertos Mexicanos Ferrocarriles Nacionales de México contribuye al proceso de desarrollo industrial del país transportando los productos que se generan en zonas de gran concentración industrial hacia los puertos mexicanos de Tampico, Coatzacoalcos, Veracruz, Manzanillo, Lázaro Cárdenas y Salina Cruz.



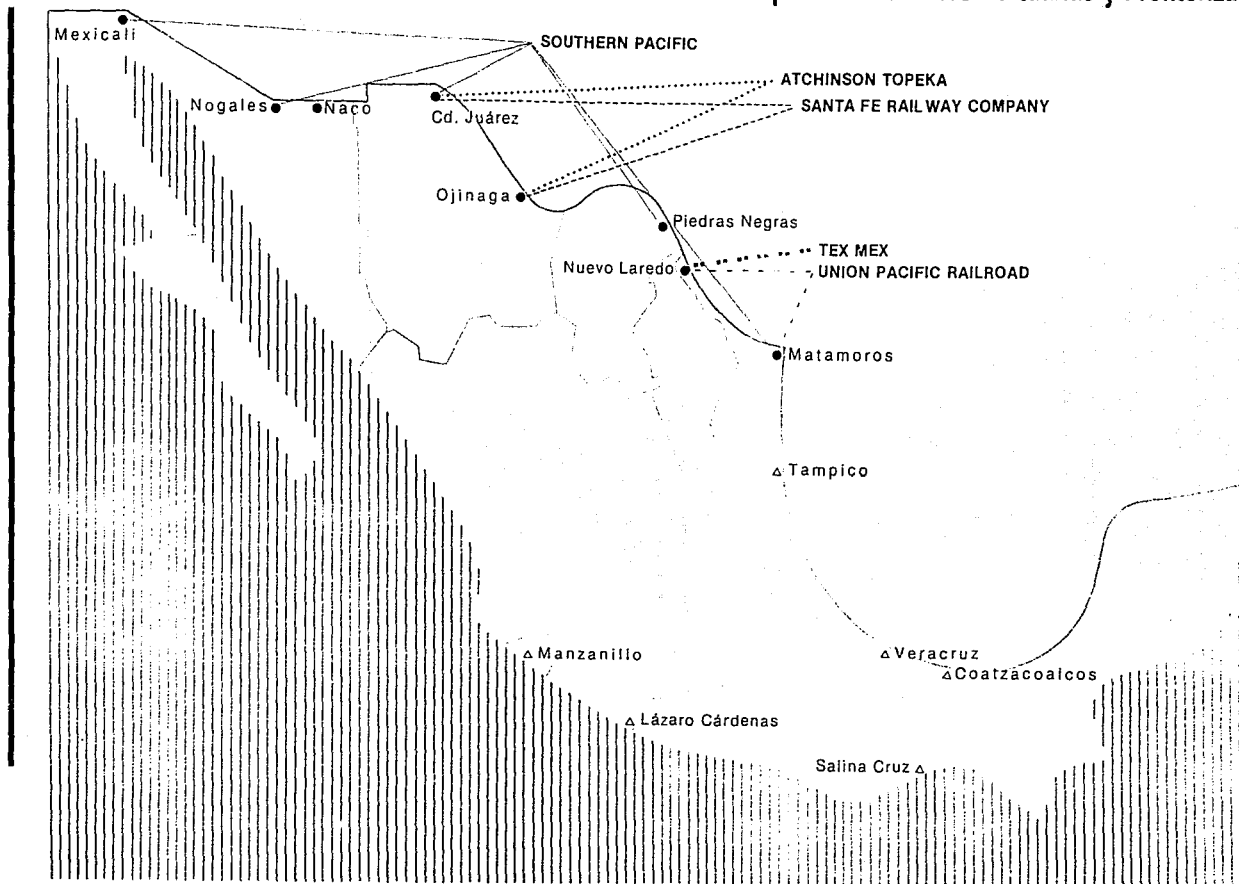
Conexión con Fronteras Norte y Sur

En apoyo a la exportación Ferrocarriles Nacionales de México da servicio , a bajo costo, hasta la frontera con EE.UU. en el Norte y hasta Guatemala en el Sur, en donde se conecta con los ferrocarriles de esos países para transportar nuestros productos al mercado internacional.

Coordinación con Otros Ferrocarriles

Con el propósito de ofrecer un mejor servicio a los industriales que requieran importar insumos o exportar sus productos hacia el exterior del país, Ferrocarriles Nacionales de México ha establecido convenios de colaboración, libres del pago del per-diem, con ferrocarriles de EE.UU. tales como Union Pacific Railroad, Southern Pacific Transportation Company, The Atchinson Topeka and Santa Fe Railway Company y el Tex Mex, que pertenece a ferrocarriles nacionales de México.

Principales Conexiones Portuarias y Fronterizas



3.- FERROCARRILES NACIONALES DE MEXICO EN EL FUTURO

El ferrocarril sobre el eje transversal Manzanillo-Guadalajara-Monterrey. Las vías férreas en México no han crecido de acuerdo a las necesidades del transporte de personas, bienes y servicios. No obstante, los cambios y las innovaciones tecnológicas han exigido enlazar ciudades de importancia comercial y de abasto al país como es el caso de Guadalajara y Monterrey, ciudades de mayor importancia después del Distrito Federal.

En la actualidad la Secretaría de Comunicaciones y Transportes realiza la planeación y ejecución de obras de interés futuro para aprovechar al máximo las rutas ferroviarias existentes entre dichas ciudades y enlazarlas en forma más directa, a través de un eje transversal que comprenderá a Manzanillo-Guadalajara-Monterrey. (*3)

De Saluya a Ciudad Guzmán, uno de los tramos localizados en el estado de Jalisco, se realizará la rectificación de vía sencilla, siendo el tramo más problemático de Guadalajara a Manzanillo por sus curvas y pendientes.

En el tramo de Guadalajara-Encarnación, también en el estado de Jalisco, es necesario el tendido de una nueva vía, la que tendrá como objetivo evitar una gran vuelta.

En la actualidad, para ir de Manzanillo a Monterrey, tiene que pasarse de Manzanillo a Guadalajara, de esta ciudad a Irapuato, y de aquí subir a Monterrey. Con el nuevo tramo, la desviación hacia Irapuato será innecesaria, y los beneficios altan a la vista, ya que disminuirán costos de operación, así como gastos de recorrido porque se ahorran 245 kilómetros.

Entre Sallinas y Laguna Seca el acortamiento es de 125 kilómetros de longitud, en el estado de San Luis Potosí, con lo cual, sumados a lo 34 de Saluya- Ciudad Guzmán, y los 245 de Guadalajara-Encarnación,

hace un total de 404 kilómetros de ahorro tanto en longitud como tiempo aunado al abatimiento de pendientes y curvaturas del eje Manzanillo-Guadalajara-Monterrey.

Entre los beneficios más importantes de esta ruta destacan la unión de las ciudades más grandes e importantes después del Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey, con las zonas de influencia de este eje, Jalisco y Colima, que cuentan con algunos de los más grandes e importantes yacimientos minerales de la República.

Por última, el libramiento de Monterrey tiene por objeto evitar en la capital regiomontana 62 kilómetros de recorrido que entorpecen al tránsito de la ciudad, a través de calles y céntricas avenidas, que anteriormente quedaba en la periferia de la gran ciudad.

Esta última obra tendrá vía doble por la gran actividad comercial de la ciudad; su pendiente será muy suave, tan sólo uno por ciento, y su curvatura será de cero grados cuarenta minutos, es decir, casi recta. Se ha iniciado la construcción de los siete puentes y pasos a desnivel de este libramiento, que tiene por objeto no entorpecer los cruces con las carreteras, y aunque el crecimiento demográfico es inpronosticable, se prevé que este libramiento no representará ningún problema ni deficiencia en por lo menos 20 años.

El avance tecnológico en la ruta de "El Mexicano"

En la actualidad la vía férrea México-Veracruz, conocida como El Mexicano, se planea como un recorrido cuya principal característica será una mayor velocidad y rapidez, con lo cual también será objeto de mayor seguridad y comodidad.

Actualmente su modernización implica la considerable disminución de las pendientes y curvaturas, debido a las características de la vía denominada doble elástica, que permite con la soldadura emplea-


da,-luminotérmica-, absorber la dilatación y contracción del riel, dándole elasticidad y eliminando el molesto "traca traca".

Además de eliminar el constante ruido, la elasticidad retrasa considerablemente el desgaste que sufren las ruedas del ferrocarril, al eliminar su golpeteo en las uniones de los rieles. La ruta México-Veracruz es la más antigua del país. Entró en operación en 1873, uniendo a la capital de la República con las entonces, y aún zonas clave del comercio del país con el resto del mundo. Se espera que el estado de Veracruz, por mucho tiempo, siga siendo el primer productor nacional de azúcar y aumente su potente industrial de transformación a partir de los petroquímicos producidos en la zona de Coatzacoalcos.

El tráfico de esta vía seguirá aumentando de manera considerable, por lo cual requiere para su revitalización, de aumentar su capacidad de red mediante la construcción de nuevos tramos y otros paralelos a los ya existentes, así como la rectificación de tramos cuyas pendientes y grados de curvatura han resultado inadecuados respecto de la comodidad y rapidez de los sistemas actuales.

La vía férrea México Veracruz atraviesa la Sierra Madre Oriental, por las cumbres de Maltrata y las de Acultzingo, cuyas características topográficas tienen alturas superiores a los dos mil metros sobre el nivel del mar; se encuentran a lo largo de nueve mil cien metros.

La técnica utilizada para la construcción del tunel número 4 de " El Mexicano", cruza el corazón de las cumbres de Acultzingo, y atraviesa barrancas, rios y carreteras, por lo cual se tuvo que complementar con la construcción de 15 viaductos, puentes y pisos a desnivel. Se trata de una vía doblemente elástica constituida por durmientes mixtos, integrados por bloques de concreto colocados en los extremos de una barra de acero. El riel se apoya sobre estos bloques y en medio de las dos superficies tiene una placa de caucho que permite fijar los durmientes de concreto con los pernos especiales.



Para unir los rieles entre sí se utiliza una soldadura especial capaz de alcanzar una temperatura de dos mil grados con la que se fusiona el riel. Estas soldaduras son sometidas a rigurosos estudios: radiografías, pruebas de ultrasonido y rayos láser.

Por las características anteriormente citadas, esta obra ferroviaria será la de mayor importancia en el ramo de la ingeniería ferroviaria en América Latina. (*3)

Capítulo 4

INFRAESTRUCTURA

1. INFRAESTRUCTURA FERROVIARIA

La red ferroviaria, de poco menos de 25 000 kilómetros de longitud, tiene una disposición a lo largo de la República, con concentración hacia la ciudad de México y pocos enlaces transversales. Su longitud no se ha incrementado significativamente en los últimos 40 años y casi su totalidad es de vía sencilla, con fuertes pendientes y curvaturas, presentando problemas de saturación en varias zonas. Los ejes troncales, con cerca de 10 000 kilómetros soportan el 90 % del tráfico en ton-km

En las vías México - Nuevo Laredo, México - Veracruz y Viborillas - Guadalajara - Manzanillo, con 2 500 km. se mueve el 34 % de mercancías del sistema. No obstante que las vías troncales se han estado rehabilitando con riel nuevo de 100 a 115 lbs/yda, que permiten la operación de trenes más pesados, el contar con alrededor de 50% de puentes provisionales y alcantarillas de baja capacidad, constituye una limitación para su aprovechamiento.

Este diferimiento en la conservación de la vía por el rezago en la colocación de 7 millones de durmientes, en la aplicación de 5.6 millones de m³ de balasto y en la situación de cambios en vías y patios, por falta de material e irregularidad de los suministros.

A pesar de que la red férrea nacional ha permanecido casi inalterada desde hace muchos años, a partir del último decenio se han llevado a cabo obras que mejorarán su conectividad y aumentarán su capacidad en forma sustancial. Tal es el caso de la vía México-Queretaro, de la rectificación en tramos en la vía Guadalajara-Manzanillo, de la vía corta Guadalajara-Monterrey, de la ruta Coróndiro-Las Truchas, que proporcionan acceso al puerto de Lázaro Cárdenas, y de diversos tramos en el corredor México- Veracruz. (*4)

Capitulo 5

TRANSPORTE

1.- EL TRANSPORTE

El término "comunicación" se emplea, cada vez con mayor frecuencia, para definir la difusión de información a través de algunos de los recientes medios de comunicación, como la televisión, el teletexto, el videotex o el video, todos ellos importantes hallazgos de la técnica moderna. Permanece todavía, por tanto, el término que describe únicamente, en sentido estricto el intercambio de información ideas o impresiones mediante cualquier método y con cualquier intención.

La comunicación es un proceso de doble dirección. La capacidad para comunicarse no es exclusiva del hombre; por el contrario, se trata de una facultad natural que comparte con otros animales. Por medio de movimientos o sonidos codificados, muchos animales comunican sus intenciones en materia de derechos territoriales, apareamiento o, incluso cooperación en la caza. El sistema de comunicación de algunos animales está excepcionalmente desarrollado.

El cerebro proporciona al hombre una superior capacidad de comunicación. Gracias a su cerebro extraordinariamente desarrollado, el hombre fue capaz de establecer complejas estructuras sociales y de difundirse por casi todo el mundo. Con tales cambios en su modo de vida, la comunicación adquirió nueva significación y nueva urgencia. Con el advenimiento de los primeros medios de transportes y sistemas de escritura fue posible obtener alimentos y materiales, y trasladarlos de una comunidad a otra, o dentro de una misma comunidad. Las reclamaciones de territorios se pudieron realizar sin violencia, se establecieron imperios a grandes distancias y se perfeccionaron los medios de transporte y las comunicaciones. Transportes por agua, por carretera y sobre raíles

Así como los mensajeros humanos constituyeron los primeros medios de comunicación por vía oral o escrita, también los hombres y animales ofrecieron en un tiempo la única fuerza motriz para el transporte. No requerían superficies especialmente preparadas ni estaban limitados a un camino determinado, pero al tener que sostener y trasladar la carga a un mismo tiempo, constituían medios de transporte poco eficaces.

Muy pronto se estableció la práctica de adaptar un vehículo para llevar la carga y emplear una fuerza sólo para trasladarlo.

Así como el barco de vela transformó el transporte por agua, la introducción de máquinas de vapor liberó a hombres y animales de la necesidad de emplear su fuerza física y abrió la era del ferrocarril y de los automóviles y barcos de vapor. Por desgracia el milagro del transporte impulsado por el viento no se volvió a repetir. Los automóviles y ferrocarriles no sólo requerían carreteras y vías propias, sino también madera, al principio y carbón más adelante, para activar su motor de vapor. Además la madera y el carbón constituían fuentes indirectas de energía y podían agotarse, pero la conservación de los recursos naturales no era entonces una cuestión preocupante.

Ingeniería del transporte

La búsqueda de nuevos vehículos que satisfagan la creciente demanda de transportes más rápidos y mejores continúa sin desmayo. Igual importancia tiene la necesidad de mejorar el traslado y la capacidad de las vías de comunicación, (carreteras, canales y redes de ferrocarril), así como los vehículos de viaje. Con este fin la Ingeniería Civil ha demostrado ser indispensable para el desarrollo de una extensa red de transporte. Las vías sobre las que viajan las primeras locomotoras de vapor resultan inadecuadas para un moderno tren expreso que puede alcanzar hasta 200 km/h.

2. SISTEMA INTEGRAL DE TRANSPORTES

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO Y TRANSPORTE

Con base en lo dispuesto por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, El Plan de Desarrollo tiene un propósito básico:

"Mantener y reforzar la Independencia de la Nación para la construcción de una sociedad que bajo los principios del Estado de Derecho, garantice libertades individuales y colectivas en un sistema integral de democracia y en condiciones de justicia social. Para ello requerimos de una mayor fortaleza interna: la economía nacional, a través de la recuperación del crecimiento sostenido, que permita generar los empleos requeridos por la población, en un medio de vida digno; y de la sociedad, a través de una mejor distribución del ingreso entre familias y regiones, y el continuo perfeccionamiento del régimen democrático." (*1)

El sistema de transportes desempeña un papel relevante para apoyar este propósito básico, ya que constituye un instrumento de carácter estratégico para fomentar el desarrollo social y económico del país. El sistema permite fortalecer la independencia nacional y ejercer la soberanía sobre nuestro territorio, al articular las distintas regiones y facilitar la integración de la población, proporcionando mayores oportunidades para su desarrollo económico, social, político y cultural, al eliminar el aislamiento y facilitar el aprovechamiento racional de sus recursos.

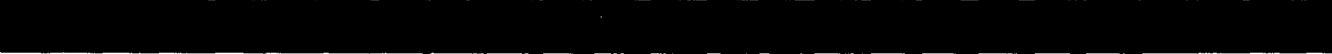
En esta forma, al satisfacer las necesidades de traslado de bienes y personas de los diversos sectores y regiones del país, el transporte contribuye a mejorar la atención de las necesidades básicas de la población y propicia la descentralización de la vida nacional, la vinculación de nuestro país con el exterior y una mejor distribución del ingreso.

El desarrollo eficiente de la actividad económica para lograr la recuperación del crecimiento sostenido, depende en gran medida del sistema de transporte, ya que interviene de manera importante en la conformación de los costos finales y en el valor agregado a los bienes y servicios, al permitir disponer de ellos en el momento y en el lugar que se requiere en el proceso de producción y consumo. Asimismo, el transporte facilita la apertura de mercados y la incorporación a éstos de muy diversas actividades, apoyando al desarrollo regional y a nuestro comercio internacional.

El sistema de transporte tiene, asimismo una gran repercusión en la generación de empleos. Adicionalmente a más de un millón de personas que trabajan directamente en el transporte, sus requerimientos de construcción y conservación de la infraestructura, así como de fabricación, mantenimiento y distribución de equipo e insumos, permiten ocupar indirectamente más de un millón y medio de empleos adicionales.

La contribución de los transportes al producto interno bruto aumentó en los últimos años, al pasar de 4.2 % en 1970 al 5.7 % en 1983, creciendo a una tasa media anual del 7.7 %. Por servicios, el 67 % de la aportación de los transportes al producto interno bruto corresponde al autotransporte, mientras que al transporte ferroviario corresponde el 8 %, al transporte por agua el 2 % ; al transporte aéreo el 12 % y el 11 % a servicios conexos al transporte.

Los transportes en México constituyen servicios públicos fundamentales, encaminados a satisfacer necesidades colectivas y, como tales, están sujetos a los Poderes Federales. Nuestra legislación reserva al estado el cuidado y desarrollo de la infraestructura, la regulación, control, vigilancia, administración y en algunos casos, la prestación directa de estos servicios. En otros, la operación está a cargo de particulares al amparo de concesiones o permisos por lo que, bajo la rectoría del estado, en el transporte se suman los esfuerzos de los diferentes sectores de la sociedad para apoyar los grandes propósitos nacionales..



Por la importancia de los transportes en el desarrollo general del país, El Plan Nacional de Desarrollo plantea la integración de un Sistema Nacional de transportes moderno y eficiente, que amplíe los servicios en todo el territorio nacional y mejore nuestra vinculación con el exterior.

Por ello el sistema de transporte continuará desempeñando un papel relevante en la estrategia nacional de desarrollo; garantizando la disponibilidad de los servicios para los diferentes sectores y regiones del país.

3.- IMPORTANCIA DEL FERROCARRIL COMO MEDIO DE TRANSPORTE

La difusión del ferrocarril, que transformó la vida del siglo XIX, va íntimamente unida a la locomotora de vapor, una de las máquinas más hermosas y románticas jamás construidas. Las primeras locomotoras de vapor que realizaron un trabajo útil se emplearon en las minas de carbón del nordeste de Inglaterra entre 1813 y 1820. En 1825 se inauguró un ferrocarril público entre las ciudades inglesas Stackton y Darlington. El éxito de esta línea llevó a la construcción de un ferrocarril mucho más importante, entre Manchester y Liverpool. Gracias a los progresos constantes fue posible hacer calderas más resistentes y cilindros y émbolos más preciosos y ajustados, logrando una locomotora capaz de desarrollar más potencia a mayor velocidad.

Durante un siglo, las locomotoras de vapor arrastraron los trenes por casi todo el mundo, No hubo avances técnicos espectaculares, pero su tamaño, potencia y velocidad fueron creciendo constantemente.

3.1 TRANSPORTE FERROVIARIO

El sistema ferroviario constituye un importante enlace entre los principales centros de producción y de consumo, a los que facilita el intercambio dentro del país y con el exterior.

Este modo de transporte operó, durante los primeros años del presente siglo, como factor decisivo en el desarrollo de nuestro país. Con el advenimiento y rápida expansión del sistema carretero y del autotransporte, su participación en el movimiento de bienes y personas disminuyó gradualmente en términos relativos. En esta evolución influyó, reflejado en el deterioro de su infraestructura, en la insuficiente productividad de sus recursos y en la calidad de los servicios.

En la actualidad el ferrocarril, que moviliza una cuarta parte del transporte terrestre de carga y casi un tercio en términos de toneladas-kilómetro, mantiene un papel estratégico en la economía del país, al hacerse cargo del traslado de productos básicos para la alimentación, fertilizantes y el movimiento masivo de bie-

nes e insumos para el desarrollo industrial. En general, el ferrocarril, en función de su mayor capacidad y menor costo, se ha concentrado en gran medida en el transporte a granel en grandes volúmenes de materias primas y productos semielaborados de bajo valor específico, a distancias medias y largas. En los próximos años, la recuperación económica y el desarrollo del país, así como el cada vez más alto costo de los energéticos, obligarán a cambios en las estructuras tradicionales del transporte en sus distintas ramas. En este caso, el ferrocarril constituirá la columna vertebral del sistema de transporte de carga, aprovechando sus grandes ventajas como medio de transporte masivo.

En el transporte de pasajeros, el ferrocarril ofrece también importantes ventajas para movimientos masivos de tráfico suburbano y en grandes corredores entre las principales ciudades, por lo que el crecimiento de éstas y la mayor movilidad de la población, harán cada vez más necesaria la participación del ferrocarril en estos servicios.

Está en marcha el Programa de Modernización del Sistema Ferroviario Mexicano, que aborda la problemática financiera, técnica, administrativa y operativa en forma integral; su fundamento lo constituye la necesidad de nuevas relaciones laborales que garanticen un trato justo a los trabajadores y permita eficiencia en la presentación de servicios.

3.1.a EVOLUCION DEL TRAFICO

En 1983, el volúmen de carga transportada por ferrocarril fue del orden de 62 millones de toneladas. Entre 1970 y 1983 el crecimiento logrado asciende a una tasa promedio del 4 % anual, frente a un ritmo del 7 % anual en la carga movida por autotransporte, lo que se refleja en la disminución de la participación del ferrocarril en el transporte terrestre del 28 % al 20 % en ese periodo. Esta evolución corresponde al regazo acumulado del servicio ferroviario que ha ido limitando su participación a productos de bajo valor específico, en grandes volúmenes y a distancia de mediano y largo recorrido.

Por otro lado , los ferrocarriles transportaron 24 millones de pasajeros equivalentes al 1 % del movimiento nacional. Este servicio reporta crecientes pérdidas al sistema ferroviario debido a los altos costos derivados de la utilización de equipos pesados y obsoletos, así como de una tarifa altamente subsidiada.

Con base en las recientes modificaciones al Artículo 28 Constitucional, el transporte ferroviario queda reservado en exclusiva al Estado, lo que sienta las bases para reestructurar y actualizar el conjunto de instrumentos que regulan el servicio. La función normativa de aspectos técnicos y operativos del servicio está asignada a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, así como la construcción y modernización de la infraestructura.

La fabricación de equipo de carga está a cargo de la Constructora Nacional de Carros de Ferrocarril y, aunque recientemente ha mejorado, todavía no se alcanza una adecuada coordinación con el desarrollo del sistema.

La prestación de los servicios está a cargo de las entidades ferroviarias, en donde el organismo descentralizado Ferrocarriles Nacionales de México atiende el 80 % de la demanda y el 20 % restante lo atienden las empresas paraestatales Ferrocarriles del Pacífico, Ferrocarril Chihuahua al Pacífico y Ferrocarril Sonora-Baja California.

3.1.b OPERACION DEL TRANSPORTE FERROVIARIO

La prestación de los servicios en los ferrocarriles se ha visto afectada por el rezago en la modernización de las normas y procedimientos de operación, lo que ha contribuido a deteriorar la productividad en el uso del equipo. Actualmente, se tiene una utilización del equipo de arrastre que alcanza los 50 km. al día por carro, con un ciclo de carga de 19 días, con tendencia a disminuir. La velocidad comercial todavía no es la deseable, lo que aunado al tiempo que los carros permanecen en patios, laderos, espuelas y vías para carga y descarga, ocasiona prolongados tiempos de entrega.

De los 25 000 km. que integran la red, en su mayor parte de vía única, sólo 866 kms. cuentan con señalización mediante control centralizado de tráfico (CTC), mientras que el resto opera con el antigua sistema manual de despacho por medio de órdenes de tren. Los servicios regulares son afectados por el elevado número de trenes extras que no figuran en los horarios y causan demoras por no estar prevista la coordinación necesaria. Además, el tamaño y peso de la mayoría de los trenes no están diseñados en función de la infraestructura.

Los métodos de operación de patios no están actualizados, lo que dificulta la formación de lotes con destino común y obliga al aumento de movimientos en terminales intermedias y destino.

Recientemente se han realizado esfuerzos para mejorar la operación, con trenes unitarios y directos, sin maniobras intermedias, y se instaló un moderno sistema de telecomunicaciones, aunque su puesta en operación se ha retrasado.

En la última década se realizaron importantes inversiones en materia de fuerza tractiva y la flota pasó de 1 019 locomotoras en 1970 a 1800 en 1982, con un total de 4.4 millones de caballos de fuerza. Actualmente, el 56 % de la flota tiene menos de 10 años de uso y sólo el 12 % registra más de 20 años de antigüedad. Sin embargo, el 30 % de las locomotoras están en talleres por insuficiente suministro de refacciones, especialmente de importación, escaso personal capacitado y en algunos casos sobreutilización. Influye también un insuficiente control de calidad en las reparaciones. El equipo de arrastre para el servicio de carga se incrementó de 26 800 unidades en 1970 a 50 700 en 1983, de las cuales sólo 7 100 son para carga especializada. La eficiencia de la flota se ha reducido por su desequilibrio con respecto a la capacidad de la fuerza tractiva y de la red férrea, patios y terminales, produciéndose ciclos de carga anormalmente largos.

La flota de coches de pasajero consta de 1070 unidades, flota que se considera insuficiente y tiene un promedio de antigüedad mayor de 30 años, en su mayoría demasiado pesadas, con altos costos de mante-

imiento y operación. En el transporte de pasajeros, se ha obstaculizado la prestación del servicio por la obsolescencia del equipo, anticuados sistemas de difusión, reservación y adquisición de boletos.

3.1.c EMPLEO Y CAPACITACION

El factor humano constituye el factor más importante para lograr un transporte ferroviario eficiente. Los ferrocarriles mexicanos emplean 92 000 trabajadores. Su edad promedio es de 49 años y un 30 % se encuentra en edad y tiempo en servicio de ejercer su derecho a la jubilación.

El contrato colectivo requiere actualizarse para mejorar las condiciones laborales y para que la estructura de remuneraciones promueva la capacitación y la productividad del trabajo. En la selección de aspirantes, tanto al ingreso como al ascenso se han tenido que aceptar bajos requisitos de escolaridad. Se dispone de un instituto de capacitación con instalaciones adecuadas, que requiere de programas que permitan la actualización de los trabajadores, en base a una nueva relación laboral. Los beneficios de la medicina preventiva no se han llevado al campo ferroviario y son frecuentes las enfermedades y los accidentes causados por inadecuadas condiciones de seguridad e higiene en el trabajo, así como por operar equipo inapropiado.

3.1.d SITUACION FINANCIERA

Existe un desequilibrio entre ingresos y gastos de operación, subsanado mediante subsidios, aunque el déficit tiende a disminuir como resultado de las recientes adecuaciones tarifarias. La inversión para la ampliación de la capacidad se ha financiado de manera importante con créditos, lo que incrementó el endeudamiento de las empresas ferroviarias. Además, el pago de intereses sobre deuda titulada ha crecido de manera desproporcionada, en razón de las altas tasas internas y la devaluación del peso mexicano.

Los compromisos para el pago de intereses y pasivo representaron en 1983 el 38 % del gasto total, aunque este porcentaje se logró reducir a 27 % al redocumentarse parte de la deuda. Para mejorar su situación, se requiere efectuar una reestructuración financiera completa en las entidades ferroviarias.

Capitulo 6

TURISMO

1.- EL TURISMO

La palabra Turismo no sólo quiere decir otra cosa que " Afición a los viajes " lo que implica que un turista deba saber los lugares que puede visitar y obtener información sobre determinadas Zonas Turísticas.

En México el turismo es una fuente de ingresos muy importante, tanto a nivel Nacional como a nivel Internacional, ya que es un lugar que cuenta por naturaleza con paisajes de primera, zonas arqueológicas, en fin es un mundo fascinante para que todos los turista nacionales y extranjeros gocen de él. Pero desgraciadamente faltan medios para que se den a conocer más afondo estos lugares, falta tambien una motivación y quiza un poco de información , de esta forma se podran frecuentar, conocer, concervar y preservar.

El turismo nacional (dentro de la República Mexicana) cuenta con varios medios de transporte, el automóvil, el camión y el ferrocarril, tanto el 1o como el 2o son los más comunes pero carecen de una ruta turística; en cambio el ferrocarril llega desde los más pequeños pueblitos hasta las grandes ciudades que se encuentran dentro de la República Mexicana, incluso a lugares que son desconocidos por la gran mayoría de los mexicanos y que estan llenos de misticismo. El ferrocarril siendo un medio de transporte no sólo de carga sino de personas y que estas no sólo viajan de negocios sino tambien de placer, cubre ciertas rutas turísticas para que todos sus usuarios gocen de los paisajes y conoscan lo que nunca habían visto. Es por esto que es necesario que dentro del ferrocarril el usuario encuentre o tenga a la mano cierta información del lugar que visitan y de la ruta que cubren.

2. ESTADISTICAS

2.1 VOLUMEN DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS

Turismo perceptivo de Enero a Junio de 1991: (*5)

Aereo 3,207,291 Terrestre 937,943

3. IMPORTANCIA DE LAS RUTAS DEL NUEVO SERVICIO ESTRELLA EN EL TURISMO

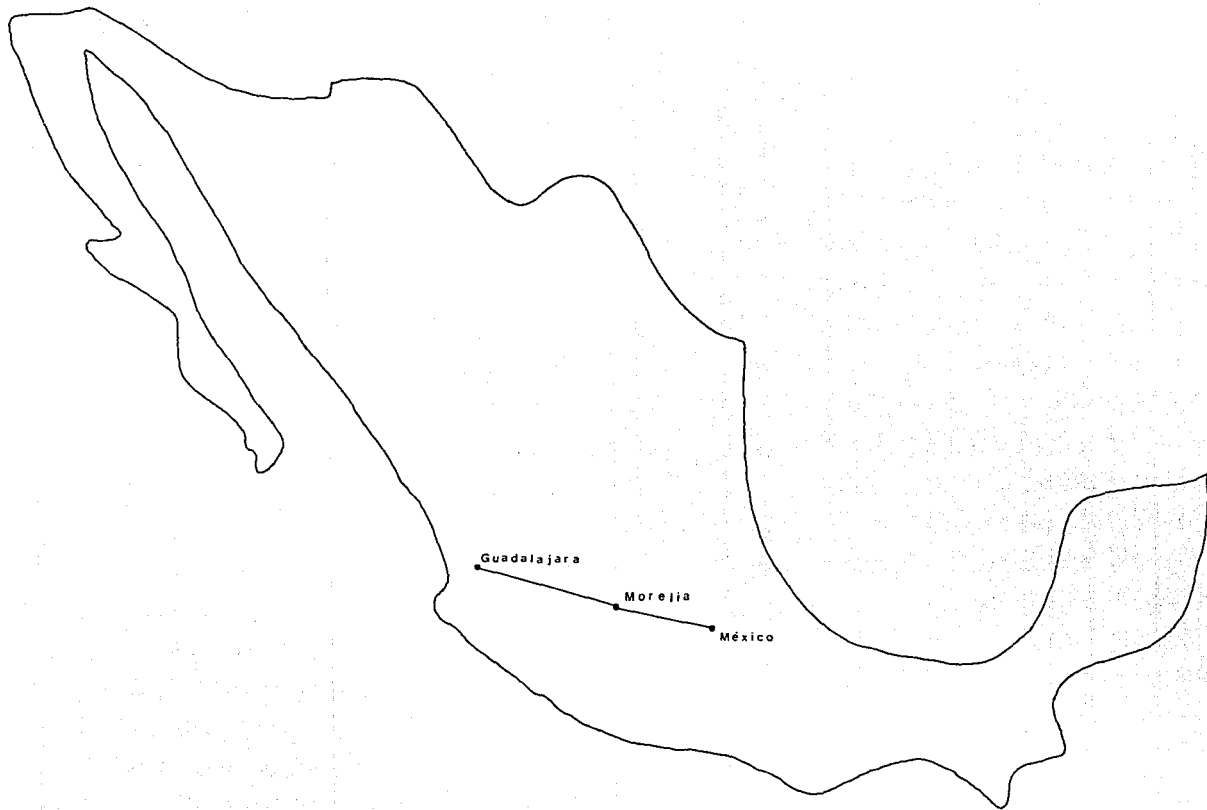
3.1 EL TAPATIO (México - Morelia - Guadalajara)

Estado de Jalisco : Jalisco, palabra que significa " sobre la arena " o " llanura de arena " , se encuentra situada en la parte occidental de la República con una extensión de 80,836 km2. y una población de seis millones de habitantes que se distribuyen en 124 municipios.

Guadalajara, la capital del Estado de Jalisco, está considerada como una de las metrópolis más hermosas de América Latina, está situada en la parte occidental de México a 585 kilómetros de la Ciudad de México y se llega a ella en las carreteras 57, 45 y 110. o bien en Ferrocarril. La altura sobre el nivel del mar es de 1,545 metros y su clima es uno de los más agradables en el mundo, con una temperatura promedio anual de 20 °C. Los meses más calurosos son Mayo y Junio; Es conocida también como " La Perla de Occidente " , es una Ciudad dinámica de gran importancia cultural y económica y es un lugar obligado para el turismo nacional y extranjero que cuenta con todos los atractivos necesarios para alojar a sus visitantes.

Los lugares de gran interés turístico son : La Catedral Metropolitana, El Teatro Degollado, Palacio de Gobierno, Zoológico de Guadalajara, Instituto Cultural Cabañas.

La Plaza Tapatía, En los Templos se encuentran : El de Santa Mónica, El de San Francisco, El Templo de Nuestra Señora de Aranzazu, El Santuario de la Virgen de Zapopan. En los Museos : El Museo arqueológico del Occidente de México, Museo Regional de Guadalajara, Museo Casa de las Artesanías, Museo Jose Clemente Orozco, Museo de Caza Benito Albarran, Museo Taller Jose Clemente Orozco, Museo de Ciencia, Tecnología y Planetario Severo Díaz Galindo, Museo Infantil de Jalisco.



Guadalajara

Morelia

México

RUTA EL TAPATIO

Dentro de las zonas turísticas se encuentran: Tlaquepaque, Tonalá, Chapala, Zapopan, San Juan de los Lagos, Tapalpa y Mazamitla, Puerto Vallarta, Costa Azul, Barra de Navidad, Tenacatita, El Tecuan, Costa Careyes, Chamela, Los Altos de Jalisco, Atotonilco el Alto, Tepetitlan de Morelos y La Barca.

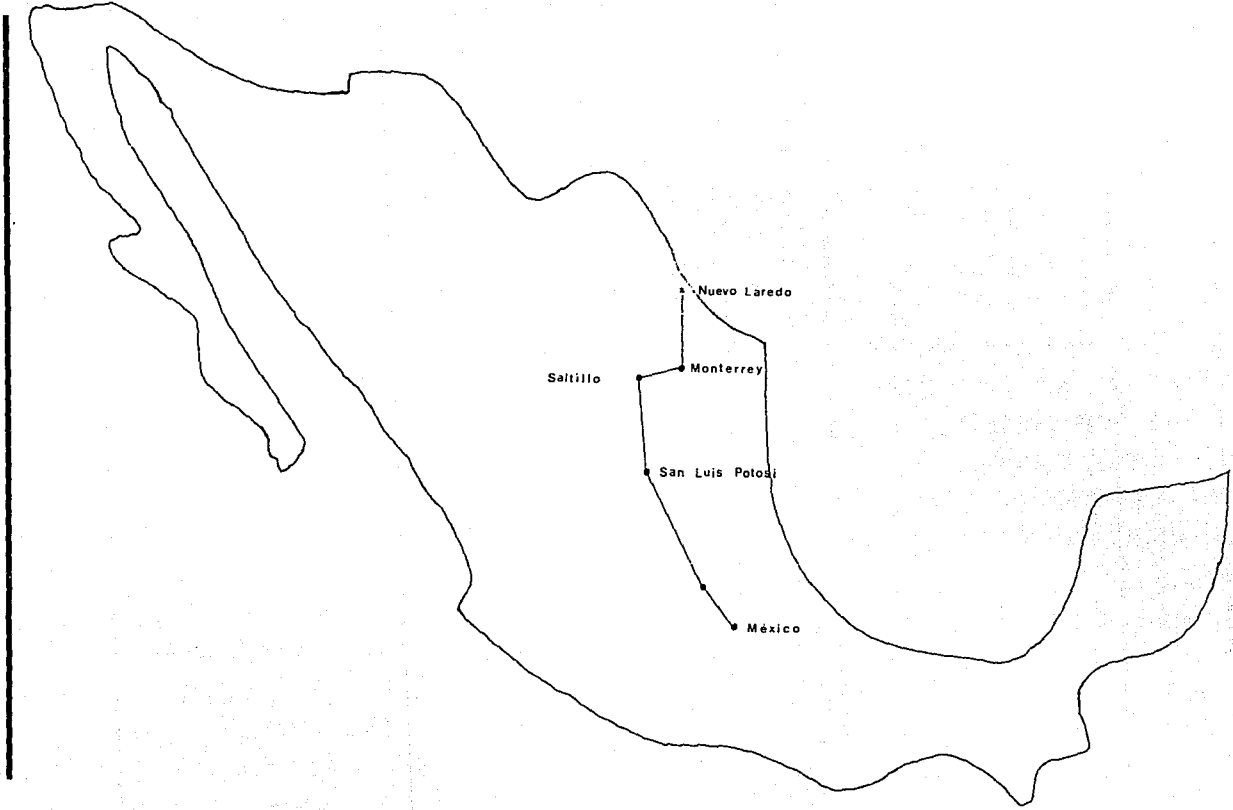
La "Perla de Occidente" y las industriosas ciudades de Nogales y Mexicali se unen mediante el tren del Pacífico, el nuevo servicio estrella de Ferrocarriles. A lo largo del recorrido podrá disfrutar la belleza y el contraste del paisaje mexicano, al cruzar hermosas serranías, refrescantes playas y cálidas llanuras.

Saliendo de la Perla Tapatía, se atraviezan la bella ciudad de Tepic, el Puerto de Mazatlán y su contagiosa alegría, la industriosa Cd. de Culiacán, la agreste belleza de sufragio, la empeñosa Cd. Obregon la cálida estación de Empalme y la tranquilidad de Hermosillo. Desde Benjamin Hill podrá viajar directamente a Nogales, o atravesar Caborca y puerto Peñasco antes de llegar a Mexicali. La gama de posibilidades del Dorado Pacífico están ahora más cerca que nunca, para que las goce viajando placidamente.

3.2 EL REGIOMONTANO México - San Luis Potosí - Saltillo - Monterrey - Nuevo Laredo

La ruta del Regiomontano recorre : San Luis Potosí, Saltillo, Monterrey y Nuevo Laredo. El estado de San Luis Potosí, se enorgullece de poder ofrecer al turismo una rica herencia histórica y artística, donde la influencia del pasado aún es notable en las cumbres y en el modo de vida de sus habitantes, gente sencilla, abierta y amistosa que le recibirá siempre con los brazos abiertos. Además, se cuentan con todos los servicios turísticos para hacer más grata su estancia.

Esta situada en la parte central de la República Mexicana, Su territorio, de forma muy irregular y angulosa, se extiende en más de dos terceras partes en el Antiplano; las otras fracciones corresponden a la Sierra Madre Oriental y a la planicie costera del Golfo de México, Tiene una superficie de 62,848 kilómetros cuadrados. Colinda el norte con Coahuila; al noreste con NUEvo Leon y Tamaulipas; al este con Veracruz; y al sur con Guanajuato, Queretaro e Hidalgo; al suroeste con Jalisco y al oeste con Zacatecas.



RUTA EL REGIONMONTANO

El nombre de San Luis Potosí, fue dado en honor a San Luis, Rey de Francia y Potosí al compararse las riquezas de las minas del cerro de San Pedro con las de Potosí de Bolivia.

Las grutas del Estado de San Luis Potosí son : Las Grutas de Xilitla, Grutas del Angel, Grutas de la Iglesia Vieja o La Catedral.

Los atractivos naturales del estado son : Cascada del Puente de Dios, Cascada del Salto, Cascada de Tamul, Cascada de Micos, Laguna de Media Luna, Pozas de Xilitla, Sotano de las Golondrinas, Hoya de las Guaguas, Santuario de Guadalupe, Templo de San Miguelito, Templo de San Sebastian.

Las principales poblaciones son: Rio Verde, Ciudad del Maiz, Aquismon, Ciudad Valles, Tamazunchale, Matuhuala, Real de Catorce, Santa Maria del Rio.

3.3 EL JAROCHO México - Apizaco - Orizaba - Fortin de las Flores - Córdoba - Veracruz

La ruta que recorre el Jarocho es : México, Apizaco, Orizaba, Fortin de las Flores, Córdoba y Veracruz.

El Estado de Veracruz se localiza en la parte oriental del país y es uno de los más modernos y productivos de la República. Limita al norte con el Estado de Tamaulipas, al sur con los estados de Oaxaca y Chiapas, al suroeste con el de Tabasco; al este con el Golfo de México y al oeste con los estados de Puebla, Hidalgo y San Luis Potosí. Su extensión territorial es de 72,815 kilómetros cuadrados dentro de la masa continental. Políticamente se encuentra dividido en 203 municipios.

Su clima es muy variado, que va desde el cálido húmedo hasta muy frío, con nieves perpetuas. Sin embargo, el clima dominante a lo largo de sus costas es cálido subhúmedo, con lluvias en el verano y una temperatura media anual de 25 grados centígrados.

El estado de Veracruz, en constante progreso cuenta ahora con una población de más de 17 millones de personas y se perfila como uno de los más competitivos, tanto por sus volúmenes de producción agrícola e industria, como por sus atractivos turísticos. En el Puerto de Veracruz, visitado durante todo el año, se celebra en forma faustosa el Carnaval, que es considerado como el más importante de todo el país. Es tierra de alegría, de vegetación exuberante, de rica gastronomía, de fuertes amurallados, de gran tradición prehispánica, que suma a su historia y leyendas la más rica gama de atractivos para el visitante. Es también tierra de hombres ilustres, de sones jarochos, de grandes poetas y de gente sencilla y amable que espera su visita para compartir todo lo bueno que tienen.

Los lugares de gran interés turístico son :

En la zona norte : Tuxpan, Poza Rica, Papantla, Tamiahua, Tajin

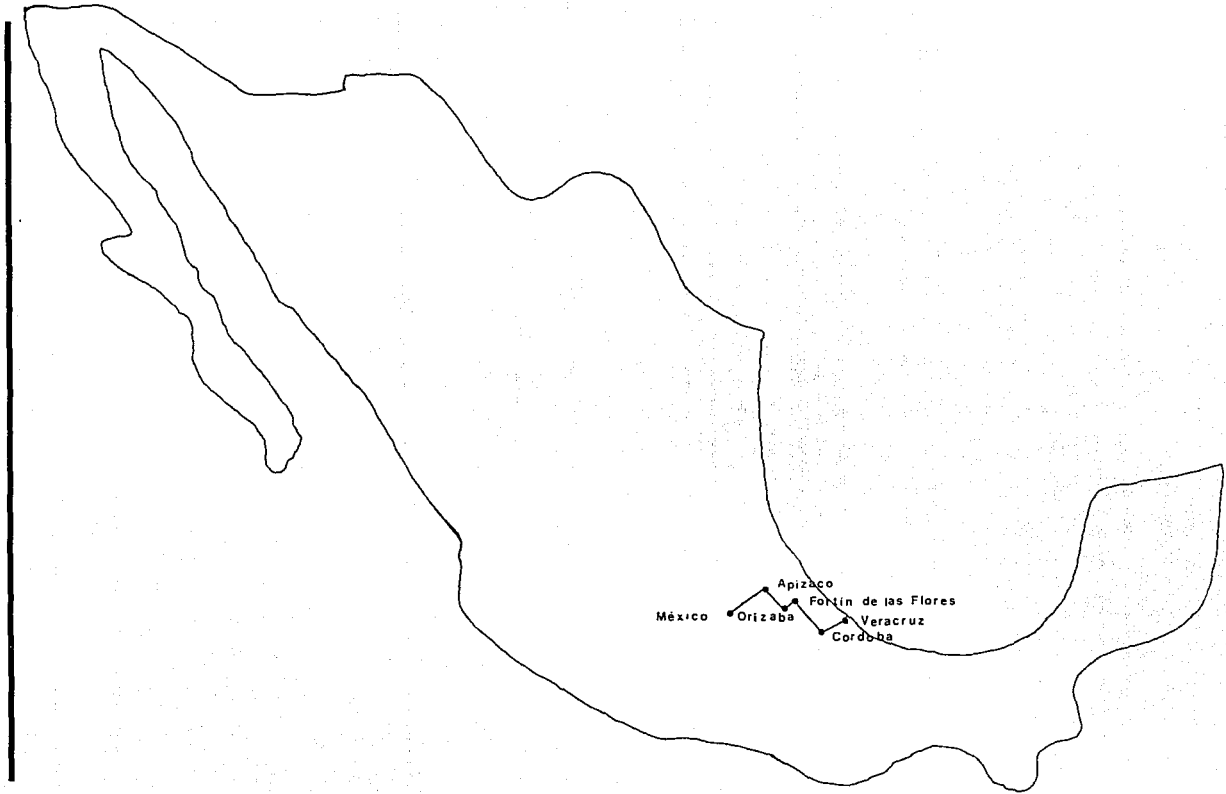
En la región Jalapa : Jalapa, Perote, Naolinco, Coatepec, Xico

En la región Córdoba : Córdoba, Orizaba

En la región Veracruz : Puerto de Veracruz, Playa de Chachalacas, Zempoala, La Antigua, Alvarado, Tlaco-
talpan

En la región de las Tuxtlas : Santiago de Tuxtla, San Andres Tuxtla, Catemaco

En la región sur : Minatitlán, Coatzacoalcos



RUTA EL JAROCHO

3.4 EL EXPRESO DEL MAR (Guaymas - Hermosillo - Nogales)

El recorrido que tiene el Expreso del Mar es: Guaymas, Hermosillo y Nogales. Situado en la región Noroeste de la República, Sonora es con 182,052 kilómetros cuadrados el segundo estado en extensión territorial del país. Dentro de la jurisdicción de Sonora están también importantes islas como las de Tiburón, Pelicano y San Esteban. Su división política la componen 565 municipios.

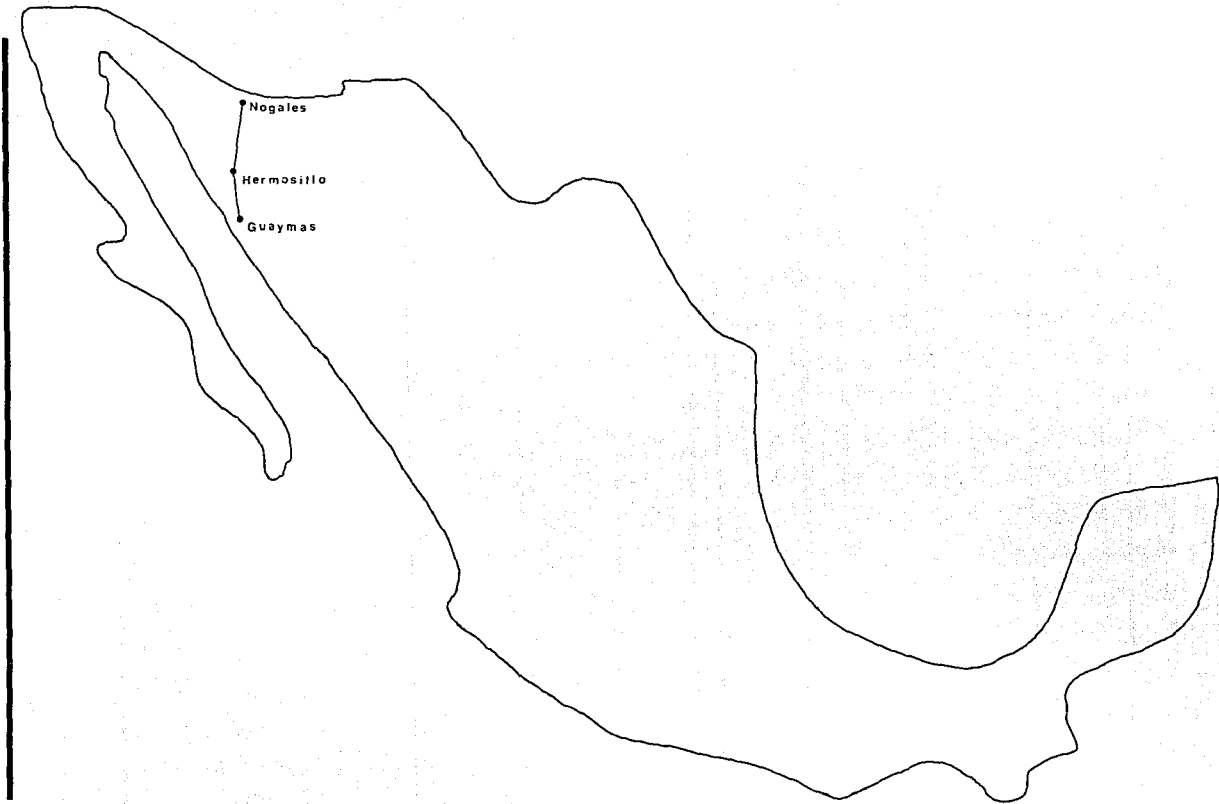
Sonora cuenta con hermosas playas que se extienden a lo largo de 900 kilómetros, algunas de ellas vírgenes, otras ofrecen al visitante facilidades para practicar deportes acuáticos, como buceo, pesca, veleo, etc. Además, los embalses de los ríos ofrecen también la oportunidad para pescar.

Sonora se deriva de la palabra opata " Xunuta " complemento indirecto de " Xunut " Maíz y significa " En el Maíz " o " Lugar del Maíz ". Los indios opatas de la región del Río Sonora, eran llamados por eso sonoras.

Debido a la extensión de numerosas sierras, el clima es variado. En playas se presenta un clima que va de cálido al semicálido con un promedio de 23º C. En la parte Norte, el clima es templado y semi-seco 19ºC. Hacia la parte baja del estado el clima varía entre templado y cálido y la temperatura oscila entre 20ºC a 14 ºC.

Los lugares de interés y las principales ciudades son :

Bahía Kino, Guaymas, Ciudad Obregon, Magdalena de Kino, Alamos, Caborca, Cananea, Navojoa, Zona del Río Sonora. Los parques nacionales son prácticamente dos: El Pinacate y La Pintada .



RUTA EL EXPRESO DEL MAR

3.5 EL PUREPECHA (México - Toluca - Acambaro - Morelia - Patzcuaro - Uruapan)

La ruta que recorre el Purepecha es: México , Toluca, Acambaro, Morelia, Patzcuaro y Uruapan.

El estado de Michoacán adquiere su nombre de una palabra náhuatl que significa " Lugar de Pescadores 2. Forma parte de la región Centro Occidente. Limita al norte con los estados de Jalisco y Guanajuato; al noreste con Queretaro; al este con el Estado de México, al sureste con Guerrero al oeste con Colima, y al suroeste con el Océano Pacífico. Tiene una superficie territorial de 59,864 kilómetros cuadrados, y esta dividido políticamente en 113 municipios.

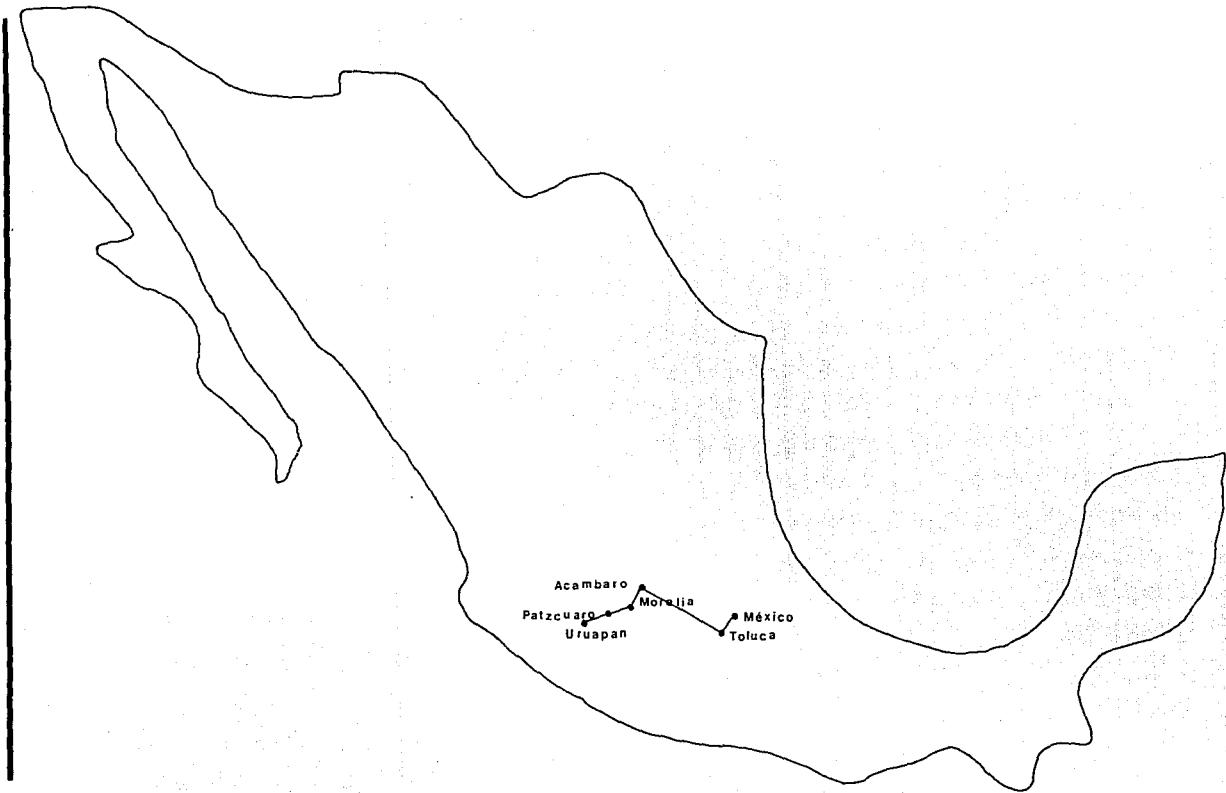
Morelia es la capital del estado de Michoacán, siendo famoso por sus museos : Museo Michoacano, Casa de Morelos, Museo de Arte Contemporáneo, Museo del Estado, Museo de Historia Natural, Casa de las Artesanías.

Los lugares de interes turistico son : Anganguero, Santuario de las Mariposas Monarca, Ciudad Hidalgo, Los Azufres, Cuitzeo, Jiquilpan, La Piedad de Cabadas, Lazaro Cardenas, Maravatio, Patzcuaro, Lago de Patzcuaro, Quiroga, Santa Clara del Cobre, San José Purua, Tacambaro, Uruapan y Zacapu.

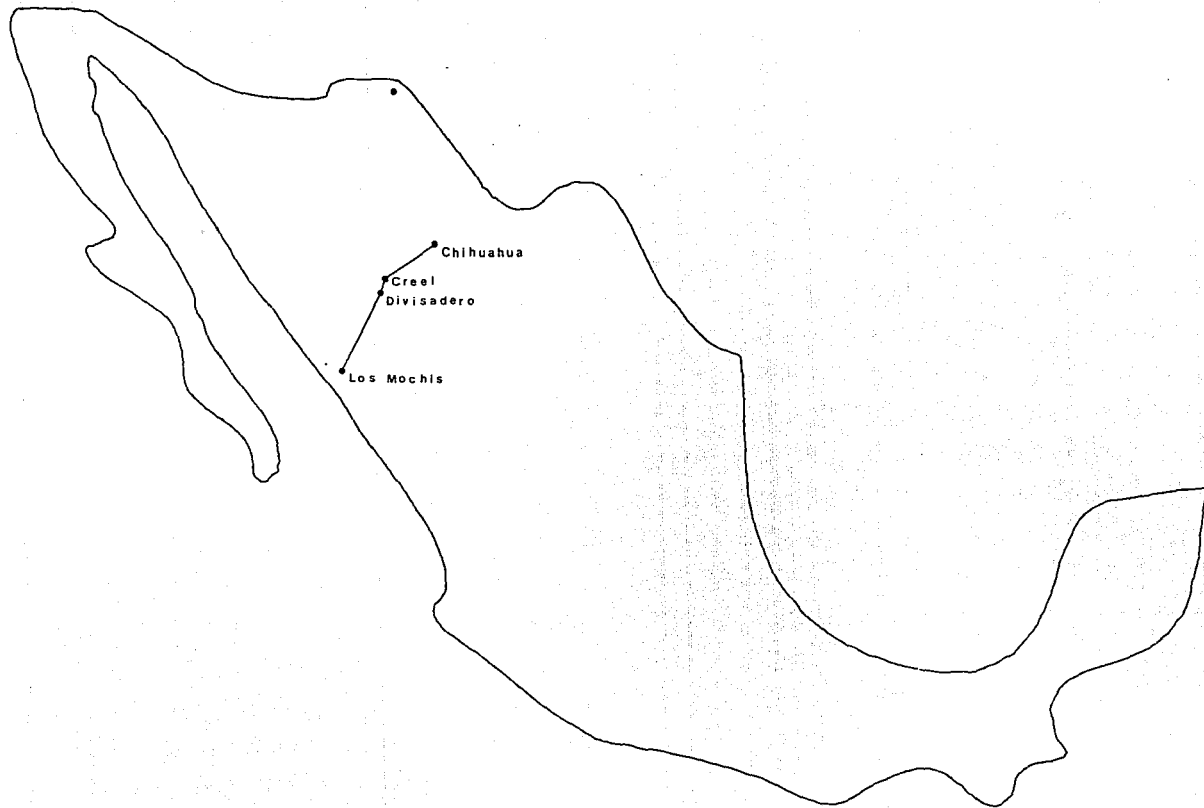
3.6 EL NUEVO CHIHUAHUA - PACIFICO (Chihuahua - Creel - Divisadero - Los Mochis)

La ruta que recorre el Nuevo - Pacífico es: Chihuahua, Creel, Divisadero y Los Mochis.

Es tierra de privilegio en la República Mexicana tanto por su extensión territorial, como por las riquezas naturales con las que cuenta. Tiene una superficie de 58,328 kilómetros cuadrados que se dividen políticamente en 17 municipios. Limita al norte con Sonora y Chihuahua; al este con Durango; y al sur con Nayarit; al oeste con El Golfo de California y El Océano Pacífico. Es un corredor natural, de norte a sur, que posee caudalosos rios y



RUTA EL PUREPECHA



RUTA EL NUEVO CHIHUAHUA-PACIFICO

ricos mantos acuíferos subterráneos, playas, esteros, selvas espinosas, montañas, desiertos calcinantes y breñales huizacheros.

El visitante interesado en conocer Sinaloa, encontrará el máximo de facilidades para llegar, pues la carretera internacional México-Nogales constituye la columna vertebral de su sistema de comunicación a la que se conectan las demás vías, como la carretera Mazatlán-Durango, carreteras estatales y municipales, además de poder utilizar el Ferrocarril del Pacífico y el Chihuahua-Pacífico.

Su nombre proviene del dialecto cahita, compuesto por las voces sina especie de pithaya y lobala "casa redonda", así que el nombre sinalobaba se transformó en sinaloa, que significa "pithaya redonda".

En sinaloa se divide en tres regiones climáticas. Hacia el sur, desde el río Piaxtla hasta los límites con Nayarit, es sabana tropical. En el norte, en los municipios de Guasave y Sinaloa, es estepario y cerca de Sonora se convierte en semi-desértico.

Los lugares de interés turístico son: Culiacán de Rosales, Imala, Presa Sinaloa, El Dorado, Playas de Atlanta, Novolato, Cosala, Guasave, Mazatlán Sinaloa de Leyva, Bacubirito, Concordia, Copala, Rosario, Escuinapa de Hidalgo, Teacapan, Bardiaguato, Guamichil, Los Mochis, El Fuerte, Choix, Topolobampo.

3.7 EL RÁPIDO DE LA FRONTERA (Chihuahua - Cd. Juárez)

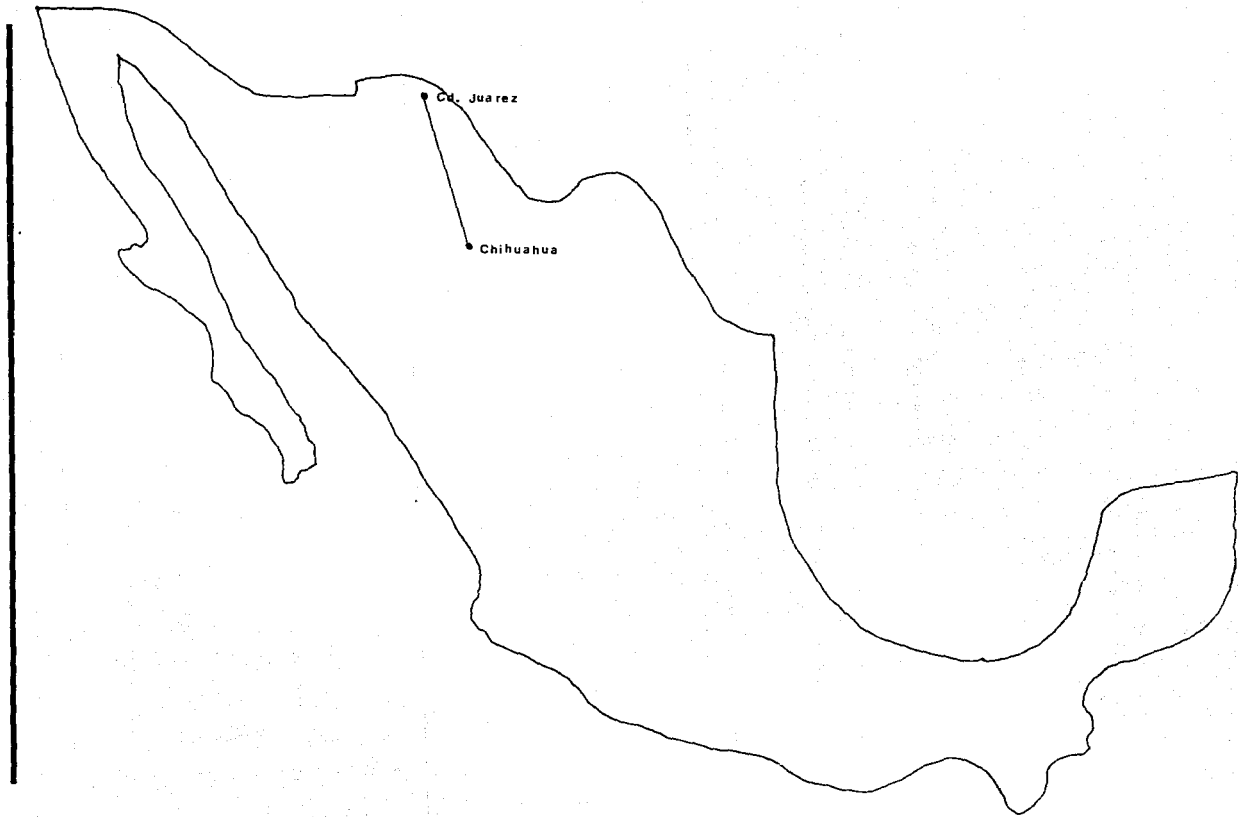
La ruta que recorre el Rápido de la Frontera es: Chihuahua y Cd. Juárez.

El estado de Chihuahua se encuentra en la porción Centro norte de la República Mexicana. Sus límites son: Al norte con Estados Unidos, al este con el estado de Coahuila, al sur con Durango y al suroeste con Sinaloa y al oeste con Sonora. Es el de mayor extensión territorial en el país, cuenta con 245,612 kilómetros cuadrados, se divide en dos grandes porciones naturales, la región de la Mesa central y la de la Sierra Madre Occidental.

Su nombre proviene del tarahumara Chihuahua que significa " Lugar donde hacen costales ", aunque otros lungústas aseguran que quiere decir " Lugar seco y arenoso ". El Clima debido a su configuración topográfica, tiene diferentes climas: Al norte es templado, y en este es seco y desértico y en el sur semicálido.

Las zonas arqueológicas del estado son : Casas Grandes (Paquime), Cuarenta Casas.

Las zonas de interes turístico a visitar son : La Catedral, El Santuario de Guadalupe, La Iglesia de santa Rita, La Capilla de Nuestra Señora de Lourdes, Santa Rosa, Quinta Gameros, Palacio Municipal, Palacio de Gobierno, Palacio Federal, Instituto Científico y Literario del Estado,, Edificio de Rectoría de La Universidad Autónoma de Chihuahua, La Quinta Luz (Actual Museo de la Revolución), Parque Lerdo, El Paseo Bolivar, El Complejo Cultural y Artístico del Gobierno del Estado, El Teatro de los Heroes, El Teatro de Camara, Teatro al Aire Libre, Seminario San Miguel Bernardo Aguirre, La Ciudad Deportiva, El Acueducto, Ciudad Juárez, Ciudad Delicias, Santa Rosalia de Camargo, Hidalgo de Parral, Cusihuiriachic, Creel, Cuauhtemoc, Anahuac y Bustillos, Coyame, Ojinaga, San Francisco de los Conchos, Jimenez, Cumbres de Majalpa, La Cascada de Basaseachic y El Lago de Arareco.



RUTA EL RAPIDO DE LA FRONTERA

4. RESUMEN DE LABORES 1990

4.1 PROMOCION NACIONAL E INTERNACIONAL

El propósito fundamental de la promoción es incrementar las corrientes de turismo interno y externo para coadyuvar al desarrollo económico del país mediante la captación de divisas y la creación de empleos así como para afirmar la identidad e impulsar la recreación de los mexicanos.

4.1.a PROMOCIÓN NACIONAL

Las acciones desarrolladas en esta área tienen como objetivo fomentar el derecho al descanso de los mexicanos y el fortalecimiento de la identidad nacional; para lo cual se promovieron diversos tipos de campañas: Campaña Institucional, Campaña de Planes Estatales de Promoción, las cuales se describen a continuación :

En este período se continuó con la Campaña Institucional, bajo los lemas " México te da a escoger " y " Una aventura a tu alcance"(*6). Asimismo, se trabaja en el nuevo concepto Institucional y coordinadamente con los gobiernos de los Estados actualizandose continuamente la información sobre los atractivos servicios de cada entidad, para mejorar la calidad de las promociones.

Dentro de este programa, se produjeron y distribuyeron 40,000 folletos temáticos, 32,500 carteles; 188,000 guías; 160,000 mapas; 45 inserciones en periódicos y revistas, 4 comerciales para la televisión y radio y 1 documental para cine con difusión a nivel nacional.

En relación a las Campañas de Planes Estatales, en el período se cubrió la primera etapa de promoción en los Estados de Colima, San Luis Potosí, Queretaro, Sinaloa, Nuevo León, Guanajuato y Michoacan; se lanzó la segunda etapa de promoción en los Estados de : Colima, Sinaloa, Nuevo León y Guanajuato, así co-

mo la primera etapa de Guerrero y Estado de México. En este lapso, se produjeron materiales impresos y audiovisuales para los Estados de Chiapas y Sonora.

En el rubro de Eventos Nacionales, se participó en 20 eventos entre los que destacan " Feria de San Marcos ", " Feria del Hogar " y la " De Morelia ", asimismo, se imprimieron 15 carteles promocionales alusivos a las ferias. (*6)

Dentro de la concentración de convenios de prestación de servicios para la promoción y oferta de los mismos sindicatos, empresas e instituciones se alcanzaron 36 de ellos en el período superando la meta anual programada, que fue de 30 convenios.

Asimismo, se prepararon las Carpetas Técnicas e Informativas de Promoción y Fomento a la Inversión. Se concertaron acciones con líneas aéreas a fin de aumentar la frecuencia de vuelos a diversos destinos nacionales.

4.1.b PROMOCION INTERNACIONAL

En cuanto a la publicidad en el extranjero, durante este período se llevó a cabo la campaña " Sienta el Afecto de México ", la cual deferencia a México de sus competidores al resaltar sus ventajas inherentes como son su gente, sus playas, sus desarrollos turísticos y su clima.

Se realizó publicidad a través de nueve comerciales de televisión para la temporada de invierno en los siguientes mercados; Dallas, Houston, San Antonio, Los Angeles, San Francisco, San Diego, Nueva York, Chicago, Filadelfia, Washington, D.C. Seattle, Denver, Miami y Atlanta; donde se recaló lo más hermoso de las playas, instalaciones hoteleras y clima mexicano. En lo referente a la publicidad, los anuncios de México aparecieron en 27 revistas dirigidas al consumidor, entre las que se encuentran: People, Time, News & World Report, Life, Travel & Leisure, Home, Food & Wine, Bon Appetit, Brides, Modern Bride, 50 Plus, Ma-

ture Out Look, Traveler, Gourmet, New York, Chicago, Philadelphia, Washingtonian, Atlanta, So. Florida, Denver, Cal., City Group, Sunset, California, Washington Texas Monthly y Southern Living.

Así como la inserción de Honey Guide en las revistas Brides y Modern Bride. En lo que se refiere a las revistas especializadas en turismo, se promovió en las siguientes: Hotel & Travel Index, Meetings. Para el área de Canadá, se realizaron inserciones en las revistas Equinox, Weedinh Bells, en las revistas dirigidas al consumidor y Travel Press en la industria. (*6)

Como impulso especial se designaron para los meses de septiembre y octubre una inversión de 5 millones de dólares para impulsar la promoción en el exterior que permitirá incrementar la afluencia de turistas internacionales al país, aunando a la participación de los Estados y prestadores de servicios, y a los fondos mixtos de promoción.

Como complemento de las actividades de publicidad y promoción dentro de la campaña de relaciones Públicas, se llevaron a cabo las siguientes actividades:

El Travelcade realizado en el mes de abril del año en curso (-1989), en EE.UU, que se lleva a cabo con el copatrocinio de las líneas aéreas nacionales. se contó con la participación de importantes expositores como mayoristas, hoteleros y asociaciones.

Se visitaron 8 ciudades : Anchorage, Vancouver, los Angeles, Orange Country, Seattle, San Francisco, New Port Beach y San Diego. En cada una de éstas se efectuó una presentación del programa de mercadotecnia de México, dándose a conocer el material promocional de la Secretaría de Turismo. Cabe mencionar que de una muestra de paquetes ofrecida a turistas norteamericanos que iniciaron su viaje en las ciudades de Los Angeles y Nueva York, en Diciembre de 1988 con destino a la zona del Caribe, México y zonas de playa y centros turísticos de ultramar de los EE.UU, se obtuvieron magníficos resultados. (*6)

Durante el período del informe se llevaron a cabo 41 seminarios para agentes de viajes; asimismo, se participó en las Caravanas Turísticas, contando con la participación de prestadores de servicios nacionales, quienes coordinados con la Secretaría de Turismo visitaron 20 ciudades de Estados Unidos y Canadá para promover sus servicios a los agentes de viajes locales. Se participó en 25 eventos a nivel internacional en otras ciudades del continente Europeo y de Estados Unidos, para promover el turismo hacia México.

Actualmente se cuenta con 41 piezas diferentes de material promocional que incluyen 18 folletos de destino, 4 mapas-folleto, un folleto genérico de México y uno de La Ciudad de México, un manual turístico, 2 paquetes informativos de convenciones y viajes de incentivo, que muestran las facilidades con que cuenta México para la realización de congresos y convenciones y 14 diferentes carteles. (*7)

A través de 119 eventos internacionales, se atendieron a visitantes extranjeros de 35 distintos países, entre Agentes de Viajes, Especialistas de los medios de comunicación, Editores, Fotógrafos, Escritores, Productores de Cine, De Video y de radio y Televisión. Se tomó parte en eventos importantes a nivel internacional, conjuntamente con prestadores de servicios nacionales, como son:

Salón Mundial de Turismo y Viajes a Francia; La Bolsa Internacional de Turismo en Italia y otros en Alemania, Suiza, Guatemala, España, Inglaterra y Japón.

5. ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR SECTOR EN PROMOCION TURISTICA

En los últimos años la actividad turística ha adquirido gran relevancia en la economía de nuestro país, prueba de esto es que la actividad turística es la segunda fuente de ingresos de balanza de pagos, después del petróleo; además, es importante generadora de empleos directos e indirectos, así como impulsora del desarrollo a nivel regional.

Por otra parte, a nivel mundial los flujos turísticos han aumentado en 5 %, los viajeros internacionales de los distintos países y los viajeros del país, buscan nuevos destinos que visitar, que le ofrezcan todo tipo de atractivos y actividades a desarrollar representando un importante mercado potencial a explotar. Nuestro país cuenta con atractivos naturales y culturales de primer nivel, no sólo playas y sitios arqueológicos; además, el Sector Privado junto con el sector gubernamental, han desarrollado la infraestructura necesaria para alojar y ofrecer servicios de primera calidad a los visitantes tanto nacionales como internacionales.

Es debido a todo lo anterior que con el fin de incrementar las corrientes de turismo interno y externo, así como de fomentar el derecho al descanso, se han diseñado y puesto en operación campañas de comercialización e información que resaltan las características de la oferta turística y la imagen nacional. Estas campañas de comercialización se han diseñado, tomando en cuenta las características del mercado al cual el producto turístico va dirigido, de manera que se ofrezca a cada uno, los servicios que satisfagan sus necesidades. Es por esto que, para analizar las actividades desarrolladas en el renglón de promoción, se analizarán acciones realizadas por la Secretaría de Turismo, tanto a nivel nacional como internacional.

5.1 PROMOCION NACIONAL

Durante los últimos años se han desarrollado intensos esfuerzos para incrementar las opciones de descanso, recreación y viaje de la población del país. La relevancia de estos esfuerzos es mayor, si se consideran las condiciones económicas generales por las que atraviesa el país, que repercuten en el poder adquisitivo y en el ingreso disponible para la recreación de los mexicanos.

Los programas de promoción nacional, se han dirigido basicamente a:

- Estimular en los mexicanos el deseo de viajar dentro del país
- Proporcionar la información necesaria para la organización de viajes
- Integrar y promover la comercialización de paquetes turísticos a bajos costos
- Promover el desarrollo de programas de promoción turística, en coordinación con los gobiernos estatales y prestadores de servicios turísticos, con el fin de racionalizar el uso de los recursos disponibles.
- Incrementar las opciones de descanso y recreación de los grupos mayoritarios de la población, con el fin de descongestionar los destinos turísticos tradicionales.
- Chihuahua, Coahuila, Aguascalientes, Quintana Roo, Tamaulipas y Campeche, los que se calcula estarán listos en aproximadamente tres meses, con estos folletos a fines del presente año, esta campaña habrá sido lanzada en el 100% de las entidades que componen la república Mexicana
- A través de esta campaña se han difundido cerca de mil destinos integrados en 350 recorridos
- Se han distribuido 5.5 millones de folletos 75 mil carteles y 125 anuncios de radio con más de 50 mil impactos en todo el país
- Por otro lado se han publicado las versiones en inglés de 19 estados, con un tiraje global de cerca de 500 mil folletos que se distribuyen internacionalmente

- Asimismo, con el fin de apoyar este programa y orientar sobre los accesos a los diferentes atractivos turísticos del país, se publicaron prácticos mapas turísticos de bolsillo de las 32 entidades federativas, los cuales fueron impresos en inglés con un tiraje de 320 mil.

- De la misma manera, con el objeto de promover y orientar a la población sobre los diferentes tipos de alojamiento de los 32 estados, se cuenta con los directorios estatales de hospedaje, con un tiraje de 160 mil ejemplares.

Dentro de este programa se identificaron siete temas principales:

- 1.- Sitios arqueológicos
- 2.- Playas
- 3.- Fiestas y Eventos
- 4.- Museos y Galerias de Arte
- 5.- Ciudades Coloniales
- 6.- Arte Popular
- 7.- Gastronomía

En los folletos se describen las características de cada uno de estos renglones del patrimonio turístico nacional, señalando su localización, los servicios de que dispone y sus principales vías de acceso. Estas campañas se han desarrollado temáticamente a través de los medios de comunicación masiva.

En medios electrónicos, se produjeron 12 comerciales de televisión y 15 de radio, que han tenido una difusión de 22 mil impactos en televisión, que significa cerca de 5 mil horas al aire, y de 50 mil impactos en radio, que representan cerca de 12 mil horas al aire.

En medios impresos, se produjeron y distribuyeron 20 carteles con un tiraje de 130 mil ejemplares, 7 folletos y mapas temáticos de ciudades coloniales, playas, centros arqueológicos, fiestas, ferias y artesanías, con un tiraje global de 2 millones de ejemplares.

Se publicaron dos directorios, uno de hospedaje a bajo costo y otro de instalaciones extra-hoteleras, con un tiraje de 80 mil ejemplares. Asimismo se realizaron cerca de 1 500 inserciones en prensa y revistas de circulación nacional.

Otro programa promocional es "Vacaciones de fin de semana", el cual se elaboro con el propósito de dar a conocer a los habitantes de las principales poblaciones del país, los atractivos turísticos en un perímetro hasta de 250 km. de su lugar de residencia.

La campaña fué lanzada utilizando seis mensajes dirigidos a promover la visita a balnearios, centros arqueológicos, ciudades típicas, parques nacionales, mismos que se difundieron mediante 11 mil impactos en 24 estaciones de radio del Distrito Federal, en un periodo alterno de 75 días. Durante el último año se imprimieron 70 mil folletos, de los cuales se han distribuido a la fecha 55 mil a sindicatos, empresas y dependencias públicas.

Con el mismo propósito, se inició la producción de la Guía Práctica de Viajes de Fin de semana, la cual contiene información sobre atractivos turísticos, mapa de carreteras, transportación, rutas de Angeles Verdes, Tablas de distancias y recorridos turísticos, así como servicios de hospedaje y directorios de servicios de información turística, localizados en los estados de Hidalgo, México, Morelos, Puebla, Queretaro y Tlaxcala. La comercialización de los 10 mil ejemplares de que consta en tiraje, se complementa con una campaña publicitaria.

De la misma manera, en apoyo a todos estos programas y al turismo social, se publicó la segunda edición del " Catálogo de paquetes turísticos super- económicos " que incluye 350 paquetes terrestres y aéreo, a 532 destinos en 29 estados de la República, ofreciendo atractivas modalidades, tales como circuitos y recorridos, utilizando las diferentes alternativas de hospedaje que ofrece el país.

Para ello se contó con la participación de 8 organismos promotores de turismo social: Fideto, Crea, Turiste, Imss, Departamento de I D. F., Setej, Operadora Turística del Estado de México, y Promotora Turística para el Estado de Hidalgo, como con las líneas aéreas nacionales, con el objeto de apoyar la difusión, de 5 mil piezas producidas, se distribuyeron 3 500 carteles y 20 mil folletos.

Por otra parte, se sigue produciendo la edición del " Catálogo de Paquetes Turísticos a Bajo costo " , ampliando las alternativas de viaje a 488 paquetes en todas sus modalidades hacia las diversas entidades del país, con más de 4 mil opciones. Otro instrumento que se produce, son los " Mapas Turísticos estatales y urbanos de bolsillo " , los cuales ofrecen al turista en forma gráfica y comprensible, la localización de los estados y su ciudad principal. Con objeto de apoyar el turismo de la población del país, se está produciendo el folleto " Como Viajar en México Gastando Menos " , el cual orienta a la demanda de turismo social sobre las mejores opciones para vacacionar, haciendo uso de los servicios que le represente un menor costo.

Otro programa fundamental en esta área, ha sido la promoción de los paquetes turísticos por carretera VTH (Viaje Terrestre Hotel) y VHD (Viaje Hotel Desayuno) los que representan un esfuerzo de concentración en el que participan cerca de 400 hoteles, 18 transportistas terrestres, 73 agencias de viajes y más de 1 500 prestadores de servicios complementarios para 28 destinos del país saliendo de 31 ciudades de origen.

Estos programas han tenido alta prioridad en los últimos años, su propósito básico es y ha sido conciliar la oferta de atractivos y servicios turísticos con los hábitos y capacidad de gasto de los grupos mayoritarios.

Un esfuerzo especial se inició el año pasado con la instrumentación de un esquema de coordinación con diversas entidades federativas del país y el entusiasta sector privado, en lo relativo a promoción , publicidad turística , capacitación e investigación, denominado " Planes Integrales de Promoción ". Dichos planes parten de la premisa de conjugar esfuerzos y optimizar recursos, que en materia promocional realizan la secretaría de Turismo, los gobiernos estatales y los prestadores de servicios, para lograr una acción ordenada y racional, que puede significar un mayor impacto. Estos planes se han instrumentado mediante anexos de ejecución y/o acuerdos de coordinación documentos que marcan acciones, responsabilidades, montos a ejercer y sanciones por incumplimiento en los programas comprometidos por cada una de las partes.

Todo esto dentro del marco del convenio único de desarrollo y el sistema nacional de planeación.

Los objetivos específicos de estos documentos son:

- * Incrementar los flujos de turistas nacionales y extranjeros
- * Procurar el mejor aprovechamiento de la capacidad turística

*** Revitalizar los destinos turísticos del estado**

De esta forma, se han concentrado acciones con 12 entidades federativas, de las cuales 4 ya cuentan con anexo de ejecución y una con acuerdo de coordinación. Cabe mencionar, que el total de recursos comprometidos por sector privado, para la ejecución de los programas integrales de promoción de estas 12 entidades, asciende a 25, 117 millones de pesos , de los cuales le corresponde a Sectur el 67.2 % incluyendo la difusión en medios via tiempos oficiales de R.T.C..

Asimismo, se ha desarrollado una campaña por destinos como base fundamental del plan promocional, de la cual se desprenden estrategias de difusión masiva y conceptos que revitalizarán los destinos turísticos del país, como por ejemplo: " Colima, un mar de amabilidad ", " Nuevo León, El Estado con Sentido ", etc., por mencionar algunos.

Finalmente, en lo referente a turismo doméstico, la Secretaría de Turismo ha participado en diversos foros y eventos nacionales de promoción, con el fin de dar a conocer todo el trabajo realizado, aún cuando este ha sido grande y muy valioso, continúa existiendo el interés por diseñar nuevas alternativas, que permitan el desarrollo de regiones, cuya actividad principal no sea la turística, y así permitir a los nacionales viajar dentro de nuestro país con todas las comodidades que la vida moderna ofrece. (*7)

5.2 PROMOCION INTERNACIONAL

Durante 1990, 5.4 millones de turistas visitaron México, gastando 2.3 billones de dolares, lo cual representa un crecimiento en la captación de turismo del 17 % , respecto a 19889 Esto demuestra que México ha ido logrando una mejor posición como destino turístico, a nivel mundial, y que cada vez es mayor el número de turistas que de distintos países nos visitan. Tanto los turistas como los profesionales del turismo en el resto del mundo se estan percatando de la gran gama de atractivos que México ofrece, como son sus playas, sus sitios arqueológicos, ciudades coloniales , entre otros.

En base a lo anterior, el principal objetivo del programa de comercialización de la Secretaría de Turismo, es de desarrollar el conocimiento de México como un atractivo destino turístico, tanto al turista como a la industria de viajes.

A partir de 1989, se inició una agresiva campaña de publicidad bajo el tema " Sienta el Afecto de México ", la cual resalte la bondad del clima de nuestro país, así como la hospitalidad de su pueblo. El propósito de esta, es crear una imagen positiva de México, informando sus principales atributos:

- * El afecto y cordialidad de su gente.
- * Sus 6 mil millas de hermosas playas
- * Sus ciudades coloniales, llenas de historia
- * Su cultura milenaria
- * Su clima incomparable durante todo el año.

Esta campaña basa su difusión en anuncios en televisión, periódicos, revistas al consumidor, revistas especializadas de la industria turística y material promocional de apoyo. En cuanto al área de publicidad, Sectur ha desarrollado los conceptos de posicionamiento del país como destinos turísticos, en base a las ventajas competitivas sobre otro destino, desarrollando una estrategia paraguas y una imagen que por un lado, genera un interés en los turistas por visitarnos y por otro lado, permita a los prestadores de servicios cobijarse bajo este paraguas, para apoyar sus propias actividades de comercialización.

Se cuenta con publicidad en cinco áreas geográficas:

* Estados Unidos: Los Angeles, San Francisco, San Diego, Dallas, Houston, San Antonio, Chicago, Nueva York, Miami, Atlanta, Seattle, Filadelfia; Denver y Washington

* Canada : Toronto, Montreal y Vancouver

* Europa : Alemania, Inglaterra, Francia, Italia y España

* Japón

* Latino América

Con lo que respecta a la televisión en Estados Unidos, se utiliza una combinación de comerciales de 15 y 30 segundos. La campaña en periódicos incluye inserciones a fin de provocar reacciones inmediatas en el consumidor potencial.

Estos anuncios se han insertado en los principales diarios de las áreas geográficas en las que se está trabajando. Igualmente se incluirán anuncios en las principales revistas especializadas, así como en las orientadas en mercados específicos, tanto de cobertura nacional como regional.

La publicidad dirigida a la industria turística es de suma importancia para la Secretaría de Turismo, ya que constituye uno de los principales medios de comunicación con las personas que atienden directamente al turista interesado en conocer nuevos y diferentes destinos en el mundo, entre los cuales México puede significar una opción muy atractiva.

Como apoyo a la campaña de publicidad se cuenta con material promocional, entre el que se encuentra:

* Un manual de ventas para el agente de viajes, el cual proporciona información general del país, facilitando la labor de ventas de los agentes

* 4 Mapas/Folleto conteniendo información específica de los puntos de interés que ofrecen al turista en los siguientes temas: Playas, ciudades coloniales, Artesanías y Arqueología

* 18 Folletos de destinos que contienen información general y turística de las principales zonas de interés dentro de una región determinada * 2 Paquetes con información referente a congresos, convenciones y

viajes de incentivo, El primero proporciona información de los 10 principales destinos para realizar este tipo de eventos y el segundo, informa sobre las facilidades y servicios que se pueden encontrar en México

* 14 Carteles promocionales que muestran diversos atractivos de México, como son: Playas, Sitios arqueológicos, Ciudades coloniales, Artesanías, Gastronomía, etc.

También se lleva a cabo la producción y distribución de documentales, con la participación de personalidades del medio artístico como Ricardo Montalban y Plácido Domingo. A la fecha se cuenta con 8 diferentes de los temas siguientes: Playas, Artesanías, Gastronomía, Ciudades Coloniales, Arqueología, Mi México, El México de Plácido Domingo y México Desconocido. Todo este material se encuentra disponible en inglés y algunos de ellos en cinco idiomas más: japonés, español, italiano, alemán y francés.

En Estados Unidos y Canadá, el material se distribuye tanto a agencias de viajes como al público en general, a través de casas distribuidoras completamente equipadas para disponer de manera ágil y satisfacer rapi-

damente el creciente número de solicitudes de material. En Japón y Europa, el material es distribuido por medio de nuestras oficinas en el extranjero.

Asimismo como complemento a esta campaña contamos con el sistema línea 800, la cual permite a los agentes de viajes y público en general de Estados Unidos y Canadá obtener información adicional sobre México, y el sistema Sabre que proporciona información instantánea al agente de viajes, a través de sus terminales de computación

La segunda parte del programa de mercadotecnia se refiere a la campaña de relaciones públicas, cuyo propósito es llevar a cabo un programa extensivo de relaciones con los medios y la industria, diseñado para estimular una cobertura positiva de los destinos turísticos del país. Este programa se concentra en la generación de publicidad a través de editoriales elaborados por terceras personas .

Este trabajo incluye la elaboración de boletines de prensa que contienen información sobre los diferentes destinos, calendarios de eventos, nuevos desarrollos turísticos y envío de fotografías a los diversos diarios que incluyen secciones de viajes. Para lograr esto, se atienden las solicitudes efectuadas por los medios sobre información turística y material promocional, y se desarrolla un programa de viajes de familiarización a través de los cuales mayoristas agentes de viajes y periodistas, visitan diferentes destinos turísticos de México, y al regresar a su país de origen realizan actividades de promoción y elaboran artículos para sus publicaciones.

Para complementar esta campaña, se instalaron diversos sistemas computarizados que proporcionan información al consumidor y al agente de viajes sobre líneas aéreas, atractivos turísticos, oficinas de turismo e información general sobre los centros turísticos del país. Dicha información la pueden obtener de sus propias terminales de computo. La última parte del programa es la campaña de la promoción que comprende la participación de la Secretaría de turismo en los principales eventos y ferias turísticas internacionales, a tra-

véz de las cuales se mantiene el contacto directo con las agencias de viajes y mayoristas promotores del país.

Estas tres campañas Publicidad, Relaciones Públicas y Promoción, áreas que se encuentran debidamente coordinadas, están produciendo un comprensivo y eficiente programa promocional para México.

Adicionalmente, la secretaria de Turismo ha trabajado junto con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en las negociaciones para lograr la firma de convenios bilaterales, en materia de transportación aérea, con el propósito de incrementar la afluencia de turistas.

Asimismo, con objeto de apoyar al turismo que se desplaza por vía terrestre se han establecido un número importante de gasolineras, cumpliendo con el programa de estaciones de servicios especiales, y se inició un programa piloto de equipamiento de gasolineras especiales, para que cuenten con un domo de descanso, servicios sanitarios, cafetería y tiendas de artesanías, a todo lo largo de la frontera de los Estados Unidos.

Todos estos programas, junto con otras variables no menos importantes han permitido alcanzar muchos de los objetivos que la Secretaría de turismo se había planeado, rebasando incluso las metas de 1989 para 1989. Con el apoyo de la Secretaría de Programación y Presupuesto, se fortaleció nuestro programa de promoción y publicidad, llevando a cabo un esfuerzo extraordinario de asignación presupuestada.

Por todo lo antes dicho, es claro que la eficiencia en las actividades de comercialización dependerá de cada prestador de servicio en particular, pero no cabe duda que la concentración y coordinación de esfuerzos entre los sectores público y privado genera una inversión más productiva

Capitulo 7

MEDIOS DE COMUNICACION

1.- ANTECEDENTES COMUNICACION VISUAL

El hombre como es natural seguía por su instinto, que en un principio era un tanto animal ya que no tenía la capacidad suficiente para razonar por sí mismo. Lo primero que empezó a hacer fue imitar todo lo que sus ojos podían ver y observar, inmediatamente tiene la necesidad de comunicar sus ideas y pensamientos, como es lógico surgió del entretenimiento de dibujar, sus pinturas las hacían en arcilla coloreadas sobre piedras chatas, incluso los grababan en huesos o en rocas suaves como la arcilla. Después le quizó dar a sus dibujos un significado o un sentimiento, así fue como empezó la escritura.

Cualquier dibujo que transmita una idea es escritura (Escritura Pictográfica) y es sorprendente la cantidad de cosas que se pueden expresar en este género de escritura, tiene la ventaja de que no tiene nada que ver con el idioma, por lo tanto cualquier persona del mundo los puede ver y entender perfectamente. a pesar de que habían cientos de lenguajes y dialectos, los pictogramas eran entendidos por todos, ningún otro tipo de escritura hubiera sido tan apropiada como esta.

Chinos, Indios y muchos pueblos más comenzaron a escribir por medio de dibujos en donde no sólo expresaban cosas sino también ideas, los chinos eran mucho más razonables y diestros, sus dibujos aumentaron y se perfeccionaron hasta llegar a convertirse en el más grande lenguaje pictórico que se haya conocido.

Los alfabetos no nacieron de repente, se llegó a ellos a través de los pictogramas, primero el dibujo representaba algo, después no sólo eso sino un sonido también, a esto se le llama Principio Acrofónico, es decir el uso de un signo para representar el primer sonido de una palabra en vez de una palabra entera.

Hasta los Jeroglíficos egipcios presentaron inconvenientes al cabo del tiempo (dibujar un león cada vez que querían representar el sonido L) como era bastante complicado empezaban a suprimir partes del dibujo y así es como surge la Escritura llamada Demónica.

Una vez inventado el alfabeto, los pueblos vieron la utilidad y decidieron crear el suyo. Los hebreos y los fenicios eran los pueblos semíticos y se inspiraban en el egipcio para hacer el suyo. Así al pasar de los fenicios a los griegos, de los griegos a los romanos, de los romanos a los españoles, los antiguos trazos semíticos cambiaron hasta no reconocerse.

Los egipcios primero dibujaban sus signos en las paredes o los grababan en las piedras, los hebreos en las lajas de piedra, pero después ambos utilizaron un tipo de papel llamado papiro, hecho de una planta de papiro y pintaban con tintas naturales aplicándola con el tallo del mismo papiro.

En 1799 se encuentra la piedra La Rossetta, la cual está escrita en 3 escrituras diferentes: Jeroglíficos, Demónica y Griego.

El griego nunca fue olvidado y así la parte de la inscripción escrita en ese idioma permitió conocer el significado general de los jeroglíficos; cuando estos estaban encerrados en un óvalo se les llamaba cartela y eran las letras que componían los jeroglíficos.

2.- ANTECEDENTES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION IMPRESA

La vida cultural se recluye a monasterios debido a los sistemas de producción feudal, ya que sólo los monjes en este caso de la orden benedictina sabían leer y escribir por lo tanto eran los únicos que escribían los libros y se les llamaba Escribanos o Amanuenses, copiaban libros antiguos y los ilustraban a mano y se les llamaba Miniadas .

Como ya mencionamos la primera escritura era hecha a mano, los pocos libros que había en ese entonces eran hechos por los monjes y generalmente sólo se dedicaban a eso, era un trabajo muy cansado y lento, tardaban hasta meses para hacer un libro ya que todo era a mano incluyendo las ilustraciones, ecabezados, ple-cas etc..

Surge la necesidad de querer copiar más rápido y de reproducir sus libros de una manera menos tardada, empiezan a subir la demanda y surge un tipo de imprenta.

No se sabe quien ni cuando se inventó la imprenta, en un principio tallaban la madera con la forma de la letra; a esto se le llamo Xilografía. Los chinos tenían tipos móviles de madera para formar la palabra rapidamente, y es lo que se puede decir que fue la primera imprenta.

El descubrimiento de la imprenta no se realizó verdaderamente hasta que Gutemberg inventó en Man-churia (1436) los caracteres móviles de metal, metal duro como el plomo y penetran en el mundo de la orfe-brería creando posteriormente una aleación de plomo , estaño y antimonio. La ambicion principal de gutemberg era la de imprimir antes que nada la Biblia, hecho que logró.

2.1 EL CARTEL

El arte de hacer carteles anunciadores ha adquirido una gran importancia en el mundo moderno, porque el auge de la industria y el comercio ha llamado la atención respecto a la necesidad de despertar el interés del público comprador. El resultado ha sido el desarrollo de una técnica del anuncio basada en la aplicación de principios psicológicos, uno de los medios más frecuentes empleados para impresionar al público y moverlo a comprar un producto, asistir a un espectáculo, contribuir a una obra de caridad, etc... es " El Cartel ".

El Cartel para que cumpla su finalidad, ha de expresar una idea sencilla y atractiva en forma impresionante. Si en la idea expresada hay novedad e ingenio, el que vea el cartel se detendrá a contemplarlo, se sentirá atraído y retendrá el mensaje que contiene.

El diseñador de Carteles habrá de tomar en cuenta muchas consideraciones técnicas, de origen psicológico y estético, no basta una buena idea, hay que expresarla con eficacia. El interés debe estar concentrado en un punto o tema central, que debe situarse un poco más arriba del centro geométrico del cartel, los demás elementos y líneas del dibujo deben converger hacia este foco o punto de máximo interés.

En todo cartel habrá por fuerza algunas letras o palabras que indiquen el producto o la idea hacia los cuales se trata de llamar la atención, estos letreros serán lo más sintéticos que se pueda, a fin de que se puedan leer en una pasada y, por supuesto habrán de destacarse bien por el tamaño, el color y la simplicidad del diseño de los caracteres. La palabra más importante del mensaje escrito deberá prevalecer respecto a lo demás.

Los colores han de ser vivos y limpios y han de armonizar entre sí, como los carteles suelen verse a distancia, se procurará mejorar la visibilidad, contrastando también los colores por razón de matriz, es decir; yuxtaponiendo tonos claros y oscuros.

El humor se utiliza frecuntemente en publicidad por la sencilla razón de que es un ingrediente esencial de la vida, y su asociación con un producto suscita hacia este sentimientos de cordialidad y buena voluntad . Su aplicación es universal y las bufonadas intrasendentes, como la presencia del bufon, es una salida válida para las tensiones de un mundo complejo. Tambien se emplean los juegos de palabras y las frases de doble sentido.

Los carteles surgen en parte de las ilustraciones de los libros y en parte de la publicidad cirquense, la evidencia de lo cómico aparece en ambas fuentes.

Durante los años veintes y treintas, la viñeta de comic y los dibujos animados se convierten en nuevas fuentes de influencia sobre el humor gráfico, cuya repercusion sobre el diseño de carteles es patente. En los años que siguieron a la guerra, este tipo de diseño continuo siendo el principal medio de expresar una situación comica, sin embargo, durante los años cincuentas se produjo un profundo cambio en la naturaleza del humor mismo y esta evolución ha continuado desde entonces, nos referimos al empleo del " humor Negro o Enfermo " . Este cambio de énfasis no se limito a los carteles, fue igualmente apreciable en las comedias teatrales y cinematográficas.

Con el creciente interes por lo extravagante, las imágenes de los carteles se hicieron más y más atrevidas durante los años setentas, los intentos de impresionar o de poner de manifesto una falta de inhibiciones por parte del anunciante o del diseñador no dejaban nada a la imaginación.

El cartel se consolidó en la sociedad como un medio de exhibición y como objeto buscado por los coleccionistas. Entre 1870 y la primera guerra mundial, los carteles se asociaban con el arte y el comercio, con exepcion de los carteles de Cheret, Toulouse, Lautrec, cuyos diseños contribuyeron a la evolución de la pintura. los carteles reflejaban generalmente los estilos de moda en decoración, o hablaban el lenguaje más inteligible por la mayoría. Durante estos años tambien se utilizaron en la guerra y la política, pero dada la convención predomi-

nante sobre lo que debía ser el cartel, las consignas de las fuerzas en el poder se presentaban sin traspasar los límites aceptados. La publicidad bélica se enfocaba en los mismos términos que la publicidad comercial.

El interés de los carteles como manifestación artística, así como su estudio e historia, han sido hasta hace poco cuestiones de segundo orden dentro de las preocupaciones artísticas y sociales. Desde hace unos años, sin embargo la valoración de estos aspectos ha ido en aumento al reconocerse en el cartel un medio de comunicación que refleja nuestra sociedad desde muchos puntos de vista y de una forma muy peculiar.

Los Carteles reflejan el espíritu de toda una época, sus gustos y preferencias y hasta su forma de ver las cosas. Es un medio de comunicación en el que se busca la inmediata efectividad de un mensaje muy general, y por ello ha de sintonizar con el grupo de población al que va dirigido.

Análisis de un Cartel

- Es una forma de comunicación visual
- Da la idea de lo que se trata en forma directa
- Es un medio para un fin

Metodología para seguir un Cartel

- Facilidad de comunicación, sencillo y directo
- Que se pueda utilizar en la calles

- La comprensión de este depende del grado de iconocidad

Elementos de un Cartel

- Modernidad
- Buen gusto (sencillez)
- Porcentaje de complejidad del mensaje visible en tiempo breve
- Un porcentaje del dinamismo habla de la intervención de un cartel

Unidades significantes del Cartel

Objeto.- que es el presentado por la publicidad

Soporte.- que es el significado del mensaje

Variante.- es el que apoya al soporte

Lenguaje del Cartel

- Sistemas de objetos reales.- Depende del grado de tecnificación de la sociedad constituye la estructura del lenguaje

- Sistema de lenguaje.- El texto comunica un contenido de la imagen

- Sistema de imagen.- Que es el tiempo que necesita el receptor para interpretar lo que se quiere decir

2.2 LA PROPAGANDA

La situación interhumana básica es la que enfrenta, directa o indirectamente, a un individuo con deseos e intención de influir.. y otro, que está enfocado por esa intención y que debe recibir la influencia del primero. Las opiniones, creencias y comportamientos del que va a ser influido deben cambiar a evolucionar en el sentido previsto por el persuasor. Esta situación básica supone la comunicación ya verbal o no, esta comunicación es utilizada por el persuasor; la relación interhumana esta manejada por él. Se trata de un falso diálogo, en la medida en que el individuo que queremos influenciar debe ser empujado en un sentido preestablecido, y debe desconocer los objetivos reales y los métodos del persuasor, por que si no se resistiría a la sugestión y dirigiría todas sus defensas contra el interlocutor. es lo que ocurre cuando está prevenido y en guardia; el persuasor, en este caso, es el objeto de sospecha o desconfianza, y sus palabras no consiguen la adhesión.

Para evitar estos mecanismos de defensa, el persuasor no debe presentarse como tal; Entonces hablará de información, de educación, de verdad, de valores auténticos. tiene que asegurar su buena voluntad, su sinceridad, comprensión y objetividad.

La propaganda es una difusión de ideas y opiniones para lograr el convencimiento de alguien respecto a la bondad real o supuesta de una cosa. Es un solo medio.

La publicidad es un conjunto de medios empleados para convencer al público de la necesidad de adquisición de algun producto. La publicidad moderna se vale de toda clase de métodos para sugestionar al cliente (como lo son el cine, prensa, radio, articulo promocional, espectacular etc..)

Una campaña publicitaria es una actividad que utiliza una serie de técnicas creativas para diseñar comunicación persuasivas transmitidas a través de diferentes medios de comunicación pagadas por un patrocinador y dirigidas a personas o grupos con el fin de desarrollar la demanda de un producto, servicio o idea. Para planear una campaña publicitaria se toma en cuenta un punto de partida, este es nuestro producto que es el mensaje y estos son los beneficios que el producto dará:

* El valor del producto en relación a su competencia, los canales de distribución de control de calidad.

* Los efectos parciales que debe tener nuestro producto, llamar la atención, despertar el interés, crear el deseo y estimular la decisión de compra.

Existen cuatro tipos de Campañas:

Territorial.- aplicada en una zona determinada.

Lanzamiento.- cuando se introduce un producto al mercado.

Relanzamiento.- cuando se apoya una determinada característica de un producto ya existente en el mercado.

Mantenimiento.- refuerza una campaña lanzada previamente.

Los tipos de Publicidad positiva son:

* Informativa.- dar a conocer un producto al mercado o recomendarlo a otros usos de uno existente, dar a conocer al mercado como funciona el producto, describir los servicios disponibles, corregir impresiones erróneas, crear una imagen de la compañía.

* Persuasiva.- crear preferencia por la marca al entrar el cambio a la propia marca, cambiar la percepción de los clientes a cerca de los atributos del producto, convencer al pública de que haga la compra inmediata y de que reciba la visita de un vendedor.

* Recordatoria.- recordar a los consumidores que necesitan el producto, donde conseguirlo, mantenerlo en su mente en la temporada que no se usa, hacer que el producto sea una de sus ideas y percepciones más importantes.

* Falsa.- cuando se engaña, los anunciantes deben de abstenerse de afirmaciones falsas como asegurar que un producto cura determinada dolencia cuando carece de esta virtud

Capítulo 8

DISEÑO GRAFICO

1.- EL DISEÑO GRAFICO

Muchos piensan en el Diseño como en algún tipo de esfuerzo dedicado a embellecer la apariencia exterior de las cosas. Ciertamente el solo embellecimiento es una parte del Diseño, pero el Diseño es mucho más que eso.

El Diseño es un proceso de creación visual con un propósito. Una unidad de Diseño Gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor. En pocas palabras un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo, ya sea esto un mensaje o un producto.

Para hacer fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese " algo " sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no sólo debe ser estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época.

2.- EL LENGUAJE VISUAL

Es la base de la creación del diseño. Dejando aparte el aspecto funcional del diseño, existen principios, reglas o conceptos en los que se refiere a la organización visual, que pueden importar a un diseñador. Un diseñador puede trabajar sin un conocimiento conciente de ninguno de tales principios, reglas o conceptos, porque su gusto personal y su sensibilidad a las relaciones visuales son mucho más importantes, pero una extensa comprensión de ellos habrá de aumentar en forma definida para su capacidad a la organización visual.

No debemos de olvidar que el Diseñador Gráfico es una persona que resuelve problemas. Los problemas que debe encarar le son siempre dados. Esto supone que él no puede alterar ninguno de los problemas, sino que debe encontrar las soluciones apropiadas. Ciertamente, una solución inspirada podrá ser conseguida de forma intuitiva, pero en casi todos los casos el Diseñador deberá confiar en su mente inquisitiva, la que explora todas las situaciones visuales posibles, dentro de las exigencias de los problemas específicos.

2.1 ELEMENTOS DE UN LENGUAJE VISUAL

Los elementos formarán la base de todas nuestras futuras discusiones, todos están intimamente relacionados entre sí y no pueden ser fácilmente separados en nuestra experiencia visual general.

Se distinguen cuatro grupos de elementos:

- * Elementos Conceptuales
- * Elementos Visuales
- * Elementos de Relación

*Elementos Prácticos

2.1.a ELEMENTOS CONCEPTUALES

Los elementos conceptuales no son visibles, de hecho no existen sino que parecen estar presentes. Estos son : Punto, Línea, Plano y Volúmen.

PUNTO.- Indica posición, no tiene ancho ni largo, no ocupa una zona del espacio, es el principio y fin de una línea y es donde dos líneas se cruzan.

LINEA.- Cuando un punto se mueve, su recorrido se transforma en una línea, una línea tiene un largo, pero no un ancho, tiene posición y dirección, está limitado por puntos, forma los bordes de un plano.

PLANO.- El recorrido de una línea en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca) se convierte en un plano, tiene largo y ancho pero no grosor, tiene posición y dirección, esta limitado por líneas, define los límites extremos de un volúmen.

VOLUMEN.- El recorrido de un plano en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca) se convierte en un volúmen, tiene una posición en el espacio y esta limitado por planos, en un diseño bidimensional, el volúmen es ilusorio.

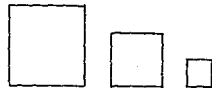
2.1.b ELEMENTOS VISUALES

Cuando los elementos conceptuales se hacen visibles, tienen forma, medida, color y textura. Los elementos visuales forman la parte más prominente de un diseño, porque son lo que realmente vemos.

Estos elementos visuales son: Forma, Medida, Color y Textura.

● PUNTO

— LINEA



ELEMENTOS CONCEPTUALES

ELEMENTOS VISUALES

FORMA .- Es todo lo que se pueda ver tiene una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción.

MEDIDA.- Todas las formas tienen un tamaño, que es relativo si lo describimos en términos de magnitud y de pequeñez.

COLOR.- Una forma se distingue de sus cercanías por medio del color, que se utiliza en un sentido amplio, comprendiendo no sólo lo del espectro solar sino asimismo los neutros y asimismo sus variaciones tonales y cromáticas.

TEXTURA.- Se refiere a las cercanías en la superficie de una forma, puede ser plana o decorada, suave o rugosa y puede atraer tanto al sentido del tacto como a la vista.

2.1.c ELEMENTOS DE RELACION

Este grupo de elementos gobierna la ubicación y la interrelación de las formas en un diseño, algunos pueden ser percibidos como la dirección y la posición; y otros pueden ser sentidos como el espacio y la gravedad.

DIRECCION.- La dirección de una forma depende de como esta relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas.

POSICION.- La posición de una forma es juzgada por su relación respecto al cuadro o a la estructura del diseño.

ESPACIO.- La forma de cualquier tamaño, por pequeña que sea, ocupan un espacio, este puede estar ocupado o vacío, liso o ilusorio, para seguir una profundidad.



TEXTURA

ELEMENTOS VISUALES



DIRECCION



POSICION



ESPACIO

ELEMENTOS DE RELACION



GRAVEDAD

GRAVEDAD.- La sensación de la gravedad no es visual sino psicológica tal como somos atraídos por la gravedad de la tierra, tenemos tendencia a atribuir pesantez o liviandad, estabilidad o inestabilidad, a formas o grupos de formas individuales.

2.1.d ELEMENTOS PRACTICOS

Estos subyacen el contenido y el alcance de un diseño:

REPRESENTACION.- Cuando una forma ha sido derivada de la naturaleza, o del mundo hecho por el ser humano, es representativa, puede ser realista, estilizada o semiabstracta.

SIGNIFICADO.- Se hace presente cuando el diseño transporta un mensaje.

FUNCION.- Se hace presente cuando un diseño debe servir un determinado propósito.

El diseño gráfico como ya lo hemos dicho da la solución a muchos problemas que cotidianamente surgen, es por eso que al darle una solución a la falta de comunicación visual en el aspecto turística, puede hacer mucho al respecto, no sólo como una promoción, sino también como un estímulo.

Un diseñador por medio del diseño y de sus elementos da soluciones visuales y gráficas a los usuarios de distintas clases sociales, de manera que todos puedan entender de una manera fácil y comprender cualquier mensaje .

Todos los elementos del Lenguaje visual nos sirven para comprender cual es el problema que queremos solucionar, después el diseñador comienza a resolver el problema apoyandose en los fundamentos y en la base del Diseño Gráfico

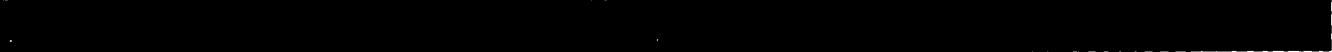
El tema que se esta desarrollando en este trabajo, como ya lo hemos mencionado es de " Promoción Turística por medio de impresos a Ferrocarriles Nacionales de México", y fué escogido porque abarca muchos aspectos que día con día son vividos por nosotros los mexicanos. Se habla de todos los progresos que se realizan diariamente en relación tanto de la nueva infraestructura de México, como de lo que se hace acerca de promocionar el turismo a nivel nacional como a nivel internacional.

Se trata de un tema que nos cultiva , enseña y educa en cierta forma, ya que podemos valorar lo que tenemos al rededor de nosotros , y nos impulsa a poner de nuestra parte para que de una manera divertida podamos conocer mucho mejor nuestro Pais y asi pongamos un granito de arena y ayudemos a promover el turismo nacional.

Una promoción turística nos va ayudar a conocer todos aquellos lugares que desconocemos de México y a saber todo lo que hay en cada uno de ellos, así como impulsarnos a visitarlos con mayor frecuencia. Pero si a todo esto le aumentamos la facilidad de poder llegar a cualquier lugar por medio del Ferrocarril que es uno de los medios de transportes que desgraciadamente es poco usual , no por su poca efectividad, sino porque no lo conocen del todo, nos podemos dar cuenta que contamos con todas las facilidades para poder conocer todos los lugares con precios accesibles, confort, rapidez y seguridad.

Es por ello que escogi el tema, para darle a los usuarios que tengan posibilidades y ganas de viajar , no solo por diversión sino tambien por educación y cultura, la información que sea necesaria al alcance de sus manos contando no sólo con los itinerarios de las rutas que cubre Ferrocarriles Nacionales de México sino tambien con información de cada uno de los destinos de este.

Además aprovechamos todos los avances y cambios que tiene Ferrocarriles Nacionales de México como lo es el Nuevo Servicio Estrella que cuenta con siete rutas nuevas contando cada una con varios destinos.



El objetivo principal de este trabajo es el de poder darle a los usuarios todo tipo de facilidad e información para que conozcan y sepan como llegar a cada uno de las distintas zonas que son consideradas de interes turístico, aprovechando las rutas del Nueva servicio Estrella .

Es necesario que exista información de cada ruta y cada destino que cubre Ferrocarriles y que además haya una breve información de cada destino con las cosas más interesantes para que cualquier usuario sepa hacia donde va y que puede encontrar en su destino.

Para poder realizar el proyecto, es importante mencionar las limitantes que se tienen, ya que esta enfocado a un mercado de clase social media, y el presupuesto que se podría dar para realizarlo a nivel nacional es poco, por eso se debe tomar en cuenta el factor economía en todo lo que se refiere a los papeles, impresiones y encuadernaciones.

Capitulo 9

PROYECTO

1.- ASPECTOS QUE SE TOMARON EN CUENTA EN LA REALIZACION DEL PROYECTO

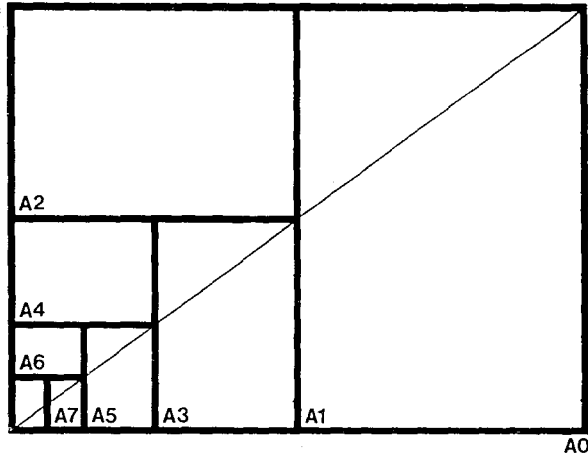
1.1 FORMATOS DE PAPEL

La mayor parte del material impreso se adapta a los formatos normalizados DIN . Es importante que el Diseñador Gráfico conosca estos formatos, ya que es más fácil conseguir en almacenes y el impresor los puede obtener más rápido a la medida que lo necesite; ya que las máquinas de imprimir y las cortadoras tambien tienen medidas normalizadas de acuerdo a los formatos de serie DIN.

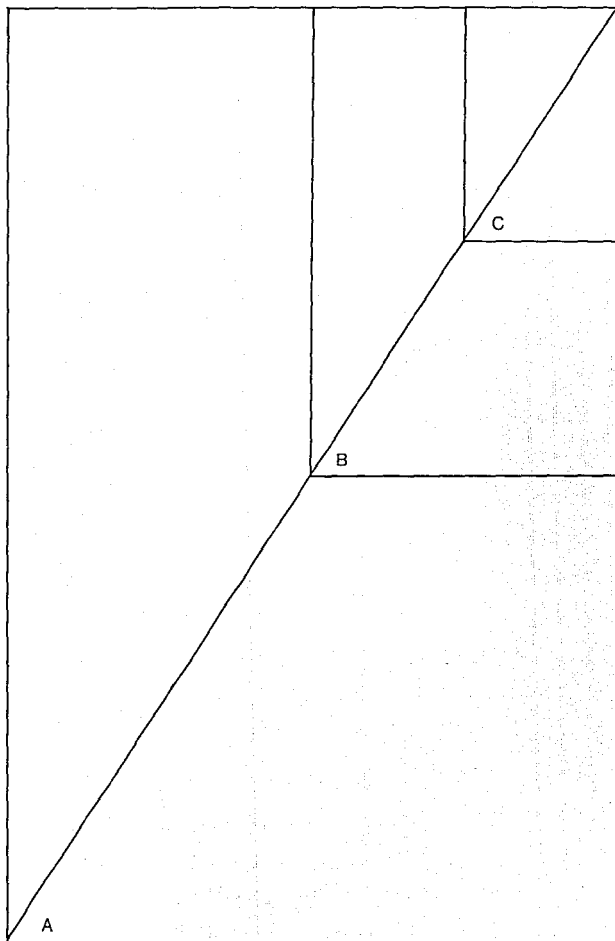
Los formatos de papel normalizados tambien se conservan mejor por parte del destinatario; porque pueden colocarse en clasificadores y ficheros. Estos aspectos no deben pasarlo por alto ningún Diseñador Gráfico.

El pliego es la forma básica de cualquier formato.

Debido a lo que ya hemos mencionado en relación a los formatos de papel, para la elaboración de los folletos se escogio el papel COUCHE delgado (75 gr/m²) donde cada pliego mide 61 x 90 cms. por lo tanto la medida de las páginas es de 22.50 x 15.25, pero conciderando el refine al final nos da de 22 x 15.



	mm	pulgadas		mm	pulgadas
A0	841 x 1189	33 $\frac{1}{8}$ x 46 $\frac{7}{8}$	A4	210 x 297	8 $\frac{1}{4}$ x 11 $\frac{3}{4}$
A1	594 x 841	23 $\frac{3}{8}$ x 33 $\frac{3}{8}$	A5	148 x 210	5 $\frac{7}{8}$ x 8 $\frac{1}{4}$
A2	420 x 594	16 $\frac{1}{2}$ x 23 $\frac{3}{8}$	A6	105 x 148	4 $\frac{1}{8}$ x 5 $\frac{7}{8}$
A3	297 x 420	11 $\frac{3}{4}$ x 16 $\frac{1}{2}$	A7	74 x 105	2 $\frac{7}{8}$ x 4 $\frac{1}{8}$



Pliego de papel COUCHE (61 x 90)

Para:

Interiores de 70 gr/m²

Exteriores de 180 gr/m²

A = 61 x 90 cms

B = 30.5 x 45 cms

C = 15.25 x 22.50 cms

1.2 LA RETICULA

La retícula es empleada para la solución de problemas visuales bi o tridimensionales. El Diseñador Gráfico y el Tipógrafo se sirven de ella para la configuración de anuncios, prospectos, catálogos, libros, etc..

En la división en rejilla de las superficies y espacios, el diseñador tiene la oportunidad de ordenar textos, fotos, representaciones gráficas, etc., según criterios objetivos y funcionales. Una información con títulos, subtítulos, imágenes y textos de las imágenes dispuestos con claridad y lógica no sólo se lee con más rapidez y menor esfuerzo; también se entiende mejor y se retiene con más facilidad en la memoria.

Con la retícula, una superficie bidimensional o un espacio tridimensional, se subdividen en campos o espacios más reducidos a modo de reja. Los campos o espacios pueden tener las mismas dimensiones o no. La altura de los campos, corresponden a un número determinado de líneas de texto, su anchura es idéntica a la de las columnas. Las dimensiones de la altura y anchura se indican con medidas tipográficas con punto y cícero.

Los campos se separan uno de otro por un espacio intermedio con objeto por un lado de que las imágenes no se toquen entre sí y que se conserve la legibilidad y por otro lado de que puedan colocarse leyendas bajo las ilustraciones.

La retícula determina las dimensiones constantes de las cotas y del espacio. El número de divisiones reticulares es prácticamente ilimitado. En general, puede decirse que a cada problema estudiado con rigor debería corresponder una red de divisiones específicas.

La regla: Cuanto menor diferencia exista entre las grandes ilustraciones, tanto más tranquila resulta la configuración. Como sistema de organización, la retícula facilita al creador la organización significativa de una superficie o de un espacio.

RETICULA DE 32 CAMPOS

1.2.a CONSTRUCCION DE LA RETICULA

En esta etapa deben de aclararse las cuestiones de formato, material textual y gráfico, de leyendas, de tipo de letra, de la modalidad de impresión y de calidad de papel.

Se comienza con pequeños esbozos que contengan ya las dimensiones del formato definitivo, al objeto de que no surjan dificultades para pasarlo al formato original, se deben de saber en cuentas columnas van a dividirse las páginas.

La retícula para el folleto consta de 32 campos, por que tiene mayor variedad de acomodo, la información y las ilustraciones se pueden colocar de muchas maneras haciendo que la lectura de todo el texto sea mas amena.

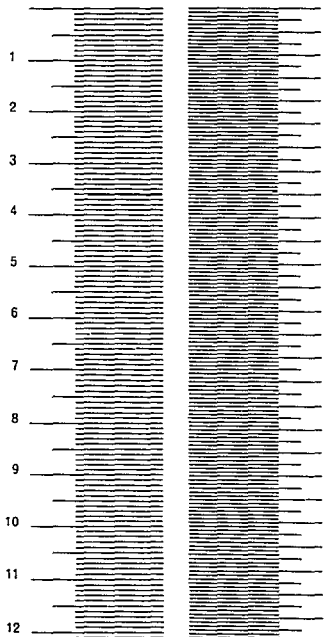
1.3 SISTEMA DE MEDIDA TIPOGRAFICA

El sistema de medidas tipográfica se basa en el punto Didot, desde los años setentas se pretende introducir en la tipografía la medida métrica en lugar del Cícero. Ambos tienen como unidad mínima de medida el Punto. En la tipografía convencional las letras se miden en Puntos.

El tamaño de los caracteres se llama " Cuerpo " y la anchura de las letras " Grosor ". Hay letras estrechas, normales y anchas, estrechas extremas y anchas extremas. Los caracteres normales son los que se leen con más facilidad.

Para elegir una familia tipográfica se toman en cuenta los aspectos de la legibilidad, facilidad y rapidez de lectura. Tomando en cuenta estos factores se ha escogida una letra de 8 puntos por que es de un tamaño adecuado para que la vista no se fatigue.

cm



Cicero

6	point
8	point
9	point
10	point
12	point
14	point
18	point
24	point
30	point
36	point
48	point
60	point

Los encabezados van en 12 puntos con la letra más ancha.

1.4 TIPOS DE LETRA

En la actualidad el diseñador tiene un sinnúmero de tipos de letras. El desarrollo técnico de la época más reciente, cuenta con la fotocomposición y la composición por ordenador ha traído al mercado tipos de letras nuevas o variantes de los ya existentes.

El diseñador puede escoger a su sensibilidad formal , queda confiado el empleo de buenos o malos caracteres por sus trabajos. El conocimiento de las cualidades de un tipo de letra es de la mayor importancia de cara a los efectos funcionales, estético y psicológicos del material impreso. También en la configuración tipográfica , espacios adecuados entre letras y palabras y los espacios interlineales y la longitud de las líneas que favorezcan la legibilidad tienen importancia a la hora de producir un buen efecto.

El diseñador hará bien al realizar el encargo de la fotocomposición, exigir al mismo tiempo un espacio normal entre las letras.

El tipo de letra que se ha elegido para los textos del folleto tanto exteriores como interiores es la HELVETICA en diferentes puntajes : texto 10 puntos, encabezado 16 puntos

1.5 LA ANCHURA DE LA COLUMNA

No sólo es cuestión de diseño o de formato, también es importante plantear el problema de la legibilidad. Un texto debe leerse con facilidad y agrado, esto depende del tamaño de los tipos de letra, de la longitud de la línea y del interlineado entre estas.

El material impreso en formato normal se lee a una distancia de 30 a 35 cm. por lo tanto el tamaño de los tipos se debe calcular para esa distancia. según una norma empírica, para un texto de alguna longitud, debe ha-

Helvetica Light

ABCDEFGHIJ abcdefghijkl
KLMNOP mnopqrstuv
QRSTUVW wxyz 1234
XYZ &?!B£\$ 567890 (,) ~»«

Helvetica Light Haas

E1 a E1 a E1 a

684
192pt
53.5mm

685
192pt
53.5mm

686
144pt
40.5mm

687
144pt
40.5mm

688
120pt
33.5mm

689
120pt
33.5mm

E1 a E1 a E1 a E1 a E1 a E1 a E1 a

690
96pt
25.9mm

691
96pt
26.9mm

692
84pt
23.7mm

693
84pt
23.7mm

694
72pt
19.3mm

695
72pt
19.3mm

696
60pt
16.7mm

697
60pt
16.7mm

698
48pt
13.1mm

699
48pt
13.1mm

700
42pt
11.4mm

Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1

701
36pt
10.0mm

702
28pt
7.9mm

703
24pt
5.5mm

704
20pt
5.7mm

705
18pt
4.3mm

706
14pt
3.9mm

1572
12pt
3.0mm

1573
10pt
2.5mm

1574
8pt
2.0mm

1575
6pt
1.7mm

Helvetica Medium Haas

E1 a E1 a E1 a

707
192pt
53.5mm2 ●○

708
192pt
53.5mm3 ●○

709
144pt
40.5mm2 ●○

710
144pt
40.5mm2 ●○

711
120pt
33.5mm2 ●○

712
120pt
33.5mm ●○

E1 a E1 a E1 a E1 a E1 a

713
96pt
26.9mm ●○

714
96pt
26.9mm ●○

715
84pt
23.6mm ●○

716
84pt
23.6mm ●○

717
72pt
19.3mmN ●○

718
72pt
19.3mm ●○

719
60pt
16.6mmN ●○

720
60pt
16.6mm ●○

721
48pt
13.0mmN ●○

722
48pt
13.0mm ●○

Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1 Ea1

723
42pt
11.7mmN ●○

724
36pt
10.0mmN ●○

725
28pt
9.9mmN ●○

726
24pt
6.5mmN ●○

727
20pt
5.7mmN ●○

3883
18pt
5.0mm ●○

728
16pt
4.4mmN ●○

729
14pt
3.9mmN ●○

1568
12pt
3.0mmN ●○

1569
10pt
2.5mmN ●○

1570
8pt
2.0mmN ●○

1571
6pt
1.7mmN ●○

ABCDEFGHI
JKLMNOPQ
RSTUVWXY
Z&?!β£\$%&'()*

abcdefghijkl
mnopqrstuv
wxyz12345
67890;=

Helvetica Medium



ANCHURA DE COLUMNA

ber por término medio siete palabras por línea. Cualquier dificultad en la lectura significa pérdida de comunicación y capacidad de retener lo leído. El ancho de la columna adecuado crea las condiciones para un ritmo regular y agradable que posibilita una lectura distendida y por completo pendiente del contenido.

A continuación se muestra la r#e#t#i#c#u#l#a que se escogi#o# remarcando ell ancho de la columna del folleto.

1.6 EL INTERLINEADO

Al igual que la exesiva longitud o cortedad de las lineas,tambi#e#n el interlineado influye en la composici#o#n y con ello en la legibilidad del texto.

El ojo no es capaz de ajustarse a las lineas en cuesti#o#n y no se lean las de las inmediaciones. la vista se desv#i#a, y el lector gasta energ#i#as donde no debe y se cansa antes de lo preciso.

Un buen interlineado, puede conducir opticamente al ojo de linea en linea, le presta apoyo y seguridad, el ritmo de lectura se puede estabilizar rapidamente, lo le#i#do se recibe y se concerva en la memoria m#e#s facilmente. La magnitud del interlineado determina el n#u#mero de l#i#neas que entrar#e#n en una p#e#gina impresa, cuanto mayor sea el interlineado, menor n#u#mero de l#i#neas podr#e# ponerse en la p#e#gina.

1.7 PROPORCIONES DE LOS BLANCOS

La mancha queda siempre rodeada de una zona blanca. Unos blancos bien proporcionados pueden acrecentar extraordinariamente el goce de leer. Cuando la zona marginal es peque#n#a, enseguida se advierte un eventual corte impreciso de la p#e#gina. Cuando mayor sea blanco, tanto menos podr#e# afectar a la impresi#o#n global de una p#e#gina bien configurada, una impresi#o#n t#e#cnica, con las que siempre, en mayor o menor medida hay que contar.

1.8 FOLIO

La colocación del número de página debe ser satisfactoria, desde los puntos de vista funcional y estético, en principio puede estar arriba, abajo, a la derecha o a la izquierda de la página. La posición de la mancha dentro de la página y la anchura del blanco de que se dispone, determina la situación del número de página.

Desde el punto de vista psicológico, el número de página situado en la mitad de la misma causa el efecto de algo estático, el situado en el blanco de corte, de algo dinámico, según su colocación, la página puede cobrar un aspecto tranquilizador o dinámico.

1.9 LETRAS BASE Y LETRAS DE RESALTE

Las letras base son las que forman el volumen principal de un material impreso. Las letras de resalte son las palabras o parte de frase que se destacan del texto por su disposición esencial, llamativa por tipos de letra mayor, en negra o cursiva, etc.

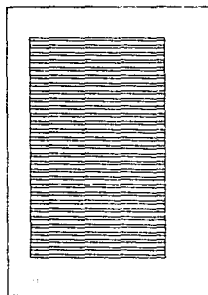
Cuando se pretende una unidad en el tipo de letras, los titulares habrán de componerse en el mismo tipo de letra, cuando deban utilizarse letras de distinto tamaño, los tipos presentarán claramente diferencias de magnitud. También se diferencia la letra normal de la seminegra y ésta a su vez de la negra. Los contrastes inequívocos entre los caracteres y los tamaños de letras hacen la lectura más fácil y rápida.

1.10 CONSTRUCCION DE LA MANCHA

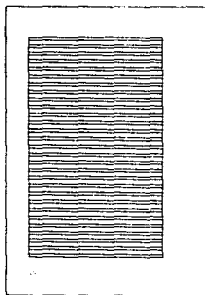
La mancha puede determinarse cuando el diseñador conoce la amplitud y la naturaleza de la información gráfica y textual que debe incorporar al diseño.

El boceto debe estar bien desarrollado para que resulte claramente reconocible la distribución de texto e ilustraciones y pueda derivarse de ella la clara determinación de la mancha. La mejor forma de lograr la composi-

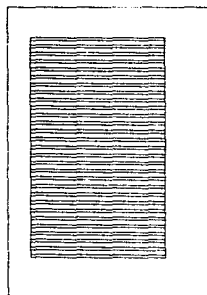
Posibilidades para la
colocación de la foliación



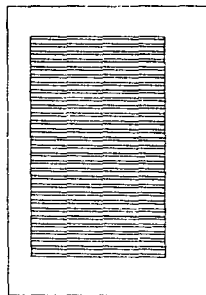
1



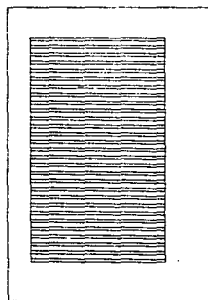
2



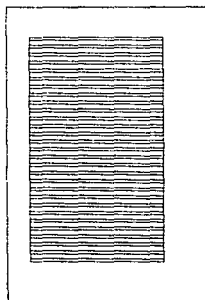
3



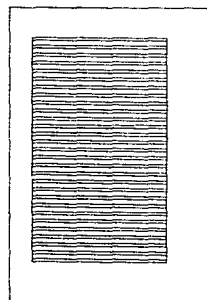
4



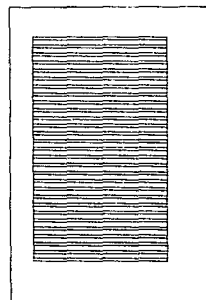
5




6



7



8



ción es la de dibujar, fiel a la escala de las letras lo más amenudo que pueda, debe alcanzar un sentido certero de formas y proporciones de los diversos alfabetos y ser capaz de diseñarlos de memoria.

Un texto largo que tenga que componerse en pocas páginas requiere de una mancha lo más grande posible, con un tamaño de letra y zonas marginales relativamente pequeñas. El formato de la página y la amplitud de los márgenes determinan las dimensiones de la mancha.



RUTA
EL JAROCHO
(méxico -veracruz)

conoce méxico a través del tren

conoce méxico a través del tren

Promoción Turística Por Medio De Impresos
A Ferrocarriles Nacionales De México.



nuevo servicio estrella

conoce méxico a través del tren

Promoción Turística Por Medio De Impresos
A Ferrocarriles Nacionales De México.



nuevo servicio estrella

Créditos

Diseño Gráfico

Claudia Bouchot Fraire

Dirección de Proyecto

Fco. Javier García Noriega

Asesoría

Ferrocarriles Nacionales de México

México D.F. a Febrero de 1992

Contenido

Introducción

conoce México a través del tren

Mapa de la Ruta

Itinerarios

Lugares de Interés Turístico

Hoteles

Restaurantes

Directorio Telefónico

Notas

México a Febrero de 1992

ESTADO DE
SAN PABLO
DE
LOS REYES
DE LA LAURENSA

Introduccion

La red ferroviaria nacional cuenta con 26,287 km que conectan a la Ciudad de México con las principales ciudades de la república Mexicana y las fronteras.

Ferrocarriles Nacionales de México ofrece un nuevo servicio llamado " Estrella ", el cual proporciona al pasajero un viaje cómodo, seguro y una atención verdaderamente especial.

conoce méxico a través del tren

Ruta El Jarocho

Apizaco

A 18 kilómetros de Tlaxcala, se encuentra esta población de 35 mil habitantes que constituye una importante zona industrial, la de mayor consideración en el Estado. Parte de su importancia se debe también a que es el paso ferrocarrilero del tren que va a Veracruz, vía Orizaba y Córdoba.

En homenaje a esto, en una glorieta que está en la Avenida 16 de Septiembre, hay una máquina de vapor que da constancia del empuje que para el desarrollo del país son las comunicaciones férreas. De Apizaco, son famosos sus bastones adornados con varios colores que se identifican inmediatamente.

Orizaba

"pluviosilla" como la llamara el poeta Rafael Delgado, nacido en ella, en reconocimiento a su clima de montaña, que cuando no llueve llovizna, es una ciudad muy grata pese a que su clima a veces resulta severo. su suelo contiene el curso de numerosos riachuelos y arroyos y aún el de un gran río, Río Blanco. A favor de esta circunstancia, se produjo primero el desarrollo comercial y por último la industrialización, que es considerable.

Orizaba es ciudad de elevada técnica cervecera, creadora de artículos de piel, calzado, papel, productos químicos, medicamentos, cemento y cal, hilados y tejidos, plásticos, etc.

El desarrollo industrial provocó la creación de numerosos centros de población cercanos, como Río Blanco, Nogales; Cd. Mendoza, La Perla, Ixtazoquiltán y San Juan del río, que son los centros de población adheridos a la ciudad.

Su entorno es precioso, cerca está el Cañon del Río Blanco y el Parque Nacional Pico de Orizaba, con la imponente montaña como punto focal. La ciudad posee un buen número de templos de impecable origen colonial, preciosos jardines entre los que destaca su hemosisima Alameda, al lado del histórico cerro del Borrego, convertido en atracción urbana y el edificio que funciona como Palacio Municipal, es una interesante estructura de acero, construida en Francia, con la circunstancia de que, pese a su magnitud, es desarmable y al menos en teoría, podría ser levantado de donde está para ser puesto en cualquier otro sitio.

Su perfil recuerda las construcciones del norte de Francia y Bélgica. A Orizaba se lae concidera " Cuna del Movimiento Obrero Nacional ", ya que en 1906, en las fabricas textiles de Río Blanco y Santa Rosa, se produjo una huelga que el gobierno del General Díaz ahogó en sangre, desatando movimientos populares que culminaron con la Revolución de 1910.

Córdoba

Esta importante ciudad nació en los inicios del siglo XVII, a instancias de 30 caballeros novohispanos que expusieron al Virrey la conveniencia de fundar una "ciudad de gente blanca" en la zona.

Entre los edificios notables que se levantan en Córdoba, están el Hotel Zevallos, escenario de deliberaciones que condujeron a los tratados famosos, la Casa de Cultura, La parroquia, el Palacio Municipal y otros inmuebles testigos del tiempo, dan a la ciudad su peculiar encanto.

La región es sumamente fértil lo que le ha concedido riqueza agropecuaria, caña de azúcar, café, diversos frutales, maderas, todas éstas son explotaciones actuales, bovinos, porcinos, caprinos y aves de corral, contribuyen también a la generación de riqueza pública.

pero Córdoba es también importante emporio industrial, que contribuye decididamente al bienestar económico de la región. En la cercanía se encuentra una ciudad vergel de gráfimo temperamento, Fortín de las Flores.

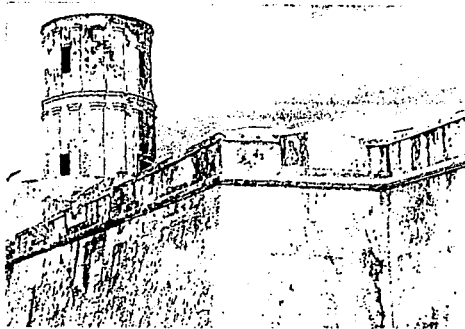
Córdoba se encuentra perfectamente comunicada por carreteras y ferrocarriles. La vieja vía del antiguo ferrocarril Mexicano entre Veracruz y México pasa por ella, así como suficiente cuota de autobuses Interurbanos, tanto hacia el antiplano y el interior del Estado.

Veracruz

Hasta bien entrados los años treinta, prácticamente no había más horizonte turístico marítimo para los habitantes del antiplano de la República que el Puerto de Veracruz. Otros destinos turísticos marítimos, surgieron en el panorama nacional, pero numerosas personas siguieron acudiendo a Veracruz en las temporadas vacacionales.

Los atractivos de Veracruz son bastantes. Es una gran ciudad cuya población supera al millón de residentes y que incluye una gama de satisfactores expresiva de un polo turístico de primer rango: una estructura turística en la que nada se hecha de menos, incluidos hoteles hasta de 5 estrellas y un aeropuerto internacional.

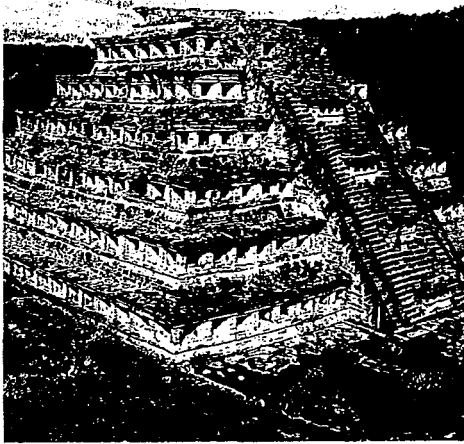
En sus largas y anchas avenidas, pueden admirarse modernas construcciones, producto de verdaderos alardes de capacidad arquitectónica; la oferta de atractivos culturales agota todo lo clasificado: parques, jardines, centros de diversión, restaurantes de alta clasificación, cabarets, discotecas y en general una vida nocturna dinámica.



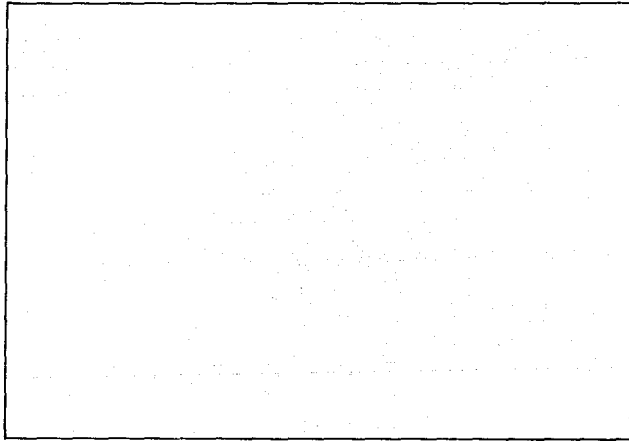
Pasee usted por los portales de la histórica Plaza de armas, contémpie el Palacio Municipal, el Patio de Vergara, el Portal de miranda, la Casa de la Inquisición, el antigua Hospital Serdán, la Parroquia o Catedral de la Asunción, la Iglesia del Cristo del Buen Viaje, el Parque Ciriaco Vazquez, la plazuela de la Campana, etc. Recorra usted las calles del Veracruz viejo y perciba un sabor que inútilmente buscará en otros lugares.

Y si quiere diversión en grande, venga al famoso Carnaval, uno de los más célebres en el mundo y disfrute un momento que no olvidará.

Veracruz es también una ciudad muy seria, es el primer puerto comercial de la República Mexicana y la interminable sucesión de muelles y bodegas en la zona portuaria es prueba de ello.



Mapa de la Ruta



Itinerarios

EL JAROCHO

Apizaco

Orizaba

F. de las Flores

Córdoba

Veracruz

Lugares de Interés Turístico

Restaurantes

La gastronomía Veracruzana es mestiza y abundante, ya ue en el Estado de la actividad agrícola, pesquera y pecuaria, así como la producción de la leche son muy destacadas.

Ocupa lugar preponderante, los platillos a base de pescado y marisco del Golfo, como el Huachinango a la veracruzana, los pulpos y calamares en su tinta, lajaiba en chilpachole, los tagogolos o caracoles de tierra, las jalbas rellenas, langosta y tamales de pescado. Así como camarones, ostiones, almejas y diferentes especies de pescado recién capturados y preparados en forma sofisticada o sencilla, según el gusto.

Hoteles

La gran cantidadde playas que brindan sus extensos litorales, sus cudalosos ríos, sus zonas arqueológicas, su grata temperatura, todo se combina para que Veracruz tenga una de las más grandes redes de Hoteles de la República Mexicana. Aquí encontrará los principales de este bullanguero estado.

VERACRUZ

-Emporio	*****	Paseo del Malecón Tel. 30-0020
-Veracruz	*****	Ave Independencia Tel. 31-2233
-Puerto Bello	*****	Bldv. Avila Camacho 1263 Tel. 31-0011
-Acuario	***	J. de Dios Peza 1015 Tel. 37-4422
-Colonial	***	Lerdo 117 Tel. 32-0193
-D'Alba	***	Aut. Puebla-Córdoba Tel. 5-7011
-Mar y Tierra	***	Figueroa y P. de Malecón Tel. 31-3866
-Real del Mar	***	Bldv. Avila Camacho Tel. 37-7078

Directorio Telefónico

Notas



RUTA
EL TAPATIO
(méxico - quadalajara)

conoce méxico a través del tren

conoce méxico a través del tren

Promoción Turística Por Medio De Impresos
A Ferrocarriles Nacionales De México.



nuevo servicio estrella

Créditos

Diseño Gráfico

Claudia Bouchot Fraire

Dirección de Proyecto

Fco. Javier García Noriega

Asesoría

Ferrocarriles Nacionales de México

México D.F. a Febrero de 1992

Contenido

Introducción

conoce México a través del tren

Mapa de la Ruta

Itinerarios

Lugares de Interés Turístico

Hoteles

Restaurantes

Directorio Telefónico

Notas

México a Febrero de 1992

Introduccion

La red ferroviaria nacional cuenta con 26,287 km que conectan a la Ciudad de México con las principales ciudades de la república Mexicana y las fronteras.

Ferrocarriles Nacionales de México ofrece un nuevo servicio llamado " Estrella ", el cual proporciona al pasajero un viaje cómodo, seguro y una atención verdaderamente especial.

conoce méxico a través del tren

Ruta El Tapatio

Morelia

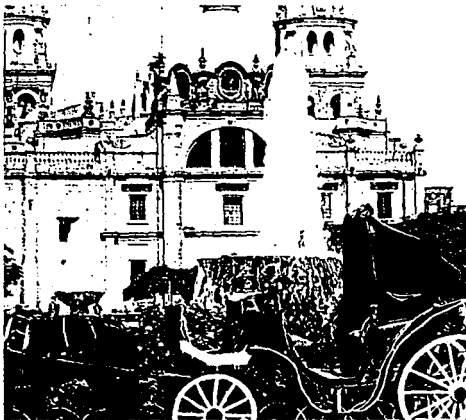
La bella ciudad de Morelia, orgullosa Capital del Estado de Michoacán, ha sabido conservar a través de los años, su fisonomía colonial en la majestuosidad y elegancia de sus edificios e iglesias y en el ambiente de calma y tranquilidad de muchos de sus rincones. Hay muchas bellezas que disfrutar en la ciudad de Morelia, la quietud calmada de románticas leyendas del Jardín de las Rosas; las bellas instalaciones de la Rectoría de la Universidad Michoacana; la sobria elegancia renacentista del Palacio de Clavijero; el histórico Colegio de San Nicolás de Hidalgo, la plasticidad de una fachada barroca, las casonas típicas morelianas, como la antigua Casa de Belaunzarán, y la casa de la familia de la piedra, los churriguerescos toques del templo de la Merced, la ligera y grácil arquería del Ayuntamiento; las magníficas colecciones de sus museos; el renacentista Palacio de Justicia, el imponente Convento de San Agustín. Esto es algo de lo mucho que el visitante puede ver en la Ciudad de Morelia, lo invitamos a visitarla

Guadalajara

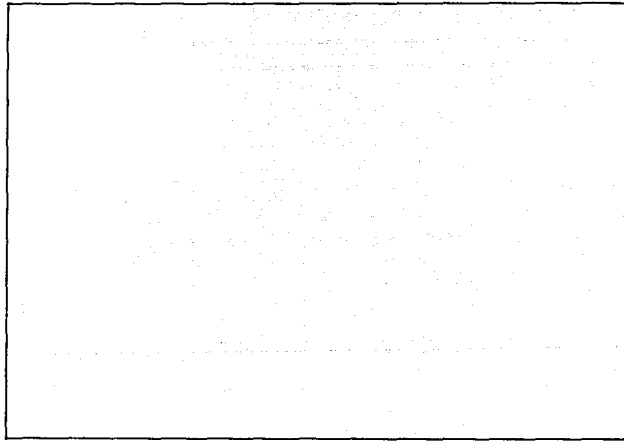
Guadalajara, la capital del Estado de Jalisco, está considerado como una de las metrópolis más hermosas de América Latina. Está situada en la parte occidental de México.

Los meses más calurosos son Mayo y Junio pero normalmente sus lluvias refrescan la ciudad. Guadalajara es considerada también, por su belleza "La Perla de Occidente" y a los nacidos en esta ciudad se les conoce como Tapatíos.

Ciudad dinámica, de gran importancia cultural y económica, es un lugar obligado para el turismo nacional y extranjero y que cuenta con todos los servicios y atractivos necesarios para alojar a sus visitantes.



Mapa de la Ruta



Itinerarios

EL TAPATIO

México

Morelia

Guadalajara

Lugares de Interés Turístico

LA CATEDRAL METROPOLITANA

Magnífica construcción que data del siglo XVI, cuyas torres en forma de alcatraces invertidos, se ha convertido en la más viva representación de la ciudad.

TEATRO DEGOLLADO

Fue construido a lo largo de varios años a partir de 1865. Es de estilo neoclásico y en su fachada destaca una escultura de alto relieve de Apolo y las nuevas Musas. La capacidad del teatro es de 1,453 espectadores, en él se ofrecen los mejores espectáculos de teatro, conciertos, óperas y otras manifestaciones de arte.

ZOOLOGICO DE GUADALAJARA

Considerado uno de los más importantes de Latinoamérica, está ubicado en la baranca de Huentitan y contiene en exhibición, más de 1,500 animales de 230 especies diferentes, en una extensión de 36 hectáreas.

PALACIO DE GOBIERNO

Este imponente edificio edificado en 1730, alberga en su interior varios murales de José Clemente Orozco alusivos a la Guerra de Independencia, las leyes de Reforma, y La Revolución Mexicana.

INSTITUTO CULTURAL CABAÑAS

Conocido en un principio como El Hospicio Cabañas, fue construido según un proyecto del arquitecto Manuel Tolsa y data del siglo XIX. Su fundador fue el Obispo Juan Ruiz Cabañas y Crespo, consta de una capilla en plata de cruz griega con una imponente cúpula sostenida por 3 columnas dóricas y jónicas.

PLAZA TAPATIA

Un lugar joven que ha venido a aumentar la belleza de la capital jalisciense, fue inaugurada el 5 de febrero de 1982 y esta compuesta por 9 manzanas.

Hoteles

Morelia

- Calinda ***** Ave. Las Camelias
Tel. 4-5969
- Alameda ***** Madero Pte. y 6. Prieto
Tel. 2-2023
- Mansión Real ***** Madero Ote. 776
Tel. 3-2856
- Plaza Morelos ***** Jardín Morelos 31
Tel. 2-4499
- Posada Soledad ***** Zaragoza y Ocampo
Tel. 2-1888
- Real Victoria ***** Gpe. Victoria 245
Tel. 3-2511
- Villa Capri ***** Madero Pte. 2069
Tel. 3-7293

Guadajajara

- Quinta Real ***** Ave. México 2727
- Sheraton ***** Ave. Niños Heroes
- Fiesta Americana ***** Aurelio Aceves 225
- Colon ***** Ave. Revolución Pte.
- Calinda Roma ***** Ave. Juarez 170
- De los Reyes ***** Calz. Independencia 184

Restaurantes

Notas



RUTA
EL EXPRESO DEL MAR
guaymas - nogales)

conoce méxico a través del tren

conoce méxico a través del tren

Promoción Turística Por Medio De Impresos
A Ferrocarriles Nacionales De México.



nuevo servicio estrella

Créditos

Diseño Gráfico

Claudia Bouchot Fraire

Dirección de Proyecto

Fco. Javier García Noriega

Asesoría

Ferrocarriles Nacionales de México

México D.F. a Febrero de 1992

Contenido

Introducción
conoce México a través del tren
Mapa de la Ruta
Itinerarios
Lugares de Interés Turístico
Hoteles
Restaurantes
Directorio Telefónico
Notas

México a Febrero de 1992

Introduccion

La red ferroviaria nacional cuenta con 26,287 km que conectan a la Ciudad de México con las principales ciudades de la república Mexicana y las fronteras.

Ferrocarriles Nacionales de México ofrece un nuevo servicio llamado " Estrella ", el cual proporciona al pasajero un viaje cómodo, seguro y una atención verdaderamente especial.

conoce méxico a través del tren

Ruta El Expreso del Mar

Guaymas

El nombre de esta población, tiene su origen en el hecho de que una época esta región estuvo ocupada por Indios Guaymas. es el puerto principal de Sonora y existen aquí florecientes industrias derivadas de la pesca, así como importantes astilleros. Hay magníficos desarrollos turísticos en San Carlos y Bacochibampo.

Es ideal para la pesca deportiva, ya que se pueden obtener ejemplares de pez espada, pez vela, sierra, dorado, corvina, mero y barracuda. Anualmente se celebran torneos de pesca, golf, tenis, regatas y el tradicional Carnaval de Guaymas. La fama de que goza esta carnaval da pie para que se hable un poco sobre él.

Otros de los motivos que agradan al turismo es la gran variedad de conchas y caracoles que se encuentran en numerosos establecimientos de la localidad.

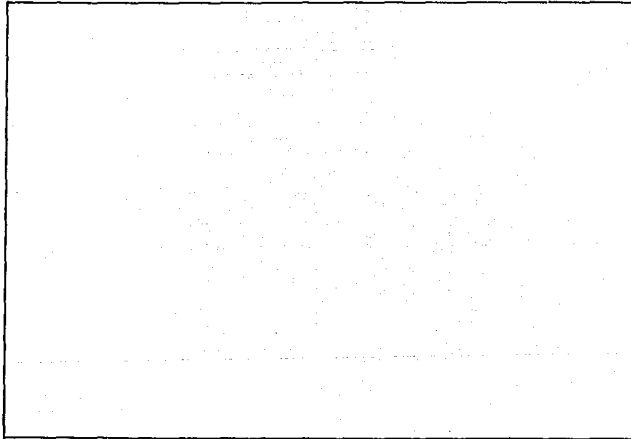


Hermosillo

Esta es una ciudad joven que debe su auge actual al desarrollo que ha tenido en las regiones colindantes, el cultivo del algodón y el trigo. Su fisonomía es la de una ciudad bien trazada, arquitectónicamente moderna.



Mapa de la Ruta



Itinerarios

EL EXPRESO DEL MAR

Guaymas
Hermosillo
Nogales

Lugares de Interés Turístico

Guaymas

Entre los lugares que deben visitarse están la Iglesia de san Fernando, La del Sagrado Corazón, el antiguo Banco de Sonora y El Palacio Municipal construido a fines del siglo XIX.

Bahía Kino esta situada a 113 km de Hermosillo y es notable la gran variedad de artesanías de los indios Seris, destacando entre ellas las pequeñas esculturas en Palo Fierro, representando algunos ejemplares de la fauna marina.

Con conchas se elaboran multitud de objetos como collares, aretes y otros. Bahía de Kino es uno de los lugares más visitado por la belleza de sus playas, con suave arena y vistas magnífica

Entre los sitios interesantes que deben visitarse en la Ciudad están los templos de San Antonio, la capilla del espíritu Santo, la Catedral de la Asunción y el Palacio de Gobierno en cuyo interior hay un mural que representa la historia de Sonora y que es obra de los pintores Enrique Estrada y Teresa Morán.

El Museo Regional de la Historia está en la Universidad Autónoma de Sonora, contiene interesantes muestras de las artesanías de la ciudad a las que se atribuyen 10,000 años de antigüedad.

En el Cerro de la Campana hay un mirador desde el cual se goza de una magnífica vista de la Ciudad y de la Presa Abelardo Rodríguez. A 4 km de la ciudad está en Centro Ecológico; a 50 km está la zona conocida como la Pintada con pinturas rupestres, y a 59 km el parque Nacional Topohue, con atractivos como una bella cascada.

Hoteles

Guaymas

- Club Mediterrane **** Playa Algodones S.
Tel. 6-0166
- Cond. Sol y Mar *** San Carlos
Tel. 6-00231
- M.Flamings *** Carrt. Interior km 1983
Tel. 2-0960
- Hotel Impala *** Calle 21 No. 40

Hermosillo

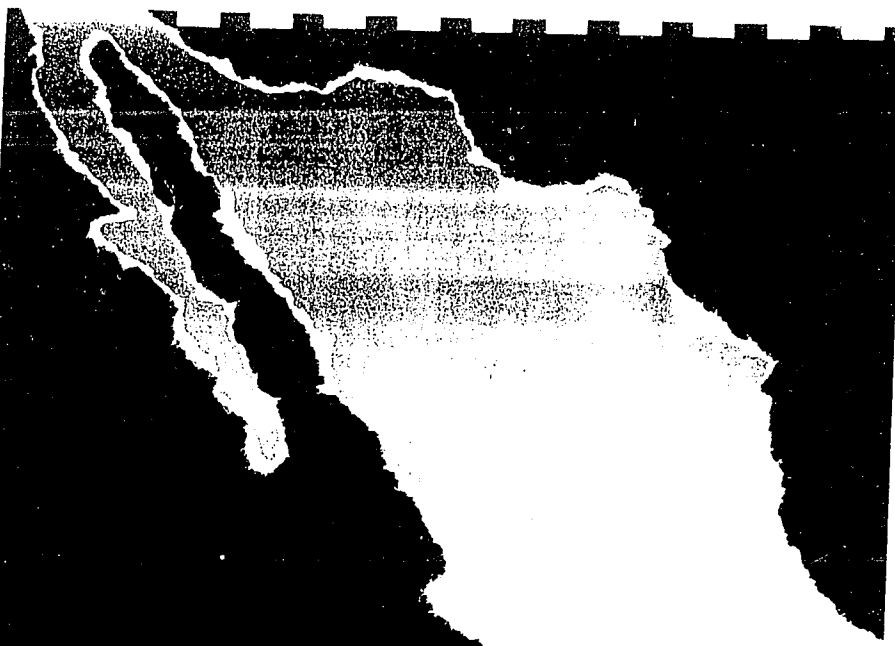
- Holiday Inn *****Blvd. Kino 369
Tel. 5-1112
- M. Gándara **** Blvd. Kino 1000
Tel. 4-4414
- Noretel Pitico **** Kino y Ramon Corral
Tel. 4-4570
- San Alberto **** Rosales y Serdán
Tel. 2-1800
- Calinda Quality Inn *** Rosales y morella
Tel. 7-02450

Nogales

- H.Granada **** López Mateos y
Gonzalez Tel. 2-2911
- M.Campestre *** Carrt. Interior km 4
Tel. 2-4730

Restaurantes

Notas



**RUTA
EL RAPIDO DE LA FRONTERA**

conoce méxico a través del tren

conoce méxico a través del tren

Promoción Turística Por Medio De Impresos
A Ferrocarriles Nacionales De México.



nuevo servicio estrella

Créditos

Diseño Gráfico

Claudia Bouchot Fraire

Dirección de Proyecto

Fco. Javier García Noriega

Asesoría

Ferrocarriles Nacionales de México

México D.F. a Febrero de 1992

Contenido

Introducción
conoce México a través del tren
Mapa de la Ruta
Itinerarios
Lugares de Interés Turístico
Hoteles
Restaurantes
Directorio Telefónico
Notas

México a Febrero de 1992

Introduccion

La red ferroviaria nacional cuenta con 26,287 km que conectan a la Ciudad de México con las principales ciudades de la república Mexicana y las fronteras.

Ferrocarriles Nacionales de México ofrece un nuevo servicio llamado " Estrella ", el cual proporciona al pasajero un viaje cómodo, seguro y una atención verdaderamente especial.

conoce méxico a través del tren

Ruta El Rápido de la Frontera

Chihuahua

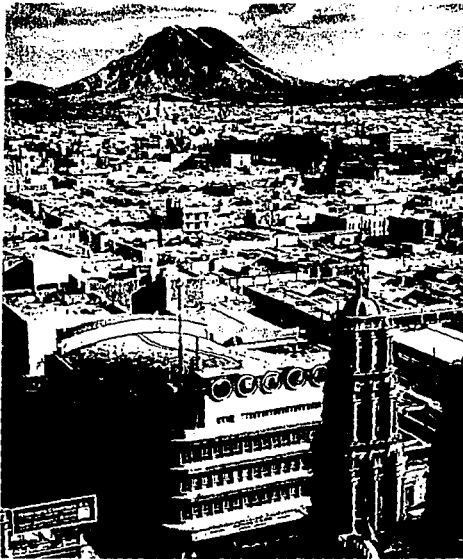
Su nombre proviene del tarahumara Chihuahua, que significa "lugar donde hacen costales", aunque otros lingüistas aseguran que quiere decir "lugar seco y arenoso".

Actualmente, Chihuahua es un Estado próspero, rico en ganado bovino que exporta a varios países del mundo, ocupa el cuarto lugar nacional por el volumen de recursos forestales, teniendo en función más de 184 aserraderos. En minería, ocupa el primer sitio en la producción de plata, plomo y zinc, el segundo en oro y fierro, aunque también son importantes el cobre, el mercurio, el manganeso y el uranio, entre los minerales metálicos; así como la fluorita, la barita, el caolín, el mármol y el cuarzo, entre los no metálicos.

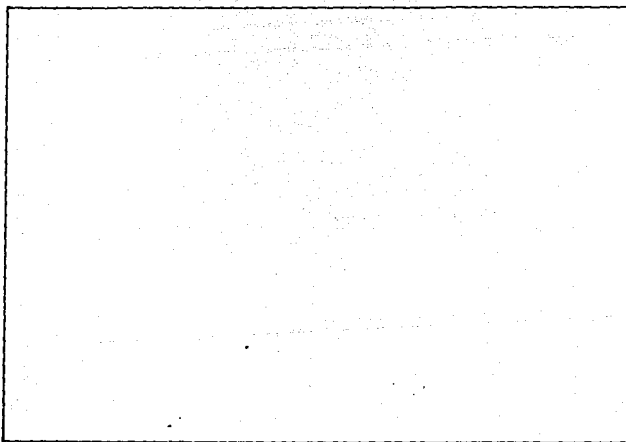


Ciudad Juárez

Situada en el centro norte de la República, a 1839km de la ciudad de México. Cd. Juárez es un imán fronterizo de turistas, y para ello ofrece espectáculos como corridas de toros, hipódromo, galgódromo, carreras de autos, campos de golf y liezos charros. A lo largo de sus calles hay numerosas tiendas de artesanías con artículos de la región y distintas partes de la república.



Mapa de la Ruta



Itinerarios

EL RAPIDO DE LA FRONTERA

Chihuahua

Cd. Juárez

Lugares de Interés Turístico

Zonas Arqueológicas

Casas Grandes (Paquímé) A 361 km al norte de la ciudad de Chihuahua, por las carreteras federales 45 y 10, se encuentra la zona Paquímé, la más importante cultura urbana indígena en el norte de México. Muchos afirman que el Valle de Piedras Verdes, cercano a Casas Grandes, fue el legendario Aztlán, pero la mayoría sitúa a la Isla de Mexcaltilán como el lugar donde partieron los aztecas para ir a fundar Tenochtitlán.

La extraordinaria arquitectura de Paquímé sorprende a todos sus visitantes, los arqueólogos la han dividido en 16 unidades que rivalizan en bellezas y hallazgos.

Cuarenta Casas

De la población de Madera sale un camino de terracería hasta la Mesa del Huracán; en un trayecto de 55 km que pasa por el poblado de Nueva Madera y luego por el Vallecillo, de donde arranca la desviación hasta la zona arqueológica. El enorme interés de este lugar está en la serie de cuevas que se encuentran en el acantilado del arroyo El Garabato. La más importante es la Cueva de las Ventanas que presenta las más insólitas construcciones.

La Catedral

Una de las más bellas de la República Mexicana, su estilo es barroco, valiosa joya arquitectónica en cantera rosa, del siglo XVIII, cuya construcción se concluyó en 1772.

El Santuario de Guadalupe

Fue edificado en 1792 anexo a una ermita que existía entonces desde 1740; está ubicado al final de la Av. Zarco, cuenta con un bello exterior con un amplio atrio, dos torres y un esplendoroso interior.

Hoteles

Chihuahua

-Posada del Sol ***** Calz.B. Chavez Tel. 2-
8033

-Sicomoro *****Ortiz Mena 411 Tel.
13-5445

-San Francisco ***** Victoria 409

Cd. Juárez

-Lucerna ***** P.T. de la Rep. 3976
Tel. 13-2600

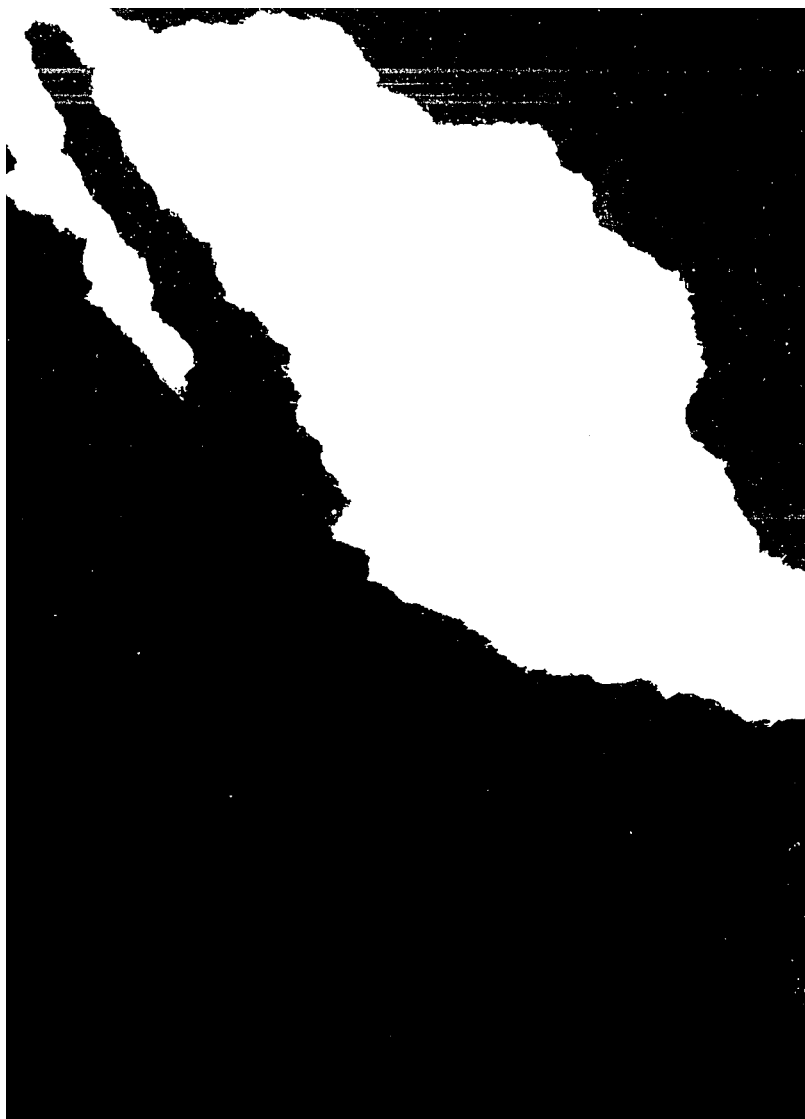
-Calinda Juárez ***** Hermanos Escobar 3515
Tel. 13-7250

-Presidente ***** Ce. Com. Pronaf
tel. 13-0047

Restaurantes

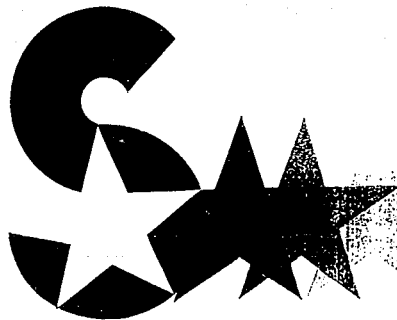
Notas





conoce méxico a través del tren

Promoción Turística Por Medio De Impresos
A Ferrocarriles Nacionales De México.



nuevo servicio estrella

Créditos

Diseño Gráfico

Claudia Bouchot Fraire

Dirección de Proyecto

Fco. Javier García Noriega

Asesoría

Ferrocarriles Nacionales de México

México D.F. a Febrero de 1992

Contenido

Introducción

conoce México a través del tren

Mapa de la Ruta

Itinerarios

Lugares de Interés Turístico

Hoteles

Restaurantes

Directorio Telefónico

Notas

México a Febrero de 1992

Introduccion

La red ferroviaria nacional cuenta con 26,287 km que conectan a la Ciudad de México con las principales ciudades de la república Mexicana y las fronteras.

Ferrocarriles Nacionales de México ofrece un nuevo servicio llamado " Estrella ", el cual proporciona al pasajero un viaje cómodo, seguro y una atención verdaderamente especial.

conoce México a través del tren

Ruta El Purépecha

Toluca

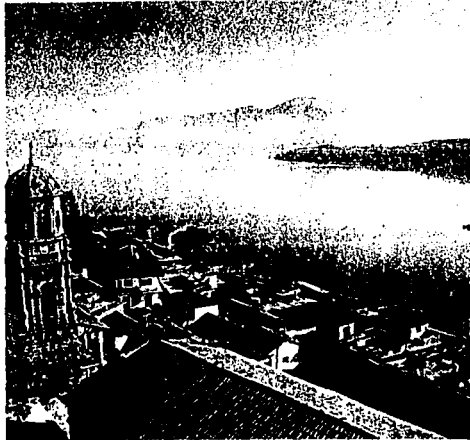
Capital del Estado de México. Su nombre se deriva del Dios Tolo o Toloztin, que significa " Dios inclinado de cabeza ", siendo sus fundadores los Matlatzincas. En 1520, Gonzalo de Sandoval estableció la Villa de Toluca, que más tarde fue parte del Marquesado del Valle.

Por el grado de desarrollo que ha alcanzado en lo económico, industrial, comercial, agropecuario y turístico, y por su situación geográfica privilegiada es una de las ciudades más importantes y prósperas del país. Su fisonomía se ha modernizado, pero mediante la armonía de sus edificios históricos.

Morelia

La bella ciudad de Morelia, orgullosa capital del estado de Michoacán, ha sabido conservar a través de los años, su fisonomía colonial en la majestuosidad y elegancia de sus edificios e iglesias y en el ambiente de calma y tranquilidad de muchos de sus rincones.

Hay muchas bellezas que disfrutar en la ciudad de Morelia, la quietud calmada de románticas leyendas del Jardín de las Rosas, las bellas instalaciones de la rectoría de la Universidad Michoacana, la sobria elegancia renacentista del palacio Clavijero, el Histórico colegio de San Nicolás de Hidalgo.



Pátzcuaro

Poseedora dse una gran riqueza artesanal y famosa por sus paisajes, su gastronomía y sus paseos, patzcuaro a orillas del lago del mismo nombre, se encuentra a 70km de Morelia, pasando por la población de Quiroga.

Su primer nombre fue Tzacapu-Ansucutinipatzcuaro que quiere decir "puerta en el cielo" o "lugar donde se hace la negrura".

El clima de Patzcuaro es templado-seco, abundante en lluvias y con un invierno frío.



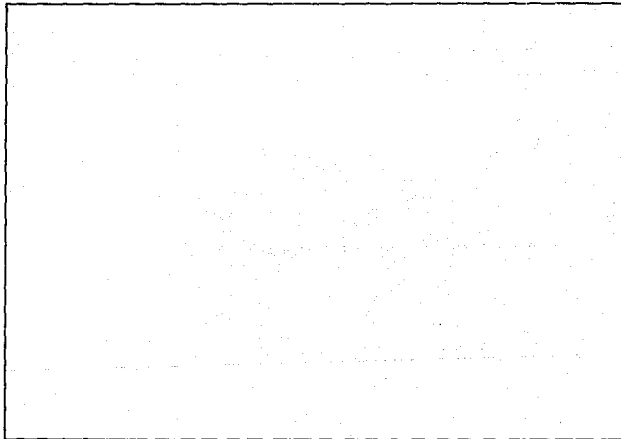
Uruapan

Es la segunda ciudad en importancia en el estado de Michoacán. Su nombre traducido del tarasco significa "Lugar de eterna Primavera", aun que otros dicen que de la lengua purépecha y significa "flor y luto". Es un lugar único en la República, ya que dentro de la ciudad nace un río, el Cupatitzio que quiere decir "río que canta".

También es notable su parque nacional, con sus fuentes sus manantiales y su extensa variedad de flores. Este río más adelante, da lugar a innumerables cascadas como la de El Gólgota, Flor de Lluvia y la famosísima Tzaráracua.

En cuanto a artesanías, Uruapan es conocido internacionalmente por el uso del "maque", en jícaras y bateas, algunas de las cuales logran ser verdaderas obras de arte. También se producen bellas mantas de rico calado.

Mapa de la Ruta



Itinerarios

EL PUREPECHA

México

22:

Toluca

Acambaro

Morelia

Pátzcuaro

Uruapan

Lugares de Interés Turístico

Toluca

Los portales, contruidos entre 1832 y 1879, cuya estructura incluye anchas y largas galerías abiertas con arcadas, siendo los más grandes del país.

La Plaza Cívica, llamada también Plaza de los Mártires, constituye un conjunto neocolonial con edificios del Palacio de Gobierno, La Cámara de Diputados, el Palacio de Justicia, Palacio Municipal y la Catedral.

El Cosmovitral del Jardín Botánico en lo que antes fue el mercado de 16 de Septiembre, cuya construcción art-nouveau, es un verdadero atractivo. El vitral es obra del pintor local Leopoldo Flores y fue inaugurado en 1980.

Patzcuaro

La Basílica Colegiata de Nuestra Señora de la Salud, proyectada originalmente por Vasco de Quiroga, la imagen de mayor veneración en este templo es la de Nuestra Señora de la Salud, realizada por artesanos purépechas, con una mezcla de pasta de caña de maíz y miel de orquídeas.

La casa de los 11 Patios, que servía originalmente de albergue a monjas dominicas. Actualmente funciona ahí un Centro Artesanal donde pueden adquirirse interesantes piezas.

Capilla del Humilladero, llamada así porque era el lugar donde los viajeros agradecían haber tenido un viaje feliz hasta esa población.

Templo de la Compañía, uno de los más viejos de la ciudad, que en un tiempo funcionó como Catedral, fue construido en el siglo XVI y su torre luce un reloj que fue obsequiado por Felipe II.

Hoteles

Toluca

- Del Rey Inn ***** Carrt.Mex-Toluca Km 63
Tel. 4-9888
- Paseo **** Paseo Tollocan km 4.8
tel. 6-5666
- Fuentes ***** Carrt. Mex-Toluca km 57.
Tel. 6-4666
- Terminal *** Felipe Berriozabal 110
Tel. 5-7960

Morelia

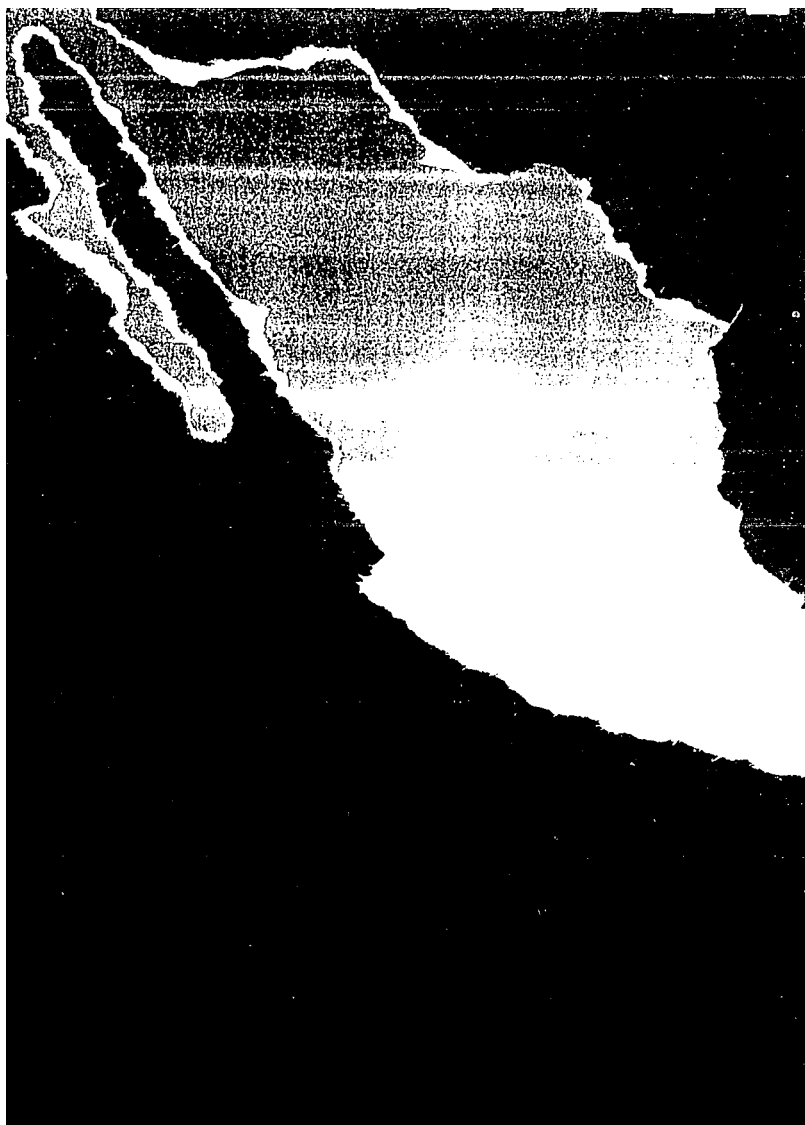
- Calinda **** Av. de las Camellias
Tel. 4-5969
- Plaza Morelos **** Jardín Morelos 31
Tel. 2-4499
- Real Victoria **** Gpe. Victoria 245
Tel. 3-2511
- Villa del Sol **** Av. Tecnológico 1811
Tel. 2-4034

Patzcuaro

- Posada don Vasco **** Lázaro Cardenas 450
Tel. 2-0262
- Gran Hotel *** Pza. G.Bocanegra 6
Tel. 2-4443
- Los Escudos *** Portal Hidalgo 73
Tel. 2-1990

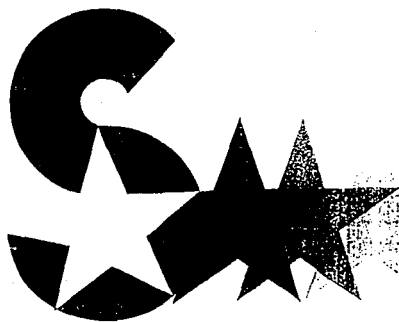
Restaurantes

Notas



conoce méxico a través del tren

Promoción Turística Por Medio De Impresos
A Ferrocarriles Nacionales De México.



nuevo servicio estrella

Créditos

Diseño Gráfico

Claudia Bouchot Fraire

Dirección de Proyecto

Fco. Javier García Noriega

Asesoría

Ferrocarriles Nacionales de México

México D.F. a Febrero de 1992

Contenido

Introducción
conoce México a través del tren
Mapa de la Ruta
Itinerarios
Lugares de Interés Turístico
Hoteles
Restaurantes
Directorio Telefónico
Notas

México a Febrero de 1992

Introduccion

La red ferroviaria nacional cuenta con 26,287 km que conectan a la Ciudad de México con las principales ciudades de la república Mexicana y las fronteras.

Ferrocarriles Nacionales de México ofrece un nuevo servicio llamado " Estrella ", el cual proporciona al pasajero un viaje cómodo, seguro y una atención verdaderamente especial.

conoce méxico a través del tren

Ruta El Regiomontano

San Luis Potosi

La ciudad de San Luis Potosí, Capital del estado, se encuentra en el valle de San Luis, sus principales industrias son la minería, la metal, mecánica, de la ropa, hilados y tejidos, y la de fibras duras. La Industrial Minera de México tiene la planta productora de arsénico más grande del mundo y la chimenea más alta de latinoamérica.

Por su situación geográfica, en el centro de la República, es una de las ciudades mejor comunicadas. Por ella pasan las carreteras 57 de México a Piedras Negras, la 70 de Tampico a barra de Navidad, la 49 de San Luis a Torreón vía Zacatecas. Además, siempre ha sido conciderada como una de las centrales ferrocarrileras de mayor importancia siendo uno de los ejes México-Laredo.

San Luis Potosi ofrece una estupenda infraestructura hotelera y brinda al visitante una rica herencia histórica y artística. Sus edificios, muchos de ellos de la época colonial, le dan un señorío muy particular y los eventos culturales y sociales que se celebran en el transcurso del año la hacen el atractivo turístico digno de gozarse.

Monterrey

Teniendo como símbolo regional el majestuoso Cerro de la Silla, la ciudad de Monterrey es una de las más notables del país por su importancia industrial y comercial. La laboriosidad de sus habitantes es reconocida por todo el mundo y muestra de ello son sus grandes industrias como la Cervecera, la de Acero, la de Vidrio, los Animales y muchas otras más.

Por vía ferrea, la ruta Nuevo Laredo México pasa por Monterrey y en su trayecto a la capital del País conecta con otras ciudades importantes como Saltillo, San Luis Potosí y Querétaro. El ferrocarril Monterrey Tampico toca Cadereyta, Montemorelos y Ciudad Victoria.



Nuevo Laredo

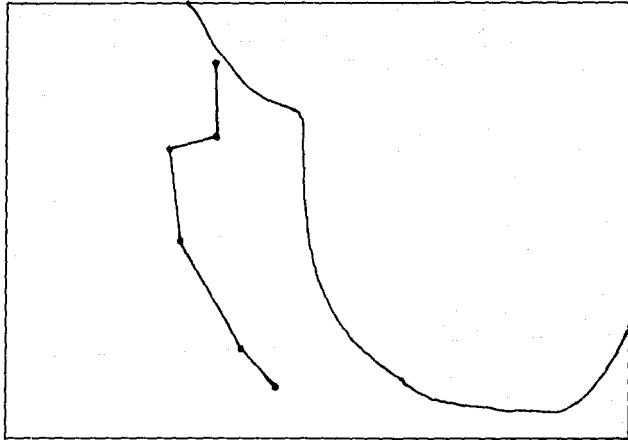
Importante población que es cabecera municipal y se localiza a 517km al noreste de Cd. Victoria. Cuenta con dos puentes internacionales a Laredo , Texas y tiene una población de 300 mil habitantes.

Nuevo Laredo es el puerto fronterizo de mayor atractivo para el turismo, ya que además de contar con 2 puentes, tiene restaurantes, centros nocturnos y casinos. Durante el año celebran varias fiestas charras que atraen a numerosos turistas.

A su creciente actividad agrícola y comercial, hay que agregar el establecimiento de importantes maquiladoras que dan empleo a un gran número de habitantes.



Mapa de la Ruta



Itinerarios

EL REGIONMONTANO

México	18:00 hrs.
San Luis Potosí	0:11
Saltillo	6:00
Monterrey	8:30
Nuevo Laredo	12:15

Lugares de Interés Turístico

Una visita por la ciudad nos va descubriendo numerosos atractivos, entre los que encontramos:

La Casa de la Cultura Un elegante edificio de estilo neoclásico, rodeado de un magnífico jardín. Fue construido en 1919 y aloja una selecta colección de obras de arte, piezas arqueológicas y de artesanía.

Los Siete Barrios

La ciudad esta dividida en barrios, siendo los más famosos los de Tlaxcala, San Miguelito, San Sebastian, Santiago, <montesillo, San Juan de Guadalupe y Tequesquilapan, cada uno de estos barrios tiene su tradición y sus fiestas típicas, así como eventos religiosos, culturales y artísticos.

Plaza de Toros y Museo Turino

La Plaza fernán Rivera, tuvo el nombre de el Paseo. Hasta que fue remodelada en 1965. Es cómoda y por ella han desfilado las más grandes figuras de la torería.

Caja de Agua

Esta singular obra es uno de los más claros ejemplos del estilo neo-clásico mexicano. Fue iniciada en 1827 y terminada en 1835 con el objeto de recibir el agua de la cañada de los Lobos que llegaba ahí después de recorrer un largo acueducto.

Parque Tangamangal sur de la ciudad está este parque que tiene una superficie de 411 hectáreas. En su interior hay dos lagos donde se puede remar, juegos mecánicos y una pista de patinaje y modernas instalaciones deportivas.

Hoteles

San Luis Potosí

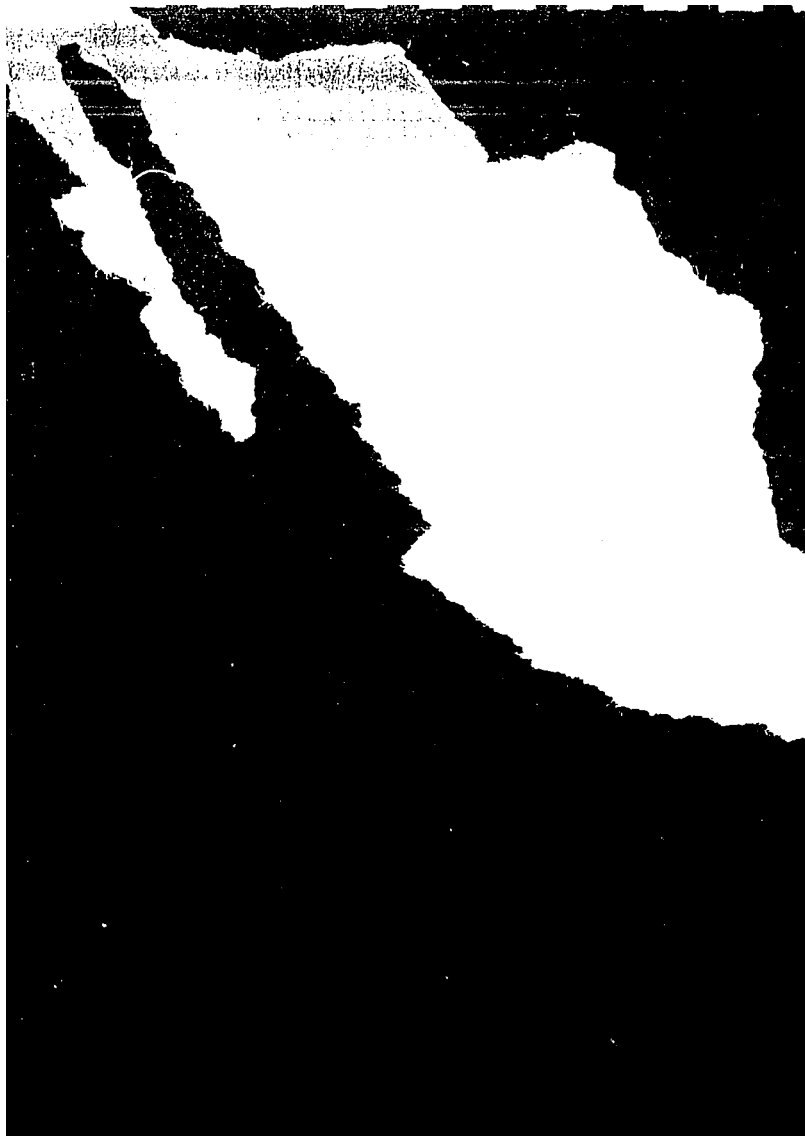
- Hostal del Quijote***** Carret. Mex-P.Neg.
km420 Tel. 8-1312
- Panorama **** V.Carranza 315
Tel. 2-1777
- Motel Cactus **** Carret 57 km426
Tel. 2-1871
- Real de Minas **** Carret. 57 km 426
Tel. 4-7025

Monterrey

- Ambasador ***** Hidalgo y Emilio
Carranza Tel.42-2040
- Gran Hotel Ancira **** Hidalgo osete no. 498
Tel.43-2060
- Royalty **** Hidalgo Y Emilio
Carranza Tel. 40-9806
- Internacional Plaza ***Hidalgo Pte. 2522
Tel. 33-3200

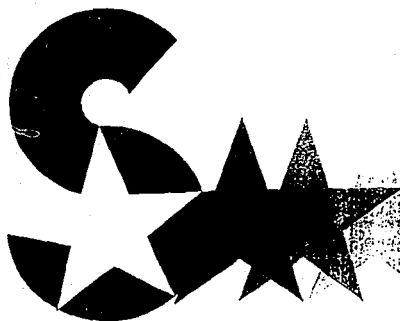
Restaurantes

Notas



conoce méxico a través del tren

Promoción Turística Por Medio De Impresos
A Ferrocarriles Nacionales De México.



nuevo servicio estrella

Créditos

Diseño Gráfico

Claudia Bouchot Fraire

Dirección de Proyecto

Fco. Javier García Noriega

Asesoría

Ferrocarriles Nacionales de México

México D.F. a Febrero de 1992.

Contenido

Introducción
conoce México a través del tren
Mapa de la Ruta
Itinerarios
Lugares de Interés Turístico
Hoteles
Restaurantes
Directorio Telefónico
Notas

México a Febrero de 1992

Introduccion

La red ferroviaria nacional cuenta con 26,287 km que conectan a la Ciudad de México con las principales ciudades de la república Mexicana y las fronteras.

Ferrocarriles Nacionales de México ofrece un nuevo servicio llamado " Estrella ", el cual proporciona al pasajero un viaje cómodo, seguro y una atención verdaderamente especial.

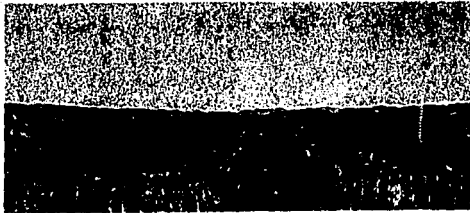
conoce méxico a través del tren

Ruta El Nuevo Chihuahua

Chihuahua

Su nombre proviene del tarahumara Chihuahua, que significa "lugar donde hacen costales", aunque otros lingüistas aseguran que quiere decir "lugar seco y arenoso".

Actualmente, Chihuahua es un Estado próspero, rico en ganado bovino que exporta a varios países del mundo, ocupa el cuarto lugar nacional por el volumen de recursos forestales, teniendo en función más de 184 aserraderos. En minería, ocupa el primer sitio en la producción de plata, plomo y zinc, el segundo en oro y fierro, aunque también son importantes el cobre, el mercurio, el manganeso y el uranio, entre los minerales metálicos; así como la fluorita, la barita, el caolín, el mármol y el cuarzo, entre los no metálicos.



Creel

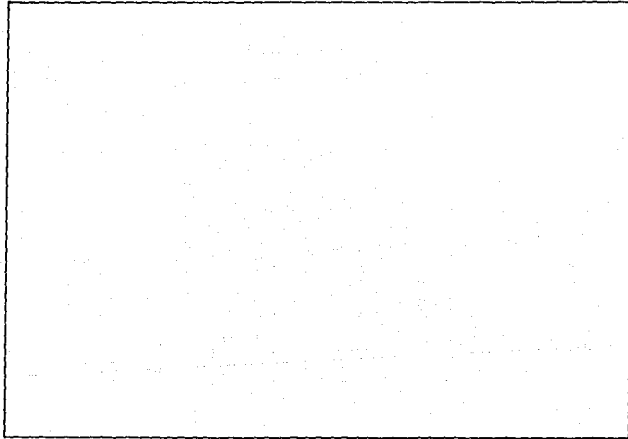
Este hermoso poblado es famoso por ser una de las estaciones del ferrocarril Chihuahua Pacífico, y la última oportunidad para poder comprar víveres si piensa iniciar el interesante recorrido que lo llevara por las barrancas del Cobre hasta Batopilas. Creel se encuentra a 170km al suroeste de Chihuahua y a 108 km por carretera revestida hasta Bocoyna. Aquí puede verse una misión jesuita tarahumara de estilo neogótico, con torre de madera y una tienda con ventana de artesanías tarahuamaras.

Los Mochis

Basado en una próspera agricultura y ganadería, Los Mochis se ha convertido en una importante ciudad de trazo modernista. Se encuentra a 207 km de Culiacán por la carretera 15 y es ciudad y cabecera del Municipio de Ahome. Es el punto de partida del Ferrocarril Chihuahua Pacífico que en parte de su recorrido pasa por la imponente Barranca del Cobre. Sus restaurantes ofrecen una deliciosa comida típica, la mayor parte de ella a base de mariscos. La ciudad es sede de la Universidad de Occidente y sus actividades económicas y sociales están llenas de vida.



Mapa de la Ruta



Itinerario

EL NUEVO CHIHUAHUA-PACIFICO

Chihuahua

Creel

Divisadero

Los Mochis

Lugares de Interés Turístico

Zonas Arqueológicas

Casas Grandes (Paquime) A 361 km al norte de la ciudad de Chihuahua, por las carreteras federales 15 y 10, se encuentra la zona Paquimé, la más importante cultura urbana indígena en el norte de México. Muchos afirman que el Valle de Piedras Verdes, cercano a Casas Grandes, fue el legendario Aztlán, pero la mayoría sitúa a la isla de Mexcaltitlán como el lugar donde parlerón los aztecas para ir a fundar Tenochtitlán.

La extraordinaria arquitectura de Paquimé sorprende a todos sus visitantes, los arqueólogos la han dividido en 16 unidades que rivalizan en bellezas y hallazgos.

Cuarenta Casas

De la población de Madera sale un camino de terracería hasta la Mesa del Huracán; en un trayecto de 55 km que pasa por el poblado de Nueva Madera y luego por el Vallecillo, de donde arranca la desviación hasta la zona arqueológica. El enorme interés de este lugar está en la serie de cuevas que se encuentran en el acantilado del arroyo El Garabato. La más importante es la Cueva de las Ventanas que presenta las más insólitas construcciones.

La Catedral

Una de las más bellas de la República Mexicana, su estilo es barroco, valiosa joya arquitectónica en cantera rosa, del siglo XVIII, cuya construcción se concluyó en 1772.

El Santuario de Guadalupe

Fue edificado en 1792 anexo a una ermita que existía entonces desde 1740; está ubicado al final de la Av. Zarco, cuenta con un bello exterior con un amplio atrio, dos torres y un esplendoroso interior.

Hoteles

Chihuahua

- Posada del Sol ***** Calz.B. Chavez
Tel. 2-8033
- Sicomoro ***** Ortiz Mena 411
Tel. 13-5445
- San Francisco ***** Victoria 409
Tel. 16-7770
- Mirador *** Av. Juárez y Colón
Tel. 13-2205
- Campanario *** Blvd. Diaz Ordaz 1405
Tel. 15-4545

CREEL

- Parador de la M *** A. Lopez Mateos 41
Tel. 7586
- Korachi ** Domicilio Conocido

LOS MOCHIS

- Colinas ***** Carr. Internacional
Tel. 2-0101
- El Dorado ***** G. Leyva y Eriberto V.
Tel. 2-0075
- Florida *** G. Leyva e I. Ramirez
Tel. 2-1200
- América ** Allende 665 Sur
Tel. 2-1355

Restaurantes

Notas

Capitulo 10

CONCLUSION

CONCLUSION

Desde la realidad latinoamericana, México fué el primer País en contar con el servicio del Ferrocarril, que en su tiempo logró una mayor rapidéz y agilidad en el transporte revolucionario. Fué parte del gran desarrollo tecnológico de vanguardia al cual nuestro pais estaba inmerso a principios de siglo.

Hoy en día este medio de transporte, a pesar de ser tan "tradicional", parte de nuestro ser, lo hemos relegado a un segundo plano, esto se ha debido basicamente a que no ha tenido una buena difusión y seguimos pensando que el tran sigue siendo aquella máquina de vapor revolucionaria puesta en marcha con carbón donde sus paradas son únicamente las grandes urbes o bien ciudades importantes con estaciones sucias y poco funcionales.

Esta imágen del servicio ferriviario es agraciadamente un error ya que en las políticas actuales, se esta conciente de lo necesario e insustituible que es el medio de transporte para nuestro pais.

Hoy, Ferrocarriles Nacionales de México ha desarrollado un Nuevo Servicio Estrella contando con 7 Rutas a diferentes puntos del pais, las cuales cuentan con un servicio óptimo e impecable con una eficacia y puntualidad totalmente competitiva a nivel internacional, cuya única debilidad es la Difusión.

La gente no conoce los servicios que da el Ferrocarril, tampoco conoce donde son las escalas, ni las ruras, ni la calidad del servicio, en una palabra lo que ha faltado es PROMOCION TURISTICA DEL FERROCARRIL, y ¿ Como lograr ésta para que se difunda en toda la sociedad mexicana ?, la manera menos costosa y una de las más efectivas es por medio de IMPRESOS.

El medio impreso es aquel que llega a toda la población sin distinción, un impreso donde se represente de una manera muy clara y sencilla no por ello desmereciendo su riqueza de contenido; cuales son las rutas existentes; donde paran, que ver en estos lugares, donde alojarse, que comer, los horarios de salidas y llegadas,

los precios, etc.. Es decir una información que convine el aspecto técnico y el aspecto turístico, de esta manera el viajar por tren sera divertido y agradable, no tendra complicaciones de itinerarios muy elaborados lo que hace que cualquier usuario pueda viajar sin problema.

Es fundamental el difundir los horarios y precios ya que el tren es el único sistema de transporte que ofrece rapiéz (en el Nuevo Servicio Estrella) y seguridad al viajar por su sistema de via.

El conocer y saber manejarse con el ferrocarril nos va a enseñar a valorar lo que tenemos a la vez que nos cultiva y educa. Hay que recordar que el ferrocarril no sólo está enfocado al turismo nacional sino también al internacional.

Desde mi perspectiva de Diseñadora, es muy importante que se de a conocer todo con lo que contamos los mexicanos, refiriendonos en este caso particular al uso del ferrocarril no sólo como medio de transporte sino también como un medio de promoción turística , debemos de tomar en cuenta que México es una de los países mas hermosos y debemos mostrarlo a todos empezando por los Mexicanos.

La elaboración de 7 folletos y 1 cartel de la misma serie (Nuevo Servicio Estrella) es el inicio de una nueva era en la difusión turística por medio de algún transporte. Es importante que cumplan con su objetivo, por ello se hizo una serie de encuestas enseñando los folletos , fué aprobada por un 90 % de los encuestados, esto quiere decir que empezamos con el pie derecho.

Estos no solo cumplen con los objetivos principales sino también con uno secundario que es el de motivar a los usuarios a no deshacerse de los folletos ya que les sirve de guía telefónica e iformativa, no sólo de la ruta que cubre sino de la Ciudad de México también.

Se propuso este programa a Ferrocarriles Nacionales de México y estan muy interesados, en cuanto tengan una respuesta apoyaran el proyecto y sabran utilizarlo adecuadamente.

Capitulo 11

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

1.- Historia de México Vol. 10

Editorial Salvat

2.- Plan Nacional de Desarrollo 1988 - 1994

3.- Servicios de Asesoría e Información al Usuario (541 23 95)

4.- Periódico La Jornada, Martes 27 de Febrero de 1990

5.- Nueva Enciclopedia Temática Vol. 6 Editorial Cumbre

6.- El Transporte en la Historia de México,

Marita Martínez del Rio de Redo

Editorial Artes de México

7.- Informe de Labores 1988-1990

Secretaría de Turismo

8.- Actividades Desarrolladas por SECTUR en Promoción Turística

Lic. Mara A. Murillo Correa

9.- Sistema de Medidas y Retícula

Muller J. Brockman

Editorial Gustavo Gulli Barcelona 198

10.-La sintaxis de la Imágen

D.A. Dondis

Editorial Gustavo Gulli Barcelona 1976

11.-Diseño y Comunicación Visual

Bruno Munari

Editorial Gustavo Gulli Barcelona 1977

12.-Fundamentos de Diseño Bi-Tridimensional

Wucius Wong



Editorial Gustavo Gilli Barcelona 1979

13.-Los Carteles: Su Historia y Lenguaje

J. Barnicoat

Editorial Gustavo Gilli Barcelona

14.-Manual de Diseño Tipográfico

Emil Ruder

Editorial Gustavo Gilli

15.-Diseñar para un Mundo Real

Victor Papanek

Editorial Blume Madrid 1973

CITAS

- 1.-Plan Nacional de desarrollo y transporte 1989-1994
- 2.-Informacion proporcionada por Ferrocarriles Nacionales de Mexico, personalmente en el departamento de estadísticas
- 3.-Informacion proporcionada por la Secretaria de Comunicaciones y Transportes
- 4.-Infraestructura de Mexico, Ed. Planeta
- 5.-Informacion proporcionada por la Secretaria de Turismo - Biblioteca
- 6.-Informe de labores 1989 - 1991 Secretaria de Turismo
- 7.-Recopilacion de datos Secretaria de turismo