

872731
8



UNIVERSIDAD DON VASCO A.C.
incorporada a la
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
Escuela de Diseño Gráfico

Legenda Promocional del Aguacate

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

Presenta:

Alejandra Parra Macías

291028

Uruapan, Michoacán, junio del 2000





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Mi dedicatoria y agradecimiento

Dios por darme la dicha de ser lo que soy

Mis padres por darme la vida y su apoyo incondicional

Mis hermanos: Jesús, Sandra, Laura, Pancho y Agustín por su cariño y apoyo.

Todos mis maestros

Mis amigas: Alicia, Vanessa, Vivis y Lolita por contar siempre con ustedes.

Mis asesores durante esta etapa Kenneth, Denyse, Araceli y en especial a Alberto Galinzoga por ser mi asesor durante la etapa de diseño.

La Asociación Agrícola Local de productores de Aguacate por su apoyo durante este proyecto.

Todos los que de una u otra forma contribuyeron a que este sueño se hiciera realidad.

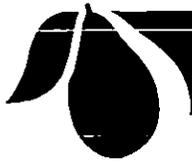
¡GRACIAS!

alejandra

Índice



Introducción	7
Capítulo 1	
Problemática y objetivos.....	11
Capítulo 2	
Michoacán	15
Uruapan.....	20
El aguacate	23
Capítulo 3	
El tiempo	31
Agendas	34
Capítulo 4	
El diseño.....	39
El diseño gráfico.....	40
Metodología del diseño.....	48
Las áreas del diseño.....	49
Diseño editorial.....	52
Los colores.....	58
Imágenes.....	59
Fotografía.....	61
Impresión.....	67
Papeles.....	69
Acabados.....	71
Conclusiones.....	73



Índice

Capítulo 5

Introducción.....	
Proceso de diseño.....	77
	78
Aportación	
La Agenda Promocional del Aguacate.....	101
Bibliografía.....	155

Introducción



La cultura actual, se encuentra poblada de imágenes de toda clase, y la difusión de todas ellas en nuestra sociedad se ha convertido en un elemento de consumo masivo y, por lo tanto, de gran importancia como instrumento de comunicación.

El diseño gráfico es el medio de comunicación que analiza, ordena y da forma a imágenes conjuntamente con tipografía, transmitiendo un mensaje, interrelacionando con experiencias y elementos, con el fin de dar solución adecuada a necesidades o carencias en cualquiera de sus grandes áreas como son: diseño editorial, envase y embalaje, diseño audiovisual, diseño publicitario e identidad corporativa.

En nuestros días, es importante que los individuos conozcan más acerca del lugar en el que habitan y de los elementos que forman parte importante en el desarrollo económico y social de dicho lugar.

En el caso de Michoacán se pueden nombrar una extensa cantidad de elementos que son importantes para la sociedad y que identifican al Estado entre las cuales podemos mencionar, las variadas artesanías, la gastronomía, las riquezas naturales de nuestro entorno como lo son nuestros paisajes y la producción agrícola.

El aguacate, es un elemento que forma parte importante de la producción agrícola de la región, beneficiando no solo económicamente a las zonas productoras, sino de forma social a todo el país, ya que este fruto representa a México a nivel mundial debido a su gran producción.

En México, el aguacate es muy poco promocionado y valorado. Por ello surge el interés de dar a conocer por medio del diseño gráfico, los beneficios y utilidades que ofrece este fruto, que además de ser rico y nutritivo es uno de los elementos más representativos de la región.

Capítulo 1

Problemática y objetivos



Caminos de la zona aguacatera

En la época actual, la tecnología ha contribuido en el desarrollo de los medios de comunicación, que hoy en día juegan un papel muy importante en la sociedad, gracias al gran alcance que tienen y a que la transmisión de mensajes entre los seres humanos se facilita al utilizarlos, provocando con ello que los individuos de diferentes culturas, conozcan las costumbres y modas de otras que son distintas a las que pertenecen, y por ello adopten elementos y estilos de vida que invaden y contaminan su verdadera identidad.

En el caso de México toda esta influencia ha causado una reacción por una parte de la población que se preocupa por la conservación de nuestras costumbres y de esa identidad antes mencionada, llevándolos a actuar en favor de la concientización de los demás mexicanos, a través del conocimiento y la valoración de elementos que nos identifican a nivel mundial como son: artesanías, paisajes naturales, la cultura popular, la riqueza gastronómica y las actividades agrícolas.

Uno de estos elementos con menor difusión en nuestro país es la producción agrícola.

En el Estado de Michoacán es relevante esta actividad, ya que aproximadamente el 60% de los habitantes de esta región se dedican a la producción de materias alimenticias, entre las que podemos encontrar el café, la nuez de macadamia, el maíz, la fresa y el aguacate.

Uruapan es una de las principales ciudades de este Estado, la cual es considerada "La Capital Mundial del Aguacate", debido a la extensa producción de este fruto.

La gran producción de aguacate ha traído consigo beneficios económicos y sociales, no solo para las zonas productoras de este fruto sino para el país, pero desgraciadamente mucha gente lo desconoce.

Por ello es necesario que la población de México valore este fruto y conozca más acerca de las utilidades que tiene, puesto que es un elemento que nos identifica a nivel mundial.

Por tal motivo surge la necesidad de dar difusión al aguacate, por medio del diseño gráfico.

Con ello las personas conocerán, a través de la comunicación visual, las utilidades y la importancia de un elemento que trae beneficios económicos y sociales para el país; El Aguacate.



Empacadora de aguacate

Capítulo 2

Michoacán

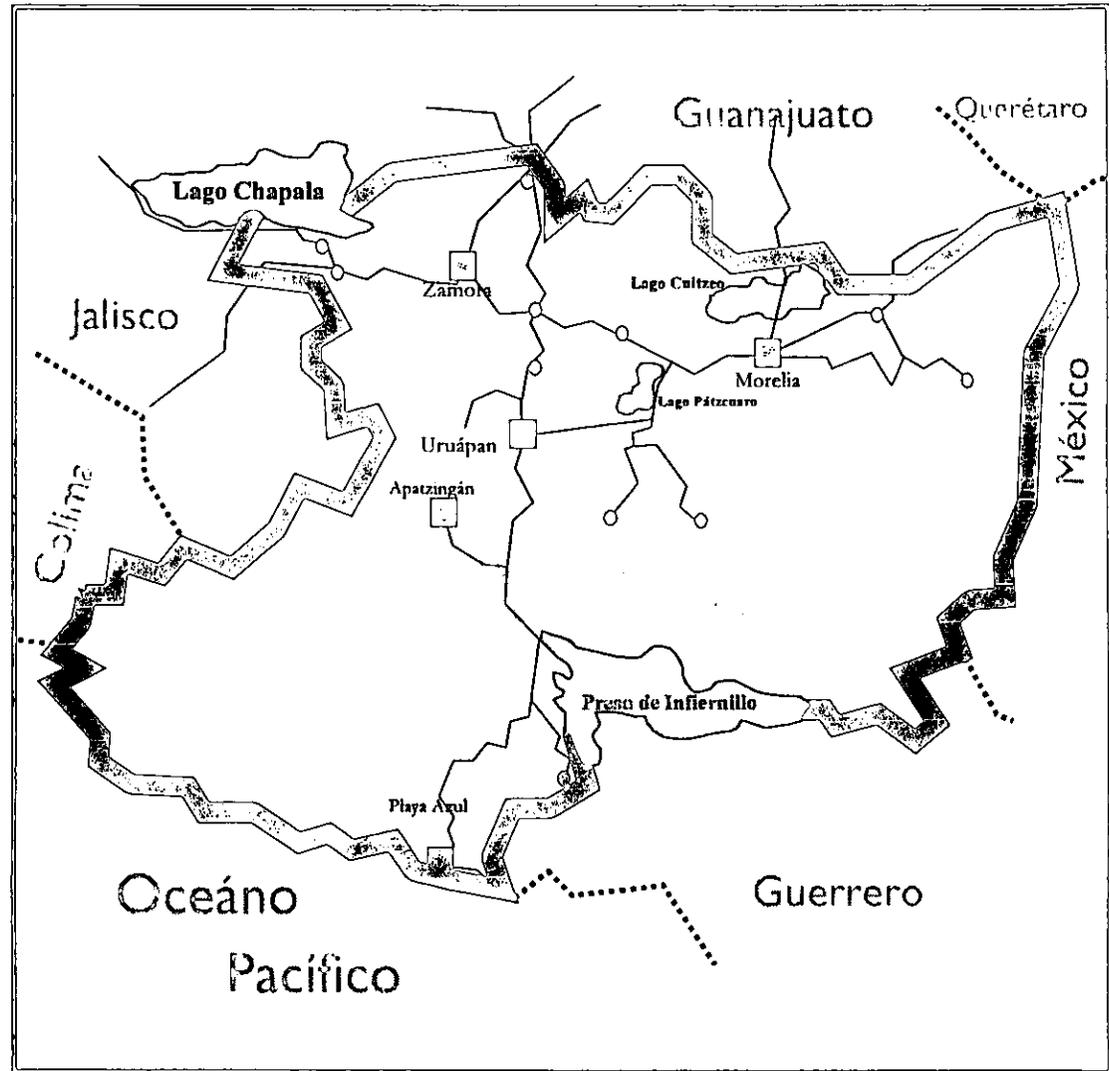
Ubicación Geográfica

Actualmente Michoacán cuenta con 59,864 Km cuadrados de extensión y es perteneciente a la región dominada por el Pacífico, por tener sus costas hacia ese Océano, se extiende en su parte norte hasta tocar la mesa central. Este Estado se encuentra situado en el centro y sur de la República Mexicana, tiene límites al norte con Jalisco y Guanajuato; al noreste con Querétaro; al este con el Estado de México; al suroeste y sur con Guerrero; al oeste con Colima y al suroeste con el Océano Pacífico.

Sus límites naturales los forman el río Lerma, en gran parte, con los estados de Guanajuato y Jalisco; el río Cutzamala con el Estado de México en una pequeña extensión; el río del Balsas, con Guerrero y el río de Coahuayana con Colima.

La costa de Michoacán con el Océano Pacífico tiene una extensión aproximada de doscientos kilómetros; es alta, escarpada, inaccesible; solamente en dos tramos al este y oeste; el primero, después de la desembocadura del Balsas, la llamada Playa Azul y el segundo, antes de la desembocadura del río Coahuayana, que lo separa de Colima, existe una playa baja, en donde se encuentra la ensenada de San Telmo.

En la actualidad el Estado cuenta con 113 municipios y con más de 3 millones 600 mil habitantes aproximadamente. La superficie territorial está formada por: Las planicies costeras del Pacífico; la Sierra Madre del Sur de doscientos kilómetros de longitud; la depresión del Balsas; el sistema volcánico transversal y la depresión del Lerma o Atilplanicie.





Michoacán

Clima

Michoacán tiene cinco principales climas:

1) Tropical lluvioso. Con temperaturas altas y lluvias en verano. 2) Seco estepario. Con lluvia escasa; la temperatura media es de 18°C 3) Templado con lluvias en verano; la temperatura es en el mes más cálido, superior a 22°C; en invierno la temperatura arriba de 10°C. 4) Templado con lluvias en verano. La temperatura media del mes más cálido es inferior a 22°C. 5) Templado con lluvias todo el año.

La mayoría de las tierras michoacanas no merecen el calificativo de tropicales, no son calurosas ya que la altura sobre el nivel del mar las hace templadas y aún frías.

Michoacán posee un paisaje de difícil clasificación o quizás de un repertorio de muestras de distintos ambientes.

Sin salir del Estado se pueden observar paisajes de casi todo el mundo. No tiene suelos y mares de tipo polar, pero de allí en fuera lo tiene todo.

Principales ciudades

MORELIA

Es la actual capital del Estado, fue fundada en 1541. Se encuentra a una altura de 1951 metros sobre el nivel del mar y tiene más de 100,000 habitantes aproximadamente. En el año de 1828 recibió el nombre de Morelia en honor a un héroe de la independencia, José María Morelos y Pavón, antes llamada Valladolid.

Los habitantes de éste centro urbano se dedican al comercio y al trabajo en pequeñas industrias. Se obtienen productos químicos, gomas y resinas forestales, así como los tradicionales ates morelianos. Morelia es una de las ciudades más importantes de la República por su magnífica traza y orientación.

URUAPAN

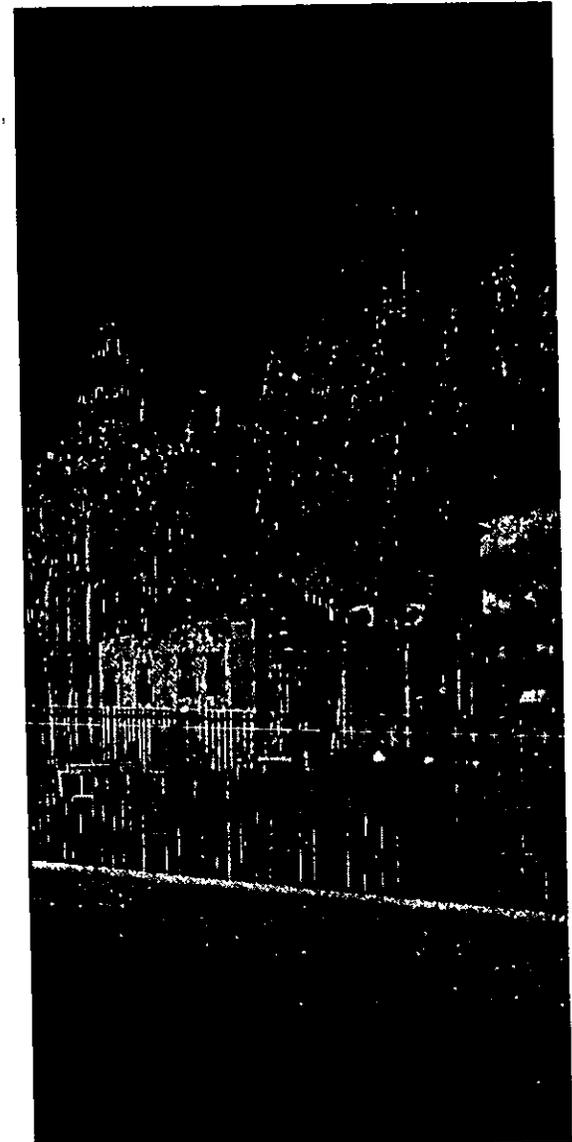
Es una de las ciudades más bellas de nuestro país. Fue durante la intervención francesa, la capital del Estado. Fundada en 1531 por Fray Juan de San Miguel, tiene paisajes encantadores, por lo que se le llama el "Paraíso de Michoacán".

Actualmente la ciudad se moderniza y amplía todos sus servicios y por su gran producción de aguacate ha sido considerada la "Capital Mundial" de este fruto.

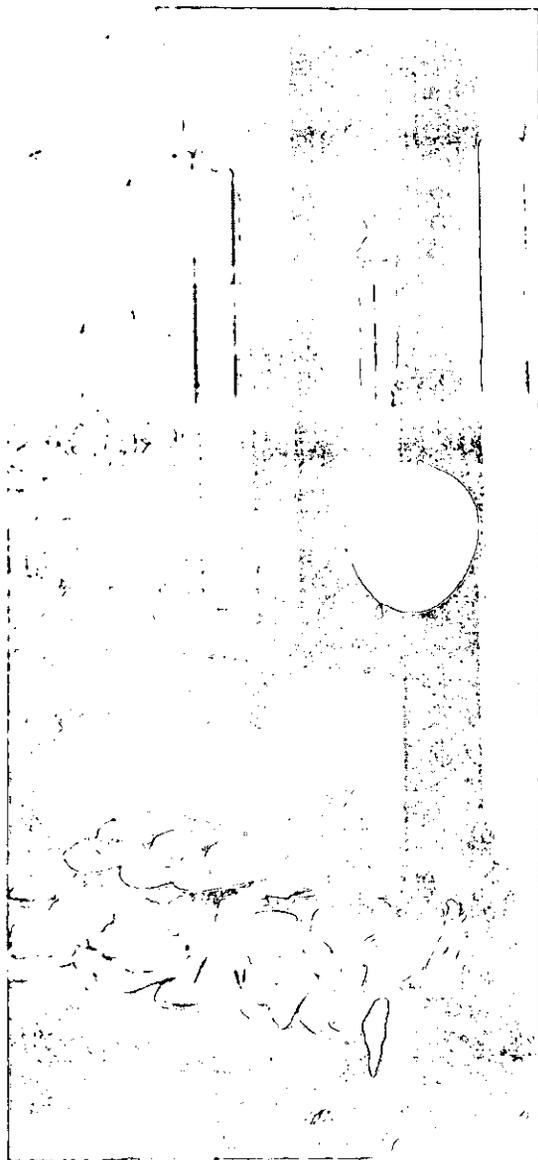
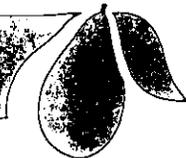
ZAMORA

Fundada por el Virrey de Mendoza en 1540. A 1610 mts. de altura sobre el nivel del mar.

Es sede episcopal y cuenta con bellos edificios, jardines, mercados y demás servicios públicos que la hacen muy agradable. Los habitantes de ésta ciudad se dedican al comercio y a la elaboración de productos alimentarios como son la mantequilla, quesos y dulces; además, trabajan en emparadoras de frutas y carnes producidas por los habitantes de la región.



La hermosa y señorial Morelia



APATZINGAN

Anteriormente era una población de grandes recursos agrícolas, pero aislada por su falta de comunicación con el interior. Hoy es una ciudad donde se desarrolla la industria, el comercio y la agricultura. Apatzingán es una ciudad de gran importancia histórica por haberse promulgado ahí la primera constitución política que tuvo México, en el año de 1814.

LAZARO CARDENAS

Centro industrial que se desarrolló a partir de 1970, en virtud de la creación de un gran complejo industrial urbano y portuario. Las principales ramas industriales que se desarrollan en este lugar son la fabricación de productos de metal, productos químicos, alimentos, bebidas, calzado e industrias del cuero.

PATZCUARO

Ciudad importante para la historia de Michoacán, como un ejemplo se puede mencionar a Gertrudis Bocanegra, quien participó en la lucha de independencia de México.

Actualmente cuenta con una rica tradición y producción artesanal. La actividad pesquera, es cada día más escasa, pero aún se obtienen charal y pez blanco.

La casa de los 11 patios en la ciudad de Pátzcuaro

LA PIEDAD

Fué fundada en 1530 por Nuño Guzmán, es una población de muy hermoso aspecto, bañada por las aguas del río Letma.

Debido a que la región se ha destacado por la producción de ganado porcino en el mes de diciembre se lleva a cabo una exhibición en la feria porcina.

ARIO DE ROSALES

Es una ciudad importante por su naturaleza privilegiada a la que concurren, los productores agrícolas de otras zonas a depositar sus mercancías, para distribuirlas al interior de la República.

ZACAPU

En el parque industrial de Zacápu, los habitantes trabajan en la fabricación de alimentos, la industria del papel e impresiones y la industria química. También hay aserraderos que explotan las maderas de los bosques, usando la resina para la fabricación de celulosa.

ZITACUARO

En esta población se concentra la actividad comercial de gran cantidad de municipios de las regiones Oriente y Tierra Caliente de Michoacán, lo que provoca que la actividad esencial de sus habitantes sea el comercio.



Michoacán

Gente

La población de Michoacán tuvo su origen en épocas remotas. Los primeros hombres de los que se tiene noticia hicieron su aparición aproximadamente de 6 a 4 mil años atrás; los lugares donde se asentaron fueron las orillas de los lagos de Cuitzeo y Chapala. Estos primeros pobladores se dedicaban a la caza, pesca y recolección. Así se fueron asentando diferentes comunidades que encontraron en nuestro suelo condiciones para vivir y desarrollarse.

Los lugares donde hubo asentamientos purépechas se encontraban bajo el dominio de ésta cultura: el suroeste michoacano en la llamada tierra caliente, en la Sierra Tarásca, en la parte norte y oriental del actual Estado.

El aprendizaje de la gente se basaba en la enseñanza que se les daba desde niños, pues desde pequeños aprendían actividades como la caza, pesca, agricultura; la enseñanza se hacía en el trabajo mismo, en el campo de cultivo, en las lagunas o en los bosques, ayudando en todas las actividades.

Producción agrícola

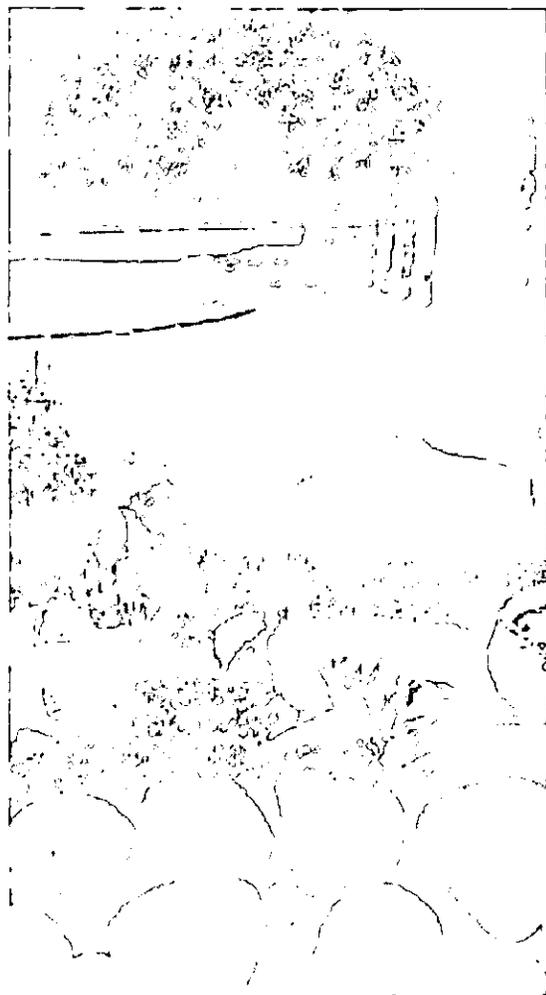
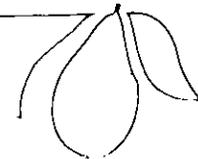
Desde tiempos remotos en Michoacán, la agricultura a sido de gran importancia para su economía; se cultivaban grandes variedades de maíz, calabaza, chile, etc.

Al desarrollarse la producción como consecuencia del mejoramiento de las técnicas de cultivo y de las herramientas de trabajo, de la mayor ex-



En Michoacán, la gente se distingue entre otras cosas, por su producción artesanal

Michoacán



La producción agrícola es una de las fuentes económicas más fuertes de Michoacán

perencia de los hombres dio como resultado que la gente produjera más cantidad de alimentos; de este modo hubo excedente de productos, permitiendo que un reducido grupo de la sociedad dejara de trabajar y se dedicara a otras actividades, de este grupo de privilegiados salieron aquellos que se proclamaron dueños absolutos de la tierra y herramientas.

El pueblo trabajador lo componían campesinos, pescadores, cazadores, mineros, artesanos, tejedores, alfareros, la servidumbre de los gobernantes y los esclavos de todas las comunidades. El Estado vivía gracias al trabajo productivo realizado por las comunidades, ya que ellas eran las que se encargaban de sembrar, cosechar, cazar, pescar, etc.

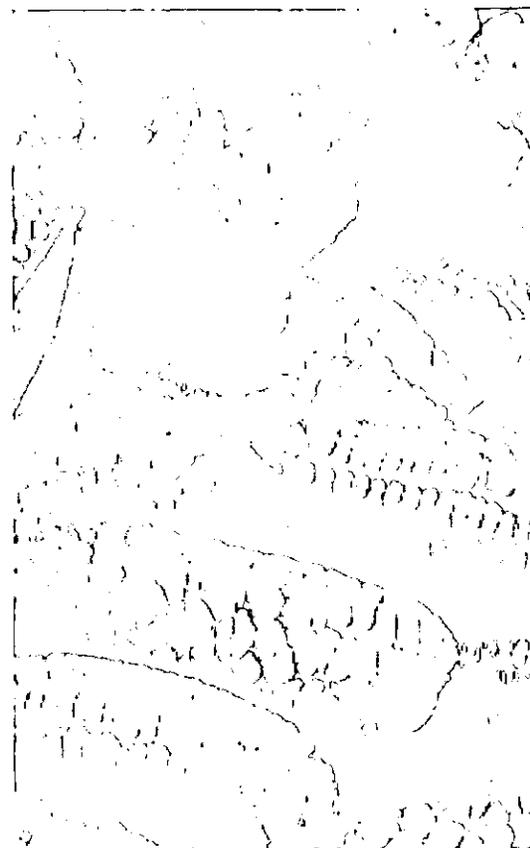
La agricultura se hizo extensiva sembrándose mayores áreas de terreno. Los cultivos se diversificaron de acuerdo a las nuevas necesidades; así, se sembró maíz, frijol, chile, calabaza, cacao y otros productos; se agregaron plantas y semillas como el trigo que era sembrado en grandes cantidades en Uruapan, Chilchota, Marabatio, Zamora, Zinapécuaro, Charo e Indaparapeo; la caña de azúcar fue una nueva planta que tuvo pronta aceptación comercial y abundó en el suroeste michoacano y tierra caliente.

La producción agrícola de Michoacán traspasaba la frontera local e iba dirigida a diferentes lugares.

En la actualidad la mitad de los trabajadores michoacanos se ocupan en actividades primarias; es decir en labores agrícolas, silvícolas, ganaderas y de pesca.

Las labores de cultivo son agotadoras sin embargo la agricultura del Estado sigue en ascenso. Tiene en cultivo casi un millón de Has., de las cuales aproximadamente una cuarta parte son susceptibles de riego.

La economía del Estado de Michoacán, siempre se ha visto beneficiada por la actividad agrícola como la fresa, el limón y sobre todo el aguacate que se ha venido convirtiendo en los productos agrícolas de mayor producción, no solo de la República, sino del mundo como es el caso del aguacate.



El maíz forma parte importante de la producción agrícola de Michoacán



Uruapan

Ubicación Geográfica

Uruapan está situado en la vertiente sur de la Sierra de Uruapan, prolongación de la Sierra de Apatzingán, formando parte del eje volcánico. Su altura es de 1634 metros sobre el nivel del mar y queda situado a los 19°24'56" de la latitud norte y 102°03'46" de longitud oeste del meridiano de Greenwich.

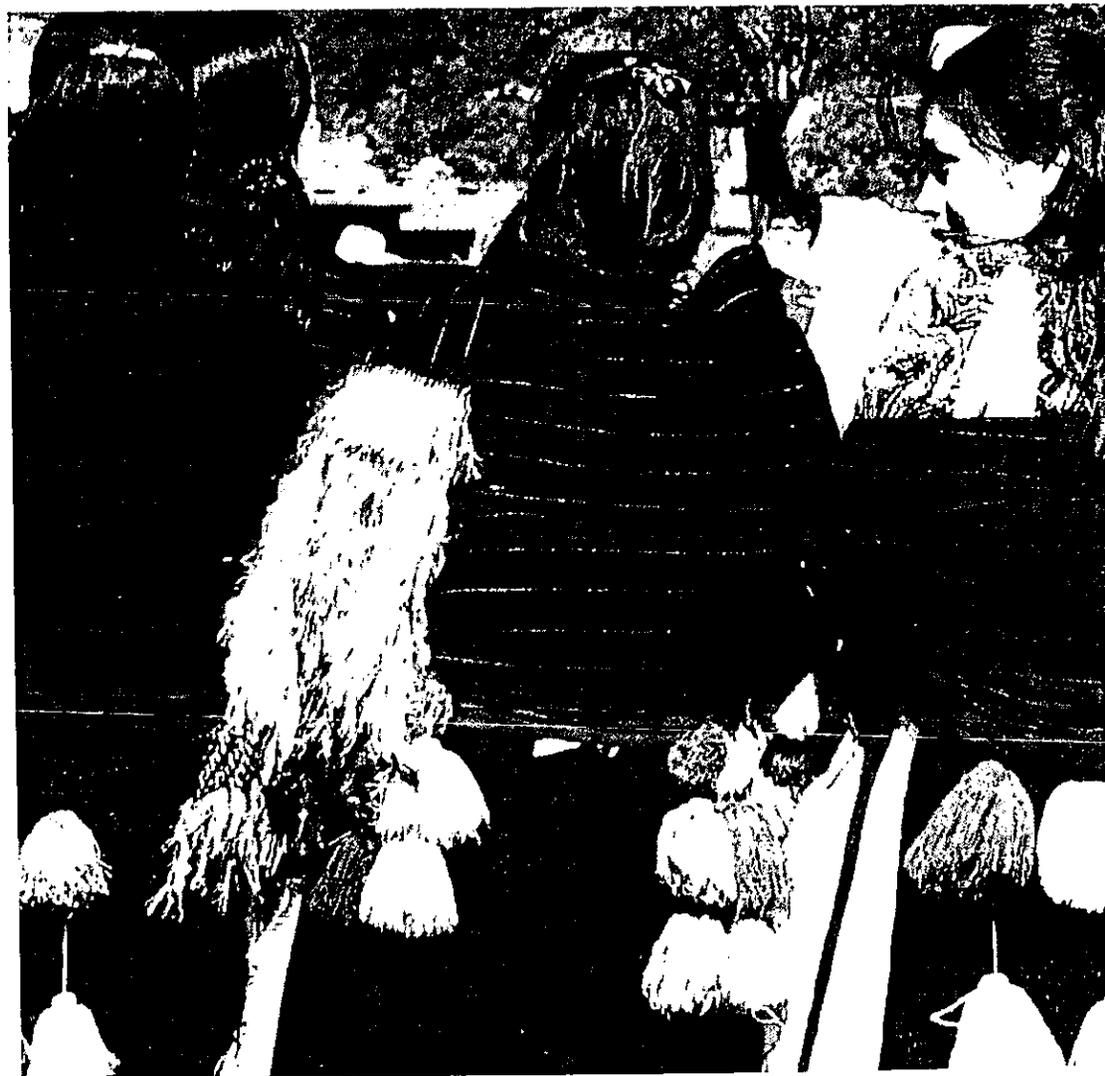
El número de habitantes de acuerdo al censo realizado en 1990, asciende los 217 mil y se considera a Uruapan como la segunda ciudad más importante del Estado y la que tiene mayor cantidad de habitantes después de su capital Morelia. Además de la población urbana, Uruapan cuenta con una comunidad humana distribuida en setenta localidades que integran el municipio.

Los límites de Uruapan se marcan por los municipios de Tingambato, Ziracuaretiro y Taretan al este; Nuevo Parangaricutiro al oeste; Paracho, Charapan y los Reyes al norte y el municipio de Gabriel Zamora (Lombardía) hacia el sur.

La extensión geográfica del municipio de Uruapan alcanza una superficie de 1286 kilómetros cuadrados y una densidad de 114 habitantes por kilómetro cuadrado.

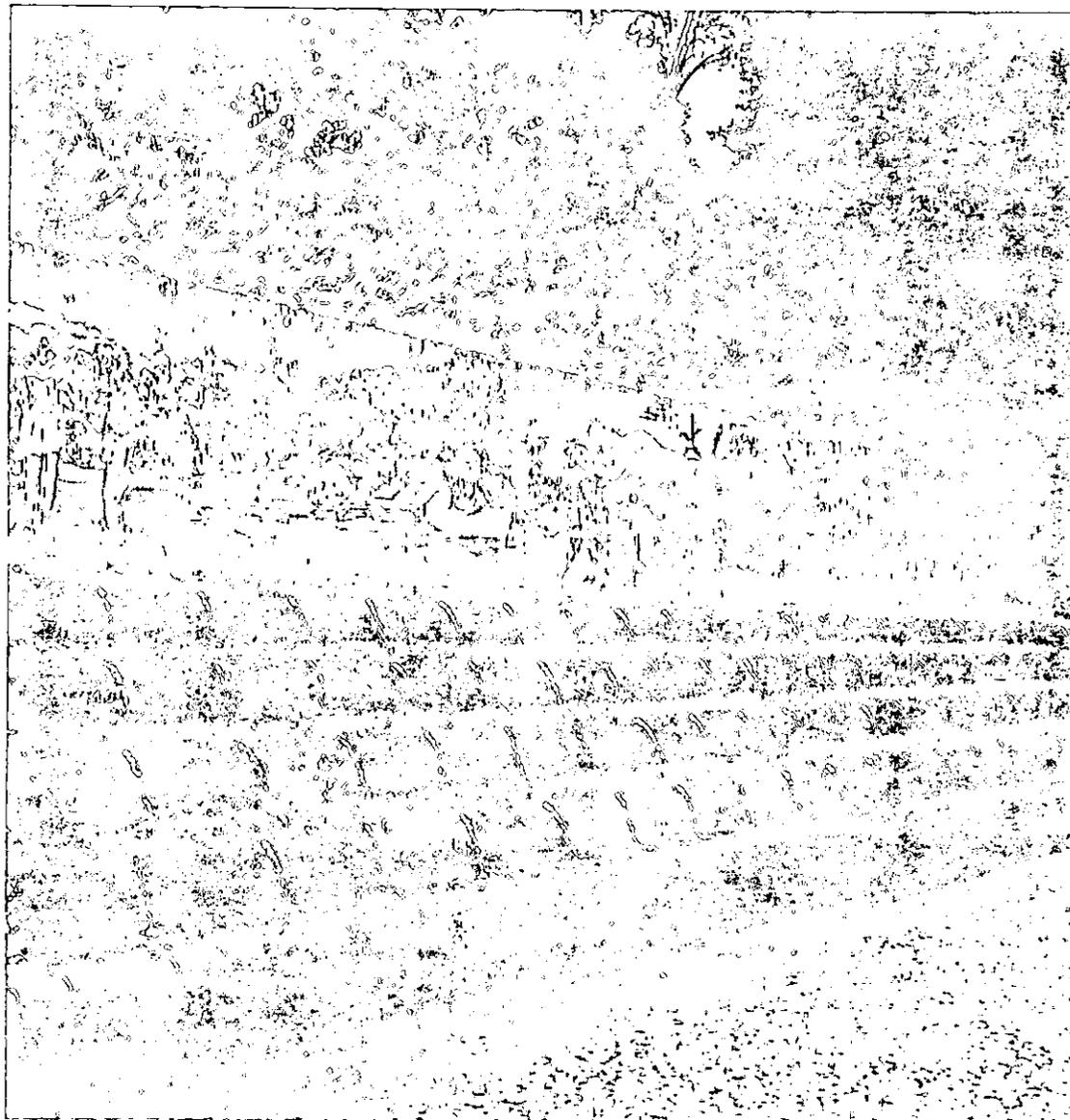
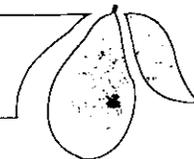
Uruapan siempre ha tenido una importancia por ser como puerta o entrada del comercio entre la tierra fría y templada, y los fecundos valles y tierras de Lombardía, Nueva Italia y toda la Tierra Caliente.

El suelo de Uruapan es desigual y cortado por barrancos o erizado de rocas, rodeado por todas partes de colinas y montes, todo está cubierto de una vegetación lozana y brillante, sobre todo en la temporada de lluvias.



Mujeres indígenas con el traje típico de la región

Uruapan



Su nombre

La ciudad de Uruapan, a la que se le llama con justa razón “Paraíso de Michoacán”, “Vergel Edénico”, “Tierra de la Eterna Primavera”, es la cabecera del distrito del mismo nombre. Esta población existía mucho antes de la venida de los españoles conquistadores, pero se localizaba en lo que ahora es el barrio de la Magdalena.

Etimológicamente el nombre de Uruapan a ocasionado problemas puesto que se le dan varios significados.

Primero “Lugar de la Eterna Primavera”, que proviene de URUPANI y que puede traducirse en “Florecer y Fructificar de una planta al mismo tiempo”; así lo afirma el Lic. Eduardo Ruiz, quien asegura que es la raíz correcta de Uruapan.

Segundo, la hace derivar del vocablo URANI, cuyo significado es “Jícara”, haciendo alusión a una de las artesanías tradicionales en la decoración de éstas jícaras con una técnica especial, utilizándola desde tiempos prehipánicos.

Una tercera derivación sería la palabra URATA, nombre genérico de una especie de fruta a la que pertenece el zapote, el mamey y la misma chirimoya.

Pero la etimología más aceptada es la que emite el Lic. Eduardo Ruiz; “El Florecer y Fructificar de una planta al mismo tiempo”.

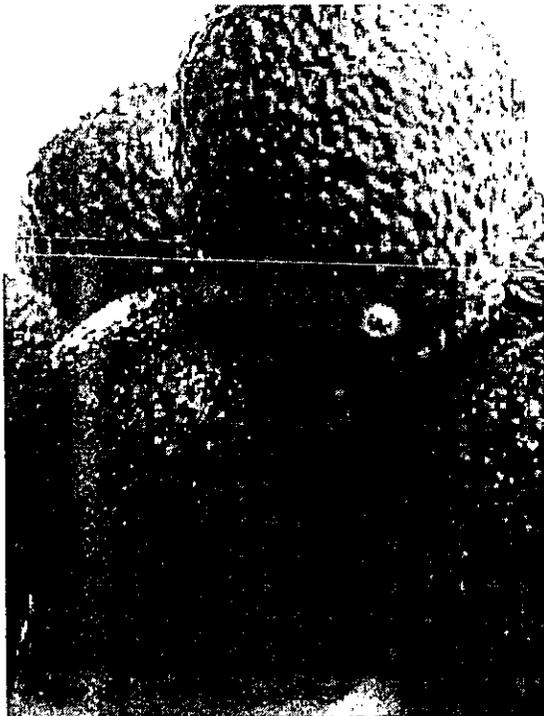
Fuente del Parque Nacional,
ubicado en la ciudad de Uruapan
con un mural de Manuel Pérez
Coronado.



Clima

El clima en Uruapan es templado, húmedo y presenta, una temperatura placentera anual de 20°C. La lluvias que generalmente comienzan en abril o mayo son variables y pronto las absorben los accidentados terrenos, estas terminan en octubre o noviembre. Los vientos son muy variables predominando los del sur casi todo el año.

La temperatura en invierno llega a descender a 5 o 6 grados centígrados por la noche sobre todo en diciembre, enero y febrero.



Producción agrícola

En nuestra región la producción agrícola forma parte importante de la economía de Uruapan.

El cultivo de legumbres y frutas como el café que es uno de los productos más importantes que aporta la ciudad a otros lugares, han dado sustento a la región durante varios años.

El más importante de los cultivos de la región, es sin lugar a dudas el aguacate, que le ha dado a la ciudad de Uruapan un lugar privilegiado a nivel mundial.

El beneficio que este producto ofrece a Uruapan es: por un lado el económico y por el otro, que en épocas anteriores lo que hoy cubre el terreno aguacatero, antes eran cubiertas de bosque de pino, las cuales fueron desmontadas. Al ser plantadas éstas áreas con aguacate se logró la reforestación de las mismas con un bosque más alto en ingresos y del que se obtiene cosecha año tras año, a diferencia del bosque forestal. Las huertas de aguacate también son factores climáticos, que además de conservar el suelo fértil, regula las variaciones bruscas de temperatura y absorben el agua de las lluvias para alimentar los manantiales, cuyas aguas son el elemento vital para la agricultura.

El incremento de la producción aguacatera de Uruapan y su zona de control hacen que merezca el calificativo de "Capital Mundial del Aguacate".



Campesino en la cosecha

El aguacate



Historia

En la época precolombina, el aguacate se cultivaba en México y América Central, donde recibía el nombre de "Ahuacatl", que los españoles convirtieron en aguacate; su cultivo se extendió por las faldas de la cordillera Andina hasta Perú, donde fue llamado "Palta".

Esta zona Centroamericana, origen de los primeros aguacates, está situada en la zona tropical, de estación lluviosa estival. La altitud hasta donde se encuentra aguacates llega a unos 1900 metros sobre el nivel del mar.

A partir de pruebas arqueológicas encontradas en Tehuacán (Puebla) con una antigüedad aproximada de 12,000 años, se ha determinado concretamente que es originario de México.

El centro de expansión de éste producto fue México, distribuyéndose en el centro y hacia el sur de América y muy posteriormente a la colonización, llegó a otros puntos fuera del continente.

El aguacate fue conocido por los españoles en tiempo de la conquista y era uno de los preferidos de la población indígena de México y Centroamérica.

Los españoles lo introdujeron a las Antillas y los portugueses en Brasil, donde ya se cultivaba en el siglo XVII. No se sabe cuando fue llevado a Florida, también por los españoles, donde los cultivos en cantidad no empezaron hasta 1833; en California no se cultivó hasta 1871.

En el siglo XVIII, los mismos españoles a través del jardín botánico de Orotava lo introdujeron en las islas Canarias y allí a España, del Mediterráneo de la provincia a Granada.

Los franceses empezaron sus ensayos de cultivo del aguacate en el jardín botánico de Hamman (Argelia), donde se cultivan extensamente, pero también se puede encontrar algún ejemplar en el sur de Francia.

En Centroamérica se encuentran las zonas de máximo cultivo (México, Guatemala, Antillas,

Colombia, Venezuela, Perú) de donde se ha extendido a Argentina, Chile y Brasil.

En 1930 comenzó a ensayarse su cultivo en Rusia a orillas del Mar Negro; más modernamente, se han establecido numerosas plantaciones en Israel.

En la India y sureste de Asia también se ha intentado su cultivo, pero con poco éxito.

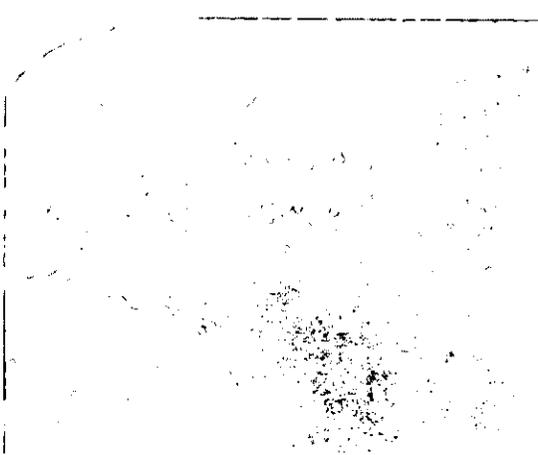
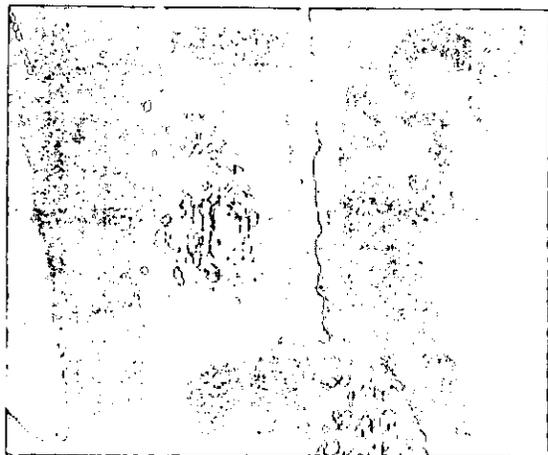
Descripción botánica

El aguacate es un árbol cuyo crecimiento y desarrollo es variado, llegando en su habitat natural a una altura de 10 a 12 metros. Su habitat corresponde a las características ecológicas de las especies subtropicales-tropicales.

Es un árbol con follaje siempre verde, con hojas simples y enteras que caen una vez cumplido su ciclo. Su raíz puede alcanzar una profundidad de 1 a 1.5 metros, en suelos sueltos es mayor la profundidad.

Las flores de éste árbol son hermafroditas (poseen los dos sexos), de color verde amarillento y con un diámetro aproximado de 1 centímetro.

El fruto, globoso, ovoide o piriforme, es una drupa de tamaño variable, que puede alcanzar hasta 10 centímetros de longitud y en peso comprendido entre 200 y 1000 gramos. Según la variedad, el aguacate puede estar constituido por una fina y lisa película o una corteza gruesa y corchosa, de una coloración entre verde, el gris y el violeta. El mesocarpio, está formado por una pulpa de consistencia blanda de color blanco amarillento que pasa a verde en la proximidad de la piel; tiene un agradable sabor que recuerda al de las avellanas.



El aguacate

La semilla, que está más o menos adherida al mesocarpio, es globosa, está protegida por una cáscara dura y contiene un jugo lechoso.

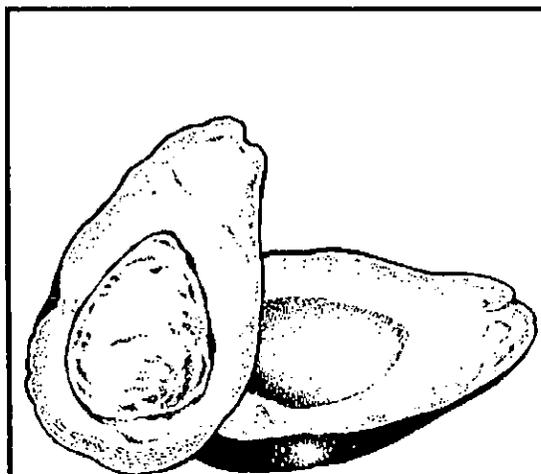
Razas de aguacate

Existen tres razas de aguacate: la mejicana, la guatemalteca y la antillana.

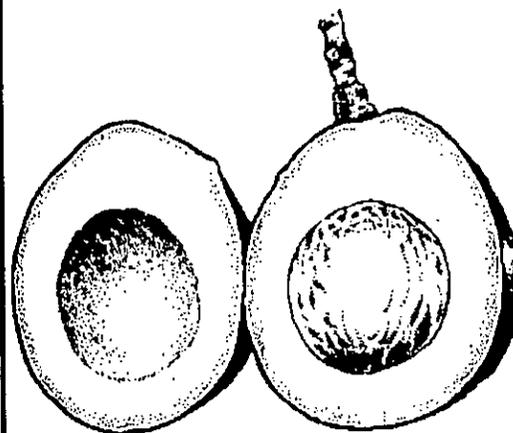
MEJICANA

Sus hojas son más pequeñas que las de las otras dos razas, las cuales, junto con los tallos tiernos tienen unas glándulas esenciales, cuyo contenido es una esencia de color parecido al del anís, lo cual se nota al estrujar las hojas con la mano. Los frutos son pequeños de 30 a 80 milímetros de longitud y de un peso comprendido entre los 90 y 180 gramos, la cáscara es delgada, de 0.8 a 1.6 milímetros de espesor y de superficie exterior lisa. Corrientemente es de color verde claro, puede tener tonalidades más oscuras del verde o, según las variedades, coloraciones rojas, moradas o casi negras. El mesocarpio está formado por una pulpa no fibrosa, con un contenido de grasa comprendido entre 20 y 25 % y con un marcado sabor a nuez. La forma del fruto es piriforme, y el hueso de pequeño tamaño.

A esta raza procede de los alrededores de las ciudades de Puebla y Atlixco, es decir, la zona central de México. La raza Mejicana es la más resistente al frío.



Raza Mejicana



Raza Guatemalteca

VARIEDADES:

- | | |
|---------------|------------------|
| .. Atlixco | .. Bacon |
| .. Benedict | .. Duke |
| .. Mejicano | .. Perfecto |
| .. Puebla | .. San Sebastián |
| .. Topa -topa | .. Zutano |

GUATEMALTECA

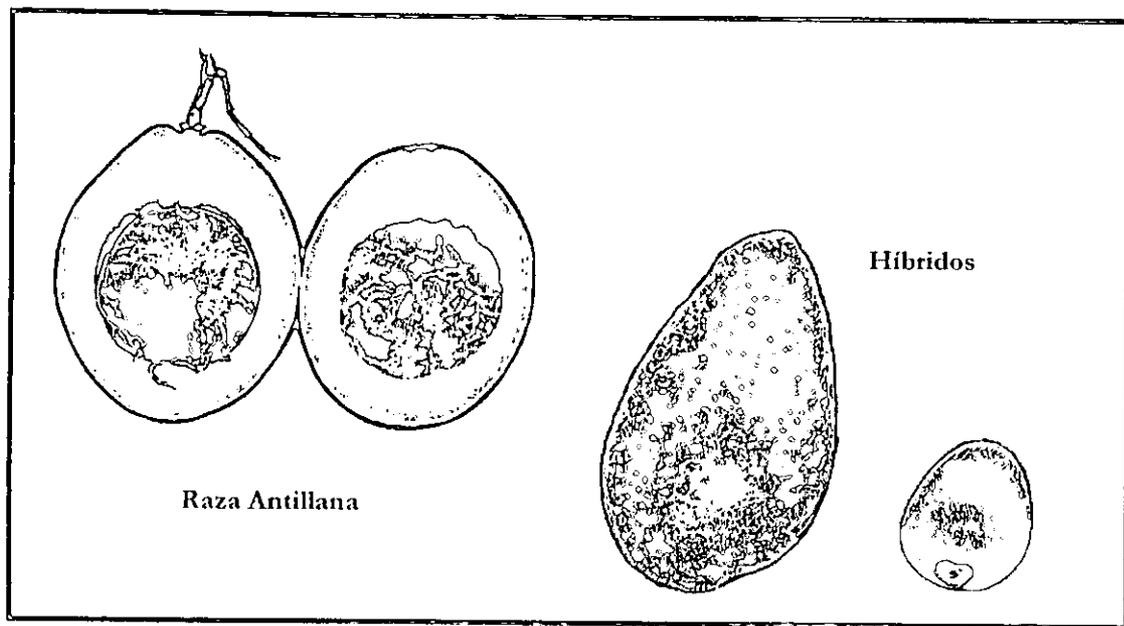
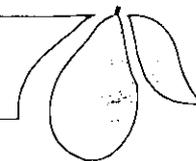
Las hojas sin olor a anís y de mayor tamaño que las del grupo mejicano, son de color verde oscuro. El tamaño de los fruto puede ser: mediano (un centímetro de logitud y 120 gramos de peso) y grande (25cm y 1500gramos). Los frutos tienen forma esférica, ovalada o piriforme. El grosor de la cáscara oscila entre 2 y 12 milímetros y es de consistencia correosa, dura y hasta leñosa; su superficie es quebradiza y a veces granulada, de color verde opaco, incluso morado, más o menos oscuro, en la madurez. La pulpa es algo fibrosa, de 18 a 20% en contenido de grasa. La semilla o hueso es de gran tamaño y suele llenar toda la cavidad que lo contiene.

Esta raza es indígena de las montañas de América Central; en Ecuador, Nicaragua y México se encuentra en alturas comprendidas entre 500 y 1000 metros sobre el nivel del mar.

VARIEDADES:

- | | |
|---------------|--------------|
| .. Anaheim | .. Anan |
| .. Benik | .. Colla |
| .. Itzamná | .. Linda |
| .. Mac Anthur | .. Orotava |
| .. Queen | .. Sharpless |

El aguacate



Balwin	Fuchsia
Pollock	Thompson
Villacampa	

HÍBRIDOS CULTIVADOS

Las características de los híbridos varían según sean sus progenitores y en ellos, además de conseguir la mejor adaptación de una nueva variedad de aguacate en una determinada zona geográfica, se ha buscado obtener frutos de tamaño mediano, más comerciales, ya que el fruto tiene un tamaño comprendido entre el de los padres, y también conseguir frutos de maduración invernal, pues al ser la época de maduración de los híbridos intermedia entre la de las plantas de origen, se logra, al cruzar una variedad de maduración estival con una de maduración primaveral, un híbrido que madure en otoño o a principios de invierno.

Solano	Taft
Wagner	Collins
Dickinson	Hass
Ishral	Lamat
Lyon	Mayapan
Nabal	Ricon
Sinaloa	Surprise
Taylor	

no a grande, entre 8 y 25 cm de longitud y entre 100 gramos y un kilo de peso. La cáscara es delgada, de 1.5 mm de espesor, más dura que la de los frutos de raza mejicana y de superficie brillante, terza y correosa. El color varía del verde claro al amarillo rojizo. La pulpa contiene poca grasa (entre 5 y 15 por ciento) y tiene un sabor acuoso, más bien insípido o a mantequilla. El hueso, de gran tamaño, no suele llenar la cavidad que lo contiene.

VARIEDADES:

Collinred	Collinson
Ettinger	Flora
Choquette	Dorothea
Fley	Fuerte

Usos del aguacate

Como ya se mencionó anteriormente, el fruto consiste en una pulpa de color verde claro, de sabor dulce. Este se utiliza y principalmente se consume en su estado fresco como una ensalada, puré o en forma en que se come en Michoacán

ANTILLANA

Las hojas, de tamaño similar a la de la raza guatemalteca, tampoco desprende olor a anís al ser estrujadas. El fruto presenta formas que varían entre al ovalada y la piriforme, su tamaño es de media-

VARIEDADES:

Baker	Butler
Mac Cann	Simmons
Trapp	Waldin



El aguacate

“Guacamole” (el cual se mezcla con cebolla, chile y otras verduras).

El aguacate viene a constituir uno de los ingredientes de importancia, para la elaboración de pasteles, panes; o bien es el ingrediente que sirve para la elaboración de sopas, bebidas, postres, salsas y algunos guisados en los que el aguacate les proporciona presentación a los platillos.

Por otra parte, la industria alimenticia requiere el aguacate, para la fabricación de aceite o alimentos concentrados.

En la industria de los cosméticos o artículos de belleza, es muy solicitado este fruto, a fin de ser utilizado en la elaboración de aceites, lociones, jabones, cremas, shampoos para el cabello, etc, por su rico contenido en aceites naturales, vitaminas y minerales.

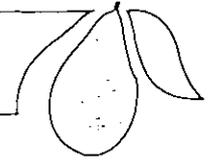
Las hojas y el hueso de éste fruto, son utilizados en la medicina natural, ya que como el caso de las hojas sirven para eliminar microbios y parásitos, estableciendo el equilibrio de las labores y cura la disenteria, algunos otros desarreglos digestivos. Sus hojas también se emplean como expectorantes. Se dice también que el aguacate tiene un alto contenido en vitamina “E” que es considerado como afrodisíaco, por su energía proteínica.

El fruto del aguacate en comparación con otras frutas y alimentos considerados complejos, es el único que posee todos los elementos nutritivos como carbohidratos, proteínas, lípidos, vitaminas, minerales y relativamente poca agua y tiene entre 200 y 250 calorías por pieza.



Uno de los platillos más comunes que puede realizarse con el aguacate, el relleno con atún.

El aguacate



Comercialización

El aguacate es una de las frutas que México obsequió al mundo. La importancia de su cultivo y el volumen de su consumo aumentan día a día en todo el planeta, porque es un producto único, de excelente sabor y con un contenido nutricional muy sobresaliente.

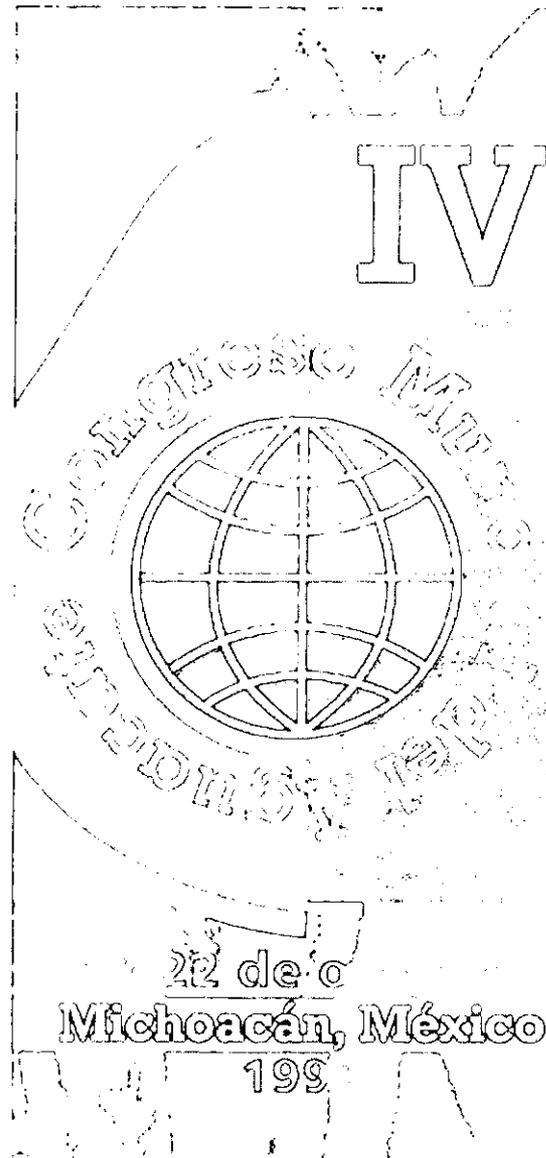
México siempre ha consumido aguacate, pero en los últimos años ese consumo se ha incrementado notablemente, debido a la producción de variedades mejoradas, en especial la Hass. Esta fruta se ha convertido en parte indispensable de la dieta del mexicano, lo que redundó en un mercado interno muy fuerte, capaz de consumir enormes cantidades de aguacate a precios altos.

El Estado de Michoacán, constituye la principal región productora del país y del mundo, contribuyendo con más del 60% de la producción mundial y con el 90% de la producción de la variedad Hass, que también es preferida en nuestros mercados.

La fuerza del mercado nacional evitó que México, y particularmente Michoacán, se interesaran por los mercados de exportación, no por ello se dejó de pensar en la posibilidad de exportar, por lo que en los últimos años se ha exportado a Europa, Japón y Canadá.

La importancia socio-económica del aguacate

En la actualidad el país más grande productor de aguacate a nivel mundial es México, pues aporta aproximadamente el 53% de la producción



mundial, seguido de EUA. Este último, conjuntamente con nuestro país son los exportadores más importantes, además de Sudáfrica, Israel y Chile.

El lugar que ocupa México en la producción mundial, se debe a sus casi 124 mil hectáreas de cultivo.

En el ámbito nacional sobresalen, además del Estado de Michoacán, los Estados de Nayarit, Morelos, Puebla y el Estado de México. Sin embargo se estima que en otras 23 entidades federativas también se cultiva este frutal debido al amplio rango agroclimático que posee el país.

Su importancia social para la región radica en el número de jornadas de trabajo que absorbe, ya que se demandan dos hectáreas por año, además de la actividad secundaria comprendida en empaques e industrialización. La exportación en los años noventa, ha contribuido a fomentar una tendencia al mejoramiento de la calidad en el proceso productivo y una mayor apertura en los esquemas de comercialización.

La comercialización de éste frutal es en 2 niveles: nacional y de exportación.

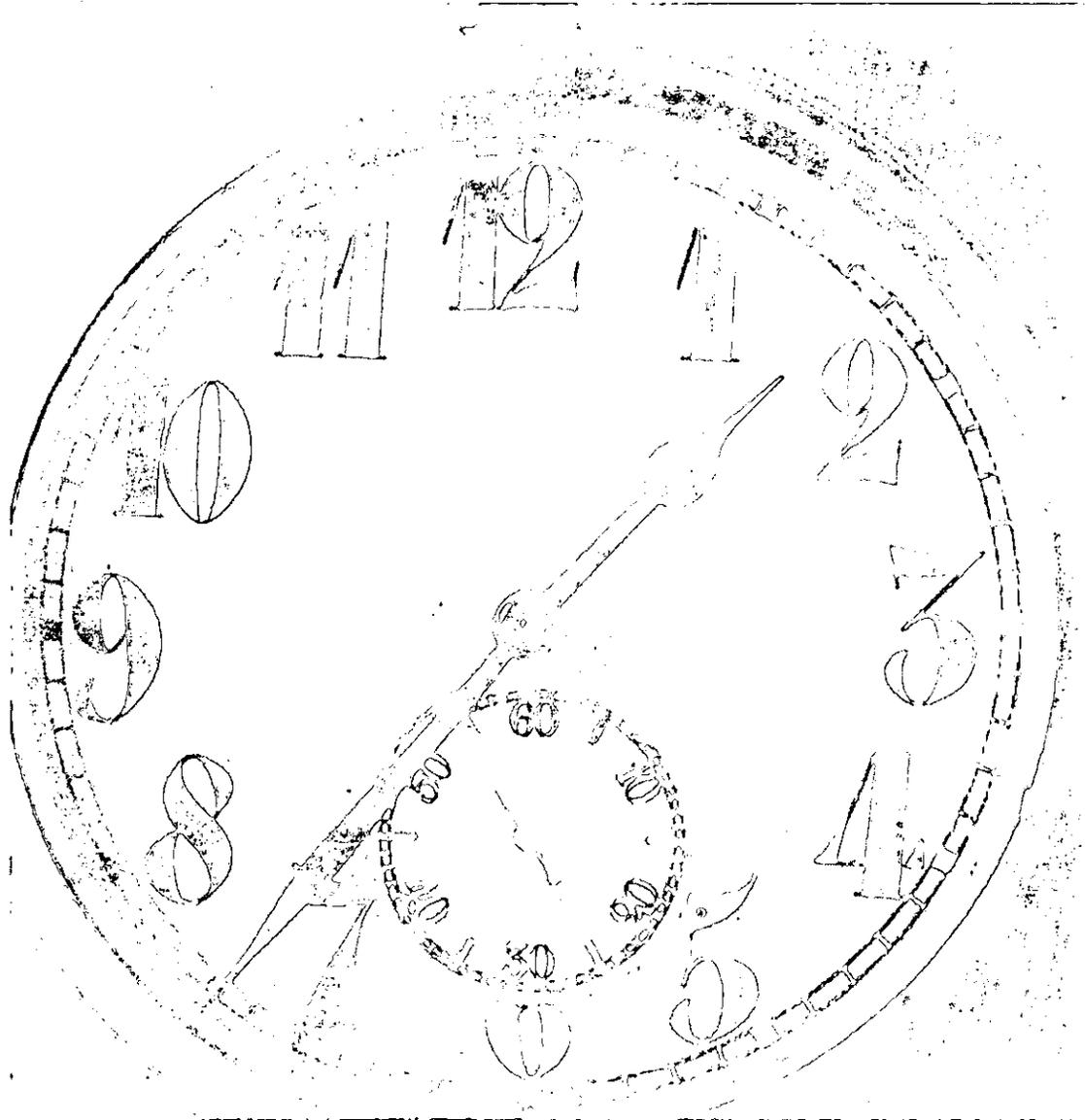
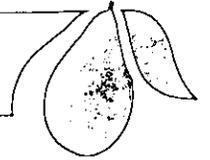
El aguacate en su estado fresco es el principal, contemplando los dos niveles (nacional y de exportación); sin embargo, es importante resaltar que solo un 7% de la producción nacional se exporta. En fresco su destino son los países Europeos, Canadá, Japón, Centroamérica y EUA, en éste país sobresale también la exportación de mil toneladas de aguacate procesado y guacamole.

Como se comentó anteriormente, la región de Uruapan posee más del 60% de la producción mundial, por ello es considerada la "Capital Mundial del Aguacate"

El aguacate ha contribuido al desarrollo económico y social de Uruapan como lo fue el IV congreso mundial

Capítulo 3

El tiempo



Es complicado para el ser humano dar una definición de lo que es el tiempo, sin embargo, sabemos que existe y que rige nuestra vida.

No se puede decir con certeza cuando comenzó el tiempo, cuándo terminará, ni siquiera si realmente existe en el sentido filosófico, pero el ser humano está tan acostumbrado a él, que este rige sus actividades diarias, les da continuidad y un orden.

El desarrollo de la escritura, considerada la piedra angular de la civilización, es también una piedra miliar en la conquista del tiempo.

Con la escritura nacieron las técnicas para medir el tiempo. El calendario, por ejemplo, relacionó las actividades humanas más estrictamente con las estaciones del año e hizo posible la coordinación de miles de hombres que coordinaban sus actividades con las de otros hombres separados por la distancia.

Las unidades de tiempo son numerosas, algunas de ellas son naturales como el año y el día, pero otras son intervención del hombre, pues la necesidad de dividir el tiempo en unidades fáciles de manejar es tan poderosa que, cuando la naturaleza no ha proporcionado las divisiones, el hombre las ha creado para ajustarlas a sus necesidades.

Es así como ha reunido 7 días naturales para formar la semana, periodo adecuado para sus tareas rutinarias: el trabajo, el descanso y las devociones. El día lo subdividió en horas para las diarias rutinas de despertar, comer y trabajar. La hora la dividió en minutos y los mismos minutos en segundos y, recientemente, ha dividido los segundos en partes mucho más pequeñas milisegundos y



El tiempo

Naturales o artificiales, éstas divisiones del tiempo han llegado a ser vitales para el hombre y su forma de vida, gracias a ellas puede controlar el tiempo.

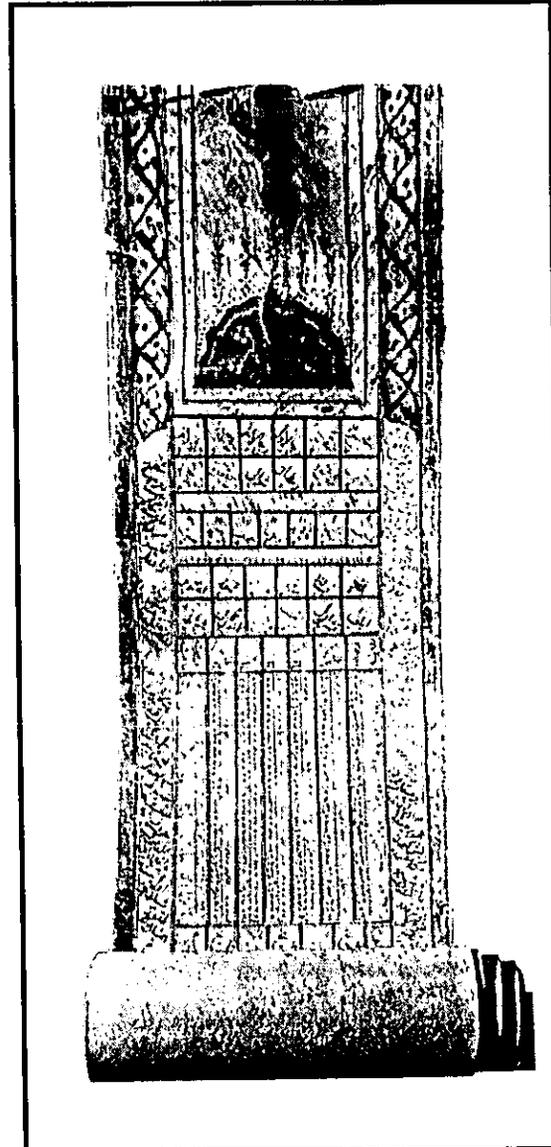
Las estaciones

Las estaciones han regido siempre la vida del hombre, y han sido adoptadas como unidades básicas para medir el tiempo. La precisión de la entrada de las estaciones ayuda al hombre a ganar-se el pan, pues le dice cuándo debe sembrar. Ropa, automoviles, hasta juguetes, todo se fabrica y se vende de acuerdo con las necesidades estacionales.

El mes

El mes junto con las estaciones del año, fue dado al hombre por la naturaleza. Su origen se ubica en el tiempo que tarda la luna en recorrer su órbita, unos 29 días.

En oriente, para algunas sociedades, la luna rige ciertas ceremonias religiosas y se mide el mes, pero en occidente, el mes se mide estrictamente por la luna, y se ha convertido en unidad útil, en una manera práctica de subdividir el año y las estaciones. Una de sus principales funciones es la de servir como unidad de tiempo para el comercio y para el intercambio periódico de dinero.



La semana

Toda sociedad necesitó inventar la semana, pues las actividades del hombre requieren de una unidad de tiempo menor que el mes y mayor que el día. Una comunidad funciona mejor si dedicada determinados días a la limpieza, el mercado, el descanso del trabajo y la oración.

Los griegos dividían el mes en semanas de diez días, y los romanos tenían una semana de ocho días, que terminaba con un día de descanso y festejos.

La semana de siete días rige en las principales naciones del mundo. Esta medida tiene su origen en el Génesis (“y el día séptimo reposó Dios...”) Y se estableció en casi todo el mundo con la propagación del Cristianismo y el Islamismo.

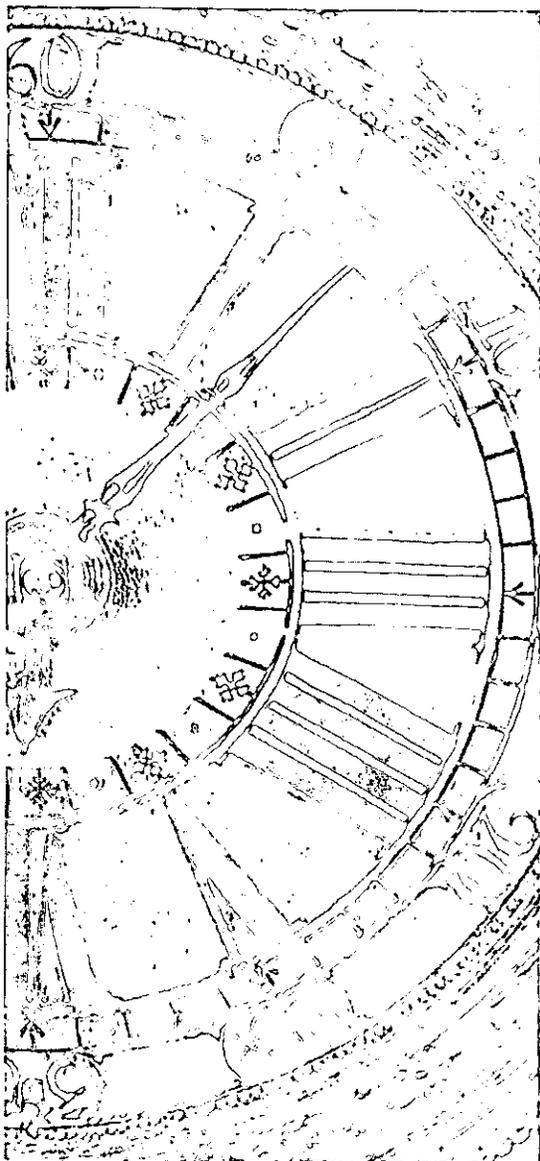
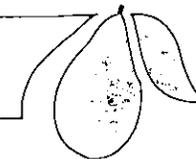
El día

Desde su aparición sobre la tierra, el día ha sido para el hombre el más obvio indicador del paso del tiempo. Nada ejerce tal dominio sobre nuestro sentido del tiempo y la actividad, como la luz y el calor que inundan el mundo al amanecer, y la fresca oscuridad que lo cubre al ponerse el sol.

Con cada amanecer, el hombre inicia sus labores: ordeña sus vacas, lleva al mercado los frutos de su huerto, acude a la fábrica o la oficina.

A medida que el sol se eleva, aumenta el ritmo de la actividad; cuando inicia su ocaso, las horas de trabajo se acercan lentamente a su fin. En las granjas los animales se disponen a dormir, las

El tiempo



tiendas cierran sus puertas; es el momento de reunirse con la familia, a cenar y descansar.

Muy pronto, en el lado oscuro de la tierra todo duerme, y solo brillan las luces artificiales inventadas por el hombre para sustituir al sol que se fue.

La hora

Reguladora de la vida, es invención de la civilización occidental y dicta toda una manera de vivir. La hora indica al hombre cuándo debe iniciar su trabajo y el momento de dejarlo, el momento de levantarse. Hubo un tiempo en que el hombre comía cuando tenía hambre, pero hoy la comida se toma a una hora fija.

Las horas han llegado a dominar a tal grado nuestra existencia, que resulta difícil imaginar el día sin ellas. Y sin embargo su importancia data apenas del siglo XIV, cuando las ciudades europeas montaron relojes mecánicos cuyas campanas sonaban 24 veces al día. Hasta entonces el día no había sido dividido con exactitud. Los anglosajones, por ejemplo lo dividían en partes no muy definidas llamadas "tides" o sea periodos (mañana, tarde y noche).

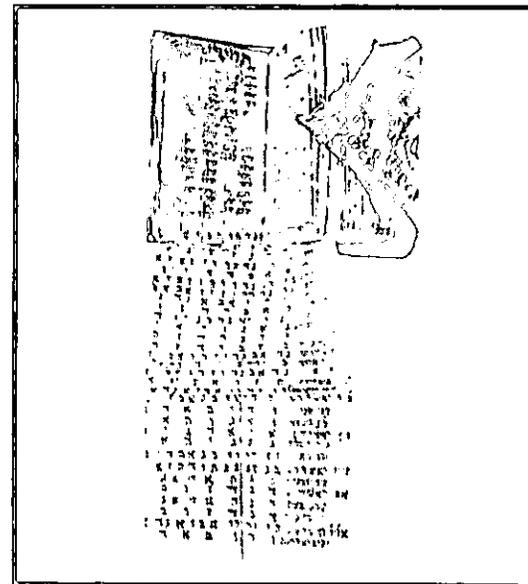
Por exacta que sea la medición del tiempo gracias a las horas, no todas las sociedades las emplean de igual modo.

Desde la creación del reloj, el hombre ha girado en torno a él y lo ha ubicado como parte importante de su vida diaria.

El minuto

Los relojes primitivos no tenían minutereros; el minuto adquirió importancia con las sociedades modernas. Durante la Revolución Industrial los trenes comenzaron a correr según un horario fijo, los silbatos de las fábricas indicaban el cambio de turno, el ritmo de la vida se aceleró y el minuto se convirtió en la principal unidad de tiempo.

Pero el minuto es demasiado largo para la ciencia moderna. En las aventuras del hombre en el espacio, con sus complicados cálculos, el segundo, el milisegundo y el microsegundo, rigen como las unidades de tiempo vitales.



Calendario antiguo portátil



Agendas

El calendario

Una de las imágenes más familiares para el amante de las películas viejas, es la de un calendario cuyas hojas se desprenden, una a una, como símbolo del paso del tiempo. Por trillada que esté, produce el efecto deseado con uno de los instrumentos más conocidos y básicos de la civilización.

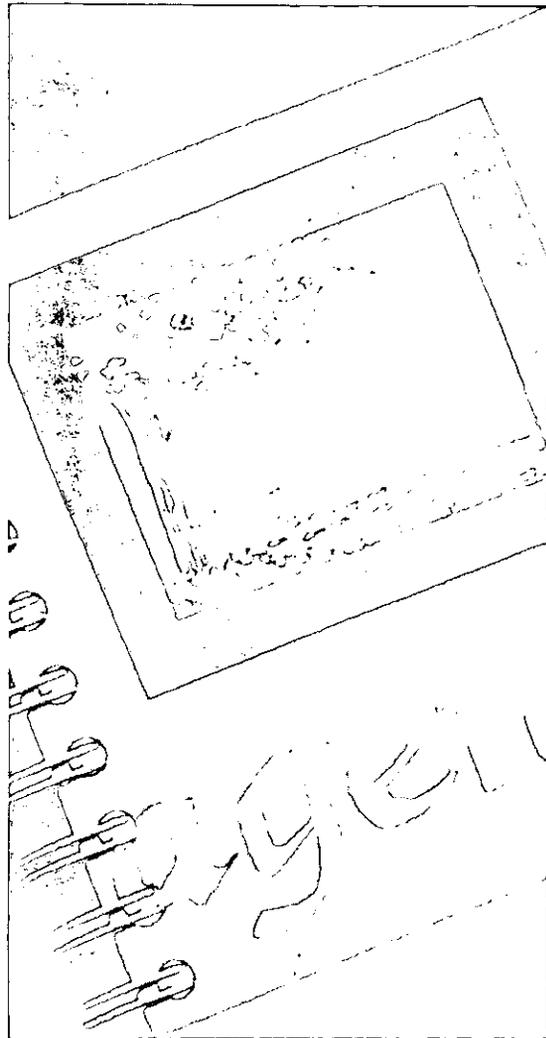
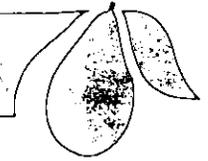
El calendario que cuelga de una pared es parte indispensable de la vida diaria. Permite al hombre llevar cuenta del tiempo que pasa y trazar planes para el futuro. Le dice cuándo debe arar y sembrar, o prepararse para ayunos o fiestas, o almacenar combustible para el invierno. Le indica cuándo debe preparar la fiesta de cumpleaños de su vástago, y le permite saber cuantos días le quedan para sus compras de navidad.

El calendario cumple otra función no menos importante: permite a la persona coordinar sus actividades con las de hombres que viven a varios miles de kilómetros. Como el mismo calendario cuelga en todas las paredes y descansa en todos los escritorios (en el mundo occidental, por lo menos), la persona que viva en Buenos Aires podrá concertar una cita de negocios en Nueva York o reservar habitación en un hotel de Beirut con la certeza de que tanto él como sus lejanos corresponsales se estarán viendo, más o menos en el mismo día.

El calendario es algo de engañosa sencillez, un medio de contar los días y organizarlos en unidades convencionales (años, meses y semanas).



Agendas



Las agendas, ayudan a organizar el tiempo y a tener en cuenta, todas aquellas fechas importantes durante todo el año.

La función que desempeña una agenda es un poco parecida a la del calendario.

En la actualidad el hombre es esclavo del tiempo, por ello se vio en la necesidad de crear algún método para organizar las actividades que realiza durante el día, la semana o el mes, para que con ello fuera más rendidor su trabajo.

A diferencia del calendario, la agenda ayuda a organizar mejor el tiempo y para marcar en ellas las actividades que son importantes durante el día.

La necesidad de poder hacer un registro de las actividades y poderlas intercalar con las fechas del calendario, dio como resultado la creación de las agendas.

La utilización de la agenda ayuda a muchos a llevar cuenta del tiempo y de ordenar sus asuntos.

A partir de la creación de las agendas, las necesidades se han personalizado, cada profesionalista tiene necesidades diferentes, al igual que las amas de casa, los grandes industriales, los jóvenes, etc.

Es necesaria una agenda para poder organizar bien nuestro tiempo, y llevar un control de las cosas importantes que tenemos que realizar.

La organización del tiempo siempre ha sido difícil para el ser humano, el dar un equilibrio a nuestras actividades y dar el tiempo necesario para realizar nuestros compromisos, resulta un tanto difícil.

Tipos de agendas

En la actualidad, las agendas son de mucha utilidad para las personas que realizan muchas actividades durante el día.

Estas agendas pueden ser utilizadas principalmente en las empresas, para poder llevar un orden y registro del tiempo, también son utilizadas por los profesionistas, amas de casa y estudiantes.

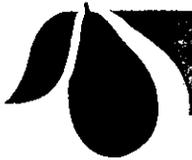
El llevar un registro y un orden en una agenda, nos permite recordar todas las actividades que se deben de realizar durante el día y poder para llevar un control sobre la administración de nuestro tiempo.

Las diferentes necesidades, de los individuos por organizar el tiempo, se han hecho notorias, es por ello que se han creado diferentes agendas de acuerdo a las necesidades que cada individuo posee. Entre los diferentes tipos de agendas se encuentran:

Ejecutivas:

Este tipo de agendas son utilizadas principalmente por las empresas y por los hombres de grandes negocios. Dentro de las características de estas agendas se encuentra lo que es el calendario de tres años por lo menos, los teléfonos de emergencia, los datos personales y el reparto de los días de la semana de acuerdo a la jornada de trabajo de 8 horas. Los datos que más identifican a este tipo de agendas es el horario internacional, agencias de viajes, vencimiento de los seguros y créditos, vencimiento de inversiones, directorio de gobierno federal y hojas de planeación antes de empezar el año.

Como se mencionó con anterioridad, éste tipo de agendas es muy útil, ya que se puede llevar un control de cosas relacionadas con el trabajo que se realiza en una empresa.



Agendas

Promocional

La agenda promocional es aquella en la que se quiere dar a conocer alguna empresa o simplemente se utiliza para dar difusión a algún tipo de arte, cultura, historia o elementos característicos de alguna cultura.

En éste tipo de agenda se promociona lo que se quiere durante todo el año, se puede manejar de muchas maneras, se puede manejar por meses o por temporadas según las necesidades de la promoción.

Las agendas promocionales, generalmente se hace para un público en general. Contiene calendarios de años adelante y del año actual, directorio, fechas importantes, datos personales, teléfonos de emergencia, etc.

De bolsillo

Estas agendas son en un tamaño muy chico de manera que puedan caber en el bolsillo, de ahí su nombre.

La característica principal de éste tipo de agendas es que solo tienen lo necesario para recordar las cosas que se tienen que realizar durante el día, además de ello tienen un directorio telefónico y el calendario del año actual como también el del año siguiente.

De caja:

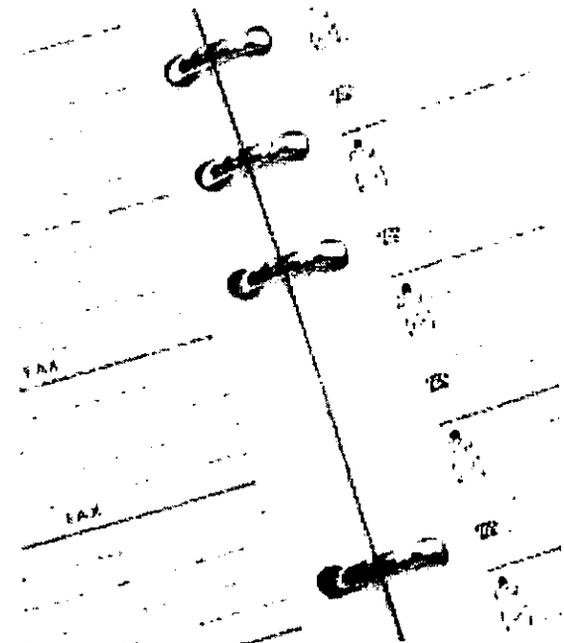
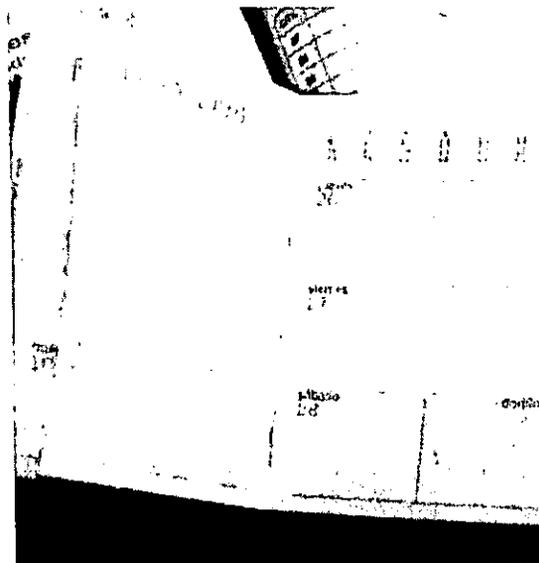
Otro de los tipos de agenda que se utilizan con mucha frecuencia, es la de caja, que principalmente está diseñada para las personas dedicadas al comercio.

Este tipo de agenda tiene como característica principal, que en sus hojas durante el año se maneja lo que son las entradas y salidas de dinero, y además un concepto para poder llevar un registro de todo lo que durante el día se gastó y cuanto dinero se pudo ganar. Como los otros tipos de agenda también cuenta con el calendario actual y un calendario referente al siguiente año.

Estudiantil

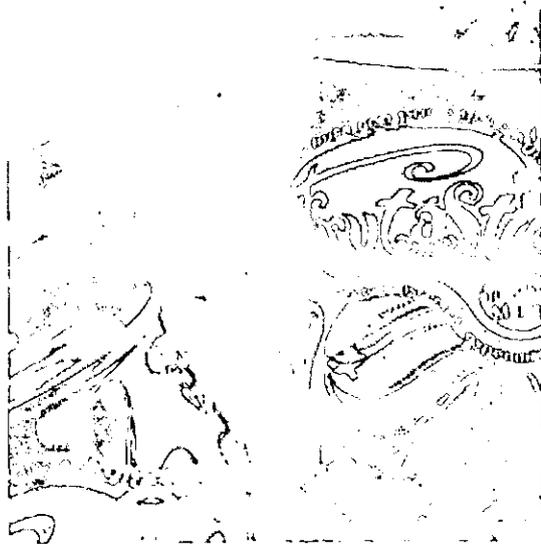
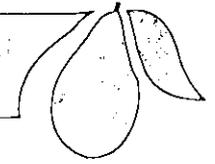
Las agendas estudiantiles, son utilizadas como su nombre lo indica por estudiantes, principalmente de preparatoria y universidad. Este tipo de agenda la utilizan para poder llevar una buena organización del tiempo que dedican al estudio.

Las características de este tipo de agendas es que tienen un horario que se adecúa a las necesidades del estudiante, los días que tienen mayor espacio son de Lunes a Viernes, tienen un espacio dedicado solo a tareas y otro para marcar las fechas de los exámenes y entregas de trabajos, cuentan con calendario y teléfonos de emergencia.

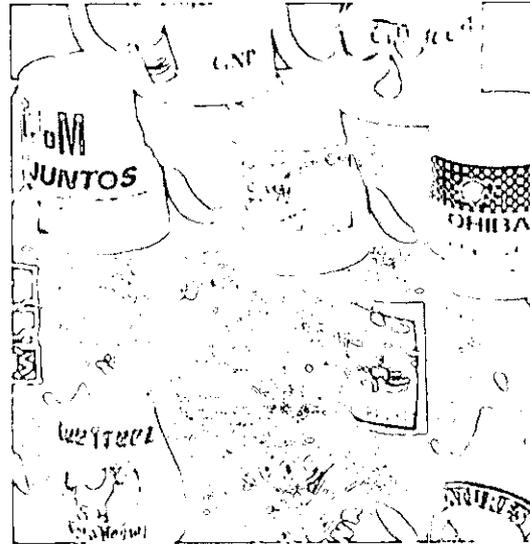
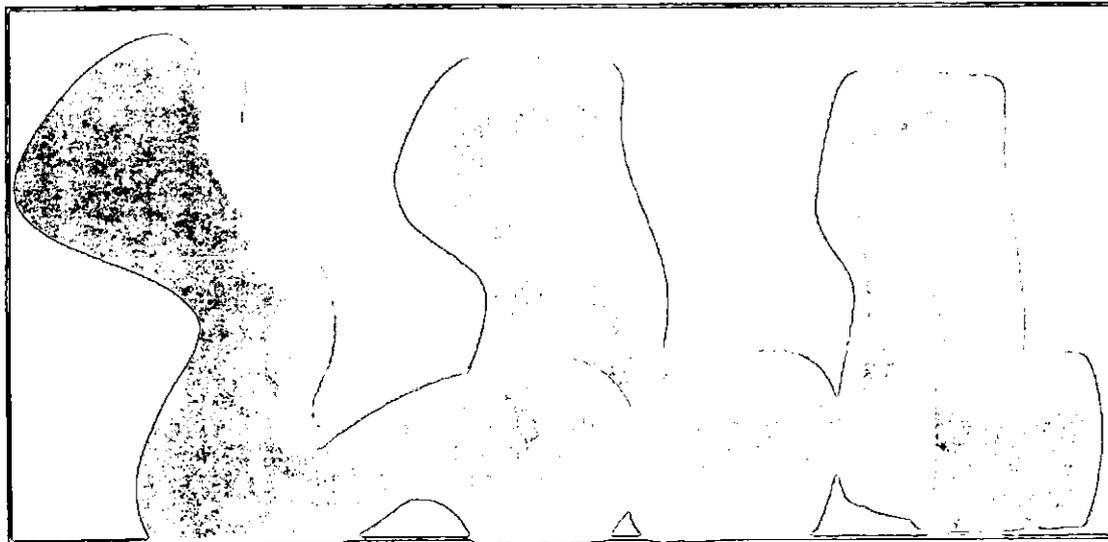


Capítulo 4

El diseño



El diseño gráfico.



Del diseño en general

El diseño es el resultado de un proceso creativo, cuyo objetivo final se hallará en un producto concreto, físico, material estable, destinado a cubrir una función. A éste producto se le ha denominado "forma".

Se trata de un proceso porque sus objetivos no pueden cumplirse de manera inmediata, sino a través de varias etapas en las cuales el dibujo, tiene una gran importancia porque expresa intuiciones que se discuten o comprueban antes de efectuar acciones.

Según sus objetivos, el diseño puede ser artístico, técnico o mixto. Se diseña una ciudad, un edificio, un avión, una maquinaria industrial y también un escritorio, una licuadora o una campaña publicitaria.

Uno de los tipos de diseño que son muy importante es el que pertenece a las funciones de comunicación y propaganda, como son carteles, tipografía, rótulos, páginas Web, cine televisión, etc. A la cual se le denomina Diseño Gráfico.

El diseño industrial, surge como disciplina al igual que el diseño gráfico.

El diseño gráfico

¿qué es?

El diseño gráfico es la disciplina que tiene por objetivo, comunicar un mensaje a través de la organización de palabras e imágenes.

El diseño gráfico es una fuerza de sustento económico, político y cultural.

Escudriñamos los periódicos, pagamos con papel moneda nuestras facturas; también con cheques o tarjetas de crédito; conocemos artículos de consumo y promocionales mediante la publicidad y los llevamos a casa en cajas de cartón o bolsas impresas.

Ampliamos nuestro conocimiento por medio de los libros de texto, revistas, periódicos, así como de publicaciones técnicas, folletos promocionales, así como de otros medios impresos. Actualmente también aprendemos por medio del internet.

Para todo ello el diseño gráfico es indispensable, puesto que ayuda a solucionar problemas de comunicación. Nos ayuda a lograr captar la atención del público receptor para persuadir por medio de las imágenes.

Historia

El origen de la comunicación visual data de la época prehistórica. Los pueblos primitivos, habitantes de Africa y Europa dejaron pinturas en las cavernas con imágenes sencillas sobre las paredes de algunos animales que cazaban. No fueron éstos los comienzos del arte como ahora conocemos; sino los principios de la comunicación



El diseño gráfico



visual, porque estas pinturas fueron hechas para la sobre vivencia y creadas con fines prácticos y ritualistas.

El hombre prehistórico ha dejado numerosos signos esculpidos o raspados, que representan ideas o conceptos. Estas ideas evolucionaron por una parte con el principio del arte pictórico y por otro lado el de la escritura.

El artista del paleolítico tuvo tendencia a simplificar y estilizar. Las figuras se volvieron cada vez más sencillas y eran expresadas con un número mínimo de líneas. Algunas de las figuras habían sido reducidos al punto de casi parecer letras.

Todos los sistemas de escritura inventados han derivado de imágenes, que vinieron a satisfacer necesidades de comunicación, entre los individuos.

Tal invento se lo debemos a los sumerios quienes contribuyeron al proceso social e intelectual que ha tenido impacto para el futuro.

En la ciudad de Mesopotamia donde habitaban los sumerios, se estableció el orden social necesario para que un pueblo numeroso viviera unido. Pero de los muchos inventos que los sumerios lanzaron al mundo a la senda de la civilización, fue la invención de la escritura la que ocasionó una revolución intelectual y ésta tuvo efectos de vastos alcances en el orden social, el

progreso y el desarrollo económico y cultural.

Poco tiempo después la escritura fue reinventada por los egipcios. Pero lo único que tomarían sería la idea, no el sistema.

La pintura rupestre, que marcó el principio de lo que hoy es la comunicación visual

Un importante adelanto dentro de la comunicación visual egipcia fue el desarrollo del papiro, una especie de papel utilizado para escribir.

Los egipcios fueron el primer pueblo que elaboró manuscritos ilustrados, en ellos las palabras y los dibujos se comunicaban entre sí para transmitir la información.

Desde el principio de su historia, los egipcios utilizaron sellos cilíndricos y marcas de propietario en artículos. Las innovaciones de los egipcios, junto con los logros de Mesopotamia, fueron el detonante para el desarrollo del alfabeto y de la comunicación gráfica en Fenicia el mundo Greco-romano.

Los fenicios crearon un alfabeto que se componía de 22 caracteres, y era un alfabeto moderno en todos los aspectos, excepto uno: tenía consonantes, pero no vocales. Solo faltaban los griegos, que incluyeron en su propio alfabeto cinco vocales, paso que se dio en el siglo IX antes de nuestra era.

Sin embargo los propios griegos atribuían a los fenicios ésta invención suya. El alfabeto se difundió rápidamente. La cultura china tiene también gran importancia para la historia del diseño gráfico ya que entre las muchas innovaciones que aportaron los antiguos chinos, se encuentran algunas que cambiaron el curso de la historia, como la invención de la brújula, la pólvora, el papel y la imprenta.

La imprenta hizo posible la duplicación de las palabras y las imágenes, esto amplió la difusión colocarse en la vanguardia y conquistar el mundo. El uso de la imprenta y el papel se convirtió en el método para reproducir y extender el lenguaje europeo, y con este su cultura, religión y ley, a través de todo el mundo.

El diseño gráfico

Los chinos transmitieron un arte puramente visual, la caligrafía, en donde cada símbolo se compone de cierto número de líneas con forma diferente, dentro de un cuadro imaginario. Los chinos sacrificaron el realismo de los jeroglíficos por diseños más abstractos; parece ser que se interesaban por lo estético.

El invento del papel, por parte de esta cultura, dio un gran avance para la historia del diseño gráfico. El proceso para su fabricación inventada por los chinos continuó sin cambios hasta el siglo XIX, cuando en Inglaterra se mecanizó su producción.

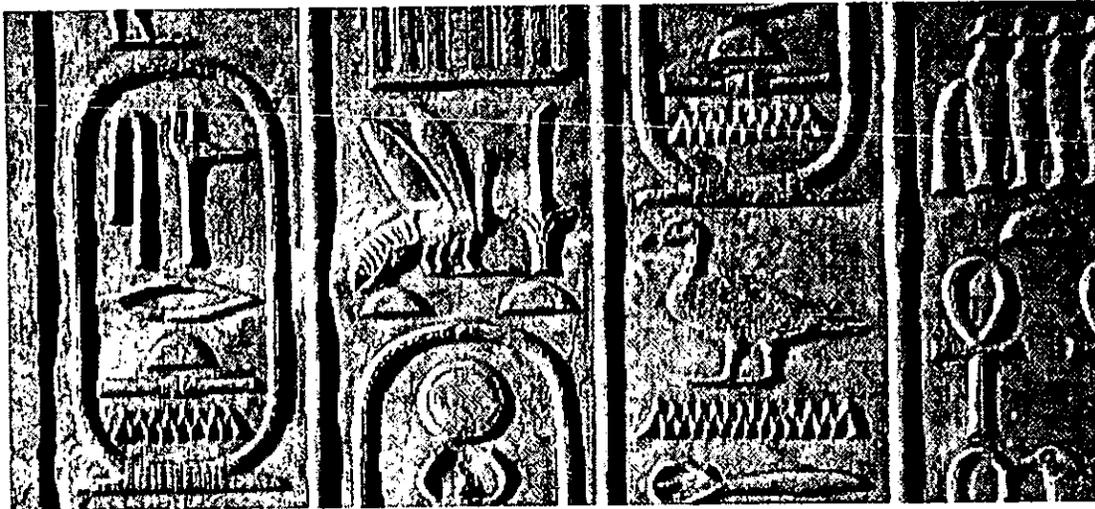
Después de la escritura, el segundo invento más importante en la historia de la humanidad es la imprenta, la cual también fue

creada por los chinos. Los tipos se creaban en bloques de madera para después ser impresos.

A partir de este invento se crearon los tipos móviles, que en lugar de cortar de un bloque de madera cada carácter caligráfico, y cada página de escritura para hacer la impresión, se hacía cada tipo por separado en bronce, para utilizarlos varias veces y poder armar diferentes páginas.

El término para designar este tipo de impresión, es el de tipografía, que es mediante el uso de piezas de metal independientes móviles e intercambiables. Este invento de Gutenberg a mediados del siglo XIV, abre nuevos horizontes en el diseño gráfico.

La impresión tipográfica permitió la producción económica y múltiple de la

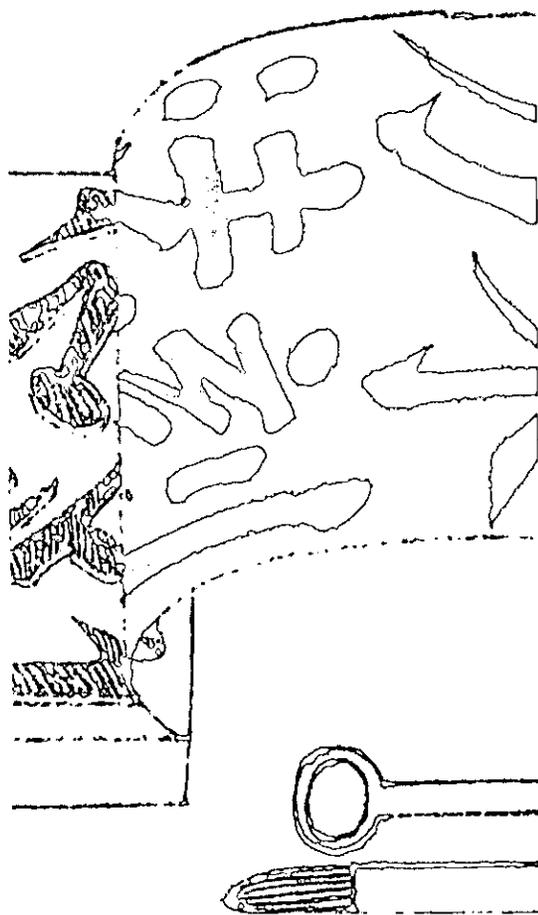


Jeroglíficos egipcios, que marcaron parte importante en la historia de la escritura.



Escritura que utilizaron los chinos y que forman parte del nacimiento de la comunicación visual

El diseño gráfico.



Forma de impresión, que inventaron los chinos y que dio lugar a los que es hoy en día la imprenta.

comunicación alfabética. Como resultado de este notable invento, se incrementó la alfabetización y el conocimiento se extendió rápidamente.

Con la Revolución Industrial la rapidez de los acontecimientos y las necesidades masivas de comunicación de una creciente sociedad urbana e industrializada, produjeron la pronta expansión de imprentas comerciales, anuncios y carteles.

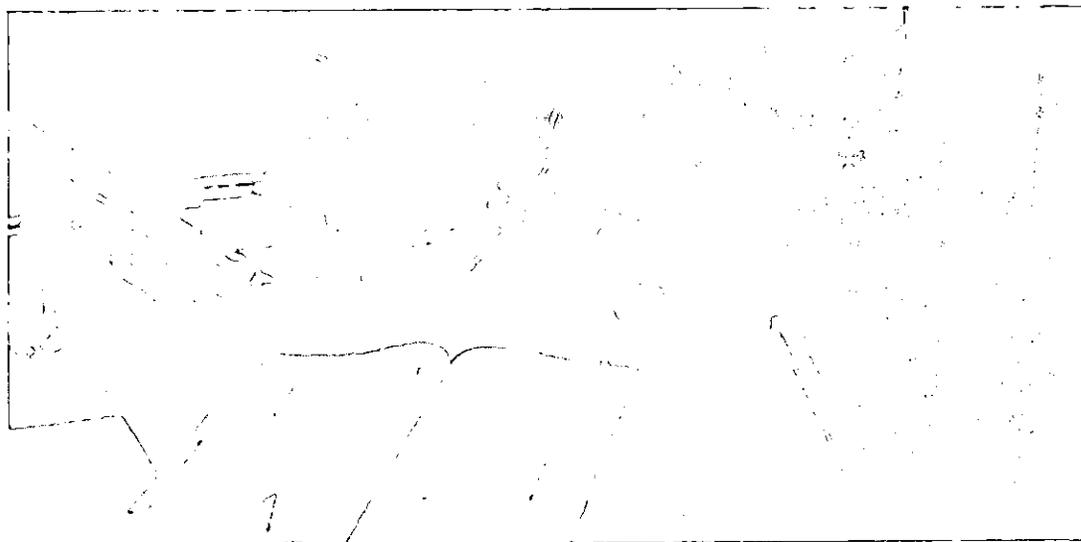
Ya no era suficiente que las letras del alfabeto funcionaran como símbolos fonéticos. La era industrial requería que estos signos se transformaran en formas visuales, abstractas que proyectaran formas concretas de fuertes contrastes y de gran tamaño, para que pudieran leerse a distancia.

En las primeras décadas del siglo XIX, se observó una explosión de nuevos tipos de diseño, nunca antes vistos. Como otros aspectos de la

Revolución Industrial, Inglaterra tuvo un papel fundamental. Los fundidores de letras londinenses lograron diseños innovadores.

En el año de 1815 se exhibieron modelos que proyectaban la ilusión de tres dimensiones y asemejaban objetos voluminosos más que signos bidimensionales. Una variante adicional era la profundidad del sombreado, que iba desde sombras delgadas a lápiz, hasta perspectivas profundas. Cuando los diseñadores se dieron cuenta que cada recurso (perspectiva, contornos, inversiones, ensanchamientos, reducciones) podían multiplicar cada estilo, dentro de un calcidoscopio de posibilidades de diseño, los estilos proliferaron sin límites.

En el año de 1834, los nuevos estilos podían ser presentados tan fácilmente que se invitaba a los clientes a enviar el dibujo de una letra



El diseño gráfico

de nuevo estilo atractivo y la fabricación ofrecía diseñar y producir la fundición completa basándose en el dibujo.

La demanda creciente de carteles por clientes que iban desde circos ambulantes y compañías de teatro de variedades, hasta tiendas de ropa y los nuevos ferrocarriles, condujeron a la creación de casas comerciales de carteles, especializadas en material tipográfico de presentación.

A mediados del siglo XIX, los carteles se empezaron a hacer con imágenes pictóricas y llamativas. La litografía era el medio gráfico que permitía una aproximación más fluida al lenguaje de la imagen en la comunicación pública.

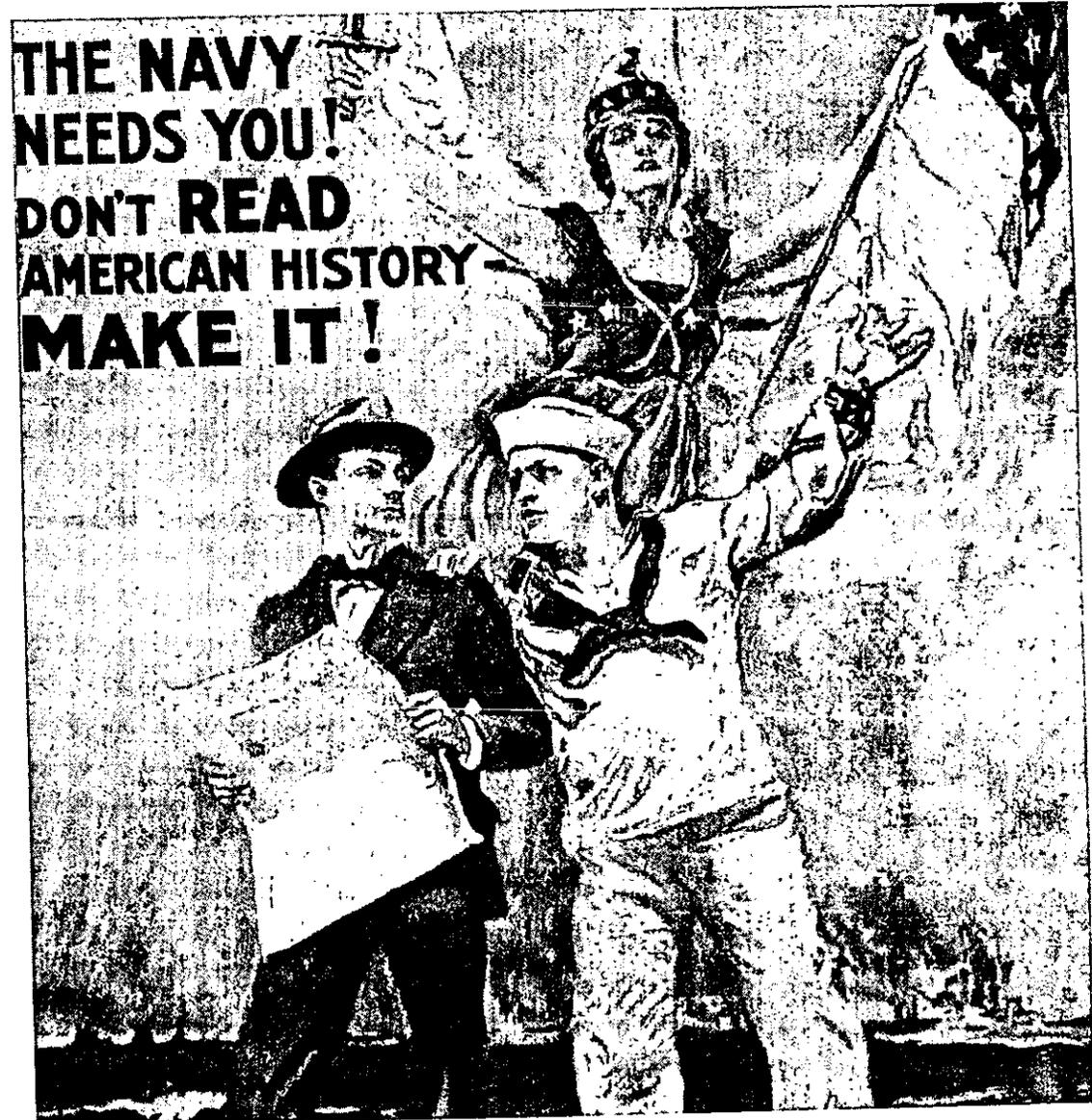
En este siglo al hacerse más fácil la reproducción de la ilustración y cobrar importancia el empaque de los productos comerciales debido a la competencia, el arte del diseño gráfico ha ido ganando importancia.

De manera paralela también ha aumentado la importancia de todos los demás aspectos del diseño, en la industria, la tecnología y el comercio.

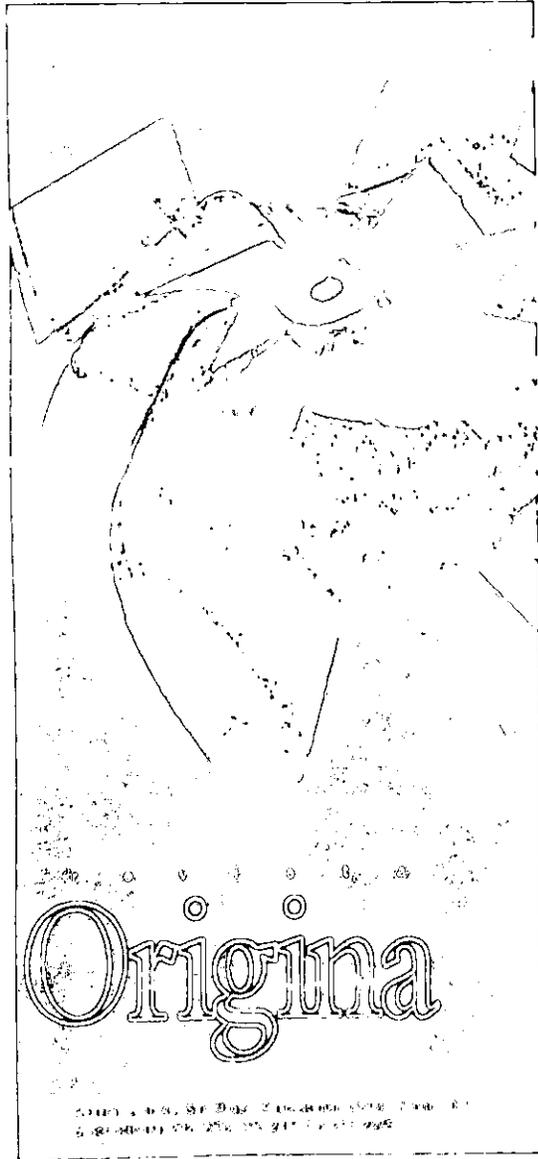
A mediados de ese siglo, el diseño gráfico se integró en las áreas de empaque, presentación, exposición y publicidad, y se estableció como profesión.

Henri de Toulouse Lautrec (1864 - 1901) influyó notablemente en la elaboración del cartel moderno. Entendía que el cartel era un medio de comunicación con otras personas, y que se dirigía a cierta audiencia.

Gran parte del diseño actual consiste en combinar elementos del arte con los de la industria y el comercio.



El diseño gráfico



El artista inglés del siglo XIX William Morris, artesano, ilustrador, diseñador y escritor, puede ser considerado como uno de los padres fundadores del diseño moderno, sus ideas se extendieron a la impresión de producción de libros así como al mobiliario, tapiz y telas.

La siguiente influencia significativa en el diseño fue el movimiento de las artes decorativas conocido como Art Nouveau (arte nuevo), nombre de una tienda que se abrió en París en 1895, las figuras que lo caracterizaban eran curvas y flotantes, los estilos como olas o tallos de flores.

La influencia mas importante, sin embargo, fue de la Bauhaus, establecida en Alemania inmediatamente después de la primera guerra mundial. Walter Gropius, arquitecto, diseñador y maestro, fundó la escuela de la Bauhaus de arte y diseño en Weimar en 1919. Enseñó los principios que se convirtieron en fundamentales para casi todos los aspectos del diseño del siglo XX.

El papel del diseñador gráfico ganó aceptación en Estados Unidos donde la producción y la publicidad masiva, junto con el cine, crearon la necesidad de diseñadores especialistas. Lester Beall inició la idea de formar una imagen corporativa de una compañía. Su trabajo de diseño de Cartepilla llevó a usar el símbolo de una compañía en todo, desde las máquinas hasta la papelería de oficina.

La explosión actual del diseño gráfico comenzó en Europa en los años 60's, aunque había empezado antes en los Estados Unidos, tuvo su origen en la prosperidad del consumo, que provocó un aumento masivo de la publicidad, el de libros. Con la expansión de la televisión el diseño gráfico fue tomando fuerza.

periodismo y la publicación de libros. Con la expansión de la televisión el diseño gráfico fue tomando fuerza.

Es ahí cuando el diseñador empieza a tomar conciencia de la profesión y de manejar conceptos, código, estéticas y sus mensajes deben ser estructurados para poder ser captados por los receptores. Lo que empieza a marcar la diferencia entre arte y diseño funcional.

Al ver que sus ideas pueden ser transmitidas de una forma rápida e instantánea a cualquier parte del mundo gracias a las tan variadas facilidades electrónicas ofrecidas, el diseñador va adquiriendo una visión cada vez mas global de su papel.

A partir de la comunicación electrónica a todo el mundo, se han ido intercambiando ideas y estilos de culturas diferentes que han influido en el diseño gráfico de la actualidad.

Los sistemas electrónicos, como lo es la computadora han venido a renovar las estructuras del diseño gráfico, marcando una pauta entre el diseño antiguo y la innovación de imágenes influidas por ese diseño antiguo pero con nuevas propuestas.

En México

Con la venida de los españoles se trajo la imprenta a México, a partir de ahí se empezó a hacer diseño gráfico en el país, principalmente de carteles, libros y periódicos, de ésta fecha hasta hace apenas 4 décadas se había estancado el diseño gráfico.

El diseño gráfico

En México, el diseño gráfico, empezó a asumir un papel importante hace apenas 40 años y recibió un impulso definitivo en 1968.

La olimpiada de ese año convirtió al diseño gráfico en un ambiente visual para el país.

Al mismo tiempo, demostró a fabricantes y compañías locales, según la opinión generalizada de los profesionales del ramo, la importancia de un programa gráfico bien estructurado. El creador del logotipo de México 68, Lance Wayman dice "Durante la XIX olimpiada hubo que desarrollar un lenguaje gráfico y un sistema de identificación capaz de hablarle a un grupo multilingüal".

En un intento por recoger la tradición del diseño mexicano se fundó la Escuela Nacional de Diseño y Artesanías, la primera escuela de diseño a nivel técnico.

En los 60's, se instituyó la carrera de diseño gráfico en la Universidad Iberoamericana y enfrentaron a la ausencia de un trabajo definitivo y un gremio organizado.

A partir de los años 70's, se comenzaron a crear asociaciones de diseñadores gráficos que comenzaron a trabajar realmente lo que es diseño gráfico, imágenes corporativas de empresas, envases y embalajes de productos que se vendían a nivel nacional, la creación de campañas publicitarias y un sin número de actividades relacionadas con el diseño gráfico.

Con la invención de la computadora y las amplias comunicaciones internacionales, el diseño gráfico se ha visto influido por otros países.

En la época actual el diseñador gráfico se desenvuelve en áreas específicas que le han traído como resultado la especialización de su trabajo.

Con la exportación de productos de origen mexicano, el diseño ha tenido que ponerse a la altura internacional.

Los sistemas computarizados han traído beneficios en cuanto a la innovación y al desarrollo del diseño gráfico, pero si bien es cierto que se ha provocado que muchas personas asuman el papel de diseñadores sin serlo, y el diseño gráfico se ha venido demeritando por ese hecho.

Sin embargo, los grandes empresarios y las personas dedicadas a la comunicación se han dado cuenta que un buen diseño trae beneficios para la sociedad y sobre todo para su beneficio. Por lo que el diseño gráfico ha tomado un papel importante en México.

En los últimos años, se ha notado un importante avance en el diseño gráfico de México, debido al gran alcance que han tenido las comunicaciones hoy en día.

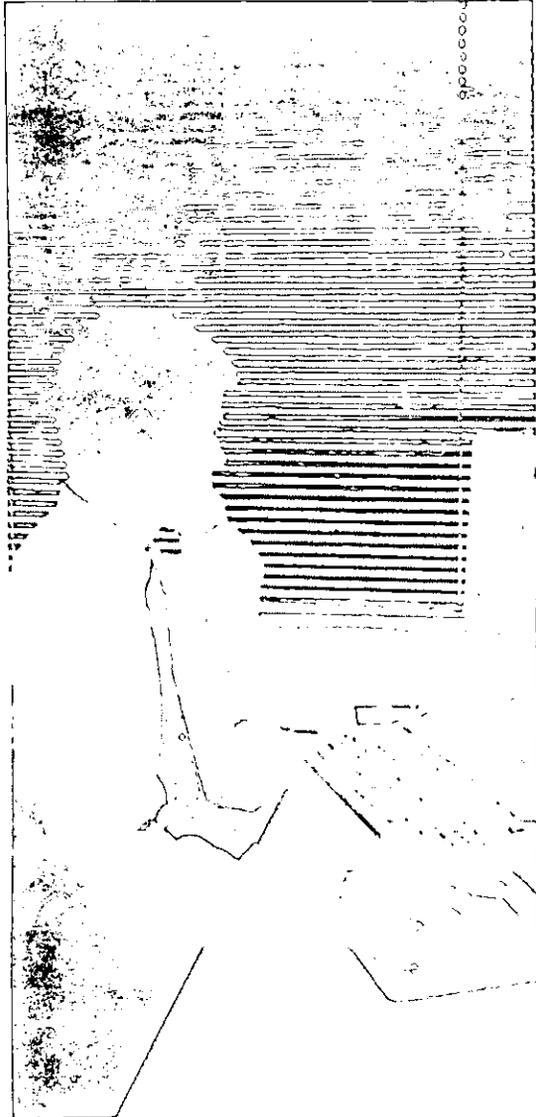
Los trabajos desarrollados por los



diseñadores gráficos en la actualidad, en todo el país, son relacionados con las áreas de esta profesión. Hay diseñadores gráficos que se dedican a una sola área como el diseño editorial, envase y embalaje, diseño publicitario o el diseño audiovisual, sin embargo hay otros diseñadores que realizan trabajos de todas estas áreas. La mayoría de los diseñadores gráficos en provincia, se dedican a satisfacer todo tipo de necesidades gráficas y de comunicación, debido a que es muy poco común que los diseñadores gráficos se dediquen a ciertas áreas del diseño gráfico solamente, puesto que no son tantas las necesidades gráficas y de comunicación en provincia como las que existen en las grandes ciudades como es la ciudad de México.



El diseño gráfico



Desarrollo del trabajo del diseñador gráfico

Campo de acción

Trabajar como diseñador gráfico implica trabajar con clientes y se gana la vida en base al trabajo comercial.

Los diseñadores gráficos, trabajan algunas veces a solas y otras veces en grupo con otros diseñadores.

Existen dos formas de trabajar como diseñador gráfico:

La primera la constituye el diseñador gráfico asalariado o bien perteneciente a una compañía. El trabajo por lo general es de oficina, es decir como parte de una empresa comercial o industrial. Por ejemplo, un diseñador gráfico puede trabajar en el equipo de una agencia de asesoría en diseño.

La segunda manera en la que puede trabajar un diseñador gráfico es como Freelance o independiente, que es la forma de tratar con clientes, sin tener que pertenecer a una compañía.

Diseñador gráfico asalariado

Tanto en una compañía industrial como en una asesoría de diseño, el patrón usual es comenzar como diseñador Junior (el cual está bajo la supervisión de otro diseñador o de otro profesional), y después obtener una promoción al rango de diseñador Senior (para el cual la empresa pone toda su confianza y está a cargo de todo el departamento de diseño). En algunos casos la promoción de los diseñadores puede ir mas allá, hasta llegar a una de las direcciones de la compañía y tomar un papel más amplio que abarque la

supervisión de muchas, sino es que de todas las actividades de diseño de la compañía. Este papel equivale a lo que se conoce como gerencia de diseño. Aquí el diseñador no diseña nada, sino que se encarga de las principales decisiones en materia de diseño o de la administración del proceso de diseño.

Freelance

El diseñador gráfico freelance, trabaja principalmente con clientes, y sobre proyectos establecidos. En comparación con un diseñador asalariado, el diseñador freelance posee todos los derechos de autor de sus diseños.

El diseñador independiente puede trabajar de tres formas.

Una asignación sencilla: que se completa por lo general en dos etapas: un boceto en sucio y un diseño terminado.

Una asignación múltiple o por periodo: sucede cuando deben de proporcionarse un número de diseños en una sola serie o durante un periodo de tiempo.

Servicio de asesoría: normalmente los servicios de asesoría se contratan anualmente. Se retiene al diseñador independiente en condiciones meramente de asesor.

El campo del diseño se desarrolla rápidamente y la forma más fácil de mantenerse al tanto de los cambios, y de juntarse a discutir problemas comunes, es pertenecer a una sociedad o asociación profesional.

Metodología del diseño

La metodología es parte importante en el diseño gráfico, ya que estudia los métodos de enseñanza y su aplicación.

La metodología nos ayuda a llevar en orden un proyecto y a utilizar los mejores recursos de acuerdo a una investigación previa, para llegar a un mejor resultado del proyecto.

La metodología para el proceso de diseño se lleva a cabo en varias etapas.

I.- Aproximación al proyecto:

En ésta etapa se hace una recomendación de la información que puede ser de utilidad para la realización del proyecto.

Se obtiene la primera entrevista con el cliente y sirve para conocer el alcance del problema de diseño planteado.

II.- Necesidad:

Se plantean las necesidades del problema al que podemos dar solución con el diseño gráfico.

III.- Presupuesto:

En esta etapa, se presenta al cliente el plan de trabajo, en donde se especifica los tiempos de entrega, los costos de honorarios, la forma de pago y la cobertura del presupuesto desglosado.

IV.- Demanda:

a) ubicación:

-Perfil del producto: historia, muestras fotográficas, posicionamiento, precio el mercado, plaza, promoción y publicidad.

-Perfil del consumidor: edad, nivel socioeconómico, nivel cultural, escolaridad,

trabajo, conducta de compra, posicionamiento del producto.

-Propósito: es lo que queremos alcanzar con el diseño.

-Recursos: económicos, materiales, humanos, diseño.

V.- Enfoque de la demanda:

FUNCIONAL: Aquí se ve que el diseño cumpla con las características de un buen diseño, que no solo sea estético, sino que también sea funcional, original, legible y que realmente transmita lo que se quiere.

CONSTRUCTIVO: Después de cumplir con las características básicas, el diseño pueda ser reproducido.



VI.- Programa de requisitos: son todos aquellos requisitos (imágenes institucionales, etc.) que nos limitan el proyecto.

VII.- Generación y análisis: lluvia de ideas y bocetaje.

VIII.- Síntesis: Es el resultado final que se le entrega al cliente, para que pueda dar el visto bueno y las últimas correcciones.

IX.- Comunicación del resultado: En esta etapa se presenta al cliente el dummy con el cual se llevará a cabo el proyecto.

X.- Optimización: A partir del dummy el cliente puede cambiar alguna cosa por otra y de acuerdo al criterio del diseñador.

XI.- Diseño final: Es la conclusión del diseño.

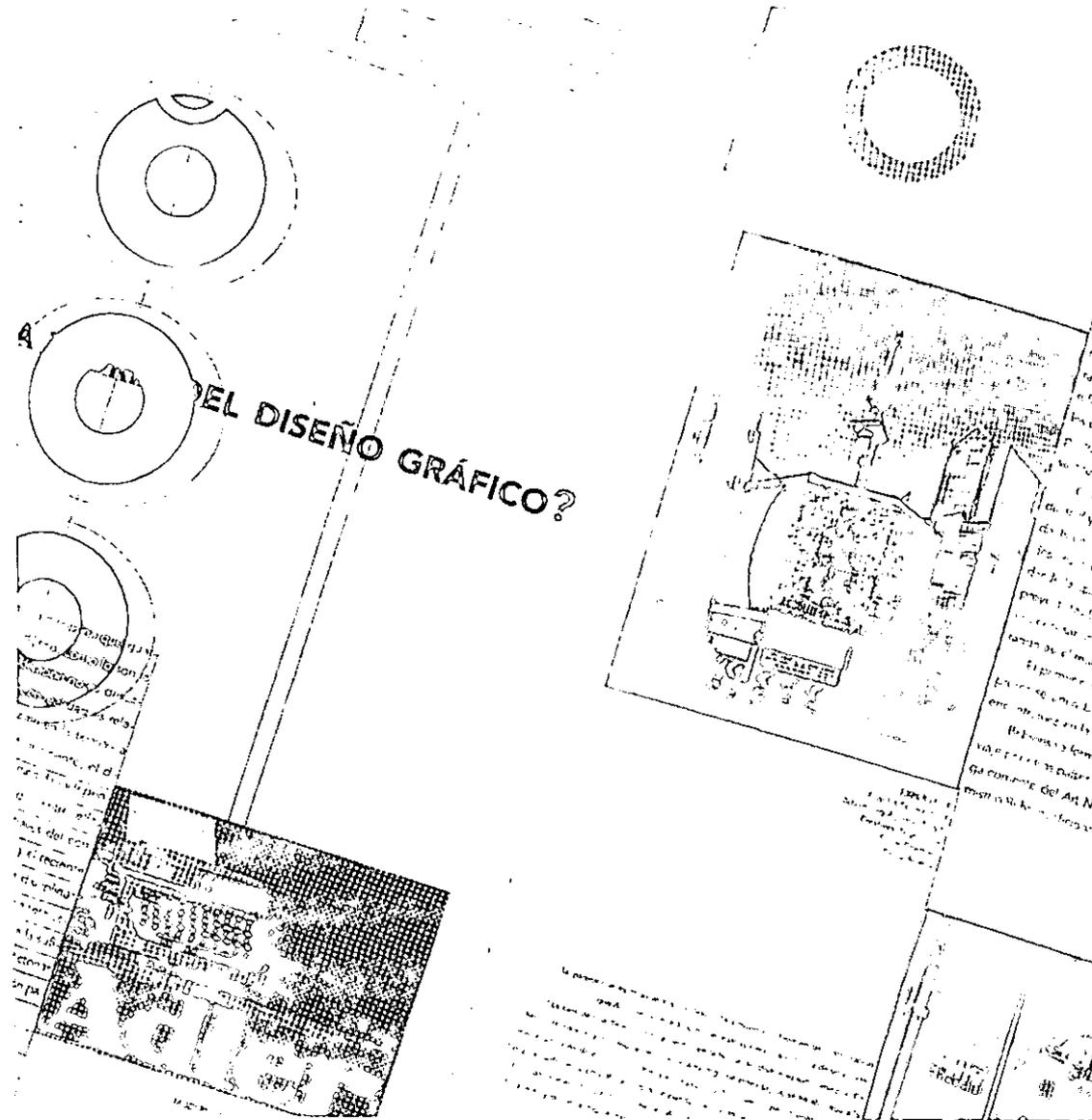
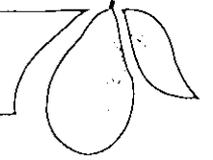
XII.- Aplicaciones /normatización: Son todas aquellas muestras de como manejar la realización del producto, para otras ediciones, especialmente para identidad corporativa.

XIII.- Producción: En esta etapa el producto se va a la imprenta, rotulación, televisión, Web, cine, etc. para ser reproducido, distribuido o transmitirlo.

XIV.- Evaluación.- Cuando está en el mercado el producto. Si realmente funciona o no.

La metodología es básica para la realización de cualquier proyecto de diseño

Las áreas del diseño



Identidad corporativa

La identidad corporativa o visual es la esencia visible de una corporación, institución o marca, la identidad unificada y controlada en sus aplicaciones; es una herramienta positiva interna y externa.

Una identidad corporativa puede funcionar para un negocio pequeño o para una corporación con miles de empleados.

Un sistema de identidad corporativa implica la formalización de formas precisas para la aplicación de la identidad en los diferentes soportes de comunicación.

Diseño editorial

El diseño editorial, es una de las áreas del diseño que se utiliza para la realización de revistas, libros, periódicos, folletos, agendas, etc.

Esta área es muy importante, ya que el éxito de una publicación depende de su funcionalidad y el diseño editorial nos ayudará a conseguirlo.

Para ello, el diseñador tiene que hacer frente a varios problemas, como la creación de retículas que ayudará a unificar toda la publicación.

El diseño editorial da vida propia a un conjunto de elementos como son: la retícula, el formato, la tipografía, las fotografías e ilustraciones.

Las áreas del diseño

Envase y embalaje

El diseñador gráfico dentro de esta área realiza el diseño de etiquetas de productos que salen al mercado. Estos diseños son voceros del producto o de la marca, y describe las características particulares de tal producto contra las de la competencia.

El diseñador gráfico y el diseñador industrial buscan una idea original y relevante para el producto, apoyados por una tipografía balanceada. Ambos tienen que comunicar un mensaje a un público seleccionado.

El diseño de envases debe lograr que los consumidores capten su atención sobre los productos de la competencia.

Señalización

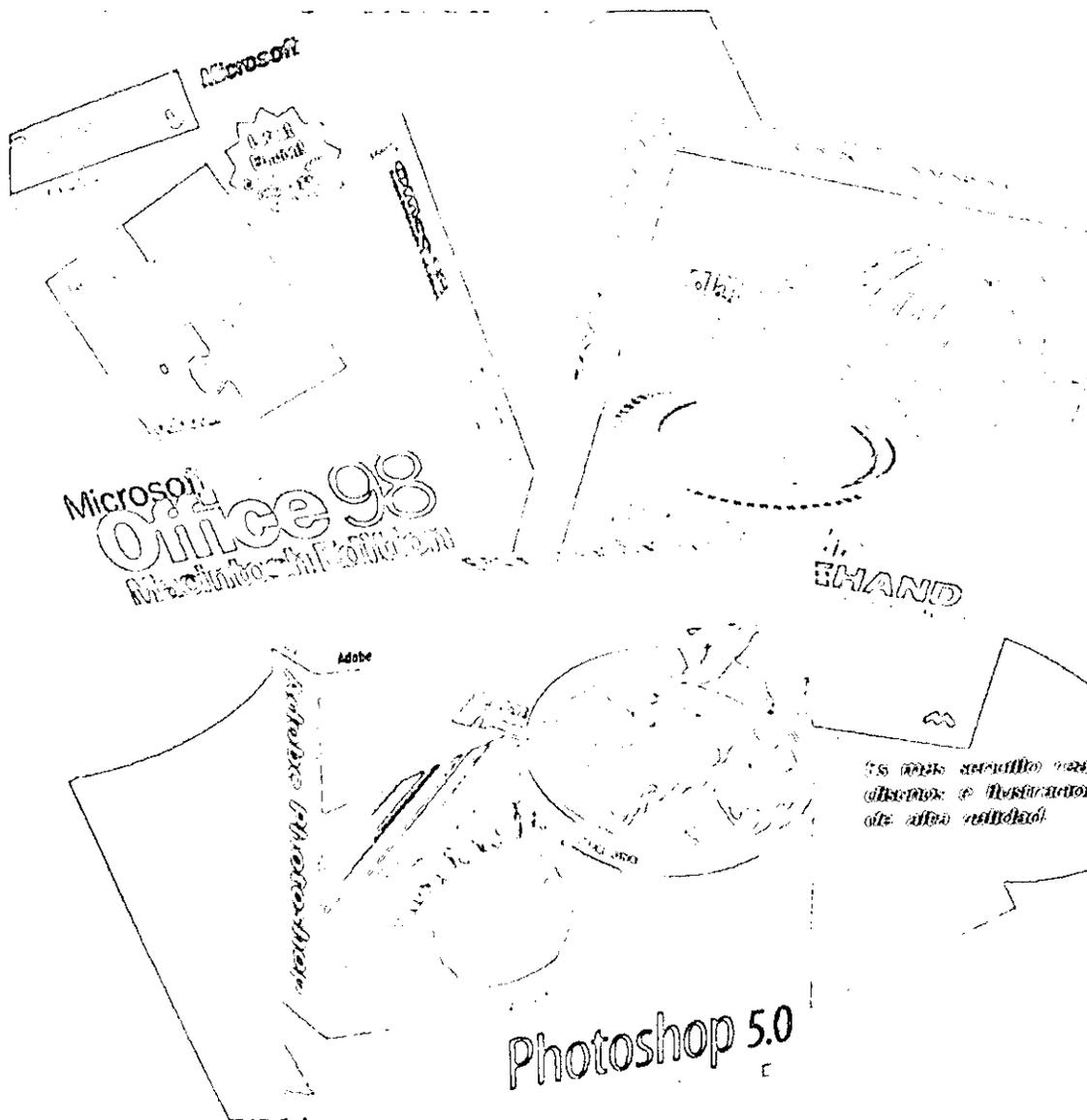
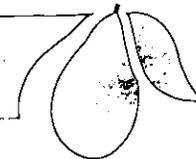
La señalización es una disciplina técnica que se aplica a la morfología espacial, arquitectónica, urbana y a la organización de los servicios sobre todo públicos, semi-públicos y del trabajo.

Su función es la comunicación de mensajes visuales de ubicación por medio de un código universal de señales y signos (símbolos, iconos lingüísticos y cromáticos).

Su fin es guiar a los individuos en un espacio dado (interior y exterior) para regular, identificar y facilitar el acceso a los servicios requeridos.



Las áreas del diseño



Diseño audiovisual

El diseño audiovisual, es una de las áreas del diseño gráfico más jóvenes y ésta se desarrolla en cine, televisión, multimedia, audiovisuales, etc.

Los primeros ejemplos de diseño gráfico aplicado al cine puede verse en las primeras películas en blanco y negro, colaborando con ellas en el diseño de títulos, créditos y sub títulos de los diálogos.

Actualmente el trabajo del diseñador en ésta área, es la creación de secuencias gráficas, el guión ilustrado (story board) para un comercial de televisión o la creación de animaciones que actualmente se realizan en su mayoría en la computadora.

Diseño publicitario

El diseño publicitario es una de las áreas básicas del diseño gráfico, puesto que en ella se lleva a cabo las campañas publicitarias de un producto o un servicio.

Una campaña publicitaria da a conocer un producto o una empresa, y es de suma importancia para lograr el éxito de las ventas y de la respuesta del público al que se dirige, dicha campaña.

El trabajo del diseñador gráfico dentro de las campañas publicitarias, es el diseño de anuncios espectaculares, carteles, volantes, campaña de prensa, de televisión, etc.

Para todo ello el diseñador se basa en herramientas básicas como la ilustración, la fotografía, el collage y la tipografía, que ayuda a darle vida al diseño.

Diseño editorial

Características

El diseño editorial ayuda al diseñador gráfico a dar el mejor acomodo a un grupo de elementos como el formato, la retícula, la tipografía, las fotografías e ilustraciones; dando lugar a diferentes trabajos de acuerdo al contenido de la formación y la idea que se tenga, como puede ser un libro, una revista, un periódico, una guía, un folleto, etc.

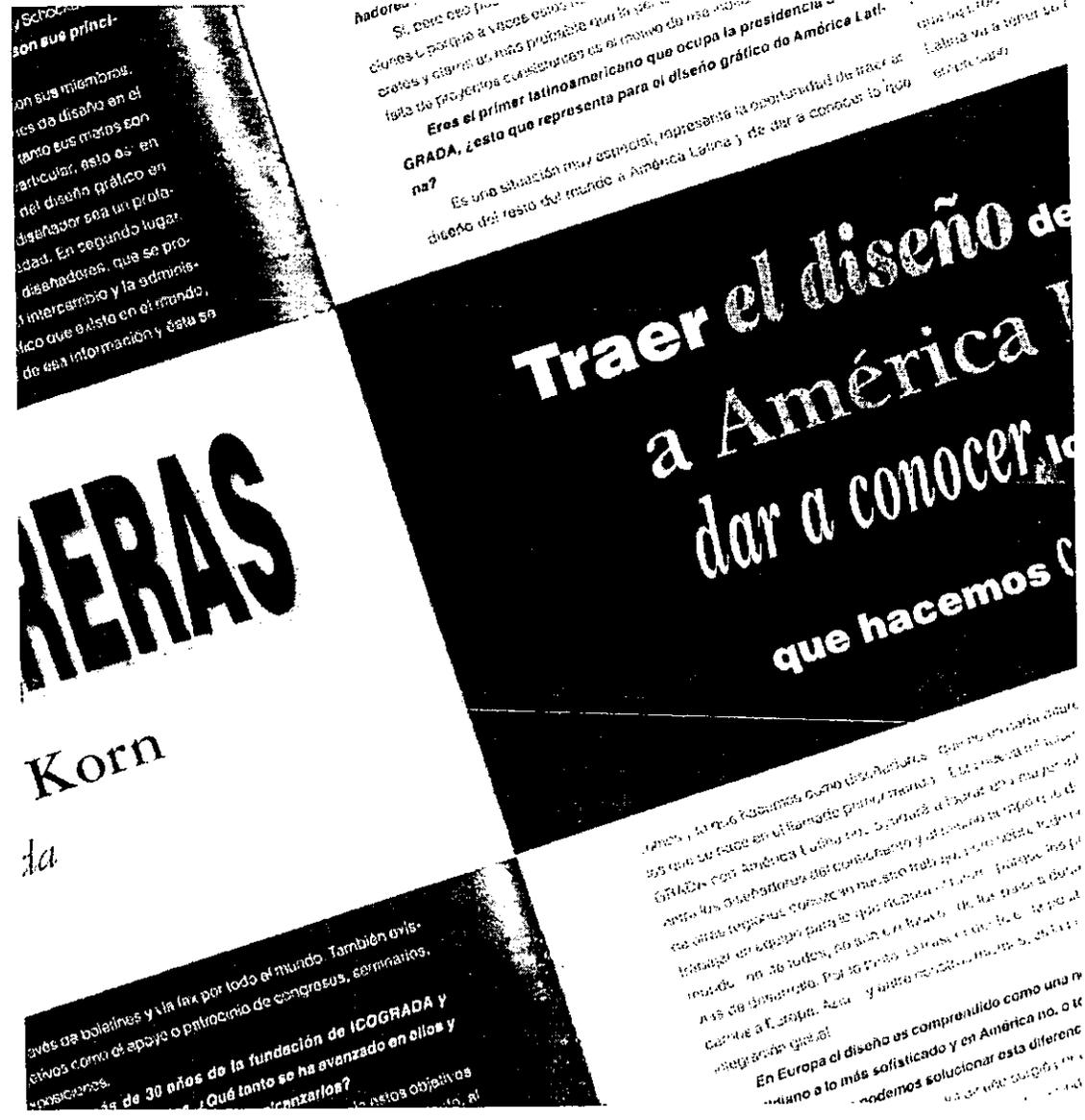
Un buen diseño editorial debe ser ligero y atraernos desde el stand, pero el diseño no puede quedarse en la portada, hay que poner mucha atención en la tipografía, los márgenes y el reticulado.

El diseñador tiene que seguir muy de cerca el procedimiento de impresión ya que cualquier error sería su responsabilidad.

Formato

Es la forma del tamaño y estilo de la publicación, es el resultado de 3 consideraciones prácticas:

- 1.- Facilidad de manejo
- 2.- Adaptabilidad del contenido al formato
- 3.- Limitaciones mecánicas de los tamaños de las prensas de impresión.



Diseño editorial

Retícula

Llamada "principio de organización", se desarrolla en Suiza después de la segunda guerra mundial.

A mediados de los 40's aparecen, los primeros impresos basados en ésta, con las siguientes características:

- Rigurosa concepción del texto e imágenes
- Pauta unitaria para todas las páginas
- Orientación objetiva en la presentación del tema.

Con el sistema reticular se obtiene:

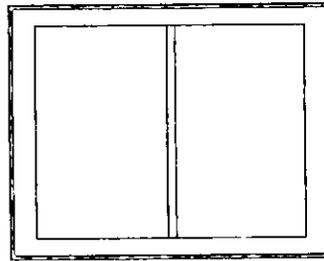
- 1.- Orden y claridad.
- 2.- Integración de los elementos
- 3.- dominio de la superficie y el espacio
- 4.- disciplina en los procesos mentales
- 5.- Reconocimiento en la impresión del trabajo
- 6.- Análisis de los elementos

Motivos para usar una retícula:

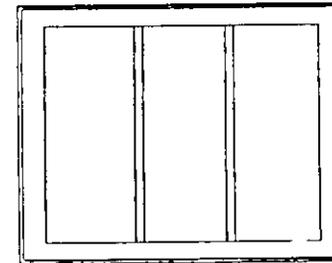
- 1.- Economía de tiempo, costo y material
- 2.- Racionales: se resuelven problemas de con un estilo unitario característico.

La retícula permite:

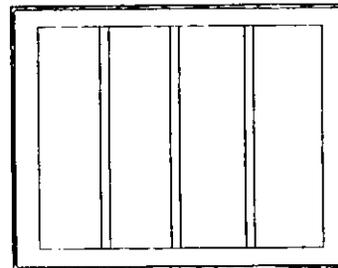
- 1.- Una solución objetiva
- 2.- Una disposición sistemática y lógica
- 3.- Ritmo propio en la disposición del texto y las imágenes.
- 4.- Disposición legible y estructurada del material visual.



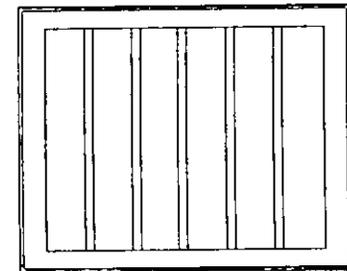
Retícula con dos columnas



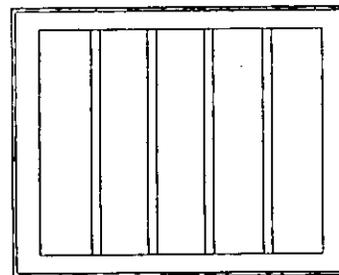
Retícula con tres columnas



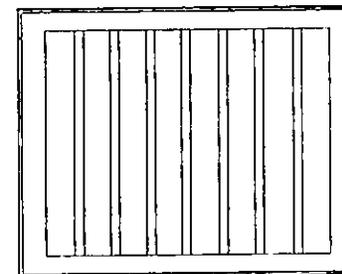
Retícula con cuatro columnas



Retícula con seis columnas



Retícula con cinco columnas



Retícula con ocho columnas



Diseño editorial

La retícula es usada por los diseñadores gráficos, fotógrafos, diseñadores de interiores, arquitectos, etc. Para solución de problemas bidimensionales o tridimensionales.

El diseñador gráfico la utiliza para anuncios, catálogos, folletos, libros, etc.

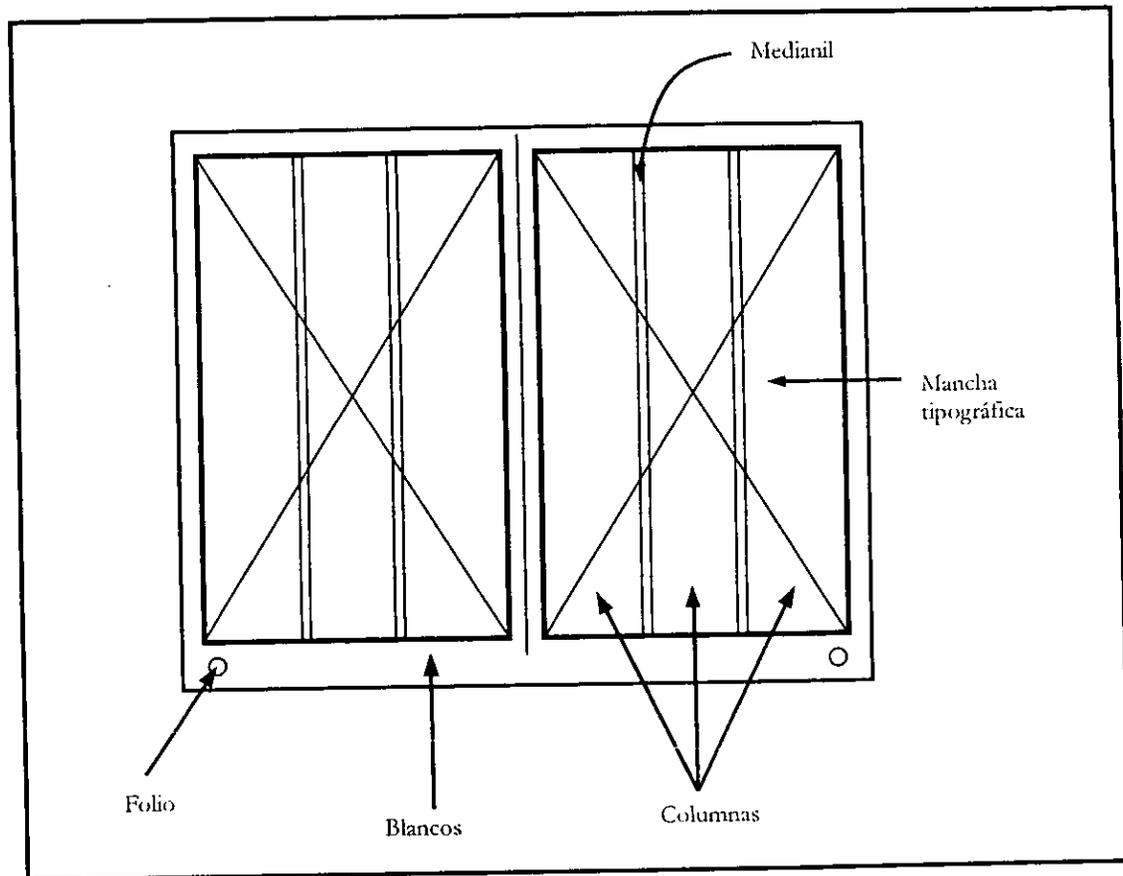
Al dividir en rejilla la superficie y espacios, el diseñador puede ordenar texto e imágenes según criterios objetivos y funcionales, los elementos visuales se dividen en pocos formatos, esto produce armonía global, transparencia, claridad y orden.

Estructura de una retícula

- 1.- Proporción de la mancha tipográfica
- 2.- Administración de blancos
- 3.- Número y ancho de columnas
- 4.- Retícula de composición invariable
- 5.- Tipografía: tipos del mismo color, ubicación, distancia con el texto. Subtítulos también con la misma ubicación con respecto al texto. Leyendas y pies de fotografías. Notas marginales. Notas de base y resalte.
- 6.- Folios, tamaño, ubicación, color
- 7.- Mantener fotos o ilustraciones en la concesión de los campos reticulares.
- 8.- Portada y contraportada sometidos al sistema reticular.

Anchos de columna

Este depende de la cantidad de texto o imágenes que se tenga, el ancho de columna se divide por medianiles.



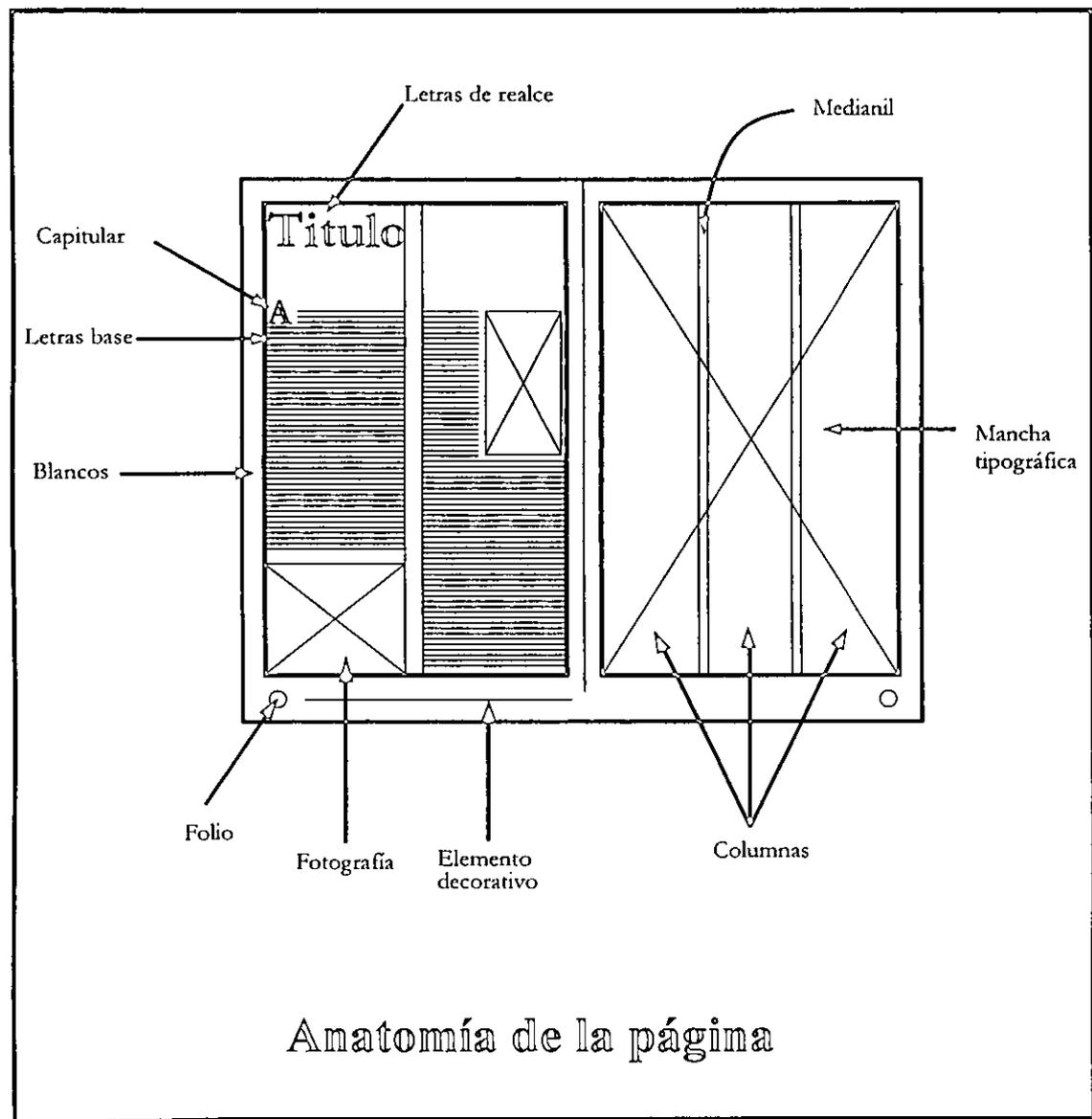
Medianil

El medianil es el espacio que divide a las columnas dentro de una retícula, éste tiene la función de separar el texto, de manera que no se peguen con otras columnas y nos da la opción de jugar con el texto y las columnas.

Blancos

La mancha tipográfica debe rodearse siempre de espacios blancos, por un lado, por motivos técnicos: el corte puede variar de 1 a 33mm; el otro por motivos estéticos para la comodidad de la lectura.

Diseño editorial



Interlineado

Las líneas demasiado próximas, perjudican la velocidad de la lectura, porque entran al mismo tiempo dos líneas al campo óptico, en un interlineado excesivo, es difícil encontrar la siguiente línea.

Un buen interlineado facilita la lectura, presenta apoyo y seguridad al lector y se conserva mejor en la memoria.

Las líneas demasiado próximas, perjudican la velocidad de la lectura, porque entran al mismo

Interlineado demasiado abierto

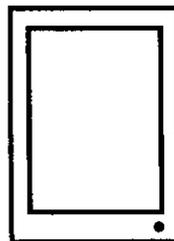
Las líneas demasiado próximas, perjudican la velocidad de la lectura, porque entran al mismo tiempo dos líneas al campo óptico, en un interlineado

Interlineado demasiado cerrado

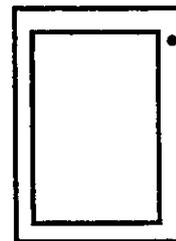
Diseño editorial

Folio

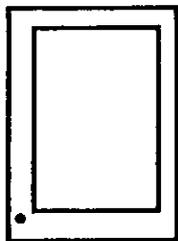
Es una colocación del número de la página, debe ser funcional y estético, su colocación se determina por la posición del texto y de los blancos.



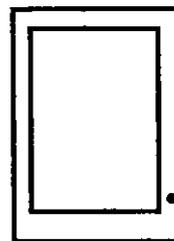
Foliación de una página izquierda y debajo de la mancha tipográfica en la páginas doble quedan subrayados



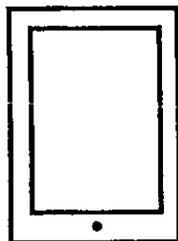
También es poco habitual, prolonga la línea de comienzo.



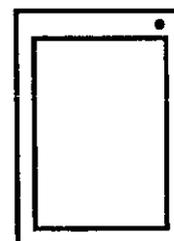
Se considera desfavorable, porque ópticamente se desliza hacia abajo.



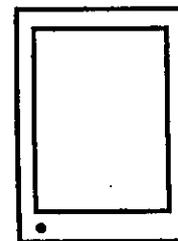
Poco habitual pero interesante, prolonga la base de la columna.



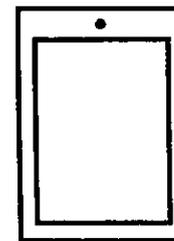
Colocación simétrica de efecto estático y tranquilo.



La foliación en el margen superior debe aproximarse a las columnas para no deslizarse en dirección ascendente



Utilizado muy frecuentemente por su valor óptico que lo hace dinámico.



Foliación situada en el eje central y en la cabeza, atrae la atención y resulta práctica para diccionario.

Logotipo de una revista

Una de las funciones claves de los logotipos en las publicaciones es identificar a la revista, periódico o algún otro medio impreso, diferenciándolo de otros e informar acerca del origen, el valor y la calidad del mismo. Son un medio útil para transmitir un mensaje inequívoco y uniforme; constituyen el lenguaje más internacional del mundo. Es importante que los logotipos sean distintivos, que cumplan con las funciones de informar y distinguir a la publicación, proporcionándole al consumidor confiabilidad y un estilo particular e interesante.

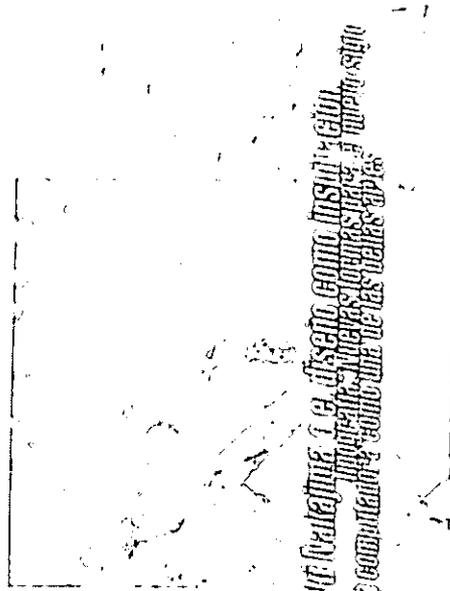
Existen una gran variedad de logotipos; los hay basados únicamente en iniciales que necesitan de mucho rodaje para adquirir un carácter distintivo y destacar. Además hay logotipos asociativos, alusivos, con frases que se caracterizan por el empleo de tipografía principalmente y logotipos con el nombre en versión pictórica, como en el caso de las tarjetas postales.

Diseño editorial

La portada

La portada en las revistas es la parte del diseño cuyo control es más estricto, ya que de ésta página depende el fin de aproximadamente el 40% de las revistas impresas.

Cuando una revista no depende de sus ventas, cuando se basa en suscripciones o es de circulación limitada, entonces se amplían las posibilidades de experimentación en el diseño de portadas, siempre y cuando no se afecten los elementos esenciales, el logotipo y la imagen.





Los colores

El color es una de las herramientas básicas más utilizadas por el diseñador gráfico, ya que ayuda a que el público que percibe un diseño visual, pueda asociar, relacionar y darle un significado de acuerdo al mensaje que se envía.

Las preferencias de color que tiene el público varían constantemente, pueden variar por temporadas y anualmente, la edad los niveles económicos, culturales, la geografía, el sexo y la religión intervienen en el gusto por los colores.

Es por ello que el diseñador debe estar al tanto de éstas variaciones y debe analizar bien al público al que dirige sus mensajes para poder utilizar con mayor eficacia el color.

Clasificación

Fríos

Son los colores del verde hasta el violeta, incluyendo el azul y toda la gama de grises, se les llama fríos porque nos recuerdan los colores del agua, el hielo y la nieve.

Cálidos

Son todos los colores desde el rojo hasta el amarillo incluyendo al naranja, rosa, café y guinda. Se les llama cálidos porque sus vibraciones son similares a la radiación infrarroja que es la que nos transmite el calor.

Los colores cálidos son vibrantes, salientes y agresivos.

Claros

Las versiones claras de los colores (tintas) provocan una sensación suave y etérea.

El color no es tan importante, porque hasta el color naranja y morado trabajados en tintas parecen de cuento de hadas. Son muy utilizados en decoración de interiores y diseño de modas femeninos, pero carecen de impacto visual que la mayoría de los diseñadores gráficos buscan.

Oscuros

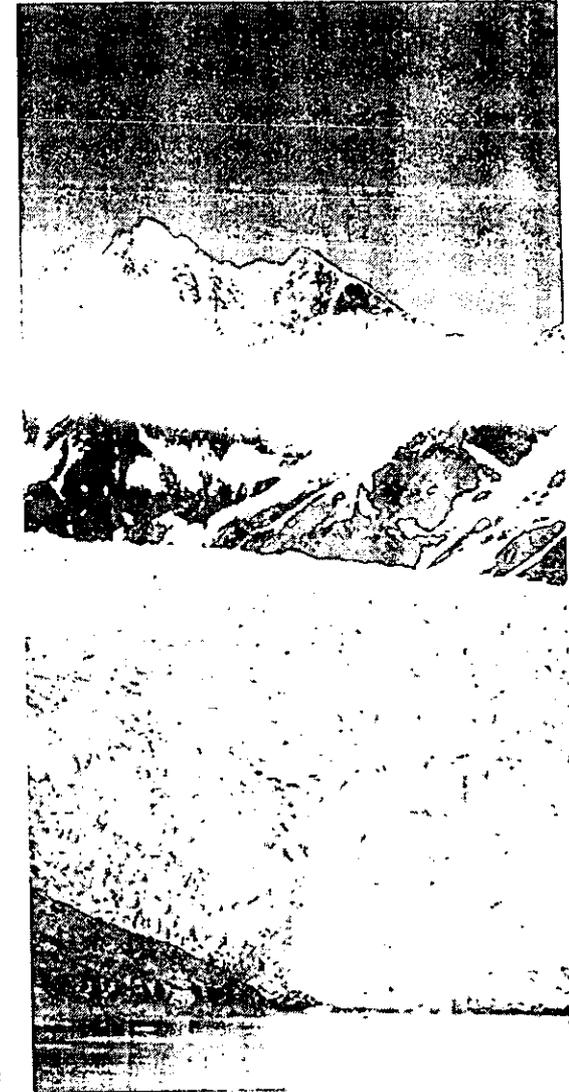
El negro y los colores hacia sombras parecen pesados, como nubes antes de llover, el negro en particular es fuerte y sólido. El rojo oscuro, el morado oscuro el verde oscuro y el azul oscuro se asocian con la realeza y tienen un aura de dignidad. En diseño gráfico se utilizan para la tipografía y para resaltar detalles generalmente combinados con colores más claros.

Naturales

Son los colores que encontramos con mayor frecuencia en la naturaleza. Los colores de la madera, de la tierra, de los arboles, colores paja, todos los tonos de verde olivo, verdes oscuros o verdes follaje y azules claros del cielo.

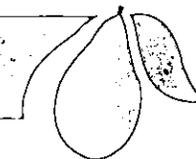
Artificiales

Son aquellos que no se encuentran en la naturaleza o se encuentran rara vez, como lo son: fosforescentes, metálicos y contrastes raros que no se ven mucho en forma natural. En diseño gráfico se utilizan mucho para llamar la atención.



Los colores fríos se asocian a la nieve, el agua y el color del cielo.

Imágenes



La imagen es la representación que se hace de alguna cosa.

La imagen visual de un objeto es el conjunto de puntos a que llega la luz emitida o reflejada por dicho objeto.

Dentro del diseño editorial, se suele incluir en su composición algún tipo de imágenes, que aplicadas en formas diferentes, añaden una dimensión diferente a la composición.

Las imágenes se pueden valorar en sí mismas y su interés esencial, utilizando el conocimiento gráfico y creativo para decidir el alcance y valor de su presencia dentro de la composición.

Se pueden crear diseños alternativos reduciendo o ampliando las imágenes, e incluso utilizando formatos diferentes con distintos tamaños de texto.

La composición de imágenes varían dependiendo de las características de éstas, por ejemplo: si es ilustración, fotografía o estilización.

Ilustración

Es una herramienta de diseño, que nos ayuda a representar imágenes por medio de técnicas de dibujo, tales como grafito, aguafina, plumilla, prismacolor, acuarela, acrílicos, etc.

La ilustración editorial se utiliza para acompañar artículos temáticos, para comentar noticias o para evocar el contenido de un libro.

Es muy útil para atraer la atención del lector. La ilustración es también utilizada en otras áreas de diseño gráfico como el publicitario, envase y embalaje, etc.

La ilustración es una de las herramientas más utilizadas, en diseño gráfico.



Imágenes

Fotografía

La fotografía al igual que la ilustración es una herramienta que utiliza el diseñador gráfico para representar imágenes de la realidad y que pueden apoyar mucho a un diseño editorial.

Estilización

La estilización es otra de las herramientas de diseño más utilizadas, sobre todo en marcas, logosímbolos y que sirven para distinguir una empresa, un producto o un servicio.

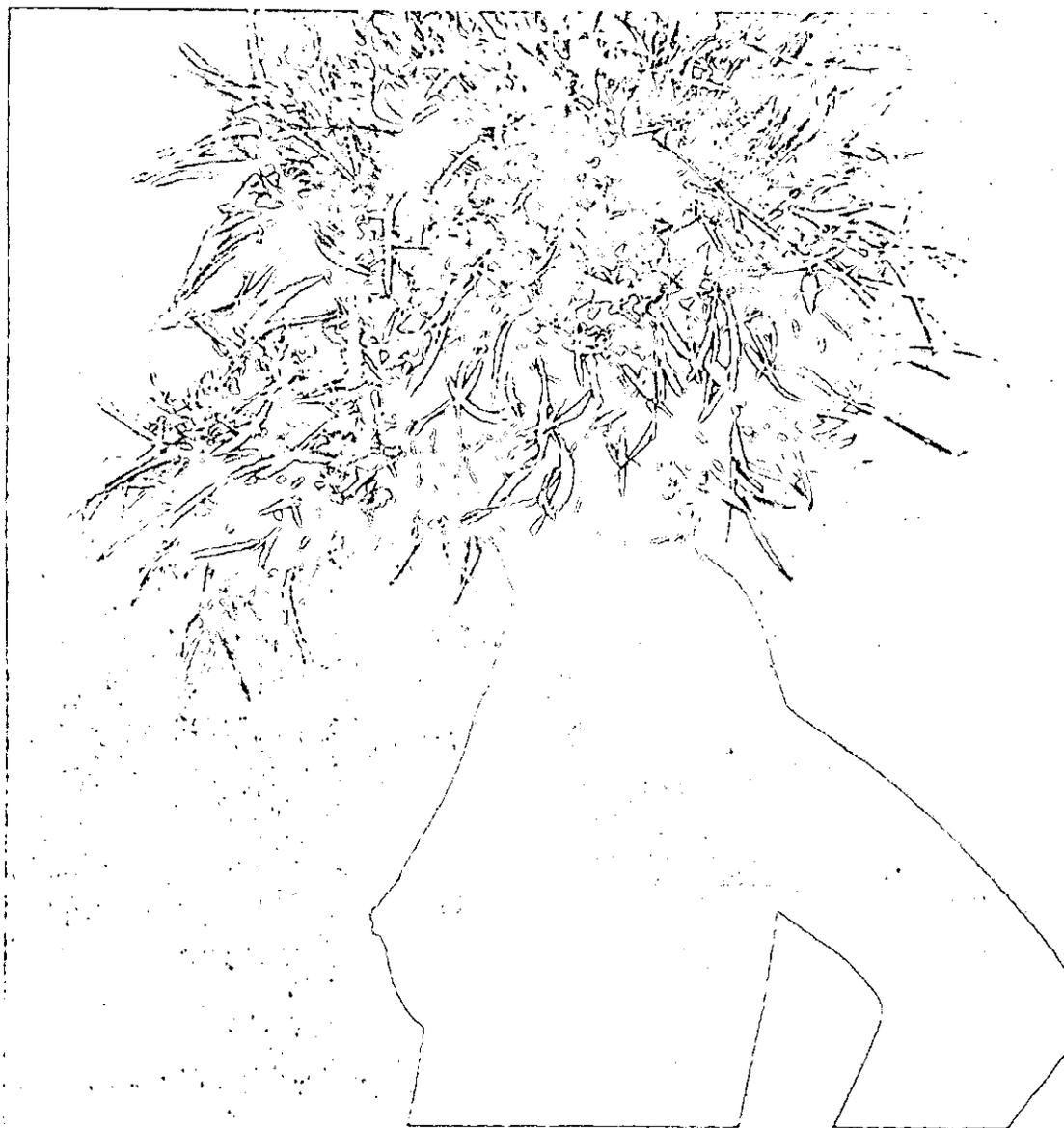
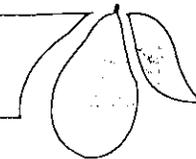
La estilización es una simplificación de la imagen y en diseño editorial puede utilizarse para dar dinamismo a la página.



SEKUX



Fotografía



La fotografía, como la música, es un lenguaje universal: habla con más fuerza y más directamente que las palabras. Pero para conseguir una comunicación con el máximo impacto a través de este medio, debe comprenderse primero ciertos principios básicos, y se ha de lograr una apreciación de las posibilidades y de los límites de la cámara así como la exploración del arte y la técnica de la fotografía.

Quizá el hecho más importante que se debería tomar en cuenta, es que la cámara fotográfica trabaja en una forma totalmente diferente a como lo hace el ojo humano. En cierto modo hay una cierta analogía entre ambos. El párpado es el obturador; la cornea y el cristalino del ojo trabajan conjuntamente para enfocar la imágenes hacia la retina sensible a la luz; el iris controla la cantidad de luz que entra en el ojo y ayuda también al cristalino a producir una imagen clara, bien definida, exactamente del mismo modo que el diafragma de la cámara. Sin embargo aquí termina la analogía.

La diferencia crucial está en que la información recogida por el ojo es interpretada por el cerebro. Las fotografías las hace el fotógrafo, no la cámara. El hombre que está detrás de la cámara está influenciado por sonidos, olores y ambiente, por su estado de ánimo, sentimientos y experiencia, y todos estos factores determinan el modo en que su cerebro interpreta la imagen vista por el ojo. De esta manera, la respuesta a la información obtenida por el ojo puede ser muy diferente a la escena real que tiene delante.

El visor de la cámara es para el fotógrafo lo que el lienzo blanco para el pintor. El fotógrafo puede determinar lo que entre en el visor.

La fotografía es una de las herramientas básicas para el diseñador gráfico.



Fotografía

Armonía y equilibrio

La sensibilidad ante una imagen es sobre todo cuestión de gusto personal. Los elementos de un fotografía combinados de una forma determinada hacen vibrar a una persona, mientras que para otra la imagen no significa nada.

Hay dos cosas que son fundamentales en una fotografía: la composición y la luz.

Una de las virtudes de la imagen es su impresión de profundidad, arrastrando la mirada hacia adentro como si se mirase a través de una ventada soleada. Pero la profundidad o perspectiva es solo uno de los elementos importantes de la composición.

Otros elementos importantes dentro de la composición son: el equilibrio, la simetría, el volumen, la forma, el dibujo y la textura, que son la esencia de la fotografía creativa.

Angulo de toma

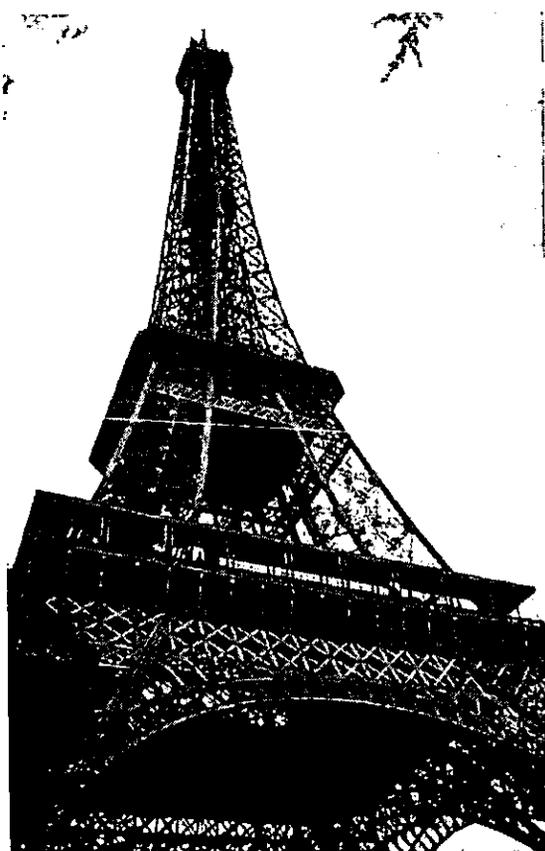
Una de las maneras más importantes de controlar la apariencia final de la imagen consiste en cambiar de ángulo de toma. A veces con solo mover la cámara ligeramente se puede transformar toda la composición. Una de las formas más sencillas de mejorar las imágenes es acostumbrarse a moverse en torno al motivo para hallar la posición ideal.

Vistos desde la posición de la cámara, la mayoría de los motivos presentan un primer plano, un segundo plano y un fondo. La situación relativa de los objetos en estos planos puede alterarse notablemente cambiando el ángulo de toma.

Solamente probando todos los ángulos de

toma antes de disparar se puede aspirar a escoger el mejor ángulo.

Una forma excelente de aprender tanto las técnicas de composición como los distintos tratamientos que se adecuan a la visión del autor es realizar una serie de fotografías desde distintos ángulos y después comparar los resultados.



Composición de la imagen

Los principios básicos de la composición que subyacen en la mayoría de las buenas fotografías no son reglas que necesariamente se tengan que seguir. Sin embargo, su composición ayuda a crear imágenes equilibradas y placenteras.

Un principio clave es que el motivo principal debe ocupar una posición de fuerza dentro del encuadre. Un método para determinar dicha posición consiste en dividir la imagen que aparece en el visor en tres partes tanto horizontal como verticalmente.

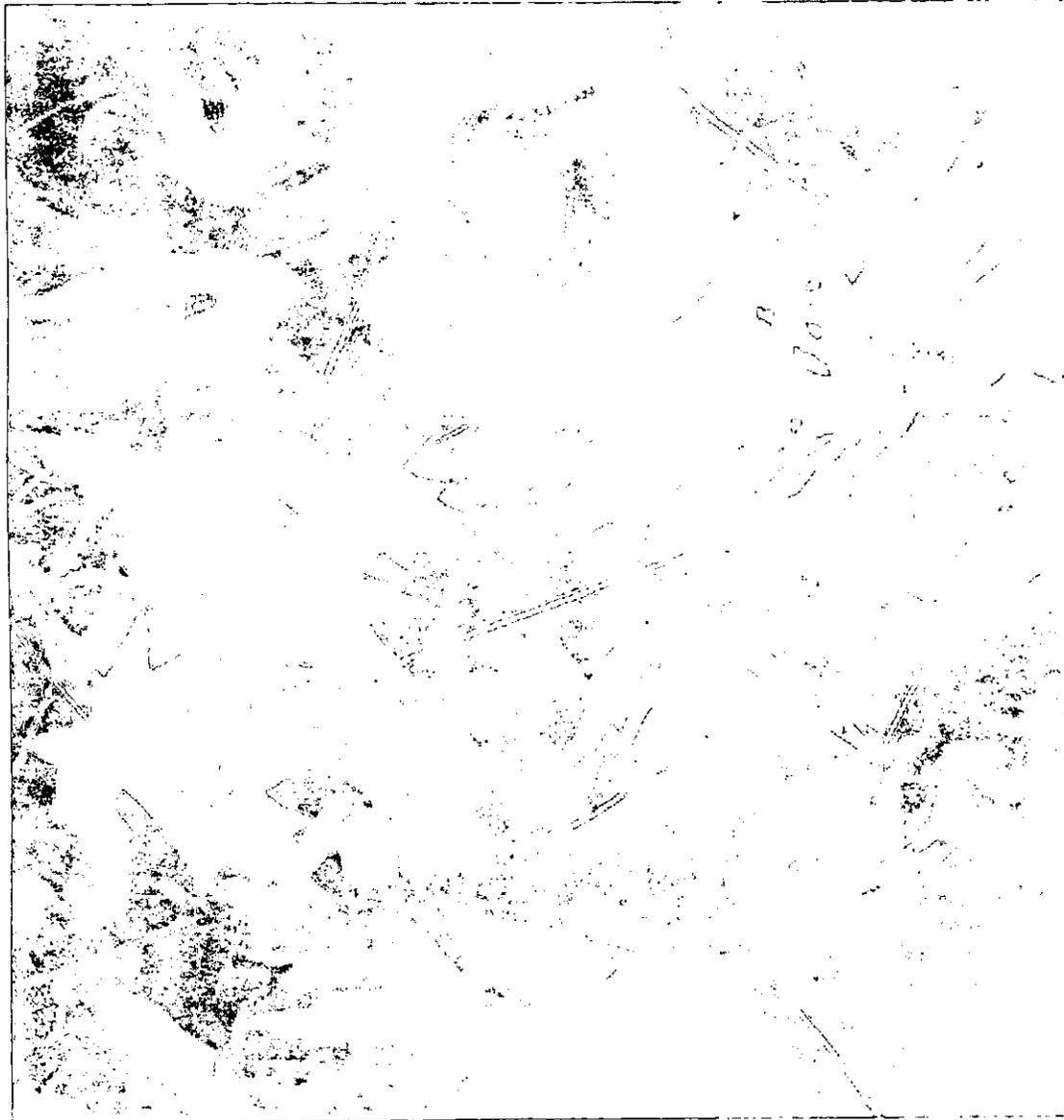
Los cuatro puntos de intersección son zonas de impacto en el interior del encuadre, y situar el motivo principal a un tercio de la línea que lo atraviesa puede ser una buena solución siempre que haya otros elementos que equilibren la imagen. En fotografías con un solo centro de interés la sección áurea es el principio más eficaz. Esta regla clásica que rige las proporciones estéticas sitúa al motivo muy cerca del centro, evitando así un posible desequilibrio si el resto de la imagen está vacío.

Otra forma importante de crear imágenes eficaces es utilizar líneas y colores para dirigir la mirada del espectador hacia el motivo principal. Atraerán la vista las líneas convergentes, así como las graduaciones de tonos, con un primer término oscuro que vaya aclarándose progresivamente al llegar al centro del interés.

Las relaciones entre los colores pueden utilizarse con gran eficacia para equilibrar la imagen.

Uno de los factores importantes para el éxito de una fotografía, es el ángulo de toma

Fotografía



La textura

A veces la fotografía capta la textura de los objetos con tan sorprendente definición de detalle que la superficie invita a ser tocada. Las fotografías basadas en contrastes de textura tiene una fuerza especial por transmitir a la vez sensaciones visuales y táctiles.

La textura, comparada a veces con superficies no uniformes, puede, de hecho, reflejar desde la aspereza de superficies rugosas hasta la lisura de terciopelo y los contrastes entre estas distintas superficies pueden enriquecer la imagen.

Algunas de las mejores y más llamativas fotografías de texturas son primeros planos en blanco y negro que resultan atrayentes por su simplicidad gráfica.

Con la iluminación correcta se pueden hacer resaltar superficies rugosas con todo el detalle de su textura o bien revelar texturas muy delicadas en superficies que a simple vista parecían lisas.

En general, para mostrar la textura, la luz debe incidir en ángulo oblicuo para incrementar cualquier pequeña protuberancia y crear sombras en los entrantes.

La calidad de luz también es importante. Por regla general, las superficies de textura delicada necesitan una luz más suave y difusa para hacer resaltar sus características que las superficies rugosas.

La fotografía de texturas, puede ser de mucha utilidad para el diseño, ya que llama la atención del receptor, ya sea en producto o en una publicación.

La textura, puede ser útil para dar realce al diseño

La forma y la imagen

Aunque las formas por sí mismas pueden crear imágenes sorprendentes, la información que transmiten es demasiado limitada para mostrar si un determinado objeto tiene peso, solidez y volumen.

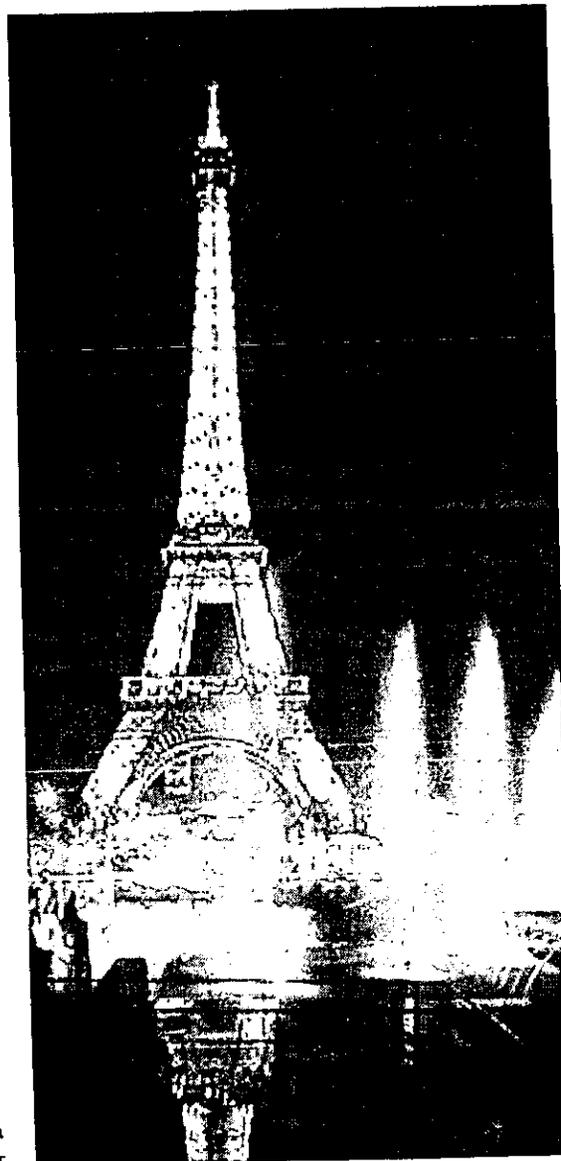
El espectador necesita algunas indicaciones sobre la forma: indicaciones que pueden conseguirse con variaciones de luz y sombras en su interior. Estas variaciones tonales son las que confieren a los objetos fotografiados sensación de profundidad.

La luz por sí sola gobierna la forma, aportando las claves visuales que expresan las protuberancias, las cavidades y las curvas en la superficie del objeto. Por ejemplo, una naranja iluminada intensamente desde atrás aparecerá como un disco oscuro y plano. Pero si se suaviza la luz, las sombras en el borde exterior empezarán a aclararse e indicar los lados curvos de la naranja. Y si se mueve la luz entorno a ella para que la ilumine oblicuamente, la gradación de tonos desde las zonas claras y las oscuras revelará toda su redondez.

La calidad y dirección de la luz más adecuada para revelar la forma depende hasta cierto punto del motivo.

En diseño gráfico es muy común la toma de objetos a los que se les dará publicidad, por ello es importante tener en cuenta, la forma en que se deberá colocar a luz, para que la fotografía sea más clara y transmita el mensaje que se quiere lograr.

La forma y la imagen, ayudan a que se lleven a cabo las buenas tomas de fotográficas.



Alto contraste, le da énfasis a la forma del objeto a fotografiar

Alto contraste

El tono - interacción de luz y sombra - es un elemento importante en la composición, y a menudo puede influir en el carácter de la fotografía. Parte del impacto de las imágenes se debe al extremado contraste tonal entre las altas luces y las sombras.

La elección de la exposición es un control importante del contraste para dar fuerza a la imagen, la exposición se basará en las altas luces para dejar subexpuestas las sombras.

Tanto una intensa iluminación lateral como un contraluz aumenta el contraste

La sobreexposición

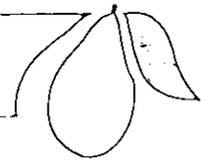
Normalmente, la sobreexposición es resultado de un error en la medición de la luz y da una imagen decepcionante en la que los detalles han desaparecido. Pero, según se ha dicho, las imágenes (high key) pueden realizarse con una ligera sobreexposición.

Una exposición teóricamente correcta no siempre es la mejor.

A veces, la sobreexposición puede ser igualmente eficaz, si el motivo no es de por sí (high key) y posee una gama completa de tonos.

La sobreexposición debilita los contornos y puede hacerlos desaparecer confundiéndolos con el fondo del mismo tono.

El uso creativo de la sobreexposición puede diluir los límites precisos de la figura humana confundiendo suavemente con el fondo.



La subexposición

Mientras que las imágenes sobreexpuestas tienden a transmitir romanticismo y suavidad, la subexposición controlada crea imágenes curiosas y a veces misteriosas.

Normalmente subexponer significa sacrificar todo detalle en las sombras del motivo que se fotografía.

Estas condiciones lumínicas crean poderosas asociaciones emocionales, y es posible aprovecharlas para realizar imágenes de gran impacto.

La subexposición puede dar a las imágenes una sensación de calor e intimidad. Con película para diapositivas en color, el aumento de la densidad de los colores ligeramente subexpuestos convencer a algunos fotógrafos para usar con regularidad esta técnica. Sin embargo es preferible considerar la subexposición como una técnica útil para situaciones en las que el detalle en las zonas claras es importante para el sentido mismo de la imagen.

La luz

La luz es el factor más importante dentro de la fotografía, pues sin ella no existiría.

La importancia del tono para establecer el carácter de un imagen indica que la habilidad en el control de la luz es a la vez una técnica y un elemento esencial en la composición. Para realizar

Fotografía subexpuesta de una de las islas más bellas de Hawai



Fotografía

imágenes con determinados efectos, debe poderse utilizar la luz casi su claridad y dirección; así como su cantidad.

La intensidad de la luz natural puede producir una gama de luminosidades que ningún tipo de película puede registrar.

En interiores se tiene mayor control sobre la intensidad, duración y dirección de la iluminación. Algunas de las composiciones más interesantes surgen cuando se empieza a introducir luces accesorias y a experimentar con sus ángulos de incidencia.

Para aprovechar la luz natural, es necesario saber cuándo y por qué determinadas condiciones lumínicas prevalecen y como se puede sacar partido.

Existen formas sencillas de controlar la luz como el uso de difusores, reflectores, luz de relleno o escoger el momento adecuado para disparar.

Según la época, las condiciones climatológicas y la hora del día, la luz natural varía ilimitadamente su potencia, dirección, tonalidad y calidad.

En las fotografías tomadas en interiores o con luz artificial puede crearse ambientes muy distintos, desde los efectos teatrales de los focos hasta más sutil interacción de luces y sombras.

Claro, está que la luz eléctrica es mucho más débil que la luz solar y que tiene, generalmente un color diferente.

Aunque la luz artificial ambiente suele ser la más satisfactoria para la fotografía en interiores, es posible controlarla de forma mucho más creativa si se producen otras luces en el motivo.

Tampoco es necesario que la iluminación de interiores parezca totalmente natural; a veces el efecto de una imagen depende de la iluminación poco usual del motivo.

Obviamente, el flash constituye una fuente suplementaria de luz. Sin embargo, debido a la brevedad del destello, es posible ver como iluminará al motivo antes de realizar la fotografía. Esto significa que el flash por sí solo es difícil de utilizar de forma controlada.

Para la toma de la fotografía de productos, es necesario saber manejar muy bien la luz artificial, ya que la mayoría de las fotografías de éste tipo son tomadas con este tipo de luz. Sin embargo hay fotografías de productos que son tomadas con luz natural y que pueden ser muy buenas para el diseño.

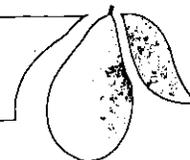


Fotografía de estudio, con luz artificial



Fotografía tomada en el momento adecuado, con luz natural

Impresión



Los métodos de impresión que existen, apoyan y limitan el trabajo del diseñador.

Por ello el diseñador gráfico debe escoger el método de impresión más adecuado para lo que se va a reproducir.

En el caso de una publicación, es un poco más flexible el método en que se vaya a imprimir que el de un anuncio espectacular o publicitario.

Sin embargo, el método de impresión que se escoja para dicha publicación debe ser el más adecuado, para lograr con éxito el objetivo de diseño.

Linotipia

Método de impresión basado en una máquina componedora - fundidora monolineal que se fabricó en serie.

El ciclo de trabajo de la linotipia comprende tres fases

- 1.-composición de la línea de matrices y espacios de cuña.
- 2.-fusión del lingote con el ojo del caracter en relieve.
- 3.- Distribución de la línea de matrices y espacios de cuña, que vuelven, respectivamente, al almacén y a la caja de los espacios. Este tipo de impresión se utiliza para textos, principalmente.

Monotipia

Es un proceso de impresión basado en tipos móviles existente.

Composición de caracteres en una máquina linotípica

La monotipia está compuesta por dos cuerpos distintos: el teclado y la fundidora. En el teclado se arma el texto y en la fundidora el impresor justifica las líneas y grosores de letras para fundirlas. La composición monotípica es más costosa que la linotipia, pero es aconsejable para trabajos editoriales donde son numerosas las correcciones, las tablas, las formulas matemáticas, etc.

Flexografía

Se caracteriza por el uso de formas en relieve de caucho, grabadas directamente y obtenidas por duplicación, y tintas muy líquidas,

que contienen colorantes solubles o pigmentos cubrientes, en disolución o disueltos en alcohol. Este procedimiento, llamado también impresión a la anilina, se usa mucho para imprimir papel de embalaje.

Litografía

Es un procedimiento de impresión planográfica directa, basado en las propiedades que la piedra caliza tiene para combinarse con algunas sustancias grasas, fijándolas. La porosidad de la piedra deja penetrar los ácidos grasos de la tinta litográfica con la que se ha trazado el dibujo, y la





Impresión

goma arábiga en zonas que no se imprimen, consiguiendo de este modo que el agua sea rechazada en las zonas que se imprimen. En esto se basa la impresión litográfica, que han adoptado posteriormente las planchas metálicas, más manejables y económicas.

Huecograbado

El grabado en metal y el aguafuerte son las dos variantes principales. En estos procedimientos, la imagen se graba en una plancha, de manera que las líneas penetren bajo la superficie. Esto se hace por incisión a mano -grabado- o atacando la superficie con ácidos -aguafuerte-. Después se recubre la plancha de tinta y finalmente se limpia la superficie de manera que la tinta queda sólo en las depresiones.

Serigrafía

La serigrafía es una técnica versátil. Se puede adaptar a casi cualquier superficie, incluyendo el metal, la cerámica y muchos tipos de plástico.

La serigrafía se basa en el principio de hacer pasar tinta a través de una plantilla, que se fija a una trama de tejido, tensada en un bastidor.

El tipo de imagen que al final se produce depende del tejido escogido. La impresión de pantalla ofrece una interesante técnica para ciertos

trabajos. La tinta se aplica muy espesamente y tiene una calidad densa, de modo que es muy apta para imprimir colores claros sobre superficies oscuras.

Termografía

Este procedimiento de impresión produce una imagen brillante y realzada. Se utiliza sobre todo en la papelería corporativa y el resultado puede parecer grabado, si se hace bien. Se han desarrollado tintas en una gama de colores, y esto puede ayudar a incrementar la popularidad de la termografía.

Offset

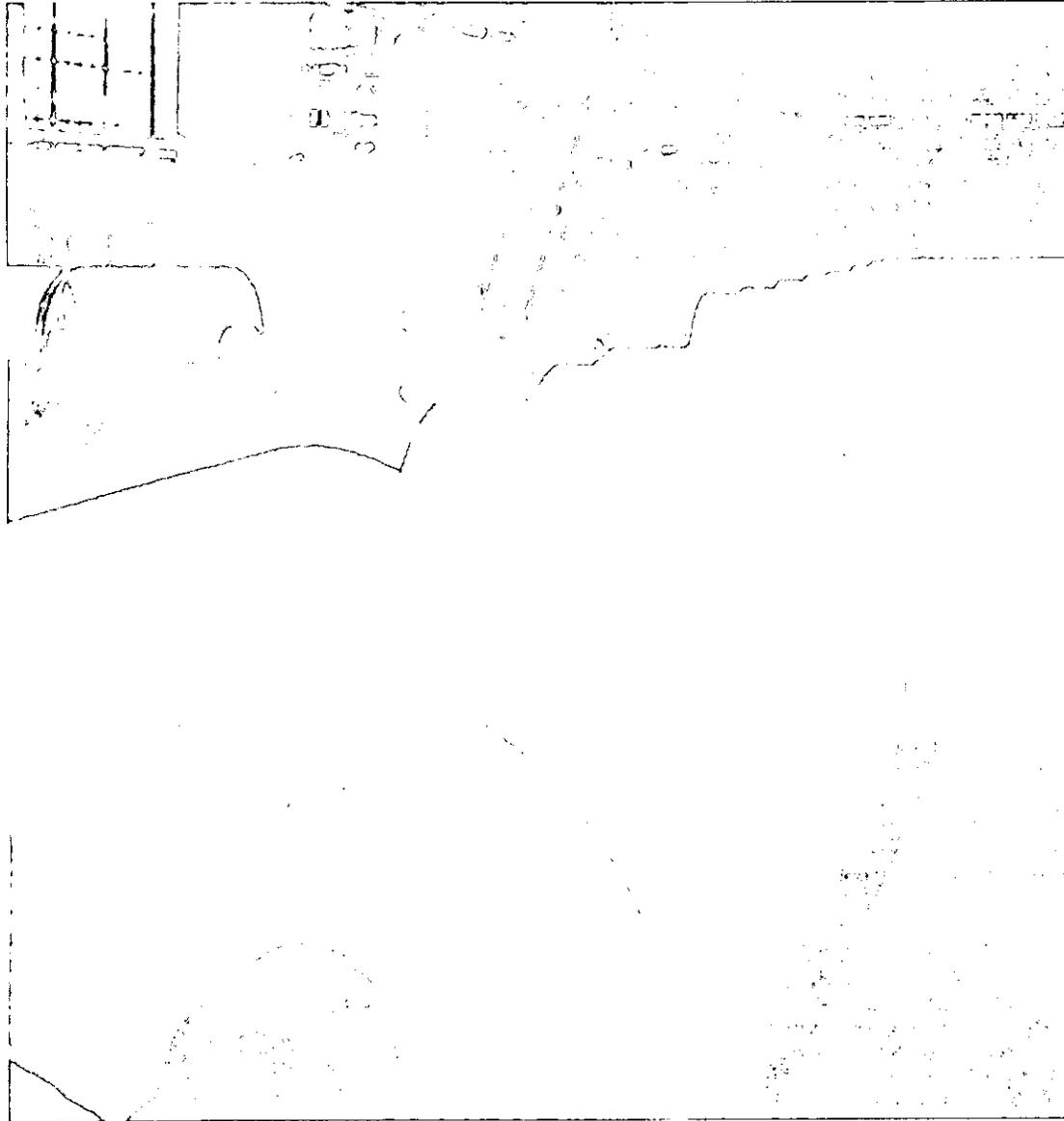
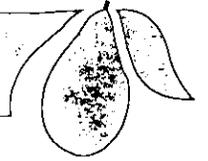
Es un procedimiento de impresión planográfica indirecta. Permite la impresión en papeles bastos y sobre otros materiales, como metales, madera, etc.

Es el proceso más común de impresión; se emplea maquinaria que va desde las pequeñas duplicadoras de oficina, hasta las prensas masivas que se usan para imprimir revistas, libros y periódicos.

Este método ofrece una amplia gama de calidad de impresión.



Papeles



El papel es el producto que se obtiene de la mezcla íntima de celulosa, extraída con procedimientos químicos, y pasta de madera, obtenida por medios mecánicos, derivadas ambas de materiales vegetales; existen también pastas semiquímicas, obtenidas con procedimientos mixtos. De las dos sustancias fundamentales que constituyen el papel, la primera le da cuerpo y resistencia, y la segunda propiedades estéticas, tales como opacidad y morbidez; varias sustancias orgánicas e inorgánicas permiten luego adaptar el papel a los diferentes usos.

Varios factores de importancia deben tomarse en consideración cuando se selecciona el papel, algunos de los cuales son de interés inmediato para el usuario, otros principalmente para el impresor y el diseñador. Sin embargo, no obstante el color, peso y suavidad deben ser juzgadas por sus contribuciones estéticas; éstas y otras características más deben tomarse en cuenta. Una selección incorrecta del papel puede provocar el fracaso del material gráfico.

El costo del papel es siempre un factor determinante, el papel tiene un precio por kilogramo que varía de acuerdo al tipo y la cantidad de procedimiento necesario para darle las cualidades deseadas. Por tanto el peso adquiere una importancia indiscutible sobre todo si el producto terminado va a ser enviado por correo.

Las características del papel que deben tomarse en cuenta son:

- 1.- Efecto estético o psicológico por su apariencia y tacto.
- 2.- Permanencia
- 3.- Durabilidad
- 4.- Costo y peso.



Papeles

Las propiedades químicas y físicas del papel como son la acidez, la porosidad y la fuerza de adhesión no deben olvidarse así como la opacidad, el tamaño de la hoja, las propiedades especiales para determinados procesos de impresión y la capacidad para reproducir ilustraciones o fotografías, son otras características del papel que se vuelven de vital importancia en el proceso de diseño.

esenciales para lograr una mayor calidad en la reproducción fotográfica. Si no se toma en cuenta con el presupuesto para utilizar esta clase de papel se puede recurrir al empleo de determinados.

En diseño gráfico es importante tomar en cuenta las características estéticas que tiene el papel, entre las cuales se pueden mencionar, el grado de limpieza, la transparencia uniforme (aspecto del papel visto a contraluz), la doble cara, el grado de blanco, etc.

Otras de las características que se deben tomar en cuenta son las de funcionalidad como la descamación (abrasión superficial de fibras o fragmentos de papel), el espolvoreo (pérdida en forma de polvo de las cargas contenidas), defectos importantes especialmente en papeles para impresión, la imprimibilidad (facilidad de impresión) y la higroexpansibilidad (estabilidad dimensional cuando varía el grado de humedad ambiental).

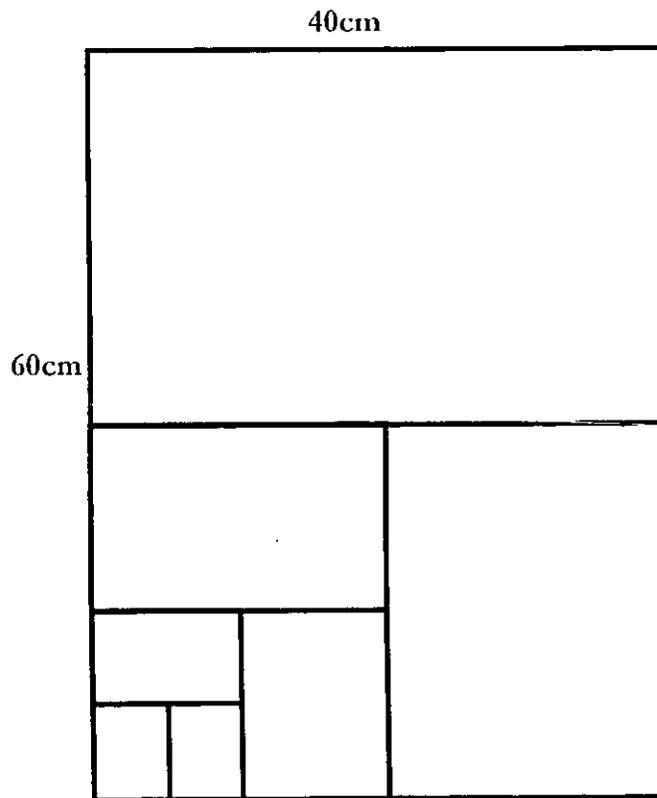
Tipos de papel

El papel de más bajo costo se hace triturando troncos descortezados para crear una pulpa que a su vez formará láminas; en éste proceso no se aplican los procedimientos químicos para eliminar impurezas y este papel se aplica comúnmente para fabricar periódicos; desintegrándose rápidamente a causa de sus imperfecciones la cual representa una gran ventaja ecológica ya que es biodegradable.

Los papeles con una mayor permanencia son tratados químicamente a fin de eliminar las sustancias causantes del deterioro, sirven para todo tipo de impresiones.

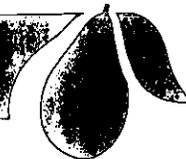
Diversos medios de comunicación visual como los carteles, anuncios publicitarios, piezas promocionales de envío directo como postales son impresos sobre papeles rígidos. Los papeles recubiertos son idóneos para reproducir los medios tonos de tramas finas. Originalmente eran recubiertos mediante brochas con una sustancia arcillosa, actualmente se aplican en la máquina a medida que se elabora el papel.

Los papeles recubiertos son costosos pero



Medida standar del papel

Acabados



El acabado es la protección del material previamente impreso o también la decoración del mismo.

En el caso de una publicación, es necesario escoger un buen acabado, para que dicha publicación se pueda conservar en buen estado, mientras cumple su ciclo.

Las técnicas más comunes de acabado son:

Plastificado

Se utiliza como protección de la superficie impresa con una película transparente y brillante de plástico.

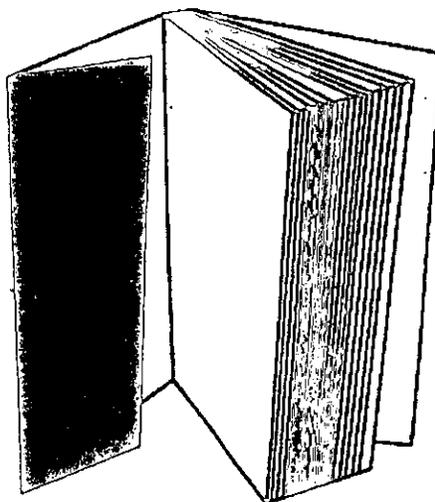
Este acabado evita la humedad y facilita la limpieza.

Barnizado

Es un sistema de protección más barato que el plastificado y muy parecido; se le aplica a la superficie impresa una sustancia líquida transparente.

Perfilado

Es el recorte de formas complejas a base de cuchillas, se realiza a través de las prensas tipográficas. Redondea miento de cantos. Su



función es decorativa y se realiza durante el proceso del perfilado.

Plegado

El plegado consiste en pasar el pliego sobre un lecho plano en el que hay una ranura, a través de la que una cuchilla de borde redondea empuja el pliego, se pasa entre un par de cilindros que doblan el papel por la línea precisa.

Alzado

Es la colocación de las páginas en el orden en que hay que encuadernarse y leerse.

El alzado puede ser automático, esto a través de unas pinzas que atraen las páginas y las colocan sobre otra, en el orden correcto.

Encuadernación

Por encuadernación se entiende la operación de reunir los pliegos a una cubierta.

Para escoger el tipo de encuadernación a utilizar en un material, se debe tomar en cuenta el número de hojas y el tipo de dobleces, ya que esto ocasiona que los márgenes no siempre sean iguales.

Existen básicamente cuatro tipos de encuadernación: el cosido o engrapado, la encuadernación mecánica, el pegado y la

Cosido o engrapado:

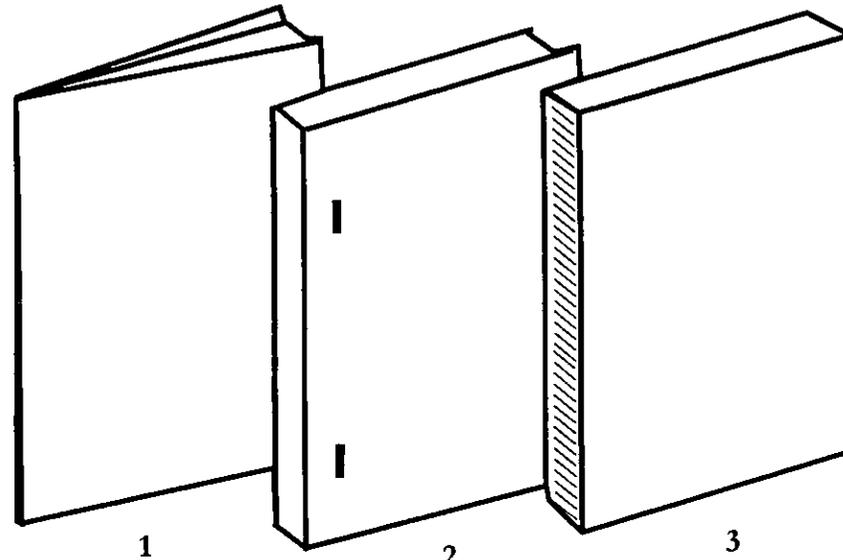
Se forma un cuadernillo que normalmente tiene de 8 a 32 páginas que en su doblez forman el lomo que se cose o se engrapa para unir las páginas, el cosido es más caro que el engrapado, pero su aspecto es más limpio, para este método un conjunto de más de 32 páginas sería muy voluminoso. La forma de coser es por el lomo o por el lado, el cosido por el lomo permite que el libro se abra por completo y no sea necesario sujetarlo para evitar que se cierre, pero el número de páginas que pueden coserse o engraparse es muy reducido, la mayoría de las revistas usan este método eficaz y barato.



Acabados

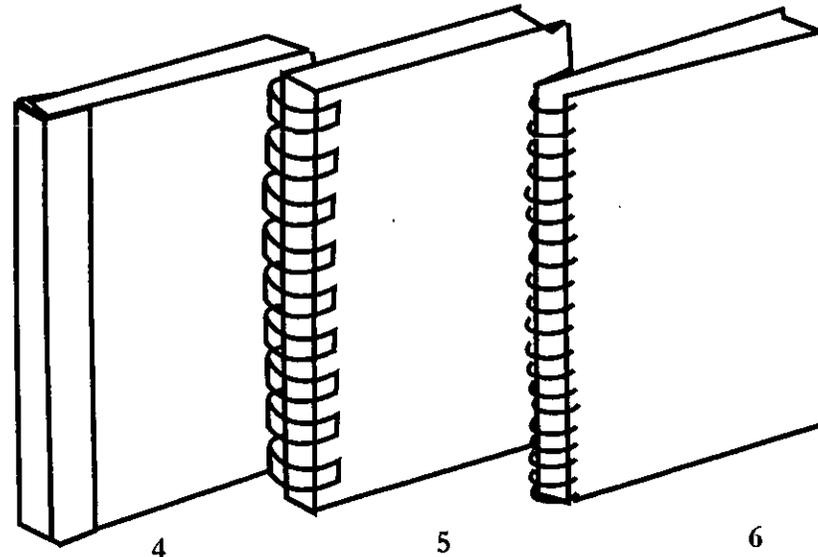
Encuadernación con tapas duras

Se forma un libro con pequeños cuadernillos que se cocen y se protegen con una cubierta rígida a la que se sujetan por medio de cintas cosidas al lomo, estas cintas se cubren con unas hojas llamadas guardas que cubren el interior de la cubierta de cartón, este procedimiento se llama de lomo plano y en ocasiones los librillos van unidos sin más a las cubiertas y las guardas solo tapan el espacio entre las hojas y el cartón. Para hacer la encuadernación con lomo redondo, las hojas y las pastas se colocan en una máquina especial que les da forma, en este son indispensables las cintas. Este método es el mejor pero también el más caro.



Encuadernación mecánica

Su costo es más elevado que el del cosido, esta encuadernación consiste en perforar el bloque de papel y pasar por los orificios una especie de gusanillo o espiral de plástico o metálico, para este tipo de encuadernación que se conoce también como engargolado, es necesario dejar los márgenes internos aún más amplios de lo normal.



- 1.- Engrapado por el lomo
- 2.- Engrapado por el lado
- 3.- Pegado
- 4.- Con guía
- 5.- Con arillo
- 6.- Espiral

CONCLUSIONES



De acuerdo con la investigación realizada es importante resaltar la importancia que tiene el diseño gráfico para la traducción de ideas y conceptos en formas visuales ordenando la información. Existe la necesidad de comunicarse por medio de imágenes claras y creativas, mismas que se emplean para relacionarse con la vida social, económica y cultural de un pueblo.

El diseñador gráfico tiene como prioridad expresarse con el apoyo de instrumentos y áreas que lo ayudarán a lograr nuevas formas de hacerlo.

La finalidad de crear una agenda, es dar difusión a un elemento importante de la región de Michoacán, que trae consigo beneficios socio-económicos y que es característico de nuestro Estado. Con ello se podrá dar un uso práctico a un elemento promocional.

Uno de los instrumentos más eficaces para la traducción de imágenes claras, es la fotografía por ello se ha seleccionado como parte de este proyecto, debido a las múltiples ventajas que presenta.

Entre las principales ventajas se encuentra que es un medio realista y efectivo de plasmar las imágenes captando todos y cada uno de los detalles.

Para crear un impacto visual en el espectador y como refuerzo de la imagen es importante la disposición de elementos gráficos como placas, imágenes, tipografía, tamaños y formatos mismos que ha de determinar el diseñador.

Todo ello apoyado de un diseño editorial que nos facilite la utilización de dicha agenda, con el fin de dar solución al problema.

Capítulo 5

Introducción



La realización del siguiente proyecto, se encuentra basada en una investigación a fondo sobre el aguacate como parte fundamental para el Estado de Michoacán, así como la forma en la que el Diseño Gráfico ayudará a que la gente de nuestro país principalmente, conozca más acerca de este fruto.

La agenda promocional del aguacate, es el medio por el cual se podrá despertar el interés por conocer más acerca de los elementos que identifican no solo al Estado de Michoacán sino al país.

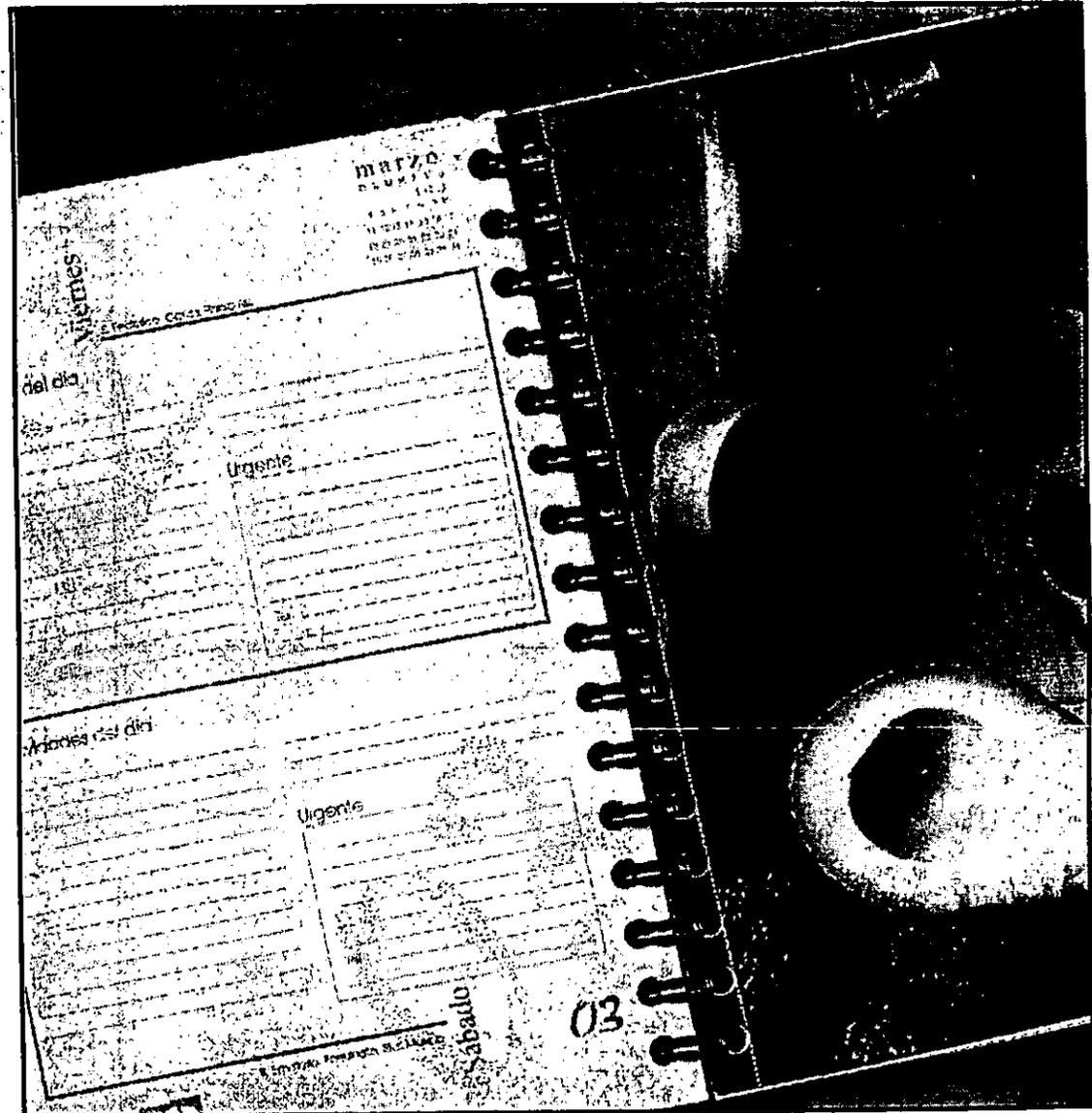
El seguir un proceso de diseño para desarrollar un proyecto, como en este caso el de una agenda, nos lleva a tener un mejor resultado de nuestros objetivos y metas. Por ello aquí se muestra todo este proceso fundamental para llegar a lo que es "La Agenda Promocional del Aguacate".

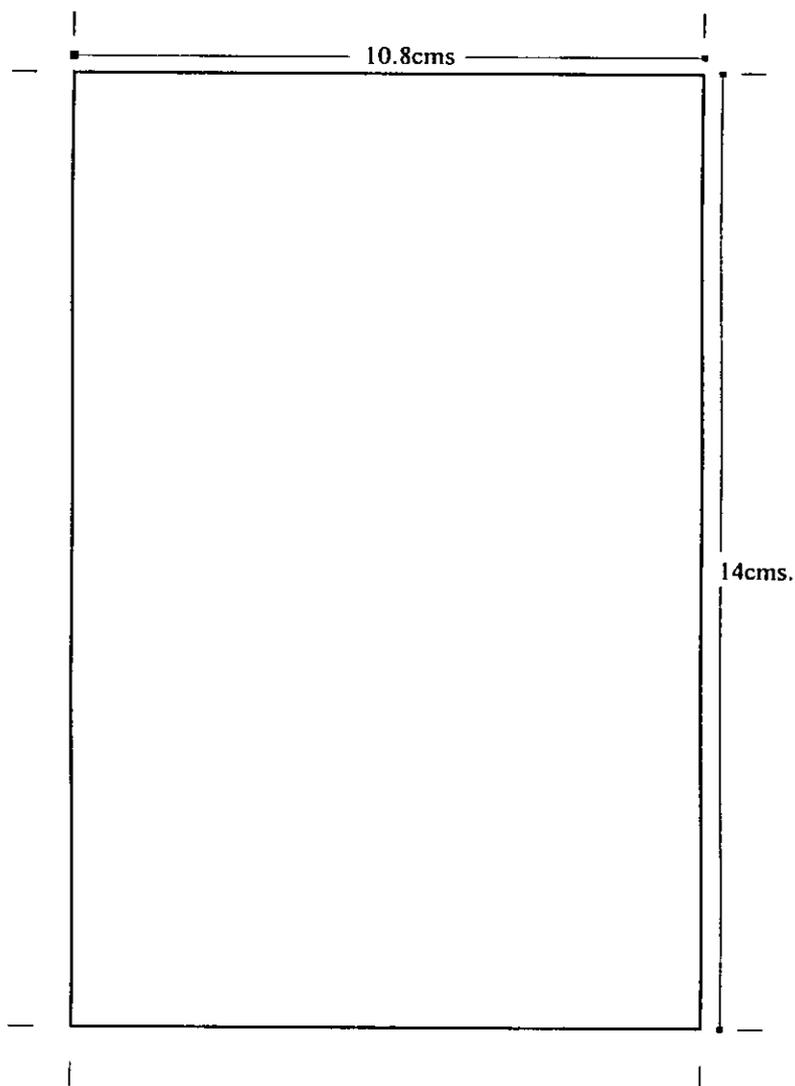


Proceso de diseño

Tipo de agenda

Antes de comenzar a diseñar el aspecto visual de la agenda, se tuvo que pensar en el tipo de agenda que ayudaría a que éste proyecto cumpliera realmente con el objetivo planteado desde un principio; dar difusión al aguacate como parte importante del Estado de Michoacán. Para ello, se hizo un análisis detallado de las agendas que pudieran ser funcionales para el tipo de público al que iría dirigido, en su mayoría compuesto por empresarios, profesionistas y estudiantes de nivel superior. Es así que se decidió que lo más conveniente para que funcionara el proyecto era elegir una agenda promocional, que además de satisfacer la mayoría de las necesidades de organización de estas personas, ayudara a difundir el fruto al que hace alusión esta agenda como lo es el aguacate, con ello las personas que utilizarán esta agenda tendrán presente al aguacate Michoacano durante todos los días del año.

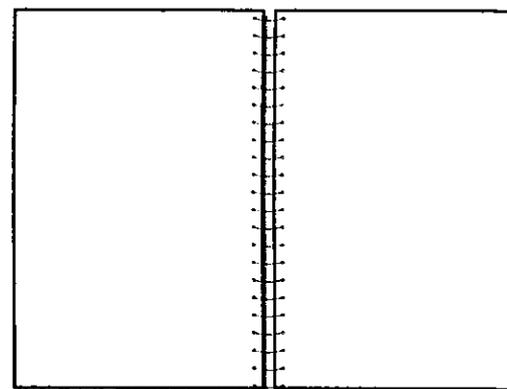




El Formato

Para comenzar a diseñar la agenda promocional, es necesario decidir su formato, para ello se estudió el manejo de las agendas promocionales, se encontró que en su mayoría se imprimen en formato media carta o medio oficio, por cuestiones de economía, reproducción y facilidad en el manejo.

Tomando en cuenta la funcionalidad, estética y manejo, se decidió hacer la agenda promocional del aguacate en un formato media carta equivalente a 10.75cms. x 14cms.



ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Proceso de diseño

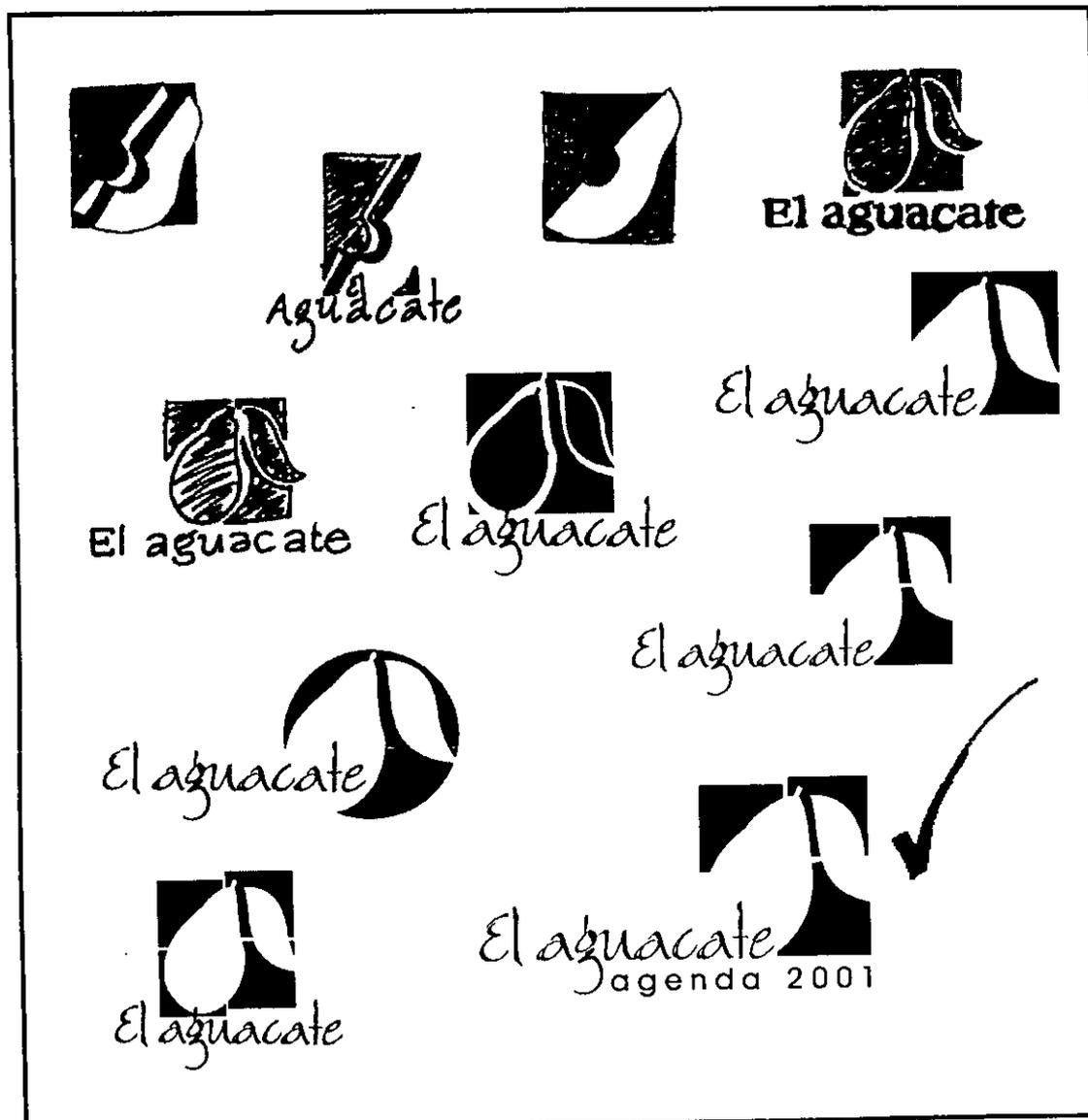
El logotipo

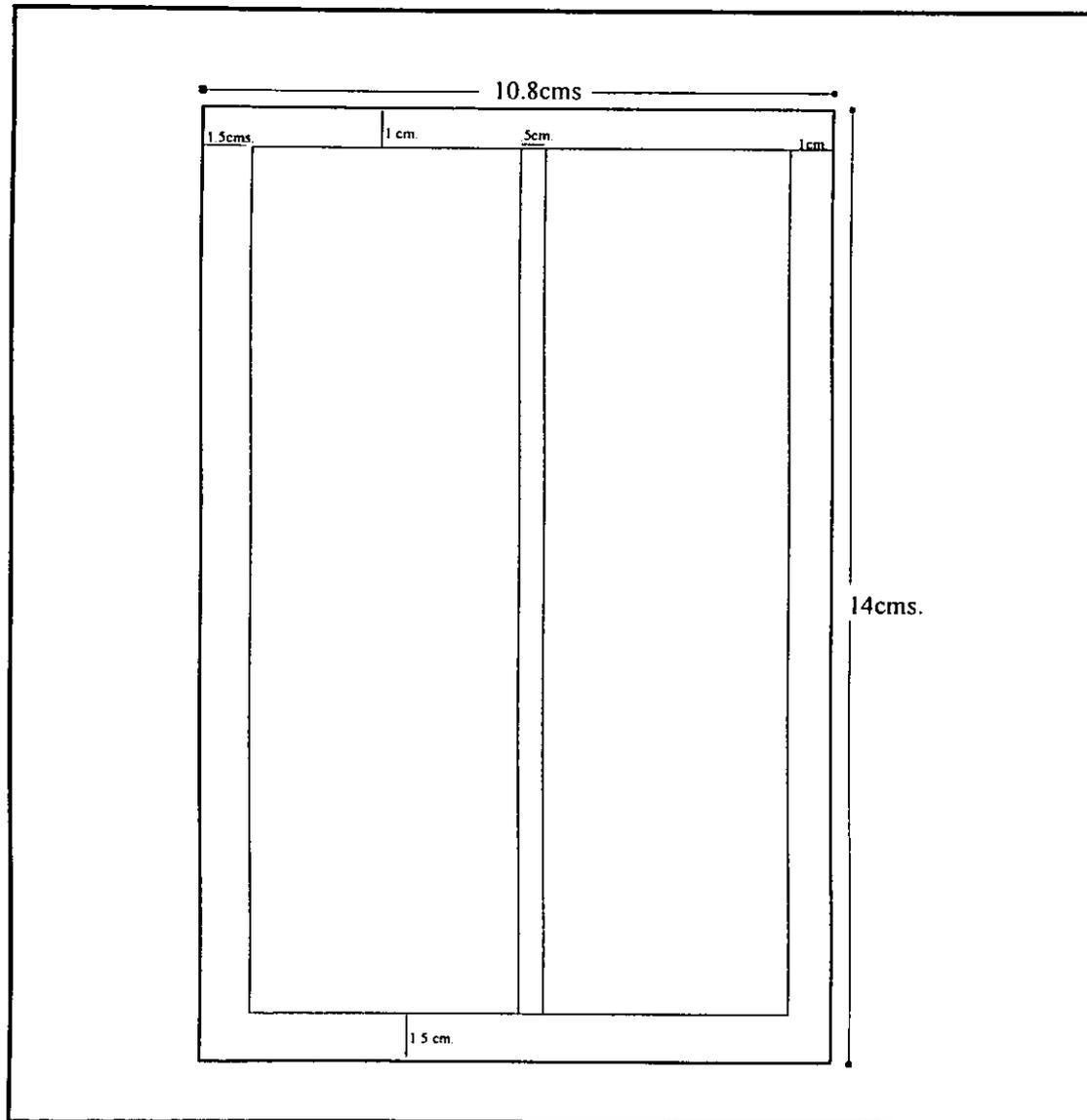
Después de haber decidido el formato que llevaría la agenda promocional del aguacate, era necesario crear una imagen que identificara a dicha agenda, un logotipo que fuera estético, funcional, original y que además de ello fuera alusivo al tema de la agenda.

Se estudiaron varios símbolos creados para este proyecto, pero la intención del logotipo que se pretendía lograr debería ir de acuerdo a las tres formas en que el aguacate puede valorarse, como lo es el valor nutricional, el valor comercial y el valor significativo que tiene para la región de Michoacán.

Por ello se eligió un logotipo que cumpliera con estos tres valores, además de representar la forma del aguacate.

Este logotipo está compuesto por tres cuadros los cuales representan cada uno de los valores que tiene el aguacate y en ellos se presenta la forma del aguacate. La tipografía que se utilizó es de trazos suaves y su color va de acuerdo con el contenido del fruto.





La retícula

Todo diseño de libro, de revista o en el caso de este proyecto de las agendas, están basados en una estructura base llamada retícula, ésta sirve como guía en el acomodo de los elementos de cada página para lograr una buena composición, legibilidad, estética y sobre todo una buena utilización de espacios. En el caso de ésta agenda se decidió que la mejor opción de retícula era de dos columnas, pues ayuda a regular mejor los espacios y le da dinamismo a las páginas.



Proceso de diseño

Tipografías

Se decidió que para que la agenda tuviera un mejor aprovechamiento de espacios y las personas pudieran tener una mejor ubicación de cada uno de los días, meses, actividades y las cosas urgentes de cada día, era necesario tener varias tipografías que se diferenciaran una de la otra pero sin ser exagerados visualmente. Para ello se escogieron las siguientes tipografías:

AvantGarde Bk BT, que se utilizó para los días festivos, los santos y para ubicar las actividades del día, las cosas urgentes y los teléfonos urgentes de cada día.

Times New Roman, esta tipografía se utilizó para identificar el nombre de cada día.

Bergell LET, fue utilizada para los títulos como lo es el directorio telefónico, la portada y la información del aguacate.

Ruach LET, fue utilizada exclusivamente para los números de cada día, ello para hacer un poco más dinámico el juego de espacios y tipografía en nuestro diseño de página.

AvantGarde Bk BT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ! ? , ; :

San Antonio

Times New Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ! ? , ; :

Domingo

Bergell LET

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ! ? , ; :

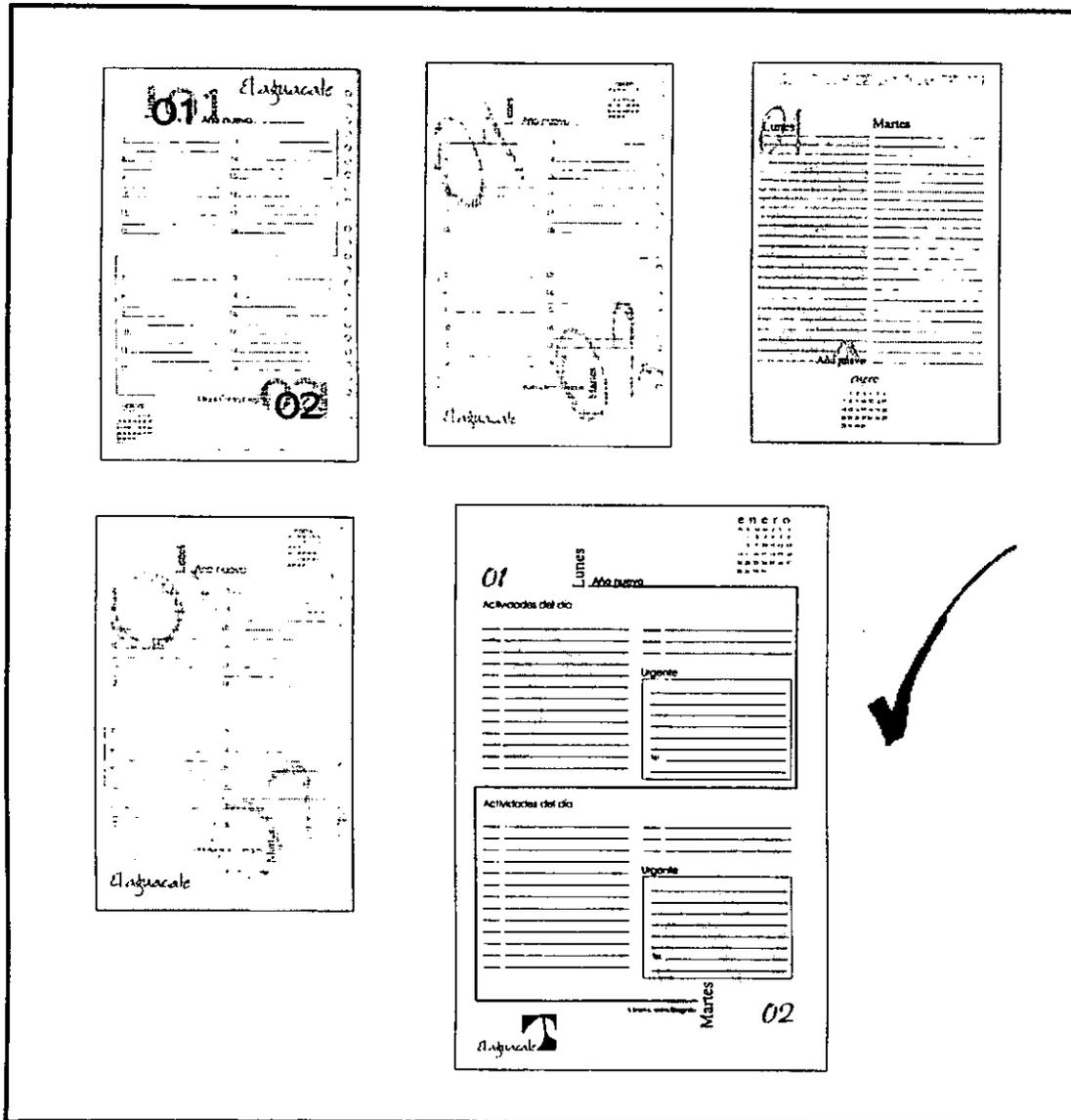
Directorio

Ruach LET

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



Proceso de diseño



Diseño editorial

La buena utilización de espacios dentro de una agenda, depende mucho del diseño editorial que se maneje.

Para ello se decidió hacer un diseño editorial que se pudiera adaptar a las necesidades de organización del tiempo, para que las personas a las que se dirige puedan utilizarla con mayor facilidad. Es así que se decidió que dentro de cada página en la agenda irían impresos dos días del año, en el que se puedan anotar cada una de las actividades del día, las cosas urgentes, los santos, así como los días festivos y el calendario del mes.

El diseño editorial que se maneja en la agenda promocional es distinto al generalmente utilizado en las agendas comerciales, lo que la hace distinta y original.

Proceso de diseño

Para darle dinamismo al diseño editorial se decidió utilizar un elemento decorativo, basado en una línea que puede adaptarse a cada una de las páginas de la agenda. Este elemento encierra las actividades de cada día y hace que se separen las actividades por día dentro de la misma página.

Dentro de cada día se designó un espacio para las actividades o compromisos que se tengan, las cuales se pueden anotar en los renglones que se muestran y a un lado de ellos anotar la hora en la que se tiene el compromiso, con ello las personas que utilizarán la agenda, adaptarán los espacios según sus necesidades.

También dentro de cada día se encuentra un recuadro en el que se marcan las cosas urgentes o compromisos que se tienen durante el día así como los teléfonos a los que es urgente comunicarse.

El calendario del mes ayudará a que se busque con facilidad las fechas y poder utilizar mejor la agenda.

En cada una de las páginas se encuentra la imagen de la agenda la cual hace presente el aguacate durante todo el año.

enero

D	L	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30
31					

Lunes Año nuevo

01

Actividades del día

Urgente

Tel.

Martes

02

S. Basilio, Ildiro, Gregorio

El aguacate

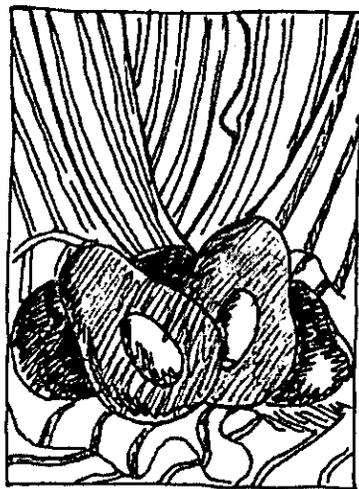
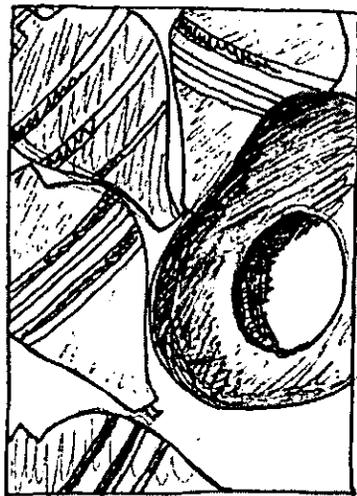


La fotografía

Para difundir y promocionar el aguacate era necesario hacerlo a través de un medio llamativo y que nos mostrara el aguacate de la mejor forma posible, se decidió utilizar la fotografía.

Las fotografías manejadas en esta agenda son de tipo artístico, nos muestra el aguacate de una forma diferente a la que estamos acostumbrados a verlo.

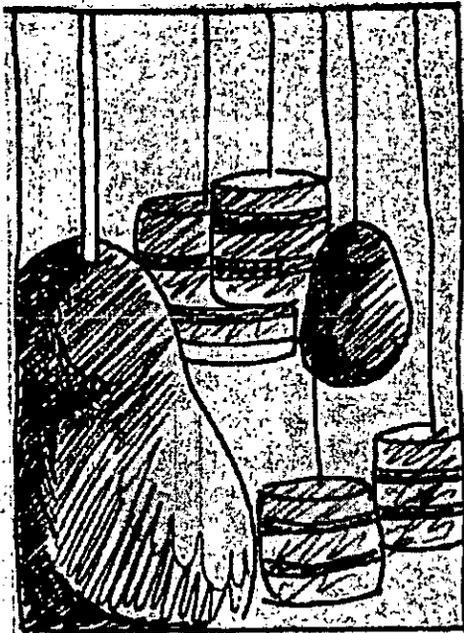
Para poder manejar de este modo las fotografías se tomó como apoyo uno de los elementos también importantes para el Estado como lo es la producción artesanal, de manera que las personas podrán observar y reconocer el aguacate michoacano y no el de otros países.



Proceso de diseño

Para poder llevar a cabo la toma de fotografías, era necesario hacer una investigación sobre las artesanías que se utilizarían en dichas fotos. Para ello, se tomó en cuenta las características de cada mes, para que de esta forma llevaran cierta congruencia con cada uno de ellos, sin embargo cabe mencionar que las fotografías no están hechas exclusivamente para la representación de cada uno de los meses, ya que estas serán utilizadas para la difusión del aguacate en forma de postales.

Se decidió utilizar las fotografías en forma de postales, puesto que después del término del año estas puedan ser utilizadas de una forma distinta y así seguir teniendo presente el aguacate.



Proceso de diseño



Enero

Para el mes de enero se utilizó un juguete artesanal que es generalmente asociado con los niños (el trompo), ya que en este mes se celebra el día de Los Santos Reyes Magos.



Febrero

En el mes de febrero se celebra el día de San Valentín, es por ello que se eligió una artesanía acorde con el mes como es Los Atrapa Novios.



Proceso de diseño

El mes de marzo es un mes cálido debido a la época de primavera, es por ello que se decidió utilizar las guitarras, debido a sus colores llamativos y cálidos.

Marzo



Para el mes de abril se decidió utilizar los valeros debido a la celebración del Día del Niño.

Abril

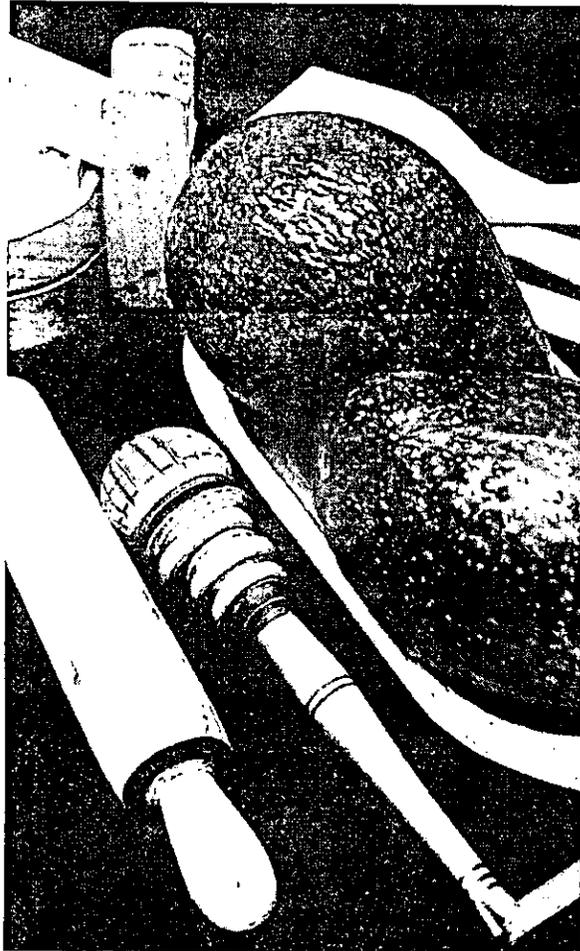


Proceso de diseño



Mayo

Para este mes se utilizaron artículos de madera que generalmente utilizan las amas de casa, puesto que en este mes se celebra el Día de las Madres.



Junio

Los artículos de madera que se utilizaron en el mes de junio, hacen alusión al día del padre que se celebra en el mes.



Proceso de diseño

Para el mes de julio se utilizaron las mantas que se realizan también en el Estado, esta artesanía, no tiene específicamente una relación con el mes, sin embargo, es una artesanía importante y se creyó conveniente considerarla dentro de la agenda.

Julio

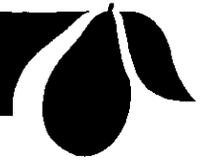


En el mes de agosto se decidió colocar los cantaros de barro, pues agosto es un mes con un ambiente frío y en el que el agua se hace abundante.

Agosto

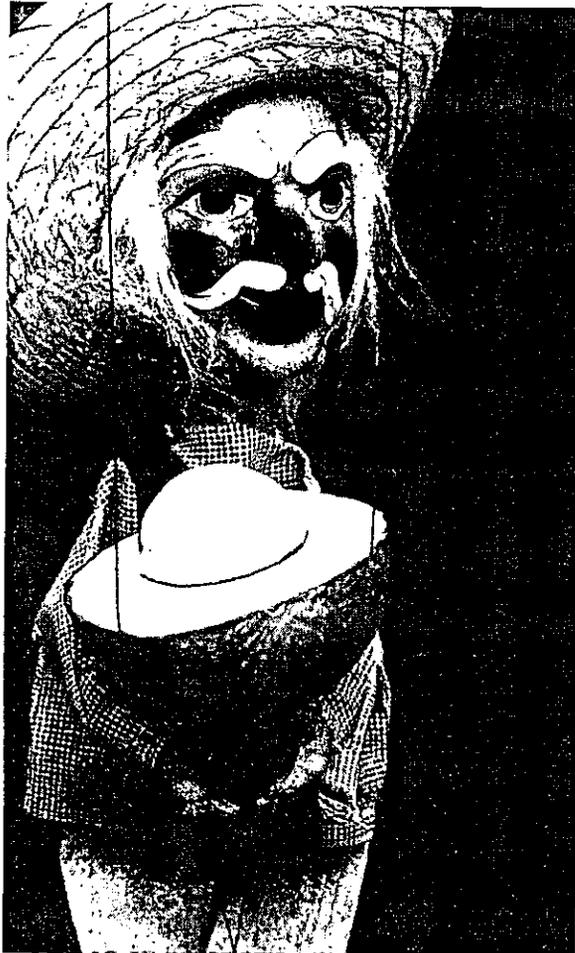


Proceso de diseño



Septiembre

Para el mes de septiembre se colocó un títere que habla del mes patrio, la independencia de nuestro país.



Octubre

En el mes de octubre se colocó una artesanía que es importante y que no tiene una relación estrecha con el mes, sin embargo el Barro Negro es una artesanía de suma importancia para el Estado.



Proceso de diseño

Una de las artesanías del Estado que son más importantes es la que representa Los Rebosos que en esta agenda asociaremos con el mes de la Revolución Mexicana.

—Noviembre



El mes de diciembre, lo relacionamos con un año que se va, un año que se hace viejo, pero que también es un mes en el que se ofrecen regalos, es por ello que se consideró para diciembre el papel maché representando a dos viejitos ofreciendo el fruto del aguacate.

—Diciembre



Proceso de diseño



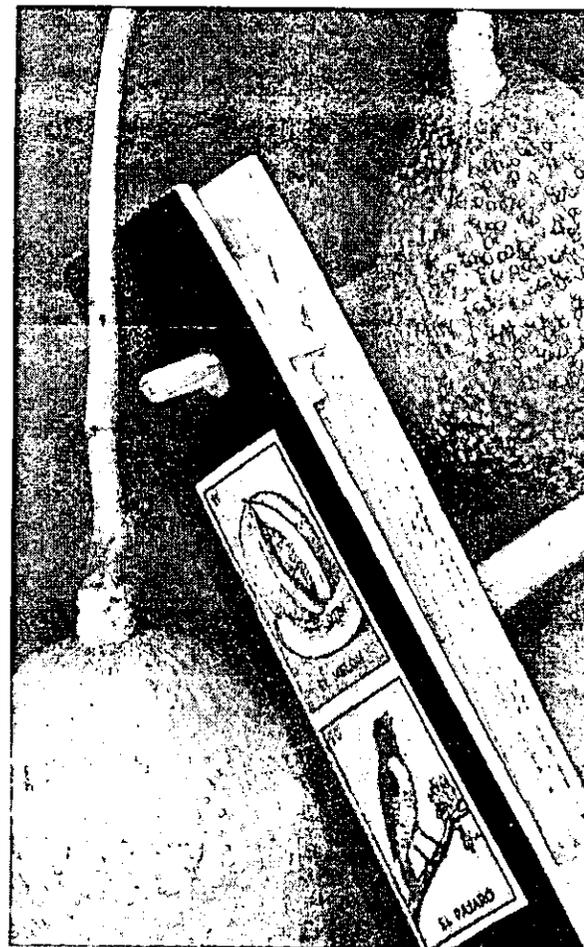
Extra

Se decidió manejar una fotografía extra para la portada basada en una fotografía con algunas de las artesanías que fueron utilizadas en la agenda.



Extra

Otra de las fotografías extras, es la que encabeza el directorio, esta fotografía está representada por Las Matracas y el aguacate.



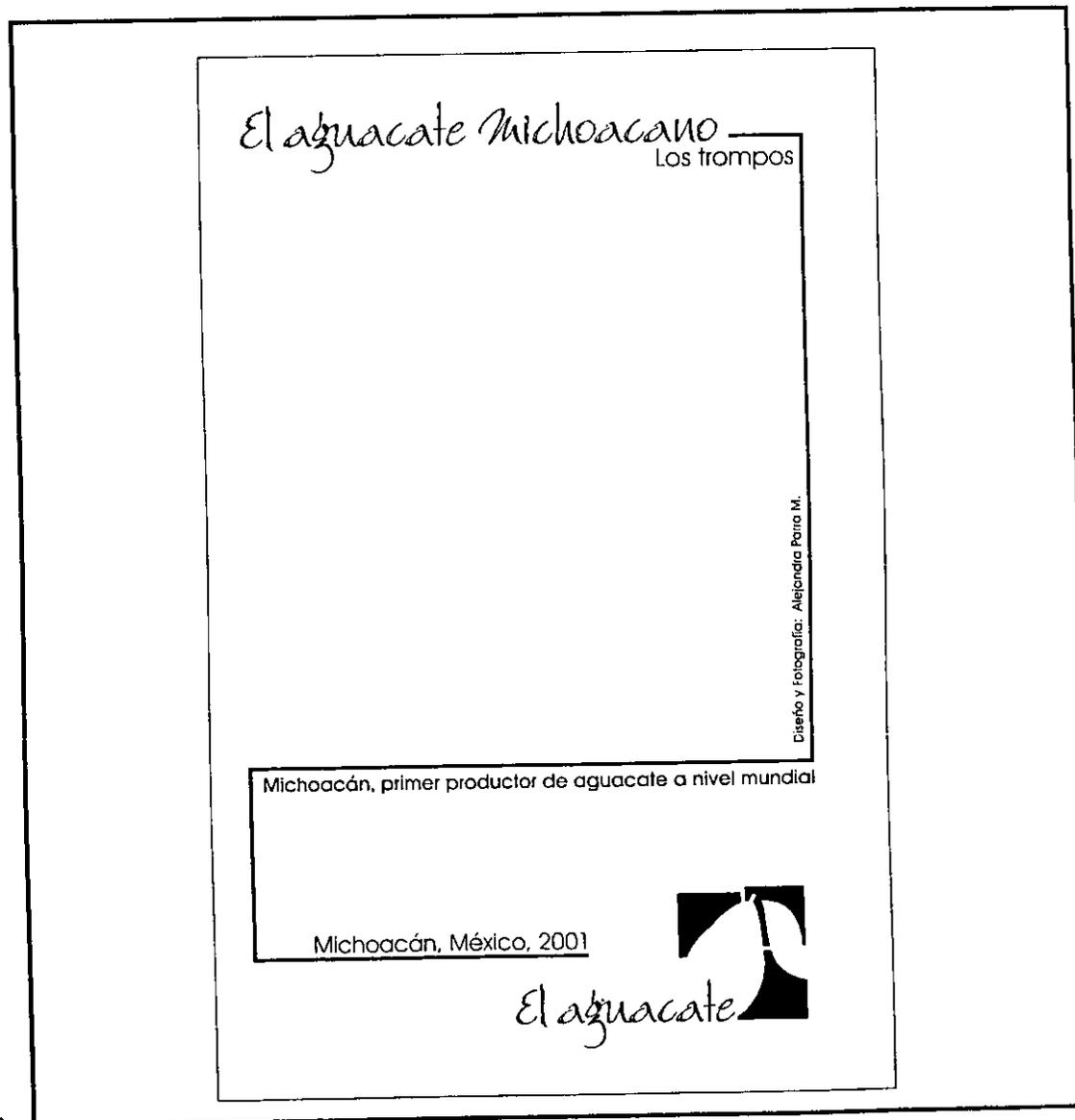
Proceso de diseño

Postal

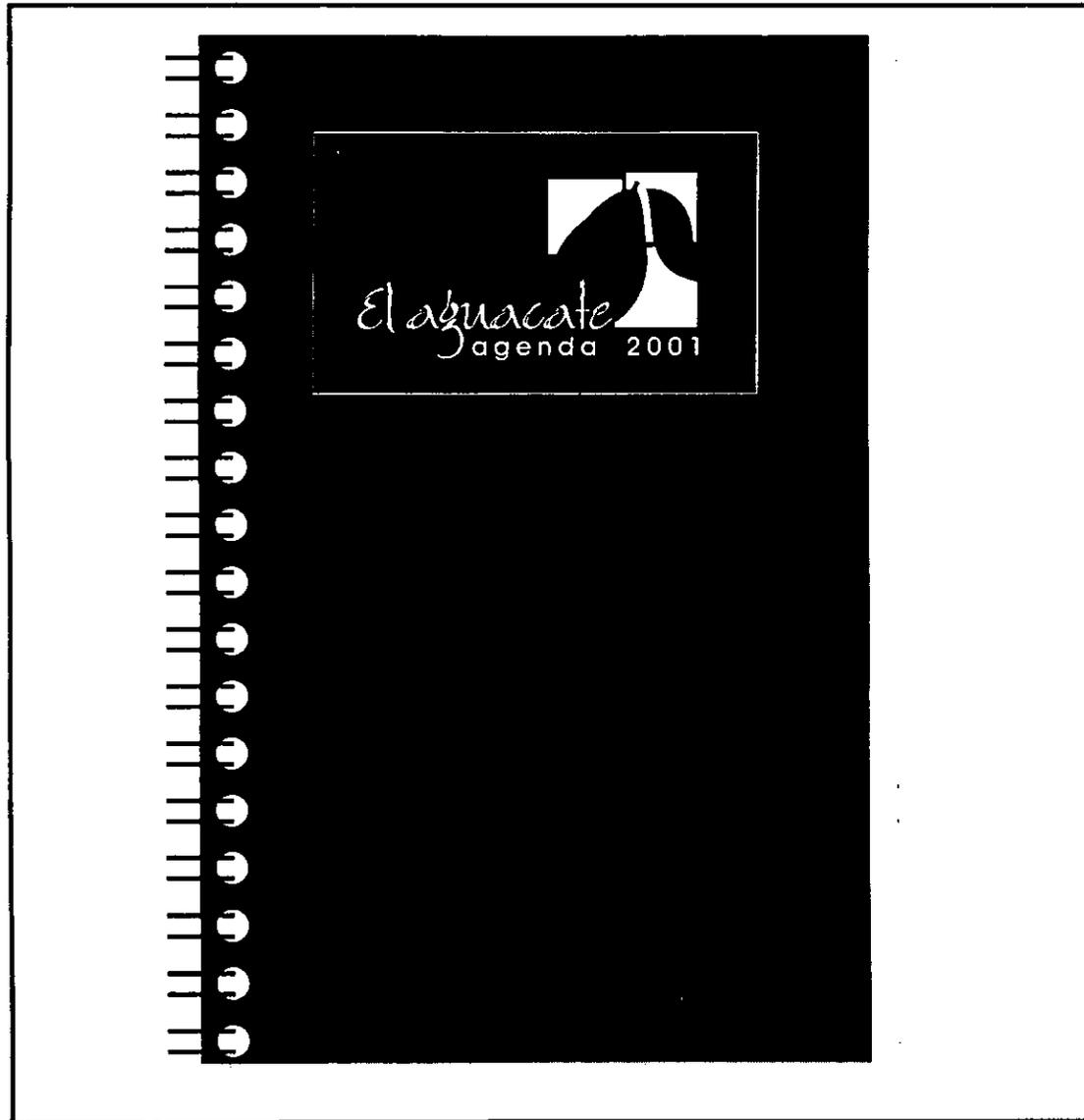
Todas las fotografías, están hechas para después ser utilizadas como postales, es por ello que en esta página se muestra el diseño posterior de las fotografías.

Dentro del diseño de la tarjeta postal se encuentra un espacio para anotar una dedicatoria a la persona que se le envía la postal, también se encuentra especificado que se trata del aguacate michoacano así como el tipo de artesanía que se encuentra en cada una de las postales, el logotipo de la agenda, el Estado y el país al que pertenece la postal, los créditos de fotografía y diseño así como una leyenda de "Michoacán, primer productor de aguacate a nivel mundial".

Las postales contienen una línea de recorte que se utilizará para desprender la postal después de haberle dado uso a la agenda promocional.



Proceso de diseño



Portada

La portada, es parte indispensable en una agenda, pues esta se maneja como presentación de cada persona para con sus clientes, es por ello que se decidió hacer una portada sencilla, formal, discreta y que permitiera que durante todo el año las personas que la utilicen no les sea molesto ver una portada llena de dibujos, fotografías, etc.

La portada está compuesta por el logotipo en color verde que representa a la agenda, sobre un fondo negro.

La agenda tiene de portada una pasta gruesa para soportar el uso durante todo el año.

Acabados

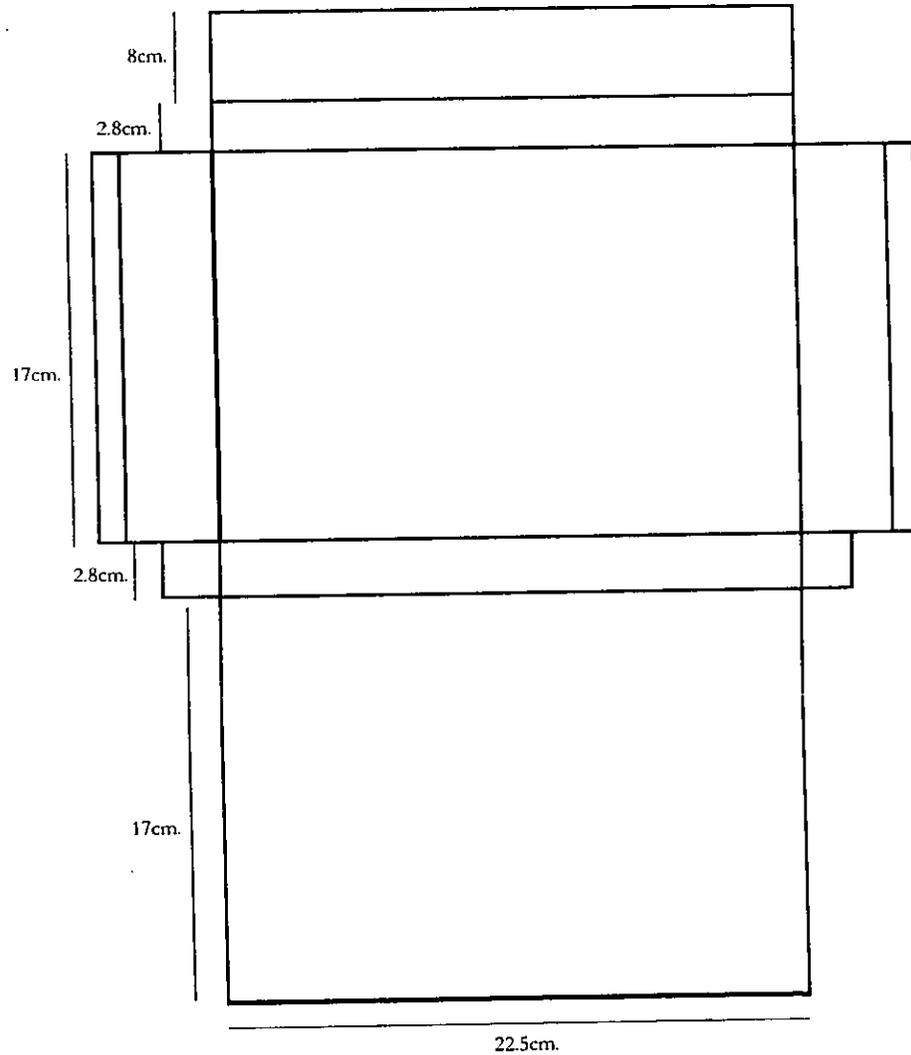
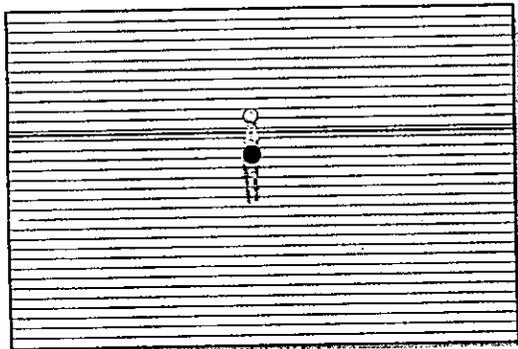
La Agenda Promocional del Aguacate será impresa en sus páginas interiores a una tinta (verde) en offset sobre papel Bond, las portales estarán impresas sobre papel lustrolito de 250grs. con dos vistas en selección a color. Las pastas irán en negro, impresas a una tinta directa en serigrafía y engargolado debido al manejo de la agenda y a que ella deberá utilizarse durante un año aproximadamente.

Proceso de diseño

Envase

Para dar una mejor presentación a la agenda, se decidió utilizar un envase que permitiera el transportar la agenda de un lugar a otro y que ayudara a que dicha agenda no se maltratara.

El envase que se propuso fue de papel corrugado en color verde seco.



Presupuesto



El costo aproximado de la agenda promocional del aguacate por concepto de 5000 ejemplares con selección de color en fotos y una tinta en offset por página, pastas gruesas y engargolado, es de 250,000.00 pesos (doscientos cincuenta mil pesos con cero centavos). El precio unitario es de 50.00 pesos (cincuenta pesos con cero centavos) aproximadamente.

El presente presupuesto está hecho con fecha del mes de junio del 2000.



R.F.C. LMI-851001 D88

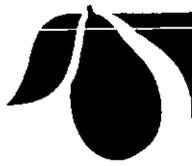
Nº 7449

Emilio Carranza No. 26
Tels.: 3-11-55, 4-28-84
Fax 3-11-56
Uruapan, Mich.
C. P. 60000

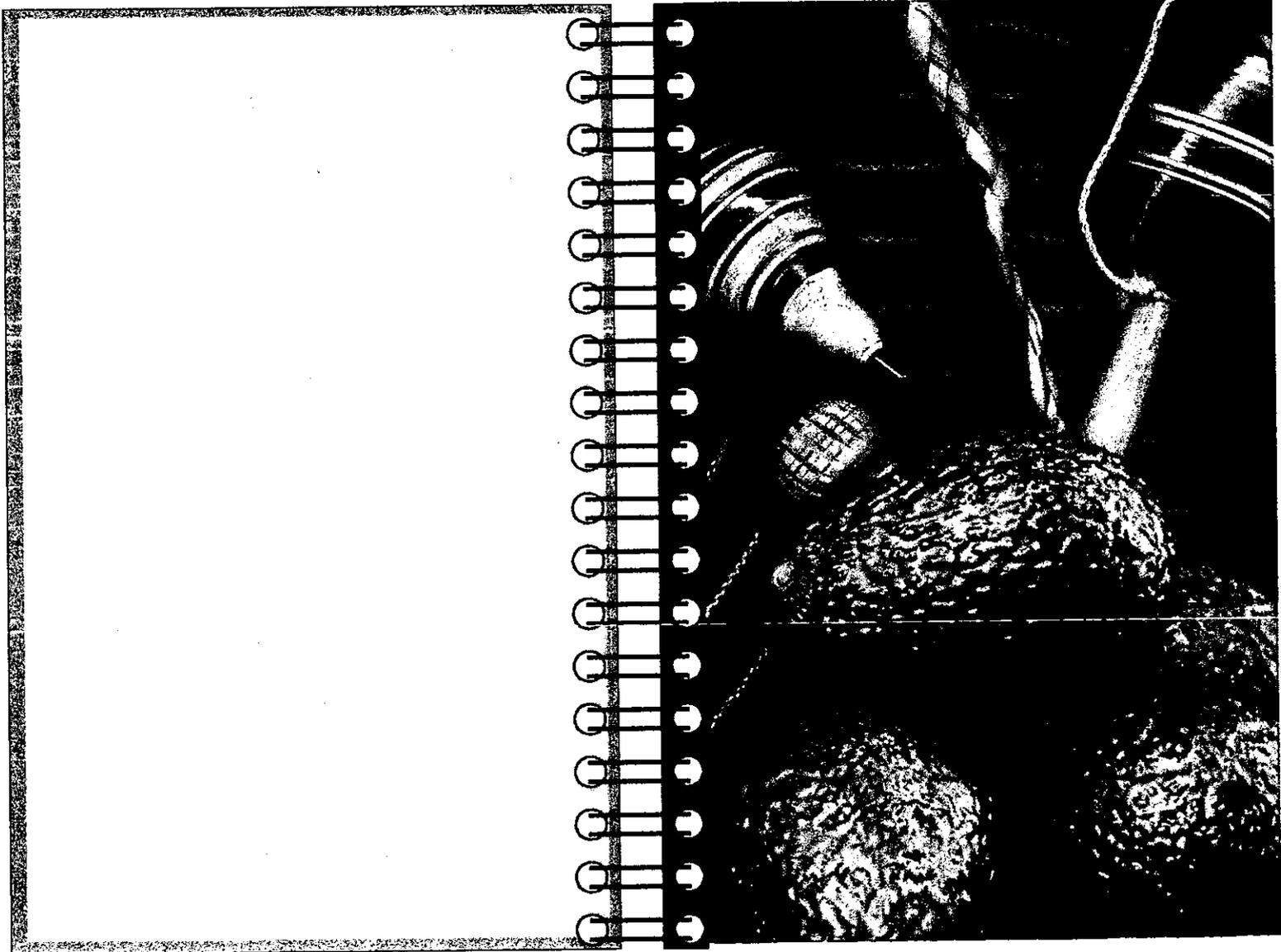
PRESUPUESTO DE FORMAS IMPRESAS

DATOS DEL CLIENTE		Alcandra Parro		FECHA	19/06/2000
Tel. 34717				AGENTE	RECEP.
				FIRMA	Noreya
NOMBRE DE LA FORMA					
Ime. de Agedors					
TAMAÑO	PAPER	ORIGINAL	1ra. COPIA	2da. COPIA	3ra. COPIA
21x14		Bolo, ilustrado			
TIPO DE TERMINADO	LOGOS	TINTAS FRENTE	TINTAS REVERSO	FOLIO	CAMBOS
Engargolado	2p	1 tinta y 5/c			
ESCALA DE PRECIOS	5000				TIEMPO DE ENTREGA
IMPORTE	212500-				15 días
I.V.A.	37500-				FIRMA DE ACEPTADO
TOTAL	250,000-				
UNITARIO	50 =				

Aportación



Aportación



Aportación



El aguacate Michoacano
Las artesanías

Diseño y Fotografía: Alejandra Parra M.

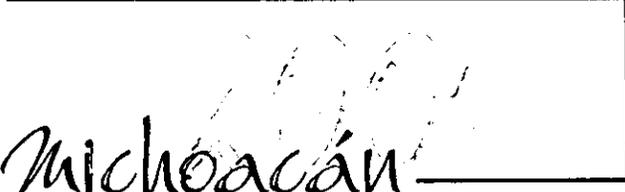
Michoacán, primer productor de aguacate a nivel mundial

Michoacán, México, 2001

El aguacate



El aguacate
Agenda 2001



Michoacán



Aportación

Datos personales

Nombre/ Name	Tel./ Phone
Dirección/ Address	Colonia/ District
C.P./ Zip Code	Ciudad/ City
País/ Country	

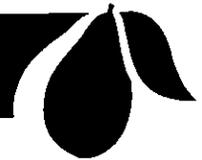
Empresa/ Company	Tel.-Fax/ Phone-Fax
Dirección/ Address	Colonia/ District
C.P./ Zip Code	Ciudad/ City
País/ Country	

Documentos Personales/ Personal Documents	
Licencia/ Driver's license	Pasaporte/ Passport
Cartilla/ I.D.	

Datos de emergencia/Emergency information	
Nombre/ Name	Tel./ Phone
Nombre/ Name	Tel./ Phone
Nombre/ Name	Tel./ Phone

Información Médica/ Medical information	
T. Sanguínea/ Blood Type	Diabetes/ diabetes
Cardiopatía/ Cardiopathy	Epilepsia/ Epilepsy
Alegia/ Allergies	Otra/ Other





Presentación

Esta agenda, surge como una propuesta creativa al compromiso de promover y difundir nuestra cultura, dando a conocer la importancia del "Aguacate" como un elemento agrícola de la región de Michoacán, que beneficia no solo

This memorandum book arise as a creative response to the compromise to promote and diffuse our culture, showing the importance of "Avocado" as an agricultural element in

_____ Presentation

El aguacate

Enero	Febrero	Marzo	Abril
D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28	D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
Mayo	Junio	Julio	Agosto
D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

_____ Calendario
2000



Aportación



El aguacate

Enero	Febrero	Marzo	Abril
DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

Mayo	Junio	Julio	Agosto
DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29

2001
2001 Calendario



El aguacate

Enero	Febrero	Marzo	Abril
DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

Mayo	Junio	Julio	Agosto
DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	DLMMJVS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

2002
Calendario 2002



Aportación

El aguacate Michoacano
Los trompos

Diseño y Fotografía: Alejandra Parra M.

Michoacán, primer productor de aguacate a nivel mundial

Michoacán, México, 2001

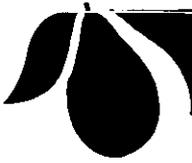


El aguacate



El aguacate
Agenda 2001

Michoacán



Aportación

29 **Lunes**
Volcan, Mauro, Galdo

enero
D L M M J V S
1 2 3 4 5 6
7 8 9 10 11 12 13
14 15 16 17 18 19 20
21 22 23 24 25 26 27
28 29 30 31

Actividades del día

Urgente

Tel. _____

Actividades del día

Urgente

Tel. _____

30 **Martes**
Sto. Martina, Jocinta, s. Barjmeo

31 **Miércoles**
S. Juan Bosco, Cto. Sorumino

enero
D L M M J V S
1 2 3 4 5 6
7 8 9 10 11 12 13
14 15 16 17 18 19 20
21 22 23 24 25 26 27
28 29 30 31

Actividades del día

Urgente

Tel. _____

Actividades del día

Urgente

Tel. _____

01 **Jueves**
Sto. Brigida, Vidiana V.

Aportación



02 **Viernes** **febrero**
D L M J V S
1 2 3
4 5 6 7 8 9 10
11 12 13 14 15 16 17
18 19 20 21 22 23 24
25 26 27 28

La candelaria, Sta. Catalina, Aída

Actividades del día

Urgente

Tel.

Actividades del día

Urgente

Tel.

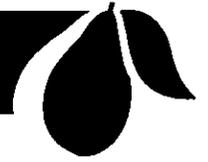
S. Bas. Oscar, Sta. Verdú

Sábado **03**

El aguacate



Aportación



02 **Viernes** **marzo**
D. T. M. J. V. S.
1 2 3
4 5 6 7 8 9 10
11 12 13 14 15 16 17
18 19 20 21 22 23 24
25 26 27 28 29 30 31

S. Fedatario, Colón, Pablo M.

Actividades del día

Urgente

Tel. _____

Actividades del día

Urgente

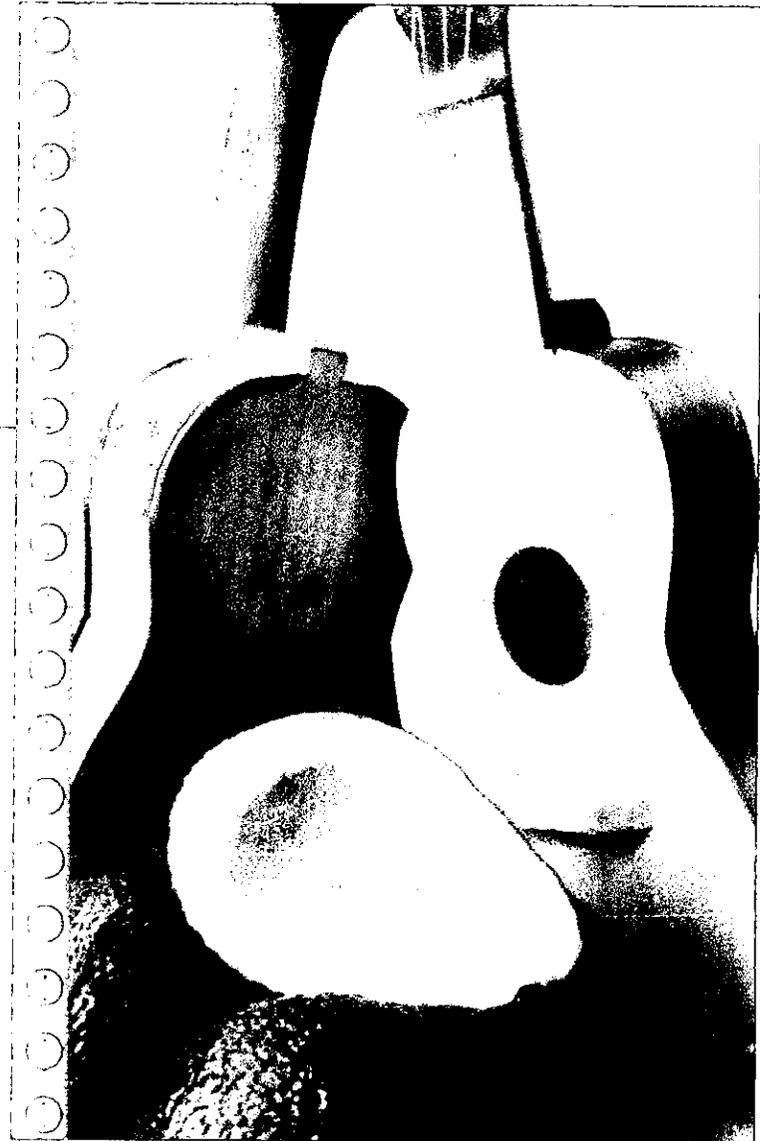
Tel. _____

S. Ematoda, Fort. Anota, Sta. María

Sábado **03**



El Aguacate





Aportación

El aguacate Michoacano
Las guitarras

Diseño y Fotografía: Alejandra Parra M.

Michoacán, primer productor de aguacate a nivel mundial

Michoacán, México, 2001



El aguacate

marzo
D L M M J V S
1 2 3
4 5 6 7 8 9 10
11 12 13 14 15 16 17
18 19 20 21 22 23 24
25 26 27 28 29 30 31

S. Cosma, Lucio, Romeo

Domingo

04

Actividades del día

Blank lines for daily activities

Urgente

Urgent notes section with lines and a 'Tel.' label

Actividades del día

Blank lines for daily activities

Urgente

Urgent notes section with lines and a 'Tel.' label

Lunes

S. Ezequiel, Adrián, Virgilio

05





Aportación

El aguacate michoacano
Los valeros

Diseño y Fotografía: F. Guadalupe Parra M.

Michoacán, primer productor de aguacate a nivel mundial

Michoacán, México, 2001

El aguacate



abril
D L M M J V S
1 2 3 4 5 6 7
8 9 10 11 12 13 14
15 16 17 18 19 20 21
22 23 24 25 26 27 28
29 30

Sta. Jacuina, S. Hugo, Molitón

Domingo

01

Actividades del día

Blank lines for daily activities

Urgente

Blank lines for urgent notes

Tel.

Actividades del día

Blank lines for daily activities

Urgente

Blank lines for urgent notes

Tel.

02

Lunes

S. Francisco de Paula

El aguacate



Aportación



01

Martes
Día del Trabajo

mayo
D L M T V S
1 2 3 4 5
6 7 8 9 10 11 12
13 14 15 16 17 18 19
20 21 22 23 24 25 26
27 28 29 30 31

Actividades del día

Urgente

tel. _____

Actividades del día

Urgente

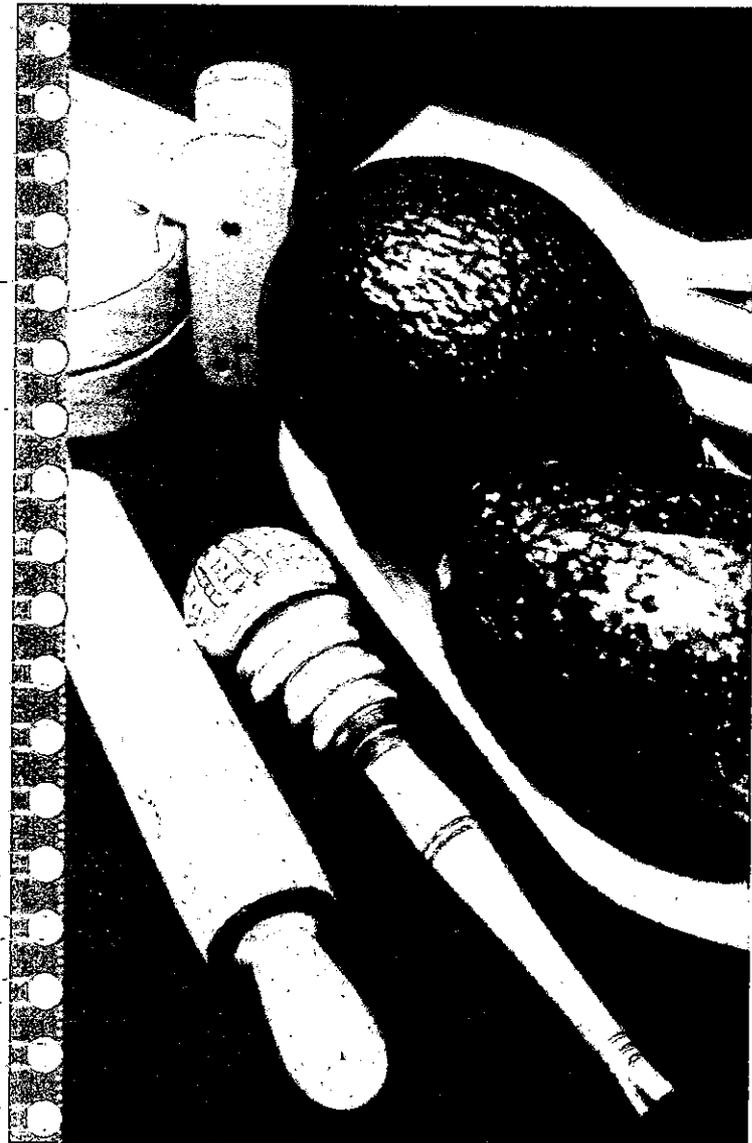
tel. _____

02

Miércoles

S. Anastasio, Germán, Celestino

El aguacate



Aportación



02 **Sábado** **junio**
S. Marcosno, Eugenio, Escano

DL	MN	VI	VS
1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16
17	18	19	20
21	22	23	24
25	26	27	28
29	30		

Actividades del día

Urgente

Tel.

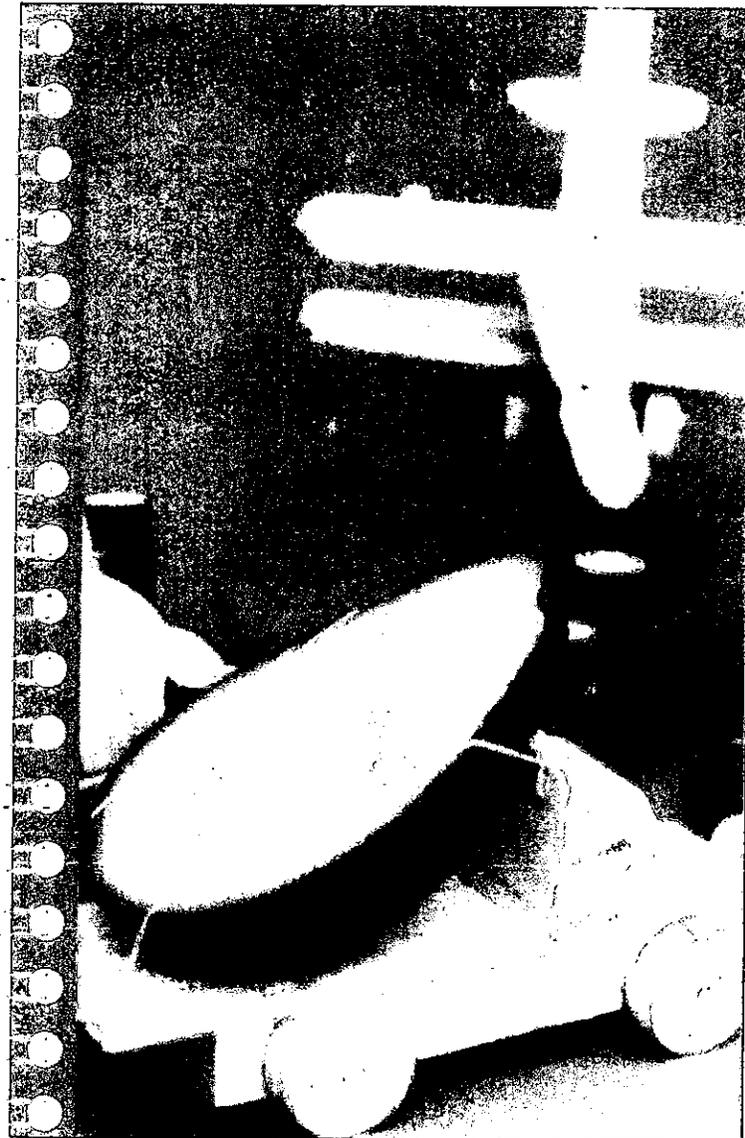
Actividades del día

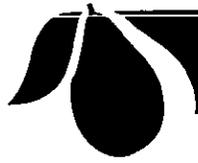
Urgente

Tel.

03 **Domingo**
S. Carlos, Mallos, Stq. Ocho V.

El aguacate





Aportación

El aguacate Michoacano
Artículos de madera

Diseño y Fotografía: Alejandra Parra M.

Michoacán, primer productor de aguacate a nivel mundial

Michoacán, México, 2001



El aguacate

junio

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

S. Francisco C., Ruffo, Quirón

Lunes

04

Actividades del día

Urgente

Tel.

Actividades del día

Urgente

Tel.

Martes

Sta. Valeria, Elota, Maricó

05



Aportación



30	Sábado	junio D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
		S. Marcos, León, Sta. Lucina V.
Actividades del día		
Urgente		
Tel.		
Actividades del día		
Urgente		
Tel.		
Domingo		01
S. Acón, Everardo, Sta. Ester		



Aportación



01

Miércoles

agosto
D E M J V S
1 2 3 4
5 6 7 8 9 10 11
12 13 14 15 16 17 18
19 20 21 22 23 24 25
26 27 28 29 30 31

S. Alfonso, Julián, Sta. Salomé

Actividades del día

Urgente

Tel.

Actividades del día

Urgente

Tel.

N. Sta. Do los Angeles, S. Esteban

Jueves

02

 El aguacate



Aportación



02	Domingo S. Antón, Concordia	septiembre
		D L M M J V S
Actividades del día		1
Urgente		2 3 4 5 6 7 8
Tel.		9 10 11 12 13 14 15
Actividades del día		16 17 18 19 20 21 22
Urgente		23 24 25 26 27 28 29
Tel.		30
S. Gregorio Magno, Alfaro		Lunes
03		

El aguacate



Aportación



01

Jueves
Todos los Santos

noviembre
D E L M J V S
1 2 3
4 5 6 7 8 9 10
11 12 13 14 15 16 17
18 19 20 21 22 23 24
25 26 27 28 29 30

Actividades del día

Urgente

tel. _____

Actividades del día

Urgente

tel. _____

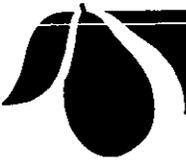
Fieles Difuntos

Viernes

02

El aguacate





Aportación

El aguacate Michoacano
Los rebosos

Diseño y Fotografía: Alejandra Parra M.

Michoacán, primer productor de aguacate a nivel mundial

Michoacán, México, 2001



El aguacate

noviembre

D	E	M	M	J	V	S
			1	2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

S. Martín de Pones, Sta. Silva

Sábado

03

Actividades del día

Urgente

Tel.

Actividades del día

Urgente

Tel.

Domingo

S. Carlos, Fortín, Nicandó

04

El aguacate 



Aportación

El aguacate Michoacano
Papel maché

Diseño y Fotografía: Alejandra Parra M.

Michoacán, primer productor de aguacate a nivel mundial

Michoacán, México, 2001



El aguacate

noviembre
D L M M J V S
1 2 3
4 5 6 7 8 9 10
11 12 13 14 15 16 17
18 19 20 21 22 23 24
25 26 27 28 29 30

S. Eloy, Eligio, Sta. Natalia

Sábado

01

Actividades del día

Urgente

Tel.

Actividades del día

Urgente

Tel.

Domingo

Sta. Bibiana, Aurelia, Eva V.

02

El aguacate

Aportación





Usos del aguacate

El aguacate consiste en una pulpa de color verde claro, de sabor dulce. Este se utiliza y principalmente se consume en su estado fresco como una ensalada, puré o en forma en que se come en Michoacán "Guacamole" (el cual se mezcla con cebolla, chile y otras verduras).

El aguacate viene a constituir uno de los ingredientes de importancia, para la elaboración de pasteles, panes; o bien es el ingrediente que sirve para la elaboración de sopas, bebidas, postres, salsas y algunos guisados en los que el aguacate les proporciona presentación a los platillos.

Por otra parte, la industria alimenticia requiere el aguacate, para la fabricación de aceite o alimentos concentrados.

En la industria de los cosméticos o artículos de belleza, es muy solicitado este fruto, a fin de ser utilizado en la elaboración de aceites,



El aguacate

Avocado Uses

The avocado consists in a light green pulp, with a sweet taste. It is consumed principally in its fresh state as a salad, puree or as the way that is called in Michoacán: "Guacamole", which is onion, chili and other vegetables.

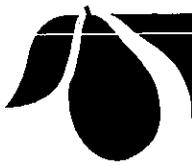
Avocado is one of the important ingredients in the elaboration of cakes, bread; and it can be used too as ingredient of soups, drinks, dessert, sauces and some other recipes where avocado provides a good presentation.

In alimentary industry avocado is required for the fabrication of oils and concentrated foods.

In the cosmetologic industry, or beauty articles, this fruit is demanded for the elaboration of oils, lotions, soaps, cremes, hair shampoos and more, for its high contents of natural oils, vitamins and



El aguacate



Aportación

Historia

En la época precolombina, el aguacate se cultivaba en México y América Central, donde recibía el nombre de "Ahuacatl", que los españoles convirtieron en aguacate; su cultivo se extendió por las faldas de la cordillera Andina hasta Perú, donde fue llamado "Palta".

Esta zona Centroamericana, origen de los primeros aguacates, está situada en la zona tropical, de estación lluviosa estival. La altitud hasta donde se encuentra aguacates llega a unos 1900 metros sobre el nivel del mar.

A partir de pruebas arqueológicas encontradas en Tehuacán (Puebla) con una antigüedad aproximada de 12,000 años, se ha determinado concretamente que es originario de México.

El centro de expansión de este producto fue México, distribuyéndose en el centro y hacia el sur de América y muy posteriormente a la colonización, llegó a otros puntos fuera del continente.

El aguacate fue conocido por los españoles en tiempo de la conquista y era uno de los preferidos de la población indígena de México y Centroamérica.

Los españoles lo introdujeron a las Antillas y los portugueses en Brasil, donde ya se cultiva en el siglo XVII. No se sabe cuando fue llevado a Florida, también por los españoles, donde los cultivos en cantidad no empezaron hasta 1833; en California no se

El aguacate



History

In pre-Columbian era, the avocado was cultivated in Mexico and Central America, Where was named "Ahuacatl" wich spanish traduce as "Avocado". The cultivate reach the slope of the Andine Cordillera (mouintain range) and Peru, where was called "Palta".

This Central-Americanz one, origin of the 1st avocados, is situated in the tropical zone, with summer rains the altitude wich avocado cultives reach is 1900 meters over sea level.

According with arqueological tests made in Tehuacán Puebla (México) avocado is originary from México, with an antiquity of 12000 years.

The center of expansion of the product was México to the center and south of America, and a long time after the colonization it reach other points out of the continent.

Avocado was Known by the spanish in the conquer time and it was one of the favorites of the mexican centro-American natives.

The spanish introduced it to Antillas and the portugueses introduced it to Brazil, where was cultivated in the 17th. Century. Is an Known date when the spanish brought it to Florida, where the huge cultivations began until 1833 and in California in

El aguacate





Comercialización

El aguacate es una de las frutas que México obsequió al mundo. La importancia de su cultivo y el volumen de su consumo aumentan día a día en todo el planeta, porque es un producto único, de excelente sabor y con un contenido nutricional muy sobresaliente.

México siempre ha consumido aguacate, pero en los últimos años ese consumo se ha incrementado notablemente, debido a la producción de variedades mejoradas, en especial hass. Esta fruta se ha convertido en parte indispensable de la dieta del mexicano, lo que redundará en un mercado interno muy fuerte, capaz de consumir enormes cantidades de aguacate a precios altos.



Commercialization

Avocado is one of the fruit that Mexico gave to the world. The importance of the cultivation and the volume of the consume grows each day, around the planet, because is an unique product, it has an excellent taste and a great nutritional content.

Mexico has always consumed avocado, but in the last years this consume has increased notably, thanks to the production of improved varieties, such as Hass one. The fruit has become on an essential part of mexican diet, wich results in a strong internal mart, able to consume enoemous quantities of avocado at high prices.

Michoacán State, is the most productive zone in Mexico, and in the world. Contributes with





Aportación

Importancia socioeconómica del aguacate

El país más grande productor de aguacate es México, pues en promedio aporta aproximadamente el 60% de la producción mundial, seguido de los E.U.A. Este último, conjuntamente con nuestro país son los exportadores más importantes, además de Sudáfrica, Israel y Chile.

El lugar que ocupa México en la producción mundial, se debe a sus casi 124 mil hectáreas. La aportación de Michoacán a la producción nacional se estima ser superior al millón de toneladas que representa el 84% aproximadamente. En el ámbito nacional sobresalen, además del Estado de Michoacán, los Estados de Nayarit, Morelos, Puebla y el Estado de México. Sin embargo, se estima que entre otras 23 entidades federativas también se cultiva este frutal debido al amplio rango agroclimático que posee el país.

Su importancia social para la región radica en el número de jornales que absorbe, ya que se

El aguacate 

Socioeconomic importance of the avocado

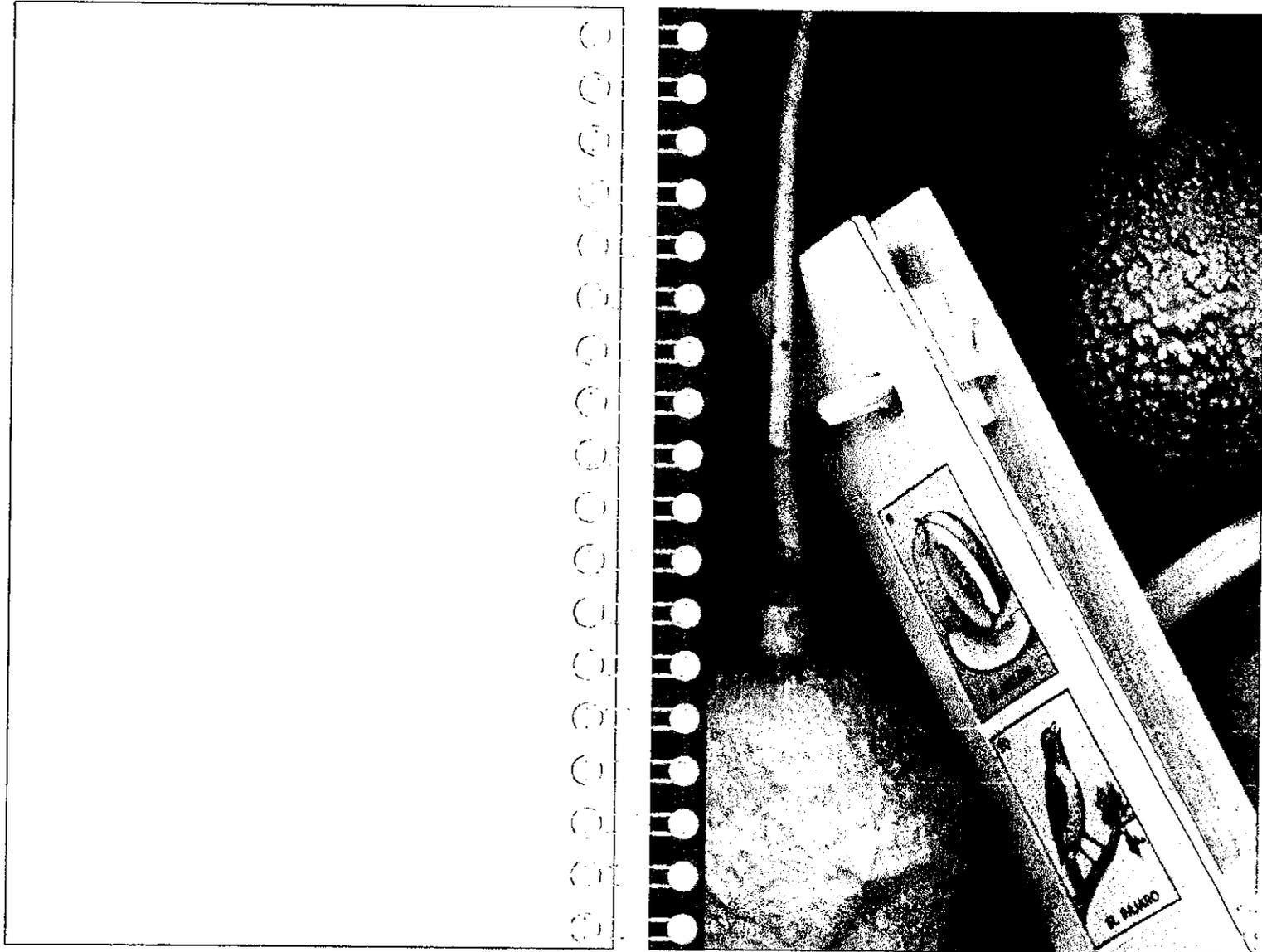
The biggest producer of avocado is Mexico, in average it contributes approximately whith 53% of the worldwide production, followed by the United States, this last one joined to our country are the most important exporters besides South Africa, Israel and Chile.

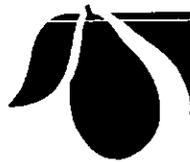
It the worldwide production the place that Mexico has is due to the almost 124 thousand hectares. The contribution of Michoacan in the national production has been estimated to be over the million tons and that represents an 84% approximately. On the national market besides Michoacan others excel like Nayarit, Morelos, Puebla and the state of Mexico. Nevertheless its estimated that other 23 federal entities also grow this fruit due to the wide range of climates that the country poses.

Its social importance for the region places

El aguacate 

Aportación





Aportación

El aguacate Michoacano
Las matracas

Diseño y Fotografía: Alejandro Parro M.

Michoacán, primer productor de aguacate a nivel mundial

Michoacán, México, 2001

El aguacate



El aguacate



Directorio 2001

Aportación



A

■ _____	■ _____
Ⓞ _____	Ⓞ _____
@ _____	@ _____
■ _____	■ _____
Ⓞ _____	Ⓞ _____
@ _____	@ _____
■ _____	■ _____
Ⓞ _____	Ⓞ _____
@ _____	@ _____
■ _____	■ _____
Ⓞ _____	Ⓞ _____
@ _____	@ _____
■ _____	■ _____
Ⓞ _____	Ⓞ _____
@ _____	@ _____

Directorio _____

B

■ _____	■ _____
Ⓞ _____	Ⓞ _____
@ _____	@ _____
■ _____	■ _____
Ⓞ _____	Ⓞ _____
@ _____	@ _____
■ _____	■ _____
Ⓞ _____	Ⓞ _____
@ _____	@ _____
■ _____	■ _____
Ⓞ _____	Ⓞ _____
@ _____	@ _____
■ _____	■ _____
Ⓞ _____	Ⓞ _____
@ _____	@ _____

Directorio _____

Aportación



Notas

Lined area for notes, consisting of 15 horizontal lines within a rectangular border.

2001

Large empty rectangular area with a dashed border, intended for a drawing or additional notes.



Conclusiones

Es importante mencionar que gracias a la ayuda que el Diseño Gráfico brinda a la sociedad, existe una mejor comunicación de ideas y conceptos. El proyecto realizado en base a la Agenda Promocional de Aguacate esta completamente apoyado en esta profesión.

Durante la realización de este proyecto, me di cuenta que el Estado de Michoacán cuenta con grandes riquezas y una de ellas es el aguacate al que va dirigido tal proyecto. Es por ello que por medio del Diseño Gráfico se logra dar difusión a este elemento que forma parte importante de nuestro Estado y nuestro México.

Este proyecto resultó ser para mí una experiencia nueva, agradable y sobre todo ilustrativa, puesto que aprendí de él muchas cosas acerca del aguacate, las agendas y complementos del Diseño Gráfico que ayudan a que se abran más puertas hacia la difusión de nuestra cultura.

El Diseño Gráfico es una profesión que nos ayuda a tener libertad de creatividad y a demás de ello mostrar esta creatividad ante la sociedad cada vez más exigente y más culta visualmente.

Bibliografía



Historia General de Michoacán

Florescano, Enrique
Instituto Michoacano de Cultura
Vol. 1, 1989

Michoacán: Lagos Azules y Fuertes Montañas

Secretaría de Educación Pública 1990.

Historia de los Antiguos habitantes de Michoacán

Corona Núñez, José 1988
Secretaría de Educación Pública 1990

Las Ciudades del Estado de Michoacán en el Tiempo y el Espacio

Secretaría de Educación Pública, 1991
Elizabeth Holt Bütther

Diccionario ilustrado y Enciclopedia Regional del Estado de Michoacán

Héctor Campillo Cuautli
Salvat Mexicana de Ediciones, 1982

Uruapan: Monografías Municipales del Estado de Michoacán

Gobierno del Estado de Michoacán 1979
Francisco Miranda

El Aguacate

Rodríguez Suppo Florencio

Aguacate y su Producción en Michoacán

Gallegos Espinosa Rafael

Historia del Aguacate

Revista Fruticultura de Michoacán no. 9
UCAIM septiembre de 1986

El Arbol de Aguacate

Gallardo O. Martín M.
Revista Fruticultura de Michoacán No. 11
UCAIM, Nov de 1986

El Futuro de la Industria del Aguacate

Revista Fruticultura de Michoacán No. 2
UCAIM, Febrero 1990
Currier, Warren

El Aguacate y el Desarrollo Regional

Revista Fruticultura de Michoacán No. 12
UCAIM, diciembre 1990
Castillo Foncerrada Juan Carlos

El Origen de la Producción de Aguacate en el Estado de Michoacán

Revista Fruticultura de Michoacán No. 6
UCAIM, Junio 1990
Gallardo O. Martín M.

Bases del Diseño Gráfico

Swann Alan
G. Gili, 1990 Barcelona

Guía Completa de Ilustración y Diseño: Técnicas y Materiales

Ed. G. Gili, 1992 Barcelona
Hermann, Blume/
Dalley Terence, Cood.

Historia del Diseño Gráfico

Meggs, Philip B.
Ed. Trillas, 1989
México, Argentina, España, Colombia, Puerto Rico
y Venezuela.

Fundamentos del Diseño

Scott Robert Gillan
Ed. Victor Leru, 1993
Buenos Aires, Argentina

Mercadotecnia y Creatividad

Troncoso, Alfredo
Ed. G. Gili, Barcelona 1992

Marcas y Logotipos ¡Anúnciese!

Luschker Keith F.
Ed. Trillas, 1989

Fundamentos del Diseño Bi y Tri dimensional

Wong Wucius
Ed. G. Gili S.A. De C.V.
Barcelona, 1990

Como Diseñar Marcas y Logotipos

Murphy, John Rowe Michael
Ed. G. Gili, S.A. De C.V.
México, Barcelona 1994

Publicidad en Medios Impresos

Beltrán y Cruces Raúl Ernesto
Ed. Trillas, 1989
México

Sistemas de Reticulas

Un Manual para Diseñadores Gráficos.
Muller Brockmann
Ed. G. Gili S.A. De C.V.
México, 1989

Comunicación Gráfica

Tumbull Arthur
Ed. Trillas, 1986
México



Bibliografía

Uso Creativo del Color

Enciclopedia Salvat de foto Creativa
Salvat Editores de México, 1982

Haga Usted Mismo su Diseño Gráfico

Watson Roger Gillies Keith
Ed. Herman Blume, 1989
España

Introducción al Diseño Gráfico

Bridgewater Peter
Ed. Trillas 1992
México

Publicidad, Diseño Gráfico Publicitario

Rockport Publishers
1995, México

Diseño y Reproducción

Fioravanti Giorgio
Ed. G. Gili S.A. de C.V.
Barcelona, 1985

Comunicación de Masas

Charles R. Wright
Ed. Trillas, 1983

La Fotografía Paso a Paso

Lang Ford Michael
Salvat Mexicana de Ediciones, 1987

Diseño de Embalaje para Exportación

Celorio Blasco Carlos
Ed. Trillas, 1994

El Tiempo

Collección Científica de Time Life, 1984
Samuel A. Goudsmit, Robert Claiborne