

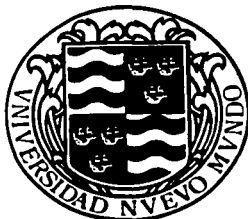
878509

UNIVERSIDAD NUEVO MUNDO

9

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO



**MATERIAL INFORMATIVO Y PUBLICITARIO PARA EL
MUSEO TEMPLO MAYOR**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO

P R E S E N T A:

LOURDES PAULINA MADRIGAL BRIONES

DIRECTOR DE TESIS. D.I. CARLOS ALFONSO RAMIREZ MORALES

HERRADURA.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2002.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis 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.

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto significa la culminación de un largo y extenuante trabajo de investigación, que finalmente no hubiera sido realizado sin el apoyo de muchísimas personas, que de alguna u otra manera contribuyeron a que yo terminara satisfactoriamente con una meta que nos habíamos trazado juntos desde hace ya algún tiempo... Gracias...

A mis padres, primero que nada por darme la vida y todo su amor, así como la posibilidad de estudiar una carrera universitaria. Por apoyarme en mis decisiones aún cuando éstas a veces no eran las más sabias,

Pá, gracias por tu ejemplo de rectitud, honestidad y tenacidad tanto en lo personal como en lo profesional. Gracias por enseñarme que las cosas bien hechas siempre se disfrutan más. Gracias por siempre empujarme hacia adelante aún cuando el camino era incierto. Te admiro mucho y te quiero muchísimo más.

Amadita, gracias por acompañarme en las buenas y en las malas, en mis aciertos y en mis errores. Tu rostro siempre me confortaba aún cuando tantas veces estuve a punto de tirar la toalla. Porque además de madre eres un bellissimo ser humano, me considero afortunada de ser tu hija.

Fer, gracias por hacerme conocer el verdadero amor, sin tu apoyo tampoco lo hubiera logrado. Por esos tan buenos consejos, por escucharme y siempre tratar de entenderme aunque no siempre sea fácil. Gracias por hacerme creer que puedo lograr todo lo que me proponga. Te amo con todo mi corazón.

Fernanda, gracias por ser a todo dar, porque se que cuento contigo, por tu apoyo en los rollos técnicos siempre que se me atoraba algo, o cada vez que algo no salía bien tu venías a mi rescate. Mejor hermana no podría tener. Te quiero mucho.

Rodrigo, gracias por el ejemplo, eres un ser brillante, nunca lo olvides. Puedes hacer de tu vida maravillas. Gracias por tu ayuda en la biblioteca, me salvaste. Apúrate a terminar la tuya.

Gerardo, tienes tanto que dar y vas a llegar muy lejos de eso estoy segura. Estoy orgullosa de ser tu hermana. Espero que tu también concluyas tu proyecto pronto, se siente tan bien.

A mi Abue Ade, de lejos yo se que compartes este momento conmigo. Gracias por años y años de felicidad, de sabios consejos, y de siempre buenos momentos cuando estábamos juntas. Por todo el amor que me diste. No sabes como me haces falta. Te prometí que terminaría y lo cumplí. Sígueme iluminando.

A mis tías Lucy, Guille y Ceci y mi prima Mariana, por su interminable espíritu de lucha, las admiro y las quiero mucho. Tienen siempre un lugar en mi corazón.

A mi primo Jose Luis por ser tan genial, porque es el corazón mas grande que he conocido y por haberme acercado al mundo del Diseño.

A mis Tíos Gloria y Pedro, y mi queridísima prima Enid, porque mejor familia no podía tener.

A mis amigas en la Universidad Fany, Liliana, Susana, Liliana, Alida y Miriam, y a nuestra querida adoptada Martha, sin ustedes no hubiera sido tan divertido. Pueden creer que ya son más de 10 años! Gracias a ustedes tengo recuerdos increíbles. Que bueno que siguen aquí, viejas las quiero muchísimo.

A mi profesor Carlos Ramírez, por tu apoyo y paciencia, y todas esas horas de asesoría y coscorriones necesarios..

A los profesores Julio Calva, Juan Antonio Madrid, Carlos Olivares, Lilia Betanzos, José Antonio Pérez, Bobby Mognier, Adriana Gómez, Guillermo Amat, en especial a Pablo Aguirre porque además de la fotografía trajiste tu amistad a mi vida.

A mi querida amiga Alicia Merelo, haz tocado mi vida, me inspiras a ser una gran artista como tú. Jamás podré terminar de darte las gracias por darme el valor de retomar mi camino. Te quiero mucho.

A Julio Romero, de no ser por ti, el servicio social hubiera sido agobiante. Tú nos acercaste al Templo Mayor y en lo personal me inspiraste para el tema de esta tesis. «More than friends».

TABLA DE CONTENIDO

Capítulo 1: Planteamiento

- 1 Antecedentes de Problema
- 2 Definición del Problema
- 3 Ubicación del Problema
- 3 Objetivos de Solución
- 4 Hipótesis Inicial
- 5 Justificación

Capítulo 2: Investigación Cliente

- 6 Antecedentes
- 7 Recursos Económicos
- 7 Naturaleza del Problema
- 9 Imagen Actual
- 12 Análisis Gráfico de la Competencia
- 19 Posicionamiento en el Mercado
- 20 Planes de Promoción
- 20 Duración de Uso
- 20 Planes a Futuro
- 20 Extensión de Actividades
- 21 Licencias y Reglamentos
- 21 Requerimientos del Cliente

Capítulo 3: Receptor

- 22 Análisis del Receptor
- 22 Requerimientos del Receptor

Capítulo 4: Diseño

- 25 Diseño Anterior del Cliente
- 29 Conceptos de Diseño Aplicables
- 37 Medios de Comunicación
- 37 Observación Personal
- 39 Establecimiento de la Demanda

Capítulo 5: Análisis y Síntesis

- 40 Necesidades del Receptor
- 40 Requerimientos del Cliente
- 40 Requisitos de Diseño
- 41 Establecimiento de la Demanda
- 41 Necesidades Reales
- 41 Tabla de Jerarquización

Capítulo 6: Estrategia de Diseño

- 42 Comportamiento del Diseño
- 43 Efectos del Medio
- 43 Objetivos del Proyecto
- 44 Segunda Hipótesis

Capítulo 7: Diseño Editorial

- 45 Medidas de Pliegos**
- 46 Elección del Tipo de Papel**
- 46 Determinación del Formato**
- 47 Diseño del Formato**
- 51 Determinación del No. de Tamaños**
- 52 Determinación de Márgenes Visuales**
- 55 Diseño de Retículas**
- 59 Diseño Tipográfico**
- 62 Alineación de Texto**
- 63 Títulos Y Subtítulos**
- 65 Diseño de Imágenes**
- 71 Unidad Conceptual en Gráficos**
- 75 Posicionamiento de Imágenes**
- 77 Diseño de Grafismos**
- 82 Diseño de la Portada**
- 85 Bocetaje Informal**
- 88 Análisis del Bocetaje**
- 91 Selección de Diseños Iniciales**
- 93 Síntesis Gráfica**
- 107 Diseño de Contraportada**
- 108 Definición del Layout**
- 121 Propuestas de Color**
- 124 Originales Mecánicos**

Capítulo 8: Presupuesto

- 126 Presupuesto para Proyecto
- 127 Patrocinios para Proyecto

Capítulo 9: Conclusiones

- 128 Conclusiones

Apéndice:

- 129 Glosario
- 130 Bibliografía

1. PLANTEAMIENTO

ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Desde que se inició este proyecto para obtener la Licenciatura en Diseño Gráfico, se pensó que su contenido nos permitiera el encuentro con una cultura cuyos vestigios nos influyen hasta el día de hoy.

El primer contacto que se tuvo con este museo fue durante la realización del servicio social, a través del Departamento de Difusión Cultural, donde nos percatamos del siguiente problema: a pesar de la importancia de este museo, como parte fundamental de la proyección de la cultura mexicana, su difusión es insuficiente y limitada, tanto en el área Metropolitana, como en el resto del país, y en el extranjero.

Templo Mayor: Representa el centro ceremonial más importante de la Gran Tenochtitlán, sin embargo, la población de ésta ciudad en gran proporción no

tiene conocimiento de la ubicación de esta zona arqueológica, su museo, su contenido en obra de exposición y de la importancia histórica de este recinto ceremonial. Templo Mayor nos hace penetrar en el tiempo y reconocer que el pasado remoto persiste en rasgos tangibles en nuestra forma de ser, nuestra visión del mundo y las actitudes que tomamos ante la vida y la muerte.

En charlas sostenidas con los directivos del museo se analizaron los principales objetivos que tenía la creación de este museo, así como las disfunciones y requerimientos actuales. La propuesta de realizar esta tesis surge a partir de que creamos conciencia de que este museo no cumple al 100% con su propósito, ser el principal expositor de la cultura mexicana.

En primera instancia se determinó realizar un proyecto que se abocara principalmente a reforzar la imagen de este museo, tanto en el exterior como en el interior de éste, hacerlo accesible a cualquier persona y crear una necesidad de comunicación; además de darlo a conocer y promoverlo dentro y fuera del país.

Durante el desarrollo de esta tesis, se planea trabajar la imagen gráfica del Museo Templo Mayor. Se estudiará el problema actual para determinar las diversas aplicaciones gráficas en medios de comunicación que satisfagan los requerimientos de publicidad y promoción, haciendo del museo un producto rentable, aumentando la afluencia de sus visitantes; tal y como se promociona un producto para elevar sus ventas.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

EL principal problema a enfrentar es la escasa, podríamos decir casi nula comunicación que sostiene el museo (OBJETO), con los dos tipos de público al que puede estar expuesto; el potencial (externo) que es toda aquella persona que no se encuentra en el museo, pero que pudiera estar interesado en conocerlo y el público real (interno), que es toda aquella persona que se encuentra dentro de las instalaciones del museo. En ambos casos lo consideraremos como el RECEPTOR de nuestro MENSAJE.

Esto se debe a que los medios de comunicación a través de los cuales se transmite el mensaje de venta, no lo hacen de modo que el receptor capte y procese el mensaje. No se tiene un análisis previo del receptor por lo tanto el mensaje enviado resulta deficiente.

Concretamos de la siguiente manera: las personas (público potencial) que pudieran estar interesadas en visitar el museo, no lo hacen porque no saben que existe, o carecen de información sobre su ubicación, los servicios que ofrece o la relevancia del contenido histórico de este museo, en particular. No están siendo invitados a asistir. Únicamente el público que se logra informar "de boca en boca", o por algún interés particular, como la investigación y el apoyo didáctico, visita el museo.

Una vez estando ahí el receptor tiene dificultad en concretar su proceso de aprendizaje porque el material impreso que actualmente existe como apoyo dentro del museo, no cumple con las necesidades y requerimientos del receptor. Tiene poca información de apoyo y es de pésima calidad.

Concluimos entonces que el receptor potencial no acude al museo porque:

- Ignora que existe
- No sabe dónde está localizado
- No sabe qué se expone
- No conoce las rutas de acceso
- Ignora que existen servicios adicionales que ofrece
- No conoce los días y horarios de visita, así como las tarifas de entrada
- Lo confunde con otros museos

El receptor real no concluye el proceso de aprendizaje

- No existe una guía de visita que especifique puntos de interés en la zona arqueológica
- No hay diagramas impresos de las salas que apoyen al público.
- No hay información descriptiva sobre las piezas exhibidas
- La información redactada en la guía actual es insuficiente.

UBICACION DEL PROBLEMA

En constantes visitas al museo durante la realización de prácticas profesionales, se pudo constatar que las personas que caminan o circulan por las calles aledañas a éste, ignoran que además de la zona arqueológica existe un museo, cuyas salas de exposición albergan los objetos y piezas halladas durante las excavaciones de los templos pertenecientes al recinto ceremonial mexicana más importante hasta antes de la llegada de los españoles.

La ubicación del museo en el primer cuadro de la ciudad, representa para muchos un problema por la dificultad de acceso en automóvil hasta este punto, otro motivo de reducción de las visitas. La experiencia personal nos reportó estas inconveniencias durante nuestras primeras visitas al museo, ignorando que frente a Catedral hay una estación del metro, a una sola cuadra de la entrada a la zona arqueológica.

La mayor afluencia de visitas son las realizadas por grupos escolares o de extranjeros que llegan solos o en grupos turísticos. Algunas veces se solicitan los servicios de una persona que los gué

dentro de las instalaciones, pero esto no es recomendable para grupos mayores de 10 personas.

Este museo, como identidad corporativa, cuenta con una imagen gráfica; el problema no radica en esto, sino en la escasa utilización de esta imagen como apoyo publicitario o de promoción; a diferencia de museos como el de Antropología que tiene espectaculares en sus alrededores, campañas publicitarias en radio y T.V. de sus exposiciones temporales, cuenta con una guía de visita gratuita.

Además no existe ningún tipo de orientación (impresa, oral, visual) que apoye de manera efectiva al público en su visita al museo y le ayude a concretar su proceso de aprendizaje.

Para el usuario extranjero no existe un medio impreso, como el que se puede obtener en cualquier otro museo de prestigio internacional, como el museo del Prado, museo de Historia Natural en Nueva York o el museo de Louvre y cuya información este redactada en varios idiomas.

OBJETIVOS DE SOLUCION

Después de concluir nuestro primer análisis, lo que se pretende lograr durante la realización de este proyecto es:

- a) Difundir la imagen gráfica del Museo Templo Mayor.
- b) Lograr el reconocimiento del receptor potencial y captar su atención para que se interese en visitarlo.
- c) Elevar la presencia de este museo como sitio de interés cultural, a nivel nacional e internacional.
- d) Complementar la necesidad de conocimiento a través de un proceso de aprendizaje concreto.
- e) Promover su autosuficiencia como institución.

HIPOTESIS INICIAL

La primera propuesta que se hace es, la de definir y crear una serie de medios que apoyen la difusión conceptual y visual del Museo Templo Mayor.

En primera instancia se pensó en los medios impresos para resolver este proyecto, de esta manera los costos de producción se mantendrían en un perfil bajo. También estamos conscientes de la cantidad de información que debemos de transmitir como parte de la solución (cualquiera que sea está), y por último cabe señalar la efectividad que implica un mensaje escrito en la memoria de cualquier receptor. Además de que a través de impresos la imagen del museo podrá ser transportada a sitios de gran afluencia, incluso fuera del país, con el fin de que mayor número de personas se interesen en acudir al mismo y elevar así el número de visitas. De este modo también se elevarán las ganancias de taquilla por concepto de entradas y permisos.

Este paquete constaría de una serie de impresos, parte de los cuales pudieran ser expuestos fuera del museo y cuya intención es la de dar a conocer el museo e invitar a cualquiera que leyera el impreso a visitar el museo atrayendo y captando su atención. Los demás impresos serían utilizados como apoyo didáctico, para orientar al visitante una vez estando dentro del museo, a manera de complementar y reafirmar los conocimientos que pudiera adquirir realizando su visita.

Ambos impresos (externos e internos) deberán de ser gratuitos y deberán estar expuestos en lugares donde el público que pudiera estar interesado en su lectura pueda tener fácil acceso a ellos. Además de que los impresos que resulten después de concluir esta investigación, pueden ser incluidos en una página de Internet, medio audiovisual que elevaría en gran proporción los visitantes potenciales de este museo.

JUSTIFICACION DEL PROYECTO

Museo Templo Mayor es uno de los museos más importantes de la Ciudad de México. Su principal objetivo es mostrar al público que lo visita, la vida y obra del pueblo mexicana. La necesidad de promoverlo surgió a partir de que éste se mantiene a través del Instituto Nacional de Antropología e Historia, institución gubernamental cuyos fondos de manutención son muy escasos, por lo que no se cuenta con un presupuesto destinado a este fin.

Nuestra misión es demostrar a los directivos del INAH que si el Museo Templo Mayor aumenta su número de visitantes éste puede ser económicamente independiente, una vez que el pago de las cuotas de visita y servicios adicionales en conjunto puedan recuperar el costo de operación que genera el mantenimiento y la producción de nuevas exposiciones, eventos y conferencias mensualmente. Así además podrá destinar el apoyo económico requerido para la investigación.

Es necesario crear una serie de medios que sirvan para hacer llegar mensajes concisos y de alto contenido informativo al receptor. Los impresos son

un modo fácil y práctico de entregar en las manos del receptor cualquier mensaje.

Estos impresos deberán motivar y apelar al receptor para hacer efectiva una respuesta, que en primera instancia será de venta y en segunda de conocimiento. Los medios impresos resultan mucho más baratos para mantener la permanencia de un producto, bien o servicio si se compara con medios como la televisión o el radio; y cumple de manera eficaz con transmitir el mensaje y entregarlo a todo aquel que tenga contacto con él. Además de que se puede aprovechar la riquezas en imágenes que nos brinda este museo para ser plasmadas en papel o cualquier otro sustrato. Hay que pensar además que un medio impreso no solamente llega a las manos de un receptor, por ejemplo el caso de los visitantes extranjeros, el impreso se toma como souvenir y paralelamente transporta un mensaje promocional a otros países.

El objeto de este proyecto será la promoción o posicionamiento de un producto (en nuestro caso específico, el museo) en el mercado y el mantenimiento de ese posicionamiento, ... «que en una economía de mercados,

productos y servicios que compiten por el favor del público, esa competencia conlleva a tener mejores productos, mejores servicios y precios mas bajos.» (1)

A continuación se mencionan los factores que definirán el criterio de la solución a proponer:

1. El receptor del diseño
2. Función del diseño
3. Contenido editorial del diseño
4. Presupuesto del cliente

(1) J. Resendiz, *El Poder de la Publicidad Manual Práctico*, pp. 17-18

2. INVESTIGACION CLIENTE

ANTECEDENTES DEL MUSEO

El Templo Mayor en su conjunto, es el lugar donde los mitos cobran vida gracias a la conjunción de ritos y creencias sobre Tláloc y Huitzilopochtli; presentes cada uno en su adoratorio como manifestación de las necesidades fundamentales del mexica. De estos dos dioses dependía la subsistencia de los mexicas; el agua, en la producción agrícola y la guerra, mediante la cual sometían a las regiones vecinas que una vez conquistadas les proveían de tributo.

Estos dioses representan la dualidad eterna del mundo prehispánico, razón por la cual Templo Mayor era considerado por el mexica como el centro del universo, guardaba todo el simbolismo de vida y muerte.

La arquitectura de este templo comprende el concepto cosmogónico mexica: la plataforma general, en la que se asienta el templo, es el nivel terrestre. Las escalinatas en la fachada principal, constituyen los niveles celestes que conducen al Omeyocan, el 13o. cielo. Es en este lugar donde reside la dualidad y se representa en los adoratorios de la parte superior. Uno de éstos representa al dios de la guerra, Huitzilopochtli y simboliza el cerro de Coatepec,

es ahí donde nace el dios para combatir a sus enemigos e induce al mexica a creer en su destino como pueblo guerrero. Este adoratorio representa guerra, sacrificio, muerte. El otro lado pertenece al dios Tláloc, su parte representa el Tonacatépetl o cerro donde se guardan los granos, sustento de los hombres. Este lado representa la fertilidad, la vida, la necesidad de un pueblo agrícola que requiere agua y tierra para alimentarse. Al chocar estos dos templos (cerros) se llega al inframundo o mundo de los muertos.

Cabe mencionar que el templo fue agrandado en varias ocasiones (siete, de las que se tiene conocimiento), pues la ciudad de Tenochtitlán sufría inundaciones y fallas estructurales que obligaban a subir de nivel sus conjuntos arquitectónicos. Las fuentes históricas confirman que algunos Tlatoanis mandaban superponer otro templo, utilizando como núcleo y cimiento el templo del gobernante anterior para agradar a su dios.

El 21 de febrero de 1978, trabajadores de la El Compañía de Luz y Fuerza del Centro realizaban trabajos y encontraron por casualidad la escultura de Coyolxauhqui "la de los cascabeles pintados en las mejillas". Junto con la Coyolxauhqui resurge el Templo Mayor de Tenochtitlán. A partir de ese momento se constituyó el Proyecto Templo Mayor, a cargo del Profesor Eduardo Matos Moctezuma, éste se prolongó de 1978 a 1982.

ZONA ARQUEOLOGICA

Hacia el lado izquierdo de la taquilla se encuentran las escalinatas que dan acceso a la zona arqueológica, mediante un pasillo metálico se recorre la periferia de los restos de los templos, mismo que conduce al visitante hasta la puerta del museo. En este trayecto se localizan seis puntos de interés donde se han colocado placas metálicas que brindan información al espectador acerca de lo que se observa en ese momento. Estas placas casi no reciben mantenimiento, están expuestas al aire libre y están redactadas en el idioma español.

MUSEO

Fue inaugurado el 12 de octubre de 1987, encierra todos los hallazgos y las investigaciones realizadas dentro de la zona arqueológica. La principal actividad que ofrece este museo, es el recorrido diseñado por salas de exhibición, las cuales se han nombrado según el contenido de su exposición. Las primeras cuatro salas dedicadas a todo lo relacionado con el "dioses de la guerra": Huitzilopochtli; y las siguientes cuatro, al "dios del agua": Tláloc.

A continuación se hará una breve descripción de cada una de las salas de exhibición.

SALA 1: DE LA COATLICUE AL TEMPLO MAYOR, presenta una visión general de cómo y en dónde se fundó Tenochtitlán. Porqué se estableció en medio del lago de Texcoco, el relato de la peregrinación mexicana, a través de distintos códices, Básicamente es una introducción a la cultura y su centro ceremonial más importante.

SALA 2: RITUAL Y SACRIFICIO, está dedicada a la guerra y los elementos que la

conformaban, así como las creencias que encerraba para el pueblo mexicana. Destacan las armas que se utilizaron en la conquista de otros pueblos. También hay representaciones de ofrendas al dios de la guerra y objetos relacionados con los sacrificios (cuchillo Técpatl) que realizaban los mexicas a sus dioses; objetos, símbolos de la muerte como el Altar Tzompantli.

SALA 3: COMERCIO Y TRIBUTO, muestra la capacidad de control económico - militar que ejercía el pueblo mexicana sobre las regiones vecinas. La fuerza del poderío azteca radicaba en gran parte a la guerra, a través de la cual sometían a sus pueblos vecinos obligándolos a pagar tributo; es así como obtenían materiales y objetos que no se conocían en el lugar donde estaban asentados. Se exhiben objetos realizados en diferentes materiales típicos de las regiones donde los mexicas tenían influencia.

SALA 4: HUITZILOPOCHTLI, exhibe piezas relacionadas con los guerreros, figuras de gran importancia para la sociedad Mexica, cuya función era la de someter a otros pueblos.

Pasando a la segunda etapa del museo, entrando a la **SALA 5: TLALOC,** muestra la importancia de Tláloc como dios mexicana y lo relacionado con su culto. Existen diferentes representaciones o elementos asociados al dios del agua entre los que encontramos la vasija de Tláloc; Tláloc es la deidad que más se representa dentro de los objetos del Templo Mayor.

SALA 6: FAUNA Y FLORA, es aquí donde el visitante puede apreciar la manera como el Mexica utilizaba los diferentes elementos de la flora y la fauna a su alcance, su uso en alimentación, en ofrendas, vestido, instrumentos de caza, de agricultura, simbolismo y representación escultórica. Existe muy poca variedad, pues como ya es sabido estos elementos se degradan y reincorporan a la tierra con mayor facilidad.

SALA 7: AGRICULTURA como lo indica su nombre hace mención de la importancia de la producción Agrícola en la vida de este pueblo, como se desarrollaba, deidades relacionadas a la agricultura como forma de subsistencia.

RECURSOS ECONOMICOS

En la última sala, la 8: ARQUEOLOGIA HISTORICA, se expone la repercusión que tuvo la llegada de los españoles y cómo fue transformando al pueblo Mexica. Las piezas que se exhiben son muestras de la fusión entre dos culturas, que se dio a partir de la conquista española. Los objetos que surgieron a partir de las excavaciones indican que pese al intento de destruir la cultura indígena, ésta perdura hasta nuestros tiempos a través de sus creaciones.

El museo depende del Instituto Nacional de Antropología e Historia en conjunción con el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. No se cuenta con presupuesto para elaborar este trabajo, pero como ha causado gran interés, se estableció que se trabajará como proyecto, y al finalizar el diseño se presentará al Departamento de Difusión Cultural para decidir si se buscan patrocinadores, o pueda ser costeado por el patronato de la "Asociación Amigos del Museo".

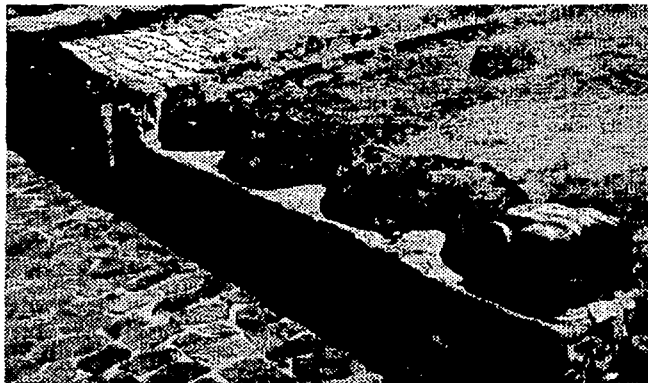
La idea general es de mantener un perfil de bajo presupuesto y poder reproducirlo sin mayores complicaciones.

NATURALEZA DEL PROBLEMA

La falta de presupuesto limita al área de Difusión Cultural en sus actividades dentro de las que se incluyen organizar exposiciones temporales, conferencias y eventos.

Este museo no cuenta con un departamento de Diseño, Comunicación Gráfica o Publicidad, que sea responsable exclusivamente de cuidar y promover la imagen del museo, así como sus distintas actividades.

Hasta la fecha no se han realizado campañas publicitarias que puedan provocar retención en la mente de los posibles receptores. Al no contar con expertos en la materia, ni con los recursos económicos suficientes, no hay constancia ni permanencia en los medios que beneficie a este museo como institución.



Escultura de serpiente que se encontró al pie del edificio principal en el Templo Mayor.

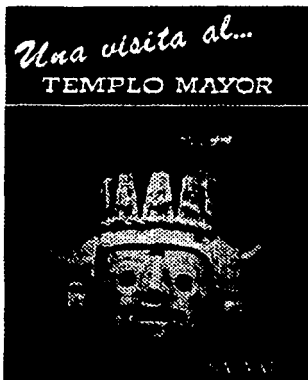
TESIS CON FALLA DE ORIGEN

IMAGEN ACTUAL

Actualmente, no hay ningún tipo de promoción externa para el museo, ya que no se ha generado apoyo publicitario en radio, televisión, medios impresos o audiovisuales. Tampoco se ha aprovechado la publicidad exterior como pudieran ser espectaculares, carteles, anuncios.

Podemos decir que el único modo en el que actualmente se plasma la imagen del museo es en libros que se pueden obtener a la venta en la misma librería del museo o las librerías del INAH. Estos libros no son editados por el museo y resultan costosos, los precios fluctúan entre los \$350.00 y \$1000.00. Generalmente estos son adquiridos por coleccionistas o los visitantes extranjeros.

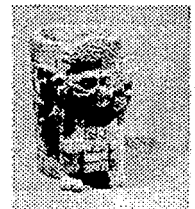
Expondremos el material mencionado a continuación, aclarando que será analizado más adelante.



Este libro describe la historia del templo mayor de Tenochtitlan, desde su fundación hasta su destrucción por los españoles en 1519. Incluye una descripción detallada de la arquitectura y el arte del templo, así como una historia de su uso a lo largo de los siglos.

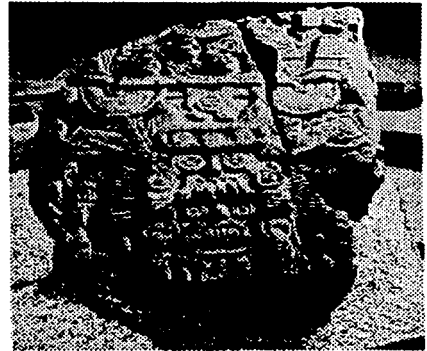
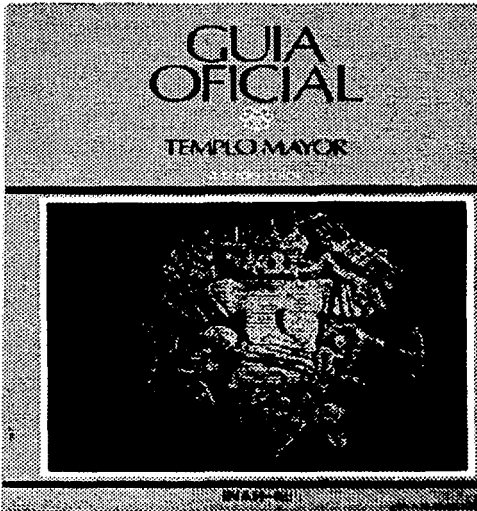


Este libro describe la historia del templo mayor de Tenochtitlan, desde su fundación hasta su destrucción por los españoles en 1519. Incluye una descripción detallada de la arquitectura y el arte del templo, así como una historia de su uso a lo largo de los siglos.



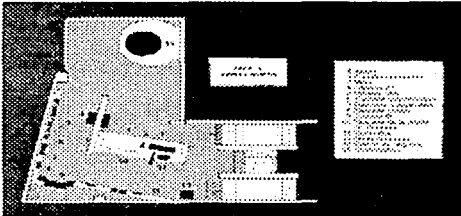
Encontramos a la venta un cuadernillo cuyo título es: «Una visita al Templo Mayor», contiene 32 hojas impresas, su valor es de \$35.00, su contenido es mas bien narrativo y de apoyo didáctico. La redacción fue realizada para consulta ya sea anterior o posterior a la visita, pues es difícil realizar su lectura al mismo tiempo que se realiza el recorrido caminando por el interior del museo. Está impreso en español, inglés y francés.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Este relieve muestra a un dios con un cuerpo humano, pero con una cabeza de serpiente. El dios de los serpientes, Kukulcán, es el dios más importante del panteón maya. En la imagen se puede apreciar la gran habilidad de los escultores mayas al representar al dios con un cuerpo humano, pero con una cabeza de serpiente.

SALA 2. LA GUERRA

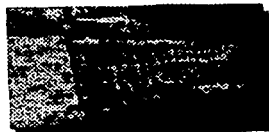


El templo de la guerra se encuentra en el área de la Sala 2. Este templo es el más grande de la zona y está dedicado a la guerra. En él se encuentran varias estatuas de dioses de la guerra, como Kukulcán y Ah Kí. El templo está decorado con relieves que muestran escenas de guerra y sacrificios.

El templo de la guerra es el más grande de la zona y está dedicado a la guerra. En él se encuentran varias estatuas de dioses de la guerra, como Kukulcán y Ah Kí. El templo está decorado con relieves que muestran escenas de guerra y sacrificios.

Otro de los medios informativos que existen es el libro editado por la Editorial Salvat, la "Guía Oficial del Templo Mayor", cuenta con 131 hojas impresas; su distribución es limitada, tiene un precio de \$95.00. Hay que considerar que no todas las personas que visitan el museo están dispuestas a desembolsar además de la cuota de entrada (\$16.00 por persona), dinero extra para comprar un libro. Como se mencionó anteriormente resulta eficaz si se requiere realizar una investigación más profunda. Se puede encontrar la versión en español, inglés y francés.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



El Templo Mayor de Tenochtitlan era el lugar sagrado donde real y simbólicamente se asentaba todo el poder mexica y donde se realizaban las principales rituales. Era también el centro del cual partían las cuatro líneas que dividían la ciudad representando, al mismo tiempo, el orden cósmico y la visión que los mexicas tenían del universo.

Este edificio sagrado representaba las Casas míticas de Coatlicue, Casa de las Serpientes, lugar del nacimiento de Huitzilopochtli; y del Tenacatitlan, Casa de los Masenamientos, lugar donde habitaba Tláloc.

TEMPLO MAYOR

El museo ofrece gratuitamente tres trípticos informativos redactados en español unicamente:

- Guía de la Zona Arqueológica,
- Guía del Museo Templo Mayor,
- Visitas Nocturnas Guiadas

La información que contienen es muy escueta e insuficiente. Debido a que la cantidad de información que consideramos pudiera interesarle y que le debe ser entregada al visitante promedio, como pueden ser las descripciones de las piezas más importantes o planos de la ubicación de cada sala no está incluida en ninguno de estos folletos.

En lo que respecta a la impresión en los tres casos, no es realmente de buena calidad.

Por lo tanto podemos concluir que los folletos antes utilizados son en su mayoría triticos o dípticos con fotografías, con tratamientos tipográficos muy similares y diseños parecidos aunque unos son de formatos horizontales y también verticales.



Guía
de la ZONA ARQUEOLÓGICA

DEL TEMPLO MAYOR



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ANALISIS GRAFICO DE LA COMPETENCIA

Como competencia revisaremos el material impreso que se entrega o se vende en dos museos que coinciden en temática con el museo del Templo Mayor. Además incluiremos al Museo Louvre cuyo contenido en obra de exposición no es similar a la de nuestro proyecto, pero su obra le ha brindado importancia y reconocimiento internacional, como la que se pretende alcanzar en este museo. Nos detendremos a examinar la información que contienen, orientación y tipo de formato, medidas, tipo de impresión, papeles utilizados, acabados y el diseño editorial de cada uno.

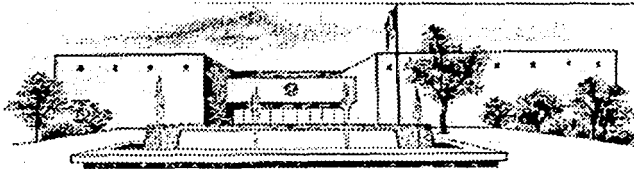
MUSEO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA

En este museo hay un folleto que se entrega en las taquillas donde se realiza el pago del boleto de entrada. Consiste en un impreso de tamaño carta. Los primeros

tirajes fueron realizados sobre papel revolución y los últimos sobre papel bond o crest en tres colores diferentes (según el idioma en el que esté redactado). Este proceso fue realizado en serigrafía 1 x 1 tintas. La información que contiene es de tipo general: dirección, horarios de visita, medios de acceso, cuotas de entrada, estacionamiento, visitas guías, servicios generales, servicios a grupos, actividades adicionales, etc. En la parte posterior existe una breve reseña de los datos generales del museo, además tiene un plano de localización de las salas de exhibición, auditorios, biblioteca, servicios al público y oficinas administrativas.

Revisando el diseño de este folleto encontramos que el layout esta conformado por una retícula simple de 3 columnas, con medianil de .8 cm, interlinea de 10/12 pts.

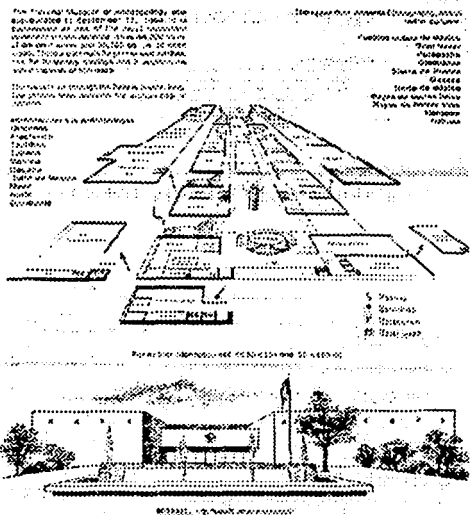
La fuente tipográfica utilizada es Helvetica itálica de 10 pts. El ancho de columna es de 5.6 cm. Los textos están justificados al centro. El tratamiento que se dió a los títulos fue dispuesto a la izquierda, con la misma tipografía en altas bold, acompañados de una pleca. Presenta buena legibilidad, aún dentro del plano de localización, los textos son los suficientemente claros para señalar cada una de las salas de exposición. La ilustración que presenta la portada es de un boceto lineal de fachada del museo. A este folleto le haría falta incluir más información sobre las salas de exposición, quizá señalando en donde se encuentran ubicadas las piezas más importantes de exposición, la imagen que proyecta este impreso es limpia, pero debería tener un diseño más dinámico, más elaborado; lo único que ha cambiado en los últimos 7 años, es la distribución de los elementos de la página. Se podría utilizar los mismos



NATIONAL MUSEUM OF ANTHROPOLOGY

Folleto Museo Nacional de Antropología, versión en inglés

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



GENERAL INFORMACION
 Nombre del proyecto: Museo Nacional de Antropología
 Ubicación: Ciudad de México, D.F.
 Cliente: Secretaría de Cultura, D.F.
 Arquitecto: Mario Pani
 Año: 1963

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO
 El proyecto consistió en la construcción de un museo que albergara la colección de objetos prehispánicos más sobresalientes del territorio. El edificio se diseñó para ser un hito arquitectónico y un espacio cultural de primer nivel.

CONCEPTOS CLAVES
 El diseño se basó en la integración de la arquitectura con el entorno urbano y cultural. Se buscó crear un espacio que fuera tanto funcional como estético, reflejando la importancia del patrimonio cultural que se albergaría.

NATIONAL MUSEUM of Anthropology

CONACULTA

recursos de impresión, si es que lo que se requiere es mantener un presupuesto de producción bajo, sin que esto signifique sacrificar la calidad del impreso.

porque alberga la más importante colección de objetos pertenecientes a los grupos prehispánicos más sobresalientes del territorio.

temática de exposiciones temporales, eventos y conferencias. También se han producido spots que se transmiten tanto en radio como en televisión, cuando se realizan campañas promocionales para las exposiciones temporales.

Cuando hablamos del Museo Nacional de Antropología en la mayoría de los casos tenemos el reconocimiento del público, quizá porque tiene más años de fundación, porque se localiza en una de las principales avenidas de esta ciudad, porque es el mayor museo de América Latina o

Es evidente como se explota su promoción a través de espectaculares expuestos al aire libre en las rejas que rodean los jardines del museo y que pueden ser leídas hasta por las personas que transitan en automóvil. Se aprovechan estos espacios para manejar información de los horarios,

Vistas anterior y posterior.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

**MUSEO ZONA
ARQUEOLOGICA DE
TEOTIHUACAN**

Este museo fue construido como apoyo a la visita de la zona arqueológica de Teotihuacán, localizada a 44 kms de la Ciudad de México, expone algunas de las piezas halladas en este lugar. Provee al visitante con la información básica que le permitirá comprender mejor su visita a la zona arqueológica.

Tiene como folletería de apoyo, un cuadernillo de la serie "Mapa Fácil" cuyo valor es de \$24.00. Consiste en un pliego de couche doble cara que mide 42.5 x 56 cm.; doblado 3 veces para obtener un formato de 14 x 21.3 cm. El impreso esta pegado en uno de sus lados a una cubierta de cartulina Vellum, cuyas dimensiones son de 22.4 x 29.4 cm. Tanto el exterior como el interior de la cubierta fueron impresos en selección de color. Contiene información general: medios de acceso, horarios, servicios, mapa de ubicación de la zona arqueológica, historia de la zona arqueológica, información sobre el recorrido, mapa del recorrido a pie, incluye los templos que conforman Teotihuacán.



La información proporcionada resulta muy útil al estar realizando el recorrido a pie por la zona arqueológica, sin embargo el diseño es pasado de moda, los acabados son de mala calidad y dan como resultado una mala impresión para los visitantes que llegan a este museo.

En cuanto al diseño editorial, advertimos que su layout esta conformado por una retícula simple de dos columnas. La tipografía utilizada para los títulos y cuerpos de texto es Roman de 12 puntos para los títulos y de 9 puntos para el texto.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

El ancho de columna es de 5.5 cm. y el medianil es de .5 cm. en unas páginas y de 1cm en el resto. La interlinea utilizada es de 12/14 pts. El margen izquierdo es de 1.2 cm, el derecho de 1cm. al igual que el superior, mientras que el inferior es de 1.5 cm. Incluye dos fotografías mal colocadas pues parece que se encuentran flotando al no estar justificadas dentro de la retícula dispuesta, y tampoco son imágenes rebasadas.

Lo mas rescatable de este diseño es la paginación del formato, la utilización de dobleces que lo hacen mas compacto y práctico en su manejo, y que tienen el espacio-formato ideal para incluir gran cantidad de textos.

Su layout es predecible y anticuado, no propone nada nuevo y es aburrido para el lector, el manejo de retículas simples en un espacio tan amplio es un desperdicio. Debemos señalar que el pegar el pliego interior a la portada denota descuido y mala calidad por parte de los impresores, pues este se puede despegar con facilidad, pudiendo haber utilizado el engrapado a caballo.

forman los edificios de mayor importancia. Otros grupos importantes debieron ser los arquitectos y artistas; los artesanos y desde luego los agricultores que suministraban los productos alimenticios para la población de la zona; a otras actividades hay indicios de que hasta el sur de la ciudad se desarrolló gracias por primera vez en Mesoamérica, el cultivo conocido en "Chilampac" o

partículas floccantes.

Finalmente, hacia la última época de la ciudad, hay vestigios de que los edificios importantes hubieran importancia, lo que hace suponer que la ciudad fue sumergida a una gran distancia que desembocó en una insurrección y en la destrucción de la ciudad hacia el año 750 de nuestra era.

CENTRO CEREMONIAL

RECORRIDO A PIE. ENTRADA POR LA PUERTA 1

GRAN CONJUNTO

Uno de los descubrimientos recientes de mayor importancia fue el del edificio más grande de la ciudad, llamado Gran Conjunto; en ese sitio existe el importante mercado de Teotihuacán,

que junto con La Ciudadela, formaba el centro comercial, administrativo y religioso. Actualmente aquí se encuentra el museo, la zona comercial y la administración de la zona arqueológica.



La Ciudadela

Encontramos otros impresos a la venta en la tienda del museo de mucho mayor calidad, pero que no siempre resultan accesibles a todos los bolsillos. Los cuales mostraremos en la siguiente página.

Vista interior de la guía Mapa Fácil de Teotihuacán

Siguiente página portadas y vistas interiores.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



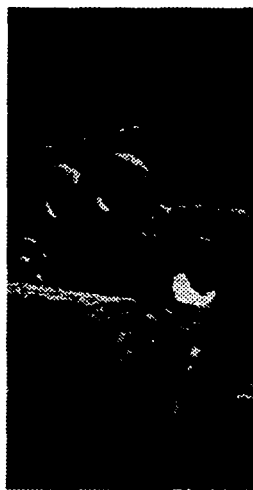
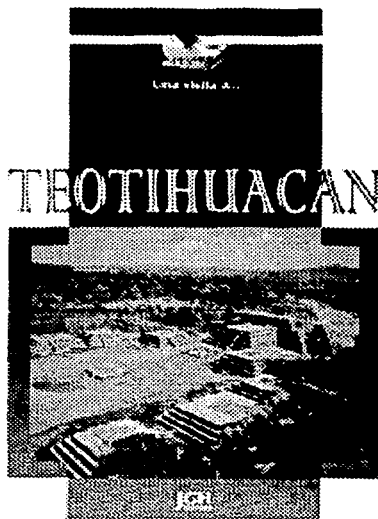
46 | **TEOTIHUACAN**

LA PIRÁMIDE DEL SOL

El templo se dirige con hacia la Pirámide del Sol. Al frente de una gran plaza, el templo se eleva sobre la pirámide, una gran estructura de piedra. Desde el templo, se puede ver la gran plaza y la pirámide del Sol. El templo se eleva sobre la pirámide, una gran estructura de piedra. Desde el templo, se puede ver la gran plaza y la pirámide del Sol. El templo se eleva sobre la pirámide, una gran estructura de piedra. Desde el templo, se puede ver la gran plaza y la pirámide del Sol.

47 | **TEOTIHUACAN**

El templo se eleva sobre la pirámide, una gran estructura de piedra. Desde el templo, se puede ver la gran plaza y la pirámide del Sol. El templo se eleva sobre la pirámide, una gran estructura de piedra. Desde el templo, se puede ver la gran plaza y la pirámide del Sol.



El templo se eleva sobre la pirámide, una gran estructura de piedra. Desde el templo, se puede ver la gran plaza y la pirámide del Sol. El templo se eleva sobre la pirámide, una gran estructura de piedra. Desde el templo, se puede ver la gran plaza y la pirámide del Sol.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



LOUVRE
guía de orientación
en español

El presente documento es propiedad de la Universidad de la Salle y no puede ser reproducido sin el consentimiento escrito de la misma.

**MUSEO DE
 LOUVRE**

El Impreso

perteneciente a este museo, es el folleto Guía de Orientación. Dentro de la información que ésta contiene encontramos la dirección del museo, horarios de apertura, información para los visitantes, exposiciones temporales, conferencias, talleres, información sobre el auditorio, audioguías, tiendas y restaurantes dentro del museo, plano de ubicación del museo en la ciudad de París, plano general del museo, plano del nivel de recepción (Hall de Napoleón), plano nivel mezzanine, así como diagramas de distribución de las salas, incluyendo su contenido en exposición. Está impreso en cuatro idiomas: Francés, Italiano, Alemán y Español.

Debido a que este museo cuenta con tres pisos diferentes, se diseñó un sistema de orientación, basado en la división del museo en tres grandes alas: Sully, Denon y Richelieu, mismas que fueron señaladas en color y numeradas por distritos, para identificar así el contenido de cada una de éstas.

El formato de este folleto es de 42 x 21 cm. Fue impreso en couche mate, en selección de color, debido a las ilustraciones de las banderas que indican en que idioma está redactado el folleto. El espacio-formato esta contenido dentro de un margen izquierdo de .9 cm., margen derecho de .4 cm., margen inferior de .8 cm. La retícula maneja 4 columnas, de 4.5 cm de ancho, con un medianil de .5 cm.

El layout tiene un manejo diferente en la parte posterior, aquí la retícula esta dispuesta en 3 columnas de 6 cm de ancho con medianiles de .8 cm. Dentro de la tipografía aplicada a este layout 2 familias Helvética y Garamond Light para la parte posterior. Los textos en ambos caso son en altas bold dispuestos en bandera a la izquierda.

Este diseño resulta interesante y sobre todo útil, si tomamos en cuenta la cantidad de información que hubo que incluir, es agradable a la vista y cumple con el cometido de permitir a los visitantes elijan un itinerario a su gusto, pues resulta imposible visitar todo el museo en un sólo día. Hablando del diseño editorial el texto es legible, además es interesante el manejo de colores para identificar los tres pisos de exhibición. Es armoniosa la combinación del texto que apoya los diagramas informativos. Este folleto no tiene ninguna fotografía porque no la necesita. En general se pensó que fue una buena solución.

POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

Actualmente existen en el Distrito Federal y Area Metropolitana alrededor de 85 museos. Entre los más importantes se señalan los siguientes:

Museo Franz Meyer, Museo de San Carlos, Museo de Palacio de Bellas Artes, Pinacoteca Virreinal, **Museo Templo Mayor**, Colegio de San Idefonso, Museo Nacional de las Culturas, Museo de Antropología e Historia, Museo de Arte Moderno, Museo de Historia Natural, Museo Rufino Tamayo, Museo Papalote, Museo de Cera, Museo El Carmen, Estudio Diego Rivera, Museo de Arte Contemporáneo, Museo Carrillo Gil, Museo Soumaya, Museo Dolores Olmedo, Museo Arqueológico de Xochimilco, Museo Cuicuilco, Museo Frida Kahlo, Museo Anahuacalli, Museo Nacional de Culturas Populares, Universum y el Museo de las Intervenciones.

Existen 7 zonas arqueológicas dentro de la zona conurbada:

El Templo Mayor, la Plaza de las tres Culturas, Cuicuilco, Acalpixca, Teotihuacán, Malinalco y Tepoztlán.

Conocer la diversidad de museos que hay en la ciudad nos permitirá atacar la problemática planteada desde un punto más objetivo y adecuado, detectando beneficios y deficiencias de los museos que coinciden en el contenido de exposición con el museo Templo Mayor.

Según estadísticas del Instituto Nacional de Antropología e Historia, el museo arqueológico que cuenta con mayor afluencia de visitantes es el de Antropología, seguido por la zona arqueológica de Teotihuacán y en tercer lugar esta el museo del Templo Mayor.

Tira de la Peregrinación



PLANES DE PROMOCION

La promoción sirve para informar y persuadir a un receptor determinado respecto a la calidad o atractivo de un producto, bien o servicio.

El objeto de este proyecto se enfoca básicamente en la promoción de un museo cuyo objeto es elevar el número de sus visitantes, destacando su importancia y relevancia histórica. Se pretende hacerlo accesible, exponerlo de modo que afecte y sensibilice a todo aquel que tenga contacto con el transporte de nuestro mensaje. Nuestra misión en éste proyecto es comunicar, y lo lograremos cuando el mensaje llegue a un nuestro objetivo, (el cual determinaremos más adelante), se entienda y produzca una reacción.

**DURACION
DE USO**

Nuestro proyecto depende de la información que contenga como parte del mensaje de venta, esto quiere decir, lo que se quiere dar a conocer al receptor del producto. Por lo que la duración de nuestro medio depende de los cambios que se produzcan en la información contenida, por ejemplo en el caso de que la distribución museográfica sea modificada debido a cambio de ubicación de piezas, nueva distribución de salas, cambios de nombre de las salas, movimiento de vitrinas, remodelación de las instalaciones del museo, hallazgo de nuevos objetos para exponer, descubrimiento de nuevos restos, esta nueva información deberán ser incluida inmediatamente en la impreso.

**PLANES
A FUTURO**

El contenido informativo no sufrirá cambios futuros próximos, pero es recomendable que para no descuidar la imagen gráfica y mantenerla siempre a la vanguardia en cuanto a su diseño editorial, el material puede ser rediseñado cada año.

Una vez que se hayan cubierto las necesidades de comunicación del cliente y se hayan resuelto a través del proyecto gráfico (tema de esta tesis), se decidirá si se realiza su producción. Posteriormente se estudiarían los diferentes y posibles canales de distribución de nuestro medio(s) de venta, y complementar el proyecto con una campaña de radio; la cual sería costeadada al elevar las utilidades del museo.

**EXTENSION DE
ACTIVIDADES**

Como extensión de las actividades podemos recurrir a los espectaculares para la complementación de una solución gráfica. Estos pueden ser colocados en las rejas que limitan la zona arqueológica, las bardas que rodean las instalaciones, en las vitrinas localizadas en los corredores de las principales estaciones del metro, (sobre todo las que dan acceso al Zócalo de la ciudad), así como en las paradas de autobus de las principales avenidas de la ciudad. Los espectaculares requieren de mayor inversión para producirse y debido a eso lo consideraremos extensión a las actividades a realizar en esta tesis.



Vista Superior
de la
Coyolxauhqui

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

LICENCIAS Y REGLAMENTOS

La única indicación que se recibió por parte de los directivos del museo, fue la de incluir en el diseño resultante, el logotipo del museo, el del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y el del INAH, para de esa manera hacerlo oficial, en caso de que en un futuro se diera la autorización para producir y distribuir los objetos diseñados.

En caso de que la solución gráfica que planteemos requiera de fotografías tanto de las piezas como de las instalaciones se deberá solicitar el uso del archivo de fotografías del museo o permiso para realizarlas en las instalaciones (sin uso de flash).

REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE

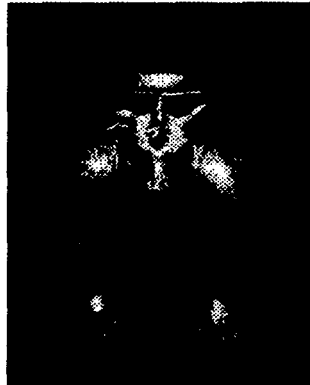
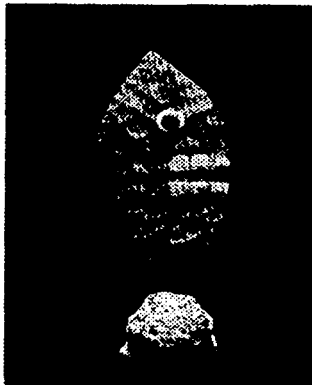
De todo lo anterior, se concluye que nuestro cliente - Museo Templo Mayor- requiere reforzar, expandir y exportar su imagen gráfica; a través de medios que lo den a conocer en sitios de gran afluencia y comunicarse así, con sus posibles receptores (visitantes).

La finalidad es que a través de estos medios de comunicación se «produzcan» mas personas que acudan al museo y elevar así el total diario de ganancias por concepto de cuotas de entrada.

Mientras más se conozcan las características del producto a promocionar, los servicios que ofrece y el público a quien va dirigido, etc.,

con mayor facilidad se podrá estructurar el mensaje indicado. Este mensaje deberá motivar, apelar y cerrar la venta de una visita al museo en la mente de cualquier visitante prospecto, o sea cualquier persona que tenga contacto con nuestro medio de comunicación.

Se proponen uno o varios medios que capten la atención de los receptores potenciales generando un interés en conocer la cultura mexicana, brindando razones sobre la necesidad de conocimiento e incitarlos a que acudan a realizar una visita al museo. Además hay que complementar la visita con otro medio que contenga información del museo.



A la izquierda,
cuchillo
técpatl
, exhibición del
museo.

A la derecha
urna
funeraria.

ANÁLISIS DEL RECEPTOR

Antes de determinar los medios adecuados para solucionar la problemática detectada, analizaremos en a quien va dirigido el mensaje de venta. Necesitamos conocer a detalle el tipo de receptor al cual irá dirigido nuestro mensaje de venta para poder proyectar la solución que satisfaga sus necesidades y requerimientos. Tenemos que ordenar la información de manera que el receptor le sea de fácil lectura y rápida comprensión; la información deberá ser interpretada correctamente y para ello nos basaremos en códigos con los que se identifica nuestro receptor. Del discurso hablado a la página impresa se pueden perder expresiones, ademanes y gestos que ayudan a complementar el mensaje. Nuestro objetivo es manejar formas y razgos de expresión visual que solventen esas pérdidas, logrando una composición unificada y significativa valiéndose de recursos gráficos. Debemos tener en cuenta que el medio de transmisión del mensaje también influirá en los resultados de comunicación con el receptor.

Los visitantes que acuden al museo actualmente son de ambos sexos, las edades fluctúan entre los 5 años

hasta personas de la tercera edad. Los niveles económicos abarcan las clases alta, media y baja. El nivel social varía entre el A, B, C, y D. El nivel cultural incluye visitas didácticas de escuelas (particulares y oficiales), así como de investigadores, arqueólogos y estudiosos de la materia. Así también personas en general que acuden al museo como parte de sus distracciones de fin de semana.

Un punto importante a observar es que el 40% de los visitantes que acuden a este lugar son extranjeros (anglosajones, franceses, alemanes y japoneses, en su mayoría), el medio que se diseñe deberá tener la cualidad de atraer y capturar la atención de un público variado cuyo único punto en común sería la visita a un museo. Debemos de realizar posteriormente la traducción del material informativo al inglés y francés con el fin de globalizar nuestra información.

Para realizar este análisis dividiremos al receptor de acuerdo a los siguientes grupos:

- Niños
- Adolescentes, Adultos
- Tercera Edad

A partir de esta división tenemos que los códigos con los que se identifican cada uno de estos grupos son:

(El concepto código se refiere a las formas gráficas y visuales con las que se identifica generalmente a un sector determinado de la población. Aunque siempre hay excepciones y variantes, éstos representan la base a partir de la cual se comenzará a bocetar para resolver cualquier problemática de diseño.)

Niños:

Ellos prefieren los dibujos, las animaciones y caricaturas. Para ellos la imagen siempre es más importante que el texto. Las abstracciones, los colores vivos y enérgicos como los primarios. Además las manualidades y las texturas les facilitan la interacción con los medios impresos. Es importante lograr atraer sus sentidos más desarrollados a esa edad, la vista y el tacto. Generalmente el niño aprende y asimila mediante imágenes, es a través de éstas que los niños se acercan a la lectura. Debido a que su lectura y comprensión están aún desarrollándose se deben enfatizar en el tamaño y legibilidad de la tipografía. Se identifican fácilmente con personajes que los guíen en su enseñanza. El público infantil se

siente atraído a interactuar con los cuadernillos donde se les obliga a comprender y entender, recortando, iluminando, pegando, resolviendo juegos que le facilitan su aprendizaje y asimilación de conceptos y conocimientos.

Adolescentes y

Adultos:

Su primer encuentro con el impreso debe atraer su visión, con soluciones innovadoras y modernas, aunque este concepto varía de un grupo social a otro. El tratamiento de diseño para este grupo deberá ser específico, según el nivel socio-económico, aunque en algunos casos puede ser general. Este grupo leerá el contenido informativo cuya aportación le parezca interesante. Las imágenes deben apoyar al texto. El manejo en variedad de familias tipográficas, grafismos y layouts novedosos, con propuestas de diseño editorial diferente. El público adulto prefiere buena fotografía, tomas espectaculares, materiales finos y elegantes. Lo que obliga a un receptor a captar información en primera instancia es la imagen. Si el concepto en primera instancia no llama la atención del receptor y lo cautiva entonces no procederá a estudiar el contenido.

Tercera Edad:

Para este grupo la diferencia más marcada es que su visión no es tan ágil y aguda como la de los adultos, por lo que el tratamiento tipográfico debe tener especial énfasis en textos de puntajes grandes, además de párrafos cortos, que faciliten la lectura de éste grupo.

En cuanto a división de géneros tenemos ,

Mujeres:

La tendencia en este sector es por las soluciones de diseño decorativos, suaves, de líneas curvas. Ellas prestan mayor atención a los detalles , por lo cual están más conscientes de las tendencias de la moda, de ahí las variaciones por el gusto en colores.

Hombres:

Ellos prefieren las líneas rectas, ángulos, diseños geométricos. Recuerdan con mayor facilidad las estructuras básicas y puntos centrales, de ahí que para ellos los detalles carecen de importancia. Prefieren los colores oscuros.

En cuanto a una división de nivel socio-económico-cultural tenemos,

Nivel bajo (C-D):

Es sector es reacciona

ante los cambios drásticos. No aceptan las tendencias que no se han visto en uso con anterioridad. Se identifican con colores fuertes, brillantes, muy vivos y llamativos

Nivel medio (B):

Este sector de la población tiene una mayor tendencia hacia lo nuevo y original, son válidas las soluciones de diseño arriesgados y poco tradicionales. Las preferencias de colores y combinaciones son versátiles.

Nivel alto (A):

Este sector requiere de diseños más modernos con recursos originales, pero con tendencias a la sencillez. A medida que el poder adquisitivo aumenta en el receptor, así mismo aumenta la búsqueda de medios impresos con calidad en imagen y contenido. Esta clase social en general siente atracción por los colores claros y ténues y la combinación de colores, aprecian los tonos suaves y delicados. Son influenciados por las tendencias internacionales del momento.

Concluyendo el análisis, la solución propuesta debe estar enfocada a un público extenso, heterogéneo y variado, lo que se busca es una solución universal.

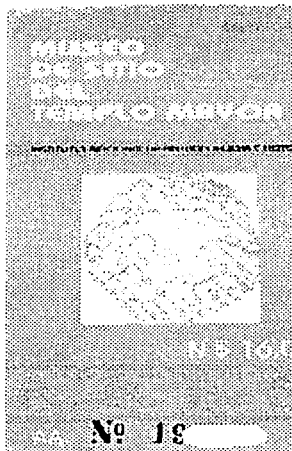
REQUERIMIENTOS DEL RECEPTOR

Se determinó que el receptor necesita saber que es el Templo Mayor, cual es el atractivo principal que le ofrece, saber en que lo favorece visitarlo; además de como y cuando lo puede hacer. Percibir la sensación de calidad en un mensaje detallado, esto es que cualquier persona pueda captar y entender ese mensaje.

Los códigos que se deben utilizar en la solución serán generales, universales, de modo que se mantenga un equilibrio entre los gustos y preferencias de cada uno de los diferentes grupos, (edades, niveles socioeconómicos, clases sociales o géneros) que debemos afectar con nuestra solución y que estudiamos como receptor único.

En muy pocos casos se incluye al público infantil en soluciones integrales como la de este caso. Consideramos importante hacer la distinción ya que este tipo de receptor se maneja con códigos totalmente diferentes a los del público adulto y merece un caso de estudio totalmente aparte.

Para el caso de esta Tesis proyectaremos una solución únicamente para el público adulto.



Impreso del
boleto de
entrada



Vista de
entrada al
museo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

DISEÑO ANTERIOR DEL CLIENTE

A continuación detallaremos la descripción del material impreso que anteriormente había sido utilizado por el cliente. Analizaremos tanto el diseño editorial como los materiales, técnicas, acabados y sistemas de impresión usados en tres folletos, un cuadernillo y un libro de consulta.

Folleto "Guía de la zona arqueológica del Museo del Templo Mayor"

Contiene: Introducción informativa acerca del Templo Mayor, e señalamientos de seis puntos de interés de las diferentes etapas constructivas en el recorrido por la zona arqueológica; un plano de localización del museo, dirección, horarios y días de visita, teléfonos para información a grupos, un extracto de la crónica de Bernal Díaz del Castillo y un plano del antiguo recinto mexica.

Se trata de un tríptico impreso en papel bond blanco de 35 kg. a 2 x 2 tintas, tamaño carta de orientación es vertical. Los márgenes de la página exterior son: izquierdo 1.3 cm, derecho 0.3 cm, superior 0.3 cm y el inferior de 1.6 cm.

1984
 DE LA ZONA ARQUEOLÓGICA DEL
 TEMPLO MAYOR

Este folleto, que forma parte de un conjunto de tres folletos, es un tríptico impreso en papel bond blanco de 35 kg. a 2 x 2 tintas, tamaño carta de orientación es vertical. Los márgenes de la página exterior son: izquierdo 1.3 cm, derecho 0.3 cm, superior 0.3 cm y el inferior de 1.6 cm.

El folleto incluye información sobre la zona arqueológica del Templo Mayor, e señalamientos de seis puntos de interés de las diferentes etapas constructivas en el recorrido por la zona arqueológica; un plano de localización del museo, dirección, horarios y días de visita, teléfonos para información a grupos, un extracto de la crónica de Bernal Díaz del Castillo y un plano del antiguo recinto mexica.

ETAPAS CONSTRUCTIVAS

El folleto incluye información sobre la zona arqueológica del Templo Mayor, e señalamientos de seis puntos de interés de las diferentes etapas constructivas en el recorrido por la zona arqueológica; un plano de localización del museo, dirección, horarios y días de visita, teléfonos para información a grupos, un extracto de la crónica de Bernal Díaz del Castillo y un plano del antiguo recinto mexica.

PLANO DE LOCALIZACIÓN

El folleto incluye información sobre la zona arqueológica del Templo Mayor, e señalamientos de seis puntos de interés de las diferentes etapas constructivas en el recorrido por la zona arqueológica; un plano de localización del museo, dirección, horarios y días de visita, teléfonos para información a grupos, un extracto de la crónica de Bernal Díaz del Castillo y un plano del antiguo recinto mexica.

Este folleto, que forma parte de un conjunto de tres folletos, es un tríptico impreso en papel bond blanco de 35 kg. a 2 x 2 tintas, tamaño carta de orientación es vertical. Los márgenes de la página exterior son: izquierdo 1.3 cm, derecho 0.3 cm, superior 0.3 cm y el inferior de 1.6 cm.



Figura 1
 Detalle de la zona arqueológica del Templo Mayor.

Este folleto, que forma parte de un conjunto de tres folletos, es un tríptico impreso en papel bond blanco de 35 kg. a 2 x 2 tintas, tamaño carta de orientación es vertical. Los márgenes de la página exterior son: izquierdo 1.3 cm, derecho 0.3 cm, superior 0.3 cm y el inferior de 1.6 cm.

Figura 2
 Detalle de la zona arqueológica del Templo Mayor.

Este folleto, que forma parte de un conjunto de tres folletos, es un tríptico impreso en papel bond blanco de 35 kg. a 2 x 2 tintas, tamaño carta de orientación es vertical. Los márgenes de la página exterior son: izquierdo 1.3 cm, derecho 0.3 cm, superior 0.3 cm y el inferior de 1.6 cm.

Figura 3
 Detalle de la zona arqueológica del Templo Mayor.

Este folleto, que forma parte de un conjunto de tres folletos, es un tríptico impreso en papel bond blanco de 35 kg. a 2 x 2 tintas, tamaño carta de orientación es vertical. Los márgenes de la página exterior son: izquierdo 1.3 cm, derecho 0.3 cm, superior 0.3 cm y el inferior de 1.6 cm.



Figura 4
 Vista general de la zona arqueológica del Templo Mayor.

Este folleto, que forma parte de un conjunto de tres folletos, es un tríptico impreso en papel bond blanco de 35 kg. a 2 x 2 tintas, tamaño carta de orientación es vertical. Los márgenes de la página exterior son: izquierdo 1.3 cm, derecho 0.3 cm, superior 0.3 cm y el inferior de 1.6 cm.

Figura 5
 Detalle de la zona arqueológica del Templo Mayor.

Este folleto, que forma parte de un conjunto de tres folletos, es un tríptico impreso en papel bond blanco de 35 kg. a 2 x 2 tintas, tamaño carta de orientación es vertical. Los márgenes de la página exterior son: izquierdo 1.3 cm, derecho 0.3 cm, superior 0.3 cm y el inferior de 1.6 cm.

Figura 6
 Detalle de la zona arqueológica del Templo Mayor.

La página interior cuenta con margen izquierdo de 1.6 cm, derecho de 1.8 cm., superior de 2.1 cm y el inferior de 1.6 cm. El diseño interno esta basado en una retícula de 3 columnas cuyos medianiles son de 1 cm.

Los bloques de texto fueron alineados en bandera, la familia tipográfica utilizada fue la Helvetica de 10 y 11 puntos,

normal e itálica bold para títulos. Además contiene 3 imágenes fotográficas en blanco y negro. Fue impreso en offset.

En general se puede comentar que este diseño es muy sencillo, práctico para el lector, con buena legibilidad, aunque editorialmente no aporta nada. Su página interior es equilibrada, pero predecible y monótona.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Folleto "Guía del Museo Templo Mayor"

En el se puede encontrar información sobre el contenido de las salas de exhibición, además de un plano de localización, la dirección, departamento de Difusión Cultural y teléfonos.

Su formato es tamaño carta impreso en papel bond de 35 kgs, color blanco, a 2 x 2 tintas. Su layout externo esta conformado de la siguiente manera: margen izquierdo de 1 cm, derecho de 1 cm, superior de 0.9 cm e inferior de .7 cm.

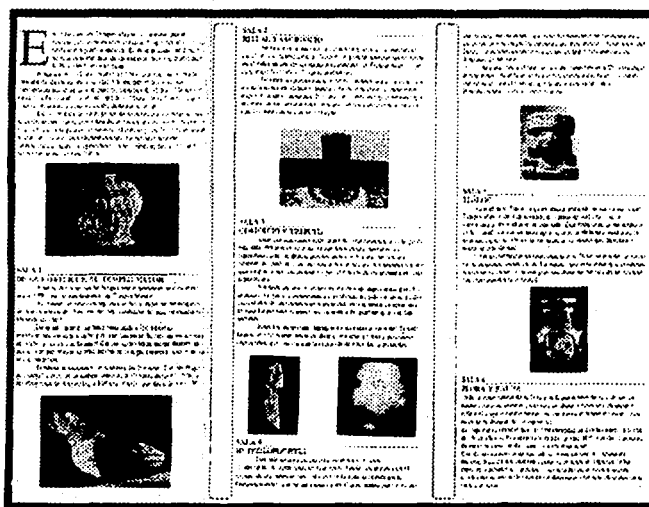
En tanto que el layout interior tiene márgenes izquierdo y derecho de 1cm y márgenes superior e inferior de 1.1 cm. Integrado dentro de una retícula simple de 3 columnas en ambos lados del impreso con medianiles de 1.2 cm. El manejo de los textos resulta ser igual al del folleto anterior, justificados en bandera. Las familias tipográficas utilizadas son Times y Times Roman de 10 puntos, hacen que la lectura pueda ser fluida. La misma familia tipográfica en bold es utilizada para resaltar los títulos. El tratamiento tipográfico es diferente al del folleto que se revisó antes,

no sigue un concepto o una línea que lo distinga como imagen corporativa del museo, parece ser independiente. No tiene ningun acabado, además del doblez implícito en la formación de un tríptico.

En cuanto a imágenes este diseño maneja fotografías en medios tonos, además de una ilustración y de una plecra en todo el contorno del formato. Su escaso contenido informativo no satisface las necesidades para complementar lo que se puede aprender en las salas de exposición.

Su diseño editorial es pobre y aburrido, ya que la disposición de los elementos es demasiado obvia, texto seguido con imágenes intercaladas, sin ninguna alienación dentro de la supuesta retícula simple de 3 columnas.

Vista interior de la guía del Museo Templo Mayor.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

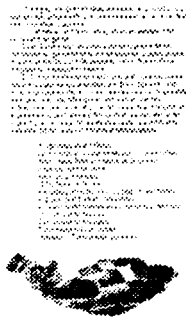
Folleto "Maqueta del Museo del Templo Mayor"

Este folleto informa al visitante sobre la maqueta que se encuentra en el vestíbulo del primer piso del museo.

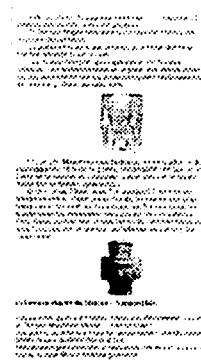
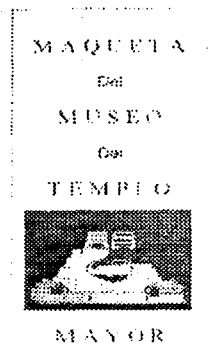
Describe las actividades y funciones de los principales recintos y templos que circundaban al Templo Mayor y formaban la gran Tenochtitlán.

Su formato al igual que los anteriores es tamaño carta, impreso en papel bond blanco, a 2 x 2 tintas. El layout tanto anterior como posterior, está conformado por márgenes de 0.6 cm exterior, 0.6 cm interior, 0.6 cm superior y 1 cm inferior. La retícula utilizada es de tres columnas, con textos justificados a la izquierda. Se utilizaron imágenes perfiladas en medios tonos

En general el tratamiento editorial es sumamente parecido a los dos folletos anteriores, con textos corridos y fotos intercaladas y por el modo en que éstas están dispuestas, suponemos que se trata de una retícula simple de tres columnas, lo cual limita el diseño del layout.



Vista anterior y posterior del folleto Maqueta del museo



Cuadernillo "Una visita al Templo Mayor" de Editorial Salvat.

De contenido narrativo y de apoyo didáctico; elaborado para cumplir la función de guía para el visitante durante su recorrido y de consulta inmediata, aunque resulta poco práctico como guía porque su consulta resulta complicada si se realiza al mismo tiempo que se contemplan vitrinas y displays. Este fue redactado tanto en español como en inglés.

Su formato es de 13.8 x 18.8 cm.. Impreso en selección de color sobre couche brillante doble cara. Cuya portada es de cartulina caple barnizada, engrapada a caballo. El layout de la hoja interior esta conformado por margen superior de 1.7 cm, externo de 0.9 cm, interno de 0.9 cm e inferior de 2 cm. La retícula de cada página es simple de dos columnas. La fuente tipografica utilizada es Baskerville de 9 pts., Baskerville Italic en el caso de la acentuación de algunas palabras dentro del texto, así como para pies de foto. Los títulos fueron dispuestos a la izquierda, con Baskerville Italic bold de 14pts..

Las fotografías han sido colocadas a una, dos y tres columnas a lo largo de las páginas interiores. Los textos fueron dispuestos a la izquierda.

El formato escogido es muy práctico. La portada tiene una fotografía muy buena, pero el tratamiento tipográfico le resta seriedad. Su diseño editorial es muy común y predecible. Las fotografías evitan que la lectura se torne aburrida, pero no se tuvo cuidado en su reproducción y algunas están descuadradas o descoloridas, mala calidad de impresión.

Libro de consulta "Guía Oficial del Templo Mayor".

Este libro de consulta editado por Salvat se encuentra a la venta en este museo, así como en el Museo de Antropología. En realidad no es utilizado como guía porque su consulta resulta complicada si se realiza al mismo tiempo que se contemplan vitrinas y displays del museo. Su distribución es limitada, tiene un precio de \$40.00. Consta de 100 hojas impresas.

Este libro de consulta resultaría eficaz si se requiere realizar una investigación más profunda sobre el tema de la cultura mexicana. Ya que es un poco voluminoso y caro, si se considera que no todas las personas que visitan el museo están dispuestas a desembolsar además de la cuota de entrada (\$16.00) más dinero para comprar un libro.

Las medidas de éste formato son 30 x 15 cms. La impresión fue realizada sobre papel couche mate. La portada y contraportada fueron impresas sobre cartulina caple, engomadas a los cuadernillos que forman el libro.

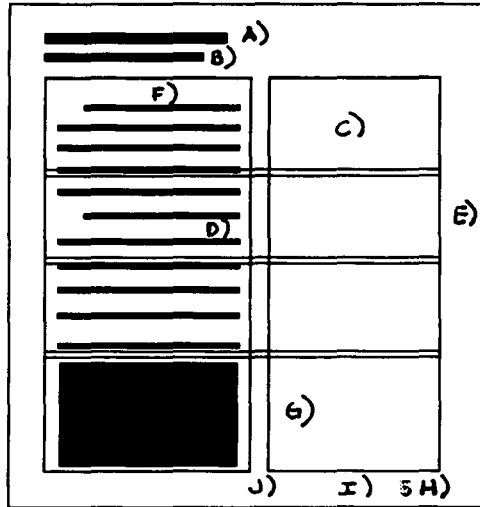
El layout presentado es el resultado de los siguientes márgenes: exterior de 1.1 cm, interior de 1.5 cm, superior de 0.9 cm y inferior de 1.8 cm. Se utilizó un retícula de dos columnas, de diferente ancho; ésto para poder manejar la colocación de pies de foto, con las especificaciones de las fotografías impresas.

CONCEPTOS DE DISEÑO APLICABLES

A continuación haremos una breve descripción de los elementos del Diseño Editorial que serán incluidos en la solución a proponer y de los conceptos que tienen una relación directa con la producción del impreso.

Cabe mencionar que dentro de los factores que contribuyen a la lectura de cualquier impreso están: el formato de éste, la ubicación de la mancha tipográfica, el tamaño y peso de la tipografía elegida, espacio entre tipos, interlineado, extensión de las columnas, márgenes, la justificación de los bloques de texto, la tinta, el papel, la impresión y el interés del lector en el contenido del mismo. Cualquier mensaje puede modificarse mediante la manipulación visual de éstos elementos. La experimentación a través de bocetos nos dará a conocer el potencial creativo de cada uno, tanto independientemente como en sus relaciones recíprocas.

Cualquier dificultad dentro de la lectura debido a la mala aplicación de estos conceptos significa pérdida de comunicación y capacidad de retener el mensaje impreso, en la mente del receptor. Lo que



buscamos como diseñadores es la creación de un equilibrio armónico, dinámico, funcional, estético y sensible entre los elementos mencionados y el mensaje que se debe proyectar.

- A) Título
- B) Subtítulo
- C) Campo
- D) Interlinea
- E) Margen
- F) Mancha Tipográfica
- G) Imagen
- H) Folio
- I) Columna
- J) Medianil

FORMATO: se describe como, la forma, tamaño y proporciones (longitud y ancho) de una superficie determinada; la dimensión total del papel en un medio impreso.

ESPACIO - FORMATO: área delimitada dentro de la superficie (formato) a través de márgenes, donde se diseñará el layout de la o las páginas a imprimir.

MARGEN: es la proporción de blancos que delimita el layout creando tensión visual, unidad y coherencia a través de diversos equilibrios y desequilibrios. Su propósito artístico es enmarcar la mancha de texto y demás elementos gráficos que compongan la impresión. El propósito técnico es que el corte de cada página varía entre 1 y 5 mm. y el margen evitará que el texto quede cortado, después de refinar de la página una vez ya impresa. Los diferentes efectos que pueden lograrse con los márgenes en una página impresa pueden variar la legibilidad de la misma, así como los muy angostos producen fatiga visual pues el receptor siente que la página está saturada, los muy amplios implican una sensación de desperdicio o que el material impreso es demasiado largo.

Algunos autores mencionan que la preferencia del lector es meramente estética. Se le conoce de la siguiente manera:

- a) margen interior ó margen de lomo
- b) margen exterior ó margen de corte
- c) margen superior ó margen de cabeza
- d) margen inferior ó margen de pie

Para obtener una relación armónica y bien proporcionada hay que calcular las dimensiones de los blancos de cabeza, pie, corte y lomo mediante la sección áurea o con alguna otra relación matemática.

LAYOUT: se le llama a la distribuir de texto e imágenes dentro de una retícula definida.

RETÍCULA: instrumento que da lugar a la conceptualización, planeación y organización de forma constante y ordenada de cualquier solución visual dentro del espacio-formato. Nos permite situar con precisión los componentes que se vayan a incluir en una página impresa (mancha tipográfica, títulos, subtítulos, gráficos, imágenes y espacios) dando un sentido y estilo previamente definido.

Tiene fundamento en la teoría de la Proporción Áurea o Número de Oro, que establece una relación de tamaños con la misma proporcionalidad. El Número crea orden, el orden crea ritmo y éste a su vez crea armonía. La Proporción Áurea se utiliza como herramienta de composición porque produce equilibrio armónico de proporciones perpetuas entre las áreas y formas. No es el único método, también se recurre a los sistemas modulares dentro de los criterios de composición, como la retícula de diseño ortodoxo, que se basa en una relación uniformemente espaciada de líneas horizontales y verticales que producen un patrón de cuadrados, donde se agrupan naturalmente rectángulos horizontales y verticales que son llamados campos. La utilización de un sistema reticular produce en la impresión, armonía global, legibilidad y orden en la configuración, recordemos que esto significa una lectura que pueda ser realizada con mayor rapidez y menor esfuerzo y que además será retenida con mayor facilidad en la memoria.

La retícula además permite ajustar el tamaño, forma y equilibrio visual de los elementos de la página para obtener armonía en la composición.

CAMPO O MÓDULO: es la sección que resulta de la división horizontal y vertical dentro de una retícula, facilita la colocación y ajuste de los elementos de la página, brindando uniformidad a la solución impresa. No todos los campos de una retícula siempre tienen las mismas dimensiones, esto, en el caso de las retículas compuestas. La altura de estos corresponde a un determinado número de líneas de texto y su anchura produce las columnas. Los espacios que separan a los campos entre sí evitan que las imágenes se toquen entre sí. Generalmente la distancia vertical entre los campos es de una, dos ó más líneas. La distancia horizontal está en función del tamaño de los tipos de letra y las imágenes que deba contener la página impresa.

COLUMNA: división vertical que resulta en el espacio-formato a partir del diseño de la retícula; su función es determinar y controlar los bloques de texto, así como las imágenes a insertar en la composición de una página. El ancho de columna, se refiere a la dimensión real de la base de la columna, y crea las condiciones para facilitar la lectura a través de un ritmo constante y agradable. Su determinación es uno de los

problemas tipográficos más importantes y depende del tamaño de los tipos y la cantidad de texto que sea incluida. La labor del diseñador es provocar la lectura constante a través de líneas (anchos de columna) equilibrados, pues el ojo invierte más energía para mantener la línea horizontal cuando se trata de leer líneas extremadamente largas. De igual forma las líneas de texto muy estrechas obligan al ojo a cambiar de línea con mayor rapidez, además de que existe mayor posibilidad de que la última palabra del renglón sea cortada. Es importante cuidar la legibilidad del texto y esto depende directamente del tamaño de los tipos de letra, de la longitud de las líneas de texto y del interlineado.

INTERLÍNEA: es la distancia horizontal entre dos líneas de texto, directamente relacionado al tamaño del tipo. La función del interlineado es conducir al ojo de línea en línea para que el mensaje leído sea asimilado y conservado en la memoria con mayor facilidad. Para un puntaje promedio (9 a 12 puntos) uno o dos puntos de interlínea son suficientes para obtener una buena composición y legibilidad del texto; ya que cuando las líneas de texto están muy próximas entre sí, se obliga al ojo a leer simultáneamente los párrafos

vecinos produciendo confusión. El ojo no es capaz de ajustarse a las líneas muy apretadas con la precisión requerida para leer la línea en cuestión. Al desviarse la vista el lector gasta energías donde no debe y se fatiga antes de lo preciso y no termina de leer el mensaje, justo lo que debemos evitar. Además hay que tener cuidado para no estropear la composición de una página, cuando el interlineado sea excesivo o poco. En casi todos los casos se utilizará un espacio igual al 20% del tamaño de la letra, por ejemplo, para una línea tipográfica de 10pts., 12 pts. de interlínea serán suficientes, pensando que el ancho de columna tenga una amplitud promedio. Las columnas más anchas requieren mayores interlineados.

MEDIANIL: se refiere a la distancia vertical entre dos columnas, está determinada en función del tamaño de la tipografía y las imágenes. En publicaciones estándar se utiliza un espacio de 1/2 cm.

TÍTULO: son las palabras o frases que se destacan del texto por su disposición especial o llamativa. Es el encabezado de un artículo impreso cuya función es obligar al lector a leer el contenido del mensaje, es la

segunda llamada de atención al futuro receptor. La colocación de éste depende de la intensión que se quiera lograr dentro de la composición del impreso, pero hay que tener en cuenta que casi siempre está formado con la misma familia tipográfica que el cuerpo del texto. El objetivo es equilibrar el espacio entre la línea de letras y el resto del área de diseño, examinando su impacto, ya que éste específicamente contrarresta el efecto visual del peso del cuerpo de texto.

SUBTÍTULO: es la línea de texto comprendida entre el título y el cuerpo de texto. Puede ser un título secundario que rompe un capítulo o una página impresa, o simplemente para darle variedad al diseño. No siempre son requeridos, dependen de la intención del texto a publicar.

FOLIO: refiere a la asignación del número consecutivo de todas las páginas que conforman un impreso. Su colocación debe ser al mismo tiempo funcional y estético y es determinada básicamente por tres puntos: por la posición de la mancha de texto, las proporciones de los espacios en blanco (margenes) que se disponen y la intensión que busque el diseñador en su solución de diseño. En contados casos se puede

colocar en el margen de corte; y en el margen de lomo únicamente cuando el mismo es lo bastante amplio. Cuando el folio sea colocado encima o debajo de la mancha de texto, la distancia con respecto a la misma deberá ser de una o más líneas vacías, según lo marque el margen. Si el folio va a ser colocado a la derecha o izquierda de la mancha, la distancia deberá ser de la misma medida que al medianil.

MANCHA TIPOGRÁFICA: es el ciclo de utilización estética de caracteres o tipos (letras) para crear el cuerpo de texto. La mancha es considerada como un contraste tonal dentro de la página impresa.

Existen varias consideraciones que hay que tomar en cuenta cuando se tiene que decidir que tipografía utilizar en un impreso.

1. La distancia a la que se realiza una lectura promedio es de 35 cm., el tamaño de la tipografía para incluir en el impreso deberá calcularse para poder ser leído a esa distancia.

2. Los tipos con mayor puntaje al igual que las de puntaje muy pequeño requieren de mayor esfuerzo para ser léidas.

3. Las cualidades de la tipografía son importantes dependiendo de los efectos funcionales, estéticos y psicológicos, que se quieran lograr en el material impreso. También se debe considerar la aplicación del impreso, donde se utilizará, quien lo leerá, etc. Existen tipos complementarios a los normales y éstos son: la **bold**, **light**, *italica* y todos representan ideas, conceptos, nociones, sensaciones distintas.

4. El espacio entre los caracteres es un importante factor para mantener el equilibrio visual de una página. Las variaciones de esta distancia también puede tener un significado dentro del mensaje general.

5. El estilo y la imagen creados por todo el alfabeto de la familia tipográfica deberá concordar con la imagen que se debe proyectar en la solución.

6. La tipografía requiere de una estructuración lógica y sistemática de las páginas de composición, esto es, el tipo, el tamaño y la disposición de la tipografía deberá ser la misma a lo largo de todo el impreso.

7. Para los bloques de texto generalmente se utilizan tipos de entre los 6 y 12 puntos.

GRAFISMO: elementos que complementan el diseño de una página impresa dentro de los cuales clasificamos los siguientes:

Pleca es la línea que sirve para resaltar un texto

Filete es la raya fina y delicada, en ojo de tipos o en ilustraciones, es la raya más fina que se imprime en tipografía.

Mediacaña es el filete de dos rayas, una delgada y otra gruesa.

Marca de agua se refiere al rotulado que se le da a la pasta húmeda durante la fabricación del papel.

Sello de agua se refiere al dibujo o rotulado muy poco visible, impreso en el papel.

Capítular es la letra grande colocada al inicio de una división importante del texto o al inicio de un párrafo; ALTA significa que tiene su parte inferior alineada a la altura que la primera línea de texto; BAJA significa que la parte alta de la capitular está alineada con el límite superior de la primera línea de texto.

Capítular a dos líneas, es la que abarca dos líneas de texto.

IMPRESIÓN: es el proceso de depositar una capa controlada de tinta sobre algún sustrato (papel, plástico, polietileno, tela, vidrio) o cualquier otra superficie donde se requiera transmitir una idea

o un mensaje. En general se dividen en dos métodos de impresión: directos e indirectos. Esta división se basa en la forma de depositar la capa de tinta sobre el sustrato. La impresión directa se refiere a cuando el elemento al que le es entregada la tinta y define la figura a imprimir (matriz), transfiere por sí mismo la tinta al sustrato. Dentro de los sistemas de impresión directa los más utilizados son la tipográfica, serigráfica, rotograbado, y grabado. Cabe mencionar que el mejor método para obtener una buena impresión es precisar el sustrato, gramaje, colores y acabado requeridos.

A continuación haremos una breve descripción de cada una:

Impresión tipográfica, consiste en reunir en un componedor los caracteres correspondientes a una página. El componedor es una regleta metálica sobre la que se colocan los caracteres en el orden necesario. La composición se coloca sobre una mesa plana en el centro de la rama (marco de metal sobre el que se coloca la regleta con la composición). La rama es colocada en la prensa y los rodillos tintadores se encargan de entintar una vez por cada impresión. Estas prensas son

de alimentación manual o automática. Entre los inconvenientes de este sistema nos encontramos que es un sistema lento y de baja calidad, para la obtención de la placa se requiere la obtención de negativos, se requiere leer de derecha a izquierda, lo que puede propiciar errores en la formación, y no es apropiada para la impresión de fotografías. Actualmente se utiliza para la impresión de tirajes cortos de línea de sociales: invitaciones, participaciones, pues aunque no ofrece gran calidad, maneja precios muy accesibles.

Impresión serigráfica, este sistema imprime mediante la utilización de una seda. El proceso inicia tensando la seda sobre un marco de madera o aluminio. Se requiere bloquear las áreas específicas para que no pase la tinta. Luego se coloca la tinta sobre ésta y se procede a pasar la tinta a través de los orificios del tramado con un raseo. Este método es manual y se recomienda para tirajes cortos, donde además únicamente se vayan a imprimir colores sólidos (plastas) o duotonos.

Rotograbado, es el sistema de impresión de alta velocidad que trabaja mediante el uso de un cilindro grabado e impresión en rotativa.

utilizando tirajes extra largos. El cilindro grabado (matriz) recoge la tinta de la charola en toda la superficie. En las cavidades en bajo relieve del cilindro la tinta penetra y permanece. La tinta se transfiere al sustrato en el momento en que el cilindro grabado se encuentra tangencialmente con el cilindro de contra y el sustrato. Se utiliza en la impresión de envases, envases, envolturas y revistas en tirajes que exceden el millón de piezas.

Impresión con grabado o Calcografía, se inicia sensibilizando una placa de acero. Posteriormente la placa se expone con el positivo de la figura a imprimir. Al revelar la emulsión ésta queda adherida en las partes expuestas y se desprende en las no expuestas. En seguida se procede a grabar la placa con ácido las partes no expuestas. La profundidad del grabado manual se realiza con buriles. El procedimiento de impresión consiste en aplicar tinta al clisé. Posteriormente se introduce en la cavidad de la máquina y se coloca papel en la base de ésta y se presiona. En el caso de que la impresión tenga varios colores, se deja secar la primera tinta y después se timbra el siguiente color. Este método se utiliza para altos tirajes que exigen la más alta calidad,

resulta más costoso y lento. Hay que tener en cuenta que el grabado da calidad, pero tiene como limitante no manejar selecciones de color y tintas transparentes. Utilizado para imprimir billetes.

Dentro de los procesos de impresión indirecta están:

Offset (litografía o planografía), este proceso se basa en el principio de que el agua y el aceite no se mezclan, las zonas correspondientes a la imagen atraen la tinta (aceite) y las demás zonas las repelen (agua). Por esto la máquina de offset, en su unidad impresora posee un sistema de humectado y un sistema de entintado, ambos en contacto con el clisé (placa metálica fotosensibilizada). Ofrece una excelente calidad de impresión, puede reproducir en casi cualquier papel. Utilizado en periódicos, revistas, libros, folletos y empaques, siempre y cuando los tirajes no excedan al millón de piezas.

Dentro de los procesos de impresión especiales están:

Hotstamping, en donde una hoja metálica se imprime sobre una superficie, posibilita efectos varios como el jaspeado, perlado, colores mates o metálicos. Utilizado en la impresión de hologramas en

boletos y etiquetas de gran tiraje.

Termografía, con este sistema puede lograrse un efecto de relieve, espolvoreándose la tinta todavía húmeda con un polvillo calentado.

SELECCION DE COLOR: es utilizado para reproducir un original a colores descomponiendo la imagen en sus colores básicos aditivos (cian, magenta, amarillo además del negro) y obtener así una película de impresión de medio tono para cada uno. Este método se conoce como policromía.

COLOR: es una de las herramientas más importantes y versátiles dentro de una página impresa, debido a las variaciones y combinaciones que se pueden generar. Estas combinaciones y sus efectos tonales plasmados modificarán la percepción del receptor del material visual, así como el significado visual del mensaje que se transmite. El color es probablemente el elemento gráfico que más rápido se identifica, por los tanto proporciona el principal mensaje visual. También podemos realizar variaciones a las características de cada color: tono, luminosidad y saturación, esto resulta útil cuando tenemos restricciones en el

presupuesto de producción. El primer análisis para determinar los colores a utilizar es si el servicio, bien o producto que requiere de transmitir un mensaje es cálido o frío. En el caso de los impresos para determinar el uso de un color hay que considerar la legibilidad que proporcione éste, para evitar que nuestro texto se diluya.

Matiz o tono, es el color mismo, también llamado croma, los matices primarios son amarillo, rojo y azul.

Saturación, se refiere a la pureza de un color respecto al gris. Los colores menos saturados apuntan hacia una neutralidad cromática.

Luminosidad o brillo, esta dimensión del color es acromática, va de la luz a la obscuridad, es decir al valor de las gradaciones tonales .

PANTONE: es el método de lenguaje de color internacional, contiene fórmulas donde se especifican estándares, nombres, números de identificación y fórmulas para la mezcla de tintas y obtención de colores. Es la guía ideal para determinar los colores directos de un diseño y que puedan ser reproducidos fielmente por el impresor.

IMAGEN: elemento visual que refuerza gráficamente. Apoya e ilustra el

objetivo del mensaje escrito. El manejo de las imágenes dentro de la página es más flexible que el texto, pues pueden atravesar o rebasar las columnas predeterminadas. Se pueden presentar contorneadas por texto o simplemente silueteadas. Antes de incluir una imagen dentro del diseño hay que valorar su aportación y el interés intrínseco con el producto, bien o servicio al que hacemos referencia en el impreso y decidir así el alcance y la fuerza de su presencia dentro de la composición global. Podemos experimentar con composiciones alternativas con las mismas imágenes en diferentes tamaños creando diferentes sensaciones y además descubrir como se relacionan las proporciones de los elementos entre si y la retícula. Las imágenes pueden ser fotografías o ilustraciones, su función como elemento gráfico es atraer y cautivar la atención con un primer impacto o servir de apoyo al texto de una página. La elección para utilizar en un diseño una fotografía o una ilustración dependerá de lo que satisfaga mejor los requisitos de la funcionalidad y el presupuesto del proyecto.

Los dos tipos de imágenes que se utilizan dentro de los impresos son:

La fotografía es medio de producción gráfica que plasma una imagen real. Probablemente la más recurrente en soluciones de diseño, porque tiene la capacidad de describir y transmitir una atmósfera. Refleja de manera real y literal un producto o servicio. La fotografía tiene una mayor fuerza emocional. Además se pueden conseguir aspectos diferentes de un mismo tema u objeto mediante la manipulación de luz o cambios en las técnicas utilizadas al realizar la fotografía. Es utilizada cuando el grado de definición debe ser equivalente al poder resolutivo del ojo. Estas se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Color: transparencias y las impresas en papel
- Blanco y Negro: duotono, tono continuo, alto-contraste, de línea y tramadas

Y las ilustraciones son imágenes dibujadas de calidad artísticas. Representan y resaltan las características de un objeto. Se integran con mayor facilidad en la composición; generalmente cuestan más que una fotografía. Tienden a ser referencia menos directa de lo que es la realidad y puede variar en grados de abstracción. La abstracción más simple es el diagrama utilizado

para explicar y apoyar un texto, incluimos en este espacio a las gráficas estadísticas y los bocetos. Son reflejo de la visión de un intermediario, el ilustrador. Se clasifican de acuerdo a las técnicas utilizadas en su producción como : óleos, acuarelas, crayón, acrílico, tinta, gouache, pluma, aerógrafo, tiza, pastel, sanguina, carbóncillo, lápiz de cera, lápiz de grafito, scratch y técnicas mixtas.

ACABADOS: son las operaciones que se pueden o no aplicar sobre el producto impreso, y cuyo fin es proteger y perfeccionar su imagen final. Dentro de las más comunes encontramos:

Prensado, compresión de secciones dobladas en una prensa especial, a fin de apretar y extraer el aire antes de realizar cualquier otro proceso. Es realizado para cuidar la buena realización de otros acabados.

Alzado, acomodar en secuencia correcta las secciones que componen un impreso, utilizada en el caso de libros y catalogos y en general impresos conformados de varios tomos o grupos de páginas.

Encartes, son las

diferentes secciones que son insertadas y pegadas, como el caso de anuncios, cupones o promociones que también forma parte de una publicación, pero que fueron añadidas posteriormente.

Insertos, son las hojas impresas que se incorporan a la publicación pero no son pegadas a la misma no importa donde sean colocadas.

Encañonado, consiste en fijar una sola hoja dentro de una sección pegando el borde del reverso de la hoja.

Perforado, realizar hoyos para que las hojas impresas puedan ser colocadas en una carpeta de argollas.

Plecado, se realiza marcando una línea sobre una cartulina para facilitar y controlar el doblez.

Corte, se realiza con el fin de refinar las hojas impresas.

Engomado, es una forma barata de encuadernar utilizando una capa de adhesivo flexible que mantiene cierto número de hojas unidas, pero además facilita el desprendimiento de cada una.

Sujado, cortar papel sobre un molde previamente diseñado cuando se presiona

la superficie contra una placa metálica.

Realzado, resalta letras o crea texturas aplicando presión sobre una superficie contra un grabado que realiza las formas en una prensa de presión.

Barnizado, aplicar una capa de brillo mediante rodillos a la superficie deseada ya sea en la rotativa o en una barnizadora especial, lo cual proporciona diferentes calidades, resistencias, protección, brillo, profundidad y claridad.

Calandreado, sirve para abrillantar el barniz y proteger el papel, aunque tiene el inconveniente de curvar el papel según el hilo, debido a la diferencia en el índice de absorción en el frente y vuelta del mismo.

Laminar, unir permanentemente una película de plástico a un sustrato (papel), aplicando adhesivo líquido a la película que seca antes de ser aplicado al papel. Da un acabado brillante.

Encuadernación, existen tres alternativas engrapar, coser y pegar; en donde se utilizan grapas, hilo o goma para pegar varios cuadernillos y formar libros. Estas técnicas pueden combinarse entre sí.

MEDIOS DE COMUNICACION

El único tipo de difusión que recibe este museo es a través de libros o catálogos que como ya se mencionó pueden ser adquiridos en las librerías de los diferentes museos de la Ciudad de México, así como, tiendas departamentales.

Ocasionalmente se ha recurrido a spots en radio para anunciar el ciclo mexicano de cine del museo, que se realiza anualmente.

Principalmente se ha dado a conocer mediante la publicidad oral transmitida a través de las personas que ya han visitado este lugar.

A través de la reunión, registro y análisis de fotografías constatamos las necesidades del consumidor actual y potencial, del cliente. El levantamiento fotográfico es utilizado como orientación hacia una solución que resuelva eficazmente la problemática. Esta parte de la investigación ayuda a determinar las fallas, así como los aciertos actuales del cliente, también delimita las características del mercado, estableciendo el ámbito para el cual deberá ser enfocado el diseño.

Influye directamente en el enfoque gráfico que registrará la solución a proponer.

OBSERVACION PERSONAL

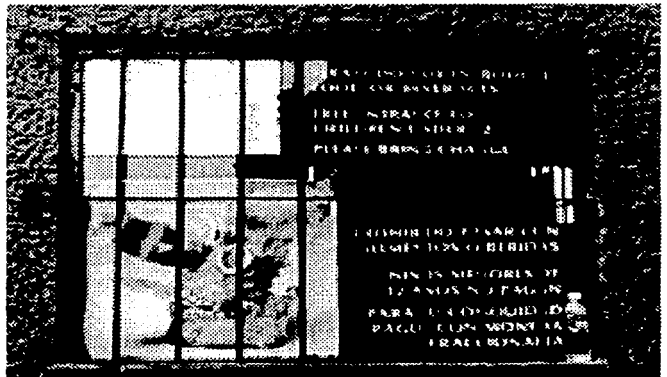
El lugar donde se ubica este museo (primer cuadro de la ciudad), presenta muchas dificultades de acceso: el congestionado tránsito, las constantes manifestaciones en el zócalo, la mala planeación urbana y los vendedores ambulantes, entre otros.

Por lo general los alrededores del museo están saturados con vendedores ambulantes que hacen casi imposible encontrar la entrada. Aunado a estos problemas el museo carece de señalización alguna que indique su ubicación y acceso. Los visitantes se quejan por tener problemas para llegar a las instalaciones, así como para estacionar sus automóviles. La imagen de este museo ha sido severamente criticada. Se han descuidado detalles simples como la información acerca de

los servicios (horarios y días de visita, costo de la entrada, visitas guiadas, etc.).

Actualmente esta información está escrita en plumón sobre una cartulina y pegada con cinta adhesiva en la caseta de vigilancia, lo cual produce una pésima primera impresión. Esa caseta a su vez funge como taquilla y entrada a la zona arqueológica, también se otorgan ahí los permisos para entrar con cámara fotográfica a las instalaciones.

La guía esta disponible al público en la entrada del museo, esto es, una vez recorrida la zona arqueológica, por lo que muchos visitantes ni siquiera la toman de donde está expuesta. Debería de ser entregada antes de iniciar el recorrido para su mejor aprovechamiento.



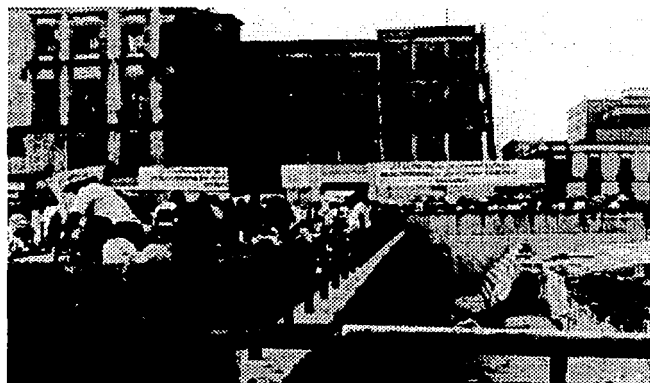
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Vista sobre Reforma espectacular informativo del Museo de Antropolodía.



Vista alrededores de la zona arqueologica Templo Mayor, donde se podrían colocar los espectaculares propuestos.



ESTABLECIMIENTO DE LA DEMANDA

Se ha constatado que el público asistente solicita material de apoyo que le ayude a aprovechar al máximo su visita y lo instruya durante su recorrido; en el caso de estudiantes y profesores, necesitan material para redactar informes o reportes. El material gratuito que produce el museo es escueto e insuficiente. Cuando la gente busca más información y encuentra que tiene que comprarla, en la mayoría de los casos se decide no adquirirla, y se rompe así la cadena de asimilación del conocimiento.

Una vez terminada la investigación que permitió conocer las necesidades del cliente, comprender al futuro receptor, examinar lo que hace la competencia; se seleccionaron los siguientes medios por el alcance que pueden tener, la frecuencia con la que van a ser utilizados, el costo por millar, y la selectividad del receptor:

Proponemos al cliente la producción de 5 medios impresos

1. Folleto promocional
2. Inserto para revista
3. Promocional de correo
4. Guía de visita
5. Cartel y/o postal

1.- El folleto promocional debe contener un mapa de la ubicación del museo, medios de acceso, horarios, tarifas de entrada, estacionamientos, información sobre exposiciones tanto permanentes como temporales, eventos organizados por el INAH o por el Departamento de Difusión Cultural del museo, visitas guiadas, conferencias y servicios en general. A manera, que se presente un lugar atractivo para cualquier persona que tenga en sus manos este folleto.

2.- El inserto para revista debe contener información sobre exposiciones temporales o permanentes, últimos descubrimientos arqueológicos, organización de eventos especiales, horarios, y teléfonos para conseguir mayores informes.

3.- El promocional de correo directo debe tener información similar a la del folleto promocional. Este medio junto con los dos anteriores expondrá la imagen visual del museo al exterior.

4.- La guía de visita será diseñada para reforzar la imagen interna. En ella el visitante encontrará apoyo de

ubicación de los principales puntos de la zona arqueológica, recorrido del museo y contenido de las exposiciones, información y localización de los servicios generales, una breve reseña de la cultura abordada en este museo.

5.- La postal promocional será utilizada como souvenir gratuito para su disposición dentro del museo.

El cartel siempre se ha caracterizado por su impacto visual. Como en la mayoría de los museos internacionales, éstos se pueden vender en el mismo museo y generar una ganancia extra.

Estos impresos requerirán de formatos versátiles y amplios, donde se exploten layouts más dinámicos que provoquen una atracción visual al lector, de modo que no lo fatigue visualmente y además lo interese en su contenido.

5. ANALISIS Y SINTESIS

NECESIDADES DEL RECEPTOR

Como se ha analizado anteriormente, dentro de los factores que definen el criterio de diseño de un impreso está el lector o sea el receptor. De acuerdo al análisis previo hemos establecido que el receptor requiere la siguiente información:

- Planos e información de localización del museo
- Diagramas de distribución de las salas del museo
- Plano general de la zona arqueológica
- Información general de la cultura mexicana, datos históricos
- Información del contenido en obra de exposición de cada una de las salas
- Información sobre los servicios generales que presta el museo
- Organización y servicio de visitas guiadas
- Información sobre las actividades adicionales (eventos, exposiciones, proyectos arqueológicos, nuevos hallazgos, conferencias, presentaciones)
- Información sobre horarios, días de visita y costo de la misma (excenciones de pago, descuentos, promociones)
- Asesoría en diferentes idiomas.

REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE

El museo requiere primeramente de un impreso, un folleto publicitario, a través del cual pueda enviar un mensaje de venta al público por demás variado; por lo que el mensaje que contenga deberá ser accesible para que cualquier persona que tenga el impreso en sus manos, le produzca la necesidad de visitarlo. Como se dijo en páginas previas, deberá estar expuesto en los principales centros de cultura y de entretenimiento, donde el público acude en busca de aumentar su conocimiento no siempre específico.

Una vez que el receptor se encuentre realizando su visita, el museo requiere que se puedan realizar los recorridos en la zona arqueológica y dentro del museo con toda facilidad, con ayuda de una guía de visita, cuyo manejo le permita al mismo tiempo caminar y contemplar vitrinas o los objetos en exposición; y que además pueda llevarlo a su casa y consultarla cuantas veces sea necesario. Además que las respuestas a cualquier duda esten contenidas en este medio de apoyo. Este deberá de ser entregado gratuitamente a la entrada del museo, precisamente en la taquilla.

REQUISITOS DE DISEÑO

Este medio deberá ser de un formato pequeño para facilitar su consulta, pero al mismo tiempo deberá contener gran cantidad de información.

En la composición debemos buscar equilibrio, peso, proporción y escala que plasmen el significado visual de la imagen del museo.

Debido a la gran cantidad de información que se incluirá en este impreso, la tipografía utilizada deberá de ser legible para facilitar la lectura del receptor. Todos los elementos que conformarán el diseño deberán de ser manejados dentro de una retícula que permita flexibilidad al layout y que al mismo tiempo respalde un diseño limpio y ordenado.

La imagen visual en el caso del folleto publicitario es de vital importancia porque es lo que en primera instancia obligará al receptor a tomarlo en su manos y luego leerlo.

ESTABLECIMIENTO DE LA DEMANDA

Una vez detectadas las características de nuestro cliente y su receptor, establecemos la necesidad de diseñar impresos cuyo objetivo sea promocionar al museo.

El primero de ellos es un folleto promocional que deberá ser distribuido en establecimientos a los que acuden turistas y personas con actividades culturales a las cuales les podría parecer interesante hacer una visita a esta zona arqueológica; el segundo impreso será un inserto para revista cuyo objetivo de igual manera será que la persona que vea el anuncio se interese en conocer este lugar proporcionándole toda la información para que lo pueda hacer. El promocional de correo directo se encargará de acercar a nuestro cliente con otro sector de nuestro público.

Para reforzar y destacar la imagen del museo se diseñará una guía de visita universal, que pueda ser utilizado por cualquier tipo de visitante, principalmente adolescentes y adultos de ambos sexos, diferentes nacionalidades y que oriente al público por el interior del museo. Por último un cartel que complementa este proyecto, pueda ser adquirido como souvenir.

NECESIDADES REALES

En los cinco casos la importancia del diseño se enfoca al impacto visual de cada uno de los impresos.

Primero hay que atraer la atención del receptor potencial, invitarlo a conocer, interesarlo en leer su contenido y después informarle de los servicios que ofrece. Posteriormente, habrá que describirle cómo puede hacerlo, presentarle opciones en transporte para llegar hasta él. Conservando y acentuando la importancia del contenido histórico. Resaltando en nuestros diseños la imagen de nuestro cliente, un museo con jerarquía y calidad internacional que pueda ser reconocido como tal.



TABLA DE JERAQUIZACION

Esta relación establece los pasos que seguiremos en el diseño de cada uno de los impresos:

Diseño para guía de visita, folleto, promocional de correo directo.

1. Medidas de pliegos
2. Elección del tipo de papel
3. Determinación de formato
4. Diseño del formato
5. Determinación del número de tamaños
6. Diseño de márgenes y tolerancias visuales
7. Diseño de retículas
8. Diseño tipográfico
9. Justificaciones de texto
10. Diseño de encabezados, subtítulos, capitulares
11. Diseño de imágenes
12. Posicionamiento de imágenes
13. Diseño de grafismos
14. Diseño de portada (lluvia de ideas)
15. Bocetaje formal
16. Análisis del bocetaje
17. Selección de diseños iniciales
18. Síntesis Gráfica
19. Correcciones Gráficas
20. Diseño de Contraportada
21. Layout
22. Alternativas de diseño del documento
23. Propuestas de color
24. Originales Mecánicos
25. Dummies Formales

6. ESTRATEGIA DE DISEÑO

COMPORTAMIENTO DEL DISEÑO

Los medios impresos, que complementan este proyecto podrán ser distribuidos y/o utilizados de la siguiente manera:

El **folleto promocional** podrá ser adquirido a través de agencias de viajes locales y foráneas, hoteles, otros museos, principales líneas del metro, bibliotecas, librerías, casas de cultura, embajadas de México.

El **inserto de revista**, será un anuncio para incluir en revistas especializadas en materia de arqueología, viajes, pasatiempos, paseos culturales, las que editan líneas aéreas e instituciones bancarias.

El **folleto de correo directo** este es el medio que convierte un impreso en un formato de correo que llega a mas gente, a un costo menor,

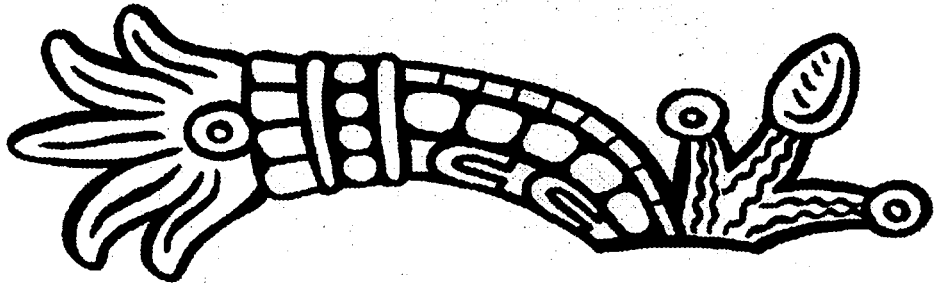
obteniendo como beneficio la posible venta de una futura visita al museo y la zona arqueológica. De este modo nos comunicamos con un mercado más específico.

Puede lograrse en conjunción con una institución bancaria que a través de un patrocinio permita incluir en los sobres donde se envían los estados de cuenta a los tarjetahabientes, el folleto que incluye la imagen del museo e información básica, en una campaña de duración determinada.

La **guía de visita** será repartida en la taquilla donde el visitante adquiere su derechos de entrada, estará redactada en español, inglés francés y alemán.

El **cartel**, será vendido como souvenir en la tienda del museo, así la persona que compré la cartel llevará el mensaje publicitario y será expuesto en diversidad de lugares, oficinas, casas, bibliotecas. Además serán colocados en los postes de las principales avenidas aledañas al museo o que dan acceso al primer cuadro de la ciudad; en paradas de autobús de la zona, y en las estaciones del metro que conducen hasta el primer cuadro de la ciudad.

«Atl-Tlachinolli», símbolo de la Guerra Sagrada.



EFFECTOS DEL MEDIO

La guía de visita ha sido solicitada previamente por el público que visita al museo, ya que la que se distribuye actualmente carece de información básica en lo que a exposición se refiere. Esta nueva versión será de gran utilidad. En otros museos es frecuente que se entreguen guías o folletos de visita gratuitos, como un servicio adicional que ofrece el museo y que se incluye en la cuota de entrada.

Los carteles también poseen un atractivo para los coleccionistas y los turistas que gustan de llevar recuerdos de los lugares que visitaron durante su estancia. Anteriormente no se había realizado ningún otro tipo de cartel y puede explotarse favorablemente este tipo de promoción, con un costo mínimo de recuperación.

Antigua entrada al museo.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Este proyecto tiene tres objetivos primordiales:

1. Promocionar al Museo Templo Mayor
2. Apoyar su imagen
3. Elevar su prestigio a nivel nacional e internacional.

Además este proyecto debe llevar un mensaje impreso, claro, conciso, directo al público potencial, de igual forma debe complementar el conocimiento de los visitantes de la cultura mexicana, a través de la aplicación de conceptos adquiridos durante el desarrollo de la carrera de Diseño Gráfico.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

SEGUNDA HIPOTESIS

Si se logra un diseño que visualmente atraiga al lector a tomarlo en sus manos y abrirlo para informarse de su contenido, podremos interesar al receptor en acudir y conocer el museo.

Si además de esto enriquecemos su visita proporcionándole información impresa que lo conduzca dentro de la zona arqueológica y las salas del museo señalando los puntos de interés, de modo que su recorrido sea aún más interesante y redituable. Complementaremos así los conocimientos que pueda adquirir dentro del museo asimilando con textos de apoyo, de esta forma estaremos concretando el objetivo para el cual fue creado este museo.

Si se logra conjuntar en un sólo impreso la información de todas las salas y con un diseño atractivo lograremos que los visitantes efectivamente aprendan y asimilen conceptos durante su recorrido.

Los impresos deben de ser creados en base a las siguientes características:

1. Atraer la atención del posible receptor, tener algo nuevo, diferente, excepcional.

2. Obligarlo a tomarlo, abrirlo y leer su contenido.

3. Hacer el mensaje escrito accesible para que sea retenido fácilmente en la memoria del lector.

4. Despertar la curiosidad del receptor a través de su mensaje escrito e incitarlo a reaccionar ante tal mensaje, según sea el caso de cada uno de los medios impresos.

Antes que nada debemos tener en cuenta la naturaleza del problema que queremos solucionar, para determinar la forma, el tamaño y las proporciones del área que vamos a diseñar. En primer lugar daremos una solución gráfica al concepto general de diseño que será aplicado a los

cinco elementos, con sus variantes requeridas. Y posteriormente se datallará la guía de visita, en segundo lugar al folleto promocional, en tercer lugar al inserto de publicidad en revista, luego el folleto de correo directo y por último diseñaremos el cartel promocional.

Los impresos a diseñar serán parte de la imagen gráfica de un museo de renombre internacional, con esta primera idea se comienza a diseñar.

En el siguiente capítulo podremos observar las primeras ideas que darán solución al concepto diseño de los impresos que estamos buscando definir.

7. DISEÑO EDITORIAL

MEDIDAS DE PLIEGOS

El pliego es la forma básica de cualquier formato. Las dimensiones standar de los pliegos de papel están en función del tamaño de las máquinas industriales de impresión. Podemos imprimir en cualquier formato, pero siempre teniendo en cuenta que las medidas poco comunes implicarán mayor tiempo de preparación de las máquinas, disminución en su eficiencia, desperdicio de material, así como, desaprovechamiento del potencial total de las mismas; traduciéndose en mayores costos para realizar la producción. Por lo que resultan poco recomendables los formatos fuera de estándares.

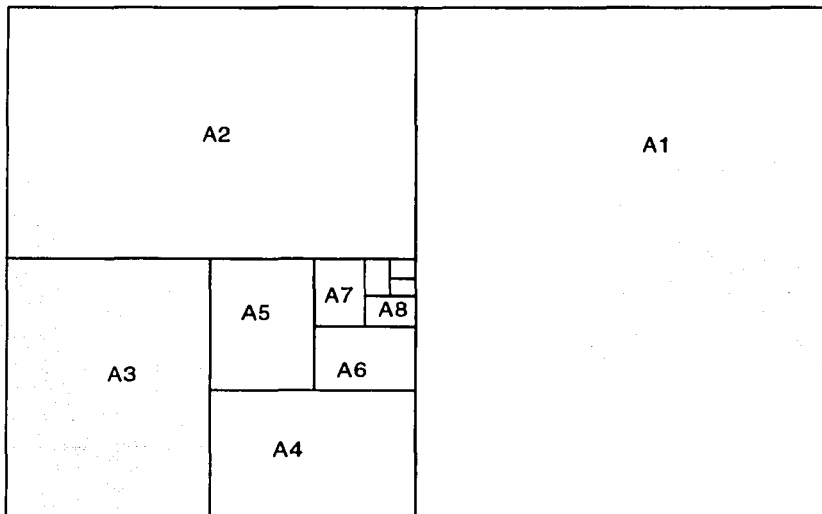
Las medidas estandar son para pliegos nacionales (medidas en centímetros)

21 x 28 (hoja carta)
21 x 36 (hoja oficio)
48 x 66 (adhesivos)
51 x 66 (adhesivos, adhesivos presuajados y engomados rehumectables)
50 x 65 (cartulina bristol)
57 x 72 (bristol)
57 x 87 (bond, lustrolito, couche, autocopiante, vellum, ledger, brightwater)
58 x 89 (equinox, cambric, **graphika**, sundance, ecopaque, vibrants, concept, enhance)
61 x 90 (lustrolito, couche)

70 x 95 (bond, lustrolito, couche, polypap, pvc, opalina, vellum, eurokote, ledger)
70 x 100 (pvc, lustrolito, couches)
87 x 114 (bond)

Pliegos importados (formatos DIN medidas en centímetros)

A0 = 84.10 x 11.89
A1 = 59.40 x 84.10
A2 = 42.00 x 59.40
A3 = 29.70 x 42.00
A4 = 21.00 x 29.70
A5 = 14.80 x 21.00
A6 = 10.50 x 14.80
A7 = 7.40 x 10.50
A8 = 5.20 x 7.40
A9 = 3.70 x 5.20
A10 = 2.60 x 3.70



División grafica del pliego sistema DIN

ELECCION DEL TIPO DE PAPEL

El tipo de sustrato elegido influirá directamente en la calidad final del impreso. Los papeles que permiten mejores impresiones son los que tienen acabado terso y semirflexible, satinados, de buena consistencia en su superficie, neutros, con aglutinantes apropiados, de porosidad fina y con el porcentaje de humedad adecuado para soportar las tintas que se vayan a utilizar.

Se seleccionó el papel GRAPHIKA 100 en color Spice de Pochteca. Se eligió este tipo de papel porque es un material fácil de imprimir con excelente anclaje de tintas. Además se cuenta con un color adicional, el del sustrato, sin que esto signifique utilizar una tinta más. Su tratamiento antiestático facilita la alimentación del producto en la prensa. Se puede imprimir en offset, litografía, flexografía, serigrafía, térmico con tintas tipo acrílico. Se le pueden aplicar barnices, suajar, troquelar, doblar, etc. Tiene resistencia a la humedad, al rasgado, grasas, aceites, químicos, abrasión, intemperie y cambios de temperatura, además de tener alta durabilidad. No es tóxico, ni contaminante, es reciclable. Tiene una textura que puede soportar el diseño. La extensión del pliego es de 58 x 89 cms.

DETERMINACION DEL FORMATO

Para determinar el formato de nuestro folleto debemos tener en cuenta los siguientes factores:

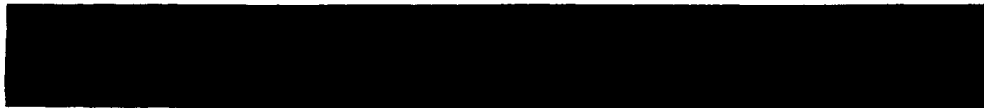
- La finalidad del diseño
- Donde será expuesto, entregado ó vendido
- Los formatos previamente establecidos
- El papel elegido para realizar la impresión y sus dimensiones
- La información y el material que debe incluir el impreso (texto e imágenes)
- Factores económicos (presupuesto con el que se trabaja)
- Evitar las formas poco prácticas y los cortes curvos ya que son caros para producir
- Tratar de evitar en lo más posible la merma de papel
- El ancho máximo de las máquinas de impresión
- Costos de pre prensa, producción y acabados

De acuerdo al papel que se eligió, la medida del pliego a utilizar será la de 58 x 89 cms, de 90 gramos; este pliego nos permite experimentar con variedad de formatos en varios tamaños, de modo que se obtenga el mejor provecho del pliego.

Una vez conceptualizado los factores anteriores podremos determinar el formato que nuestro primer impreso tendrá, en este caso será la guía de visita.

Teniendo en cuenta esto, hay que recordar que necesitamos un formato amplio pues la cantidad de información e imágenes que se utilizarán abarcarán mucho espacio, sin olvidar que debe ser práctico para que el receptor lo lleve consigo; esto es, no muy voluminoso, pero tampoco muy pequeño que dificulte su lectura.

Estas ideas van delimitando el trabajo que debemos hacer, señalando las características que hay que considerar al realizar los primeros bocetos.



Graphika 100 Color Spice

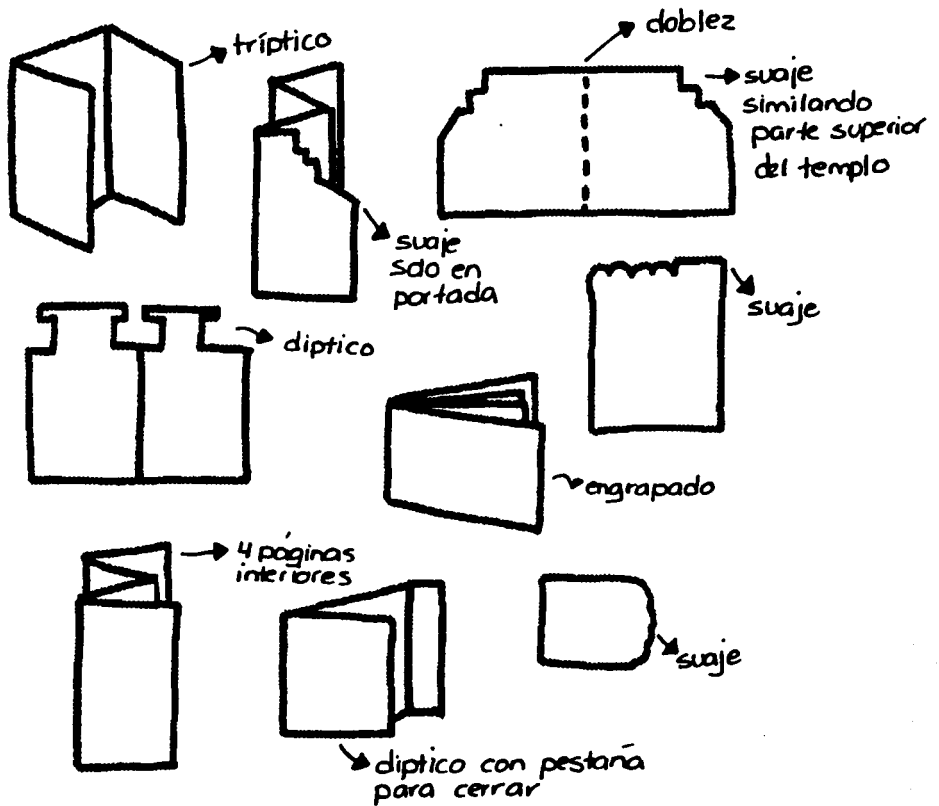


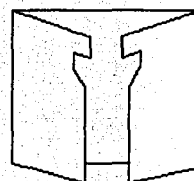
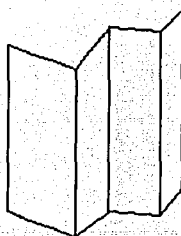
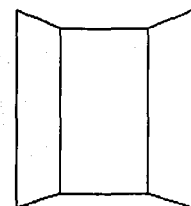
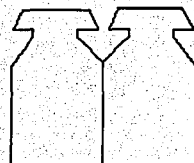
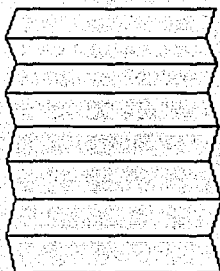
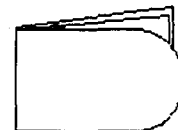
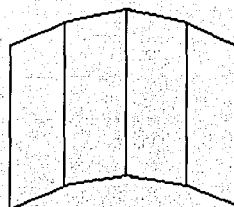
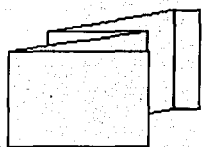
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



DISEÑO DEL FORMATO

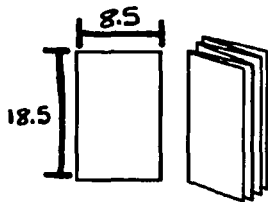
Para determinar el formato ideal de nuestro documento comenzamos a dibujar todo lo que venga a nuestra mente, aquí mostramos los primeros intentos.





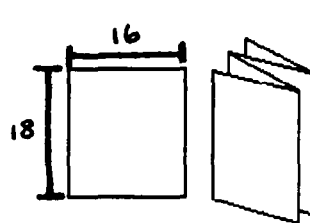
Aquí las primeras ideas van definiéndose en bocetos mas completos las cuales serán analizadas detalladamente para poder determinar los pros y contras de los formatos obtenidos. A partir de este punto todas las opciones que se presenten serán revisadas de acuerdo a las características que se buscan presentar en los impresos. Es así como desarrollaremos dos opciones hasta seleccionar la opción que será producida.

De los primeros dibujos presentados en la lluvia de ideas se retomaron estas cinco posibilidades. Presentamos las opciones formales de cada uno de los bocetos seleccionados, consisten en su presentación tal y como se vería si estuviera cerrado el formato y las páginas interiores.



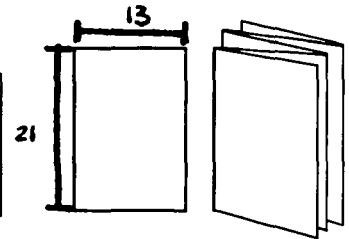
Opción A

La opción A es un formato horizontal, con portada, contraportada y diez páginas interiores. El tamaño final resulta cómodo y práctico para su manejo y lectura, su espacio-formato no es muy amplio y probablemente no sería suficiente para la cantidad de información que debemos de incluir en el impreso. Su atractivo radica en el tamaño fuera de lo convencional, pudiera estar engrapado a caballo. Su tamaño es menor a media carta por lo que no debe de ser un problema dentro de los parámetros de impresión. Probablemente se utilizarían retículas de una o dos columnas como máximo.



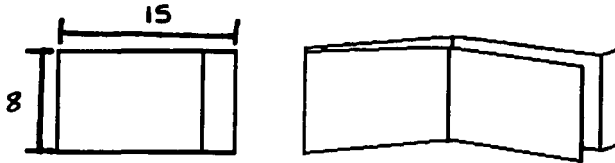
Opción B

El formato B, también es horizontal, casi cuadrado, con dobles de acordeón para evitar que con el plegado se invadan las columnas una vez finalizada la impresión y al mismo tiempo abaratar la producción. Tiene portada, contraportada y seis páginas interiores. Este formato tiene mucho más espacio para impresión que el anterior, lo que nos beneficiaría por la cantidad de texto y gráficos que debemos incluir en el impreso final. El plegado de acordeón facilita la consulta de este folleto.



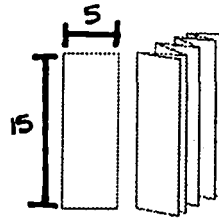
Opción C

El formato C es el más amplio de las cinco opciones a elegir, se asemeja al formato de un libro. Tiene portada, contraportada y ocho páginas interiores, manejados con dobleces. Su tamaño es práctico para leer. El espacio de impresión da la oportunidad de experimentar con varias columnas a fin de obtener una página con mucho movimiento, resultando así un formato novedoso. Tiene un espacio moderno, convencional, práctico y muy amplio. Donde se pueden incluir largos bloques de texto e imágenes, resulta barato porque no se utilizarían engomados o engrapados



Opción D

El formato D es vertical con portada, contraportada, seis páginas interiores y una solapa adicional cuya función es la de cerrar el impreso. Este formato es diferente a lo que conocemos y usualmente utilizamos en cuestión de folletos, por lo que sería interesante trabajar sobre él, sin embargo resulta insuficiente el espacio para la cantidad de texto que debemos incluir. Tiene una pestaña cuyo objetivo es cerrar el folleto, también puede ser utilizada para imprimir información extra que no haya sido incluida en el interior por alguna razón.



Opción E

El formato E también es vertical, es el más angosto de todos, con portada, contraportada y trece páginas interiores. Este formato puede ser el espacio para una composición novedosa aunque nos limita en la cantidad de información a ser incluida.

Para elegir el método de reproducción hay que analizar el material que se va a imprimir. Generalmente los folletos con una mayor proporción de fotografías o imágenes en color son reproducidos en offset.

Adelantando al diseño en color de la guía, podemos ya establecer que no tendrá más de dos tintas, una de las consideraciones que tomamos de antemano para no subir el costo de producción, pero el primer tiraje será de 5,000 ejemplares, por lo que la serigrafía no es considerada opción de impresión y el offset si por que nos brinda la calidad y nitidez que necesitamos para este impreso.

Los acabados del material también suelen aumentar considerablemente el costo final de reproducción, por lo que consideramos que los dobleces pueden ser una mejor opción al engrapado. El cosido no es opción viable debido al número de páginas que incluye la guía no mayor a diez. Esto no quiere decir que el doblez no implica costo de mano de obra.

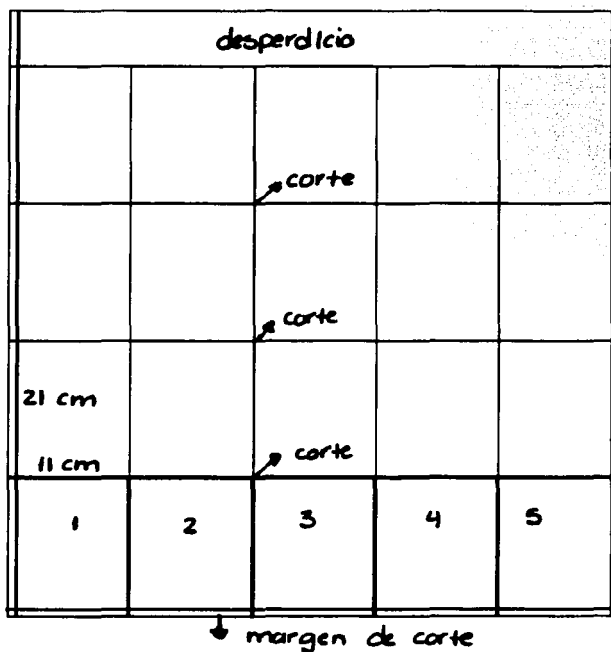
DETERMINACION DEL NO. DE TAMAÑOS

Generalmente las medidas del folleto o brochure no suelen ser mayores al tamaño carta, oficio, doble carta o doble oficio.

Para nuestro caso práctico, después de haber estudiado el pliego del papel que se escogió, realizamos pruebas y se determinó que el formato de la guía de visita fuera de 21 x 11 cm. cerrado, si abrieramos todo el formato sería de 21 x 55 cm. De esta forma tenemos que en un pliego de papel GRAPHIKA 100 podemos cortar 4 formatos con 5 páginas por vista o lado, con suficiente espacio para impresión (1 cm de rebase entre cada ejemplar y 5 cm de rebase para cortes en los extremos derecho e izquierdo de cada ejemplar). Además del espacio para el dobléz interno 5 cm entre una página y otra ya que el papel no es muy grueso y se dobla perfectamente sin afectar la impresión interna.

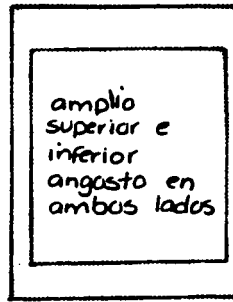
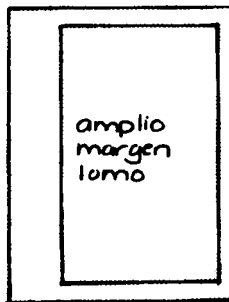
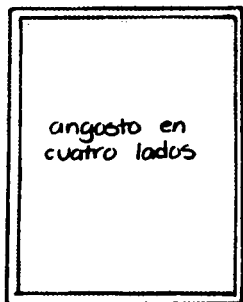
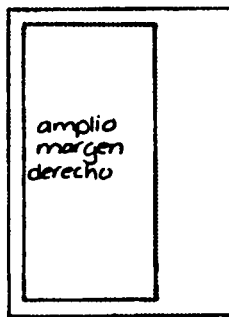
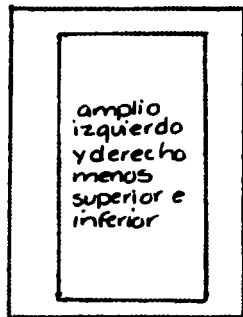
Considerando un desperdicio, después del refine, menor del 5% del pliego, haciendolo 95% útil.

Visualmente el pliego sería manejado de la siguiente manera:

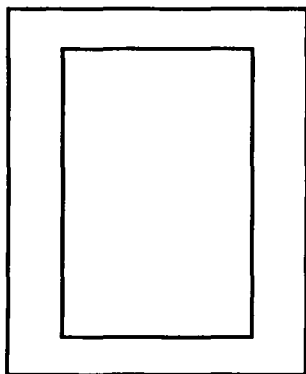


Formato Abierto

**DETERMINACION DE
MARGENES VISUALES**

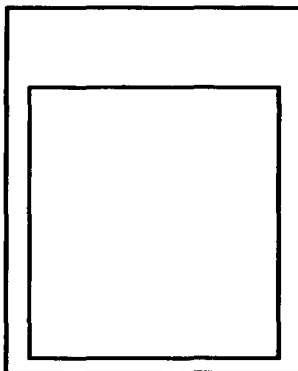


Ya que determinamos el formato que usaremos se procede a delimitar las tolerancias y los márgenes visuales para todas las páginas. Estas son las selecciones que calificaremos de acuerdo a nuestras necesidades:



Opción A

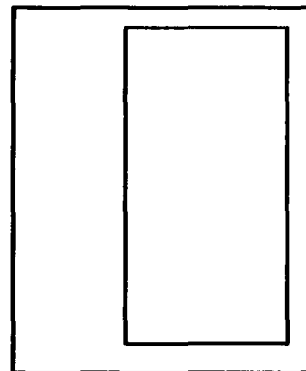
La opción A tiene un margen perimetral en blanco de las mismas proporciones en cabecera, pie y bordes interior y exterior. Este margen es más bien tradicionalista. Es romántico, concentra toda la tensión hacia el centro de la página, aunque al disponer márgenes tan vastos, se reduce el espacio de la retícula para disponer varias columnas.



Opción B

La opción B tiene un margen perimetral en blanco de las mismas proporciones en el pie y bordes interior y exterior, no así en el superior, donde es marcada la diferencia de este espacio en blanco. Este margen es más bien dinámico, es funcional brinda cierta tensión hacia el centro de la página.

Escogimos utilizar esta opción porque, al liberar mayor espacio del margen superior, tenemos mayor concentración sobre el texto, brindándole mayor importancia; y aún así el espacio que resulta para diseñar la retícula da la posibilidad mayor versatilidad, sin limitaciones de espacio.



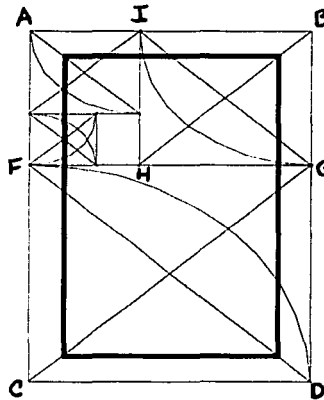
Opción C

La opción C tiene mayor espacio en el borde izquierdo mientras que los otros tres márgenes son de igual tamaño. Esta opción como está justificada hacia el lado izquierdo de la página parece que nos invitará avanzar hacia adelante, hacia las demás páginas; sin embargo debido al formato que estamos utilizando, este margen significaría un espacio pequeño para desarrollar el layout de cada página, robándonos espacio que resulta vital considerando las galeras de texto que se incluirán.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el anterior cuadro comparativo, tenemos que la opción B es la que mejor resultado brinda a nuestro diseño, en primer lugar porque resulta funcional, esto es brinda una mancha tipográfica, dentro de la cual se podrá desarrollar un layout con opciones de retículas simples o compuestas y dar así una variación visual interesante. Además proporciona la tolerancia suficiente para atraer la vista del lector hacia la composición de la información y mantener el carácter limpio, intelectual y sofisticado que requerimos para el museo. Esta tolerancia mantendrá la individualidad entre una página y otra, evitando que los textos compitan entre si.

En el diagrama superior se detalla como fueron obtenidos matemáticamente cada uno de los márgenes de las páginas:

A partir del rectángulo ABCD, donde transportamos la dimensión CD a la dimensión AC, formando así el cuadrado FGCD. Realizamos la misma operación sobre la dimensión GB transportandola a FG obteniendo un segundo cuadrado GBHI. A continuación

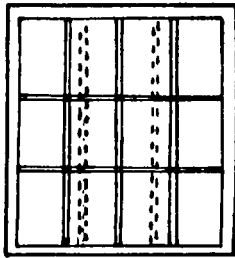


procedemos a repetir la operación dos veces más de modo que se produzcan cuatro cuadrados. En el punto donde cruzan las diagonales del cuadrado más pequeño, ahí se traza una vertical hasta que cruza con la diagonal del siguiente cuadrado de modo que se forme un perímetro de anchura constante por los cuatro bordes del rectángulo ABCD.

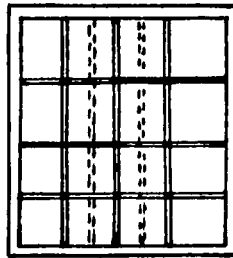
Las tolerancias producidas serán en el margen superior de 1.5 cm, en el margen inferior de 1.5 cm; al igual que en los márgenes exteriores (derecho e izquierdo). De este modo concentraremos la vista del receptor en el contenido informativo del documento.

DISEÑO DE RETICULAS

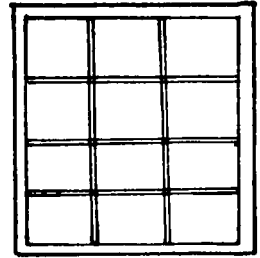
La retícula es la base que sirve para acomodar y distribuir los elementos de cada página y distribuirlos armónicamente.



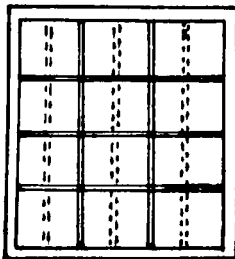
4 por 3



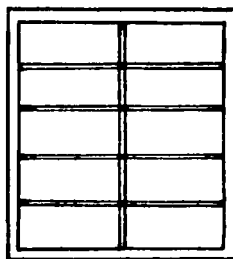
4 x 2



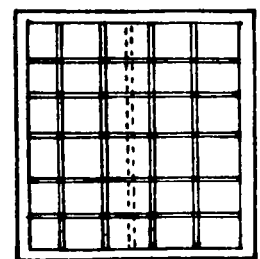
simple 3 columnas



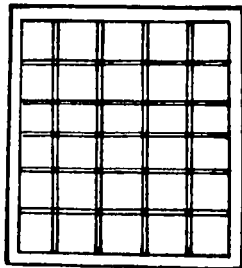
3 por 4



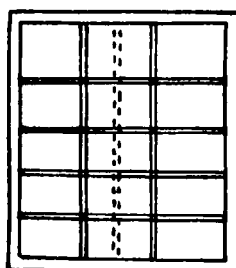
simple 2 ancha



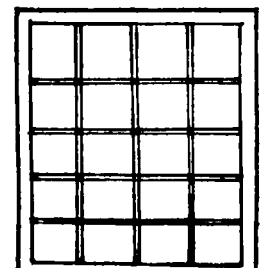
5 por 2



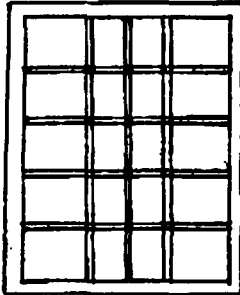
sencilla 5



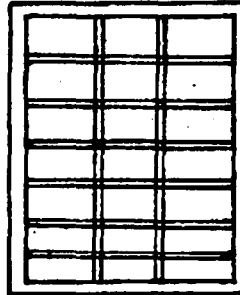
3 por 2



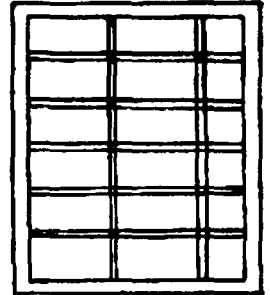
4 columnas



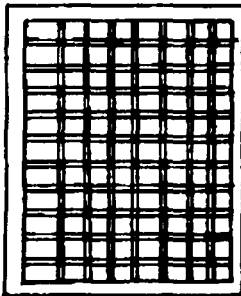
4 diferentes anchos



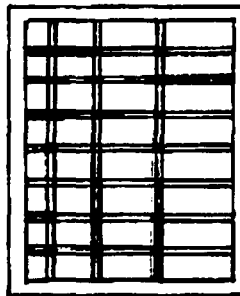
3 columnas



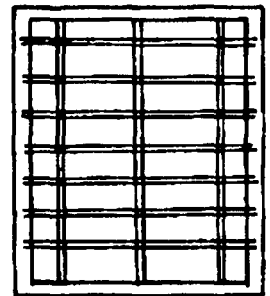
3 columnas 2 anchos



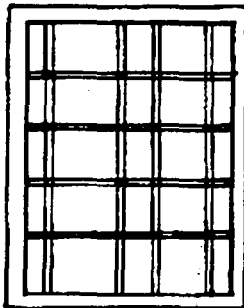
8 columnas



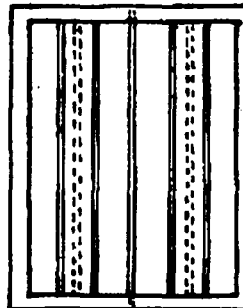
varios anchos



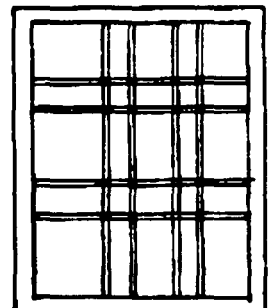
difícil disposición

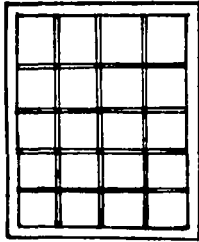


varios anchos



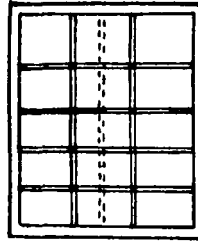
6 x 4





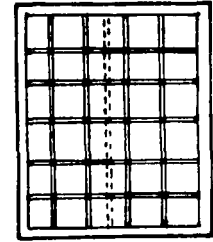
Opción A

La opción A es una retícula simple de cuatro columnas cada una de 2 cm.; con una medianil constante de 5 mm. La retícula de cuatro columnas es adecuada para disponer columnas dobles de texto, puede contener amplias galerías de texto, además de imágenes, pero su estructura limita la variedad de diseño y disposición de elementos, por lo que la página visualmente resultaría aburrida y no podríamos lograr de este modo el efecto que necesitamos para atraer visualmente al receptor de nuestro diseño.



Opción B

La opción B es una retícula mixta de tres por dos columnas con una medianil constante de 5 mm. Las columnas de tres miden 2.83 cm y las de dos 4.25 cm. Para este caso la retícula de tres columnas rige la disposición del texto y la retícula de dos da pie a la colocación de las imágenes, rompiendo así con la rigidez del texto, proporcionando movimiento. La disposición del texto en esta retícula es limitada si utilizamos columnas dobles, ya que sólo se podrán hacer variaciones a la derecha o a la izquierda haciendo la presentación de las páginas demasiado obvia y predecible. Es por esto que descartamos esta opción por no aportar los requerimientos que buscamos.



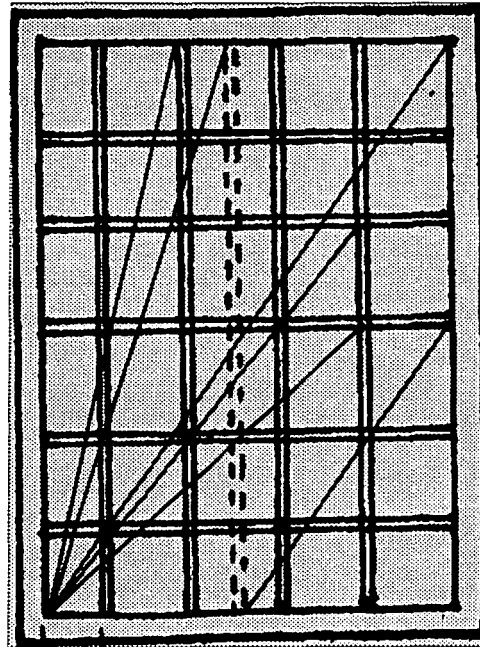
Opción C

La opción C también es una retícula mixta de cinco (de 1.5 cm) por dos columnas con medianil de 5 mm. En esta opción y debido a las dimensiones del formato nos vemos forzados a utilizar columnas dobles para evitar líneas de texto muy cortas pero si dejamos una columna en blanco podremos obtener una visión diferente de la página. Utilizaremos esta retícula porque resulta funcional y dinámica. La combinación de dos retículas dentro del layout es una forma eficaz de cambiar el énfasis de la información contenida manteniendo cierto equilibrio. En esta retícula se pueden desarrollar opciones imaginativas sin limitaciones, manteniendo la formalidad requerida para representar la imagen de un museo de esta categoría. También creará la ilusión de profundidades de campo y aumentando así su atractivo visual.

Marcamos a través de esta representación las diferentes opciones para disponer elementos dentro de la retícula elegida.

De esta manera podemos ir visualizando como diseñar cada una de las páginas de la publicación, en base a la utilización de columnas de diferentes anchos, partiendo del mínimo de dos columnas de ancho, ya que una sola columna es muy corta para los bloques de texto y nos quedarían cortados además de que las imágenes de una sola columna serían demasiado pequeñas para ser apreciadas por el lector.

Si combinamos todos los formatos de imágenes resultantes, ampliamos la gama de posibilidades de diseño, así como de las formas de representación visual dentro del layout, proporcionándole a cada página una dinámica que la hará independiente, pero que no le restará unidad al objeto de diseño, la guía de visita.



① angosto

② ancho ideal para columnas de texto

④ variedad de tamaños en imágenes

Retícula compuesta cinco por dos columnas

③ layout fácil de integrar

DISEÑO TIPOGRAFICO

«La esencia de toda composición es la tipografía» (2).

Debemos recordar que existen factores decisivos que determinan la elección de la tipografía dentro de una publicación determinada:

- El puntaje (para texto hasta de 18 ptos.)
- El interlineado
- El espaciado entre las palabras
- Justificación del texto
- Su peso
- Su estilo (bold, itálica, light)
- Sus rasgos
- El ancho de columna
- Contraste entre el color del tipo y el fondo

La funcionalidad es el primer criterio que define la selección, ya que se debe considerar si el tipo es adecuado para el contenido del material. El tamaño y el estilo son determinados por el mensaje y el receptor de éste. Pero lo más importante es que la tipografía sea legible, para poder comunicar ese mensaje de manera eficaz. Aquí tenemos ocho párrafos con diferentes fuentes tipográficas aunque todas con el mismo puntaje.

(2) G. Davis, Ideas Creativas Para Realizar Los Mejores Layouts, pp.18

El marco de referencia para comprender el mundo mexica cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre Huitzilopochtli y Coyolxauhqui y el

El marco de referencia para comprender el mundo mexica cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre Huitzilopochtli y Coyolxauhqui y el segundo

El marco de referencia para comprender el mundo mexica cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre

El marco de referencia para comprender el mundo mexica cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre Huitzilopochtli y

El marco de referencia para comprender el mundo mexica cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre Huitzilopochtli y Coyolxauhqui y el

El marco de referencia para comprender el mundo mexica cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre Huitzilopochtli y Coyolxauhqui y el

El marco de referencia para comprender el mundo mexica cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre Huitzilopochtli y Coyolxauhqui y el

El marco de referencia para comprender el mundo mexica cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre Huitzilopochtli y Coyolxauhqui y el

El marco de referencia para comprender el mundo mexica cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre Huitzilopochtli y Coyolxauhqui y el

El marco de referencia para comprender el mundo mexica cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre Huitzilopochtli y Coyolxauhqui y el

El marco de referencia para comprender el mundo mexica cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre Huitzilopochtli y Coyolxauhqui y el

El marco de referencia para comprender el mundo mexica cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre Huitzilopochtli y Coyolxauhqui y el

Times, es un tipo de cuerpo redondeado con patines breves, de rasgos finos y más bien extendido, muy legible aún con interlineas menores al promedio. La imagen que presenta esta tipografía es clásica, refinada, conservadora, su pié (patín) facilita la lectura. Su estilo es convencional y sencillo, da la sensación de prestigio, aunque puede caer en lo común y repetitivo.

Bernhard Modern Roman, de cuerpo redondeado y extendido, de carácter elegante, refinado, sofisticado. Su pies son amplios si los comparamos con el resto del cuerpo, el ojo de este tipo es reducido, por lo que dificulta la legibilidad de la impresión y no es apta para el estilo de diseño que buscamos proyectar.

Franklin Gothic Condensed, su cuerpo es más grueso y angosto por lo tanto es una tipografía más pesada, no tiene patines. Requiere de una interlinea mas amplia que el promedio o de lo contrario se dificultaría su lectura. Tiene un carácter moderno y llamativo, quizá agresivo. Su grosor puede fatigar la vista en textos muy largos, por lo tanto no será conveniente utilizarla para la publicación.

Book Antigua, es una tipografía mas extendida, de rasgos finos y pies cortos. Su cuerpo es mas grande por lo tanto requiere de mayor espacio para disponer el texto. Podría funcionar para la publicación, pero tendríamos que aumentar la interlinea para mantener la legibilidad y esto nos restaría espacio en cada página, reduciendo el espacio necesario para incluir todo el texto.

El marco de referencia para comprender el mundo mexicana cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre

El marco de referencia para comprender el mundo mexicana cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre Huitzilopochtli y Coyolxauhqui y el

El marco de referencia para comprender el mundo mexicana cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre

El marco de referencia para comprender el mundo mexicana cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre Huitzilopochtli y Coyolxauhqui y el

Elephant, es un tipo de cuerpo redondeado de pies marcados, de razgos muy gruesos y mayor proporción a los tipos anteriores. La imagen que presenta esta tipografía es agresiva, moderna, con mucha fuerza, aunque demasiado pesada para una tipografía de texto, con características ideales para tipografía de display o titulares.

Tekton, tipo de razgos promedio, sin pies, de cuerpo elongado, y peso medio. Con cierta referencia a lo artesanal, debido a las características de su trazo, lo cual le resta sobriedad a la página, y probablemente estos mismos trazos le resten la legibilidad necesaria.

Eras Demi ITC, tipo de razgos gruesos, sin pies, itálica, muy extendida, cuerpo redondeado. Requiere de mucho espacio para disponer texto. Su estilo es dinámico, progresivo, no el más apropiado para presentar la imagen de un museo, además de que provoca que nuestras galeras de texto sean muy pesadas y estorben a los complementos gráficos de la página.

Abadi MT Light Condensed, es un tipo de referencia más bien vertical, de razgos muy finos, sin patines, pero legible. Refiere a lo moderno, actual, sin exagerar y conservando la sobriedad que buscamos, refiriendo a lo académico y cultural. Tiene fuerza para atraer al lector y conducirlo por todo el texto comodamente. No es demasiado rebuscada y no competirá con los demás elementos gráficos, por lo que será la más adecuada para la publicación.

ALINEACION DE TEXTO

La alineación de texto refiere a la justificación que en general tienen los párrafos de la composición de cualquier publicación; recordando que las posibilidades son: justificados, en bandera alineados a la derecha o a la izquierda, centrados, perfilados o aleatorios.

Para nuestro caso específico consideramos que las únicas opciones viables para justificar el texto de las páginas de este folleto son justificadas y en bandera alineadas a la izquierda, a continuación analizaremos porque.

Justificado es probablemente la forma más común, mantiene los renglones de un mismo ancho. Es el mejor para mantener una fluidez en la lectura ya que permite al lector

El marco de referencia para comprender el mundo mexicana cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre Huitzilopochtli y Coyolxauhqui y el segundo narra el

concentrarse en el contenido y no en el diseño. Es altamente recomendable para textos largos, sin embargo la desventaja que presenta es, que si las columnas son muy angostas, se corre el riesgo de tener una mancha tipográfica demasiado pesada, haciendo un manejo de espacio no estético e ilegible.

Cuando todos los renglones son alineados a la izquierda, pero todos los finales de renglón varían en ancho, se dice que están alineados en bandera a la izquierda. De esta forma la tipografía mantiene una textura fácil de leer, la fluidez en el texto aplica un ritmo a la composición y se elimina el riesgo de que se formen ríos verticales. Es recomendada cuando las columnas de texto son muy

El marco de referencia para comprender el mundo mexicana cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre Huitzilopochtli y Coyolxauhqui y el segundo narra el

angostas, ya que el lector no tiene ninguna dificultad para localizar el comienzo de la siguiente línea de texto. La ventaja que puede tener esta disposición de texto, es que todos los finales de renglón formen en conjunto una silueta visualmente agradable para que no entorpezcan el diseño general de la página.

Si consideramos además que la tipografía seleccionada Abadi MT Condensed Light, carece de pies, y que las columnas de texto son angostas, dispondremos el texto en bandera izquierda para apoyar la fluidez de la lectura de texto. Para evitar el stress vertical e impedir que este movimiento compita con la corriente horizontal habrá que aumentar la interlínea a 13 pts.

Debido al que la importancia del texto en este caso es vital, no expondremos la legibilidad experimentando con disposición de texto, versátiles, novedosas o poco ortodoxas, para evitar ruido en la comunicación con el receptor.

Justificado

Alineado en bandera a la izquierda

TÍTULOS Y SUBTÍTULOS

Parte fundamental de la página, es el manejo de títulos y subtítulos, ya que son éstos los que van guiando dentro del folleto al lector. Se necesita manejar congruencia y plena identificación de los mismos, esto es, que los títulos y subtítulos representen concepto que se esta manejando en todo el diseño.

La tipografía que utilizemos puede o no ser de la misma fuente que utilizamos para componer el texto, pero deberá ser apegada al trato gráfico que le hemos dado a la publicación desde que comenzamos a diseñar el formato. Además debemos estudiar su colocación dentro de la composición.

Aquí presentamos una lluvia de ideas, realizando variaciones con Abadi MT Condensed Light, la tipografía que previamente seleccionamos.

Utilizaremos la opción del recuadro, ya que tiene fuerza y dirección sin que resulte tosca y pesada, considerando que no compite gráficamente con los elementos restantes. Esta dispuesto en altas, aunque la primera letra tiene un puntaje mayor; este tratamiento es sencillo, moderno, sale de lo convencional, es atractivo y

SALA 1

Sala 1

SALA 1

Sala 1

sala 1

SALA 1

SALA 1

SALA
1

S A L A 1

SALA 1

sala 1

agradable a la vista, además mantiene la legibilidad requerida.

Al estar dispuesto en altas, atrae la atención del lector hacia los títulos de las páginas, señalando la sala en la que se encuentra la persona, sin ninguna dificultad.

Ahora se tiene que determinar el diseño de los subtítulos o los nombres con los que se identifica a cada sala.

Las opciones que se presentan varían en el manejo de tipografía en altas o bajas, la combinación de ambas, la disposición del título en una o dos líneas, así como la alineación del título a la izquierda, a la derecha o centrado.

La opción en el recuadro será la que utilizemos, el título se encuentra dispuesto en una sola línea, alineada a la izquierda y la tipografía está manejada en altas, aunque la primera letra del título es dos puntos mayor que el resto. Se utilizará esta opción porque maneja el mismo concepto que el título, es interesante y dinámica, pero conserva la sobriedad que se requiere en la página. De igual forma es legible y cumple con su función de identificar la información tratada en cada página. Cada nuevo elemento diseñado tiene que formar parte del concepto inicial, de una unidad que sea el concepto de la imagen.

DE LA COATLICUE AL TEMPLO MAYOR

DE LA COATLICUE AL TEMPLO MAYOR

De la Coatlicue
al Templo Mayor

De la Coatlicue al Templo Mayor

De la Coatlicue al Templo Mayor

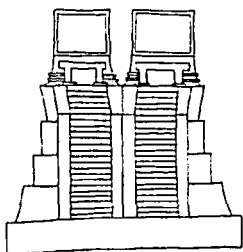
De la Coatlicue al Templo Mayor

DE LA COATLICUE AL
TEMPLO MAYOR

DISEÑO DE IMAGENES

Ya que se tiene definida la tipografía para realizar la composición, los títulos y subtítulos ahora se diseñan y seleccionan las imágenes que en este caso serán representantes gráficos de cada sala.

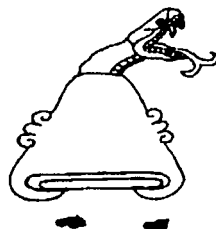
Primeramente se retomarán dibujos de algunos códices prehispánicos enseguida se seleccionaran ocho que representen el concepto que maneja cada sala y algunos mas que complementen el diseño de las páginas.



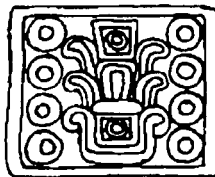
Vista frontal del templo con dos adoratorios



representación de templo



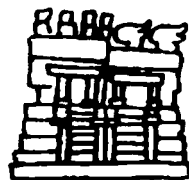
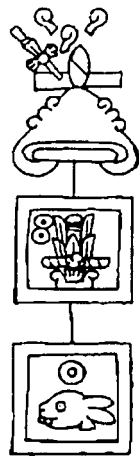
Cerro de las serpientes



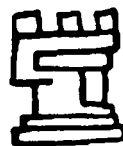
Glifo calendario



Extracto de la Tira de la Peregrinación



templo dos adoratorios



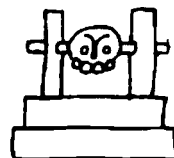
Cerro de las serpientes



cráneo,
símbolo de
muerte



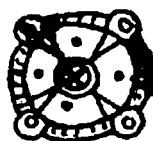
cuchillo
técpatl,
utilizado en
sacrificios



altar
tzompantli,
guerra



escudo 1



escudo 2



escudo 3



representación
maíz



maíz,
agricultura,
flora



representación
nopál



representación
maguey



representación
agua, vida,



representación
caña "acátli"



caracol,
símbolo de
vida



caracol, vida
marina, agua



caracol 3



"ollin"
movimiento,
cambio,
evolución



ollin,
movimiento



decoración
templo



representación
flor



ave, fauna



extracción de
pieza
arquitectónica



abstracción
templo



ave



glifo



"malinalli",
hierba



vasija Tláloc



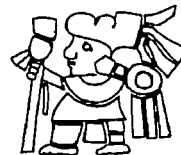
Tláloc, lluvia



máscara
olmeca



pedra
sacrificios



extracción
templo
Guerreros
Aguila



agricultura



flor,
vegetación,
agricultura



continuidad,
infinito



insecto



"quauhtli"
águila



escultura
serpiente



Sala 1

Para el caso de la sala 1 llamada De la Coatlicue al Templo Mayor se seleccionó este glifo, *Calli*, que significa «casa», ya que esta sala hace referencia a los orígenes de la cultura mexicana, así como la fundación de Tenochtitlán, hogar de los mexicanos.



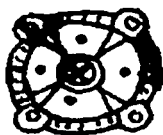
Sala 2

Para la sala 2 Ritual y Sacrificio fue seleccionado este cráneo, ya que es un elemento representativo de los rituales de sacrificio, tales como el altar tzompantli, relacionado también con muerte.



Sala 3

Para la sala 3 Comercio y Tributo se eligió esta máscara olmeca, para representar el intercambio de productos y materiales que tenían los mexicanos con las regiones vecinas y tributarias.



Sala 4

Para la sala 4 Huitzilopchtli, se escogió un escudo guerrero, ya que esta sala se relaciona con el dios de la guerra, parte fundamental de la subsistencia mexicana.



Sala 5

Para la sala 5 la sala dedicada a Tláloc, se escogió el glifo representativo del dios del agua y de la lluvia, ya que Tláloc es la deidad representativa de éstos fenómenos.



Sala 6

Para la sala 6 Flora Y fauna se escogió un emblema representativo de un caracol, pieza representada en la escultura mexicana, así como en numerosas de las ofrendas encontradas bajo las ruinas del templo.



Sala 7

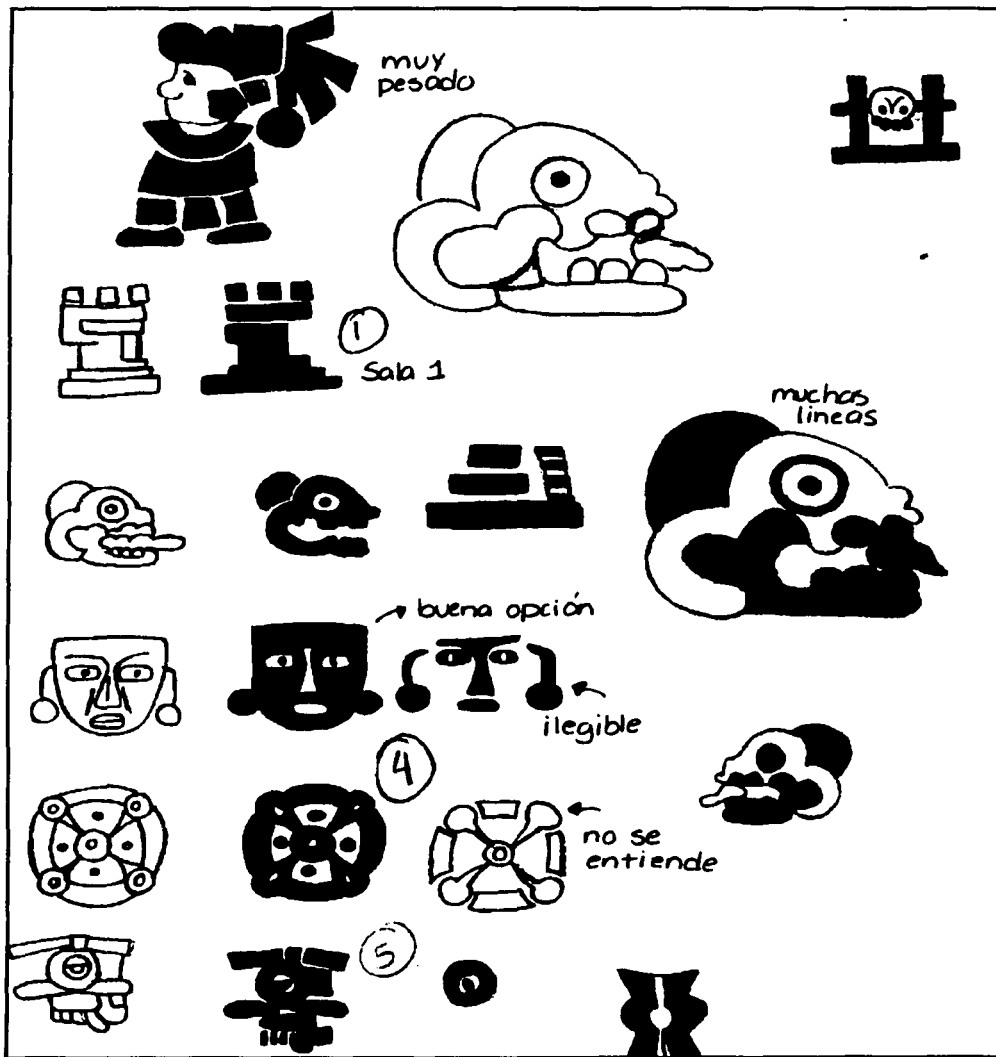
Para la sala 7 llamada Agricultura, se escogió este glifo representativo de un nopal o nopalli (mexica), producto agrícola importante dentro de la alimentación mexicana.



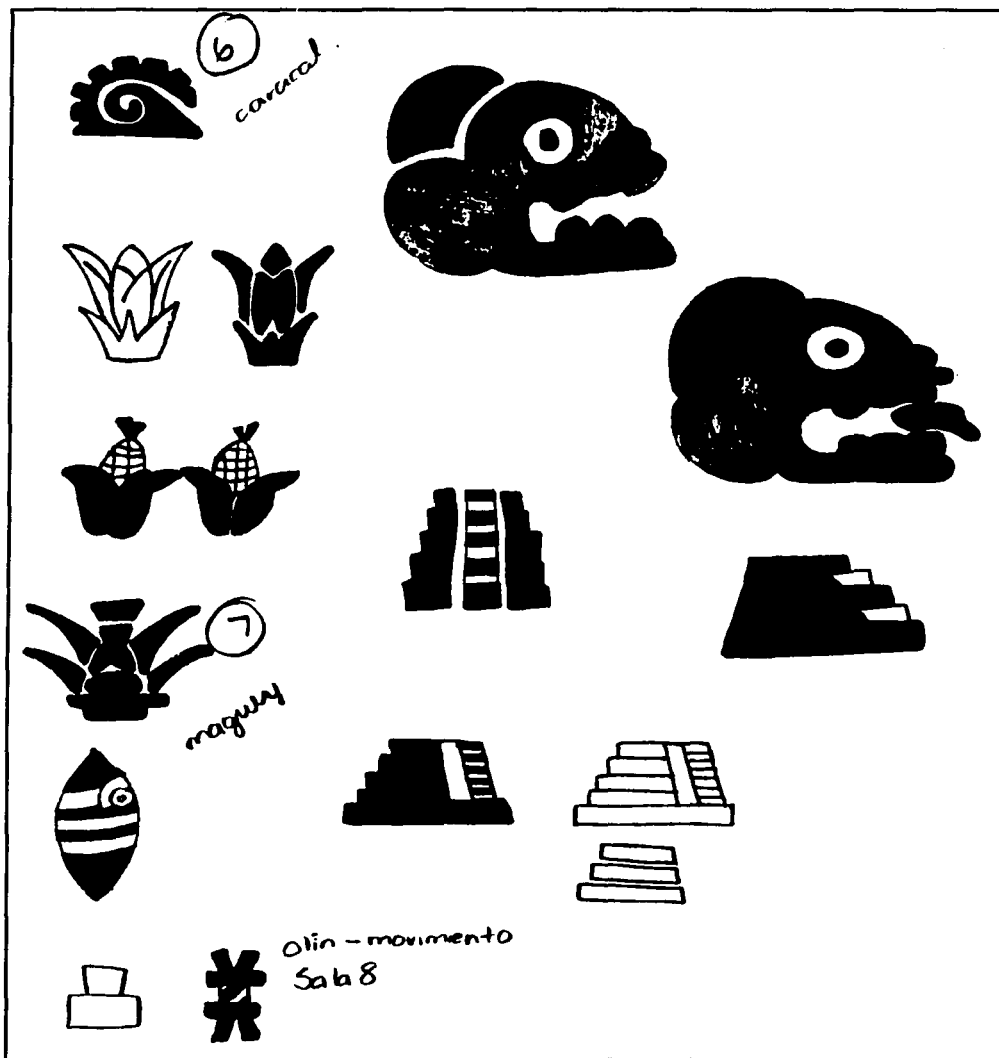
Sala 8

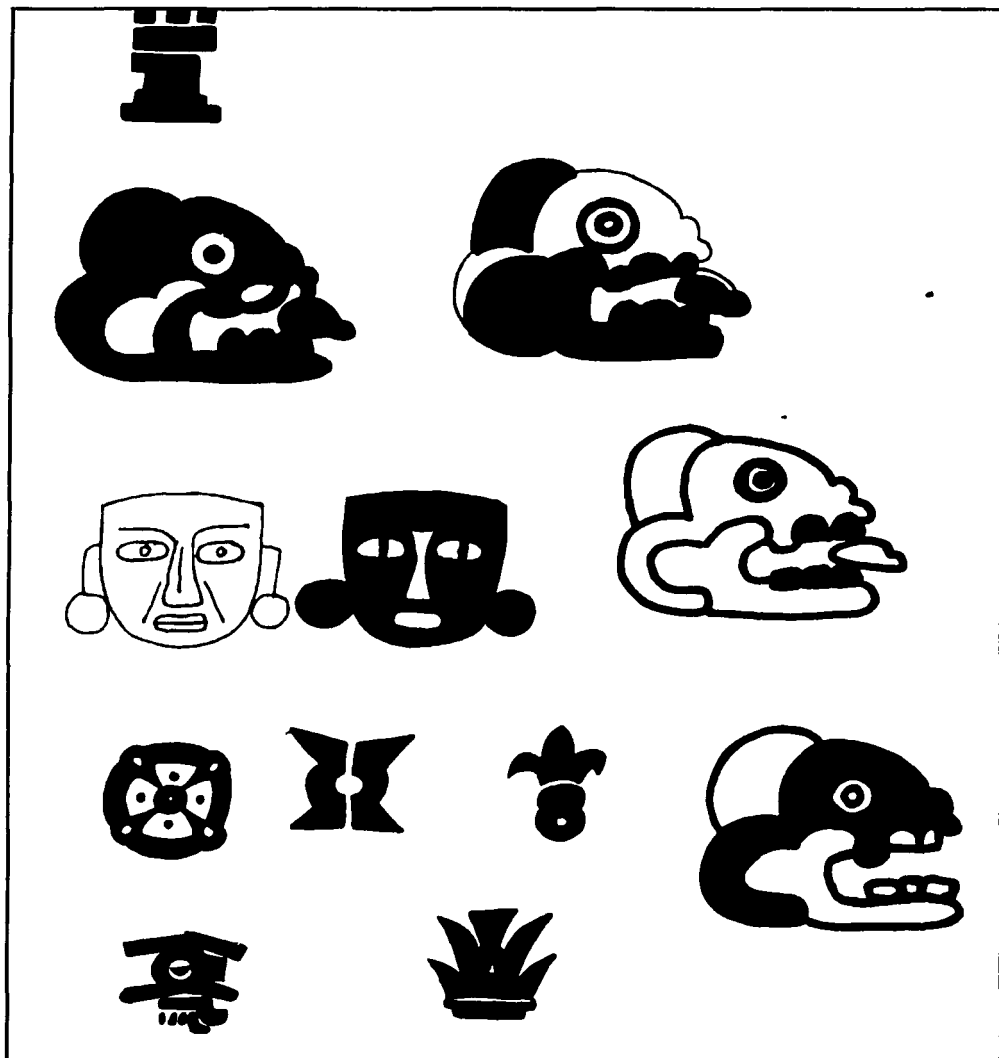
Para la sala 8 Arqueología Histórica, se designó este estampado Ollin, la cual representa el «movimiento», haciendo referencia al movimiento que implicó en la vida mexicana la llegada de los españoles y la transición cultural que sufrió este pueblo.

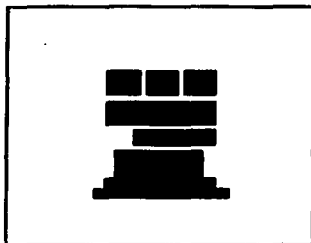
UNIDAD CONCEPTUAL
EN GRAFICOS



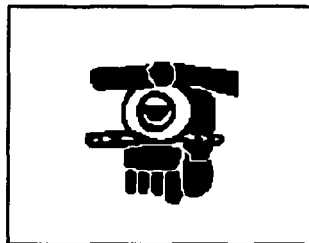
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN







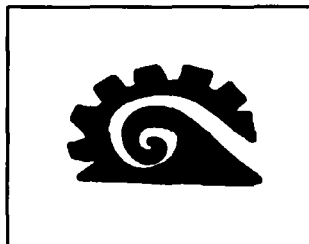
Sala 1
De la
Coatlicue al
Templo
Mayor



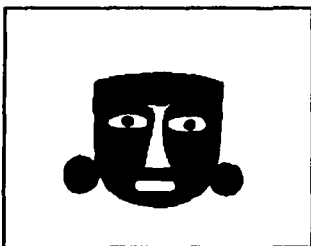
Sala 5
Tláloc



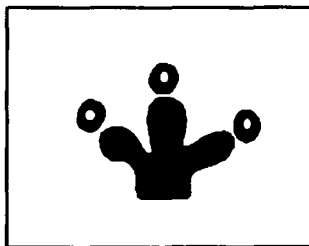
Sala 2
Ritual y
Sacrificio



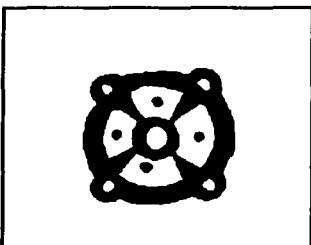
Sala 6
Flora y fauna



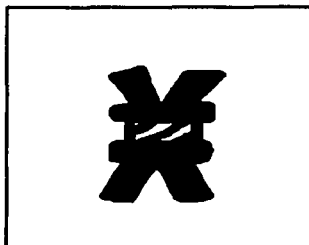
Sala 3
Comercio y
Tributo



Sala 7
Agricultura



Sala 4
Huitzilopochtli



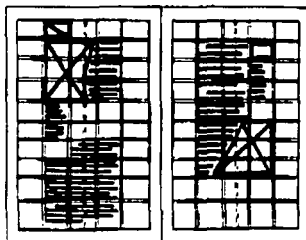
Sala 8
Arqueología
Histórica

POSICIONAMIENTO DE IMÁGENES

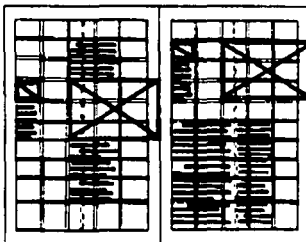
En el caso de las imágenes utilizadas dentro de una composición, su posicionamiento también significa algo y es parte del mensaje que está siendo transmitido. Recordemos que los tipos de imágenes se clasifican por su colocación dentro de una retícula en: perfiladas, rebasadas, en posición y fuera de posición.

Al igual que los otros elementos de una composición, tipografía, espacio en blanco y elementos gráficos, la disposición de las imágenes no es aleatoria sino que tiene un propósito, no siempre van a estar en función de las dimensiones de los campos reticulares.

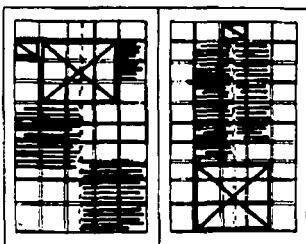
Veamos a continuación como colocamos las imágenes que se deben insertar en la publicación.



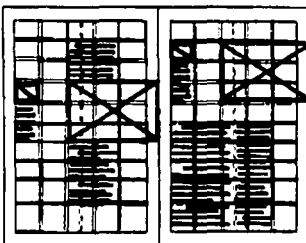
Las imágenes perfiladas le brindan dinamismo a la composición, pero al inducir formas asimétricas dentro de ésta, se adquiere un aire de informalidad, jovialidad.



Las imágenes sangradas cuando son extendidas hasta el borde de una página para darle fuerza a la composición.



Las imágenes en posición son más tradicionalistas, formales, clásicas, serias, convencionales.



Las imágenes fuera de posición son colocadas independientes de la retícula, rompen con la simetría de una composición sin ser tan radicales como los perfilados, son muy llamativas y modernas.

Retomando el objetivo primordial de esta tesis, que es proyectar la imagen de un museo cuya importancia y trascendencia es de nivel internacional. El cual está dispuesto dentro de un conjunto arquitectónico de referencia sobria, enigmático, con reminiscencias de una cultura rica en tradiciones, costumbres, y conceptos ideológicos, gráficos son interesantes, elementales y de colorido fascinante.

Muchas de las imágenes que se deben utilizar son planos de las ocho salas de exhibición, así como, planos de localización del museo y de la

zona arqueológica. Las demás imágenes pueden ser ilustraciones o fotografías de las piezas exhibidas, incluso de las mismas ruinas arqueológicas.

Según la línea que se ha seguido hasta ahora, lo más conveniente para el proyecto es trabajar con imágenes en posición siguiendo la línea clásica y formal, además de que contamos con poco espacio dentro del formato y debemos aprovechar al máximo las columnas para disponer el texto y las imágenes, conservando un orden de carácter tradicional.

**Vista lateral
de la zona
arqueológica
Y Catedral
Metropolitana**



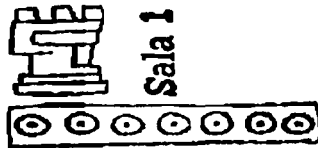
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

DISEÑO DE GRAFISMOS

A continuación se bocetan las piezas que se requieran utilizar para complementar el diseño de la composición. La idea básica sobre la que se trabajó son los motivos prehispánicos utilizados dentro de la cerámica, la arquitectura, los códices y diseños en general de aquella época.



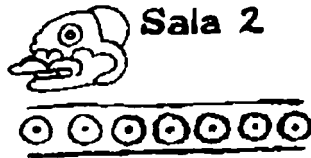
A continuación se combinan algunas de las piezas bocetadas, con los glifos seleccionados para cada sala y se añade la tipografía elegida para realizar los títulos. Se realizan diferentes combinaciones para definir la línea que seguiremos dentro de la publicación.



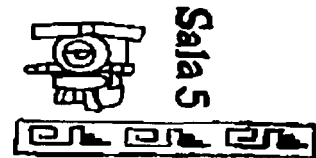
1)



2)



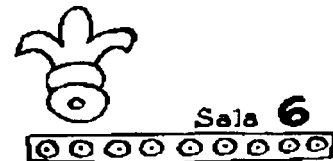
3)



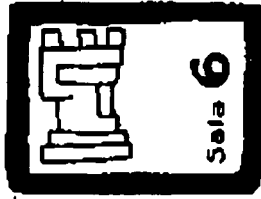
4)



5)



6)



7)



8)



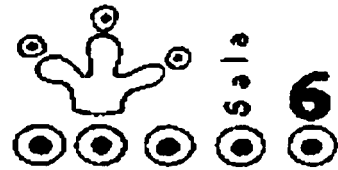
9)



10)



11)



12)

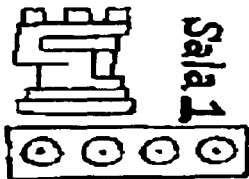


13)



14)

De los bocetos que se desarrollaron a continuación seleccionaremos las mejores opciones y se sigue bocetando sobre variaciones al diseño. Se realiza la descripción gráfica de las opciones seleccionadas para después escoger la más adecuada:



Opción A

La opción A: consta de una glifo (casa) y una pleca adaptada extraída del mural que se encuentra en la fachada del adoratorio en honor a Tláloc, la tipografía seleccionada anteriormente, dispuesta verticalmente sobre la pleca.



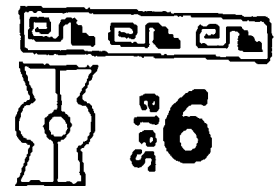
Opción B

La opción B: consta de un glifo (cráneo) una variación de la pleca anterior sin el filete externo, conservando únicamente los círculos, la tipografía de nuevo está dispuesta en forma vertical unifica mejor el diseño total.



Opción C

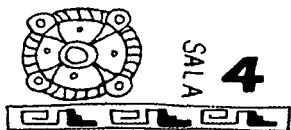
La opción C: está formada por el dibujo de la máscara teotihuacana sobre una pleca con reminiscencias arquitectónicas rodeada de un fino filete y el título dispuesto en forma horizontal alineado con el borde superior de la máscara.



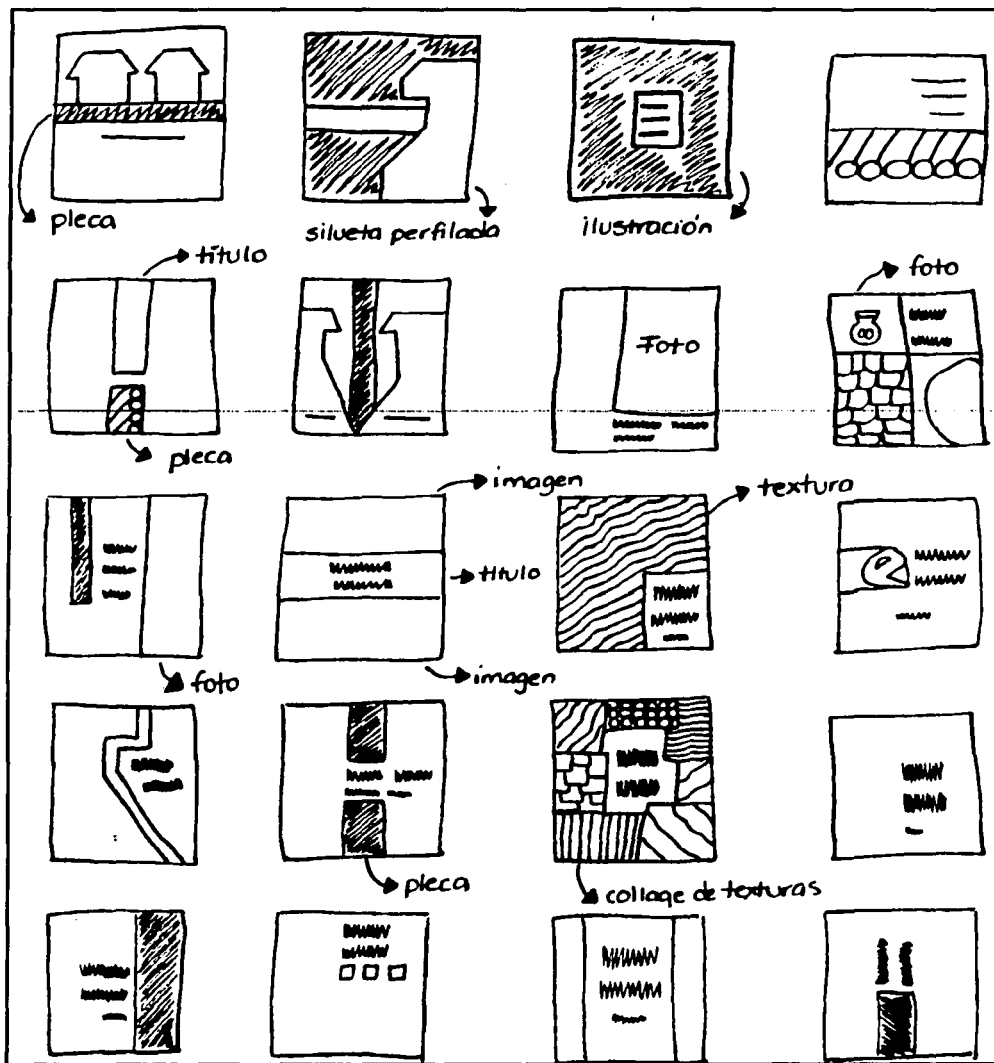
Utilizando la opción B: una pleca de prehispánico, representada constantemente en los edificios mexicas. Este soportará los glifos que ya seleccionamos y los títulos para cada sala, produciendo en conjunto un diseño formal y atractivo.

Cabe señalar que para este caso cualquiera de las opciones presentadas hubieran funcionado.

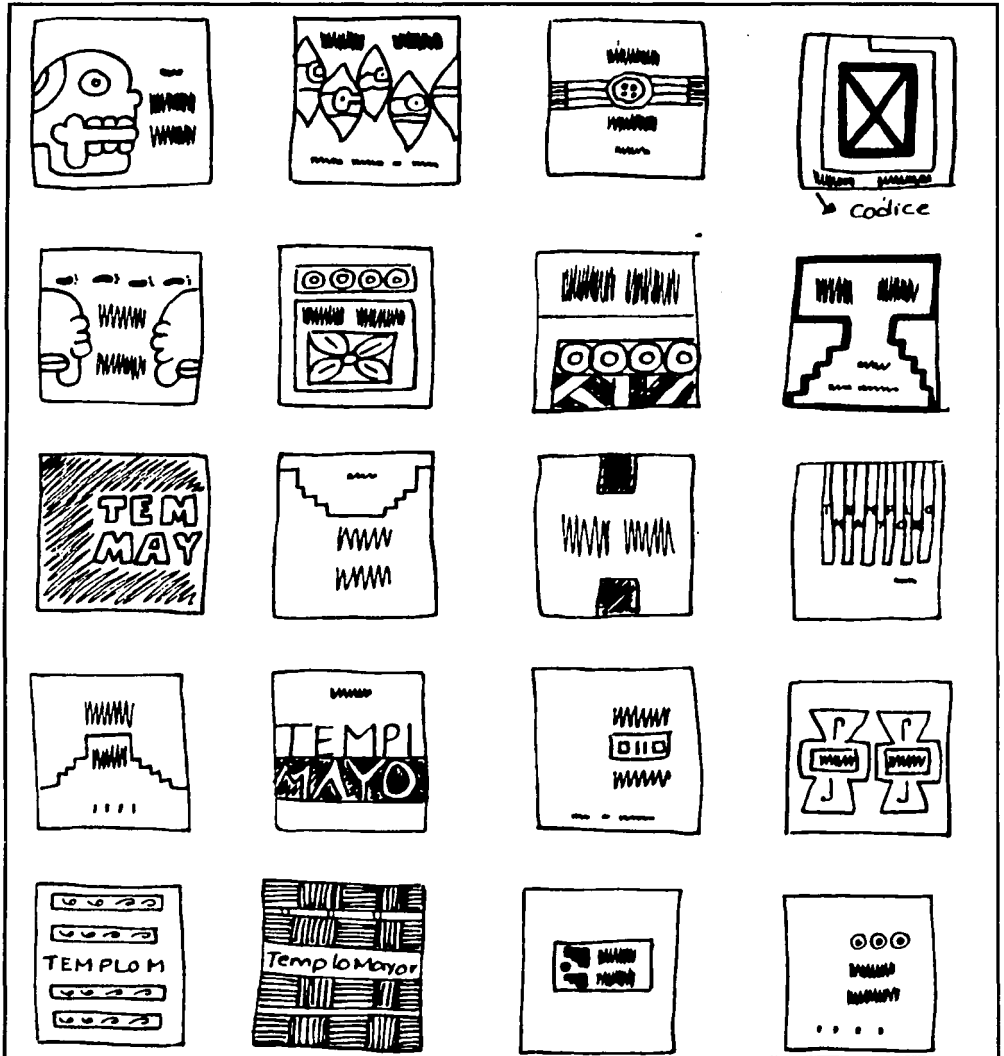
Con la opción seleccionada se realizaron algunas variaciones en cuanto a disposición de la tipografía del título de cada sala..

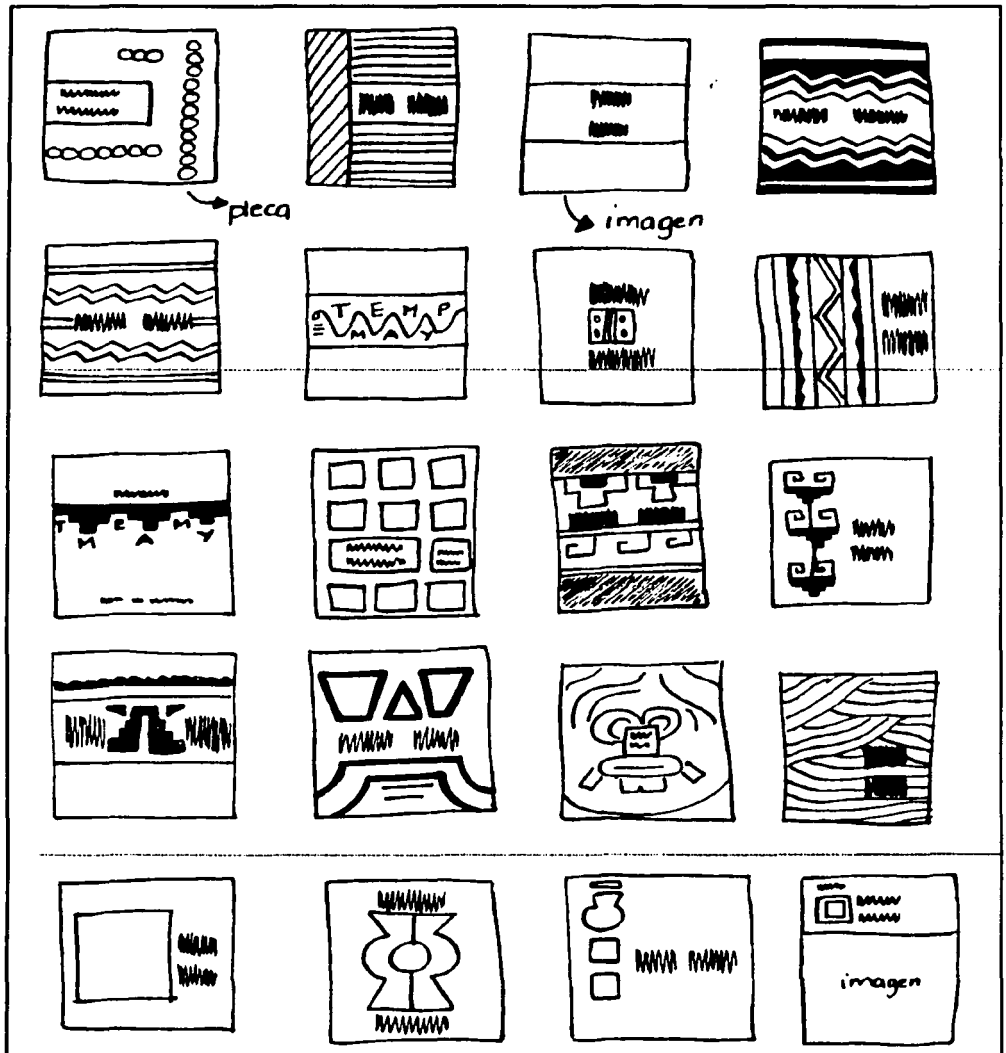


DISEÑO DE PORTADA

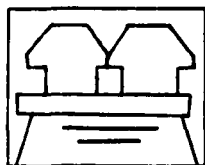


TESIS CON FALLA DE ORIGEN





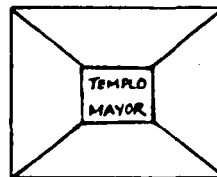
**BOCETAJE
FORMAL**



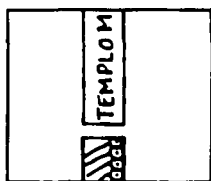
1)



2)



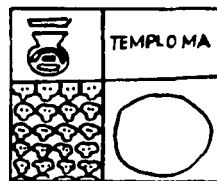
3)



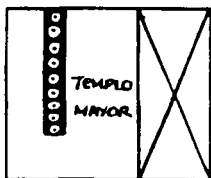
4)



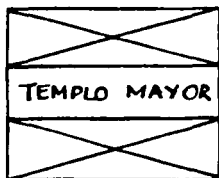
5)



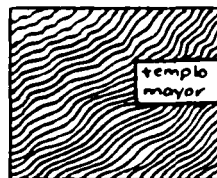
6)



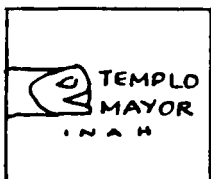
7)



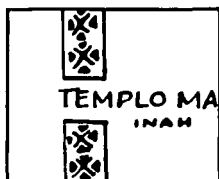
8)



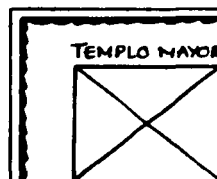
9)



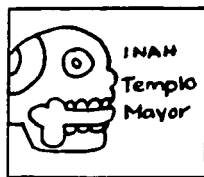
10)



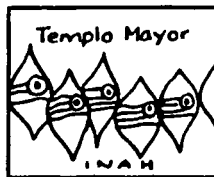
11)



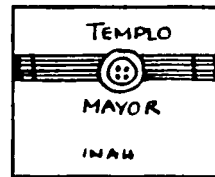
12)



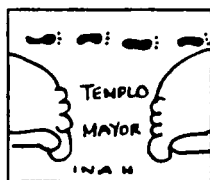
13)



14)



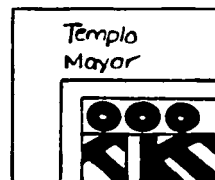
15)



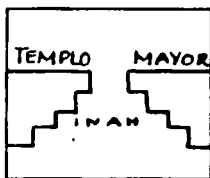
16)



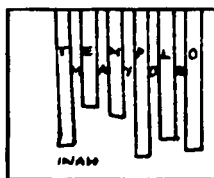
17)



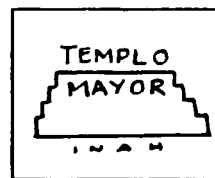
18)



19)



20)



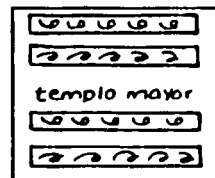
21)



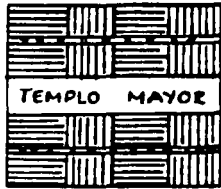
22)



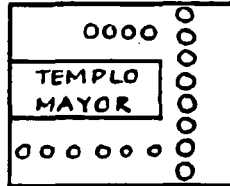
23)



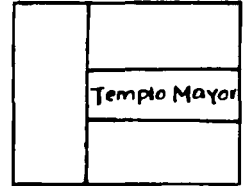
24)



25)



26)



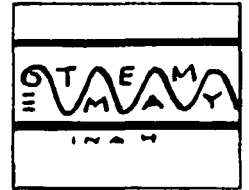
27)



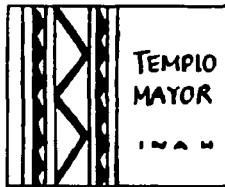
28)



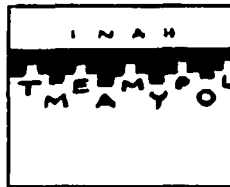
29)



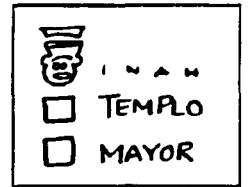
30)



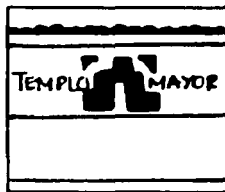
31)



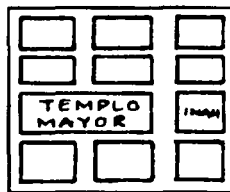
32)



33)



34)



35)



36)

ANÁLISIS DEL BOCETAJE

Teniendo ideas generales y los primeros bocetos el siguiente paso es realizar una descripción gráfica y escrita, a fin de comprender y aterrizar nuestros conceptos.

1) La primera solución refiere a la silueta de lo que era el principal edificio del Templo Mayor con sus dos adoratorios en la parte superior. El título aparece centrado en la superficie y es enmarcado por la imagen misma.

2) Aquí la solución parte del mismo concepto, utilizar la imagen de la pirámide, pero aquí tenemos únicamente la mitad del templo y de manera más abstracta. El título se encuentra del lado izquierdo como si estuviera presentando a la imagen.

3) En este boceto pretendemos que toda una imagen de preferencia fotografía, abarque toda la superficie, mientras que el título se encuentra reforzado por un recuadro en blanco lo que le brinda una superioridad sobre el resto de la página.

4) En esta solución utilizamos una pleca vertical utilizada dentro de los remates arquitectónicos del Templo Rojo, sobre un fondo en claro y

el título colocado de manera vertical, continuando de la pleca y enmarcado por un filete superior y otro inferior.

5) Conjuntando nuestras dos primeras ideas creamos este boceto, tomando la parte superior de los adoratorios de forma silueteada y a partir de la unión de éstos emerge una pleca de color sobre la que se colocó el título en negativo.

6) En esta opción presentamos la división de la superficie en cuadrantes, en cada uno colocamos imágenes representativas del museo, como lo son la vasija Tláloc, el altar tzompantli y Coyoxauhqui, y el último los dejamos para el título.

7) Seguimos con la idea de la pleca vertical representativa de la cultura mexicana que da pie a la colocación del título. El diseño esta vez es complementado con una imagen vertical que cubre un tercio de la superficie total.

8) En esta otra opción tenemos dos imágenes horizontales, colocadas una en el borde superior la otra en el inferior, que pudieran ser iguales o diferentes, de modo que produzcan un marco para

el título y hagan centrar la mirada del lector en éste.

9) La superficie esta cubierta de una textura de piedra, que puede ser tomada de alguna de las piezas exhibidas en el museo, el título puede ser diseñado con tipografía en negativo o sobre un recuadro que la resalte y la haga legible.

10) En este boceto hacemos referencia a una de las cabezas de serpiente que se observan en la zona arqueológica, y que según el mexica servían de guardianes para el templo. Puede ser aplicada en fotografía o bien dibujo, dando pauta al título. Ambos elementos tienen el mismo peso por lo tanto misma importancia dentro del diseño.

11) Una pleca cortada por el centro enmarca el título cuya tipografía tiene el mismo peso que proporciona el ancho de la pleca.

12) Una fotografía colocada en la parte inferior izquierda, sobre la que se coloca el título, ambos son enmarcados por un filete.

13) Tomamos la imagen delineada de un cráneo, uno de los símbolos utilizados en el culto a la muerte, parte de la representación en piedra de Tlaltecuhltli, el devorador de cadáveres. El título en dos líneas, colocado a la derecha.

14) Utilizando otro símbolo de las representaciones del templo, el cuchillo técpatl, hacemos un collage horizontal que remata el título superior derecha.

15) Del código Mendocino (lámina 1) donde se representan los cuatro barrios en que se dividió la ciudad a partir de la construcción del Templo Mayor, obtenemos este cinturón que representa el centro del mundo mexicana. Esta vez enmarcamos la imagen con el título en dos líneas.

16) En este boceto utilizamos la representación de «cerro» de la Tira de la Peregrinación, como ya mencionamos el mexicana quizo representar en su templo los dos cerros relacionados con sus dos principales dioses. Y una placa de huellas, con las que se representaban los viajes que rodean el título.

17) Aquí conjuntamos un adorno arquitectónico extraído de lo que se conocía

como el Recinto de los Caballeros Aguila, uno de los templos que forman parte de la zona arqueológica, en la parte superior del mismo se insertó el título.

18) Este es una imagen del mural policromado del Templo Rojo que sostiene el título.

19) Lo que intentamos hacer en este boceto sobre la idea de lo que pudieron ser los techo de ambos adoratorios del templo principal de la zona arqueológica de modo que el título descansa sobre la parte superior del mismo.

20) La importancia de éste diseño radica en la tipografía y la utilización de la misma dentro de placas para la primera palabra del título y fuera para la segunda.

21) Simplemente un título con tipografía pesada en dos líneas, la línea inferior esta enmarcada por una silueta que semeja escalones como los de una pirámide.

22) Este boceto pretende causar impacto a través de elementos sencillos. Utilizamos un título a dos líneas sobre un filete que es parte de una placa utilizada por las culturas prehispánicas del Valle de México sobre un fondo blanco.

23) Tomamos parte del diseño de un brasero lo estilizamos e incertamos las dos palabras que conforman el título de la publicación.

24) Manejamos cuatro placas horizontales con motivos constantes tratando de emular los escalones del templo principal vistos de frente, justo en medio incluimos el título en una sola línea.

25) Estos patrones fueron tomados del diseño de una vasija, fueron extendidos en la parte superior e inferior de la página para poder enmarcar el título.

26) Seguimos estudiando los efectos de placas de origen prehispánico, en este caso dispusimos placas verticales y horizontales tratando de armonizar la superficie para resaltar el elemento más importante de la página, el título. dispuesto en una sola línea.

27) Dividimos en rectángulos aureos que dan lugar al título.

28) Basados en el diseño de una vasija, abrimos el diseño por la mitad a fin de dar lugar al título.

29) En un diseño similar al anterior pero con líneas menos pesadas, esta vez intercalamos el título sin necesidad de modificar el diseño original y éste no pierde legibilidad.

30) Dentro del diseño de una placa prehispánica como base pero eliminando algunos elementos que dan lugar a cada uno de los caracteres que forman el título.

31) Otra variante con una placa vertical y un título horizontal

32) Extrajimos una parte del grafismo y lo utilizamos como filete superior para después colocar el título a dos líneas en los espacios generados por la forma del filete.

33) La vasija Tlaloc ha sido utilizada como símbolo del museo, aquí la incluimos en el boceto con dos variantes a su forma original a manera de degradación, complementado con el título.

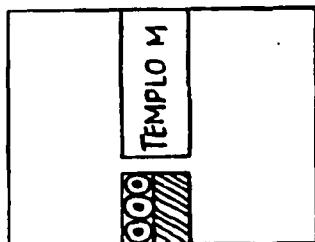
34) Utilizamos este diseño porque el elemento principal de la placa nos recuerda dos escalinatas, mismas que en el edificio principal dan acceso a los adoratorios de Tláloc y Huitzilopochtli. Adoptando el

filete superior y eliminando los demás elementos gráficos podemos incluir el título.

35) Una ilustración que abarca toda la superficie, cortada en 7 bloques irregulares que representan los detalles más importantes de la figura a manera de rompecabezas y colocamos el título en negativo en otro bloque complementario del total de la página.

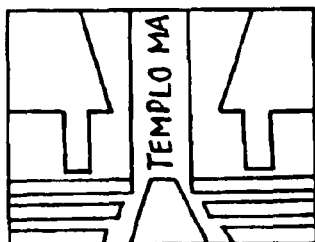
36) Del diseño principal de un brasero ceremonial extrajimos este diseño. Separándolo en su parte media e incluyendo el título como parte de la forma inicial.

**SELECCION DE
DISEÑOS INICIALES**



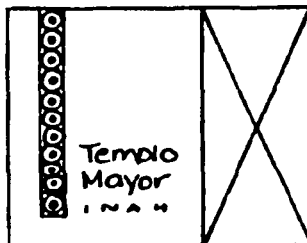
Opción 1

Este diseño (1) fue seleccionado debido a la pleca utilizada, que armoniza perfectamente con el título de la publicación. La pleca remite a un diseño prehispánico encontrado en el Templo Mayor. La colocación en forma vertical es una variación interesante y le da versatilidad a la portada, aunque aún podemos experimentar con la alineación ya sea a la derecha o a la izquierda. El amplio espacio en blanco lo hace sofisticado y limpio.



Opción 2

Parte de los elementos que se pueden exaltar en este diseño (2) es la forma del templo principal de esta zona arqueológica, como en el caso de éste ejemplo. A su vez esta silueta enmarca el título eficazmente haciéndolo el elemento de mas peso e importancia en la página. En una publicación que será leída por receptores de diferentes países será el título de la publicación lo que lo puede identificar mejor, cuando este sea traducido.



Opción 3

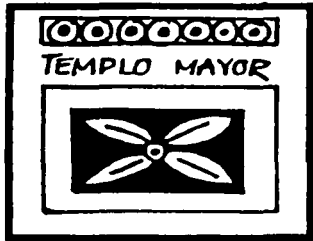
En este boceto (3) es interesante observar como la interacción entre la pleca, título y el despliegue de una imagen hacen original este diseño. Los tres elementos producen mayor movimiento, el posicionamiento de cada uno de ellos es lo que hace espontáneo sin perder calidad y credibilidad de la institución que representa. Además presenta una opción diferente

para la utilización de una fotografía o ilustración.



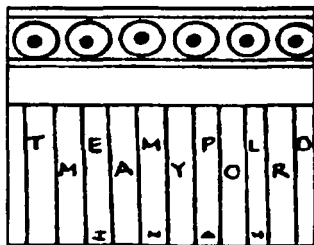
Opción 4

Este boceto (4) es similar al primero de los bocetos seleccionados, aunque en este la diferencia consiste en que la pleca esta orientada verticalmente, mientras que el título lo esta horizontalmente; esto produce una dinámica más moderna. El detalle de la pleca se complementa con la tipografía. Los amplios espacios en blanco permiten conservar la seriedad requerida para este objeto de publicación.



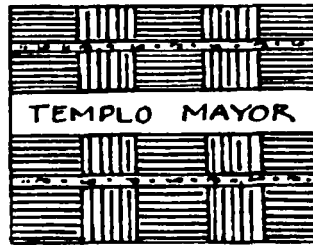
Opción 5

En esta selección (5) se hace énfasis en la arquitectura de uno de los templos del recinto ceremonial. La sección de muro abarca toda la portada, emite una imagen seria y distinguida ideal para un museo; hace esta portada visualmente atractiva, además resulta una opción diferente a lo que se encontró en los impresos de la competencia.



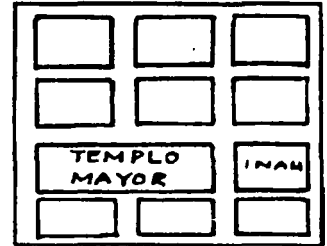
Opción 6

Escogimos este boceto (6) porque consideramos interesante ver como se entremezclaba el título de la publicación en dos líneas con las barras en negativo. Esas mismas barras pertenecen a la pintura mural encontrada en el adoratorio superior del lado Tláloc, referencia perfecta para remitir al Templo Mayor y su zona arqueológica.



Opción 7

Este diseño (7) es fuerte visualmente, pues tiene dos elementos pesados en la parte superior e inferior y centra su importancia sobre el título. El conjunto logra a través de la textura impresionar la vista. Los elementos gráficos utilizados pertenecen a la época.



Opción 8

Este diseño (8) es un rompecabezas de una ilustración de la vasija Tláloc, la pieza más representativa de los hallazgos del Templo Mayor. La idea de utilizar un rompecabezas es para generar misterio y curiosidad, haciendo que el lector se interese por buscar la pieza completa. Conjuntamente con el bloque que tiene inserto el título, puede dar como resultado un diseño innovador sobre lo que estamos acostumbrados en cuanto a guías de museos se refiere.

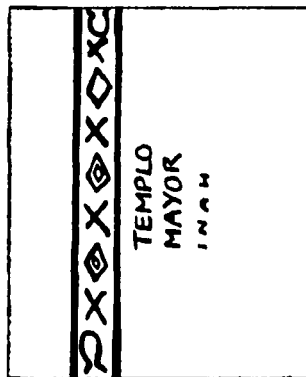
SINTESIS GRAFICA

A continuación se procede a extraer las imágenes que surgen de las primeras selecciones y que aportan valor visual para obtener lo que será la portada del impreso.



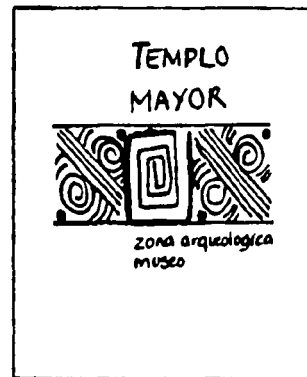
Opción 1

Esta pleca (1) sirve de apoyo para alinear el título, el cual es complementado con la figura en la base de la página, la cual es parte del logotipo del museo, un gráfico del cerro de las serpientes. La pleca da la idea de ser una cinta como un separador de libros.



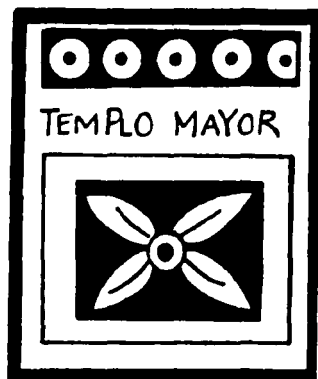
Opción 2

En esta variación (2) la pleca que utilizamos es más pesada que la anterior, y el título en esta ocasión fue dispuesto en posición vertical, simplemente se complementan los dos elementos. Eliminamos el gráfico.



Opción 3

Esta pleca (3) sirve de apoyo para alinear el título, el cual es complementado con la figura en la base de la página, la cual es parte del logotipo del museo, un gráfico del cerro de las serpientes. La pleca da la idea de ser una cinta como un separador de libros.



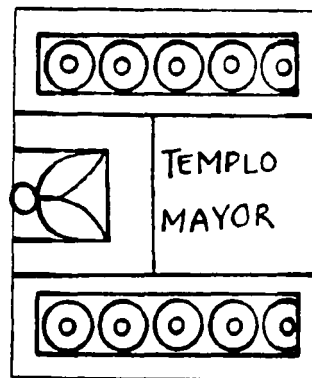
Opción 1

Este es el boceto (1) que inicialmente se maneja, se retomó la idea original para seguir tratando la misma línea, se extrajeron dos elementos de una pared del templo de los Caballeros Aguila, de los pocos vestigios arquitectónicos que aún se pueden observar en la zona arqueológica. El tratamiento que se les dió fue separar el cuadrado que formaba la base y el rectángulo en forma de filete colocado en la parte superior. El título fue incertado entre estos dos elementos.



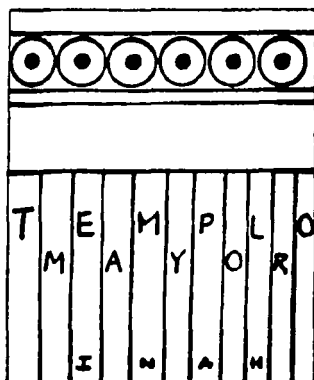
Opción 2

En esta variación (2) al primer diseño tenemos el mismo patrón pero esta vez extendido en la mitad (2/3) de la página enmarcando el título. Dejando libres un espacio superior y otro en la base de la páginas.



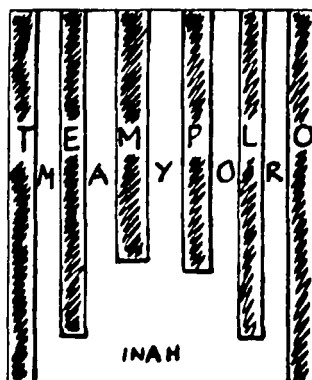
Opción 3

Este es básicamente un acercamiento del diseño anterior (3) con un eje central imaginario, que permite colocar el título en la segunda mitad equilibrándose con el elemento interno del cuadrado.



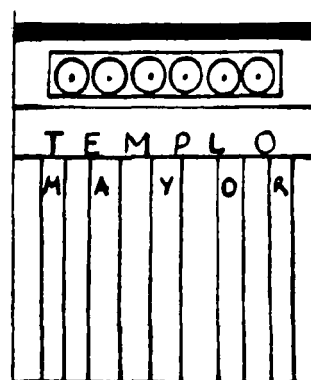
Opción 1

En este diseño (1) partió de la pintura mural que fue hallada en el templo de Tláloc. Manejando una abstracción que cubre toda la superficie de la portada.



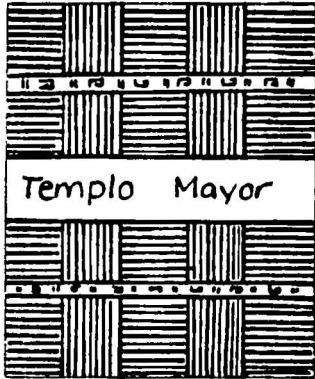
Opción 2

Aquí (2) se eliminó la parte superior del mural, conservando únicamente la plecas, utilizando las barras en negativo para colocar la primera parte del título *Templo* y los espacios en blanco para colocar la segunda *Mayor*.



Opción 3

En esta opción (3) modificando el diseño primario, incluimos una pleca superior, las barras han sido acortadas y recorren solo la mitad de la página. La primera palabra del título es apoyada en el espacio en blanco y no dentro de las barras como en los otros dos casos.



Opción 1

El diseño original (1) consiste en un patrón extraído de una vasija hallada en las ruinas del templo. Este fue duplicado para formar un espacio interno que da lugar al título en una sola línea.



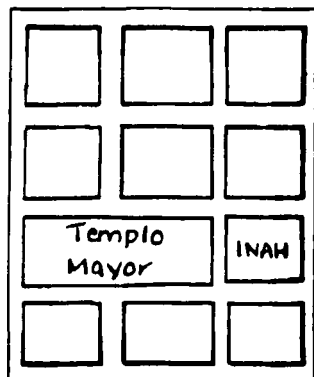
Opción 2

El cambio aquí (2) consiste en las figuras del patrón. Inspiradas en el altar tzompantli pieza representativa de la cultura mexicana, es una repetición de una figura que emula un cráneo.

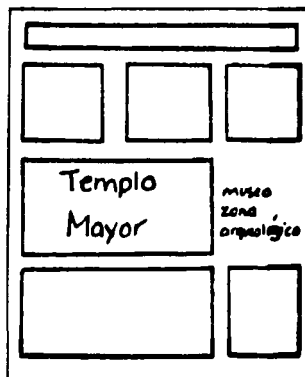


Opción 3

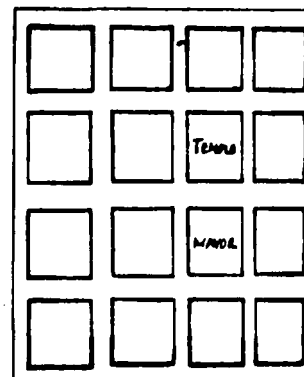
El propósito de experimentar con tres patrones (3), es visualizar con éstas texturas diferentes pesos, contrastes, densidades, a fin de obtener un diseño llamativo más no recargado.



Opción 1



Opción 2



Opción 3

El concepto de primario (1) consiste en un rompecabezas que igualmente puede simular un mural, como los que aún se pueden apreciar en algunas paredes de los templos aledaños en la zona arqueológica.

Las variaciones a este diseño (2) se basan principalmente en las diferentes formas y colocación de los bloques.

Este diseño (3) consiste en una ilustración policromada del patrón extraído de una vasija hallada en las ruinas del templo.

Después de haber observado las 15 opciones en nuestra síntesis gráfica, decidimos junto con el cliente cual será la imagen que llevará la portada de la publicación, recordando que esta será vista por todos los visitantes que asistan al museo.

Se eligió el diseño del rompecabezas, ya que al final es este diseño el que mejor proyecta lo que queremos plasmar sobre el contenido del museo y que a su vez crea curiosidad en el receptor por conocer la pieza en su totalidad, junto con las demás piezas que se exhiben.

Vamos a retomar el bloque en negativo para resaltar aún más la tipografía que conforma el título, conservando la disposición de la tipografía tal y como esta en el segundo diseño.

El diseño extraído de la ilustración realizada tiene un contenido parecido a la abstracción de un mural, esto puede convertirse en diseño distintivo del museo, por lo que se considera apropiado para la portada de la guía de visita.



Vasija Tláloc

Esta es la ilustración que será utilizada dentro de la portada La Vasija Tláloc, realizada en lápiz de madera, por la autora de esta tesis, sobre cartoncillo strathmore para darle textura al dibujo.

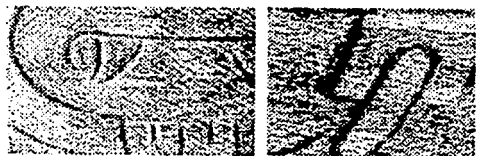
Se escogió esta pieza en particular, porque la representación de Tláloc cobra mucha importancia en las tradiciones y ritos mexicas, siendo junto con Huitzilopochtli la deidad más

importante y con mayor iconografía en los restos arqueológicos hasta ahora estudiados en la zona, por lo cual la consideramos idónea para representar la imagen del museo en la Portada de la guía, ya que será lo primero que nuestro receptor capte al observar el objeto.



TEMPLO

MUSEO Y
ZONA
ARQUEOLÓGICA



Ya que se tiene diseñada la imagen, haremos variaciones sobre la disposición del título en conjunción con esta imagen, las variaciones consistirán en la localización del mismo dentro de la página, su justificación, el color de la tipografía, el color del fondo y variaciones a la fuente tipográfica.

Como observamos en esta opción se ha manejado el título sobre fondo blanco, dispuesto en dos líneas justificadas en altas, con un espaciado de dos letras «m» entre cada tipo, pero en conjunto están alineadas a la izquierda. La línea superior fue dispuesta en negro, mientras que la inferior fue dispuesta en gris o negro al 50%. La tipografía secundaria fue dispuesta en negro justificada a la izquierda.

A este diseño le falta fuerza en la presentación del título, ya que junto a los bloques que forman la ilustración, el fondo blanco le hace perder fuerza y atracción visual al título.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



TEMPLO MAYOR



Museo y
Zona
Arqueologica

En este segundo estudio tenemos el título a dos líneas en altas, dentro de un bloque que forma un fondo en negro. La tipografía está calada en blanco, con espacios dobles y centrado dentro del bloque.

Se substituyó el bloque inferior derecho de la imagen original, por la tipografía secundaria «Museo y zona arqueológica», alineada a la izquierda y dispuesta en tres líneas en color negro para resaltarla como bloque unitario.

Este diseño resulta atractivo ya que el fondo en negro del bloque que contiene la tipografía le da mayor valor e importancia dentro del conjunto de bloques que forman la página, atrayendo al lector hacia el título de la publicación. Podría ser el diseño definitivo para la guía.

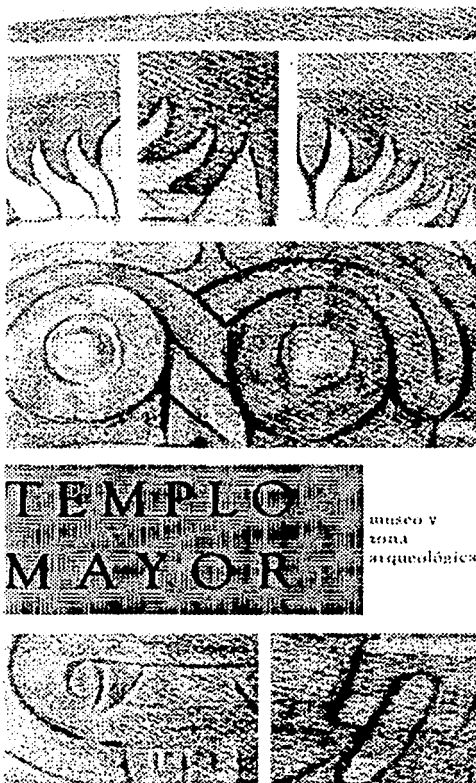
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Para este caso lo que hicimos fue degradar la saturación del fondo del bloque al 50% y alinear la tipografía a la derecha combinando caja alta y baja. El título principal esta a dos líneas en negro mientras que el título secundario esta a 3 líneas también en negro y alineado a la izquierda.

Analizando este diseño establecemos que el fondo en gris pierde importancia y se confunde con los bloques de la imagen de la vasija y el diseño general se torna sucio y de poca calidad, apaga el diseño. Aunque la tipografía esta en altas y bajas con color negro, le resta importancia y legibilidad al título que es lo que se quiere y debe resaltar en la portada, la alineación de ambos títulos parece desordenada y mal cuidada, por lo que esta opción fue descartada.

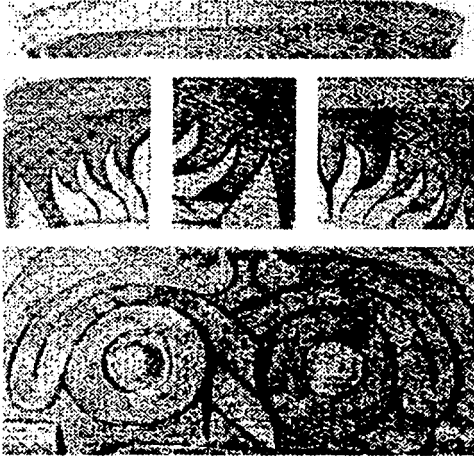
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Se retomó la opción anterior con la variante de una caja en altas exclusivamente y la alineación del título dentro del bloque es hacia la izquierda.

Con estos cambios se armoniza más el diseño general de la portada, aunque aún no se consigue el peso y la fuerza requeridos para el bloque que contiene el título y el que se tiene que resaltar.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

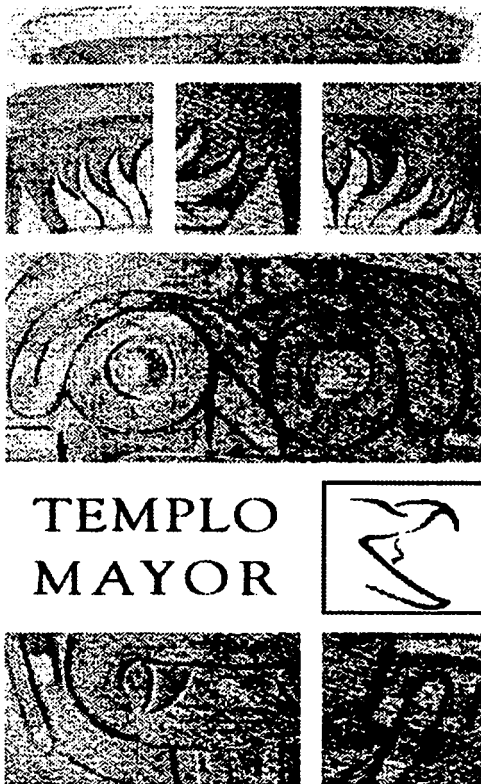



 museo del
templo
 mayor



Para este diseño se eliminó el fondo del título junto con la sensación de un bloque más. Y se recurrió al logotipo en negro que actualmente forma parte de la imagen del museo, para sustituirlo.

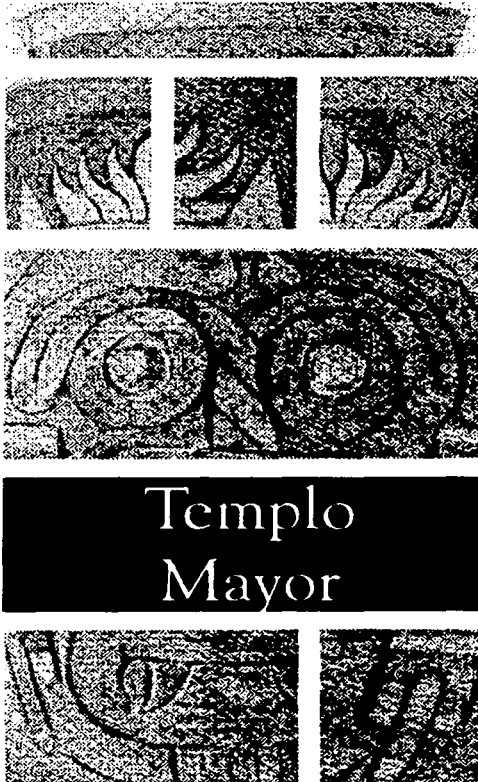
Por ser un diseño ya implementado y con estilo definido, choca con la propuesta que estamos realizando, no resulta atractivo ni armónico por lo que se desecha la idea de respetar el logotipo actual, y recurriremos a las modificaciones para examinar si así resulta y lograr lo que se busca proyectar, respetando el concepto que hemos definido en esta tesis.



Retomando el logotipo original, separamos la silueta del «caballero águila» y la centramos dentro de un recuadro que alineamos a la derecha. A la izquierda tenemos el espacio para disponer el título en lo que podría ser otro bloque que continúe con el patrón aunque simplemente se insinue.

Una vez más se utilizó tipografía en mayúsculas, en negro con espaciado regular, lo cual centra la vista en el título y aunque el fondo es blanco tiene el peso y la fuerza necesarias para hacerlo el elemento que destaca dentro de la página.

Esta opción parece ser adecuada para reflejar nuestro concepto, aunque aún no es la opción final.



Queremos explorar la mayoría de las opciones posibles a la hora de diseñar la portada, por lo que retomamos el bloque de fondo oscuro, pero esta vez la tipografía es calada en blanco en altas y bajas, con espaciado normal, el título centrado.

Definimos que el título principal debe ser en altas, así le proporcionamos distinción y clase en conjunción con el tipo de letra escogido; cabe señalar que es la misma fuente que actualmente se utiliza para el logotipo del museo, esta es «Goudy». De este modo retomamos el diseño original y no hacemos un cambio demasiado drástico.



TEMPLO
MAYOR

museo
y zona
arqueologica

INAH



Las ideas iniciales van guiando el diseño final hasta el resultado requerido, así fue como establecimos que debemos utilizar un bloque con fondo negro para sostener el título; que éste debe disponerse en altas y en blanco, para hacerlo resaltar. La tipografía secundaria tiene menos importancia por lo que no requiere de un fondo en color.

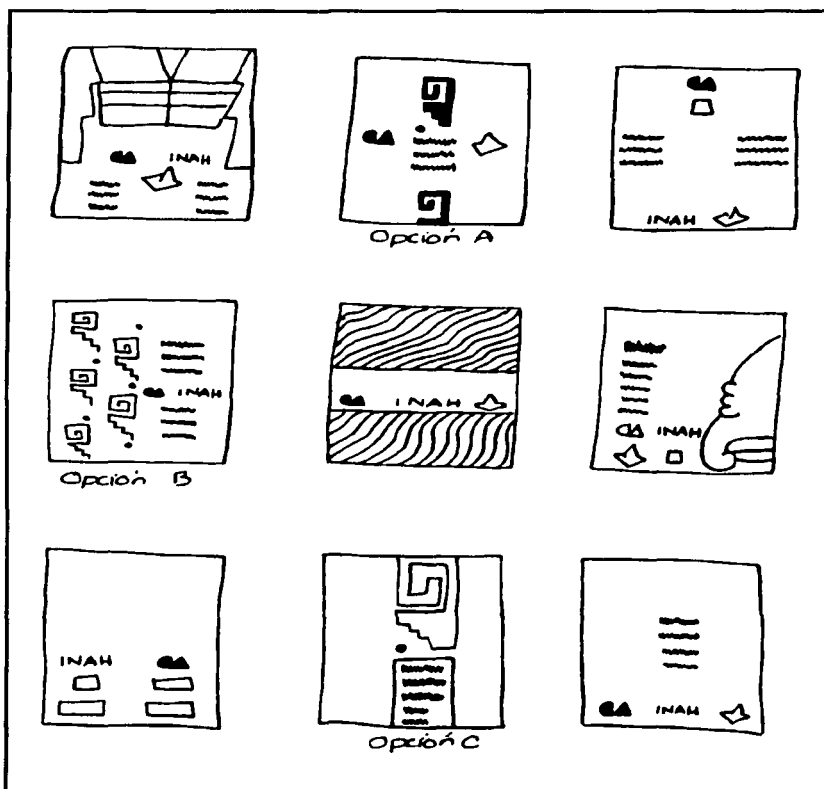
El diseño que observamos a la izquierda es el resultado de la investigación y el bocetaje. Es visualmente atractivo, armónico, interesante, dinámico, y define perfectamente la solución que concreta el concepto que fue definido al comienzo de este proyecto editorial.

DISEÑO DE CONTRAPORTADA

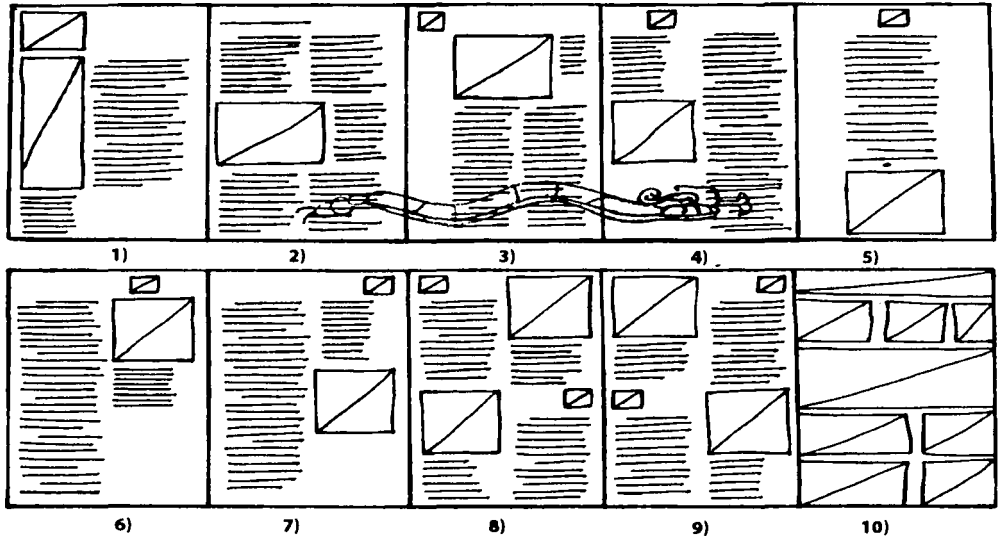
El último elemento que vamos a definir para incluir en esta publicación es la contraportada, que contiene información adicional como pueden ser datos generales, información complementaria y que es importante incluir para que el lector pueda encontrar las respuestas a sus dudas.

Hemos decidido que por la cantidad de información que vamos a incluir en la guía, no debemos desperdiciar el espacio de la contraportada únicamente con la información complementaria, incluiremos una sala de exhibición según se determine en el layout posteriormente. Por lo que

dejamos pendiente la definición de la contraportada por considerarse una página interior para este caso. De igual manera incluimos los bosquejos iniciales con los que empezamos a trabajar antes de definir el layout final.



DEFINICION DEL LAYOUT



Este primer layout consta del siguiente display de páginas:

- 1.- Introducción,
- 2.- Zona Arqueológica,
- 3.- Sala 1,
- 4.- Sala 2,
- 5.- Contraportada,
- 6.- Sala 3,
- 7.- Sala 4,
- 8.- Salas 5 y 6,
- 9.- Salas 7 y 8
- 10.- Portada.

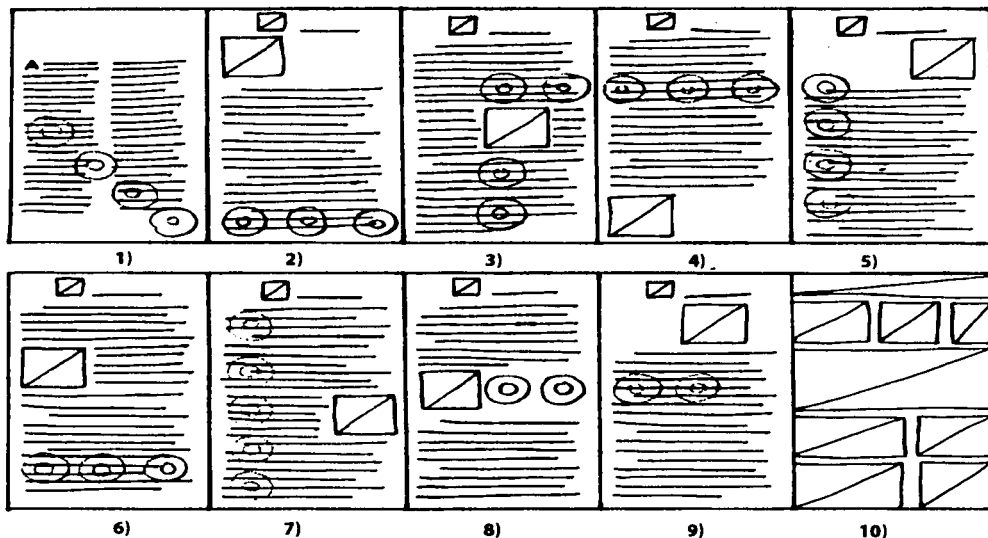
Las columnas varían en su ancho dependiendo de cada página de 3 columnas, de 2 columnas y de $2^{1/2}$ columnas.

Las imágenes a excepción de la que está en la página de la zona arqueológica tienen un ancho de 2 columnas, las demás son de 3 columnas de ancho.

Incluimos la ilustración de una serpiente, (elemento que aparece representado

varias veces dentro de la iconografía del Templo Mayor); como marca de agua, proporcionando unidad, a través de las tres páginas internas de la guía.

Cada página incluye el pictograma que representa a cada sala, esté junto con el título ubican y guían la lectura.



El segundo layout tiene este display de páginas:

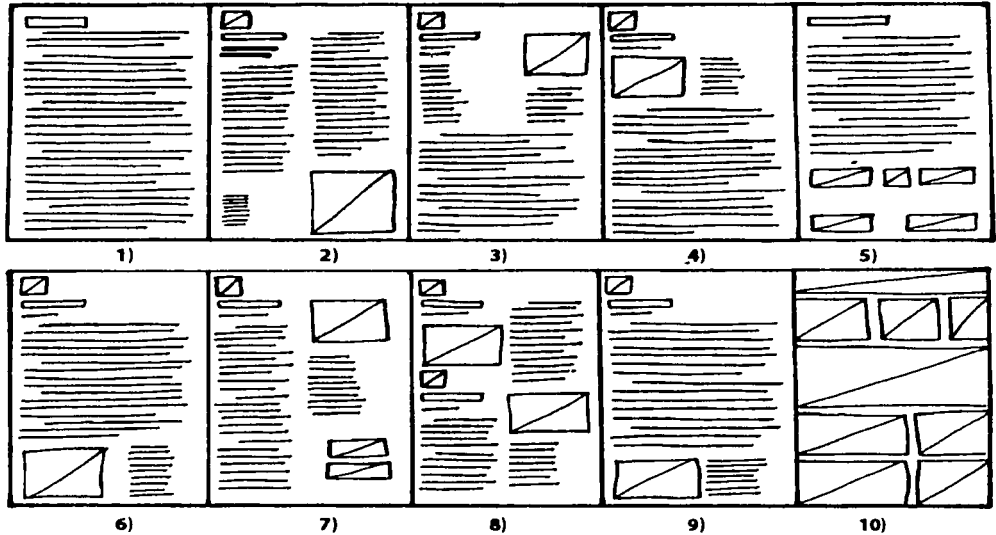
- 1.- Introducción,
- 2.- Sala 1,
- 3.- Sala 2,
- 4.- Sala 3,
- 5.- Sala 4,
- 6.- Sala 5,
- 7.- Sala 6,
- 8.- Sala 7,
- 9.- Sala 8,
- 10.- Portada.

En esta opción cada sala tiene una página propia, con

espacio suficiente para desarrollar información de cada sala, junto con el diagrama de ubicación de la misma.

Tomamos un círculo con un círculo de menor tamaño circunscrito como elemento gráfico repetitivo. Este elemento aparece invariablemente en los murales de los altares de varios templos de la zona arqueológica. Con diferentes patrones en cada página e integrando cada una a la publicación.

La disposición de texto siempre es de 5 columnas, mientras que las imágenes están dispuestas en dos columnas. De este modo evitamos la monotonía y le damos movimiento a las páginas y unidad a sus elementos.



El tercer layout y finalmente el que se utilizará tiene el siguiente display de páginas:

- 1.- Introducción,
- 2.- Sala 1,
- 3.- Sala 2,
- 4.- Sala 3,
- 5.- Zona Arqueológica-contraportada
- 6.- Sala 4,
- 7.- Sala 5,
- 8.- Sala 6 y Sala 7,
- 9.- Sala 8,
- 10.- Portada.

En esta opción se utiliza la contraportada como doble

función para incluir la información de la Zona arqueológica que en la opción anterior no había sido incluida, junto con los logotipos del museo y patrocinadores. Además las salas 6 y 7 están incluidas en la misma página por ser las salas con menos contenido de exhibición.

El título de cada sala tiene una colocación constante dentro de la guía de modo que el usuario pueda ubicar de que sala trata la información de la página rápidamente. La variación en este caso consiste en la disposición de bloques de

texto utilizando columnas dobles y bloques de 5 columnas de ancho, los diagramas también son de columnas dobles. También tenemos espacio para enlistar los objetos que se encuentran ubicados en los diagramas de cada sala, para su fácil localización. Esta opción resulta ser la más completa en información, más dinámica y equilibrada en cuanto a disposición de elementos, conservando la limpieza requerida para esta diseño, conduciendo sistemáticamente al usuario a través de su contenido.



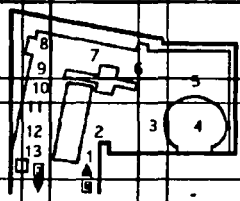
INTRODUCCION				
<p>El marco de referencia para comprender el mundo mexica cobra sentido en dos mitos. Uno que relata la lucha entre <i>Huitzilopochtli</i> y <i>Coyolxauhqui</i> y el segundo narra el mito de los <i>tlaloques</i>, ayudantes del dios de la lluvia.</p>				
<p>El primer relato describe que en el transcurso de la peregrinación de los aztecas hacia la Cuenca de México, se desviaron en Coatepec "cerro de serpientes". Allí vivía una mujer llamada Coatlícue "la tierra", quien era madre de los llamados <i>centzonhuitzauhqui</i> hermanos de Coyolxauhqui "la de los cascabeles en la mejilla".</p>				
<p>Un día descendió frente a Coatlícue una petatilla de pluma que tomó y puso en su regazo. Cuando quiso sacar o descubrir que estaba preñada. La noticia enojó a los <i>centzonhuitzauhqui</i> y a Coyolxauhqui, ellos se instó para que mataran a su madre, Coatlícue. Los hijos enojados se reunieron en consejo y decidieron preparar un atentado contra su madre. Esta confabulación atemorizó a Coatlícue, sin embargo fue tranquilizada por el hijo que lleva en su vientre, Huitzilopochtli. A través de Quauhtlicac, uno de los hermanos, que no se había unido a los propósitos de sus hermanos, Huitzilopochtli es sucesivamente informado de los preparativos que los hermanos fraguaban contra su madre. En el momento en que nació Huitzilopochtli, dio comienzo la batalla. Coyolxauhqui muere decapitada y mutilada al pie del cerro y los hijos de Coatlícue fueron perseguidos y masacrados. Lo significativo de este mito es inducir al mexica a creer en su destino como pueblo guerrero.</p>				
<p>El segundo relato habla de los <i>tlaloques</i> que se encontraban en el Cerro de Tonacatépetl; ellos ayudaban a <i>Tlaloc</i> a guardar los granos del maíz, hasta que Quetzalcóatl llegaba a recogerlos para entregarlos a los hombres. La veneración hacia <i>Tlaloc</i> según la creencia mexica evitaba que éste enviara a la tierra granizo, rayos y demasiada agua que matara sus cosechas.</p>				
<p>Cuando el pueblo mexica decide establecerse finalmente en la zona lacustre del Valle de México y funda Tenochtitlán, construye su santuario eje Templo Mayor tratando de plasmar estos dos mitos en el conjunto arquitectónico. Es así que dentro del Templo Mayor se puede detectar toda una simbología con constantes referencias a los cerros de Coatepec y Tonacatépetl.</p>				

Layout de la página 1, correspondiente a la Introducción de la publicación. Como se puede observar el texto está dispuesto en 5 columnas, para hacer fluida la lectura.

SALA 1	
DE LA COATLICUE AL TEMPLO MAYOR	Esta sala da al visitante una visión general de cómo y en dónde se fundó Tenochtitlán. Muestra un panorama de la peregrinación del último grupo nahua y su asentamiento en el lago de Texcoco, donde en 1325 fundan la ciudad. Después de haber encontrado la señal, un águila posada sobre un ciprésal devorando una serpiente. En este lugar construyen el Templo Mayor.
El museo está dividido en dos secciones tal y como lo vemos en el Templo. Las salas del lado sur corresponden al análisis del adoratorio de Huizilopochtli, en tanto que las del lado norte atañen a lo relacionado con Tláloc. El recorrido que vamos a emprender a través del arte antiguo no sólo se refiere a las expresiones aztecas, sino que, también, incluye las manifestaciones de varios pueblos y regiones que rendían tributo a Tenochtitlán cuyos objetos vinieron a parar al Templo Mayor. Centro del mundo, corazón del universo mexicana, en el también tiene cabida las obras del enemigo, que vencido, debe entregar al pueblo del sol, sus obras y sus hombres en honor del temido Huizilopochtli. Lugar de gloria.	Es así como el Templo Mayor reúne dos puntos fundamentales en la vida mexicana, por un lado el gran mito de la fundación de Tenochtitlán y por otro, representa el eje alrededor del cual se funda el centro ceremonial más importante de esta cultura. Además se exhiben trabajos de investigación de Leopoldo Bares y Manuel Gamio, quien determinó correctamente el lugar de su localización.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Peregrinación 2. Fundación de Tenochtitlán 3. Objetos más antiguos 4. Ollas del lado Tláloc 5. Templo Mayor 6. Águila Cuauhxicalli 	


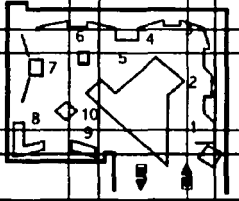
Layout de la página 2, correspondiente a la Sala 1 «De la Coatlicue al Templo Mayor».

Aquí utilizamos columnas dobles, ya que la información no es tan amplia y le proporciona mayor movimiento a la página.

		<p>SALA 2</p>
	<p>RITUAL</p>	<p>SACRIFICIO</p>
		
1. Armas		
2. Cuchillo ceremonial		
3. Coyohauqui		
4. Ofrenda		
5. Mitlantecuhli		
6. Izompanlli		
7. Tlaltecuhli		
8. Urnas funerarias		
9. Cabeza de serpiente		
10. Máscaras de Guerrero		
11. Tlaltecuhli		
12. Urnas funerarias		
13. Cabeza de serpiente		
<p>Esta sala está dedicada a la guerra y los elementos que tenían que ver con su desarrollo, tales como la muerte, el sacrificio de prisioneros y guerreros, y la expansión guerrera, así como las creencias que encerraba para el pueblo mexica.</p>		
<p>Entre los elementos exhibidos destacan las armas que se utilizaron durante la conquista de otros pueblos y una urna funeraria de alabastro blanco donde se depositaban cenizas de guerreros. También hay representaciones de ofrendas a dios de la guerra y objetos relacionados con los sacrificios que realizaban los mexicas a sus dioses, como el cuchillo técpatl; además de objetos y símbolos de la muerte, como el Aiaz Izompanlli.</p>		
<p>La guerra representaba una actividad vital dentro de la vida cultural del mexica, basta considerar que el principal adoratorio de Tenochtitlán, Templo Mayor, estaba consagrado a la guerra. En este adoratorio se realizaban sacrificios humanos, sobre una piedra diseñada para la inhumación a los guerreros que habían caído prisioneros en la guerra.</p>		
<p>El pueblo mexica plasmo por medio del arte muchos de los acontecimientos de la vida y la muerte, sobre todo el culto y el ritual a la muerte constituyó un eje primordial en la plástica mexica.</p>		



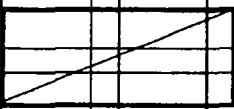
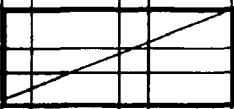
Layout de la página 3, correspondiente a la Sala 2 «Ritual y Sacrificio».

En cambio aquí utilizamos la retícula compuesta, involucrando columnas dobles y columnas de 5 módulos.

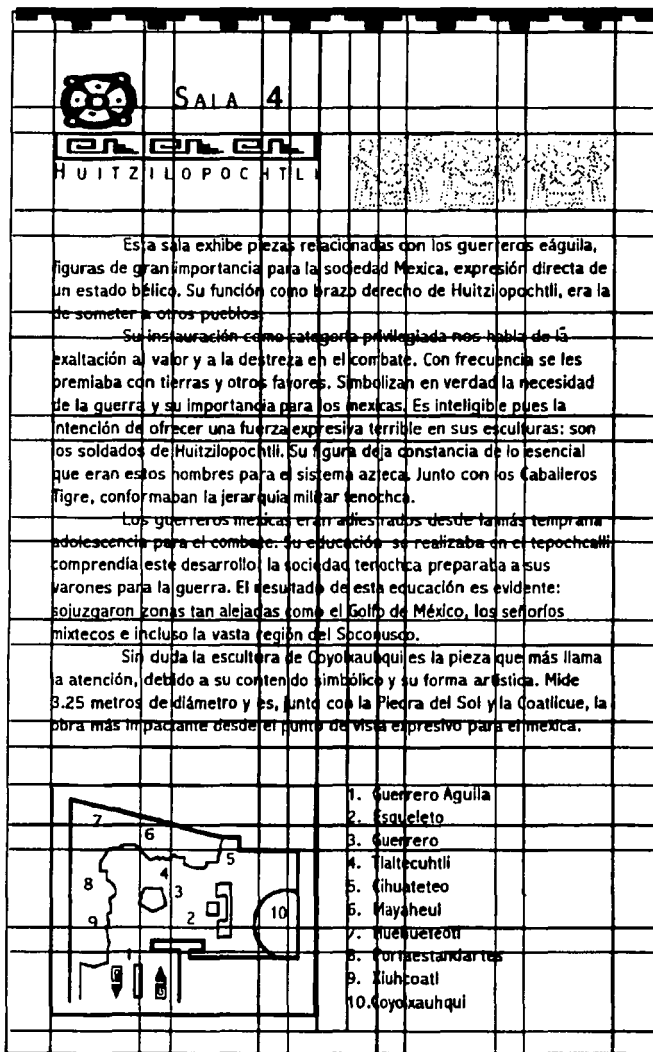
 SALA 3 COMERCIO Y TRIBUTO	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obsidiana 2. Alabastro 3. Penates mixtecos 4. Jade, turquesa y oro 5. Concha 6. Máscaras y figuras 7. Ofrenda 19 8. Objetos teotihuacanos 9. Cerámica 10. Brasero
<p>Estas dos relevantes actividades son representadas a lo largo de esta sala donde se muestra la capacidad de control económico - militar que ejercía el pueblo mexica sobre las regiones vecinas.</p> <p>La fuerza económica, política y militar del poderío azteca radicaba en gran parte a la guerra, a través de la cual conseguían a sus pueblos vecinos obligándolos a pagar tributo, incluso que era ofrecido a sus dios Huitzilopochtli; así era como obtenían materiales y objetos que no se conocían en el lugar donde los mexicas estaban asentados; la guerra desde el punto de vista económico era definitiva para el sostenimiento de Tenochtitlán. Al momento de la conquista española más de 370 pueblos estaban bajo el control de los aztecas, los mexicas además tenían el control sobre las principales rutas de comercio de la región. Sin duda alguna el comercio era la segunda actividad de mayor importancia para esta cultura, ya que sus comerciantes no sólo llevaban a cabo actividades de intercambio de mercancías, sino también de espionaje, para mantener supervisados a los tributarios.</p> <p>Principalmente se exhiben objetos realizados en diferentes materiales típicos de las regiones donde los mexicas ejercían su influencia, tales como las Costas del Pacífico y del Golfo, Guerrero, Oaxaca, Puebla e Hidalgo.</p>	

Layout de la página 4, correspondiente a la Sala 3 «Comercio y Tributo».



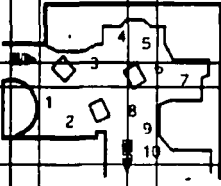
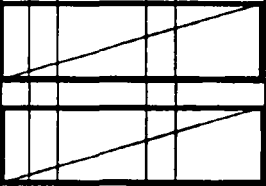
El movimiento que le proporcionamos a la publicación hace que la lectura sea más dinámica y fácil de registrar en la mente del lector.

ZONA ARQUEOLÓGICA											
<p>Templo Mayor es el lugar de mayor sacralidad, símbolo representativo del poderío mexica.</p> <p>La plataforma general donde se asienta el templo representa el nivel terrestre, las escalinatas que conducen a la parte superior, representan el nivel celeste, análogo del Omeyócan, "el tercer cielo", el lugar donde residía la dualidad. En la cúspide se hallan los dos adoratorios los cuales representan, uno el terrero de Coatepec donde reside el dios de la guerra, Huitzilopochtli (sur) y el otro representa al Tonacatépetl, lugar donde reside Tláloc (norte), dios de la lluvia. A través del choque de estos dos templos, es que se llegaba al nivel de inframundo llamado Mictlán.</p> <p>Esos dos dioses estaban vinculados a las creencias y fundamentos de la vida mexica: Tláloc como agua, lluvia, fertilidad y la agricultura. Huitzilopochtli como guerra, sacrificio y tributo. Esta dualidad reúne a dos divinidades contrarias una de vida y otra de muerte, pero alrededor de cuyo eje circundaba la subsistencia de este pueblo.</p> <p>El Templo Mayor es resultado de siete etapas constructivas. Esto ocurrió por varias razones, a medida que cambiaba la visión del mundo de los mexicas, la inestabilidad del terreno, las constantes inundaciones y los nuevos gobernantes, también cambiaba el simbolismo y la fisonomía del edificio. Por esta razón en el gran santuario hay más de un contenido interpretativo.</p>											
<p>Agradecemos el apoyo de las siguientes Instituciones para la creación de este folleto:</p>											
 <p>ASOCIACIÓN DE AMIGOS DEL TEMPLO MAYOR A.C.</p>											
											
<p>Diseño: Lourdes Paulina Madrigal Briones Enero 2001</p>											

Layout de la página 5,
correspondiente a la Zona
Arqueológica.





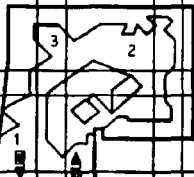


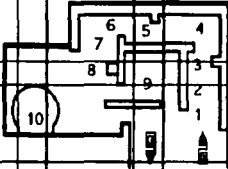
Layout de la página 6,
correspondiente a la Sala 4
«Huitzilopochtli».

		SALA 5	
			
<p>En esta sala se exhibe lo relacionado al culto del dios del agua Tláloc: la vida, la fertilidad y la agricultura.</p>			
<p>Existen diferentes representaciones o elementos asociados al dios del agua entre los que encontramos la vasija de Tláloc, "la jarra que arroja el agua a la tierra", símbolo de la fertilidad. Cabe señalar que Tláloc es la deidad que más se representa dentro de los objetos del Templo Mayor, es además uno de los dioses con mayor y mejor iconografía. En su rostro se aprecian habitualmente las anteojeras que son en realidad serpientes, la nariz en escada que es parte de los mismos ofidios; su gran boca sobresale su lengua bifida y lleva grandes orejas cuadradas con un pendiente.</p>		<p>1. Cbac-mool 2. Reproducción Mural 3. Ofrenda 41 4. Representaciones Tláloc 5. Caracol 6. Ranas 7. Tláloc 8. Vasija Tláloc 9. Tláloc superpuestos 10. Rosta estándar 11. Ollas Tláloc</p>	
<p>Otras manifestaciones relacionadas con Tlaloc son las pequeñas esculturas de los Tlalocues y la escultura monolítica del Caracol, símbolo de la fertilidad, donde se unió volumen y ritmo para lograr el movimiento constante y eterno representando al agua.</p>			



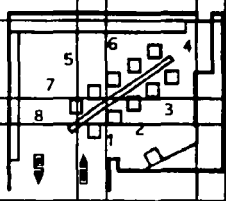
Layout de la página 7,
correspondiente a la Sala 5
«Tláloc».

Página no. 7

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

 <p>SALA 6</p>		
 <p>FLORA Y FAUNA</p>		<p>Aquí el visitante puede apreciar la manera como el Mexica utilizaba los diferentes elementos de la flora y la fauna a su alcance. Su uso en alimentación, en ofrendas, vestido, instrumentos de caza, de agricultura, simbolismo y representación escultórica.</p>
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrenda 23 2. Especies animales 3. Simbolismo de algunos animales
 <p>SALA 7</p>		
 <p>AGRICULTURA</p>		
<p>En esta sala se expone la importancia de la producción agrícola en la vida de los mexicas, como se desarrollaba, además de las deidades relacionadas con la agricultura como forma de subsistencia. El medio lacustre proporcionó en un principio la base de su alimentación, a partir de que el islote se fue transformando, se construyeron chinampas y calzadas que lo comunicaban con tierra firme. También fue creado un sistema hidráulico que permitió controlar y aprovechar las aguas en beneficio de su economía.</p>		
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Braseiro Tláloc 2. Lago de Texcoco 3. Huehca de México 4. Dioses agrarios 5. Calendario agrícola 6. Principales cultivos 7. Instrumentos de cultivo 8. Sistema de chinampas 9. Mercado de Tlalelolo 10. Coylixauhqui

Layout de la página 8, correspondiente a la Sala 6 «Flora y fauna» y a la Sala / «Agricultura».

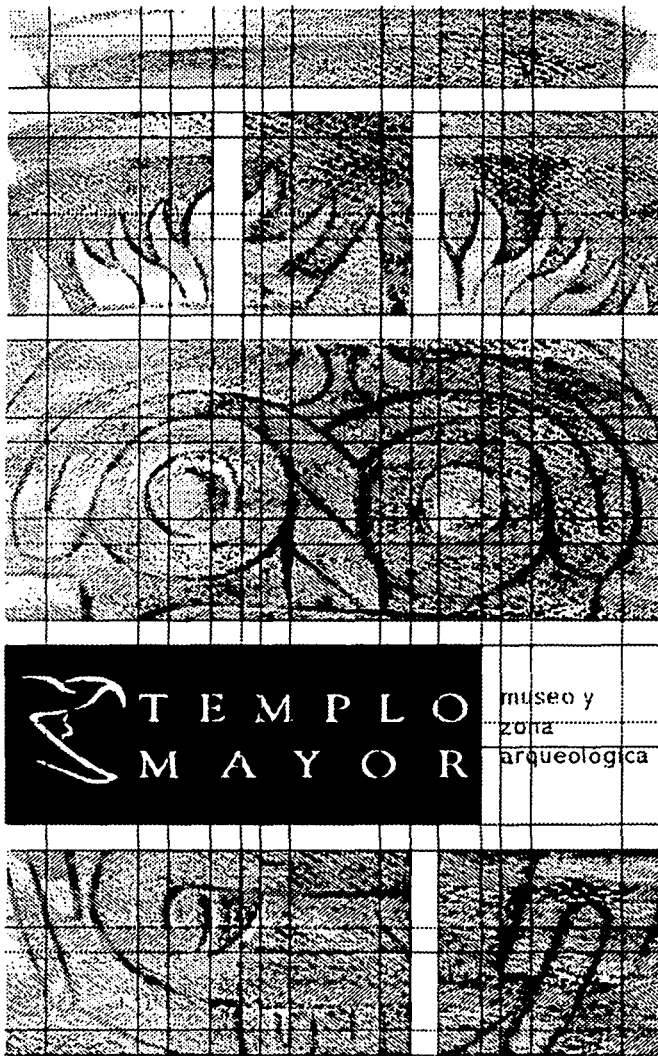
		SALA 8
		
ARQUEOLOGÍA	HISTÓRICA	
<p>La última sala del museo está dedicada a la conquista y la importancia evidente de este acontecimiento para el destino del pueblo mexicano. Con la llegada de los españoles dieron comienzo a dos tipos de conquista: la militar y la ideológica para dar comienzo al mestizaje.</p> <p>La conquista estuvo determinada por dos circunstancias: la diferencia de armamento y tácticas bélicas, pero sobre todo por las alianzas contraindígenas entre los españoles y varios de los pueblos que eran tributarios de los mexicas.</p> <p>Después del triunfo de las armas españolas sobre el mexica, acaecido el 13 de agosto de 1519, continúa la conquista espiritual, convirtiendo a este pueblo al catolicismo.</p> <p>El Templo Mayor y los demás edificios del recinto ceremonial, fueron destruidos. Los restos arqueológicos fueron encontrados y que hoy se aprecian en la sala, corresponden a etapas más antiguas, y por lo tanto de menor antigüedad que permanecieron ocultas bajo los nuevos edificios coloniales.</p> <p>Al no quedar traza del sitio donde se encontraba el gran Teocalli, se dio paso a múltiples especulaciones, logrando así lo que el conquistador quería: no dejar huella al indígena vencido de todo aquello que consideraba el Centro del Universo, pero a pesar de la brutal destrucción no se pudo acabar con la presencia de aquel mundo, que sigue vigente hasta nuestros días, del mestizaje surgen nuevas obras que se plasman en la cerámica y arquitectura, en la expresión de un pueblo que se negó a morir.</p>		
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Talcuhtli 2. Base de columna colonial 3. Columnas coloniales 4. Escudos coloniales 5. Fragmento de piedra 6. Cerámica 7. Tejido de oro 8. Escudos Coloniales

Layout de la página 9,
correspondiente a la Sala 8
«Arqueología Histórica».

Página no. 9

119

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Layout de la página 10,
correspondiente a la Portada
de la publicación.

Página no. 10

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

PROPUESTAS DE COLOR

«El color está cargado de información y es una de las experiencias visuales más penetrantes que todos tenemos en común, constituyendo así una valiosa fuente de comunicación visual.»(2)

Una vez definido el layout del impreso se procede a determinar el color del mismo, que debe apoyar la el concepto, lo que se quiere representar, plasmar o señalar en el impreso. «Si tenemos en cuenta que la percepción del color es la parte simple más emotiva del proceso visual, ya que tiene gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual» (3), en este caso la información contenida en la publicación.

Hay que recordar que dentro de las limitaciones de este proyecto se encontraba el presupuesto de producción del mismo; dado lo cual la propuesta inicial en cuanto al color es la de utilizar únicamente dos tintas para su impresión. Esto además presentará un reto mayor al tratar de hacer este un impreso atractivo visualmente con menos opciones de color.

En la página siguiente tenemos muestras de varias combinaciones de tintas en tonos terracotas, arenas,

naranjas porque estos nos remiten a los conceptos de tierra, arqueología, naturaleza, esto, para demostrar como es que se comportan cada una de las opciones.

En el caso no. 1 utilizamos una tinta negra para la pleca superior y el texto, además de una tinta roja para las ilustraciones en marca de agua, sobre un fondo en color arena. Las tintas compiten entre si dificultando la lectura en donde se intercalan las dos, por lo que no se recomienda utilizar esta opción.

En el caso no. 2 combinamos la tinta negra pero esta vez solamente para el texto, la pleca y las ilustraciones tienen una tinta anaranjada y como es mas tenue el color del fondo, un tono beige, se puede leer perfectamente las galeras de texto, por lo que resulta una combinación ideal y atractiva a la vista.

En el caso no. 3 tenemos sobre el mismo fondo beige la combinación de 3 tintas un terracota para la pleca, rojo para el texto y naranja para los ilustraciones, pero tenemos problema de legibilidad en el texto, además de que tres tintas elevan el costo del tiraje.

En el caso no. 4 utilizamos únicamente una

tinta el negro, con una variante en saturación para obtener una tinta gris que señala las marcas de agua, el fondo color oliva es más oscuro por lo que en conjunto podría parecer mas pesado y quizá fatigue al lector.

En el caso no. 5 tenemos tinta roja para el texto y oro para la pleca, pero la tinta roja dificulta la lectura, probablemente lo mas conveniente será utilizar tinta negra para el texto.

En el caso 6 es la tipografía se pierde totalmente en el fondo, hace difícil la concentración en la lectura, así que mejor sería utilizar un fondo claro que no compita con los elementos gráficos y tipográficos de la página.

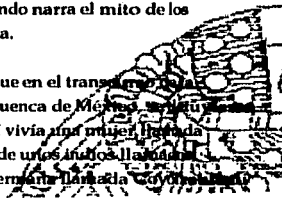
(2) D.A. Dondis, *La sintaxis de la imagen*, pp. 64

(3) D.A. Dondis *La sintaxis de la imagen*, pp. 69



Para comprender el mundo mexicano
relata la lucha entre
Coyote y el dios Quetzalcoatl.
El mito narra el mito de los
dioses.

En el transcurso de la
historia de México, se detuvieron
vivió una mujer llamada
Coyolxauhqui, hermana
de los dioses.

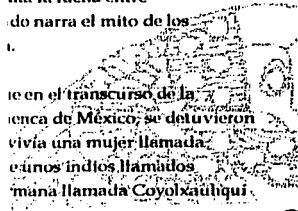


①



Para comprender el mundo mexicano
relata la lucha entre
Coyote y el dios Quetzalcoatl.
El mito narra el mito de los
dioses.

En el transcurso de la
historia de México, se detuvieron
vivió una mujer llamada
Coyolxauhqui, hermana
de los dioses.

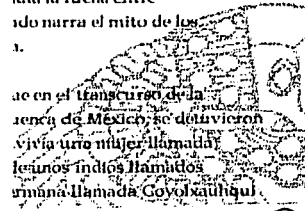


②



Para comprender el mundo mexicano
relata la lucha entre
Coyote y el dios Quetzalcoatl.
El mito narra el mito de los
dioses.

En el transcurso de la
historia de México, se detuvieron
vivió una mujer llamada
Coyolxauhqui, hermana
de los dioses.



③



④



Esta sala da al visitante
visión general de cómo y en dónde
fundó Tenochtitlán. Muestra un
panorama de la peregrinación del último grupo
de nahuas y su asentamiento en el lago de
Texcoco, donde en 1325 fundaron la ciudad.
Después de haber encontrado la señal
de la aguja posada sobre un nopal devorando
una serpiente. En este lugar construyeron
el Templo Mayor.

Es así como el Templo Mayor



⑤



⑥

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



La primera propuesta esta conformada con tinta negra para todo el texto y un color amarillo-ocre (Pantone 6-1 CVS), esto debido a que el papel que seleccionamos tiene tonos arenas, como simulando una superficie de textura rugosa y el color amarillo ocre.

Aunque el resultado final no es tan llamativo, es legible.

SALA 1

DE LA COATLICUE AL TEMPLO MAYOR

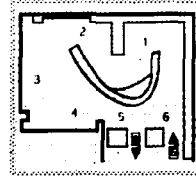
El museo está dividido en dos secciones tal y como lo vemos en el Templo. Las salas del lado sur corresponden al análisis del adoratorio de Huitzilopochtli, en tanto que las del lado norte atañen a lo relacionado con Tláloc. El recorrido que vamos a emprender a través del arte antiguo no sólo se refiere a las expresiones aztecas, sino que, también, incluye las manifestaciones de varios pueblos y regiones que rendían tributo a Tenochtitlán cuyos objetos vinieron a parar al Templo Mayor. Centro del mundo, corazón del universo mexica, en él también tiene cabida las obras del enemigo, que vencido, debe entregar al pueblo del sol, sus obras y sus hombres en honor del temido Huitzilopochtli. Lugar de gloria

1. Peregrinación
2. Fundación de Tenochtitlán
3. Objetos más antiguos
4. Ollas del lado Tláloc
5. Templo Mayor
6. Aguila Cuauhtlicalli

Esta sala da al visitante una visión general de cómo y en dónde se fundó Tenochtitlán. Muestra un panorama de la peregrinación del último grupo nahua y su asentamiento en el lago de Texcoco, desde en 1325 fundan la ciudad. Después de haber encontrado la señal, un águila posada sobre en nopal devorando una serpiente. En este lugar construyen el Templo Mayor.

Es así como el Templo Mayor reúne dos puntos fundamentales en la vida mexica, por un lado el gran mito de la fundación de Tenochtitlán y por otro, representa el eje alrededor del cual se funda el centro ceremonial más importante de esta cultura.

Además se exhiben trabajos de investigación de Leopoldo Bares y Manuel Gamio, quien determinó correctamente el lugar de su localización.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La segunda propuesta esta conformada con tinta negra para todo el texto y un color berengena (Pantone 158-3 CVS), que resalta perfectamente los grafismos de la página, haciendola armónica, además de que mantiene la legibilidad necesaria, en conjunto estos colores atraen al lector y complementan el colorido final para este diseño.

SALA 1



DE LA COATLICUE AL TEMPLO MAYOR

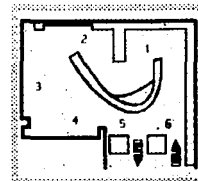
El museo está dividido en dos secciones tal y como lo vemos en el Templo. Las salas del lado sur corresponden al análisis del adoratorio de Huitzilopochtli, en tanto que las del lado norte atañen a lo relacionado con Tláloc. El recorrido que vamos a emprender a través del arte antiguo no sólo se refiere a las expresiones aztecas, sino que, también, incluye las manifestaciones de varios pueblos y regiones que rendían tributo a Tenochtlán cuyos objetos vinieron a parar al Templo Mayor. Centro del mundo, corazón del universo mexicana, en él también tiene cabida las obras del enemigo, que vencido, debe entregar al pueblo del sol, sus obras y sus hombres en honor del temido Huitzilopochtli. Lugar de gloria

1. Peregrinación
2. Fundación de Tenochtlán
3. Objetos más antiguos
4. Ollas del lado Tláloc
5. Templo Mayor
6. Águila Cuauhtlicalli

Esta sala da al visitante una visión general de cómo y en dónde se fundó Tenochtlán. Muestra un panorama de la peregrinación del último grupo nahua y su asentamiento en el lago de Texcoco, donde en 1325 fundan la ciudad. Después de haber encontrado la señal, un águila posada sobre un nopal devorando una serpiente. En este lugar construyeron el Templo Mayor.

Es así como el Templo Mayor reúne dos puntos fundamentales en la vida mexicana, por un lado el gran mito de la fundación de Tenochtlán y por otro, representa el eje alrededor del cual se funda el centro ceremonial más importante de esta cultura.

Además se exhiben trabajos de investigación de Leopoldo Bares y Manuel Gamio, quien determinó correctamente el lugar de su localización.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INTRODUCCION

El muro de referencia para comprender el mundo desde el reino humano en dos niveles. Uno que cubra la forma (el *Politecnico* y *Cybernetica*) y el segundo que el mundo de los *Abogados*, equivalentes del otro de la vida.

El primer nivel describe que en el momento de la representación de los actores hacia la Cultura de México, se destacan en el *Colegio* "arras de serpiente", así como una mejor *Temple* "la tierra", que era madre de una buena *Temple* con *Temple* "el mundo" una buena *Temple* "el mundo" y el *Colegio* en el mundo.

En el momento de la representación de los actores hacia la Cultura de México, se destacan en el *Colegio* "arras de serpiente", así como una mejor *Temple* "la tierra", que era madre de una buena *Temple* con *Temple* "el mundo" una buena *Temple* "el mundo" y el *Colegio* en el mundo.

En el momento de la representación de los actores hacia la Cultura de México, se destacan en el *Colegio* "arras de serpiente", así como una mejor *Temple* "la tierra", que era madre de una buena *Temple* con *Temple* "el mundo" una buena *Temple* "el mundo" y el *Colegio* en el mundo.

El segundo nivel describe que en el momento de la representación de los actores hacia la Cultura de México, se destacan en el *Colegio* "arras de serpiente", así como una mejor *Temple* "la tierra", que era madre de una buena *Temple* con *Temple* "el mundo" una buena *Temple* "el mundo" y el *Colegio* en el mundo.

El tercer nivel describe que en el momento de la representación de los actores hacia la Cultura de México, se destacan en el *Colegio* "arras de serpiente", así como una mejor *Temple* "la tierra", que era madre de una buena *Temple* con *Temple* "el mundo" una buena *Temple* "el mundo" y el *Colegio* en el mundo.

SALA 1
CULTURA
AL TIEMPO

El muro de referencia para comprender el mundo desde el reino humano en dos niveles. Uno que cubra la forma (el *Politecnico* y *Cybernetica*) y el segundo que el mundo de los *Abogados*, equivalentes del otro de la vida.

1. Percepción
2. Función de los actores
3. Operar más actores
4. Clima del todo *Temple*
5. *Temple* *Temple* *Temple*
6. *Temple* *Temple*

SALA 2
CULTURA
RITUAL Y SAGRIFICIO

El muro de referencia para comprender el mundo desde el reino humano en dos niveles. Uno que cubra la forma (el *Politecnico* y *Cybernetica*) y el segundo que el mundo de los *Abogados*, equivalentes del otro de la vida.

1. *Temple*
2. *Temple*
3. *Temple*
4. *Temple*
5. *Temple*
6. *Temple*

SALA 3
CULTURA
COMERCIO Y TIEMPO

El muro de referencia para comprender el mundo desde el reino humano en dos niveles. Uno que cubra la forma (el *Politecnico* y *Cybernetica*) y el segundo que el mundo de los *Abogados*, equivalentes del otro de la vida.

1. *Temple*
2. *Temple*
3. *Temple*
4. *Temple*
5. *Temple*
6. *Temple*

ZONA ARQUITECTONICA

El muro de referencia para comprender el mundo desde el reino humano en dos niveles. Uno que cubra la forma (el *Politecnico* y *Cybernetica*) y el segundo que el mundo de los *Abogados*, equivalentes del otro de la vida.

El muro de referencia para comprender el mundo desde el reino humano en dos niveles. Uno que cubra la forma (el *Politecnico* y *Cybernetica*) y el segundo que el mundo de los *Abogados*, equivalentes del otro de la vida.

Organización del grupo de los siguientes institutos:

INAH **Temple** **mar**

Sección No. 2
C.A. Centro
C.P. 60000, Pabellón B.1

México
México y México
500 x 1000

México
México y México
500 x 1000

SALA 4
AGRICULTURA
AGRICULTURA

En esta sala sobre piezas relacionadas con las guerreras Aguilas. Repite de gran importancia para la sociedad incaica, la expresion directa de un estado bélico. Su función como brasa derecha de Huallabambal, era la de conducir a otras partes. Se destacaban como el espíritu privilegiado para hablar de la cualidad al agua y a la distancia en el combate. Con frecuencia se les permitía con Huetas y Huetas. Cambian en un nivel de necesidad de la guerra y se preparaban para los combates. La inteligencia para la invasión de otros una fuerza expresiva fuerte en sus escalones: son las salidas de Huallabambal. Se sigue de la constante de la sociedad que eran otros nombres para el Huetas. Junto con los Caballeros, Huetas, controlaban la producción de la tierra. Los guerreros muertos eran adorados desde la más temprana adolescencia para el combate. Se educaban se recibían en el hospital de la guerra en este estado. La sociedad incaica preparaba a sus guerreros para la guerra. El resultado de esta educación es evidente: sujetos que fueron los soldados como el Estado de México, los señores señores en la zona región del Suramérica.

Seguramente la cultura de Copalimbal es la pieza que más importante, debido a su contenido simbólico y a las formas artísticas. Huetas 2.25 metros de alto y se junta con la Piedad del Sol y la Cruz, una de las obras más importantes desde el punto de vista representativo.



1. Guerrera Aguila
2. Espectro
3. Guerrero
4. Pájaros
5. Caballeros
6. Huetas
7. Huallabambal
8. Huallabambal
9. Huallabambal
10. Copalimbal

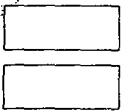
SALA 5
AGRICULTURA
AGRICULTURA

En esta sala se exhibe el relacionado el culto del agua del agua Tláhuic, la vida, la fertilidad y la agricultura.

Se describen representaciones o elementos simbólicos al agua entre los que encontramos el templo de Tláhuic, la tierra que el agua o la tierra, símbolo de la fertilidad. Cabe señalar que Tláhuic es la entidad que más se representa dentro de los objetos del Templo Mayor, es símbolo de los dioses con más fuerza simbólica. En la zona se aprecian habilitaciones (los canales) que son un símbolo importante, la tierra que el agua es parte de los canales, se gran boca símbolo de la fertilidad y una gran boca símbolo de la fertilidad y una gran boca símbolo de la fertilidad y una gran boca símbolo de la fertilidad.



3. Cruz azul
2. Representación Huetas
4. Cruz azul
5. Cruz azul
6. Cruz azul
7. Cruz azul
8. Cruz azul
9. Cruz azul
10. Cruz azul
11. Cruz azul



Con respecto a canales relacionados con Tláhuic son las pequeñas esculturas de los Dioses y la escultura monumental del Corral, símbolo de la fertilidad, donde se utilizó el agua para lograr el máximo rendimiento y eterno representación del agua.

SALA 6
AGRICULTURA
AGRICULTURA

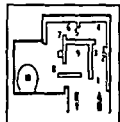
Aquí el visitante puede apreciar la muestra sobre el Huetas y la fertilidad de la tierra y la fertilidad de la tierra. Se ven en representación, en un cuadro, escena, representaciones, símbolos y representaciones simbólicas.



1. Cruz azul
2. Cruz azul
3. Cruz azul

SALA 7
AGRICULTURA
AGRICULTURA

Esta sala expone la importancia de la producción agrícola en la zona del pueblo incaico, como se describe, símbolo de las actividades relacionadas con la agricultura como forma de subsistencia.



1. Cruz azul
2. Cruz azul
3. Cruz azul
4. Cruz azul
5. Cruz azul
6. Cruz azul
7. Cruz azul
8. Cruz azul
9. Cruz azul
10. Cruz azul

El medio agrícola propiciando un un principio la base de su alimentación, a partir de que el agua se fue transformando, se convirtió en canales y tal como se la comunicación con Huetas y la tierra. También se creó un sistema hidráulico lo que permitió como una y representó los signos en beneficio de la sociedad.

SALA 8
AGRICULTURA
AGRICULTURA

La última sala del museo está dedicada a la agricultura y la importancia económica de esta actividad para el pueblo incaico. Con la ayuda de los especialistas, describen condiciones a las aguas de la zona y la fertilidad.

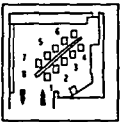
La agricultura estuvo determinada por dos circunstancias: la diferencia de terreno y las condiciones, para saber todo por las actividades relacionadas con los canales y puentes de las partes que eran importantes de las zonas.

Después del templo, las obras más importantes son en esta sala se describe el 2 de agosto de 1942, simbolizando la agricultura, concretamente a este punto de la zona agrícola.

El templo Mayor y los canales del sistema ceremonial, fueron de gran importancia. Las representaciones simbólicas fueron un símbolo y que hoy se agrupan en la zona, la producción y las representaciones de agua más importantes, y por lo tanto de gran importancia.

Al ser que el agua es un símbolo, se convirtió en un gran símbolo, se dio paso a símbolos, representando, luego todo lo que el campesinado agrícola se dio fuerza al indígena incaico de todo aquello que simboliza el agua y el terreno.

A pesar de la brevedad de esta sala se puede decir con la presencia de estas obras, que sigue siendo una muestra de ellas.



1. Cruz azul
2. Cruz azul
3. Cruz azul
4. Cruz azul
5. Cruz azul
6. Cruz azul
7. Cruz azul



Imagen y zona arqueológica

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

PRESUPUESTO PARA PROYECTO

Resumamos todas las características del proyecto que definirán el total de costo de su producción.

1. La propuesta para este caso es imprimir un primer tiraje de 5,000 ejemplares para la guía de visita.

2. La superficie total del formato que vamos a utilizar es de 55 x 21 cms.

3. Necesitamos dos juegos de negativos (frente y reverso) para imprimir a 2 tintas. Más un duotono para la impresión de la portada. El costo es por cm².

4. El costo por pliego del papel que seleccionamos es de \$3.70 con IVA incluido.

5. Además de la impresión hay que determinar el costo del suaje y el dobléz de cada ejemplar.

6. Debemos considerar un margen de error por parte de la máquina impresora y calcular que del total del papel requerido para realizar 5,000 necesitaremos un 5% más de papel.

Concepto	Precio Unitario	Precio 5,000 ejemplares
Negativos y duotono	(un solo juego)	329.70
Impresión, Suaje y Doblez	1.25	6,250.00
Papel	1.85	11,100.00
TOTAL	3.16	17,679.70
TOTAL CON IVA	3.63	20,331.65

PATROCINIOS PARA PROYECTO

La propuesta que desde un principio realizamos al cliente, el Museo Templo Mayor para concretar este proyecto, fue la de buscar patrocinadores que estuvieran a cargo de los gastos de producción, a cambio de una mención inserta en la publicación, esto es, que su logotipo aparezca impreso dentro de las guías de visita del museo, con un agradecimiento a su colaboración.

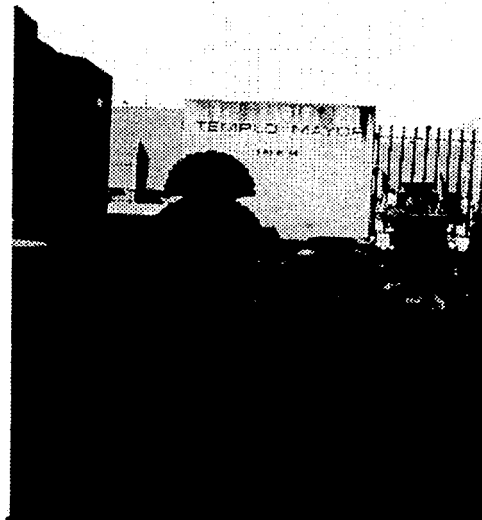
Para este fin hemos designado 4 espacios dentro de la guía, 2 en la parte posterior, contraportada y dos internos en la página 7, o bien la que corresponde a la Sala 5 del museo, señalados por medio de recuadros dentro del original mecánico. Teniendo estos espacios plena visibilidad para ser captados por quien este leyendo la guía del museo.

De modo que para cubrir los gastos se propone ofrecer 2 patrocinios equivalentes a \$10,000.00 cuyos logotipos corresponderían a la parte posterior del folleto, ya que aquí tendrían mayor visibilidad. Y dos patrocinios internos equivalentes a \$5,000.00. De modo que también quedaría cubierta la reimpresión del folleto, para los siguientes seis meses o en cuanto se termine de entregar en el museo la primera impresión y

dependiendo de la demanda que esta nueva guía obtenga.

Se invitó a participar a las siguientes empresas, las cuales harían las siguientes aportaciones:

Grupo Vitro	\$10,000.00
Telmex	\$10,000.00
Ipsograph	\$5,000.00
Smurfit Cartón y Papel de México	\$5,000.00



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

9. CONCLUSIONES

CONCLUSIONES DEL PROYECTO

Al concluir este proyecto se logró presentar una solución que satisface ampliamente los requerimientos del problema que inicialmente fue planteado.

Cabe señalar que la investigación realizada puede dar pie a la creación de más objetos de diseño, pero para fines de presentar esta tesis decidimos argumentar el desarrollo de solo un diseño, el de la guía de visita; ya que el propósito de esta tesis fue demostrar que si se sigue una metodología dentro de una fase conceptual y una fase creativa de diseño es casi imposible que el desarrollo nos

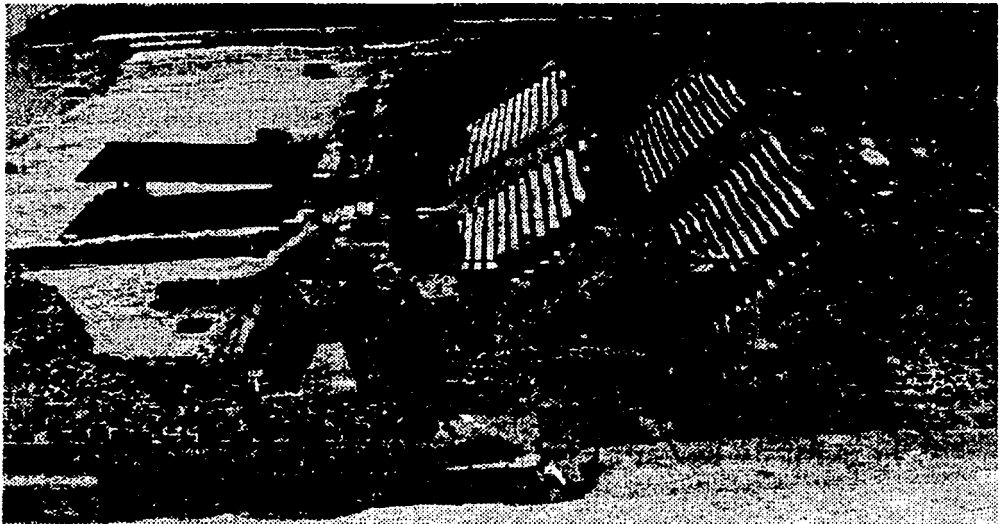
conduzca a un resultado negativo.

La solución que se presenta puede ser mejorable, ya que todo diseño es perfectible, pero si tomamos en cuenta que este diseño cumple con los objetivos trazados en el proyecto resulta completamente válido y utilizable.

Cualquier proyecto puede tener más de una solución, esto dependerá del gusto del cliente, de su presupuesto para crearlo y producirlo, todo esto claramente influenciado por los conocimientos del diseñador

encargado del proyecto y los gustos del cliente.

El objetivo primordial de esta tesis no era el de comparar diseños hasta encontrar el mejor posible, sino demostrar que a través de la metodología y conocimientos aprendidos durante la carrera se pueden hallar soluciones factibles, prácticas y 100 % útiles. Los cuales deben estar sustentados conceptualmente. «Diseños creativos con una razón de ser».



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Acuarela: medio pictórico en el que el pigmento es mezclado con agua y tiene calidades de transparencia.

Altar tzompantli: muro mexica decorado con cráneos humanos, máxima expresión de la muerte, indicaba rumbo hacia el Mictlán.

Bocetos: apuntes iniciales previos al arte final, no tan detallados, pero que sugieren el grafismo de un trabajo impreso.

Caballero Aguila: guerrero que pertenecía a la nobleza mexica.

Caja Alta, letras mayúsculas de un tipo o rótulo.

Caja Baja, letras minúsculas, en oposición a las mayúsculas.

Cian, tonalidad azul utilizada en el proceso a cuatro colores.

Concepto, idea subyacente al programa o instrucciones de un diseño gráfico, que forma la base a partir de la cual se comenzará a crear.

Coyolxauhqui: escultura monumental de la diosa desmembrada y decapitada, hermana de Huitzilopochtli.

Cuchillo técpatl: cuchillo de sacrificios sacralizado convertido en deidad.

Glifo: ó representación glífica, indica el sistema cronológico mexica, permite conocer el año al que pertenecen las diferentes etapas del Templo Mayor.

Gouache: variante opaca de la acuarela, obtenida mediante la adición de yeso precipitado al pigmento y aglutinando ambos componentes con goma arábica.

Marcas de corte: señales que identifican dentro del original mecánico donde se puede y debe cortar y recortar una página.

Marcas de registro: se realizan sobre el original mecánico para garantizar que la imagen quede en el lugar exacto cuando se superpone durante la reproducción.

Magenta: tonalidad de la tinta roja utilizada en el proceso a cuatro colores.

Mictlán: región mexica de los muertos.

Negativo: película fotográfica procesada para fijar un tono invertido o una imagen en color, a partir de la cual se

puede obtener una copia positiva.

Pigmento: sustancia mineral, vegetal o sintética que es el agente colorante de todos los medios.

Pruebas de impresión: las que se sacan antes de la tirada real y permiten al impresor y al diseñador realizar cualquier corrección de color, tono ó composición.

Retoque: término que alude principalmente a la corrección a alteración de fotografías.

Separación de color: proceso mediante el cual un original multicolor de tono continuo se divide a través de filtros fotográficos en los colores del proceso cuatricromático para su reproducción.

Tono continuo: se aplica a la imagen de un original que abarca una gama de matices completa del oscuro al claro.

Tira de la Peregrinación: también llamado Códice Boturini es un documento histórico dibujado sobre papel en forma de biombo y que describe gráficamente el transcurso de los mexicas hasta el Valle de México.

Balmori, Santos, 1997, *Aura Mesura, La composición en las artes plásticas*, Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 9-31

Bridgewater, Peter, 1986, *Introducción al Diseño Gráfico*, pp. 70-91

Carrasco, David, 1998, *Centro y Periferia en el Templo Mayor*, artículo de la revista *Arqueología Mexicana*, pp. 42-51

Collier, Advid & Cotton Rob, *Designing for desktop Publishing*, Headline

Cook, Alton & Fleury, Robert, 1991, *Type and Color*, Gustavo Gili, pp. 9-25

Corona, David, 1995, *Tesis: Manual de Impresión para Diseñadores, Gráficos*, UIA, pp. 1-15

Davis, Graham, 1994, *Ideas Creativas para realizar los mejores layouts*, Blume, 7-23

Dondis D.A. 1973, *La sintaxis de la imagen*, Gustavo Gili,

Enciso, Jorge, 1953, *Design Motifs of ancient Mexico*, Dover

Fioravanti, Giorgio, 1985, *Diseño y Reproducción*, Gustavo Gili

Ghyka, Matilda C. *El número de Oro en los Ritmos*,

González, Miriam, 1996, *Manual para redactar un folleto*, tesis UIA, p.8

Hurlburt, Allen, 1978, *The Grid*, Van Nostrand Reinhold, pp. 9-26

March, Marion, *Tipografía Creativa*, Gustavo Gili

Matos, Eduardo, 1988, *Obras Maestras del Templo Mayor*, Fundación Universo Veintiuno A.C., Fondo Cultural Banamex

---, 1996, *Guía Oficial Templo Mayor*, INAH-Salvat

Muñoz Juan Carlos, 1992, *Una Visita al Templo Mayor*, Salvat

Pochteca, 1999, *Sistemas de Impresión*, artículo del boletín Informativo para la Industria de las artes Gráficas, Grupo Pochteca

Renfrew, Colin, 1998, *El Proyecto Templo Mayor*, artículo de la revista *Arqueología Mexicana*, pp. 6-11

Swann, Alan, 1990, *Bases del Diseño Gráfico*, Gustavo Gili

Swann, Alan, 1990, *Como diseñar retículas*, Gustavo Gili

Tosto, Pablo, *La composición en las artes Plásticas*,