

Identidad Corporativa y Señalización de espacios públicos urbanos:

Propuesta de identidad corporativa
y señalización para la Presa Santa Catarina
del municipio de Uruapan, Michoacán.



Universidad Don Vasco
incorporada a la
Universidad Nacional Autónoma de México

escuela de
diseño y
comunicación
VISUAL

Tesis profesional que para obtener el título de
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

Presenta

Jacquelin Pulido Pérez

Asesor

L.D.G. Minerva Galván Espinosa

Uruapan, Mich. Mayo de 2006



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.

Índice

Índice



Título

Introducción

Planteamiento del problema / objetivos

1.- Uruapan	5
1.1- Uruapan del Progreso	
2.- Áreas de esparcimiento	11
2.1- Definición	
2.2- Tipos de áreas de esparcimiento	
2.3- Importancia	
2.4- Las áreas de esparcimiento en Uruapan	
3.- La presa de Santa Catarina	19
3.1- Antecedentes	
3.2- La Presa	
3.3- Servicios y beneficios	
3.4- Reglamento	
3.5- Situación actual	
4.- Marco teórico	32
4.1- Diseño y comunicación visual	
4.2- Historia del diseño	
4.3- Áreas del diseño	
4.4- Identidad corporativa	
4.5- Señalización	
4.6- Diseño publicitario	
4.7- Metodología del diseño	
5.- Lo que se ha hecho	51
6.- Análisis de necesidades (brief)	55
7.- Proceso de diseño	60
8.- Propuesta de Solución	73
8.1- Manual de identidad corporativa	
8.1.1- Aplicaciones	
8.1.2- Publicidad	
8.2- Señalización	
8.2.1- Señalización Interna	
8.2.2- Señalización Externa	
9.-Conclusiones.....	111
10.-Bibliografía.....	113

Introducción

Introducción



Hablar del amplio campo de trabajo del diseñador es reafirmar su importancia en la vida diaria. Desde que nos despertamos somos bombardeados con mensajes visuales: televisión, periódico, cine, revistas... En los últimos años, gracias al avance de la tecnología, el trabajo del diseñador y comunicador visual llega a más personas, en el momento preciso y de forma correcta.

Vivimos en un mundo lleno de productos y servicios, siendo éstos la base del mercado. El trabajo del diseñador logra expresar, por medio de la imagen, sentimientos y emociones que ayudan a marcar diferencias con la competencia.

Es necesario que los lugares de reunión tengan una buena imagen; ésta es la cualidad que marca la diferencia respecto de la competencia y también favorece el buen uso de sus servicios.

Por este motivo, en estas hojas se muestra la necesidad de trabajar con la presa de Santa Catarina/Caltzonzin, la cual carece de imagen y no se conocen los servicios que ofrece.

En el capítulo 1 y 2 se investigó acerca de Uruapan del Progreso y de importancia de las diversas áreas recreativas en la vida de las personas. El capítulo 3 contiene toda la información detallada de la presa Santa Catarina y gráficas de algunas encuestas que se realizaron para poder fundamentar el proyecto. En los siguientes capítulos se habla de los que es el diseño y comunicación visual y en cuales de sus áreas nos apoyamos para resolver el problema de la presa Santa Catarina.

Concluimos con nuestra propuesta de diseño en el capítulo 8 donde se le dio una imagen estética como base para formar una identidad corporativa y así poder hacer uso de los mejores medios de publicidad. Se trabajó con la señalización externa para facilitar la llegada al lugar y con la señalización interna para que la estancia del mismo sea mucho más placentera y se pueda conocer los servicios que ofrece, recordando que todo esto ayudará a dar a conocer la importancia de un lugar turístico y recreativo principalmente para el municipio y sus alrededores.



Planteamiento del problema

Planteamiento del problema

La presa de Santa Catarina, también llamada de Caltzontzín, perteneciente al municipio de Uruapan, en el Estado de Michoacán, es un lugar que ofrece áreas verdes y diversas actividades recreativas (como pesca y remo) por lo que constituye una buena opción para ser visitada por toda la familia.

El municipio de Uruapan es grande, pues tiene 137 centros de población; sin embargo, cuenta con pocos lugares recreativos; de los que existen, algunos acaparan a la mayoría de la gente mientras que de otros no se conocen las diferentes actividades que ofrecen, tal es el caso de la presa, sobre todo a raíz de su remodelación.

Tratando de identificar la situación real del lugar, se aplicó un cuestionario a 30 personas, en noviembre de 2004. Mediante él, se supo que el 85 % de las personas encuestadas conocen que el lugar existe, pero el 70% desconoce sus servicios; esto puede deberse a que carece de una imagen y a la falta de publicidad. La situación afecta directamente a los responsables del lugar, los campesinos que forman la URDERAL (Unidad de Riego para el Desarrollo Rural Santa Bárbara), quienes cobran por ingresar al lugar, con el fin de solventar los gastos que se tienen. Es importante destacar que estas personas ayudan al mantenimiento y cuidado de la presa, así como, indirectamente, a beneficiar a la población de Uruapan, porque lugares como éste ayudan a la proyección turística nacional e internacional del municipio.

Es importante que se conozcan los servicios que ofrece la presa, para que las familias uruapenses y los visitantes tengan más lugares para practicar actividades recreativas que fomenten la convivencia familiar, o bien nuevos espacios para conocer durante su visita a esta localidad.

Objetivos

Objetivos



General

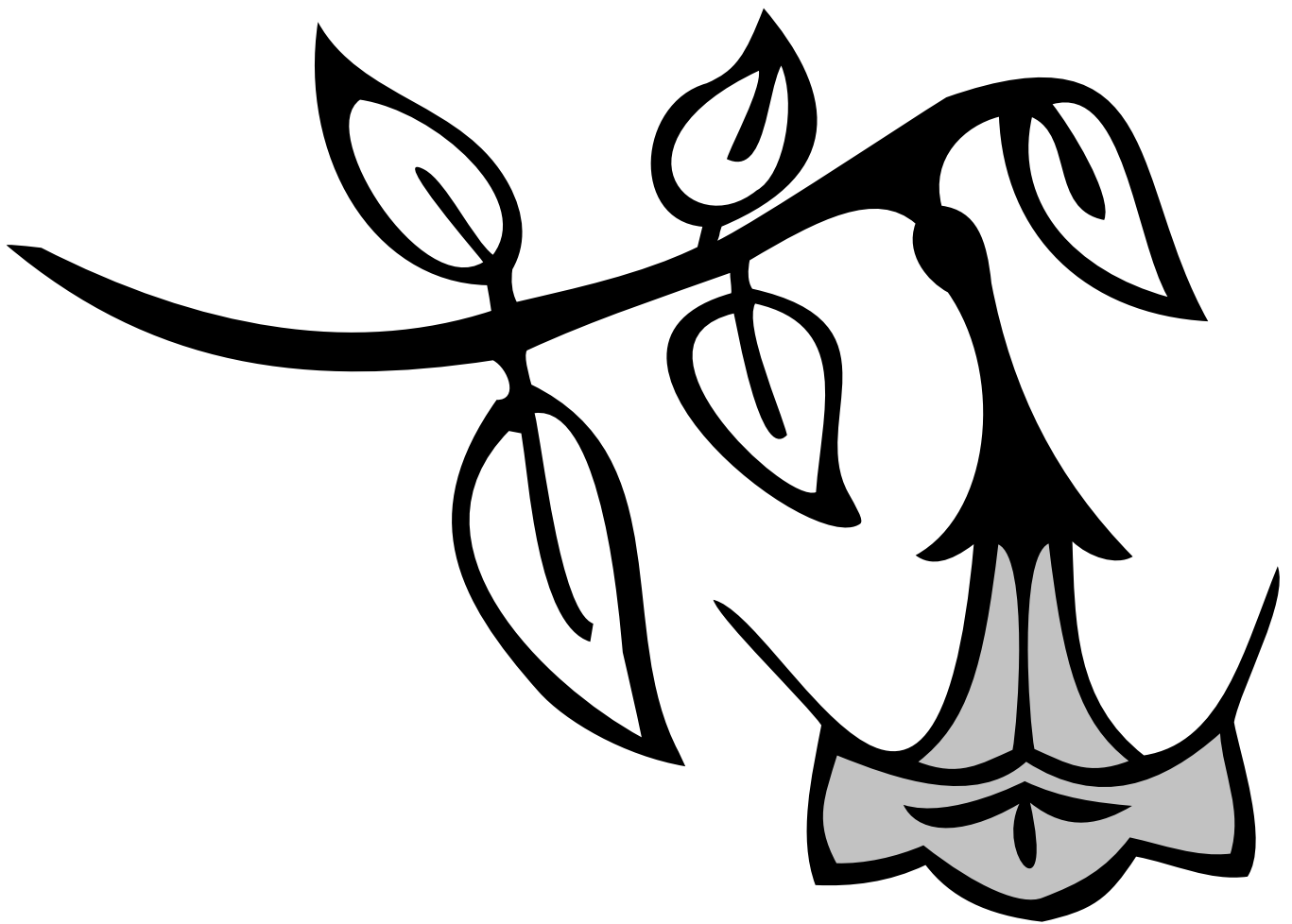
Lograr que la presa de Santa Catarina tenga una imagen y sea reconocida no sólo por las personas del municipio, sino también en los alrededores; que se conozca lo que tiene y lo que ofrece para identificar el lugar como un verdadero recurso natural y, así mismo, lograr darle una proyección turística.

Específico

*Generar la identidad corporativa para dar a conocer y promover los diferentes servicios que ofrece el lugar.

*Dar a conocer la nueva imagen del lugar, mostrando la importancia como atracción turística para el municipio.

*Realizar la señalización del lugar, para que la estancia sea más placentera y se haga mejor uso de sus servicios.



Capítulo I

Uruapan
Uzuapan

Uruapan del Progreso



La ciudad de Uruapan del Progreso, es la segunda más poblada del territorio michoacano.

Algunos autores creen que fue originalmente habitado por chichimecas y, posteriormente, por tarascos. Oficialmente fue fundada por los españoles entre 1530 y 1540, con el antiguo nombre de Villa San Francisco Uruapan, siendo su principal fundador Fray Juan de San Miguel.

El día 28 de noviembre de 1858, el gobierno de Michoacán a cargo del Gral. Epitacio Huerta decreta a este municipio el nombre de "Uruapan del Progreso", nombre que se conserva hasta la fecha.



Antigua estación del tren

El municipio de Uruapan se localiza en la parte centro oeste del estado. La ciudad de Uruapan del Progreso, cabecera del mismo y su localidad más importante, se encuentra en el centro de dicho municipio, un poco más hacia el sur. La ciudad se asienta a 1634 m. sobre el nivel del mar, en las estribaciones de la Sierra Volcánica Transversal. Al norte se localiza el Cerro de la Charanda; al noroeste, las Lomas de Costo o Meseta de los Magueyes y los Cerros de Charangüiran; al Noroeste, el Cerro de la Cruz y al Suroeste se encuentra la Serranía de Tancitaro y el pico del mismo nombre.

En su parte oeste y sur está rodeada por el Río Cupatitzio, que tiene su origen en la propia ciudad, en un manantial denominado la Rodilla del Diablo. Este río constituye su principal abastecimiento de agua.





Kiosco de la Plaza Morelos

Su aspecto actual y su gran movimiento comercial y de turismo marcan la importancia de la ciudad de Uruapan del Progreso, ubicándola como la segunda más importante del estado.

En la parte central más antigua de la ciudad algunos de los escasos edificios coloniales existentes, como son la Catedral y la Capilla de Santo Sepulcro o Fray Juan de San Miguel (La Inmaculada), anexa a la Huatápera.

El clima es semicálido, con temperatura media anual de 19°C la temperatura media del mes más frío (enero) es, de 12.5°C y la del mes más calido (mayo) de 24°C.

De la aglomeración de chozas, sin plan ni orden alguno del pueblo tarasco primitivo, no queda nada. La traza original la realizó Fray Juan de San Miguel con un sistema general de calles en retícula, orientadas de norte a sur y de este a oeste, traza que aún puede apreciarse.

Todos los barrios que fundó Fray Juan tenían Santo Patrono, con su capilla y su escuela. Eran, en cierta manera, comunidades autónomas que permitían mantener su identidad clánica y con sus propias costumbres. El pueblo se dividió en los siguientes barrios: comenzando por el norte y dando vuelta como las manecillas del reloj: San Juan Bautista, San Francisco, La Magdalena, San Juan Evagenlista, San Pedro, Santiago, La Trinidad en el centro del poblado, el cual desapareció, y los Reyes que se conoce hoy como los Riyitos.



Templo de La Inmaculada
Concepción de María



En cuanto a su arquitectura civil; La Plaza de los Mártires, se encuentra frente al templo de San Francisco, en 1893 se eligió un monumento para honrar la memoria de los mártires de Uruapan, sacrificados por las armas imperialistas y en la arquitectura religiosa; Cuenta con varias plazas típicas y con algunas capillas interesantes, como las que quedan en los antiguos barrios indígenas que guardan valiosas imágenes hechas de caña como la de La Magdalena (s.XVI).

Sus principales Artesanías son conocidas internacionalmente por el uso de la técnica del "maque" para hacer jícaras y bateas algunas de las cuales logran ser verdaderas obras de arte. También se producen bellas mantas de rico calado.

En Uruapan del Progreso existe un parque natural llamado "Parque Nacional Eduardo Ruiz" donde nace el río Cupatitzio el cual forma a su paso preciosas caídas de agua como la de El Gólgota y Flor de Lluvia y 10 km. después de la ciudad, la famosa cascada de la Tzaráracua.

En el centro de la ciudad está un importante museo de artesanías conocido como La Huatapera, lugar que originalmente fue asiento de la junta de caciques indígenas del pueblo.

En distintos puntos de la ciudad se encuentran pinturas importantes como de Alfredo Zalce en la escuela Manuel Ocaranza, y el mural de Manuel Pérez Coronado.



La Huatapera



Uruapan es famoso por su tradicional tianguis artesanal de Domingo de ramos ya que cada año se viste de gala este día por la fiesta de los artesanos, que muestran a los visitantes las virtudes de nuestros pueblos, cuyas raíces son tan profundas para mostrarse al mundo. Así podemos admirarlo en las actividades realizadas durante el tianguis artesanal como son: desfile artesanal, concurso artesanal, concurso y desfile de traje regional, muestra gastronómica y desfile de aguadoras. Es considerado el tianguis artesanal más importante de Latinoamérica y se encuentra entre los mas importantes del mundo, actualmente se reúnen mas de 1200 artesanos de todo el estado de Michoacán exponiendo más de un millón de piezas artesanales (tales como alfarería, maque, lacas, textiles, fibras vegetales, instrumentos musicales, talla de madera, cobre etcétera), durante el periodo de semana santa.





Uruapan se encuentra muy bien comunicada con muchas localidades importantes del municipio y del estado por carreteras pavimentadas o revestidas.

Por las características que la localidad presenta en infraestructura y servicios puede considerarse a Uruapan como una ciudad urbanizada.

Uruapan se ha venido colocando como la segunda ciudad más importante en la economía del estado, atrás de Morelia.

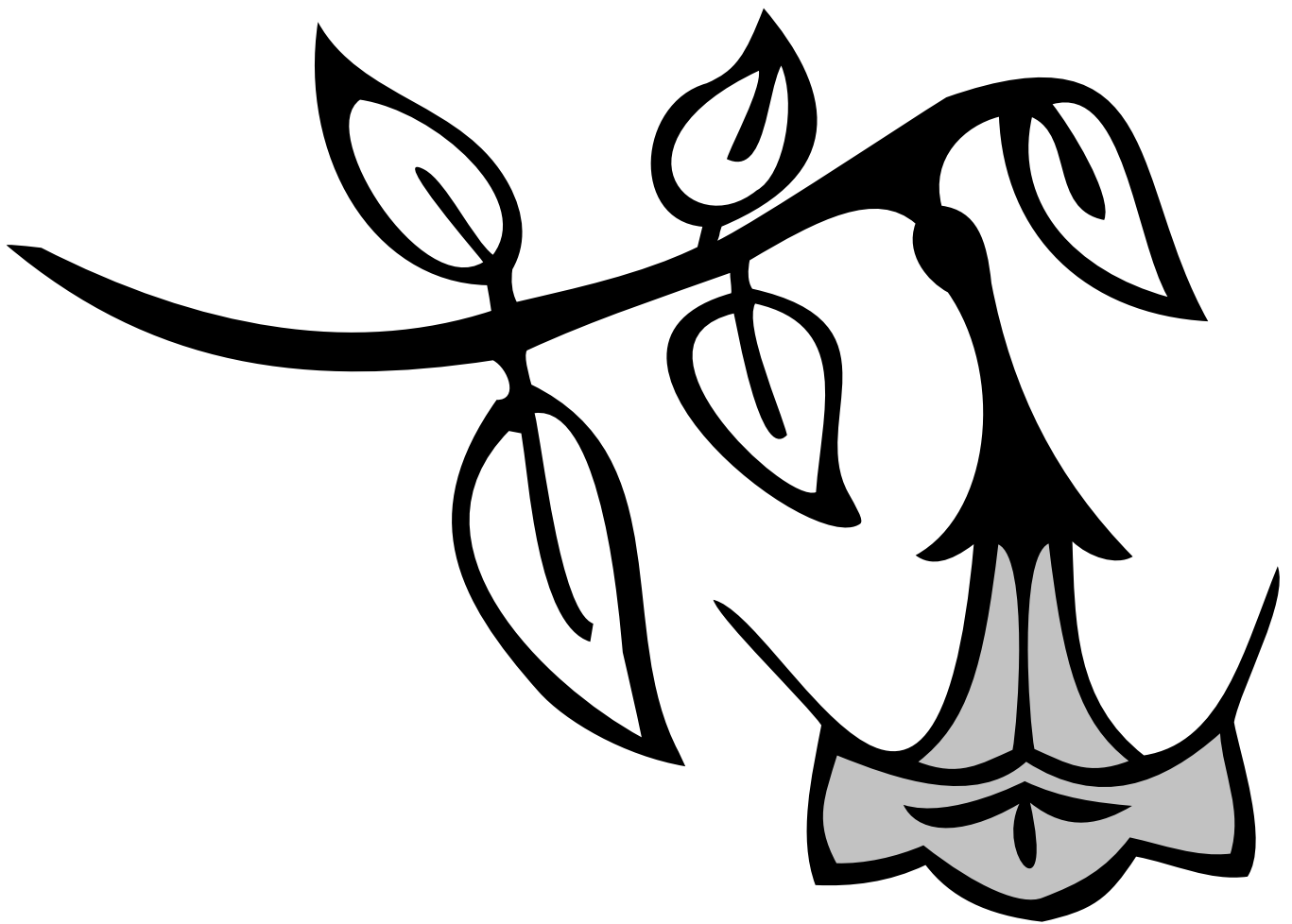
Gracias a su localización territorial se ha convertido durante mucho tiempo en un centro comercial rector importante de toda la región circunvecina a éste; ya que para poder desplazarse de comunidades y municipios vecinos hacia la capital, tierra caliente o meseta tarasca, se debe llegar a Uruapan.

Se considera centro de acopio y punto intermedio de la salida y entrada de productos de procedencia nacional y de exportación; además de una gran cantidad de insumos industriales para la agricultura comercial; así como de bienes y servicios que la región no produce y necesita.

Su población registrada hasta el censo del 2000 es de 265,211 habitantes de los cuales 127,415 son hombres y 137,796 son mujeres, Uruapan representa el 6.67% de la población total del estado (datos tomados por el INEGI).



Plaza actual



Capítulo 2

Áreas de esparcimiento
Áreas de esparcimiento

Definición



Las áreas de esparcimiento son espacios seleccionados para hacer actividades que rompan con lo cotidiano; se caracteriza por ayudar a la convivencia familiar o de amigos. Estas áreas pueden tener diversos elementos, muchas veces relacionados con la naturaleza (como agua, áreas verdes, animales etc.), o bien cosas creadas por el hombre (como juegos, albercas, cenadores etc.).



En las civilizaciones griega y romana había espacios al aire libre cuyos orígenes venían de antiguo: el mercado, el gimnasio para los atletas y los lugares sagrados para enterramientos.

Desde el siglo XIX, los parques y centros de recreo pasaron a ser una industria de importancia, con numerosas instalaciones en las ciudades, condados, estados y regiones.

Dentro de un sistema convencional, las unidades de centros de recreo se clasifican conforme a su tamaño y distribución.

Las áreas de esparcimiento pueden permitirse en instalaciones recreativas como hoteles y restaurantes. Aunque en estas áreas están en vigor estrictas normas de calificación del terreno para preservar el entorno natural, hay que reconocer que el gran número de personas que utilizan las áreas de esparcimiento tendrá inevitablemente que cuidar el medio ambiente.



Coliseo romano

Tipos de áreas de esparcimiento

Tipos de áreas de esparcimiento



A nivel de estructura de las construcciones, se agruparon en cinco grandes apartados:

- **Parques Urbanos.-** De extensión variable y ámbito municipal, aunque con influencia en municipios colindantes.
- **Parques Metropolitanos.-** Generalmente de gran extensión y ámbito e influencia supramunicipales.
- **Áreas verdes.-** De extensión variable, de situación en valle o a media montaña y ámbito e influencia supramunicipales.
- **Los pequeños enclaves.-** Generalmente de pequeña extensión y de interés lúdico local.
- **Paseos peatonales e itinerarios paisajísticos.-** De diferente longitud y todos de gran valor paisajístico.



Parque urbano



Área de esparcimiento



Paseos peateonales

Importancia

Importancia



Familia actual

Wayne Williams (pedagogo) observó que se puede deducir que existe una necesidad de distraerse y no de recuperarse, y que la mayoría de las personas precisan y perseguían un esparcimiento estimulante y activo que conlleva una participación llena de contenido, especialmente a los niños, con distintas actividades para que puedan sentirse como en recreo.

La experimentación enseña que para la normal orientación e, incluso, el equilibrio mental del ser humano, es imprescindible variar los estímulos del entorno físico, donde desarrolle una estructura que facilite el cumplimiento de necesidades individuales y no que provoque conflictos sociales.

Lo ideal es que los entornos inciten a la gente a reunirse para un fin común de manera grata, tal sería los grupos de asentamientos en los parques públicos.

Hablar de los lugares recreativos es, sin duda alguna, hablar de diversión, la cual es cualquier actividad agradable que sirva de descanso, ya que no es obligatoria e interrumpe el trabajo habitual. Divertirse es bueno y necesario, pues el hombre necesita algún descanso para reparar fuerzas físicas y mentales, y no hay mejor lugar que uno donde pueda desarrollar actividades recreativas con su familia.

“Familia es un conjunto de personas que viven bajo el mismo techo, subordinados a un superior común, unidos por los vínculos que se derivan inmediatamente de la ley natural”

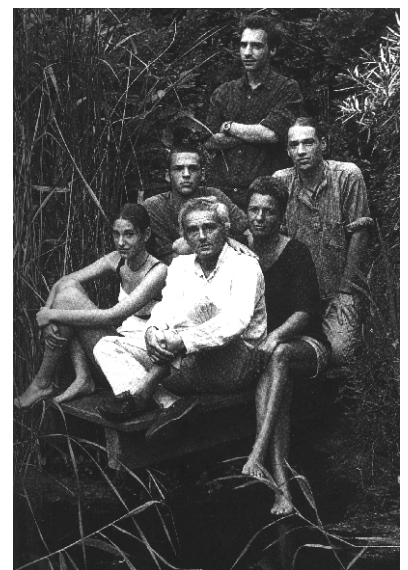
Rodríguez de Zepeda (doctor en filosofía política)

A partir de los años cincuentas del siglo XX, aparece un fenómeno apreciable; las familias extensas, compuestas por abuelos, tíos, nietos, primos e incluso personas sin lazos de sangre, fueron apareciendo en núcleos familiares más reducidos, compuestos ahora por uno o dos adultos con un número limitado de hijos.

Los padres pueden estimular a sus hijos por medio de actividades en el tiempo libre, si éstos cumplen con sus tareas familiares.

Cada vez más niños y adolescentes están solos; sus padres trabajan más tiempo para poder satisfacer mejor sus necesidades.

Los niños necesitan de sus padres para desarrollarse intelectual, emocional, social y moralmente; un niño necesita siempre la participación en alguna actividad recreativa con una o más personas con las cuales pueda desarrollar un vínculo fuerte.



Familia grande



Para prevenir el desarrollo de personalidades dependientes, inmaduras y agresivas, es necesario que los niños cuenten con una atención eficaz de los padres. Esta atención implica un tiempo de dedicación que muchos padres tienen dificultad para encontrar; los mejores tiempos son los libres y ayudan más si hacemos alguna actividad recreativa fuera de casa.

La familia es el lugar donde se construye la identidad individual y social de las personas. De ahí su importancia para la organización social y para la psicología de los individuos. La socialización, como configuración inicial del ser humano, se hace en familia. Conociendo la importancia de la familia, se invita a que ésta fomente la convivencia, ya que el mundo en el que vivimos es cada vez más individualista. Es importante buscar actividades recreativas que nos permitan seguir creciendo en los valores humanos.

El valor de la sana diversión consiste en saber elegir actividades que nos permitan sustituir nuestras labores cotidianas, por otras que requieren menor esfuerzo, sin descuidar nuestras obligaciones habituales, facilitando el desarrollo físico, intelectual y moral de las personas. Una buena diversión va mucho más allá de sentirse bien y cómodo: es saber dedicar el tiempo necesario e indispensable a cada actividad recreativa, sin caer en excesos. Al respecto ayuda a uno mismo porque descansar alivia la fatiga del corazón y la mente, para luego trabajar mejor, mejorar la formación personal, y aprender a desarrollar alguna habilidad. Respecto de los demás es útil, porque presta un servicio diferente del habitual y permite entablar nuevas amistades o mantenerlas.

Esto ayuda a evitar problemas familiares y a que, por medio de la convivencia, la familia se conozca y valore más. Incluso ayuda a que los hijos tengan un mejor desempeño en la escuela ya que, si se visita algún lugar natural los fines de semana, durante los días de clase los alumnos mejoran su desempeño y su aprendizaje es más completo.





El convivir con nuestro medio ambiente nos permite crecer humanamente y realizar algo positivo. Quien vive inmerso en un mundo agitado, se olvida de los demás. Por otra parte la imaginación, la vista, el gusto y el tacto descansan saliendo de lo cotidiano, recobrando ánimos para continuar con las labores habituales.

Son muchas las alternativas que proporcionan los lugares naturales y ayudan a seguir cultivando los valores: actividades al aire libre, deportes, juegos de mesa, eventos sociales y culturales, afición por alguna de las bellas artes: a través de ellas desarrollamos nuestras capacidades físicas e intelectuales y, dependiendo de su naturaleza, mejoramos nuestro sentimiento de la amistad y liderazgo, o la actitud de servicio y solidaridad.



Áreas de esparcimiento en Uruapan



Entre las principales se encuentra el parque Barranca del Río Cupatitzio, la Tzararacua, La Pinera y la presa; todas éstas con la característica en común de convivir directamente con la naturaleza.

Existen también diferentes balnearios, como; Villa Paraíso, Juntas del Cupatitzio, Cholinde y algunos en sus alrededores como; Caracha, Rincón de las Flores, Diverti-olas, etcétera.

Entre los servicios que ofrecen están: juegos, cenadores, áreas verdes, agua termal, y un muy agradable paisaje.

Parque Nacional "Barranca del Cupatitzio"
Comprende 19.8 Ha de área de recreación y 452 Ha de área de conservación; se encuentra ubicado dentro de la región de la cuenca del río Cupatitzio, en el extremo Centro Occidente del Estado de Michoacán. Es el segundo Parque más visitado de la República; se le conoce como Barranca del Cupatitzio, ya que es en este lugar donde nace el Río Cupatitzio. Dicho nombre proviene de la composición de dos vocablos del origen Purhépecha; *kupatzini* "zambullirse" e *itzio* " en el agua".



La Tzararacua

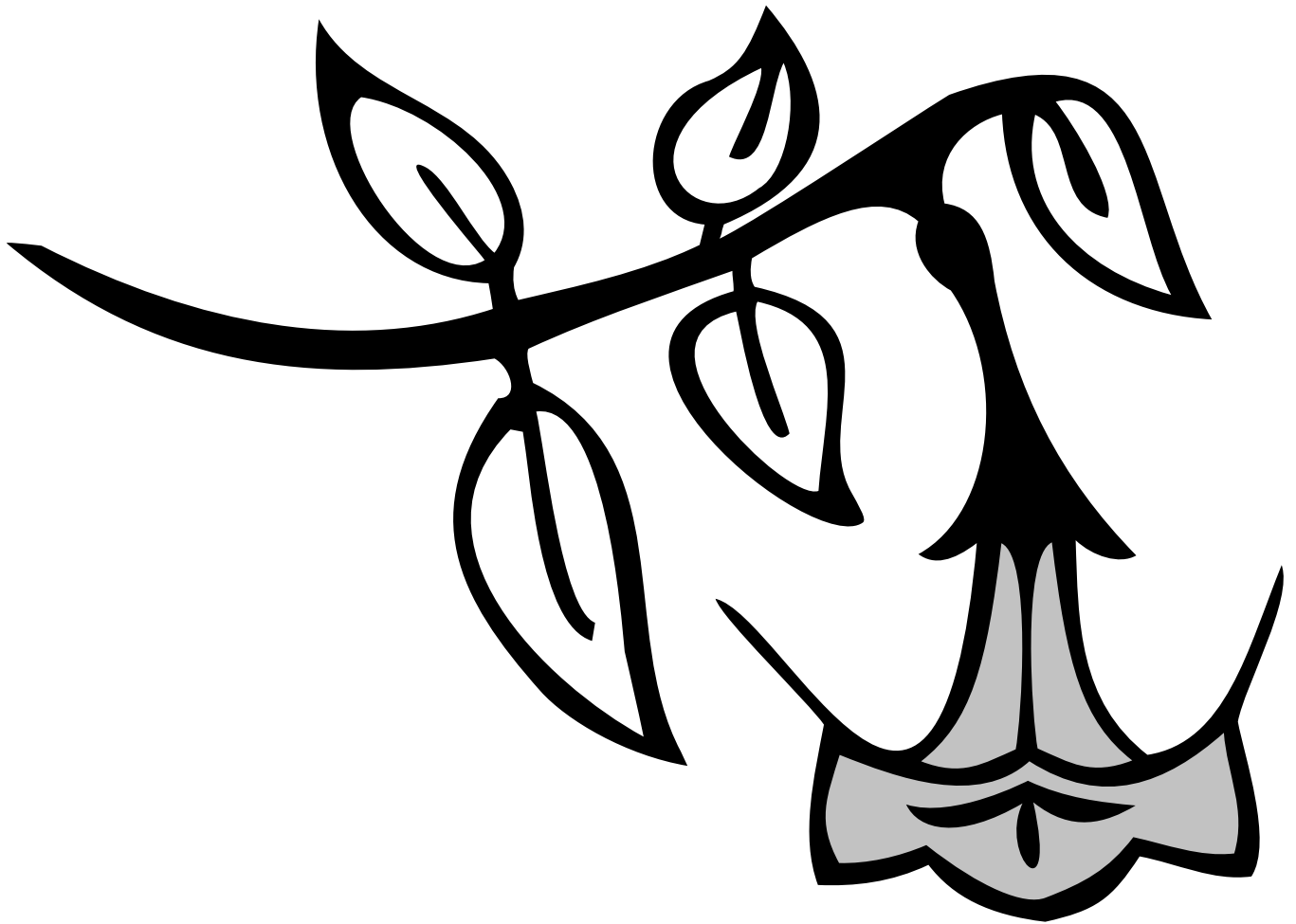
Se localiza a 10 km., al sur de Uruapan, cuenta con una impresionante cascada que tiene más de 40 m de altura. Su significado en Purhépecha es "cedazo". Rodeada de una gran variedad de flora, se puede llegar a ella a pie o dando un paseo a caballo.



La Pinera
Parque de convivencia familiar, se encuentra ubicado frente a Soriana, cuenta con 15 cenadores para servicio al público, baños, área de juegos infantiles, cancha de voli bol y basket bol. Su horario es de 7 de la mañana a 6 de la tarde.

Villa Paraíso
Se encuentra ubicado en la carretera a Taretán Km. 3.5, al lado de la Presa Santa Catarina. Los servicios con los que cuenta son: albercas, venta de alimentos y bebidas, áreas deportivas, área infantil, áreas verdes, campamento, estacionamiento, música, regaderas y sanitarios, salón de fiestas, tobogán acuático y vestidores.





Capítulo 3

La presa de Santa Catarina
La presa de Santa Catarina

Antecedentes



En 1990 Sacaron un camión de basura y lirio acuático para limpiar la presa.



18 Marzo de 1990: Grandes cantidades de botellas de cloro fueron sacadas para limpiar los manantiales.

“La contaminación del agua que tuvimos durante varios años ocasionaba muerte del ganado y la caída de los niveles de producción agrícola; ello nos obligó a organizarnos para lograr el saneamiento del río”.

Ildefonso Navarro, ejidatario y usuario del sistema de riego.

Más de cincuenta años de lucha por lograr contar con agua limpia para regar sus huertas y parcelas han llevado a la Unidad de Riego Santa Barbara a cuidar, limpiar, modificar el curso del Río Santa Barbara, construir un canal de aguas residuales alterno y lograr la instalación de una planta de tratamiento de aguas residuales, además de rescatar y preservar la presa Santa Catarina.

En forma natural se originó el manantial del Río Santa Bárbara. Los indígenas visitaban este lugar para lavar la ropa, bañarse y nadar. Incluso tomaban agua para llevarla al municipio de Caltzonzin, el cual se formó a partir del año de 1943, cuando se establecieron aquí por la aparición del volcán Paricutín, el cual les obligó a mudarse.

A medida que acudía mayor número de personas, tomó importancia el lugar por su utilidad. En consecuencia, los lugareños construyeron una cortina provisional para aumentar el espejo de agua, formándose con ello una pequeña presa. Esto motivó un incremento en la concurrencia de personas al lugar.

La falta de regulación gubernamental permitió que, a través de los años y como consecuencia el crecimiento de la población y la industria del municipio de Uruapan, la zona se viera afectada por la contaminación, merced a las descargas clandestinas de aguas negras y residuos químicos, afectando los poblados río abajo.

En el año de 1988, la contaminación del río Santa Bárbara, producto de las aguas residuales de una compañía papelera y una cartonera, además de las colonias aledañas, ocasionaban graves daños a los cultivos río abajo, incluso la muerte de algunos animales. La contaminación llegó incluso a la presa de Caltzonzin, apenas unos metros del manantial; ello orilló a los usuarios a unirse e iniciar la lucha por lograr tener agua limpia para el riego de sus cultivos.



3 Noviembre de 1990: La gente aún lavaba su ropa en la presa



Las primeras acciones

Inicialmente parecía que el río se convertía en dos, uno con agua limpia, el otro no. Ahí se canalizaban todas las descargas de aguas residuales, principalmente la de la papelera, que fue una de las que más daño causó. Más tarde, los usuarios concentraron su trabajo en la búsqueda de la construcción de una planta tratadora de aguas residuales. Para ese tiempo (entre 1990 y 1994) se manejaba la autorización por parte de la Comisión Nacional del Agua para la construcción de una planta para que permitiera sanear las aguas del Cupatitzio; sin embargo, la insistencia y el trabajo organizado de esta Unión de usuarios lograron que, a finales de 1995 y del periodo de gobierno del Lic. José Robledo Estrada, se decidiera la construcción de la planta en las inmediaciones del río Santa Barbara.



11 de Marzo de 1990

Por esas fechas también, constituidos en Patronato Pro-remodelación de la presa de Santa Catarina que presidió el ingeniero Vicente Torres Sánchez, y con apoyo de los gobiernos municipales y estatal, los lugareños lograron la rehabilitación total de la presa. Para ello pusieron la cortina y contención en los márgenes de la misma, y realizaron el desazolve y la limpieza total del lirio acuático, en esa fecha también decidieron ya no permitir el acceso a personas a lavar su ropa.

Aún cuando las acciones de mejoramiento de la presa de Caltzonzin continuaron por mucho tiempo más, hasta convertirla en un espacio totalmente saneado y protegido, éstas marcaron la pauta y la muestra de que, cuando se quiere lograr el beneficio de una comunidad, no hay imposibles.

La construcción del canal

En el año de 1994, la Unión de Usuarios logró la construcción de 315 metros de tubería de 48 pulgadas para la conducción de aguas blancas; para el siguiente año se revistieron 1100 metros lineales del canal, mientras que en 1996 se cubrieron 1200 metros lineales del canal, con ello se tuvo la seguridad de que cada vez más cultivos contaba con agua limpia para su riego. La obra de revestimiento contempla desde el perfilamiento del canal, desazolve, formación de cubeta y colado de concreto armado con electromalla, con metro y medio de plantilla, 2.80 metros de corona y 1.70 metros de tirante. Con ello, el canal contaba con la capacidad de 1,800 litros por segundo. La inversión tan sólo para estos 1200 metros fue un millón de pesos, más 500 toneladas de cemento aportadas por el gobierno del estado, y el trabajo de 140 personas durante 13 semanas.

Así, año con año, pequeños o largos tramos, la Unión de Usuarios ha logrado revestir a la fecha seis kilómetros y medio del canal, con lo cual en la actualidad se asegura el riego a más de 1450 hectáreas de huertas y parcelas.



El logro que se puede apreciar a simple vista, ahora para disfrute de los uruapenses, se encuentra abierto al público, a través del pago de una pequeña cuota que ayuda al mantenimiento. La presa Santa Catarina en la actualidad, es un cuerpo de agua limpia y cristalina, un bello escenario con vegetación circundante y un espacio de recreo familiar con jardines y cenadores.



Un trabajo permanente

Para la Unidad de Riego Santa Bárbara, el trabajo no terminó con lograr el agua limpia. Para el año 2002, nuevamente se construyó la cortina de la presa, se realizó el desazolve y se reconstruyó el andador; todo ello gracias al apoyo del gobierno del estado, a través de la SEDAGRO, con recursos del programa de empleo emergente.



A pesar de que la presa fue prácticamente rescatada en su totalidad, con el tiempo surgen nuevos riesgos y problemas que afectan su entorno y preservación, como es el caso de la construcción de la autopista a Morelia, el drenaje pluvial arrastra gran cantidad de azolve a la misma; por ello, parte de los trabajos que realizaron la Unión de Usuarios, es la introducción de un drenaje pluvial en la parte poniente de la presa, obra que se encuentra en construcción.

Además los usuarios, como cada año, realizan la limpieza y el mantenimiento del canal en los seis kilómetros de longitud del mismo, y la construcción del concreto de un ultimo tramo de 136 metros lineales.

Presión constante sobre el canal

En un recorrido por los más de seis kilómetros del canal de riego Santa Bárbara, acompañados por el ingeniero Vicente Torres, secretario de la Unidad de Riego, se comprobó la gran presión que tiene el canal por la contaminación propiciada por el crecimiento urbano en esta parte de la ciudad. Hace diez años no existían colonias al oriente del canal; hoy el crecimiento poblacional ya lo rebasó y la instalación de drenajes con sus consiguientes descargas al mismo lo ponen en gran riesgo. El crecimiento poblacional desordenado en esta zona de la ciudad ha llegado a la invasión de los terrenos considerados como el parque ecológico, y ya se ven construcciones en las márgenes del canal.





La planta tratadora

Diseñada para, en teoría, alimentar con aguas blancas el canal de riego Santa Bárbara, y así aumentar su caudal, la planta tratadora de agua residuales domésticas, es otro problema que merma su capacidad. Al no haber en Uruapan la separación de drenajes, domésticos, industriales y pluviales, el proceso biológico se ve afectado cuando llegan aguas a la planta con altos contenidos de residuos de aguas industriales, que matan la bacteria del proceso, caso contrario cuando es alto el porcentaje de aguas residuales.

Así pues, mientras que (por su diseño y especificaciones técnicas de mantenimiento) la planta debe estar en operación los 365 días del año, la realidad es que apenas la mitad de este tiempo produce agua tratada.



Situación actual

A la fecha, las acciones que encabezó durante 13 años el señor Silvestre Morales Paz, como presidente de la Unidad de riego Santa Bárbara, han rendido sus frutos: 1450 hectáreas de los ejidos San Francisco Uruapan, El Sabino, San Marcos, Rancho Seco y Lázaro Cárdenas son regados con aguas que garantizan la calidad de los cultivos, por ello, los ejidatarios de esta zona saben que mientras cuiden y luchan por preservar el agua tendrán buenos resultados. En esta zona predominan los cultivos de caña de azúcar y maíz, además de frutales como mango, mamey, litchi, guayaba y aguacate.



La presa

La presa



Uruapan tiene pocos lugares para toda la familia, donde se pueden desarrollar actividades diversas, que ofrezcan a la familia un fin de semana divertido, pero la presa de Santa Catarina, es un lugar recreativo que ayuda a la convivencia familiar ya que dentro del lugar se pueden desarrollar varias actividades como ejemplo jugar fútbol, actividades como remo y pesca, áreas verdes y cenadores.

Ofrece un paisaje muy acogedor, que brinda tranquilidad y ofrece espacios para caminar alrededor de la presa.

Se encargan de cuidar la presa solo 3 personas, las cuales siempre están al servicio de lo que se llegue a ofrecer.

A este lugar acuden entre 50 a 100 personas por semana y los fines de semana recibe a 20 familias regularmente y en temporada alta recibe de 200 a 400 personas.

De las tres hectáreas y media que posee, una y media la ocupa el depósito de agua.

Cuenta con tres cenadores grandes, con capacidad de 50 personas, también con sanitarios, una pequeña oficina y bodega.

Es importante mencionar que su suelo está siendo tratado para que ésta se convierta en una zona turística.



Imagen actual de la presa Santa Catarina



Servicios y beneficios

Servicios y beneficios

Entre los servicios que ofrece el lugar, uno de los principales son las áreas verdes, en donde se pueden practicar varios deportes.

La presa ofrece la práctica de deportes (como la pesca y la renta de lanchas) y personal capacitado para la asesoría en estas actividades. Se cuenta con varios cenadores, y éstos cuentan con asador para que las personas puedan preparar su comida. Tiene con servicio de sanitarios y el personal que trabaja en el lugar está al cuidado de las necesidades de las personas.

El lugar ofrece seguridad, ya que cuenta con cerca y sólo una entrada, lo que le permite al personal estar al pendiente de lo que las personas introducen al lugar. Tiene una pequeña tienda que sólo trabaja los fines de semana. Sus horarios son de 9 de la mañana a 5 ó 6 de la tarde; el horario que hay más gente es al medio día, y se abre todos los días, incluyendo los feriados.

Existe una ruta de transporte urbano llamado 12 de diciembre, que pasa justo por la puerta del lugar y está en servicio hasta las 8 de la noche.

En la presa se pueden realizar actividades, como cumpleaños, comidas familiares y visitas en grupos.

Como podemos comprobar, los beneficios que el lugar nos ofrece son muchos y es importante mencionar que no sólo adquirimos una estancia placentera: también como comunidad, el lugar nos brinda importantes bondades.



Beneficios para la comunidad

- Mayores oportunidades de recreación y esparcimiento de la población.
- Aumento de las fuentes de oxígeno, contribuyendo a mejorar la calidad del aire.
- Modificación benéfica del microclima de la región.
- Consolidación de áreas de conservación.
- Fomento de la educación ambiental para la población.
- Disfrute del lugar y de sus servicios.
- Agua limpia hacia los diferentes ejidos.

Beneficios económicos

- Generación y atracción de nuevas inversiones privadas al municipio.
- Creación de nuevas fuentes de empleo.
- Fomento de la actividad económica en beneficio del municipio.
- Mejor mantenimiento del lugar.
- Mayor protección del lugar.

Reglamento

Reglamento



El reglamento está diseñado para que sea más placentera la estancia en el lugar.

- No se permite la entrada al lugar con bebidas alcohólicas.
- No se puede entrar con mascotas (como perros, gatos, etcétera).
- No se permite meterse al agua ni sacar los chapos del agua.
- Se prohíbe cortar las flores, tirar basura en el agua y arrojar restos de comida o piedras, el uso de lanchas y balsas inflables particulares, el ingreso de motos, bicicletas, resorteras, rifles, o artefactos que dañen la fauna.

El horario en que está abierto al público va de 9 AM a 5 PM; el lugar abre todos los días.

Reglamento para el uso de las lanchas:

- Máximo cuatro personas por lancha; no subir personas en estado de ebriedad, permitido sólo subir y bajar en los muelles, no pegar las lanchas al andador.



Para cuidar el medio ambiente no se permite entrar con mascotas, ni bebidas alcohólicas



Situación actual

Situación actual

La presa ha logrado ser lo que es en este momento por medio de constantes esfuerzos. Actualmente, el mayor apoyo que se tiene es la cuota que se cobra por entrar al lugar, con la cual se solventan gastos para mantenimiento.

Mucha gente sabe que el lugar existe, pero no lo visita; tampoco conoce los servicios que ofrece; por esto muchas personas deciden visitar los mismos lugares naturales del municipio, pasando por alto la presa.

Es importante la convivencia familiar que en este lugar se puede dar por medio de juegos, día de campo y la naturaleza; todo un conjunto de factores que influyen para que las personas se sientan más relajadas y olviden un poco la rutina.

Por medio de una identidad corporativa se logra reflejar mucho más allá de lo que es la empresa y hacia dónde quiere llegar; al mismo tiempo, le da más confianza a la gente al ver el lugar más organizado y por medio de ésta los puede reconocer más fácil.

Son muchas las ventajas que se ofrecen con una buena imagen, como por ejemplo que la gente conozca mejor sus servicios y haga buen uso de ellos.

Dentro de la estancia de cualquier lugar, es muy importante la señalización ya que ésta te indica, te orienta o te afirma lo que puedes usar y lo que se prohíbe dentro de un lugar.

Es necesario diseñar la señalización de la presa de Santa Catarina, ya que los letreros que tiene son muy poco funcionales y están ubicados en lugares que la gente no ve. Por esto mismo no se respetan; así como para indicar áreas a las que no es permitido pasar por que son de reserva y para indicar los diferentes lugares.



Ejemplos de la señalización que hay en el lugar



Hablando del área de diseño en la presa de Santa Catarina no cuenta con una imagen corporativa.

Cuenta con algo de señalización, tanto externa como interna, pero la que se encuentra en el lugar ya está muy descuidada, no se entiende y no está unificada.



Ejemplos de lo que tiene el lugar



La gente no conoce la presa actualmente, por esto no relacionan el lugar con diversión. Por medio de la imagen se puede trabajar para que se le otorguen cualidades como divertido, seguro, confiable, tranquilo, familiar etc., ya que cuenta con todo lo necesario para ser un buen lugar recreativo, gracias a su remodelación.

Es importante mencionar que, con las aguas de la presa y de acuerdo con la URDERAL (Unión de Riego para el Desarrollo Rural Santa Barbara) se riegan varios ejidos: (El Sabino, La Chichita, San Marcos, San Francisco Uruapan, Rancho Seco, y las pequeñas propiedades: El Sabino, y el rancho de la Facultad de Agrobiología Lic. Presidente Juárez de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo).

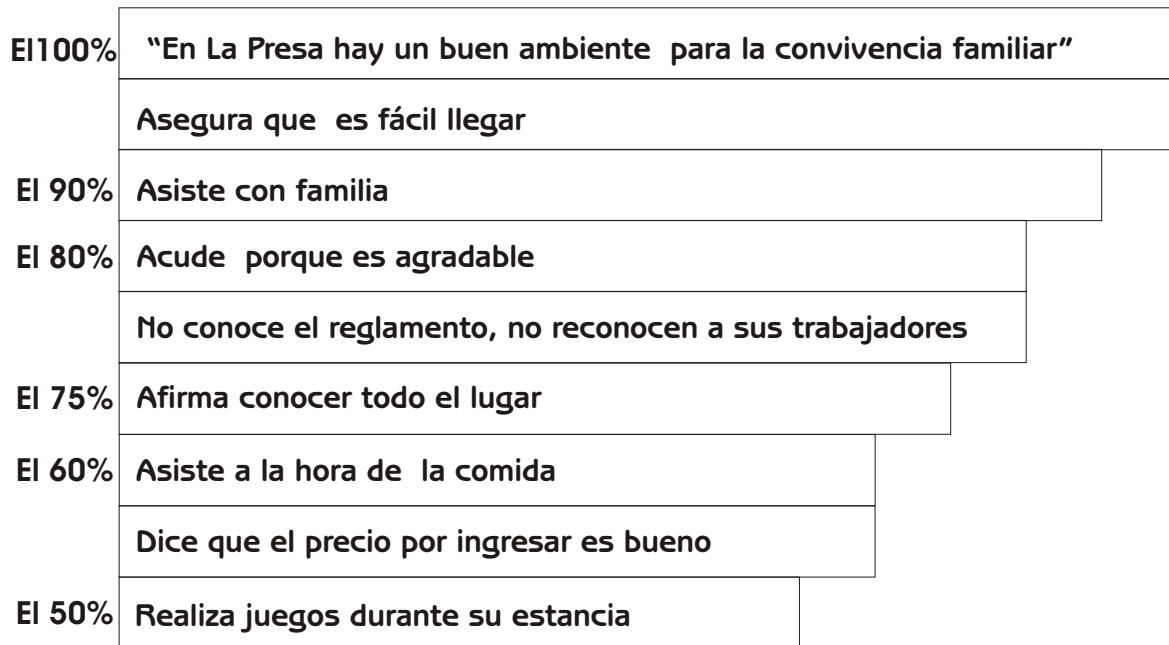
Los beneficios son riego a tierras de cultivo, explotación de ganado, cría de especies de corral, así como para uso doméstico, lo cual permite mayor producción en las tierras de cultivo, mayor número de cabezas de ganado libre de enfermedades, incremento de aves de corral para consumo y agua limpia para uso familiar.

Algunos de los cambios que está teniendo el lugar es el de uso del suelo, desde tierra de riego a lugar turístico. Esto quiere decir que estará legalmente preparado para recibir un mayor número de visitantes al lugar.

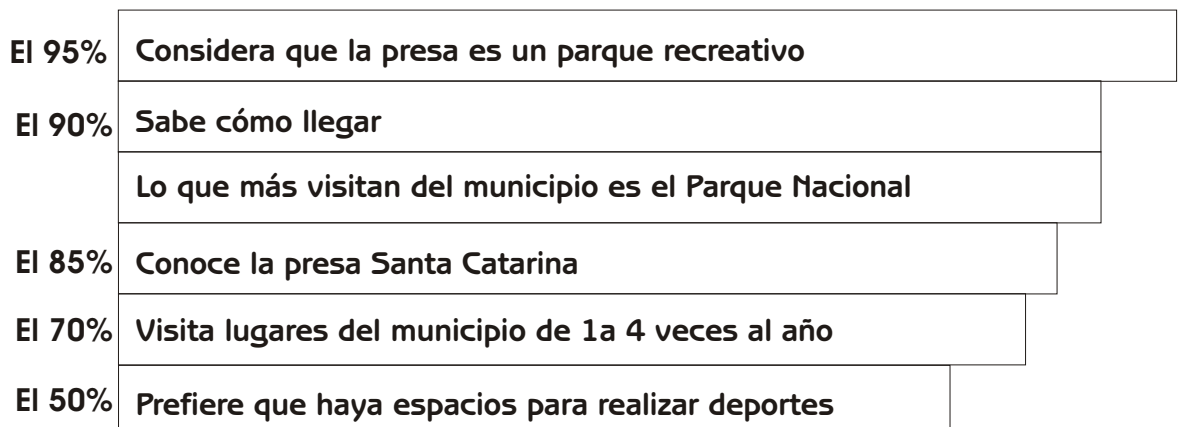




Para conocer lo que la gente de Uruapan pensaba acerca de los lugares recreativos en especial de los de la presa realicé dos tipos de cuestionarios. El primero, a personas que estaban dentro de la presa, los resultados que por familia comentaron fueron los siguientes:



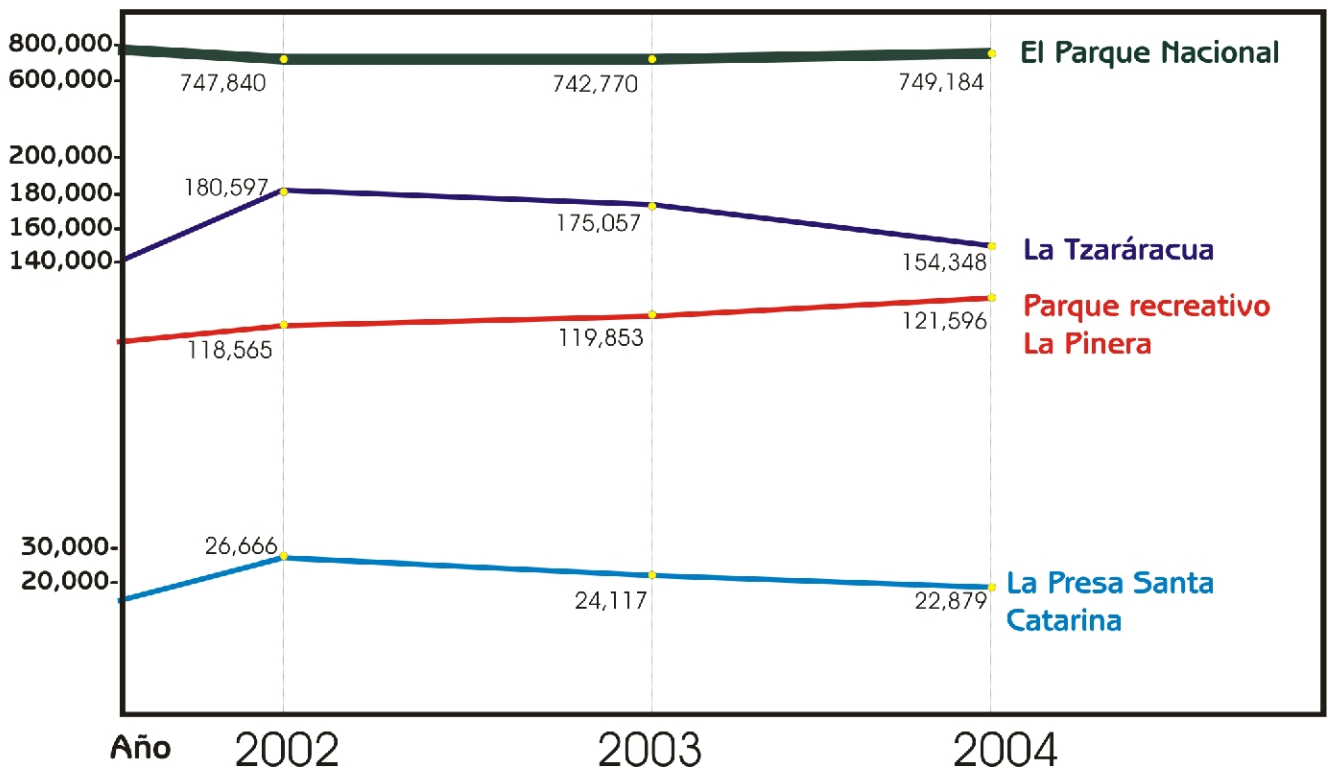
El segundo tipo de encuestas que realicé fue a la población en general, la cual no estaba dentro del lugar. Obtuve los siguientes resultados:





Es importante comparar los ingresos de visitantes en los principales lugares turístico. Basándonos en los resultados de las encuestas, el Parque Nacional y la Tzaráracua son los lugares a los cuales la gente acude más veces al año.

Total de Visitantes



Observando los resultados obtenidos nos damos cuenta que los ingresos de personas están muy desequilibrados entre un lugar y otro.

La presa tiene un mínimo de visitantes, en comparación con la Tzaráracua y el Parque Nacional.

Este dato nos ayuda para reafirmar que es importante que el lugar se conozca para que se considere en la lista de lugares recreativos de Uruapan y las familias tenga otra opción de lugares para visitar.

Diseño y comunicación visual

Diseño y comunicación visual



La comunicación visual es todo lo que ven nuestros ojos: el cielo, las flores, un cartel, una foto, una persona, una pelota, un carro, las letras, etcétera entre tantos mensajes que pasan por nuestros ojos se pueden derivar dos tipos diferentes: la comunicación puede ser intencional y casual.

Una comunicación casual puede ser interpretada libremente por el que la recibe. En cambio, la comunicación intencional debería ser recibida con el pleno significado querido, y la intención correcta.

La comunicación visual se produce por medio de mensajes propios a decodificar con el sentido de la vista los cuales pueden tener interferencias, alteraciones e incluso llegar a anularse.

La comunicación visual tiene varios elementos que la constituyen como por ejemplo el punto, la línea, el contorno, la dirección, textura, dimensión, escala y movimiento. Es importante que la buena elección de los elementos visuales y la manipulación de ellos para lograr un determinado efecto; esto está en manos del diseñador.

La palabra diseño proviene del latín "designium", que significa designar o dibujar. Más tarde del italiano "disegno" que significa delineación de una figura o realización de un dibujo. Actualmente diseño significa trazar, dibujar, delinear, etcétera.



En la actualidad, el diseño se toma como una innovación o como una creación. Es también capacidad y habilidad que tiene el ser humano para interrelacionar las experiencias, con el fin de solucionar adecuadamente la respuesta a un problema.

Entendemos por diseño cualquier manifestación artística concebida con una finalidad. Sin diseño nos costaría mucho trabajo reconocer gran parte del mundo que nos resulta familiar.

Los diseñadores gráficos trabajan con palabras, imágenes, formas y colores para crear ideas, interpretar y ser mensajeros del mundo.



t h a n k s !

Historia del diseño



Portada para el índice de Nuremberg Chronicle, 1493 de George Alt

La lectura se hace una necesidad; por esta razón crece la demanda en el negocio de la venta de libros. Sin embargo, la gran invención de esta época fueron los periódicos: en 1730 aparece en Londres el primer diario comercial, dedicado a la publicación de anuncios de ofertas y demandas.

En este siglo se implantan las Escuelas Técnicas o de artes Aplicadas para la formación de especialistas, fundamentalmente en diseño textil y artes gráficas. Así mismo, se sitúa a la imagen en un contexto más preciso y menos trivial, utilizándola como complemento del texto y completar con ella el concepto utilitario y didáctico; se crea de esta manera la Enciclopedia.

El hecho histórico de mayor importancia del siglo XVIII fue la Revolución Francesa de 1789, en donde se convierte a los diarios y periódicos en productos de consumo masivo de la sociedad.

La práctica de la propaganda política introdujo a su vez a la caricatura y la sátira como nuevo elemento gráfico, desde 1789.

En lo que compete directamente al diseño gráfico, Rowland Hill crea el sello de correos, se asume la técnica del grabado calcográfico como unidad estilística propia y aparece el billete con el uso del papel moneda.

La publicidad directa empieza a perfilarse como estrategia e instrumento propagador y embellecedor; así surge la figura femenina como simbólico de atracción.

Uno de los avances más importantes fue el renacimiento de la caligrafía, que convirtió en una actividad conservadora al servicio de las fuerzas políticas y religiosas totalitarias.

En el campo tipográfico el diseño de tipos se considera sólo por su función como elemento del proceso de impresión y su mayor exponente fue el francés Claude Garamond.

La caligrafía comenzó a decaer y terminó convirtiéndose en un estilo ornamental; sin embargo, es importante resaltar que esta desviación de la caligrafía logró aportar un conjunto visual que constituyó un recurso gráfico que la futura imagen publicitaria incorporó a su repertorio lingüístico.



Primer sello del mundo



Padre del sello Rowland Hill

Información: libro Historia del diseño gráfico



Una nueva generación de diseñadores surge en el siglo XIX, rechazando el gusto por los estilos históricos (neoclasicismo, neogótico, etc.) dando como resultado un nuevo arte: Art Nouveau o Modernismo, el cual incluía ideas procedentes de todas las disciplinas del diseño y el arte (arquitectura, pintura, diseño de muebles, cerámicas, joyería, diseño industrial, ingeniería de la construcción, cine, fotografía, etc.). Acelerando la evolución en el arte de vanguardia y en el diseño, el Art Nouveau creó al diseño gráfico como oposición al puramente tipográfico, no sólo como un medio de comunicación de ideas nuevas, sino también para su expresión.



La goulue (La Glotuna), de Heric Tolouse-Lautrec.



Edificio de la Bauhaus



Amarillo, rojo y azul de W. Kandinsky, 1925

La tecnología proporcionó nuevos medios gráficos a ilustradores y diseñadores, afianzando al Modernismo como el estilo dominante del siglo XX. Cabe destacar que las grandes invenciones que se produjeron entre 1850 y 1910 ayudaron a difundir las comunicaciones visuales y a inspirar a los diseñadores.

El diseño de la Bauhaus se convirtió en un punto de origen, resaltando las formas geométricas, el espacio reticulado y el uso racionalista de la tipografía.



Áreas del diseño

Áreas del diseño

El diseño comprende un campo de trabajo muy amplio, dentro del cual el diseñador puede desempeñarse de diferentes formas. Algunos ejemplos de las diferentes áreas son libros, revistas, folletos, periódicos, carteles, volantes, trípticos, anuncios, etcétera.



Diseño Editorial

El diseño editorial es el exponente más combativo de las piezas de diseño. Sus características posicionan a los libros, las revistas, los trípticos, como un espacio donde la información e imagen conviven fortaleciéndose, fomentando la precisión del mensaje y su eficacia.

Entendemos el diseño editorial como el trabajo de crear piezas de difusión enmarcadas en una clara identidad tipográfica, geométrica y cromática, que apunte una intención de comunicación, que describan un perfil o marco acorde con la información que en ellas se publica, que permita su sucesiva reutilización sin perder sentido ni actualidad. Su función principal es la de orientar y dar seguimiento paso a paso sobre el tema que se está tratando.

Envase y Embalaje

Las posibilidades creativas que ofrece el sector del embalaje abarcan dos áreas del diseño. Por un lado, el diseño gráfico se ocupa de las funciones de comunicación del envase, mientras que el diseño industrial se ocupa de las funciones estructurales del mismo. A veces, la función estructural se convierte en función de comunicación. Esto se produce cuando el mismo envase es el encargado de llamar la atención del consumidor.

Para que un buen envase cumpla sus funciones de comunicación, debe ser percibido nítidamente a la máxima distancia posible, en el menor tiempo posible. Pero, además de percibirse, un buen envase debe diferenciarse de una más que posible nube de productos de la competencia que tendrán características similares. El cliente debe identificar el producto a través del envase que lo contiene.

Además de esto, los envases suelen informar acerca del producto. Esta información es de tres tipos: obligatoria (que se incluye con base en la legislación vigente sobre etiquetado y que el fabricante del producto está obligado a incluir en el exterior del envase), complementaria (que se añade de forma voluntaria por el fabricante con el fin de informar mejor al consumidor), y promocional (destaca las ventajas del producto sobre los de la competencia). El diseño gráfico es el encargado de que todos estos requisitos se cumplan.





Área audiovisual

El término audiovisual empieza a usarse en Estados Unidos en los años 30 con la aparición del cine sonoro. Sin embargo empieza a teorizarse en Francia durante la década de los 50 para referirse a las técnicas de difusión simultáneas. Es a partir de entonces cuando su campo de significación se amplía, el término se sustantiva.

El trabajo audiovisual se encuentra frecuente en nuestra vida como por ejemplo en el cine, televisión, internet e incluso en algunas conferencias, es importante ya que maneja la relación de 2 sentido; la vista y el oído.

Percepción visual

Lo que vemos es la luz. Vemos a través del ojo, que solo percibe una parte del espectro electromagnético. La luz llega hasta la retina, que da una imagen invertida. Esta imagen se transmite al cerebro donde se guarda. Este proceso es instantáneo. En la retina se da un fenómeno conocido como persistencia retiniana, que permite crear la sensación de movimiento aunque realmente lo percibido son una sucesión de imágenes fijas a una determinada velocidad.

Percepción auditiva

El sonido es una vibración que se transmite por un medio. Estas vibraciones llegan al oído a través de sus huesecillos y después se transmite al cerebro. También hay un espectro auditivo. La mayor o menor frecuencia de las vibraciones produce los diferentes tonos.

Por medio del manejo de estos 2 sentidos la comunicación llega fácil y completa al receptor.





Identidad corporativa

Identidad corporativa

La identidad expresada sistemáticamente por medio de signos visuales es clave para la construcción y promoción de la imagen corporativa.

La necesidad es que se le conozca y se recuerde la marca por medio de signos visuales.

La venta de un producto o servicio no se determina solo por su capacidad o funcionalidad, sino también por la identidad visual de la empresa, su estilo y su imagen pública.

El diseño de una marca abarca tres etapas básicas:

Análítica: planificación estratégica, investigación, elaboración y selección del concepto gráfico y de contenido.

De desarrollo: estudio y análisis de modelos. Desarrollo y evaluación de opciones. Test de validación. Elaboración final del diseño obtenido.

Normativa: desde que comienza su intervención, el diseñador y su cliente deben ser conscientes de la aplicación del objeto gráfico resultante a todos los soportes. Lógicamente su número de importancia y jerarquización vendrán derivados de la actividad y características de la empresa. Además, no debieran restringir su pensamiento al presente: de la misma manera que un diseño atractivo, según la moda del momento, queda rápidamente obsoleto, las empresas crecen, evolucionan y sus necesidades de imagen institucional o corporativa también.

El diseño aplicado en gestión interna es en papelería, señalización, productos, uniformes etc. Y, para gestión externa, en publicidad, envases, edificios y vehículos.



Ejemplo de identidad corporativa para una constructora



La identidad deberá crear un sistema de formas, figuras, colores y principalmente un concepto, que transporte ideas, impresiones psicológicas y una alta capacidad de pregnancia a cerca de la personalidad de la empresa.

La marca

Es un elemento gráfico de la identidad corporativa que se manifiesta como señal de inscripción, un rasgo distintivo, una figura, sigla, emblema o pictograma simbólico.

La marca es el medio por el cual el comerciante distingue su producto o servicio de la competencia.

La marca se ha convertido en algo más que un refuerzo para distinguir un producto, nos ayuda a indicar la calidad y confianza del producto principalmente.

Con la marca podemos lograr varios objetivos:
identificar un producto, servicio o una organización
diferenciarla de otros
comunicar información a cerca de origen, el valor y la calidad
añade valor y constituye a propiedades legales importantes.



WALT DISNEY World.

Ejemplos de marcas



Logotipo

Es un elemento de gran importancia dentro de la identidad corporativa ya que es la forma grafica que le da el nombre. Una de las funciones del logotipo es identificar un producto, servicio o una empresa.

Tipos de logotipos

Los logotipos solo con el nombre; transmiten al consumidor un mensaje inequívoco y directo, en una época en que el precio de los medios de comunicación y el de llegar al consumidor aumenta cada vez mas. Sin embargo, los logotipos solo con el nombre son apropiados únicamente cuando el nombre es breve y fácil de utilizar.

Los logotipos con nombre y símbolo; tratan con un estilo tipográfico característico, pero lo sitúan dentro de un simple símbolo visual como un círculo, un ovalo o un cuadrado.

Los logotipos asociados; son los que gozan de libertad, habitualmente, no incluyen el nombre del producto o de la empresa, pero se asocian directamente con el nombre, el producto o área de actividades. Tienen la ventaja de ser fáciles de comprender y proporcionan a sus propietarios una gran flexibilidad.

Los logotipos alusivos; la mayoría son totalmente abstractos, hacen alusión a una parte o característica de la empresa, generalmente son muy funcionales.



S^b P^a A^s C^e E™

Ejemplo de logotipo solo con nombre



Ejemplo de logotipo con nombre y símbolo



SAND SNAKE • ORLANDO
You Never Outgrow It.

Ejemplo de logotipo asociado



Ejemplo de logotipos alusivos

Señalización



Las señales son muy importantes, porque ayudan a reconocer lo que se debe hacer o el lugar al que se debe ir.

Las señales de tránsito, los letreros o flechas son señales que indican a los conductores y a los peatones ciertas normas a seguir, para lograr el control, orden y seguridad en el desplazamiento por las vías públicas.

Estas señales se pueden clasificar de la siguiente manera:

De reglamentación o reguladoras: indican prohibiciones y limitaciones de circulación en las vías. Son de forma circular, con fondo blanco, borde rojo y símbolo negro. Si estas señales no se cumplen estamos infringiendo la ley.

De prevención: alertan sobre un peligro que nos encontraremos próximamente en la vía. Tienen forma de rombo, con borde negro, fondo amarillo y símbolo negro. Si las respetamos, evitaremos accidentes.

De información: éstas son muy importantes, pues indican o marcan los sitios de interés, en los pueblos y ciudades, como teléfonos públicos, hoteles, hospitales, abastecimientos de gasolina, aeropuertos y otros. Tienen forma rectangular, con colores y figuras diferentes, que van de acuerdo a la información que suministren; aunque las más comunes son de fondo azul, borde blanco y símbolo blanco.



También existen unas señales que están dibujadas en el pavimento, se les llama señales de pavimento; he aquí algunas de ellas:

Línea discontinua: Es una línea de color blanco, dividida en fragmentos separados entre sí. Indica al conductor que puede cambiar de carril.

Línea continua: Es blanca y, como su nombre lo dice, no tiene divisiones. Indica al conductor que no puede cambiar de carril por ningún motivo.





Doble línea continua: son dos líneas continuas blancas y paralelas entre sí. Le indican al conductor que no pueden cambiar de carril. Generalmente, estas líneas se colocan en lugares con gran riesgo de peligro, como curvas, puentes, túneles y elevados, entre otros.

Otras señales de pavimento que podemos mencionar son:

***Las flechas de dirección:** son grandes flechas blancas que indican las diferentes direcciones que puede tomar el conductor (izquierda, derecha, línea recta). Por allí deben pasar los peatones cuando lo señale el policía vial, el vigilante o el semáforo.

***Las demarcaciones escritas:** las más comunes son: PARE, DESPACIO, ZONA ESCOLAR, PELIGRO, ZONA DE DESCARGA, NO ESTACIONE. Estas señales son de color blanco y de tamaño grande, de tal manera que puedan ser vistas con facilidad por los conductores.

Colores de la seguridad

Los colores de seguridad podrán formar parte de una señalización de seguridad, o constituirlos por sí mismos.

Color	Significado	Indicaciones y precisiones
Rojo	Señal de prohibición.	Comportamientos peligrosos.
	Peligro - alarma.	Alto, parada, dispositivos de desconexión de Emergencia. Evacuación.
	Material y equipos de lucha contra incendios	Identificación y localización.
Amarillo	Señal de advertencia.	Atención, precaución. Verificación.
Azul	Señal de obligación.	Comportamiento o acción específica. Obligación de utilizar un equipo de protección Individual.
Verde	Señal de salvamento	Puertas, salidas, pasajes, material, puestos de auxilio, salvamento o de socorro, Situación de seguridad.

Los colores de seguridad son los de uso especial y restringido, cuya finalidad es indicar la presencia o ausencia de peligro o bien de una obligación a cumplir. No todos los colores resultan igualmente válidos para su empleo en seguridad, debido a que ofrecen distinta sensibilidad y el color a utilizar en la señalización debe atraer lo más rápidamente posible la atención de la persona a la que va dirigido.

Materiales

Los materiales los podemos dividir en 4 grupos principales: plásticos, metales, maderas y vidrio.

Plástico

Trovicel: se puede doblar, cortar y maquilar; ya tiene color, se puede rotular. Para sujetarlo se puede clavar, atornillar y pegar.

Acrílico: se puede cortar, doblar, maquilar y torneado, ya tiene color, se puede rotular. Para sujetarlo se puede clavar, atornillar y pegar.

Estireno: se puede cortar, doblar, maquilar y torneado; se manda pintar y se puede rotular. Para sujetarlo se puede clavar, atornillar y pegar.

Metales

Aluminio: se puede cortar, doblar, maquilar, barrenar y torneado, se manda pulir, rotular y con autoadherible. Para sujetarlo se pueden soldar, remachar o pegar.

Hierro: se puede cortar, doblar, maquilar, barrenar y torneado, se manda pintar y barnizar. Para sujetarlo se pueden soldar, remachar o pegar.

Maderas

Como pino, cedro, caoba, encino y aglomerado.

Se puede cortar, pegar, maquinar y tallar; se manda pintar, barnizar, grabar o natural. Para sujetarla se puede clavar atornillar y pegar.

Vidrio

Se puede cortar, barrenar y templar. Se puede mandar grabar en arena o imprimir en serigrafía.





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

Constituye a una disciplina que colabora con la ingeniería de la organización, la arquitectura, el acondicionamiento del espacio y la ergonomía bajo el vector del diseño gráfico, considerando en su vertiente más específicamente utilitaria de comunicación visual.

La señalética responde a la necesidad de información o de orientación, y multiplicada al mismo tiempo, por el fenómeno contemporáneo de la movilidad social y la proliferación de servicios, públicos y privados, que ella genera tanto en el ámbito cívico y cultural como en el comercial; transportes, seguridad, sanidad, circulación y tantos otros.

La señalética se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio o un lugar determinado, para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones.

Esta dinámica social implica que la idea de circunstancialidad; es decir, el paso por determinados espacios y la permanencia en determinados lugares es esporádico.

La señalética responde a estas necesidades de conocimiento. De hecho, trata de un conocimiento utilitario, evidentemente provisional y, por lo tanto, efímero. En cambio, se requiere unívoco; preciso y seguro para todos los usuarios, e inmediato: aquí y ahora.





Diferencia entre señalización y señalética

La señalización tiene por objeto la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio exterior	La señalética tiene por objeto identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un espacio dado, interior y exterior
Es un sistema determinante de conductas	Es un sistema más optativo de acciones. Las necesidades son las que determinan el sistema
El sistema es universal y está ya creado como tal, íntegramente	El sistema debe ser creado o adaptado en cada caso particular
Las señales preexisten a los problemas itinerarios	Las señales, y las informaciones escritas, son consecuencia de los problemas precisos
El código de la lectura es conocido a priori	El código de lectura es parcialmente conocido
Las señales son materialmente normalizadas y homologadas, y se encuentran disponibles en la industria	Las señales deben ser normalizadas, homologadas por el diseñador del programa y producidas especialmente
Es indiferente a las características del entorno	Se supedita a las características del entorno
Aporta al entorno factores de uniformidad	Aporta factores de identidad y diferenciación
No influye en la imagen del entorno	Refuerza la imagen pública o la imagen de marca de las organizaciones
La señalización concluye en sí misma	Se prolonga en los programas de identidad corporativa, o deriva de ellos.



Diseño publicitario

Publicidad es el conjunto o medio que se emplea para divulgar o extender el conocimiento de las cosas, hechos o noticias.

Se le llama también arte y ciencia de persuadir al público, despertando su interés para determinado servicio o producto. Existen varios tipos de publicidad:

Directa

Es la parte que llega al interesado por correo directamente en circulares, catálogos, muestrarios, prospectos, etcétera.

En prensa

Son inserciones o anuncios en los periódicos, revistas, carteles, folletos.

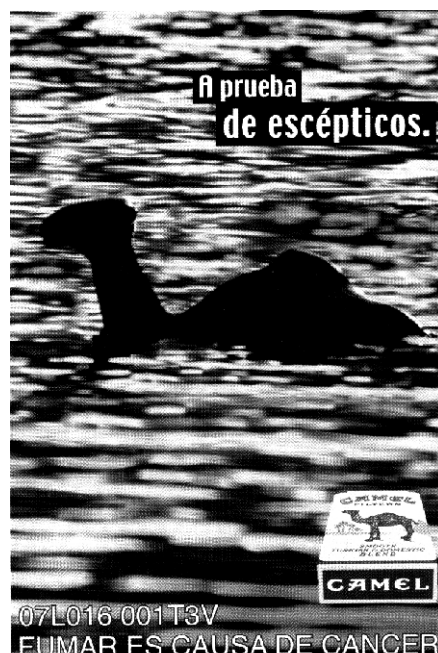
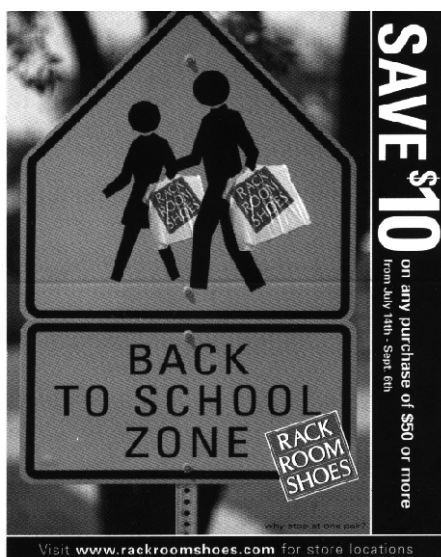
Exterior

Son los impresos destinados al público en general, pues se fijan en escaparates de establecimientos, paredes, vehículos, edificios, calles etc.

Dentro de la publicidad impresa y exterior, cabe mencionar que ambas representan los medios de publicidad más efectivos y populares, por lo que es casi seguro que la empresa recurra a ellos.

Cartel

Hoja de papel cartulina, cartón, lamina metálica o de plástico, impreso por un solo lado, con fines publicitarios.



Ejemplo de publicidad en exteriores



Folleto

Todo impreso de publicación unitario y no periódico que reúne en un sólo volumen.

Anuncios espectaculares

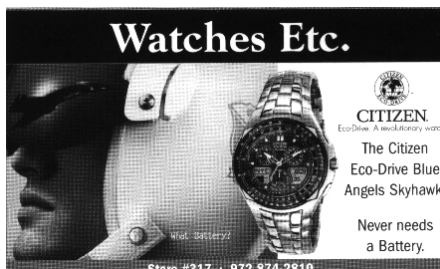
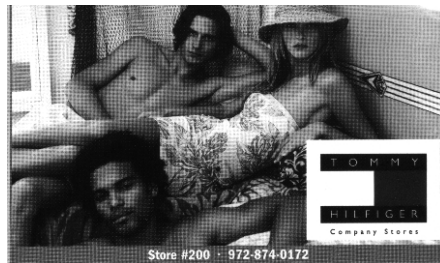
Serie de láminas impresas por varios métodos o pintados a mano que forman un anuncio exterior grande, aplicado para impresionar a quienes lo ven.

Anuncio en prensa

La prensa es el rey de los medios; su característica principal es la rapidez con que puede ser comunicado el mensaje de un anuncio al público lector y se puede detallar e ilustrar en forma relativamente perdurable el contenido de este mensaje. El anuncio de prensa permanece ante el lector, informándole sin prisa. Permite dirigirse a un gran número de personas.

Volante

Es uno de los medios clasificados dentro de la publicidad directa, porque van dirigidas a un grupo de personas que son previamente seleccionados o una determinada zona, según el mensaje. Su finalidad es informar en general o particular sobre las características de un producto o servicio determinado. Su información debe ser clara, precisa y amplia, pero a la vez breve.



Ejemplo de tríptico y volantes

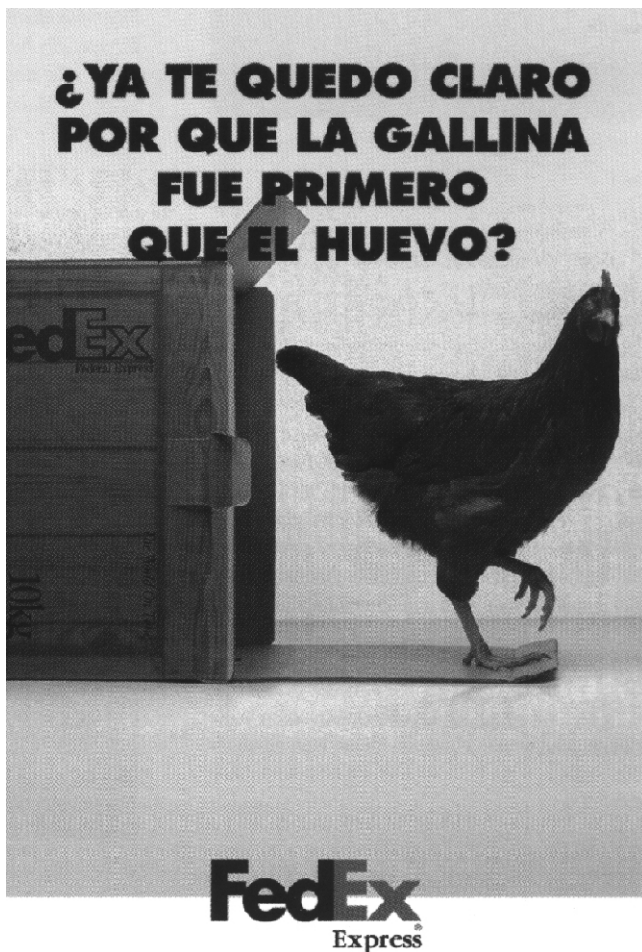


Existe una diferencia entre propaganda y publicidad: la publicidad tiende a la obtención de beneficios comerciales, en tanto que la propaganda tiende a la propagación de ideas políticas, filosóficas, morales, sociales o religiosas, es decir, comunicación ideológica.

Para que se lleve a cabo el proceso de publicidad se necesita comunicar lo que se está vendiendo u ofreciendo, por lo tanto se deben analizar todas las partes:

1. Emisor: Quien emite un mensaje (Agencia de Publicidad).
2. Receptor: Quien recibe un mensaje (Público meta).
3. Mensaje: La pieza publicitaria.
4. Canal: Por donde se comunican los mensajes (Los Medios).
5. Código: La forma de comunicar (Como está hecha la pieza publicitaria).
6. Feed-back: La respuesta obtenida (feed-back positivo: Compra - feed-back negativo: no compra).
7. Fuente: Es la generadora del mensaje: Empresa anunciante).

La finalidad de la publicidad es mostrar que se puede satisfacer una necesidad con el producto o servicio que se está vendiendo.



Ejemplo de publicidad en prensa

Información: libro Autonomía de la publicidad en México

Metodología del Diseño

Metodología del Diseño



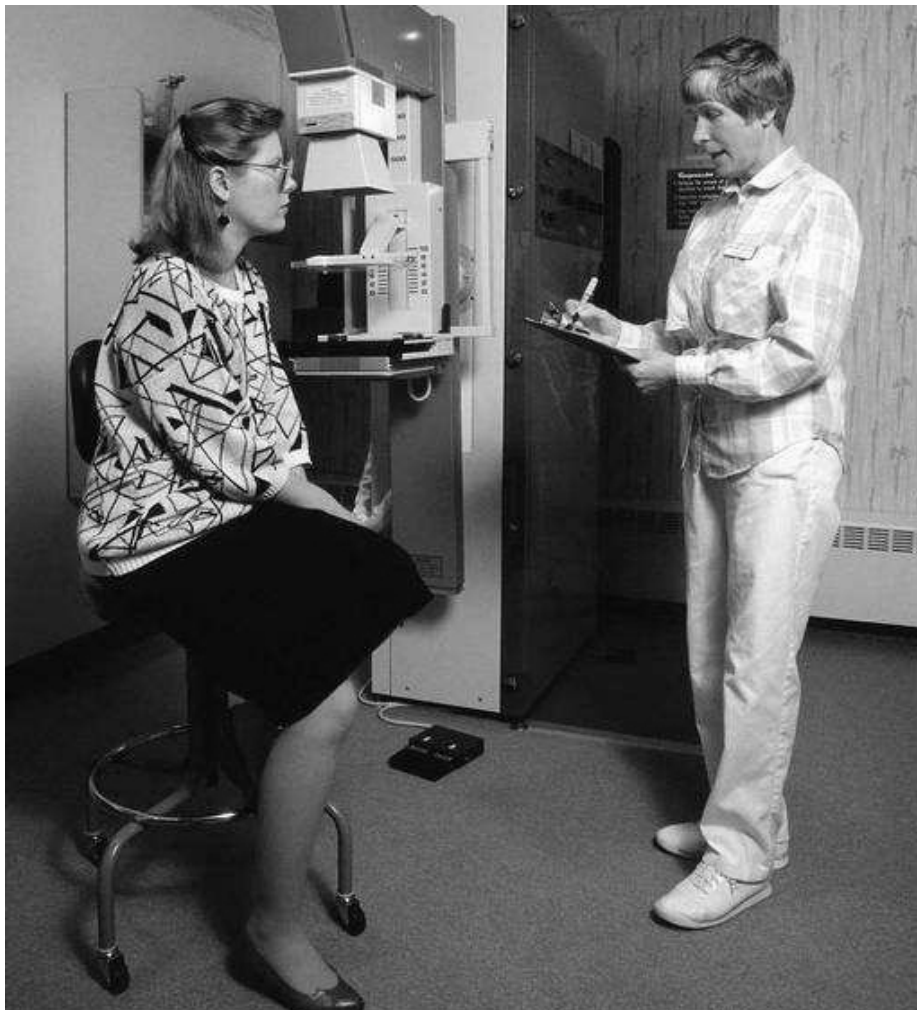
Al igual que muchas otras profesiones o disciplinas, las cuales requieren seguir una metodología, ésta le permitirá al diseñador gráfico dar un mejor resultado en su trabajo.

El diseñador gráfico tiene que cumplir con la labor de interprete o traductor del mensaje de su cliente al publico receptor.

La metodología consta de varias etapas, las cuales van desde la idea original hasta la culminación del trabajo.

Los pasos a seguir en esta varían según el diseño pero, en su mayoría, el proceso es el siguiente: primero se debe tener una entrevista con el cliente, para conocer el problema y evaluar sus necesidades, ya que el diseñador, además de resolverlos, puede sugerir al cliente la mejor solución.

Después se debe recopilar información referente al problema, incluyendo la competencia y el público al que va dirigido.





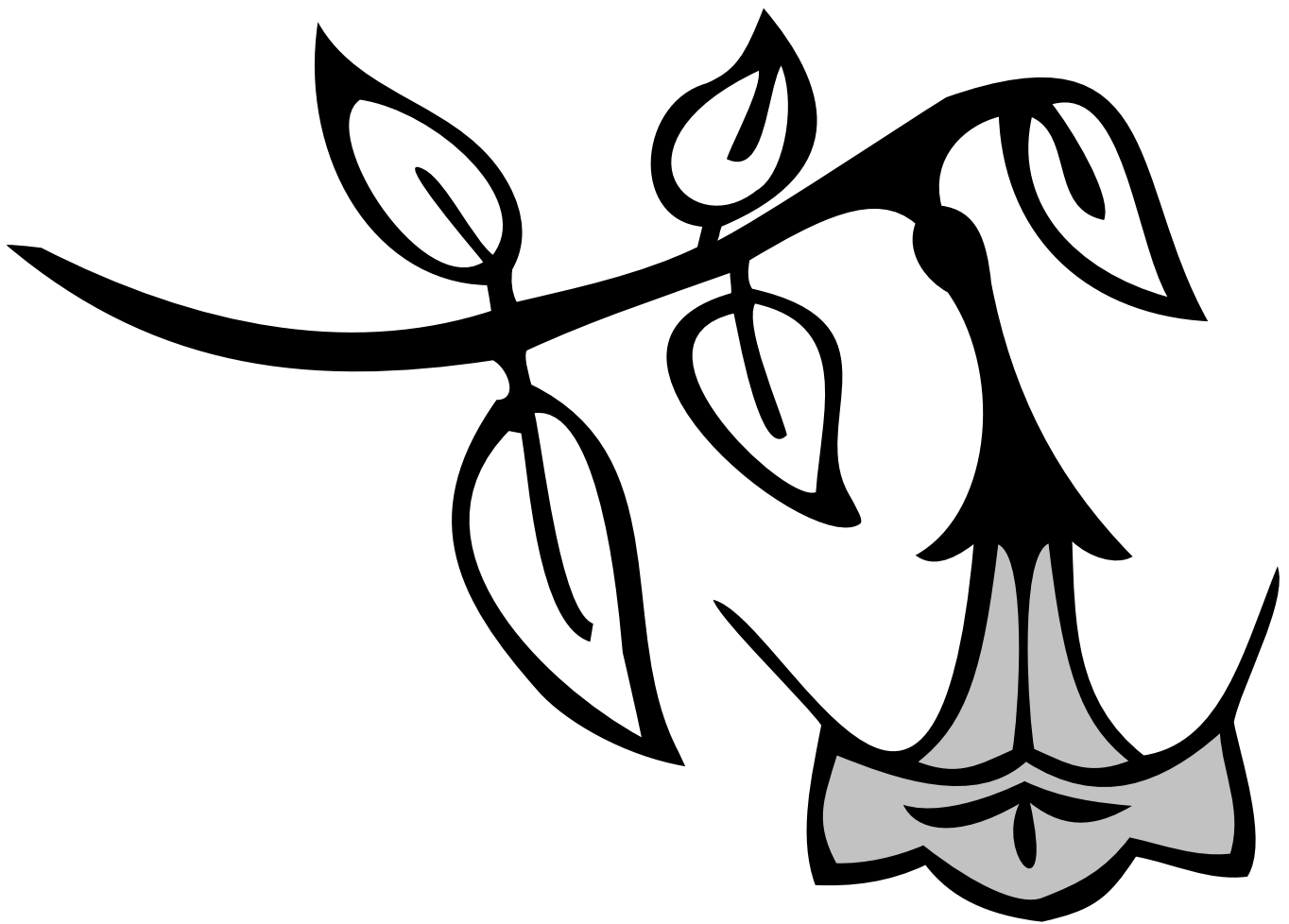
Recabar información facilita la definición del concepto, el cual una vez definido, permite comenzar con la lluvia de ideas y bocetaje, de los cuales se hará una selección de los mejores para presentarlos al cliente.

Una vez elegido el diseño, se llevará a cabo la elaboración del original definitivo, así como las pruebas a color, para que el cliente haga su última elección y, así, empezar el trabajo de reproducción.

El diseñador debe calcular el costo aproximado de la reproducción e impresión, de aquí la importancia de estar familiarizado con los procesos de impresión.

Éste, a su vez, requiere de la supervisión y revisión del diseñador para checar todos los detalles de la reproducción y evitar alguna falla, ya que éstas pueden ser muy caras y, en ocasiones difíciles de solucionar, una vez impreso el trabajo.





Capítulo 5

Lo que se ha hecho
Lo que se ha hecho

Lo que se ha hecho

Lo que se ha hecho



La imagen que tienen los parques, generalmente, es un claro ejemplo de proyección de los lugares.

La mayoría muestran que son lugares divertidos; los colores que usan son vivos y altos contrastes; generalmente tienen caricatura. La mayoría de los logotipos de parques recreativos usan tipografía pesada y dinámica.

Las imágenes o estilizaciones que usan tiene relación directa con lo que es el lugar y un alto grado de dinamismo, ya que son lugares recreativos y algo estático no estaría acorde con la imagen de diversión.



Ejemplos de logosímbolos de parques recreativos

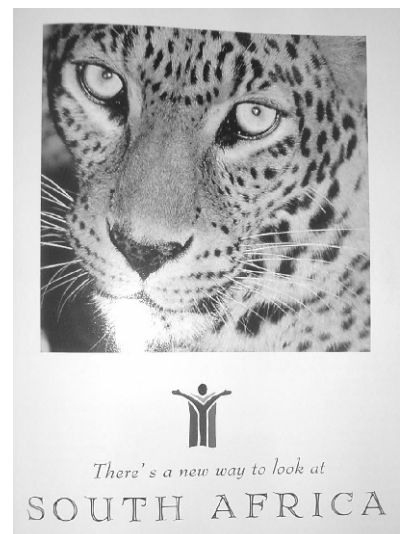


Hablando del área de publicidad, podemos encontrar que es muy diversa, ya que depende de las características del lugar.

La mayoría de la publicidad se encuentra en internet ya que es un medio de fácil acceso en el que las personas pueden conocer características del lugar e incluso programar visitas.

La publicidad impresa contiene fotos de los lugares, ya que la fotografía es un buen medio para hacer resaltar características importantes del lugar y lograr motivar el interés para que sean visitados.

Los medios de publicidad más utilizados para parques recreativos son: paginas de internet, trípticos, anuncios espectaculares, volantes, paginas de revistas y anuncios en radio.



Ejemplos de publicidad para parques recreativos



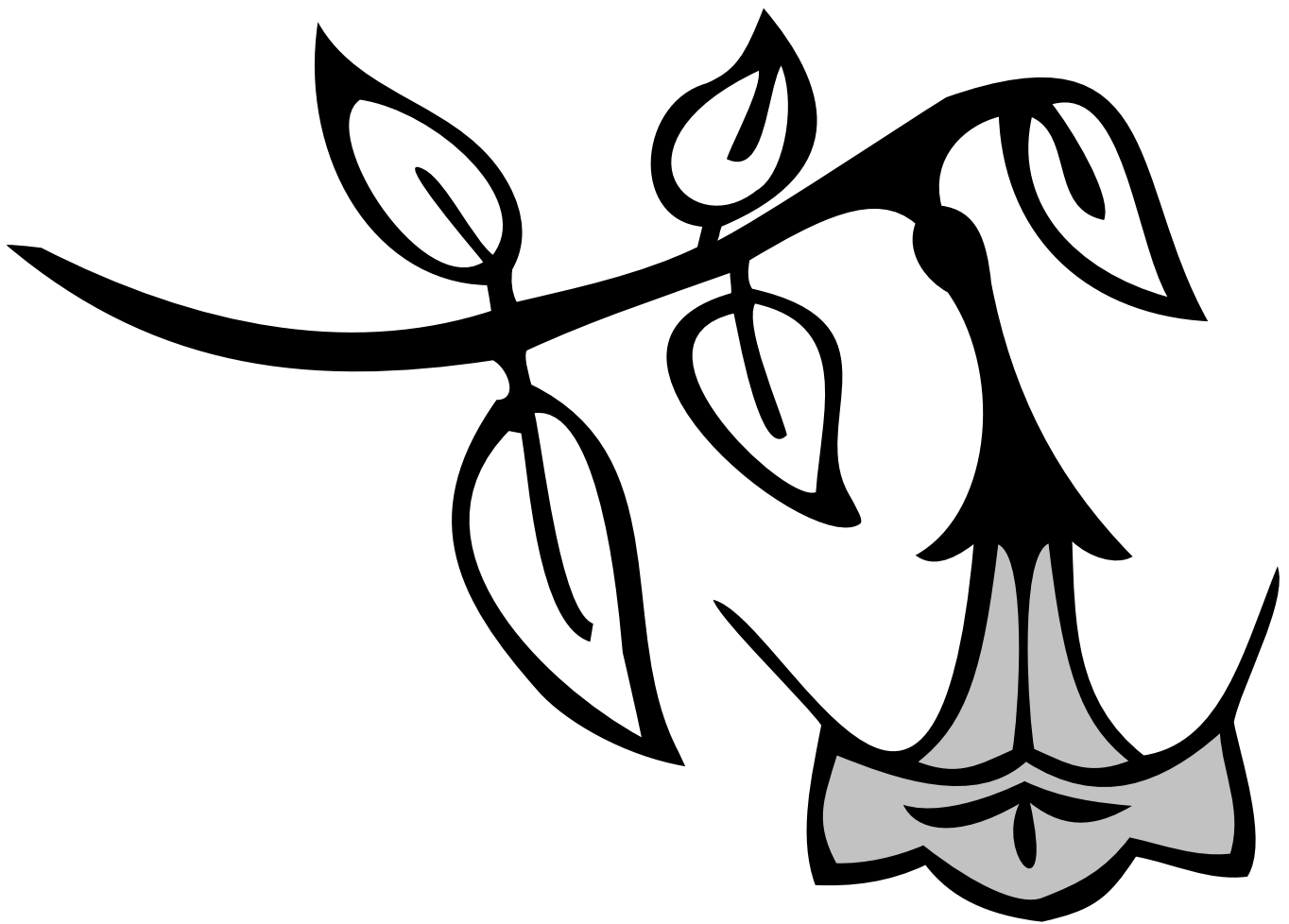
En el área de señalización nos podemos dar cuenta que es necesario utilizar materiales que soporten los cambios del clima, ya que siempre van a estar a la intemperie.

La señalización depende mucho de las actividades que este permitido realizar en las áreas naturales, pero siempre cumpliendo la función de orientar y hacer más fácil el acceso a los servicios.

Tienen como característica que los visitantes provienen de distintos lugares, por este motivo la señalización debe ser entendida por cualquier persona; por lo tanto la idea se complementa mejor con gráfico y reforzarlo con la tipografía de lo que se esta señalando.



Ejemplos de señalización en parques recreativos



Capítulo 6

Análisis de necesidades
Brief

Análisis de necesidades

Brief



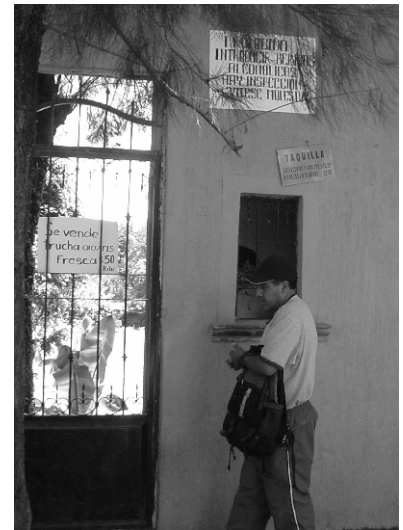
La necesidad

La imagen de una empresa es importante para su crecimiento, y para lograr mayor proyección.

Al hablar de una área recreativa existe la necesidad de informar a la gente sobre sus servicios y las precauciones dentro del lugar (trabajo de señalización); esto ayuda, sin duda, a que las personas disfruten mejor su estancia en el lugar y pronto decidan regresar.

Objetivo

- Desarrollar la identidad corporativa de la presa de Santa Catarina, ayudando a una mejor organización.
- Trabajar la señalización del lugar y por medio de ésta, dar a conocer sus servicios.



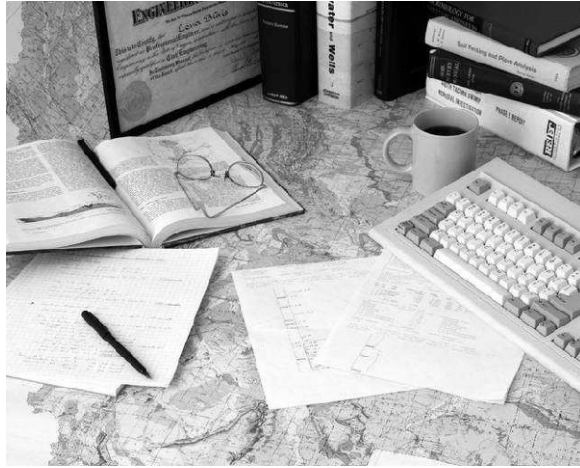
Perfil del público meta

El público meta es muy diverso, pues acude gente de todas las edades y de diferentes niveles socioeconómicos. La presa es un lugar al que generalmente se va con 2 o más niños; pero, los ingresos demuestran que entran más personas adultas, ya que éstos suelen ir en grupos, con amigos y novios.

La presencia de gente joven es importante, ya que son los jóvenes quienes deben informar a los más pequeños sobre lo que no se debe hacer para no alterar este ambiente natural.

Al lugar ingresan personas de diversos niveles de alfabetización; esto es importante para tener en cuenta que las indicaciones que se hagan las debe entender cualquier persona, sin importar el nivel educativo que posean.





Recursos humanos

Es necesario el trabajo de un impresor y de un rotulista.

El apoyo de las personas que se encargan del lugar y del administrador y para la realización de un buen trabajo, de un diseñador gráfico.

Recursos materiales

Se requiere un equipo de cómputo, material para bocetaje, un banco de imágenes, presupuesto para los diferentes impresos (boletos, playeras y papelería) para la señalización del lugar, para publicidad y para unificar detalles del lugar.

Recursos de diseño

Se respetarán conceptos básicos de diseño que ayuden a la comprensión del mensaje de manera adecuada, tales como estética, legibilidad, equilibrio, armonía y teoría del color.

Se utilizarán algunas áreas del diseño como publicidad, identidad corporativa y señalización.



Enfoque conceptual

Los conceptos que es necesario manejar son: frescura, familiaridad, seguridad, naturaleza, juventud y diversión. Es importante manejar estos conceptos, porque fueron las respuestas de las encuestas realizadas a las personas que estaban en la presa.

Enfoque expresivo

Se diseñará la imagen de la empresa donde se represente que el lugar es natural, esto por medio de sus colores más característicos; el verde por la vegetación y el azul por el agua.

Es importante comunicar a los asistentes que no se pueden meter al agua ni arrojar basura; que deben respetar las plantas y no cortarlas; no introducir al lugar bebidas alcohólicas ni animales. Todo esto se dará a conocer de una forma amable y reflejando la importancia de cuidar los recursos naturales; por lo tanto, los colores no deben de ser agresivos y el diseño no debe ser saturado de información.





Enfoque funcional

El logotipo del lugar debe permitir reducciones para aplicaciones, como los boletos. Estos serán impresos económicos y durables.

Los anuncios espectaculares serán fijos y durables que resistan las diferentes temperaturas del clima.

Las playeras de los trabajadores deberán lograr que los identifiquen fácilmente y deberán ser durables y se propondrán dos colores, uno para el sábado y otro para el domingo.

Las señalizaciones deberán facilitar el acceso y ayudar a las personas para hacer uso correcto de los servicios, estas serán impresas en el mejor medio que resista los cambios de temperatura del medio ambiente.



Descripción de la solución

Se diseñará el logotipo del lugar, como base para lograr toda la identidad corporativa.

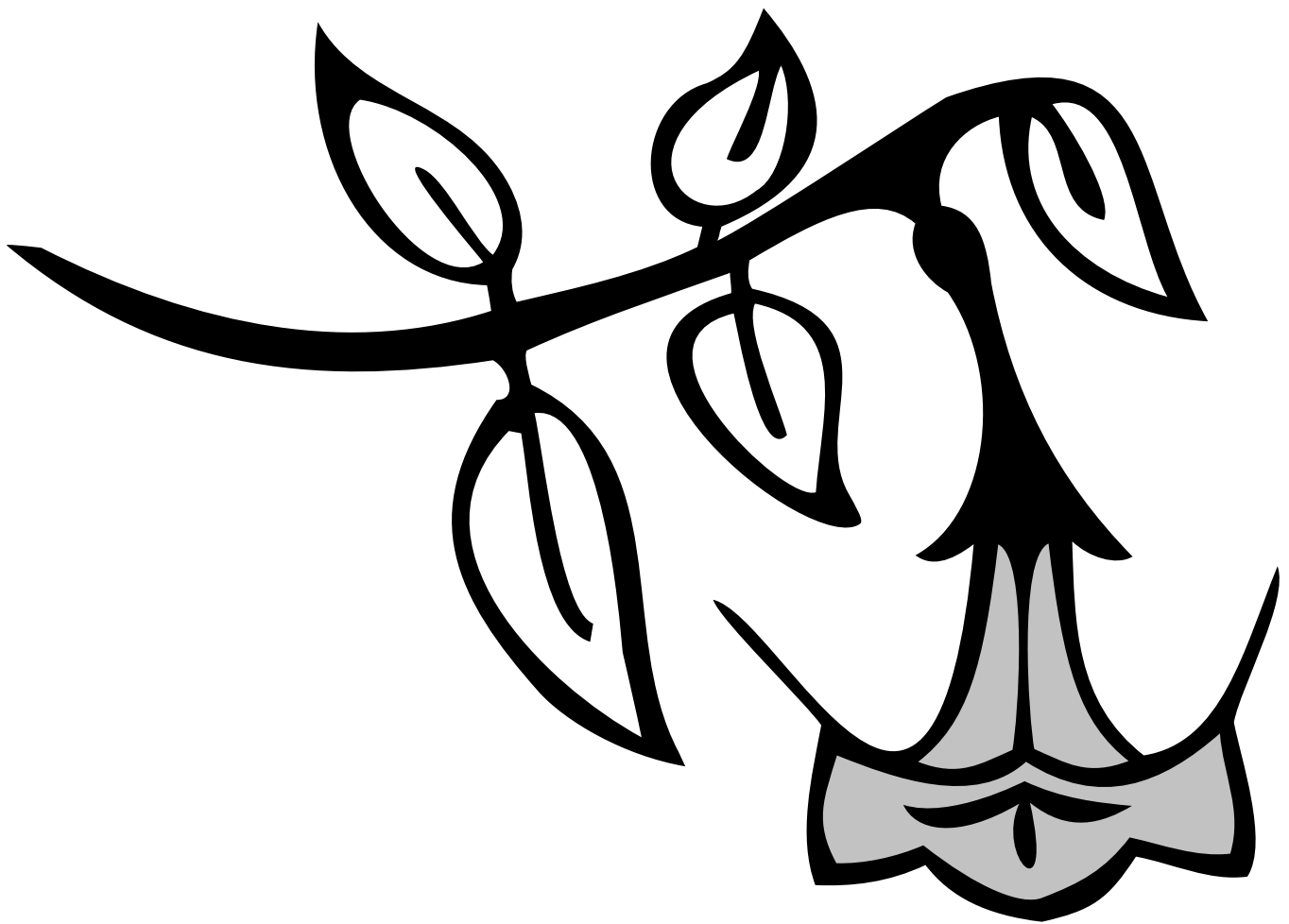
Esta imagen será fresca y juvenil, ya que debe atraer tanto a nuevas generaciones como a personas que no saben de la remodelación del lugar. También debe de ser una imagen limpia, que no esté saturada, ya que no cumpliría con las características del lugar.

Dentro del lugar se logrará que la señalización también informe de los servicios que se ofrecen, tales como la renta de lanchas, baños y cenadores, y que sea una invitación sutil para que tanto niños como adultos respeten la naturaleza.

Esta señalización debe ser sencilla y pregnante, ya que el público es muy variable. Debe cumplir su función en todas las personas; debe estar colocada estratégicamente, para no romper la armonía visual del lugar.

A la gente que visita la ciudad de Uruapan por las diferentes entradas se le debe informar sobre la localización de la presa; esto lo resolveré por medio de los anuncios espectaculares, en las entradas principales al municipio de Uruapan.





Capítulo 7

Proceso de diseño.
Proceso de diseño

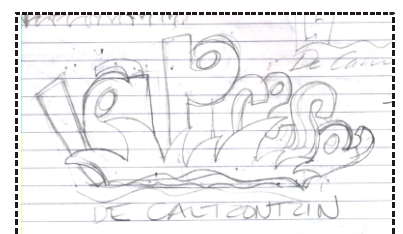
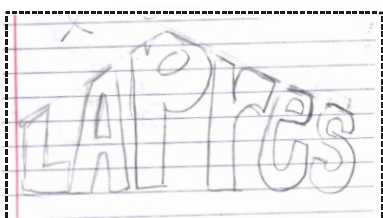
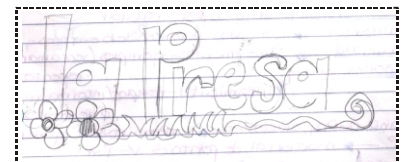
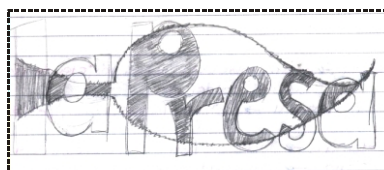
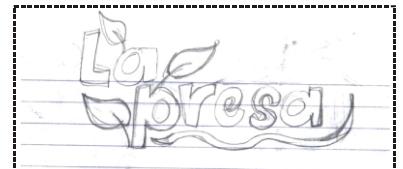
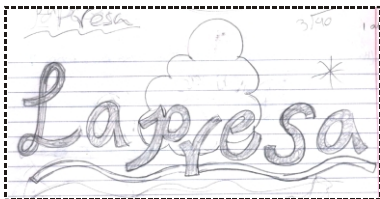
Bocetos del logosímbolo



Por medio de la investigación se llegó a la conclusión que es necesario elaborar un logosímbolo como base para diseñar la identidad corporativa de la Presa Santa Catarina.

Este logosímbolo tiene que cumplir con algunos aspectos (sin olvidar que lo más representativo del lugar es la vegetación); por ser agradable a la vista, impactante y pregnante, que identifique al lugar como centro recreativo familiar, y debe mostrar una invitación para ser visitado por todas las personas sin importar la clase social.

Tomando en cuenta los resultados de las encuestas se decidió trabajar con algunos elementos del lugar como el agua, el pasto, los árboles y las lanchas.



Primeros bocetos a lápiz



De los bocetos a lápiz estos fueron los primeros elegidos para ser trabajados en computadora, pero resultaban poco funcionales ya que se pensó que el logotipo tenía que ser resuelto a 2 tintas para economizar presupuestos y debería tener menos elementos y así lograr ser más estético.



Primeros bocetos hechos en computadora



Estos fueron los 3 logosímbolos que se eligieron para seguir trabajando, pero aun contenían algunos elementos que hacían que se saturaran.

Otra de las necesidades gráficas que se tenía que resolver era ponerle el nombre correcto a la presa que es "Santa Catarina" y no "De Caltzonzin" que fue el que la gente le ha otorgado.



Tres propuestas finales





La Presa
Santa Catarina

La Presa
Santa Catarina

La Presa
Santa Catarina

La Presa
Santa Catarina

La Presa
Santa Catarina

Estas son las propuestas finales con algunas variantes de color y tipografías de las cuales se hizo una encuesta a personas de diferentes edades para obtener cual de las 2 causaba mayor impacto.

Después de dicha encuesta se llegó a la conclusión que el segundo logotipo cumplía más con el concepto del lugar ya que mostraba 2 elementos importantes del lugar; el agua y la vegetación.

Se siguió trabajando con esta propuesta hasta corregir algunos detalles para que tuviera mayor funcionalidad logrando el logotipo final.

La Presa
Santa Catarina

Logotipo final

Bocetos de aplicaciones



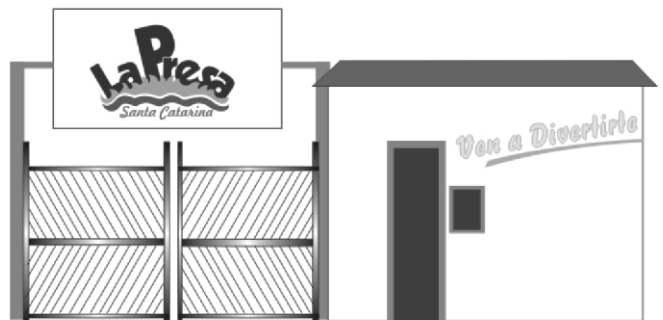
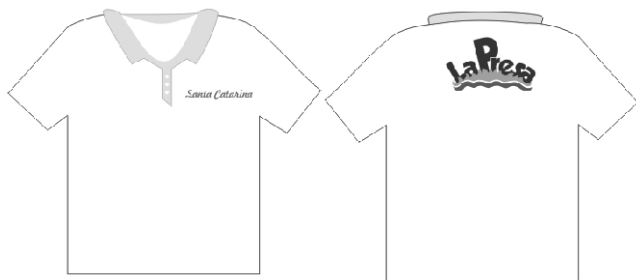
Para iniciar con las aplicaciones se hizo una lista de las que eran mas recomendables para el lugar y quedaron las siguientes, dentro de la papelería básica; hoja membretada, tarjeta de presentación y fólder.

En la papelería utilitaria; boletos, aplicación externa (en fachada), aplicación interna (botes de basura y lanchas), playeras y artículos de regalo (gorras, lapices y calcomanías).

Todas estas aplicaciones cumplen con el fin de unificar y lograr que las personas identifiquen mas fácilmente la Presa Santa Catarina.

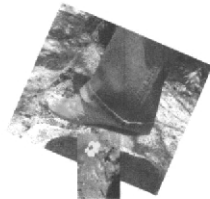
Frente

Reverso



Primeros bocetos de aplicaciones

Bocetos de señalización



La Presa Santa Catarina carece de una señalización adecuada, por lo tanto es necesario diseñar un sistema señalético que cumpla con ayudar a las personas haciendoles más fácil el acceso a los diferentes servicios del lugar.

Se inicio haciendo una lista de las principales señales que debía tener el lugar, en las informativas; baños, renta de lanchas, deposito de basura, taquilla, entrada y salida, venta de truchas y reglamentos. En las restrictivas; no cortar flores, no tirar basura, no fumar y no nadar.

Primero se tomaron fotos y se inició haciendo estilizaciones de cada una de las señales pero, se investigó que existe un organismo que se encarga del cuidado del medio ambiente, "Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas" (CONANP), el cual tiene un sistema de señalización diseñado para proteger las áreas naturales y hacer que la estancia en estas sea más fácil y agradable.

Por lo tanto se tomaron las estilizaciones de este sistema de señalización y adecuarlas a las señales que necesitaba la Presa Santa Catarina.





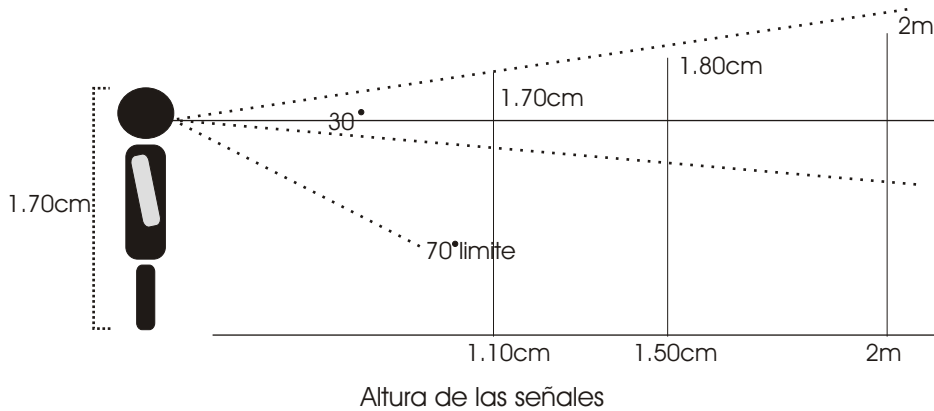
Se trabajaron la mayoría de las señales para que todas las estilizaciones quedaran de un mismo estilo, se tomaron fotografías y se trabajo en algunos detalles.

También se tomo en cuenta que el público que visita el lugar es muy variado, por lo tanto se decidió trabajar la estilización y la indicación escrita con la función de reforzar la idea y que esta quedara más clara.

El color del fondo para cada señal tenía que ser un color limpio y que no se perdiera en el lugar por la vegetación que este tiene; por lo tanto la mejor opción es que se manejara el color blanco y se eligió el rojo para las señales de restricción y el azul en las señales informativas ya que estos 2 colores son universales en señalización.

Las señales serán colocadas de 2 formas; las de tamaño chico van a ser sujetas de la pared y las grandes de soporte desde el suelo.

Para elegir la altura se tomo en cuenta la ley de visibilidad, sin olvidar que cada señal que sea colocada con soporte desde el suelo, puede variar dependiendo del terreno en el que se encuentre.



Bocetos de señalización

Bocetos de reglamentos



La Presa Santa Catarina cuenta con un reglamento para los visitantes y otro para el uso de las lanchas, pero existe el problema que las personas no conocían estos reglamentos ya que se encontraban impresos atrás del boleto de la entrada y del boleto de la renta de lanchas.

Se propuso hacer estos reglamentos para colocarlos en un lugar visible al público y así las personas que visitarán el lugar logren darse cuenta que hay un reglamento que contiene prohibiciones que ayudan hacer la estancia más placentera y el reglamento de renta de lanchas tiene como fin evitar algún accidente en los usuarios.

En la realización de los reglamentos se tomaron en cuenta los colores del logotipo para ir unificando las soluciones gráficas del lugar.



Primeros bocetos de reglamentos

Bocetos de señalización externa



Tomando en cuenta que cerca de la Presa Santa Catarina hay otro centro recreativo existe la necesidad de marcar la diferencia de la competencia, así que se vio conveniente utilizar señalización en la carretera que pasa cerca del lugar; y cumplir con la función de orientar hacia que distancia esta el lugar y al mismo tiempo hacer promoción a las personas que pasen cerca; enterarse donde se encuentra y que servicios ofrece.



Primeros bocetos de señalización externa



Fue necesario reforzar la idea e incluir las frases " Ven a divertirte " haciendo una invitación a todo el público a visitar el lugar y "centro recreativo" confirmando que el lugar es único para la convivencia familiar.

Estos son las dos propuestas finales de señalización externa, la primera cumple con la función de ser colocada sobre el puente que se encuentra en la carretera para indicar la dirección al lugar, y la segunda se colocara en la entrada de la calle donde se encuentra la Presa Santa Catarina, este indica también los servicios ya que muchas personas no conocen todo lo que tiene el lugar.



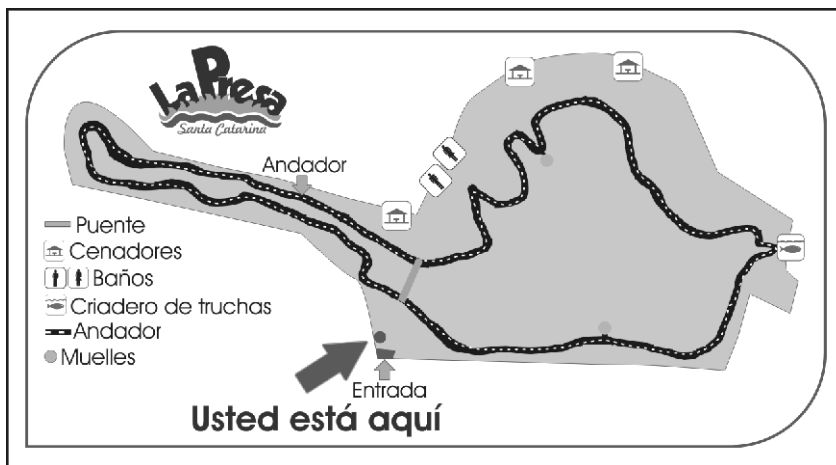
Propuestas finales de señalización externa

Bocetos de mapa de ubicación



El mapa de ubicación es necesario ya que en el se localizan sus servicios porque muchas personas que van al lugar no conocen todo lo que ofrece.

Primero se hizo una lista de los lugares y servicios con los que cuenta la Presa Santa Catarina y los iconos se tomaron de la propuesta de señalización para mantener la uniformidad en el lugar.



Primera propuesta de mapa de ubicación



Propuesta final de mapa de ubicación

Bocetos del tríptico



El tríptico fue el mejor medio de publicidad porque cumple con la función de llegar a público externo de Uruapan ya que se puede colocar en puntos estratégicos y contiene información más específica del lugar que a las personas les pueda facilitar la visita porque contiene datos más exactos y lo pueden guardar para visitarlo en otro momento.

Para el tríptico se selecciono información que contuviera algo de historia del lugar pero sobre todo fotos que mostraran los servicios que ofrece.

Para cuidar el medio ambiente, se prohíbe introducir:

- Bebidas alcohólicas
 - Mascotas
- Envases de vidrio
- Lanchas inflables
- Motos, bicicletas o artefactos que dañen la fauna.

URDERAL

Unidad de Riego Para el Desarrollo Rural Santa Bárbara

Calzada la Presa S/N Col. 12 de Diciembre

Uruapan, Michoacán

Horario: de 9:00 a 18:00 Hs.
Todos los días.
A solo 10 min. del centro de la ciudad
por la autopista Uruapan-Morelia

Ven a Divertirte

Historia

Más de quinientos años de lucha por lograr contar con agua limpia para regar sus huertas y parcelas han llevado a la Unidad de Riego Santa Bárbara a cuidar, limpiar, modificar el curso del Río Santa Bárbara, construir un canal de aguas residuales alterno y lograr la instalación de una planta de tratamiento de aguas residuales, además de rescatar y preservar la presa Santa Catarina.

En forma natural se originó el manantial del Río Santa Bárbara. Los indígenas visitaban este lugar para lavar la ropa, bañarse y nadar. Incluso tomaban agua para llevarla al municipio vecino de Calzonzin.

Servicios

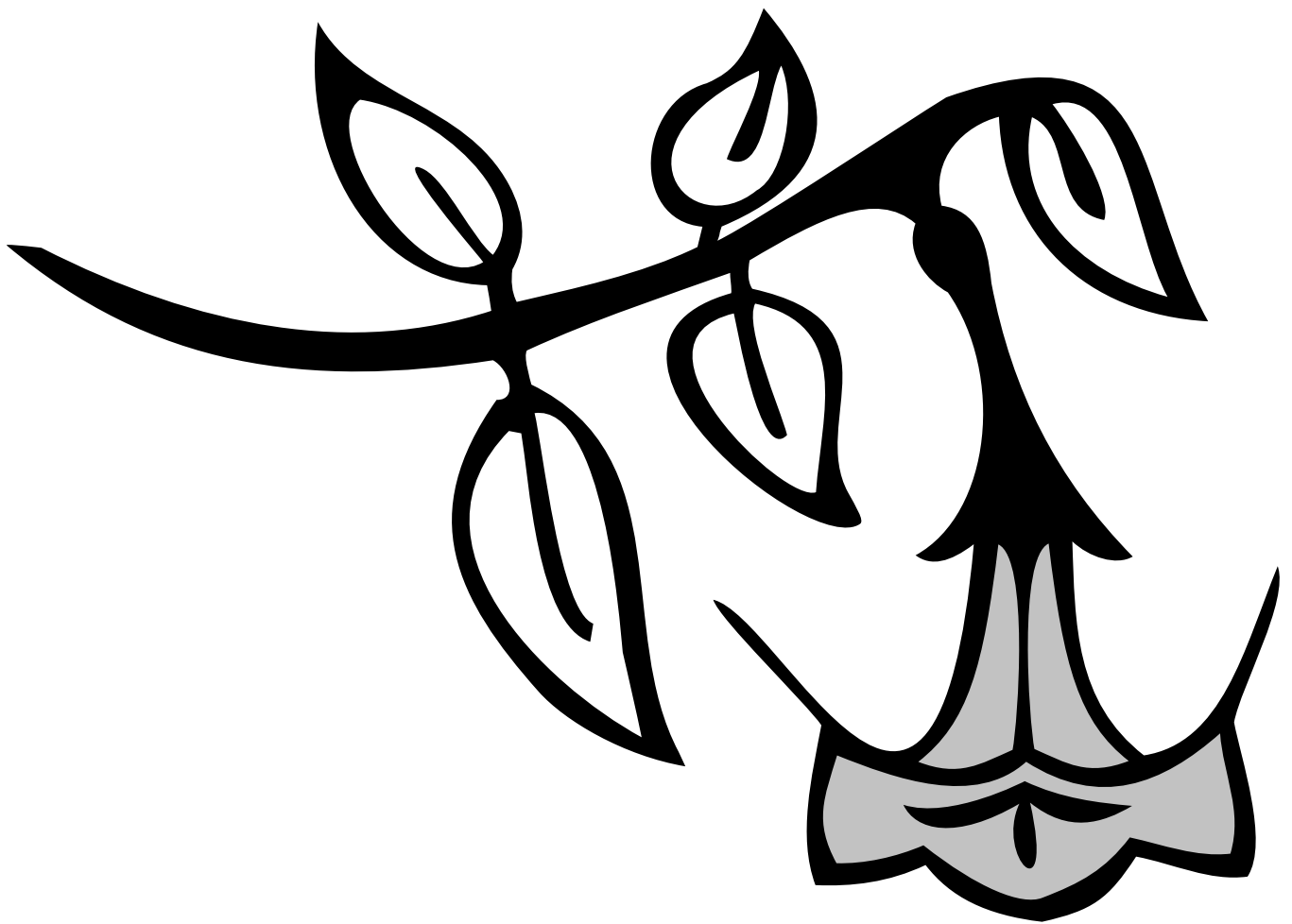
Entre los servicios que ofrece el lugar, uno de los principales son las áreas verdes, en las que puede practicar varios deportes, tales como la pesca y la renta de lanchas, en un ambiente libre de riesgo, ya que cuenta con personal capacitado para la asesoría en estas actividades. Existen varios cenadores que cuentan con asador para invitar a pasar las familias a un verdadero día de campo. También hay servicios sanitarios.

El lugar ofrece seguridad ya que cuenta con cerca perimetral y una sola entrada, lo cual le permite al personal estar al pendiente de todas la gente que asiste al lugar.

Para pasar un buen día

- Ven y utiliza los cenadores con asador.
- Diviértete practicando remo con tu familia.
- Disfruta de las áreas verdes y bellos paisajes.
- Pesca y compra trucha fresca.

Primeros bocetos del tríptico



Capítulo 8

Propuesta de solución
Propuesta de solución

Manual de identidad corporativa

Manual de identidad corporativa



Introducción

Introducción

Este manual es un instrumento esencial para aplicar correctamente el Sistema de Identidad de La Presa Santa Catarina en cualquiera de sus usos.

Es preciso que, al utilizar esta imagen, se examine cuidadosamente el manual para familiarizarse con su contenido, de manera que la imagen proyectada sea uniforme y mantenga siempre la excelencia y calidad.

El empleo de un buen criterio y la adhesión estricta a las especificaciones del manual son la clave para lograr una interpretación exitosa.

El manual comprende todas las áreas de comunicación visual, y está diseñado para ir creciendo conforme a nuestras necesidades de comunicación, o para actualizarse y renovarse según sea necesario. Si el uso se encuentra frente a alguna situación no previstas a lo largo de estas paginas, deberá consultar con la persona encargada del diseño.

Logosímbolo



Representa el soporte visual para la identidad corporativa; es una representación de la presa Santa Catarina como entidad.

Su forma correcta es tal y como se presenta; no se puede desarmar ni utilizar en partes, sino sólo en conjunto. Es a 2 tintas, (azul y verde) y las otras dos son variantes de los mismos. Estos colores fueron elegidos, ya que son los que más encontramos en el lugar; el verde por la vegetación y el azul por el agua. La tipografía de la presa está unida, ya que es un lugar familiar y seguro que permite la convivencia.

Variante del logotipo
Variante del logotipo



Esta variante tiene la leyenda "Uruapan, Michoacán" para reafirmar el lugar donde se encuentra situada la presa Santa Catarina. La tipografía es Geometr 231 Hv Tb.

Colores corporativos



La gama de colores fue elegida tomando en cuenta aspectos representativos del lugar.
Agua: azul
Vegetación: verde



Pantone 2738 c

C:100
M:85
Y:0
K:0

Estos colores son para dotar con identidad cromática al lugar.
No pueden ser cambiados, ni modificado su tono.



Pantone 284 c

C:55
M:14
Y:0
K:0

Se indica con exactitud el tono correcto, para lograr que todas las reproducciones sean uniformes.



Pantone 360 c

C:62
M:0
Y:78
K:0

Es importante mencionar que los colores azul y verde son los mismos, pero en diferente tono; por lo tanto, se considera como una sola tinta cada color.



Pantone 376 c

C:40
M:0
Y:100
K:0

Guía de trazo y área de protección



Se parte de una cuadrícula para facilitar el uso, en cuestión de reducción y ampliación a diferentes tamaños. En esta cuadrícula, X corresponde a la altura de la letra C.

X: altura de C



Al utilizar el logotipo, es necesario que se respete un área de protección, con el fin de que no aparezca saturado el formato.

Todo elemento secundario, como los trazos decorativos y los textos, deben mantenerse a cierta distancia, dejando un margen.

En la imagen se muestra el espacio que debe dejarse por medio de barras: sin importar que el logotipo se reduzca o amplíe, la proporción del espacio en blanco cambiará para quedar en proporción con el ejemplo.

Para el logotipo, el tamaño del espacio que se respetará siempre es de C.

Escala de grises y negativo
Escala de grises y negativo



Esta variante del logotipo ayuda para la reproducción cuando sea necesario imprimir a una tinta o con fondo obscuro.

Opción de colores



C:100
M:20
Y:0
K:0

Pantone 2995 c



C:100
M:85
Y:0
K:0

Pantone 625 c



C:60
M:0
Y:20
K:20

Pantone 5493 c

Para tener una mayor flexibilidad en el uso de colores del logotipo, es necesario tener una gama más amplia que permita la solución de distintas necesidades.

Además, es necesario aprovechar el gran número de sistemas de producción que existen en nuestro medio. Por lo tanto, se autoriza utilizar estos colores cuando, por razones de diseño y/o técnicas, no se pueda utilizar el logotipo con los colores institucionales marcados. Los colores permanecen acordes con el concepto del lugar.

Opciones de color para el fondo

Opciones de color para el fondo



Pantone 355 c

C:100
M:0
Y:100
K:0



Pantone 3115 c

C:60
M:0
Y:20
K:0



Pantone 697 c

C:0
M:60
Y:60
K:40

Los colores para el fondo a una tinta, en caso de ser necesarios, fueron elegidos conforme a los colores originales para que no se modifique el concepto de la imagen.



Pantone 5807 c

C:0
M:0
Y:10
K:0



Pantone 351 c

C:15
M:0
Y:15
K:0

Los colores para el fondo son verde y amarillo, cuando el logotipo se mantenga con los colores corporativos.

Tipografía *Tipografía*



Geometr231HvBt

ABCEDEFGHIJKLMNOPKRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopkrstuvwxyz
1234567890

La expresión "la presa" está escrita con tipografía. Geometr231HvBt .

Freehand521Bt

ABCEDEFGHIJKLMNOPKRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopkrstuvwxyz
1234567890

La leyenda "Santa Catarina" va escrita empleando tipografía Freehand521Bt.

AvantGarde Bk Bt

ABCEDEFGHIJKLMNOPKRSTUVWXYZ.
abcdefghijklmnopkrstuvwxyz
1234567890

La tipografía que se propone para otras aplicaciones (como impresos en boletos, papelería, folletos, etcétera) son la Avant Garde BK BT, BenguiatGot BK BT, DomCasual BT y DomCasual BT, elegidas por su sencillez y legibilidad.

DomCasual BT

ABCEDEFGHIJKLMNOPKRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopkrstuvwxyz
1234567890

BellCent Add Bt

ABCEDEFGHIJKLMNOPKRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopkrstuvwxyz
1234567890

Usos incorrectos



Cualquier cambio de posición, color y proporción altera el uso adecuado del logotipo; por lo tanto, no se podrá reproducir éste fuera de las posibilidades admitidas en este manual.

El logotipo no puede ser parte de otros elementos. Los siguientes ejemplos son muestras claras de lo que no está permitido hacer, dado que ello alteraría la idea del concepto.



Santa Catarina

Mover elementos



Santa Catarina

Crecer elementos



Santa Catarina

Cambiar color



Cambiar elementos



Sobreponer elementos



Usar degradados



Altear tipografía



Reducción y elementos decorativos

Reducción y elementos decorativos



El tamaño mínimo de reducción será siempre de 2.4 cm de largo por 1.6 cm de ancho; éste se respetará para que sea legible el logotipo. Una mayor disminución restaría legibilidad y funcionalidad.



1.6 cm

2.4 cm

Estos, son propuestos para diferentes aplicaciones, tales como boletos, hojas membretadas o hasta en la misma decoración del lugar.

Es importante que se respeten estas propuestas de elementos decorativos, ya que forman parte del sistema de identidad corporativa del lugar; como están retomados del logotipo, son originales.

Algunos de estos elementos son propuestos en diferentes variaciones de color, para permitir diferentes aplicaciones con el mismo elemento.





Santa Catarina *Santa Catarina*
 Santa Catarina
Santa Catarina *Santa Catarina*
 Santa Catarina
Santa Catarina *Santa Catarina*
 Santa Catarina
Santa Catarina *Santa Catarina*
 Santa Catarina

Ven a Divertirte



Santa Catarina



Papelería básica

Aplicaciones

Hoja membretada

Hoja membretada

Las medidas reales son de 21.5 cm de ancho por 28 cm de largo, las cuales corresponden a una hoja tamaño carta.

El papel recomendado es el bond, por ser económico y buena calidad.

La hoja membretada hace uso de sólo dos tintas, la verde y la café, esto permite que la impresión sea más económica.



URDERAL

Unidad de Riego Para el Desarrollo Rural Santa Bárbara



Calzada la Presa S/N Col. 12 de Diciembre
Uruapan, Mich.

Tarjeta de presentación

Tarjeta de presentación



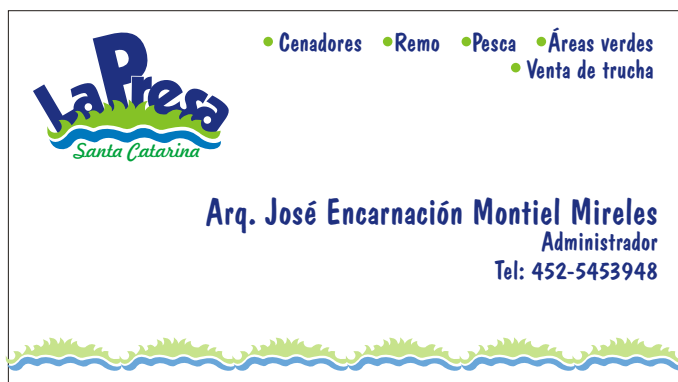
Las medidas son de 9 cm de largo por 5 cm de ancho, esta medida es el estándar de tarjetas.

Se propone este diseño para la tarjeta de presentación, donde se maneja, por limpieza la opción de color del fondo en blanco.

Se maneja la tipografía en color azul para sacar provecho a las tintas que se manejan en el logotipo, haciendo uso de los elementos decorativos permitidos dentro del manual.

Se propone que se imprima en láser, para mayor calidad de la impresión.

9 cm



5 cm

Folder



Las medidas son de 30 cm de largo por 23 cm de ancho, esta medida es estándar.

Se utilizó el color crema del folder, ya que es el más común de encontrar; por esto mismo se decidió el logotipo en uno de los colores propuestos a una sola tinta azul.

Por la parte de atrás se retoma sólo el significado de URDERAL, ya que estos artículos serán usados generalmente por la empresa.

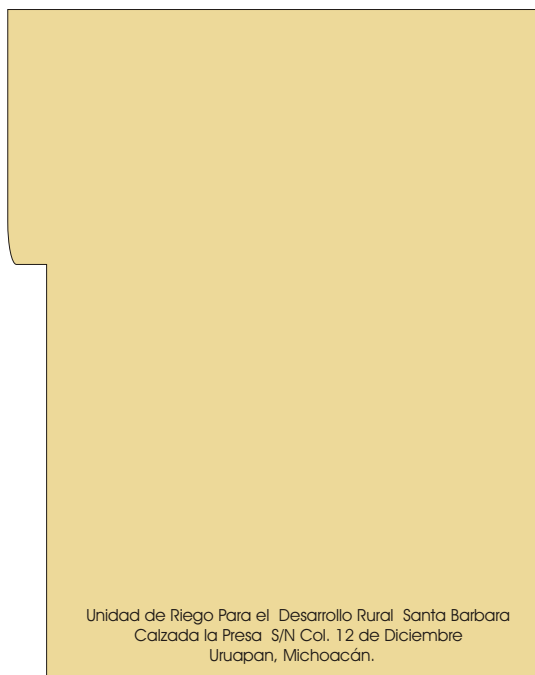
El medio de impresión más recomendable es la serigrafía por su calidad.

Frente



Medida real
23 X 30 cm

Vuelta



Papelería utilitaria

Aplicaciones



Boletos

Boletos

Su medidas son de 14 cm de largo por 5 cm de ancho.
Se proponen estos dos diseños de boletos, haciendo uso de las opciones de colores, elementos decorativos y tipografías propuestas en el manual.
De los dos boletos que se necesitan, se manejaron a una sola tinta, para economizar en la impresión.



Medida real
14 cm de largo X 5 cm de ancho

Aplicación externa

Fachada



Se propone la decoración de la fachada, haciendo uso de los elementos decorativos propuestos en el manual.

La medida real del letrero de la entrada es de 150 m de largo por 90 cm de ancho, impreso en vinil con un soporte de trovicel.

Para hacer aprovechar el espacio de la fachada y cuidando que se vea limpio el diseño, sólo se decidió manejar una frase que, a la misma vez, sirve para invitar a la gente a disfrutar del lugar.

La tipografía del letrero "ven a divertirte" es la Brush 738 BT.



Medida real del letrero
150 cm X 90 cm



Ejemplo de como se vería la fachada

Aplicación interna

Aplicaciones



Lanchas

Lanchas

Para conservar el ambiente natural del lugar, se propone unificar el color de las lanchas, se eligió el color blanco porque representa la limpieza y es visible a distancia. Sólo se maneja una parte del logotipo.

El elemento decorativo que se eligió sólo se pondrá en la parte lateral, como se muestra en el ejemplo; esto, para evitar que se vea cubierto por el agua.



Ejemplos de como se verían las lanchas

Playeras



Se proponen dos diseños de playeras para usarse durante el fin de semana; solo sábados y domingos.

La primera propuesta es una playera azul, elegida por su relación de color del agua; será impresa en serigrafía, a una sola tinta, por ambos lados.

La segunda es color blanco elegido por su limpieza, puede ser impresa en serigrafía o bordado.

En ambas playeras, la tipografía de Santa Catarina corresponde al mismo tamaño en proporción con la otra parte del logotipo de atrás.

Frente



Espalda



Botes para basura

Botes para basura



Para lograr una mayor uniformidad dentro del lugar se propone pintar todos los botes de basura de un solo color apoyados con el logotipo del lugar rotulado.

El color elegido es blanco ya que forma parte de la identidad corporativa del lugar porque está utilizado también en la señalización; además recordando que el color blanco nos refleja limpieza.



Ejemplos de como se verían las botes para basura

Souvenir



Estas propuestas son creadas para públicos específicos y pueden utilizarse en ocasiones que a la empresa le convengan ya que son obsequios para las personas.

Los lápices se recomienda que se impriman en serigrafía; favorece a este sistema de impresión el que este a una sola tinta.

Las gorras pueden ser bordadas o impresas en transfer.

La calcomanía redonda es de 4.5 cm de diámetro; será impresa en papel etiqueta, en láser.

Lápiz



Gorra



Calcomanía



Reglamentos



Estos reglamentos son propuestos para colocarse en pared; sus medidas son de 95 cm de largo por 80 cm de ancho.

El sistema de impresión recomendado es vinil y la base de trovicel con plastificado, para mayor durabilidad.

Renta de lanchas



REGLAMENTO

- Máximo 4 personas por lancha
- No subir a personas en estado de ebriedad
 - Sólo subir y bajar en el muelle
 - No pegar las lanchas al andador
- usted será responsable por cualquier daño causado por el mal uso de las lanchas
- No nos hacemos responsables de accidentes

95cm

80cm

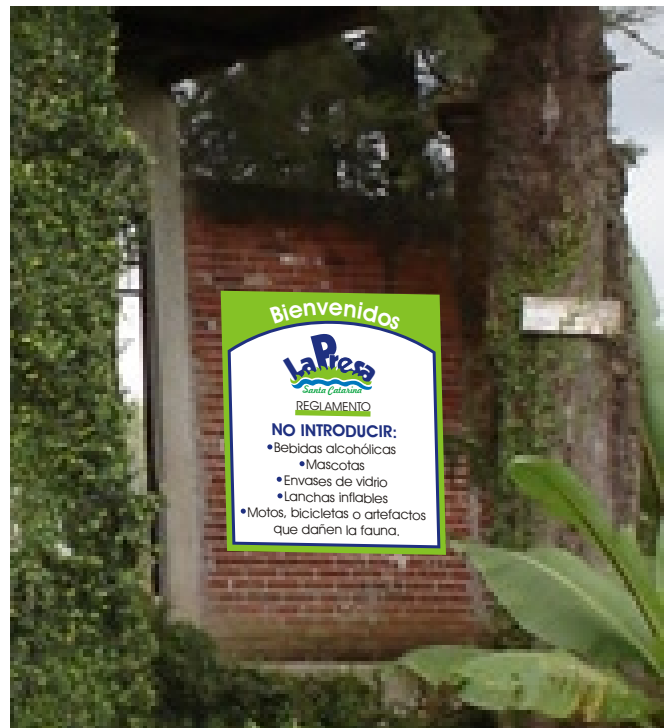
Bienvenidos



REGLAMENTO

NO INTRODUCIR:

- Bebidas alcohólicas
 - Mascotas
- Envases de vidrio
- Lanchas inflables
- Motos, bicicletas o artefactos que dañen la fauna.



Ejemplo de como se verían los reglamentos

Anuncio espectacular



Este anuncio espectacular tiene como función invitar y dar a conocer del lugar y sus servicios; por lo tanto, será colocado un anuncio en las 4 entradas a Uruapan, las cuales son: la autopista Uruapan-Morelia, la carretera libre hacia Morelia, la carretera hacia Lázaro Cárdenas y la carretera hacia Zamora.

Sus medidas son de 6 m de largo por 3m de ancho y el materia que se recomienda es lona, impresa en selección digital a 300 D.P.S y con una portería de fierro como soporte.

6 m

3 m

Centro recreativo

La Presa
Santa Catarina

- Cenadores
- Áreas verdes
- Venta de trucha
- Remo
- Pesca

Ven a Divertirte

A 10 min. del centro de la ciudad,
por la autopista **Uruapan-Morelia**



Entrada por la autopista Uruapan-Morelia

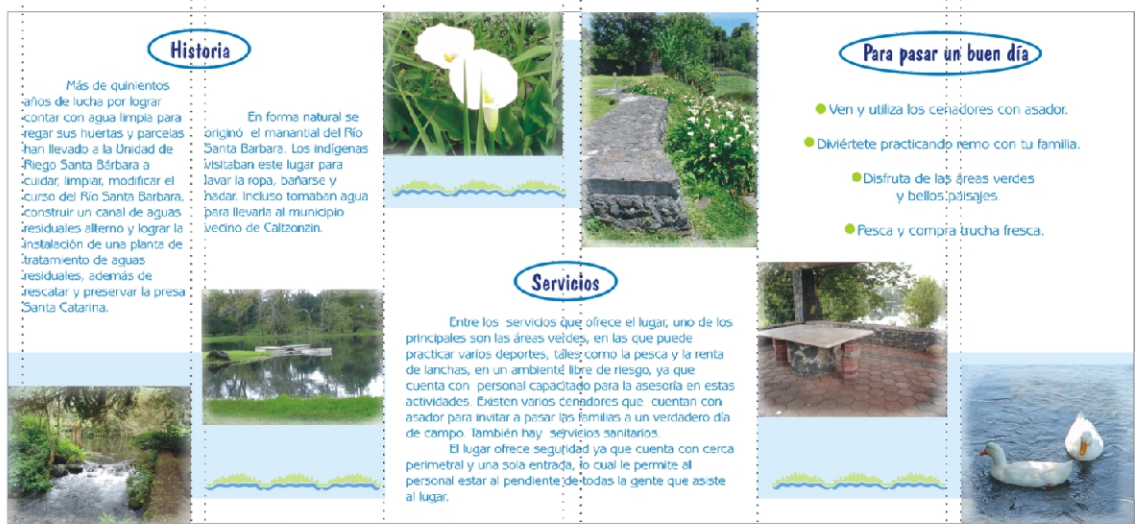
Tríptico



El tríptico tiene como función más detallada informar a las personas del municipio sobre la remodelación del lugar y sus servicios; también al público externo al municipio sobre la existencia del lugar.

Este tríptico será proporcionado en lugares específicos como la casa del turista, hoteles y lugares que apoyen con patrocinio (como son imprentas); por este motivo se deja un espacio para patrocinadores en la parte de afuera.

Sus medidas son de 33 cm de largo y 15 cm de ancho, el sistema de impresión recomendado es selección de color en papel lustrolito brillante.





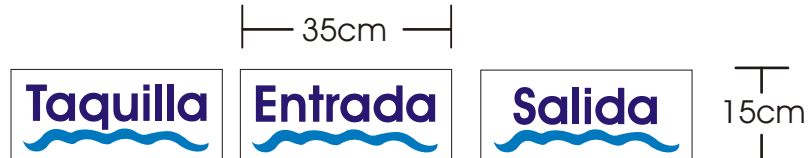
Señalización

Señalización interna

Está diseñada para guiar al visitante, así como conocer y hacer buen uso de los servicios que ofrece el lugar.

Estas señales se clasificaron en 2 tipos: las informativas que ayudan a indicar o marcar sitios de interés y las restrictivas que nos indican prohibiciones para mayor armonía dentro del lugar.

Es importante mencionar que el material recomendado para la señalización en exteriores por su durabilidad es acrílico de color blanco de grosor de 3 mm impresos en serigrafía a 2 tintas.



INFORMATIVAS

Estas señales son de diferentes tamaños porque responden a necesidades diferentes.

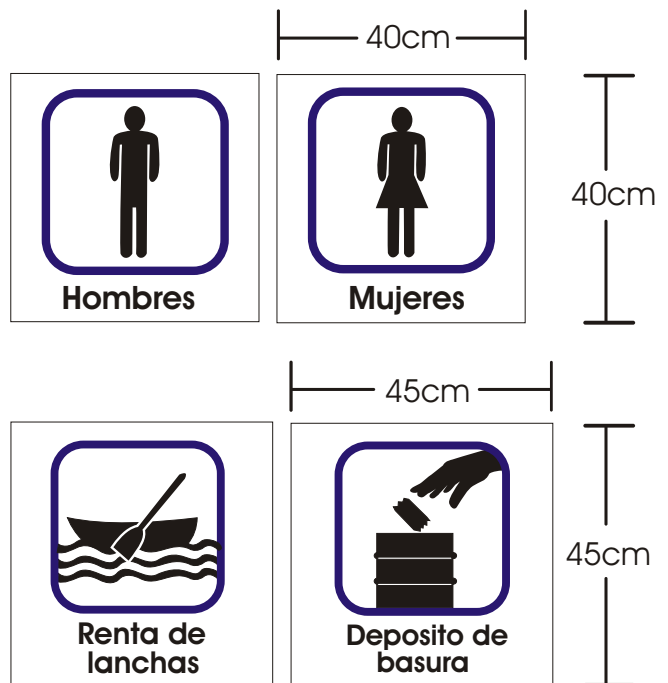
Las señales de taquilla, entrada y salida son para ser colocadas sobre la pared, y sus medidas son de 35 cm de largo y 15 cm de ancho.

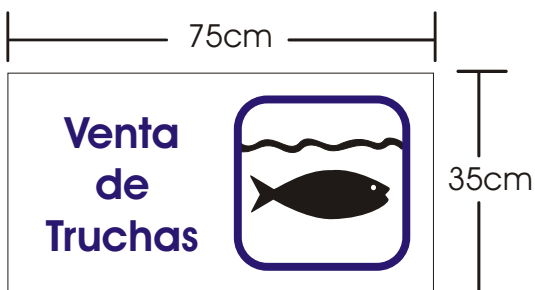
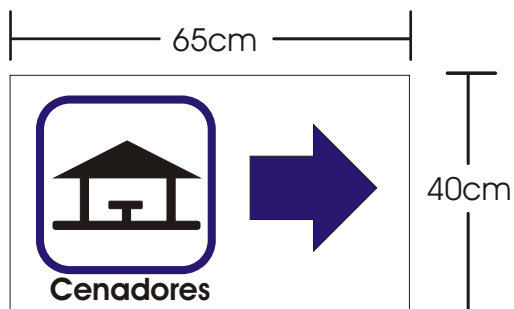
Las señales para los baños son para colocarse en la pared. Sus medidas son de 40 cm de largo por 40 cm de ancho.

Renta de lanchas y depósito de basura. Son para ser colocadas con soporte de madera y sus medidas son de 45 cm de largo por 45 cm de ancho.

La señal de dirección de cenadores también es para ser colocada con soporte de madera y sus medidas son de 65 cm de largo por 40 cm de ancho.

Y por último, el letrero de venta de truchas está diseñado para ser colocado sobre pared, y sus medidas son de 75 cm de largo por 35 cm de ancho.





Ejemplos de como se vería la señalización informativa

Fotos: Jacquelin Pulido P.

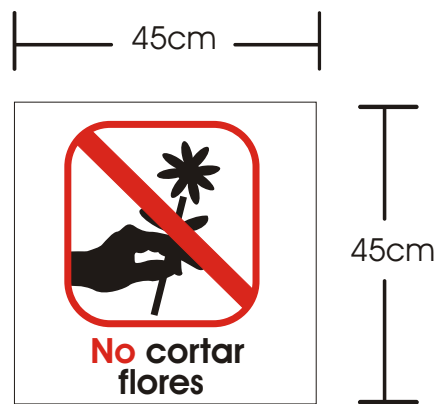
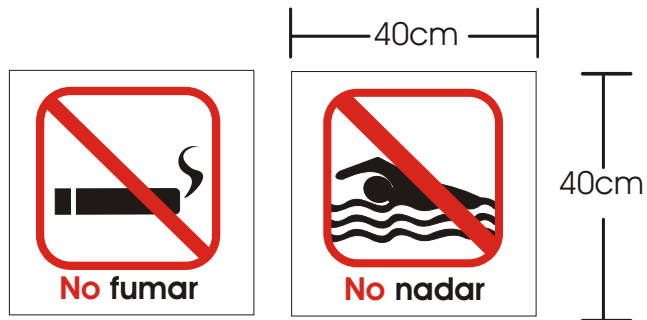


RESTRICTIVAS

Estas señales también son de diferentes, tamaños porque responden a necesidades diferentes.

Las señales de no fumar y no nadar son para colocarse en la pared y sus medidas son 40 cm de largo por 40 cm de ancho.

Las 2 señales de “no tirar basura” y “no cortar flores” son para ser colocadas con soporte de madera. Sus medidas son 45 cm de largo por 45 cm de ancho.





Ejemplos de como se vería la señalización restrictiva

Fotos: Jacquelin Pulido P.

Plano de ubicación



El plano de habituación cumple con la función de informar a los visitantes los servicios con los que cuenta la Presa Santa Catarina.

Se colocará cerca de la entrada, para que las personas puedan acercarse a consultarlo antes de hacer uso de algún servicio.

Sus medidas son de 110 cm de largo por 60 cm de ancho, será de trovicol impreso en vinil, plastificado y con soporte de madera.





Ejemplo de como se vería el plano de ubicación

Señalización externa



Esta señalización cumple con el objetivo de orientar a las personas que vayan hacia la presa la distancia a la que se ubica y, al mismo tiempo, hacerle promoción al lugar porque informa de los servicios con los que cuenta.

Será colocado sobre la carretera, señalando el camino hacia la presa. Sus medidas son de 80 cm de ancho por 95 cm de largo, serán impresos electrostáticamente en lámina galvanizada con bases de fierro.

80cm



95cm



Ejemplos de como se vería la señalización externa

Fotos: Jacquelin Pulido P.

Señalización externa



Esta señalización será colocada sobre el puente que cruza la carretera señalando el dilección hacia la presa. Sus medidas son de 50 cm de largo por 80 cm de ancho, serán impresos en vinil, con soporte de trovicel y plastificados.

80cm



50cm



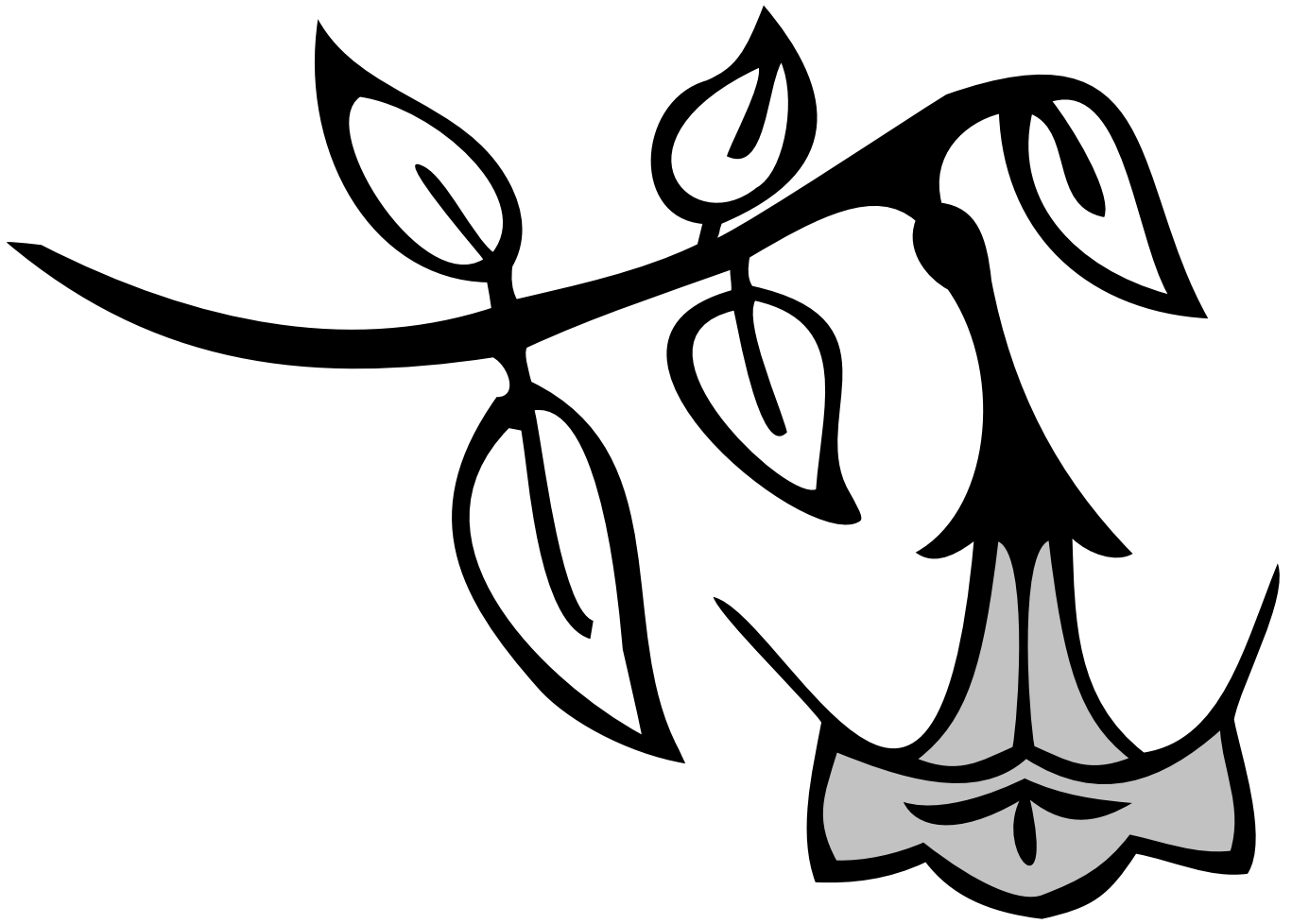
Ejemplos de como se vería la señalización externa

Presupuesto



39 señales	\$ 6,000.00
4 anuncios espectaculares	\$ 22,000.00
Bases de 4 anuncios espectaculares	\$ 3,200.00
1000 trípticos	\$ 3,326.00
Letrero de la entrada	\$ 900.00
2 reglamentos	\$ 1,400.00
Mapa de ubicación	\$ 800.00
2 señales de la entrada	\$ 1,400.00
Total:	\$ 39,026.00 M.N.

Presupuestos de señales; hechos en Promoser, trípticos; en López impresores, anuncios espectaculares, mapa de ubicación y reglamentos; en Impresos Tarascos, Diciembre de 2005.



Capítulo 9

Conclusión
Conclusión

Conclusión



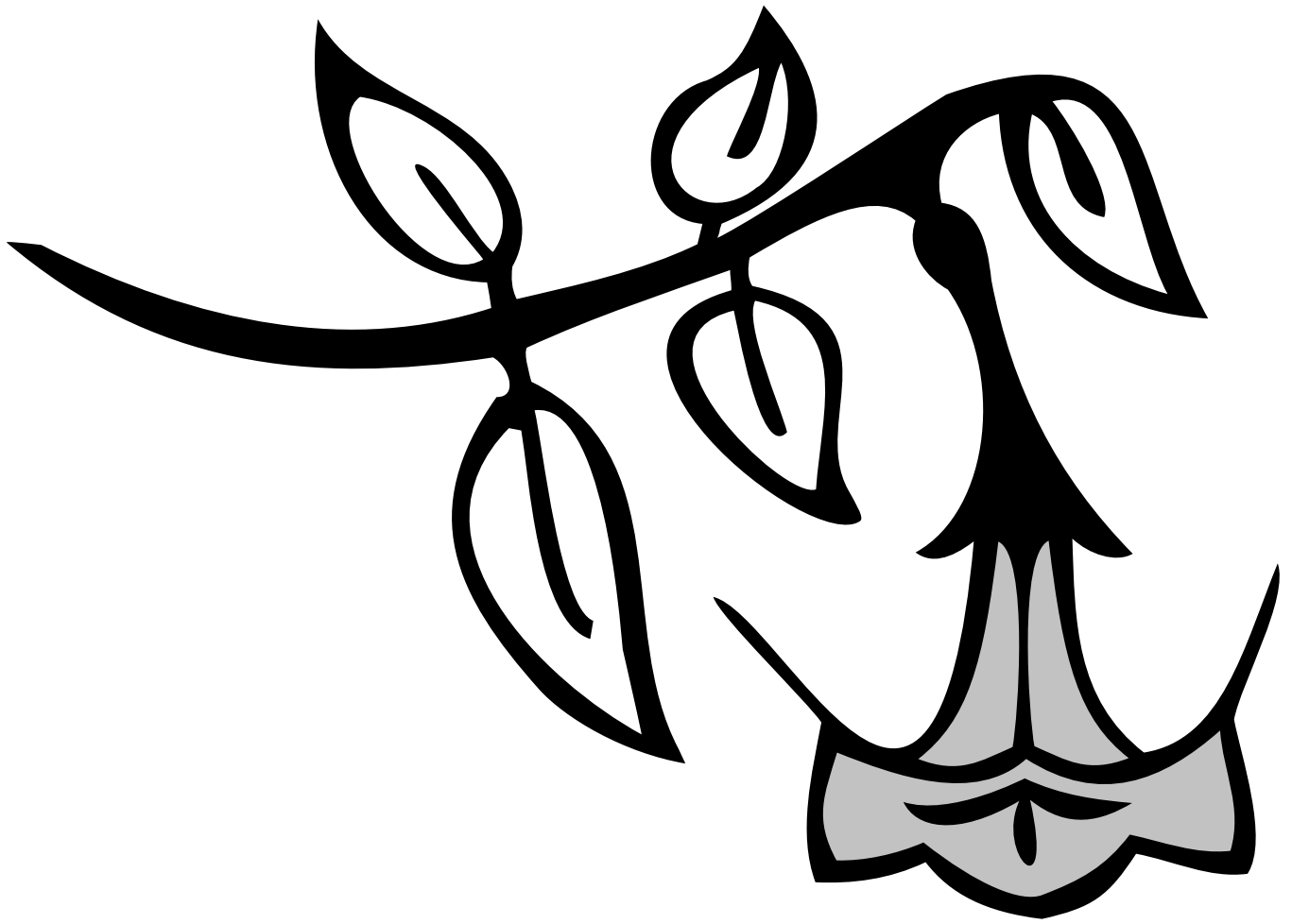
El presente proyecto propone que la Presa Santa Carina tenga su identidad corporativa, hacer uso de los mejores medios de publicidad para lograr una mayor difusión de sus servicios, motivando un mayor número de visitantes y, por lo tanto, mayores ingresos para realizar algunos de los proyectos que se tienen para lograr que el lugar sea reconocido como centro turístico.

Algunos de los proyectos son terminar con el restaurante que empezaron a construir, rentar el lugar para campamentos, construir más cenadores y poner juegos para los niños, esto sólo se puede llevar a cabo si se obtiene un mayor número de ingresos ya que por el momento la Presa Santa Catarina no recibe apoyo económico de ninguna institución.

Por este motivo es importante posicionar a la Presa Santa Catarina; por medio de la publicidad y de la señalización que hacen una invitación a las personas del municipio y a personas externas a él, que la visiten y hagan buen uso de las instalaciones y servicios que proporciona el lugar y así pasen un día agradable en compañía de su familia.

Por medio de esta propuesta será más fácil y placentera la estancia en el lugar ya que cumple con solucionar su problemática actual, y así en un futuro cercano ser una opción más para ser visitada con la familia, teniendo esta muchos servicios los cuales ayudan a la convivencia familiar principalmente de los uruapenses.





10

Bibliografía

Bibliografía

Bibliografía



Autonomía de la publicidad en México

Victor M. Bernal Sahagun
Editorial nuestro tiempo, S. A.
México, 1985
Pag. 48-50

Datos generales sobre Uruapan

Jose Ma. Paredes Mendoza
Uruapan Michoacán, 1999
Pag. 3

Diseño e identidad empresarial

Eduardo Oejo

El Diseño Gráfico desde sus orígenes hasta nuestros días

SANTUE, Enric.

Historia del diseño gráfico

Philip B. Meggs
Editorial trillas
México 1998
Pag. 54-56, 108-110, 246-250, 361, 371-374

Ideología y metodología del diseño

Jordi Llovet
Editorial Gustavi gili, S. A.
Barcelona, 1981
Pag. 138-140

Imagen global

Evolución del diseño de identidad
Joan Costa
Barcelona, 1994
CEAC (enciclopedia de diseño)
Pag. 16,17,29,31,61-63

Introducción a la arquitectura del paisaje

Michael Laurie
Coleccion de arquitectura/perspectiva
Editorial Gustavo gili, S. A.
Barcelona, 1983
Pag. 94 y 95

Publicidad y comunicación integral de marca

Thomas C., Chris T. Allen y Richard J. Semenik
Tercera edición, agosto de 2003
Pag. 8-15

Retratos

David Wilson
Editorial Grijalbo, pag. 39,110 y 113
2001 México D.F.

Señalética

De la señalización al diseño de Programas
Joan Costa
Barcelona, 1994
CEAC (enciclopedia de diseño)
Pag. 65-83,97

Sol Power

Sophia y Stefan Behling
Editorial Gustavo Gili, S. A.
Barcelona 2002
Pag. 14-16 y 235

Uruapan ciudad del progreso

Sergio Ramos Chávez
Uruapan Michoacán, 15 de abril 2001
Pag. 31,32,11-14

Bibliografía



Áreas de esparcimiento

www.gio.gov.tw

Áreas recreativas

www.conabio.gob.mx

Audiovisual

www.es.wikipedia.org/wiki/Audiovisua

Beneficios ambientales y de salud

www.edomexico.gob.mx

Colores de la seguridad

www.mtas.es

Envase y embalaje

Www.amee.org.mx

Manual imagen corporativa

www.logoexpress.com.mx

Publicaciones diversas:

Antología de trabajo social en la familia

Copilador LTS Martha Violeta Gómez Zavala

**Folleto tianguis artesanal de domingo
de ramos 2005**

Uruapan, Michoacán 2005

Historia de la Presa Santa Catarina

Revista vértices de Michoacán

No. 367

1ra. Semana de octubre 2003