



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN

PROPUESTA DE UNA SERIE DE CUATRO CARTELES
PARA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE
TEQUISQUIAPAN, EN EL ESTADO DE QUERÉTARO.

TRABAJO DE TESIS
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LIC. DISEÑO GRÁFICO
PRESENTA:
ALINE FERNÁNDEZ DUEÑAS

Asesor: LDCG. Leticia Salgado Ávila

Noviembre 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.

DEDICATORIA

A mis padres Hugo y Paty:

Quienes han sido pilares en mi vida. Gracias por todo su amor, apoyo, dedicación, esfuerzo y comprensión, por saber guiarme a través de su ejemplo de vida y sus consejos, alentándome a superarme día a día y querer ser una mejor persona.

La conclusión de esta tesis es sólo una pequeña muestra de mi eterno agradecimiento y amor profeso hacia ustedes...

A mis hermanos Adrián y Demián:

Por ser mis mejores amigos sin olvidar con ello ser mis hermanos. Gracias por su presencia en los momentos necesarios, por sus consejos, paciencia y ejemplo de dedicación y constancia...

iii LOS AMO !!!

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional
Autónoma de México:

Que por excelencia siempre ofrece a sus egresados una formación íntegra y un alto reconocimiento académico a nivel mundial.

A la Fes Acatlán:

Por haber sido mi segunda casa durante la carrera, brindándome la oportunidad de superarme personal y profesionalmente. Gracias... porque soy de sangre azul y piel dorada.

A mi asesora Lety Salgado:

Gracias por brindarme tu amistad y compartir conmigo tus conocimientos, tiempo y consejos para la culminación de este proyecto.

A mis sínodos:

Fabiola Gutiérrez G., Isary Paulet Q., Horacio Ascencio V., Juan José Freire:
Por su valioso tiempo y orientación, facilitando el término de este trabajo.

A Anallely, Patty, Sarita, Karina, Sara, Lore, Lule, Huazo, Moy, Hugo, Héctor y Chuy:

Gracias por ser quienes son, brindándome siempre lo mejor de ustedes, por esos interminables momentos e irrepetibles experiencias que hemos compartido juntos, pero sobre todo, muchas gracias por su amistad incondicional, que a pesar de todo sigue igual o mejor que antes. Gracias por haber hecho de mi paso por la Universidad la mejor etapa de mi vida.

A todos aquéllos amigos y amigas que han estado conmigo en los buenos y malos momentos, a pesar de la distancia, del tiempo y las circunstancias, siendo sin duda alguna parte importante de mi. Sé que si tienen la oportunidad de leer éstas líneas que nada dicen, pero mucho quieren expresar, sabrán que me refiero a... todos ustedes.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
TEQUISQUIAPAN	5
 Capítulo I TEQUISQUIAPAN, QUERÉTARO	
1.1 Antecedentes históricos	6
1.2 Raíces	7
1.3 Aspectos generales del municipio de Tequisquiapan.	8
1.3.1 Localización	
1.3.2 Orografía	
1.3.3 Hidrografía	
1.3.4 Ecosistemas del municipio	
1.4 Actividad económica	10
1.5 Cultura y Tradición de Tequisquiapan	11
1.5.1 Centros Turísticos	
1.5.2 Artesanías	
1.5.3 Monumentos arquitectónicos	
1.5.4 Gastronomía	
1.5.5 Fiestas y costumbres	
 Capítulo II EL CARTEL Y LA FOTOGRAFÍA	
2.1 El Cartel	16
2.2 Características	17
2.3 Ventajas y Desventajas	18
2.4 Tipos de cartel	19
2.4.1 Por su contenido	
Informativo	
Formativo	
2.4.2 Por su función	
Cartel Social	
Cartel de Entretenimiento	
Cartel Publicitario	
Cartel Turístico	

2.5	Elementos del diseño para la estructura de un cartel	29
2.5.1	Relaciones Visuales	
	Contraste	
	Textura visual	
	Relación Figura-Fondo	
	Forma	
	Composición	
	Organización de la figura	
	Movimiento y Equilibrio	
	Sistema de Proporción	
2.5.2	Elementos gráficos y su organización	42
	Soporte	
	Formato	
	Tipografía	
	Color	
	Imagen	
	Sistemas de impresión	
2.6	La fotografía	54
2.7	La cámara y su funcionamiento	54
2.8	Partes de una cámara réflex de 35 mm	56
2.9	Tipos de cámara	57
2.10	Película	58
2.10.1	Sensibilidad de la película	
2.11	Objetivos	60
2.12	Composición Fotográfica	63
2.12.1	Centro de interés	
2.12.2	El fondo (background)	
2.12.3	Ángulo de toma	
2.12.4	Perspectiva	
2.12.5	Línea de horizonte	
2.12.6	Acercamiento al sujeto	
2.12.7	Uso de la línea de interés y unidad	
2.12.8	Regla de los tercios	

Capítulo III DESARROLLO DEL PROYECTO

3.1	Realización del proyecto.	70
3.2	Diseño de prototipos de cartel.	76

CONCLUSIONES	89
--------------	----

BIBLIOGRAFÍA	92
--------------	----

INTRODUCCION

Desde hace algunos años, México ha sufrido un cambio evidente en cuanto a difusión del Turismo se refiere, promocionando por todos los medios posibles los maravillosos lugares con los que cuenta nuestra República Mexicana. Así vemos comerciales de televisión, documentales que enaltecen parajes naturales, o anuncios de revista invitando a la gente a ser partícipe de aventuras y nuevas emociones conociendo lugares que se encuentran a nuestro alcance, por el simple hecho de vivir en un país tan vasto en recursos naturales como México.

El municipio de Tequisquiapan perteneciente al estado de Querétaro, cuenta con una extensa variedad de atractivos turísticos, como escenarios naturales, construcciones arquitectónicas coloniales, tales como las Haciendas, que constituyen un patrimonio turístico digno de visitarse por mencionar alguna, se encuentra la Hacienda Grande, comunidad ubicada en las afueras del municipio. También encontramos balnearios de aguas termales, artesanías entre otras cosas, así mismo posee una rica cantidad de historia, tradiciones, costumbres que hacen de este pueblo un lugar único, lleno de paz y tranquilidad que solo el toque provinciano puede lograr, invitando al descanso y reflexión a quienes lo visitan.

Este proyecto nace de la necesidad de dar a conocer el valor de sitios de interés dentro de un lugar ya promovido, como lo es este municipio, siendo una muestra de lo que está al alcance del turismo capital de nuestro país, encontrando este maravilloso rincón a tan solo menos de 2 horas aproximadamente de la Ciudad de México, haciéndose accesible a distintos niveles socio económicos que nos proporcionan una riqueza histórica, cultural, artesanal para todos los gustos.

Se propone resaltar el valor histórico que provee una zona incluso mencionada como centro geográfico de la República Mexicana siendo parte integrante del estado de Querétaro.

Todos estos elementos a pesar de ser promovidos por las oficinas turísticas del municipio, no son totalmente conocidos por las nuevas generaciones donde existen grupos particulares como los aficionados a la fiesta brava que pueden encontrar información específica de su agrado por ser Tequisquiapan cuna de ganaderos de reses bravas como la original ganadería Tequisquiapan que tuvo asiento y fundación por Don Fernando de la Mora, actualmente a través de uno de sus herederos produce ganado importante para esta fiesta.

Otro de los atractivos que se logra encontrar aquí, son sus muestras gastronómicas y vitivinícolas que cada vez toman mas arraigo en el turista como las ferias del vino y queso que ofrecen expresiones culturales de la región cada vez mas cotizados.

Tequisquiapan cuenta con una Oficina de Turismo que ofrece a los visitantes: recorridos, guías e información general sobre los atractivos que tiene este lugar, contando con trípticos que señalan comercios, hoteles o lugares para disfrutar una buena cena, sin embargo carecen de medios de información que muestren lugares alternos o actividades recreativas de igual importancia turística y de belleza natural.

La escasez de medios impresos que promuevan al municipio, abren paso a éste proyecto, proponiendo reforzar la difusión que existe actualmente sobre el turismo en el municipio, con la finalidad de dar a conocer los atractivos con alto contenido histórico - social - cultural como una opción

viable de descanso y diversión al alcance del turismo metropolitano, gracias a la cercanía que ofrece Tequisquiapan con el Estado de México.

Observando características y cualidades propias del lugar que pudieran ofrecer a la investigación un ambiente adecuado para el desarrollo del proyecto, planteé como objetivo realizar una serie de cuatro carteles turísticos como propuestas para la promoción del municipio de Tequisquiapan en el estado de Querétaro, en donde a través de una evaluación se seleccionará aquéllos carteles que logren representar su valor histórico, social y cultural, apoyándose a través de imágenes fotográficas avalando dicho contenido, permitiendo dejar huella en el visitante, como propiciar un incremento en el ámbito turístico, beneficiando los sectores económicos y sociales del mismo.

El propósito de estos carteles es mostrar un ambiente acogedor, cálido propio del lugar y sus habitantes, se deberán tomar en cuenta elementos importantes como el color, tipografía, fotografías y un lema claro que ayuden a transmitir el mensaje al receptor de invitarlo a conocer y disfrutar el toque provincial que se respira en sus calles empedradas, construcciones coloniales, tradiciones y costumbres, buscando que el turista se enamore al conocer todo lo que ofrece Tequisquiapan.

Para que los carteles lleguen a la mayor cantidad posible de espectadores, está planeado que sean expuestos en puntos estratégicos de fácil acceso al público en general, por ejemplo; Oficinas de Turismo, parabuses, stands promocionales etc.. Contarán con una medida de 60 x 40 cms y un formato vertical, que permitan la facilidad para atraer al espectador a cierta distancia, de manera que se interese de inmediato en su contenido.

Para cumplir con el objetivo del proyecto es necesario dar a conocer parte importante del contexto histórico, social y cultural del municipio, pues nos permitirá familiarizar al lector con este bello paraje turístico, por lo que nuestro primer capítulo se ocupa de tratar la historia, el aspecto social y económico, las tradiciones culturales y costumbres de Tequisquiapan.

En el segundo capítulo se habla sobre el cartel y sus elementos, siendo el medio que nos ayuda a exponer nuestras ideas convirtiéndolas en soluciones gráficas. De igual forma se habla sobre la fotografía, pues es nuestra herramienta básica para dar forma y concretar el proyecto.

Y para terminar, en nuestro último capítulo damos paso al diseño y realización de nuestros carteles, para su elaboración, es necesario seguir una metodología para no perdernos durante el proceso para la obtención de la mejor solución del proyecto, evitando caer en las ya existentes. En este caso nos hemos apoyado en la metodología de Bruno Munari. Así mismo, para el diseño de los prototipos a color que son resultado de nuestra investigación, se realizó una evaluación por medio del cuadro de pertinencias de Jordi Llovet.

Con los objetivos planteados para este proyecto, damos comienzo a este hermoso recorrido, que espero les inspire tanto como a mí.

Disfrútenlo...



CAPÍTULO I

Tequisquiapan, Querétaro

TEQUISQUIAPAN

Ay que alegre siento el alma
Y hasta un grito se me escapa
Es porque te estoy mirando
Es que yo ya estoy llegando
A mi lindo Tequisquiapan

Callecitas empedradas
Tus casitas coloniales
Y en tu zócalo bonito
Y en lo tibio de tus aguas
Voy matando mis pesares

Tequisquiapan, Tequisquiapan
Oh, inspirada tierra mia
Qué le das a aquel que viene
Que se aleja y siempre vuelve
Y jamás de ti se olvida

De Querétaro bonito
Eres tú las más hermosa
Eres villa Tequisquiapan
Fuente de salud y vida
Aguas tibias milagrosas

Yo te digo a ti viajero
Si tu vienes algún día
Que conozcas de mi Tequis
Sus bellezas y paisajes
Y también sus artesanías

Ay que triste siento en el alma
Siento un nudo en la garganta
Es por que voy a dejarte
y de ti voy a alejarme
Mi querido Tequisquiapan.

Letra y Música: Juan Zaizar ¹
Inspirado en este lugar y por ello
compuso esta marcha - corrido. En honor
de Tequisquiapan, en el Hotel la
Querencia.

TEQUISQUIAPAN, QUERÉTARO.

Teniendo como principal necesidad, darle un giro a la promoción turística con la que hasta el momento se cuenta, se debe comenzar por llevar a cabo una investigación donde se reúna suficiente información para sólo retener aquella que nos ofrezca un plus y una ayuda en la elaboración de éste proyecto.

Habrá que analizar este pueblo objetivamente desde todos los puntos de vista, para darnos una idea de cómo se deben realizar las propuestas de cartel, asegurándonos que cumplan el objetivo. Por lo que a continuación se da a conocer el contexto histórico - social - cultural de Tequisquiapan Querétaro, abarcando en las siguientes páginas su cultura, sociedad, tradiciones, obras de arte que cobrarán suma importancia para la comprensión de nuestro proyecto en desarrollo.

I.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Alrededor del año 1500 y 2500 a. C. aparece el hombre en este territorio, ahora llamado Tequisquiapan, el cuál era habitado por indios Otomíes en el límite territorial Oriente del municipio, colindando con el estado de Hidalgo, así como por Chichimecas en el resto del territorio; predominando los asentamientos al Poniente de la Cabecera Municipal actual.

La fertilidad de sus vegas y baños medicinales traspasó la frontera del territorio Chichimeca; propiciando desde aquellos tiempos la afluencia de visitantes importantes que tenían conocimiento de las virtudes de las aguas termales que brotaban en abundancia de los manantiales.

A la llegada de los españoles a la región, éstos establecieron alianza con el cacicazgo Otomí de Xilotepec. Los fundadores fueron el Capitán Sebastián Bravete y Don Nicolás de San Luis Montañés, quienes improvisaron una cruz de piedras amontonadas y un altar para oficiar misa, como acto simbólico de la fundación dándole el nombre de Santa María de la Asunción y de las Aguas Calientes.

La fundación de Tequisquiapan se dio de forma pacífica en el año de 1551 por cédula real de Carlos V y firmada por el Virrey de la Nueva España Don Luis de Velasco. En el año de 1656, el poblado tomó el nombre definitivo de Tequisquiapan.

1.2 RAÍCES



En el año 1656 este municipio tomó el nombre de Tequisquiapan, palabra Náhuatl que significa "Lugar de Tequesquite o Lugar de Agua Tequesquite", compuesta por las raíces TEQUESQUILLI (tequesquite, el cual es carbonato a manera natural, mejor conocido como salitre), ATL (agua) y APAN (lugar).²

El escudo que identifica al municipio de Tequisquiapan, reúne los aspectos más representativos de su historia, geografía y tradiciones:

- El Sol - Símbolo de la vida.
- El Cuerno de la Abundancia - significa el tipo de trabajo que da sustento a familias de artesanos y comerciantes del pueblo.

- La Uva - Fruta distintiva de la región, tradición de años que se conserva gracias a las condiciones naturales de la tierra ideal para este cultivo.
- El Río - La historia de Tequisquiapan ha tenido una relación muy profunda con el agua; sus habitantes han encontrado en el río una fuente de vida, como se puede observar en la rica vegetación en donde destacan los grandes árboles que enmarcan el cauce. Al fondo del río aparece un puente labrado en cantera, que representa al hombre y su trabajo; este motivo simboliza la tradición y cultura de los tequisquiapenses.
- La Parroquia de Santa María de la Asunción - Representa la fuerza moral que sustenta la vida cotidiana del pueblo que profesa el catolicismo, herencia que dejaron los españoles en el siglo XVI.

1.3 ASPECTOS GENERALES DEL MUNICIPIO DE TEQUISQUIAPAN.

1.3.1 LOCALIZACIÓN

El Municipio de Tequisquiapan se encuentra a 58km. de la Ciudad de Querétaro, y cuenta con una superficie de 343.6 kilómetros cuadrados. El hermoso municipio colinda entre otros con los de Colón, Ezequiel Montes y San Juan del Río, a una altura sobre el nivel del mar de 1 880 metros. Así mismo Tequisquiapan tiene varias comunidades cercanas a la cabecera municipal: La Trinidad, Bordo Blanco, Fuentezuelas, San Nicolás, La Laja, El Tejocote, Cerritos, La Tortuga, Santillán, El Sauz, La Magdalena, Hacienda Grande, San Juan; estos tres últimos están realmente incorporadas a la zona urbana.

1.3.2 OROGRAFÍA

El territorio del municipio de Tequisquiapan se encuentra ubicado en la altiplanicie mexicana de la Sierra Gorda de Querétaro, donde se localizan zonas relativamente planas que forman pequeños valles y planicies que se han convertido en áreas de cultivos.

1.3.3 HIDROGRAFÍA

El municipio se encuentra ubicado dentro de la región hidrológica del río Pánuco. El río más importante que drena el área es el río San Juan que vierte en la presa Centenario y atraviesa a lo largo de la zona urbana de Tequisquiapan, hasta conectar con la presa Paso de Tablas, siguiendo su caudal dentro del estado de Hidalgo; conformado como río Moctezuma.

1.3.4 ECOSISTEMAS DEL MUNICIPIO

El clima de Tequisquiapan se considera semiseco y templado, con humedad intermedia; siendo el período principal de lluvias el verano en los meses de junio a septiembre. La temperatura fluctúa entre los 18 grados C y 37 grados C.

Entre la variedad de paisaje que se presenta en el municipio se distingue el mezquital y el pastizal. La flora importante que se logra en estas zonas es el nogal, el fresno y el sabino.



La fauna del municipio ha sufrido severas transformaciones debido a los diversos factores, entre las especies que se han adaptado a las condiciones actuales son: liebre, conejo, zorrillo, ardilla, tejón y tlacuache, entre otros.

También cuenta con recursos naturales como: el ópalo, piedra semipreciosa de excelente calidad que ha dado reconocimiento a estas tierras a nivel internacional. Se extrae de minas localizadas en la comunidad de La Trinidad. Otros recursos son los mantos acuíferos de agua termal en toda la región y cuerpos de agua superficial como son la presa Centenario y la presa Paso de Tablas.

1.4 ACTIVIDAD ECONÓMICA

Las características del suelo de este municipio permiten que la agricultura sea una de las actividades más importantes después del turismo, representando su potencial económico, los cultivos que se explotan en la región son maíz, frijol, avena forrajera, sorgo, alfalfa y chile.

Tequisquiapan no es considerado en su totalidad como zona ganadera; sin embargo, se dedica a la engorda de ganado porcino, ovino, bovino y a la avicultura, así como a la producción de miel y cera en menor escala. En Tequisquiapan se encuentran ubicadas excelentes ganaderías donde se crían toros de lidia, gracias a que ésta región cuenta con el clima y vegetación adecuadas a que esta producción se de sin ningún problema.

Pero también cuenta con otro medio económico que es la industria manufacturera la cual se desarrolla a través de los tradicionales talleres artesanales y pequeñas fábricas de muebles de pino y rattán, así como de hornos para la producción de tabique.

Tequisquiapan cuenta con plazas comerciales, mercado de abasto y tianguis artesanal, tiendas de artesanías, de ropa, calzado, alimentos etc. La comercialización de los productos que se hacen en Tequisquiapan se realiza con los municipios de Querétaro, Ezequiel Montes, San Juan del Río y Tecozautla, Hidalgo; destacando la compra - venta de ganado, productos del campo, abarrotes y artesanías.

En el estado de Querétaro, el segundo municipio en importancia turística es Tequisquiapan. La artesanía, los balnearios de aguas termales, hoteles, su rico atractivo visual, sus coloridas y bellas construcciones de estilo colonial, recorridos en tranvía turístico y lugares naturales de esparcimiento,

constituyen los más importantes atractivos turísticos que tiene el municipio, dando un toque único al lugar.

La afluencia turística al municipio proviene principalmente de la Ciudad de México y los estados colindantes de Hidalgo, Guanajuato, San Luis Potosí y Michoacán. Es un lugar muy visitado por los turistas por contar con vías de acceso en muy buen estado; lo cual hace más accesible la posibilidad de disfrutar de las bondades que este municipio ofrece a todos los visitantes.

1.5 CULTURA Y TRADICIÓN DE TEQUISQUIAPAN

El pueblo de Tequisquiapan desarrolló una vasta cultura, que con el paso del tiempo le ha valido ser uno de los lugares más visitados del estado de Querétaro. Mencionaremos las principales atracciones con las que cuenta la zona, que gracias a sus cualidades estéticas y con ayuda de la técnica fotográfica apoyarán la composición gráfica de los carteles, buscando obtener un resultado de alto impacto.

1.5.1 CENTROS TURÍSTICOS

La belleza de sus calles, sus aguas termales así como su excelente clima templado, hacen de Tequisquiapan un lugar turístico muy atractivo.

El espacio recreativo de mayor relevancia es el parque ecológico y recreativo “La Pila”; el cual, además de sus manantiales, cuenta con amplias y arboladas áreas verdes que sirven como sitio privilegiado para el descanso y la recreación de los visitantes.

Los balnearios, así como las posadas y los hoteles proporcionan al visitante solaz recreo, tranquilidad y un tonificante y reparador descanso. Otros lugares a los que suelen acudir los habitantes del lugar para realizar días de campo son: El Portón, La Recámara y El Salitrillo.

1.5.2 ARTESANÍAS

Tequisquiapan tiene una variedad de artesanías como son los trabajos en vara de sauz y raíz de sabino, muebles de pino y rattán y las que se han venido introduciendo como telas bordadas, madera tallada, artículos y prendas de piel, y plástico, que vienen del interior de la República Mexicana.



1.5.3 MONUMENTOS ARQUITECTÓNICOS

Entre las principales atracciones destacan por su valor histórico y arquitectónico: La parroquia de Santa María de la Asunción, Este templo fue construido en 1874 con un estilo arquitectónico propio del neoclásico; sin embargo su construcción quedó incompleta terminándose a principios del presente siglo. Su fachada es de cantera rosa; en la parte superior se encuentra un reloj que data de 1897.

En su interior, la decoración es sencilla, destacando la imagen de la Patrona en el retablo principal.

También contamos con el Puente Nuevo, las capillas de indios en los barrios de la Magdalena y San Juan, así como el Templo de la Santísima Trinidad. Se distinguen obras de arte como: La estatua de la Virgen de la Asunción, patrona del lugar y El Cristo Camino al Calvario, obras de impresionante belleza, esculpidas en los siglos XVIII y XIX respectivamente.

1.5.4 GASTRONOMÍA

Al igual que en los demás estados de la república, cuenta con una rica y variada comida; desde un rico atole de frutas de la temporada, tamalitos, mole queretano con piezas de guajolote, pollo, quesadillas de huitlacoche, carnitas de puerco y barbacoa de cordero y gorditas martajadas de maíz con chile; sin faltar el típico pulque curado de tuna o frutas de la temporada, que satisfacen el paladar de cualquiera. Del mismo modo, cuentan con dulces tales como: charamuscas, pepitorias, jamoncillo, ate y burritos.

1.5.5 FIESTAS Y COSTUMBRES

Tequisquiapan ha conservado sus fiestas religiosas y populares tales como:

- Fiesta de la patrona del pueblo de Tequisquiapan, Santa María de la Asunción: El 15 de Agosto se hace presente la gran veneración a la patrona de Tequisquiapan. Las danzas regionales son uno de los eventos que sólo en conmemoraciones religiosas se hacen presentes.
- Fiesta en honor de Nuestra Señora de la Concepción, en el barrio de la Magdalena, el 8 de Septiembre.
- Día de San Juan Apóstol, patrono del Barrio de San Juan, el día 27 de Diciembre.
- La Feria Nacional del Queso y el Vino que se celebra en la Cabecera Municipal, sabedores y degustadores de los mejores vinos y quesos se dan cita en Tequisquiapan para desarrollar esta feria desde 1976. El marco principal de esta celebración es el Jardín Hidalgo donde los eventos al aire libre, conferencias sobre el vino y muestras gastronómicas principalmente revisten la feria. Este evento se realiza dentro de los últimos días de mayo y primeros de junio.
- La Feria Nacional del Toro de Lidia; que se realiza en la Plaza de toros “Eloy Cavazos”. Querétaro es uno de los Estados que cuenta con un mayor número de ganado en la crianza de toros de lidia, y Tequisquiapan es el lugar seleccionado para llevar a cabo esta feria, la cual se realiza en el mes de marzo. Corridas de toros, obras de teatro, tablao flamenco, desfile de Manolas por las principales calles de la ciudad y verbenas populares engalanan este magno evento.
- La Fiesta de aniversario de la fundación de Tequisquiapan en el barrio de la Magdalena, el 24 de Julio.

Tequisquiapan es sinónimo de cultura, entretenimiento y diversión, para todos los gustos. Vale la pena tomar la autopista México- Querétaro y desplazarse hasta este bello municipio que seguramente guarda para cada uno de sus visitantes, una experiencia única e irrepetible.

-
-
- 1.- Camacho Pérez Crispín, *Remembranzas de Tequisquiapan*, CONACULTA (Unidad Regional de Culturas Populares) Querétaro, Qrto. 2001 p.145
 - 2.- *Idem* p.21



CAPÍTULO 2

El Cartel y La Fotografía

“El cartel sintetiza contenidos y formas, su fuerza radica en la imagen y sobrevive gracias a su posibilidad de llegar a un gran número de receptores. A través del cartel los ciudadanos recibimos información de muchos tipos, pero también percibimos un mensaje estético, una determinada actitud ante el evento o hechos que nos narra, por ello no ha perdido su vigencia ni su cualidad de transmisor de ideas y gustos, así en un sentido más amplio, el cartel es un signo cultural, además de informativo y estético”.³

Siendo el cartel, el medio impreso que mejor satisface nuestra necesidad planteada de hacer llegar el mensaje de manera directa, eficaz y atractiva promoviendo Tequisquiapan, es importante dar a conocer los elementos que conformarán nuestra serie de propuestas, que tendrán un contenido y diseño visual, capaz de atraer al observador, cumpliendo de manera inmediata su función estética y comunicativa.

2.1 EL CARTEL

El cartel ha pasado por diferentes etapas, y ha recibido influencia de distintas corrientes artísticas que han surgido a través del tiempo, por lo que al evolucionar los medios de reproducción se convirtió en un medio masivo de comunicación visual en donde el mensaje puede ser información social, cultural o la promoción de productos y servicios. El atractivo visual y la fuerza emotiva de un cartel, hacen de él una forma eficaz para comunicar mensajes a las personas, por esta razón ha pasado a ocupar un importante lugar dentro de los medios de comunicación.

Así debemos reconocer que el cartel, siendo un medio de comunicación visual impreso, que debe presentar legibilidad, es próximo al receptor de forma directa e instantánea.

Integrado como una unidad estética, compuesto por textos breves e imágenes sencillas que llamen la atención, listas para ser plasmadas en cualquier material que quede expuesto al público transmitiendo ideas, obligándolo a percibir un mensaje con el propósito que el observador lo capte, se fije como un recuerdo permanente y actúe en relación con lo que sugiere el cartel.

El cartel como un medio publicitario ha de tener un contenido primordialmente gráfico, comprensible y persuasivo, una síntesis fácilmente recordable que promueva la acción en favor de la idea, producto o servicio que se está anunciando.

El cartel es un valioso recurso para propiciar la formación de conductas positivas donde su mensaje debe ser global, percibiéndose como un todo en el que cada elemento se integra armónicamente y crea una unidad estética de gran impacto.

Por lo que se ha escogido como medio óptimo para el desarrollo de este proyecto, con ayuda de una buena composición apoyada en la técnica fotográfica buscará cumplir con el objetivo general.

2.2 CARACTERÍSTICAS

El cartel tiene ciertas características importantes que vale la pena mencionar.

- Debe ser legible, a corta y larga distancia, para un fácil entendimiento del mensaje de forma clara y directa. Aquí se incluye la sencillez de la composición de imagen y texto.
- El texto del cartel debe ser breve y preciso.

- Debe tomarse en cuenta su colocación ya que dependiendo del contenido que lleve, llegará a un determinado tipo de público.
- Así mismo es importante elegir el formato adecuado para el lugar que en que será expuesto.
- La vigencia del cartel esta supeditada a la duración del contenido. El espacio gráfico debe contener la información visual sobre el tema y el objetivo.
- El color es otro elemento a considerar, que sea atractivo pero sin desviar la atención.

2.3 VENTAJAS Y DESVENTAJAS

VENTAJAS

- Es un medio de comunicación versátil donde el mensaje se capta de manera instantánea.
- Transmite un mensaje, aun cuando el espectador no esté interesado, sin embargo permanece su influencia en el observador, pues mientras el cartel esté expuesto, tiene varias oportunidades de verlo.
- Permite una amplia capacidad de síntesis.
- No existe limitación en tiempo, ni espacio.
- Es de presupuesto accesible dependiendo de las especificaciones y es de fácil reproducción.
- La comunicación es a través de distintos niveles, por el impacto visual que causa y por el procesamiento de la información.

DESVENTAJAS

- En algunos casos, como en los carteles turísticos o informativos de algún evento con una duración específica, una vez que éste pase, caducará dicha información, por lo que no lo hace durable o permanente.
- Su éxito dependerá en mayor parte del diseño mismo que tenga el cartel y el interés que genere en el público observador.

2.4 TIPOS DE CARTEL

Existe una conocida clasificación de los tipos de cartel, que a continuación proporcionamos, pues nos servirá para ubicar la serie de carteles propuestas para el proyecto, facilitando la labor gráfica al cumplir con sus características principales.

De acuerdo a la clasificación dada por Rosa Ma. Hidalgo en su libro “Dígalo con un Cartel”⁴ existen carteles:

2.4.1 POR SU CONTENIDO

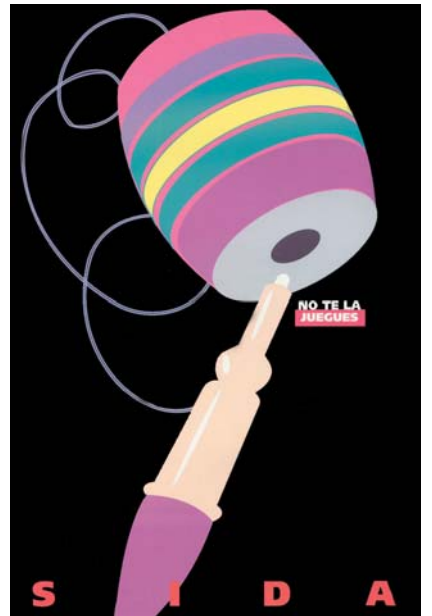
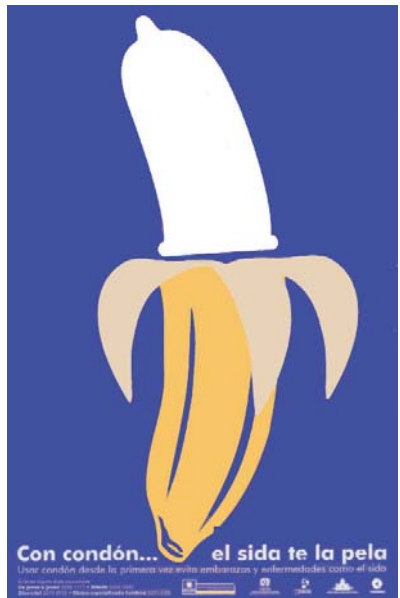
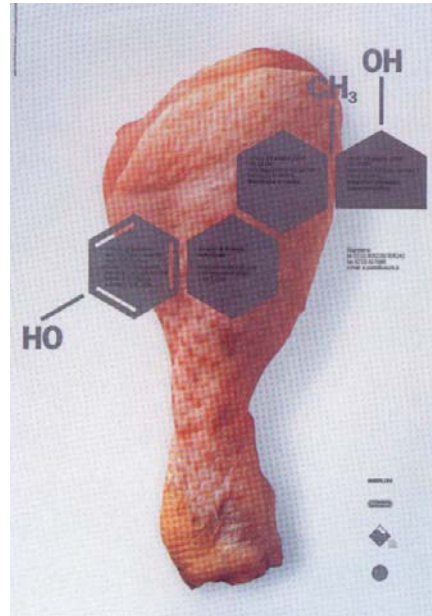
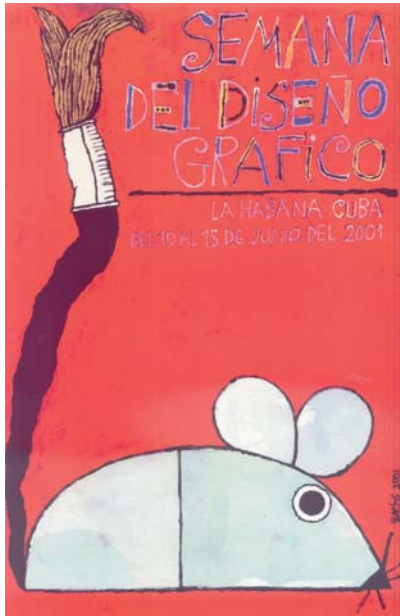
CARTEL INFORMATIVO

Es el que está planeado para comunicar eventos, conferencias, cursos, reuniones sociales, espectáculos, etc. Este tipo de carteles puede ser presentado sólo con texto, para lo cual se recomienda tipografía legible sobre fondo de color contrastante.

También pueden ser presentados con texto e imagen, para lo cual la información se proporciona acompañada de imágenes que pueden estar integradas por objetos o formas con textos cortos, que den sólo la información necesaria.

CARTEL FORMATIVO

Apoyándose en una imagen que exprese de manera gráfica y un texto breve y conciso que dé énfasis a la idea sugerida. Debe usarse como medio para segregar hábitos y costumbres de higiene, orden, salud etc. donde la respuesta se ve reflejada en la modificación de actitudes y comportamiento del observador. En el cartel formativo la imagen tiene mayor importancia sobre el texto, el mensaje es de forma clara.

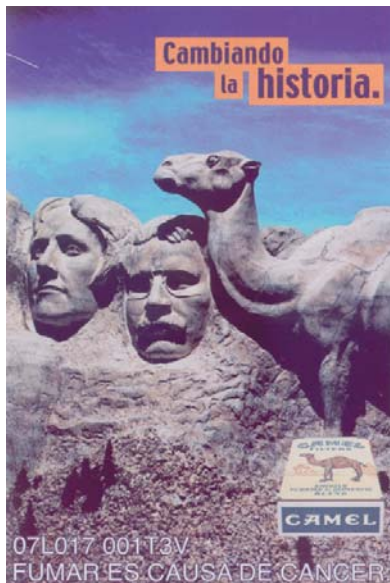


Joseph Renau en su libro “Función social del cartel”⁵ proporciona la siguiente clasificación:

CARTEL COMERCIAL

El cartel comercial se nos presenta en la rutina cotidiana, es el más común gracias a que en su mayoría expone imágenes realistas del producto, compuesto por textos breves y una imagen a color. Su función primordial es la publicidad de productos o servicios, atrayendo la atención e incitando al consumidor a adquirirlos o a seguir ciertos patrones de conducta

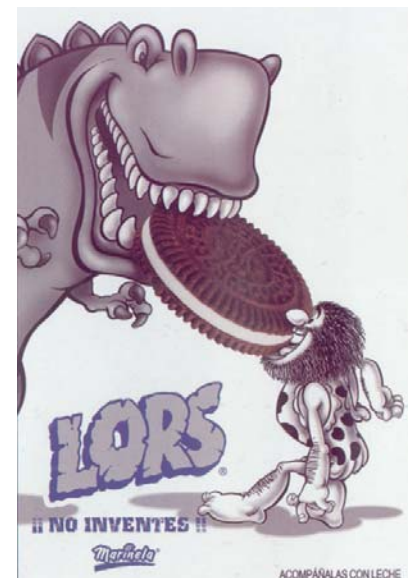
El poder de impacto que genera el cartel comercial va relacionado con su deseo de ser eficaz, siendo simple y directo, finalmente lo que desea es vender, por eso trata de llegar al mayor número de consumidores.



5



6



7

CARTEL POLÍTICO

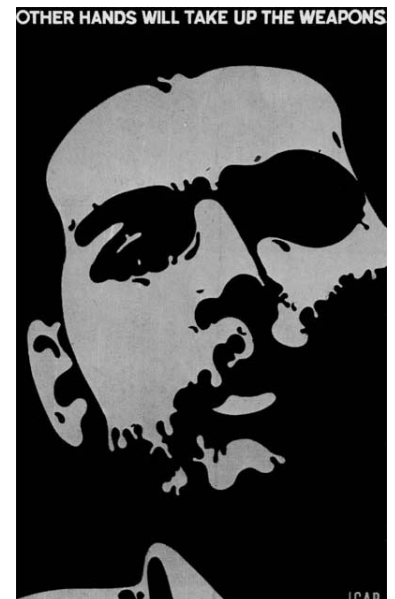
Es usado para expresar ideologías políticas que atañen a un grupo, institución, partido, etc. Debe contener una imagen fuerte que lo caracterice, acompañado de un slogan que perdure en la mente del observador y sea un recordatorio constante del interés público.



8



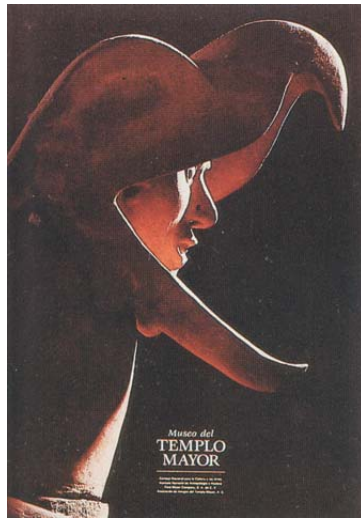
9



10

CARTEL CULTURAL

Relacionado con actividades artísticas o hechos culturales, da a conocer eventos como exposiciones, muestras de expresión artística etc. Se le puede colocar en galerías, museos, teatros, etc. Dirigido principalmente a minorías identificadas con eventos específicos de este ámbito. Visualmente debe predominar el texto ya que su labor es informar.



11



12



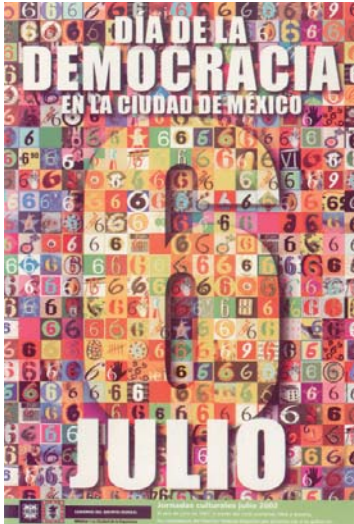
13

2.4.2 POR SU FUNCIÓN

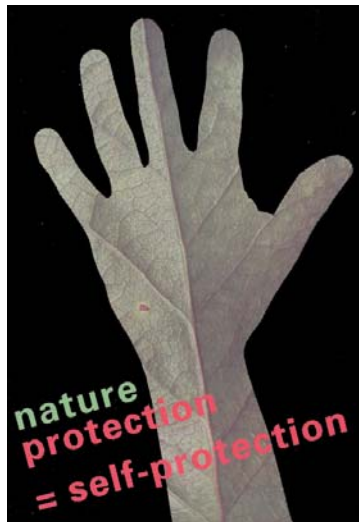
Esta clasificación la da John Barnicoat en su libro “ Los carteles, su historia y su lenguaje” ⁶

CARTEL SOCIAL

Dirigido a todo tipo de público, mediante el cartel social se busca concientizar al observador, ofrecerle soluciones directas, es un medio propicio para involucrar a la sociedad con sus problemas. Algunas de sus funciones es la de formar hábitos para conservar la salud, promover la mejora del medio ambiente o la prevención de accidentes entre otros. Se pretende el beneficio de la comunidad, con sentido amplio, para que toda persona se sienta representada y comprometida para actuar.



14



15



16

CARTEL DE ENTRETENIMIENTO

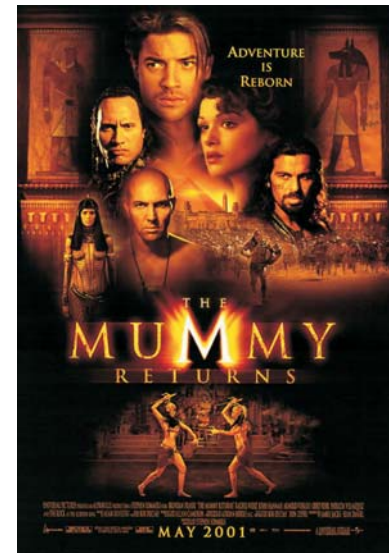
Este cartel solo promueve actividades que tienen por objetivo solo divertir, tales como: cine, conciertos donde sólo se da la información necesaria.



17



18



19

CARTEL PUBLICITARIO

Viene de la mano con el cartel comercial, ya que el único fin que persigue es persuadir al consumidor sobre la venta y distribución de productos y servicios.



20



21



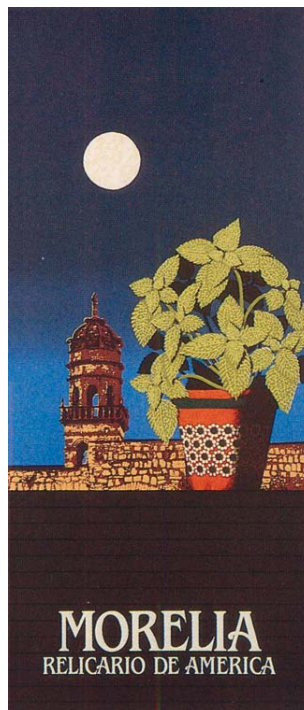
22

CARTEL TURÍSTICO

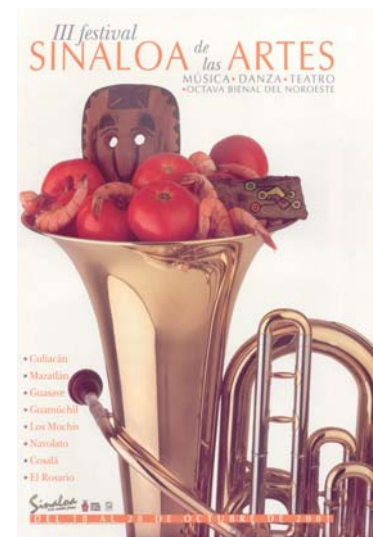
En este tipo de cartel se hace alusión a dos aspectos. El primero muestra las imágenes de paisajes, personajes, comida y otros puntos de interés; como museos, zonas arqueológicas, playas además de resaltar la arquitectura, flora y fauna o costumbres de la población. En segunda instancia, el cartel turístico integra imágenes (fotografía, ilustraciones), textos (slogan) logotipos, patrocinadores y el nombre del lugar. Se debe ser muy cuidadoso en la selección de las letras que convienen, pues determinados tipos estarán en desarmonía con determinados paisajes. En caso de que se trate de un país, estado, región o ciudad se incluirán aquéllos símbolos que permitan una rápida identificación y apoyen la composición del cartel, la libertad gráfica es bastante amplia.



23



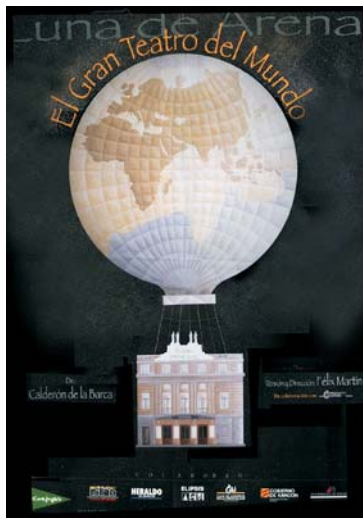
24



25

CARTEL DE TEATRO Y MÚSICA

Es necesario conocer la obra a representar, pues sólo así se conseguirá una síntesis visual apropiada para lograr un buen cartel.



26



27

2.5 ELEMENTOS DEL DISEÑO PARA LA ESTRUCTURA DE UN CARTEL

Todo diseño de cartel debe seguir una serie de normas para que en su composición radique el éxito de su propósito: ayudar a que el mensaje se transmita y se perciba lo mas claro posible.

El soporte gráfico viene siendo aquel elemento que el diseñador elija para comunicar un mensaje, en este caso nuestro soporte es el material (papel, cartulina, cartón etc) dónde irá nuestro cartel como tal, y contiene ciertos puntos que deben tomarse en consideración.

2.5.1 RELACIONES VISUALES

Según Robert Gillam Scott en su libro "Fundamentos del Diseño"⁷, dice que "Las relaciones visuales existen por que las vemos, sino podemos verlas, no son visuales. Sin embargo, resulta evidente que deben apoyarse en algo objetivo, y ello es el sistema de relaciones estructurales que matienen unida la obra y que son completamente independientes del hecho de que las veamos". Por lo cual, dichos elementos nos ayudan a lograr en nuestro campo de diseño un perfecto orden, enriqueciéndolo y dándole coherencia.

a) CONTRASTE

La percepción de la forma es el resultado de diferencias en el campo visual, Cuando hay diferencias existe contraste.

Lo que determina el contraste en nuestro campo visual son las diferencias en las sensaciones visuales.

Si no hay luz, no hay sensación, las dimensiones físicas de la luz: amplitud de onda (cantidad de energía radiante, nos da una dimensión CUANTITATIVA) y longitud de onda (determina el tipo de energía radiante, nos da la dimensión CUALITATIVA).⁸

Existen dos cualidades de luz que percibimos por el ojo:

1) Luz acromática : En lugar de color, vemos luz blanca. Solo percibimos valor.

2) Luz cromática: Percibimos matiz, valor, intensidad

MATIZ: Significa la diferencia entre azul, rojo y amarillo. Reflejan algunas longitudes de onda y absorben otras.

VALOR: Es la claridad y oscuridad de los tonos, significa realmente la cantidad de luz que puede reflejar una superficie. El blanco está en el extremo superior de esa escala y el negro en el inferior. Todos los tonos, cromáticos y acromáticos, se ubican entre ambos.

INTENSIDAD: Corresponde a la saturación. Se refiere al grado de pureza de matiz que puede reflejar una superficie.

b) **TEXTURA VISUAL:** No solo respondemos a la cantidad y el tipo de luz que reflejan las superficies, sino también a la manera en que la reflejan. En nuestro campo visual las partes de baja energía o contraste débil se funden y constituyen el FONDO, las partes de energía más alta y mayor contraste se organizan en lo que se denomina FIGURA. Ambos elementos son necesarios para la percepción de la forma.

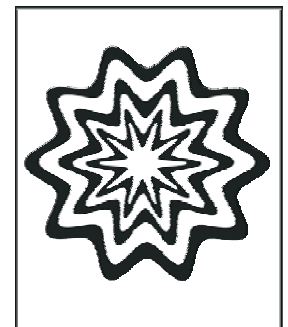
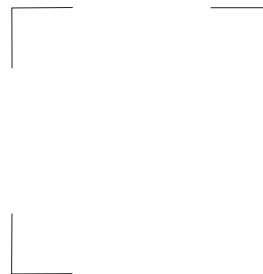
c) RELACIÓN FIGURA - FONDO

El contraste crea la relación figura-fondo, siendo continuamente necesario para que podamos apreciar las formas. Hay ciertos conceptos que se deben recordar:

- 1) Fondo Simple: El fondo es más grande que la figura y por lo general más simple.
- 2) Fondo Complejo: La figura se percibe habitualmente en la parte superior o delante del fondo, sin embargo a veces lo perfora.
- 3) Fondo Reversible: Cuando el campo está dividido casi exactamente en dos tonos, ambos constituyen formas buenas y podemos ver como figuras cualquiera de los tonos.
- 4) El fondo puede percibirse como una superficie o como un espacio.
- 5) Las áreas del fondo también tienen forma, si bien se trata de la forma negativa (espacio no ocupado) tanto la forma positiva como la negativa tienen importancia.

El fondo puede asumir valor de figura:

Para el diseño bidimensional, no es necesario encerrar por completo un área positiva para transformarla en figura, existe el cerramiento, donde el ojo puede completar la figura, ya sea por la disposición de líneas o usando los bordes de áreas tonales para definir el fondo.



d) FORMA

Su definición es concebida por Gillam Scott ⁹ en dos sentidos:

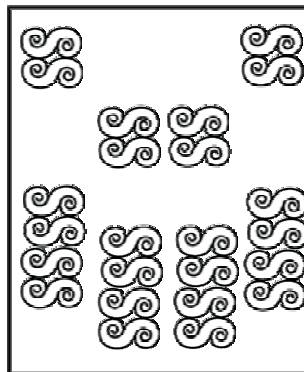
El primero surge de los contrastes de las cualidades visuales, es lo que distingue cada cosa y sus partes perceptibles, consiste en la relación entre tres factores:

- 1) Configuración: Implica cierto grado de organización en el objeto.
- 2) Tamaño: En un diseño, los tamaños se relacionan unos con otros.
- 3) Posición: Debe describirse sobre la base de la organización total, carece de significado excepto en relación con el campo mismo.

Y el segundo concierne a la forma completa o composición.

e) COMPOSICIÓN

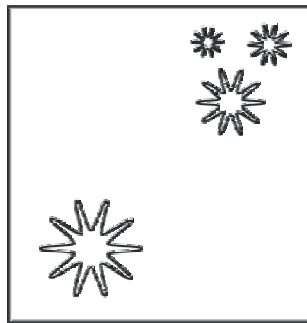
La composición es la organización total o estructural que constituye el fundamento de las relaciones visuales, incluyendo la figura y el fondo de cualquier diseño, para lograr esto es necesario que todas las formas individuales y sus partes, tengan no sólo configuración y tamaño, sino posición en el campo obteniendo un mejor resultado. Es decir es la disposición armónica de diversos elementos para expresar estéticamente un mensaje dentro de un contexto específico, un todo satisfactorio que presente un equilibrio y una colocación perfecta entre esos elementos.



f) ORGANIZACIÓN DE LA FIGURA

De acuerdo con Gillam Scott, los elementos de la figura se organizan como lo hacen, existen dos factores organizadores que determinan la clase de forma que vemos en una composición:¹⁰

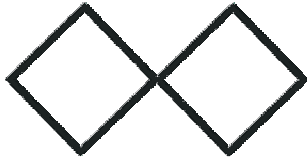
1) Tensión espacial: En el campo visual se puede ejercer una fuerza de atracción entre los elementos que componen el diseño, debido al contraste con el fondo, si los elementos están bastante próximos, la tensión resultante en el campo los ligará y percibiremos una figura constituida por dichos elementos. Si se alejan ya no se verán como única figura compleja, sino que los veremos como elementos figura completamente independientes.



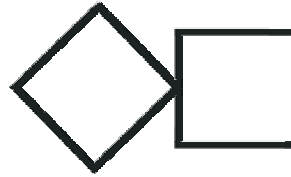
Existen otros recursos básicos para obtener el agrupamiento de las figuras mediante las relaciones espaciales:¹¹

Por contacto directo:

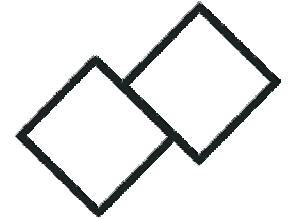
Figuras que se tocan:



Vértice con vértice

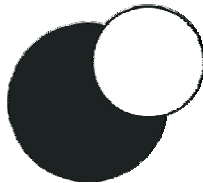


Vértice con lado



Lado con lado

Figuras que se superponen:

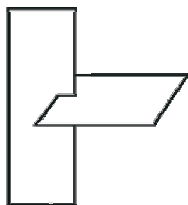


Parcialmente

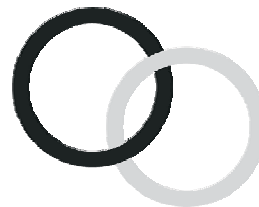


Totalmente

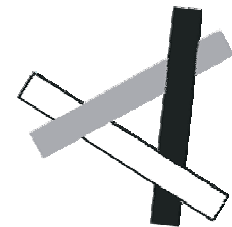
Figuras que se interconectan:



Intersección



Encadenamiento

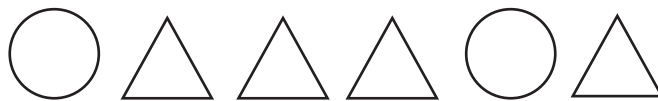


Entrelazamiento

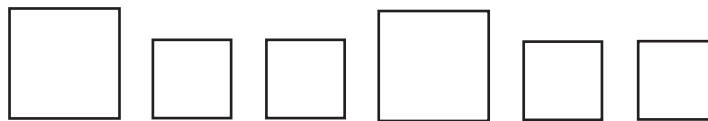
2) Semejanza: Actuando de igual manera como una base, constituye un instrumento básico para la organización. Las diferentes cualidades que podemos percibir en el campo visual, por sí mismas o en combinación con otras, pueden servir como base para la agrupación, obteniendo las siguientes posibilidades básicas: **12**

- Factores formales:

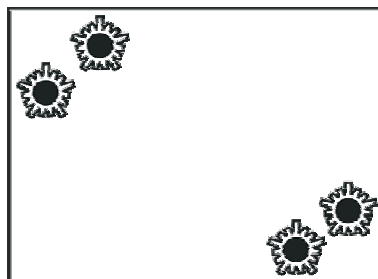
a) Figura

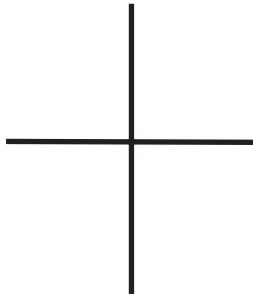


b) Tamaño



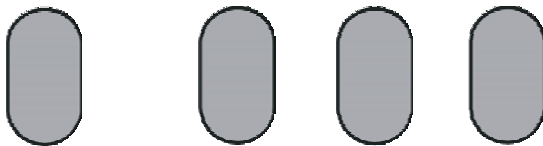
c) Posición: Puesto que dos objetos no pueden ocupar el mismo lugar simultáneamente, es evidente que no puede haber una semejanza exacta en cuanto a la posición, sin embargo, significa que su relación con la estructura del campo y con el observador, teniendo en cuenta que la estructura del campo siempre tendrá una parte inferior, superior, izquierda y derecha.





DIRECCIÓN

Es la relación de una figura con las direcciones básicas del campo. Depende de que la configuración produzca o no una sensación de movimiento direccional.



INTERVALO

No se aplica a los elementos figura en sí, ya que se trata de una cualidad que éstos confieren al fondo. Es el tamaño del espacio entre los elementos figura.



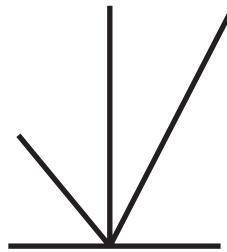
ACTITUD

Implica asimismo la relación de una figura con la estructura del campo. Los ángulos deben estar en relación con las direcciones arriba - abajo e izquierda - derecha del campo.

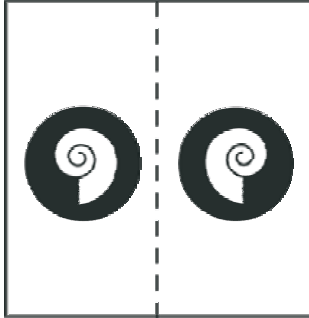
- Factores Tonales: Acromático-Cromático, Cálido-Frío, Valor, Matiz, Intensidad.
- Textura Visual
- Significados procedentes de la experiencia: representación, asociación, simbolismo.

g) MOVIMIENTO Y EQUILIBRIO

La estructura de nuestro campo visual es tridimensional con los ejes potenciales: arriba, abajo, derecha, izquierda, adelante, atrás. Las direcciones vertical - horizontal, en nuestro campo espacial dependen de nuestros órganos del equilibrio, estamos sometidos a la gravedad. También existe la profundidad. Como proyectamos nuestra propia relación dinámica con la gravedad en el campo y su contenido, éstos se tornan dinámicos. Los elementos horizontales tienden a una condición estática, las verticales son estables, pero cargados de movimiento potencial, al igual que nosotros, ellos deben mantener el equilibrio o caer. Las diagonales, en superficie o moviéndose en profundidad desarrollan la mayor actividad. Las formas adoptan estos valores, en parte, de sus contornos lineales y en parte de su eje dominante.



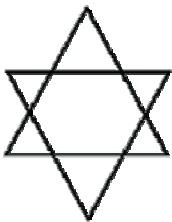
EQUILIBRIO: El centro de gravedad sigue siendo el concepto básico, pero el problema consiste en el equilibrio de todas las partes de un campo definido. Implica un eje o punto central en el campo alrededor del cual las fuerzas opuestas están en equilibrio. Se desarrollan los siguientes tipos.¹³



EQUILIBRIO AXIAL

Es el control de atracciones opuestas por medio de un eje central explícito, vertical, horizontal o ambos.

SIMETRÍA : Es el tipo más obvio y simple de éste tipo de organización del equilibrio los elementos que se repiten en ambos lados del eje o los ejes, son exactamente iguales al lado contrario. Existe simetría de:



IDENTIDAD

Consiste en la superposición de una forma sobre si misma o bien en la rotación total de 360 grados sobre su propio eje.



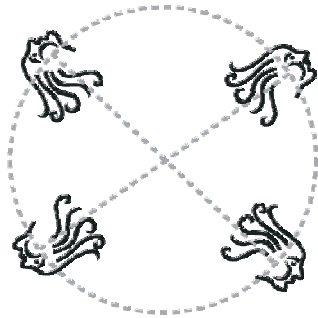
REFLEXIÓN

Es trasladar la imagen en forma inversa teniendo como base una línea de eje simétrico.



TRASLACIÓN

Es la repetición de una forma sin perder ninguna característica, avanzando sobre una línea recta (horizontal, vertical o diagonal)



ROTACIÓN

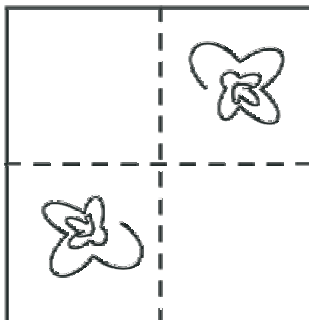
La forma gira sobre una línea circular que puede estar dentro o fuera de la misma forma.



DILATACIÓN

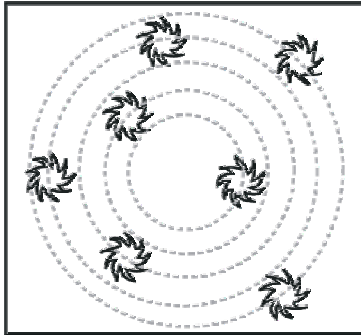
Es una ampliación de la forma, que sólo se extiende o se escala sin modificar sus características.

FORMA SIMÉTRICA - COLOR ASIMÉTRICO: El esquema puede ser simétrico en cuanto a forma, pero asimétrico respecto al color.



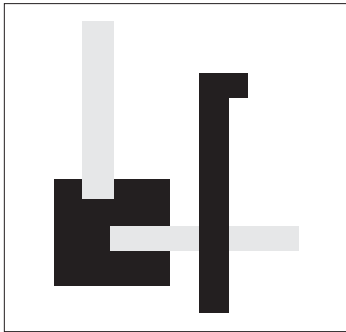
SIMETRÍA APROXIMADA

Los dos lados pueden realmente ser diferentes en su forma, a pesar de ello bastante similares como para que el ojo se pueda sentir positivamente.



EQUILIBRIO RADIAL

Aquí dos o más elementos giran o rotan alrededor de un punto central, este movimiento giratorio aporta un alto contenido decorativo.



EQUILIBRIO OCULTO

Es el control de atracciones opuestas por medio de una igualdad sentida entre las partes del campo. No utiliza ejes explícitos ni puntos centrales. Este equilibrio proporciona mayor libertad pero exige mayor control.

h) SISTEMAS DE PROPORCIÓN

La proporción es la relación de medida vertical - horizontal que guardan las partes entre sí y con el todo para crear armonía y lograr una estética, se encuentra en todo aquello que nos rodea. Se puede obtener proporción creando una estructura de acuerdo a las necesidades que demanda el propio diseño, sin embargo es muy común recurrir al método geométrico, dividiendo y subdividiendo superficies generalmente rectangulares con líneas verticales, horizontales y diagonales para obtener disposiciones de espacios armónicos.

RECTÁNGULO DE SECCIÓN DE ORO

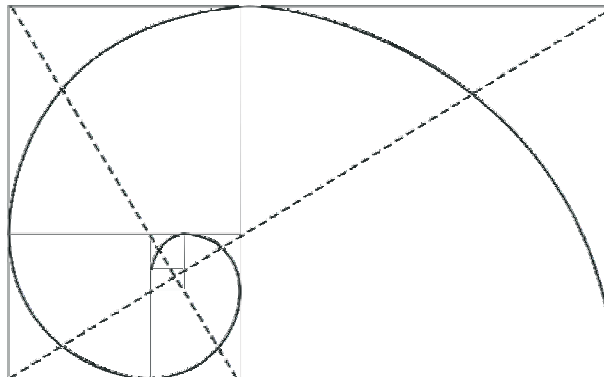
Este tipo de proporción da la impresión natural de orden y simetría, su interés radica en su relación con las razones de la serie de sumas. Se considera una guía para guardar proporciones o conservar la colocación del centro de interés.

“El número de oro en geometría es la sección áurea”¹⁴, el número de oro es la relación entre dos elementos matemáticos, nace de la serie de Fibonacci. Si sumamos 1 y 2, los dos primeros números enteros, la suma es 3. La serie se construye agregando la suma de los dos números precedentes, obteniendo la serie:

1 2 3 5 8 13 21 34

y así sucesivamente. La propiedad particular de dicha serie es que nos da la aproximación numérica entera más cercana a las razones medias y extremas, interesándonos que implica una definida progresión rítmica. La misma relación se repite con cada aumento de magnitud. Posteriormente pasa por varios cálculos aritméticos, acabando siempre en una fracción constante y pura que es:

.618y 1.618

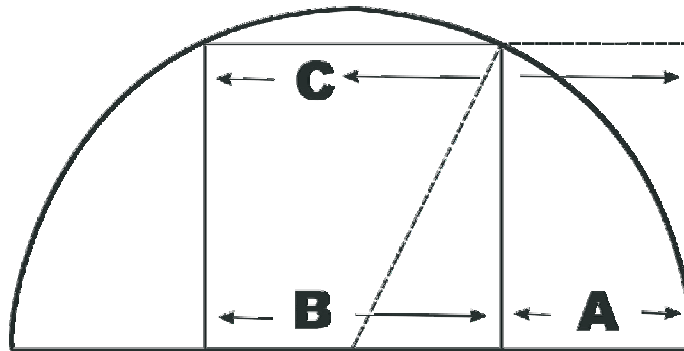


Para obtener la sección áurea:

1) Se tiene una línea cualquiera y se divide en dos partes iguales, para formar los puntos 1, 2 y 3.

2) Se apoya el compás en el punto 1 se abre hasta el punto 3 y se traza. Se levanta una perpendicular pasando por el punto 1 donde cruza el cuarto de círculo y la perpendicular se forma el punto 4.

3) Se apoya el compás en el punto 4 se abre hasta el punto 1 y se traza, donde se cruzan las dos curvas surgiendo el punto 5. Se apoya el compás en el punto 2 se abre hasta el punto 5 y se baja hasta la base, surgiendo así el PUNTO ÁUREO.



2.5.2 ELEMENTOS GRÁFICOS Y SU ORGANIZACIÓN

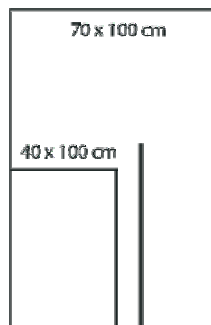
A continuación se describen algunos elementos que conformarán nuestros carteles: formato, tipografía, color e imagen, éstos ayudarán a lograr un resultado óptimo para la realización del prototipo.

a) SOPORTE

Sencillamente se trata de la superficie destinada a sostener los elementos, es importante saber en que material es elaborado el cartel, así como las técnicas para completar el objetivo. En cuanto a material, en el caso del cartel se considera papel o cartulina, podemos hablar de opalina, couché, papel fotográfico, bond entre otros. Se debe tomar en cuenta el tamaño del pliego de papel que se utilizará para imprimir, así como el sistema de impresión que utilizaran nuestros carteles. .

b) FORMATO

Hay que tomar en cuenta que lo primero que se debe definir es la necesidad por la cual se realiza la serie de carteles, ésto es reforzar la difusión turística, proporcionando al receptor una imagen representativa del gran contenido cultural, social e histórico que refleja Tequisquiapan. Así un elemento igual de importante a considerar es el tamaño y formato del área de diseño, esto puede estar regido por el sitio donde se expondrá. La medida estándar del cartel comercial es de 70 x 100 cms, de aquí surge el mitad de hoja 50x70 cms (1/2), cuarto de hoja 35x50 cms (1/4) y el octavo de hoja 25x35 cms (1/8); este último es poco usual por que los elementos que la conforman no son visibles a cierta distancia. También es común encontrar la medida 60 x 40 cms. Existen carteles verticales y apaisados, dicho formato dependerá según convenga a nuestro diseño y necesidades.



c) TIPOGRAFÍA

Siendo un elemento primordial de comunicación para el diseñador, es fundamental la elección de la tipografía que nos va a ayudar a imprimir fuerza visual en la serie de carteles, donde el texto combinado con la imagen a través de la fotografía crearán esa composición que requiere nuestro proyecto.

La letra es un signo gráfico expresivo o símbolo visual que son denominados caracteres y sirven para componer una palabra o frase. Las letras de una fuente en específico están construidas con uno o más trazos principales, rectos, curvos, pueden contener detalles decorativos que marcan la diferencia entre unas y otras.

En la actualidad continuamente surgen nuevas fuentes que ayudan en gran parte al diseño. Una fuente de tipos consiste en todos los caracteres de la misma clase en un mismo tamaño, incluye mayúsculas, minúsculas, cifras, signos de puntuación y otros símbolos.

La letra tiene sus antecedentes en la escritura y el alfabeto, cumple su función comunicando y dando forma a los textos a través de una correcta selección de fuentes tipográficas que se encuentran ordenadas en familias.

Así tenemos:

helvética
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

ROMANA ANTIGÜA
o HELVÉTICA
Idónea para expresar fuerza y actualidad.

romana

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

egipcia

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

brush

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

fantasía

ABCDEFGHIJKLMN,
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

ROMANO MODERNO

Se caracterizan por los patines, asociándolos con la seriedad, elegancia, el arte y sobre todo destaca su clara legibilidad.

EGIPCIOS

El tipo es muy pesado y legible a distancia, por asociarse con la energía; se usa en títulos pero no es adecuado para textos largos.

BRUSH o SCRIPT

Tipos brush son dinámicos y expresan continuidad, imitan los escritos a mano, pueden ser utilizados en publicidad.

FANTASÍA

Estos tipos son inventados y decorativos, son poco legibles por lo que su uso está sujeto a especificaciones que requiera el diseño, de lo contrario, saturando el diseño sería molesto.

También se toman en cuenta los rasgos formales de las letras:

Espesor: De acuerdo al peso, resulta light, demi, medium, bold y extrabold.
Estructura: Refiriéndose al eje de trazo de la letra: recta, itálica, inversa.
Proporción: Es condensada, aquélla letra en la que su altura es mayor a su base. Y es normal y extendida cuando la base de la letra es mayor a la altura.

En nuestro cartel deberá escogerse adecuadamente la tipografía que mas convenga al diseño, para evitar caer en recargos decorativos que impidan la legibilidad del mensaje a expresar. Por legible, entendemos que el mensaje sea fácilmente visible, así como su composición total en cuanto a las letras, palabras o líneas que lleve el cartel para que mantengan la atención del observador.

Debido a que los carteles tienen la finalidad de promocionar a Tequisquiapan, bello paraje natural con alto contenido histórico - cultural y social, el manejo tipográfico debe ser simbólico, es decir que aporte a nuestro diseño el detalle evocativo que permita al espectador transportarse a las calles costumbristas y provincianas de este atractivo municipio. Rememorando el resplandor de épocas pasadas. Dicho lo anterior, se seleccionaron las fuentes; Andes, Tiranti, Cataneo, Marigold para el título Tequisquiapan y Prístina para el lema, pues reúnen las características necesarias, imprimiéndole dinamismo y fuerza al cartel.

d) COLOR

Iván Tubau en su libro *Dibujando Carteles* afirma que:

“El color es una sensación del ser humano o del cerebro producida por estímulos luminosos en la retina o reacciones del sistema nervioso. Por lo que todo cartel bien resuelto en cuanto a color y composición, es un cartel aceptable”.¹⁵

Existen tres elementos para lograr el impacto y captar el poder que ejerce el color y son:

Tono o Matiz: Característica cualitativa del color, se refiere al color en sí, los tres primarios, rojo, amarillo y azul y los secundarios naranja, verde y violeta.

Saturación o Intensidad: Característica cuantitativa del color. Es el grado de pureza de un color o la intensidad de éste, careciendo de blanco y negro.

Valor o Luminosidad: Es la capacidad de reflexión de la luz blanca, que depende de la cantidad de negro o gris que contiene un color.

Por otro lado, “Físicamente los colores no son más que el resultado de ondas electromagnéticas de diferentes frecuencias que al llegar a nuestros ojos se convierten en estímulos luminosos en la retina. Posteriormente nuestro cerebro los convierte en ideas y así lo entendemos”¹⁶

Haciendo un uso correcto del color y una combinación coherente, sobre todo en la superficie que cada uno ocupa, aumentará el éxito de nuestro cartel. El poder de impacto y de permanencia en el observador depende del color que lo rodea.

Para el diseño de un cartel la connotación en un color es básica, es decir implica que aparte de su significado directo (denotación), se le atribuyen otros significados adicionales, como los relacionados con la temperatura, muchos de los cuales son determinados convencionalmente dentro de sector socio cultural específico y son atribuidos a unos u otros colores. El color influye psicológicamente en el hombre y el hombre escoge los colores de acuerdo con su psicología.

De acuerdo a lo anterior, se pretende mostrar al observador el ambiente agradable, cálido y acogedor de la entidad, esto se logrará a través del diseño de nuestros carteles. Por lo que hay que tomar en cuenta el aspecto del color que incluyan las imágenes que lo conforman, serán adecuados tonos suaves, sutiles que nos recuerden un pasado lleno de historia, alegres tradiciones, vida y energía que transmite la imponente belleza que embarga su áreas verdes, recorridos por las calles empedradas: esto se logrará con colores como : amarillo, verde, ocre etc.. y la gama cromáticas que de ellos se generen, por el óptimo manejo de la saturación, matices e intensidad de valor y luminosidad.

Por mencionar algunos:

Rojo: Asociado a la sangre y al fuego, color caliente por si mismo, simboliza violencia y es dinámico, ningún otro color lo domina.

Amarillo: Comunica calor y luz, es brillante y extrovertido, simboliza riqueza, alegría, satisfacción, antipatía.

Azul: El más frío, resulta adecuado para fondos, es suave y dulce, simboliza fidelidad, honradez, higiene, espiritualidad etc..

Naranja: El más cálido de todos, tiene carácter receptivo, amable e íntimo, infunde placer o violencia dependiendo del tono.

Verde: Compuesto por un color cálido (amarillo) y uno frío (azul). Comunica frescura, tranquilidad, sensación de descanso, simboliza esperanza.

Violeta: Produce cierta incomodidad y melancolía, incita a la meditación simboliza lujo pero puede inspirar miedo y ser desagradable.

Gris: Suaviza el violento contraste de colores vivos sobre un blanco puro. Da mayor reposo y serenidad a nuestra composición.

Negro: Es símbolo de desesperación y muerte, imprime elegancia. Cualquier color, colocado sobre el negro, aumenta su visibilidad, y a su vez el negro, sobre otro color se aprovecha de su luminosidad.

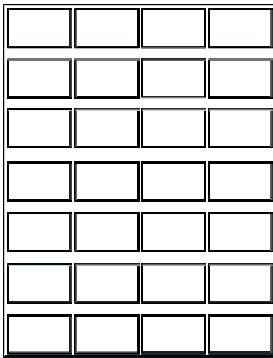
Blanco: Sugiere paz e inocencia. pureza, crea una sensación de vacío e infinidad. Los colores pierden luz y tono sobre el blanco. No toma reflejos del color que está junto a él, sino de su complementario.

e) IMAGEN

Las propuestas de cartel elaboradas en este proyecto tienen un contenido histórico, social y cultural, elementos básicos para el receptor, influenciando al diseño para un claro entendimiento del mensaje sin olvidar la parte estética.

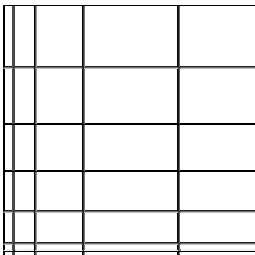
En nuestro caso un factor importante es la imagen fotográfica - icónica - representativa, pues la serie de carteles tiene como base fotografías a color que captan la belleza del lugar utilizándola como técnica principal para su diseño.

La imagen dentro de un plano se sostendrá a través de líneas facilitando la organización tipográfica, fotográfica que lleva nuestro soporte gráfico, lográndolo con la ayuda de la retícula y trama como principales elementos de proporción.



RETÍCULA

Se define como una serie de líneas verticales y horizontales que forman módulos separados llamados campos, por pequeños espacios o intervalos uniformes conocidos como constantes. Aplicar la retícula da la impresión de armonía global, claridad y orden.



TRAMA

Es una estructura formada solamente por líneas horizontales y verticales, separadas por módulos que crecen o decrecen en tamaño geoméricamente, matemáticamente o bajo cualquier otro principio.

f) SISTEMAS DE IMPRESIÓN

Todo diseño debe tener como objetivo cumplir la función para el cual fue creado, en este caso dar a conocer los atractivos turísticos de Tequisquiapan. En el caso del cartel, se le debe dar salida imprimiéndolo para llegar al receptor; para ello deberán considerarse las características que contiene nuestro diseño y así tomarla decisión correcta, escogiendo un sistema de impresión adecuado.

Los sistemas más comunes para este medio son la impresión digital y el offset.

La impresión digital es por medio de impresoras láser a color, plotters etc.. Una vez que nuestro diseño se "digitaliza", es decir se convierte en información digital, siendo procesado por la computadora, nos aseguramos que contenga los requerimientos necesarios (buena resolución, gama de colores correcta, tamaño adecuado), para darle salida de impresión obteniendo nuestro cartel. Este tipo de impresión nos proporciona un mayor control, calidad y fiel reproducción de nuestro diseño.

El offset también conocido como cuatricromía, es un proceso habitual de impresión comercial. Excelente en reproducción de detalles y fotografías, la superficie de impresión es barata, el cilindro de caucho permite el uso de una amplia gama de papeles. Este medio se presta a los métodos de reproducción fotográfica, su principio rotativo permite velocidades de impresión más elevadas, secado rápido de la tinta y el manejo de tirajes extensos.

Se trata de un método para reproducir toda la gama de colores de un modo económico, en el que las diferentes tonalidades se componen mediante distintas proporciones de cuatro tintas: cian C, magenta M, amarillo Y, negro o Key

El negro se denomina “color clave” ya que es la guía para registrar los otros tres colores. Por ejemplo; una imagen a todo color, como una fotografía, se separa mediante filtros en cuatro películas distintas, una para cada tinta, de las que se generan cuatro planchas para la impresión.

El objetivo del proceso de impresión a cuatro colores (C,M,Y,K), es el de crear la ilusión de color continuo. El éxito de este logro depende en gran parte del ángulo de alineamiento de las formas de punto de cada uno de los cuatro colores durante la impresión.

El lineaje es el contenedor de puntos que conforma nuestra trama, dando como resultado las pantallas de cada uno de los colores y medios tonos. La resolución es la cantidad de puntos que se encuentran sobre el lineaje, ésta, será entonces la calidad con la cual podremos obtener impresos finos. En el diseño gráfico, los parámetros óptimos utilizados fluctúan entre 150 - 2400 d.p.i.

Existe una gran variedad de papeles para la impresión de un cartel, el más común es el couché con variantes como: mate, brillante o autoadhesivo. El gramaje es un factor importante que dependerá de las exigencias de cada proyecto a imprimir.

Dentro de los procesos de impresión existen también los acabados, tales como barniz estándar, barniz U.V. y laminación plástica,

Los acabados incluyen:

El barniz U.V es un recubrimiento que se cura (seca) por medio de radiación de luz ultra violeta. Sus propiedades físicas y químicas son muy superiores a los barnices convencionales; tienen mayor resistencia a la fricción, a la humedad, a los agentes químicos y a los solventes.

Una laminación plástica como su nombre lo dice es también una especie de recubrimiento a base de plástico muy delgado sobre la impresión final del cartel; de modo que le agrega un tono brillante a la impresión final. Este tipo de acabado sirve de protección contra el medio ambiente.

2.6 LA FOTOGRAFÍA

En nuestro proyecto de cartel, la fotografía es un elemento de apoyo para el diseño por lo que es importante conocer aspectos generales acerca de ésta técnica, y de acuerdo a lo que nuestro diseño exige, ofrecer las mejores soluciones gráficas.

Desde sus inicios y a lo largo del siglo pasado, la fotografía fue obteniendo gran importancia y se hizo presente en la vida cotidiana, logrando captar imágenes que testimoniaban el pasado, y evolucionó para preservar los hechos actuales, convirtiéndose en un medio de comunicación que encontramos en cualquier lado.

Joan Costa la define como; “Un medio de producción de imágenes, réplicas o representaciones de lo real visual visible, siendo el resultado de un objeto que en determinadas condiciones de luz está frente al objetivo para ser registrado.” ¹⁷

2.7 LA CÁMARA Y SU FUNCIONAMIENTO

El principio de la fotografía se basa en la similitud del funcionamiento del ojo humano y el de la cámara fotográfica, pero ésta es más sencilla.

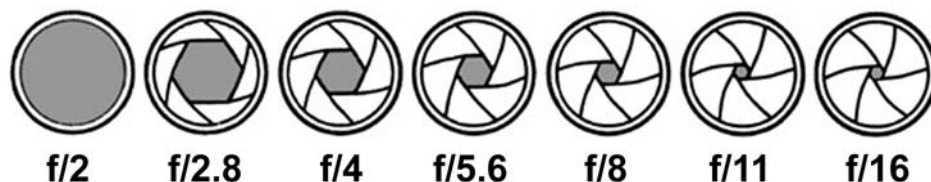
“Lo primero que toda cámara necesita es LUZ, la cual se refleja del objeto que se está tomando, la lente de la cámara captura la luz y la enfoca formando una imagen nítida dentro del cuerpo de la cámara (caja hermética a la luz), dicha imagen se proyecta invertida sobre la película sensible que se encuentra dentro de la cámara, donde una placa del respaldo la mantiene plana. En la película, una serie de compuestos sensibles recogen la imagen.

Todas las cámaras requieren dos partes adicionales: una ABERTURA DE LENTE o DIAFRAGMA y un OBTURADOR. La abertura del lente controla la cantidad de luz que entra en la cámara por medio de unas láminas metálicas muy delgadas que generalmente tapan la apertura del objetivo.

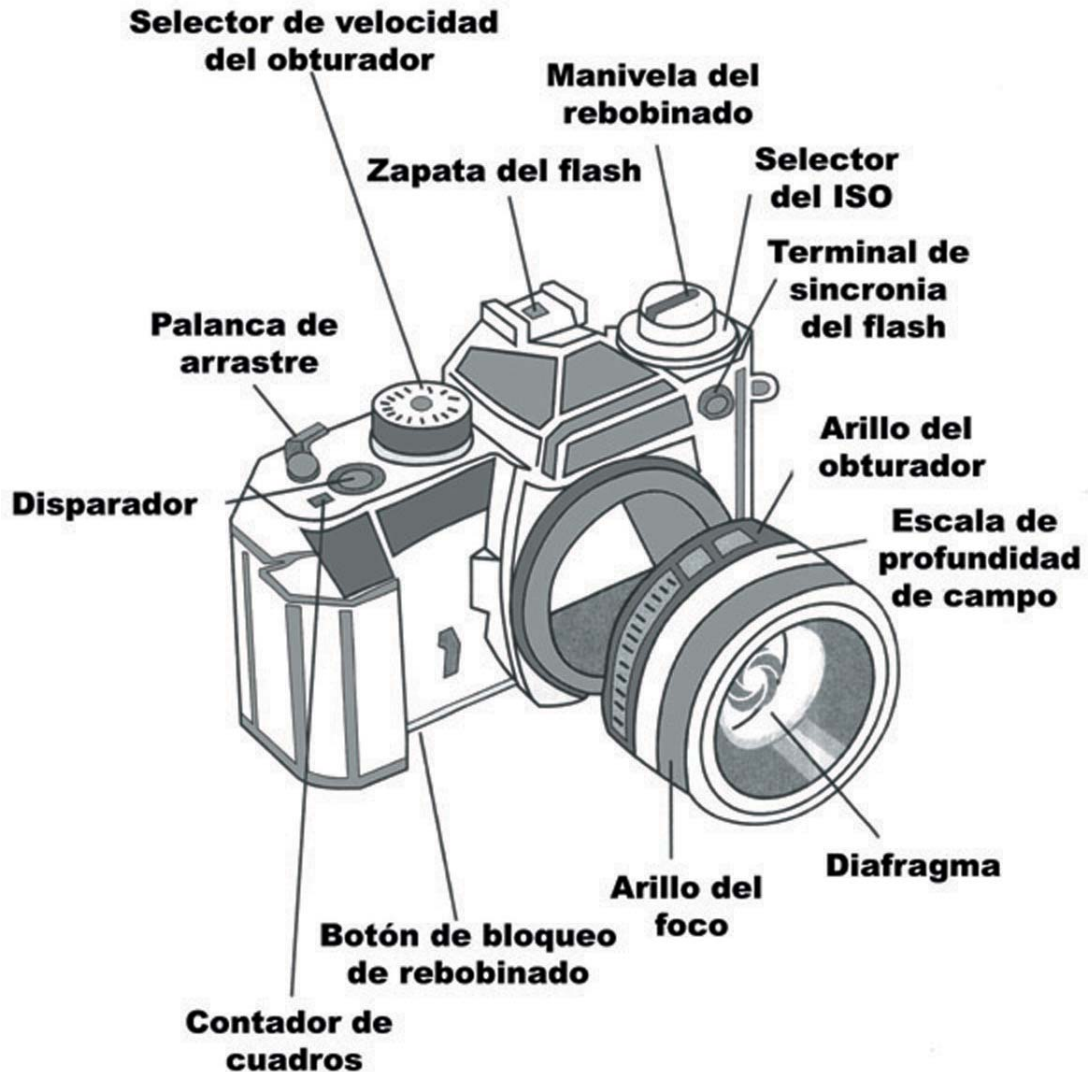
Así al pulsar el botón del disparador, las láminas se apartan de la trayectoria de la luz permitiéndole que llegue a la película a través del objetivo y a diferencia del ojo, el obturador controla cuando y durante cuánto tiempo actuará la luz sobre la película.

Existen diferentes tamaños de diafragma, los cuales se conocen como puntos f. Cuanto más bajo sea el punto f, mayor será el tamaño de la abertura permitiendo mayor cantidad de luz. Un número f más elevado produce una abertura más pequeña y dejará entrar menos luz.

La imagen se hace visible una vez que la película es procesada mediante productos químicos especiales”.¹⁸



2.8 PARTES DE UNA CÁMARA REFLEX DE 35 mm



2.9 TIPOS DE CÁMARA

Las cámaras están hechas en muchos estilos y tamaños, existen cámaras de 110mm y 126mm (mm. es el ancho de la película) resultan ideales para ahorrar y aprender a fotografiar, usan negativos pequeños y cuadrados. La cámara de 35mm conocida como cámara SLR que significa Single Lens Reflex, es la más común para ser utilizada por amateurs y profesionales, por su facilidad al poder intercambiar diversos lentes y te permite observar correctamente a través de éstos lo que el visor de la cámara ve, gracias a su espejo y sistema prismático.

También existen modelos como la de formato medio, la cual utiliza películas más largas que permite obtener ampliaciones de mejor calidad, suelen ser de tamaño mas grande, y existen también las instantáneas fabricadas por Kodak o Polaroid, que cuentan con la ventaja de revelar la impresión al momento y disfrutar de imágenes atractivas.



2.10 PELÍCULA

Cuando se elige una película, se debe tener en cuenta los resultados que se obtendrán, existen negativos a color y B/N, películas para diapositivas a color y B/N e instantáneas.

Ya que nuestro proyecto requiere de una buena calidad fotográfica para desarrollar gráficamente las propuestas de cartel apoyadas en la fotografía, se ha elegido el negativo a color por ser el de uso más sencillo y que ofrece mejores soluciones para el proyecto.

Cuando se hace una exposición y luego se revela, se obtiene una imagen negativa, es decir se obtienen los colores opuestos y los tonos del tema son opuestos (se ilumina donde el tema es oscuro). El positivado es donde la imagen en negativo es transferida al papel fotográfico, una vez hecho el proceso químico se obtiene la imagen positiva.

Las copias en color son muy cómodas de observar y pueden tirarse cuantas se necesiten a partir de un negativo.



“La película en color consta de tres capas de emulsión en blanco y negro superpuestas y perfectamente equilibradas en sensibilidad y contraste, más una capa filtrante. La emulsión superior, como la del papel bromuro, sólo es sensible al azul; bajo ella un filtro amarillo evita la penetración de aquél, la segunda capa es sensible al verde y la última al rojo. La base y el respaldo son iguales que en B/N.

Las cuatro capas tiene menos de 0.001 mm de grosor y son capaces de reproducir todos los colores de la escena. El blanco y los grises neutros provocan idéntica respuesta en las tres capas.

En la mayoría de las películas, los compuestos que forman los tintes van en cada capa y se combinan con los productos de procesado para formar una imagen coloreada diferente en cada una (el filtro amarillo se decolora).”¹⁹

2.10.1 SENSIBILIDAD DE LA PELÍCULA

A tomar una fotografía, pueden variar las condiciones de luz, por lo que la sensibilidad de la película es uno de los más importantes instrumentos con los que contamos, ésta se refiere a como reacciona a la luz, mientras más alta sea la sensibilidad, más rápido se imprimirá la luz.

El número ISO en una película significa International Standards Organization, que indica su sensibilidad.

Existen tres tipos:

·BAJA (25 ISO, 50 ISO, 64 ISO)

Las películas de sensibilidad baja (lentas) tiene un grano fino y dan imágenes nítidas y claras, pero se requiere de niveles de luz altos para poder hacer uso adecuado de ellas. Son útiles para los paisajes, retratos y naturalezas muertas con luz brillante.

·MEDIA (100 ISO, 200 ISO)

Éstas son aptas para la mayoría de las situaciones, donde hay condiciones naturales de poca luz, se utilizan generalmente para la moda, periodismo etc..

·ALTA (400 ISO, 800 ISO, 1 000 ISO, 1 600 ISO, 3 200 ISO)

Útiles en exteriores con luz tenue o interiores donde no se decida usar flash y son prácticas cuando se requieren velocidades de obturación rápidas para congelar la acción.

La sensibilidad de una película viene determinada por el número y el tamaño de los cristales de haluros de plata (granos) que contiene. Estos granos son sensibles a la luz. Las películas rápidas son las que tienen los granos más grandes y en menor cantidad. Dichos granos hacen disminuir el detalle de la imagen, al contrario que las películas de grano fino en donde las imágenes de mayor calidad son algo seguro.

2.11 OBJETIVOS

Como mencionábamos, la cámara Reflex de 35 mm tiene como ventaja aceptar una amplia variedad de objetivos intercambiables. Según el tema que se quiera retratar se deberá escoger el más adecuado. Los objetivos se dividen en tres grupos diferentes según su distancia focal, es decir la distancia existente entre la película y un punto específico de la lente.

·Normal: Por lo general la cámara de 35 mm trae un lente normal de 50 mm, que ofrece una visión muy parecida a la del ojo humano.

·Angular: Cuando la dimensión de nuestro sujeto rebasa nuestro campo visual, se necesita un gran angular que ofrece abarcar un sector más amplio, haciendo que la imagen parezca más distante. Es de 13-35 mm, son pequeños y ligeros.

·Teleobjetivos: Permiten tomar secciones pequeñas de la imagen y hacerlas ver más grandes. Su distancia focal es de 70 - 300 mm, son de fácil transportación e ideales para retratos, deportes, escenas de acción en general.

Existen otros lentes:

·Teleobjetivos largos: Más de 500mm , amplían la visión de una parte de la escena, se utilizan para fotografías deportivas y paisajes en que se requiera llenar el encuadre con un tema muy distante.

·Ojo de pez: Tiene menos de 16mm, puede hacer que la imagen se vea circular con un ángulo de visión amplio de 180 °, y distorsionar la imagen convirtiendo las líneas rectas en curvas.

·Objetivo Macro: Diseñado para las tomas muy pequeñas y cercanas a la cámara. Pueden tener distancias focales que van desde los 50mm hasta los 200mm.

·Objetivos Fijos: Pueden ser de distancia focal fija y ángulo de visión fijo.

·Zoom: Son flexibles pues permiten cambiar la longitud focal y hacer ajustes en el encuadre sin mover la cámara de sitio. Las gamas de zoom más usuales incluyen el estándar de 35-70mm, el telezoom de 70-210mm y el superzoom de 28-200 mm. Llegan a ser caros y pesados.

Es recomendable hacer uso del tripié, el cual le da soporte a la cámara, la estabilidad va en función de su peso y proporciona equilibrio. En cualquiera caso en que se utilice alguno de estos objetivos se debe tomar en cuenta que el resultado tendrá gran influencia sobre la composición fotográfica, por lo que antes hay que planear muy bien la toma.



2.12 COMPOSICIÓN FOTOGRÁFICA

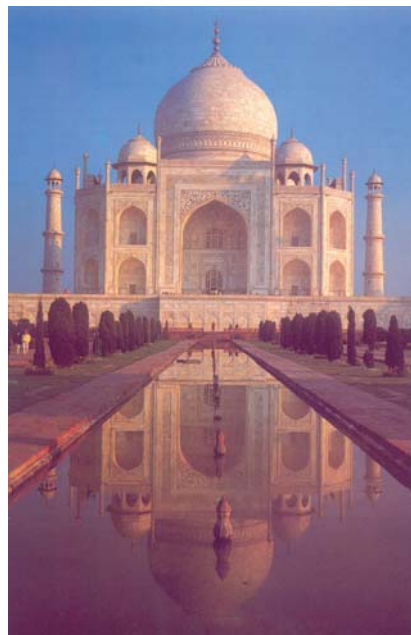
Para que una fotografía sea óptima, no se trata de seguir unas cuantas reglas por muy sencillas que éstas sean al pie de la letra, pero si se puede sacar provecho si presenta al menos una de ellas.

La composición fotográfica es simplemente la selección y disposición de objetos y sujetos dentro del área a fotografiar.

El solo hecho de mover la cámara, puede alterar la composición drásticamente, así que antes de disparar se debe observar cuidadosamente por el visor, teniendo en mente la fotografía completa.

2.12.1 CENTRO DE INTERÉS

Se debe contar con un centro de interés fuerte, es decir un punto que llame la atención. Es posible incluir un objeto secundario, siempre y cuando no distraiga la atención del sujeto u objeto principal.



28



29

2.12.2 EL FONDO (BACKGROUND)

El fondo de una fotografía puede contribuir a la composición o puede ser un elemento que distraiga si está sobrecargado, por lo que hay que ver más allá del sujeto y utilizar fondos que no ejerzan más fuerza que el sujeto mismo.



30

2.12.3 ÁNGULO DE TOMA

Se sabe que una fotografía bien lograda depende mucho del ángulo en que es tomada. Es conveniente estudiar desde todos los ángulos el sujeto a fotografiar y luego seleccionar el más adecuado para lograr mejores resultados.



31

2.12.4 PERSPECTIVA

Las distancias relativas de los objetos en la foto, se determinan por un sistema que llamamos perspectiva. En un encuadre, se puede crear perspectiva disminuyendo la escala de los objetos, haciéndolos parecer más pequeños cuanto más alejados estén de la cámara, o utilizando líneas rectas paralelas que a la distancia convergen.



32

2.12.5 LÍNEA DE HORIZONTE

En una fotografía, se debe evitar cortar la imagen a la mitad al colocar el horizonte al centro de la superficie de la foto. Se puede colocar la línea de horizonte en una posición baja para acentuar la sensación de espacios amplios, o en posición alta si quiere sugerirse cercanía.



33

2.12.6 ACERCAMIENTO AL SUJETO

Al observar a través del visor, debemos acercarnos al sujeto para eliminar todos los ruidos visuales que puedan desvirtuar nuestra composición. Los acercamientos transmiten una sensación de intimidad, en tanto que las tomas desde lejos evocan una sensación de amplitud y profundidad.



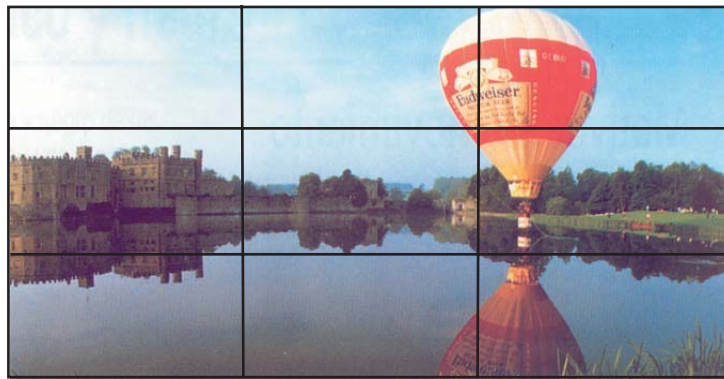
34

2.12.7 USO DE LÍNEAS DE INTERÉS Y UNIDAD

Se puede encontrar una línea en casi cualquier cosa, y por eso hay que aprovecharlas; estas líneas son llamadas líneas guía, por que dirigen la vista del observador hacia el interior de la foto, con frecuencia directamente al sujeto a fotografiar.

2.12.8 REGLA DE LOS TERCIOS

Hay que evitar posicionar el centro de interés a la mitad de la foto. Un principio por el cual se puede comenzar es el de los tercios, éste consiste en dividir la superficie de la foto en tres partes, tanto verticales como horizontales. Para obtener una composición agradable, debemos colocar el centro de interés en uno de los cuatro sitios en los que las líneas se cruzan entre sí.



35

Hemos visto cómo la fotografía es un elemento importante para el desarrollo de nuestro proyecto, pues conformará en su mayoría la parte gráfica de nuestros carteles imprimiéndole más fuerza al mensaje que transmitirán.

Así, pues finalizamos este capítulo, referente al cartel y la fotografía, teniendo ahora mayor conocimiento, podemos pasar a la fase creativa, donde la información proporcionada, nos dará un mayor apoyo sobre los elementos y el adecuado empleo de éstos, para la realización de nuestros carteles, utilizando de igual manera la fotografía como un medio o herramienta más para el diseño de los mismos.

-
- 3.- Segunda Bienal Internacional del Cartel en México. CNCA. Trama Visual A.C 1994
 - 4.- Hidalgo, Rosa María. Dígalo con un cartel, p. 6-7
 - 5.- Renau, Joseph. Función social del cartel
 - 6.- Barnicoat, John. Los carteles, su historia y su lenguaje, G. Gilli. Barcelona. 2000. p.
 - 7.- Gillam Scott, Robert. Fundamentos del diseño, Edit. Victor Leru, Argentina 1975, p. 8
 - 8.- Idem p. 11
 - 9.- Idem p.18
 - 10.- Idem p.24
 - 11.- Idem p.26
 - 12.- Idem p.28,29
 - 13.- Idem p.46-48
 - 14.- Idem p. 63
 - 15.- Tubau, Ivan. Dibujando carteles, Ediciones CEAC. Barcelona, p. 65 - 66
 - 16.- Cemaj, Eduardo/Sagahón, Leonel. Básicos digitales Revista Dx # 8 Apartado Pre-prensa.
 - 17.- Costa, Joan. La fotografía entre sumisión y subversión
 - 18.- Langford, Michael. La fotografía paso a paso, Hermann Blume Ediciones. 1978 p. 20
 - 19.- Idem p. 144

PIES DE FOTO

- 1.- Eduardo Muñoz Bachs, "Encuentro Icoagrada Latinoamérica"
- 2.- Leonardo Sonnoli. "Congreso de Ciencias de la Nutrición" Italia, 1998
- 3.- Renato Aranda Rodríguez. Cartel. "Con condón el SIDA te la pela" México, 2002
- 4.- Eduardo Tellez "SIDA" México, 2002
- 5.- Lowe México. Camel Cigarrera la Moderna. México, 2002
- 6.- Lowe México. Indio, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma. México, 2002
- 7.- McCann Erickson México Trujillo Ayala, Gabriel. Bimbo Lors (Marinela). México, 2002
- 8.- Alfred Leete, "Tu país te necesita" 1914
- 9.- "Ejército Popular" La Habana, Cuba
- 10.- Anónimo. "Otras manos cogerán las armas" 1970
- 11.- Morris, Azul / Zabé, Michel. "Museo del Templ Mayor". Serie. México 1990
- 12.- Morris, Azul / Zabé, Michel. "Museo del Templ Mayor". Serie. México 1990
- 13.- Díaz Ruíz, Miguel Ángel. " Taller Coreográfico de la UNAM". México 1990
- 14.- L.Sahagón, M. Gómez Morín. " 6 de Julio, Día de la Democracia" México, 2002
- 15.- Luger Reinhold. "Naturaleza" Austria, 2002
- 16.- "¡ALTO! A la Prostitución infantil" México
- 17.- "The Godfather" E.U.A. 1972
- 18.- Charles S. Anderson. "Seinfeld" Entertainment Weekly. E.U.A, 1998
- 19.- "The Mummy Returns" E.U.A 2001
- 20.- BBDO México. Aspirina Bayer de México. México, 2002
- 21.- FCB World Wide. Banorte. México, 2002
- 22.- M. Dudovich, "Olivetti"
- 23.- López, Bruno. "Peregrinación a Chalma". México 1990
- 24.- De la Vega, Laura / Villaseñor, Carlos. "Morelia, Relicario de América". México 1990
- 25.- Sordo Vilchis, Avelino. "III Festival Sinaloa de las artes". México,
- 26.- Luna de Arena. "El Gran Teatro del Mundo"
- 27.- Universidad de Murcia. "Romeo y Julieta". España
- 28.- FOTO & VIDEO Volumen I, numero 2, p. 27
- 29.- FOTO & VIDEO Volumen I, numero 4, p. 61
- 30.- FOTO & VIDEO Volumen I, numero 6, p. 106
- 31.- FOTO & VIDEO Volumen I, numero 10, p. 184
- 32.- FOTO & VIDEO Volumen I, numero 10, p. 184
- 33.- Tony Stone Images VOL. 16, p 33
- 34.- FOTO & VIDEO Volumen II, numero 22, p. 123
- 35.- FOTO & VIDEO Volumen I, numero 2, p. 31



Capitulo 3

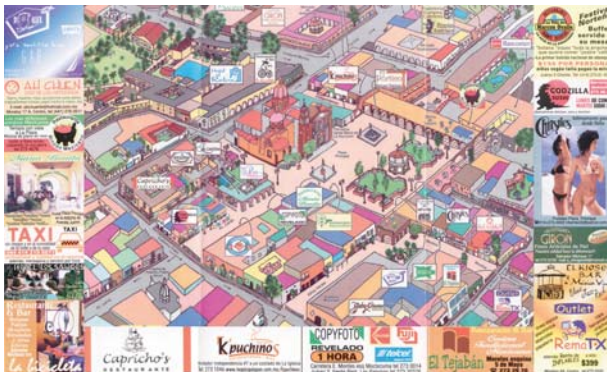
Desarrollo del Proyecto

3.1 REALIZACIÓN DEL PROYECTO

Una vez recopilada toda la información, ya se cuenta con bases suficientes para comenzar a desarrollar el proyecto, con la intención de llegar a un resultado final, obteniendo una solución al problema que nos atañe.

El municipio de Tequisquiapan cuenta actualmente con sus propios medios de promoción turística, en su mayoría relacionados a la Fiesta Brava, actividad que se da frecuentemente en este lugar, sin dejar a un lado la promoción en torno a sus actividades culturales, como son las fiestas o ferias ya tradicionales.

Tequisquiapan, tiene un centro de información turística, ubicada en Portal Plaza principal, un lugar céntrico y de fácil acceso para cualquier persona, donde el visitante puede preguntar por los recorridos turísticos o los lugares adecuados para no dejar pasar la oportunidad de conocerlos y disfrutar de una maravillosa estancia, entrando en contacto con la naturaleza, y lo pintoresco del lugar, adentrándose a una experiencia inolvidable. Actualmente solo se proporcionan trípticos que señalan lugares mas comerciales para visitar y uno que otro mapa del poblado.



Sin embargo, un entorno tan interesante, requiere de una mayor difusión de sus zonas turísticas de una manera más directa y que dicha difusión sea distribuida estratégicamente, para que así los visitantes estén siempre informados sobre todos los lugares de interés.

Por lo anterior he recurrido a la realización de una serie de carteles, siendo un medio de comunicación visual que llega al público de forma rápida y directa, sintetizando la idea por medio de imágenes sencillas y textos breves, razón por la cual he utilizado fotografías a color para lograr un mayor impacto en el receptor, dándole la oportunidad de visualizar el colorido y variedad de sus escenarios naturales. Así mismo se han elegido elementos como la tipografía, color e imágenes que acompañan el diseño proporcionándoles cierto contraste, logrando dar el impacto requerido.

Durante el proyecto, se localizaron los puntos más atractivos de la entidad, muchos de los cuales se mencionan en el Primer Capítulo, el trabajo de investigación comenzó con la toma de diversas fotografías, de motivos cotidianos, culturales y sociales o simplemente bellos parajes naturales. Se tomaron alrededor de 120 exposiciones, con rollo VIVID COLOR de KODAK, para un mejor resultado en la gama de color, pasando posteriormente por un proceso de selección, donde al final solo se escogieron aquéllas que proporcionaron lo necesario para ser incluidas en los carteles asegurando un mejor resultado.

Como es bien sabido, en estos casos es importante contar con una frase o leyenda que ayude al lector a identificar de manera más fácil el mensaje que se quiere dar a través del cartel, por eso nuestros carteles incluyen la leyenda: “Déjate envolver por la magia, Ven y vive sus costumbres...”, frase que denota la asociación del mensaje con las imágenes propuestas, puesto que es importante recalcar la importancia de acercarse al visitante con lo tradicional y representativo del lugar, haciendo que la propuesta visual se mantenga vigente en el espectador.

A continuación se muestran los carteles que resultaron del proceso de diseño, cada uno se presenta a color y a escala, tendrán una medida real de 60 x 40 cms, en formato vertical, fueron planeados de tal manera que se pueda aprovechar el papel en su totalidad a la hora de darle salida para impresión, ya sea en offset o digital.

Los carteles que finalmente fueron elegidos entre los seis bocetos presentados para llevar a cabo el proyecto, fueron analizados bajo el concepto del Cuadro de Pertinencias que propone Jordi Llovet en su libro “Ideología y Metodología del Diseño”, en el cual se dice que: “todo objeto de diseño reúne de hecho en su propio espacio, limitado, un conjunto de pertinencias muy distintas y a veces de enorme complejidad y heterogeneidad”. ²⁰

Jordi Llovet señala que como diseñadores debemos estar atentos de todos aquellos rasgos que pertenecen a nuestro diseño, en este caso; nuestros carteles.

“Esos rasgos pertinentes pueden tabularse en el seno de un cuadro operacional que incluye tanto los rasgos pertinentes que serán seleccionados, como aquellos que podrían haberlo sido, pero hemos desechado.” ²¹

Con dicho cuadro se propone un procedimiento adecuado a la lógica de los objetos, tal como se fabrican, tal como son, tal como funcionan y tal como se comportan en sociedad, el cual se expone a continuación:

Se utilizaron las siguientes pertinencias para la evaluación de los carteles, y así llegar a una conclusión final de qué carteles serán óptimos para llevar acabo la difusión turística del municipio.

- 1) *Atractivo: Se busca que el espectador encuentre el cartel de buen gusto, satisfactorio, provocando un verdadero deleite a la vista, obteniendo la máxima atención del turista.*
- 2) *Legibilidad: Que a una distancia considerable el texto que contenga sea perceptible y entendible para aquél que lo lee. Así mismo la fuente tipográfica debe ser adecuada al concepto de diseño de cada cartel.*
- 3) *Formato del cartel: Si presenta un tamaño adecuado, visibilidad y comprensión del mismo, para que sea más fácil captar la atención del visitante.*
- 4) *Recorrido Visual : Durante éste, debe presentarse el mensaje de manera inequívoca, directa y eficaz, quedando la imagen fija en nuestro espectador.*
- 5) *Lema: Debe ser fuerte y directo para mantenerse vigente en el lector de manera que lo recuerde asociándolo con el lugar y tenga mayor interés en visitar el municipio.*

6) Fotografía: Las tomas fotográficas incluidas en cada cartel deben mostrar el municipio de Tequisquiapan, proporcionando al turista una imagen clara de lo que encontrará al visitar dicho lugar, invitándole a ser partícipe de las maravillas del lugar.

7) Composición Gráfica: Son elementos visuales que contienen los carteles, tales como textura, color que realzan nuestro diseño y composición dándole un toque estético y armónico.

El procedimiento es muy simple, se asignan valores numéricos, dando una clasificación a cada uno de los aspectos a considerar o pertinencias y el que obtenga la mejor calificación será nuestro cartel más óptimo.

Valores Asignados:

5 equivale a ÓPTIMO

3 equivale a + o - ÓPTIMO

1 equivale a muy poco ÓPTIMO

0 equivale a NO ÓPTIMO

En conjunto con el personal de la Oficina de Turismo del municipio se hizo la evaluación con el cuadro de pertinencias, obteniendo como resultado que las propuestas que tuvieron mejor aceptación fueron los carteles 2, 3, 4 y 6 respectivamente.

El siguiente esquema nos presenta el total de valores obtenidos, es decir un desglose de los resultados sobre dicho cuadro de pertinencias.

	propuesta 01	propuesta 02	propuesta 03	propuesta 04	propuesta 05	propuesta 06
ATRACTIVO	5	5	5	5	5	5
LEGIBILIDAD	3	5	5	1	3	5
FORMATO	5	5	5	5	5	5
RECORRIDO VISUAL	1	3	5	1	3	5
LEMA	5	5	5	5	5	5
FOTOGRAFÍA	1	5	5	3	3	5
COMPOSICIÓN GRÁFICA	3	5	5	3	1	5
TOTAL	23	33	35	23	25	35

Es necesario aclarar que se eligió el cartel como medio de promoción por ser un medio de comunicación visual que integra imágenes y textos capaces de llamar la atención del público. Para su elaboración se consideró la técnica fotográfica en color por ser uno de los recursos gráficos que representa fielmente y da mayor impacto a los elementos característicos de la zona.

En ellos se incluyeron los logos de MEXICO, de SECTUR (Secretaría de Turismo), la heráldica del Gobierno del Estado de Querétaro y el escudo de armas del Municipio de Tequisquiapan, así como la leyenda: “Déjate envolver por la magia, Ven y vive sus costumbres...”. Y como dato adicional se incluye la dirección de la página web de Tequisquiapan. Su reproducción se hará en los talleres de la misma Oficina de Turismo, dependiendo del tiraje se decidirá el sistema de impresión pertinente ya sea en offset o digital, colocándose en lugares que permitan la difusión de este lugar, promoviéndolo como una excelente opción que se encuentra próximo al turista capitalino.

Las propuestas se realizaron tomando como base fotografías previamente seleccionadas que visualmente fueran lo suficientemente atractivas y mostrarán lo más representativo del lugar, realizando algunas variantes en cuanto composición y distribución de elementos, llevándonos a encontrar la solución final, cubriendo las necesidades de difusión de la zona.

A continuación presentaremos las propuestas de carteles con un breve análisis de los elementos que los integran. En dicho análisis se mencionan algunas reglas interpretativas, que de acuerdo con Román Esqueda, en su libro "El juego del diseño" ²² dice "que son tres reglas: sinécdoques, metonimias y metáforas, que permiten a los diseñadores realizar un sinnúmero de propuestas gráficas, de manera tal que su conocimiento y control alienta la creatividad."

- Sinécdoque: Consiste en representar un todo por una parte o una parte por un todo.
- Metonimia: Ha sido descrita como una de las variantes del cambio de significado que se da por contigüidad de sentidos y que surgen entre palabras ya relacionadas entre sí. Es decir, se da un cambio de nombre, mediante el empleo de una imagen - signo que representa algo en relación inmediata con el texto. Así tenemos: metonimia de instrumento por usuario, de efecto por causa, de continente por contenido, de material por objeto (color por objeto, forma por objeto, textura por objeto).
- Metáfora: Que como su etimología lo indica es llevar más allá, significa algo distinto de lo expresado inmediatamente, cobrando importancia la connotación. Todo puede comunicarse metafóricamente en función de determinados contextos socio - culturales.

3.2 DISEÑO DE LOS PROTOTIPOS DE CARTEL

PROPUESTA I

FORMATO :

Vertical

TIPOGRAFÍA :

Andes, Prístina

Con la fuente Andes en el encabezado del cartel, a buen puntaje para que sea de fácil lectura.

IMAGEN :

Presenta como regla interpretativa la sinécdoque, que muestra la parte de un todo, en este caso utilizando como imagen principal la fachada de la catedral ubicada en la Plaza Hidalgo.

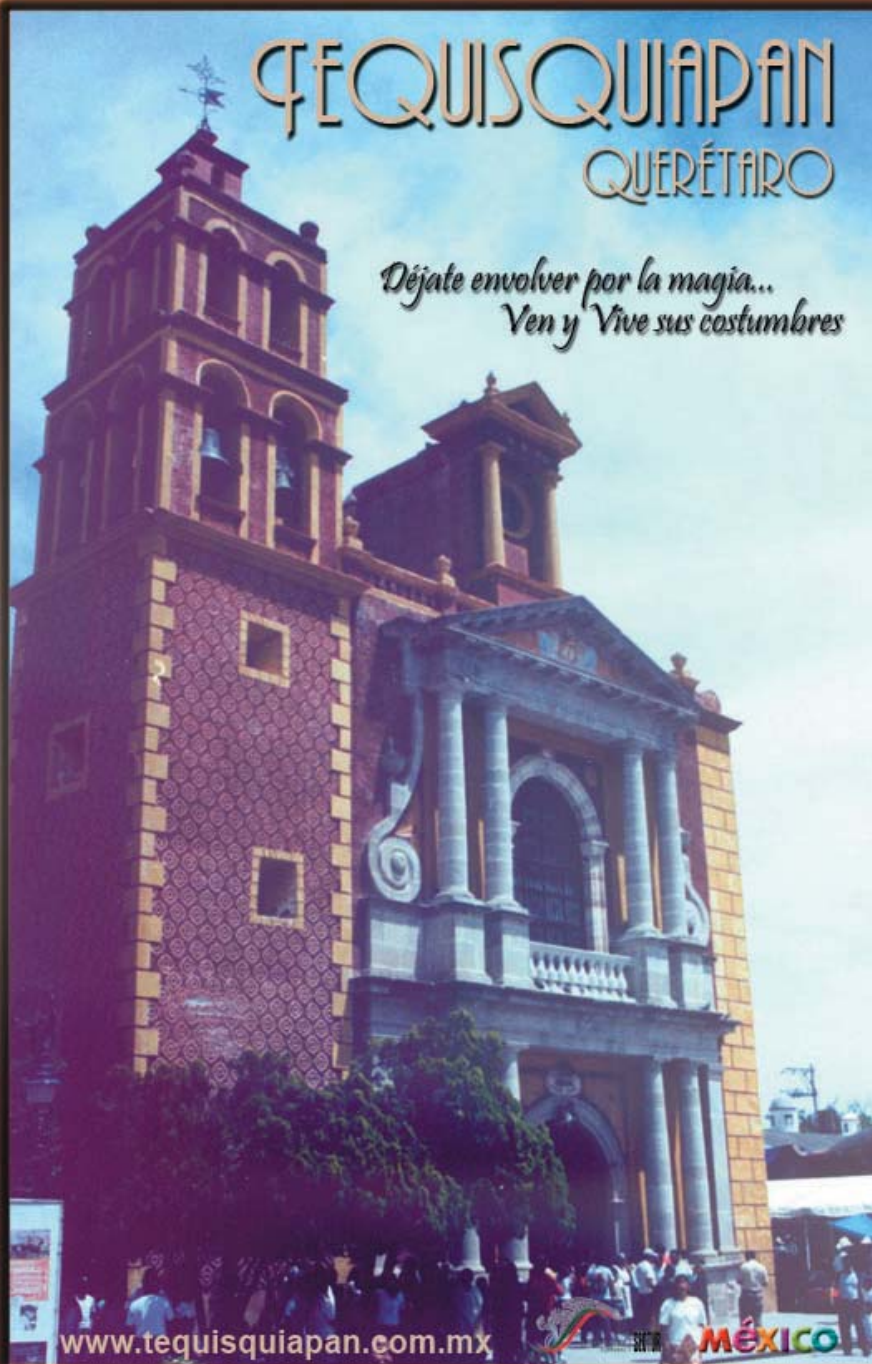
COMPOSICIÓN :

Tiene una envolvente formada por un marco con colores ocres contrastantes de fondo, mostrando con este un equilibrio simple a la vista, enmarcando la imagen de la Parroquia.



TEQUISQUIAPAN QUERÉTARO

*Déjate envolver por la magia...
Ven y Vive sus costumbres*



www.tequisquiapan.com.mx



PROPUESTA 2

FORMATO :

Vertical

TIPOGRAFÍA :

Andes, Prístina

Para el encabezado se empleo la letra Andes en color café para acentuar la legibilidad en el contexto del cartel. El lema con letra Prístina se colocó debajo de la palabra Tequisquiapan para reforzar el mensaje de la imagen invitando a conocer el municipio.

IMAGEN :

En lo que se refiere a la imagen se utilizó como marco principal La Parroquia de Santa María de la Asunción, donde al hacerse un recorrido visual observamos la fotografía completa de la fachada enmarcada por arbustos y personas, presentando como regla interpretativa; la metáfora, pues la imagen nos connota a un ambiente lleno de comfort y tranquilidad que sólo nos da un lugar provincial y colonial como Tequisquiapan. También presenta sinécdoque, pues muestra la imagen de la fachada de la Parroquia de la Asunción desde otro ángulo, como parte de un todo, en este caso de nuestro municipio

COMPOSICIÓN:

Como fondo tenemos una textura de color amarillo en ambos lados , suavizando el diseño general. Los logotipos se distribuyeron alineados en la parte inferior, para no restarle impacto a la imagen.

TEQUISQUIAPAN

QUERÉTARO

*Déjate envolver por la magia...
Ven y Vive sus costumbres*



www.tequisquiapan.com.mx

MEXICO



PROPUESTA 3

FORMATO :

Vertical

TIPOGRAFÍA :

Tiranti, Prístina

La tipografía Tiranti es más dinámica gracias a la curvatura que presenta, el contraste de color le da mayor impacto visual al cartel.

IMAGEN :

A diferencia de las demás propuestas, éste cartel cuenta con cuatro imágenes diferentes entre sí, dando un panorama mas amplio de lo que se puede encontrar en Tequisquiapan; colorido, belleza natural, construcciones arquitectónicas y artesanías. Se alinearon en una columna del lado izquierdo para captar más rápido la atención del espectador. En este cartel hay sinécdoque pues muestra tomas de sitios de interés del municipio.

COMPOSICIÓN:

Nuevamente lo logotipos fueron acomodados en la parte inferior logrando un equilibrio en el diseño. La composición con las imágenes colocadas en una columna vertical, en el extremo izquierdo, crean una tensión visual que Facilita el recorrido visual.



Parroquia de Santa María de la Asunción



Cementerio



Hacienda Grande



Artesanías

www.tequisquiapan.com.mx

Tequisquiapan Querétaro

*Déjate envolver por su magia...
Ven y Vive sus costumbres*



México



PROPUESTA 4

FORMATO :

Vertical

TIPOGRAFÍA :

Cataneo, Prístina

La fuente Cataneo utilizada en la palabra Tequisquiapan le da ese toque representativo y el lema se colocó en el extremo superior izquierdo a un lado de la imagen.

IMAGEN :

Presenta en la fotografía parte de la artesanía que se elabora aquí, en este caso un conjunto de rebozos como parte fundamental del sustento económico. Por lo dicho anteriormente este cartel presenta metonimia en su variante material por objeto. Su variado colorido, calidad y belleza se logra mostrar a través de este cartel.

COMPOSICIÓN:

La imagen, el color y colocación sobre el lado derecho del elemento artesanal, nos dan peso y equilibrio ayudando a la composición, así como las plecas que generan un atractivo visual al entrar en Contraste con el fondo blanco.

*Déjate envolver por su magia...
Ven y Vive sus costumbres*

Tequisquiapan, Querétaro



www.tequisquiapan.com.mx

PROPUESTA 5

FORMATO :

Vertical

TIPOGRAFÍA :

Marigold, Prístina

Se utilizó la letra Marigold para el encabezado y Prístina para el lema, se utilizó tipografía color blanco para contrastar con la imagen de fondo.

IMAGEN :

La fotografía muestra un rincón colonial típico del municipio. Este cartel presenta la regla interpretativa metáfora, pues con dicha imagen representativa y evocativa nos transporta a ese ambiente cálido y agradable que se siente al caminar por las calles empedradas de Tequisquiapan.

COMPOSICIÓN :

Es un cartel de corte costumbrista o tradicional, delimitado por la misma imagen fotográfica, dejando ver los elementos que componen el contenido; como los logotipos correspondientes y tipografía colocados de manera armónica.



www.tequisquiapan.com.mx

PROPUESTA 6

FORMATO :

Vertical

TIPOGRAFÍA :

Marigold, Prístina

Lo primero que se observa es el nombre del municipio en color blanco con fuente Marigold, más abajo y centrado se encuentra el lema con letra Prístina.

IMAGEN :

Una vista panorámica de la Parroquia de la Asunción, la Plaza Hidalgo turistas que la visitan ubicada en el centro de Tequisquiapan. A primera vista encontramos sinécdoque en la imagen, aunque también existe la presencia de la metáfora, pues la panorámica no invita a disfrutar de un agradable y tradicional recorrido por la Plaza y sus callejuelas.

COMPOSICIÓN :

El cartel presenta una división, en la parte de arriba se colocó la fotografía, sobre un fondo negro donde se ubica el texto. Los logotipos están en una pleca blanca en la parte inferior, equilibrando el diseño.



Tequisquiapan

Querétaro

*Déjate envolver por su magia...
Ven y Vive sus costumbres*

www.tequisquiapan.com.mx



Como pudimos observar, las cuatro propuestas elegidas por la Oficina de Turismo del municipio nos permitieron llegar satisfactoriamente a la solución del problema de difusión turística, cumpliendo con varios de los aspectos que se mencionaron en el contenido del proyecto.

Los diseños elegidos tienen una pregnancia significativa para la recordación del espectador facilitándola al ser expuestos en lugares estratégicos.

El diseño final de cada cartel, responde a la necesidad de comunicación visual de Tequisquiapan, donde se puede concluir que los elementos compositivos del cartel se encuentran en un equilibrio constante tanto en forma y color, logrando crear una cálida atmósfera que invita al turista a recorrer todos los rincones del pueblo.

Los contrastes de color son determinantes en el impacto visual, con la integración de las formas y del mensaje textual y verbalizado.

La composición del cartel será de formato vertical, representado a escala, lo cual indica que los elementos crecerán proporcionalmente, sin problemas de legibilidad o saturación de espacios en la composición.

20.- Llovet, Jordi. *Ideología y Metodología*, Edit. G. Gilli, p. 45

21.- *Idem* p. 46

22.- Esqueda, Román. *El juego del Diseño*. Edit. Designio. p. 11

CONCLUSIONES

Desde mi punto de vista como diseñadora gráfica y a la experiencia obtenida en la realización de este trabajo, puedo plantear las siguientes conclusiones. Se conocieron los antecedentes históricos del municipio, su desarrollo integral económico, social y cultural. Por otra parte conocer y entender la evolución del cartel, tanto de forma y contenido, me permitió definir acertadamente los elementos compositivos y el mensaje que darían forma al cartel.

El desarrollo y realización de este proyecto, ha sido para mi una gran satisfacción no solo en el ámbito profesional creando una serie de carteles, lo cual me permitió así a lo largo de la investigación aplicar mis conocimientos adquiridos durante la carrera; sino también en el personal, viviendo la experiencia de entrar en contacto con lugares mágicos y representativos de Tequisquiapan, conocer las tradiciones que allí se generan y aprender la cultura que rige a la población de este pintoresco lugar.

Teniendo como principal objetivo de este proyecto dar a conocer la rica variedad del lugar, basándonos en la necesidad que existe de difundir la belleza, compartir tradiciones y principalmente dar a conocer a la gente el municipio de Tequisquiapan, uno de los dieciocho que tiene el estado de Querétaro, nuestra serie de carteles que se obtuvieron como resultado del proyecto lograron dar la imagen adecuada de Tequisquiapan que se buscaba para formar parte de la difusión que ofrece la Oficina de Turismo, siendo atractiva, funcional y de interés comercial. Transmitiendo visualmente al espectador, la paz y tranquilidad que proporciona este lugar al turista, para a su vez apoyar la producción artesanal, el incremento económico y el auge turístico del municipio.

Para cristalizar el proyecto fue necesario poner empeño en aquellos detalles que como diseñadora gráfica no deben pasar inadvertidos, por lo que gracias a una planificación adecuada, apoyada en las necesidades y exigencias que los carteles demandaban, llegué a la resolución gráfica del problema manejando solamente los elementos necesarios como la imagen, es decir la fotografía a color que se usó como recurso visual desempeñando un papel decisivo, por ser tan eficaz en la comunicación directa en todo el mundo, logrando por sí sola acaparar la atención del público, la cual depende del alto impacto que provoque, enalteciendo así el contenido del cartel. Por otro lado la leyenda: “Déjate envolver por su magia, Ven y vive sus costumbres” enriquecen el mensaje de las fotografías y viceversa, creando un ambiente estético en su conjugación.

Siendo un lugar que puede colocarse fácilmente entre las preferencias del turista, a la hora de decidir que lugar visitar el fin de semana por contar con la ventaja de encontrarse cerca de la Ciudad de México, será de gran ayuda la difusión que se da boca en boca entre sus visitantes, cumpliendo de modo satisfactorio nuestro propósito, propiciando un mayor desarrollo del municipio.

Ojalá que como lector, hayas disfrutado y aprendido de éste proyecto al igual que yo, pues otro de los beneficios que pretendo aportar con esta tesis es el que quede como medio de consulta o guía para desarrollar proyectos con objetivos similares en un futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- BAHENA GUILLERMINA. MANUAL PARA ELABORAR TRABAJOS. EDITORIAL UNIDOS MEXICANOS 1988
- BARNICOAT, JOHN. LOS CARTELES, SU HISTORIA Y SU LENGUAJE. GUSTAVO GILI. BARCELONA, 5TA EDICION 2000.
- BERND, LÖBACH. DISEÑO INDUSTRIAL. GUSTAVO GILI BARCELONA.
- BLANCHARD GERARD. LA LETRA. EDICIONES CEAC, 1990. ESPAÑA
- CHÁVEZ ESTEBAN. MANUAL PARA LA ELABORACIÓN DE UN CARTEL. INSTITUTO LATINOAMERICANO DE LA COMUNICACIÓN.
- CAMACHO PÉREZ CRISPÍN. REMEMBRANZAS DE TEQUISQUIAPAN. CONACULTA (Unidad Regional de Culturas Populares) Qrto. 2001
- DONDIS, A. DONIS. LA SINTAXIS DE LA IMAGEN. ED. GUSTAVO GILI, BARCELONA 1984
- ENEL FRANCOISE. EL CARTEL, FUNCIONES, LENGUAJE, RETÓRICA. EDITORIAL J. DOMENECH. ESPAÑA 1979.
- ESQUEDA, ROMÁN. EL JUEGO DEL DISEÑO. EDITORIAL. DESIGNIO 2003
- GILLAM SCOTT ROBERT. FUNDAMENTOS DEL DISEÑO. EDITORIAL VICTOR LERO, ARGENTINA 1975.
- HEDGE COE JOHN. MANUAL DE TÉCNICAS FOTOGRÁFICAS. 3era EDICION HERMANN BLUME
- HIDALGO ROSA MARÍA. DÍGALO CON UN CARTEL.
- LANGFORD, MICHAEL. LA FOTOGRAFÍA PASO A PASO. EDICION HERMANN BLUME. 1978
- MUNARI, BRUNO. DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL. GUSTAVO GILI 1990
- MULLER BROKMAN JOSEF. SISTEMAS DE RETÍCULAS. GUSTAVO GILI 1982
- NEWARK QUENTIN. ¿QUÉ ES EL DISEÑO GRÁFICO? MANUAL DE DISEÑO. GUSTAVO GILI 2002
- PARAMÓN JOSE MARIA. ASI SE PINTA UN CARTEL. BARCELONA PARRAMÓN 1969.
- PRIMERA BIENAL DEL CARTEL INTERNACIONAL EN MÉXICO. 1990. TRAMA VISUAL A.C UAM. 1991

POYNOR RICK. NO MAS NORMAS DISEÑO GRÁFICO POSMODERNO. GUSTAVO GILI 2003

QUIROGA, BLANCA HILDA. PSICOLOGÍA SEMIOLOGÍA, APLICADAS AL DISEÑO GRÁFICO. UAM. 2006

RENAU JOSEP. FUNCIÓN SOCIAL DEL CARTEL.

RUSELL BESTLE/ IAN NOBLE. NUEVO DISEÑO DE CARTELES. GUSTAVO GILI

SWANN ALAN. EL COLOR EN EL DISEÑO. GUSTAVO GILI 1993

TAUSK PETR. HISTORIA DE LA FOTOGRAFIA EN EL SIGLO XX. DE LA FOTOGRAFÍA ARTÍSTICA AL PERIODISMO GRÁFICO. GUSTAVO GILI

TUBAU IVAN. DIBUJANDO CARTELES. EDICIONES CEAC. BARCELONA

TURNBULL ARTUR , RUSELL N. BAIRD. COMUNICACIÓN GRÁFICA. EDITORIAL TRILLAS

VILCHIS, ESQUIVEL LUZ DEL CARMEN ALICIA. ANÁLISIS GENERAL DE LOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA METODOLOGÍA DEL DISEÑO. UNAM ENAP, 1986

WONG WUCIUS. FUNDAMENTOS DEL DISEÑO BI-TRIDIMENSIONAL. GUSTAVO GILI 1991

HEMEROGRAFÍA

EDUARDO CEMAJ Y LEONEL SAGAHÓN. BÁSICOS DIGITALES. REVISTA DX # 8 APARTADO PRE- PRENSA

FOTO Y VIDEO. ENCICLOPEDIA GRÁFICA DE LA IMAGEN. GRUPO EDITORIAL PLANETA.

INTERNET

www.tequisquiapan.com.mx

www.queretaro.gob.mx/tequisquiapan

OTRAS FUENTES CONSULTADAS

TESIS

Cuevas Martínez Nimcy. El lago de los cisnes al muro. Cartel de difusión para la compañía nacional de danza. ENEP Acatlán .2001

Ibarra Navarro Aracelí. Carteles Turísticos del municipio de Ocoyoacac. ENEP Acatlán 1995

López Arellano Laura Elena. Cartel como medio de promoción para las artesanías mexicanas. ENEP Acatlán. 1999