

**UNIVERSIDAD  
DON VASCO**

INTEGRACIÓN Y SUPERACIÓN

INCORPORADA A LA  
**UNAM**

CLAVE 8727/31



**UDV** escuela de  
Diseño

**"Conservación de las tradiciones indígenas mexicanas"**

Campana de promoción y difusión de juegos y Deportes  
Autóctonos y Tradicionales de Michoacán.



**Tesis Profesional**

Que Para Obtener El Título De:

Licenciada En Diseño Y Comunicación Visual

Asesor: L.D.G. Kenneth Luis  
Treviño Cassilly

Presenta: Noemi Suhail Romero Rodriguez

Uruapan, Michoacán Junio-2009





Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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





**UNIVERSIDAD  
DON VASCO**

INTEGRACIÓN Y SUPERACIÓN

INCORPORADA A LA

**UNAM**

CLAVE 8727/31



**UDU**

escuela de  
**Diseño**

**"Conservación de las tradiciones indígenas mexicanas"**

Campaña de promoción y difusión de juegos y Deportes  
Autóctonos y Tradicionales de Michoacán.



**Tesis Profesional**

Que Para Obtener El Título De:

Licenciada En Diseño Y Comunicación Visual \_\_\_\_\_

Asesor: L.D.G. Kenneth Luis  
Treviño Cassilly

Presenta: Noemi Suhail Romero Rodriguez

Uruapan, Michoacán Junio-2009





# Dedicatoria



A mis padres,

Las personas más importantes en mi vida, quienes han estado siempre presentes en mi corazón y mis pensamientos. Esto es para esa señora bonita que, con su inagotable esfuerzo y perseverancia, logró hacer de mí una mejor persona; para ese señor que nunca me dio la espalda por más difíciles que fueran los tiempos. Gracias por llenar mi vida de ilusiones y ayudarme a cumplirlas; gracias por darme las herramientas necesarias para diseñar una vida mejor; gracias por estar conmigo en todo momento y apoyarme a seguir adelante y levantarme, sin importar cuántas veces haya caído. Este esfuerzo es dedicado a ustedes, pues los amo con todo mi corazón mi mente y mi espíritu; gracias por darme la vida.

Esto también es dedicado a mi hermano y hermanas: Tavoloncho, Lula, Pay y Mary. Gracias a ustedes por ser mi inspiración y motivo de mis grandes alegrías. Gracias por llenar mi vida de color y por estar siempre presentes para compartir una sonrisa o un hombro para llorar. Gracias por ayudarme a levantar de las tristezas y hacerme saber que el día siguiente siempre trae algo mejor. Gracias por siempre hacerme sentir la más consentida de las hermanas; los quiero mucho.

Tía (mi segunda madre): gracias por el apoyo que siempre me ha dado incondicionalmente. Gracias porque nunca me dijo que no cuando la necesité. Le estoy infinitamente agradecida por todo lo bueno que me ha dado y compartido conmigo; sin usted, mi vida no sería la mitad de buena de lo que ha sido. Gracias. Este esfuerzo también se lo dedico a usted con mucho cariño y amor.

En fin, esto es dedicado para todos ustedes que son lo más grande que Dios me ha dado:  
**¡MI FAMILIA!**

A mí fe:

Gracias a Dios, por ponerme en este lugar con las mejores personas del planeta, por escucharme y por ayudarme a salir de los baches en los que he caído, por todos los momentos de felicidad y por las experiencias que me han hecho crecer y mejorar. Gracias Señor por estar conmigo como fuente de mi fe y como mi inseparable amigo; gracias por permitirme despegar y cuidar de mi vuelo. Como diría un amigo: "tú eres santera". Pues bien; gracias a todos mis SANTITOS".



# Agradecimientos

En alguna ocasión, casi al inicio de la carrera un buen maestro nos dijo al grupo: "aprovechen este tiempo. Además de venir a aprender, diviértanse y vivan este periodo al máximo, porque la vida no retrocede y ésta es una de las mejores partes de ella". Pues bien, en mi paso por la universidad viví muchas cosas muy buenas y, como la vida es muy equilibrada, también hubo cosas malas, pero por éstas no vale la pena desperdiciar tinta, papel y esfuerzo en recordarlas; basta decir que, si tuvieron una lección, la aprendí. De las mejores cosas que me pasaron en este caminar fue haberme encontrado con ese tesoro que todos buscamos y no todos encuentran; yo corrí con la gran fortuna de toparme con esos maravillosos personajes de historieta.

A mis grandes amigos:

Que se llegaron a convertir en hermanos, gracias por haberme elegido como parte de esa familia que uno escoge con el pasar de la vida. Gracias por enseñarme que con ustedes soy fuerte y que no hay nada que no se pueda superar si están conmigo. Gracias por las experiencias inolvidables y por su amor: Marcelino (Loli), Roberto (Robe), Neyda (Rana), Gabriela (Cache), Marcia (Lola), Rafael (Rafa), Erik (Pelón).

Gracias también a esas personas con las que viví cosas que me enseñaron a que esta vida no se puede realmente vivir si no se tiene un amor. Gracias por dejarme ser parte de sus vidas, por compartir sus sueños conmigo y por su apoyo en todo momento. No hace falta decir sus nombres, pues están mi corazón por siempre y ustedes saben quienes son.

A mis maestros:

A ustedes que siempre estuvieron presentes no sólo para compartir sus conocimientos sino también para dar un consejo y una sonrisa con cariño, para dar lo mejor que tenían en ese momento. Gracias por ser, más que maestros, AMIGOS: Denyse Ochoa (Reina), Kenneth Treviño (Kene Light), Minerva Galván (Mine), Arturo Avila (Turi), Javier Gutiérrez (Arqui), Araceli Herrera (Chelis), Alberto Galinzoga (Beto), Luis Gonzalo (Luigi), Cristina Cruz Terraza (Cristy) y Sergio de la Cruz (Checo).

A todas aquellas personas que decidieron compartir parte de su vida conmigo, que me ayudaron y que de alguna forma estuvieron junto a mí para bien, MUCHAS GRACIAS ..... (Familia Montes Andalla) GRACIAS.

Gracias a esos angelotes que deben estar felices en el cielo. Aunque no los pueda ver yo se que han estado junto a mí. Gracias y que Dios los bendiga siempre, Fabián y Samuel. D.E.P. (Ya nos volveremos a ver).



# Índice

Portadilla	1	Los dioses más socorridos	55
Dedicatoria	3	Las apuestas: la Vida a cambio de un Reino; ésas eran apuestas.	56
Agradecimientos	4	Sobrevivencia y Continuidad del Juego de Pelota	57
Índice	5		
<b>Primera Parte</b>	9	El Juego de Pelota en Michoacán	
Introducción	11	Antecedentes	59
Problemática	13	Ubicación Geográfica	61
<b>Capítulo 1</b>	17	<b>Modalidades</b>	
Michoacán	19	Uárhukua	62
Situación Geográfica	23	Tsakapu ch´anakua	65
Antecedentes Históricos	26	Pasárhutakua	67
<b>Capítulo 2</b>	39	Pelota Tarasca	68
Asociación de Juegos y Deportes Autóctonos y Tradicionales del Estado de Michoacán A.C	41	K uilichi ch´anakua	69
El Proyecto	44	Pelota encendida de la región de Cuitzeo	71
Antecedentes de Juegos y Deportes Autóctonos y Tradicionales	48	Kantzákata	72
La lucha entre el bien y el mal, una enseñanza prehispánica	50	Tembini iumu	76
Las canchas, un espacio de múltiples lecturas	51	Progresos	80
Modalidades Prehispánicas	52		
Ritos asociados al juego	54		



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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



### Capítulo 3

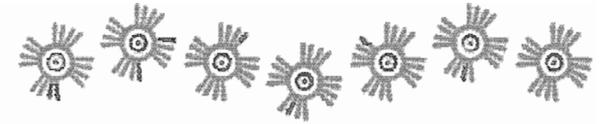
Introducción al Diseño y Comunicación Visual	
Antecedentes Históricos	
Diseño y Comunicación Visual en México	
Antecedentes Históricos	
Campo de Acción del Diseñador	
Diseño Editorial	
Señalización	
Envase y Embalaje	
Multimedia	
Diseño de Imagen Corporativa	
Diseño Publicitario	
Elementos de diseño en una campana publicitaria	
Metodología del diseño	
Sistemas de Impresión	
Preprensa	
Conclusiones	

### Segunda parte

### Capítulo 4 La aportación

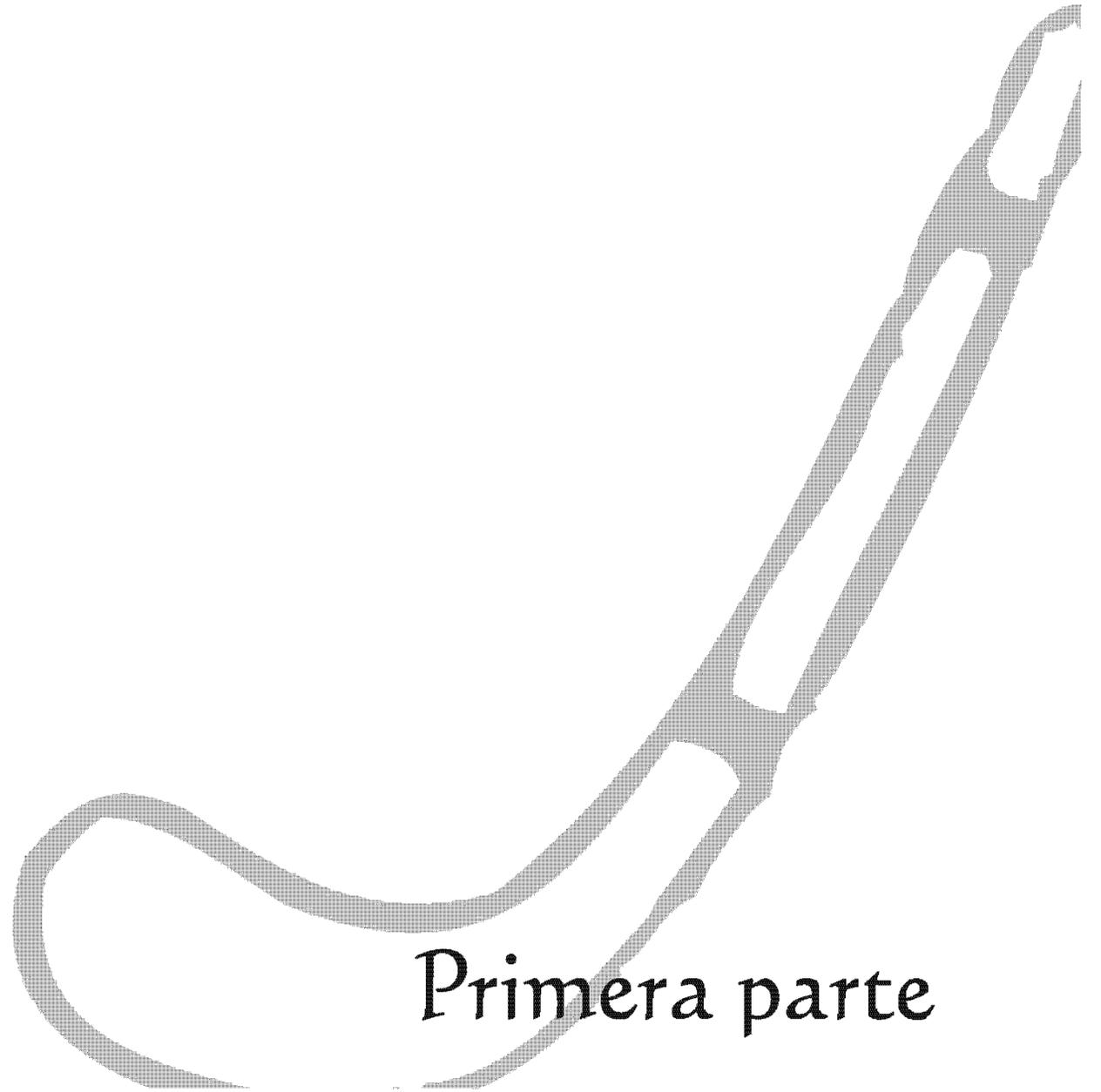
Brief	123
Introducción	127
Proceso de diseño	128
Estilizaciones	131
Los iconos	133

83	<b>Manual de identidad gráfica</b>	135
	Imagen gráfica	137
85	Color	138
86	Diagrama constructivo	139
92	Matriz lineal	140
93	Tipografía institucional	141
97	Tipografías complementarias	142
98	Logotipo a color	143
100	Logotipo en b/n	144
101	Escala de reproducción mínima	145
102	Logotipo a una sola tinta	146
103	Modificaciones de color	147
105	Logotipo en fondo de color	149
	Aplicaciones incorrectas del logotipo	150
108		
111	<b>Campaña</b>	151
114	Diseño de la campaña	153
116	La campaña	154
117	Planeación, objetivos y estrategia de medios	156



<b>Manual de campaña</b>	159	<b>Conclusiones</b>	219
Medios	161	La conclusión	221
Programación y duración de medios	163	<b>Bibliografía</b>	223
Aplicaciones	164	Bibliografía	225
Carteles de Uàrhukua	165	<b>Glosario</b>	229
Carteles de K`uilichi ch`anakua	167	Glosario	231
Carteles de Kantzàkata globo	169		
Carteles de Kantzàkata papalote	171		
Carteles de Pasàrhutakua	173		
Carteles de Tembini iumu	175		
Anuncio de prensa	177		
Postales, sobre para postales y separadores de libros	179		
Separadores de libros	186		
Sobre para postales	192		
Gafetes	194		
Llaveros	196		
Tazas	197		
Playeras	201		
Envoltura para playeras	207		
Calcomanías	210		
Lonas	211		
<b>Presupuesto</b>	215		
Presupuestos	217		





Primera parte



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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



# Introducción



El hombre, desde sus orígenes, tuvo la necesidad de comunicarse. Lo hizo por medio de gestos, sonidos, movimientos, símbolos e imágenes. Un fiel ejemplo de ello son las pinturas rupestres que nos muestran todo un "lenguaje", el cual ha evolucionado adaptándose a su entorno y necesidades, convirtiéndose paulatinamente en sistemas de comunicación, los que el diseño gráfico se ha encargado de codificar.

El diseño y la comunicación visual ayuda a resolver problemas de comunicación. Es una disciplina utilizada como parte del desarrollo de una sociedad, misma que se ayuda de esta herramienta para contribuir a la conservación y difusión de la cultura, pues cada sociedad tiene características muy



"Es importante conocer cuáles son nuestros orígenes como raza histórica y la evolución de que hemos sido testigos."

◆ *Pinturas rupestres de la cueva de Lascaux, Francia.*

particulares: colores, formas, tradiciones y costumbres son aspectos que hacen especial a cada cultura y que, para que no se pierdan o se olviden, tenemos la necesidad de rescatar y difundir.



El hecho de conocer mejor cuáles son nuestros orígenes como raza histórica y la evolución de la que hemos sido testigos nos ayuda a comprender lo que somos y hacia dónde nos dirigimos como cultura, además de identificarnos y comprometernos como portavoces de nuestra región.

Este proyecto propone dar a conocer o reafirmar los conocimientos de gran parte de la cultura P'urhépecha, como son los juegos y deportes autóctonos y tradicionales de la región, además de hacer un llamado general para que éstos prevalezcan. Resulta importante, sin lugar a dudas, el conocer gran parte de nuestra cultura, que es en buena medida lo que define a una región única y especial de México.

En este proyecto de tesis se pretende aunar esfuerzos con la Asociación de Juegos y Deportes Autóctonos y Tradicionales del estado de Michoacán, por medio de una campaña de promoción y difusión, para que dichas prácticas no se pierdan.

◆ *Algunos de los juegos y deportes autóctonos y tradicionales del estado de Michoacán.*





# Problemática



Un nuevo milenio ha comenzado y la era de la información se hace presente (a la par de la globalización) para crear y abrir nuevos caminos políticos, económicos y sociales, en los que el Diseño y la Comunicación Visual participan de manera determinante, pues crean lazos de comunicación entre los países. No obstante, la globalización puede llegar a repercutir negativamente en la gente de un país: al tener todo un bombardeo de información extranjera, se genera en gran medida una pérdida cultural.

Las tradiciones, costumbres y artesanías de México forman parte del patrimonio cultural del mundo. Sus manifestaciones artísticas y su innegable colorido le hacen ser uno de los países más ricos culturalmente. México también ha tenido que integrarse a la evolución mundial, y esto ha traído consigo una constante invasión de costumbres y formas de vida. A raíz de esto, el país se ha visto inmerso en una continua pérdida de tradiciones, lo cual representa un peligro latente para la cultura de cada uno de sus estados.



◆ *Imagen representativa del gran ingreso del comunicador visual moderno.*



◆ *Imagen creativa proveniente de Estados Unidos de América.*

Algunos de los factores que influyen para que Michoacán esté olvidando parte de su cultura son; en gran medida, la desinformación o falta de interés que se ha venido generando por la influencia extranjera, con predominio anglosajón. Siendo éste uno de los estados de la República Mexicana con mayores índices de migración hacia Estados Unidos, la gente que regresa trae consigo otro estilo de vida y costumbres muy diferentes de las propias: moda, lenguaje, imágenes gráficas, etc., provocando la pérdida de los valores tradicionales.

Otro factor no menos importante que provoca tal fenómeno es el periodo electrónico en que nos encontramos; computadoras, videojuegos televisores son sólo algunos de los pasatiempos favoritos de los jóvenes, olvidando así cada vez más que existen otras formas mucho más valiosas (culturalmente hablando) de diversión, entretenimiento y aprendizaje. Tal es el caso de los juegos y deportes prehispánicos al aire libre; mismos que, además de ser fundamentales en el desarrollo de las culturas, pueden llegar a formar la personalidad de un individuo (por su intenso contenido de aprendizaje, ayuda, compañerismo, etc).



◆ *La computadora tiene gran influencia entre los jóvenes.*



◆ *Jóvenes Michoquenses influenciados por costumbres extranjeras.*

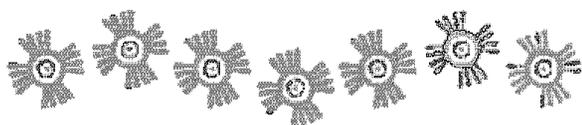
Al sector de la población que afecta más directamente tal mutación es a los jóvenes quienes, al no conocer sus tradiciones y dejarse influir por otras, terminan por perder las propias, que son las que les identifican como parte de la cultura P'urhépecha.

Hay una gran presencia de estos deportes en Michoacán, pero muy escasos recursos para apoyarlos, lo cual en gran medida se debe a la poca difusión que se les da. Así pues, la gente, al no tener conocimiento de dichos eventos y lo que significan para su cultura (además de lo que pueden hacer por jóvenes y niños) no acude ni participa, provocando así una constante pérdida cultural.



◆ *Equipos de Uarbakuz en pleno juego.*

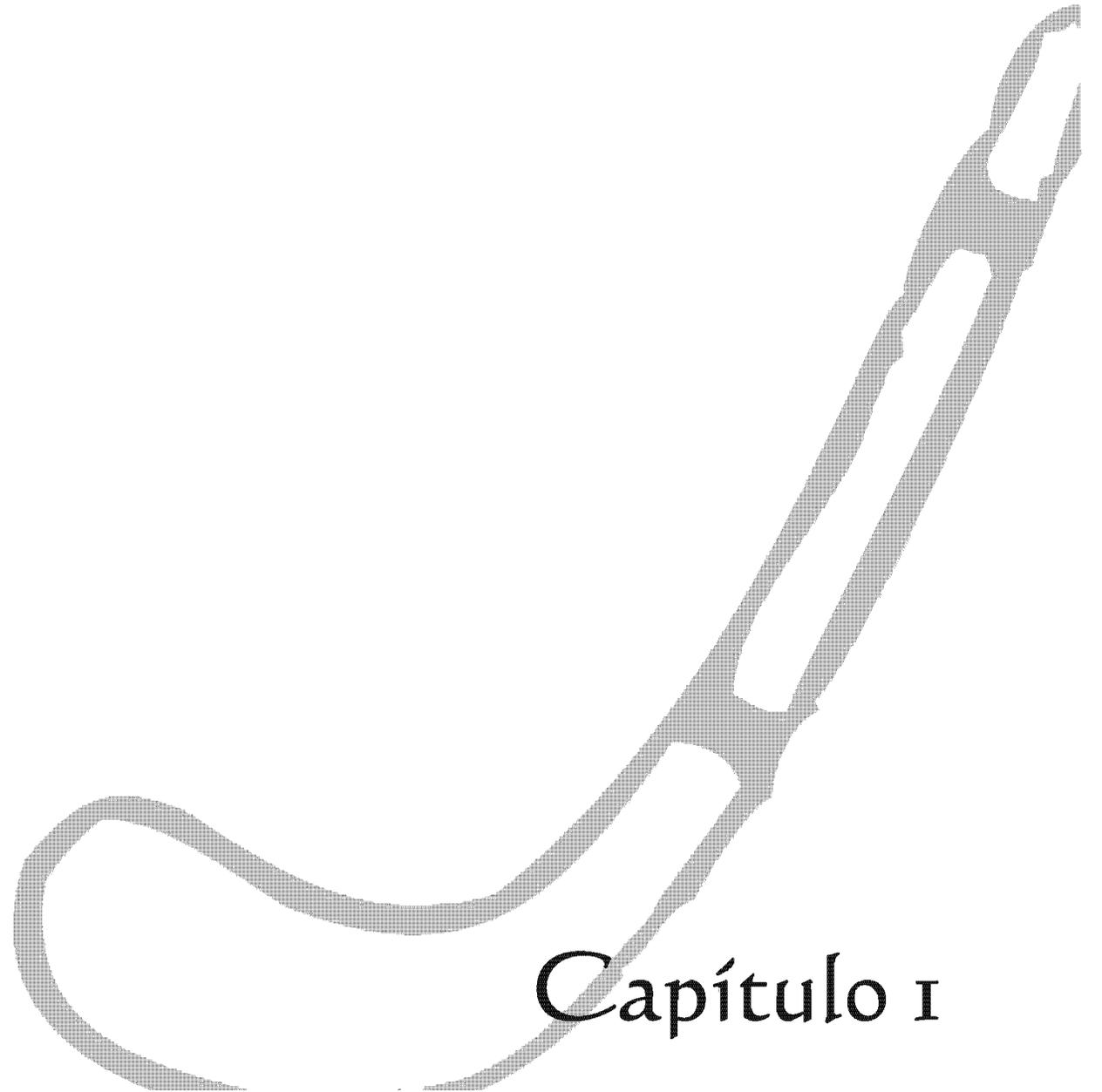
Sí no se ayuda a aminorar la problemática anteriormente planteada, se corre el riesgo de que poco a poco las tradiciones y costumbres se vayan perdiendo irremediablemente.



Las metas del proyecto son, principalmente, difundir al público en general, pero primordialmente entre jóvenes, los juegos y deportes autóctonos prehispánicos, su extenso valor cultural y su innegable aportación social para Michoacán y gran parte de la República Mexicana.

Con este proyecto se pretende aunar esfuerzos con la Asociación de Juegos y Deportes Autóctonos y tradicionales del Estado de Michoacán, A. C. fundada por el Sociólogo e Investigador José Luis Aguilera Ortiz. Siendo el Diseño y la Comunicación visual una herramienta muy efectiva para promocionar, difundir, dar a conocer un producto o servicio, resulta adecuada su utilización para realizar una campaña de difusión en Michoacán de dichos juegos y deportes. Se pretende mostrar al público quiénes somos, de donde venimos y hacia dónde nos dirigimos como pueblo P'urhépecha, pues es importante para los michoacanos conocer su cultura, para así saberse parte de la evolución, y poder sentirse orgullosos de ocupar un lugar entre otros grupos étnicos.

◆ *Algunas integrantes del equipo femenino de Uarhukua de Uruapan, Michoacán.*



# Capítulo I



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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



# Michoacán



Michoacán es una palabra náhuatl que en tiempos remotos se escribía Michihuacan, etimológicamente michi=pescado, huac=posesión, an=lugar de; que significa "lugar de los que poseen el pescado" o "lugar de pescadores", que se refiere al hecho de que los primeros pobladores prehispánicos se asentaron a orillas de los lagos de Pátzcuaro, Zirahuén, Cuitzeo y Zacapu.

Es un estado de la república Mexicana lleno de colorido y tradición, con historia y un caudal cultural impresionante, en donde se pueden admirar majestuosos paisajes a lo largo y ancho de toda la región. Tiene un clima muy variado, que va desde temperaturas muy cálidas hasta otras de frío extremo; esto, por la gran diversidad del relieve y la altitud sobre el nivel del mar: en el sur predominan las temperaturas altas, que van disminuyendo hacia el norte, donde llegan a ser las que caracterizan a un estado severamente cambiante, pues tienen un clima templado con heladas muy fuertes en invierno.



◆ *Pescadores del lago de Pátzcuaro.*



◆ *Paisaje de Janitzio, Michoacán.*



◆ *Calaveras de barro del día de muertos.*

Parte de la riqueza de este estado la constituye la cultura P'urhépecha, que ha dejado un fascinante legado a sus descendientes: religión, costumbres, tradiciones, etc. Dichas costumbres se han heredado de generación en generación, y son símbolo indeleble de su cultura, tales como las actividades del día de muertos y todos los rituales que se realizan en torno de esta fecha.

Michoacán es uno de los estados de México más elegidos por el turismo para visitar pues, además de ofrecer una atención incomparable por parte de su



# Micho



◆ *Santuario de la mariposa Monarca.*

gente, es vasto en atractivos turísticos, tales como el santuario de la mariposa monarca, el Parque Nacional de Uruapan, la Tzaráracua, el Parque Natural Los Azufres, el Parque Nacional del Pico de Tancitaro, la Cascada El Salto, entre otros muchísimos y muy bellos lugares en los que se puede admirar el arte popular, colorido, cerámica, cocina, manantiales, costas y arquitectura. De lo último, los mejores exponentes son Morelia, Maravatío, Tlalpujahuá, Pátzcuaro y Uruapan, en los que destaca la arquitectura colonial (principalmente en conventos, iglesias, edificios públicos, casas particulares, acueductos, cascadas, plazas y monumentos históricos).

pacán



◊ *Por el rumbo de Uruapan encontramos un sitio arqueológico en Tingambata.*



◊ *La metalurgia es sólo una de las labores que desempeñan los artesanos michoacances.*

Por el estado de Michoacán han pasado personajes muy importantes de la Historia.

Se dice que Morelia, Uruapan y Pátzcuaro son los mejores receptores del turismo ya que, además de ofrecer un trato cálido hacia el visitante, le ofrecen también todo tipo de comodidades para hacer más placentera su expedición o estancia en este acogedor estado.

Es importante también mencionar que por el estado de Michoacán han pasado personajes muy importantes para su historia, e inclusive de la República Mexicana, tales como Fray Juan de San Miguel, Don Vasco de Quiroga, José María Morelos y Pavón, Miguel Hidalgo y Costilla, Agustín de Iturbide, Melchor Ocampo, Lázaro Cárdenas, etc.

Además, Michoacán también cuenta con industria maderera, celulosa de papel, forestal, minería, siderurgia, metalurgia, pesca, ganadería y artesanía; por todo esto y por muchas cosas más, Michoacán orgullosamente posee un abanico cultural inmenso, dispuesto a mostrarse a quien pretenda conocerlo.



# Situación Geográfica



Michoacán está situado en la zona centro occidental de la República Mexicana. Tiene una superficie de 60,000 Km<sup>2</sup> y colinda, al Norte, con Jalisco y Guanajuato; al Noroeste, con Querétaro; al Este, con el Estado de México y el de Guerrero; al Sur, con Guerrero y el Océano Pacífico; al Oeste, con Colima y Jalisco.

Su longitud de costas es de 170 kilómetros, y cuenta con 113 municipios, siendo los de mayor superficie Arteaga, Coalcomán, Aquila y Tiquicheo, todos con más de 2,000 kilómetros cuadrados. Los de menor superficie son Lagunillas, Aporo, Briseñas, Jacona, Ziná-paro, Huandacareo y Ocampo con menos de 100 kilómetros cuadrados cada uno.

En 1990, el estado de Michoacán contaba con una población de 3,548,199 habitantes, cantidad que representaba el 4.4 por ciento de la población total nacional, y colocaba a la entidad en el séptimo lugar entre los estados de la república. En el censo que se realizó en el año 2000, se contabilizaron 3,979,177



 *Michoacán.*

habitantes. La población se concentra mayoritariamente en aproximadamente 60 áreas urbanas o ciudades, donde vive 61.32% del total estatal, y en 7,556 comunidades rurales vive el 38.68% de la población general. Los municipios con mayor población son Morelia, con 619,958 habitantes (que representan el 15.58% del total de Michoacán); Uruapan, con 265,211; Zamora, con 161,191; Lázaro Cárdenas, con 170,878 y Zitácuaro con 137,970.

La población de estos cinco municipios concentra el 30.85% del total de la población en la entidad.



◆ *Plaza de la Reforma Agraria y al fondo templo de San José en Morelia Michoacán.*

Las características del medio ambiente, la disponibilidad de recursos naturales, los empleos y servicios, determinan la distribución de la población sobre el territorio del estado. La región de los valles del norte o Bajío Michoacano concentra, en tan sólo 52 municipios, al 44.25% del total de la población, con una densidad demográfica regional de 109 habitantes por kilómetro cuadrado, muy por encima de la densidad demográfica media del estado, de 59 habitantes por kilómetro cuadrado.

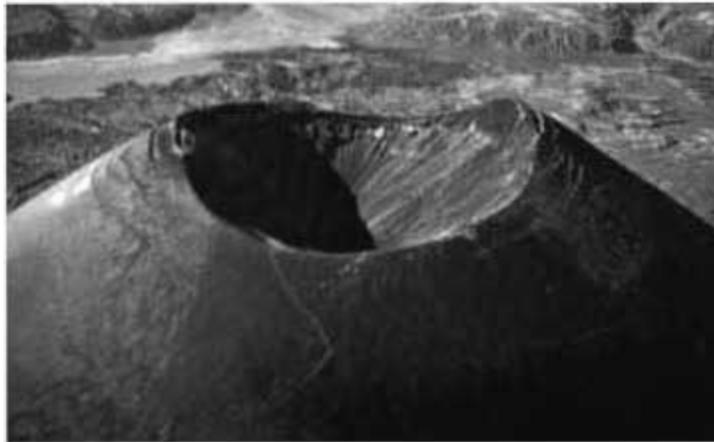
Así mismo, la población de Michoacán ha experimentado un notable crecimiento en todos los ámbitos, con el transcurso del tiempo. No obstante, también se registra una corriente constante de emigración de habitantes del medio rural hacia zonas urbanas del Distrito Federal y ciudades fronterizas con el país del Norte pero, principalmente, hacia los Estados Unidos.

México ocupa, a nivel mundial, el cuarto lugar por su bio-diversidad y Michoacán, a su vez, en el marco geográfico de la República Mexicana, ocupa el quinto lugar entre las entidades del país por su riqueza de flora y fauna, después de los estados de Chiapas, Oaxaca, Tabasco y Veracruz. En la producción de resina de pino está en primer lugar y en la madera en rollo, principalmente de pino, oyamel y encino, tiene el tercer sitio. En frutales cuenta con la mayor superficie cultivada de aguacate a escala mundial, además de importantes superficies de mango, durazno y guayaba. Así pues, están presentes en el territorio michoacano 14 tipos de vegetación diferentes, con más de 5,000 especies de plantas, 143 especies de mamíferos, 492 de aves, 175 especies de reptiles y más de 100 especies de peces.



En su contexto físico presenta una orografía accidentada, pues penetran en la entidad la Sierra Madre Del Sur, que corre entre el río Tepalcatepec y el Océano Pacífico; al norte, la cordillera neovolcánica; por ello cuenta con la existencia de algunos volcanes, entre los que destaca "El Parícutín". En la parte del noroeste y sureste, tiene una configuración árida y semiárida, por lo que gran parte de sus suelos carecen de humedad, lo que provoca que no se aproveche una gran extensión territorial.

Por lo montañoso del estado, en otros tiempos se contaba con pocas vías de comunicación, a tal grado



◊ *Volcán Parícutín.*



◊ *Desembocadura del Río Balsas.*

que muchos productos se echaban a perder por no tener acceso a las carreteras o al ferrocarril; tal era el caso de la mayoría de los productos tropicales. Actualmente, Michoacán cuenta con servicio de pasaje aéreo diariamente en Morelia y, en menor grado, en Uruapan; también con tráfico marítimo internacional en el puerto de la Ciudad Lázaro Cárdenas, en la desembocadura del río Balsas y se encuentra entre los 10 estados con mayor longitud en carreteras, las cuales pasan por las principales cabeceras y por casi todas las poblaciones, contando además con una autopista y una súper carretera, que comunican a casi todo lo largo y ancho del estado.



# Antecedentes Históricos

**S**e estima que la aparición del hombre en Michoacán data de los años 1200-1000 a. de C., pero no se sabe a ciencia cierta cuando ocurrió; Michoacán fue habitado por otomíes, nahuas, matlazincas o pirindas y tecos; los otomíes dieron origen a la raza chichimeca a la que, muy probablemente, después se le llamó P'urhépecha.

Existen varias teorías acerca del origen de este grupo étnico, según varios libros consultados, tales como la Historia de Michoacán, de Jesús Romero Flores; Historia de los antiguos habitantes P'urhépecha, de José Corona Núñez; Michoacán, época precortesiana, de Jesús Martínez García; e Historia general de Michoacán de Enrique Flores Cano.

Una de estas teorías nos dice que los habitantes de Michoacán tienen sus antecedentes en los primeros grupos de origen tolteca que, al fusionarse con la raza chichimeca, dieron como resultado la cultura P'urhépecha o Tarasca (nombre que se les dio por ser adoradores del dios "Taras o Tharés-Upeme": que engendra una numerosa familia; nada tiene que ver con el sentido despectivo que se le ha dado a la palabra).

◊ *Antiguos chichimecas.*





◆ *Antiguos P'urhépecha.*

Otra teoría, la más aceptable para los michoacanos, (por los resultados que han arrojado las investigaciones realizadas por varias fuentes a través de los años, que nos dicen que existen semejanzas muy grandes entre una cultura y otra), es la que relata que un numeroso grupo étnico proveniente del Perú pasó por muchos otros estados de la República Mexicana (como son Chiapas, Oaxaca, sur de Puebla y Guerrero) hasta llegar a Michoacán, en donde se asentó, pasando el río de Zacatula; por Huetamo siguieron hacia Tacámbaro y Pátzcuaro; ahí se dividieron en cuatro partes o familias que poblaron los cuatro puntos cardinales: hacia el oriente, por Tzintzuntzan; hacia el sur, por Tingambato; hacia el norte, por Zacapu y hacia el oeste por Carapan.

De ahí el nombre de "P'urhépecha", que significa "los Aliados", "los que se unen en un pacto de amistad" o "los que visitan"; haciendo énfasis en estas tres definiciones, cabe mencionar que este grupo en su peregrinar desde tierras peruanas se alió con pactos de amistad a los pobladores ya existentes en esta región, bajo una sola identificación, que fue la religión.

Existen abundantes pruebas de que la cultura P'urhépecha o Tarasca guarda gran analogía etnográfica con el pueblo peruano; una de las características similares es que ambos eran adoradores del sol y de la luna, dándole el nombre al sol de "Nuestro



◆ *Antiguo pueblo P'urhépecha.*



Padre"; ambos adoraban también la constelación de la Cruz del Sur, la que en aquellas latitudes brilla "esplendorosamente" en el cenit, y cuya vista les hacía experimentar un sentimiento religioso. Según la leyenda del Perú, la casta de la nobleza de los incas fue generada por cuatro estrellas de las más brillantes, en tanto que los plebeyos lo fueron por dos estrellas menos brillantes, a lo que los antiguos P'urhépechas creían que en las cuatro estrellas (Tam Hoscua), reside la fuerza engendradora del universo, y el equilibrio armónico de cuanto existe.



◆ Encuentro de los P'urhépechas con un pescador.



◆ Asentamiento del pueblo P'urhépecha.

Otra similitud entre estos dos grupos étnicos es el lenguaje, pues en el imperio del Perú había un idioma "sagrado", que sólo los sacerdotes y nobles incas conocían y que era distinto del que usaba el pueblo; muchas palabras de aquel idioma son iguales, o muy parecidas a las del idioma P'urhépecha.

El extenso reino P'urhépecha o Tarasco y el gran florecimiento de su cultura se dejaron sentir con más fidelidad en la región lacustre: Pátzcuaro, Ihuatzio, Zacapu, Tzintzuntzan, Araró y Zinapécuaro; y, en la región de la Sierra Michoacana, Pichátaro,



◆ *Dios Curicaveri, el "Gran Fuego".*

Comachuén, Angahuan, Zirosto, Parangaricutiro, Charapan, Cherán, Uruapan y Paracho, entre otros. Se dice que este grupo emigrante duró tal vez siglos en su largo viaje, obedeciendo a la supuesta voz de su "Curicaveri" (Dios en el que los antiguos P'urhépechas creían, o Principal Divinidad), pasando por la región de Huetamo (que significa: Las cuatro tribus), prosiguiendo su caminar hacia el monte denominado Tacanenda o Viricuarápexo, cerca del pueblo de Zacapotecanende, desde donde se alcanza a ver la

antiguísima Naranxhan ("Lugar donde terminó la peregrinación, o Buche colorado"), hoy Naranja.

El lienzo de Jucutacato ha sido estudiado por historiadores de la materia y todos coinciden en que éste es una prueba fiel de la organización de los grupos que llegaron a las tierras michoacanas.



◆ *Lienzo de Jucutacato.*

Los recién llegados se hacían llamar con el nombre de P'urhépecha, pues esta palabra se traduce como "visitante" y traían por líder a su rey llamado **Hiré Ticátame** (nombre que se interpreta por el Rey de las



cuatro tribus, o rey progenitor). Establecidos en el monte de Viricuarápezo comenzaron las primeras actividades de conquista por parte de este grupo emigrante. El rey de Naranxhan, Zitrán-Zitrán Camarú le declara la guerra a los invasores, pero no tiene éxito y pierde la lucha ante Hiré Ticátame y su gente; con tal derrota los dos jefes entraron en tratados de paz y este último impuso sus dominios sobre el reino de Naranxhan.



◆ *Representaciones de las primeras luchas de Conquista.*



◆ *Actividades religiosas (boda) del pueblo P'urhépecha.*

Con la muerte de Hiré Ticátame queda al mando su hijo Sicutrancha, quien heredó el lugar jerárquico de su padre e hizo algunas conquistas, edificó templos y dio principio a la organización del gobierno de las tribus que tenía bajo su mando. Posteriormente toma el mando Pahuácume (primero), hijo de Sicutrancha y nieto de Hiré Ticátame; este fue el tercer caudillo de este linaje; y heredó la misma monarquía, siguió las conquistas de sus antecesores, ubicándose en



Reuniones del Pueblo P'urhépecha.

Curátame exploró y conquistó más tierras que sus antepasados.

Guayameo que era su centro de operaciones. Al morir Pahuácume queda como gobernador su hijo Ueápani (primero), quien fue el cuarto jefe de estas tribus; a diferencia de los dos últimos, Ueápani no descansó en sus conquistas, acabando sus días en Guayameo. A continuación toma el poder Curátame, quien fue hijo de Veápani; al parecer Curátame exploró y conquistó más tierras que sus antepasados: Phumeco, Huiráncuaro, Pichátaro, Hirámuco, Pareo, Chamacuelo, Itzparicuyo, Curíngaro, así como gran parte del contorno del lago; después de tantas conquistas muere también en Guayameo y hereda el poder a Ueápani (hijo) y Pahuácume (hijo), sus hijos, quienes gobernaron juntos después de la muerte de su padre, siendo Ueápani el principal por ser el primogénito, cuyo mando le correspondía a él en primer término conforme a sus leyes. En el tiempo de estos dos gobernantes ya tenía la diosa Xharatanga ("La Luna"), un templo en Tzintzuntzan.



Posteriormente, y por supuesta decisión de los dioses, la gente se dividió en cuatro tribus, cada una con su respectivo gobernador, su ejército y familias; teniendo en común para los cuatro reinos el gran templo, el que se ubicaba en la inmensa plaza de armas de Ihuatzio, en medio de la cual se levantaban las pirámides consagradas al sol y la luna.

Quedó en el lago como rey de los P'urhépechas Ueápani (segundo), el "Hiré" descendiente de Hiré Ticátame, quien gobernó en unión de su hermano Pahuácume (segundo), en Guayameo y después en Onchpencuaro, o sea Porhenchécuaro.



◆ *División del Sectorio P'urhépecha.*



◆ *Actividades religiosas del Pueblo P'urhépecha.*

Tarep Achá, "el señor anciano" (Tarépecha Chansori) se dirigió con los Cutzíncha hacia campos colindantes con Guayameo, llevando a uno de los cuatro dioses de los puntos cardinales del Universo, llamado "Hurendacua", (Urndecua Vecara, que significa: la enseñanza de la sabiduría); tomó camino por Úrico, que quiere decir "los fabricantes o artesanos", Gúiramagaro ("piedra laja"), Surumucapio ("lugar espinoso", hoy San Ángel) y Uruapan ("lugar de eterna primavera"), estableciéndose en los hermosos bosques de "Curínguaru Achurín".



◆ *Cuertápperi "La Madre de la Naturaleza"  
Diosa P'ordípecha.*

Los Maríchecha o Mariches con su rey Marícuri (el afeminado o que se arreglaba como mujer), llevando a otro dios del cielo, "Tirep Querí" que quiere decir el gran proveedor, tomaron rumbo a Pareo, Pichátaro ("lugar de reverencia o donde hacen clavos de madera para techar"), Sevina, Sugúinan ("lugar de remolinos"), Pumacuarán ("donde hay palmas"), Curapan ("loma colorada") y Tzirosto ("donde se ve humo o neblina").

El bravo "Ipíchuani" (el del cuello delgado), jefe de los tecos, teniendo como límite a Tzacapu por el oriente, se dirigió por Pichátaro, a Jacona, antes Xhacúnan, llevando al dios llamo "Tirep Charapiti" que quiere decir "el proveedor rojo". Finalmente el rey "Tarep Huracán" (el jefe de los ancianos), llevando familias de las cuatro tribus primitivas, caminó hacia el oriente, pasando por Iramuco, Yurirhapúndaro, Araró, Zinapécuaro, Trimbínero y Enandío; el dios que llevaron fue "Tirep Terupten" que quiere decir "el proveedor de en medio". Estos cuatro dioses se pensaba eran hermanos de Curicaveri y "en medio de las cuatro estrellas de la Cruz del Sur, era donde residía Cuertápperi". Fue de esta manera que se cumplieron las "órdenes" de los dioses.



Posteriormente se casó Pahuácume (hijo) y tuvo un hijo al que llamó "Tariácuri", el que más tarde sería "el gran rey", fundador de la monarquía P'urhépecha, Tarasca o michoacana.

Tariácuri fue el séptimo gobernante, y el más valiente conquistador de este linaje. Con él se iniciaron las guerras de conquista y expansión de su señorío.

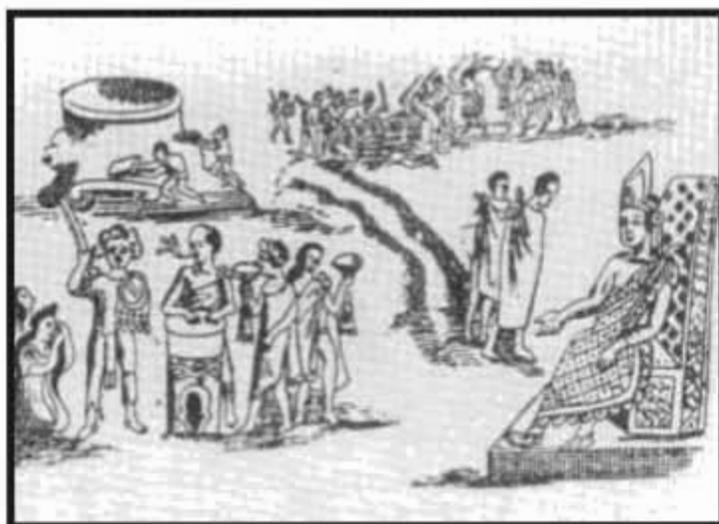
A su muerte, el imperio fue dividido en tres señoríos: Pátzcuaro, Michoacán (Tzintzuntzan) y Cuyucán (Ihuatzio), los que fueron gobernados por Hiquingare, Tangaxoán e Irepan (sobrino de Tariácuri) quien llevó consigo al dios Curicaveri y, junto con él, todas sus riquezas, las que fueron guardadas en una enorme yácata.

A la muerte de Tangaxoán tomó el poder del señorío de Michoacán su hijo Tzitzicpandácuare (el de la banda de flores). Éste no solamente heredó el gobierno que le correspondía conforme a sus leyes, sino que heredó también las virtudes de su padre Tangaxoán, además de que fue el gobernante que se convirtió en el primer Caltzontzi ("la suprema autoridad, el supremo señor") del imperio de Michoacán. Su dominio comprendía, además de Michoacán, la extensión que hoy ocupa Colima, Nayarit, Guanajuato, Querétaro, Guerrero, parte de Jalisco, San Luis Potosí y Sinaloa.



◊ *Antiguo pueblo P'urhépecha.*

Ya por el año de 1470, los aztecas (que en ese tiempo habían llegado al mayor auge de poder), vieron con malos ojos la prosperidad de los P'urhépechas y trataron de conquistarlos, liderados por Axayácatl, a quien los primeros llamaban Acángari o Itángari, quien a su vez estuvo reforzado por la alianza de Netzahualcóyotl, rey de Texcoco y con Totoquínaztli (señor de Chalco), con los que formó un ejército impresionante; ante esto, el pueblo P'urhépecha liderado por Tzitzicpandácuare, organizó su ejército y auxiliado con los capitanes Matlazincas, combatió



◆ *Batalla contra los Aztecas.*

con tal bravura al enemigo, que el rey Axayácatl y sus aliados sufrieron una completa y fulminante derrota, teniendo que regresar vergonzosamente a México, habiendo dejado veinte mil muertos de su ejército atravesados por las flechas de los P'urhépechas, a tan sólo 2 días de comenzado el combate. Este éxito dio gran fama y prestigio al rey Tzitzicpandácuare, bajo el dominio del cual llegó el reino P'urhépecha a su mayor apogeo. Zuangua, quien fue sucesor de Tzitzicpandácuare,

heredó el trono, el espíritu guerrero y sabiduría de su padre; con dichas características este rey hizo varias conquistas, elevando más y más el honor del pueblo P'urhépecha; además de saber defender por segunda vez el imperio a manos de Moctezuma segundo (Moctezuma Xocoyotzin) sucesor de Axayácatl, cuyo combate se desarrolló entre Maravatío y Tzitzicpandácuare, gracias a la habilidad de los guerreros de Tzitzicpandácuare, quienes realizaron la maniobra de dejarles comida y vino en abundancia a los aztecas, que, confiados en que habían ahuyentado a sus enemigos, comieron y bebieron hasta el cansancio, cosa que los P'urhépechas aprovecharon para atacar y así obtener nuevamente el éxito de la lucha demostrando ampliamente su grandeza.

En tiempos de Zuangua no solamente tuvieron adelantados las armas, sino también las artes, las industrias y la agricultura; el rey construyó templos, palacios, escuelas y otros establecimientos de importancia para el progreso de su nación; además, terminó los proyectos comenzados por su padre, trabajo que causó admiración a los primeros españoles que pisaron el reino P'urhépecha, tales como Hernán Cortés.



◆ *Preparación de guerreros P'urhépecha.*

**Cuitláhuac** gobernaba el imperio azteca cuando los españoles, al mando de **Hernán Cortés** y ayudados por los tlazcaltecas, los texcocanos y otros señoríos, cercaron la gran Tenochtitlán.

Cuitláhuac envió emisarios avisando de los crímenes y vejaciones que sufrían los mexicanos por parte de los españoles y pidiendo ayuda al Monarca P'urhépecha, que en aquellos tiempos era Zuangua. Éste se negó a enviarles ayuda, porque pensaba que era alguna trampa, pero sí mandó una comisión para cerciorarse de que efectivamente los Mexicas estaban siendo conquistados, y los emisarios regresaron a Michoacán trayendo consigo el contagio de la viruela, que azotaba en aquellos días el Valle de México.

A Zuangua, quien murió en 1520 aproximadamente, le siguió **Tangaxoán segundo** (el que camina por todas partes), Caltzonzi o Tzintzicha, hijo primero de ocho hijos y muchas hijas.

A Tangaxoán segundo le tocó la desgracia de gobernar cuando el bárbaro Nuño de Guzmán invadía las tierras de Michoacán; este cruel y desalmado capitán era considerado una "verdadera vergüenza" para las filas de Cortés; sin embargo, fue recibido en paz por Caltzonzi, el que no contaba con la ansia codiciosa de riquezas de Guzmán; porque después de haberle obsequiado metales preciosos y algunas tierras, aparte de las que ya le había robado no tuvo el más mínimo miramiento para pedirle más oro y, como Tangaxoán ya no tenía más metal que obsequiarle, porque ya desde antes lo había puesto en manos de Hernán Cortés, Guzmán dio la irrevocable sentencia de que fuera cruelmente torturado, golpeado y, finalmente, asesinado.

La conquista del imperio P'urhépecha la llevaron a cabo Cristóbal de Olid y Nuño de Guzmán, entre 1522 y 1534. Tan grande fue el escándalo que produjo la ejecución de Tangaxoán, que los mismos españoles que acompañaban a Nuño de Guzmán estuvieron a punto de sublevarse, y los reyes de



España pidieron en repetidas ocasiones que se "remitiera el proceso que se debía haber formado para dictar tal sentencia".

En 1530, aproximadamente, Vasco de Quiroga fue el primer obispo de Michoacán, lo que le dio poder para hacer muchas obras a favor de los indígenas. Además fue fundador del colegio de San Nicolás y designado miembro de la Audiencia de México. Su primera acción fue abrir juicio de resistencia en contra de Nuño de Guzmán, Diego Delgadillo y Juan Ortiz de Matienzo quienes, al ser declarados culpables fueron remitidos a España, donde se dice recibieron su merecido castigo. Todas estas injusticias que dichos personajes infringieron a los indígenas, provocaron el coraje, la rabia, el enojo, es decir la rebelión de los michoacanos. "¡Ni los Mexicas ni los P'urhépechas fueron jamás cobardes!, (Historia de Mechoacán de Jesús Romero Flores ) recibieron a Cortés y a los suyos en paz, porque conocían la leyenda de Quetzalcóatl, (serpiente emplumada), y algunas tradiciones", que Doña Marina "La Malinche" se encargó de informarles; sin embargo, ni los Mexicas ni los P'urhépechas llegaron a conocer o a detener la inmensa avaricia y crueldad de los españoles hacia sus tierras y gente.

Desde el inicio de la Conquista, la Provincia fue



◆ Don Vasco de Quiroga, "Tata Vasco" así llamado por los indígenas.



repartida en encomiendas y en los pueblos más importantes se instalaron Alcaldías mayores y Corregimientos, los que fueron constituidos en Repúblicas "de Indios", pueblos gobernados por caciques indígenas.

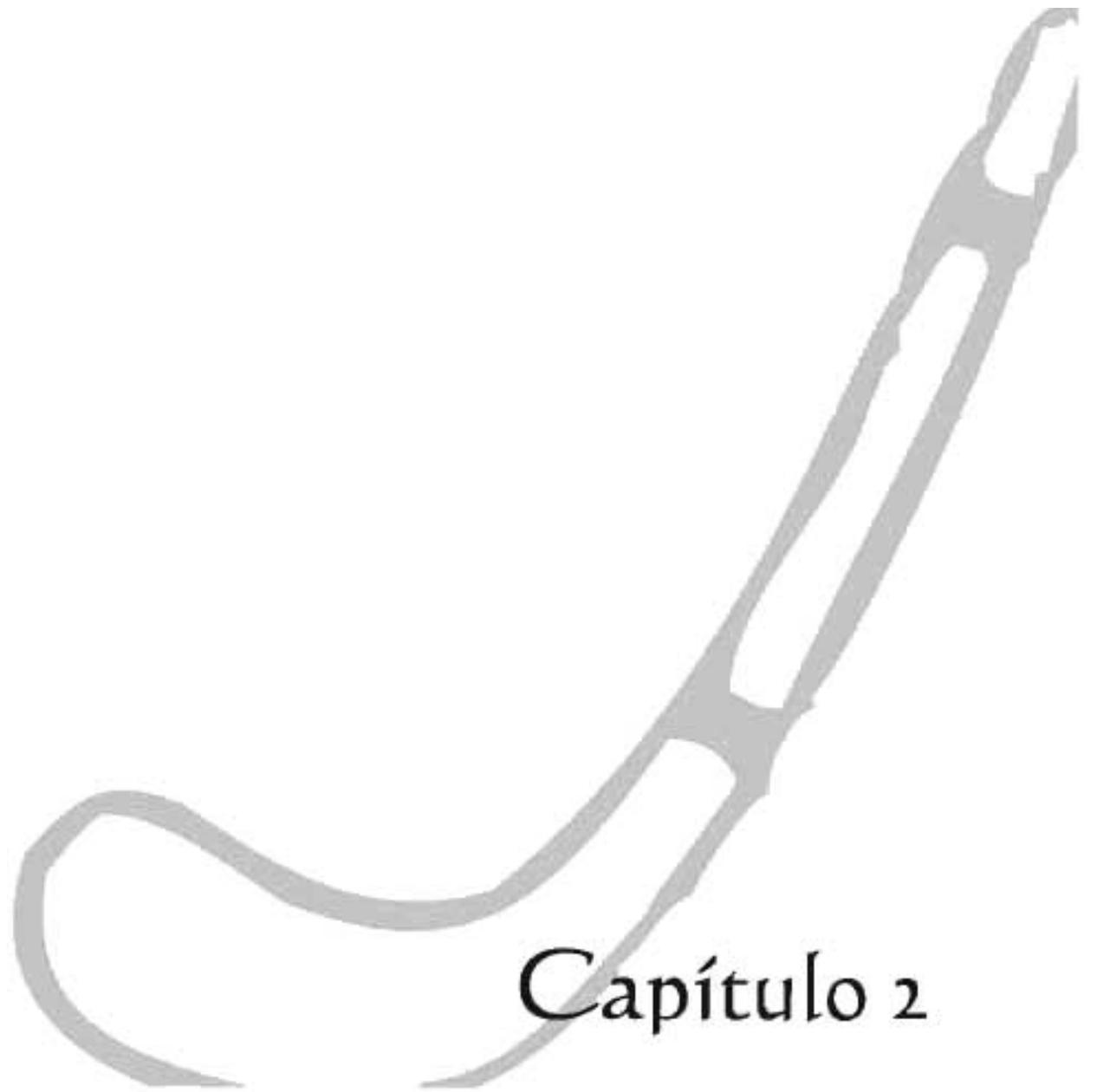
La primera Capital de la "Provincia de Michoacán", y sede de la Silla Episcopal, fue Tzintzuntzan (hasta aproximadamente 1536), siguiéndole Pátzcuaro (1536-1582) y, más tarde, Valladolid, ahora Morelia. Posteriormente, en 1787, la antigua "Provincia de Michoacán" se convirtió en "Intendencia de Valladolid" siendo reducido su territorio a lo que hoy ocupan los Estados de Michoacán y Colima; luego ésta fue "segregada" a la intendencia de Valladolid para agregarla a la de Guadalajara, quedando Michoacán con una extensión muy semejante a la que hoy tiene.

Finalmente, el 21 de Diciembre de 1809, fue descubierta en Valladolid una conspiración de la Independencia de México, siendo éste el escenario de sangrientas batallas. Don Ignacio López Rayón estableció en Zitácuaro, el 21 de Agosto de 1811, el "Primer Congreso Nacional Gubernativo o Suprema Junta Nacional Americana" y el 22 de Octubre de 1814 se decretó en Apatzingán la "Primera



◆ *Batallas de la Independencia de México.*

Constitución o Decreto Constitucional para la Libertad de la América Mexicana". Días más tarde, se instaló en Ario el Supremo Tribunal de Justicia de la Nación. Con la toma pacífica de Valladolid por Iturbide, el 21 de Mayo de 1821, inició la provincia michoacana su vida independiente.



## Capítulo 2



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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



## Asociación de Juegos y Deportes Autóctonos y Tradicionales del Estado de Michoacán, A. C.

**E**

l antecedente de la Asociación de Juegos y Deportes Autóctonos y Tradicionales de Michoacán, A.C. es un trabajo de investigación que se inició en la primera mitad de los años ochenta del siglo XX, por parte de "Culturas Populares", grupo dedicado a la investigación y preservación de tradiciones en Michoacán. En 1989, a instancias de los equipos de algunas comunidades, se constituyó la Asociación en asamblea realizada en la comunidad de Santa Fe de la Laguna, con la participación de ocho comunidades, teniendo como representantes por Tacuro, a Juvencio Pablo; por Huáncito, a Victoriano Silverio Pérez; por Capacuaro, a Juan Jiménez Paz; por Caltzontzín, Máximo Chávez Rosas; por Zacán, Dagoberto Huanosta; por Cheranástico, Francisco Escamilla Morales; por Aranza, Hipólito Gutiérrez y, por Santa Fe de la Laguna, Armando Dimas Cuiriz y Joel Fabián Luciano. Las edades fluctuaban entre los 14 años de Joel Fabián Luciano, representante del equipo juvenil de Santa Fe de la Laguna, hasta 75 años de don Hipólito.



*Logotipo de la Federación.*

En su comunidad, estas personas han sobresalido por su destacada labor como promotores del juego de pelota, en sus diferentes modalidades, en donde con apoyo tanto comunitario como de algunas instituciones, se han desarrollado torneos y encuentros de juego de pelota, con una gran aceptación por parte de la comunidad por su reencuentro con un rasgo de su cultura, que consideraban en algunas ocasiones perdido.



◆ *Jugador de U'rbekua.*

A pesar de las limitaciones, el movimiento del juego de pelota a nivel nacional avanzó de tal forma que, después de conformarse seis asociaciones estatales, éstas se pudieron integrar en una federación (Federación Mexicana de Juegos y Deportes Autóctonos y Tradicionales, A.C.), lo que permitió ser considerados dentro del sistema del deporte federado, con reconocimiento tanto de la Confederación Deportiva Mexicana (CODEME) como de la Comisión Nacional del Deporte (CONADE).

Actualmente son 14 los estados que integran la Federación.

La Asociación michoacana está debidamente protocolizada ante notario público y la Secretaría de Relaciones Exteriores y, a través de su Federación, puede extender recibos deducibles de impuestos.

Desde sus inicios, la Asociación ha desempeñado una labor de investigación, capacitación, promoción y difusión de las diferentes modalidades deportivas autóctonas que se practican en el estado (en las comunidades indígenas principalmente), con la finalidad de preservarlas. Éstas no se han circunscrito al ámbito comunitario, sino que han trascendido los límites del estado e, inclusive, las fronteras del país.



## Comunidades que integran la Asociación.

Comunidad	Municipio
1.- Angahuan	Uruapan
2.- Capetuario	Uruapan
3.- Caltzonizán	Uruapan
4.- Uruapan	Uruapan
5.- Aranza	Paracho
6.- Nurió	Paracho
7.- Paracho	Paracho
8.- Cherán Atskurín	Paracho
9.- Comachuán	Nahuatzen
10.- Nahuatzen	Nahuatzen
11.- Huáncito	Chilchota
12.- Takuro	Chilchota
13.- Santa Fe de la Laguna	Quiroga
14.- Cuitzeo	Cuitzeo
15.- Zacán	Los Reyes
16.- Pamatácuaro	Los Reyes
17.- San Felipe de los Herreros	Charapan
18.- Huetamo	Huetamo
19.- San Lucas	San Lucas
20.- Pátzcuaro	Pátzcuaro
21.- Santa Ana Chaptitiro	Pátzcuaro
22.- Zirahmán	Pátzcuaro
23.- Hucorlio	Pátzcuaro
24.- Janitzio	Pátzcuaro
25.- Trínclaro	Zacapu
26.- Zipájo	Zacapu



◊ *Competidores de Uruapan.*

Sin embargo, hay que señalarlo, estas actividades (aunque se han venido realizando ininterrumpidamente, a pesar de las limitaciones) no han tenido el apoyo y comprensión que se esperaba por parte de las autoridades deportivas y culturales del estado, tal vez porque, debido a la falta de información, se las ve despectivamente, o no se las considera como actividades representativas, cuando existen múltiples pruebas de la importancia que para nuestros pueblos precolombinos tenía la disciplina física en diferentes formas y modalidades, desde la lucha y la acrobacia, hasta los deportes de conjunto, pasando por los juegos de destreza mental.



# El Proyecto



El proyecto de la Asociación se propone fomentar y facilitar la práctica del deporte autóctono, con el propósito de mantener vivos los valores culturales relativos a la cultura física, así como investigarlos, desarrollarlos, promoverlos, difundirlos e incorporarlos al corpus cultural de los pueblos indígenas, y al deporte organizado del país.

Mediante las acciones de la Federación Mexicana de Juegos y Deportes Autóctonos y Tradicionales, el reconocimiento por parte del deporte organizado y el apoyo de los órganos federales y estatales de la cultura y el deporte, así como de organizaciones civiles y de la iniciativa privada, se proseguirá con la identificación e impulso de los grupos que practican las diversas especialidades del deporte autóctono en el estado.

Se pretende, pues, sensibilizar a dichas instancias para que, conjuntamente con la Asociación, asuman la responsabilidad de contribuir a que estas prácticas sigan vivas, proporcionando las posibilidades para su rescate e impulso.

## Cobertura

Como se ha señalado, la cobertura territorial es amplia, ya que abarca a una gran parte del estado, sobre todo las regiones indígenas y de la tierra caliente.



Mapa de las regiones en las que se pretende tener cobertura.



### Beneficiarios

El número de beneficiarios directos es de más de 300 jugadores que se encuentran debidamente registrados en el sistema **RED** del deporte federado, a los que se pretende apoyar consolidando su organización y fomentando la formación de nuevos equipos en su comunidad. Los beneficiarios indirectos son particularmente los miembros del pueblo P'urhépecha y de la región mestiza de tierra caliente, y generalmente, la población del estado.



◆ Equipo femenino de Utrakua de Zacán.



◆ Principales beneficiarios del proyecto.

### Objetivos Generales

- Alentar un mayor reconocimiento social y contribuir a la preservación de la práctica de los distintos juegos y deportes autóctonos en los diversos grupos y regiones del estado.
- Desarrollar el sentido de identidad, solidaridad y unidad de los pueblos indios mediante el deporte.



### Objetivos particulares de la Asociación.

- Continuar con la investigación sobre los deportes tradicionales en el resto del estado, sobre todo en las regiones donde no se ha podido incidir (región mazahua-otomí, región nahua y el resto de la región de tierra caliente).
- Alcanzar y desarrollar una organización tal que consolide lo logrado y favorezca el crecimiento del número de jugadores.
- Fortalecer los torneos y exhibiciones en las comunidades, y mantener la presencia en sus actividades festivas y rituales de las comunidades.
- Apoyar a las instituciones que requieran de exhibiciones de los juegos y deportes autóctonos.
- Promover y respetar la autogestión en la organización interna de los equipos de las diferentes comunidades.
- La elaboración de un censo de jugadores activos y sus edades, así como de jugadores no activos (ancianos) pero que participan en la transmisión oral de las formas y reglas del juego, además de labores organizativas.



◆ *Participantes de Liárbokua.*

- El crecimiento de la Asociación en cuanto al número de comunidades afiliadas (actualmente es de 26).
- Continuar con la promoción y difusión de estas actividades, tanto en el plano regional como en el nacional e internacional.



#### *Estrategias y acciones de la Asociación.*

- Impulsar la investigación y el rescate de las distintas manifestaciones lúdicas, recreativas y deportivas de las comunidades indígenas del estado.
- Identificar y registrar los distintos juegos y recreaciones tradicionales existentes entre los diferentes grupos étnicos.

- Suscribir convenios entre organismos e instituciones gubernamentales y civiles para apoyar acciones conjuntas de investigación, promoción, difusión y preservación de los juegos y recreaciones tradicionales de los pueblos indios.

- Difundir las actividades físicas, recreativas y deportivas precolombinas, así como sus manifestaciones actuales.

- Elaborar materiales de divulgación sobre prácticas tradicionales y actuales de los pueblos indios, en lo que se refiere a sus actividades físicas, recreativas y deportivas.

- Fomentar la promoción de estas actividades en las actividades indígenas que las practiquen.

- Identificar y reconocer la labor de los promotores naturales de los juegos tradicionales y autóctonos en los pueblos indios.

- Establecer un programa de estímulo y reconocimiento al promotor natural del deporte autóctono.

- Detectar y capacitar a jóvenes con aptitudes para convertirse en promotores, encargados de desarrollar actividades deportivas y recreativas tradicionales.



## Antecedentes de Juegos y Deportes Autóctonos y Tradicionales

**E**

n el inicio de una nueva era, los hallazgos prehispánicos son, aún para arqueólogos, antropólogos y estudiosos del tema, un enjambre de incógnitas, dudas, especulaciones, apasionamientos, tesis, sorpresas y, sobre todo, misterio. Uno de esos misterios lo representa el juego de pelota. Justa deportiva, ejercicio guerrero y ceremonia ritual, el juego de pelota constituye una de las manifestaciones más extrañas y fascinantes de la vida prehispánica del área mesoamericana.

Muchas interrogantes ha significado para el ámbito académico el testimonio mudo de más de 1500 canchas de juego de pelota prehispánico distribuidas desde Arizona hasta Nicaragua, tan de sólo una modalidad del juego. Una expansión que demuestra su importancia como acontecimiento festivo-social, vinculado con una práctica religiosa, mítica y ritual (Para los españoles, "cosa del demonio" que había que prohibir y destruir).



*Estatuilla representativa de Juegos y Deportes prehispánicos.*

Pese a ello, y sin tener un rastro sistemático, el juego de pelota sobrevive en la actualidad.



Abundan las evidencias de que el juego de pelota fue practicado ampliamente y durante un largo lapso en Mesoamérica. Desde hace 3500 años destaca su importancia como ritual de fertilidad y como deporte de gran habilidad y fuertes apuestas. Sin embargo, los cronistas no ahondaron en datos precisos en lo técnico y, menos aún, de su vínculo con la cosmovisión. De tal forma, los arqueólogos y



♦ *Arriba y derecha: representaciones de diferentes juegos y deportes prehispánicos.*

etnohistoriadores dependen, en mucho, de los estudios iconográficos que se hacen de las canchas, códices, vasijas pintadas, esculturas y bajorrelieves de piedra halladas en diversos puntos del país que remiten a las culturas totonaca, olmeca, maya, zapoteca, p'urhépecha, tolteca, nahua y de occidente abanico prehispánico que da idea de la movilidad que tuvo este deporte.

Hasta el momento, con la información que encierran los objetos de dichos sitios arqueológicos, se ha intentado reconstruir los elementos que rodeaban al juego de pelota, desde su concepción arquitectónica hasta la convivencia social que representó la apuesta, pasando, por supuesto, por los tributos humanos como la pérdida de la libertad o, en caso extremo, de la vida.

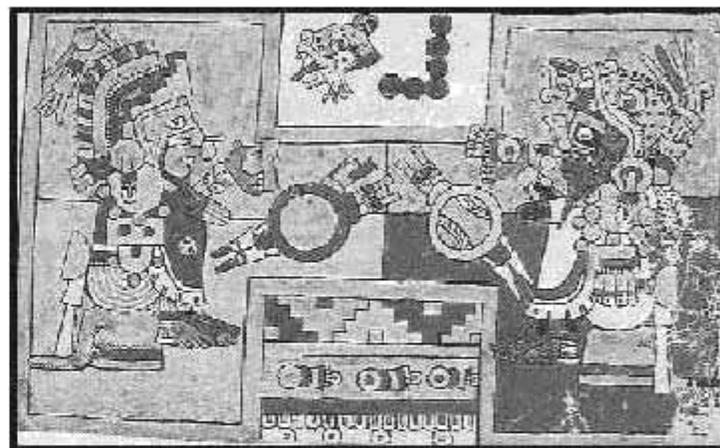




## La lucha entre el bien y el mal; una enseñanza prehispánica.

El juego de pelota, en la época prehispánica, no constituía una mera diversión. Estaba básicamente asociado a un simbolismo mítico-religioso, reflejado en los códices, en la ubicación de las canchas de juego dentro de los centros ceremoniales, en los elementos arquitectónicos de las propias canchas, en los rituales y dioses asociados al juego y en los mitos transmitidos por la tradición oral y rescatados posteriormente por los cronistas españoles.

Existen varias teorías acerca de su significación mítica. Una de las más difundidas y, sobre todo, más interesante, la relaciona con el mundo astral, en donde el campo de juego era un escenario de la lucha de opuestos: la dualidad, las contradicciones naturales (tales como la aparición y desaparición de los astros, la oposición de los puntos cardinales y, muy especialmente, la lucha entre las fuerzas luminosas contra las de la oscuridad, concebidas como astros que, asimismo, se identificaban con ciertos dioses). Así se explica el surgimiento del sacrificio y la decapitación en el terreno de juego; formas tributarias asociadas con la fertilidad y los



◆ *Dignatarios en una cancha de juego de pelota. Códice Nottall, p.3*

ciclos agrícolas.

Entre las narraciones aztecas que registran, las Investigadoras De la Garza e Izquierdo citan que:

"...cuando los aztecas, en su peregrinación, llegan a Coatispec, su dios Huitzilopochtli (El Sol) establece su campo de juego (teotlachco) y ahí pelea a la medianoche con sus tíos, los Centzonhuitznáhuac, los mata y se los come, y después degüella a su madre" adoptiva, Coyobrauchhuall y se come su corazón".



## Las canchas, un espacio de múltiples lecturas.

Las canchas, **tlachtli** o **tlachcos**, 1500 de ellas halladas en territorio mesoamericano, son la muestra irrefutable de la riqueza mística y gozosa que las culturas prehispánicas centraban en el juego de pelota; de estas estructuras, por lo menos, la mitad se ha fechado entre los 600 y 900 años de nuestra era.

La ubicación de la cancha con respecto de los demás edificios que componían las ciudades prehispánicas es estratégica, ya que los **tlachcos** ocuparon un lugar predominante en el centro de la población, como si fueran otro templo.



“Son muestra de la riqueza mística y gozosa que las culturas prehispánicas centraban en el juego de pelota”.

La cancha característica de este juego tenía forma simétrica y era más o menos similar en todas partes. Su planta se asemejaba a una “T” latina o a una doble “T” unida por la base. Las dimensiones del área de juego o los ejes de la cancha varían de un sitio a otro, pero siempre se conserva una constante en sus proporciones; en promedio miden 60 metros de largo por 7 de ancho, con excepción de algunas que son mucho mayores, como la de Chichén Itzá, en la zona maya, que mide 168 por 70 metros.

Otras que destacan son las de Xochicalco, Tula, El Tajín, Monte Albán y Yagul.

Las canchas y tipos de juego han sido clasificados básicamente en tres grupos:

- Por su orientación: norte-sur u oriente-poniente
- Por sus muros y taludes: inclinados, rectos con o sin anillos y con un muro posterior
- Por los objetos rituales: yugos, palmas, hachas, manoplas, protectores.

◊ *Antigua cancha de juego en Michoacán.*



### Modalidades prehispánicas.

¿Cómo se jugaba?, ¿quiénes lo jugaban?, ¿cómo era su sistema de puntuación?, ¿cuáles eran las diferencias y similitudes de una región, una cultura, o de una época a otra?, son interrogantes que están en el aire, y para las que, sin pretender dar la última palabra sobre este deporte, se han establecido deducciones como resultado (en buena parte) de informaciones iconográficas.

Por lo pronto, se presume que había cuatro modalidades importantes:

- La más lógica, quizás por primaria, consistía en tomar y arrojar la pelota con las manos. No se sabe cuántas personas jugaban ni cómo lo hacían, pero sí es factible pensar que esta actividad ya existía desde el último milenio antes de Cristo.; por ejemplo, en Dainzú, el hallazgo de más de 40 relieves en piedra muestra representaciones de seres humanos en actitudes dinámicas, con guantes, máscaras y atavíos especiales, que llevan en la mano una pelota de la dimensión de un puño.

- Aquella en donde se utilizaba un bastón, mazo o palo como prolongación del brazo para golpear la pelota.



◆ Representación de un jugador de pelota de la nobilita.



◆ Uno de los juegos más peligrosos el "Ullama" o "Ternidzaqta caragraso tarandóni".

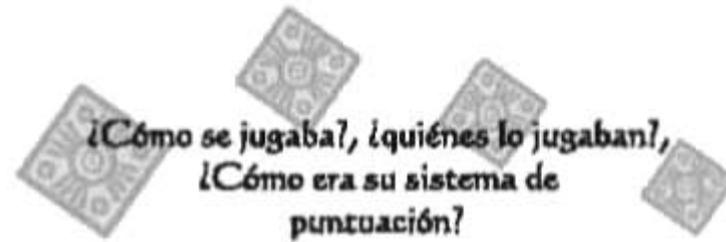




◆ *Juego en el que se utiliza una apertura en el brazo.*



◆ *Modalidad de juego en la que se patea la pelota.*



*¿Cómo se jugaba?, ¿quiénes lo jugaban?,  
¿Cómo era su sistema de  
puntuación?*

Michoacán, como ofrenda dentro de una tumba fechada más o menos 1500 años antes de nuestra era, indica una gran antigüedad en nuestro país.

- Una tercera, en donde la pelota se jugó golpeándola con el pie. Esta modalidad está menos documentada; sin embargo, se presume que existió porque en el mural de Tepantitla, Teotihuacán, aparece un personaje que golpea la pelota con el pie.

- Y el juego considerado el más importante, mejor documentado y seguramente el más popular y peligroso es el que se realizaba golpeando la pelota con las caderas. A dicho juego se le dieron distintos nombres en algunas lenguas indígenas: ullamalitzli u ullama, en náhuatl; pokol pol o pok ta pok, en maya; su olim pitz, en tzeltal; tiquijal lachi, en zapoteco; Taraduaqua canagua o taranduni en p'urhépecha o tarasco.



## Ritos asociados al juego.

Las manifestaciones religiosas del juego también se observan en las ceremonias rituales que se realizaban dentro de las canchas. Los jugadores, por ejemplo, llevaban a cabo ritos propiciatorios antes de los juegos, algunos relacionados con la guerra. Las investigadoras De la Garza e Izquierdo dicen que:

*"...los relieves que aparecen en los campos de Juego de El Tajín y de Chichén Itzá presentan a una serie de personajes ataviados como jugadores guerreros, efectuando una ceremonia religiosa de sacrificio humano: en el de El Tajín, por decapitación o por extracción del corazón y en el de Chichén Itzá por decapitación. Esto nos muestra la relación simbólica entre el juego y la guerra. Una relación lógica, ya que ambos representan fuerzas contrarias..."*



Figurillas de jugadores.



Representación de jugador realizando rituales.

También hacen mención de la participación de los sacerdotes en algunas ceremonias:

*"...por la mañana adornaban los ídolos y poníanlos encima de las paredes del Tlachco, en el medio, el uno frontero del otro y luego los cantaban allí delante y decíanles sus cantares... otros mensajeros iban a los templos a hacer saber a los ministros como tenían hecho el juego de pelota... que no restaba más de que tuviesen por bien de ir allí un ministro a sacrificar y bendecir. Venían algunos de aquellos ministros, negros como los que salen del infierno, y tomaban la pelota y echábanla cuatro veces por el juego. Los señores hacían luego ciertas ceremonias y sacrificios..."*



## Los dioses más socorridos.

Existían diferentes dioses a los que se veneraba en el juego de pelota; no solamente aquellos asociados con el juego propiamente dicho, sino otros relacionados con rituales que se llevaban a cabo dentro de las canchas.

Entre los aztecas, el juego de pelota se realizaba bajo la protección de dos dioses, cuyas imágenes se colocaban una frente a la otra, en los sitios que dentro del campo de juego eran destinados para este fin. Dichos dioses eran Xólotl y Quetzalcóatl; Sahagún se refiere al primero en uno de sus himnos:

Juega pelota, juega pelota el viejo Xólotl,  
En la plaza de juego de pelota de hechiceros, Juega Xólotl,  
Señor del país de piedra preciosa.  
Mira al Piltzintecufl se eloja  
En la casa de la oscuridad, en la casa de la oscuridad.

En cuanto a Quetzalcóatl, en el mito tolteca, cuando es expulsado de Tula deja una serie de manifestaciones a lo largo de su peregrinaje, y entre éstas se hace referencia a la creación de un juego de pelota.

◆ Disco de Chinkultic, de la cultura maya, en donde se representa a Xbalanqué en su juego contra los señores de Xibalbá.

Este pasaje ha sido interpretado, en cuanto a la mención de Piltzintecufl, como advocación del dios del Sol que se refería a descansar en la casa de la noche, refiriéndose de esta manera a la puesta del sol.

Otros dioses relacionados con el juego son Xochiquetzal y Kochipilli, en su advocación de Macuixóchitl (cinco flor), dios de la danza, el juego y el deporte, a quien algunas veces se le representa en las canchas como Centéotl, el dios joven del maíz. Amapan y Oapátzan, dioses del juego y de la pelota, respectivamente, se encontraban representados sobre los muros cabecales en el teotlachco del recinto ceremonial de Tenochtitlan.

Tláloc, dios de la lluvia, rara vez aparece como jugador; sin embargo, en el mural de Tepantitla en Teotihuacán, se le ve como patrocinador del juego, práctica a la que se dedicaban aquellos hombres que después de su muerte habían merecido pasar al Tlalocan.





Las apuestas: la vida a cambio de un reino.

En épocas cercanas a la Conquista, el juego tuvo un nuevo elemento: la apuesta. Se cuenta con un número mayor de referencias sobre esta práctica entre los aztecas, ya que se sabe que había diferentes tipos de apostadores: unos eran los propios jugadores, otros los patrocinadores u organizadores de los encuentros y, finalmente, los espectadores.

Las apuestas iban de acuerdo con la posición social de quienes las hacían. Por ejemplo, entre principales y capitanes éstas consistían en joyas, mantas, aderezos de guerra y esclavos.

Los jugadores que habían hecho del juego un oficio, apostaban lo que tenían: casa, sementeras, hijos, trojes de maíz e inclusive su libertad, puesto que si no cumplían con lo ofrecido, eran encarcelados y, si su familia no respondía por la deuda contraída, podían ser vendidos como esclavos en un precio equivalente a la deuda.

En algunas comarcas se continúa apostando en los juegos; obviamente, las reglas van cambiando.

No obstante, había excepciones como siempre, en aquellos nobles que no se resignan a la derrota: "cuando Axayácatl perdió la laguna y el mercado de Tenochtitlán ante Xihuitémoc, señor de Xochimilco, el primero mandó dar muerte a su contrincante". (Historia de los antiguos habitantes P<sup>u</sup>urhèpecha, de José Corona Núñez).





## Sobrevivencia y continuidad del juego de pelota.

En la primera parte de la época colonial, los frailes evangelizadores, al darse cuenta que el juego de pelota tenía implicaciones religiosas, prohibieron a los indígenas jugarlo, con el fin de acabar con él.

Sin embargo, el deporte se siguió efectuando, según lo registran los cronistas de la época. Poco a poco, el juego dejó de practicarse en la zona central del país, aunque no se perdió por completo, pues para los siglos XVII y XVIII hay referencias de que el juego de cadera continuaba vigente en el noroeste de México, ya sin la presencia de canchas o construcciones especiales. Para el siglo XIX, el juego seguía vivo en Sonora, Sinaloa y Nayarit y ya en siglo XX existen diversas referencias tanto de personas que lo han observado como de investigadores que lo han estudiado.

Es interesante mencionar que las variantes anteriores a la Conquista subsisten o han tenido continuidad hasta la época actual y se practican en distintos puntos del país, e incluso en Estados Unidos (por



◆ *Representación de una pelota sobre su base, localizada en el centro de la ciudad de México, en donde estuvo la cancha de Tenochtitlán.*

razones de migración), trece modalidades: pelota mixteca de hule, pelota de forro y pelota del valle, en Oaxaca; carrera de bola, arihueta, y lucha por la pelota, en Chihuahua; rebote con pelota dura, en Zacatecas, Aguascalientes y San Luis Potosí; ulama de cadera, de antebrazo y de mazo, en Sinaloa; uárhukua, pasárhukua, pasarhutakua y pelota tarasca, en Michoacán.



De las modalidades que sobreviven, muchas de ellas conservan la huella prehispánica; por ejemplo, aún se utilizan términos relacionados con el juego en lenguas originales, implementos y atuendos del competidor, algunos movimientos corporales al golpear la pelota, materiales y tamaño de las pelotas y varios elementos de las antiguas reglas que rigieron a este juego. Pese a estas similitudes, también es importante señalar que el juego de pelota que hoy en día se práctica ha sufrido modificaciones sustanciales.



◆ *La vestimenta también es parte importante del juego.*



◆ *Diferentes modalidades de juego todavía persisten.*

Para los investigadores existen muchos eslabones perdidos e incógnitas por resolver; no todas las pistas que se tienen son coherentes y la reconstrucción de la historia del juego de pelota está esperando todavía respuestas.



# Juego de Pelota en Michoacán

## Antecedentes.



ese a la diversidad cultural, en nuestro país, cuando nos referimos a la cultura, casi siempre nos referimos a las actividades regidas por los parámetros de la "alta cultura". Paradójicamente dejamos de lado la riqueza cultural de los diferentes grupos étnicos, así como las diversas manifestaciones entre grupos y clases sociales de diferentes regiones del país.

Ya desde la Conquista, las diferentes culturas existentes en el nuevo continente atravesaron por diferentes vicisitudes; desde la desaparición física por el exterminio masivo, hasta la evangelización con miras a la desaparición de dichas culturas.

En el siglo XIX se consideró a la existencia de grupos étnicos como una traba para el desarrollo, moderni-

◆ *Jugador de Uitzhuikan de Santa Fe de la Laguna.*





◆ *Los deportes prehispánicos decayeron con la llegada de los españoles.*

zación y consolidación del Estado-nación; entonces la homogeneización a través del mestizaje y la educación se convirtió en tarea prioritaria.

Ya en el siglo XX, a partir de la década de los años veinte, el Estado desarrolló diversas estrategias educativas y culturales con objeto de unir (homogeneizar) cultural e ideológicamente a la nación.

Derecho a la convivencia, al respeto  
y a la igualdad de oportunidades  
sociales, económicas, políticas  
y culturales.

Actualmente se reconoce ya el derecho a la convivencia, al respeto y a la igualdad de oportunidades sociales, económicas, políticas y culturales de los grupos étnicos.

Sin embargo, aceptar la pluralidad cultural no basta en la medida que esta diferencia está acompañada de relaciones de poder en donde se define la superioridad e inferioridad de una cultura sobre otra.

Es en este estado de cosas en que nos encontramos al abordar cualquier rasgo de las llamadas culturas subalternas; en este caso, el juego de pelota.

Se tiene conocimiento acerca de su importancia desde tiempos que se remontan hasta antes de nuestra era. Con la llegada de los españoles, la práctica no desapareció. Fue hasta 1930 aproximadamente, con la difusión de deportes como el básquetbol, fútbol, voleibol, etcétera, deportes novedosos que se practican con una pelota inflada con aire, que su práctica decayó y, en muchos casos, desapareció.



## Ubicación geográfica.

En el estado de Michoacán existen cuatro pueblos indígenas: el p'urhépecha, el nahua, el mazahua y el otomí. La Asociación de Juegos y Deportes Autóctonos y Tradicionales de Michoacán, A.C. ha desarrollado su trabajo de investigación, registro y animación de diferentes modalidades de juegos y deportes básicamente en la región p'urhépecha, que a su vez es el pueblo indígena más representativo del estado.

La región en donde los p'urhépecha están asentados se divide en tres zonas: lacustre, sierra, y cañada de los 11 pueblos. Algunos investigadores incluyen la zona comprendida entre Zacapu y Morelia, a la que denominan Cantabria o ciénega de Zacapu.

Uno de los rasgos culturales que se encontró presente en casi toda la región fue el del juego de pelota, presentado en diferentes modalidades. Dada su importancia, se empezó a hacer promoción en algunas comunidades y, debido a su latente presencia entre los adultos y los ancianos, su práctica recobró un inusitado interés en las comunidades. Con gran entusiasmo por parte de la 'gente grande', se promueve entre los jóvenes y niños e inclusive, con base en su información, se registran las reglas más



Mapa de la región (arriba) y jóvenes jugadores (abajo).



generales del juego de pelota.

Es así como éste destaca dentro del proceso de revalorización de nuestra cultura, llamado con diferentes nombres según la modalidad y la región.



## Uárhukua



En la continuación se describen en forma somera algunas de las modalidades practicadas.

Uárhukukua, Papandu akukua o Pasiri akuri.

Es la modalidad más difundida en la región p'urhépecha y recibe diferentes nombres según la comunidad. Los encuentros se realizan entre 2 equipos de 5 o más jugadores. Se juega utilizando un bastón de madera, con el cual se golpea una pelota de 15 cm de diámetro que antiguamente se elaboraba con capas de seda de capullos en forma de bolsa que pendían de los madroños y la cual, ya terminada, mostraba un bote excelente. Al escasear estos árboles por la tala inmoderada, se comenzó a elaborar con hilo de maguey o, ya últimamente, con tiras de tela enredadas sobre una pelota de hule espuma. En algunos lugares se utiliza pelota de madera.

Se juega generalmente en las calles, alrededor de las manzanas, aunque también se utilizan otros espa-



◆ Jugadores de Uárhukua disputándose la pelota.

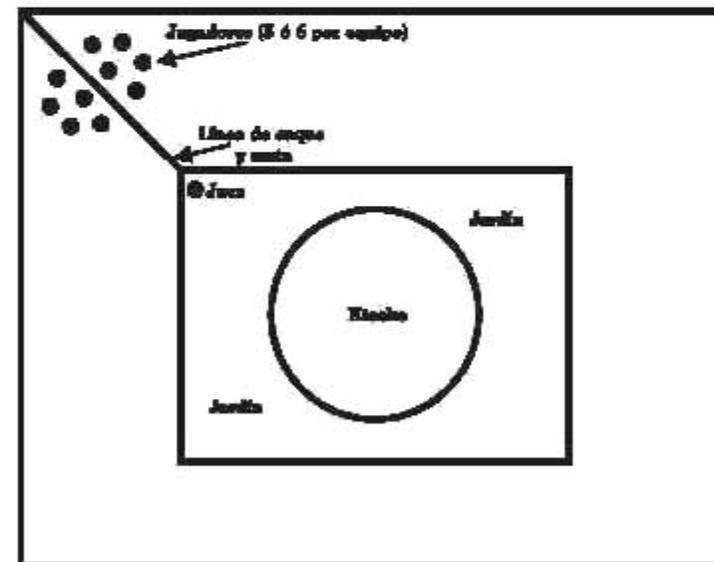


◆ *Jugadoras de Uárhokua con atuendos tradicionales.*

cios, como los atrios amplos de las iglesias o las calles que rodean las plazas de las comunidades. Se juega en una superficie de 600 a 800 m<sup>2</sup>, la distancia entre meta y meta es de 150 a 200 m de largo por 6 a 8 m de ancho.

El juego inicia en el centro del área de juego, cuando los capitanes de cada equipo golpean el bastón del

contrario tres veces antes de tocar la pelota, en donde saca la ventaja quien tiene mayores reflejos. Los jugadores intentan hacer llegar la pelota hasta la meta contraria, lanzándola por el aire o por tierra, mientras los adversarios tratan de impedir su avance. Es anotación cuando un equipo envía la pelota hasta la meta contraria y logra hacerla pasar la línea. Participa un capitán por equipo, quien dirige y controla el desarrollo del juego.



◆ *Área de juego, que puede ser alrededor de una ruina o de la plaza principal de la comunidad.*



◊ *Arriba, disputa por la pelota en Angahouny  
abajo, tiro libre a causa de una falta cometida en el juego  
derecha, equipo femenino de Morelia.*



Los jueces del partido (pueden ser uno o dos) inspeccionan el número de jugadores, vigilan los instrumentos, marcan los tiempos y hacen las veces de árbitros.

Se considera falta cuando un jugador muestra intenciones de golpear o hacer caer a otro, así como tocar con la mano la pelota o golpearla con los pies. En estos casos la pelota se declara 'muerta' y la pone en juego el equipo contrario con un tiro libre. La duración del juego es acordada por los capitanes con base en anotaciones o tiempo especificado.

La Asociación ha difundido este juego en diferentes estados del país, en donde se han formado equipos, así como en el extranjero.



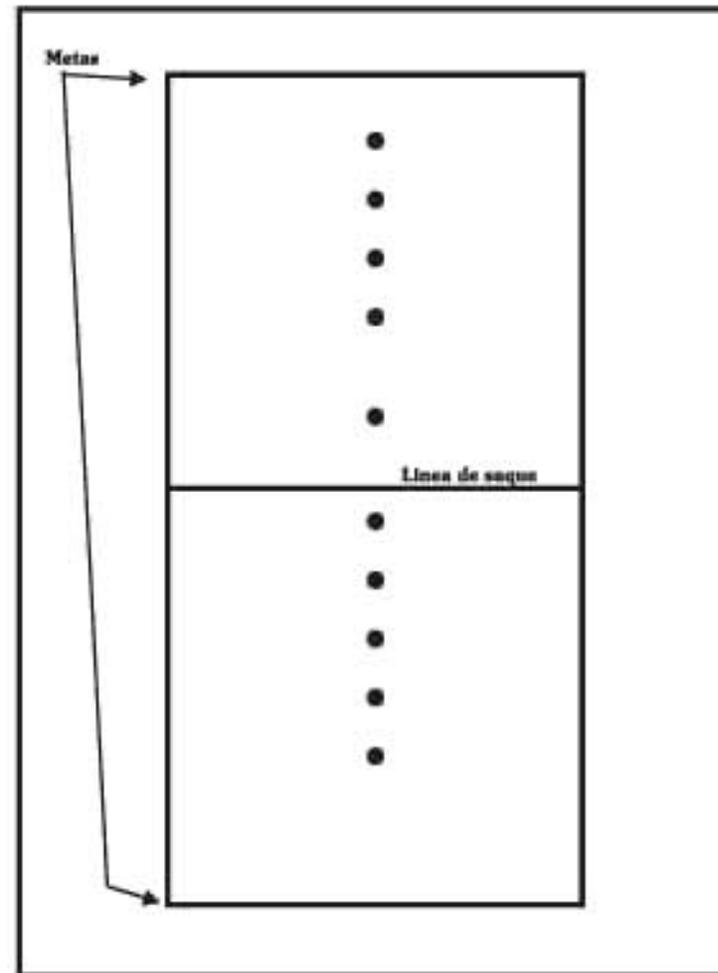
# Tsakapu ch' anakua



Esta modalidad se jugaba en varias comunidades de la sierra; actualmente sólo la practican niños y adultos en Nurío, municipio de Paracho.

El periodo de práctica de este juego comienza el día de las **k'héztakua** (31 de octubre-1 de noviembre, día de las ofrendas a los muertos) y termina en abril. Se juega entre dos equipos de 5 a 8 jugadores cada uno, y se utiliza una pelota hecha de piedra volcánica y una pala de madera de pino o encino en forma de remo, como el del cricket inglés.

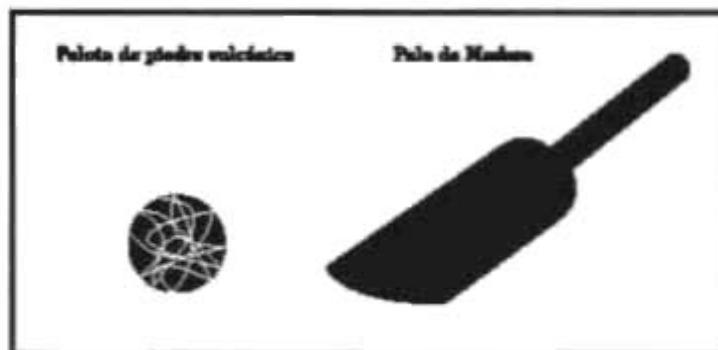
El juego consiste en avanzar del centro a los extremos. Los equipos se colocan frente a frente con los jugadores colocados en fila, con una separación de 4 ó 5 m entre cada uno, quienes esperan con mucha atención la pelota, que les es lanzada con la mano y a ras del suelo por el primer jugador del equipo contrario (situado enfrente, a 10 m). Para lanzar la pelota, éste emplea toda su fuerza, y el que la recibe pone en juego todos sus reflejos para encontrarla con



◆ El área de juego mide 40 m de ancho y de 60 a 90 m de largo.



◆ *Jugador de Tsakapo oh' anakaa en la meta.*



la paleta y rebotarla con la mayor fuerza posible. Si el primer jugador del equipo que recibe no puede golpear la pelota, lo hará el de atrás, y así sucesivamente. Al ser atajada o rebotada, no se debe impedir el libre curso de la pelota. Ésta debe rodar hasta que se pare por sí sola o hasta que salga del terreno de juego. Así, el equipo que recibió se coloca en el lugar en donde quedó la pelota y ahora ellos son los que la lanzan, es decir, se alternan para lanzarla una vez por equipo. La pelota se lanza al frente, nunca a los lados del jugador.

De la habilidad y los reflejos de los jugadores depende que la pelota lanzada por el contrario no avance, de lo contrario, su equipo se irá replegando cada vez más y su equipo perderá. El partido termina cuando se llega a uno de los extremos.



# Pasárhutakua, o pelota encendida



Este juego se practica en algunas comunidades de la cañada y de la ribera del lago de Pátzcuaro.

Los instrumentos de juego y las reglas son las mismas que las de la *uárhukua*, lo único que cambia es que se utiliza una pelota de madera de colorón, la cual es remojada en petróleo o gasolina durante uno o dos días para que se impregne, y enciéndela antes de iniciar el juego (en la noche). El juego adquiere momentos espectaculares, sobre todo cuando la pelota surca los aires.

Ancianos de algunas comunidades mencionan que anteriormente la pelota era untada con resina de pino. El juego se practicaba en un periodo que inicia en noviembre y termina en abril. Ahora, por la promoción hecha por la Asociación, se juega con más frecuencia y su práctica se ha extendido a casi todas las comunidades p'urhépecha, en donde incluso los niños lo juegan con gran entusiasmo.



◆ Plano desarrollo del juego con la pelota encendida.





## Pelota tarasca



Se practica en la región de la tierra caliente que comparten los estados de México, Michoacán y Guerrero.

En esta región confluyeron diversas culturas prehispánicas, como la nahua, la matlazincua y la purhépecha. Investigaciones apuntan a esta región de la tierra caliente como el origen de la agricultura del maíz.

Existen representaciones en el Códice Borgia de la práctica de este juego; sin embargo, no existen más detalles, pues todos los juegos y deportes se proscribieron por considerarse satánicos, de acuerdo con la religión de los conquistadores españoles.

Actualmente se juega con una pelota de tenis, a la cual se le quita el forro original. Para golpearla, los jugadores utilizan un trozo pequeño de madera llamado puño, que les permite desarrollar el golpe más estable y con mayor fuerza.

 *Paño de juego de la pelota tarasca de tierra caliente.*

Los equipos se componen de cuatro personas y un suplente. Juegan en un campo similar al de la pelota mixteca, cuyo diámetro es mucho más pequeño: mide 4 y 11 m. Los partidos son de 12 pelotas buenas y su conteo es sucesivo del 1 al 12.





## K'uilichi ch'anakua



**K'**uilichi ch'anakua, o Juego de los palitos que suenan.

El origen de este juego se remonta a tiempos ancestrales. Los ancianos relatan que saben de él 'desde que tuvieron uso de razón'; incluso existe la suposición de que fue un *no ambak'itl*, o diablo, quien dejó el trazo del juego grabado en una roca laja localizado en un barranco por el pueblo de Atapani, en el municipio de Los Reyes.

Este juego se practicaba amplamente en los pueblos de la sierra, en la parte que hoy ocupa el volcán Paríkuutini. Actualmente se practica en Angahuan, Caltzontzin y con algunos ancianos de Nuevo San Juan Parangaricutiro.

En Angahuan, por ejemplo, el día de la fiesta de la Virgen de la Asunción (15 de agosto) es cuando se juega en casa de los cargueros o mayordomos.

Para jugar, se utiliza un tablero y cuatro palitos con marcas, las cuales tienen un valor que se combina



◆ *Este juego es de destreza mental de la región del volcán Paríkuutini.*

según la forma en que caigan al tirarlos. Pueden participar dos equipos de 1, 2, 3 ó 4 jugadores cada uno. Las reglas son las siguientes:

•El equipo que inicia generalmente se decide por acuerdo entre los equipos. Cuando no es así, cada



equipo realiza un tiro con los palitos e inicia quien saque puntuación mayor.

•Cada jugador podrá hacer dos tiros por turno. Primero todos los miembros de un equipo; luego, los del otro.

•Por cada tirada se recorrerá una ficha según la puntuación obtenida.

•Un jugador que obtenga la máxima puntuación en el tiro (35), podrá mover dos fichas (p.ej. una 15 y otra 20). Siempre se correrá la más atrasada.

•Cuando una ficha cae en alguno de los puntos centrales (6 y 8), ésta se 'quema' y pasa al cuadro central del área de juego, para volver a empezar. Si vuelve a caer, se repite el castigo hasta que supere el obstáculo.

•Al llegar al punto 13, se entra al área mayor del juego, y las fichas darán el recorrido a todos los puntos.

•En el área principal, el gane se da de dos formas: cuando una ficha cae en un lugar ocupado por una o más fichas de un jugador contrario, en donde la ficha ganadora se retira y se encierra en el círculo de entrada de su equipo, mientras que las fichas perdedoras pasan al cuadro del centro para volver a empezar. La segunda forma es cuando la ficha logra recorrer todos los puntos venciendo, los peligros.

•El jugador de la ficha ganadora continúa jugando las demás fichas, hasta hacerlas ganar.



◊ *Jugador de K'ulich,*  
*pensando un movimiento.*

Las demás fichas, hasta hacerlas ganar.

•El gane total por jugador es cuando es cuando éste hace ganar todas las fichas. Por equipo es cuando se hacen ganar todas las fichas.

Como en los juegos de otras partes del país, en este juego es común realizar apuestas, las cuales consisten no en dinero, sino en especie, como burros, borregos, gabanes o aparejos. Durante el desarrollo del juego se acostumbra beber charanda para animar el ambiente y la fiesta.

La Asociación lo ha promovido en diferentes encuentros y estados, y actualmente se juega en Querétaro, Quintana Roo, Nuevo León, Chihuahua y el Distrito Federal.



## Pelota encendida de la región de Cuitzeo



Es una modalidad semejante a la practicada en la ribera del lago de Pátzcuaro. Se practica en algunos poblados del lago de Cuitzeo y su origen se remonta también a épocas prehispánicas.

Al terminar el periodo de lluvias (septiembre) los jugadores van a buscar el chamás, que es el corazón del maguey. Éste se deja secar durante el mes de octubre y, pasando la celebración de "todos santos", el día 2 de noviembre, se hacen las pelotas de aproximadamente 15 cm de diámetro. Cada equipo (de 5 miembros c/u) presenta una pelota y se prenden media hora antes de comenzar el juego, en noches sin luna. La bola no prende sino que mantiene en combustión interna. Al ser golpeada suelta humo y chisporrotea, que es lo que permite que los jugadores y espectadores la localicen.

Para medir el tiempo se utiliza como referencia el movimiento de un conjunto de estrellas que forman una constelación en forma de triángulo y a la cual



 *Jugadores de la región de Cuitzeo.*

conocen como "cabrilla". Se juega pues a dos cabrillas o tiempos. Si se apaga la pelota cuenta como tiempo en contra del equipo que le tocó proporcionarla. Los jugadores utilizan pencas de maguey amarradas como espinilleras. Este juego lo practican sobre todo los peones, los de los barrios más apartados (orilleros). Es un juego muy rudo, de mucho contacto físico. Cuando hay forcejeos entre los jugadores, el coime (arbitro) se acerca con una vara de huizache con muchas espinas y la mete entre ellos para que se separen.

La Asociación ha contactado profesores de educación física de dicha región con el fin de poner en marcha acciones pendientes a su reanimación.



# Kantzákata



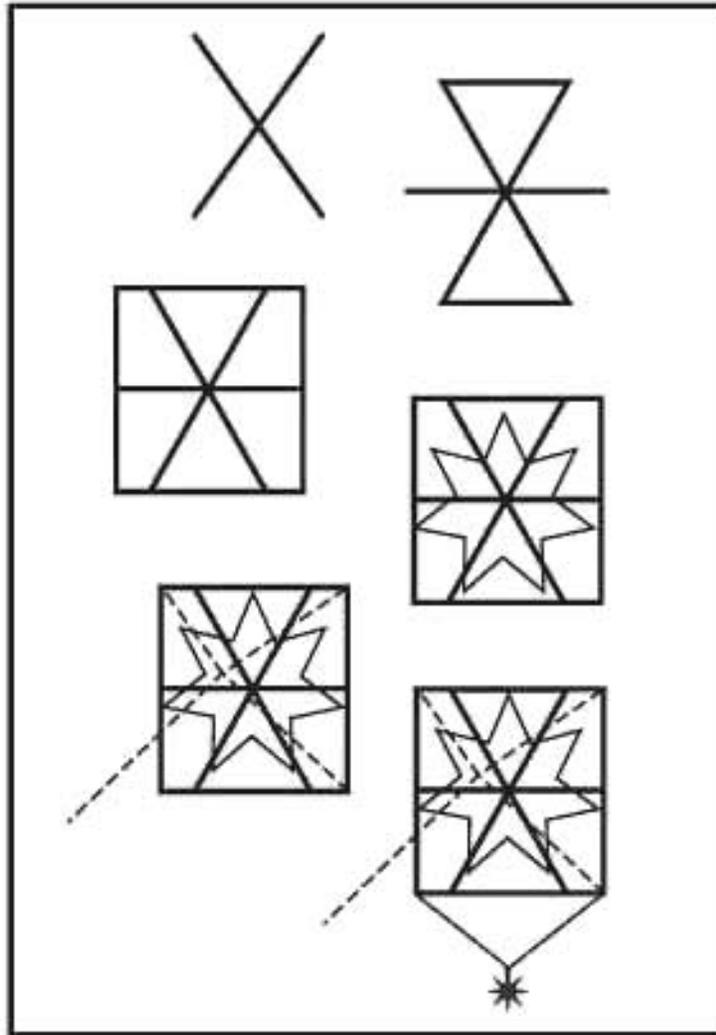
Es un juego que se practicaba en la zona comprendida entre Cherán, Nahuatzen y Comachuén, en la parte alta de la meseta p'urhépecha. La Asociación, conjuntamente con un grupo de profesores del municipio de Nahuatzen, ha iniciado su reanimación mediante la organización de una competencia anual en la comunidad p'urhépecha de Comachuén.

Después de varias décadas en que no se practicaba, los dos concursos convocados han resultado un éxito. La comunidad entera se vuelca a presenciarlo, lo que hace suponer su recuperación.

## Elaboración

Kantzákata es un nombre p'urhépecha que significa "armazón especial", y que cubierto con papel sirve para volar. Se elabora con tejamanil de madera de pinabete, rajada a hilo especialmente para tal fin. Para la elaboración de las kantzákata se utilizan siete tiras de diferentes dimensiones, pero con el mismo





ancho y grueso, y se deben seguir estas instrucciones, ya que de esto depende la calidad, resistencia y liviandad de las tiras.

Se colocan dos tiras de madera de 1.20 m de largo por 2 cm de ancho en forma de X. Se coloca una tira de 60 cm en sentido horizontal en cada uno de los extremos de la X, y en la parte de en medio, a manera de travesaños, las dos tiras restantes (de 1 m aproximadamente) se colocan en los costados, las tiras de madera se unen con clavos. El armazón se cubre con papel de china de colores y adornos al gusto, y se utiliza el engrudo como pegamento.

En el travesaño de la parte superior se coloca un chillador, que consiste en un listón delgado y resistente, o en un trozo de la aletilla de la camisa, conocida también como uetárhakua.

Posteriormente, se colocan los tres hilos o inchanárhikua, uno al centro del cuadro y dos en cada uno de las esquinas superiores del armazón, y que sirven para controlar el nivel de vuelo de la **kantzákata**; se unen en la parte media.

La cola, que es la que le da la estabilidad a la **kantzákata**, está compuesta de varias tiras de tela de 2 cm de ancho por 20 cm de largo aproximadamente, las cuales se unen formando un manojó y se colocan



◆ *Concurso de Kantzákata en Uruapan, Michoacán.*

en el hilo que une los dos extremos de la parte inferior de la **kantzákata**. El hilo original es elaborado de maguey y mide aproximadamente 200 m. Es de una sola pieza, sin añadiduras.

### **El juego**

Éste consiste en una carrera que parte de las orillas de la comunidad y tiene como meta la plaza central. Gana quien llegue primero.

Para iniciar la competencia, se contemplan los siguientes puntos:

- Inscripción de los equipos
- Los equipos se reúnen en el sitio de partida para comenzar a empujar las **kantzákata**. Cuando todas estén en el aire, los jueces darán por iniciada la carrera. Los equipos que no logren elevarla, quedan descalificados.
- El equipo cuya **kantzákata** caiga o se averíe una vez iniciada la competencia, tendrá oportunidad de repararla y volverla a elevar.
- No se permitirá enredar a propósito los hilos de los demás concursantes.
- Para librar un obstáculo, se permitirá al equipo cortar el hilo y volverlo a unir pero sin que caiga la **kantzákata**.
- Gana el equipo que vuele más alto y llegue primero



• con su kantzákata.

• Los equipos participantes nombran los jueces que vigilarán el desempeño de la carrera.

Para manejar la kantzákata se requiere de un equipo compuesto por tres personas: el capitán, que es quien la dirige, y dos que manejan la cuerda, achicándola o alargándola según indicaciones.

La travesía se torna emocionante por los cambios en la intensidad del viento, así como por los obstáculos naturales que se presentan: árboles, casas, cables de luz, etcétera, y es la habilidad del equipo la que permitirá sortearlos, aventando el hilo por encima de los cables, subiendo a las azoteas o desatorando el hilo de los árboles.

Anteriormente se le ponían navajas a los costados de las kantzákatas, con el fin de cortar los hilos de los rivales, pero en el primer concurso promovido por la Asociación para rescatar el juego después de más de cincuenta años que no se practicaba, de común acuerdo se optó por suprimirlas, para evitar posibles accidentes.



◆ *Kantzákata lista para volar*



# Tembini iumu



El quince, quinces, quinzas, juego del palillo o tembini iumu.

Es un juego donde pueden participar tanto adultos como jóvenes y niños, aunque sólo hombres. Se puede jugar uno contra uno o en equipos de dos o más jugadores.

El juego tiene variantes de una comunidad a otra no esenciales en reglas, formas y medidas del palillo. A los jugadores se les llama palilleros o quinsatanes. Aprenden el juego desde los 7 u 8 años, aunque algunos desde antes. A la carpeta no sólo asisten los jugadores: también hay público espectador. Pueden jugar revueltos en edades diversas, eso no es un obstáculo.

Los jugadores recuerdan que en Azajo, hace años, el juego era bonito porque las muchachas se ponían rollo para bailar sus danzas y recibían la visita de autoridades.

Cada vez que se va a jugar a los palillos, se riega



 *Jugador de quince en torneo.*

con agua, se barre la carpeta y se remarcan los hoyos con un bastón. Si la superficie es de cemento se marca con cal.

Cuando se juega por las noches se aprovecha la luz de la luna, o se ilumina con fogatas.

## Los palillos

Se usan cuatro palillos, numerados con el 1, 4, 6 y 15 respectivamente. Miden aproximadamente 20 cm



◆ *Piedra y palillos para el juego del quinca.*

de largo.

Los palillos tienen una parte plana, que sirve para marcar los números; y otra circular. Se dejan al color natural de la madera y muy bien lijados. A los palillos se les llama quinsecha. Al 1, en ocasiones se le dibuja una calavera, pues es el "Judas que entregó a Cristo" y sirve para matar juego.

El juego es tan importante en la comunidad que tienen carpinteros especialistas para confeccionar los

palillos. Son elaborados con granjeno porque es la mejor madera, que no se abre fácil y aguanta mejor los golpes del tirador.

Se juega en una carpeta de tierra o cemento de aproximadamente 2 x 2 metros de tamaño. Tiene 10 hoyitos por cada lado, más 2 en las dos esquinas donde cada equipo inicia la jugada, dando un total de 44. Curiosamente los chanari de las comunidades consideran 50 hoyitos y no los 44 que son, porque consideran que la vuelta (sin el equipo enemigo), es decir, la que ellos ocupan es de 45; cuando en realidad es de 40.

La choya próxima a donde se tiene que llegar se llama choya grande. Los extremos donde se inician se denominan "orejas" El hoyo de la oreja donde se ubica la primera tirada se conoce como "caballete". Los pozos se abren con un bastón que uno lleva, incluso para limpiar el pocito, cuando ya tiene tierra durante el juego.

Hay una piedra laja, sobre la que chocan los palillos, colocada dentro de la carpeta; no tiene medidas exactas. Para marcar las tiradas donde llega cada jugador se usan fichas, llaves, piedras y monedas entre otros objetos diminutos. Al número 1 le llaman "as".



#### *Campo de juego.*

Para tirar se toman los 4 palillos por parejas, formándose 2 y 2 de cada plana. Se golpean en la piedra laja y se dejan caer de manera lenta o fuerte para que reboten, según se presente la jugada.

#### **Reglas.**

Se vale "soplar" (sugerir la tirada, cuando alguien requiera "ayuda").

Cuando dos oponentes coinciden en el mismo hoyito, al que tiró le toca matar al jugador que ya estaba allí, lo que consiste en regresarlo al inicio para que comience nuevamente. Gana el que le da la vuelta completa a la carpeta y llega primero a la "orejita" de donde salió.

#### **Tiradas**

Según la caída de los palillos; es el valor. Así, tenemos las siguientes posibilidades de caer:

Si cae 1 boca arriba y 3 boca abajo, entonces vale el número que cayó boca arriba. Al 1 se le acostumbra dibujar figuras; como es el que ayuda a "matar" al otro jugador, se prefiere grabarle una calavera. Al 15 le llaman matikuri; es el que cuenta más.

En una segunda opción encontramos que caen dos boca arriba y dos boca abajo. En todos estos casos cuenta por dos (un punto por cada uno que cayó boca arriba).

Igualmente si caen tres boca arriba y uno boca abajo, se da un punto por cada palillo boca arriba observado. El punto de partida de las choyas se indica por el hoyito inicial, de tal manera que los jugadores han de encontrarse. Un volado decide qué jugador tira primero.

Si caen cuatro boca arriba, es decir todos los palillos con los que se juegan por la parte que tiene el número, adquieren un valor total de 5 puntos. Si los cuatro caen "boca abajo" vale 10 puntos. Cuando ya llegas a la choya grande, (lado último) para salir se modifican los valores de las tiradas. Si cae 15, 10, 6 ó 5, no vale, solo valen el 3, 2 ó 1; por eso desde la esquina se dice: ya te toca "cortar fallas" o te quemaste.



Cuando ya estás en la tira de la oreja, ya no puedes usar los anteriores, ni el 4 y si te cayeran, no valen. Tienes que tirar en el próximo turno.

Si ya estas en el último hoyo y te cae un "seco" (1) sales perdiendo, porque tienes que volver a empezar el juego. Aunque uno supondría que ganaría, no es así, porque el hecho de caer "as" al final te obliga a tirar tres veces seguidas para avanzar del comienzo un nuevo ciclo.

Estando en el caballete de la orejita, si te cae as, no ganas. Para ganar tiene que caerle 2 ó 3.

Si los jugadores se encuentran en la carpeta, el tirador puede matar a otro, si obtiene un "as" (1) es decir, si camina uno, porque los dos no pueden ocupar el mismo lugar; pero si le cayera 2 o más, le brinca y avanza hasta donde marcó la tirada.

Cuando un equipo o uno de los miembros sale al ganar primero que el otro, le puede ayudar a su equipo con sugerencias, consejos e, incluso, tirando o moviendo el objeto que marca el recorrido que les corresponde a la tirada.

a) Cuando los palillos caen encimados, aunque sea uno sobre los otros, se dice akuni (corta la jugada) y lo regresa y vuelve a tirar. b) Nunca sale nadie del juego, mientras alguien no gane. c) Si un palillo cae de lado y ya se puede observar el número,



vale por el número que se ve; o según las opciones de valor.

d) No se debe hablar durante el tiempo en que se piensa tomar estrategias de juego, por lo que reina el silencio por momentos cruciales. En algunas comunidades las mujeres mandan hacer pan para repartir entre los visitantes. También les llevan de comer a sus esposos o hermanos, sobre todo "una charanda Uruapan" y cigarrillos; además les preparan atole agrio, con nixtamal fermentado.



# Progresos



A creciente práctica del juego de pelota en las comunidades hace que nos mostremos optimistas sobre su supervivencia. Como constancia de ello a continuación mencionamos resultados en dos planos.

## Plano nacional

A raíz de la promoción realizada por la Asociación, su ejercicio trasciende el ámbito del estado ya que las modalidades de uárhukua y la Pelota encendida han sido adoptadas por clubes organizados en los estados de Querétaro, Chihuahua, Distrito Federal, Quintana Roo, Veracruz y Guanajuato, y por el deporte estudiantil de la UNAM, con quienes ya se han organizado inclusive campeonatos nacionales. Otro logro importante es la incorporación de las mujeres a estas prácticas deportivas, con excelente respuesta, así como de niños y jóvenes.



◊ *Xamari sicanmochba, de Uruapan.*



 Selección Mexicana de pelota tarasca en España.

### Plano internacional

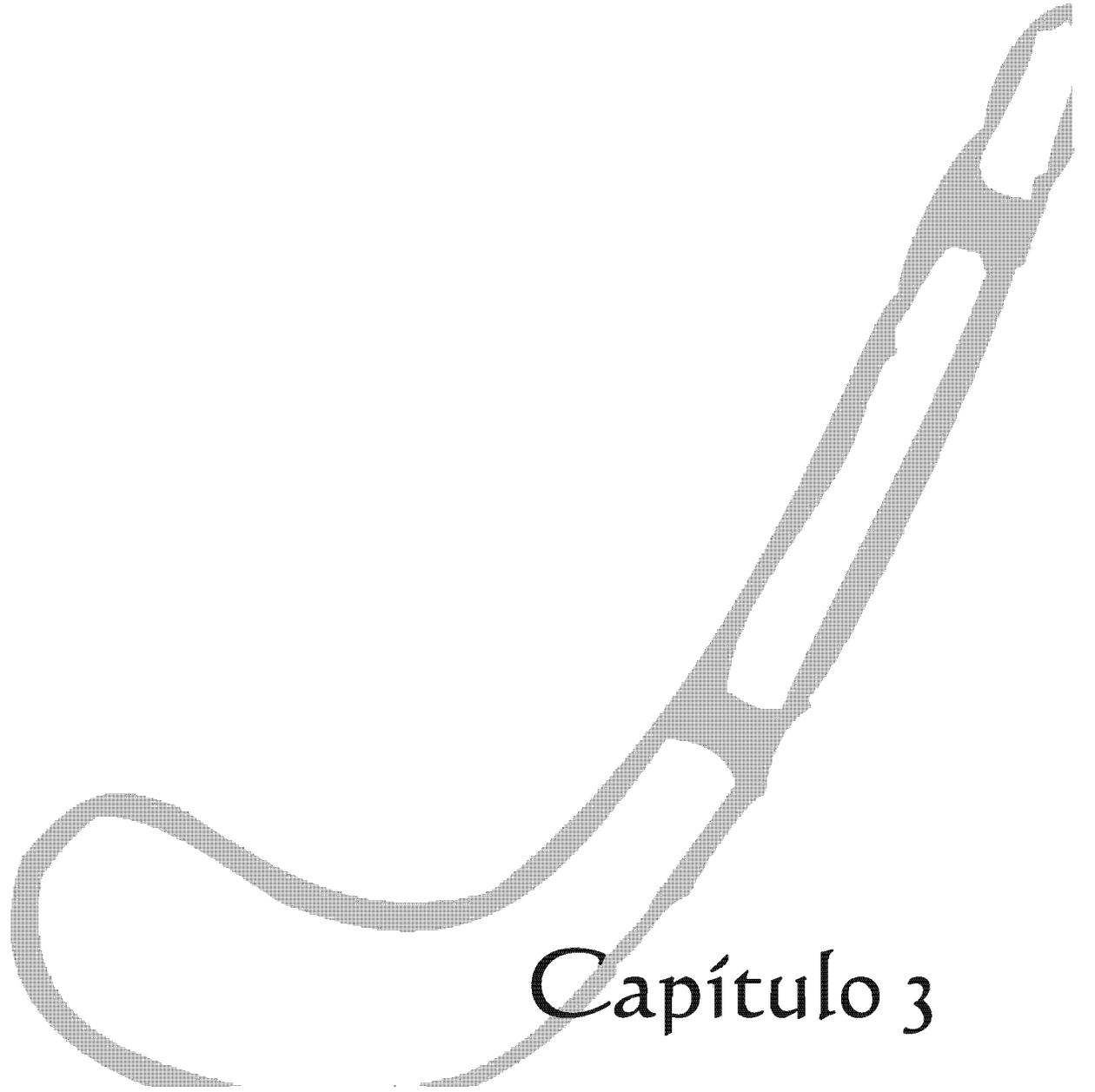
Las modalidades arriba mencionadas se han presentado con éxito en el 2º y 3º Festival Mundial de Juegos y Deportes Tradicionales, celebrados en Bangkok, Tailandia, y en Hannover, Alemania, respectivamente. Un hecho trascendente para México es que en Hannover, la Carrera de bola tarámuri fue declarada por la UNESCO Patrimonio Cultural de la Humanidad.

La modalidad de Pelota tarasca se ha presentado mediante exhibiciones en los países de Argentina, Ecuador, Colombia y España.

La modalidad de Pelota tarasca se ha presentado en Argentina, Ecuador, Colombia y España.

En España se ha participado en dos ocasiones en el Campeonato Mundial de Llargues y en el Campeonato Mundial de Pelota Europea, modalidades con técnicas semejantes a la Pelota tarasca, aunque con diferente reglamento, pelota y medidas de la cancha. Allí México compitió al lado de países como Argentina, Ecuador, Colombia, Italia, Bélgica, Holanda, Francia, Irlanda y España.

Así, cada vez se reafirma la convicción de que es necesario atender este aspecto de nuestra cultura, tanto por la importancia que tuvo en las culturas precolombinas, como por la que tiene en la actualidad, no como un rasgo cultural guardado en el tapanco de los cachivaches o como pieza de museo, sino como algo latente, vivo y dinámico.



# Capítulo 3



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.



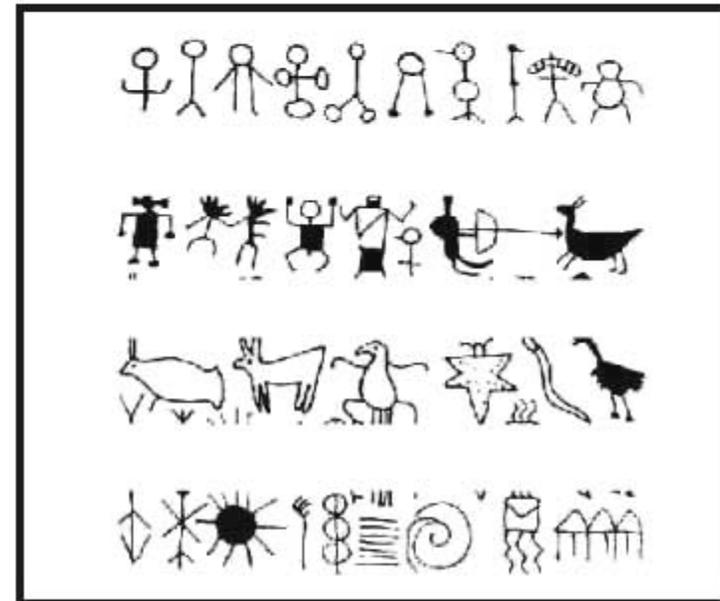
# Introducción al Diseño y Comunicación Visual



La comunicación, desde los comienzos de la civilización, ha sido la pauta para que ésta haya evolucionado y lo siga haciendo. Obviamente dicha comunicación, en un principio, fue por medio de imágenes rupestres, sonidos, gestos, mímica, etc. Se crearon sistemas completos de símbolos para comunicar ideas, pensamientos, eventos de gran importancia tales como rituales de todo tipo o, simplemente, dejar plasmadas sus actividades para la posteridad. Con el paso del tiempo estos sistemas de signos fueron evolucionando acorde con las necesidades del hombre y cambiando de acuerdo con el contexto, hasta llegar a la creación de los alfabetos.

Todo este proceso ha llegado a convertirse en la disciplina que actualmente se conoce como Diseño y Comunicación Visual o Diseño Gráfico, que se encarga de resolver problemas de comunicación por medio de, principalmente, imágenes.

El diseño y la comunicación visual es hoy por hoy empleado y aplicado en casi todas las actividades



◆ *Primeros sistemas de signos.*

diarias del hombre y lo podemos ver en cualquier lugar: señales de tráfico, carteles publicitarios, rótulos luminosos, revistas, escaparates, sólo por nombrar algunos; todo lo que implique al "arte" visual tiene mucho que ver con el diseño gráfico; disciplina que además de fungir como una herramienta que apoya a la comunicación, también es muy utilizada para persuadir y crear nuevas tendencias en todos los ámbitos.



# Antecedentes históricos



La comunicación visual surge a partir de la necesidad de comunicación entre los hombres prehistóricos, y se dice es una disciplina tan antigua como el arte mismo.

A lo largo de la historia se han tenido que elaborar elementos útiles propios de cada lugar que sirvieran para la comunicación de ideas, conceptos, etc. Ejemplo de ello son las pinturas rupestres o pictogramas encontrados en cavernas de diferentes partes del mundo. Dado que el mundo va evolucionando, el hombre no se puede quedar estancado en una época y ha tenido que adaptarse a sus propias necesidades de comunicación, modificando y perfeccionando sus métodos. Tal es el caso de los fenicios que, en el segundo milenio a. de C., crearon el primer alfabeto. Con ello, la escritura proliferó notablemente puesto que este pueblo llegó a considerar que un libro poseía el mismo valor que una porción de tierra.

Posteriormente fueron apareciendo nuevos persona-



 *Pictogramas rupestres.*

jes que ayudaron e hicieron grandes aportaciones para el desarrollo del diseño y la comunicación visual, el que en sus inicios era aplicado por artesanos. Todavía a principios del siglo XV los libros se escribían a mano, y las primeras impresiones que se realizaron de éstos se hicieron con grabados en madera. No fue sino hasta mediados del mismo siglo



que Gutenberg revolucionó la reproducción gráfica porque introdujo los tipos móviles de metal, así como el invento de la imprenta, con lo que disminuyó notablemente el costo de los libros y panfletos, al tiempo que alcanzaban una gran difusión.

A finales del siglo XIX se separó la relación artesano-diseñador y las funciones de este último se volvieron mucho más completas; el diseño gráfico también se independizó del arte. Los objetivos del artista para este periodo diferían considerablemente del comu-



◆ *Fragmento de la Biblia de Gutenberg.*



◆ *Primera imprenta de tipos móviles.*

nicador visual, pues mientras el artista sólo pretendía expresar su concepto de las cosas, el diseñador gráfico proponía formas de resolver problemas de comunicación y, obviamente, nunca trabajó bajo un concepto individualista.



"El diseño gráfico se vio rebajado a una simple actividad comercial".

Fue también durante este siglo, que se vio un gran avance en las técnicas de impresión; apareció la litografía, lo que dio un punto de partida para el diseño moderno. Aumentó la producción del material impreso, pero su calidad disminuyó considerablemente y, debido a la competencia que había entre los diseñadores por vender más, el diseño se vio rebajado a una simple actividad comercial; así mismo se consideró de mucha importancia que los productos comerciales tuvieran una buena presentación en su empaque, y el diseño ganó importancia dentro de la industria, la tecnología y el comercio; fue hasta entonces que se estableció y se le dio la importancia de una profesión. Por todo lo antes mencionado a dicho periodo se le denomina la Revolución Industrial.



◆ Ejemplo de la gran elaboración de publicidad del siglo XIX.



Algunos diseñadores como William Morris (artista, arquitecto y diseñador inglés fundador del movimiento de las Artes y Oficios). Trataron de resaltar la importancia del diseño gráfico en comparación con la manufactura de mercancías producidas en masa. Dicho personaje hizo una gran contribución al diseño, pues fundó una compañía en 1861 que producía muebles, tapices, tejidos y vidrios decorados, todos con una exaltación hacia el diseño; también fundó la imprenta "Kelmscott", en 1890, en la que producía libros que destacaban por sus diseños inspirados en la naturaleza vegetal y ornamentación medieval, lo que sirvió de inspiración para otras tendencias como el Art Nouveau, que tiene como característica principal el empleo de curvas, (como por ejemplo olas o tallos de flores) y fue un estilo de ornamentación gráfica que se aplicó a una gran cantidad de objetos.



NOTE BY WILLIAM MORRIS  
ON HIS AIMS IN FOUNDING  
THE KELMSCOTT PRESS, 1891

**I**BEGAN printing books with the hope of producing some which would have a definite claim to beauty, while at the same time they should be easy to read and should not dazzle the eye, or trouble the intellect of the reader by eccentricity of form in the letters. I have always been a great admirer of the calligraphy of the Middle Ages, & of the earlier printing which took its place. As to the fifteenth-century books, I had noticed that they were always beautiful by force of the mere typography, even without the added ornament, with which many of them are so lavishly supplied. And it was the essence of my undertaking to produce books which it would be a pleasure to look upon as pieces of printing and arrangement of type. Looking at my adventure from this point of view then, I found I had to consider chiefly the following things: the paper, the form of the type, the relative spacing of the letters, the words, and the

◆ Ejemplo de el trabajo que realizaba William Morris.



◆ *Diseño de cubierta del primer libro de la Bauhaus.*



"La Bauhaus", nació en Alemania después de la Primera Guerra Mundial.

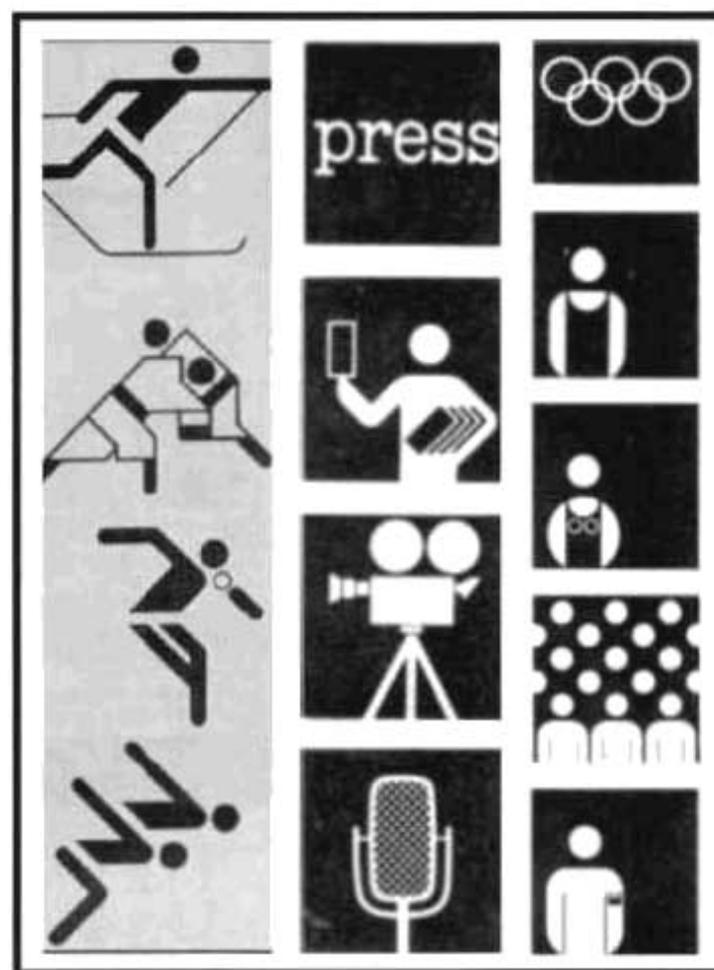
Posteriormente nació una escuela de diseño que pretendía formar jóvenes, igualmente expertos en artes manuales como en diseño industrial y gráfico. "La Bauhaus", que nació en Alemania después de la Primera Guerra Mundial, tenía como objetivo principal conjuntar el arte y la tecnología; esta escuela es considerada como la influencia más sobresaliente en el diseño.

En Estados Unidos, la introducción del diseño gráfico no tuvo problemas puesto que el cine, la producción editorial y la publicidad ayudaron notablemente a su desarrollo. En este país surge el concepto de identidad corporativa en los años cincuenta del siglo XX.



Ya por los años setentas Olt Aicher se encargó de diseñar la imagen de las olimpiadas de Munich, en 1972. Se hicieron aplicaciones en carteles, señalización, símbolos de diversos sectores deportivos impresos, planos topográficos. El resultado fue tan satisfactorio que este sistema fue tomado como ejemplo para las olimpiadas de los próximos años.

Todos estos acontecimientos y estilos forman parte del diseño gráfico actual o moderno, al que se le ha integrado la computadora, que llegó para revolucionar el mundo del diseño, pues esta herramienta ofrece al diseñador una gran variedad de recursos gráficos, tanto en imágenes como en tipografía y buena calidad para realizar sus trabajos con una rapidez mayor a la manual.



◆ *Sistemas de símbolos para la Olimpiadas de 1972.*



# Diseño y Comunicación Visual en México

**E**l diseño gráfico en México es relativamente nuevo, pero se puede hablar ya de cierta madurez, que es resultado de la evolución que ha tenido esta disciplina en los más de 30 años que tiene como profesión universitaria en la República Mexicana. Sin embargo es importante resaltar que al hablar de los orígenes de esta disciplina en México, éstos se tendrían que atribuir a nuestras raíces indígenas; los códices son clara muestra de ello, ya que era su manera de comunicar e inmortalizar su forma de vida.

Al arribo de los españoles a México, también llegaron nuevas costumbres, formas de vida y, con esto, nuevos inventos, entre ellos uno muy útil para la evolución del diseño y la comunicación visual y el primero en América Latina: "la imprenta", que fue manejada por un italiano. Lo que se producía mayormente eran periódicos y volantes como propaganda política, además de publicaciones para anunciar corridas tauromas.

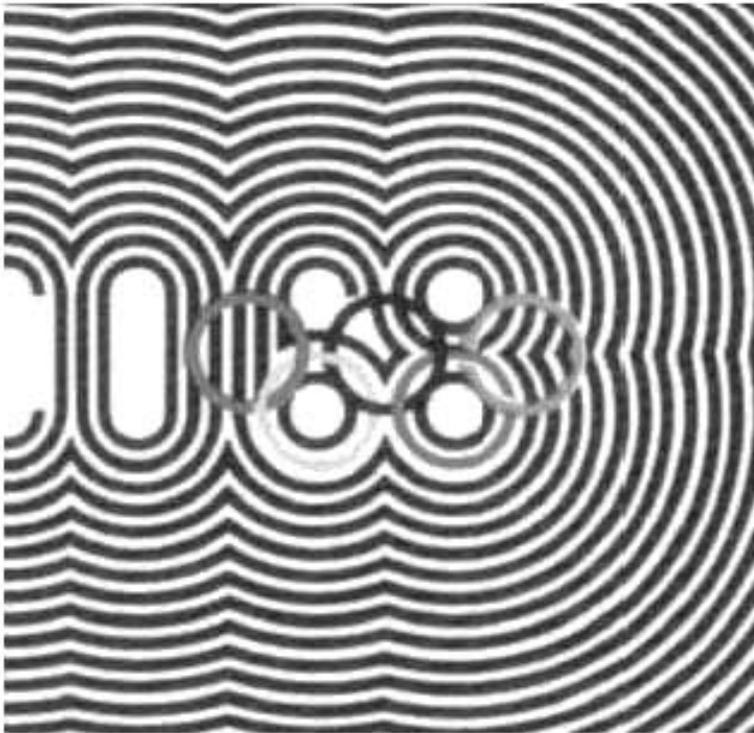


Con la aparición de José Guadalupe Posada, en 1880, se generó una gran aportación a la evolución del ámbito gráfico, por sus técnicas zincográficas y la influencia que éstas tuvieron en personajes como José Clemente Orozco y Diego Rivera. Otra aportación no menos importante al diseño fue el utilizar imágenes, en su mayoría en carteles para





# Antecedentes Históricos



Pero no fue sino hasta la década de los años sesenta cuando se comienza a preparar profesionalmente a los primeros futuros diseñadores gráficos en la Universidad Iberoamericana y, posteriormente, en la Universidad Nacional Autónoma de México. La carrera nació a partir del diseño industrial.

El primer gran acontecimiento que reunió a un equipo de diseñadores para que crearan un sistema de imágenes gráficas que mostrara a nivel internacional tanto la organización como el desarrollo profesional de México, fue la Olimpiada que se llevó a cabo en el país en 1968. Dicho evento dio la pauta para que se fundaran las primeras escuelas de diseño gráfico en la capital mexicana.

En 1971 fue fundado el IMCE, Instituto Mexicano de Comercio Exterior, por Luis Echeverría Álvarez, para impulsar las exportaciones, por lo que fue necesario elevar la calidad del diseño gráfico de los productos; fue así que surgió el Centro de Diseño, el que impulsó esta disciplina en todo el país y el extranjero.

Posteriormente, y a partir de dicha fundación, apareció un buen número de escuelas universitarias de diseño, tanto en el Distrito Federal como en Guadalajara, Monterrey y San Luis Potosí, multipli-



promover las primeras películas proyectadas en México.

Vicente Rojo fue y sigue siendo uno de los grandes del Diseño Gráfico en México, quien desde 1949 y pese a haber nacido en Barcelona, se ha dedicado a impulsar y dignificar esta disciplina, desarrollando su trabajo, enfocado mayormente al ámbito cultural.



◊ Ejemplo de diseños de envases y embalaje de productos mexicanos.

cándose después a todo el país. De la gran promoción que tuvo el Centro de Diseño, surgieron también asociaciones que representaron a los profesionistas hasta que ésta culminó en la fundación del CODIGRAM, Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México A. C. en 1975, organismo liderado por el diseñador industrial Juan Gómez Gallardo L.

En 1982 el diseñador gráfico mexicano pasó de un campo de trabajo próspero y con perspectivas excelentes, a un panorama de desempleo y pocas oportunidades, resultado de la crisis económica por la que atravesaba el país. A partir de este año comenzó una incansable labor por restituir el diseño gráfico e industrial en México; y se realizan en el país congresos y encuentros de diseño.

Posteriormente y a pesar de la situación general que se vivía por ese entonces, el diseño gráfico se consolidó como carrera y se inicia una creciente actividad por parte de estudiantes y profesionales de la materia, habiendo ya alrededor de 37 escuelas de diseño por todo el país, dando como resultado eventos muy importantes como el Encuentro Nacional de Estudiantes de Diseño, que se realizó durante ocho años consecutivos.

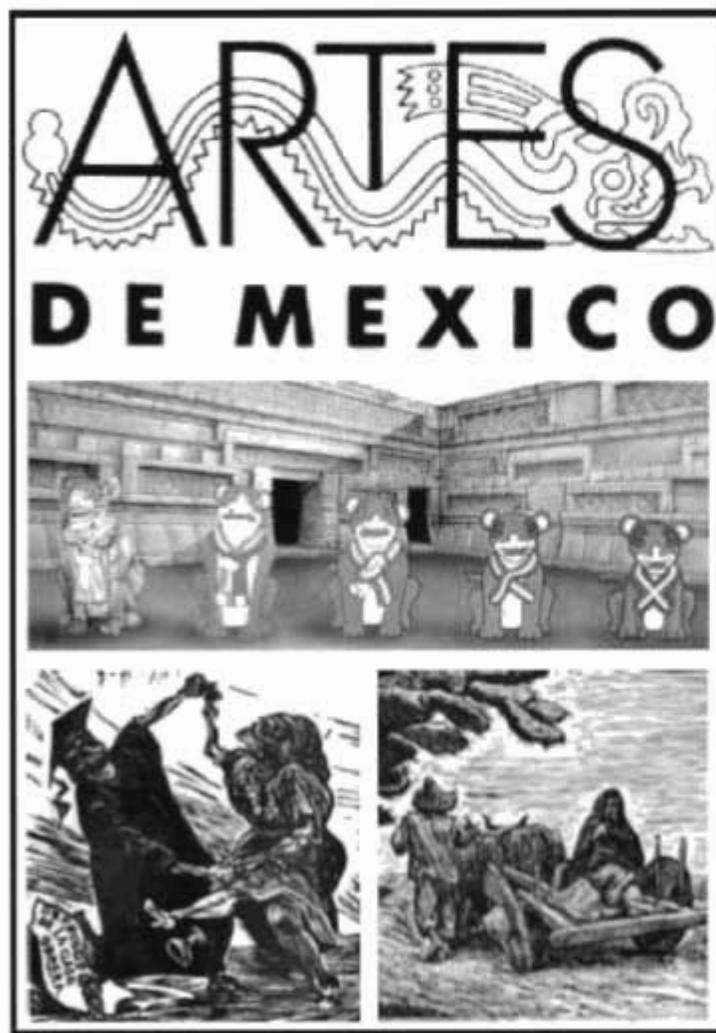


Ya por el año de 1988, el diseñador industrial Arturo Domínguez Macouzet fue elegido, por el VII Consejo Directivo del CODIGRAM, para proponer y afrontar una serie de proyectos con el fin de impulsar a la sociedad de diseñadores en un campo pleno de cambios y nuevas perspectivas. Hay desde entonces en México una gran apertura comercial, tecnológica y cultural que crece aceleradamente y a pasos agigantados, por lo que es necesario buscar nuevas soluciones para los problemas de comunicación, cosa que le corresponde realizar al diseñador gráfico. En los 90's, CODIGRAM organiza el Primer Congreso Nacional de Diseño Industrial y Gráfico, así como la EXPO DISEÑO/MÉXICO '90, como foro de la labor profesional de sus miembros y de los diseñadores en general; se iniciaron gestiones para fundar un Centro Mexicano de Diseño, siendo éstas bien recibidas, así mismo fueron nombrados los primeros peritos diseñadores por especialidades.

Es importante también mencionar que existen revistas especializadas en el área del Diseño y la Comunicación Visual tales como la ya desaparecida Matiz, al Internacional Diseño, Lúdica, Quórum, entre otras; sin embargo existen también algunas otras publicaciones que si bien no son específicamente dedicadas al tema, sí hacen marcado uso de esta herramienta y



◆ *Cartel de Luta Almeida.*



◆ *Ejemplos del gran ingenio de los diseñadores mexicanos.*

pueden llegar a generar toda una tendencia. Tal es el caso de Warp, Gamers, etc.

Finalmente se puede decir que el diseño y la comunicación visual es el motor creativo de cada país y juega un papel importantísimo en el desarrollo social, cultural y económico. Este gremio es cada vez más reconocido y valorado en México.

Los diseñadores de cada país retoman parte de su cultura para resolver diversos tipos de proyectos. Tal es el caso de los diseñadores mexicanos, por ejemplo, que han tenido una fuerte influencia de los gráficos de su extensa cultura para de forma creativa y agradable convertirlos en imágenes representativas de alguna empresa, asociación, evento, etc.



# Campo de acción del diseñador

# E

l campo de acción que abarca el diseñador gráfico es muy extenso y se puede ver su intervención en casi todas las cosas que vemos en la vida diaria; su trabajo es, principalmente, ayudar por medio del diseño gráfico a resolver problemas de comunicación visual. Dentro de dicha función, el diseñador también se encarga de crear o mejorar una imagen, haciendo que la misma cumpla con ciertos puntos determinantes para un buen diseño, por ejemplo la originalidad, estética, pregnancia, simbolismo y, un punto fundamental dentro de esta disciplina, funcionalidad, puesto que el diseñador siempre debe trabajar en función del cliente, y nunca para sí mismo.

El trabajo que desarrolla el diseñador gráfico gira alrededor de la venta y promoción de algún producto o servicio, por lo que puede desarrollar sus actividades en empresas privadas o públicas, agencias de publicidad, compañías discográficas, cine, televisión, instituciones de gobierno, talleres de

“artes” gráficas o ser *free lance*; en todas estas actividades se puede enfocar a la publicidad, la creación de identidades corporativas, publicación de periódicos, revistas, libros (diseño editorial), campañas publicitarias, señalizaciones, etc. por mencionar solo algunas.

Para realizar todos los trabajos anteriores, debe poseer conocimientos acerca de composición, equilibrio, psicología del color, tipografía y contraste, entre otros.

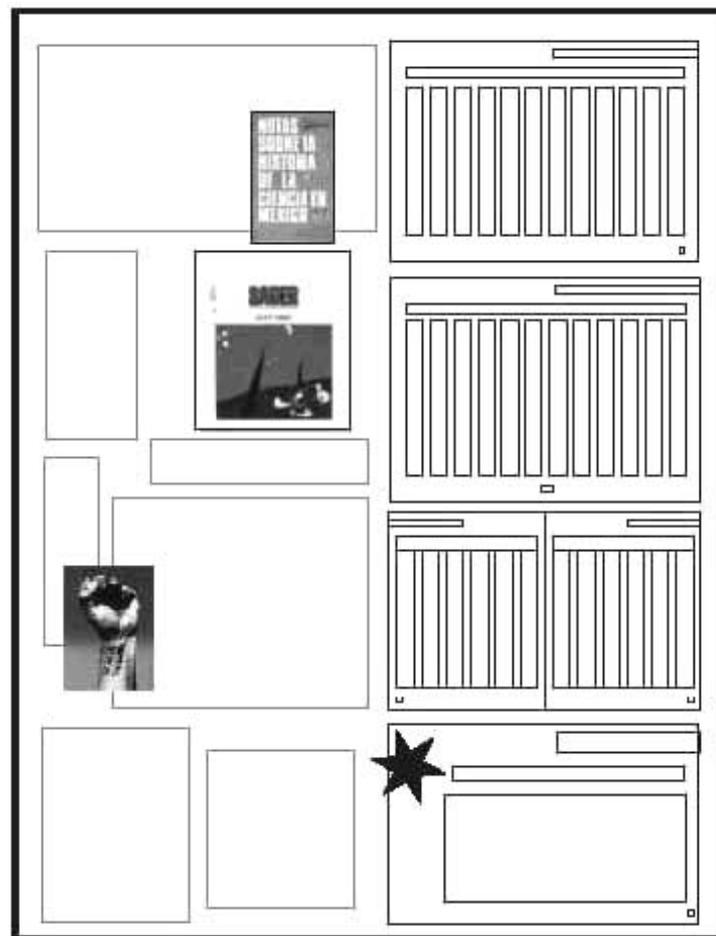
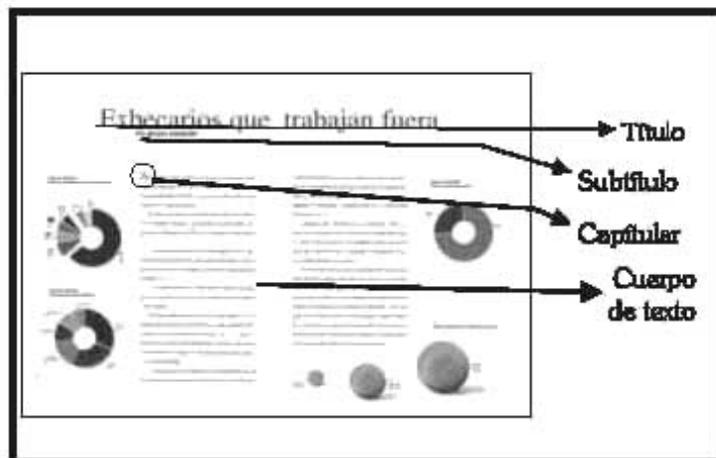


◆ Ejemplos de algunas áreas en que puede desempeñarse el diseñador gráfico.



## Diseño Editorial

El diseño editorial tiene como propósito integrar y distribuir todos los elementos que intervienen en el diseño de un libro, revista, periódico o cualquiera otra publicación, con la finalidad de hacerla agradable al destinatario y de que el mensaje llegue a su destino eficaz y funcionalmente, valiéndose de elementos como la tipografía, imágenes (ilustraciones o fotografías), elementos decorativos, retículas para ordenar los elementos, buen uso de los blancos y medianiles, folios, etc. integrándolos de manera agradable, es decir de manera interesante para el lector.



◆ Ejemplos de formatters, retículas y el diseño de una página.



La legibilidad y el impacto visual son parte fundamental para el diseño editorial de un libro, si se quiere atraer y retener la atención del lector. Este impacto se puede lograr por medio de las imágenes y la tipografía, sin confundir al lector ya que todo lo antes mencionado debe hacer referencia al tema de que se habla.



◆ De la elección de imágenes y su preparación dependerá el resultado del diseño editorial.





## Envase y Embalaje

Es ésta un área en la que el diseñador gráfico se desarrolla, no solamente en el ámbito del diseño en sí mismo, sino también involucrandose en aspectos mercadológicos y todo lo que éstos conllevan.

El diseñador debe tomar en cuenta, para realizar esta labor, las características del producto (propiedades, beneficios que ofrece, cualidades, etc.) los materiales que tiene, en qué está contenido, la forma en que se reproducirá la impresión, cómo será distribuido, transportado y, dado el caso, exportado.



◆ Ejemplos del diseño de varios productos, tanto de envase como de embalaje.



## Multimedia

Día a día, la tecnología está logrando integrarse cada vez más en la vida de casi todos los pueblos, y el gran avance que ha tenido se manifiesta en todos los ámbitos, pues ha creado y mejorado nuevas herramientas para el trabajo de cualquier persona. Es el caso del diseñador y comunicador visual: en general, el gran avance tecnológico que a últimas fechas se ha venido generando, ha traído consigo un mundo de información para todo aquel interesado en el constante aprendizaje y la evolución de la que somos testigos.

El comunicador visual tiene la oportunidad de desenvolver ampliamente su trabajo en la Red, es decir en la Internet (realizando páginas Web), cosa tan eficaz como fascinante para el diseñador, pues ahí puede realizar sus diseños que no necesariamente se tienen que imprimir, los cuales pueden tener movimiento, además de que miles y miles de personas los pueden ver.

◆ *Algunas páginas hechas por creativos diseñadores y comunicadores visuales.*





## Diseño de Imagen Corporativa

Se encarga de realizar la imagen gráfica de una empresa. La imagen corporativa es el manejo de la forma con que se perciben las actividades que se desempeñan en una compañía.

Cuando una compañía o empresa es nueva o pequeña, o ambas, su identidad se da espontáneamente y gira alrededor de la idea que tiene el propietario sobre ella y lo que espera de su negocio; el diseño del lugar, el equipo, el nombre, la ubicación y su persona, todo deriva específicamente de la percepción e ideas del propietario. Sin embargo, cuando la empresa crece se hace más compleja, pues debido a su crecimiento (y dependiendo de éste) se realizan actividades diversas y su imagen ya no puede ser tan espontánea; ahora se tiene la necesidad de una política de identidad que mantenga, configure y represente a toda la organización. Son 4 las áreas de la Imagen Corporativa: Producto/Servicio (lo que se fabrica o vende) Ambiente (lugar donde se fabrica o se vende) Comunicación (cómo se describe lo que se hace) Comportamiento (cómo se manejan las personas dentro de la empresa, entre ellas y hacia el público en general).



◆ Ejemplos de diseño de imagen para algunas empresas.



Cabe mencionar que para realizar dicha labor, además de tomar en cuenta estos puntos, también se tiene que pensar en todas las demás disciplinas que convergen para un resultado positivo de la imagen corporativa de cualquier empresa; éstas son el diseño industrial o de productos, el diseño arquitectónico y de interiores, y el diseño gráfico. La identidad corporativa también se relaciona con otras áreas tales como la mercadotecnia, la publicidad, las relaciones públicas, el desarrollo de recursos humanos y otras disciplinas de la administración.

Es de suma importancia, también, mencionar la importancia del diseño del producto que produce la empresa, el ambiente en el que se vende, la comunicación de la que depende para que dicha venta se dé y el comportamiento que tiene el producto en el mercado. Además de estos procedimientos que condicionan el trabajo de elaboración de una imagen corporativa, también se requiere de todo un proceso de investigación y el concepto que engloba a la empresa.

◊ *Ejemplo del diseño de imagen y comportamiento del "target" respecto del mismo.*



## Diseño Publicitario

Actualmente, como consecuencia de la explosión demográfica, tenemos un gran bombardeo de los medios de comunicación, que nos mandan unos 500 mensajes publicitarios por día, de los que sólo algunos logran el cometido de impactar al espectador, aunque también están los que sólo se quedan en el subconsciente y, obviamente, impactan menos. Es por ello que resulta de suma importancia que todo mensaje publicitario muestre fácil, rápido y de manera sencilla al espectador lo que pretende, sin perder claridad a causa de imágenes o elementos de diseño irrelevantes.

Existe otro factor determinante para el diseño publicitario y el más competitivo, éste es el estilo de su publicidad y del producto mismo, que debe ir encaminado a favorecer tanto al cliente como al consumidor. Como en todos los proyectos de diseño, en éste también se requiere de planeación e investigación y esto es lo que llamamos metodología, en la que intervienen también otros procesos que son:

Departamento Creativo.- está compuesto por un equipo de personas que van desde directores de arte, redactores, diseñadores, tipógrafos y mercadó-



◆ Los mensajes publicitarios se incrementan día a día.



logos. A la planeación de una campaña publicitaria se le considera el resultado de un estudio mercadológico, y para comenzar su realización se requiere de un planeamiento de objetivos, aprobados previamente por el cliente y que se desglosan en ocho puntos:

- 1.- Descripción del producto o servicio y su plaza en el mercado
- 2.- Objetivos de la publicidad
- 3.- Público objetivo
- 4.- Concepto clave de campaña
- 5.- Hechos importantes para apoyar la proposición
- 6.- Medio o medios donde aparecerán los anuncios
- 7.- Pautas sobre el estilo y personalidad de la publicidad
- 8.- Presupuesto asignado a la producción.

Anteproyecto.- la manera más eficaz para comenzar a trabajar en una campaña es tener una buena investigación acerca del producto o servicio y el público objetivo, la manera en que se tendrá que dirigir a éste (¿qué es lo que se dice y cómo se dice?) y el concepto que se utilizará. En publicidad existen muchas formas de expresión; éstas incluyen demostración, comparación, presentación de celebridades,



◆ *Un claro ejemplo de lo que es una campaña publicitaria es MTV, (canal de música).*



analogía, comparaciones de antes y después, y mensajes emocionales que van desde el humor hasta el sentimiento de nostalgia.

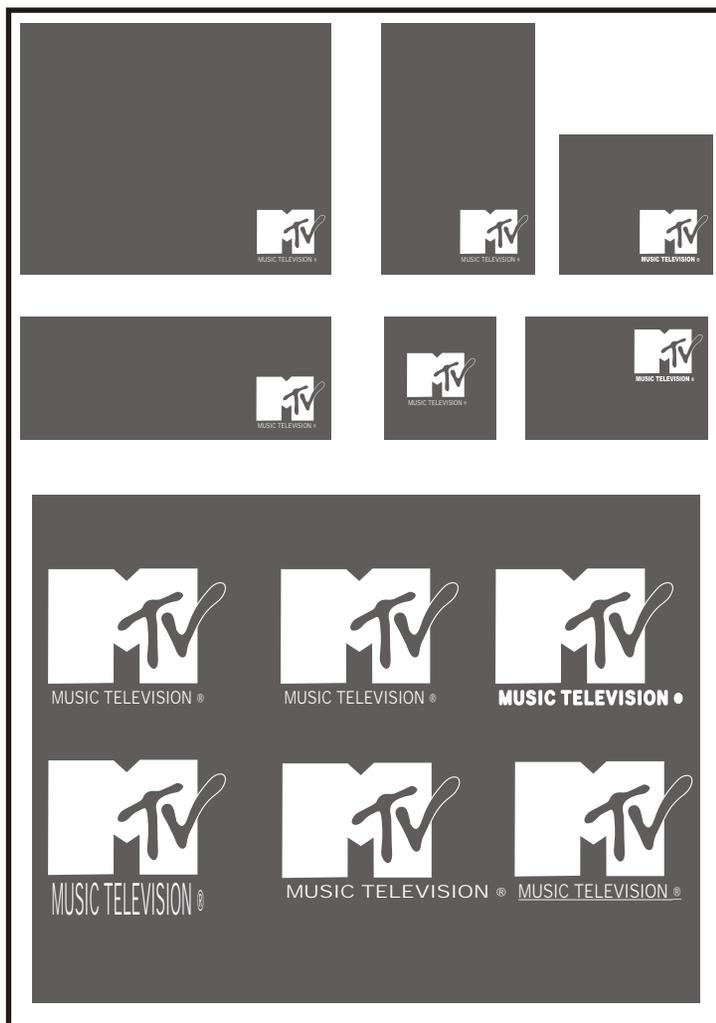
Generar la idea.- no existe fórmula para producir una idea nueva; de hecho, las fórmulas conducen hacia lo predecible y es lo que menos se quiere en una campaña publicitaria. Las ideas no vienen del aire y la mejor forma para fomentar esto es llenar la mente de todo el material relevante como sea posible, para después extraer ideas principales y

jugar con ellas en el bocetaje mejor llamado comúnmente lluvia de ideas. Realizar innovaciones, cosas fuera de lo común siempre teniendo en cuenta el objetivo principal.

La primera presentación.- en este paso, lo más recomendable es que se presente al cliente la mejor propuesta posible; esto quiere decir que, dentro de lo que se le muestre al cliente, debe ir la idea más innovadora y relevante, bien delimitada, para lograr acercarlo lo más posible al resultado final y convencerle de que es la mejor.



◆ *Los artistas que se presentan en MTV, son fuentes de ideas para los creativos de la imagen del canal.*



## Elementos de Diseño en una campaña publicitaria

**Formato.**-Es aquí donde se debe considerar que el formato sea el más adecuado para la jerarquización del mensaje. Se tiene que tomar en cuenta también que la imagen y el formato no realicen la misma función: siempre habrá que darle una mayor importancia a uno u otro.

Una regla de oro en este proceso es que, antes de desarrollar un formato para la campaña, se debe determinar un medio en que sobresalga y no se pierda.

**Tipografía.**- Ésta resulta muy importante, pues en muchas ocasiones en las campañas publicitarias no se utilizan imágenes; por lo tanto, son resueltas con un creativo uso tipográfico; en esta etapa se tiene la libertad de ensayar con diferentes tipos de letra, de las que la mayoría se pueden encontrar en **negritas**, tipo normal o ligeras, *cursivas*, condensadas y *extendidas*.

Al igual que en todas las áreas del diseño publicitario la legibilidad debe tomarse muy en serio, y poner especial cuidado en que con el uso excesivo de la tipografía “creativa” no se llegue a perder dicha cualidad.



Imágenes (ilustración, fotografía o estilización).- la ilustración es un medio que ofrece una flexibilidad infinita para llevar a cabo una idea visual (cosas irreales), con un cierto toque artístico, lo mismo que la fotografía aunque ésta, con un toque más realista, puede ser más flexible de lo que se pudiera imaginar, pues se puede llegar a lograr que la cámara "mienta" con el uso de los avances tecnológicos: ya es posible el retocado digital, las composiciones, etc. haciendo de las imágenes algo mucho más impactante y convincentemente real. En cuanto a la estilización, consiste en simplificar una imagen tomando sus rasgos más característicos o significativos, para no perder la idea original; ésta se puede aplicar a la figura humana, animales, plantas, naturaleza muerta, etc. y dentro de esta técnica se puede hablar de niveles de representación como son el abstracto, simbólico y representativo.

◆ *Ilustración, fotografía o estilización pueden ser el elemento clave para el diseño de cualquier idea creativa.*





**El color.-** Éste es no menos importante que todos los demás aspectos anteriormente mencionados, pues resulta importantísimo para reforzar el mensaje principal de la campaña; se dice que el color influye determinadamente en nuestro comportamiento; nos hace sentir, recordar, pensar, etc. Es aquí donde el diseñador tiene que hacer uso de sus conocimientos acerca del tema, para poder aplicar ya sean tonos cálidos o fríos al mensaje, dependiendo del objetivo de éste y del contexto donde se llevará a cabo.

Los colores se clasifican en:

Fríos - Cálidos

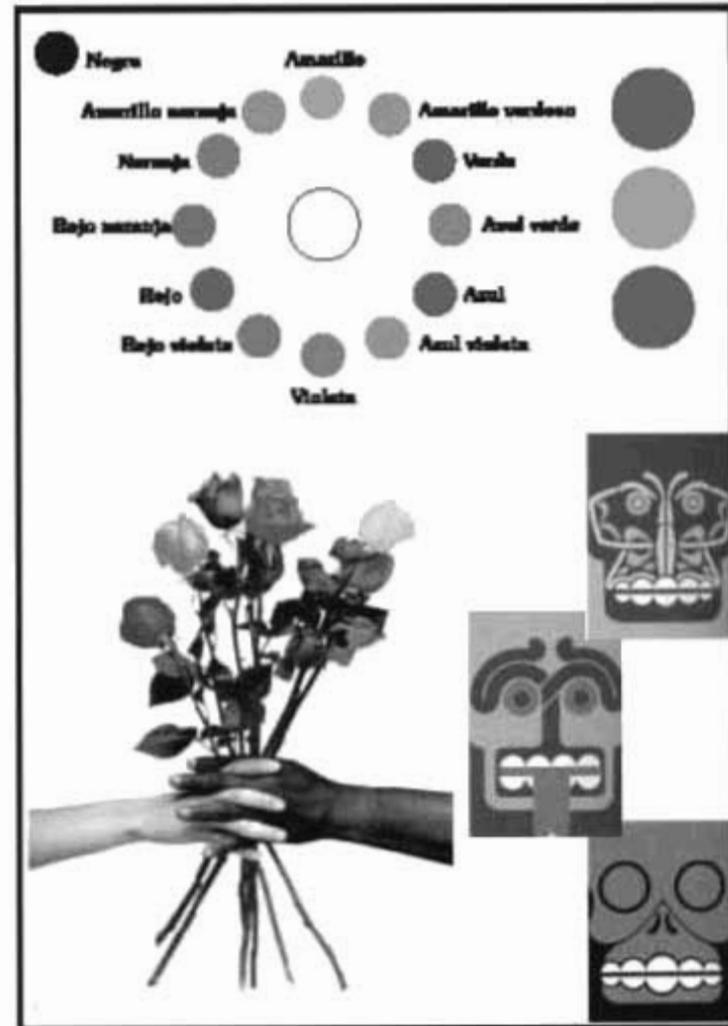
Obscuros - Claros

Vivos - Opacos

Naturales - Artificiales

Masculinos - Femeninos

Juveniles - Maduros





# Metodología del Diseño



Si se desea obtener un buen resultado, en cualquier proyecto, se debe tomar en cuenta que se tiene que seguir por un proceso de planeación del mismo; dentro del diseño gráfico esto no puede dejarse de lado, pues es sumamente importante llevar un orden en el desarrollo del trabajo. A este proceso se le llama Metodología.

Lo primero que se debe realizar es la entrevista con el cliente para conocer el problema a resolver; después se tiene que hacer una investigación acerca del tema, es decir antecedentes, a qué público va dirigido, qué función se le pretende dar, cómo se quiere que sea percibido, etc. Posteriormente, al finalizar esta etapa se inicia la parte de conceptualización o lluvia de ideas para, con ello, comenzar con el bocetaje, que es la parte en la que el diseñador propone posibles soluciones al problema, para lo cual se tienen que elegir sólo las tres mejores de entre todas las demás y de éstas sólo puede quedar una.



Es muy importante que se lleve una metodología en la realización de cualquier proyecto de diseño.

Ya que se ha elegido la solución adecuada, se realiza otra visita con el cliente para mostrársela y hacer las correcciones convenientes, y después se lleva a cabo la realización del trabajo. Obviamente ya se han seleccionado el formato, el tamaño, los materiales y medios de impresión.



Cuando se trata de publicitar, promocionar o difundir un producto o servicio, el diseño gráfico es la herramienta más adecuada para realizar la campaña, para que ésta cumpla con su cometido y sea realmente eficaz. El diseñador debe tomar en cuenta algunos aspectos muy importantes antes de realizarla, tales como el problema que existe y cómo se está manifestando; esto puede ser por medio de un estudio de mercado y encuestas aplicadas al sector afectado; el diseñador también debe conocer las ventajas y desventajas que cada uno de los medios de comunicación poseen, para así seleccionar los mejores y los resultados en cuanto a inversiones tanto econó-

micas como de tiempo le sean las más provechosas para el diseñador y el cliente.

El cartel, anuncios espectaculares, prensa, mantas, libros, folletos, revistas, volantes, cartulinas, banderolas, banderines, estandartes, mantas, calcomanías, etiquetas, anuncios en transportes públicos, anuncios exteriores e interiores, promocionales, *flyers*, postales, etc., además de los medios electrónicos de publicidad como son la radio, la televisión, el cine y el internet, son sólo algunos medios publicitarios de los muchísimos que hay para que el diseñador elija los más convenientes y necesarios (dependiendo el contexto) para la realización de dicha campaña.





Siempre es necesario tomar en cuenta los elementos que se van a necesitar para la realización del diseño.

Se selecciona de antemano el material y medio de impresión. El diseñador también puede estar inmerso en todo lo que se refiera a la reproducción del trabajo, si el cliente así lo autoriza, para que éste obtenga un mejor resultado del mismo.

Siempre es necesario tomar en cuenta los elementos que se van a necesitar para la realización del diseño y todas las funciones que el diseñador realizará; se debe especificar esto en la primera etapa de entrevista con el cliente, tanto honorarios como los trabajos extras que el diseñador contratará, como son el trabajo de un fotógrafo, ilustrador, etc.

El hecho de que se hagan estas especificaciones es en gran parte prueba de que se está realizando un trabajo profesional y no habrá problemas posteriores con el cliente a causa de esto.



 *Diseñador revisando impresiones.*



# Sistemas de impresión

# E

l fin lógico de toda publicación es que se imprima y se distribuya y para esto es necesario elegir el medio de impresión más adecuado para cada tipo de proyecto de diseño, puesto que de esto dependerá en gran parte la calidad que se le quiera dar.

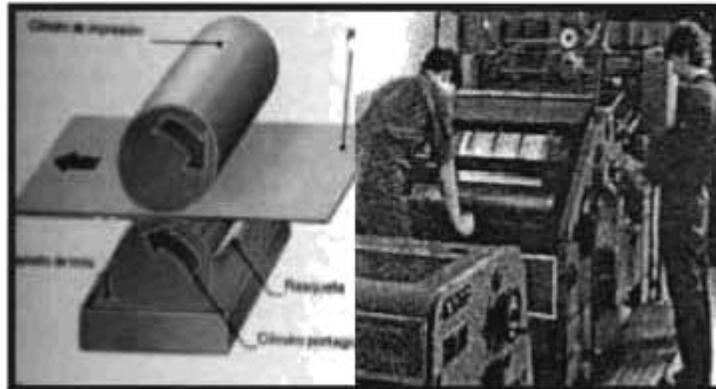
Existen muchos medios de impresión en la actualidad y cada vez son más sofisticados; por eso, el diseñador debe ir a la par de la tecnología y seleccionar el medio que más convenga a sus necesidades y presupuesto.

**Serigrafía.**- este tipo de impresión se realiza con una malla de tela tensada sobre un bastidor de madera; se basa en que algunas partes de la malla pueden ser bloqueadas con diferentes plantillas y se hace pasar la tinta a través de la zona abierta de la malla. Para el bloqueo de ésta se pueden utilizar varias cosas con la goma arábiga, crayones, ulano, papel y otros productos especiales. Se pueden realizar trabajos de serigrafía más com-

plejos con imágenes fotográficas, utilizando materiales y equipo especial. Para imprimir en este método, se hace pasar la tinta a través del tejido de malla con ayuda de un enjuagador de hoja de goma y se pasa por la trama, se utiliza una plantilla, la cual puede ser de papel u otro material resistente a la tinta. Ésta bloquea la tinta en ciertas zonas y las imágenes se transfieren al papel. Es importante que el tejido no toque el papel sobre la mesa hasta apretar con el rasero para hacer la impresión.

**Offset.**- es un método usado para impresión comercial, principalmente. En él, las zonas impresoras y las no impresoras están al mismo nivel y sólo las primeras, llamadas no hidrófilas, retienen la tinta grasa.



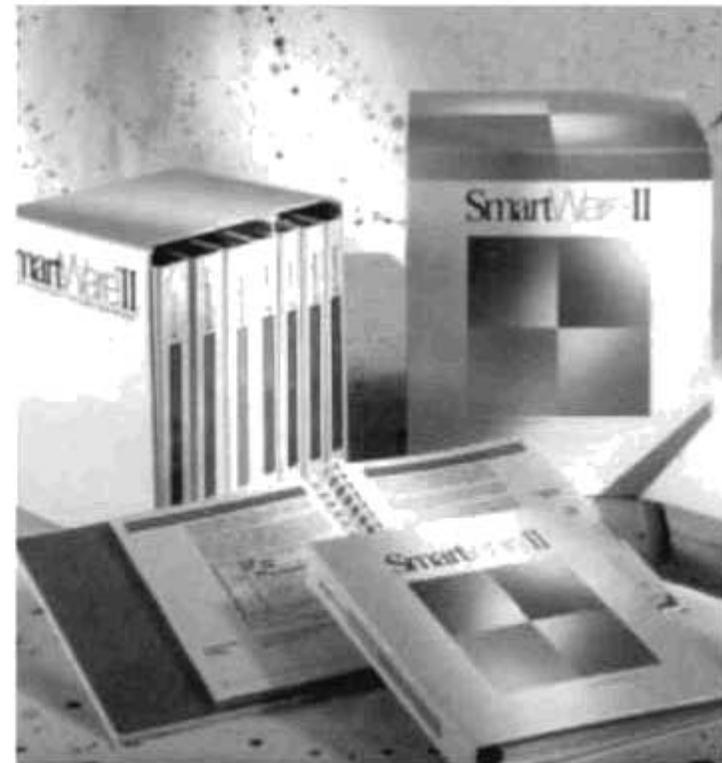


Al imprimir y antes de distribuir la tinta, se humedece previamente para que las partes no impresoras la rechacen, la tinta pasa después de las zonas impresoras a un cilindro de caucho y de éste al papel.

**Impresión por chorro de tinta.-** Ésta se basa en un conjunto de inyectores de tinta, controlados por computadora, que generan imágenes sobre una hoja de papel en movimiento o la banda de una bobina. Las impresoras de chorro de tinta más sencillas se utilizan para imprimir información variable, y a veces se instalan conectadas a los equipos de imprenta tradicionales.

Las impresoras en color de chorro de tinta más complejas, llegan a generar reproducciones con calidad litográfica en muy poco tiempo.

**Impresión láser.-** este tipo de impresión es por medio de un rayo láser, que marca la letra y la mancha de tinta para darle salida. Puede llegar a imprimir desde 300 hasta 3000 o más puntos por pulgada, siendo su calidad excelente.





# Preprensa

# E

s el proceso que se tiene que seguir cuando se tiene terminado el proyecto de diseño para su reproducción. Para que se garantice la correcta impresión de cualquier trabajo, es necesario tomar en cuenta las especificaciones que se dan en las imprentas, tales como guardar el archivo en un formato accesible, en un software compatible, etiquetar los discos con el archivo para que éste no se confunda o se llegue a perder; entregar con los discos pruebas impresas del trabajo completo, con sus respectivas especificaciones y lineamientos, incluir en el disco archivos relacionados con el trabajo que se desea imprimir, además de las fuentes que se hayan utilizado en el trabajo, junto con una lista impresa de las mismas y asegurarse de que todos los colores se encuentren en modo CMYK, que es el más requerido.

Dentro del diseño debe convertir el texto a curva, no copiar y pegar objetos de otros programas, verificar que el archivo no contenga objetos no deseados o

errores de composición. Para la resolución de las imágenes, hay que utilizar como mínimo 300dpi y para logotipos 800dpi; esto varía dependiendo de la empresa. Todas estas especificaciones y las demás que sean pertinentes deben hacerse para obtener el resultado requerido de la impresión.

Es, pues, la preprensa el proceso de realización, verificación y rectificación de todos los elementos que convergen en torno de la preparación de la impresión de un trabajo.





# Conclusiones



Tras haber concluido con las investigaciones necesarias para realizar todo proyecto de tesis, que en este caso es en pro del rescate y preservación de las tradiciones y costumbres del pueblo michoacano, específicamente en lo que se refiere a sus juegos y deportes autóctonos y tradicionales, se pudo determinar que existe un gran desconocimiento del tema, además de que es importante el que la gente conozca su propia cultura para que, de esta forma, se conserve gran parte del patrimonio cultural no sólo de un estado, sino de todo México.

Siendo el Diseño y la Comunicación Visual una herramienta sumamente importante en la sociedad actual para dar a conocer un producto o servicio, se pretende, por medio de ésta, la realización de una campaña de promoción y difusión de dichos juegos y deportes y, así, aunar esfuerzos con la Asociación de Juegos y Deportes Autóctonos y Tradicionales del estado de Michoacán.

Dentro de una amplia gama de vertientes que el Diseño y la Comunicación Visual ofrece para la realización de dicho proyecto se eligieron las siguientes: "pues se delimitaron cuáles eran las más adecuadas para que el mensaje que se pretende mandar llegue al receptor sin mayores problemas", que sea lo más claro posible y eficaz en su propósito: diseño de carteles, diseño de anuncios espectaculares, diseño de volantes y flyers, diseño de postales y separadores, diseño de tazas, diseño de playeras, diseño de llaveros, diseño de gafetes, diseño de envoltura para playeras y diseño de sobre para las postales; de éstas se eligieron sólo algunas puesto que no se cuenta con un presupuesto muy amplio para dar paso a la realización de todas las aplicaciones. Éstas fueron pensadas y determinadas para que aporten, además de promoción, un incentivo monetario.





Teniendo ya delimitadas las aplicaciones de la campaña, se pensó en darle un sentido popular para así abarcar mejor al público meta pues, de acuerdo con las investigaciones, se pudo constatar que éste va desde un nivel socioeconómico medio a bajo y así mismo en lo sociocultural. Se ha pensado en un eslogan que sirva como hilo conductor de toda la campaña, así como la realización de un logotipo; se pretende combinar colores y formas que de acuerdo con la investigación, son parte del folklore del estado de Michoacán.





Segunda parte



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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



**Capítulo 4**  
la aportación



## Brief

**D**ado que existe un creciente interés por rescatar las costumbres y tradiciones de nuestra cultura y puesto que hay también un marcado desconocimiento de las mismas en la población en general, es que surge la propuesta de proyecto de tesis en el que se plantea el problema como parte de la pérdida latente y continua de nuestras tradiciones y la importancia que han tenido en la formación misma de la cultura de los michoacanos.

Se realizaron encuestas en Uruapan, Morelia y Apatzingán, en torno de los juegos y deportes autóctonos y tradicionales de Michoacán, y de acuerdo con los resultados arrojados se pudo comprobar que el problema de desconocimiento y pérdida continua de tradiciones es real y existe, pues los resultados de las encuestas así lo demuestran. Se encuestaron a 1000 personas a partir de Enero hasta Marzo de 2005, del rango de edad de 15 a 35 años indistintamente, con un nivel socio económico y socio cultural bajo a medio; a ellos se les denomina público meta, lo que en el argot publicitario se llama "el target".





## Formato de encuestas realizadas:

**Fecha:** \_\_\_\_\_  
**EDAD** \_\_\_\_\_  
**SEXO** \_\_\_\_\_  
**ESCOLARIDAD** \_\_\_\_\_

1.-¿Conoces cuáles son los juegos y deportes autóctonos y tradicionales de Michoacán?  
 Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Señala cuáles conoces:

K'milobá Ch'amakua (juego de los pelotes que caen) \_\_\_\_\_  
 Pasárikatáka (juego de la pelota encañada) \_\_\_\_\_  
 Uárikakua (el juego de pelota) \_\_\_\_\_  
 Tsárikua Ch'amakua (juego de la pelota de piedra) \_\_\_\_\_  
 Kárikatáka (papalote o globo) \_\_\_\_\_  
 Tsáriká tsáriká (juego del pañuelo) \_\_\_\_\_  
 Pelota encañada de la región de Cutzaco \_\_\_\_\_  
 Pelota Tsárikua \_\_\_\_\_

2.-¿Cuáles son las causas por las que no los conoces?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3.-¿Por medio de que, sabes de su existencia?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4.-¿Qué te gustaría conocer de ellos?

5.-¿Te gustaría que hubiese una mayor difusión de ellos? ¿Por qué?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

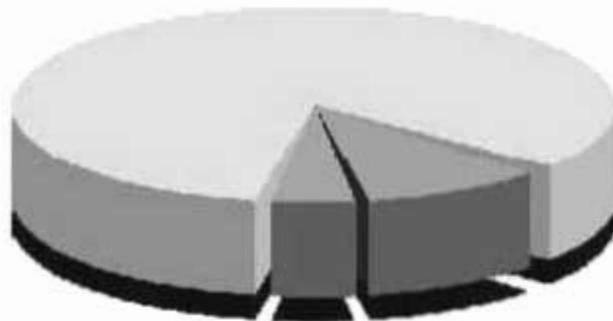
6.-¿Cómo crees que debería ser su difusión?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



Para determinar que porcentaje de las personas encuestadas conocen los juegos y deportes autóctonos y tradicionales del estado de Michoacán, se formuló la pregunta número uno, para continuar con la número dos que indicaría las posibles causas por las que no se conocen dichos juegos y deportes; la pregunta número tres indicaría cuáles son medios por los que los encuestados se han enterado de la existencia de los juegos, la número cuatro especificaría que sería interesante para el encuestado conocer acerca de los juegos y deportes, y en las preguntas número cinco y seis se pretendió establecer si a la gente le gustaría tener un mayor conocimiento del tema y de qué manera.



70 % no conocen los juegos

20% conocen solo algunas modalidades

10% solo conocen un juego

Es así que se llegó a la siguiente fase, que sería la del proceso de diseño de la campaña de promoción y difusión; para lo cual se necesitaron los siguientes recursos:

**Humanos.-**

El diseñador y comunicador visual.

El apoyo de la Asociación de juegos y deportes autóctonos y tradicionales de Michoacán A. C. (Para la recopilación de la información, así como para el apoyo económico para la posterior realización del proyecto.

Los asesores de este proyecto de tesis.

**Materiales y de diseño.-**

Computadora, Software de diseño,

Escáner, Cámara fotográfica,

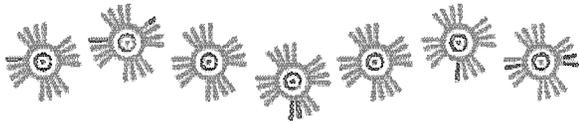
Impresoras (chorro de tinta, láser y offset),

Tintas para la impresora,

Lápices, Colores, Papel, Punto, Línea, Textura,

Forma, Formato, Retoque fotográfico, etc.



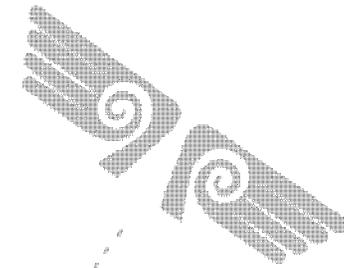


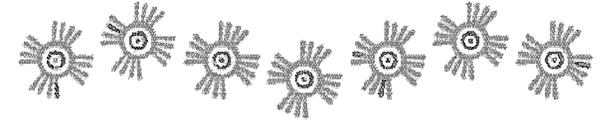
### Los enfoques:

**Conceptual;** se pretende crear una imagen general del proyecto que refleje las costumbres y tradiciones en cuanto a juegos y deportes autóctonos y tradicionales del estado de Michoacán, basada en conceptos muy propios de dichos juegos, tal es el caso del uso del color, las formas, las texturas etc.

**Expresivo;** lo que se pretendió fue trabajar con base en ideas un tanto complejas. Sin embargo, manejarlas de tal forma que éstas fueran entendibles y pertinentes para el público meta, para esto se utilizaron herramientas como la fotografía, estilización e iconografía o símbolos P'urhépechas. Se utilizó también la tipografía, para ayudar a que la idea fuera más clara.

**Funcional;** esto se refiere a la reproducción de las diferentes aplicaciones de la campaña; y para éste procedimiento se pensó en la opción de selección de color para los carteles, postales, separadores de libros, gafetes y envoltura para las playeras. En cuanto a los anuncios de prensa se pensó en realizarlos a 2 ó 3 tintas para bajar los costos, Para los artículos de colección como las playeras por ejemplo, se pensó en realizar los estampados en serigrafía o calcomanías de plancha. Para las tazas y llaveros la impresión también será en calcomanía de selección de color.





# Introducción

El diseño y la comunicación visual es una herramienta muy importante para las sociedades del mundo, pues ayuda a solucionar problemas de comunicación, persuadiendo y creando actitudes. Esta disciplina representa un sin fin de ventajas para quien emite el mensaje; sin embargo, cualquier información mal enfocada puede llegar a tener consecuencias muy lamentables que recaen en los integrantes de cualquier sociedad; por tal motivo es importante tener un estudio previo que permita al diseñador obtener referencias del problema para así estudiarlo, y analizar la mejor solución gráfica.

El estudio que se realizó en torno de los juegos y deportes autóctonos y tradicionales del estado de Michoacán no solo abarcó al estado mismo, sino que también se obtuvieron datos de dichos juegos y deportes en otros estados de la república mexicana, tales como Zacatecas y Guerrero y, ciudades como el Distrito Federal y Cancún, por medio de la internet. El objetivo general de recaudar toda esta información fue obtener tantos elementos como fuera posible, para tener un mayor margen de conocimiento del tema y emprender el proceso de diseño, no sin antes reafirmar que existe un marcado desconocimiento del tema en la población en general del estado de Michoacán; es de esta forma que se llegó a la solución de crear una campaña de promoción y difusión de dichos juegos y deportes, pues de seguir dejando pasar de largo el problema de desconocimiento de las tradiciones y costumbres de nuestro pueblo, éstas terminarán por olvidarse y con esto se pierde parte importante de nuestra cultura. Para la ya mencionada campaña se pretende realizar aplicaciones impresas en su periodo de introducción; esto, con la finalidad de primero bombardear al público meta (jóvenes de 15 a 35 años) con carteles, volantes, flyers y artículos de promoción, tales como tazas, postales, playeras y llaveros.



# Proceso de diseño

Para dar inicio a este proyecto se comenzó por diseñar la imagen global de la campaña, es decir, un logotipo que cumpliera con las características necesarias para su buen funcionamiento: originalidad, creatividad, funcionalidad, pregnancia, simbolismo, estética y dinamismo.

Para realizar la imagen de la campaña se realizó un proceso básico de conceptualización, basado en elementos que representaran, identificaran o tuviesen de alguna forma una relación con los juegos y deportes autóctonos y tradicionales del estado de Michoacán; a diferencia del nombre de la campaña (que ya existía y se retomó).

Imágenes:

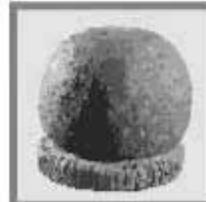
Pelota

Bastón (de juego)

Jugador

Fuego

Papel picado (con motivos de los juegos y deportes)





Las imágenes anteriormente mencionadas se presentaron gráficamente apoyados por el texto “por el orgullo de conservar las tradiciones P’urhépechas”, se jugó con este eslogan y con los gráficos hasta llegar al más adecuado para la campaña.



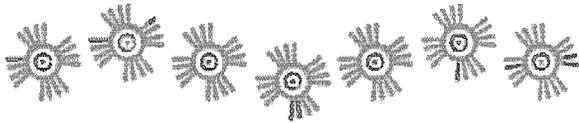
 Por el Orgullo de conservar las tradiciones P’urhépechas

 Por el Orgullo de conservar las tradiciones P’urhépechas

 Por el Orgullo de conservar las tradiciones P’urhépechas

 Por el Orgullo de conservar las tradiciones P’urhépechas

 Por el Orgullo de conservar las tradiciones P’urhépechas



Para la tipografía que acompaña al logotipo se buscaron varias opciones y acomodados, con el fin de elegir la que se adecuara a las necesidades del logotipo. Ésta se decidió con base en sus características (que connotan tradición) y su buena legibilidad. Se optó por utilizar la familia tipográfica Papyrus LET, en light y bold. Se realizaron varias opciones con estas características y con el puntaje (tamaño) para lograr un juego de palabras dentro del mismo logotipo, (Por el Orgullo de conservar las tradiciones P'urhépechas).

Papyrus Let

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Por el **orgullo** de conservar  
las tradiciones **P'urhépecha**

Por el **orgullo** de conservar  
las tradiciones **P'urhépecha**

“ Por el orgullo de conservar  
las tradiciones P'urhépechas “

Por el Orgullo de conservar  
las tradiciones P'urhépechas

Por el Orgullo de conservar  
las tradiciones P'urhépechas

Por el Orgullo de conservar  
las tradiciones P'urhépechas

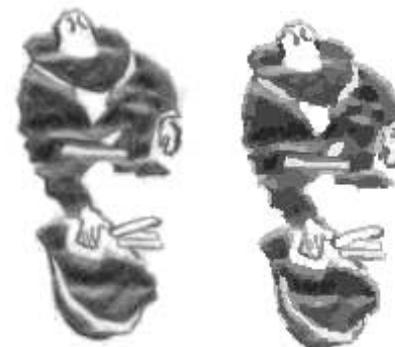


Por el Orgullo de conservar  
las tradiciones P'urhépechas

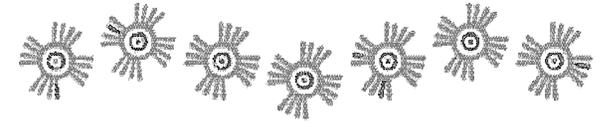


# Estilizaciones

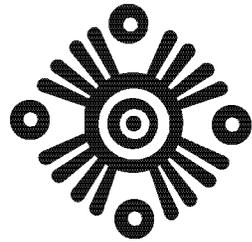




Se realizaron estilizaciones en papel albanero y a lápiz, para cada uno de los juegos y deportes con base en una imagen real. Se les dio el acabado final y color con la ayuda de la computadora.



# Los iconos



Decoración. (Estilización):  
representa el sol y las estrellas.



Ave. (Estilización): representa  
el sol de los dioses del cielo.



Decoración. (Estilización):  
representación del fuego.



Alas. (estilización): simbolizan  
el vuelo.



Coyote. (Estilización): de la región  
de tierra caliente.

Como parte del diseño de la campaña se buscaron iconos P'urhépechas que representaran los juegos y deportes dado su lugar de origen o su función. Cada uno de los iconos es representativo de el área donde éstos tienen lugar. Esto con el fin de resaltar aun más el enfoque de tradición que se pretende para dicho proyecto.



Manual de identidad gráfica



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**

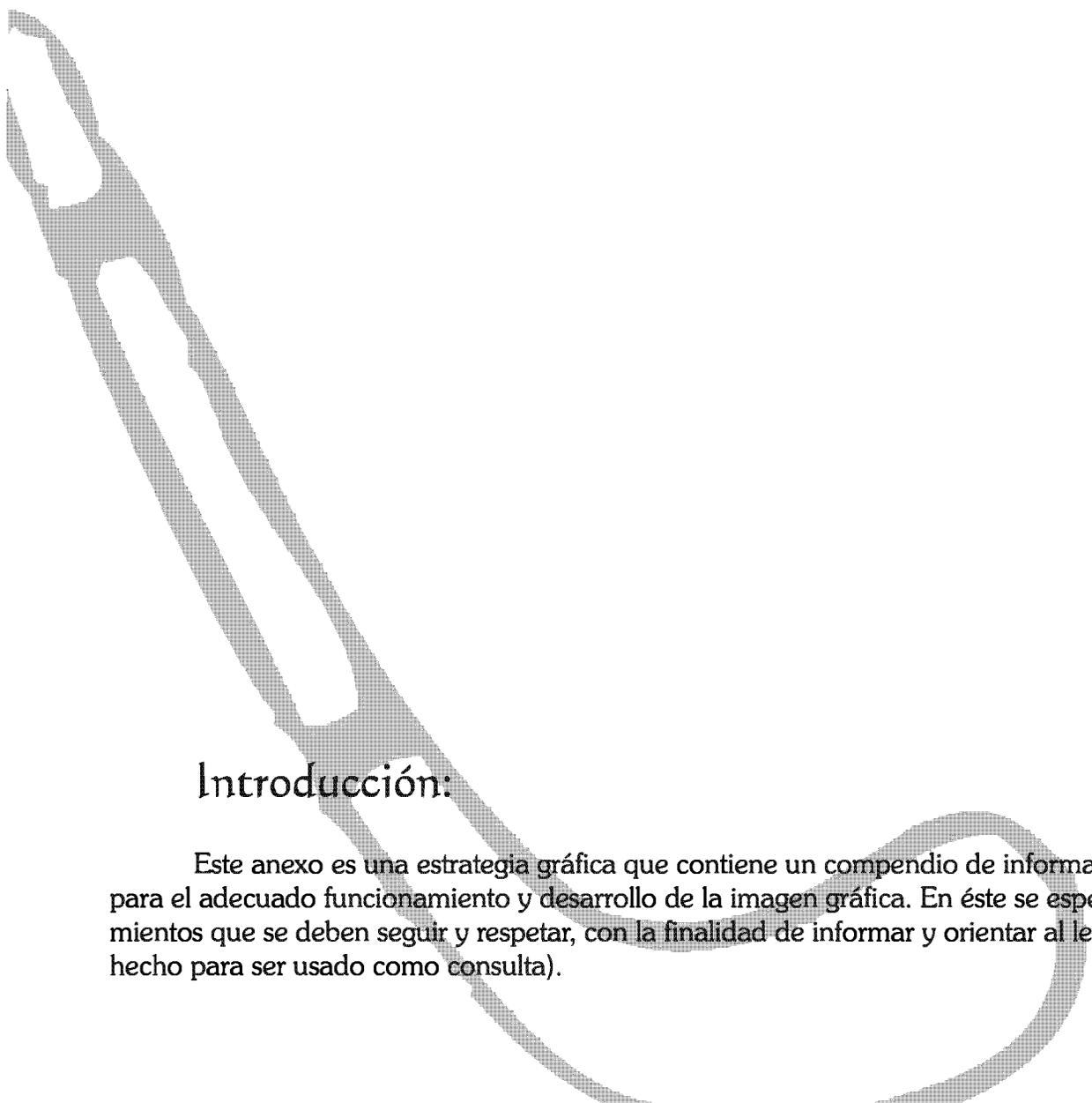


**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

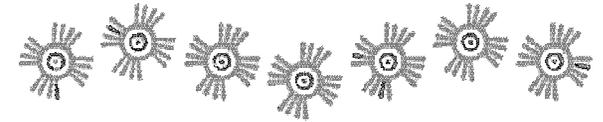
Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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

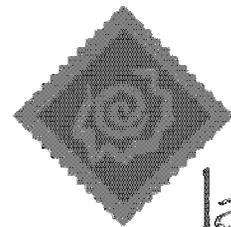


## Introducción:

Este anexo es una estrategia gráfica que contiene un compendio de información, datos y conocimientos útiles para el adecuado funcionamiento y desarrollo de la imagen gráfica. En éste se especifican los parámetros y lineamientos que se deben seguir y respetar, con la finalidad de informar y orientar al lector. Este medio gráfico está hecho para ser usado como consulta).



## Imagen Gráfica



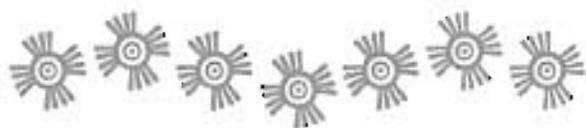
# Por el Orgullo de conservar las tradiciones P'urhépechas

La imagen gráfica surge de extraer la esencia de algo real, y percibirlo a través del sentido visual, llevando al objeto a formas básicas, tomando en cuenta la legibilidad y la función de distinguir e identificar dichos elementos.

La imagen gráfica “Por el Orgullo de conservar las tradiciones P'urhépechas” comprende los siguientes elementos:

- una pelota encendida estilizada
- la forma de un papel picado (como fondo para la pelota)
- el texto, compuesto por la familia tipográfica Papyrus LET.

El logotipo es parte indispensable para la campaña, pues servirá como hilo conductor de la misma; con éste se pretende unificar los juegos y deportes en un solo icono y con el eslogan que la Asociación ha venido utilizando en algunas aplicaciones anteriores (“por el orgullo de conservar las tradiciones P'urhépechas”). Dado que la pelota es un objeto muy utilizado en los juegos y deportes de esta campaña, se decidió utilizarla como logosímbolo.



## Color

Dado que el color es un elemento esencial para cualquier diseño (pues éste puede expresar un sin fin de emociones, persuadir, impactar, informar, inducir e incitar al público meta al objetivo que se persigue en la campaña) se decidió utilizar tres colores institucionales, (haciendo un previo estudio sobre cuáles eran los más utilizados en los torneos), los cuales, al estar unidos, parecieran como muchas voces gritando a la vez, es decir que llaman mucho la atención tanto por su disposición física como por su tonalidad; y habiendo realizado un previo estudio acerca de la psicología del color es que se llegó a la elección de los mismos.

Cabe mencionar que para la imagen gráfica de la campaña “Por el Orgullo de conservar las tradiciones P’urhépechas”, además de los tres colores institucionales ya mencionados, estos podrán intercambiar su disposición física de acuerdo con la aplicación que se realice.



Por el Orgullo de conservar  
las tradiciones P’urhépechas



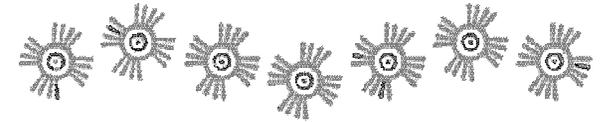
PANTONE 165 CVC.  
Naranja C-0, M-60, Y-100, K-0.



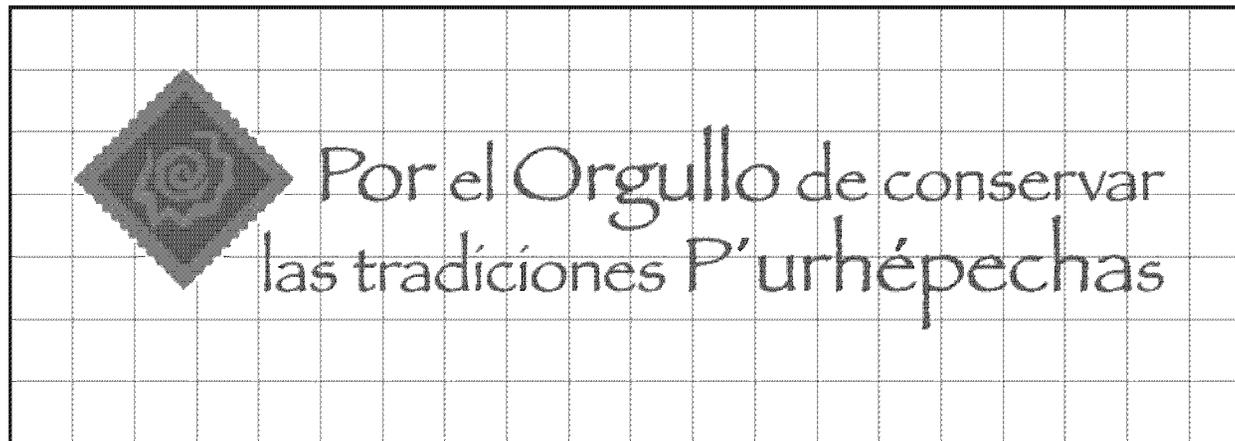
PANTONE Rhodamine Red CVC.  
C-6, M-100, Y-0, K-0.



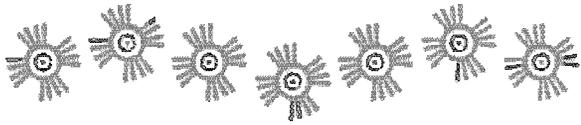
PANTONE Violet CVC.  
C-94, M-91, Y-0, K-0.



## Diagrama constructivo



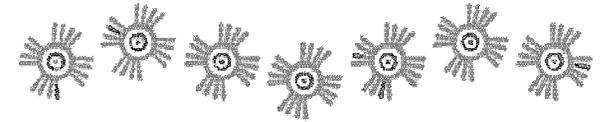
Por medio de esta retícula se indica la proporción que los elementos deben guardar entre sí. Con la debida utilización se podrá facilitar el trazo y reproducción del logo-símbolo sin que se distorsione, los módulos en que se encuentra están creados a proporción (1cm. x módulo).



## Matriz lineal



En este diagrama se presenta la manera correcta de cómo se constituye el logo-símbolo, auxiliándose de la retícula de la página anterior. Así se puede apreciar en línea lo que siempre aparecerá en color.



## Tipografía institucional

### Papyrus Let

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

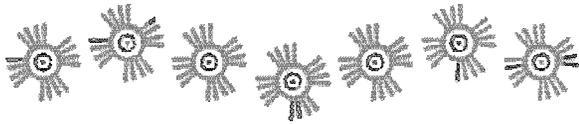
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

La familia tipográfica elegida como institucional para la imagen de la campaña “Por el Orgullo de conservar las tradiciones P´urhépechas” es:

Papyrus LET

Esta fuente fue seleccionada, debido a las características que presenta como; las terminaciones, impacto y presencia, ya que sin ser una tipografía formal si puede llegar a ser muy institucional. El contraste entre sus trazos extendidos y delgados y su forma física carcomida hace referencia al paso del tiempo en ella. Por lo tanto, da la connotación y denotación de tradición que se buscaba.

Cabe mencionar que el texto (eslogan) siempre se utilizará en altas y bajas, “Por” - (siempre altas, bajas y en negrita), “el” - (siempre bajas), “Orgullo” - (siempre altas, bajas y negrita), “de conservar las tradiciones” - (siempre bajas), “P´urhépechas” - (siempre altas, bajas y negrita). Además del puntaje que siempre deberá ser el mismo ya sea que se agrande o reduzca será a proporción, para el caso de las palabras; Por, Orgullo y P´urhépecha son seis puntos más grandes que el resto del texto y van en negritas; con esta estrategia se realizó el juego de palabras que se pretendía dentro del mismo logo-símbolo.



## Tipografías complementarias

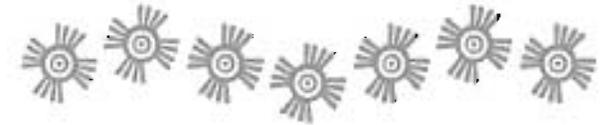
Calligraph 421 BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Calligraph 421 BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Aquí se muestran las tipografías complementarias con la imagen y la campaña. Las fuentes mencionadas son aplicaciones para posibles aplicaciones específicas de publicidad como volantes, carteles, anuncios en revistas, periódicos, artículos promocionales, etc. En caso de utilizar otras fuentes ajenas a las mencionadas, queda a criterio y creatividad del diseñador, siempre y cuando no se pierda la idea u objetivo principal.



## Logotipo a color

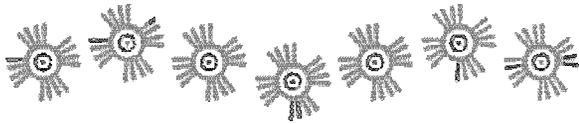


	PANTONE 165 CVC. Naranja C-0, M-60, Y-100, K-0.
	PANTONE Rhodamine Red CVC. C-6, M-100, Y-0, K-0.
	PANTONE Violet CVC. C-94, M-91, Y-0, K-0.

Los colores institucionales de la imagen gráfica “Por el Orgullo de conservar las tradiciones P’urhépechas” son:

- PANTONE 165 CVC. Naranja C-0, M-60, Y-100, K-0.
- PANTONE Rhodamine Red CVC. C-6, M-100, Y-0, K-0.
- PANTONE Violet CVC. C-94, M-91, Y-0, K-0.

Nota: debido a la versatilidad y dinamismo que mostrarán las aplicaciones de la imagen en la campaña, los colores tendrán varias modificaciones, con la finalidad de lograr un mayor impacto visual dependiendo del fondo y las necesidades de la aplicación en que se encuentre, es decir que se utilizarán los mismos colores institucionales, pero intercambiarán su posición dentro del logotipo, si la aplicación así lo amerita.



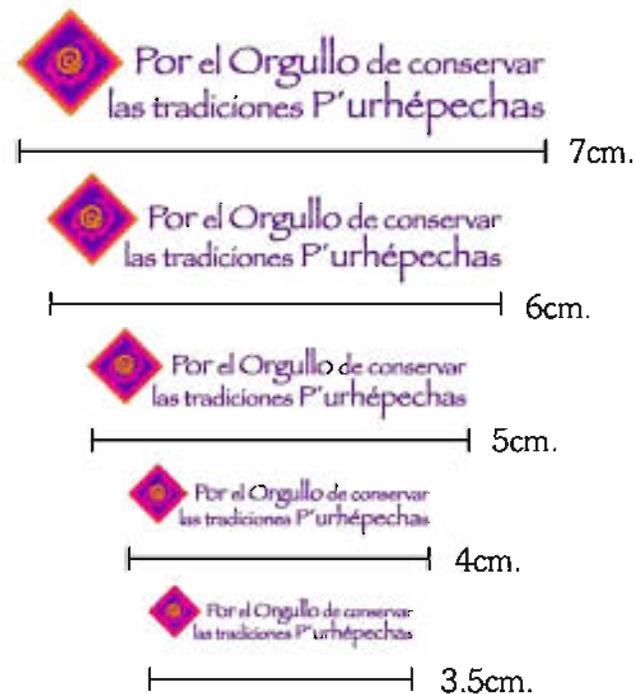
Logotipo en blanco y negro



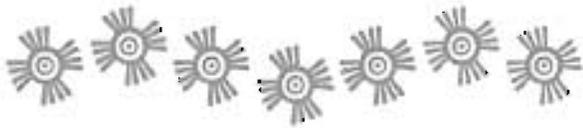
Para algunas aplicaciones y algunos medios de impresión como lo es la serigrafía es necesario que la imagen gráfica de la campaña se realice en blanco y negro (es decir, positivo y negativo) para así tener un mejor control de dicha imagen antes de que se haga cualquier uso de ella.



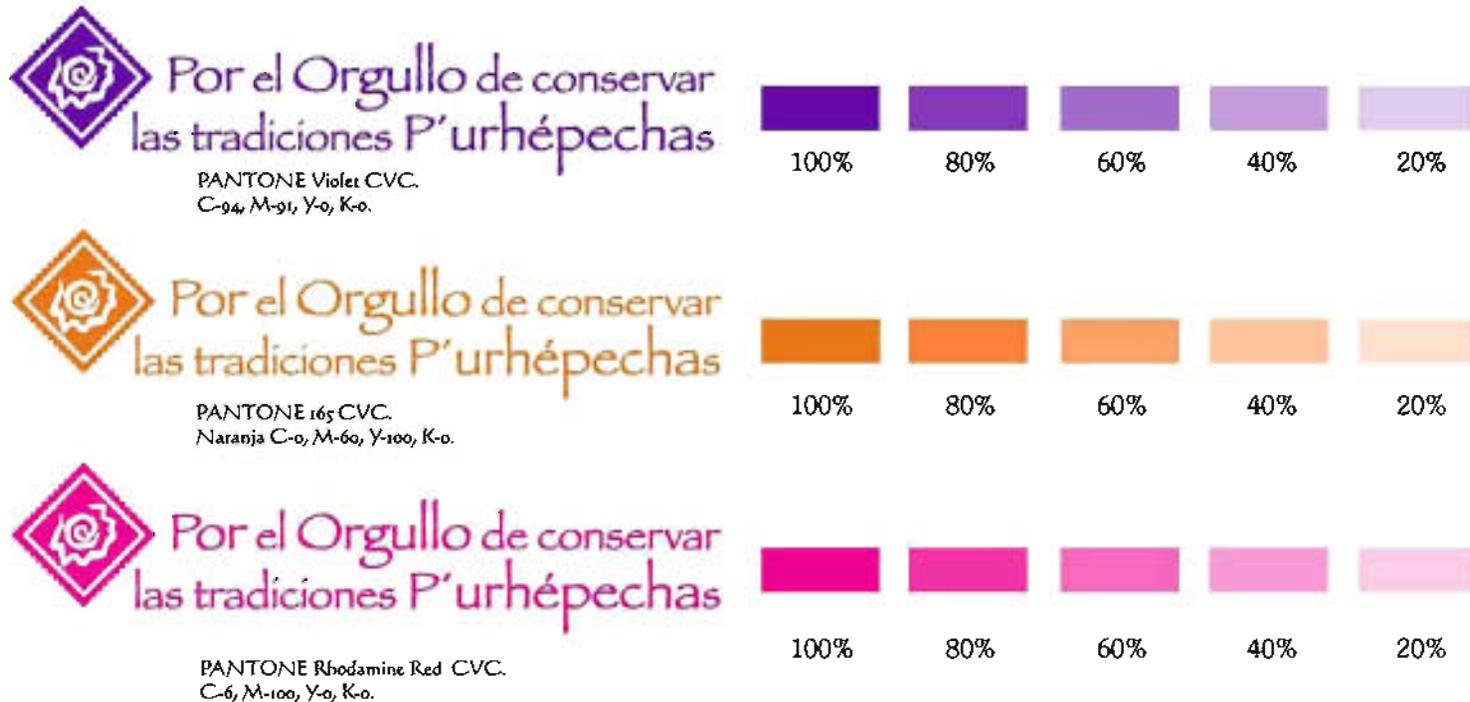
## Escala de reproducción mínima



Toda la imagen gráfica es sometida a la reducción mínima de un logotipo, que generalmente es de 3.5cm a 3cm. Es por eso que al crear dicha imagen para la campaña, se tomó en cuenta este factor como requerimiento indispensable. Aquí se muestra la imagen de la campaña reducida al mínimo, y algunos tamaños que generalmente son utilizados para aplicaciones promocionales o utilitarias.



## Logotipo a una sola tinta



Cuando un logotipo o imagen gráfica debe ser impresa a una sola tinta, por cuestiones de economía o estética, por el uso del papel o simplemente por el sistema de reproducción, es recomendable hacer uso de diferentes tonalidades, que se obtienen degradando cualquiera de los colores, ya que gracias a este recurso se puede lograr la apariencia de haber aplicado varias tintas. Aquí se muestra la imagen a una sola tinta y solo se tendrán que invertir los colores en caso de que la superficie donde se ubicará así lo amerite.



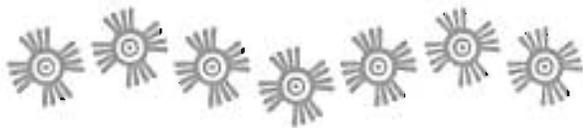
## Modificaciones de color



Original



Debido a la versatilidad y dinamismo que se mostrará en las aplicaciones de la campaña, aquí se muestran algunas posibles variantes de color, de las que se podrá hacer uso para cualquier tipo de aplicación, pero sólo de ser estrictamente necesario pues se debe tener cuidado en la primera etapa de la campaña, pues éste es el periodo de introducción y reconocimiento de la misma.



Cabe mencionar que todas las opciones de color que aquí se muestran son variantes de los tres colores institucionales del logotipo.



## Logotipo en fondo de color



Pantone 575 CVC



Pantone Rhodamine red CVC



Pantone 301 CVC



Pantone 2768 CVC

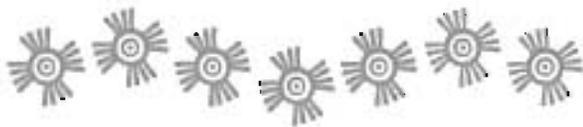


Pantone Violet CVC



Pantone 130 CVC

Es muy común que el logotipo se aplique en fondos de color, es por ello que aquí se muestran algunas opciones y cómo se intercambian los colores para que éste resalte según el fondo. Además, hay que tomar en cuenta que se busca que éste se base en el contraste y la armonía, así que siempre se debe buscar que en su aplicación se obtenga cualquiera de estas dos características. Es importante que el logosímbolo siempre lleve un contorno blanco para que resalte y no se confundan los colores.



## Aplicaciones incorrectas del logotipo



Para que esta imagen llegue a tener una uniformidad y crecimiento, es importante conocer lo que no se debe hacer con ella, es decir que no se deben alterar sus elementos, (tipografía, acomodo o tamaño del logo-símbolo, etc).

Campana



Universidad Nacional  
Autónoma de México

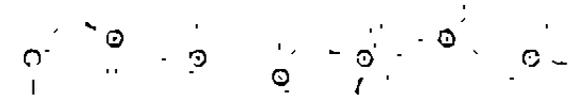


**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**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.



# Diseño de la campaña

A continuación veremos cómo el proyecto fue tomando su forma física, pues lo que se pretende es que, por medio de éste, se difundan y promuevan los juegos y deportes autóctonos y tradicionales del estado de Michoacán; para lograr los objetivos anteriormente planteados y, con base en las investigaciones realizadas, se utilizaron colores muy representativos de la región y dado que los carteles en esta campaña serán utilizados como la aplicación principal, con base en el diseño de éstos se realizaron las demás aplicaciones.

Para dar a la campaña un sentido aún más de tradición se analizaron varias opciones de papel para su reproducción y se determinó la utilización del papel kraft satinado pues, con el medio de impresión que se eligió (offset), se obtienen resultados muy favorecedores para dar continuidad con el sentido autóctono que se le quiere dar al proyecto. El utilizar este tipo de papel es la primera opción; sin embargo, también se podrá imprimir sobre fondo blanco en caso de ser estrictamente necesario. La colocación de los carteles se hará en establecimientos, en delegaciones de turismo así como en las calles de las principales ciudades de la región, pero principalmente en Uruapan; esto, para dar inicio a la primera etapa de la campaña.

Se pretende que las demás aplicaciones se puedan vender en los eventos o en establecimientos que se dediquen a la venta de productos artesanales, con el fin de ayudar a recaudar fondos para que los torneos y demostraciones se sigan realizando.

Los parámetros utilizados en el diseño de la campaña en general se basan en los mismos que se utilizaron en el logotipo, en los que se buscó tradición, colorido, impacto visual, estética y funcionalidad.



# La campaña

La campaña estatal “Por el Orgullo de conservar las tradiciones P´urhépechas”, es creada bajo el concepto de tradición principalmente, cuya finalidad principal es preservar parte importante de la cultura del pueblo P´urhépecha, ya que ésta es parte del acervo cultural de la nación. Con esta campaña se persigue también el objetivo de atraer e invitar a los niños y jóvenes a que se integren o formen equipos de dichos juegos y deportes.



La manera de resolver la campaña fue crear una imagen atractiva y agradablemente visual de los juegos y deportes autóctonos y tradicionales de Michoacán, para lo cuál se comenzó por la creación de iconografía basada en motivos P´urhépechas que hicieran referencia de cada una de las ocho diferentes modalidades de los juegos y deportes; para así crear una identidad propia de cada una de ellas, las cuales con el paso del tiempo pueden llegar a sufrir cambios pero sin perder su esencia; dicha iconografía fue colocada de manera original y creativa en todas las aplicaciones; el objetivo primordial de esta estrategia fue exaltar la cultura P´urhépecha, colocando parte de la identidad nacional en un punto muy elevado.

Para alcanzar dicho objetivo se requiere de una campaña a largo plazo, ya que no es posible que de la noche a la mañana los ya mencionados juegos y deportes se den a conocer entre quienes no los conocen y menos que se integren a ellos; es por ello que se propone una campaña que, además de ser visualmente muy atra-





## Planeación, objetivos y estrategia de medios

De la relación de los conceptos; juegos, deportes, tradiciones y costumbres, palabras clave que con el concepto de la mexicanidad se desarrolló toda la campaña teniendo como eslogan principal “Por el Orgullo de conservar las tradiciones P´urhépechas”; éste fue elegido ya que se pensó en una corta frase que pudiera representar la esencia del objetivo general, además de que es un texto que ya había sido utilizado por la Asociación en ocasiones anteriores, pero con un mal tratamiento de diseño.

Un sentido nacional con un toque de modernidad es pues sin duda las piezas claves para el desarrollo de ésta campaña, ya que es importante rescatar como creativos la esencia de nuestra cultura sin perder el alma de lo que son los juegos y deportes lo cual se cuidará como primordialidad.

Hipótesis: Los jóvenes michoacanos desean que las costumbres y tradiciones de su estado prevalezcan y, con ello, aumentar el nivel cultural.

Teniendo como base los resultados del estudio de mercado se planteó una estrategia publicitaria de manera sencilla pero eficiente, teniendo como pilar la utilización de los medios más favorecidos por el mercado meta; éstos son la televisión, el radio, la Internet y la publicidad externa (carteles, anuncios de prensa local, anuncios espectaculares, lonas y bardas, además artículos de





Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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



colección como playeras, postales, separadores para libros, paliacates, gafetes, llaveros y tazas); de los cuales se eligieron sólo algunas opciones para la primer etapa de la campaña por las limitantes económicas, Sin embargo, los medios restantes se pretende utilizarlos en la segunda etapa (de reforzamiento) de la misma.

A continuación se explica la estrategia a seguir con cada uno de los medios elegidos para la primera etapa:

La campaña iniciará con los carteles. Esto con el fin de que el target empiece a identificar y comentar los resultados de la campaña. Esta fase tendrá una duración aproximada de seis meses. Para dar paso a la siguiente fase (que será la publicidad de prensa para invitar a la gente a que asista a los torneos que se vayan realizando, una vez que el público haya identificado y reconocido dicha publicidad), se dará paso a los artículos de colección; ésta fase durará un promedio de siete meses, pero se intercalara en tiempos con la anterior y posterior, con el objetivo de fortalecer la campaña Y dar paso a la última etapa que es la aparición de las lonas en exteriores, las que acabarán de definir y reforzar los objetivos de la campaña. Esta fase será la más corta y cerrará el ciclo con el que se dará comienzo a la nueva etapa de actualización. Cabe mencionar que parte de la imagen gráfica a utilizar en el periodo de actualización, se retomará para el rediseño de ésta; para continuar con la siguiente que será una campaña de reforzamiento.

**Prensa:** los anuncios de prensa serán una extensión del diseño de



los carteles, por lo que tendrán un aspecto similar que los apoye de manera rotunda. Estos serán puestos en las revistas de principal circulación de la ciudad que estén dirigidas al público meta y se extenderán a todo el estado, dependiendo del presupuesto y conforme el público vaya aceptando la campaña.

**Publicidad externa:** Ésta es dirigida a un público más variado, ya que encontrará su foro en las zonas urbanas de las principales ciudades del estado, como Uruapan, Morelia, Patzcuaro, Lázaro Cárdenas, etc... La personalidad de las lonas y carteles deberá ser un refuerzo para toda la campaña; su duración aproximada será de 9 meses.

**Medios de apoyo:** o artículos de colección como son las playeras, tazas, gafetes, llaveros, postales y separadores de libros, son de gran importancia para el fortalecimiento de la campaña pues, además de fungir como promotores y difusores de los juegos y deportes, se propusieron como artículos que se podrán vender para la recaudación de fondos para que la Asociación pueda seguir apoyando al desarrollo de la campaña. Cabe mencionar que se pretende distribuir dichos artículos en tiendas dedicadas a la venta de artesanías en las ya mencionadas principales ciudades del estado de Michoacán.





Manual de campaña



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**

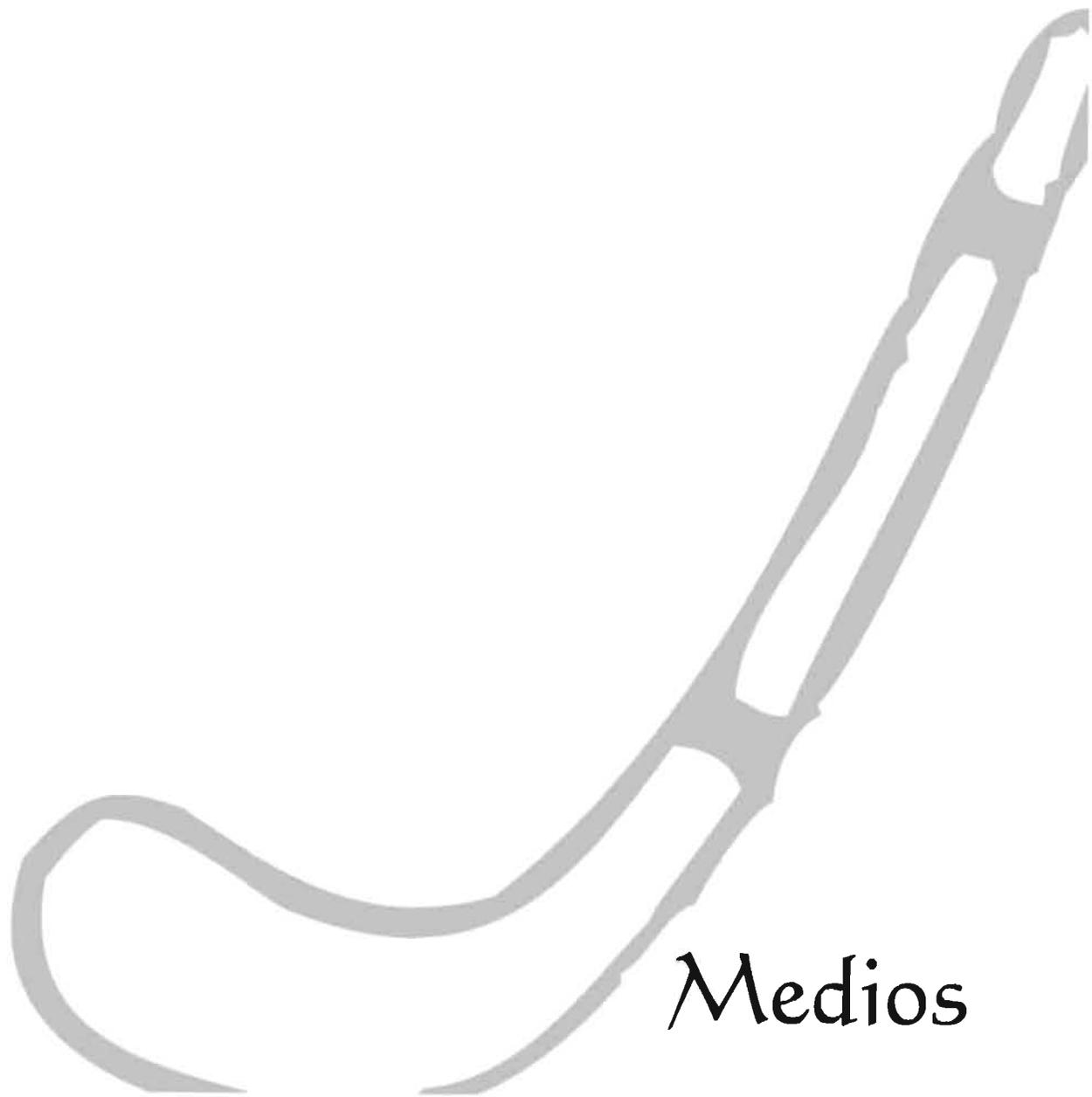


**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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



Medios



# Programación y duración de medios

La programación sirve para dar la pauta y controlar la vida de la campaña estableciendo en que etapa iniciara la introducción de cada uno de los medios y cuando finalizan para dar paso al siguiente. En este caso se propone iniciar la campaña con los carteles y prensa porque es la parte fuerte con que se dará a conocer, mientras que en el desarrollo de la misma los medios de apoyo son las playeras, postales, separadores, llaveros, tazas, gafetes y calcomanías. Y para la culminación y como parte de la estrategia de para lograr permanencia se prepusieron las lonas.

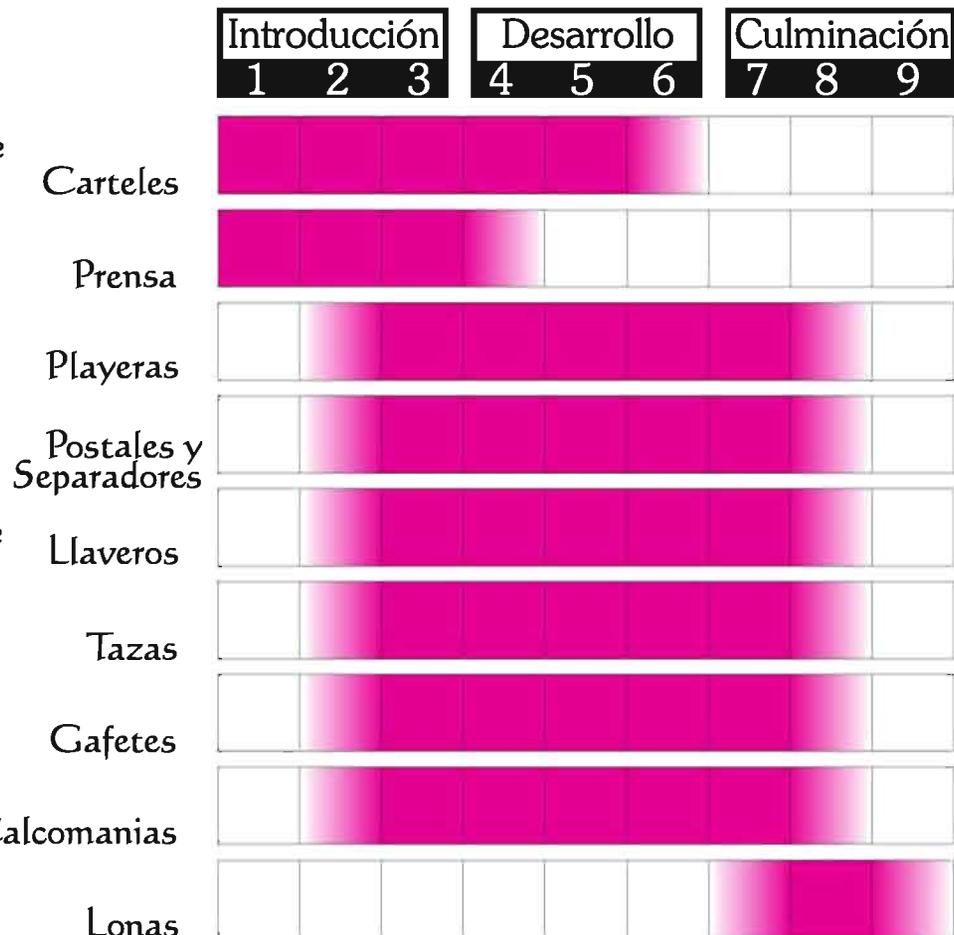
Nota:



Menor intensidad de color: se disminuye la publicidad.



Mayor intensidad de color: aumenta el bombardeo publicitario.



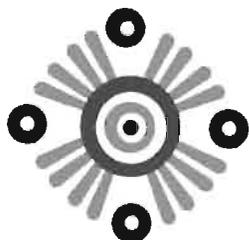


# Aplicaciones

## Carteles:

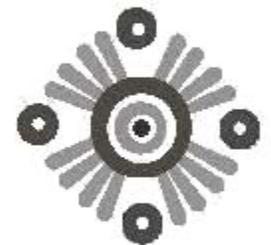
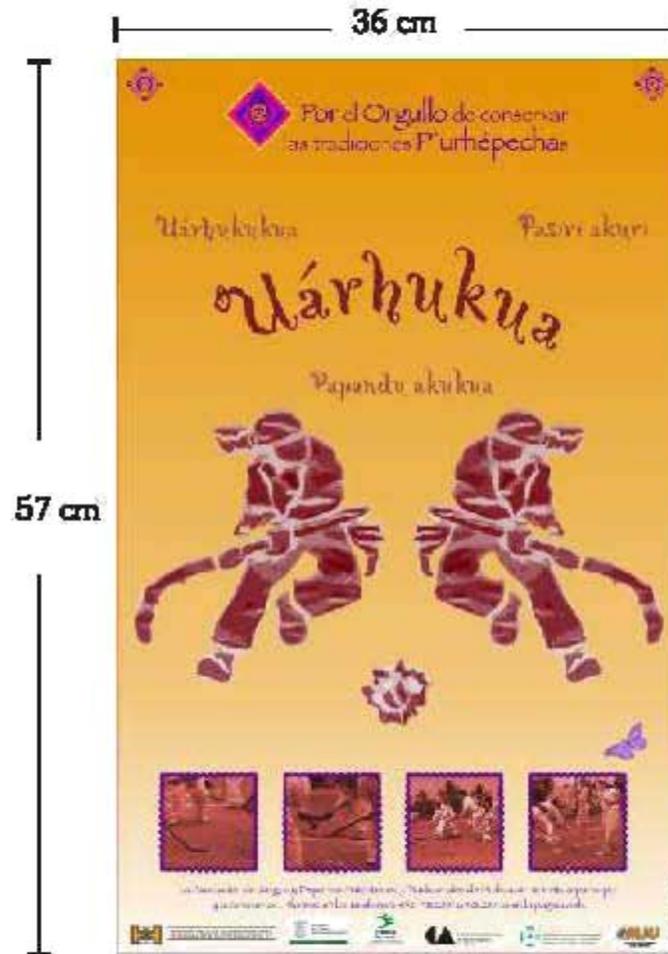
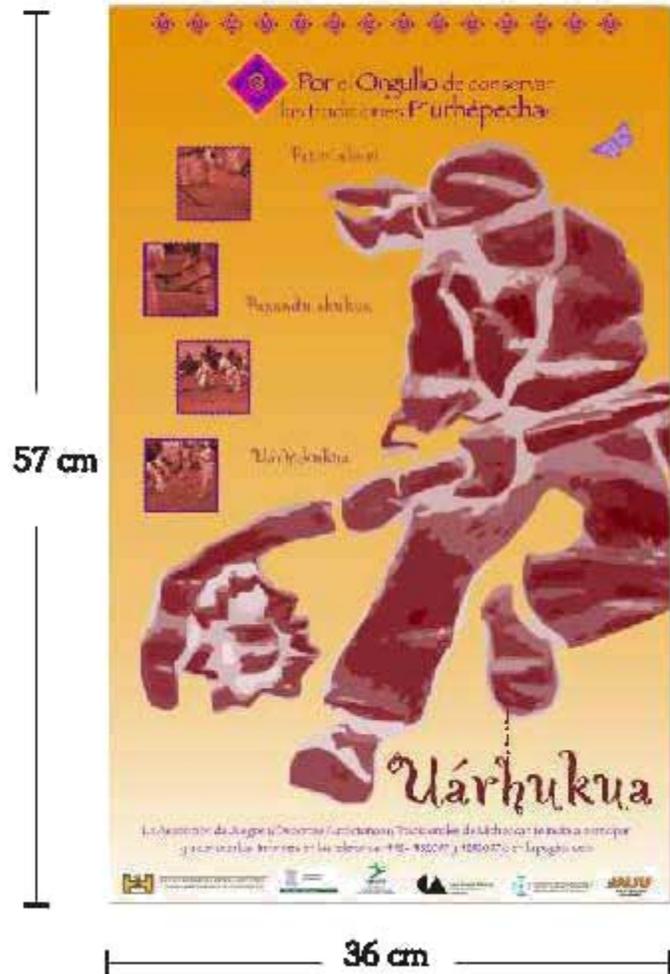
Éstos son el punto clave de donde se desprende la campaña. Son propuestos en un formato de 36cm de ancho por 57cm de largo. El tamaño fue pensado en la idea de que tenían que ser imponentes para el espectador. Su formato es vertical. El diseño de los carteles, como ya se mencionó con anterioridad, da la pauta para todas las demás aplicaciones. Se eligieron colores muy tradicionales de la región, vivos y fuertes, para captar la atención del receptor. Dichos carteles van acompañados por el logotipo, de tal forma que éste fuera muy perceptible; también se ubicaron los iconos específicos para cada uno de los juegos y deportes a manera de grecas y solos en algunas opciones. También se encuentran en los carteles los logotipos de los posibles colaboradores (organizaciones sociales deportivas y privadas) de dicha campaña y los datos necesarios para que el espectador pueda obtener mayor información acerca del tema. Se realizaron estilizaciones para cada uno de los juegos y deportes con base en fotografías de los mismos y para una mayor comprensión y realismo, se eligieron cuatro imágenes (fotos) que se muestran también en dichas aplicaciones; además, se encuentra el nombre de cada una de las modalidades en su dialecto original (P'urhépecha) y en español, para que sean identificados por el público meta. Dado el tiempo propuesto de vida de esta campaña se propusieron cuatro opciones de cartel de cada uno de los juegos para sus diferentes etapas, pero conservando el mismo estilo e hilo conductor.

**Tipo de Impresión:** papel kraft sena, couche de 135g ó lustrolito brillante, en selección a color.

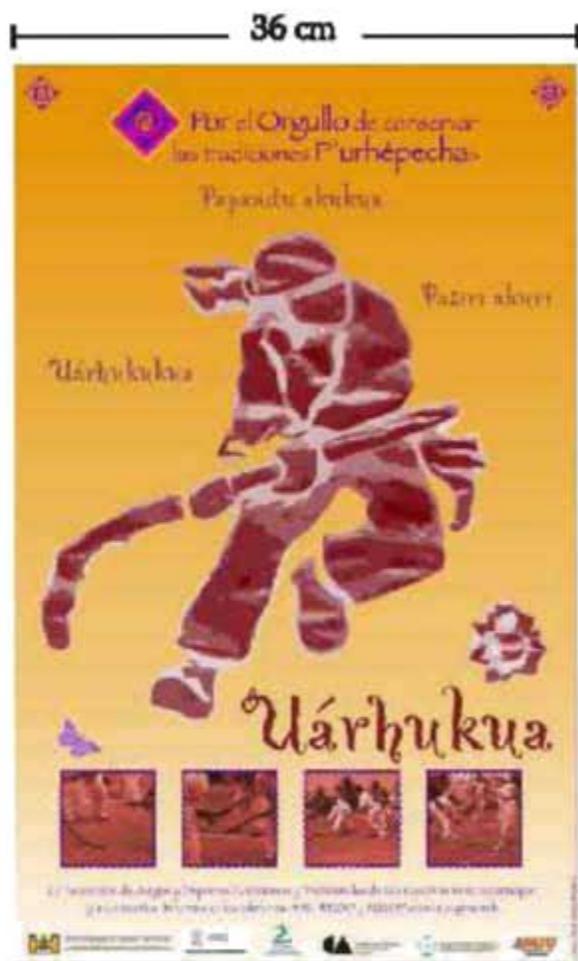




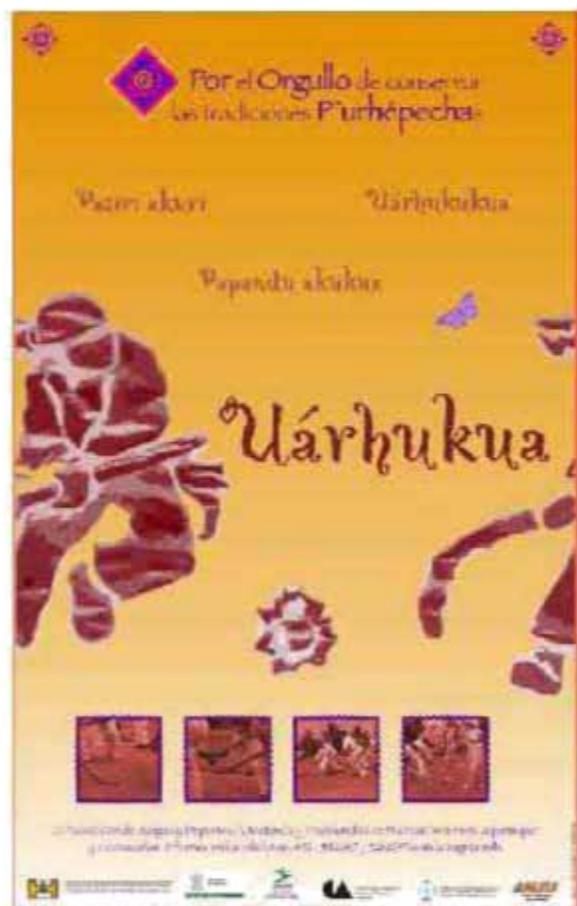
## Carteles de Uárhukua



Opciones No 1 y 2



57 cm



57 cm

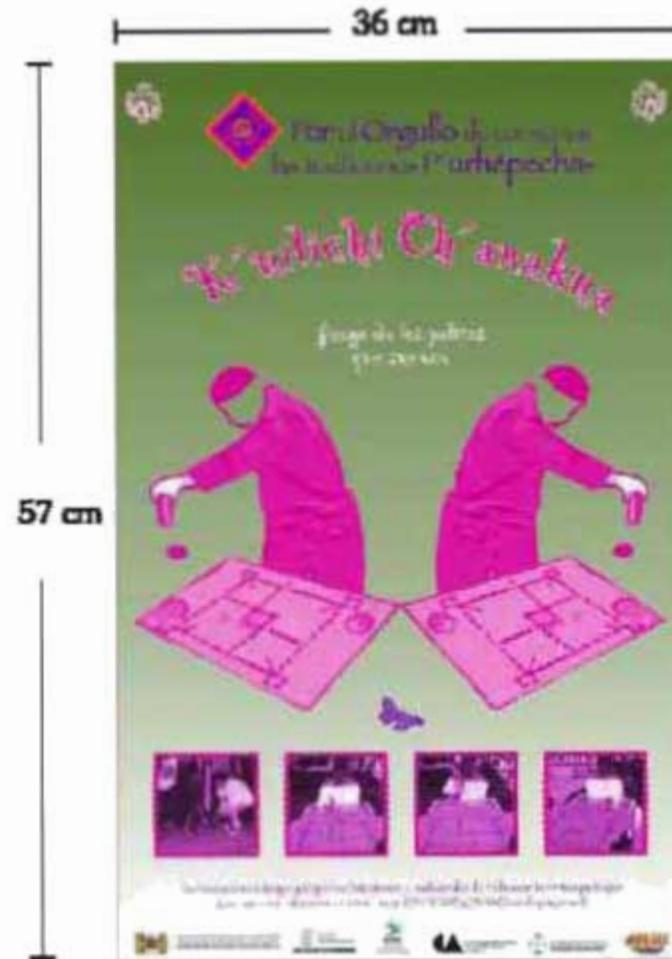
36 cm



Opciones No 3 y 4



## Carteles de K'uilichi Ch'anakua



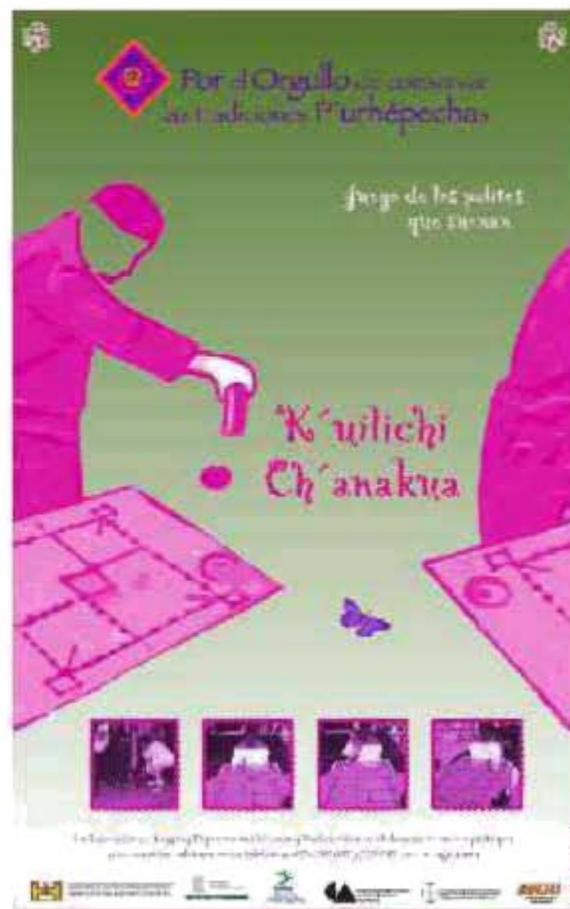
Opciones No 1 y 2



57 cm



Opciones No. 3 y 4

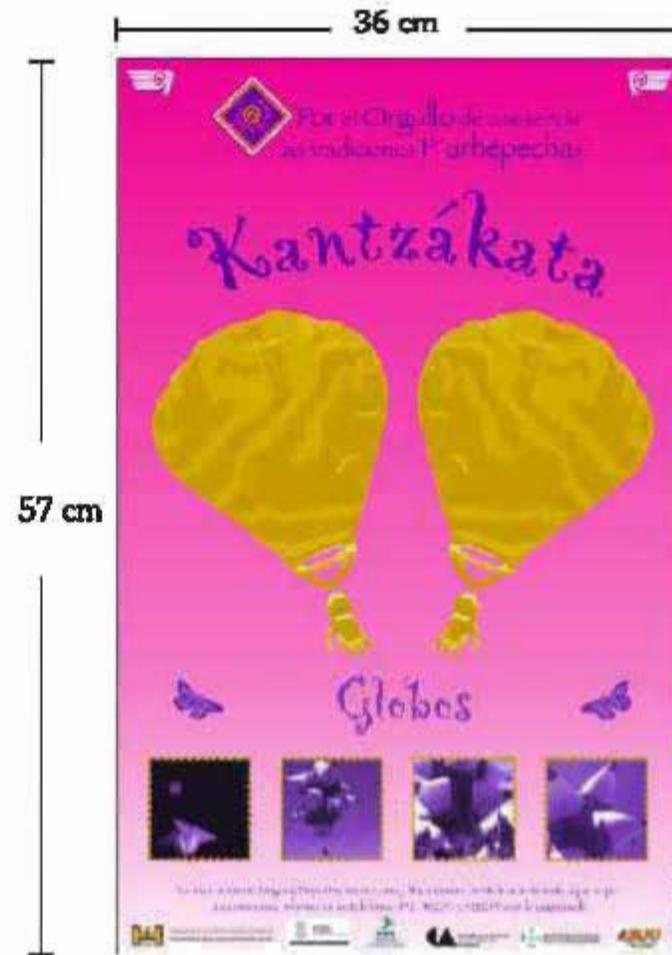
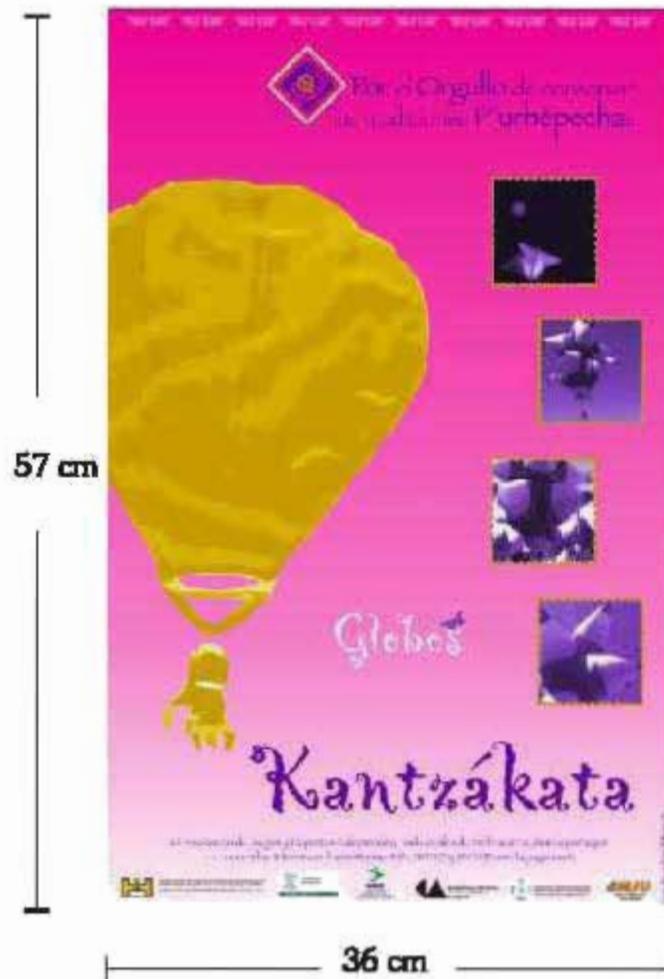


57 cm

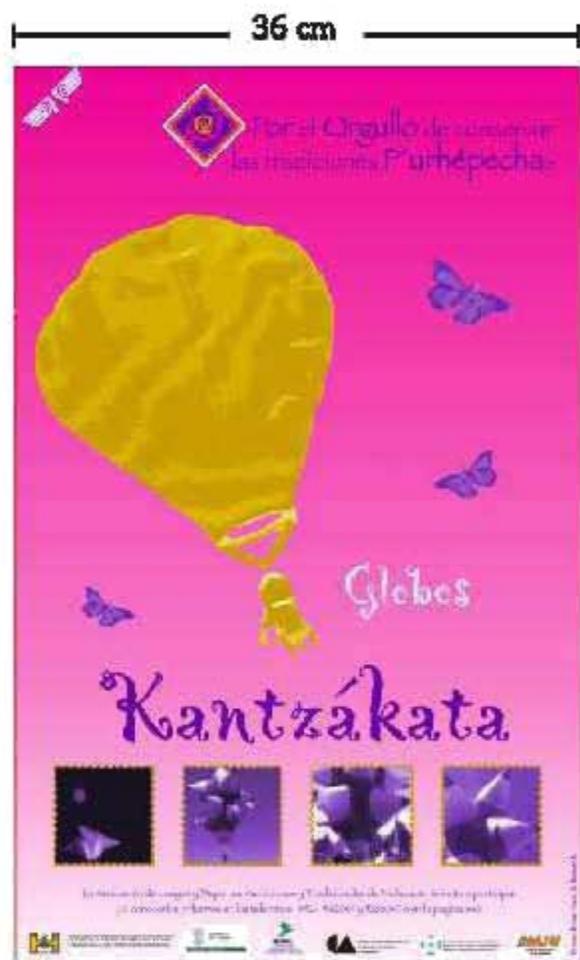
36 cm



## Carteles de Kantzákata globo



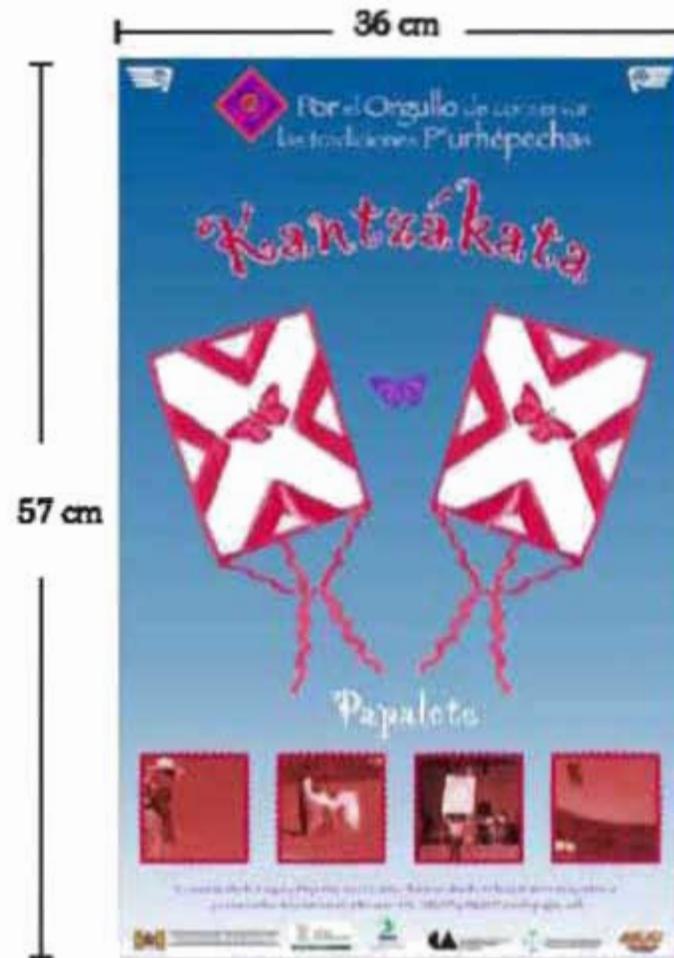
Opciones No 1 y 2



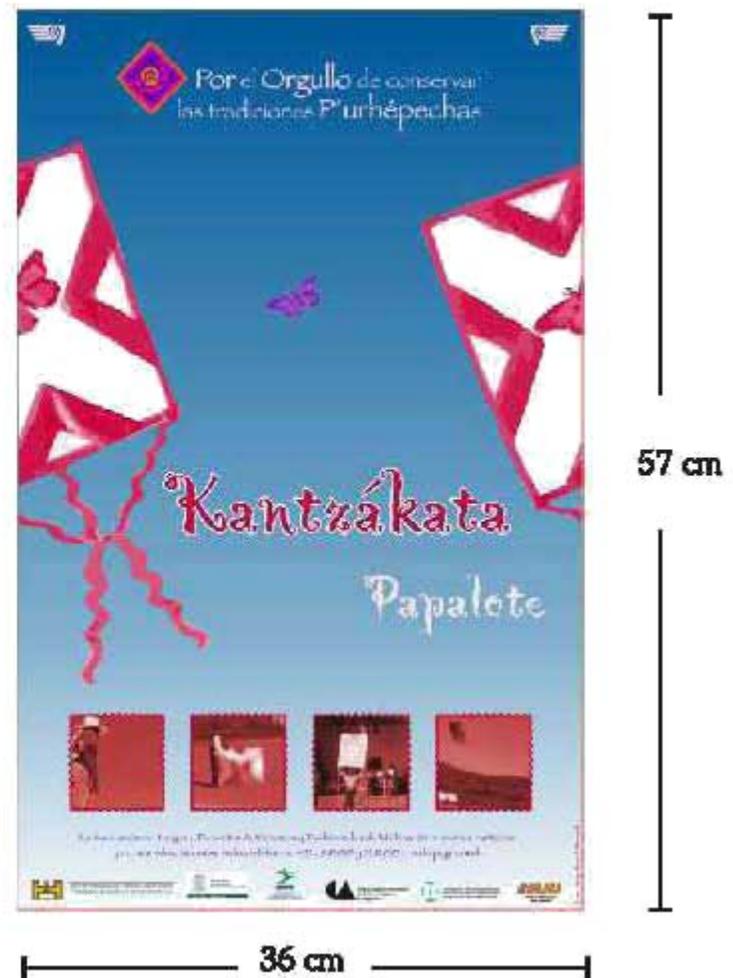
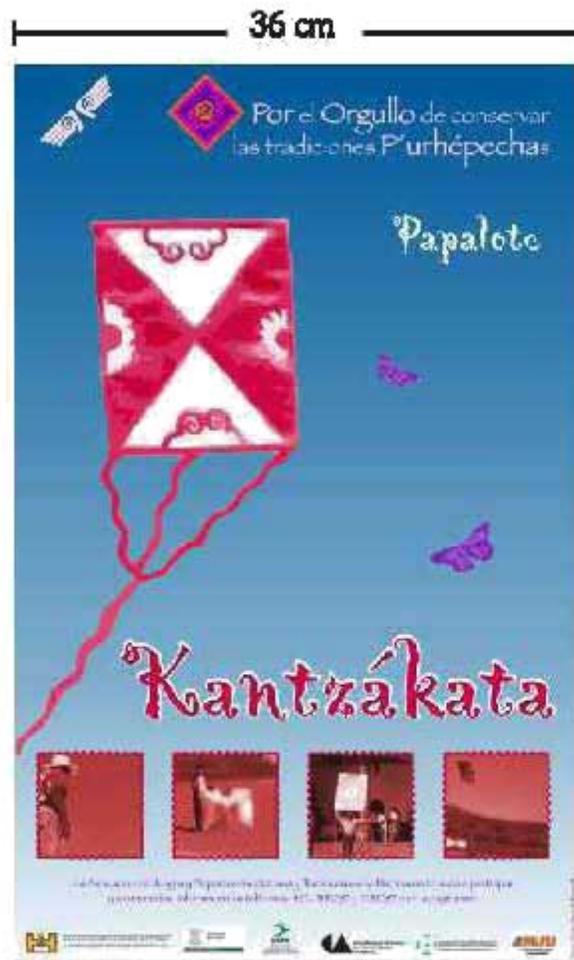
Opciones No 3 y 4



## Carteles de Kantzákata papalote



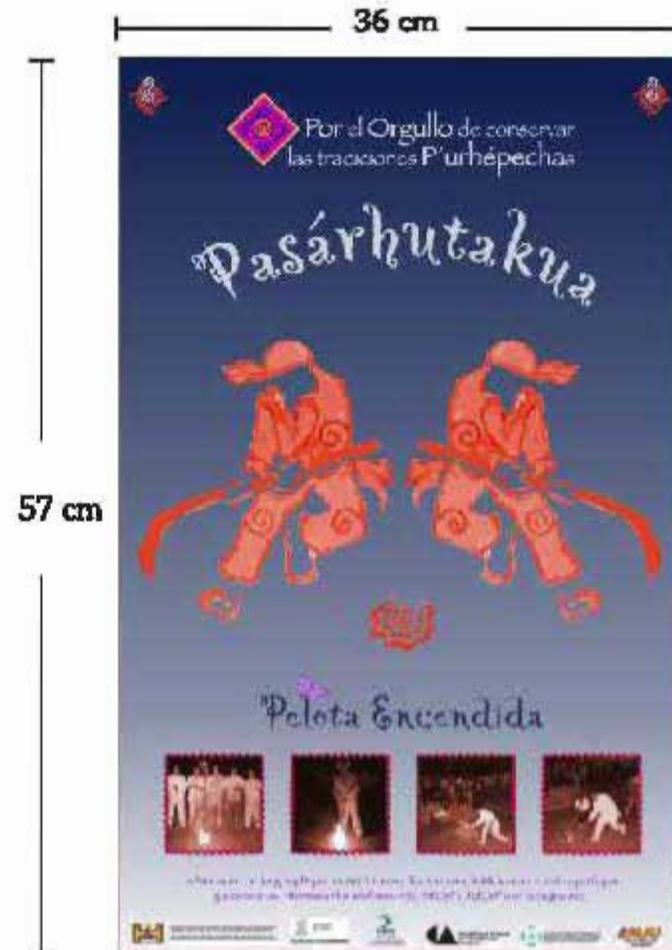
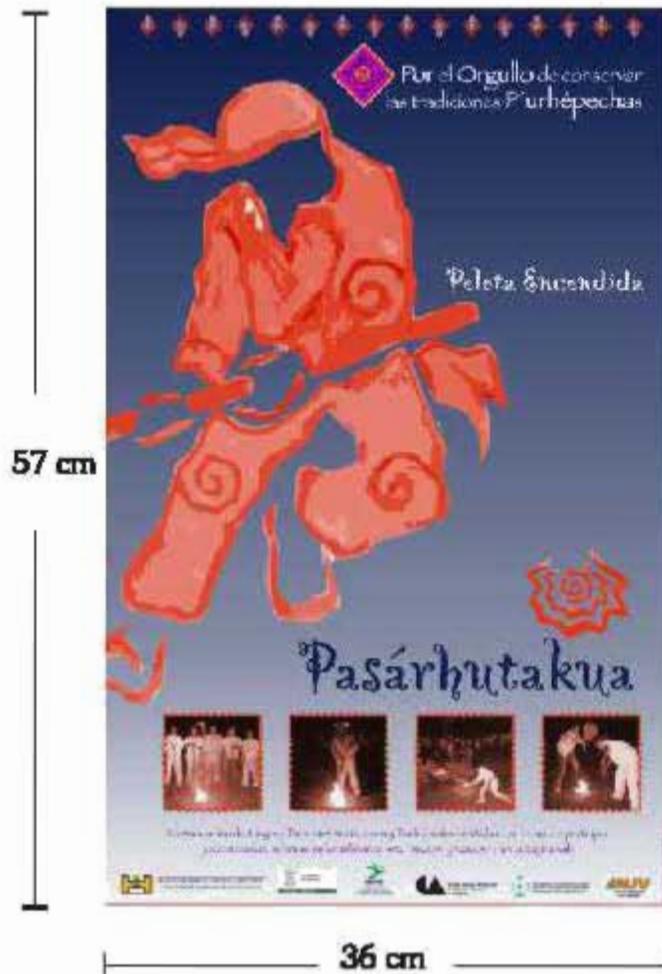
Opciones No 1 y 2



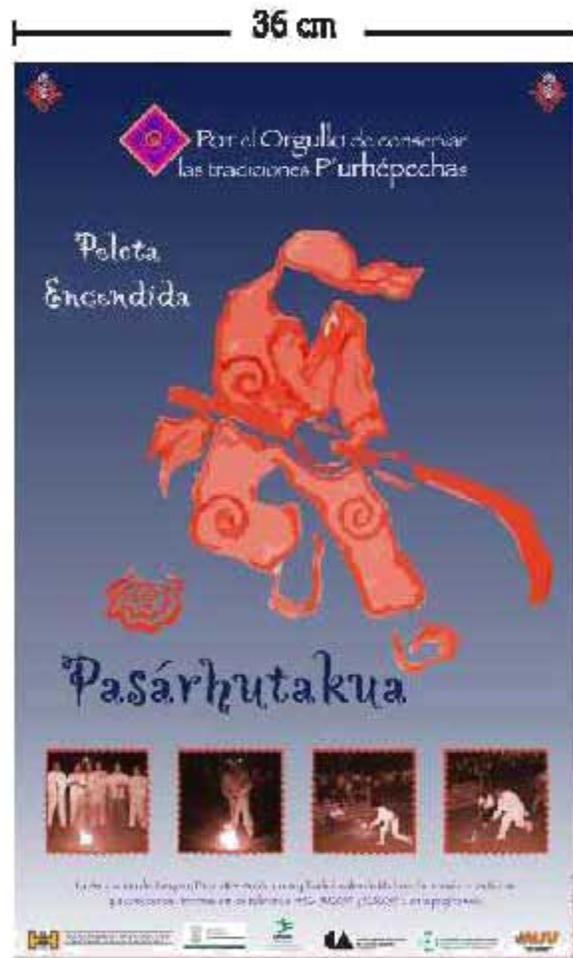
Opciones No. 3 y 4



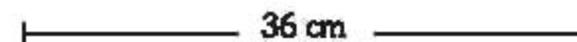
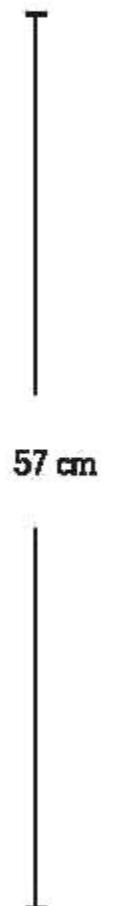
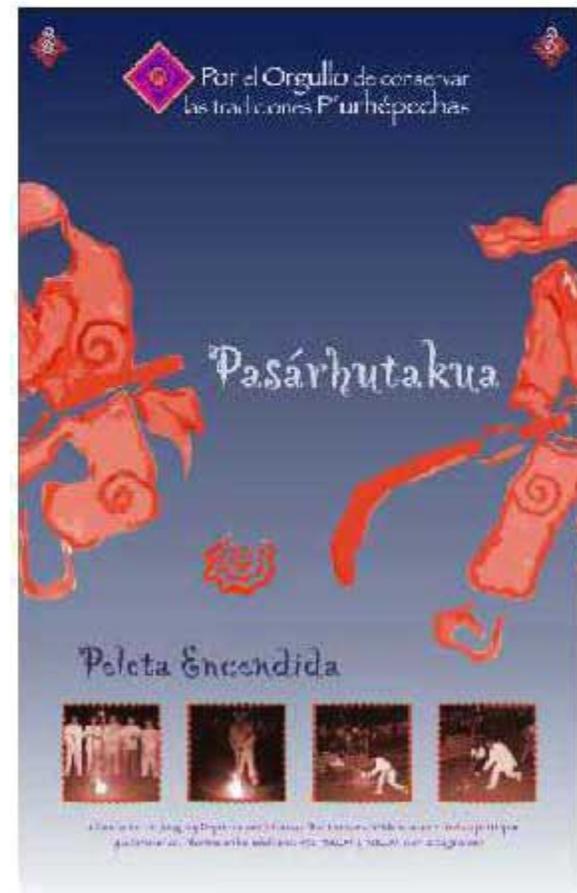
## Carteles de Pasárhutakua



Opciones No 1 y 2



Opciones No 3 y 4





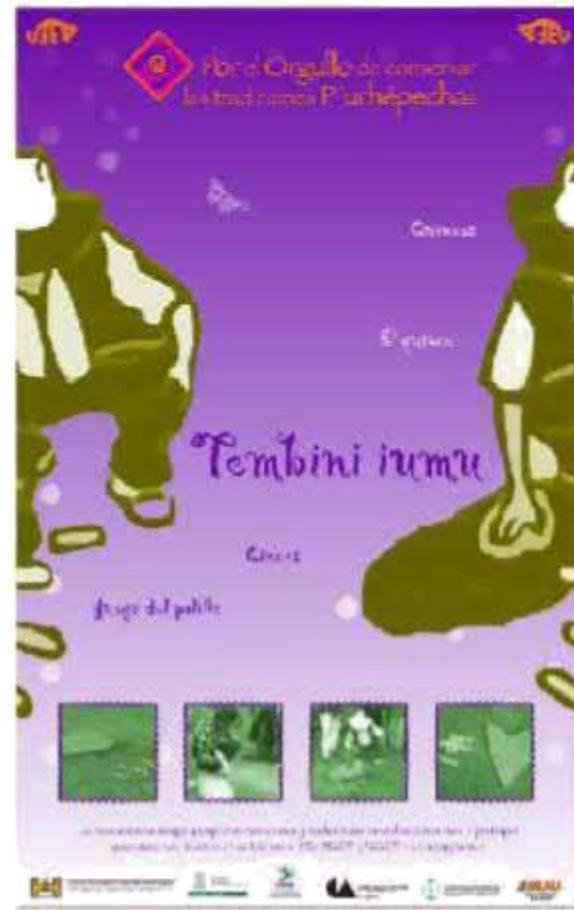
## Carteles de Tembini iumu



Opciones No 1 y 2



57 cm



57 cm

36 cm

Opciones No 3 y 4



## Anuncios de prensa



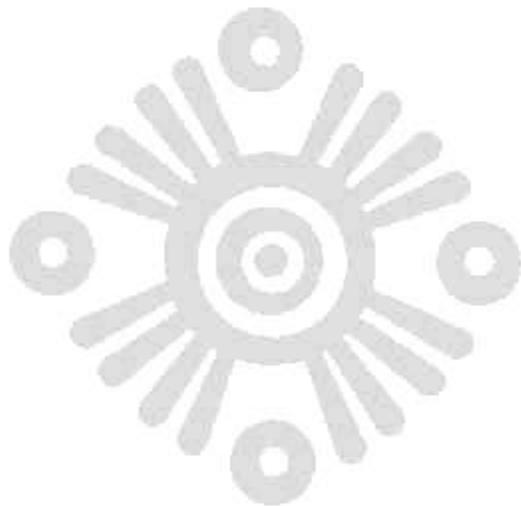
Para el anuncio de prensa se hicieron dos formatos, dependiendo del tamaño y disposición de los periódicos o revistas donde se pueda promover dicha campaña. Teniendo en cuenta lo anterior, se optó por crear un anuncio con un formato estándar, el cual se presentara de forma vertical u horizontal a los medios impresos y ellos tomaran la decisión de



aplicar el mejor. Lo único que cambiará en ambos anuncios es el formato y la disposición de algunos elementos y, como ya se mencionó anteriormente, el diseño sigue basándose en el estilo de los carteles.

**Tipo de Impresión:** rotativa ofset, escala de grises.

Opciones No 1 y 2




ASOCIACIÓN DE JUEGOS Y DEPORTES AUTÓCTONOS Y TRADICIONALES DE MICHOACÁN


**Por el Orgullo de conservar las tradiciones Purhépechas**

campaña de promoción y difusión

**te invitamos!**

*Uárhukua - Papalote Ch'anakua - Kantsákata - También nemo - Pasárhukua*

La Asociación de Juegos y Deportes Autóctonos y Tradicionales de Michoacán te invita a participar y a conocerlos. Informes en los teléfonos: 452-5182097 y 5282097 o en [jugosydeportesautoctonos@hotmail.com](mailto:jugosydeportesautoctonos@hotmail.com).

horizontal


ASOCIACIÓN DE JUEGOS Y DEPORTES AUTÓCTONOS Y TRADICIONALES DE MICHOACÁN


**Por el Orgullo de conservar las tradiciones Purhépechas**

campaña de promoción y difusión


**Kantsákata globo**


**Uárhukua**


**También nemo**


**Kantsákata papalote**


**Pasárhukua**

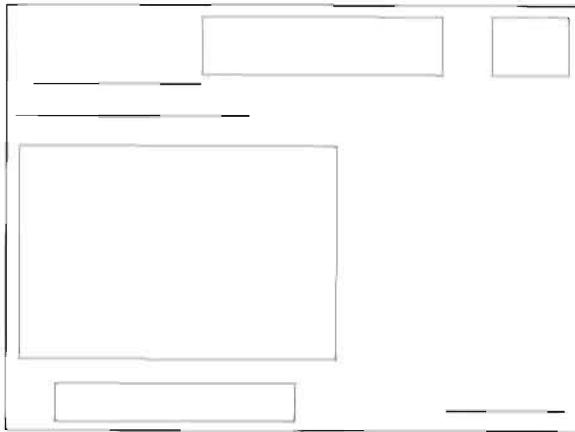

**Kantsákata Ch'anakua**

La Asociación de Juegos y Deportes Autóctonos y Tradicionales de Michoacán te invita a participar y a conocerlos. Informes en los teléfonos: 452-5182097 y 5282097 o en [jugosydeportesautoctonos@hotmail.com](mailto:jugosydeportesautoctonos@hotmail.com).

Opciones No 3 y 4



## Postales, sobre para postales y separadores de libros

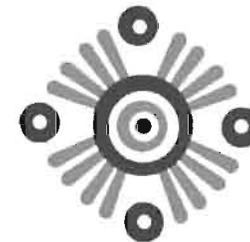


Retícula para parte trasera

Estas aplicaciones surgen como parte de la estrategia de medios, en la cual se proponen para que sean artículos que se puedan vender al público en general. Por tal motivo se realizó el diseño de un paquete, el cual consta de seis postales alusivas a cada una de las modalidades de juegos y deportes; sin embargo, también se podrán adquirir cada una por separado; lo mismo se aplica para los separadores de libros. El diseño de estas aplicaciones, como ya se comentó anteriormente, se realizó con base en el de los carteles. El formato de las postales es de 15 cm de ancho por 11cm de largo; el de los separadores de libros es de 5.5 cm de ancho por 19 cm de largo.

En el caso de estas últimas aplicaciones, llevan un cordel de lazo delgado, sólo como ornamentación. El diseño de éstos también se basó en el diseño de los carteles, con algunas variantes y diferencias en el acomodo de los elementos; en las postales se encuentra un texto explicativo al reverso acerca de cada uno de los juegos y deportes en español e inglés; esto, como parte de la estrategia para el posible público extranjero (turismo). Para los separadores sólo se resaltó el nombre de cada uno de los juegos y deportes, haciendo uso de la tipografía y las estilizaciones. En ambos casos se ubicó el logotipo de la Asociación de juegos y deportes autóctonos y tradicionales de michoacán.

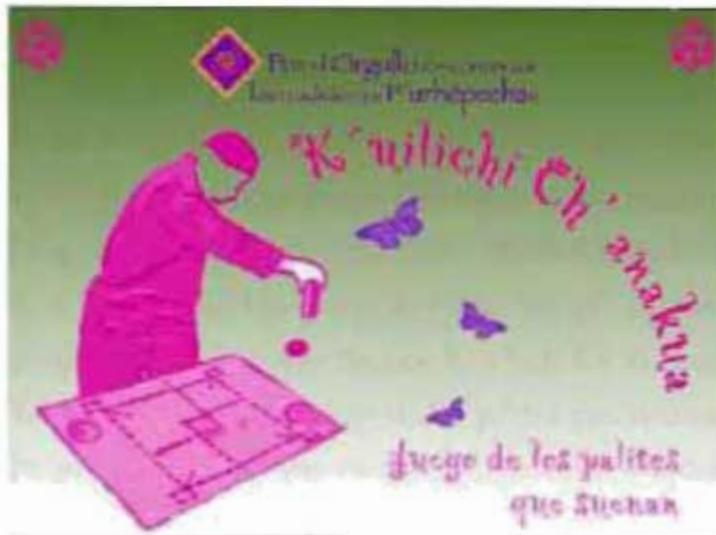
**Tipo de Impresión:** papel kraft sena, couche de 135 g ó lustrolito brillante, en selección a color.







# K'uilichi Ch'anakua



**Für el Orgullo de conservar  
las tradiciones P'urhépechas**

**K'uilichi Ch'anakua**

Este juego de las palitas se juega en un tablero cuadrado de 4x4 casillas. Se juega con 16 palitas de colores (8 rojas y 8 verdes) y un dado. El jugador que comienza el juego lanza el dado y mueve su palita el número de casillas que indica el dado. El objetivo del juego es ser el primero en mover una palita fuera del tablero. Este juego se juega en las fiestas de San Juan y San Pedro en Michoacán.

Este juego se juega en un tablero cuadrado de 4x4 casillas. Se juega con 16 palitas de colores (8 rojas y 8 verdes) y un dado. El jugador que comienza el juego lanza el dado y mueve su palita el número de casillas que indica el dado. El objetivo del juego es ser el primero en mover una palita fuera del tablero. Este juego se juega en las fiestas de San Juan y San Pedro en Michoacán.

**Juego de las palitas  
que Sitchan**

15 cm

11 cm







# Kantzakata Kantzakata

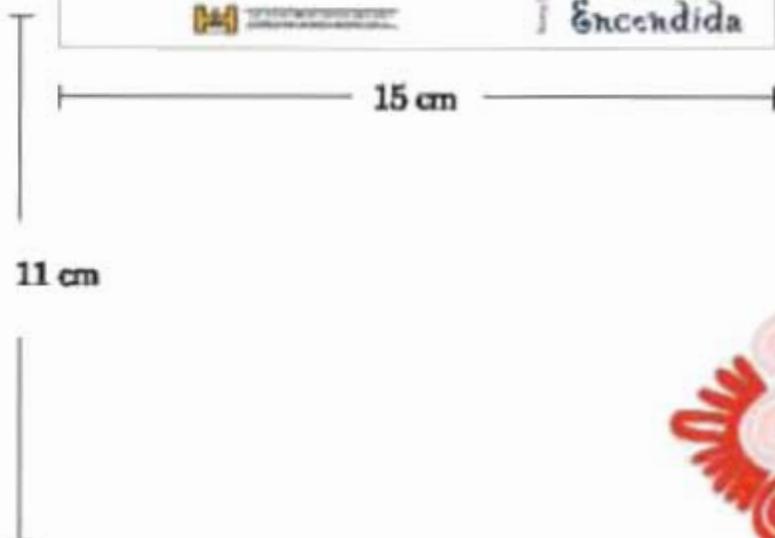


11 cm



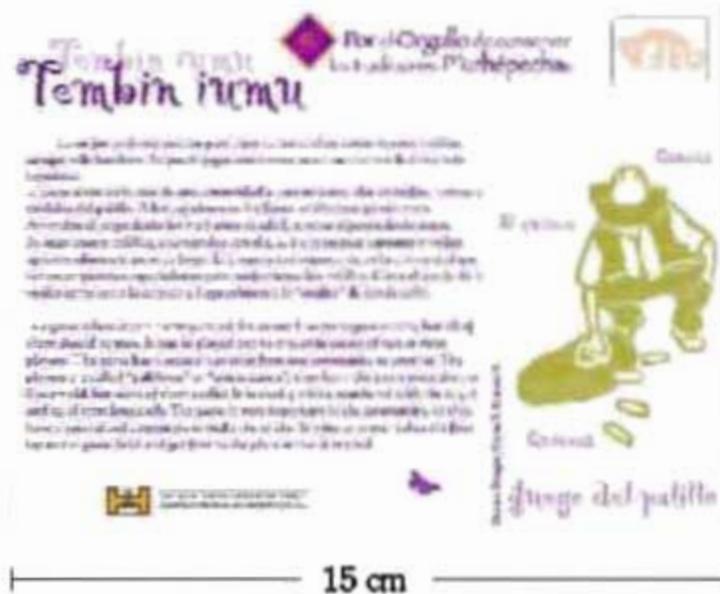


# Pasárhutakua Pasárhutakua



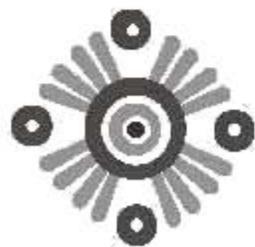
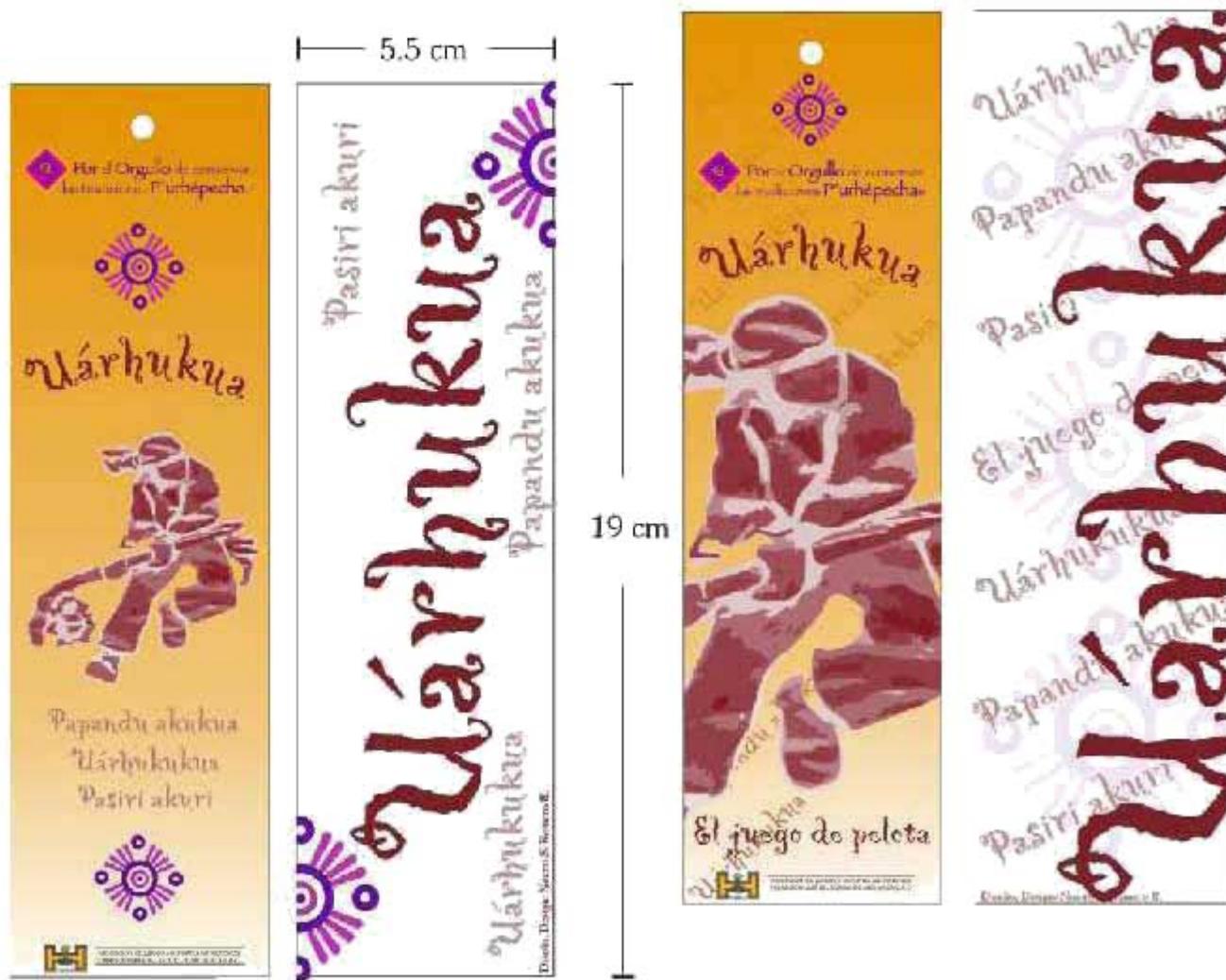


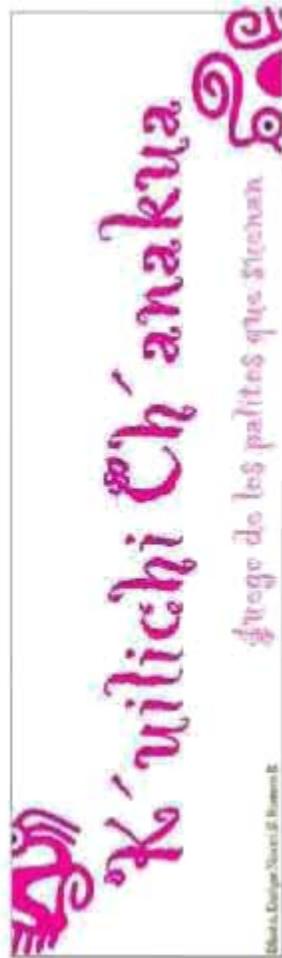
# Tembin iumu Tembin iumu



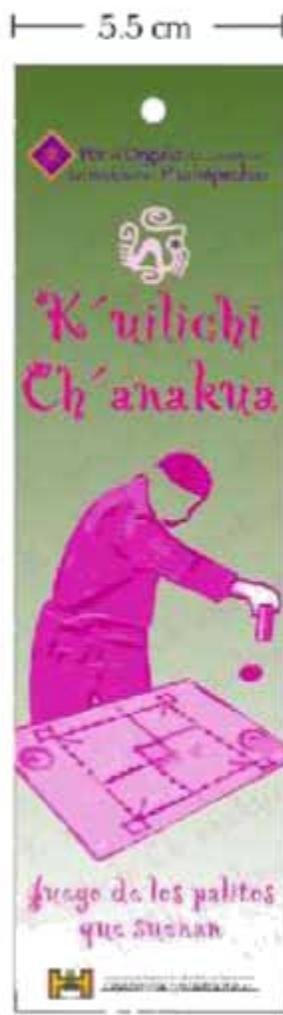


## Separadores de libros





19 cm



5.5 cm

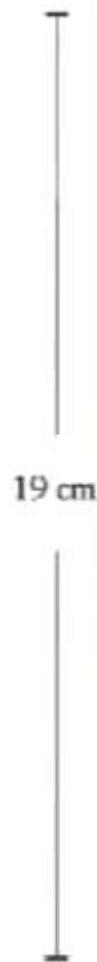






19 cm

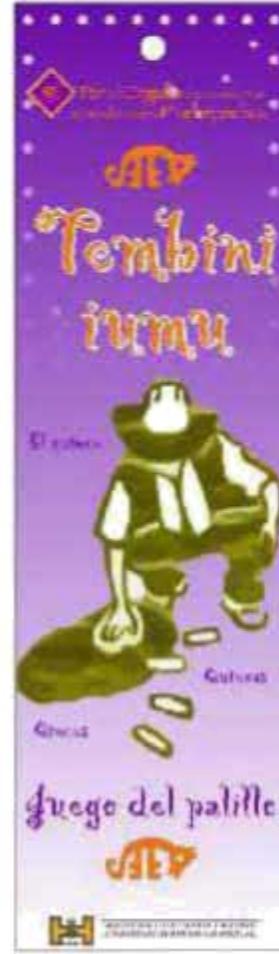






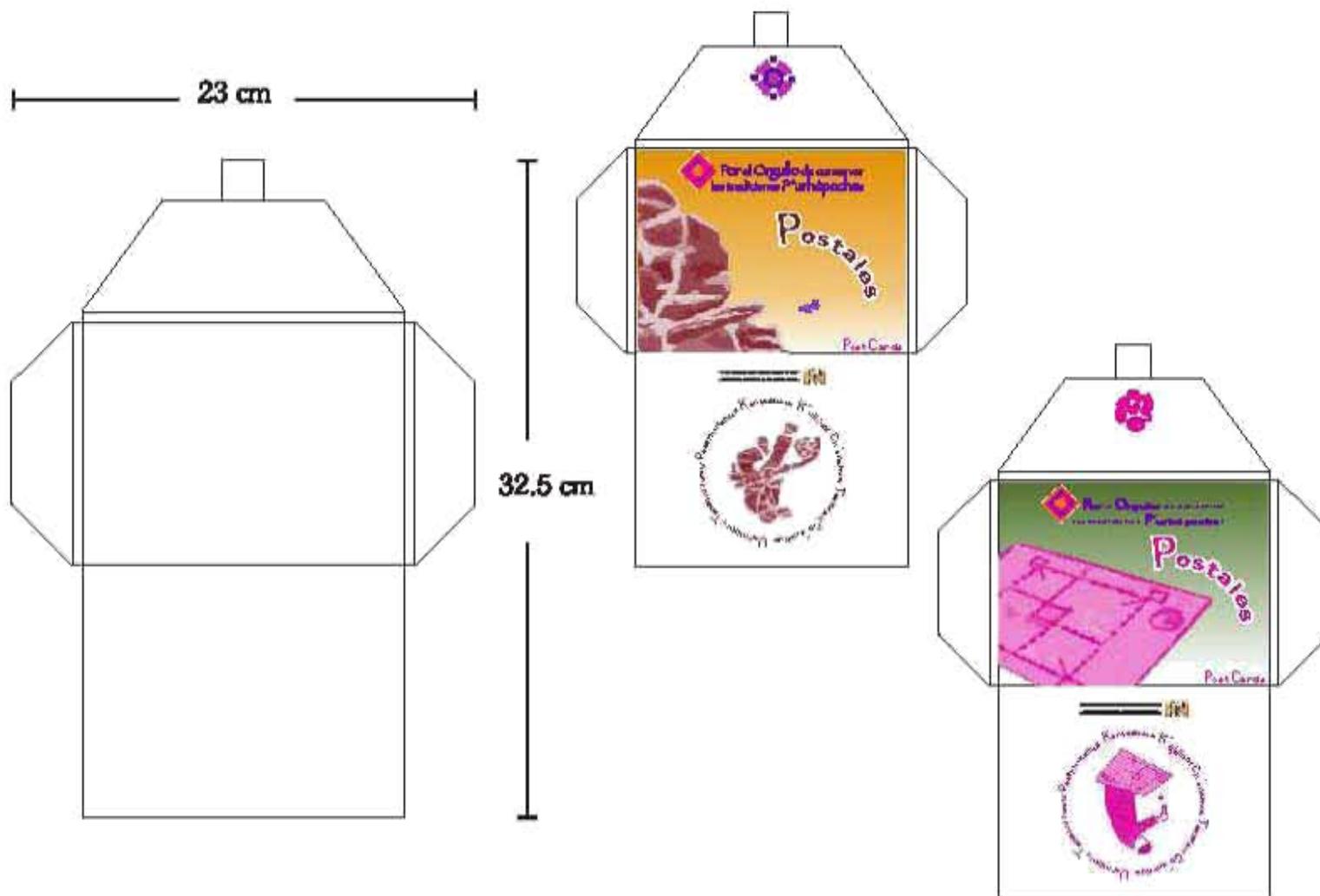
19 cm

5.5 cm





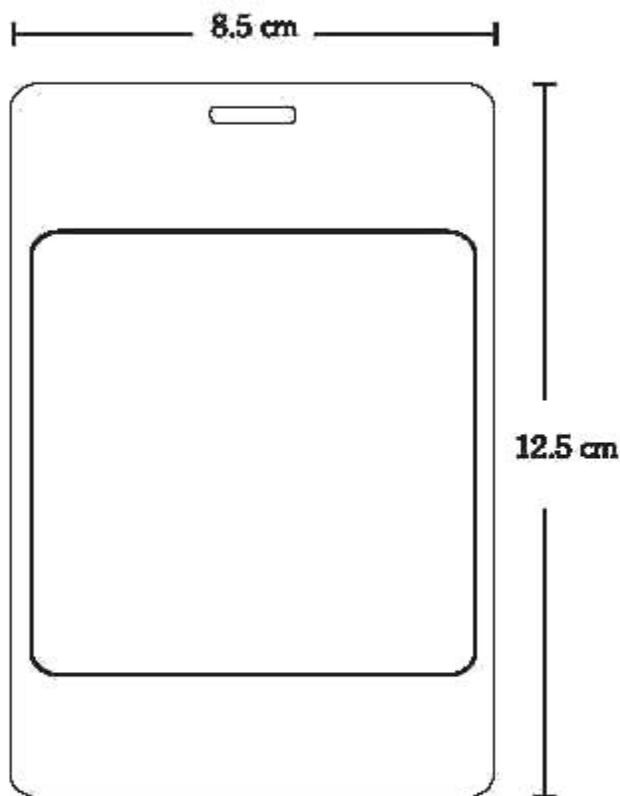
## Sobre para postales



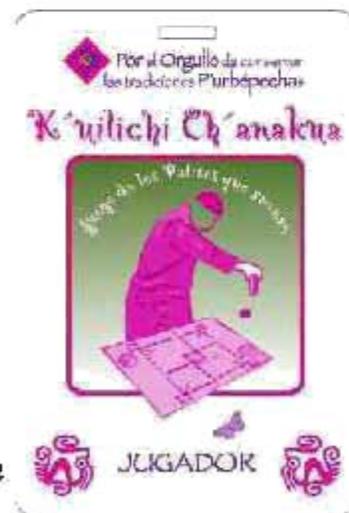
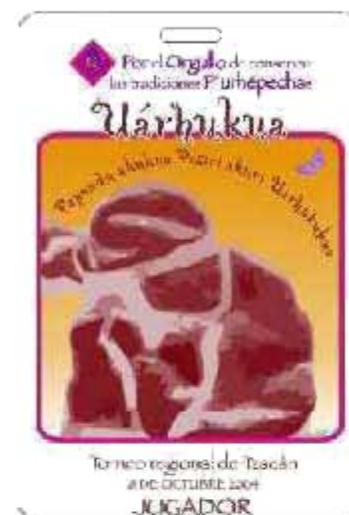
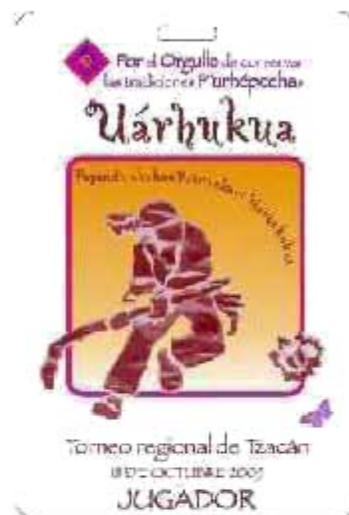


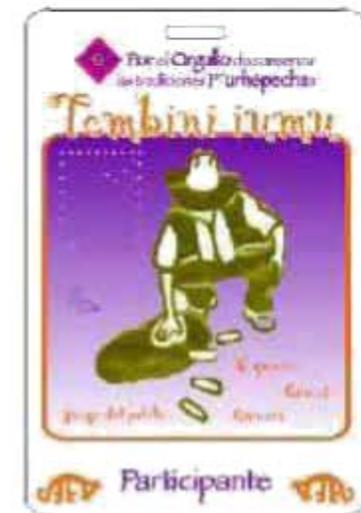
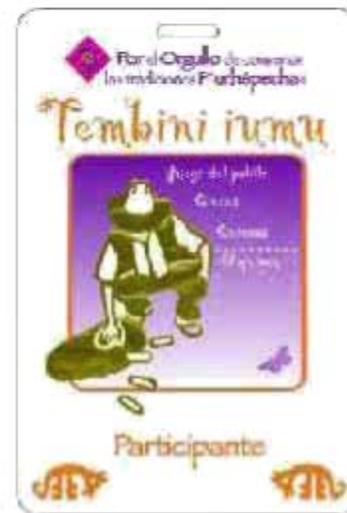
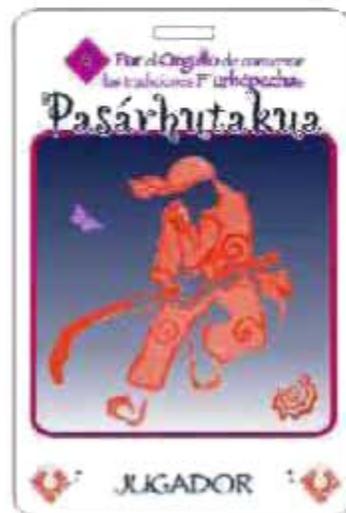
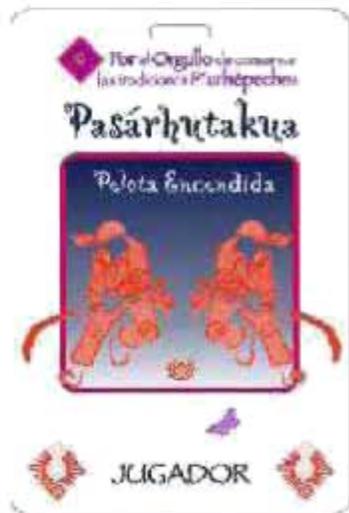
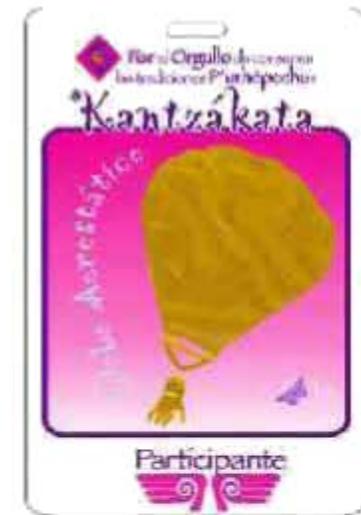


## Gafetes



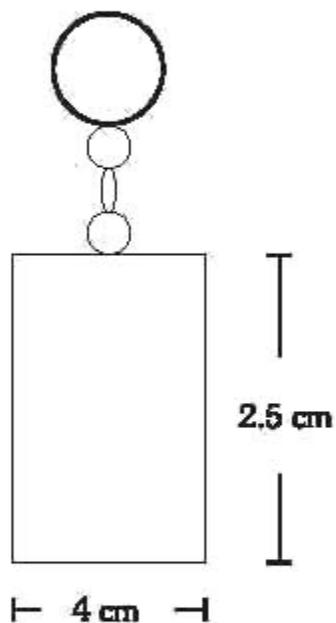
Dado que los gafetes son una aplicación que sólo se usará en eventos específicos (tales como torneos, exhibiciones, etc.) y por su formato, se diseñaron también con el mínimo de elementos, pero sin perder el estilo y esencia. El formato es de 8.5 cm de ancho por 12.5 cm de largo.







## Llaveros

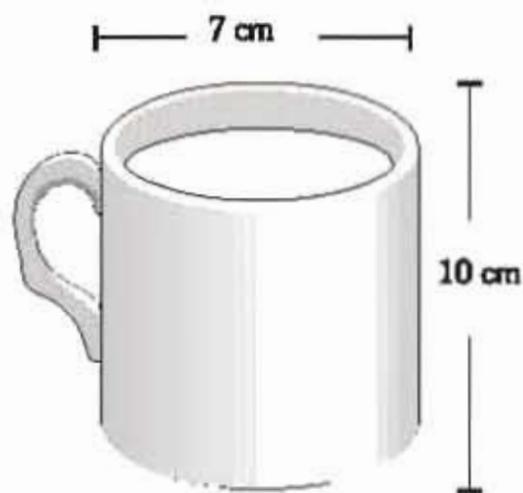


Ésta es una aplicación que al igual que, las postales, separadores, tazas y playeras, se podrá vender. El diseño de estas aplicaciones es más simple dado el formato, el cual es de 2.4 cm de ancho por 3.8 cm de largo.





## Tazas



Éstas surgen con el propósito de introducirse en los hogares del público meta y, con esto, llegar a otros sectores de la población. Se realizaron tres diferentes opciones de diseño para cada una de las modalidades de juegos y deportes; también se pretende vender estos artículos de colección como parte de la estrategia anteriormente planteada.



Uarhukua



K'uitichi Ch`anakua

Kantzàkata globe



*Kantzàkata papalote*

*Pasàrhutakua*



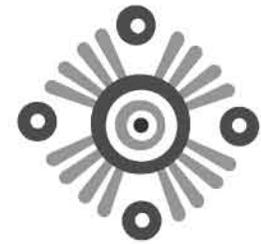
Tembini rumu



## Playeras



El diseño de las playeras cambió un poco, pero siempre siguiendo con el estilo ya establecido. Se ubicó el nombre del juego como principal elemento en la parte delantera; el logo-símbolo de la campaña se ubicó en las mangas y en la parte trasera se puso el logotipo, la estilización del juego o deporte en cuestión y los nombres de las demás modalidades formando un círculo. El tamaño de las playeras es chica, mediana y grande. Para la envoltura de las playeras se eligió un formato de 35.5 cm de ancho por 16 cm de largo. El estilo de diseño es básicamente el establecido, con algunas variantes.





## K'uilichi Ch'anakua



Parte frontal

Parte trasera





## Kantzákata globo



Parte frontal

Parte trasera





## Kantzákata papalote



Parte frontal

Parte trasera





# Pasárhutakua



Parte frontal

Parte trasera





## Tembini iumu



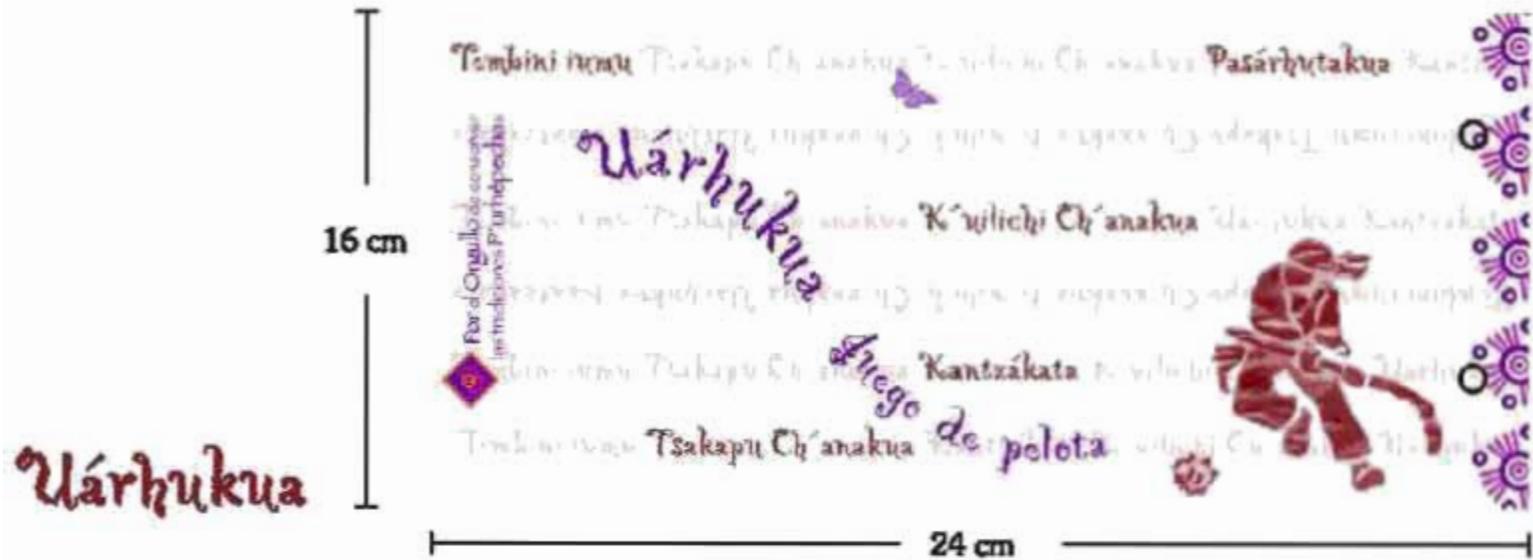
Parte frontal

Parte trasera

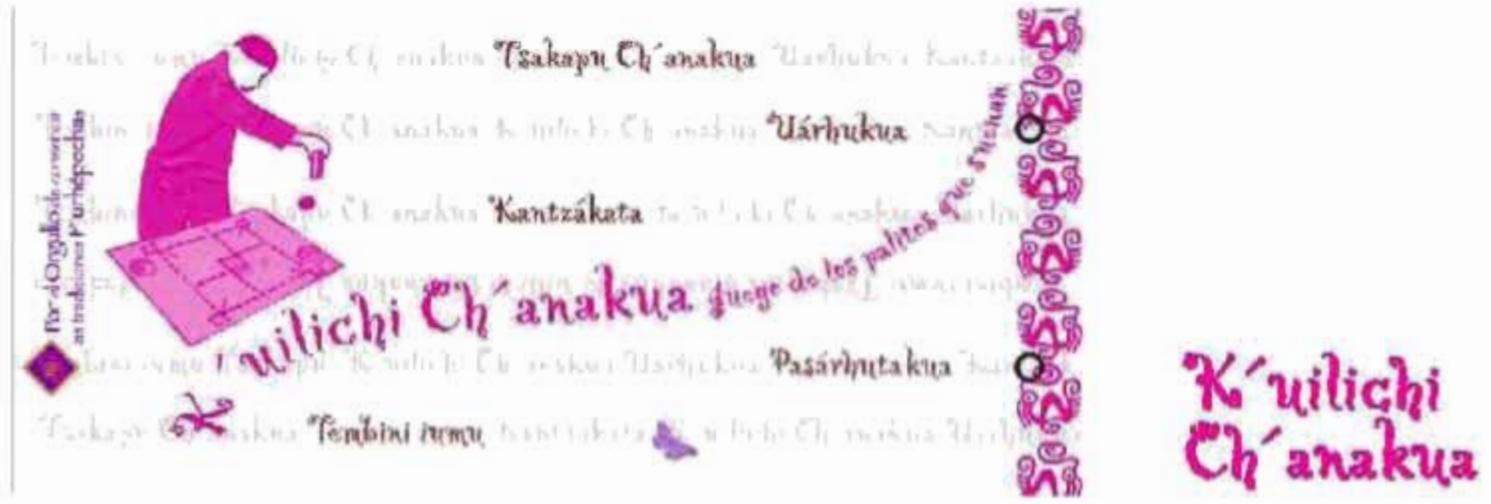




## Envoltura para playeras



Uárhukua



K'uilichi  
Ch' anakua



Por el Orgullo de conservar las tradiciones Purépechas



Tembini ireru Ch'anakua K'uilichi Ch'anakua Uárhukua Kantsakata  
 Tembini ireru Ch'anakua K'uilichi Ch'anakua Uárhukua Kantsakata

**Kantsakata** Globo Aerostático

24 cm

## Kantsakata globo

## Kantsakata papalote

Por el Orgullo de conservar las tradiciones Purépechas



Tembini ireru Tsakapu Ch'anakua K'uilichi Ch'anakua Uárhukua Kantsakata  
 Tembini ireru Tsakapu Ch'anakua K'uilichi Ch'anakua Uárhukua Kantsakata

**Kantsakata** Papalote



# Pasárhutakua

16 cm

Par el Ongullo de conevur  
de molibana Purhpeochia

Tembini nenu Tsakapu Ch'anakua K'uñlichí Ch'anakua Uarhukua Kantzakata

Tsakapu Ch'anakua K'uñlichí Ch'anakua Uarhukua Kantzakata

**Pasárhutakua** Polota Encendida Uarhukua Kantzakata

Tsakapu Ch'anakua Kantzákata K'uñlichí Ch'anakua Uarhukua

24 cm

Par el Ongullo de conevur  
de molibana Purhpeochia

Tsakapu Ch'anakua K'uñlichí Ch'anakua Uarhukua Kantzakata

Tsakapu Ch'anakua K'uñlichí Ch'anakua Uarhukua Kantzakata

Tembini nenu Uarhukua Kantzakata

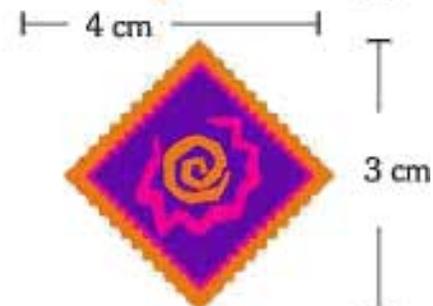
**Pasárhutakua** Fuego del palillo

Tsakapu Ch'anakua Kantzákata K'uñlichí Ch'anakua Uarhukua

# Tembini nenu



## Calcomanías

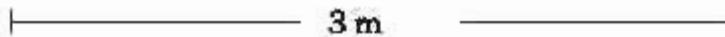


3 cm

Estas aplicaciones son parte de la estrategia de mercadotecnia, que tiene como función introducirse en muchos más lugares que varias de las aplicaciones anteriores y, con esto, llegar a un mercado más amplio y diverso. Los formatos son varios.



## Lonas



El formato de esta aplicación es de 3 m de ancho por 2 m de largo. Al igual que las aplicaciones anteriores, el estilo de diseño es el mismo pero en este caso pensado en el lector automovilista, el cual cuenta con solo algunos segundos para leer el mensaje.



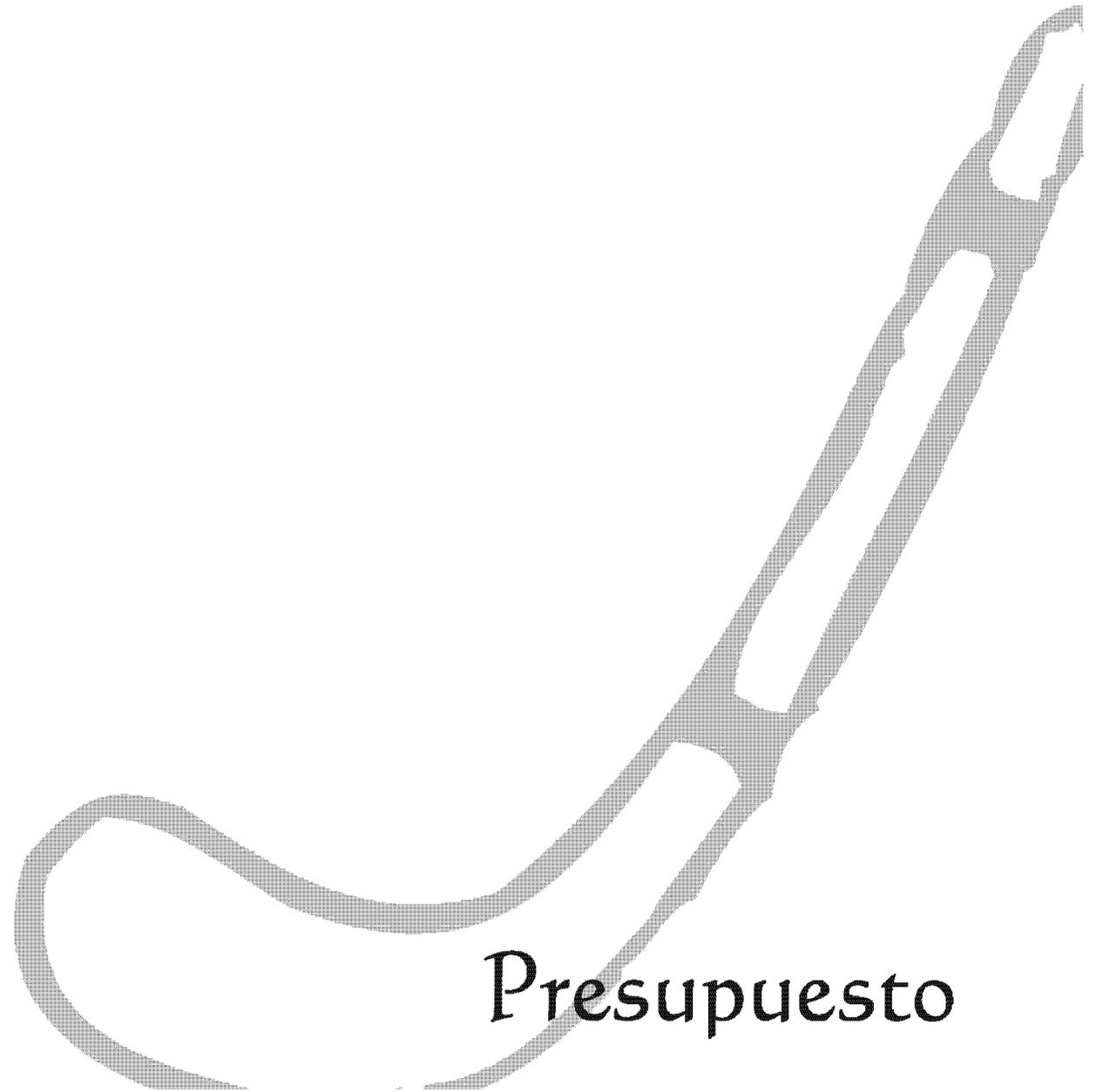




# Tembini iumu



# Pasárhutakua



Presupuesto



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**

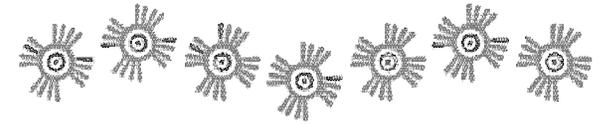


**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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



# Presupuestos

## Carteles

36 cm x 57 cm  
impresión offset, papel kraft sena o  
lustrolito brillante blanco de 135 g frente  
una vista  
selección a color  
Barniz Mate o barniz UV  
Costo por unidad en papel Kraft: \$9.80  
Mínimo un millar: \$9,800.00  
Costo por unidad papel lustrolito: \$14.00  
Mínimo un millar: \$14,000.00

## Separadores

5.5 cm x 19 cm  
impresión offset, papel kraft sena o  
lustrolito brillante blanco de 135g  
doble una vista  
selección a color  
Barniz Mate o barniz UV  
Costo por unidad: \$0.58  
Mínimo un millar: \$580.00  
Diez mil separadores: \$1,900.00  
Por unidad (si son diez mil): \$0.19

## Postales

15 cm x 11 cm  
impresión offset, papel kraft sena o  
lustrolito brillante blanco de 135g  
doble una vista  
selección a color  
Barniz Mate o barniz UV  
Costo por unidad: \$1.80  
Mínimo un millar: \$1,800.00  
Diez mil postales: \$5,600.00  
Por unidad (si son diez mil): \$0.56

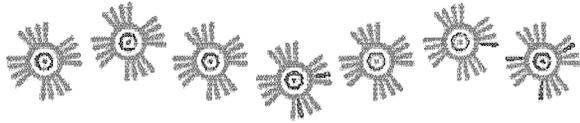
## Sobre para postales

23 cm x 32.5 cm  
Frente una vista  
Selección a color  
Impresión serigrafía  
Papel blanco de 135g  
Costo por unidad: \$1.50  
Mínimo un millar: \$1,500.00  
Diez mil sobres: \$4,900.00  
Por unidad (si son diez mil): \$0.49

## Llaveros

2.5 cm x 4 cm  
Llavero Metálico grabado  
en laser  
Costo por unidad: \$65.00  
Costo por un ciento: \$6,500.00  
Llavero Metálico impreso  
en serigrafía  
Costo por unidad: \$45.00  
Costo por un ciento: \$4,500.00

Todos los precios son por cada diseño  
y actualizados al año 2009.



### Gafetes

8.5 cm x 12.5 cm  
una vista selección a color  
barniz regular  
impresión offset  
papel kraft sena y lustrolito brillante  
blanco de 135.11 g  
Sólo impresión s/plastificar y s/correa  
Costo por unidad: \$1.20  
Mínimo un millar: \$1,200.00

### Envoltura para playeras

24 cm x 16 cm  
una vista selección a color  
barniz regular  
impresión offset  
papel kraft o kraft sena  
Costo: \$12.00 Mínimo 100 unidades

Honorarios de diseño de la campaña: \$ 77,000.00

### Prensa

Horizontal o vertical  
Tres tintas  
Costo de un cuarto de página aplicado  
diariamente en La Voz de Michoacán  
\$15,500.00

### Lonas

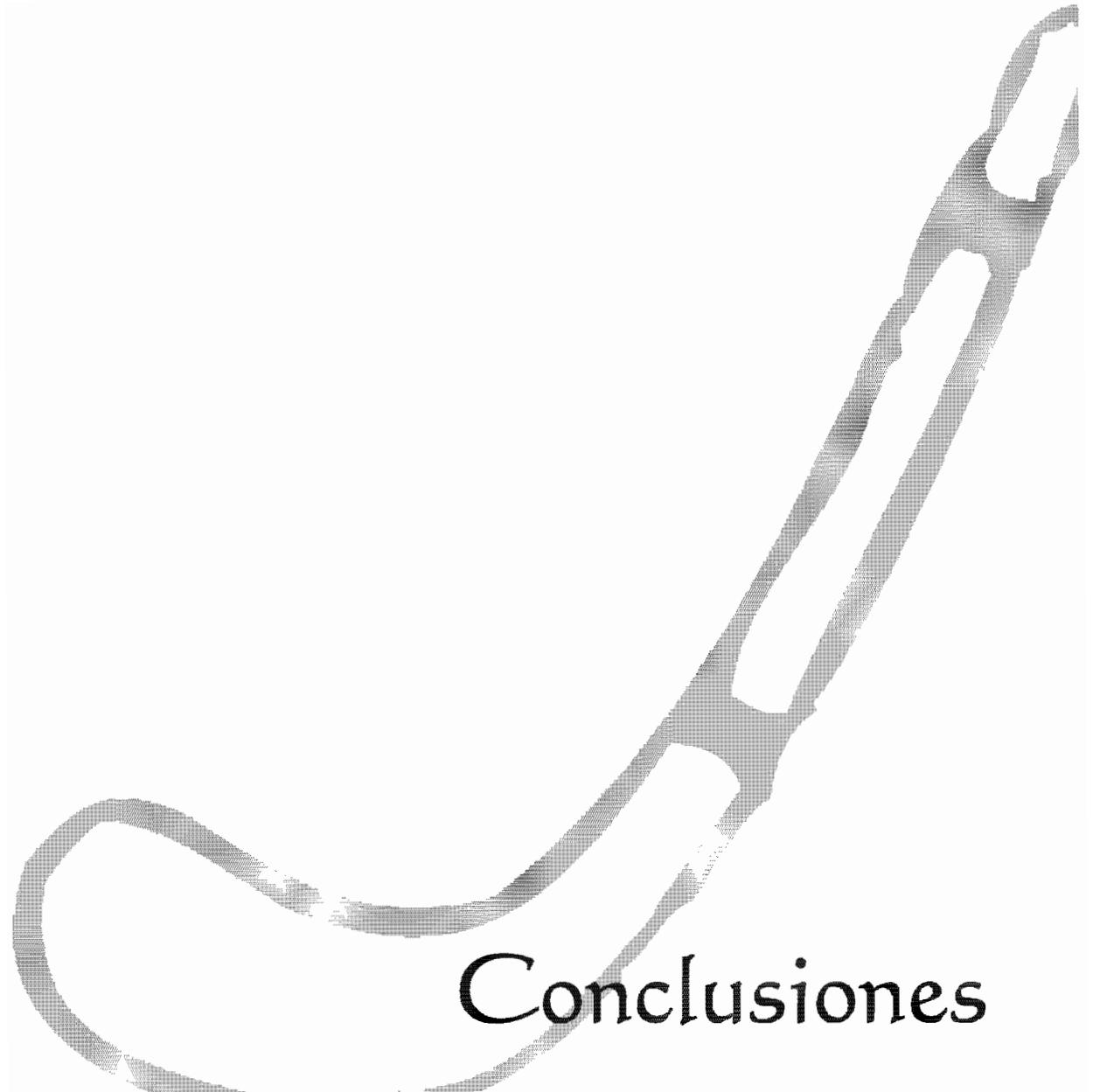
3 m x 2 m  
una vista selección a color  
barniz regular  
Impreso sin montar: \$700.00

### Playeras

impresión  
Playera de algodón blanca  
\$38.00 Mínimo 100 unidades  
Playera de algodón de color  
\$45.00 Mínimo 100 unidades

### Calcomanías

Formatos:  
12.5 cm x 3.5 cm ...\$4.00  
5 cm x 5 cm ....\$3.50  
4 cm x 4 cm ....\$3.50  
3 cm x 3 cm ....\$3.00  
una vista selección a color  
barniz regular  
Protector UV  
Papel lustrolito brillante/adherible 209.77g



Conclusiones



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**

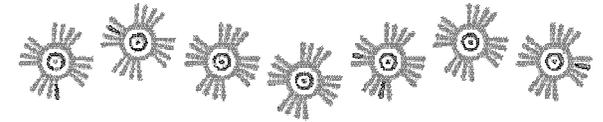


**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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



# Conclusiones

El diseño y la comunicación visual en la actualidad juega un papel muy importante en el crecimiento de los países, en el aspecto económico, político, social y cultural, pues todos ellos se valen de esta disciplina para resolver problemas de comunicación tanto como para persuadir, vender o difundir un producto o idea de formas muy creativas.

Teniendo en cuenta dichas cualidades que posee esta disciplina es que se la utilizó para ayudar a resolver un problema al que día a día nos enfrentamos y que casi sin darnos cuenta se ha venido manifestando, éste es la pérdida continua de costumbres y tradiciones de algunos estados de nuestro México. Por la preocupación de seguir perdiendo parte valiosa de la cultura, es que se realizó una campaña de promoción y difusión de los juegos y deportes autóctonos y tradicionales del estado de Michoacán la cual se muestra en este proyecto.

En cuanto a mí, sólo me resta decir que ésta fue una experiencia por demás enriquecedora y muy gratificante, pues el haber retomado parte de lo que ha sido la cultura de Michoacán y llevarla a la creación de un vínculo que podrá ayudar a que dichas costumbres y tradiciones no se pierdan, representa que vamos subiendo otro escalón, pequeño pero no menos significativo, hacia el conocimiento de quienes somos, de dónde venimos y hacia dónde nos dirigimos como cultura única e irrepetible en la evolución del mundo. Dicha campaña fue, pues creada para llamar la atención del espectador, “sacudirlo” y lograr hacerle participe en dichos juegos y deportes ya que con esto no terminarán en el olvido.



Bibliografía



Universidad Nacional  
Autónoma de México

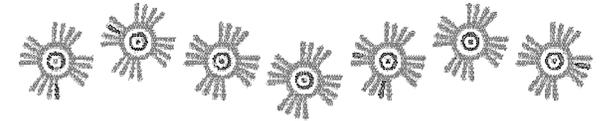


**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**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.



# Bibliografía

Anuario estadístico del estado de Michoacán  
Instituto Nacional de Estadística, Geografía e  
Informática, INEGI Michoacán gobierno del Estado  
México INEGI, 1999-2004

Arte popular de Michoacán  
Bucio Espinoza Adriana, colaboradores; Mùjica  
Berber Gabriela Mireya, Sánchez López María de  
Jesús, Luna Contreras Matilde María.  
Uruapan Mich. UDV Escuela de Pedagogía, 1996.

Atlas geográfico del estado de Michoacán  
Durán Carmona, Verónica  
México: Eddisa-UMSNH  
Michoacan, SEP (Secretaria de Educación Pública),  
2003.

Bases del Diseño Gráfico  
Swann, Alan, tercera edición,  
Barcelona: G. Gili, 1995

Caminos de Michoacán y pueblos que voy pasando  
Espejel Carvajal, Claudia  
México, INAH, 1992.

Costumbres festivas de los P´urhépecha en  
Michoacán,  
Próspero Román, Salvador,  
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo,  
UMSNH, Morelia, Michoacán, 1984.

Datos generales sobre Michoacán  
Ramos Chávez, Juan,  
Morelia: Edics. Ramos, 2001.

Diccionario ilustrado y enciclopedia regional del  
Estado de Michoacán  
Campillo Coautli, Héctor,  
México: Fernández  
Editores, 1992.

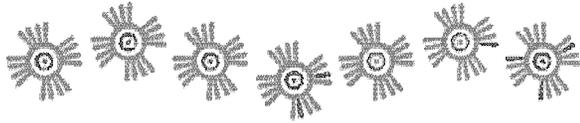
Diseño gráfico digital  
Wong Wucius, Wong Benjamin,  
Barcelona: G. Gili, 2004.

Diseño Gráfico Publicitario  
Rockport Publishers  
México: G. Gili. 1995

Diseño Mexicano Industrial y Gráfico  
Domínguez Macouzet, Arturo,  
Colegio de diseñadores industriales y gráficos de  
México, A.C. CODIGRAM  
México: 1991

Diseño y comunicación Visual  
Munari Bruno, sexta edición,  
Barcelona: G. Gili, 1980.

Diseño y Marketing  
Swann Alan,  
Barcelona, G. Gili, 1991.



El color en el diseño  
Swann Alan  
México: G. Gili, 1993.

El diseño gráfico en el espacio social  
Tapia, Alejandro  
México: Designio, 2004.

Guía de Diseño Gráfico para profesionales  
Jennings, Simon  
México: Trillas, 1995.

Historia del Diseño gráfico  
Meggs, Philip B  
México: Editorial Trillas, 1998.

Historia de los antiguos habitantes de Michoacán:  
desde su origen hasta la conquista española  
Corona Núñez José  
Morelia, Michoacán Basal, 1988.

Historia de Michoacán  
Romero Flores Jesús  
México, Editorial El Nacional, 1941.

Historia general de Michoacán  
Flores Cano, Enrique  
Morelia Mich. Instituto Michoacano de Cultura, 1989.  
Vol.1 Escenario ecológico, Vol.2 Época prehispánica,  
Vol.3 El siglo XIX y Vol.4 El siglo XX

Introducción al diseño gráfico  
Bridgewater Peter  
México, Trillas, 1992

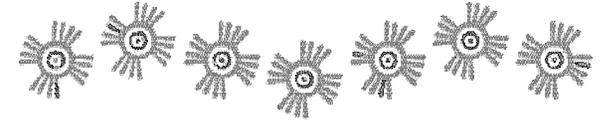
Las ciudades del Estado de Michoacán en el tiempo  
y en el espacio  
Holt Büttner Elizabeth  
México, UNAM, 1975.

Libro de historia de Michoacán siglo 20, selección  
histórica  
Gómez Cornejo, Viviana  
(Uruapan Michoacán), 2001  
Tesis, Licenciatura, Diseño gráfico, UDV Uruapan.

Los medio de comunicación, la cultura y el arte en  
Michoacán.  
Encuentro estatal de cultura, (1., 1987, Zinapécuaro,  
Michoacán)  
Michoacán, Gobierno del estado, 1988.

Los tarascos: Campesinos y Artesanos de Michoacán  
Dinerman, Ina R.  
México, Secretaría de Educación Pública SEP, 1974.

Michoacán época precortesiana, resumen histórico  
Martínez García Jesús, segunda edición  
México, Impresos Bravo, 1987.



Michoacán: Lagos azules y fuertes montañas  
México, Secretaría de Educación Pública, SEP, 1990.

Michoacán paisajes, tradiciones y leyendas

Ruiz Eduardo

Morelia, Mich. Asal, 1984

Título del lomo: Obras completas Eduardo Ruiz.

Michoacán Sociedad, Economía, Política y cultura

Zepeda Patterson, Jorge segunda edición

México: UNAM, 1990.

Michoacán, Tierra de Agua y Fuego

Suárez, Luis

México, Secretaría de Turismo, SECTUR

León España: Everest, 1987.

No más normas, diseño gráfico pos-moderno

Poynor, Rick

México, G. Gili, 2003.

Relación de las ceremonias y ritos y población y  
gobierno de los indios de la provincia de Michoacán  
(1541)

México, Basal. 1977

Síntesis Geográfica del Estado

INEGI

Síntesis geográfica del estado de Michoacán

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e

Informática, INEGI

México, INEGI, 1985.

Sitios de Internet:

[www.inegi.com.mx](http://www.inegi.com.mx)

[www.michoacán.com.mx](http://www.michoacán.com.mx)

[www.conaculta.com.mx](http://www.conaculta.com.mx)

Biblioteca de Consulta Microsoft®

Encarta® 2003. © 1993-2002

Microsoft Corporation



Glosario



Universidad Nacional  
Autónoma de México

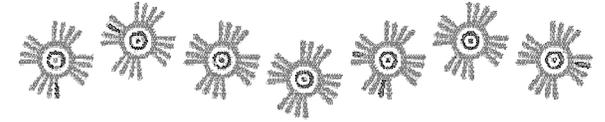


**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**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.



# Glosario

**Abstracto-** (Del lat. Abstractus). Que significa alguna cualidad con exclusión del sujeto. Dicho del arte o de un artista: Que no pretende representar seres o cosas concretos y atiende solo a elementos de forma, color, estructura, proporción, etc.

**Akuni-** se dice cuando los palillos del juego tembini iumu caen encimados.

**Bio diversidad-** Variedad de especies animales y vegetales en su medio ambiente.

**Caudal-** (Del lat. capitālis, capital), adj. caudaloso (de mucha agua), Abundancia de cosas que no sean dinero o hacienda.

**Chamas-** (del Tarasco) corazón del maguey.

**Choya-** hoyuelo para algunos juegos.

**Corpus-** (Del lat. corpus, cuerpo), Jueves, sexagésimo día después del Domingo de Pascua de Resurrección, en el cual celebra la Iglesia católica la festividad de la institución de la eucaristía.

**Cosmovision-** Calco del al. Weltanschauung), Manera de ver e interpretar el mundo.

**Cuerapperi-** Diosa P´urhépecha, la madre de la naturaleza.

**Curicaveri-** Dios P´urhépecha, el gran fuego.

**Entidad-** (Del lat. Mediev. Entítas, tátis). Colectividad considerada como unidad. Especialmente, cualquier corporación, compañía, institución, etc., Tomada como persona jurídica. Lo que constituye la esencia o la forma de una cosa.

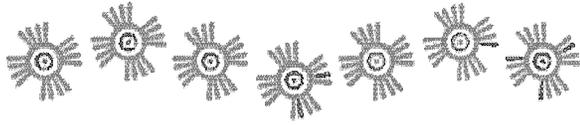
**Étnico-** Perteneiente o relativo a una nación, raza o etnia.

**Etnia-** Comunidad humana definida por afinidades raciales, lingüísticas, culturales, etc.

**Etnohistoriadores-** estudiosos de la historia de los pueblos o razas.

**Freelance-** Dicho de una persona: Que realiza por su cuenta trabajos periodísticos escritos o gráficos y los ofrece en venta a los medios de comunicación. Se aplica a quien trabaja independientemente por este sistema en otras actividades.

**Granjeno-** madera para los palillos para el juego de tembini iumu.



**Homogeneizar-** Hacer homogéneo, por medios físicos o químicos, un compuesto o mezcla de elementos diversos.

**Icono o ícono-** Representación religiosa de pincel o relieve, usada en las iglesias cristianas orientales. Tabla pintada con técnica bizantina. Signo que mantiene una relación de semejanza con el objeto representado; pl ej., Las señales de cruce, badén o curva en las carreteras.

**Inchanárhikua-** del P´urhépecha- armazón de tres hilos.

**Kantzákata-** del P´urhépecha- que significa “armazón especial, y que cubierto con papel sirve para volar.

**K´hétzitakua-** del P´urhépecha- día de las ofrendas a los muertos.

**K´uilichi ch´anakua-** juego de los palitos que suenan.

**Matikuri-** del P´urhépecha- el que cuenta más.

**Mestizaje-** Cruzamiento de razas diferentes.

**Paradójico-** Idea extraña u opuesta a la común opinión y al sentir de las personas. Aserción inverosímil o absurda, que se presenta con apariencias de verdadera. Figura de pensamiento que consiste en emplear expresiones o frases que envuelven contradicción.

**Pasárhutakua-** del P´urhépecha- juego de pelota encendida.

**Quinsatanes-** del P´urhépecha- jugadores de tembini iumu.

**Quinsecha-** del P´urhépecha- las personas encargadas de hacer los palillos del tembini iumu.

**Simbólico-** Pertenciente o relativo al símbolo. Expresado por medio de él.

**Tembini iumu-** del P´urhépecha- juego del palillo.

**Tsakapu ch´anakua-** del P´urhépecha- juego de pala y pelota.

**Uárukua-** del P´urhépecha- juego de pelota.

**Uetára-** del P´urhépecha- listón delgado.

