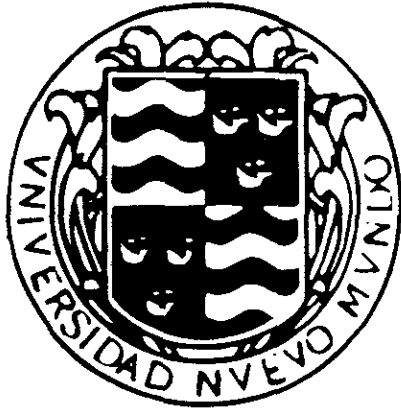


272833
78531



Vniversidad Nvevo Mvndo

Campus San Mateo
Escuela de Diseño Gráfico
con estudios incorporados a la
Universidad Nacional Autónoma de México

"Campana de Promoción de las Artesanías de Santa Clara del Cobre"

Tesis

que para obtener el título de
Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta:
Verónica Rocío Cantú Díaz

Director de Tesis:
Héctor Ugalde

México, D.F. [REDACTED]

1999

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



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.

El Kiosco




Campana de Promoción de las Artesanías de Santa Clara del Cobre



Agradecimientos

A Dios Nuestro Señor

Por la fortuna de vivir y de poder terminar, ejercer mi carrera y esta tesis, te ofrezco mi trabajo así como cada día que me permites expresarme y desarrollarme como ser humano y profesionalista. Gracias Señor por la vida y la gente que me rodea.




a mi mamá

por la vida, el amor, ser un apoyo incondicional para que terminara mis estudios, por ser la compañera fiel de mi vida, su sacrificio y luchar por la vida para seguir con nosotros.

a mi papá

por su apoyo y sacrificio para que realizara mis estudios, su ejemplo, consejos, cariño y dedicación.



a mis hermanos

Tere y Fer por su alegría, su presencia, cariño, su apoyo incondicional y su ejemplo.

a mi Sobrino

Maximiliano por su alegría y sonrisa.



a mi Abuelita


por su presencia, cariño y consejos

a mis Tíos

por el cariño y apoyo que me han brindado siempre, en especial a mi tía Lupita, Armando, Geña, Salvador, Manuel y Marielena que me ayudaron en la realización de ésta tesis, durante mi carrera y después. Gracias.

a mis primos

por su cariño, confianza, alegría, y todos los momentos que hemos pasado juntos, y en especial a Edith, Arlette y Amarda, que me impulsaron con su ejemplo para que acabara ésta tesis.



a mis amigas

Nicole, Rebeca, Coral, Gricel, Maribel y Esther

por todos los desvelos que pasamos juntas durante la carrera,
su apoyo y alegría por la vida.



A ti por apoyarme en todo

A mis Maestros

por enseñarme a querer mi carrera y transmitirme incondicionalmente sus conocimientos, apoyarme durante la carrera y en esta tesis, gracias.

A Charly

Mi profesor, por asesorarme, impulsarme, motivarme, apoyarme y su presencia incondicional para la realización de ésta tesis, por transmitirme sus conocimientos, y el amor al diseño, a diseñar y a dar lo mejor en cada uno de mis trabajos, gracias, mil gracias.

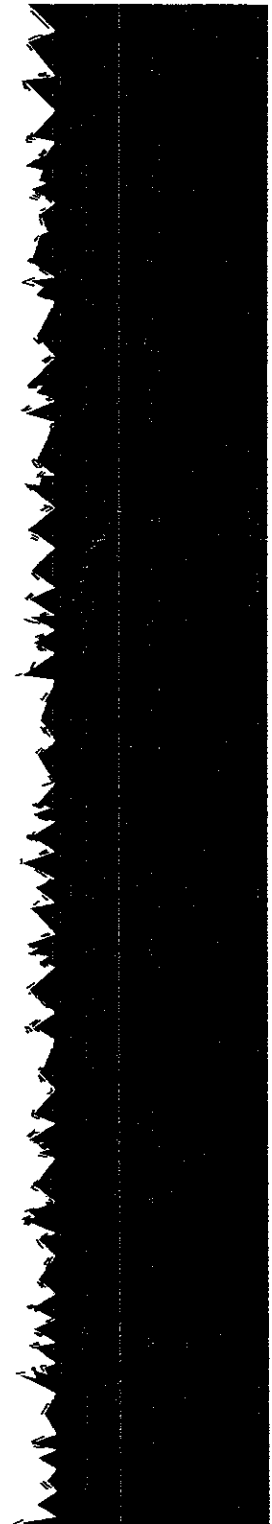
A Hector Vgaldo

Mi director de tesis por asesorarme, apoyarme y motivarme para la realización de esta tesis así como transmitirme sus conocimientos. Gracias.

A Bobby

Director de la carrera, por su apoyo incondicional, su ejemplo y la motivación.

Iⁿdice



Índice

Introducción

I Capítulo

- Planteamiento del problema
- 1.1 Antecedentes del problema
- 1.2 Definición del problema
- 1.3 Ubicación del problema
- 1.4 Objetivos
- 1.5 Hipótesis inicial
- 1.6 Justificación

II Capítulo

- SECTUR
- 2.1 Antecedentes de SECTUR
- 2.2 Recursos económicos
- 2.3 Imagen actual
- 2.4 Competencia (análisis gráfico)
- 2.5 Planes promocionales a futuro y duración de uso
- 2.6 Necesidades y requerimientos

III Capítulo

- El Receptor
- 3.1 Determinación del receptor
- 3.2 Necesidades del receptor
- 3.3 Requerimientos del cliente
- 3.4 Requisitos del diseño
- 3.5 Establecimientos de demanda
- 3.6 Necesidades reales
- 3.7 Conceptos de diseño
 - 3.7.1 Observación Personal

VI Capítulo

- 4.1 Diseño Gráfico
 - 4.1.1 Definición
 - 4.1.2 Reticula
 - 4.1.3 Impresión
- 4.2 Mercadotecnia y Medios
 - 4.2.1 Promoción, Difusión y Campaña
 - 4.2.2 Medios: Cartel, Agenda, Folleto

V Capítulo

- Proceso de diseño
- 5.2 Agenda
 - 5.2.1 Bocetaje inicial
 - 5.2.2 Bocetaje formal
 - 5.2.3 Tipografía
 - 5.2.4 Reticula
 - 5.2.5 Acabados, encuadernado
 - 5.2.6 Costos y Presupuestos
- 5.3 Folleto
 - 5.3.1 Bocetaje inicial
 - 5.3.2 Bocetaje formal
 - 5.3.3 Tipografía
 - 5.3.4 Reticula
 - 5.3.7 Costos y Presupuestos

5.4 Cartel

- 5.4.1 Bocetaje inicial
- 5.4.2 Bocetaje formal
- 5.4.3 Tipografía
- 5.4.4 Reticula
- 5.4.5 Material y técnicas usados
- 5.4.6 Acabados
- 5.4.7 Costos y Presupuestos

IV Capítulo

- 6.1 Conclusiones
- 6.2 Bibliografía

Introducción



Introducción

Cuando vi las precarias condiciones en las que se encontraban nuestras artesanías, no pude menos que interesarme por los artesanos mismos, profundizar en el conocimiento de las circunstancias que los mantenían en esta situación y tratar de buscar una solución para tal problema. Así, después de visitar algunos municipios de Michoacán, verdadero mosaico artesanal, donde se conjugan las tradiciones prehispánicas y coloniales, en donde vemos desde la manufactura de la cerámica (Patambán), hasta las hermosas lacas ornamentales (Tzintzuntzan), escogí una artesanía que pudiera ser estudiada de manera objetiva.

Así, al decidir sobre el tema de esta tesis, me propuse a estudiar una artesanía con tradición local que tuviera orígenes prehispánicos y cuyo arraigo le hubiera permitido sobrevivir hasta nuestros días.

A large, bold, black question mark with a thick, rounded stem and a spiral top, rendered in a stylized, calligraphic font.

Planteamiento
del Problema



Planteamiento del Problema

A los largo de los años se ha notado una gran disminución en la realización de artesanías en general, al notar esto no fue difícil el imaginar el porqué de tal situación. Consideramos a los artesanos unos de los más grandes expositores de nuestra cultura siendo que algunas de sus artesanías se elaboran desde la época prehispánica tanto en sus orígenes como la elaboración de las mismas, marcando en cada trazo, pincelada o golpe el amor a su trabajo y el esfuerzo por perdurar dicha actividad artesanal. Al ver este problema se decidió estudiar una entidad que se haya visto afectada a través de los años. Al visitar Santa Clara del Cobre en Michoacán además de apreciar las artesanías y la forma en las que con tanto trabajo y esfuerzo son elaboradas, tuvimos la oportunidad de platicar con algunos artesanos, ellos nos expusieron las razones de porqué su artesanía estaba desapareciendo, ya que sólo los talleres grandes siguen en pie; considerando su principal problema el que la gente no conoce el lugar en donde son elaboradas las artesanías en cobre, no valora el trabajo que representa el realizarlas por lo que se venden a precios muy bajos además de que tienen que recurrir a otras personas que vendan y distribuyan sus artesanías en diferentes ciudades o lugares ya que es muy poca la afluencia turística en el pueblo.



Antecedentes del Problema

El Estado de Michoacán, en la República Mexicana, comprende 107 municipios; cada uno de ellos producen una o varias artesanías. Entre ellos está Santa Clara del Cobre que basa su actividad creativa en la artesanía de cobre, constituyendo un magnífico ejemplo de persistencia cultural que arranca desde la época prehispánica y cuya manufactura no ha sufrido cambios importantes.

Es necesario dar a conocer dichas artesanías para preservar sus tradiciones y raíces, las cuales se han visto afectadas por el aspecto económico ya que muchos artesanos dejan sus talleres para dedicarse a la agricultura, ganadería y a emigrar a las grandes ciudades con la esperanza de mejorar su nivel de vida pues no cuentan con la fuente necesaria para subsistir si sólo se dedicaran a la elaboración de artesanías.

Definición del Problema

No existe ningún material apto que promocióne las artesanías, que muestre su valor, por lo que es necesaria una campaña de promoción que utilice los medios más adecuados y eficaces para dar a conocer dichas artesanías, y así, preservar nuestra cultura, raíces y tradiciones de nuestros artesanos, apoyarlos para que no siga disminuyendo el trabajo artesanal ya que además de contar con una gran riqueza cultural los consideramos un apoyo para la economía de nuestro país, además del atractivo turístico.

Ubicación del Problema

No existe ningún material afín para motivar al turista a visitar el pueblo; no contienen la información suficiente acerca del lugar ni de sus artesanías; son de poca difusión, no están bien distribuidos, difíciles de conseguir, de bajo impacto, con un diseño pobre, baja calidad, etc.

Objetivos de Solución

Es necesario realizar una campaña de promoción en la cual se elabore una serie de estudios y así determinar los medios más adecuados para llamar la atención de nuestro público meta, los cuales deberán provocar un interés y desencadenar una acción. Por lo tanto, el diseño será atractivo, en el o los medios que se decida (n) llevar a cabo, para lograr así la eficacia de nuestra campaña y la solución del problema.

Hipótesis Inicial

Si se realiza una campaña de promoción lo suficientemente atractiva, que esté presente en la vida cotidiana del mercado meta, éste conocerá y apreciará las artesanías en cobre y acudirá a Santa Clara del Cobre aportando recursos para preservar la actividad artesanal.

Justificación

Al ver la situación y condiciones en las que los artesanos realizan sus artesanías y considerando el aspecto económico como una de las principales razones de dicho problema debido a que la afluencia turística en Santa Clara del Cobre es escasa pues no se ha dado a conocer correctamente dicho municipio, no es por el, o los medios; que se han estado utilizando directamente sino por la forma en la que se está llevando a cabo dicha promoción; es decir, se conoce al público meta y es probable que éste conozca el pueblo y sus artesanías, sin embargo no hay interés por visitar la población, esto se debe a que ha realizado nada estético y funcional para captar su interés.

Además de los medios impresos se debe de considerar un medio en el que se exponga constantemente su vida cotidiana, que capte su atención y le recuerde la existencia de las artesanías.

La campaña para dar a conocer el pueblo y sus artesanías, contendrá la información necesaria para que el turista llegue al estado de Michoacán, a Santa Clara y valore el trabajo de los artesanos para que así aprecie y conozca sus artesanías; de esta manera no se perderán las costumbres y tradiciones de los artesanos.

II

capítulo



Cliente - Empresa

Recursos Económicos

La Secretaría de Turismo dispuso para la promoción del Estado de Michoacán, tanto de lugares turísticos como de artesanías, \$600,000 pesos repartiéndose entre los 107 municipios del estado. Para Santa Clara del Cobre le corresponde \$5,607.48 pesos sin embargo, debido al bajo presupuesto con el que cuenta, la promoción existente, se enfoca en general a todo el estado de Michoacán.

Imagen Actual

Los materiales que se usan, principalmente, son folletos; se considera pobre la información pues no menciona la manera de acceder al lugar. En cuanto a diseño, se observa una carga de texto que resulta poco legible; sus fotografías son poco didácticas, el papel es poco llamativo, etc.

Naturaleza del problema

Las promoción de las artesanías es escasa y se requiere de un mayor análisis del público objetivo, mayor precisión y eficacia. En el aspecto del diseño, el impacto es mínimo, consecuentemente pasan desapercibidos. Los lugares donde se exponen son muy pocos y de escasa afluencia turística, en su mayoría; se preocupan más por la captación turística para visitar sus lugares y menos por sus artesanías.

Competencia

Los materiales que se usan, principalmente, son folletos; expedidos por diferentes fuentes como El Municipio de Michoacán, Casa del las artesanías del Estado de Michoacán y algunos organismos particulares. Cada folleto aglutina información acerca de la mayoría de los municipios y la artesanía que producen así como los sitios relevantes de dicha entidad. Existen medios emitidos por La Casa de las Artesanías de Morelia, por el mismo municipio de Michoacán, algunas entidades particulares. Del primero, se encontraron folletos todos con el mismo formato (carta), algunos de ellos son impresos sobre papel bond a una sola tinta se emite uno por cada municipio (los que consideran más importantes, es decir, Morelia, Uruapan, Lázaro Cárdenas, Pátzcuaro y Zamora), contienen un mapa del estado y uno del municipio con las calles principales, tabla de distancias, lugares turísticos y teléfonos de emergencia, el diseño es bueno pero con poco impacto visual y falta información.

Los otros folletos son sobre papel couché, en selección con barniz UV, contiene la misma información que los primeros además de las Fiestas principales, una pequeña historia y direcciones de las Delegaciones Regionales de Turismo. Otro folleto que se encontró es de tamaño tabloide menciona algunos municipios con una breve historia y fotografías, éstos tienen más impacto visual que los primeros, algunas fotografías son buenas aunque son pobres en contenido.

El folleto emitido por el Gobierno de Michoacán, es de formato carta sobre papel couché a selección con barniz UV; está muy saturado ya que contiene grandes bloques de texto con puntaje bajo por lo que resulta cansado para leer, además de las fotografías que son tan pequeñas que es difícil de distinguir la toma.

Para promocionar la Feria y Concurso Nacional del Cobre Martillado que se celebra cada año en el mes de agosto se elaboran carteles. Se distribuye un folleto pequeño realizado por los mismos distribuidores de las artesanías a una sola tinta sobre papel kraft en donde se relata una breve historia del pueblo en inglés y español, menciona algunos lugares en donde se pueden adquirir las artesanías con un mapa del pueblo y las calles principales. El diseño resulta con poco impacto pero contiene la información necesaria para acceder al pueblo; se difunde al igual que el cartel casi en su totalidad a nivel local.

Existe un libro, rico en información pero con muy poco impacto visual desde la portada como en los interiores ya que presenta grandes cajas de texto, pocos blancos; las fotos son malas, de baja resolución y por su mismo carácter, de libro tamaño carta, resulta difícil de transportar, además de innecesario ya que no contiene información importante para el turista. Por lo que se puede considerar un libro didáctico.

En la revista "Aero magazine", se escribió un reportaje que hace mención de algunos municipios de Michoacán (los de mayor afluencia turística como Morelia, Pátzcuaro, Uruapan, etc) y de los lugares más importantes de éstos; al final del reportaje se dedica una hoja a Santa Clara del Cobre, su artesanía y gente.

Posicionamiento en el Mercado

SECTUR cuenta con una posición líder en el mercado ya que es la única empresa del gobierno que se dedica a la promoción y difusión turística de toda la República Mexicana abarcando todo tipo de difusiones ya sean turísticas y/o artesanales.

Duración de uso

Se considera que ésta campaña tendrá una duración de uno a dos años. Pasando este tiempo, se someterá a consideración su exposición en el mercado dependiendo de los cambios que se presenten en Santa Clara y la eficacia de la campaña.

Planes a Futuro

Abarcar todos los municipios de Michoacán y posteriormente toda la República, adecuando el diseño para representar cada entidad.

Extensión de Actividades

Actualmente se realizan visitas guiadas en las cuales se explica la historia del pueblo sus los lugares más representativos, sus artesanías y la forma como se elaboran.

Licencias y Reglamentos

No existe ninguna limitante para la elaboración de esta campaña, ni en diseño ni en información; solamente deberá inscribir el nombre de SECTUR en los medios impresos que se requieran.

Qué, Cómo y Porqué lo Requiere

Nuestro mercado necesita un medio para dar a conocer las artesanías, el lugar donde se les puede adquirir y donde se elaboran; es preciso que estos medios estén disponibles en los lugares que frecuenta el mercado meta.

III

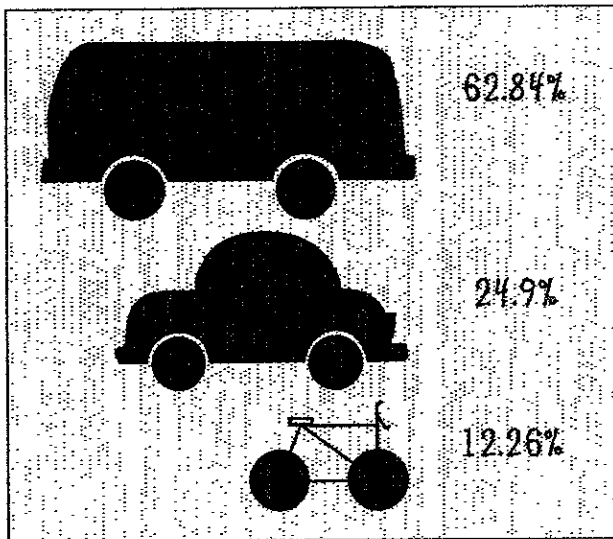
capitolo

R eceptor

Receptor

Determinación del receptor

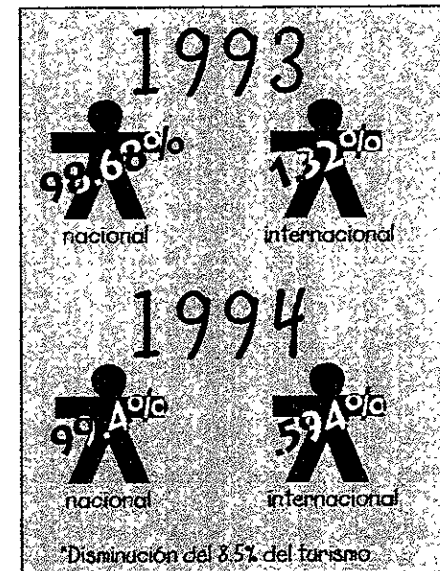
Es muy importante la impresión visual que un producto cualquiera cause, pues debe atraer la atención del mercado meta despertando en él un sentimiento de agrado y preferencia; ésto se logra al momento de coincidir con sus gustos, situaciones familiares y espacio. Esta campaña va dirigida principalmente al público nacional que valora nuestras tradiciones, cultura y costumbres; público que gusta de las artesanías en general, las considera como una fuente de ingresos para nuestro país y se preocupa por el bienestar de su gente. En 1996, los mexicanos realizamos 148.3 millones de viajes con pernocta en el territorio nacional y 321.8 millones de excursiones. Se calcula una derrama económica por turismo interno de 15.3 mil millones de dólares. El valor de la inversión acumulada en la industria turística alcanza un monto de alrededor de 25.5 mil millones de dólares. La oferta de alojamiento hotelero se ubicó en 381, 522 habitaciones, 3% más que el año anterior. Los restaurantes y hoteles generan un total de 1.7 millones de empleos directos y participan con el 5% del Producto Interno Bruto.



Este público en su mayoría, son hombres y en menor grado mujeres, la edad promedio oscila entre los 18 y 50 años, por lo que nuestro mercado potencial es joven y su nivel socio-económico y/o cultural es independiente lo que nos hace suponer que no tiene

importancia este aspecto para interesarse por las artesanías y que guste de ellas. En el año de 1993 se consideró un total de 9682 turistas de los cuales 9555 de procedencia nacional (98.68%) y 127 extranjeros (1.32%), para el año de 1994 se contó con la presencia de 8855 público nacional (99.4%) y 53 de procedencia extranjera (.6%). El 62.84% del turismo en Santa Clara del Cobre llegó al pueblo en autobús, el 24.9% en auto propio y el 12.26% restante en otros medios de transporte.

Sabemos cual es nuestro mercado y conocemos sus necesidades.



Análisis y Síntesis

Necesidades del receptor

Existe un problema de impacto visual: las portadas no crean ningún interés para seguir la lectura de los folletos; los interiores son muy saturados tanto de tipografía como de gráficos, en uno de ellos el puntaje es muy bajo y en las tipografías caladas en blanco se dificulta la atención ya que el fondo es claro, la impresión, de baja calidad, las fotografías están bien logradas y de baja resolución.

Requerimientos del Cliente

La información contenida deberá ser clara, precisa y explícita considerar todos los elementos de diseño es decir, la tipografía (puntaje, estilo, fuente, interlineado, etc.) para que sea comprensible y fácil de leer, las ilustraciones y fotos que sean llamativas, con gran impacto visual y alta resolución; la impresión, de buena calidad para que no demerite el diseño final.

Requisitos del Diseño

Se proponen tres medios: el cartel, folleto y agenda; en éstos se utilizarán fotografías y viñetas, el estilo será el mismo para crear una identificación y armonía tratando de representar en ellos la cultura y belleza de las artesanías de Santa Clara del Cobre. El diseño tendrá que ser llamativo desde su primera vista para despertar interés y provocar una reacción y/o sentimiento hacia las artesanías

Necesitamos sintetizar la información realizando una buena redacción del texto requerido para no aburrir al receptor y que acabe de leer. Los medios deben de estar expuestos en varios lugares para evitar al receptor problemas de adquisición y que estén presentes en su vida cotidiana para que los recuerde.

Establecimiento de la Demanda

Éstos medios deberán ser exhibidos en agencias de viajes, SECTUR, bibliotecas, hemerotecas, librerías, museos, escuelas y tiendas.

Necesidades Reales

El diseño deberá ser llamativo, captar la atención del receptor, crear un interés y provocar una reacción y/o sentimiento hacia las artesanías, éste deberá estar presente en su vida cotidiana para que le recuerde constantemente, de fácil adquisición, la información clara y concisa, es decir, evitar tanto los excesos de texto como las carencias.

Conceptos del Diseño

Folleto 1

El tamaño es carta sobre papel couche de poco gramaje. Utilizaron la fuente Friz Cuadrata tanto en la portada como en los interiores, el puntaje en la portada es de 24 y en los interiores de 12, aparecen unas placas que no van de acuerdo con las artesanías y en conjunto con el diseño no hay armonía ni estética. Presenta 3 fotografías las cuales son de baja resolución y poco impacto, en la portada hay una foto rebasada de las artesanas de Santa Clara del Cobre, en la parte posterior hay un subcapítulo calado en blanco el cual es poco legible por los brillos de la fotografía, el slogan tiene poco impacto por los colores ya que es calado en blanco sobre unas placas verde rosa y azul.

MICHOACAN

Michoacan Crafts



MICHOACAN CRAFTS
The indigenous and Spanish crafts have generated a tradition of styles that became the mark of Michoacan, an inimitable artistic statement, incorporating varied techniques and perfect finishes.

SAN JUAN SECURICHA
This place offers us highly sensitive craft work. Its specialty is the hand-dyed paper in green, black, and white, as well as flower paper, soap paper and dials.

SANTA CLARA DEL COBRE
In this town the national and international fame of the crafts from this region, which date from the prehispanic period, through work of handwoven copper with a variety of designs and also Santa Clara, crucifixes, flower pots, jaw fruit bowls, containers of all forms and the



materials, particularly the quality of them, widely covered because of their perfect sound.

PAYSCABO
It would be impossible to describe the inimitable craft production of this town because of the copious amount of the work.

THE BRANDS OF MICHOACAN
The brands of Michoacan have a 'soft' cultural tradition. Michoacan waits for you to share in it

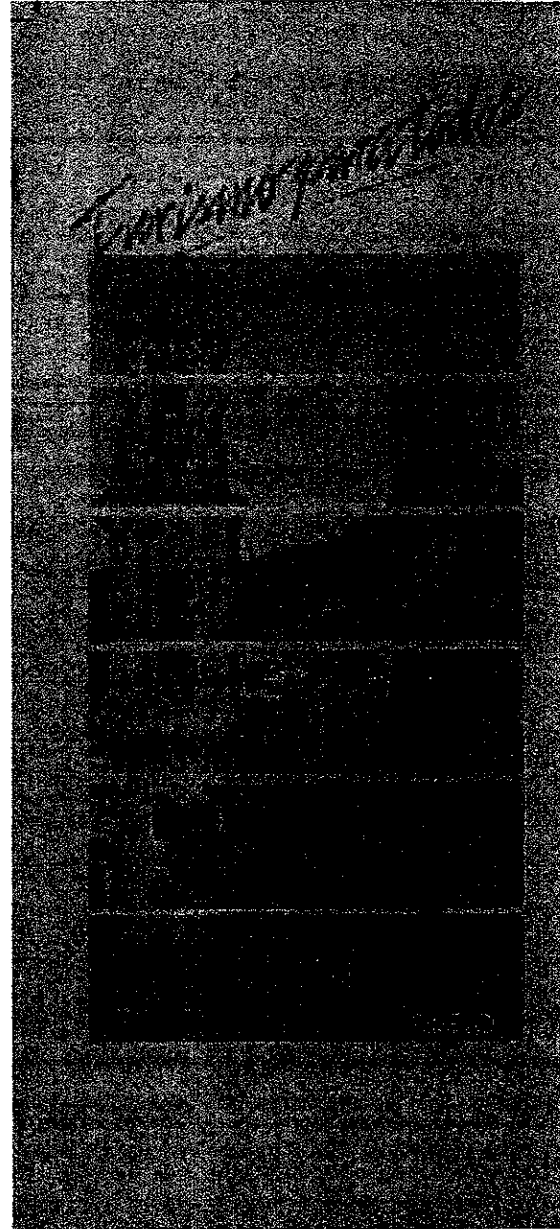
Folleto 2

Folleto tamaño carta con dos suajes de doblez en cruz, el tamaño final de éste es de 5x14 cm, en la portada utilizan un fondo texturizado azul con una foto de un plato de Tzintzuntzan. La fuente que utilizaron es script queriendo reflejar un estilo clásico en el diseño, sin embargo no pertenece al contexto del fondo y logra un desequilibrio total en el diseño. El slogan es "Déjate conquistar por el Edo. de Michoacán". Al abrir el folleto aparece una foto de las mariposas monarcas en baja resolución, la tipografía es negra sobre fondo amarillo, tiene una capitular sobre fondo magenta calada en blanco. La fuente que se utilizó en el folleto es helvética de 8 puntos, tiene poco interlineado y blancos, lo que provoca cansancio en su lectura.

Al abrir por completo el folleto aparecen 3 fotografías, el puntaje de la letra y el estilo es el mismo. En la contraportada aparece el mapa de Michoacán sobre fondo texturizado por lo que la tipografía es poco legible, leible y perceptible.



Conceptos del Diseño



Folleto 3

FOLLETO 3: El formato es doble tabloide sobre papel revolución, en la portada aparece una foto de la catedral de Morelia, el título es en script de color rojo, en la parte posterior aparecen los logos de SECTUR y FIDETO.

Es difícil el manejo del folleto por el formato tan grande, al extenderlo resalta la exagerada información de los lugares para acampar, hospedarse, etc. La tipografía helvética es negra con un fondo de fotos opacas a una sola tinta; es poco legible por la baja opacidad de la fotografía.

La parte posterior del folleto extendido es un cartel donde se ilustra la República Mexicana con volumen y degradados saliendo de ella como cohetes que son los lugares más representativos de cada estado con fotos e ilustraciones; es de poco impacto y nada estético, ya que parece cartel navideño por los cohetes y las piñatas, no reflejando así lo que es en realidad México.

Observación Personal

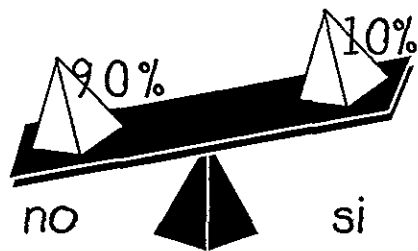
Se realizaron una serie de encuestas a personas de edades entre 18 y 40 años, de sexo tanto femenino como masculino en varios puntos del país, es decir, zonas norte, sur, centro, oriente y poniente.

A continuación, se presentarán las preguntas que se realizaron, dichas preguntas se respondieron al mostrarles los folletos ya existentes, el resultado de dichas encuestas nos ayudará a conocer más a nuestro receptor, saber cuáles son sus necesidades y gustos; para así lanzar una campaña eficaz.

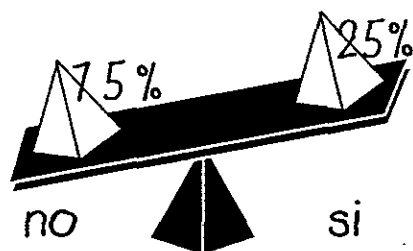
- ¿Consideras el folleto con impacto visual?
- ¿Crees que contiene toda la información necesaria para que vayas?
- ¿Consideras que las fotos e ilustraciones tienen impacto visual y/o didácticas?
- ¿Te interesaría leerlo?
- ¿Crees bueno el diseño general del folleto?
- ¿Piensas que la letra es de buen tamaño y/o fácil de leer?
- ¿Crees que los elementos gráficos son armónicos?

Se apreció que las respuestas diferían mucho de acuerdo a la edad ya que a nivel general la población más joven se interesaba más por lo estético y/o creativo del material, sin embargo, las personas de mayor edad les interesaba más la funcionalidad, ergonomía, legibilidad, etc., por lo que el diseño final de nuestros medios deberán contener todas estas características para llamar la atención de nuestro receptor, es decir, ser tanto estéticos y creativos como funcionales, fácil manejo, legibles, etc.

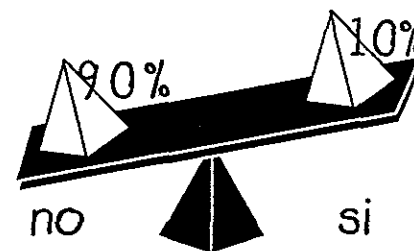
1) ¿Consideras el folleto con impacto visual?



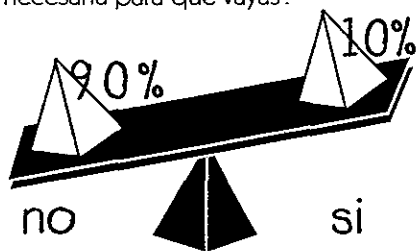
4) ¿Te interesaría leerlo?



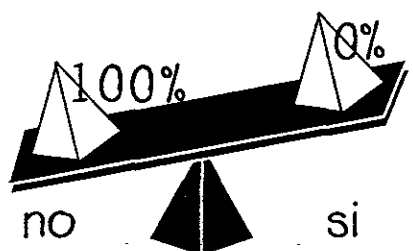
7) ¿Crees que los elementos gráficos son armónicos?



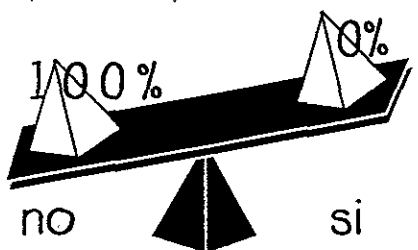
2) ¿Crees que contiene toda la información necesaria para que vayas?



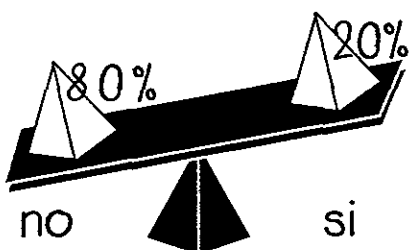
5) ¿Crees bueno el diseño general del folleto?



3) Consideras que las fotos e ilustraciones tienen impacto visual y/o didácticas



6) ¿Piensas que la letra es de buen tamaño y/o fácil de leer?



Diseño
D G M
ráfico
Mercado
y técnica
medios



Diseño Gráfico

El diseño gráfico es el arte de representar lo que se quiere o debe representar en un espacio determinado, lo considero uno de los factores más importantes dentro de la vida cotidiana ya que todo o casi todo lo que nos rodea se ve influenciado por el diseño.

El diseño debe ser estético, funcional y provocar un sentimiento al público, si no crea algún cambio en nuestras emociones no sirve, el diseñador transmite mensajes, ideas y debe estar consciente de la importancia que representa la creación de nuevas técnicas de diseños creativos e innovadores, considerando la infinidad de elementos y herramientas para lograr lo que desee.

El diseño seduce, convence, motiva, provoca, crea horror, tristeza y alegría.

El diseñador, no debe conformarse con ver las características exteriores de un producto, objeto, etc; sino que debe ir más allá para conocerlo mejor y así expresar lo que es en realidad, abarcando todos los aspectos "invisibles" que pueden ser más importantes que el exterior que todos ven, debe aprender a observar todo lo que tiene a su alrededor ya que para aprender a expresarse visualmente se debe aprender a ver, más que a únicamente utilizar el sentido de la vista, el diseñador debe desarrollar una percepción intensificada de la apariencia de los objetos, así podrá aprender a dibujarlos y aumentará su perceptividad hacia los objetos y sobre todo su creatividad.

"El hecho de aceptar las modas vigentes y seguir las herencias arrastradas por la indolencia pensante sólo conduce al suicidio de la creatividad". "Del pasado sirve la experiencia no la semilla".

Retícula

Red tipográfica

La retícula o pauta es la división geométrica de un área en columnas, espacios y márgenes medidos con precisión, las columnas son las zonas verticales en las que se va a alinear el texto, estas mismas divisiones se usarán para influir en la posición de otros elementos ya sean tipos de diferentes tamaños, fotografías e ilustraciones.

La retícula en su forma más simple le ayudará a conseguir un aspecto equilibrado en un espacio determinado. La necesidad de equilibrio, estructura y unidad rige todas las formas de imágenes gráficas, estas cualidades a frecuencia se logran a través del control cuidadoso de la medición de espacio, este a menudo, puede ser controlado y utilizado de manera dinámica, en especial cuando el número de elementos de diseño es limitado y el espacio es grande.

Si la retícula se usa con una mayor libertad, se logrará una disposición de los elementos de diseño. Todo trabajo de diseño está compuesto a base de líneas guía y reglas para ordenar la información que se exhibe de una forma equilibrada y creativa.

Offset

Este se basa en el principio de la litografía. Sólo que la impresión en offset es mediante tres cilindros en contacto entre sí.

El primer cilindro lleva la plancha que es humedecida y entintada, el segundo que es de goma recibe la impresión y la traslada a la hoja, a la que el tercer cilindro (de presión) ha dado vuelta, este método se denomina también impresión indirecta.

Las principales máquinas utilizadas son: La máquina plana o prensa litográfica cuyo molde puede ser de piedra o de zinc. La presión y el entintado se aseguran mediante un cilindro accionado a mano. Se emplea sobre todo cuando es una impresión con tirada limitada de temas artísticos originales.

La "offset cilíndrica de hoja"

Es la más utilizada, en este tipo de máquina todos los elementos son en principio similares a los de las máquinas tipográficas plano-cilíndricas. A ellos se añaden también los rodillos que llevan el agua a la plancha, matriz o molde.

La "rotativa offset"

Se basa en el mismo principio de la offset cilíndrica. El papel pasa constantemente por la bobina entre el cilindro de transferencia y el cilindro de presión.

Pre-prensa

A partir de éstas máquinas se puede dar salida directa a positivos y negativos de cualquier archivo (realizado en la computadora) con cualquier resolución, lpi y su matchprint o cromalín que es la salida directa de negativos o positivos para que el impresor tenga una guía o base de los colores cuando es selección, se tiene que llenar únicamente una hoja donde se apuntan todos los requerimientos de los archivos que se desee dar salida, ésta te la proporcionan en los lugares en donde se realiza la pre-prensa y dar tu archivo en disquette, syquest, zip, jazz, etc. dependiendo de lo que pese el archivo y del drive de salida que tenga, cuando se utilizaron fotografías y únicamente se digitalizaron para posición se debe de llenar otra orden de trabajo para scan de fotos y su posición en el documento final para que las fotografías no salgan de baja resolución.

Papel, Tamaño y formas

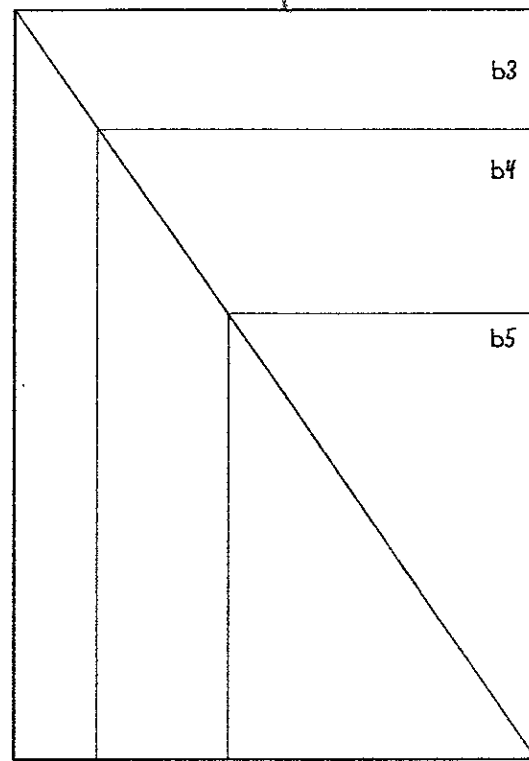
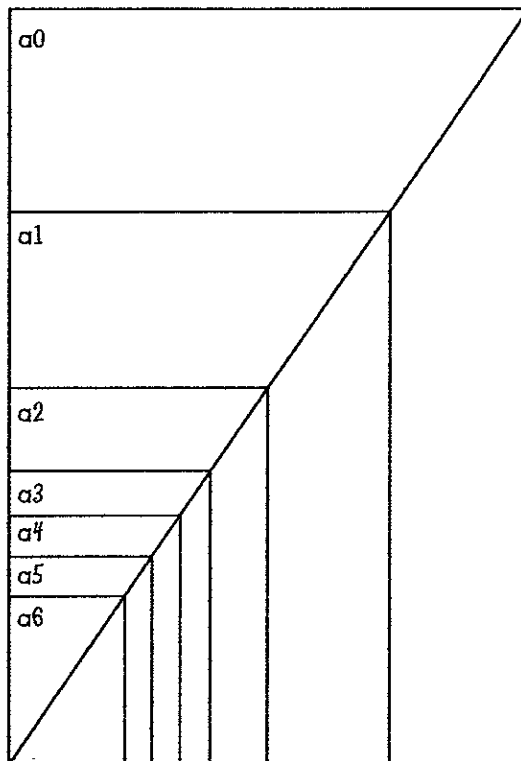
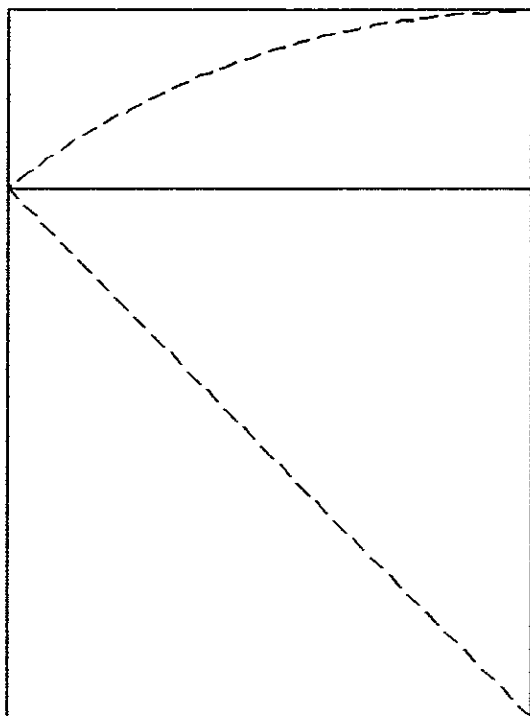
Medidas internacionales del Papel

Las medidas internacionales del papel se utilizan en forma generalizada en los países que siguen el sistema métrico decimal. Existen tres medidas llamadas A,B,C: los pliegos de cada medida tienen una proporción áurea rectangular $1:\sqrt{2}$, conocida desde hace largo tiempo por los arquitectos como proporción áurea, el término que se le designa a un rectángulo balanceado perfectamente.

Los papeles del tipo A son utilizados generalmente para imprimir papelería, publicaciones (libros, periódicos, revistas, etc.).

Los papeles del tipo B son para impresos más grandes como carteles y similares.

Impresión



A0= 1,188 x 840 mm
A1= 840 x 594 mm
A2= 594 x 420 mm
A3= 420 x 297 mm
A4= 297 x 210 mm
A5= 210 x 148 mm
A6= 148 x 105 mm
A7= 105 x 74 mm

B3= 497 x 353 mm
B4= 353 x 250 mm
B5= 250 x 176 mm

Mercadotecnia

"Serie de actividades que regulan y coordinan la secuencia que sigue un producto, desde su concepción hasta su entrega al consumidor en óptimas condiciones de calidad, tiempo y lugar adecuados, logrando así utilidades juntas para la empresa y un constante desarrollo.

Campaña de Publicidad

Planeación, integración y control de elementos creativos y de investigación, que mediante la difusión de mensajes a través de los medios publicitarios tiende a lograr objetivos publicitarios para un anunciante específico.

Difusión

Proceso de comunicación y aceptación del producto por el mercado, dar a conocer la existencia, características y ventajas del producto; puede ser de modo verbal y personal.

El diccionario Littré lo define como la acción de esparcir, el de Hatzfeld y Darmesteter, refiriéndose al latín *diffundere*, precisa que es la acción de "esparcir en todas direcciones".

Mercadotecnia

Promoción

Es el conjunto de actividades que tratan de comunicar los beneficios que reporta el producto (bien o servicio) que intentan persuadir al mercado objetivo de que lo compre a quien lo ofrece.

El posible comprador recibe de forma continuada miles de estímulos por distintos medios que le comunican e invitan a comprar un sin fin de productos. Es muy difícil, por lo tanto, que se dedique a buscar un producto que desconoce y que puede suponer un esfuerzo conseguirlo.

La calidad del producto es necesaria para mantener al cliente, pero, por sí sola, no es suficiente para atraer nuevos compradores. Se debe dar a conocer también al mercado la existencia del producto y los beneficios, características, ventajas y necesidades con los que satisface al consumidor. Es decir, debe promocionarse el producto.

Como instrumento del mercadotecnia la promoción es fundamentalmente comunicación. Se realiza a través de distintos medios -personales o impersonales- y su fin último es estimular la demanda.

Medios

El Cartel

Se podría decir que se encuentra en el cartel una de las formas más típicas de comunicación visual: su mensaje, su información debe entrar visualmente, captarse de inmediato. La lectura global del cartel debe de hacer comprensible un nombre, una frase breve, una dirección, el resto de la información la da la imagen ya sea pintura dibujo, collage, foto, cualquiera de éstas técnicas es buena para la obtención de la imagen.

El diseñador no puede darse el lujo de expresar una idea personal que las generaciones futuras probablemente no sean capaces de entender y por ello trabaja teniendo en cuenta a su público. Los carteles suelen reflejar el idioma popular porque su función es tanto comunicativa como de decoración. Dado que la comunicación visual es la primera justificación de su existencia, el aspecto de los carteles viene gobernado principalmente por factores artísticos, profesionales, los estilos de moda y los medios de expresión.

Un cartel aspira a seducir, exhortar, vender, suplicar, educar, o convencer, trata de detener a los que de una u otra manera lo ignoran. El cartel es agresivo porque aparece dentro del contexto de otros carteles compitiéndose y a la vez reforzándose entre sí.

En un cartel dominan los elementos plásticos, visuales, no el texto, está destinado a ser reproducido y tener una múltiple existencia. Como se ha dicho, el cartel cumple con múltiples funciones, debe informar, estimular, activar, movilizar, interpretar, provocar, hacer dudar, convencer, etc.

Folleto

Un folleto es un impreso que consta de cuatro, seis, ocho o más páginas, el máximo suele ser de cuarenta y ocho páginas.

Se produce por impresión de la hoja por ambas caras, doblando para lograr el número requerido de páginas y asegurando por el doblado que las páginas queden unidas.

Se encuentran distintos formatos así como formas de doblado y engargolado como metálico, de goma, etc.

Este ayuda a vender, describir, y anunciar cierta mercancía, debe de transmitir la calidad y las características de los productos o servicios descritos.

Para preparar un folleto debemos de identificar primero los bienes o servicios ofrecidos y obtener una descripción completa de éstos.

El primer paso para la elaboración de un folleto (una vez realizados los estudios anteriores) es diseñar la cubierta o portada y contraportada, la primera es de suma importancia ya que tienen que comunicar al instante el contenido y la calidad del producto que se está ofreciendo al público o mercado potencial y hacer que nazca el deseo de abrir las páginas interiores, pues de lo contrario afectará todo el contenido visual del folleto.

Estos se recubren por lo general de una película autoadhesiva (plastificado) para dar la impresión de laminado.

El diseño de las páginas debe establecer una armonía con respecto a todas las demás, así se establece una relación y se aprecia que en todo el folleto se tocará un tema en común.

El folleto es un medio selectivo de comunicación, debe de llamar la atención, la literatura es directa y está lo suficientemente reducido para que el lector lo capte, debe estar completo, sin ser extenso ni aburrido para que el lector lo lea en su totalidad.

Una información con títulos, subtítulos, márgenes y textos de las imágenes dispuestos con claridad y lógica no sólo se lee con mayor rapidez y menor esfuerzo sino que se entiende mejor y se retiene con mayor facilidad en la memoria.

Agenda

Lat. agenda de cosas que se han de hacer. Libro o cuaderno en que se anota lo que se ha de recordar.



capítulo

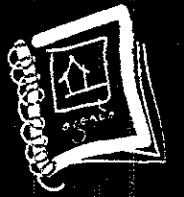
P roceso de Diseño



Introducción

Detectando las necesidades y carencias ubicadas dentro del sector artesanal en Santa Clara del Cobre, se requiere entonces de una amplia y efectiva campaña de promoción en la que se mantenga una real y efectiva comunicación con el exterior (el turista, el comerciante ciudadano, o el consumidor en general.) Es entonces en donde el aspecto gráfico participa como elemento vital ya que es partícipe en el sistema de comunicación. Los medios gráficos y editoriales que serán la agenda, el cartel y el folleto, deberán manifestarse visualmente de forma constante hasta lograr una identificación del mercado meta.

El proceso de diseño es una serie de bocetos los cuales nos llevarán a un diseño final capaz de cumplir con todos los requerimientos necesarios para llamar la atención de nuestro mercado meta.



agenda

Bocetaje inicial

Decisiones sobre formatos propuestos

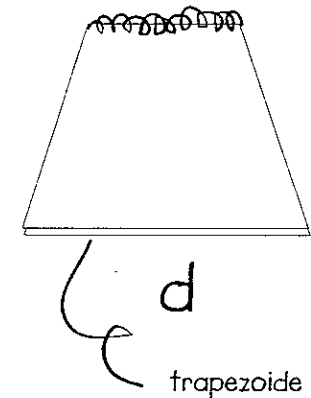
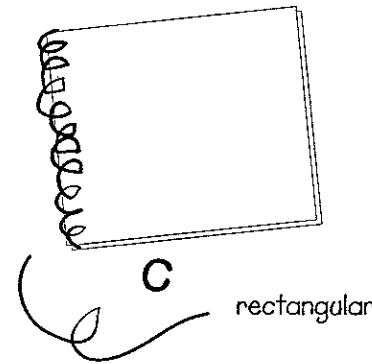
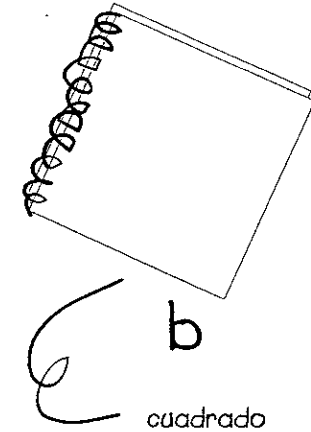
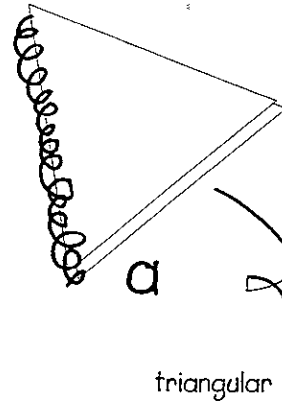
Se consideraron varios formatos de agenda como el triangular, cuadrado, rectangular y trapezoide para la elección del más adecuado se realizó una encuesta a 50 personas de edades entre los 18 y 45 años, se mostraron los formatos físicamente; ésto nos ayudará a decidir cual es el más adecuado considerando el aspecto ergonómico, originalidad, estético, funcional y costos.

A continuación se mencionarán las preguntas que se realizaron:

- 1 • ¿Cual es el formato que te gusta más?, ¿por qué?
- 2 • ¿Qué formato no te gustó?
- 3 • ¿Cuál de ellos crees que es el más fácil de transportar?
- 4 • ¿Cuál de ellos crees que contendrá suficiente espacio para que escribas?
- 5 • ¿Cuál de ellos lo consideras más estorboso y por qué?
- 6 • ¿Cuál de ellos crees que es el más fácil de manejar y por que?
- 7 • ¿Compraría alguno de ellos, cuál y por que?

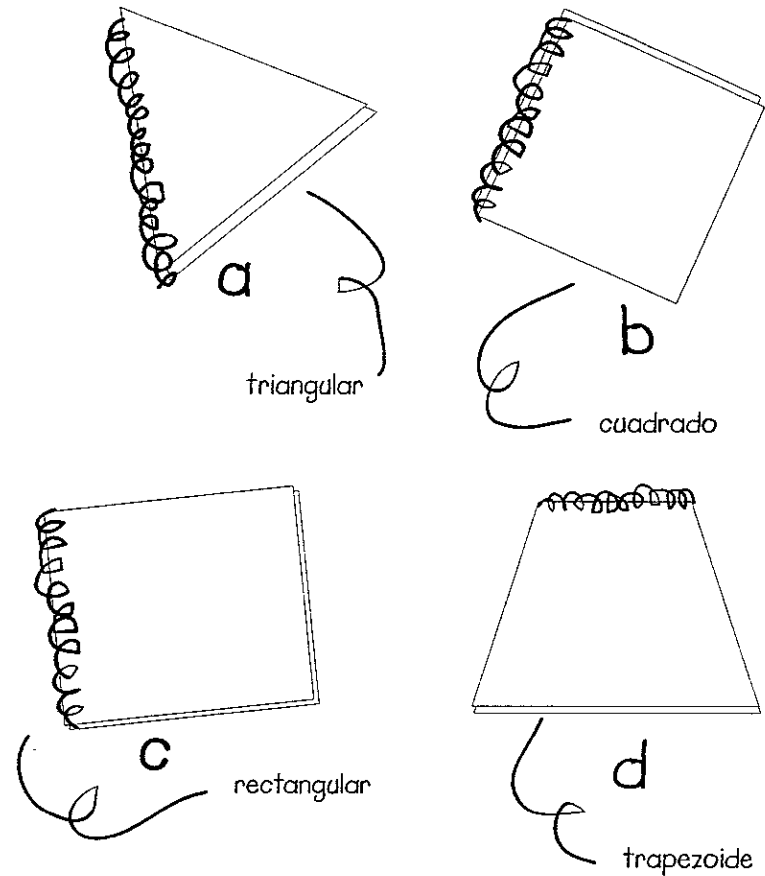
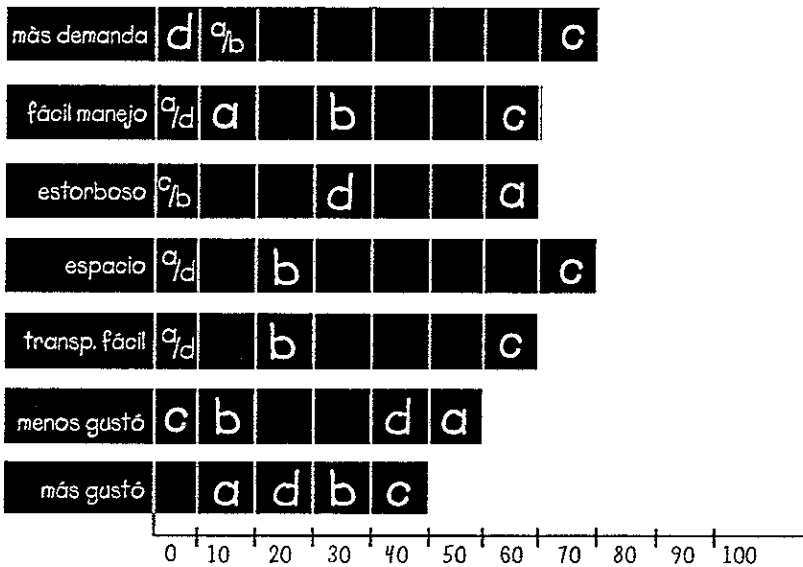
| | | | | | | | |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| a | 10% | 50% | 0% | 0% | 70% | 0% | 10% |
| b | 30% | 15% | 20% | 20% | 0% | 30% | 10% |
| c | 40% | 0% | 70% | 80% | 0% | 70% | 80% |
| d | 20% | 40% | 0% | 0% | 30% | 0% | 0% |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

Proceso de Bocetaje



Formato de agenda

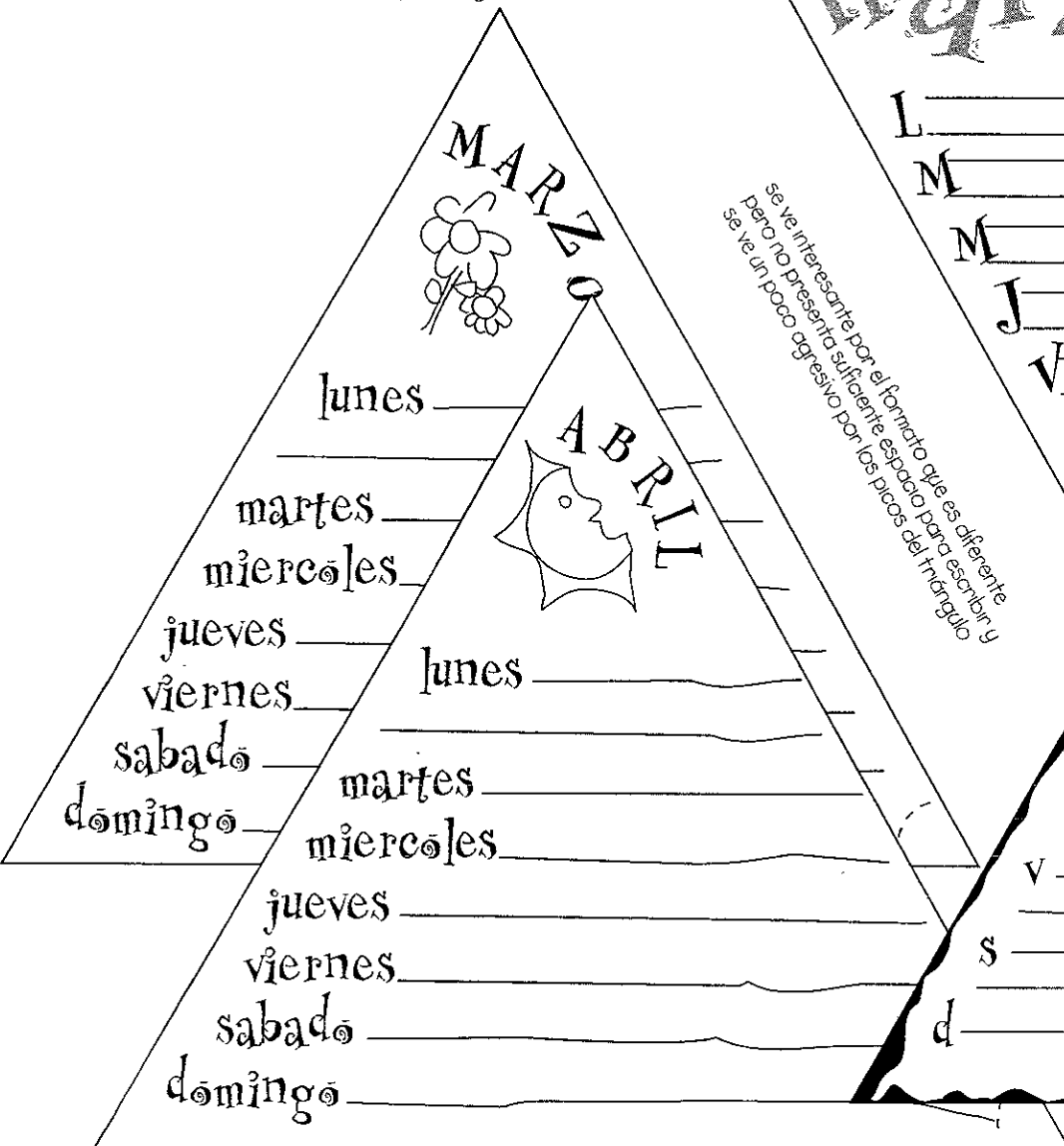
Resultados y gráficas



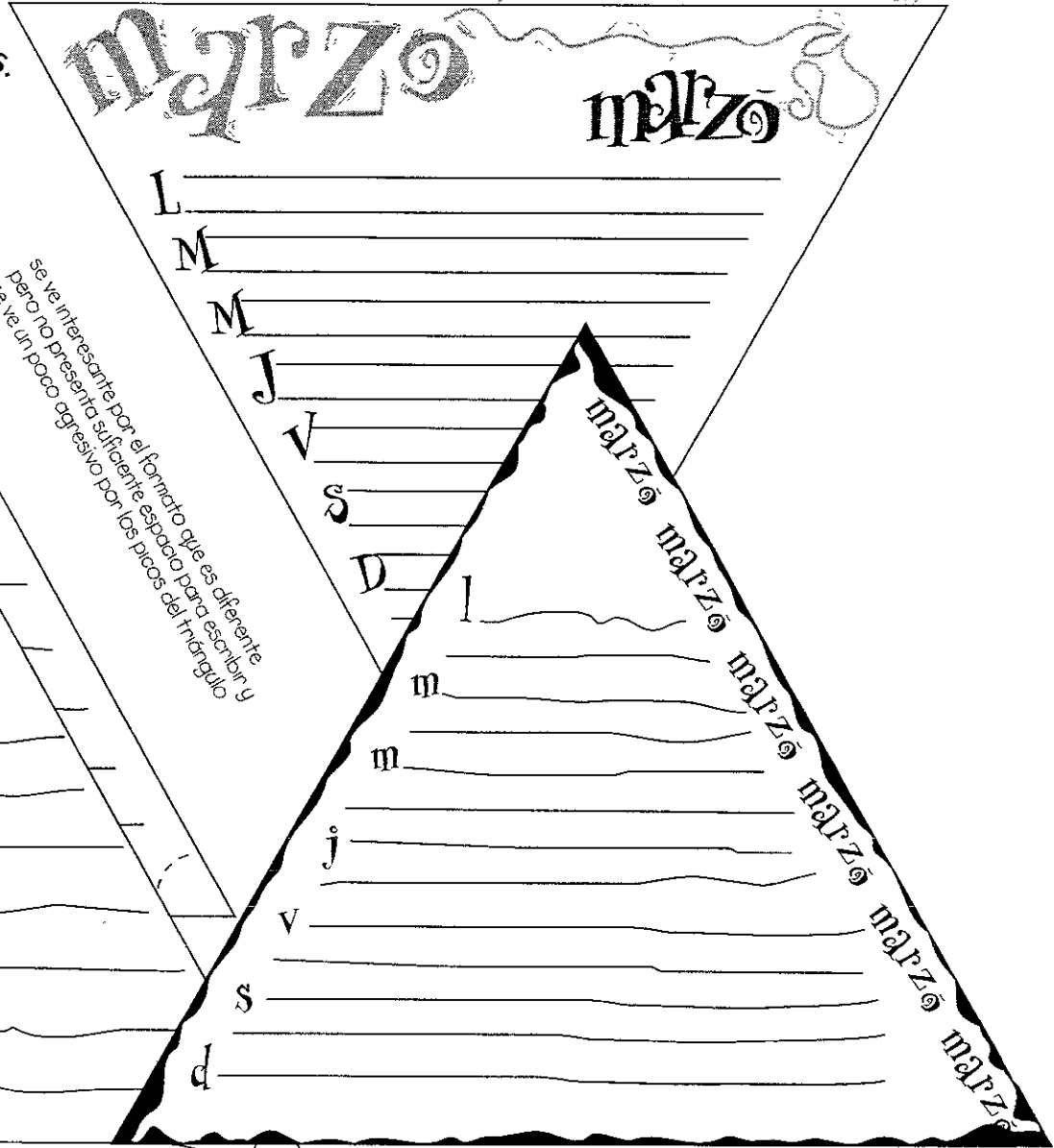
Consideran el formato a y d innovador; sin embargo poco práctico y en el caso específico del a agresivo por las puntas. Al formato b lo consideran muy estático y pesado a diferencia del c que lo ven como una figura natural, más agradable a la vista y ergonómica.

De los formatos realizamos... un propuesta más.
 Considerando los formatos que más gustaron:

Proceso de Bocetaje



se ve interesante por el formato que es diferente
 pero no presenta suficiente espacio para escribir y
 se ve un poco agresivo por los picos del triángulo



Bocetaje de las páginas interiores

lunes
martes
miércoles
jueves

Mayo

Las Hares de mayo
poco a poco cederán
a las patas de gallo

lunes
martes
miércoles
jueves
viernes
sábado
domingo

marzo

que sera
de
si n
creyer
la h
del
ante

marzo

lunes
martes
miércoles
jueves
viernes
sábado
domingo
notas

Proceso de Bocetaje

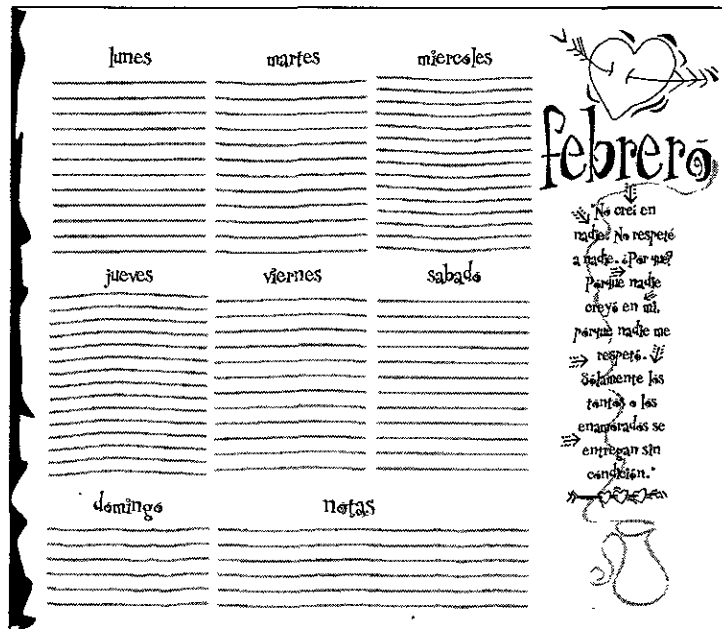
lunes
martes
miércoles
jueves
viernes
sábado
domingo
notas

octubre

cuando me
muera y me
tengan que
enterrar
quiero que sea
con una de sus
patitas
para que no
me de miedo
después abajo
para que no se
me olvide cuando
esté cara

¿Cuántas veces no has adquirido un calendario de los que se arrancan día por día para ver que nueva sorpresa te va a dar hoy?, considerando ésto se propone poner textos de algo referente al mes, o al día, sin embargo, funcionaría más si se manejaran textos de Santa Clara del Cobre o que nos refiriera a ella, por lo que se eligieron varios textos que dijo un famoso personaje de dicho pueblo es decir Pito Pérez en cada semana aparece un texto diferente en donde se observa como fué su vida y menciona al pueblo, su gente y sus costumbres. Retomando la pleca y unas viñetas de cada mes que se realizaron considerando la época del año (verano, otoño, etc.), una fecha importante o una fiesta del pueblo, costumbres, etc.

Bocetaje formal



textos para el mes de febrero

"No creí en nadie.
No respeté a
nadie. ¿Por qué?
Porque nadie
creyó en mí,
porque nadie me
respetó.
Sólamete los
tontos o los
enamorados se
entregan sin
condición."

"¿Qué voy por la
vida sucio,
greñudo,
desgarrado?; ¡y
que importa si no
tengo con quien
quedar bien!"

"La Caneca no es
coqueta ni
parlanchina, ni
rezadera ni
caprichosa. Muy al
contrario, es un
dechado de virtudes.
¡Que suerte tuve al
encontrármela!"

"Te amo en secreto,
si lo supieras
nunca me hirieras
con tu desdén..."

Hoy tuvimos un mal
día, dice Pito Perez
a su chaqueta,
sacudiéndole el
polvo de la solapa.
tu perdiste el único
botón que tenías y
yo a un amigo.

Bocetaje de

las placas para cada mes



flores



por el día del amor y la amistad



Bocetaje formal

| | | | |
|---------|---------|-----------|---|
| junes | martes | miercoles |  <p>marzo</p> <p>Que favor le debo al sol por haberme calentado. * si de chico fuí soldado. * si grande mal hablado y de muerto condenado? Que favor le debo al sol por haberme calentado?...</p>  |
| jueves | viernes | sabado | |
| domingo | notas | | |

textos para el mes de marzo

"¿Que favor le debo al sol por haberme calentado, si de chico fuí soldado, si de grande mal hablado y de muerto condenado? ¿Que favor le debo al sol por haberme calentado?.."

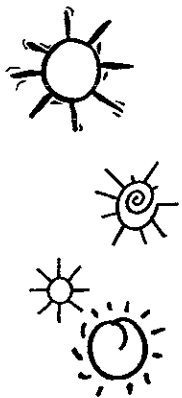
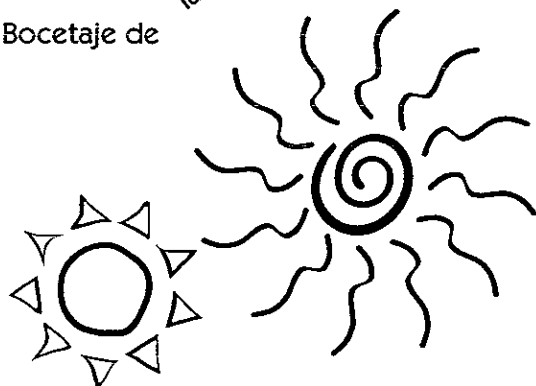
"El vicio del vino es terrible, amigo, y el borracho por principio de cuentas, necesita perder el pudor. cuesta trabajo perderlo, pero cuando uno lo pierde, que descansado se queda."

"...por mi boca hablará el espíritu... del vino y, como los profetas de la antigüedad, paso la vida iluminado."

"La Caneca no es gorda, ni seca, ni come manteca!"

"-¿Y la conciencia, Pito Pérez?
-La tengo arrinconada en la covacha de los chismes inútiles"

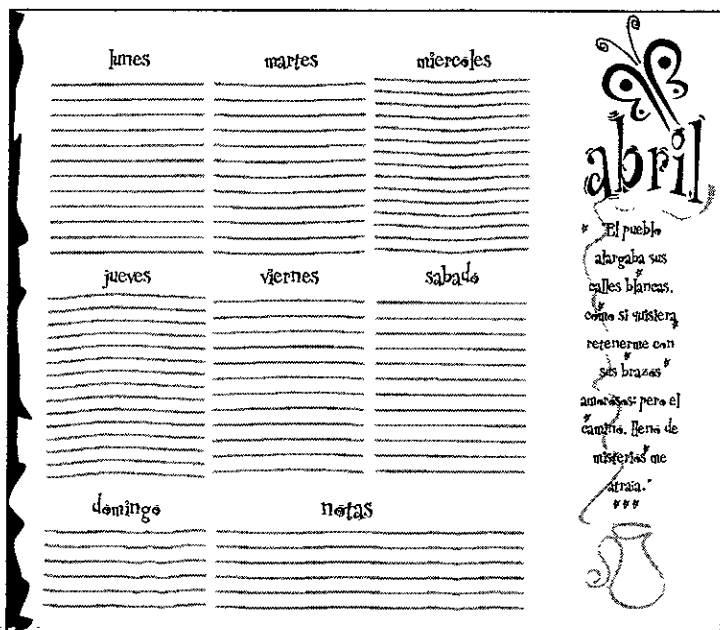
Bocetaje de las placas para cada mes



por el día de la primavera



Bocetaje formal



textos para el mes de abril

"El pueblo
alargaba sus
calles blancas,
como si
quisiera
retenerme
con sus brazos
amorosos;
pero el
camino, lleno

"Le aseguro
que si en misa
se consagrara
con
aguardiente
de caña, los
curas serían
más humildes
y más dulces
con su
rebaño."

¿Quién se ha
interesado por
mi con algún
sentimiento
afectuoso?
usted mismo,
a quien estoy
contando mi
historia.

"Cercáronme
las gentes,
como a un
payaso, para
que las hiciera
reír con el
relato de mis
aventuras, ¡
pero nunca
enjugaron una
sola de mis
lágrimas!"

"A Dimas le
dijo Gestas:
¡que trastadas
son éstas!
Y al Pito le dijo
Dimas:
te...tizno si no
te arrimas.
Y volaron al
momento
las limosnas
que tenía en
su sagrada
alcancía
el Señor del
Prendimiento."

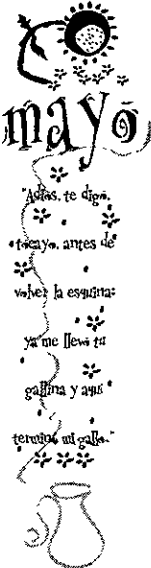
las plecas para cada mes

Bocetaje de



Bocetaje formal

textos para el mes de mayo

| | | | |
|---------|---------|--------|--|
| jueves | viernes | sabado |  |
| domingo | noctas | | |
| | | | |
| | | | |

¿Qué no tengo trabajo?

¡Que más da, si nadie
tiene que vivir a mi costa!

"Adios, te digo, tocayo,
antes de volver la esquina;
ya me llevo tu gallina y
aqui termino mi gallo."

"Las Cartas de amor son el agnus

dei con el que principia la
oración del olvido"

"Locos los que se ven sin
voluntad de vivir tan sólo
por temor a la muerte"

"¿Qué voy por la vida sucio,
greñudo, desgarrado?; ¡y que me
importa si no tengo con quien
quedar bien!"

las plecas para cada mes

Bocetaje de





por el día de la primavera



Bocetaje formal

BOCETAJE FORMAL

textos para el mes de julio

| | | | |
|---------|---------|-----------|---|
| lunes | martes | miércoles |  <p>julio</p> <p>Fuí Pito Pérez: una sombra que pasó sin comer. de cárcel en cárcel! Hilo Lacre: ¡un dolor hecho alegría de campanas!</p>  |
| jueves | viernes | sábado | |
| domingo | noche | | |

"Fuí Pito Pérez: ¡una sombra que pasó sin comer, de cárcel en cárcel! Hilo Lacre: ¡un dolor hecho alegría de campanas!"

"Si tengo algún talento, lo aplico en encontrar los medios para que la bebida me resulte de balde, y así obtengo un doble placer."

"¿Y usted piensa que va a divertirse oyéndome, y que mi vida es un mosaico de gracias o una cajita de música que toca solamente aires alegres?"

"... y más locos que yo los que no ríen ni lloran, ni beben porque son esclavos de inútiles respetos sociales."

"Pito Pérez ¡es usted grandioso!
-Gracioso querrá usted decir, porque vivo y bebo de pura gracia."

las piezas para cada mes

Bocetaje de





Cazuelas



Bocetaje formal

textos para el mes de agosto

| | | | |
|---------|---------|-----------|---|
| junes | martes | miércoles |  <p>El pueblo alargaba sus calles blancas, como si quisiera retenerme con sus brazos amorosos; pero el camino, lleno de misterios me atraía.</p>  |
| jueves | viernes | sábado | |
| domingo | notas | | |

"Hablar del pasado es resucitar un muerto y yo tengo valor de hablar con los muertos únicamente cuando estoy borracho."

"...el rico es agricultor y el pobre campesino, que es la misma cosa, salvo Dn Fulano, el de la tienda que roba a ambos, y Dn Menganito que tiene la botica y los limpia a todos: unas veces del estómago o del hígado, pero de la bolsa siempre."

"El pueblo alargaba sus calles blancas, como si quisiera retenerme con sus brazos amorosos; pero el camino, lleno de misterios me atraía."

"Lo cierto es que me gusta vivir en pueblos pequeños porque en ellos soy primera figura, agasajado por gentes humildes que se honran con mi amistad y se divierten con mis pláticas"

"Julio César +
Hernán Cortés =
Pito Pérez."

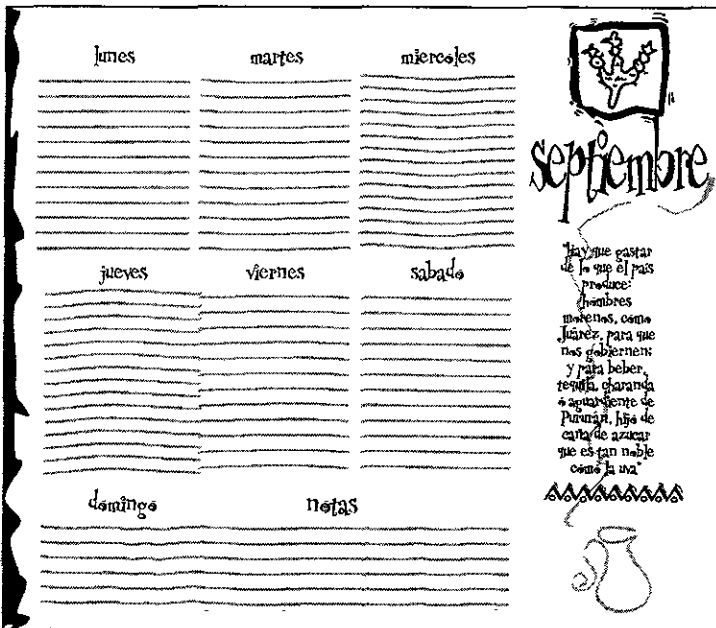
las plecas para cada mes

Bocetaje de



Bocetaje formal

textos para el mes de septiembre



"Hay que gastar de lo que el país produce: hombres morenos, como Juárez, para que nos gobiernen; y para beber, tequila, charanda o aguardiente de Pururán, hijo de caña de azúcar que es tan noble como la uva"

"¡Libertad, Igualdad, Fraternidad!"
 "¡Que farsa más ridícula! A la Libertad la asesinan todos los que ejercen algún mando; la Igualdad la destruyen con el dinero, y la Fraternidad muere a manos de nuestro propio egoísmo."

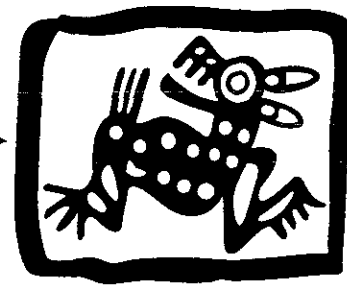
"Fuí un borracho: ¡nadie! Una verdad en pie: ¡que locura! Y caminando en la otra acera enfrente de mí, paseó la Honestidad su decoro y la Cordura su prudencia. El pleito ha sido desigual, lo comprendo pero del coraje de los humildes surgirá un día el terremoto, y entonces, no quedará piedra sobre piedra."

"Nuestra Constitución es generosa. No tengo que comer pero el Código me protege para que nadie me obligue a comer."

"Humanidad, pronto cobraré lo que me debes!..."

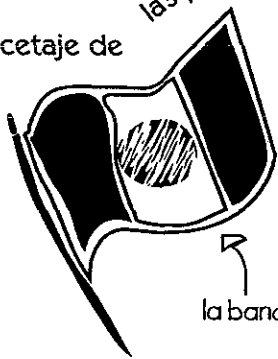
"¡Humanidad, te conozco; he sido una de tus víctimas!"

un jaguar prehispánico

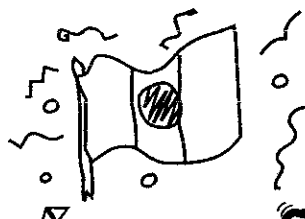


las plecas para cada mes

Bocetaje de



la bandera



el nopal

Bocetaje formal

textos para el mes de octubre

| | | | |
|---------|---------|-----------|--|
| lunes | martes | miércoles | <p>octubre</p> <p>porque no hay pena comparable a la de morirse... ***</p> |
| jueves | viernes | sábado | |
| domingo | notas | | |

"Lo malo está en que no armoniza el terno con el color de los zapatos, y en que el sombrero me viene chico porque el difunto era menos cabezón que yo"

"Adios, te digo, tocayo, antes de volver la esquina; ya me llevo tu gallina y aquí terminó mi gallo."

"Cercáronme las gentes, como a un payaso, para que las hiciera reir con el relato de mis aventuras, ¡pero nunca enjugaron una sola de mis lágrimas!"

"...porque no hay pena comparable a la de morirse..."

"La Caneca no es coqueta ni parlanchina, ni rezadera ni caprichosa. Muy al contrario, es un dechado de virtudes. ¡Que suerte tuve al encontrármela!"




las plecas para cada mes

Bocetaje de



Bocetaje formal

textos para el mes de noviembre

| | | | |
|---------|---------|---------|---|
| jueves | viernes | sabados | <p>noviembre</p>  <p>¡Pobrecito del Diabla, que lástima le tengo porque no ha oído jamás una palabra de compasión o de cariño!"</p>   |
| jueves | viernes | sabados | |
| jueves | viernes | sabados | |
| jueves | viernes | sabados | |
| jueves | viernes | sabados | |
| jueves | viernes | sabados | |
| jueves | viernes | sabados | |
| domingo | noñas | | |

"¡Pobrecito del Diabla, que lástima le tengo porque no ha oído jamás una palabra de compasión o de cariño!"

"Tuve amigos que me buscaron en sus días de hambre, que me desconocieron en sus horas de abundancia"

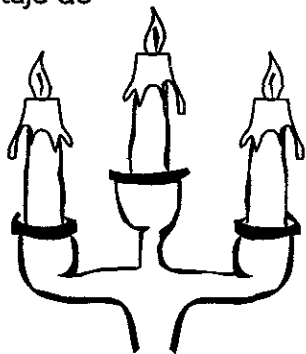
"...por mi boca hablará el espíritu... el vino y, como los poetas de la antigüedad, paso la vida iluminado."

"Así es que sobre el muerto las coronas. Y en cuanto a pedirles una última grava, ¿qué una gracia les podría pedir si ustedes no tienen ninguna?."

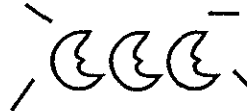
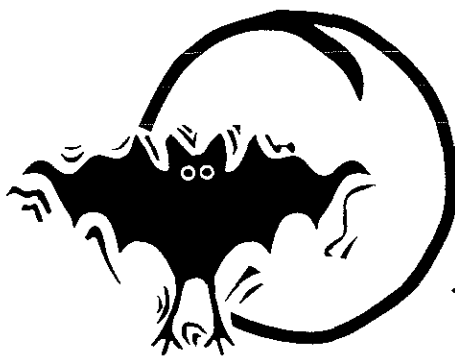
"Yo soy amigo de la verdad, y si me embriago es nada más para sentirme con ánimos de decirla"

las plecas para cada mes

Bocetaje de



por el día de muertos



Bocetaje formal

calendario del año 1996

| enero | | | | | | | febrero | | | | | | | marzo | | | | | | |
|---------|----|----|----|----|----|----|-----------|----|----|----|----|----|----|------------|----|----|----|----|--|--|
| l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | l | m | j | v | s | d | | |
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | | |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | | |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | | |
| 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | | |
| | | | | | | | | | | | | | 30 | 31 | | | | | | |
| abril | | | | | | | mayo | | | | | | | junio | | | | | | |
| l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | l | m | j | v | s | d | | |
| 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | | |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | | |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | | |
| 28 | 29 | 30 | | | | | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | | |
| | | | | | | | | | | | | | 30 | 31 | | | | | | |
| julio | | | | | | | agosto | | | | | | | septiembre | | | | | | |
| l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | l | m | j | v | s | d | | |
| 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | | |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | |
| 28 | 29 | 30 | 31 | | | | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | | |
| | | | | | | | | | | | | | 29 | 30 | 31 | | | | | |
| octubre | | | | | | | noviembre | | | | | | | diciembre | | | | | | |
| l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | l | m | j | v | s | d | | |
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | | |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | |
| 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | | |
| | | | | | | | | | | | | | 29 | 30 | | | | | | |

CALENDARIO 1997

Bocetaje formal

calendario del año 1996

| enero | | | | | | | febrero | | | | | | | marzo | | | | | | |
|-------|----|----|----|----|----|----|---------|----|----|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|----|----|
| l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | |
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | | | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |

| abril | | | | | | | mayo | | | | | | | junio | | | | | | |
|-------|----|----|----|----|----|----|------|----|----|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|----|----|
| l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | |
| 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 28 | 29 | 30 | | | | | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |

| julio | | | | | | | agosto | | | | | | | septiembre | | | | | | | |
|-------|----|----|----|----|----|----|--------|----|----|----|----|----|----|------------|----|----|----|----|----|----|----|
| l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | | |
| 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 28 | 29 | 30 | 31 | | | | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | |

| octubre | | | | | | | noviembre | | | | | | | diciembre | | | | | | |
|---------|----|----|----|----|----|----|-----------|----|----|----|----|----|----|-----------|----|----|----|----|----|----|
| l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | |
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |

CALENDARIO 1996

Bocetaje formal

calendario del año 1996

| enero | | | | | | | febrero | | | | | | | marzo | | | | | | |
|-------|----|----|----|----|----|----|---------|----|----|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|---|--|
| l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | | |
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | | |
| 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | | |
| 29 | 30 | 31 | | | | | 26 | 27 | 28 | 29 | | | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | | |

| abril | | | | | | | mayo | | | | | | | junio | | | | | | |
|-------|----|----|----|----|----|----|------|----|----|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|---|--|
| l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | | |
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | | |
| 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | | |
| 29 | 30 | | | | | | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | |

| julio | | | | | | | agosto | | | | | | | septiembre | | | | | | |
|-------|----|----|----|----|----|----|--------|----|----|----|----|----|----|------------|----|----|----|----|---|--|
| l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | | |
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | | |
| 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | | |
| 29 | 30 | 31 | | | | | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | |

| octubre | | | | | | | noviembre | | | | | | | diciembre | | | | | | |
|---------|----|----|----|----|----|----|-----------|----|----|----|----|----|----|-----------|----|----|----|----|---|--|
| l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | | l | m | j | v | s | d | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | | |
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | | |
| 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | | |
| 29 | 30 | 31 | | | | | 27 | 28 | 29 | 30 | | | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | |

CALENDARIO 1999

Bocetaje formal

textos para conocer Santa Clara

Santa Clara

Características Generales

Constituye un magnífico ejemplo de persistencia cultural que arranca desde la época prehispánica y cuya manufactura no ha sufrido cambios importantes, supuesto de la comparación entre la técnica artesana que hoy se practica, la cual se emplea desde los primeros tiempos de la Colonia y ha continuado con gran fidelidad sus tradiciones. Centrada su actividad creativa en la artesanía de cobre, a tal grado que sus trabajos son reconocidos tanto en el país como en el extranjero; pero también ha buscado diversificar su producción para poder responder a los requerimientos del consumo moderno, permitiendo apreciar que dicha técnica conserva sus características esenciales. Se presenta una organización de tipo familiar la cual ha tenido un importantísimo papel en el amor al trabajo transmitida de padres a hijos de generación en generación. En el proceso productivo algunas fases se han industrializado, como es la presencia del martillo hidráulico y compresoras de aire para los hornos, aunque algunas talleres presentan todavía las técnicas antiguas, sin embargo, no pierden su carácter tradicional en el producto terminado.

Fundación

Después de la conquista apareció un misionero: Fray Martín de Jesús o De la Cruz, que los convenció para que se agruparan en el lugar donde ahora se encuentra el pueblo, formándose así la primera "Doctrina" que se llamó Santa Clara Xácuaro (lugar de hortalizas).

Con la colonización de familias españolas y el mestizaje de los antiguos pobladores indígenas, se formó el pueblo y se construyó una gran fundición para el cobre que se extraía de las minas de Inguarán y Oropeo, posteriormente se construyó el caserío, con la Iglesia y el convento para las monjas de la Regla de Santa Clara. En 1553 el agustino Fray Francisco de Villafuerte, quien fue fundador y constructor del convento de Cutzeo, obtuvo la cédula de fundación para el pueblo con el nombre de Santa Clara de los Cobres.

Bocetaje formal

textos para conocer Santa Clara

Su Artesanía

Don Vasco de Quiroga arribó a Santa Clara en 1531, y detectó la habilidad de sus habitantes para manejar el cobre con el que hacían hachas y otras herramientas a las que le daban un temple parecido al del acero, por lo que se estableció en el pueblo la industria cobrera, posteriormente, debido al auge que obtuvo esta industria, Don Vasco mandó traer expertos artesanos para que les enseñaran nuevas técnicas de trabajo a los indígenas que rápidamente lograron ser verdaderos artistas.

A finales del siglo XVII Santa Clara se volvió un pueblo próspero que se extendía rápidamente, sin embargo a mediados del siglo XVIII se originó un incendio en la fundición y arrasó con gran parte del pueblo, lo que retrasó el progreso económico.

Clima

Clima templado y frío en invierno, de enero a marzo, baja hasta 1°C, en verano, de julio a septiembre de 8 a 20°C, en primavera y otoño oscila en los anteriores. Lluvias de junio a septiembre.

Carreteras

A 45 kilómetros al suroeste de la ciudad de Morelia por carretera federal número 43 hasta llegar al pueblo de Tiripetío, tomar la desviación hasta al oeste por carretera federal número 14 hasta la ciudad de Pátzcuaro de aquí, tomar la carretera federal número 120 hasta el sur; 15 kilómetros hasta llegar al pueblo de Opoto y a 4 kilómetros al oeste se llega a Santa Clara del Cobre. También se puede llegar tomando cualquier autobús, que vaya a los municipios de Uruapan, Morelia o Pátzcuaro; de aquí salen camiones cada hora a los diferentes pueblos del estado de Michoacán.

Santa Clara



Bocetaje formal

textos para conocer a Pito Pérez

Pito Pérez

J. Jesús Pérez Gaona "Pito Pérez". nació en Santa Clara del Cobre el día 24 de mayo de 1857.

Fue la pluma de don Rubén Romero la que hizo salir del anonimato a nuestro personaje, mostrando una de sus facetas y dando al mundo la imagen de un hombre cuya vida transcurrió en un marco de amargura, desdicho e indiferencia.

Denominador de un género literario bastante difícil, improvisaba con mordacidad, hería con sutileza y en casi todas las ocasiones sus palabras eran acompañadas de una sátira cuyo reflejo nos da a entender el desprecio que frente a la vida, su propia vida iba acumulando.

Nunca fue un hombre de fortuna puesto que hasta en las lides amorosas perdió siempre.

Santa Clara lo recuerda no por el hecho de figurar como personaje central de la novela, sino porque con él vivió momentos gratos y amargos. Si el vicio y la holganza lo apasionaron, debe profundizarse más sobre los móviles que pudieron inducirlo a ello.

Pito Pérez adquiere en Santa Clara una dimensión precisa porque, pirouresco es un punto de referencia para ésta tierra.

Santa Clara vive, late y se inquieta al influjo de dos factores primordiales: su artesanía y J. Jesús Pérez Gaona. Ambos son las piedras angulares que sirven de base a una estructura social cuyos reflejos han traspuesto las fronteras representando así un orgullo para el pueblo.

prouestas tipográficas para agenda

Tipografía

lunes

lunes

lunes

lunes

martes

martes

martes

martes

miércoles

miércoles

miércoles

miércoles

jueves

jueves

jueves

jueves

viernes

viernes

viernes

viernes

sábado

sábado

sábado

sábado

domingo

domingo

domingo

domingo

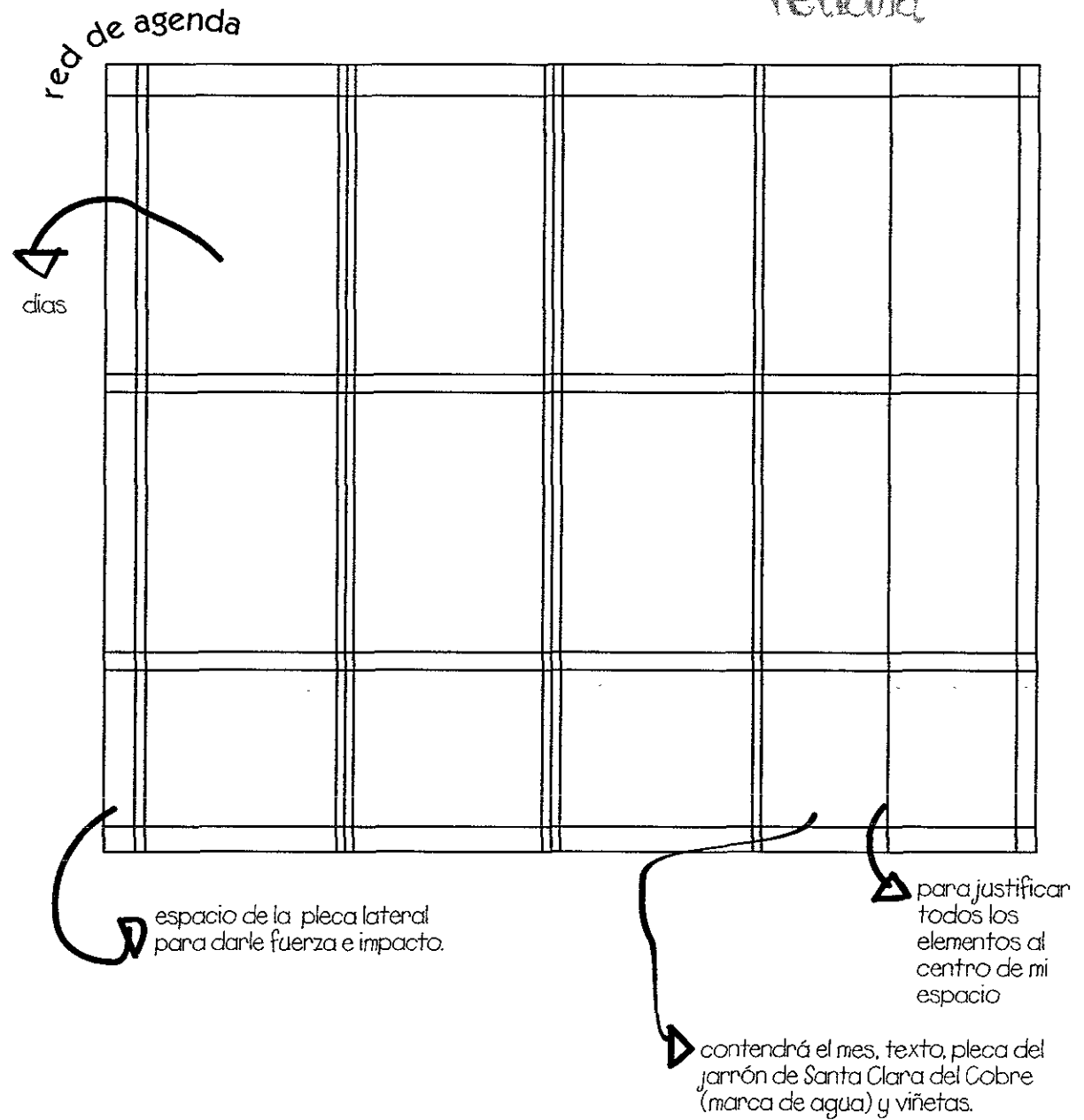
kabel

holy cow

remedy

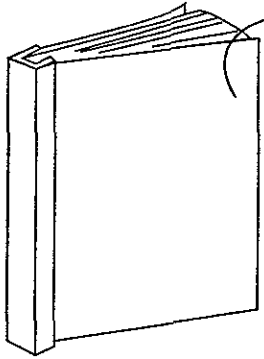
uncle stinky

Reticula

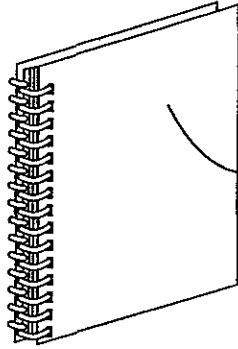


propuestas de encuadernado para agenda

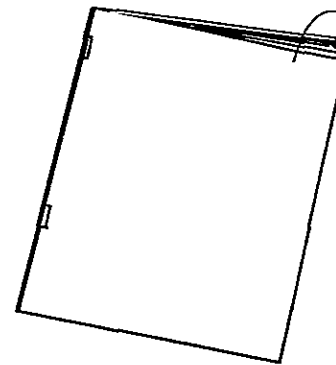
Tipos de Encuadernado



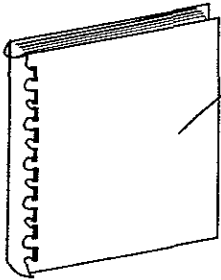
poco funcional ya que podrían soltarse las hojas después de un tiempo de uso ya que el plástico (por ser flexible) tiende a debilitarse con el tiempo.



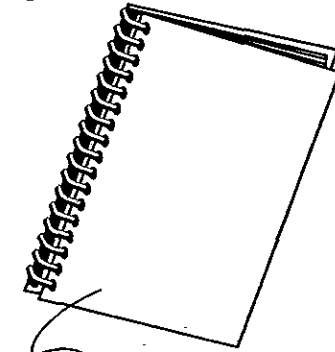
engargolado de gusano es práctico resistente y económico pero a veces se sueltan las hojas.



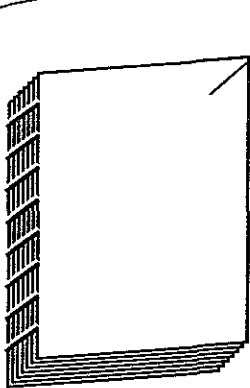
el engrapado es impráctico ya que si abres mucho las hojas tienden a soltarse las últimas.



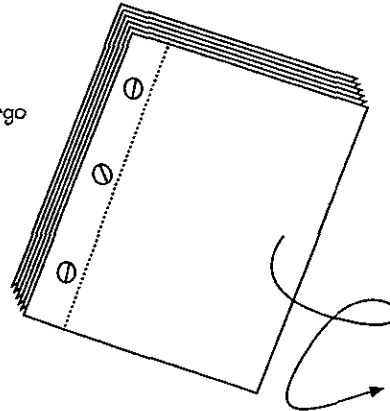
engargolado de plástico es poco estético e impráctico ya que es muy débil para la cantidad de hojas que serán y éstas tienden a romperse fácilmente ya que el material no las mantiene fijas en su totalidad.



el encuadernado de gusano continuo es práctico resistente, funcional y económico además de la ventaja de que el metal utilizado puede ser cualquiera siempre y cuando sea resistente y flexible.



el cosido es muy práctico, sin embargo resulta poco económico.



es muy complicado para escribir en la parte más cercana del tornillo.

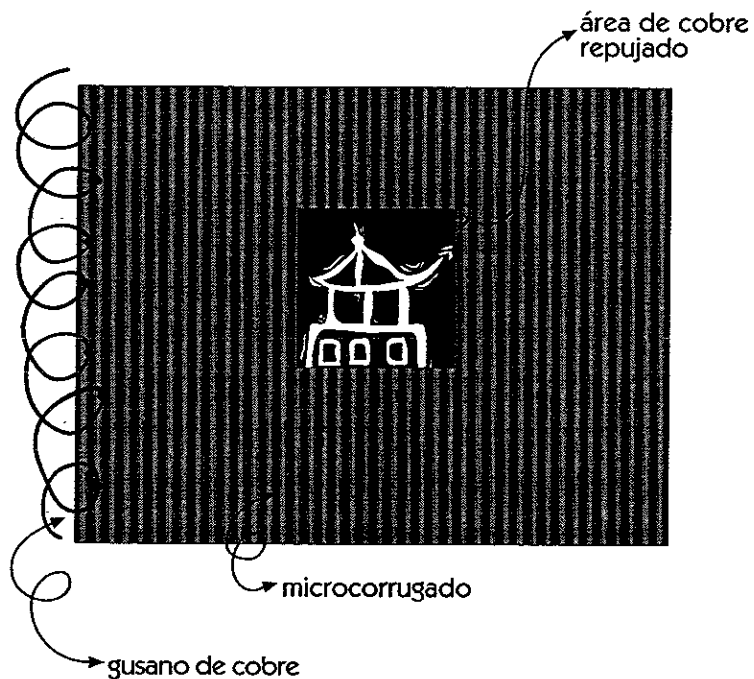
Acabados

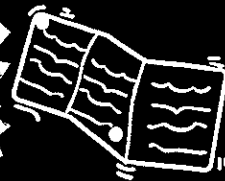
La impresión será en offset, a una tinta, el encuadernado es de metal (cobre) en forma de gusano continuo. En la portada llevará una placa de cobre repujado del Kiosko de Santa Clara sobre micro corrugado.

Costos y presupuestos

agenda: \$28.00 cada una

Incluye costos de
Impresión
armado
repujado





folleto

Bocetaje inicial

parte superior del folleto

Proceso de Bocetaje

el formato es ergonómico sin embargo es demasiado rígido por lo que resultaría cansado para leer además de faltarle impacto visual, los bloques de texto son muy extensos por lo que podríamos apoyarlo con viñetas y/o fotos.

Se realizó la selección de texto para así determinar el espacio total necesario para nuestro folleto, así como la toma de fotografías y la selección de las mismas, las cuales deberían transmitir gran contenido de información para nuestro mercado potencial.

Se propuso utilizar un formato de A4 siendo el tamaño extendido de 297 x 420 cm y el final de: 148.5 x 210 cm, se utilizó un red tipográfica áurea es decir, se dividió el largo entre .618 que es el número de oro.

| | | | | | | | | | | |
|--|--------|---|-------------|--------|-----------------|-----|--------|-----|---------|----|
| <p>Medio físico</p> | | <p>Tabla de Distancias</p> | | | | | | | | |
| <p>Localización Santa Clara del Cobre se localiza en el centro del estado de Michoacán, en las coordenadas 19°24'30" de latitud norte y 101°38'45" de longitud oeste a una altura de 2,100 metros sobre el nivel del mar.</p> | | <p>De Santa Clara al interior</p> <table border="1"> <tr><td>Pátzcuaro</td><td>19 Km</td></tr> <tr><td>Lázaro Cárdenas</td><td>339</td></tr> <tr><td>Zamora</td><td>151</td></tr> <tr><td>Morelia</td><td>75</td></tr> </table> | Pátzcuaro | 19 Km | Lázaro Cárdenas | 339 | Zamora | 151 | Morelia | 75 |
| Pátzcuaro | 19 Km | | | | | | | | | |
| Lázaro Cárdenas | 339 | | | | | | | | | |
| Zamora | 151 | | | | | | | | | |
| Morelia | 75 | | | | | | | | | |
| <p>Su superficie es de 46040 kilómetros cuadrados, representando el 0.75% del total del estado de Michoacán. Limita al norte con Pátzcuaro, al este con Huiramba y Tacámbaro, al sur con Arrio y al oeste con Ziracuaretiro, Taretán y Tingambato.</p> | | <p>De Santa Clara al exterior</p> <table border="1"> <tr><td>Guadalajara</td><td>376 Km</td></tr> <tr><td>México</td><td>345</td></tr> </table> | Guadalajara | 376 Km | México | 345 | | | | |
| Guadalajara | 376 Km | | | | | | | | | |
| México | 345 | | | | | | | | | |
| <p>Temperatura Clima templado y frío en invierno, de enero a marzo, baja hasta 1°C, en verano, de julio a septiembre, de 8 a 20°C, en primavera y otoño oscila en los anteriores.</p> | | | | | | | | | | |
| <p>Comunicaciones y transportes</p> | | | | | | | | | | |
| <p>Ferrocarril Con una estación de 8.5 kilómetros sobre la línea México-Morelia-Uruapan, toca al municipio de Santa Clara del Cobre en su tenencia de Zirahuén, las estaciones más cercanas son Ajunro, a 12 kilómetros al noroeste y Pátzcuaro a 16 kilómetros al norte.</p> | | | | | | | | | | |
| <p>Carreteras A 45 kilómetros al suroeste de la ciudad de Morelia por carretera federal número 43 hasta llegar al pueblo de Tingambato, tomar la desviación hasta al oeste por carretera federal número 14 hasta la ciudad de Pátzcuaro de aquí, tomar la carretera federal número 120 hasta el sur, 15 kilómetros hasta llegar al pueblo de Opopeo y a 4 kilómetros al oeste se llega a Santa Clara del Cobre. También se puede llegar tomando cualquier autobús, que vaya a los municipios de Uruapan, Morelia, o Pátzcuaro; de aquí salen camiones cada hora a los diferentes pueblos del estado de Michoacán.</p> | | | | | | | | | | |

Proceso de Bocetaje



Concurso y Feria Nacional del Cobre que se celebra cada año en Santa Clara, el día es móvil, aproximadamente se establece casi siempre entre el 12 y 19 de agosto, exposición, demostración de piezas en cobre, manifestaciones de amor en honor a la patrona del pueblo de Santa Clara, desfile de carretas y carros alegóricos, bailes de danzas regionales, quema de fuegos artificiales, gallos, etc. En esta feria resalta la participación del gremio cobrero en donde los artesanos muestran su mejor esfuerzo y creatividad evidente en las piezas que realizan y que han ido marcando la trayectoria imaginativa y destreza de este pueblo empeñado en conservar la técnica artesanal del cobre martillado.

Feria Nacional del Cobre

Arquitectura Contemporánea

Kiosco
Se encuentra ubicado en la plaza principal del pueblo, su valor arquitectónico radica en que está todo cubierto de lámina de cobre.

Museo del Cobre
Se exhiben y venden toda clase de artículos de cobre elaborados por los artesanos del pueblo.



Bocetaje inicial

se elaboraron las viñetas que tuvieran relación con el subtítulo, vemos que el folleto no es tan cansado para leer, sin embargo el formato podría resultar algo estorboso para su manejo ya que es muy grande.

Localización



Santa Clara del Cobre se localiza en el centro del estado de Michoacán, en las coordenadas 19°24'30" de latitud norte y 101°38'45" de longitud oeste a una altura de 2,100 metros sobre el nivel del mar.

Su superficie es de 460.40 kilómetros cuadrados, representando el 0.75% del total del estado de Michoacán. Limita al norte con Pátzcuaro, al este con Huámbra y Tacámbaro, al sur con Ario y al oeste con Ziracuaretiro, Taretán y Tingambato.

Temperatura

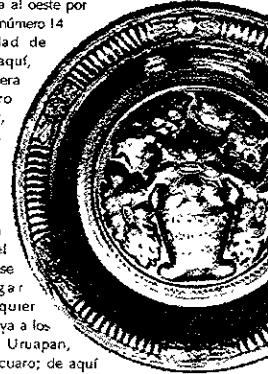
Clima templado y frío en invierno, de enero a marzo, baja hasta 1°C, en verano de julio a septiembre de 8 a 20°C, en primavera y otoño oscila en los anteriores. Lluvias de junio a septiembre.

Comunicaciones y transportes

- Ferrocarril
- Con una estación de 8.5 kilómetros sobre la línea México-Morelia-Uruapan, toca al municipio de Santa Clara del Cobre en su tenencia de Zirahuén, las estaciones más cercanas son Ajuno, a 12 kilómetros al noroeste y Pátzcuaro a 16 kilómetros al norte.

Carreteras

A 45 kilómetros al suroeste de la ciudad de Morelia por carretera federal número 43 hasta llegar al pueblo de Tiripetío, tomar la desviación hasta al oeste por carretera federal número 14 hasta la ciudad de Pátzcuaro de aquí, tomar la carretera federal número 120 hasta el sur, 15 kilómetros hasta llegar al pueblo de Opoco y a 4 kilómetros al oeste se llega a Santa Clara del Cobre. También se puede llegar tomando cualquier autobús, que vaya a los municipios de Uruapan, Morelia o Pátzcuaro; de aquí salen camiones cada hora a los diferentes pueblos del estado de Michoacán.



Lugares a visitar:

- | | |
|-------------------------------------|------------------|
| Casa donde nació Pto Pérez historia | religiosa |
| Iglesia del Sagrario | religiosa |
| Iglesia Guataperu | historia |
| Museo del Cobre | artesanal |
| Calle Pino Suárez | vista panorámica |
| El Cerrito Leyenda Tinaja | |

Algunos lugares para adquirir artesanías:

Casa Paz Sanabria
Pino Suárez No. 90
Tel. (91-434) 3-00-90 Fax 3-00-43

Cobre Marcos
Pino Suárez No. 51
Tel. (91-434) 3-00-13

El Portón
Pino Suárez No. 69
Tel. (91-434) 3-01-60 v 3-03-05

Galería Tamuri
Pino Suárez No. 110
Tel. (91-434) 3-03-21 y 3-00-11
Fax 3-01-36

nichoacán



Bocetaje inicial

falta impacto visual en la parte posterior; convendría poner algún fondo o color en el papel para que sea más atractivo considerando también que éste no nos cause mucho ruido. El pueblo es muy pequeño por lo que no es necesario el mapa ya que únicamente se encuentran 3 calles principales en donde están los comercios y la continuación de las carreteras que van hacia Pátzcuaro y Anio de Rosales.

Proceso de Bocetaje

Mapa de las calles principales

Mapa de las calles principales showing a Y-junction. The vertical street is labeled 'Calle Allende' and 'Calle Pino Suarez'. The horizontal street is labeled 'Vena de artesanos'. Buildings shown include 'Colegio', 'Mesita', 'Hotel', 'Residencia Municipal', and 'Hotel'. Arrows indicate directions: 'Pátzcuaro' (up) and 'Anio de Rosales' (down).

Arquitectura Contemporánea

Kiosco
Se encuentra ubicado en la plaza principal del pueblo, su valor arquitectónico radica en que está todo cubierto de lámina de cobre.

Museo del Cobre
Se exhiben y venden toda clase de artículos de cobre elaborados por los artesanos del pueblo.

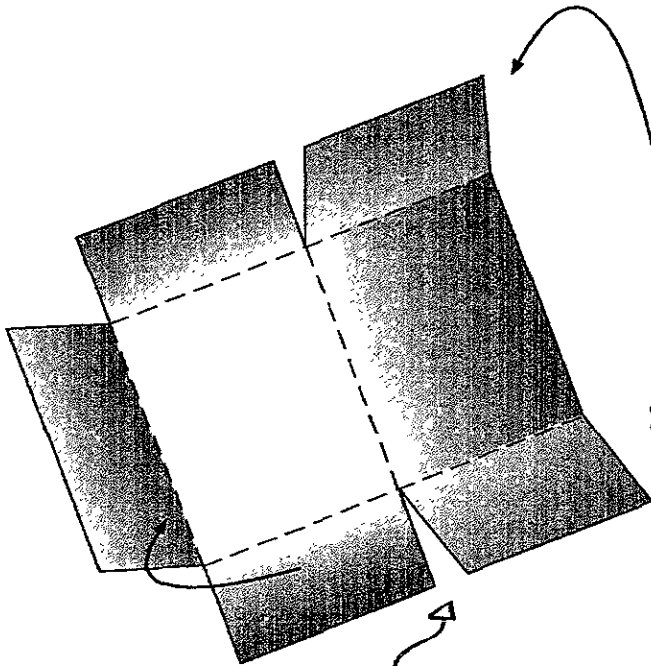
Tabla de Distancias

| De Santa Clara al interior | |
|----------------------------|-----|
| | Km |
| Pátzcuaro | 19 |
| Lázaro Cárdenas | 339 |
| Zamora | 151 |
| Morelia | 75 |
| Quirón | 50 |
| Zirahuen | 12 |
| Uruapan | 50 |
| De Santa Clara al exterior | |
| | Km |
| Guadalajara | 376 |
| México | 345 |

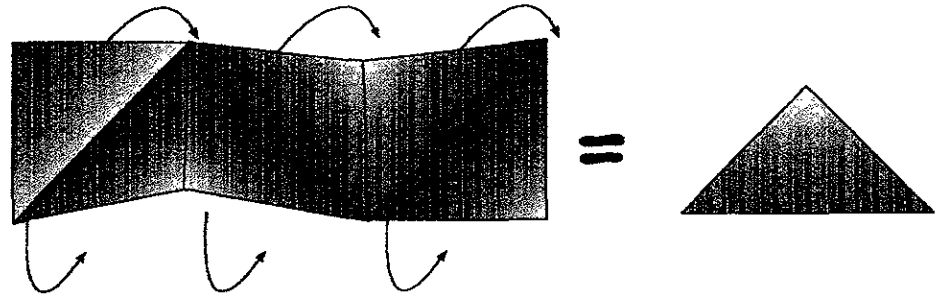
Bocetaje del folleto

Bocetaje inicial

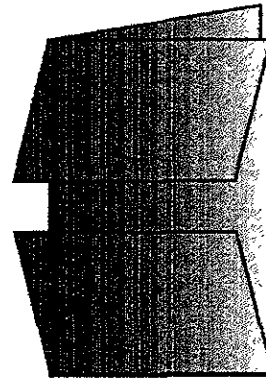
propuestas de formatos para nuevos diseños.



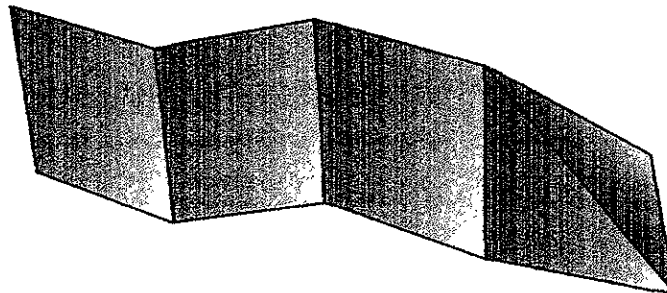
estorbosa y difícil para doblar es decir muy complicada.



impráctico y muchos dobleces resulta (al igual que la propuesta de la agenda triangular) agresivo por los picos.



muy estático



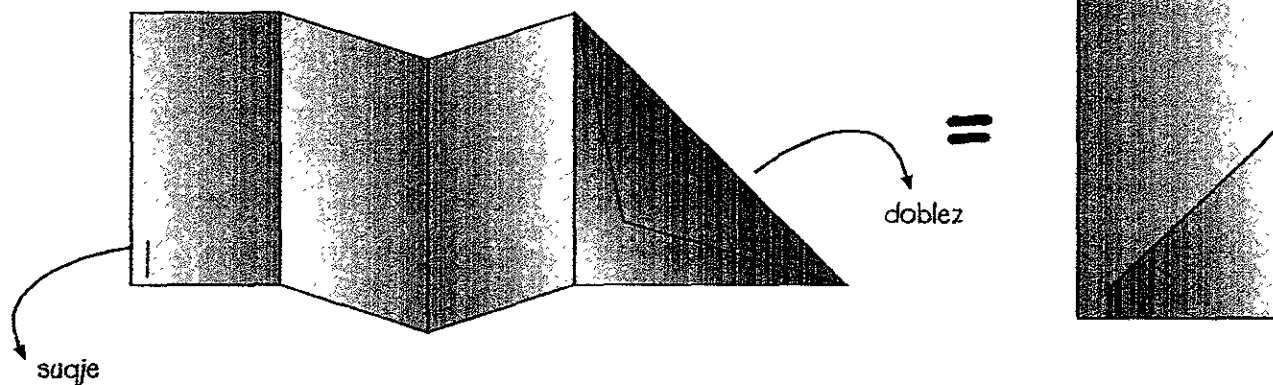
=



Bocetaje del folleto

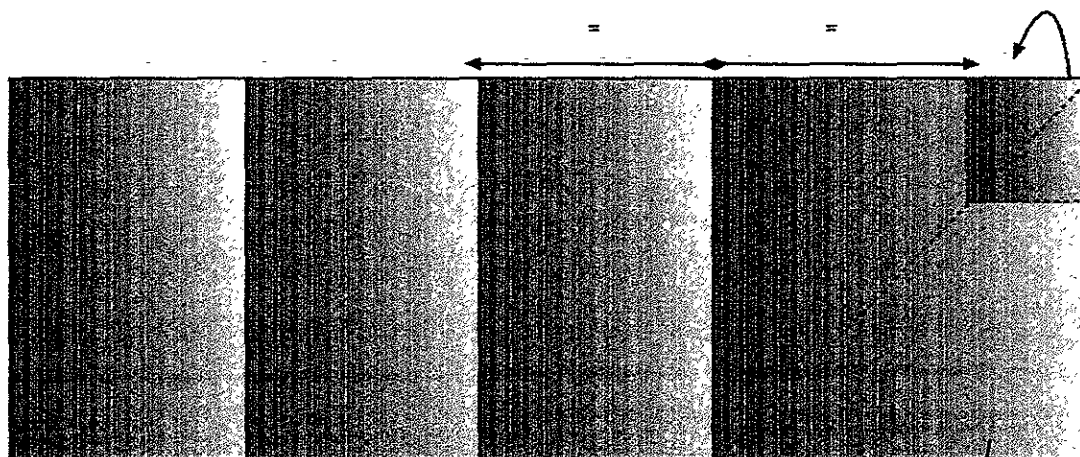
Bocetaje inicial

más propuestas...



Proceso de Bocetaje

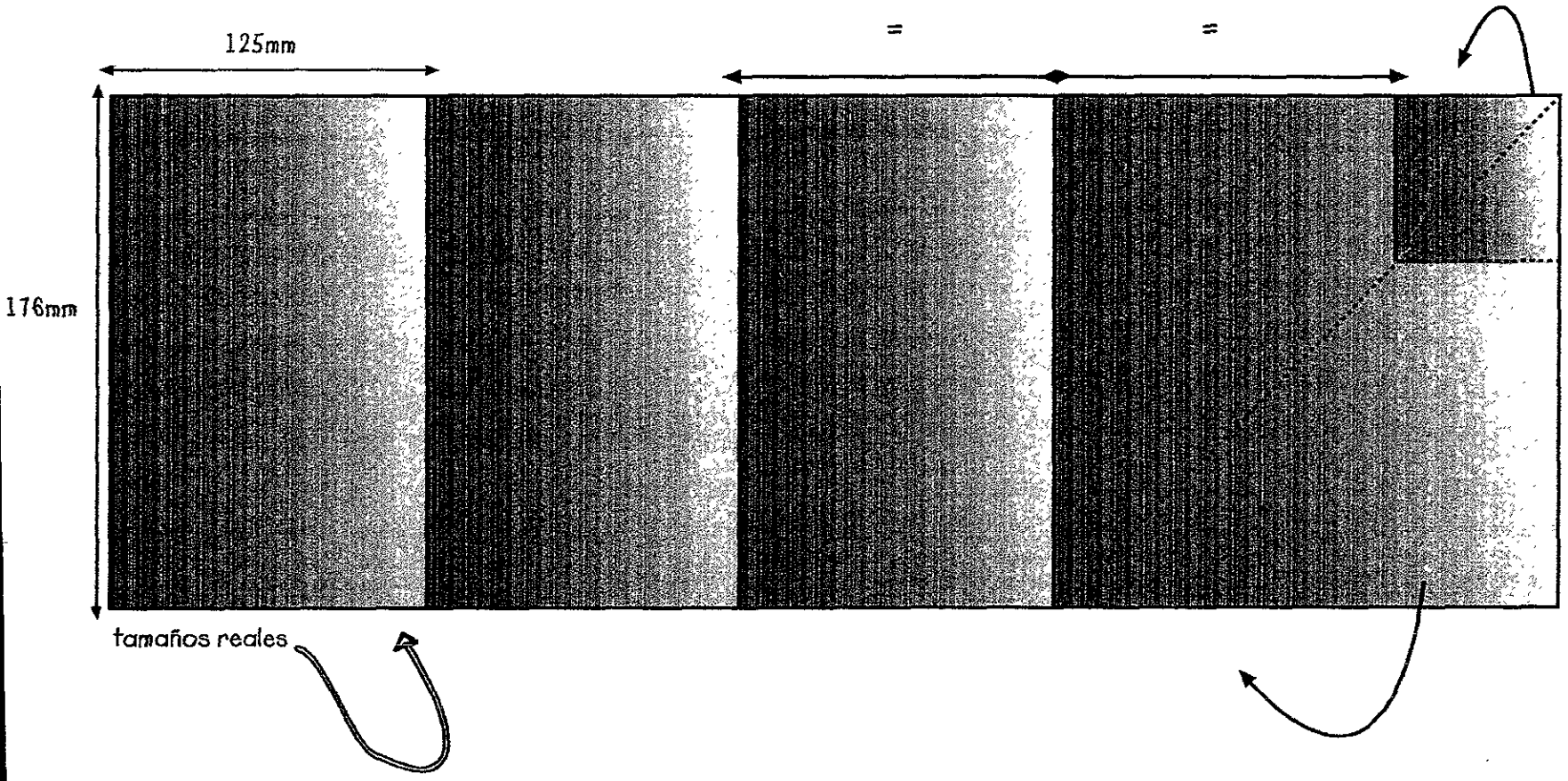
fácil de manejar ya que no cuenta con muchos dobleces, sin embargo se reducirían costos si se eliminara el corte en la parte posterior del folleto.



se elimina el corte en la portada, la parte más larga nos ayuda a tener más espacio libre para el mapa, es ergonómico ya que presenta el espacio suficiente (considerando las áreas de descanso y/o los blancos) para nuestro texto y gráficos, se reducen costos ya que en cada pliego caben 8 folletos por lo que no hay tanto desperdicio de papel.

Bocetaje del folleto

Bocetaje final



Bocetaje del folleto

Bocetaje final

armado para
impresión:



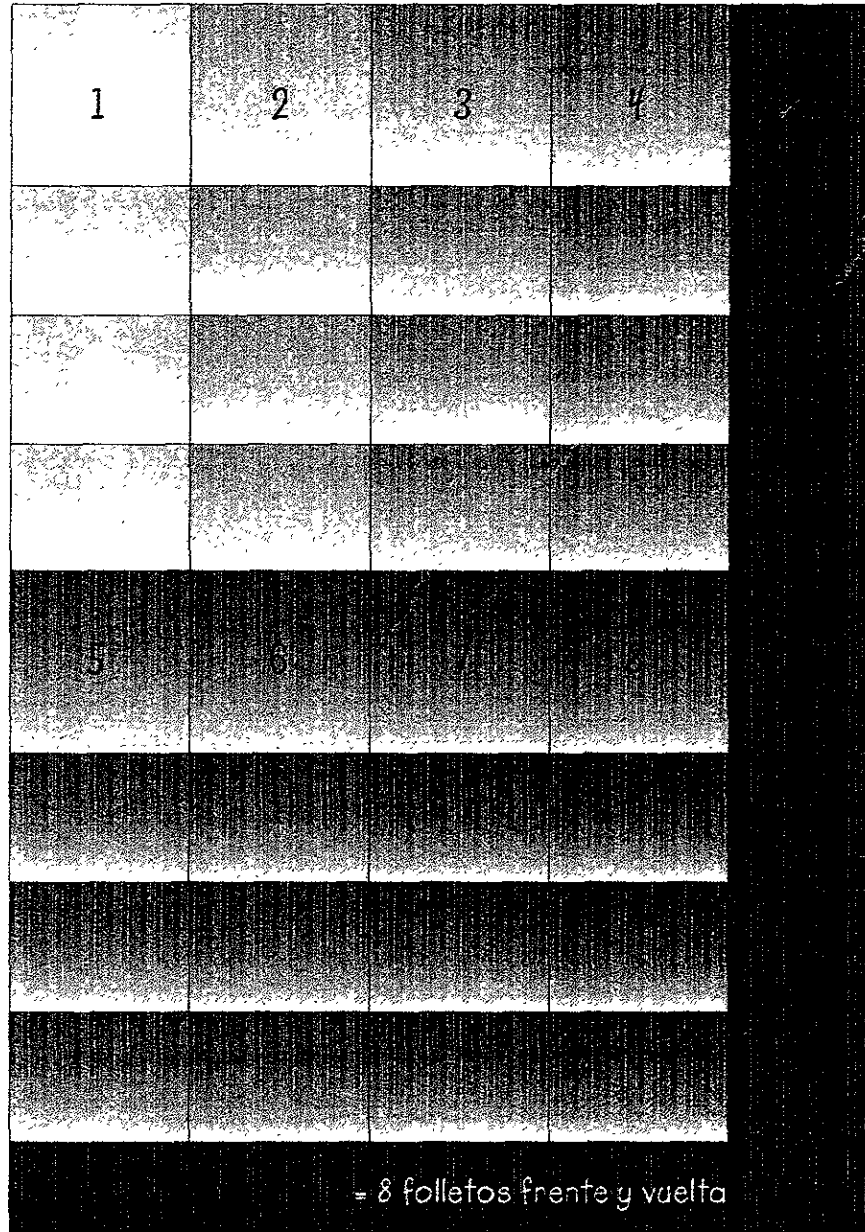
tamaño de pliego A0: 1.188mm x 840 mm



folletos



desperdicio



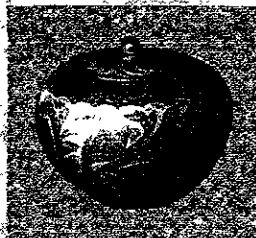
= 8 folletos frente y vuelta

Bocetaje formal

Proceso de Bocetaje

considerando el formato y que el fondo tenía poco impacto, se propuso utilizar un fondo de agua texturizado como de papel en tonos ocres, el formato es B4 ya que es un formato ni muy grande ni muy pequeño por lo que es ergonómico, estético y funcional, los títulos están apoyados por una pleca, se utilizaron dos fuentes tipográficas una para los títulos y subtítulos (Uncle Stinky) y otro para el demás texto (Optima).

Después de apareció un misionero: o De la Corona, que los se agruparán en el lugar encuentra el pueblo, primera "Doctrina" que Xácuaro (lugar de Con la familias españolas y el antiguos pobladores indígenas, se formó el pueblo y se construyó una gran fundición para el cobre que se extraía de las minas de Inguarán y Oropeo, posteriormente se construyó el caserío con la Iglesia y el convento para las monjas de la Regla de Santa Clara.



la conquista Fray Martín de Jesús convenció para que donde ahora se formándose así la se llamó Santa Clara (hortalizas).

Con la colonización de mestizaje de los familias españolas y el antiguos pobladores indígenas, se formó el pueblo y se construyó una gran fundición para el cobre que se extraía de las minas de Inguarán y Oropeo, posteriormente se construyó el caserío con la Iglesia y el convento para las monjas de la Regla de Santa Clara.

En 1553 el agustino Fray Francisco de Villafuerte, quien fue fundador y constructor del convento de Cuitzeo, obtuvo la cédula de fundación para el pueblo con el nombre de Santa Clara de los Cobres..

Don Vasco de Quiroga arribó a Santa Clara en 1531, y detectó la habilidad de sus habitantes para manejar el cobre con el que hacían hachas y otras herramientas a las que le daban un temple parecido al del acero, por lo que se estableció en el pueblo la industria obrera, posteriormente, debido al auge que obtuvo esta industria, Don Vasco mandó traer expertos artesanos para que les enseñaran nuevas técnicas de trabajo a los indígenas que rápidamente lograron ser verdaderos artistas.

A finales del siglo XVII Santa Clara se volvió un pueblo próspero que se extendía rápidamente, sin embargo a mediados del siglo XVIII se originó un incendio en la fundición y arrasó con gran parte del pueblo, lo que retrasó el progreso económico.



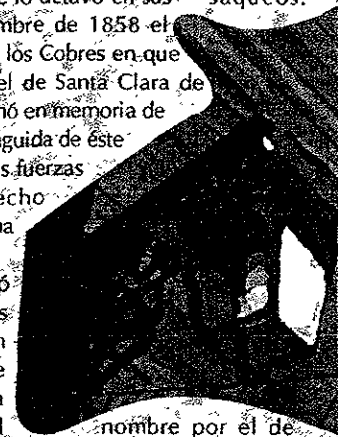
Al comenzar la lucha por la independencia, los españoles dejaron sus propiedades y haciendas por lo que se hacía más difícil el trabajo. El sentimiento patriótico enardeció con el grito de Dolores, y se lanzó a la lucha al sentirse identificados con las ideas revolucionarias.

Siguió acentuándose la decadencia económica que culminó con las hazañas del bandolero Inés Chávez García, el cual invadió e incendió la Villa en 1919, no obstante la entereza de Conchito el Valiente quien fue el único guerrillero que lo detuvo en sus saqueos.

Hasta el 19 de noviembre de 1858 el poblado se llamó Santa Clara de los Cobres en que oficialmente se le cambió por el de Santa Clara de Portugal, dicho nombre se le asignó en memoria de Onofre de Portugal, persona distinguida de este pueblo y después brigadier de las fuerzas de Don Miguel Hidalgo, hecho prisionero y fusilado en Chihuahua en 1811.

Sin embargo siempre se le siguió llamando Santa Clara de los Cobres

hasta 1932, en el que se le volvió a cambiar el nombre por el de Villa Escalante, subprefecto de Santa Clara, que secundó la revolución maderista en Mayo de 1911. No obstante, la Villa sigue siendo conocida con su tradicional nombre de Santa Clara del Cobre, ya no de los Cobres.



Bocetaje formal

Se propuso utilizar viñetas para darle más impacto y estética ya que de lo contrario lucía rígido y con poco dinamismo.



Santa Clara del Cobre se localiza en el centro del estado de Michoacán, en las coordenadas 19°24'30" de latitud norte y 101°38'45" de longitud oeste a una altura de 2,100 metros sobre el nivel del mar.

Su superficie es de 460.40 kilómetros cuadrados, representando el 0.75% del total del estado de Michoacán. Limita al norte con Pátzcuaro, al este con Huiramba y Tacámbaro, al sur con Arrio y al oeste con Ziracuaretro, Taretán y Tingambato.

Clima templado y frío en invierno, de enero a marzo, baja hasta 1°C, en verano, de julio a septiembre de 8 a 20°C, en primavera y otoño oscila en los anteriores. Lluvias de junio a septiembre.

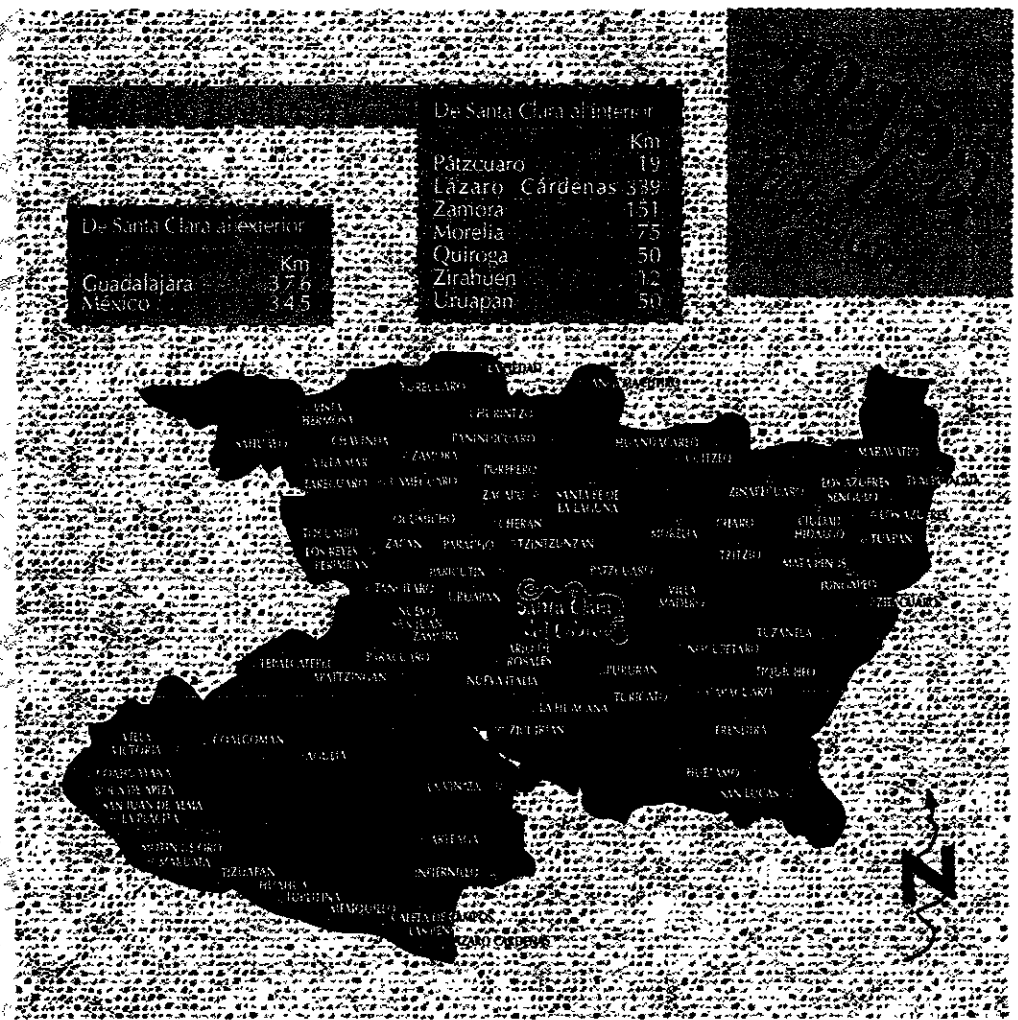
A 45 kilómetros al suroeste de la ciudad de Morelia por carretera federal número 43 hasta llegar al pueblo de Tiripetío, tomar la desviación hasta al oeste por carretera federal número 14 hasta la ciudad de Pátzcuaro, de aquí, tomar la carretera federal número 120 hasta el sur, 15 kilómetros hasta llegar al pueblo de Opoco, y a 4 kilómetros al oeste se llega a Santa Clara del Cobre.




También se puede llegar tomando cualquier autobús, que vaya a los municipios de Uruapan, Morelia o Pátzcuaro; de aquí salen camiones cada hora a los diferentes pueblos del estado de Michoacán.

| De Santa Clara al exterior | |
|----------------------------|-----|
| | Km |
| Guadalajara | 376 |
| México | 345 |

| De Santa Clara al interior | |
|----------------------------|-----|
| | Km |
| Pátzcuaro | 19 |
| Lázaro Cárdenas | 339 |
| Zamora | 151 |
| Morelia | 75 |
| Quiroga | 50 |
| Zirahuen | 12 |
| Uruapan | 50 |




Bocetaje formal



Concurso y Feria Nacional del Cobre que se celebra cada año en Santa Clara, el día es móvil, aproximadamente se establece entre el 12 y 19 de agosto. Exposición, demostración de piezas en cobre, manifestaciones de amor en honor a la patrona del pueblo de Santa Clara, desfile de carretas y carros alegóricos, bailes de danzas regionales, quema de fuegos artificiales, gallos, etc. En esta feria resalta la participación del gremio cobrero en donde los artesanos muestran su mejor esfuerzo y creatividad evidente en las piezas que realizan y que han ido marcando la trayectoria imaginativa y destreza de este pueblo empeñado en conservar la técnica artesanal del cobre martillado.

Kiosco
Se encuentra ubicado en la plaza principal del pueblo, su valor arquitectónico radica en que está todo cubierto de lámina de cobre.

Museo del Cobre
Se exhiben y venden toda clase de artículos de cobre elaborados por los artesanos del pueblo.



Casa donde nació Pito Pérez..... historia
 Iglesia del Sagrado..... religión
 Iglesia Guatapera..... religión
 Museo del Cobre..... historia
 Calle Pito Suárez..... artesanal
 El Cerrito Leyenda Tinajá..... vista panorámica.

- Casa Saucedo Ramírez
Vaico de Quirriga Nte. 403 Tel: 300-58
- Abdón Pinzo y Hermanos
Av. Morelos Ots. 449 Tel: 301-24
- Casa Paz Sahnabria
Pino Suárez No. 90
Tel. 3-00-90 Fax 3-00-43
- Cobre Marcos
Pino Suárez No. 51 Tel. 3-00-13
- El Pontón
Pino Suárez No. 69
Tel. 3-01-80 y 3-03-05
- Galería Tiamuri
Pino Suárez No. 110
Tel: 3-03-21, y 3-00-11
Fax 3-01-36

Bocetaje del folleto

Bocetaje formal

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Constituye un magnífico ejemplo de persistencia cultural que arranca desde la época prehispánica y cuya manufactura no ha sufrido cambios importantes, supuesto de la comparación entre la técnica artesanal que hoy se practica, la cual se emplea desde los primeros tiempos de la Colonia y ha continuado con gran fidelidad sus tradiciones. Centrada su actividad creativa en la artesanía de cobre, a tal grado que sus trabajos son reconocidos tanto en el país como en el extranjero; pero también ha buscado diversificar su producción para poder responder a los requerimientos del consumo moderno, permitiendo apreciar que dicha técnica conserva sus características esenciales.

Se presenta una organización de tipo familiar la cual ha tenido un importantísimo papel en el amor al trabajo transmitida de padres a hijos de generación en generación.

En el proceso productivo algunas fases se han industrializado, como es la presencia del martillo hidráulico y compresoras de aire para los hornos, aunque algunos talleres presentan todavía las técnicas antiguas, sin embargo, no pierden su carácter tradicional en el producto terminado.

zona Cuernavaca
el abate soporta
admirable siempre
baldar se tres llorarse
en so al sostenes
es apara el con de tu
ne no la dencia que
depende es
reconoce en banas
se mista y entegre
en la plaza en ande so
edades, vestidos y
gente.

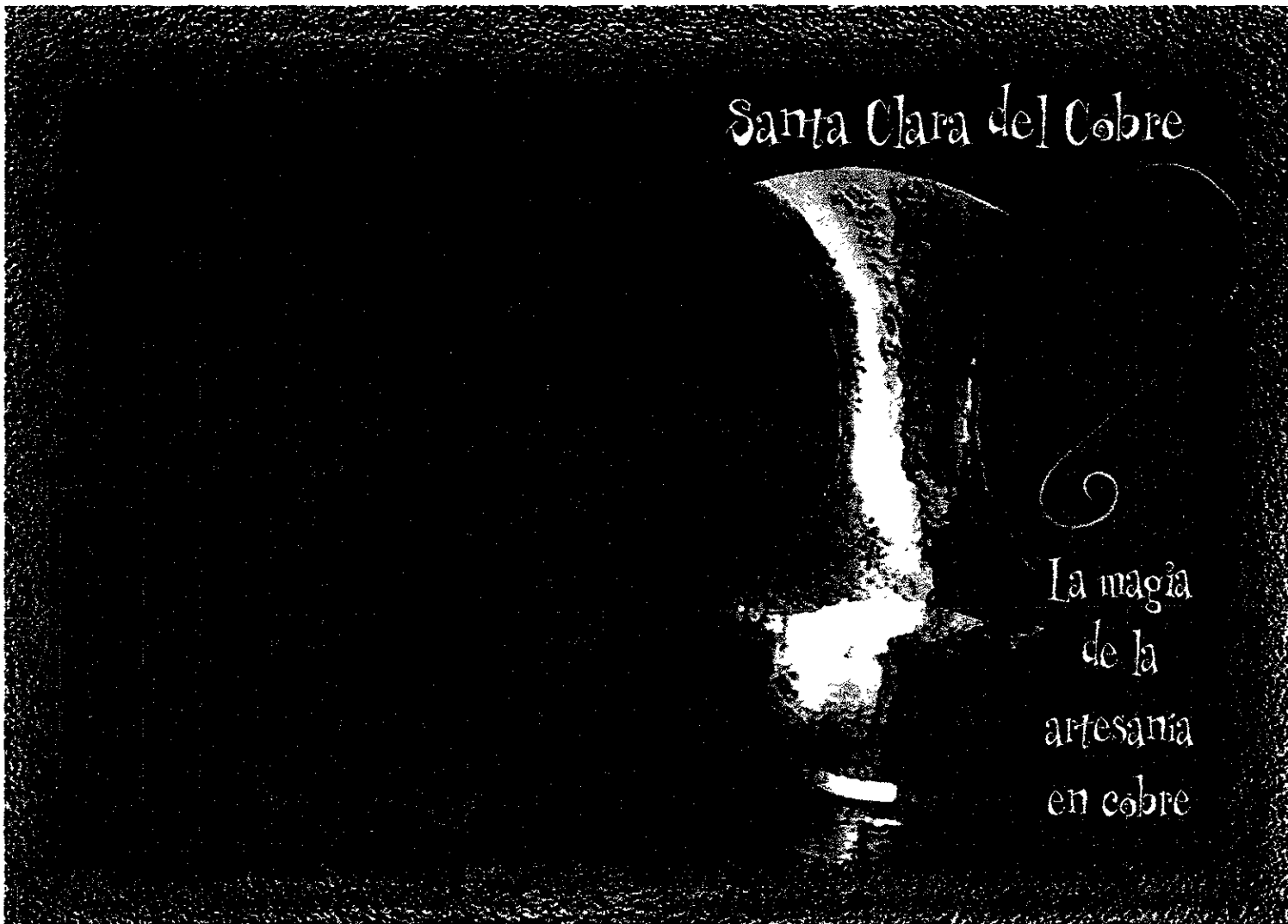
Al momento de la
no azo y esaba el
fama de la compa
ses de se entrefere
al mundo que cada
hijos de la y para
por sus ellos por los de
en da no poseste.

1950

Bocetaje del folleto

Bocetaje formal

para la portada y contraportada se utilizaron los mismos elementos que el cartel



propuestas tipográficas para folleto

Santa Clara del Cobre se localiza en el centro del estado de Michoacán, en las coordenadas 19°24'30" de latitud norte y 101°38'45" de longitud oeste a una altura de 2,100 metros sobre el nivel del mar.

moderna

Santa Clara del Cobre se localiza en el centro del estado de Michoacán, en las coordenadas 19°24'30" de latitud norte y 101°38'45" de longitud oeste a una altura de 2,100 metros sobre el nivel del mar.

fácil de leer, clásica y conservadora

kabel

Santa Clara del Cobre se localiza en el centro del estado de Michoacán, en las coordenadas 19°24'30" de latitud norte y 101°38'45" de longitud oeste a una altura de 2,100 metros sobre el nivel del mar.

fácil de leer contemporánea, muy estética.

futura

Santa Clara del Cobre se localiza en el centro del estado de Michoacán, en las coordenadas 19°24'30" de latitud norte y 101°38'45" de longitud oeste a una altura de 2,100 metros sobre el nivel del mar.

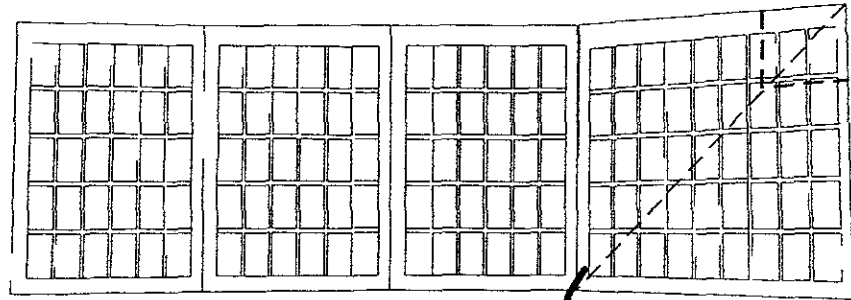
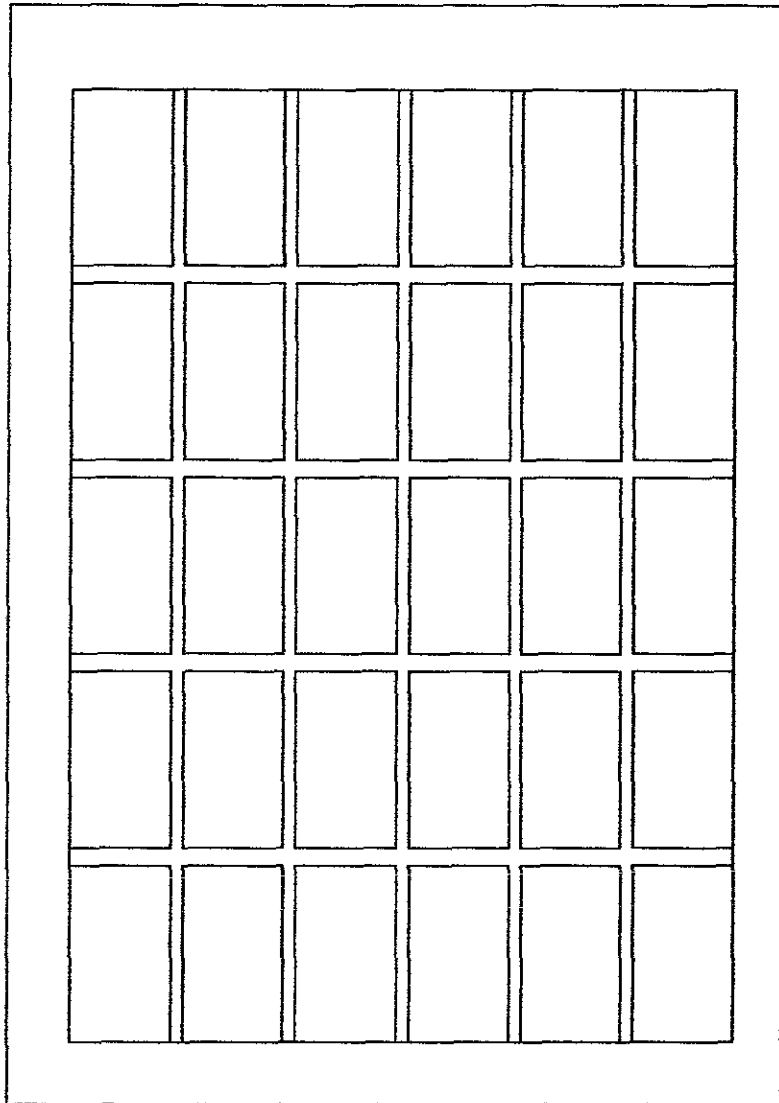
optima

times

muy conservadora

Retícula

retícula del folleto



caja tipográfica para el vaciado de texto, viñetas, fotografías, etc.

pleca de doblez

tamaño de papel B4
para evitar el
desperdicio y es un
formato ergonómico.

Costos y Presupuestos

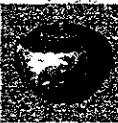
Negativos..... \$ 2,376.00
y 3M Matchprint

Impresión
Papel couche de
175 g

2000..... \$4,300.00
3000..... \$6,200.00

Total por 2000 pzas.\$6,676.00
Total por 3000 pzas.\$8,576.00

Compartió espacio un Martín de Jesús o De la contención para que se formara - ahora se formando así la que se llamó Santa de hortalizas.



Después de la intinerario: Fray Coruña, que los aguaran en el lugar ocuente el pueblo, primer "Dichosa" Clara. Mucuro flug

Con la colonización de familias españolas y el mestizaje de forajidos pobladores indígenas, se fundó el pueblo y se comenzó una gran fundación para el cobro que se dejó de las minas de Itzamal y Oropesa, posteriormente se construyó el caserío con la Iglesia y el convento para las monjas de la Regla de Santa Clara.

En 1553 el agustino Fray Francisco de Villafuerte, quien fue fundador y constructor del convento de Cuicatlan, obispo la

Don Vasco de Quiroga arribó a Santa Clara en 1531, y decretó la habilidad de sus habitantes para manejar el cobre con el que hacían hachas y otras herramientas a las que le daban un temple parecido al del acero, por lo que se estableció en el pueblo la industria, cobrera, posteriormente, debido al auge que obtuvo esta industria, Don Vasco mandó traer expertos artesanos para que les enseñaran nuevas técnicas de trabajo a los indígenas que rápidamente lograron ser verdaderos artesanos.

A finales del siglo XVII Santa Clara se volvió un pueblo pechero que se extendió rápidamente, sin embargo a mediados del siglo XVIII se originó un incendio en la fundación y



Sin embargo siempre se le sigue



Al comenzar la lucha por la independencia, los españoles dejaron sus propiedades y haciendas por lo que se hasta más difícil el trabajo. El sentimiento patriótico empujó con el grito de Dolores y se lanzó a la lucha al serlo identificó con las ideas revolucionarias.

Según aconteció de la decadencia económica que colapsó con las hazañas del bandolero Inés Chávez García, el cual se agitó brevemente la Villa en 1919 no obstante la efímera de Conchato el Valiente quien fue el único guerrillero que lo detuvo.

Hasta el 19 de noviembre de 1859 el poblado se llamó Santa Clara de los Cobres en que oficialmente se le cambió por el de Santa Clara de Portugal, dicho nombre se le asignó en memoria de un noble de Portugal, persona distinguida de este pueblo y después tripulante de las hazañas de Don Miguel Hidalgo hecho prisionero y asesinado en Chihuahua en 1811.

Clara de los Cobres - llamado Santa Clara - hasta 1932, en el que se le volvió a cambiar el nombre por el de Villafuerte, subprefecto de Santa Clara, que sucedió la revolución magisterial en Mayo de 1911. No obstante, la Villa sigue siendo conocida con su tradicional nombre de Santa Clara del Cobre, ya no de los Cobres.



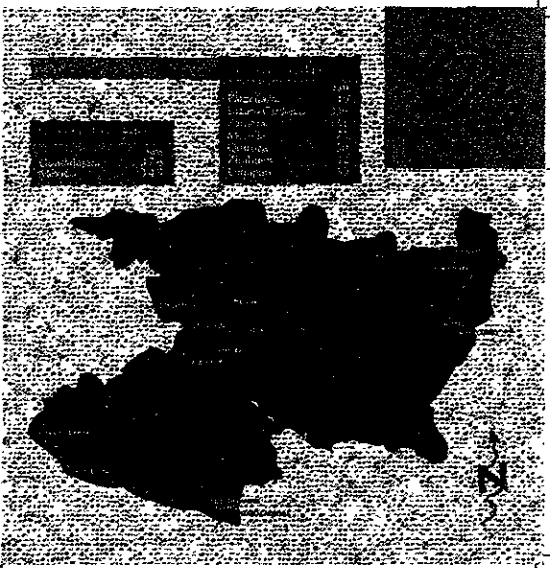
Santa Clara del Cobre se localiza en el centro del estado de Michoacán, en las coordenadas 19°24'30" de latitud norte y 101°53'45" de longitud oeste, a una altura de 2,100 metros sobre el nivel del mar.

Su superficie es de 460.40 kilómetros cuadrados, representando el 0.75% del total del estado de Michoacán. Limita al norte con Patzcuaro, al este con Huambamba y Tacámbaro, al sur con Arco y al oeste con Ziricuarero, Tzacuán y Tlayantlán.

Clima templado y seco en invierno, de enero a marzo, baja hasta 1°C, en verano, de julio a septiembre de 8 a 20°C, en primavera y otoño oscila en los anteriores, lluvias de junio a

A 45 kilómetros al suroeste de la ciudad de Morelia por carretera federal número 43 hasta llegar al pueblo de Huambamba tomar la desviación hasta al oeste por carretera federal número 44 hasta la ciudad de Patzcuaro de aquí, tomar la carretera federal número 120 hasta el sur, 15 kilómetros hasta llegar al pueblo de Oropesa y a 4 kilómetros al oeste se llega a Santa Clara del Cobre.

También se puede llegar tomando cualquier autobús que vaya a los municipios de Uruapan, Morelia o Patzcuaro; de aquí salen camiones cada hora a los diferentes pueblos del estado de Michoacán.



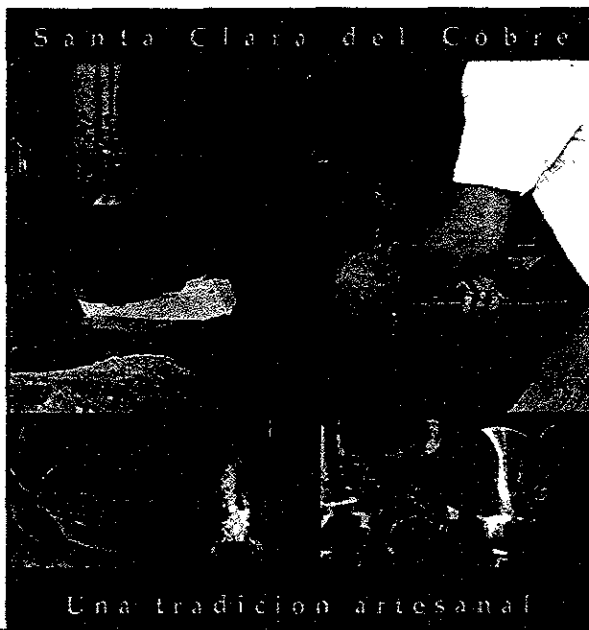


carte!

Bocetaje del Cartel

Bocetaje inicial

Se realizaron una serie de propuestas para el cartel, éste debe tener gran impacto visual para llamar la atención de nuestro receptor además de continuar con el estilo del folleto y la agenda.



Una tradición artesanal



Proceso de Bocetaje

esta serie de propuestas no cuenta con la continuidad del diseño de los medios anteriores.

Bocetaje del Cartel

Bocetaje inicial

contamos con el impacto visual, es dinámico, además de reflejar los martillazos (por el efecto de la vasija) de la artesanía de cobre, te invita a acercarte a leer por los colores y el juego tipográfico además de presentar el mismo estilo que se utilizó en la agenda y el folleto.



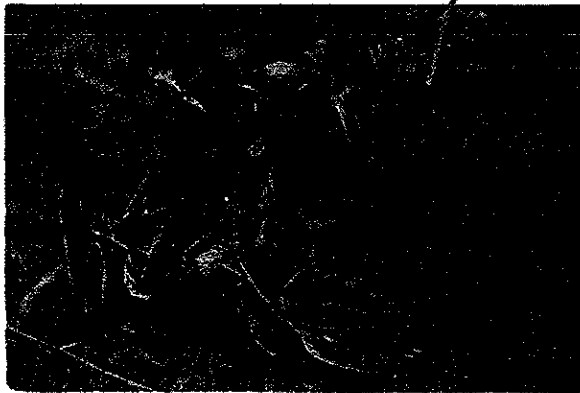
Proceso de Bocetaje



Bocetaje del Cartel

Bocetaje formal

en este boceto se sugiere la materia prima (parte posterior) para apoyar el trabajo artesanal así como darle más valor al producto terminal que a su vez es apoyado por el fondo que simula reflejos de la artesanía, la tipografía es sencilla para poderse leer a grandes distancias y sin mucha dificultad.



cobre

Proceso de Bocetaje

UNA TRADICION HECHA ARTE



sancta clara del cobre

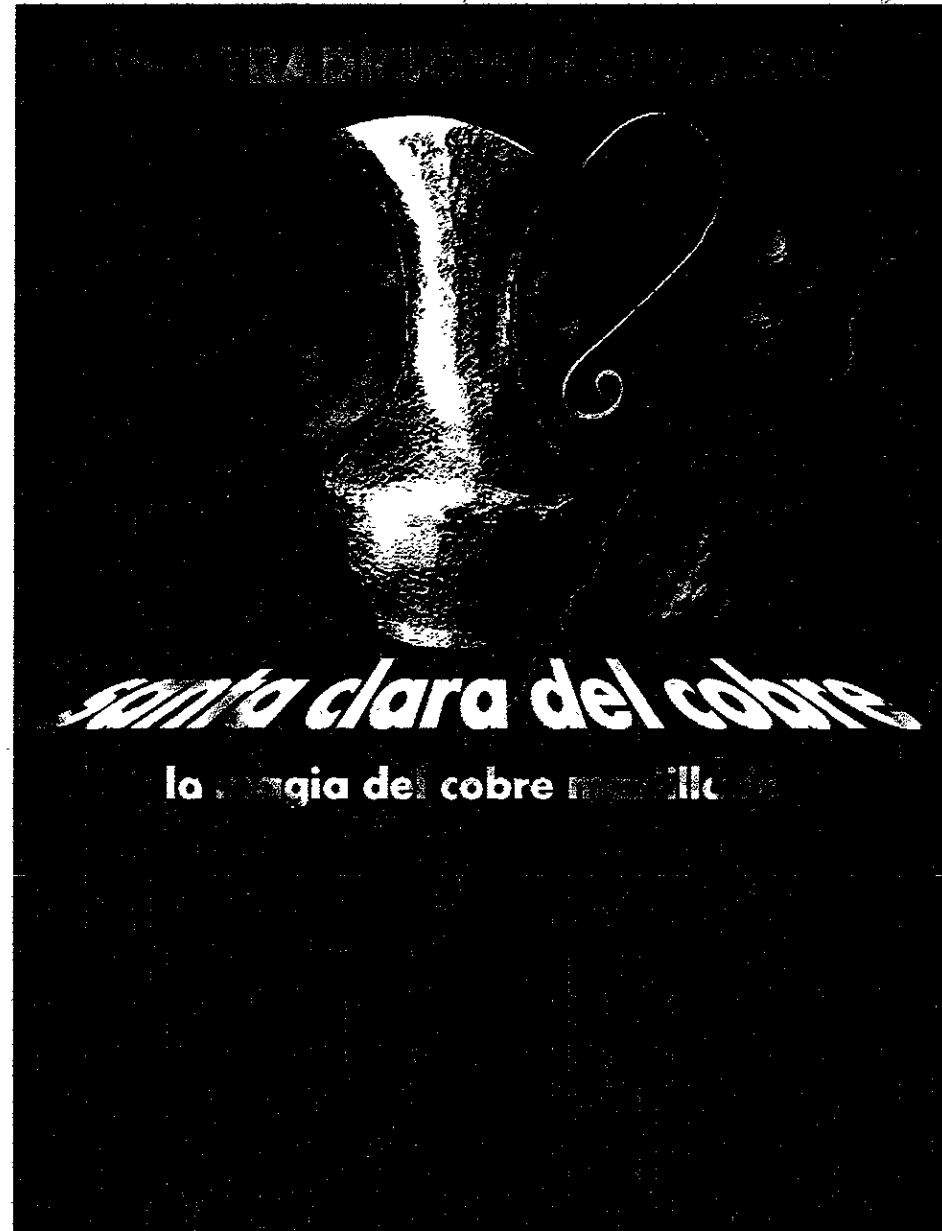
la magia del cobre martillado

Bocetaje del Cartel

Bocetaje formal

se unen dos propuestas marcando así el proceso de fabricación de la artesanía, la tipografía es el fuego, la vasija posterior es el cobre (materia prima), y la parte superior es el producto terminal (artesanía).

Proceso de Bocetaje

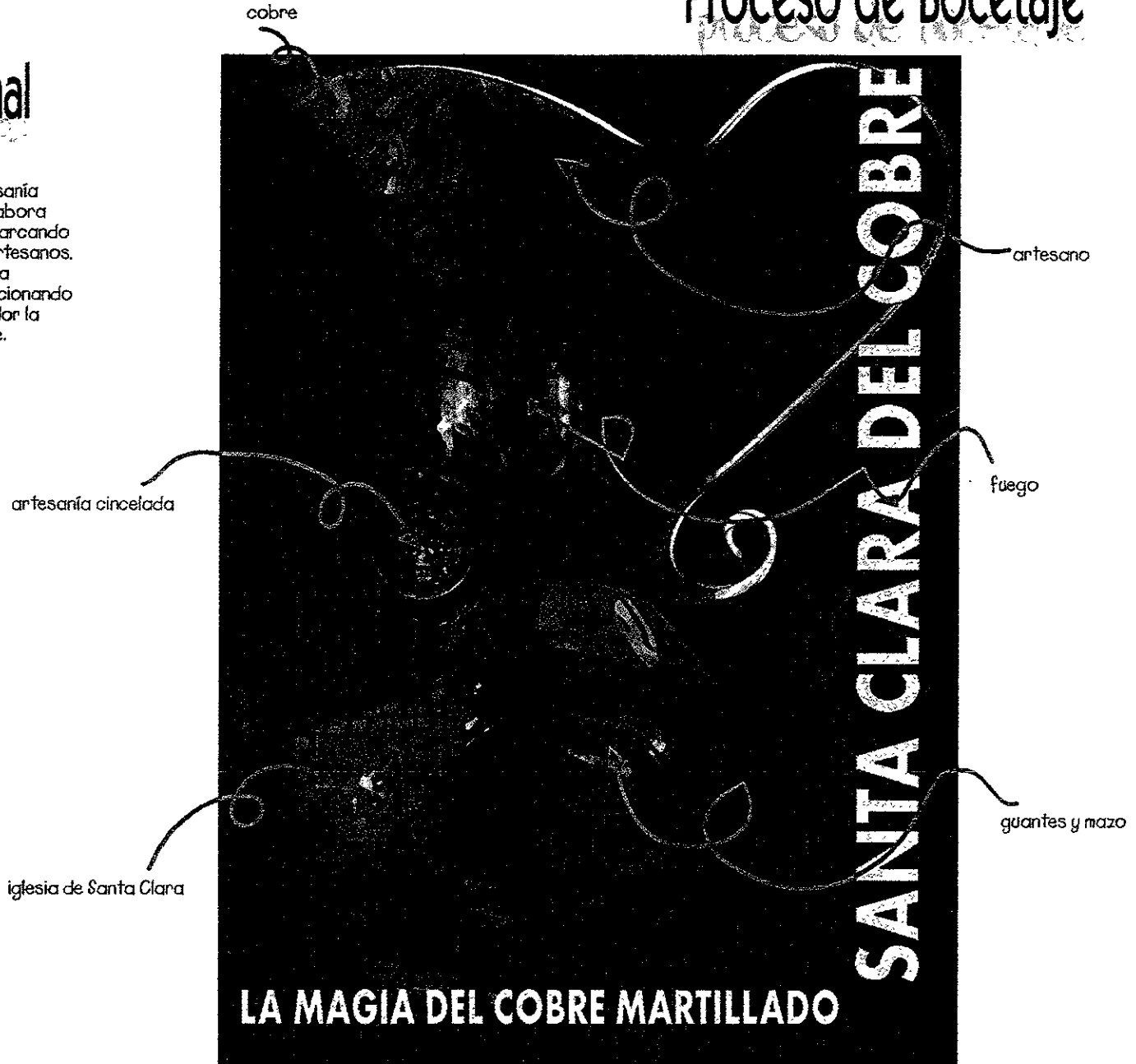


Bocetaje del Cartel

Bocetaje formal

aquí se muestra tanto la artesanía desde la forma en la que se elabora hasta el producto terminal abarcando también el pueblo, su iglesia, artesanos, etc., todo esto encerrado en la artesanía de cobre, como mencionando todo lo que tiene a su alrededor la artesanía, el pueblo y su gente.

Proceso de Bocetaje



Tipografía

propuestas tipográficas para cartel



fácil de leer a grandes distancias

lunes

lunes

lunes

lunes

martes

martes

martes

martes

miércoles

miércoles

miércoles

miércoles

jueves

jueves

jueves

jueves

viernes

viernes

viernes

viernes

sábado

sábado

sábado

sábado

domingo

domingo

domingo

domingo

futura

holy cow

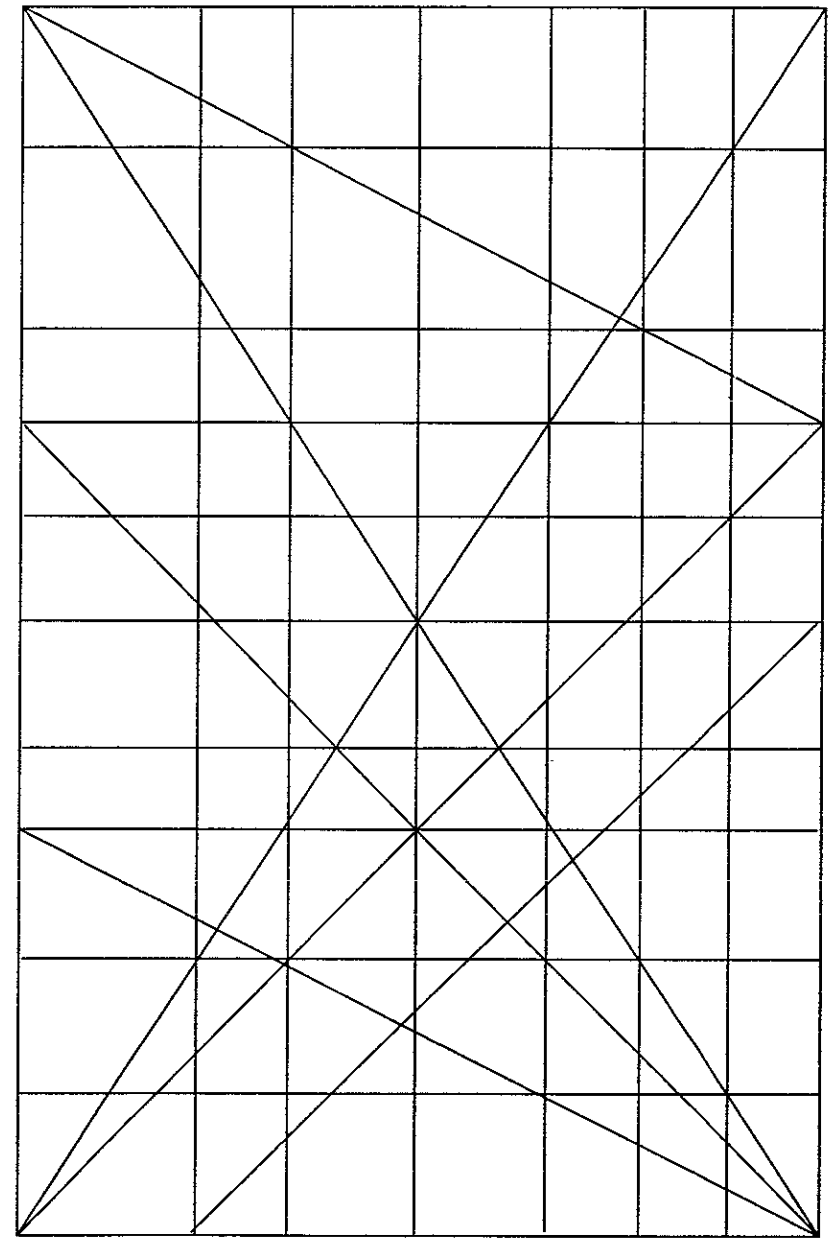
optima

uncle stinky



retícula del cartel

Retícula
retícula



Costos y Presupuestos

Negativos..... \$ 2140,00

y 3M Matchprint

Impresión

Papel couche de

175 g

1000..... \$4,200.00

2000..... \$9,100.00

3000..... \$13,600.00

Total por 1000 pzas.....\$6,340.00

Total por 2000 pzas.....\$11,240.00

Total por 3000 pzas.....\$15,740.00

Bibliografía
y
Conclusiones



Conclusiones

Queda demostrado una vez más la importancia que juega el papel del diseño gráfico para lograr una positiva comunicación, más allá del ámbito estético, el diseño llega a ser una herramienta de comercialización.

Una buena aplicación del diseño puede conllevar al éxito ya que por sí solo comunica, expresa y satisface.

La República Mexicana es madre de innumerables poblaciones que cuentan con grandes maravillas ya sean turísticas o artesanales; sin embargo, la promoción de éstas resulta insuficiente o poco atractiva para el turista por lo que sus riquezas parecen ser ignoradas. Es por lo anterior por lo que se puede afirmar que el presente proyecto ha consistido en rescatar una de las maravillas antes mencionadas: Santa Clara del Cobre. Con el nacimiento de éste proyecto muere un estancamiento: se abren nuevas brechas que proporcionan luz a la obscuridad que se han mantenido en tantos lugares olvidados; espero entonces haber aportado la base para combatir la ignorancia de la existencia de éstos lugares y de las artesanías que algunos de éstos producen para así continuar y perdurar las raíces de los artesanos y la cultura de nuestro país.

Bibliografía

Rojas, Sánchez, Jesús
SANTA CLARA DEL COBRE. MICH. MONOGRAFÍA.
s/ editorial. México, 1966.

Secretaría de Gobernación
LOS MUNICIPIOS DE MICHOACÁN
Colección: Enciclopedia de los municipios de México
Primera edición, México, D.F.

Gobierno del estado de Michoacán
EL QUE HACER DE UN PUEBLO
Casa de las artesanías
Morelia, Mich. septiembre, 1990

Alcalá, Fray, Jerónimo, de
RELACIÓN DE MICHOACÁN
Basal Editores 1977, Morelia, Mich.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público
ARTE POPULAR Y ARTESANÍAS ARTÍSTICAS
México, D.F. 1972

Secretaría Estatal de Turismo
Dirección de operación
Departamento de estadísticas
Resumen estadístico 92-93-94
Marzo, 1994.

Douglas, Torin
GUÍA COMPLETA DE PUBLICIDAD
Ed. Hermann Blume

Christensen, Calero, Ingrid
IDENTIDAD CORPORATIVA PARA LA CASA DE LAS ARTESANÍAS
E INDUSTRIAS RURALES DEL EDO. DE MÉXICO.
Tesis UIA México, 1976

Müller-Brockmann, Josef
SISTEMA DE RETÍCULAS, UN MANUAL PARA DISEÑADORES GRÁFICOS
Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1988

Kotler, Philip. Armstrong, Gary
FUNADAMENTOS DE MERCADOTÉCNIA
Segunda edición, editorial Prentice Hall, Hispanoamericano.
Tesis UIA, México, D.F, 1981

DEDISEÑO, diseño, arquitectura, arte
No.3, 1995 México, D.F
Grupo Malbar

Alan Swan
COMO DISEÑAR RETÍCULAS
Ed. Gustavo Gili
Barcelona, 1993

José Rubén Romero
LA VIDA INUTIL DE PITO PEREZ
Ed. Porrúa S.A.
México, 1988