

872731



Universidad Don Vasco A.C. 9  
incorporada a la  
UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTONOMA DE MEXICO  
Escuela de Diseño Gráfico

# Carteles decorativos Promocionales del Festival de la Raza Purépecha en Zacán, Michoacán.

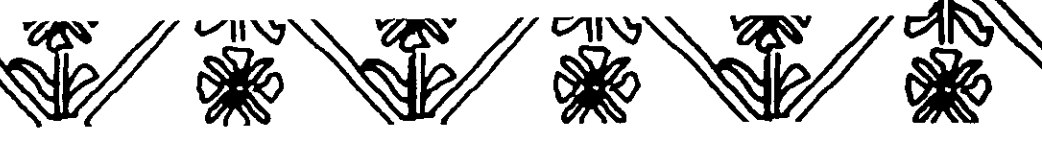
Tesis que para obtener el Título de  
Licenciado en Diseño Gráfico presenta:

**Laura Julia Ruíz Mozqueda**

Uruapan, Michoacán, Agosto de 1999

277526

TESIS DE  
LAURA JULIA RUIZ MOZQUEDA





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.

# DEDICATORIA



Quiero comenzar esta dedicatoria, a quien me permitió ver la luz del día y hoy continúa bendiciendome en todo, a Dios. Gracias por darme tanto.

A mis padres Flavio y Rosita, el haber decidido tenerme, brindandome su apoyo, amor y comprensión, ha sido lo mejor que me ha sucedido en mi vida. Papi, aquí está nuestro esfuerzo.

Gracias a mis hermanos por su confianza y respaldo.

A ti Enrique. Gracias por estar siempre pendiente de mí, por ir de mano conmigo ayudandome a crecer, a madurar y darme tu gran amor y tu apoyo. TE AMO.

A mi pequeño Enrique por quien tuve la fuerza y decisión de concluir esto. Le doy gracias a Dios por tenerte y cuidar de ti hasta que él quiera.

Un agradecimiento especial a Denyse por su ayuda incondicional, por impulsarme, entenderme y enseñarme el significado de la palabra PACIENCIA. "Coma", gracias por tu amistad.

Gracias a quienes me transmitieron sus conocimientos durante toda mi carrera.

A toda mi gente que ha estado siempre conmigo, que han sabido compartir mis mejores momentos, y no me han dejado sola en mis ratos difíciles. Gracias por sus esfuerzos.

# FALTAN PAGINAS

De la: **1**

A la: **6**



Indiscutiblemente que todos los países de América, como todas las civilizaciones, tienen sus propias manifestaciones culturales que lo mismo se presentan por medio de danzas, música, pintura, etc. A través del tiempo se han ido perdiendo esas raíces, las fiestas tradicionales; poniendo en peligro de desaparecer los cantos, los bailes, la música y otros muchos elementos de una cultura que había ido adquiriendo forma a lo largo de los siglos.

Es por eso que cada pueblo, cada civilización, lucha por mantener vivas esas tradiciones como testimonio de su ideosincracia.

Conociendo la riqueza de nuestro país en cuanto a tradiciones, costumbres y manifestaciones artísticas, debe ser clara la preocupación por conseguir que éstas continúen siendo las formas más claras de expresar el pensamiento, la ideología y hasta la historia de nuestros pueblos.

Tal es el caso de la comunidad de Zacán, que anualmente celebra un festival de la música y danza purépecha en donde son presentados diferentes eventos que tienen como objetivo perdurar su carácter tradicionalista.

Es aquí donde el diseñador desempeñara su tarea, elaborando una campaña promocional con el fin de promover el evento en todo el estado para dar a conocer la música popular mexicana, buscando que el trabajo que se va a realizar, sea lo más atractivo posible, para lograr la finalidad que se persigue y de esta manera preservar la tradición de la cultura mexicana.

# FALTAN PAGINAS

De la: **8**

A la: **9**



# ***CAPITULO 1***



# PROBLEMÁTICA Y OBJETIVOS

Gracias a la iniciativa de un grupo de personas que posteriormente formaron la asociación de profesionistas de Zacán, y que hicieron conciencia acerca de la poca importancia que día con día se le daba a las manifestaciones culturales del pueblo purépecha, se vieron en la necesidad de crear una actividad que al menos pugnará por conservar tales manifestaciones, que son un reflejo de sus propias raíces, para lo cual consideraron necesario organizar un

festival anual en el que se reunieran las diferentes expresiones artísticas de las comunidades indígenas de la raza purépecha con la finalidad de conservar sus tradiciones.

Uno de los objetivos principales que dicha asociación se planteó fue el de hacer resurgir la festividad que tradicionalmente se celebra año con año en honor del Santo Patrono del lugar, la cual decayó a raíz del nacimiento del volcán Parícutin, el que originó un éxodo de la gran mayoría de sus habitantes debido a que Zacán fue de las comunidades más afectadas por tal erupción, al quedar semicubiertas por ceniza y arena casi la totalidad de sus construcciones.

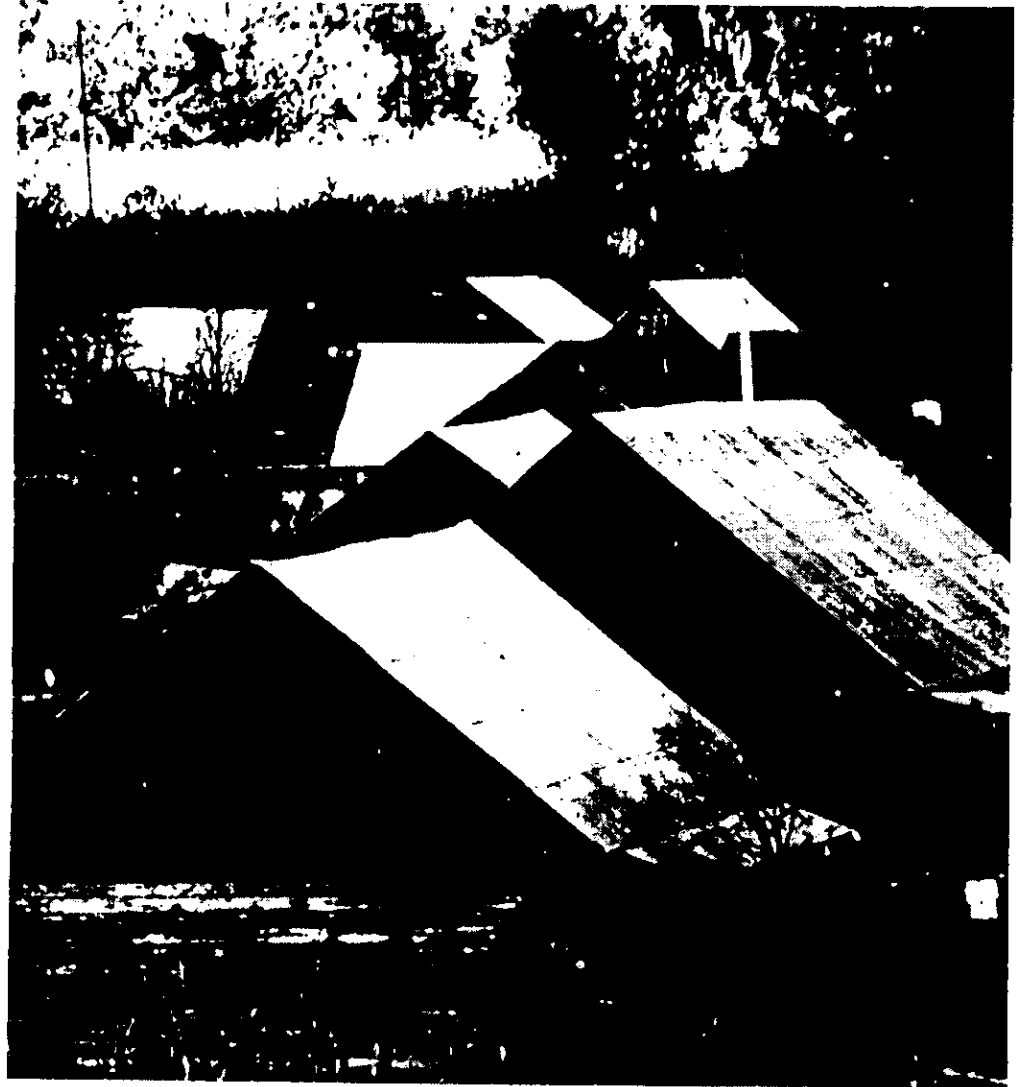






A iniciativa conjunta de la asociación y los nativos de Zacán, se determinó organizar dicha festividad a través de un concurso artístico que sirviera entre otras fines como un foro abierto para la manifestación de las diferentes expresiones artísticas de la raza purépecha (pirekuas, danzas, bandas de música, etc.); pretendiendo con esto el impulsar a nivel regional, estatal e incluso nacional, la riqueza cultural de nuestra raza en beneficio de sus propios habitantes.

Sin embargo en la actualidad se tiene la necesidad de promover con mayor realce dicho concurso artístico, debido a la gran importancia que ha tenido últimamente para la región. Para lo cual es necesario implementar una campaña promocional que lo de a conocer aún más a las diferentes regiones de nuestro estado, distribuyendo folletos, boletines informativos y carteles que den a conocer los eventos que ahí se realizan y que a la vez dan relevancia al lugar, logrando así mostrar a la mayoría de los pueblos de la región purépecha lo verdaderamente valioso de este concurso que es el reunir a todos los hermanos de raza a través de su música y sus costumbres, y que el visitante observe la autenticidad de nuestra cultura.







# ***CAPITULO 2***



## Cultura Tarasca o Purépecha

A los antiguos Michoacanos se les llama Tarascos o Purépechas. Hay quienes distinguen como Tarascos a la etnia y como Purépechas, a la lengua. Las fuentes de la historia Tarasca antigua están en lienzos y códices, hablan sobre las ceremonias y ritos de población y gobierno de los indios de la provincia de Michoacán.

Los tarascos formaron un imperio que traspasaba lo que hoy son los límites de Michoacán, llegando a Jalisco, Nayarit y parte de Sinaloa de Guanajuato y Guerrero. Su mitología no establece, respecto a la concepción del Universo mucha diferencia en comparación a las otras que dominan en lo que sería La Nueva España. Su esquema religioso-filosófico y su universo se divide en tres partes: Las regiones del firmamento, de la tierra y de los muertos. Concedían gran importancia al culto del fuego su deidad más antigua.

En lo temporal, y ya organizados al paso de los siglos Los Tarascos eran gobernados por su dinastía teocrática. Existían señoríos, uno muy importante fue precisamente Caltzontzin, "Señor de las innumerables



casas y pueblos" a su muerte fue Vasco de Quiroga quien sirvió de bálsamo para los Tarascos. Se estableció en Tzintzuntán y desde allí impulsó el artesanado, en madera, alfarería, cobre, textiles, la música, la danza y el consuelo de los hospitales.

## Las culturas populares y el folklóre en Michoacán

Cuando se inicia una nueva era en la historia de los pueblos de Mesoamérica como resultado de la conquista y la colonización

española, se da en México, frente a una cultura dominante, una cultura de índole popular basada en diferentes tradiciones culturales. Por lo tanto la cultura popular no es sinónimo de cultura indígena.

La cultura popular existe en el presente de manera subordinada a la cultura dominante nacional, se manifiesta con claridad en las comunidades campesinas e indígenas.

Las manifestaciones culturales populares que nacen de las condiciones materiales de vida y están arraigadas en ellas o que se transmitieron de generación en generación, pueden ser las Pirekuas o canciones, fiestas tradicionales, vestidos, creencias, etc. Esto sería el Folklore como producto del pueblo y como riqueza artística en todas las sociedades en nuestro Estado y en el país.

Actualmente las danzas tradicionales indígenas y mestizas subsisten en Michoacán. Se mantienen milagrosamente con la constante amenaza de la pérdida de la tradición por la influencia comercial de la cultura occidental, (radios, juguetes, vestidos, etc).



## Las Fiestas Tradicionales en Michoacán

La meseta tarasca del Estado de Michoacán presenta dos zonas bien diferenciadas. Por una parte, La Sierra que comprende ciudades de mediana importancia, pero se compone sobre todo de pequeños pueblos agrícolas y alfareros encontrados en la unidad doméstica de producción; se habla purépecha y se mantienen fiestas y ferias tradicionales a las que solo en años recientes empezaron a recibir turistas.

Las fiestas son un buen lugar para percibir los conflictos entre la vida interna de los pueblos y la dominación exterior entre los intentos de continuar las tradiciones o adecuarlas a otro desarrollo social. Para quien es ajeno a estas comunidades, es sorprendente que los pueblos enteros participen en la preparación y realización de las fiestas. A veces eligen cargueros para organizarlas y los pobladores de cada barrio les entregan, junto con listones de colores que representan su función dinero para financiar las ofrendas, la música los

cohetes, la decoración de La iglesia y las calles. Otros dedican varias semanas, interrumpiendo sus labores ordinarias a organizar los festejos, a ensayar las bandas, a arreglar sus casas y las calles. Tanto tiempo, dinero y esfuerzo revelan la importancia que las fiestas siguen teniendo para el conjunto de Los Purépechas. Las fiestas están fuertemente vinculadas a la vida actual del pueblo Sintetiza la vida entera de cada comunidad, su organización económica y sus estructuras culturales . Es

verdad que la fiesta tiene a veces algo excepcional: los indígenas suspenden su trabajo habitual, visten ropa especial, preparan adornos y comidas poco usuales; pero la clave fundamental, es la relación con el ciclo productivo, con el ritmo de las siembras y las cosechas. Son por lo tanto, un modo de elaborar simbólicamente su trabajo y su vida ordinaria, de celebrar lo que les dá la naturaleza o revivir su lucha frente a una sociedad injusta.

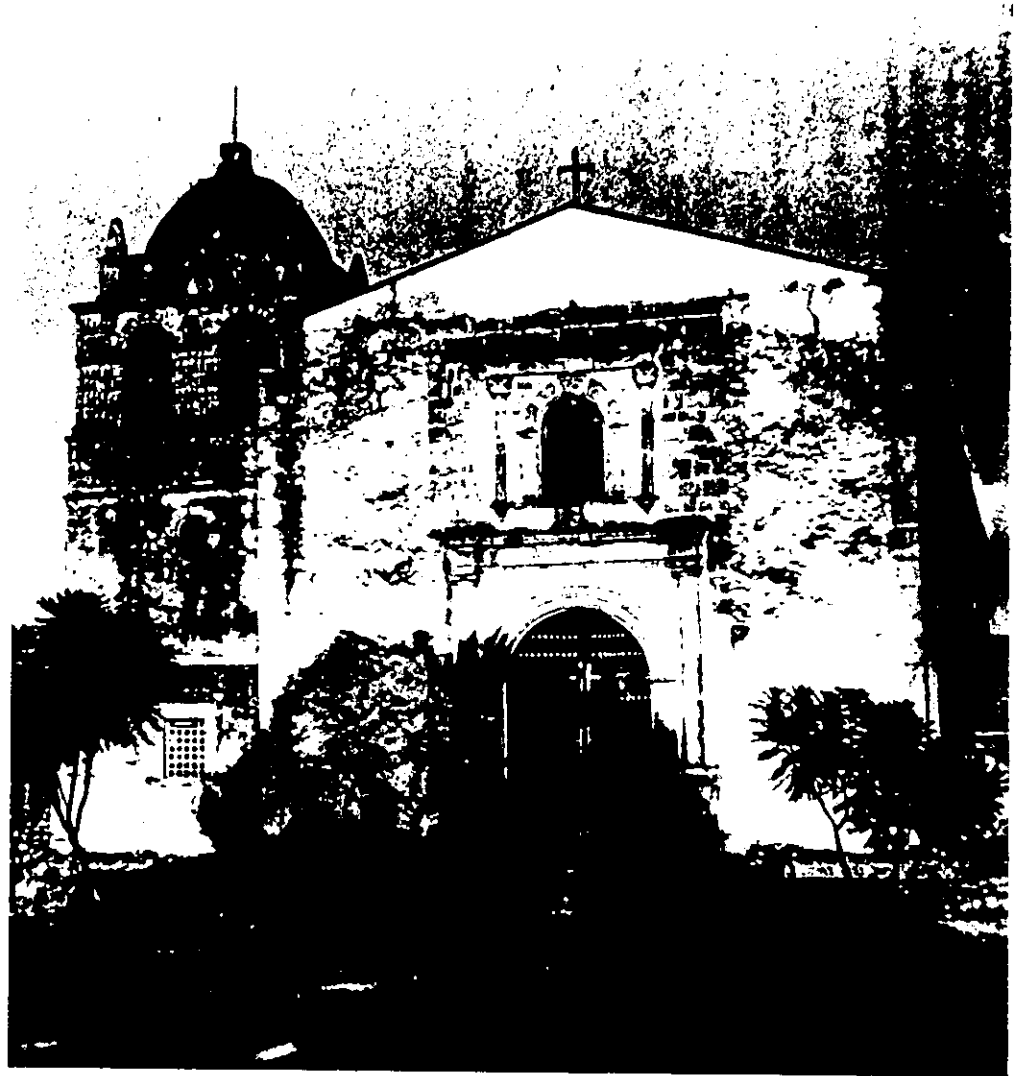




## Antecedentes Históricos de Zacán

La región purépecha está comprendida en lo que comúnmente se conoce como Meseta Tarasca, que está delimitada por la zona lacustre del Lago de Pátzcuaro, La Cañada de los Once Pueblos y la Sierra de Uruapan. A 40 Kms. de Uruapan por la carretera hacia Los Reyes, precisamente en el centro de la Sierra, se localiza la comunidad de San Pedro Tzacán, grupo purépecha que desde la grandeza del imperio de Tariácuri dedicaban a la siembra de maíz y frijol las tierras nombradas Tahuétiro, Turatiro, Huancho, Tirado y Apucha. De esta actividad tomaron el nombre para el poblado, ya que Tzacán proviene de la raíz Puremente Tzecan, que significa, "hacer agujeros en la tierra", "horadar la tierra con la tarécua o bastón plantador". Es decir, significa "lugar en que la tierra es cultivada".

San Pedro Tzacán, según datos de 1581, estuvo inicialmente adscrito a Santa Ana Zirosto, bajo la orden de los Agustinos, a raíz de diversas situaciones políticas, este





pueblo ha sido dos veces cabecera municipal, hasta que a partir de 1901 se quedó como. tenencia adscrita al Municipio de Los Reyes.

Llega el año de 1943, fecha que marca el inicio de una época dolorosa en su desarrollo. La causa fué la erupción del Volcán Parícutín el 23 de Febrero, al que los habitantes del pueblo buscaban explicaciones o respuestas de lo que les sucedía. La mayoría de los indígenas no solamente abandonó su lugar de origen también abandonó modos de vida, costumbres, y difícilmente pudo adaptarse a condiciones ajenas a sus patrones culturales, la nostalgia por su lugar, floreció desde el momento mismo en que empezaron a dejarlo.



Los años de pobreza y desolación fueron creando dramas, había un alto índice de alcoholismo y desintegración familiar y comunal.

La falta de identidad se hacía evidente cada vez con mayor fuerza entre los habitantes. Era necesario, pues, que se rescatara ese pueblo el cuál se caracterizaba precisamente por ser netamente musical, haciéndolo ser el foco de atención de la cultura purépecha. Zacán era famoso por su banda, con músicos sobresalientes entre sus filas, gente de otros la reconocían como una de las mejores de la región, y esto le daba



cierto prestigio dentro de la música. Ya en los cincuentas, un grupo de jóvenes que a temprana edad salieron de Zacán, decidieron que les gustaría hacer de su pueblo lo que era antes, por este motivo buscaban algo, que pudiese ser común entre ellos y el resto de la comunidad: La Música. Buscaron apoyo en La Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, que en ese entonces tenía como rector al Dr. Melchor Díaz Rubio, y la respuesta fue positiva. Organizaron un partido de basquetbol entre universitarios y jóvenes de Zacán, de una manera amistosa, para posteriormente escuchar a la estudiantina de la Universidad; algo pequeño que atrajo la atención de las personas en el pueblo. Al año siguiente, la misma Universidad concede recursos monetarios para convocar a un concurso de pirekuas las interpretaciones tradicionales de la cultura purépecha, al que asisten duetos de Zacán y Angahuan y se celebra en la huatapera del lugar.

La Universidad Michoacana también ayudó en la difusión a través de carteles y anuncios en la radio. Para 1972, además de los duetos, vinieron algunos tríos, pero también artistas de las artesanías, deshilados y trabajos en madera; en esta ocasión se realizó en la escuela primaria del pueblo, dado que había llegado más auditorio. Esto comenzó a cobrar auge y entonces la invitación a los pueblos que forman la

meseta tarasca, la cañada de los once pueblos y la ribera del Lago de Pátzcuaro, hizo del concurso un evento regional y por lo mismo, el gobierno del estado tomó parte



para la construcción de un auditorio, ya que la escuela resultaba insuficiente.

De esta manera, el concurso artístico de la raza purepecha, adquiere forma a nivel nacional. Esto atrajo la atención de los medios, no solo del país; con el fin de mostrar las verdaderas tradiciones michoacanas, para esto, se habían propuesto la entrada de de orquestas, danzas y bandas, paulatinamente al concurso para abarcar una mayor porción de las tradiciones purépechas.







## Tradición de un Pueblo Michoacano

Las fiestas de los pueblos tejen de mil maneras los hilos multicolores de nuestra condición étnica; con matices propios cada comunidad enlaza rica y diversamente raíces históricas que trascienden desde los más remotos orígenes y se anudan en la sólida trama de la nación. La fiesta es la alteración de la vida cotidiana y la síntesis de ella en formas con frecuencia espectaculares y coloridas.

Es el caso de un pueblo michoacano enclavado en una atractiva región boscosa; Zacán, donde sus gentes tienen una profunda decisión de progresar; quienes han debido salir para estudiar, prepararse más, no pierden su arraigo ni dejan de preocuparse por el mejoramiento de su comunidad; guarda Zacán un importante patrimonio cultural: en su huatapera y capilla, en las celebraciones de sus fiestas patronales, en la creatividad y sensibilidad artística de sus muchos compositores y músicos. Y cuenta también, con una nueva tradición; el festival de la música y la danza

purépecha, donde junto a la preservación de la tradición; se estimula la nueva creación artística, con origen en las raíces profundas de los michoacanos que desde hace siglos establecieron ahí su morada, y de su fina sensibilidad, que no dejan de tener presencia en las composiciones de hoy.

Pero no es solo el festival, simultáneamente a este evento, la comunidad de Zacán cuenta con creencias y tradiciones que son característicos de la región. La fiesta en honor a San Lucas, patrono del pueblo, comenzaba a tener importancia, año con año se hace un recorrido del Santo peregrino San Lucas, desde la casa del carguero hacia la iglesia con su comitiva y se formaban las filas para bendecir a los toritos y las reatas, ya que la gente tiene la creencia que, de esta manera, el ganado sería abundante durante el año.

Es costumbre también, llevarle velas a San Lucas y rezarle, esto es de suma importancia para ellos, ya que las velas son la manera fehaciente de mostrarle al santo el agradecimiento que se le tiene.

La misa entonces, luce pletórica de fé y se da en Latín, como sucede en las misas realmente importantes y trascendentes. Como estas prácticas se realizan durante el día, el concurso se celebra a partir de las 5 de la tarde, dado que las personas que habitan el pueblo, reciben visitas ya sea de parientes o amigos, quienes después son invitados a compartir de las celebraciones

como parte de la familia.

Actualmente el concurso de la raza purépecha, es ahora, la parte más importante de los días 17 y 18. Para que pueda llevarse a cabo y siguiendo el rito purépecha, las invitaciones a los participantes del concurso son personales, y se hacen además de la convocatoria





escrita, el cartel alusivo y los anuncios de radio. Esto obliga a los invitados a no faltar. El concurso en sí, sigue el orden en el que tomaron parte en la historia del concurso las diferentes categorías: pirekuas, orquestas, danzas y bandas; para calificar se establece un jurado con personas conocedoras de los géneros, ya sean de otros pueblos o de Zacán mismo.

El jurado califica: la interpretación, originalidad, vestuario, composición y otros aspectos entre los grupos participantes.

Siempre en el caso de pirekuas, bandas y orquestas, se exige una composición propia y otra que puede ser ya conocida.

Además de los premios de primero, segundo y tercer lugar de cada categoría, se acostumbra dar reconocimiento de participación a algunos grupos, en situaciones esenciales; y el público que muchas veces no es el idóneo, espera con inquietud el fallo del jurado calificador, soportando el aire y el clima del pueblo.

El día 19 de Octubre, es lo que comunmente llaman como el Toro de once: esto es, se adorna un Toro, recién bajado del cerro, y con una banda musical comienza el recorrido por el pueblo, llevando al Toro en la parte delantera de una larga comitiva que baila al Son de la música de banda.

Esta es, básicamente, el anuncio para el jaripeo que comienza en la tarde. Pero la última actividad se dá en la noche, en un baile que es organizado por aquella





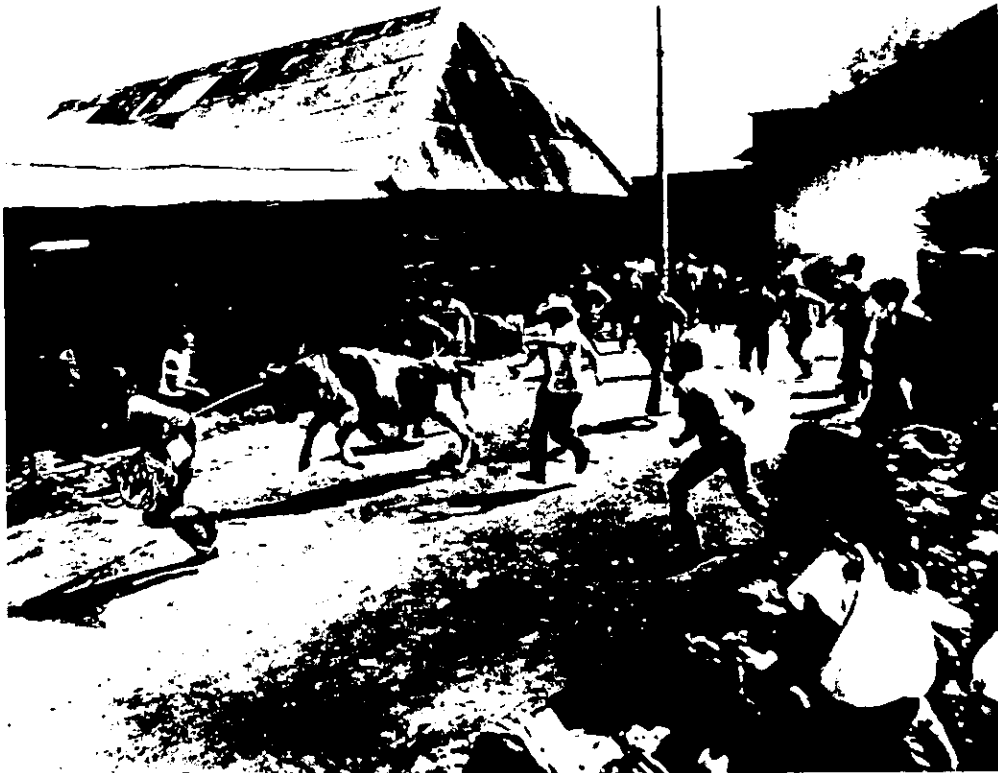
institución o grupo que requiera ayuda; por lo general, es bien concurrido, no solo por los pueblerinos, si no por todos aquellos que quieran asistir.

Todas estas costumbres se conservan hasta nuestros días, gracias al esfuerzo de la asociación de profesionistas de Zacán y otras personas que gustan de participar en

la organización del evento. Se puede decir que la idea fundamental, el tianguis, quedó cubierta de manera satisfactoria, ya sea por la influencia, o, por los trazos que se extienden a partir de él, y algo que quizás no estaba planeado, fué lograr la creación de fiestas y concursos similares a este, y la superación de todos quienes desean

participar en ellos.

Cabe mencionar, también, que en Zacán, principalmente se tomó la costumbre de que algunos de los miembros de una familia, trate de hacer una profesión. Este tipo de organización se tomó como ejemplo en otros lugares para eventos similares, algunos triunfaron, otros no.



Indudablemente que Zacán, podría ser uno de los poblados que serviría como ejemplo característico de nuestras raíces michoacanas, ya que cuenta con otras tradiciones propias de un pueblo purépecha. Es el caso del día de muertos, donde se efectúa todo un ritual, en el que se realizan unos altares en honor a todos los difuntos; estos son elaborados, gracias a los mismos familiares, dependiendo en donde estén ubicados dichos altares.

Los habitantes del pueblo tienen la creencia de que los difuntos van a comer lo que se deposita en los altares, es por esto que lo hacen con tanta devoción. Por la noche llega un grupo de jóvenes llamados "los soldaditos", los cuales representan a las ánimas que según ellos, andan penando; se les ofrece comida de la que hay en los altares, con el fin de que se tranquilicen y encuentren la paz.



Al día siguiente, el 2 de Noviembre, toda la comunidad se une a los familiares del difunto: al que le hicieron su altar, para trasladarse al panteón municipal, llevando todas las ofrendas hasta los sepulcros, ahí se reza por el alma de los muertos. A la gente que van a acompañar a los dolientes, se les ofrece fruta y pan de las mismas ofrendas, contrayendo con esto el compromiso de rezar una oración por los difuntos.

Es claro, que en Zacán se siguen conservando muchos de nuestros valores, mostrándolos en todo su esplendor, encontrando toda la gama de expresiones purépechas.

Que quede como ejemplo, que apesar de todo lo que provocó la erupción del volcán Parícutín, este pueblo ha podido rescatar lo nuestro, teniendo la conciencia de lo mucho que podemos perder debido al apabullante "avance del progreso", generalmente no siempre bien adaptado al modo de vida indígena, y a la indolencia de personas e instituciones que tienen los medios para evitar esa transculturación que paulatinamente se está generalizando.

Al constatar que la conquista española, la erupción del volcán y los medios comerciales masivos de comunicación no han podido restarle a la raza purépecha su tradicional virtuosismo y creatividad en la música, el canto y la danza, se hace patente el arraigo y la fuerza de la cultura mexicana.





# ***CAPITULO 3***



## Antecedentes:

Durante los años 1950-1960, en muchos países industrializados comenzaron a publicarse los primeros escritos sobre métodos de diseño. Antes de esta época, se entendía por diseño la labor que los arquitectos, ingenieros y diseñadores llevaban a cabo como objeto de producir los dibujos necesarios tanto para los clientes como para los fabricantes.

El objetivo tradicional del diseñador era la producción de unos dibujos tanto para la aprobación de cliente como para la instrucción del fabricante.

La nueva definición del diseño como inicio del cambio en las cosas hechas por el hombre supone que existen otros objetivos que deben incorporarse antes de completar los dibujos e incluso antes de empezarlos. Los diseñadores deben tener la capacidad para predecir los efectos fundamentales de sus diseños tanto como de especificar las acciones necesarias para la consecución de esos efectos. De esta manera los objetivos del diseñador están menos relacionados con el producto mismo y más con los cambios que los fabricantes, distribuidores, usuarios, en definitiva, la sociedad total, espera hacer para adaptarse y beneficiarse del nuevo producto.

El cartel-sandwich ha ido perdiendo popularidad, el grabado de hombres-anuncio de Bombay muestra ya el empleo combinado de imagen rotulación.



Este dilema moral del diseño es frecuente hoy en día, debido a que las consecuencias de las decisiones de diseño crecen con mayor rapidez que las organizaciones que el promotor crea para paliar sus efectos defectuosos.

En los últimos treinta años, el diseño ha emergido como una disciplina independiente, se puede definir en términos generales como la ordenación, combinación y composición de formas y figuras, es por supuesto, tan viejo como el arte mismo. Por ejemplo cuando se emplea el término composición haciendo referencia a la pintura y el dibujo, significa en realidad el diseño de la obra.

Al paso de los años todos los artesanos han sido diseñadores. Al crear un objeto de oro y plata, o de cualquier otro material, implica resolver la relación entre los elementos del objeto, su diseño. No obstante, a finales del siglo pasado, y en mayor grado durante este siglo las funciones del diseñador y del creador han variado, y es cuando el diseño se ha hecho más independiente.

Existe una polémica por la gran semejanza entre el trabajo que desempeña el diseñador gráfico y el ilustrador. Ya que así como el ilustrador, el diseñador gráfico es un artista al servicio de los que le encargan su trabajo, y también el campo de acción del diseñador ha aumentado

enormemente gracias a la sofisticación de los procesos técnicos de reproducción que utilizan.

Los objetivos de un diseñador y un artista difieren considerablemente. Milton Glasser, prestigiado diseñador americano, es el que ha señalado la diferencia: "En el diseño hay un cuerpo dado de información que debe comunicarse para que el público la experimente. Este es el objeto primario en la mayoría de las actividades de diseño. Por otra parte la función esencial del arte es cambiar e intensificarla percepción de la realidad por cada persona".

Gracias a la expansión de los medios de comunicación de masas y a la publicidad, el trabajo del diseñador gráfico ha ido creciendo cada vez más. Hoy en día, prácticamente todo lo que se pueda comprar, desde un coche a un paquete de galletas, ha sido diseñado y el diseñador gráfico ha tenido que intervenir de alguna manera, ya sea diseñando la campaña de promoción del coche, o bien la etiqueta o formato del paquete de galletas.



Estación de Ferrocarril Inglesa en 1874. Como otros muchos lugares públicos las estaciones constituyen centros de exhibición perfectos para el diseño gráfico.



# Historia del Diseño

Desde el siglo XIX, el diseño gráfico ha ido adquiriendo gran importancia gracias a que ha sido más fácil la reproducción de la ilustración y la fuerza que ha ido cobrando la presentación y empaque de productos comerciales. Geoffroy Tory, ilustrador del siglo XVI, fué posiblemente uno de los primeros diseñadores gráficos, ya que fue de los primeros en diseñar libros y páginas manipulando el texto, la ilustración y los márgenes con vistas a su impacto visual.

La mayor parte de la historia del diseño gráfico, es paralela a las del arte y la ilustración. De igual manera ha ido aumentando la importancia de todos los demás aspectos del diseño, en la industria, la tecnología, la arquitectura y el comercio.

Una gran parte del diseño actual consiste en combinar elementos del arte con las de la industria y el comercio, pero los dos campos no siempre han marchado en armonía. William Morris artista inglés del siglo XIX se le puede considerar como uno de los "padres fundadores" del diseño moderno. En sus obras y escritos este artista, trato de resaltar la importancia del arte en contra de lo que él consideraba la vulgaridad del

diseño y manufactura de las mercancías producidas en masa. Su contribución al diseño refleja sus múltiples talentos, su empleo del color y la maestría de sus diseños, junto con su calidad al momento de elaborar un trabajo, eran un desafío a la mala calidad de diseño. Las opiniones de Morris y principalmente sus obras, consiguieron que se le diera al diseño la importancia que merece: Es por esto que la obra de Morris es la base general sobre la que trabajan los diseñadores actuales.

En las ramas del diseño gráfico en donde la tipografía tiene gran importancia, las dos influencias principales durante el período comprendido entre las dos guerras

A vertical timeline illustrating the evolution of typography. It features various styles of the word 'ALPHABET' and 'alphabet' in different scripts and fonts, each accompanied by a small icon and a date. The styles include:
 

- 20,000. Primeros rudimentos de escritura (Primitive writing symbols)
- 3000. Sumeria (Cuneiform)
- 2000. Escritura egipcia (Egyptian hieroglyphs)
- 2000. Jeroglíficos (Hieroglyphs)
- ~1100. Griega primitiva (Primitive Greek)
- 1200. Fenicia primitiva (Primitive Phoenician)
- 1450. Lineal B (Linear B)
- 700. Etrusca (Etruscan)
- 100. Trajan (Trajan's Capitals)
- 1800. Escritura babilónica (Babylonian cuneiform)
- 500. Runas anglosajonas (Anglo-Saxon runes)
- 400. Mayúsculas rústicas (Rustic Capitals)
- 600. Unical (Uncial)
- 700. Semuncial (Semi-uncial)
- 800. Minúsculas (Minuscules)
- 700. Griega (Greek)
- 1470. Nicolás Jenson (Nicolaus Jenson's Gothic)
- 1450. Gutemberg, Textura (Gutenberg's Textura)
- 1506. Bembo de Aldús Manu (Aldus Manutius's Bembo)



mundiales fueron Los rotulistas y tipógrafos Stanley Morrison y Eric Gill. Morrison amplió la gama de tipos de utilización comercial; Gill diseño, entre otros, los tipos Gill Sans y Perpetua.

La tipografía, como disciplina puramente funcional, quizá tenga sus mejores ejemplos en las letras producidas en los años veinte y treinta, los cuales tenían como característica principal una calidad muy buena sin ostentaciones y un tranquilo anonimato. No obstante, en la misma época, el estilo la moda estaban representadas por el desarrollo de los tipos y familias empleadas en la industria publicitaria.

En los años sesenta comenzó la explosión actual del diseño gráfico en Europa, aunque antes había empezado en los Estados Unidos, tuvo su origen en la prosperidad de consumo, el cual provoco un aumento masivo de la publicidad, el periodismo y la publicación de libros, y también la expansión de la televisión y la radio Además el diseño gráfico ha visto aún más estimulado su potencial por el desarrollo de las técnicas de impresión, particularmente las que afectan a la calidad y viabilidad económica de la reproducción en color.

El diseño tiene que pasar por varias etapas hasta llegar a la idea original en forma gráfica. Obviamente que los factores de un diseño varían dependiendo de la intención de cada trabajo.

Actualmente un diseñador gráfico



puede desempeñar su trabajo en cualquier campo, desde anuncios y carteles, hasta diseños de mapas, sellos, camisetas, o construcciones. Además de tener amplio conocimiento en diseño de textiles, cerámica, rotulación y fotografía, así como en relaciones públicas con autoridades, agencias de viajes y organizaciones de beneficencia.

De los principales campos de acción que han florecido recientemente son el diseño de portadas de libros y fundas de discos. Desde hace mucho, se acertaba que el diseño de envases de detergentes o cereales puede tener un importante papel a la hora de vender, pero con la expansión de las industrias editoriales, la presentación de

estos productos se han convertido en un elemento cada vez más importante para la venta de los mismos.

El diseño gráfico se ha definido como "La construcción de lo posible" y lo que es posible puede llegar a variar según las técnicas de impresión y reproducción y los obstáculos con los que se tenga que encontrar el diseñador, en este momento es cuando tendrá que saber como utilizar la gran variedad de materiales y recursos existentes, y como pueda sacarles el mejor partido posible al momento de realizar su manipulación del lenguaje de signos e imágenes con el fin de redituarle económicamente lo que vale el trabajo de un diseñador.





# APLICACIONES DEL DISEÑO



El diseño es práctico. El diseñador es un hombre práctico, pero antes de que este preparado para enfrentarse con problemas prácticos, debe dominar un lenguaje visual.

Este lenguaje visual es la creación del diseño. Dejando aparte el aspecto funcional del diseño, existen principios, reglas y conceptos, en los que se refiere a la organización visual que pueden importar a un diseñador, este puede trabajar sin un conocimiento consciente de ninguno de tales principios, reglas conceptos porque su gusto personal y su sensibilidad a las relaciones visuales son mucho más importantes, pero una prolija comprensión de ellos habrá de aumentar en forma definida su capacidad para la organización visual.

El diseño gráfico tiene como finalidad transmitir ideas, mensajes afirmaciones visuales y en ocasiones, estética pura. La mayor parte del trabajo de diseño gira específicamente alrededor de la venta o la promoción de un producto o servicio que proyecta, y la industria se desarrolla hoy rápidamente, dado que la competencia entre los productores de mercancías y los suministradores de servicios es cada vez mayor.

Un diseñador gráfico, puede desempeñar su trabajo en diversas categorías el diseño puede ser aplicado en organizaciones que requieran de una imagen. Esta imagen se proyecta, normalmente, a través del material del escritorio, e incluso puede influir en el estilo y el formato de los

documentos internos. Si se fabrican productos, estos han de ser envasados, y los envases estarán influidos por imágenes gráficas; incluso los vehículos de reparto armonizarán con la imagen general.

El diseño gráfico, también puede utilizarse en compañías de servicios, como editoriales, en donde habrá que tratar con cubiertas de libros, revistas y folletos, que han de ser diseñada mientras que los restaurantes y las tiendas requieren menos, listas de precios y rótulos. Suponiendo que una empresa decide instalar un stand en una feria, el contenido gráfico del mismo ha de ser diseñado.

Estas podrán ser tan sólo algunas de las áreas a las que se aplica el trabajo del diseño gráfico, pero posiblemente, el área individual más vasta, y la que ofrece un panorama más amplio para las ideas, es la publicidad. La publicidad abarca carteles, anuncios en periódicos y revistas, material de promoción en forma de tarjetas y letreros en puntos de venta, boletines de venta directa y, por último, el área de televisión y cine.

Cuando llega el momento en donde el diseñador debe tomar una decisión, esta es siempre subjetiva. No existen decisiones correctas o erróneas, existen solo aquellas que sirven al tema, al cliente y al propio juicio creativo. Siempre existen opciones alternativas, y por eso es conveniente representar más de una idea para cada trabajo.





# QUE ES UNA CAMPAÑA DE PROMOCION?

Una campaña de promoción es una serie preparada y coordinada de actividades de promoción que giran alrededor de un tema específico a fin de alcanzar las metas que el anunciante tiene en mente. Al preparar una campaña de promoción, una compañía considera los diversos elementos de promoción y decide cómo puede usar mejor de ellos para alcanzar las metas de la compañía.

## Importancia de la Campaña de Promoción

Las campañas de promoción son importantes porque atraen clientes e incrementan la demanda de los productos de una compañía. Esto ayuda a la compañía a enfrentarse a la competencia y a conseguir utilidades.

Por medio de las campañas de promoción, las empresas pueden informar a un gran número de clientes en muchas áreas diferentes de sus bienes y servicios. Las campañas de promoción proporcionan un medio efectivo de promover productos entre mayoristas, detallistas y consumidores.

Las campañas de promoción también son importantes porque contribuyen a sanear la economía, incrementan la demanda de productos y de ésta manera, proporcionan empleo seguro a los trabajadores.

## La Campaña Publicitaria

Es una operación que se proyecta y se lleva a cabo con sumo cuidado y en la que una serie de anuncios relacionados entre sí se crean alrededor de un tema específico para cumplir con las metas del anunciante. Los anuncios que se usan en la compañía se combinan con las otras actividades de promoción.

Cada campaña de publicidad incluye cuatro factores importantes:

1.- Establecer objetivos.

- 2.- Elaborar el presupuesto.
- 3.- Llevar a cabo la campaña.
- 4.- Seleccionar los medios.

## Objetivos de la Campaña

Las campañas productivas empiezan por un proyecto elaborado con esmero. Esto es válido ya sea que el anunciante sea un negocio de muchos millones de dólares, una compañía de mediano tamaño o una pequeña tienda. El primer paso es fijar los objetivos definidos. Luego, el anunciante, puede decidir que los elementos de promoción se adecuaran a los objetivos de forma más efectiva, uno de estos objetivos pueden ser: atraer clientes nuevos, suscitar interés por el aniversario, informar a clientes potenciales de los servicios, afirmar a los clientes actuales que obtienen un servicio de



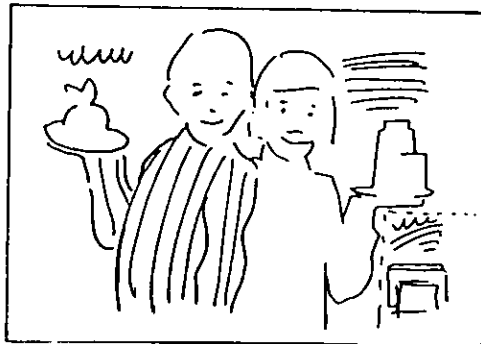


calidad. Ayudar a los conductores de rutas de ventas a conseguir clientes nuevos, hacer que los empleados se enorgullezcan de su compañía.

## Costo de la Campaña

Una vez seleccionadas las metas, es necesario determinar cuánto dinero se puede gastar en la campaña y qué elementos de promoción aportarían mayores beneficios a la inversión.

Un presupuesto para promoción es un proyecto para financiar operaciones específicas de promoción, basando los costos de un negocio, como los de promoción, en las directrices de la asociación nacional de un gremio.



## Desarrollo de la Campaña

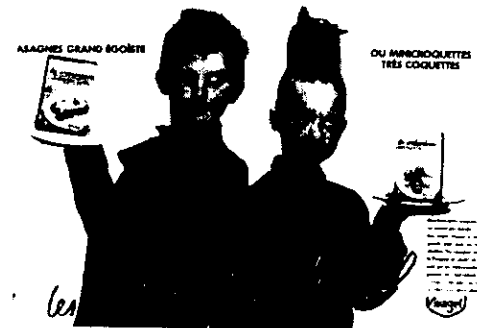
Es necesario considerar todos los elementos de promoción y decidir qué actividades específicas de promoción serían más efectivas para lograr las metas deseadas. Además de la publicidad es necesario utilizar exhibición y ventas personales para alcanzar las metas de la campaña, así como publicidad que podrían ser en periódicos, insertando anuncios en una edición dominical, anuncios publicitarios en la radio (spots) y en la televisión. Se pueden utilizar pancartas que son reproducciones a mayor escala de material impreso, fotografías y dibujo. Si bien éstas exhibiciones son sencillas, pueden captar la atención de los transeúntes, así como de los clientes usuales.



La publicidad combinada con ventas personales es una poderosa arma de ventas, a tal grado que podría ser la fuerza determinante para alcanzar las metas.

Al momento de elegir los medios, a los anunciantes les interesa la cobertura que cada medio de publicidad ofrece. Si se trata de una campaña de publicidad muy importante no basta solo con anuncios de prensa, se pueden utilizar otros medios con el fin de suscitar un interés mayor, y dar apoyo más fuerte a los anuncios periodísticos.

Gracias a una buena elección de medios publicitarios se pueden alcanzar las metas deseadas. Todos los aspectos de una campaña deben suscitar y mantener el interés de los espectadores, y por consiguiente el incremento en el volumen de ventas será mayor.





## Características del Cartel

Existen medios impresos masivos y otros expuestos a toda clase de público cuyo poder publicitario es probadamente eficaz, estos son los medios utilizados en la publicidad exterior, cuya característica común es que están adheridas a fachadas de edificios, colgado sobre armazones, o colocados en centros públicos o turísticos en lugares estratégicos.

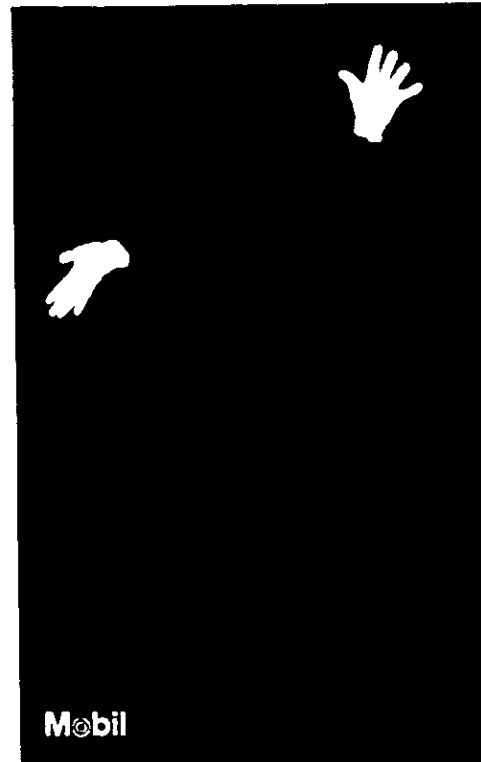
El origen de estos medios, en nuestra era es el cartel, al que se define como: un grito en la pared. Esta definición es la más gráfica y expresa la intención de este medio publicitario. La primera característica del cartel, es que sea sencillo; un grito es una emisión poderosa de voz capaz de llamar la atención en un instante.

Es la misión del cartel, llamar la atención e informar de un solo vistazo, es eficaz cuando logra enterar de su contenido a un pasajero o automovilista que va a velocidad moderada, sin que se detenga.

El cartel debe utilizarse como un medio de comunicar directamente un mensaje al público, pero también se debe de

tomar en cuenta que su mensaje sea comunicado por medio de la fórmula más simple y directa; a diferencia de la información transmitida en folletos o periódicos, el cartel, solo será visto durante una fracción de segundo por un transeúnte motorizado.

Si bien el cartel debe dejar en la mente del espectador un mensaje sin la



necesidad de que se detenga a observarlo, el cartelista sabe que muchas personas tienen la posibilidad de observar detenidamente los carteles, por lo que también debe pensar en una redacción que complemente o refuerze el mensaje. El cartel es una pieza publicitaria ilustrativa, en el que no caben grandes textos, por lo que la redacción no debe exceder de 5 o 6 palabras. Lo ideal sería reducirlo a una palabra que haga las veces de ilustración y texto y que ocurra toda el área visual disponible, escrita en caracteres y color muy llamativo.

Al cartel se le ha dado un enfoque social. Se le emplea para la publicidad de eventos sociales, culturales y políticos y sus variantes tienen una utilidad eminentemente publicitaria en el ámbito comercial; su fuerza publicitaria es extraordinaria, el hecho de que pueda ser visto de lejos, sin un esfuerzo especial, le da al cartel una gran penetración. Es también un medio gratuito para el espectador, ya que por lo general los carteles son verdaderas obras de arte que agradan a la vista.

Cuando un cartel está bien diseñado, deja en el espectador una imagen duradera.



## Metodología para el diseño de un cartel

Para todos los diseños ya sean libros, periódicos, revistas, carteles, folletos o cualquier otro campo relacionado con el diseño, comienzan por la misma premisa básica que es darse cuenta de que la función de todo diseño es comunicar información al público de la forma más clara posible. Su éxito o fracaso depende de una serie de factores que siempre son los mismos, cualquiera que sea el trabajo.

Para realizar el diseño de un cartel, se debe tener en cuenta primeramente la persona o personas que encargan el trabajo, es raro que el diseñador trabaje sin un encargo, incluso cuando la idea inicial es suya es casi seguro que sufrirá varias modificaciones antes de terminarse. Seguido a esto, se debe de tomar en cuenta el público al que va dirigido el diseño. De aquí se desprende toda una serie de cuestionamientos. Cuál es el objetivo principal del diseño, la información, o la

simple decoración. En el primer caso la solución puede ser esquemática o tipográfica; sin embargo en el último caso puede necesitarse una imagen o imágenes que dominen el diseño con poco o ningún texto.

Una vez establecidas todas las cuestiones básicas, se pasa a la elaboración de bocetos del cartel, es decir, hacer una versión aproximada del diseño. Esta puede adoptar diversas formas: desde un boceto esbozado, hasta un boceto acabado; esto puede variar, dependiendo la persona a la que hay que enseñar el boceto cualquiera que sea el tema, este debe cumplir los principios básicos del diseño. Si se decide resolver el problema tipográficamente, las decisiones se tomarán dependiendo de varios factores; el primero es la disposición del tipo: alterando el espaciado, es posible aumentar el énfasis de una palabra o una frase clave, aún cuando el tipo tenga el mismo tamaño en todas partes. Puede cambiarse también la intensidad o el tamaño del tipo, usar otro color o escribir las frases claves en cursiva o negrita. Si la solución es visual, lo primero es decidir cuántas imágenes se van a usar. El tema puede sugerir el uso de una sola imagen central de gran impacto, o un montaje de diferentes imágenes. Además, se tendrá que decidir que tipos de imágenes se van a usar; dibujos, fotografías o una combinación de ambos, y si va a ser a todo color, a dos colores, en blanco y negro o con una mezcla similar.

Uno de los propósitos del boceto preliminar es crear una base sobre la que discutir; nunca debe considerarse como la última palabra. Lo que sí es importante es que el boceto terminado debe reflejar perfectamente el producto final.

Al momento de calcular los gastos y el plazo de entrega, lo primero es decidir que papel se va a usar para la elaboración del cartel, el siguiente paso es determinar que tipo de impreso se necesita para el trabajo, y que tiraje se realizará del mismo.

Una vez elegida la imprenta el diseñador confeccionará un boceto detallado con toda la información que pueda necesitar diseñador e impresor. El diseñador tendrá que equilibrar el precio y la calidad; y el impresor deberá indicar cuanto calcula que tardará en hacer su parte de trabajo, para que el diseñador incorpore este dato a su programa general en el cuál constan las fechas claves para todas las fases del proceso de producción desde la aceptación del boceto, hasta la entrega de las últimas pruebas.

Al momento de encargar las palabras que llevará el cartel suele ser responsabilidad del editor y no del diseñador. En todos los casos, este debe especificar el número total de Palabras deseadas, y si el diseño esta suficientemente avanzado, el número de líneas y la medida de los tipos. Es un método muy eficaz, ya que disminuye los problemas que pueden plantearse al cortar y



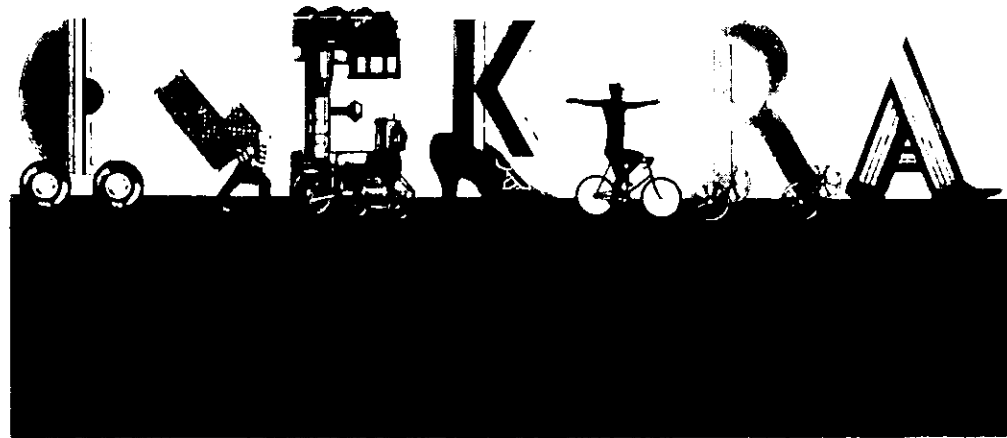
recomponer.

En algunas ocasiones, se tendrán que utilizar fotografías en el diseño de carteles, lo primero que hay que decidir en estos casos es el formato que se necesita, y si la fotografía va a ser en color, en blanco y negro o de ambos tipos. Descubrir el tipo exacto de fotografía que se quiere, lo más claramente posible es necesariamente en lo referente a la atmósfera y el estilo. También deberá tenerse en cuenta las limitaciones económicas.

Así como un cartel puede diseñarse



An illustrated course in downhill and cross-country skiing MARK HELLER



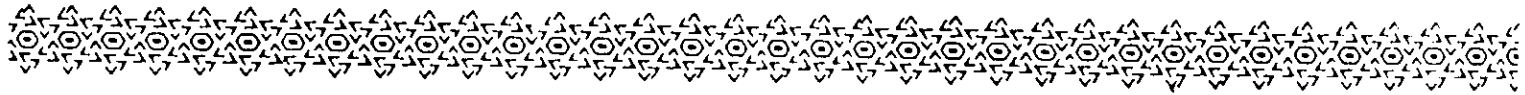
basándose en fotografías también es frecuente verlos elaborados a base de ilustraciones y para esto el diseñador debe saber, si se necesita un estilo funcional, realista o decorativo, y en consecuencia, escoger al ilustrador y darle instrucciones; también hay que establecer otras cosas, tales como el precio, en esto puede influir el color, así que es importante aclarar si se desean ilustraciones a todo color, en colores especiales o en blanco y negro.

Para la preparación de texto que llevará el cartel, el editor es el que suele hacer el cálculo del espacio, comprueba que coincida, y ajusta el texto si es necesario. Después el diseñador añade las marcas convenientes y se envía a componer.

Una vez que el diseñador ha pasado por estas fases preliminares comienza la tarea de montar el cartel. En este momento el diseñador debe tener en sus manos todas las fotografías dibujos y textos, listos para mandarse a imprimir.

Un aspecto muy importante que se debe tomar en cuenta es la corrección de colores que llevará el cartel, una vez que se decidió cuales son los que se utilizarán para que un cartel pueda impactar verdaderamente al público. El taller envía pruebas para corregir colores, estas pueden ser de dos formas: una que las pruebas representen las ilustraciones exactamente como van a aparecer en la versión final, o puede que tengan el tamaño correcto pero





están desordenadas. Lo más importante es comparar el color con el del original y corregirlos si es necesario. También hay que revisar los posibles defectos en las pruebas, y comprobarlo de nuevo en el momento de la impresión.

Finalmente para la impresión lo primero que hace el impresor es casar la película del texto con la de las ilustraciones, para producir una prueba final. Aquí ya van juntos el texto y las ilustraciones tal como se van a imprimir. En esta fase es la última oportunidad para hacer correcciones, pero ya resultan excesivamente caras.

Al comenzar la impresión, el diseñador debe estar presente para supervisar las ilustraciones, especialmente si son en color, incluso en esta etapa se puede corregir el color, alterando manualmente el proceso de entintado.

## Formatos y composición de un cartel:

El cartel debe establecer una comunicación muy directa para llamar la atención, el volumen de información puede variar; pero en todos los casos el impacto debe ser inmediato para que la audiencia potencial se tome al menos la molestia de examinar el contenido del cartel.

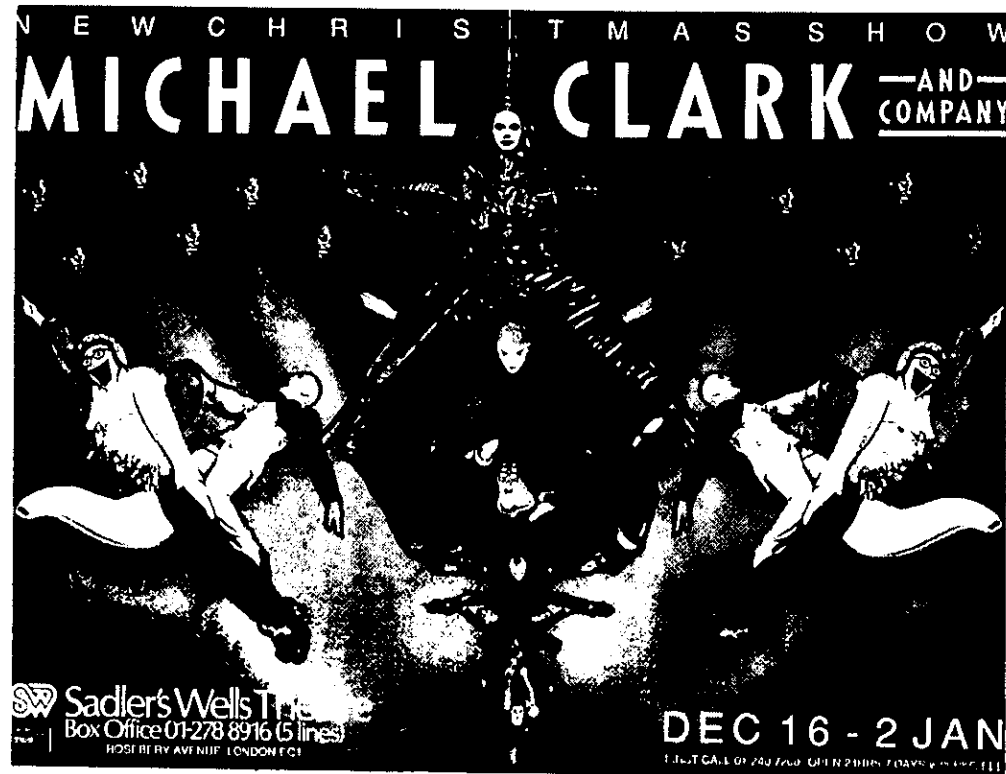
Si el mensaje de un cartel contiene sólo unas pocas palabras hay innumerables maneras de utilizar el espacio que las rodea, tratándolas como un elemento fundamental del diseño.

Para determinar el formato que tendrá un cartel, se debe tomar en cuenta que es lo que se quiere transmitir y determinar la posición del título o títulos que

contenga, si va a ir acompañado con fotografías e ilustraciones y de que manera se distribuirán.

Existen carteles en formato vertical, donde puede verse la utilización simple de ilustraciones expresivas trabajadas en una disposición de tipo formal.

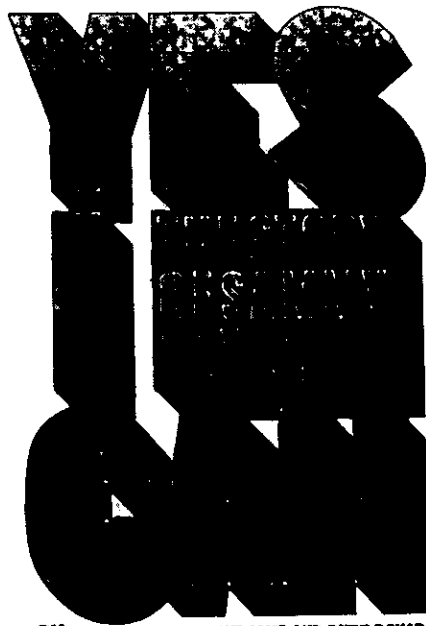
El tamaño del cartel dependerá del material que se utilizara y la cantidad de



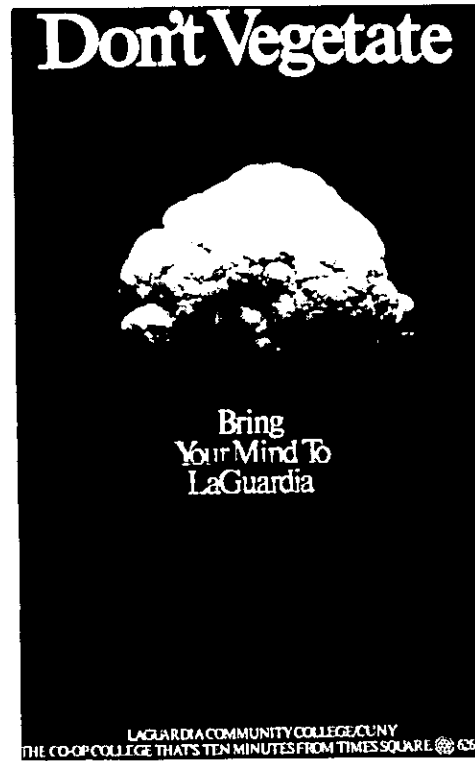


información que contenga; esta claro que con un material visual de tanta calidad, el título no debe dominar el espacio: La imagen misma estimula la curiosidad. En algunos caso los carteles recurren de modo impactante al espacio, con un título único situado casi como una firma o un símbolo del espacio mismo.

Cuando el elemento primordial del diseño de un cartel gira alrededor de dos títulos o afirmaciones, el problema reside en



BY SAMMY DAVIS, JR. AND JAKE AND BURT BOYAR



decidir cuál de ellos requiere una mayor prominencia; esto se puede resolver mediante la comparación de tipos, cuerpo y grosores diferentes, equilibrando visualmente los elementos. Mediante la utilización de tipos puros o bien de tipos manipulados para convertirse en elementos ilustrativos, dibujados o fotografiados, se podrán disponer alternativas en la creación del cartel.

Cuando se quiere realizar un cartel en fotografía; esta se combina con un título o varios títulos, los cuales deberán estar unidos de algún modo, puede ser que el título describa los elementos de la fotografía o puede reforzar la afirmación realizada por ella; en este caso, se buscará un equilibrio y un vínculo visual entre las palabras y la imagen.

En el proceso de diseño de un cartel con ilustraciones posiblemente ofrecen una





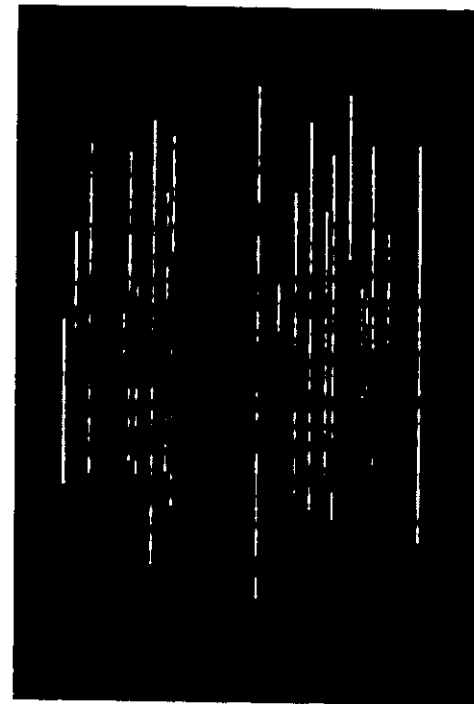
libertad creativa mayor que aquella de que a veces se dispone con fotografías. Esto se debe a que no sólo uno mismo controla las formas y los tamaños creados por las palabras, sino también a que se dispone del mismo control sobre las ilustraciones, que pueden estar ideadas para tener cualquier forma o tamaño, que deseamos explotar en los bocetos.

El color también juega un papel importante al momento de realizar un cartel, ya que ofrecen la oportunidad de proyectar un estado de ánimo o una sensación. Por ejemplo, el espectador descubrirá que los colores fríos y ligeros, como el azul y el verde, se utilizan con frecuencia en la promoción de objetos para el baño. Los colores ocre, más cálidos, pueden proyectar una imagen más veraniega, o bien, una sensación de correosidad y clasicismo. Los anuncios de perfumes recurren a menudo a una combinación de semitonos acompañados de dorados y negros. Sin embargo, constituirá una mala utilización del color la aplicación del rosa en la promoción, por ejemplo, de máquinas-herramienta.

Obviamente la cantidad de color que se utilice, estará determinada por muchos factores. El equilibrio entre todos los elementos que contendrá el cartel también deben determinarse, y hay que prestar una atención constante a la evolución de formas tipos, proporciones, colores o tonos, y por último, imágenes y sensaciones.

## Sistemas de impresión de carteles

A principios de siglo, realizar un cartel publicitario era una empresa ardua y laboriosa. La técnica que se usaba en aquella época para imprimir era la



cromolitografía, que se había perfeccionado en los primeros veinte años del siglo XIX. Con esta técnica se realizaron los famosos carteles de Jules Charet y de Toulouse-Lautrec a finales del siglo pasado. Para reproducir trabajos a color en cromolitografía había que preparar tantas planchas de piedra grabadas como colores se necesitaban; para la impresión era preciso pasar varias veces la misma hoja de papel sobre la matriz de piedra, cuidando



de que los colores casaran perfectamente.

Así pues, había tres figuras fundamentales: el tipógrafo, el artista y el litógrafo. El primero, maestro en el arte de la composición y de la impresión, tenía la tarea de elegir los caracteres. El segundo, que a menudo era un pintor profesional, se ocupaba de la imagen. El tercero debía preparar las matrices de piedra y ocuparse de la impresión. Sin duda era un trabajo muy cansado y para superar esas dificultades, el dibujo se reducía a lo esencial; por ejemplo, tanto las luces como las sombras se eliminaban con las mediatintas.

En la actualidad, hemos visto infinidad de carteles enormes pegados en la pared. Las ilustraciones que tienen han sido impresas con planchas o bloques grabados, pero el texto se imprime, generalmente, usando grandes letras de madera, hechas en varios tamaños desde 5 a 31 cms. de alto o más.

Aunque pocas, existen imprentas que se han especializado en estas clases de trabajos.

A veces, los carteles se pintan, pero cuando tienen que colocarse en muchos lugares, se imprimen o litografían usando planchas. No hay máquinas suficientemente grandes como para imprimir estos carteles de una sola vez. Por consiguiente, han de imprimirse en secciones, que se unen al pegarlas en la pared o en tableros, según el caso.

**ANHALTISCHER  
KUNSTVEREIN  
JOHANNISSTR. 13**

GEMALDE AQUARELLE

**KANDINSKY**

**60.**  
GEBURTSTAG

Geöffnet:	Wochentags 2 - 5 nachm
	Mittwoch u. Sonntag 11 - 1
Eintritt:	Mitglieder Frei
	Nichtmitglieder 30 Pf.

Para imprimir carteles en formatos pequeños y en cantidades superiores a 500 ejemplares, el offset sale relativamente barato es adecuado para reproducir letra pequeña e ilustraciones o fotografías detalladas.

Otro método de impresión que se emplea en la elaboración de carteles es la serigrafía, en la que hasta hace poco, todo

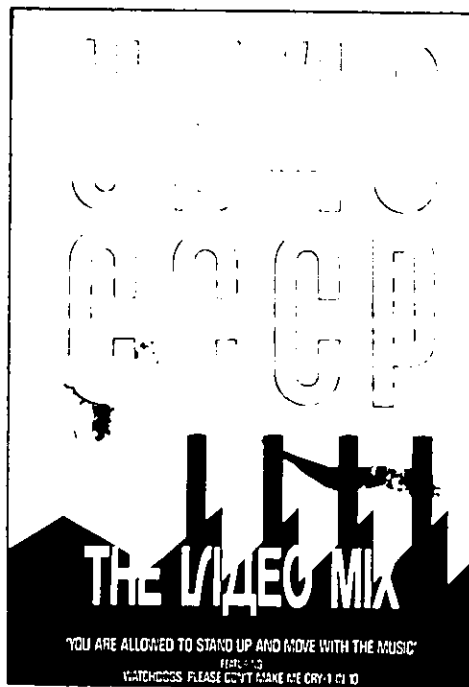
el trabajo serigráfico se hacía a mano, a razón de 250 impresiones por hora. Aún cuando la mayor parte de estos trabajos sigue haciéndose a mano, ya hay en el mercado máquinas que llegan a hacer de 2400 a 3000 impresiones por hora y utilizar cualquier tinta usada en la operación manual. La serigrafía admite carteles de hasta 594 x 841 cms., y es bastante



barata para formatos grandes. Debido a la calidad de las tintas los mejores resultados se obtienen cuando hay áreas amplias de colores planos e intensos.

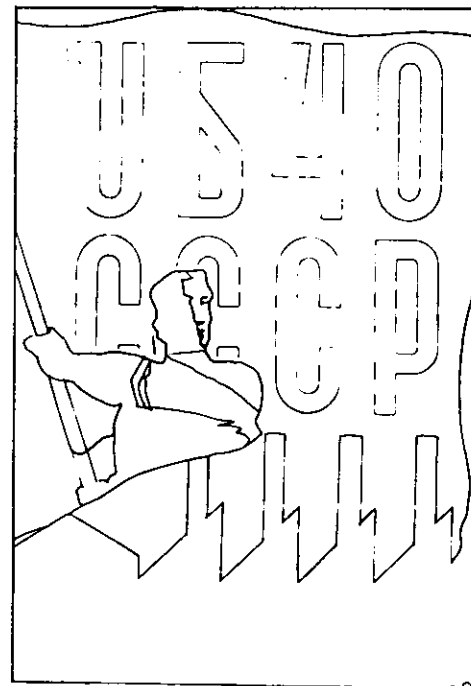
La serigrafía no precisa de máquinas complicadas y puede hacerse en casa, si la tirada no es muy larga y el formato no es muy grande.

La fotografía es otro medio que se emplea en el cartel. cuando se toma una buena fotografía, ya sea realizado por un profesional o por un aficionado, es un



recuerdo permanente que cuenta su propia historia de un solo vistazo; por consiguiente, al realizar un cartel por medio de fotografías, combinado con títulos o texto a color que armonice con estas, el impacto será mayor.

Una ventaja del procedimiento fotográfico es que el diseñador puede adaptar la fotografía de acuerdo al formato de el cartel, haciendo fácilmente una copia ampliada o reducida del original como una del mismo tamaño.





# ¿QUE ES UN FOLLETO?

Un folleto es un librito o manual que describe un servicio o unas mercancías y ayuda a venderlas. Adicionalmente debe transmitir la calidad y las características del servicio o las mercancías descritas.

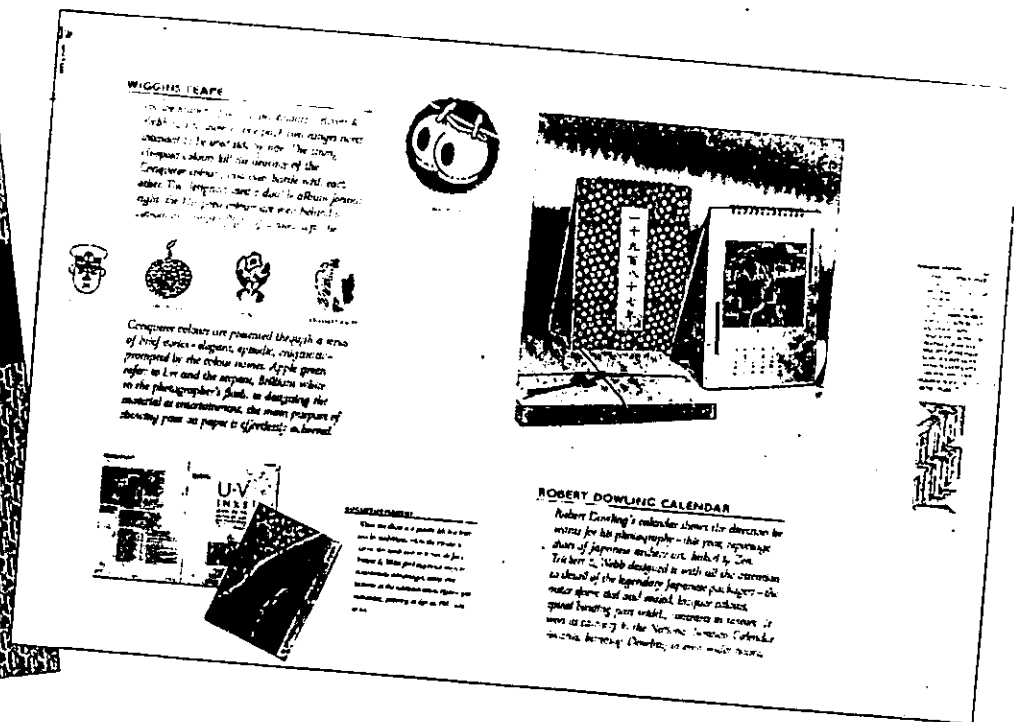
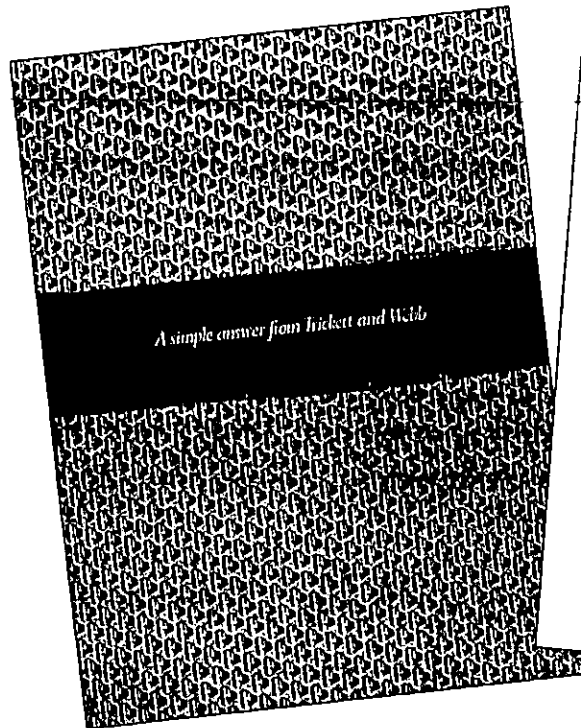
Al preparar un folleto para el cliente habrá que identificar los bienes y servicios ofrecidos y obtener una descripción

completa de ellos. Lo primero a considerar es como se distribuirá el folleto entre los clientes potenciales. Se debe tomar en cuenta si va a figurar junto a productos o servicios de la competencia, deberá diferenciarse bastante de ellos, para de esta manera atraer la atención.

En consecuencia, el diseño estará condicionado por diseños ya existentes. De forma alternada, si un folleto se envía directamente a los clientes potenciales

habrá muchas restricciones visuales, salvo por el hecho básico de que quizá no quepa en un sobre estándar.

Cuando ya se determinó como se va a presentar el folleto podemos elaborarlo, y el primer paso va a consistir en diseñar la cubierta y la contra cubierta. Se analizará la forma más adecuada a nuestras necesidades y experimentaremos con colores y calidades de papeles. Al mismo tiempo se preparan conceptos alternativos,



desde una simple sofisticación hasta diseños complejos e informativos, decidiendo cuál de las ideas constituirá la base del diseño, ya que esto afectará todo el contenido visual del folleto.

## Funciones:

Cada año se producen ingentes cantidades de folletos, en especial en la industria de las agencias de viajes, donde los folletos compiten con dureza para captar la atención de la clientela. Los estilos que se adoptan al realizar un folleto son de suma importancia ya que son una forma de lograr la meta que deseamos alcanzar; y podemos confiar en su capacidad para comunicar una imagen de valor desde el mismo momento en que es recogido de la estantería. Estos folletos deben vender sus servicios instantáneamente cuando se trata de una determinada empresa, y los diseños que utilizan están controlados casi de forma científica.

Un campo en que se tiene un mayor control creativo es el de producción de folletos de imagen corporativa o de empresa. Las empresas que encargan estos trabajos se preocupan por parecer más modernos y con mayor estilo que sus competidores más cercanos.

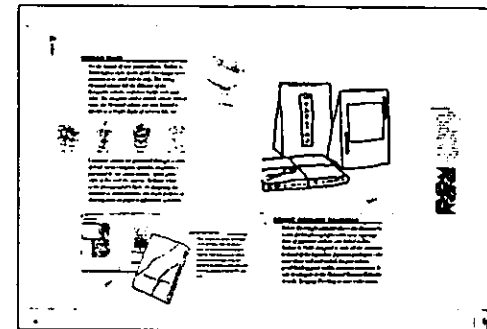
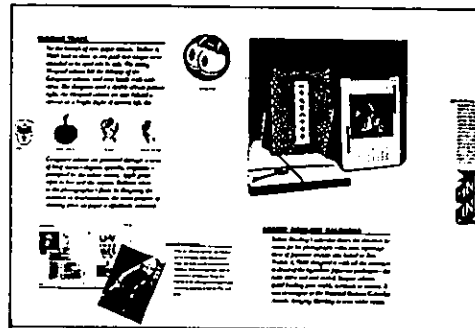
## Formatos:

Generalmente la pieza impresa de literatura directa sale de la prensa en forma de hojas sencillas de Papel que pueden ser dobladas y cortadas para convertirse en folletos. Un folleto se puede realizar partiendo de una hoja que puede ser doblada y convertida en un folleto de ocho páginas; para realizarlo se toma la hoja de papel, escribiendo los folios en su sitio, en uno de los lados, se dobla en las dos direcciones, que estarán indicadas por unas líneas punteadas, una vez doblado correctamente, se procede a levantar cuidadosamente las hojas y colocar los folios siguientes en las páginas correctas; una vez doblado se le ponen grapas paralelas al doblé y se pasa a cortar las hojas que están pegadas dando como resultado un folleto de ocho páginas doblado y cortado. A este se le llama folleto de autocubierta. Puede imprimirse una cubierta de cuatro páginas e insertar la

unidad de ocho páginas antes de engrapar y cortar; entonces se tendrá un folleto de cubierta independientes.

Los folletos algunas veces son llamados panfletos u opúsculos. Escencialmente el folleto es un libro pequeño integrado por ocho o más páginas normalmente engrapadas. El folleto varía en el número de páginas: de 4 a 48 y el número de páginas debe ser divisible entre cuatro. El formato mismo puede ser vertical u horizontal.

En el diseño de formatos también puede aplicarse la tradición y la formalidad en diversos grados. Debido a su habitual naturaleza promocional, los diseños tienen más a menudo un diseño informal, puesto que se despliega un mensaje a través de páginas subsecuentes. La disposición de los elementos en un folleto puede diferir de una página a otra. Se puede imprimir rebasado o sin margen; pueden variarse los anchos y los márgenes del tipo común, y pueden usarse libremente titulares y colores.



En el caso de un folleto informativo o literario será manejado en forma más conservadora con sólo un título compuesto en tipo y colocado formal e informalmente. Si la naturaleza del folleto es más promocional, el tratamiento artístico de la cubierta puede ser más extenso e incorporar elementos tanto visuales como verbales.

El tratamiento de tres márgenes iguales y un margen de pie mayor puede darse a los folletos de 8 a 12 Páginas. Si el folleto contiene más páginas, a menudo se siguen márgenes progresivos de principio a fin.

La decisión respecto a imprimir la cubierta frontal o primera de forros, la segunda o inferior, y la tercera y cuarta de forros de los folletos, a menudo se toma en cuenta teniendo la naturaleza del contenido. Si el contenido es informativo y el diseño formal, estas cubiertas a menudo quedan en blanco, particularmente si la pieza lleva una autocubierta.

Respecto a si un folleto sea vertical u horizontal es un asunto de opción. Los folletos no promocionales formalmente diseñados son normalmente verticales en la tradición del libro. Los materiales promocionales pueden ser presentados en ambos formatos. Una ventaja particular del folleto es que es posible diseñarlo vertical u horizontalmente en la misma pieza. Si se considera de 6 páginas solapa adentro. La Página uno puede ser vertical. Al abrirlo, el lector puede ver un desplegado horizontal

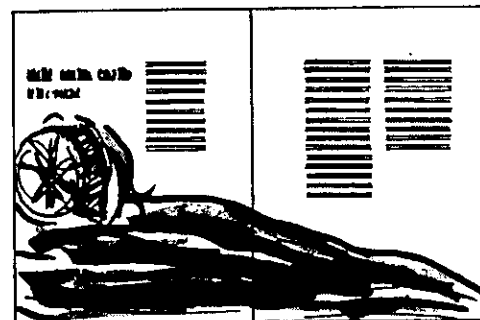
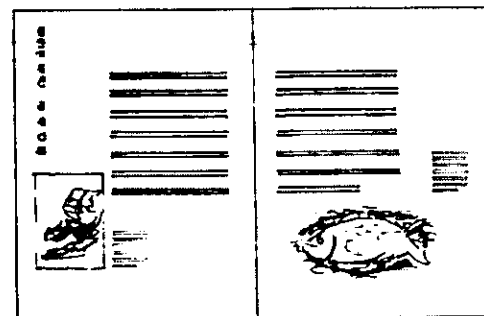
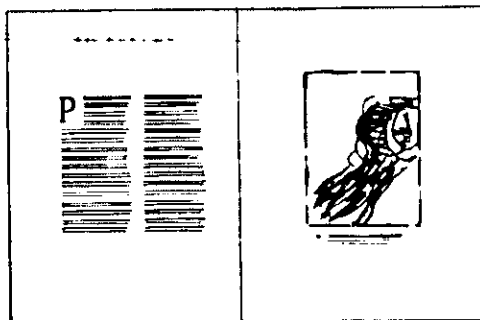
que incluya las páginas dos, tres y cuatro.

## Como se diseña un folleto

Una vez que se ha determinado el estilo que se va a utilizar en la cubierta y la contracubierta, se pasará a encontrar una fórmula para el diseño de las páginas interiores que tendrán que complementar los efectos visuales establecidos en las fases

iniciales. Estaremos influidos por la cantidad de texto y por la información visual que haya que incluir en nuestro folleto. Al igual que se decidió el estilo de la cubierta, habrá que decidir una disposición eficaz de la tipografía. Esto se facilitara preparando diversas retículas y seleccionando una que nos proporcione espacio suficiente para situar el texto, así como un panorama lo bastante amplio para lograr un estilo y un carácter para el diseño.

Una vez tomadas todas las decisiones de diseño relativas al espacio, se







pasará a elegir el tipo y el color. Nuevamente se preparan diversas alternativas para el título y el texto antes de pasar a los diseños definitivos, y se prepararán también alternativas para mostrar el modo en que se piensa utilizar el color.

Todo esto debe estudiarse con mucho cuidado en la fase de los esbozos tentativos y hay que experimentar las alternativas de los esbozos antes de aplicarlos al diseño final.

Las retículas que se usan en la producción de folletos deben contemplarse como útiles de creación flexibles, que ayudan a resolver la mayor parte del problema de diseño.

## Sistemas de impresión

Para imprimir un folleto, se deben de tomar en cuenta varios aspectos, como el número de tiraje, los colores, la calidad de impresión que se quiera obtener y las características del papel que se va a utilizar.

El método de impresión más recomendable para la impresión de folleto, es el offset, ya que puede producir tirajes largos, utilizar selección a color, en caso que se requiera y dar muy buena calidad en la

impresión.

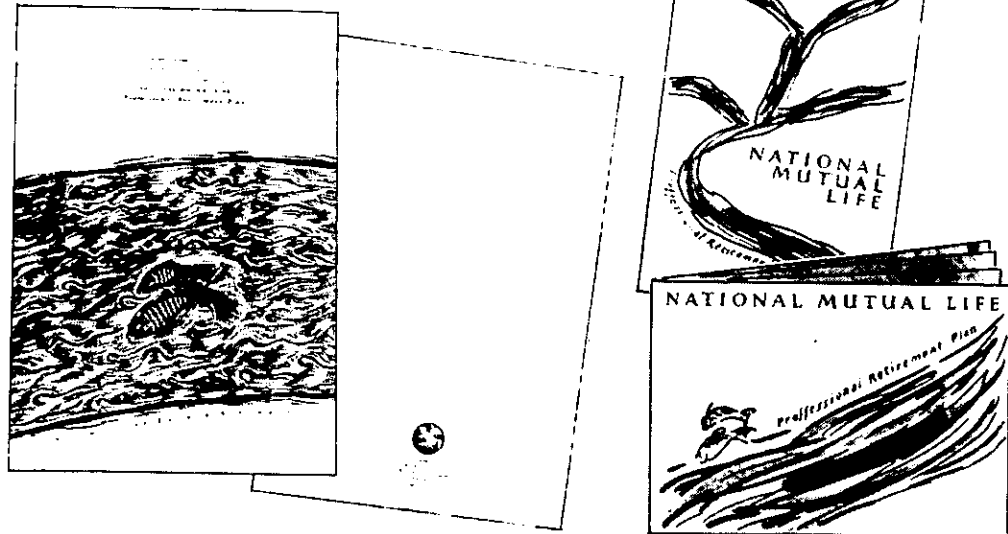
La serigrafía también podría emplearse para la impresión de folletos, si el tiraje de éstos fuera corto y los colores se aplicaran en tintas planas; aunque en la actualidad ya manejan selección a color, es más recomendable el offset.

En las máquinas plegadoras, los folletos de 8 o más páginas así como libros y revistas, no se imprimen de dos en dos páginas. Los grupos de 8, 12, 16, 32, y hasta 64 páginas se imprimen sobre pliegos de papel de gran tamaño, la mitad de las páginas en un lado y la mitad restante en la otra cara. Luego se les van dando dobleces a las hojas a máquina hasta dejar el pliego

al formato previsto.

En una máquina plegadora, el centro de la hoja es empujado por una regla entre dos rodillos que presionan ambas partes del papel. Esta operación la repite la plegadora automática tantas veces como sea preciso, hasta que al fin el último doblez la deja al tamaño de una página.

Si se dobla el pliego una vez, se forman 4 páginas un segundo doblez hace 8; un tercer doblez hace 16; un cuarto doblez hace 32. Aunque la hoja sea más grande, no es posible darle más de ocho dobleces.





# CONCLUSIONES

Tras de haber realizado las investigaciones necesarias en las que se consideraron todos los factores que se deben tomar en cuenta los objetivos planteados como son:

- a) Las características del evento.
- b) El público al que va dirigido el evento.
- c) Los factores de promoción que se han llevado a cabo en años anteriores.
- d) Los recursos con que se cuenta para la realización del evento.
- e) La disponibilidad de los organizadores.

Se han podido determinar que existen soluciones que permiten una promoción mas directa y eficaz, resaltando la importancia de un festival de tal trascendencia, y que se logren de mejor manera las metas que el evento pretende cumplir.

El Diseño Gráfico es y seguirá siendo un canal muy importante de comunicación, por medio del cual podemos transmitir un mensaje, teniendo la seguridad que será captada satisfactoriamente por el receptor. El diseñador encuentra la manera más explícita de realizar su trabajo ante un acontecimiento que tiene tal relevancia como lo es el Festival de la Raza Purépecha, puesto que la promoción misma puede ser a través de elementos sencillos, directos y concretos; que permitan la mejor difusión y conocimiento de un espectáculo que indiscutiblemente es representativo de nuestra cultura.

Dentro de los medios de promoción existentes, nos abocamos a la utilización del cartel como el medio más eficaz, ya que consideramos que la información visual funcionara en forma más directa conteniendo el mínimo de información escrita; sobretodo si tomamos en cuenta que va dirigido a un público heterogéneo: los participantes y la invitación al público existente. Y dado que los receptores se encuentran ubicados en status socioculturales distintos, la información debe ser lo suficientemente generalizada para cumplir su cometido en ambos campos.



Tomando en cuenta los problemas expuestos, se pensó en la realización de una serie de colores decorativos y un folleto con el fin de dar a conocer la música popular mexicana; así como costumbres; incluyéndose en estas danza, bandas, pirekuas, etc.

Para la realización de estos carteles, se tomará en cuenta el público al cual va dirigido y teniendo en cuenta el objetivo principal del diseño, he decidido elaborar carteles decorativos combinando fotografías en blanco y negro con títulos a color que armonicen, logrando con esto conceptualizar la imagen de la fiesta con el folklore y tradición que lo caracterizan.

Así mismo se complementará con un folleto siguiendo un mismo estilo acorde a los carteles, logrando la unificación del proyecto contribuyendo así al conocimiento de nuestra cultura.





# ***CAPITULO 4***



Tras haber concluido la realización del proyecto veremos que la finalidad de los carteles decorativos es dar a conocer y promover la fiesta de Zacán, así mismo, el folleto, el cuál apoyará a los carteles describiendo y dando a conocer una información más amplia y detallada de la fiesta, como del pueblo mismo.

La imagen que se desea dar a conocer en este proyecto es resaltar las costumbres indígenas por medio de fotografías que imprimen las danzas y tradiciones de la fiesta; en los carteles el elemento principal será la fotografía y se complementará con la información que da a conocer el lugar y los días en que se celebrará tal evento.

La colocación de los carteles se ubicará en establecimientos de las principales ciudades de la región, así como en las delegaciones de turismo y en el pueblo mismo; en cuanto al folleto informativo, éste se entregará gratuitamente a todo el público que acuda donde se llevan a cabo los eventos de la fiesta.

Con todo esto se pretende que por medio de este proyecto se dé a conocer el festival, colaborando a preservar las costumbres y tradiciones de nuestras raíces culturales.



## PROCESO DE DISEÑO

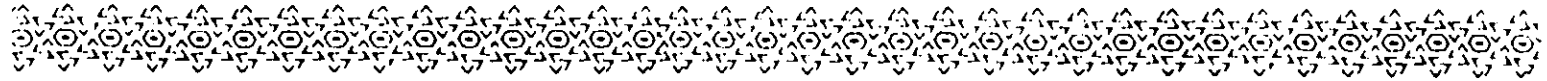
Para la realización de los carteles se seleccionaron algunas ideas, tomando en cuenta que la primera característica del cartel es que sea sencillo, que llame la atención de un solo vistazo, y que deje en la mente del espectador un mensaje sin que se detenga a observarlo.

Para determinar el formato del cartel, se debe de tomar en cuenta que es lo que se quiere transmitir y determinar el tipo de información que contendrán, además de determinar prioridades, es decir, el orden de los elementos. En este caso el cartel es un tamaño de 70 X44, en forma vertical, dando más espacio al material visual fotográfico que al título.

La utilización de las fotografías es con el fin de que quede un recuerdo permanente que cuente su propia historia de un solo vistazo. Aquí se proponen 5 carteles con un mismo formato, cambiando únicamente los colores del título y las imágenes fotográficas.

En los primeros bocetos se comenzó a trabajar sobre una textura pensando en el contraste de la utilización del color con la fotografía en blanco y negro, además girando la fotografía, pero esto no dio resultado ya que como se mencionó el contraste era exagerado y el giro de la imagen denotaba informalidad.





Así que regresé a una composición equilibrada casi simétrica que lucía elegante y apoyaba la idea de que los carteles fueran decorativos.

Teniendo la composición básica se siguió con la definición de los demás elementos.



## LA TIPOGRAFÍA

El título también es un elemento importante dentro del cartel ya que éste lleva en sí toda la carga de información y tradición del nombre Zacán.

El nombre de Zacán se conformó en una tipografía con patines para dar más dinamismo pero al mismo tiempo representar la tradición y alegría de la fiesta; y el nombre del festival engloba lo que es el título del cartel, utilizando la tipografía sin patines y de ésta manera lograr una imagen más limpia y agradable a la vista del espectador.

**ZACAN**

**ZACAN**

**ZACAN**



La elección de la tipografía para el nombre de Zacán es de la familia Fine Hand en altas y bajas, contrasta con el nombre del festival, complementándolo con el nombre del festival que está en altas con la tipografía de la familia Helvética.

Se le da más jerarquía al nombre de Zacán por ser el lugar donde año con año se lleva acabo el festival, complementándolo con el nombre del evento en un tamaño menor.

La "Z" de Zacán se creció para dar un aire dinámico, festivo y alegre y a la vez formar una composición tipográfica encerrando en un recuadro el nombre del festival que pueda funcionar como logotipo.

La tipografía Fine Hand utilizada en el nombre de Zacán, se le hizo una deformación logrando un efecto rústico que denote la tradición de evento.

**ZACAN**

**ZACAN**

*Zacán*

*Zacán*

*Zacán*

**FINE HAND**

ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqr  
stuvwxyz 1234567890

**HELVETICA NORMAL**

ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqr  
stuvwxyz1234567890

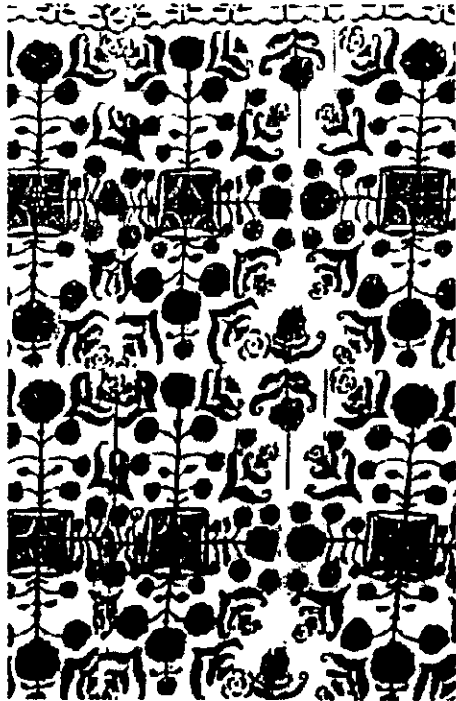






## LA TEXTURA

Así mismo, en el fondo del cartel se utiliza una textura en negro brillante, con el fin de lograr un impacto visual agradable. Esta se realizó estilizando uno de los bordados que también se utiliza en la vestimenta de los participantes de las danzas.





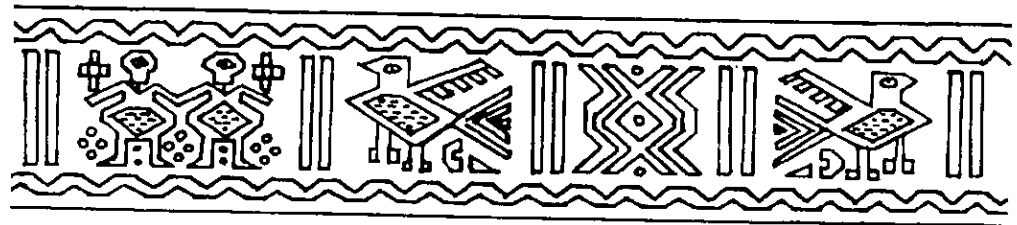
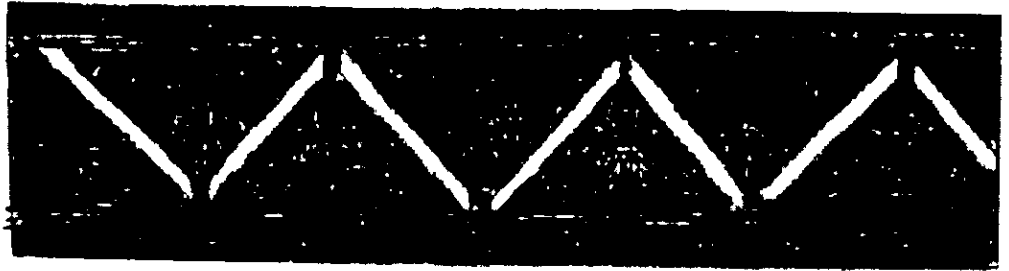
## ANALISIS DE LAS GRECAS

Para la elaboración del cartel, se utilizó una greca, la cual enmarcará a la imagen, ésta ira a todo color para así crear contraste entre la imagen y el fondo negro del cartel.

Esta greca se realizó basándose en una faja o cinto que se parte de la indumentaria de los indígenas, que a la vez representa todo el colorido de la fiesta.

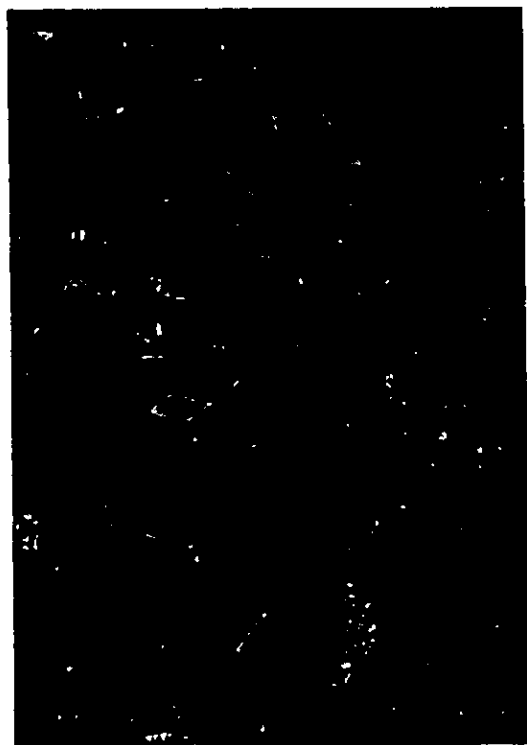
Se fotografiaron varias fajillas, pero al final se eligió una que conservara simetría y fuera posible manejarla en módulos.

Los colores de la fajilla se respetaron ya que al final fue ésta la que añadió color al cartel.

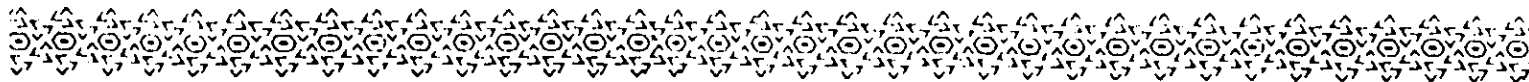


## LA FOTOGRAFÍA

En cuanto a la fotografía, se contó con la aportación de la Fotógrafa Lourdes Moreno, quien tiene una amplia experiencia en este rubro, ella nos proporcionó imágenes con ese sabor a tradición que necesitábamos y aunque todas eran buenas, se tuvo que escoger las más impactantes y funcionales para el proyecto; estas fueron algunas de las propuestas:







Como ya se mencionó la fotografía, primera en jerarquía, deberían tener como característica, impacto y simbolismo, así que se eligieron imágenes representativas de la tradición y cultura purhépechas.

Se utilizan en blanco y negro por el sabor a tradición que reflejan además de ser impactantes por sí solas.

1. - En la fotografía de la mujer desgranando maíz, denota una tradición muy antigua y muy bella, es una imagen muy nostálgica.

2. - La siguiente fotografía es la Danza de los viejitos, originaria netamente de los pueblos de Michoacán y conocida en toda la región.

3. - En la siguiente fotografía aparece el perfil de "La Maringüía" que es uno de los personajes principales de la danza de los Kurpitis, ya que va guiando la danza.





4. - Esta fotografía es muy impactante ya que tiene como elemento principal un músico, vistiendo uno de los atuendos más tradicionales y a la vez tocando el bajo, que es uno de los instrumentos más importantes y representativos dentro de las bandas, combinando así tradición y alegría, logrando una imagen muy estética.



5. - En esta fotografía se ve en primer plano a un representante de la danza de los Kurpitis danza que es originaria de San Juan Nuevo, donde se tiene como característica que todos los que participan deben ser solteros y sus novias deberán bordar sus trajes luciendo en la danza lo que ellas elaboraron.



## COLOR

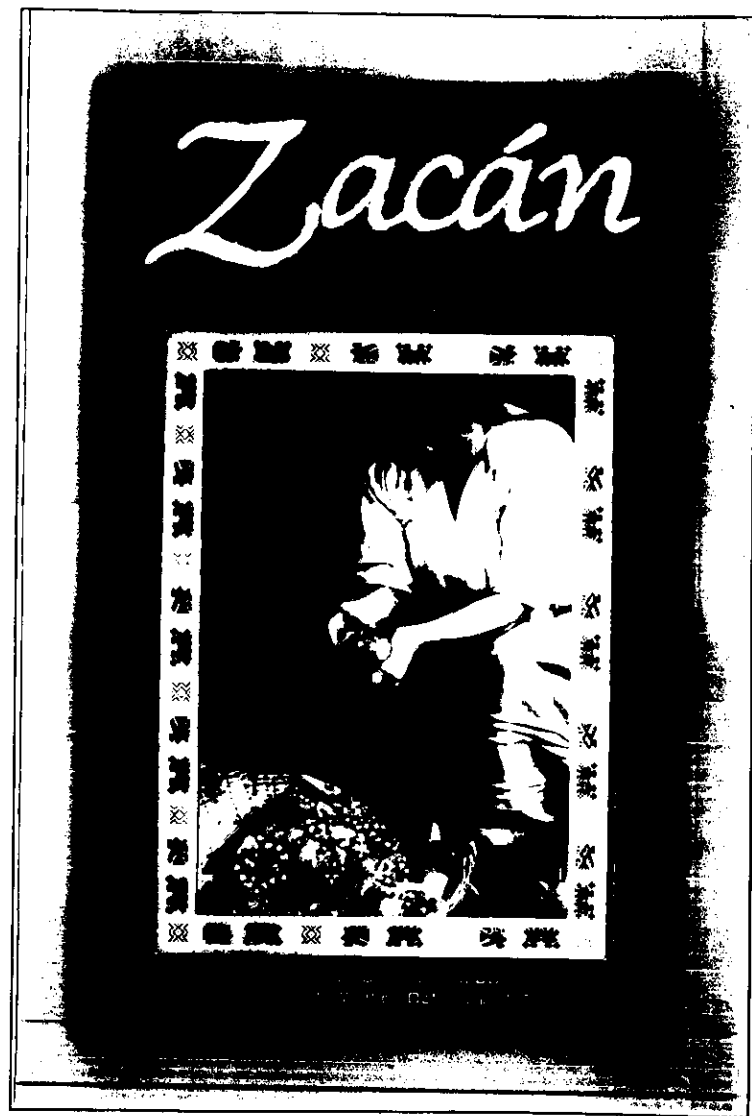
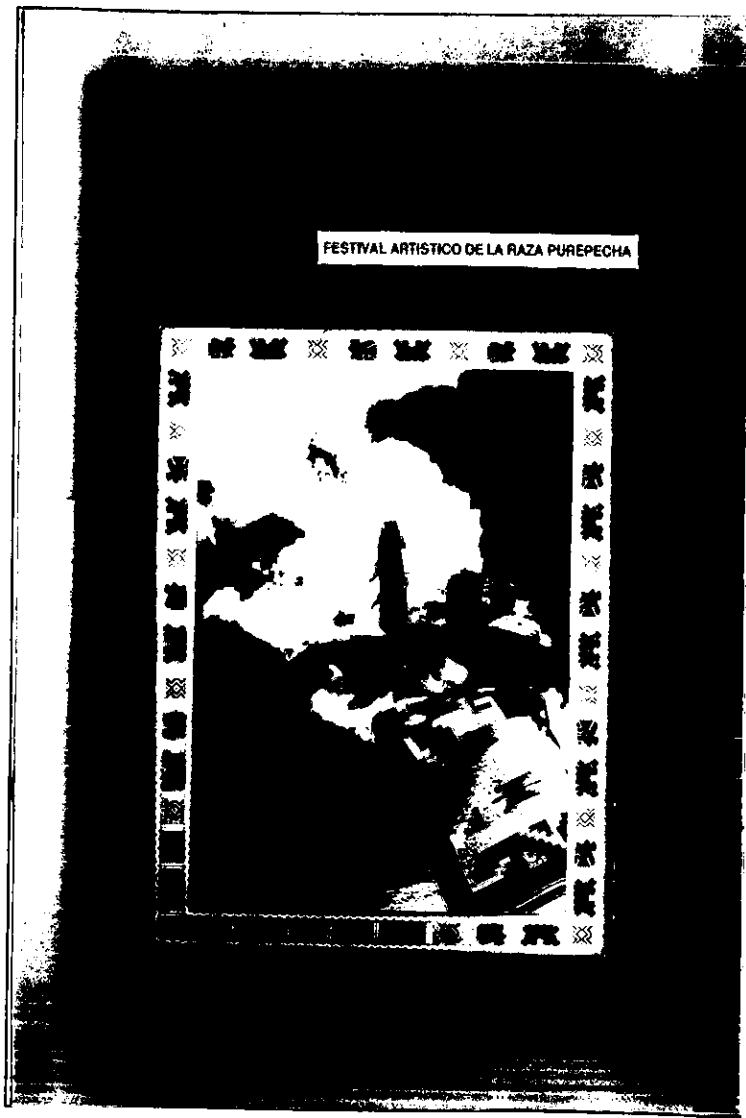
Dentro del Diseño Gráfico el color juega un papel muy importante, por medio del cual podemos dar armonía al diseño.

En los carteles se decidió usar colores que son representativos de toda región Purépecha, ya que se emplean para elaborar toda la vestimenta, así como en las artesanías y textiles, tratando de combinarlos de tal manera que logren armonizar y sean agradables a la vista.

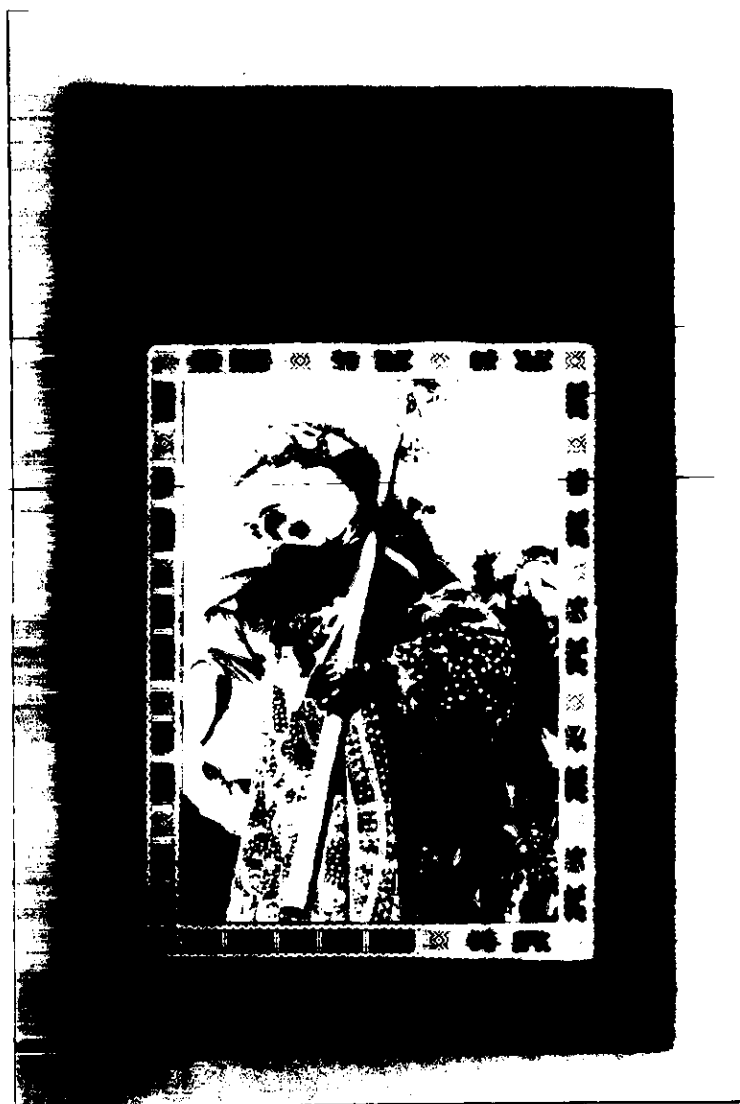
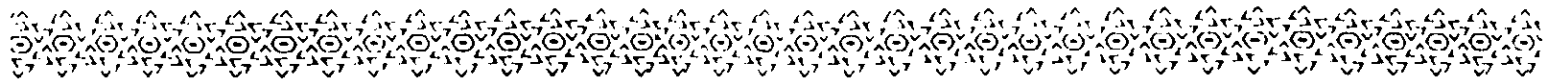
En el fondo del cartel se utiliza una textura negro brillante sobre fondo opaco para que tanto el texto como la greca tengan un impacto mayor y que a la vez tenga armonía con las fotografías en blanco y negro.

Se decidió hacer una combinación de fotografías en blanco y negro combinando efectos a color, con el fin de conceptualizar la imagen de la fiesta, folklore y tradición que le caracterizan.











## PROCESO DE DISEÑO

El folleto se elaboró siguiendo un mismo estilo acorde a los carteles, logrando así unificar el proyecto.

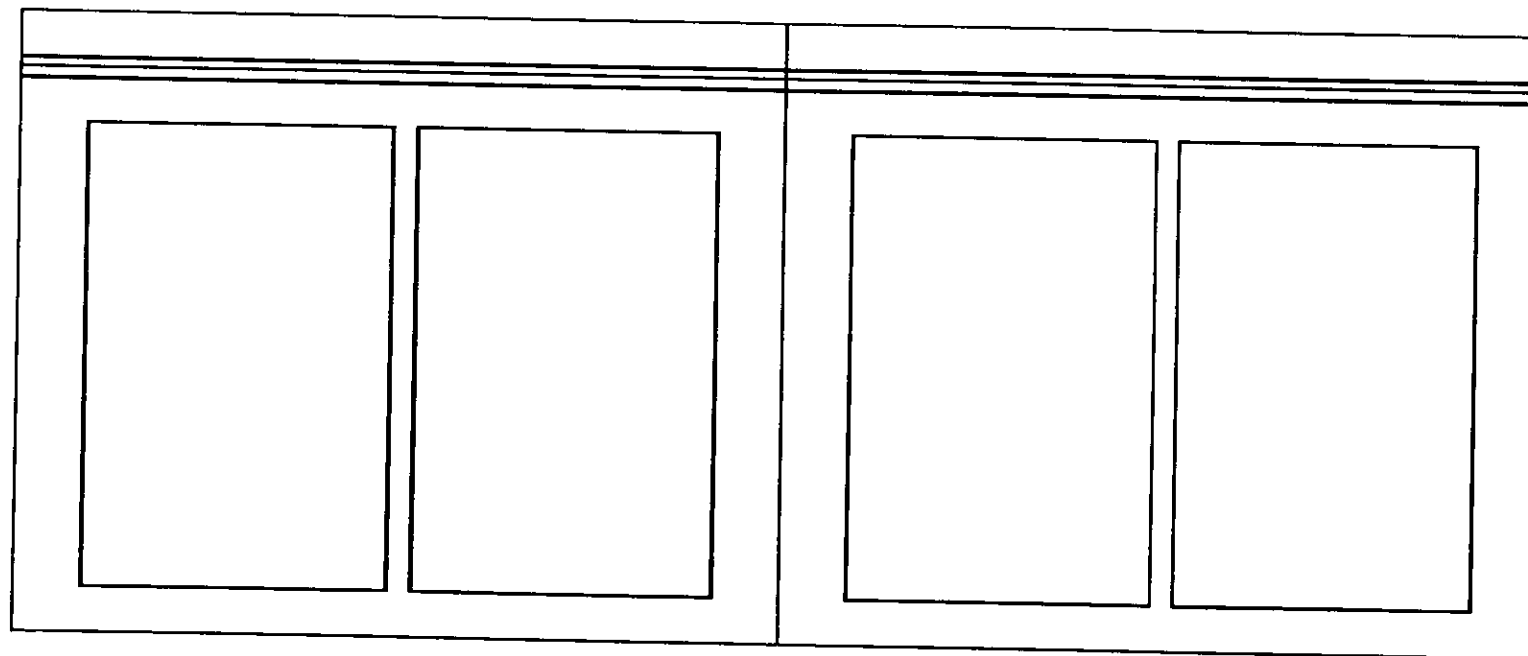
La misión de este folleto es informar al visitante la ubicación geográfica

del pueblo, así mismo darles a conocer algo acerca de la historia y tradiciones de Zacán, también se puede encontrar el programa completo del festival y un mapa, que les hará más fácil la llegada al lugar.

Los colores que se utilizan en el folleto están unificados con los de los carteles, omitiendo la textura del fondo, ya que es un área visual más pequeña y se vería muy saturado.

En el interior se utilizan fotografías a todo color y la greca de la portada, suprimiéndolo el tono rosa y la fleca amarilla, por tener una imagen más limpia y agradable.

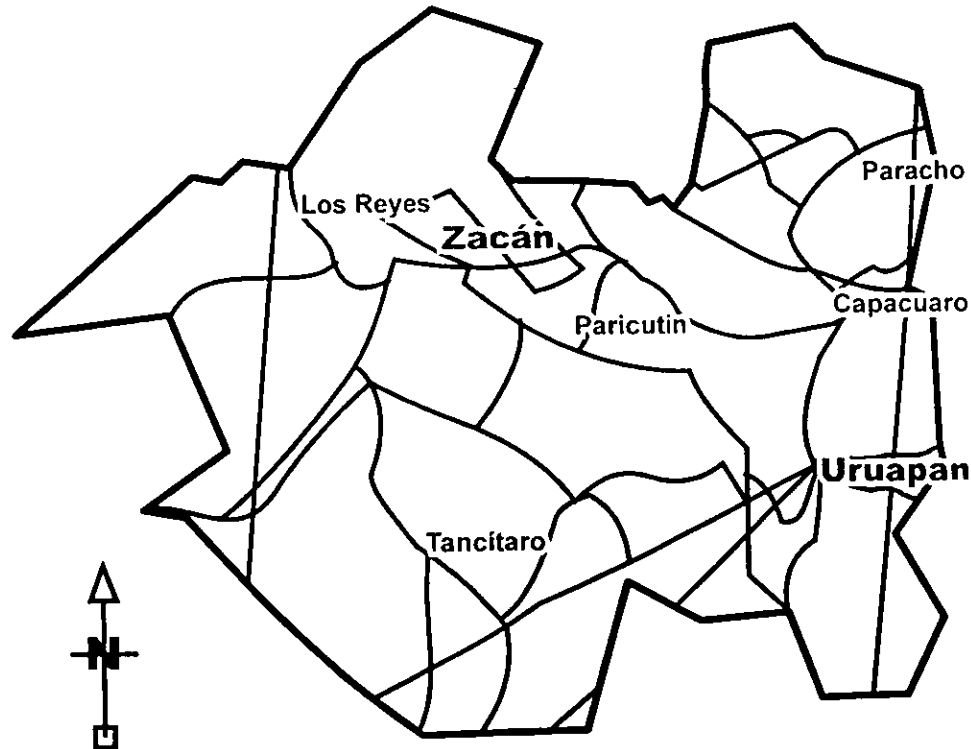
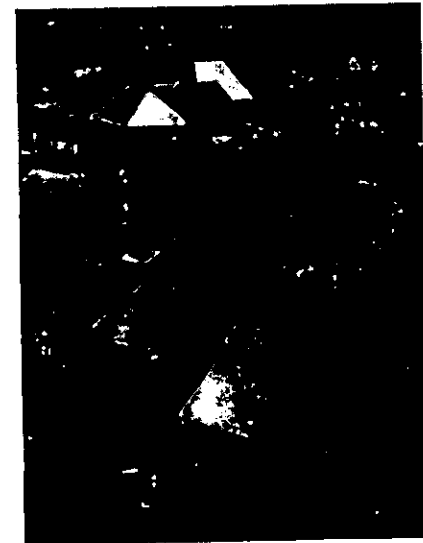
El folleto se realizó en forma de libro para darle un aspecto más formal y que además el visitante pueda encontrar dentro de él una información completa y lo pueda conservar.



ZACÁN. UN PUEBLO CON TRADICION

PROGRAMA

UBICACION GEOGRAFICA





Los Reyes  
Zacán  
Paracho  
Paricutin  
Capacuaro  
Uruapan  
Tancitaro

19 de Octubre

11:00 a.m. Torna de once  
(recorrido por todo el  
pueblo)

4:00 p.m. Jarpeo

9:00 p.m. Baile (en la  
Cancha donde se lleva a  
cabo el concurso).



Se destinó una página para ubicar al lector en el entorno geográfico de Zacán, en la siguiente se habla algo sobre historia de Zacán y sus tradiciones ya que consideré importante hablar sobre ello, ya que con esta información es mucho más probable que el folleto sea reutilizable, es decir que pueda ser guardado y reutilizado por otros destinatarios.

Se incluyó también un mapa, de la llegada a Zacán por Uruapan, Morelia y lugares cercanos, para lograr el objetivo antes citado.

## ZACÁN. UN PUEBLO CON TRADICIÓN

Zacán situado en las faldas del Parícutín y cuyo temperamento es entre frío y templado, estuvo según datos de 1581 inicialmente adscrito a Santa Ana Zirosto, bajo la orden de los Agustinos.

Esta comunidad siempre ha tenido gran importancia dentro de la región, adquiriendo forma por su banda musical que contaba con músicos sobresalientes entre sus filas. Así entre intervenciones de sus habitantes en las diferentes actividades, llega el 23 de febrero de 1943, fecha que marca el inicio de una época dolorosa en su desarrollo; la erupción del Volcán Parícutín.



Las fiestas de cada población que siempre sirvieron para mantener la unidad habían desaparecido a partir del nacimiento del famoso volcán, Zacán era al parecer el único pueblo que celebraba un feria anual.

Un grupo de profesionistas que salieron de Zacán, decidieron que debido a las características altamente

artísticas de sus moradores, podría ser un buen inicio revivir las fiestas principales del pueblo: la del santo patrón San Lucas. Así nace el concurso artístico de la Raza Purépecha. Lo que inicialmente se pensó solamente para el pueblo de Zacán se fue ampliando a comunidades vecinas, y actualmente es una actividad artística que aglutina a la mayoría de los pueblos de la región purépecha.

Al principio únicamente concurrían puerros y orquestas. A la fecha se presentan aproximadamente 500 participantes también en la modalidad de danzas y bandas.

El número de participantes y los premios en metálico, si embargo no es lo importante. Lo verdaderamente valiosos es que este concurso, ha servido como punto de reunión de todos los hermanos de raza.

Nuestros valores se muestran en todo su esplendor, aquí se encuentra toda la gama de expresiones purépecha.




De esta manera, queda como un ejemplo lo que ha hecho este pueblo, se puede rescatar lo nuestro cuando se tiene conciencia de lo mucho que podemos perder debido al apabullante "avance del progreso".

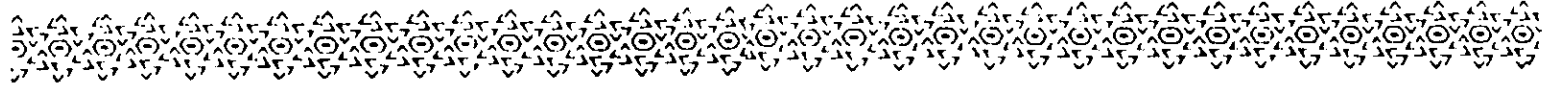


Se ubica también en las páginas posteriores, el programa del festival donde se especifican horarios y lugares.

El original mecánicos de este folleto se armó compaginado, es decir como su terminado va a ser engrapado, las paginas se imprimen por pliegos y luego estos pliegos van uno sobre otro, para poderse engrapar, así la primera página va con la última, la segunda con la penúltima y así sucesivamente.

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

<b>PROGRAMA</b> * * * * *		<b>UBICACION GEOGRAFICA</b> * * * * *	
<b>17 de Octubre</b>	<b>18 de Octubre</b>		
6:00 a.m. Alborada con la Banda de San Angel Tzurumucapio, visitando la Jefatura de Tenencia y la Plaza Municipal.	6:00 a.m. Alborada con la Banda de San Angel Tzurumucapio ( recorrido por todo el pueblo)		
10:00 a.m. Misa ordinaria, procesiones para adorar a San Lucas.	8:00 a.m. Carrera atlética		
5:00 p.m. Inicio de la eliminatoria del concurso de Pirékuas y danzas.	10:00 a.m. Juegos de Basquetbol.		
	11:00 a.m. Misa concelebrada.		
	5:00 p.m. Eliminatorias de orquestas y bandas, premiación de pirékuas, danzas, orquestas y bandas.		
		<p>La región Purépecha está comprendida en lo que comúnmente se conoce como Meseta Tarasca, y que está delimitada por la Zona Lacustre del Lago de Pátzcuaro, la cañada de los once pueblos y la Sierra de Uruapan</p> <p>A 40 kms. de Uruapan, por la carretera que comunica a esta ciudad con la de los Reyes, precisamente en el centro de la sierra, se localiza la comunidad de San Pedro Tzacán, grupo purépecha que desde la grandeza del Imperio de Tariácuti, se dedicaban a la siembra de maíz y frijol</p>	



A black and white poster for the Zacán Festival Artístico de la Raza Purepecha. The word "Zacán" is written in a large, elegant cursive script. Below it, a small rectangular box contains the text "FESTIVAL ARTÍSTICO DE LA RAZA PUREPECHA". In the bottom left corner, the organizing institutions are listed: "Asociación de Profesionistas de Zacán", "Instituto Michoacano de Cultura", and "Comité Organizador y Pueblo de Zacán". The bottom of the poster features a decorative border with a scalloped edge and a repeating pattern of geometric symbols.

# Zacán

FESTIVAL ARTÍSTICO DE LA RAZA PUREPECHA

Asociación de Profesionistas de Zacán  
Instituto Michoacano de Cultura  
Comité Organizador y Pueblo de Zacán

El objetivo principal de este proyecto es que se conozca a nivel nacional, tomando en cuenta la importancia del evento.

Los folletos se repartirán en la Secretaría de Turismo de la ciudad de Uruapan y Morelia con el fin de que la gente vaya conociendo lo que es la fiesta y el pueblo de Zacán. Los folletos también se repartirán durante el festival.

La colocación de los carteles está pensada para ubicarse en la ciudades de Uruapan, Morelia, Los Reyes, México y obviamente en el pueblo de Zacán.

Los carteles se lanzarán unos meses antes del evento y al mismo tiempo se darán a conocer para ver la diversidad de danzas y costumbres.

El costo de este proyecto lo absorberá la Asociación de Profesionistas de Zacán y el Instituto Michoacano de Cultura.





# PRESUPUESTO

## Costo de los carteles:

2000 carteles en selección de color tamaño  
70 X 44 cm. en papel couché marca  
lustrolito de 180grs. \$ 7,728.00 más I.V.A.

## Costo de los Folletos:

2000 folletos en selección de color tamaño  
14 X 17 cm. La portada es en couché  
marca lustrolito de 135grs. Las hojas  
intermedias lustrolito de 100grs. \$ 3,222.00  
portada \$ 3,095.00 hojas intermedias \$  
6,317.00 más I.V.A.

## Honorarios de diseñadora

\$ 6,000.00

## Honorarios de fotógrafo

\$ 3,000.00

## Total:

7,728.00

6,317.00

6,000.00

3,000.00

**\$ 23,045.00**

Este presupuesto está realizado en  
el mes de mayo de 1999.



Con este proyecto se demuestra que el Diseño Gráfico es una herramienta indispensable en la transmisión de mensajes, gracias al cual pude resolver mi problemática utilizando la creatividad e imaginación y de esta manera rescatar la difusión de las fiestas y tradiciones que se habían perdido a raíz del nacimiento del Volcán Parícutín.

Mi proyecto llegó a su fin bajo el concepto de hacer unos carteles decorativos y un folleto informativo que sirvan para informar pero a la vez queden de colección, aplicando los conocimientos adquiridos durante la carrera, teniendo la satisfacción de ver cumplido el objetivo primario de este proyecto. La difusión de lo nuestro, de lo auténticamente Purépecha.

**Cómo preparar diseños para imprenta**

John, Lynn

Ediciones G.Gili, S.A. de C.V.

**Presentation Techniques for the graphic artist**

Jenny

Mulherin,

North Light Books

**ZACÁN, renacimiento de una tradición**

Bugarini, Jesús

Comité Editorial del Gobierno de Michoacán

**Yo vi nacer un Volcán**

Mendoza Valentin, Rafael

Centro de Estudios de la Tradición del

Colegio de Michoacán

**Introducción a la práctica de las Artes**

Gráficas

Hartley E. Jackson

Ed. Trillas

**Curso de Diseño Gráfico**

Ediciones Orbis, S.A.

Vol. 5 y 11