



872731
9

2eq

UNIVERSIDAD DON VASCO A.C.
incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México
ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO

**Campaña Promocional para las principales
Zonas Arqueológicas del Estado de Michoacán**

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

Francisco Eleazar Sánchez Torres

Uruapan, Mich., Junio de 1998

**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.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

1953

2

Dedicatoria

A Dios por darme licencia de terminar esta importante meta en mi vida.

A mis padres por su apoyo y comprensión.

A ti Francisca en donde quiera que te encuentres.

A ti Lily por tu cariño, comprensión, y apoyo incondicional.

A ti Alfredo por el apoyo que me has brindado en gran parte de mi vida.

A ti Mary por tu tolerancia, apoyo y comprensión.

Agradecimientos

A Dios

A mis padres

A mis hermanos

A Alfredo por todo su apoyo

A mis amigos y compañeros Erica, Lorena, Lulú, Rosmy, Anily, Marco Antonio, Alejandro y Arturo

A mis profesores por compartir sus conocimientos

A la Sra. Verilu por el apoyo brindado

24 6860 3

Indice

INDICE

INTRODUCCION	9
CAPITULO I PROBLEMATICA Y OBJETIVOS	13
CAPITULO II MICHOACAN	17
Antecedentes Históricos	17
El Territorio	18
La Conquista	18
La Colonia	19
Ubicacion Geográfica	20
Características Culturales	21
Idiomas	21
Religión	21
Arquitectura	22
Artes y Oficios	22
Principales Destinos Turísticos	25
Ruta Panorámica Oriente	25
Ruta Panorámica Clásica	26
Ruta Panorámica Noroeste	28
Ruta Panorámica Apatzingán la Costa	28
CAPITULO III TURISMO	31
Turismo	31
Tipos de Turismo	31

Turismo Interno o Nacional	31
Turismo Externo o Internacional	31
El Turismo hacia las Zonas Arqueológicas	32

CAPITULO IV

ARQUEOLOGIA	35
El Occidente de México y sus Zonas Arqueológicas	36
Arquitectura Prehispánica y su función social	37
Arqueología y sus principales destinos turísticos en Michoacán	38
Tzintzuntzan	38
Ihuatzio	38
Huandacareo	39
Tingambato	40
San Felipe Los Alzati	40

CAPITULO V

DISEÑO GRAFICO	43
Historia del Diseño Gráfico	43
Función del Diseño Gráfico	44
Metodología del Diseño Gráfico	45
Planteamiento del Problema	45
Documentación	45
La incubación o Elaboración tentativa	45
Formalización	45
Difusión del Mensaje	45
Campo de Acción del Diseñador Gráfico	46
Publicidad	47
La Campaña	47
La Campaña Publicitaria	48
Promoción	48
La Campaña Promocional	49
Planeación de la Campaña	49

Publicidad en Medios Impresos	50
El Folleto	51
La Revista	52
El Periódico	53
El Cartel	54
Anuncio Exterior o Espectacular	55
Artículos Promocionales	56
Televisión	56
Radio	58
Elementos del Diseño Gráfico	59
El Formato	59
La Retícula	59
La Composición	60
La Tipografía	60
El Color	62
La Fotografía	63
Medios de Impresión	64
Offset	64
Serigrafía	65
CONCLUSIONES	69
CAPITULO VI	
APORTACION	
¿Porqué una Campaña Promocional?	73
Proceso de Diseño (Creación de la Imagen)	74
Nombre de la Campaña	74
Logotipo de Campaña	75
Tipografía del Logotipo de Campaña	77
Selección del Slogan	78
Gráfico de Apoyo	80

Diseño de Textura	81
Tipografía	82
Retícula	83
Campaña Promocional	84
Bocetos del Cartel	84
Colores	88
Folletos	90
Anuncio de revista	94
Espectacular	95
Anuncio de prensa	96
Lineamientos Básicos de la Imagen	97
Originales Mecánicos	99
Presupuestos	108
Conclusiones	109
Bibliografía	110

Introducción

El Diseño Gráfico es un proceso mediante el cual se transmiten mensajes a través de imágenes visuales; éste a lo largo de la historia ha contribuido a aumentar la eficiencia de la comunicación tanto de empresas como de productos y servicios.

En México existe una gran riqueza cultural, histórica y de grandes recursos naturales, y particularmente el estado de Michoacán es rico en tradiciones y vestigios arqueológicos, fue la cuna del imperio purépecha hasta antes de la colonización.

Actualmente estos vestigios arqueológicos representan un punto de interés tanto histórico como arqueológico y turístico; y es de gran importancia el que se les promueva adecuadamente rescatando las características particulares de cada zona arqueológica.

Para ello es importante la participación del diseñador gráfico; para que con sus conocimientos y aptitudes contribuya a destacar las características propias de cada zona aprovechando sus antecedentes históricos y culturales.

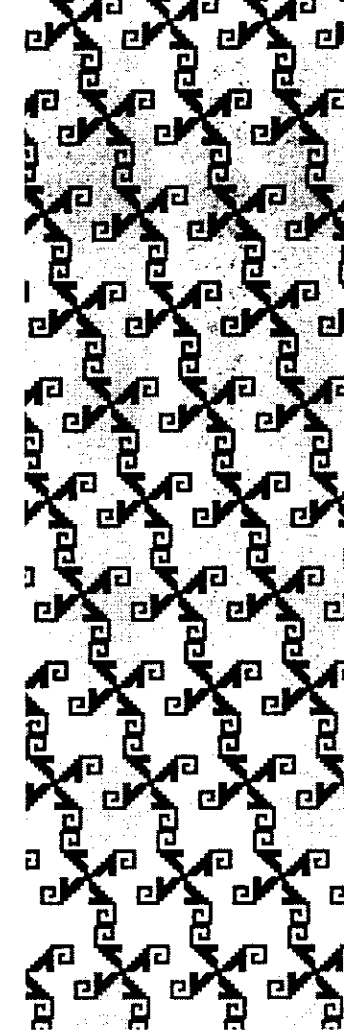
En la presente aportación se propone una campaña promocional que enriquezca culturalmente al visitante y cree el interés de quienes aún no les conocen.

El contenido de esta investigación esta dividido en cuatro partes que son: **Problemática y Objetivos:** en esta etapa se plantea cuál es el estado actual de las zonas arqueológicas y además como objetivo se propone implementar una promoción a nivel nacional. **Contexto Histórico Geográfico y Cultural:** en esta parte se expone la ubicación geográfica, antecedentes históricos así como el turismo que acude hacia estas zonas arqueológicas. **Diseño Grafico:** esta tercera etapa hace referencia a la historia del Diseño Gráfico y a los elemetos del Diseño que intervienen para el desarrollo de la promocion; como son la fotografía, la tipografía, el color etc.

Como cuarto apartado se integra la aportación, donde se da a conocer la planeación y aplicación de la campaña promocional; de esta forma se pretende motivar al turista a visitar las principales zonas arqueológicas del estado, proporcionandole la información adecuada que satisfaga su interés personal.

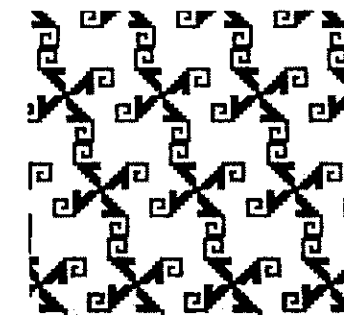
Capítulo

11



I

Problemática y Objetivos



Problemática y Objetivos

El Estado de Michoacán está situado en la región Occidente del territorio mexicano.

En él existen diferentes zonas que fueron habitadas por la cultura purépecha en la época prehipánica, algunas de estas han sido reseatadas y tienen acceso a los visitantes y otras permanecen aún cubiertas.

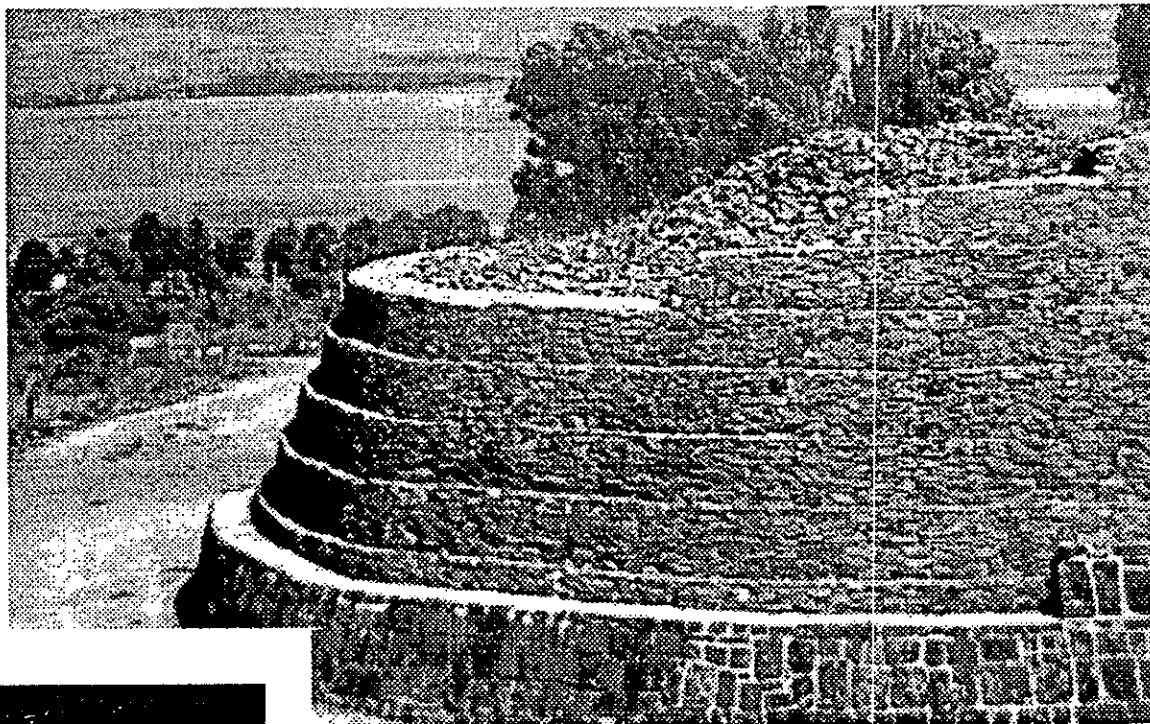
El rescate de estos vestigios arqueológicos ha sido de gran trascendencia ya que esto nos ha servido para obtener información y aumentar así el conocimiento de nuestras propias raíces.

El objetivo principal de la Secretaría de Turismo es el dar a conocer los principales lugares que se pueden visitar con fines culturales o recreativos y para ello emplea carteles, folletos, boletines informativos, publicaciones especiales etc. pero existe un gran desconocimiento de la existencia de las Zonas Arqueológicas y se debe en gran parte al poco interés que se ha tenido por parte de la Secretaría en daries una promoción y canalización adecuada para que el turista tenga disponible la información necesaria; y en



muchos de los casos el visitante tiene que acudir a las oficinas para obtener información sobre su ubicación, forma de transporte; esto se refleja en la escasa afluencia turística hacia estos lugares afectando directamente a los habitantes de las comunidades aledañas a estas zonas que no se ven favorecidos con los beneficios que ello les pudiera traer al promover sus servicios, la venta de los productos que ellos elaboran como son las artesanías; y en muchos de los casos se ven obligados a salir en busca de trabajo o a ofrecer sus productos a otros lugares.

Aquí radica la importancia que tiene el motivar al turismo nacional e internacional por visitar las principales Zonas Arqueológicas Turísticas del Estado de Michoacán.



*Arriba:
Vestigio Arqueológico
en Tzitzuntzan*



*Izquierda:
Vestigio Arqueológico
en San Felipe de los
Alzati*

El objetivo principal para lograrlo es realizar una promoción adecuada y eficaz para contribuir a su conocimiento mediante una imagen llamativa que las unifique para lograr así despertar el interés del turismo por conocer los vestigios de nuestra cultura purépecha como son Tzintzuntzan, Ihuatzio, Huandacareo, Tingambato, y San Felipe de los Alzati, y contribuir así al aumento de la afluencia turística a estos lugares y con ello favorecer a los habitantes de las comunidades aledañas a estas zonas arqueológicas.

Capítulo

II Michoacán

Michoacán

Michoacán es una palabra de lengua Náhuatl, su significado es “lugar de muchos peces” la historia de nuestro estado comienza con los pueblos nahua, otomí, mazahua y purépecha.

Antecedentes Históricos

Su población tuvo origen en épocas lejanas; los primeros hombres de los que se tiene noticia hicieron aparición aproximadamente de 6 a 4 mil años atrás; sus asentamiento fueron a las orillas de los lagos de cuitzeo y cahapala, se dedicaban a la caza, pesca y recolección; posteriormente fueron llegando progresivamente y en diferentes tiempos emigrantes de origen nahua. De esta forma se fueron asentando diferentes comunidades que encontraron en nuestro suelo las condiciones óptimas para vivir y desarrollarse.

Los pueblos establecidos tenían ya elaborado un sistema de gobierno que consistía en un gobernante llamado Cazonci o Irecha y un cacique por cada pueblo y en cada jurisdicción.

Una migración chichimeca, posterior a la nahua llegó a la zona de Zacapu y márgenes e islas del lago de



*Indigenas
Purépechas
Prehispánicos*

Pátzcuaro aproximadamente entre los 900 y 1200 años después de nuestra era, este fue un pueblo que dejó constancia material de su forma de vivir ya que con ellos se crea un núcleo de una sociedad más desarrollada, “La Purépecha”. Los chichimecas encontraron pueblos que hablaban idioma semejante, pero se diferenciaban por su grado de desarrollo social; por esa razón, ambos grupos se identificaron rápidamente logrando su

fusión en una sola comunidad.

De esta unión se beneficiaron los chichimecas porque se convirtieron al sedentarismo y aprendieron nuevas formas de obtener alimentos, además ampliaron su conocimiento sobre el uso y aprovechamiento de los recursos naturales.

El tiempo pasó entre alianzas y rompimientos entre algunos grupos hasta que en el siglo XIV Tariácuri, el cacique principal comenzó un fuerte movimiento

que lograría unificar a la mayoría de los pueblos.

De esta manera nace la sociedad y se conforma el estado purépecha.

El Territorio

Los lugares donde hubo asentamientos purépechas fue el suroeste michoacano, en la llamada tierra caliente, en la sierra tarasca y en la parte norte y oriental del actual estado, también habitaban grupos que no siendo purépechas se encontraban bajo su dominio.

En el máximo esplendor, un poco antes de la llegada de los españoles, los purépechas conquistaron pueblos que hoy son los estados de Michoacán, Jalisco, Guanajuato, Colima y Guerrero; hubo asentamientos importantes en las márgenes de los lagos de Pátzcuaro, Cuitzeo, Zirahuén, en la sierra tarasca madre del sur.

La Conquista

En el año de 1520, después del “descubrimiento de América” cuando aún los españoles llevaban su guerra de conquista contra los Aztecas, los purépecha tuvieron noticia de estos acontecimientos; Los Aztecas enviaron embajadas a Tzintzuntzan a entrevistarse con el Irecha Zuangua, le informaron de la invasión que

estaban sufriendo y de su urgente necesidad de ayuda pero no llegaron a ningún acuerdo y éste no envió a sus hombres.

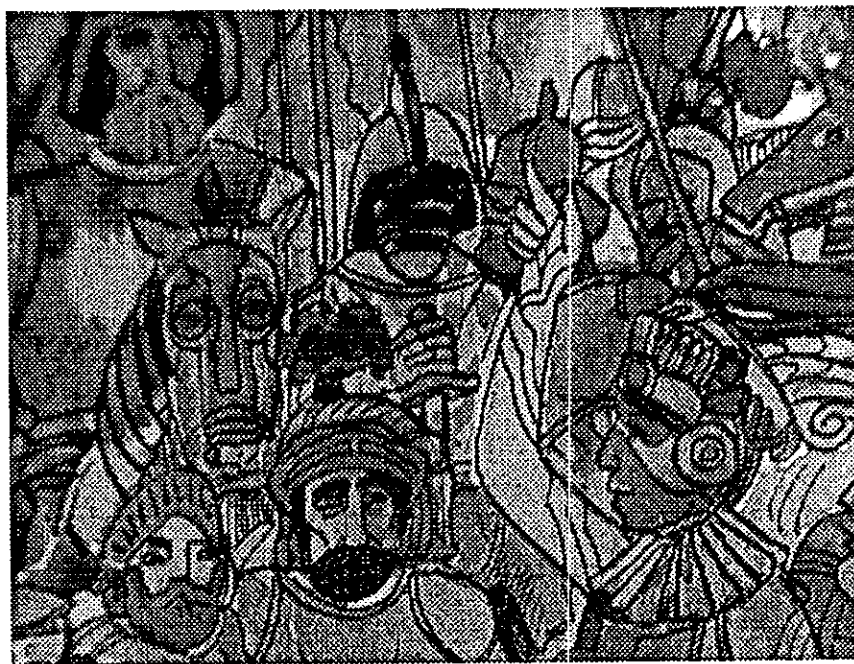
En el año 1521, los españoles entran en territorio purépecha y sus primeras acciones fueron saquear el oro y la plata de las casas del Irecha y los caciques.

En 1523, Cortés envió a Antonio de Carbajal a Michoacán a hacer un informe sobre lo pueblos y recursos naturales con que contaban, este informe se tomó como base para iniciar el reparto de tierras (merced) y de los aborígenes (encomienda). La conquista española contra

Michoacán se sumó a otras más, fue una conquista militar obteniendo como resultado riquezas naturales y la fuerza de trabajo de sus habitantes que quedaron en poder de la Corona Española.

Así nuestros pueblos vivieron un mundo de miseria. La tierra que trabajaban se las arrebataron y sus creencias y costumbres fueron alteradas.

La forma de vivir de los españoles dio como resultado un sociedad colonial que costó muchas vidas; Así comenzó la época colonial y con ésta la formación de la nueva nacionalidad “La Mexicana”.



La Conquista



*Indígenas
Purépechas
ante el Virrey*

La Colonia

La Corona Española organizó la vida de los pueblos, el aparato gubernamental colonial español se adecuó a las necesidades sociales del momento, el gobierno español en sus inicios fue de carácter militar; después se agregó una institución de justicia llamada "Audiencia de México", posteriormente en el año 1535, se creó el virreinato de la Nueva España con el cual se conformó el aparato español, el virreinato dio los resultados esperados por lo que permaneció hasta el fin de la época colonial

Los españoles al gobernar hicieron tres divisiones:

- a) Eclesiástica
- b) Judicial - Administrativa
- c) Fiscal - Administrativa.

Los colonizadores españoles se apoyaron en la administración aborígen utilizándole para su beneficio, los nobles americanos recibieron cargos para dirigir la vida de muchos pueblos, de esta manera se organizó el trabajo productivo y la recolección de tributos.

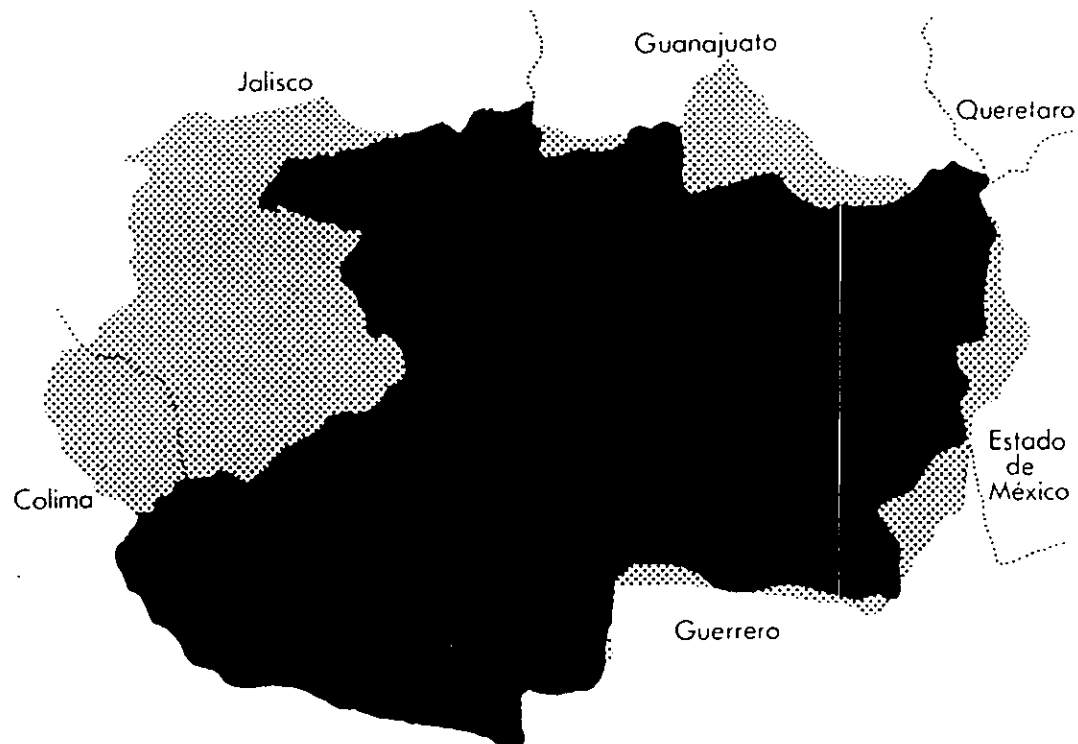
Las órdenes religiosas aparecieron en Michoacán; los agustinos llegaron a la Nueva España en 1533 y entraron en Michoacán en 1537 con el objetivo de evangelizar la tierra caliente; los jesuitas llegaron a México en 1572 y en 1573 se establecieron en Pátzcuaro, en donde fundaron colegios y misiones, así para 1574 el territorio Purépecha en su totalidad se encontraba evangelizado y colonizado.

Ubicación Geográfica de Michoacán

El estado de Michoacán está ubicado en la región Centro Occidente de la república mexicana, tiene una superficie de 58.836,95 Km² ocupa el decimosexto lugar nacional en extensión, limita al norte con los estados de Jalisco, Guanajuato, al noreste con Querétaro al este con el estado de México y al sureste con el Océano Pacífico.

Entre lo más relevante de la geografía michoacana destacan los grandes lagos como el de Pátzcuaro, Cuitzeo o parte de Chapala entre otros, además de un gran número de aparatos volcánicos; el parícutin de reciente nacimiento (1943).

En Michoacán los asentamientos humanos que sirven como indicadores del desarrollo histórico, económico, político y cultural se encuentran en la provincia fisiográfica denominada Sierra Madre del Sur así como en la del eje neovolcánico; ésta última es la más poblada, en ella existen grandes valles y depósitos de agua naturales que han permitido a través de su historia el desarrollo de la agricultura, la ganadería y otras actividades.



Características Culturales

Idiomas

En el territorio michoacano se hablaron gran diversidad de idiomas o lenguas entre las que destacan la náhuatl que después se concentró en la región costera. En la actualidad la hablan los pueblos de Aquila, Ostula, Coire y Maliqui; las lenguas masahua y otomi y otras más, las hablan los pueblos del oriente michoacano.



*Derecha:
La agricultura*

*Abajo Izquierda:
Sacerdote Purépecha*



Cuando el pueblo chichimeca logra su dominio sobre los demás pueblos se impuso en la entidad la lengua Purépecha; actualmente se desconoce la escritura de este idioma ya que no se han encontrado documentos que nos muestren como era, pero si sabemos que es una lengua rica en vocablos y con mayor número de sonidos que el español.

Religión

La religión va de acuerdo al desarrollo alcanzado por los pueblos

aborígenes, los asentamientos y migraciones tuvieron gran influencia en la religión, crearon grupos de dioses; e hicieron grandes construcciones arquitectónicas hechas en piedra; que era el material más duradero, éstas eran dedicadas al culto o religión. Adoraban al sol, la luna, ídolos de piedra, de barro y de madera.

Su principal característica fue el tener dioses de universo como el sol (curicaveri), Venus (Tiripeme - Yahuarencha), la luna (Xarangata) así cómo los fenómenos de la naturaleza,

la lluvia y el viento o animales que ellos creían que les habían dado la vida como las águilas, conejos, pumas, zorros; lo mismo en deidades surgidas de la agricultura como el maíz (Uinturopati). Su religión fue politeísta, tuvieron muchos dioses.

Los purépecha alcanzaron un gran dominio sobre los pueblos imponiéndoles su religión, así los dioses purépecha desplazan a los dioses de los pueblos conquistados. La desigualdad entre los hombres hizo que los dioses también fueran desiguales, de esta forma unos dioses se hicieron poderosos mientras que otros desaparecían. El dios poderoso "Curicaveri" tuvo su representante en la tierra "El Cazonci", que era el principal gobernante purépecha.

Arquitectura

La arquitectura purépecha estaba dedicada primordialmente a las ceremonias religiosas y funerarias, principalmente construían centros ceremoniales en piedra ya que éste era el material más duradero y en las construcciones comunes usaban madera y fibras vegetales.

Artes y Oficios

El arte alcanzó un gran desarrollo en la cultura purépecha, algunas de sus

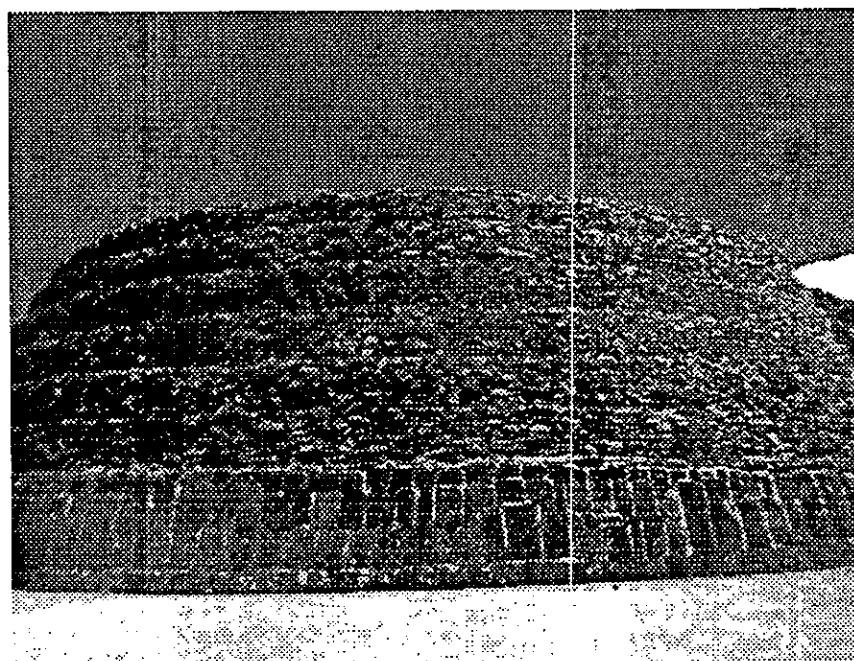
manifestaciones artísticas perduran hasta nuestros días.

Elaboraban objetos útiles como recipientes para tomar alimentos o líquidos, además de juguetes para los niños pequeños, hacían uso de la técnica del maque que consiste en aplicar un barniz a la madera; a guajes o calabazos; para ello se usaban materiales minerales (Tierras), vegetales y animales. Es abundante la alfarería elaborada por los purépechas quienes revelan su destreza adquirida en este arte manual por su policromía; en esta técnica elaboraban trastos de cocina y

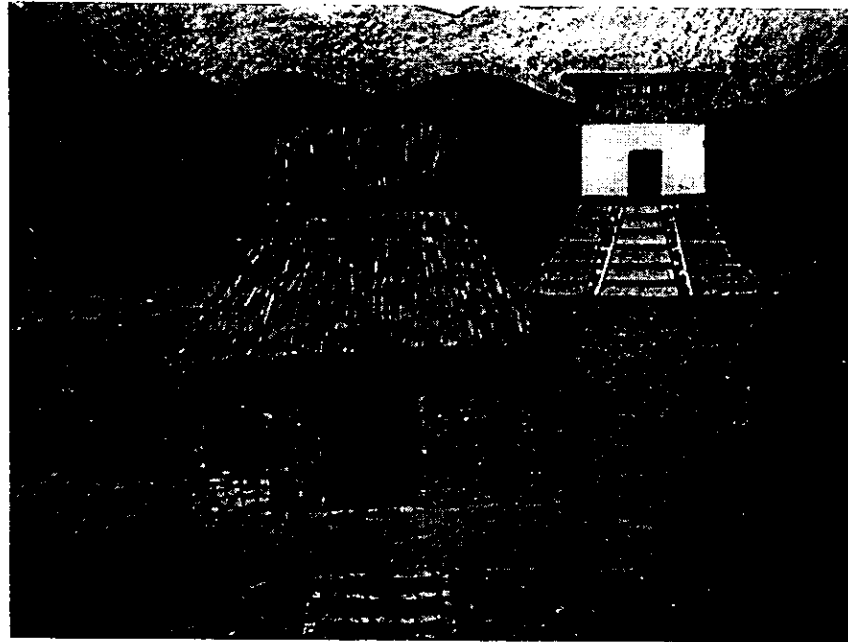
objetos utilitarios como vertederas, molcajetes, ollas de boca ancha, juguetes de barro.

La combinación de los métodos de trabajo antiguos y modernos encuentran en el actual Michoacán su más afortunada expresión; se moldea a mano, se usan moldes y se emplea el bruñido prehispánico.

Los instrumentos musicales que hoy se conocen fueron flautas de barro, éstas eran de diferentes tamaños y de sonidos graves y agudos; otros instrumentos eran los caracoles marinos llamados otuski;



*Arquitectura
Purépecha
Prehispánica*

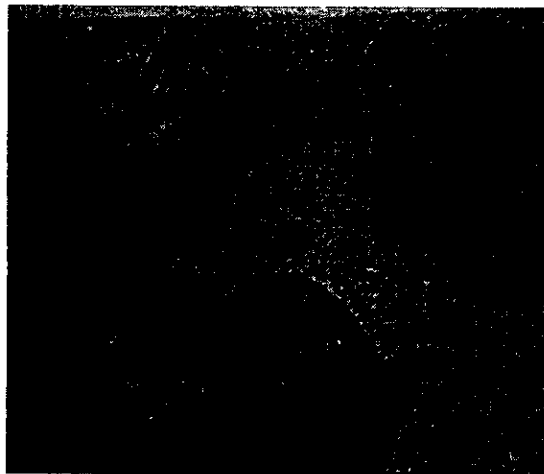


*La Vivienda
Purépecha*

también existieron instrumentos como los bongos actuales pero hechos de arcilla. Se puede decir que la música en la sociedad purépecha estaba desarrollada; Actualmente la música michoacana se puede dividir en prehispánica y posterior a la conquista, ésta a su vez se puede dividir en popular y culta.

La música y la danza es una actividad en la que intervinieron tanto el pueblo como los gobernantes, se bailaba en forma colectiva; los orígenes de la danza estuvieron ligados al trabajo agrícola, a la caza y pesca; había danzas guerreras, amorosas, de alegría, etc.

Dos danzas aún perduran la "danza del pescado" que es bailada en la zona de Pátzcuaro



*Instrumentos
Musicales*

y la "danza de los voladores" que es ejecutada por hombres que se visten de águila y descienden de un alto poste atados a una cuerda.

Actualmente las danzas autóctonas representan un lazo de unión entre el México antiguo y el México moderno, y entre las más representativas se encuentran: "Los viejitos de Charapan", "Los moros", "Los negros de Tingambato", "Las canacuas de Uruapan", "Los curpites de San Juan Nuevo", que se admiran principalmente en las festividades.

La educación de pueblo purépecha era basada en la enseñanza práctica de los niños, ya que a estos les enseñaban la caza, pesca y agricultura mediante el trabajo mismo ya fuera en el campo de cultivo, en las lagunas o en los bosques ayudando en todas las actividades; las mujeres eran preparadas para dirigir la casa ayudando en los menesteres, como el aseo y la preparación de alimentos además de la confección de prendas de vestir y la alfarería. Su educación era completada con el aprendizaje de la historia y la religión.

Los hombres del pueblo usaban un taparrabo y las mujeres una falda; también usaban una camisa sin mangas ni cuello o una manta con las puntas atadas al cuello y lo demás suelto sin ropa interior; los señores principales usaban ropas tejidas de algodón además usaban huaraches y el resto del pueblo andaba descalzo; el vestido fue distintivo importante en el momento en que la división social fue mayor. Para la guerra los dirigentes tenían vestidos apropiados que se conformaban por petos y espalderas de algodón y plumas de colores.

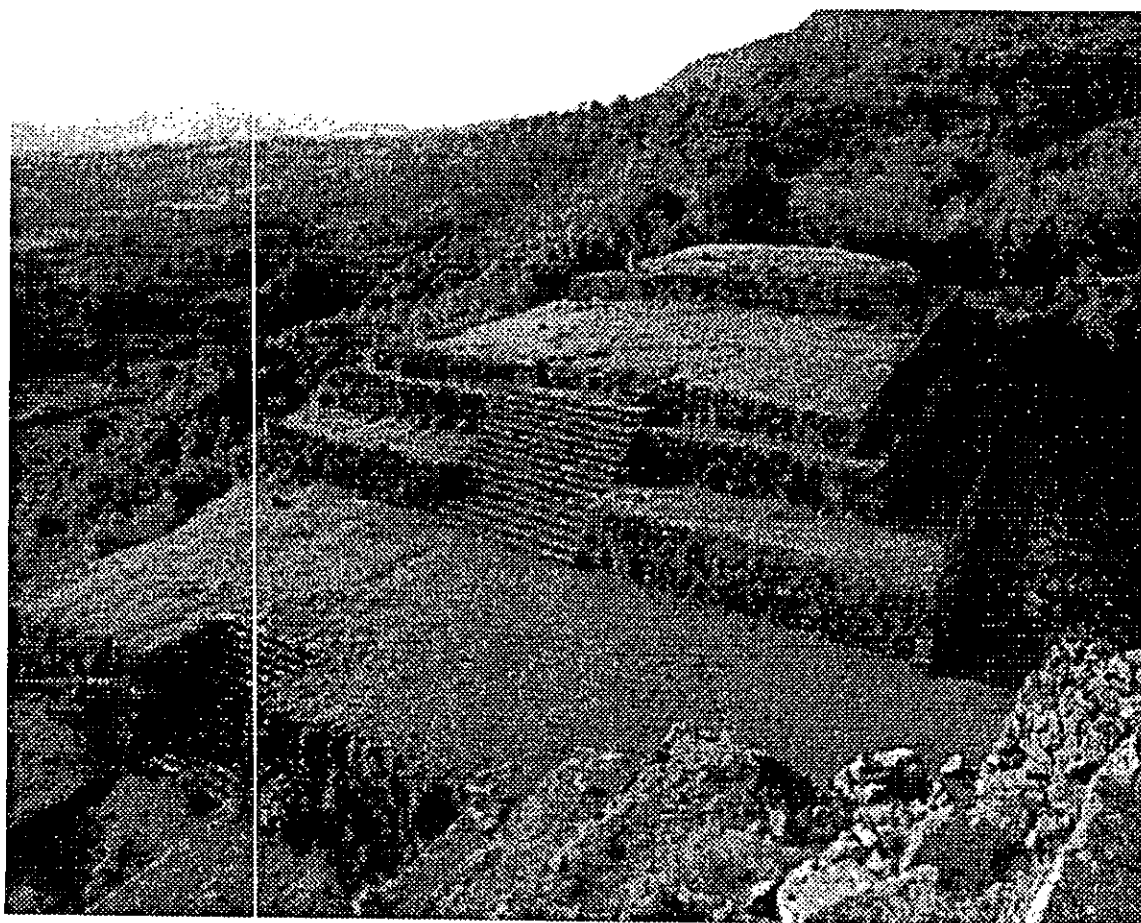
Su alimentación principalmente era de maíz en diversas formas, hacían platillos como el pozole, tamales, atole, tortillas, corundas; además en su alimentación incluían calabazas, quelites, quintoniles, nopales, chayotes, chilacayotes, frutos como el aguacate, chicozapote, guamuchiles, moras, cerezas, mamey, guayaba; comían carne de puma, tejomes, codornices, guajolotes, perros domesticados y de los lagos obtenían peces, ranas, tortugas, achoques, culebras, etc. actualmente la variedad de la cocina regional parece no tener límites; entre lo más apreciado sin duda es el pescado blanco.

En general en la comida michoacana predomina el sabor delicado de la comida vegetariana.

*Sopa Tarasca
Platillo Purépecha*



Principales Destinos Turísticos en Michoacán



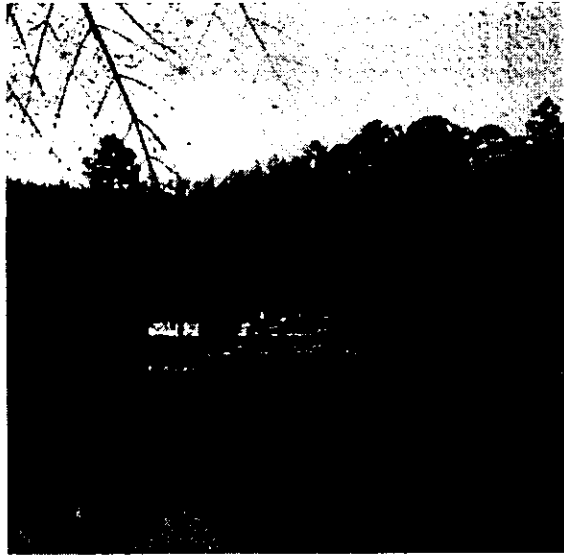
Para facilitar el acceso a los principales centros de interés la secretaría de turismo ha dividido la entidad en cuatro rutas turísticas:

Ruta panorámica Oriente: En esta ruta se encuentran múltiples manantiales de aguas termales, espléndidos paisajes, vestigios prehispánicos y monumentos coloniales y en ella se encuentra:

Zitácuaro: Situada a 164 Km. De la Ciudad de México, entre sus principales atractivos está El cerrito de la independencia en cuya cúspide se encuentra un monumento a la memoria de los héroes insurgentes.

San Felipe de los Alzati: Se sitúa a 9 Km. de Zitácuaro tiene una iglesia construida durante el siglo XVI. Cercana a la población se localiza la zona arqueológica de San Felipe de origen matlaltzinca.

*Zona Arqueológica
San Felipe de los Alzati*



*Laguna Larga en
Los Azufres*

Tlalpujahua: Su fundación se remonta al siglo XVI y fue ordenada por el obispo Antonio de Morales, sucesor de Vasco de Quiroga. Entre sus principales atractivos se encuentra el convento de San Francisco, Barroco del siglo XVIII; además de la fabricación de esferas que han merecido premios internacionales.

Los Azufres: Se ubica a 24 Km. al noroeste de Ciudad Hidalgo, es una zona densamente poblada de pinos y abetos que sirven de marco a las tranquilas aguas de laguna verde, laguna larga, los ajolotes y a los innumerables manantiales termales, y algunos géiseres como el Silbador y el Currutaco.

En esta zona hay un campamento de fomento turístico, dependencia del Gobierno de Michoacán; en el que se puede encontrar albercas, chapoteaderos, zona para acampar etc.

Ruta Panorámica Clásica: En esta ruta es donde más se aprecia la huella monumental de la arquitectura de virreinato.

Angangueo: Se localiza muy cerca de Zitácuaro, es un pueblo rodeado de bosques de pino y oyamel; es el punto de partida hacia el santuario de la mariposa monarca.

Tuxpan: Ubicada a 28 Km. de Zitácuaro, anualmente la ciudad realiza una feria comercial y artesanal; su artesanía se caracteriza por la producción de mosaicos y herrería.

Maravatio: Se encuentra al sur de Tuxpan su origen se remonta al año 1540. Las más sobresalientes de sus fiestas son el 8 de diciembre en honor a la inmaculada concepción y la del 8 de febrero para conmemorar la fundación de maravatio. Entre sus atractivos esta el Teatro Morelos que fue famoso en la época del porfiriato.



*Teatro Morelos
en Maravatio*

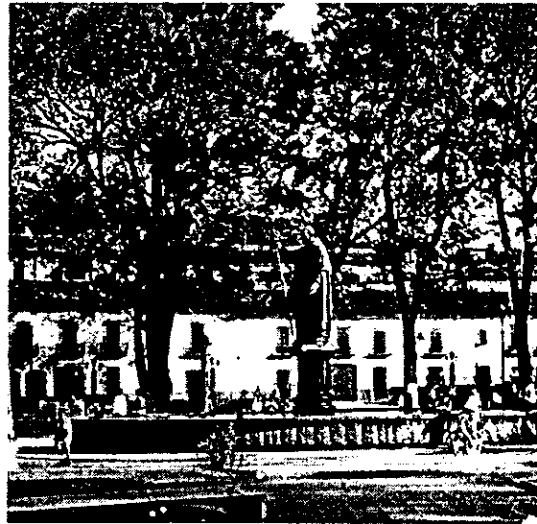
Morelia: Capital del Estado de Michoacán se ubica a tres horas del Distrito Federal, sus principales atractivos son la Catedral, el Palacio de Gobierno, Museo del Estado, Palacio Clavijero, Casa de la cultura, El Planetario, El Orquidario, El Parque Juárez (Zoológico de Morelia).

Zinapecuaro: A 49 Km. de Morelia, es una zona de innumerables manantiales de aguas termales; tiene fama por sus deliciosos panes de dulce.

Pátzcuaro: Se ubica a 60 Km. de Morelia, los antiguos moradores tenían la creencia de que era la puerta del cielo por donde subían o bajaban los dioses. En ésta se pueden visitar la biblioteca pública, plaza Gertrudis Bocanegra, Plaza Vasco de Quiroga, la Casa de los once patios, la Basílica de Nuestra Señora de la Salud, la cual fungió como catedral hasta 1580 cuando fue trasladada la sede a Valladolid; aquí reposan los restos de Don Vasco de Quiroga.

Janitzio: Es un pintoresca isla de Pátzcuaro, en su cima se erigió un monumento al heroico insurgente don José María Morelos.

Cuanajo: Pueblo de artesanos en donde abundan los talleres de muebles de madera al natural.



*Palacio Clavijero
en Morelia*

Tzintzuntzan: Se localiza en la orilla del lago de Pátzcuaro, fue el centro del imperio purépecha, aún se conservan sus construcciones prehispánicas conocidas como las yacatas; además de un convento franciscano del Siglo XVI, destacan sus artesanías de Barro, Tule, Paja.

Quiroga: era el paso obligado de los purépechas que viajaban de Tzintzuntzan a Zacapu; aquí abundan las tiendas de artesanías en las que venden objetos de todo el país.

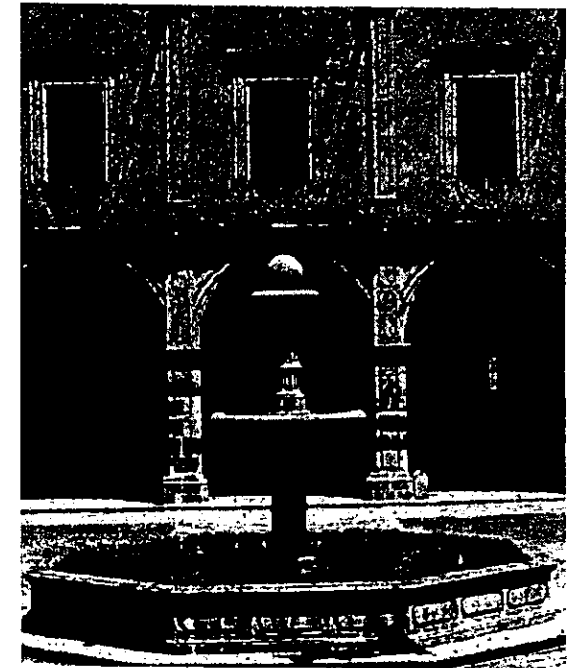
Zirahuen: Sus principales

atractivos son la vista del lago y sus trajes que acentúan el encanto del paisaje.

Santa Clara del Cobre: El atractivo de este pintoresco pueblo michoacano es la artesanía en cobre martillado, con el que han ganado premios de arte popular; es una tradición que se remonta a la época de don Vasco.

Uruapan: Se ubica a 60 Km. de Pátzcuaro, actualmente es la segunda ciudad en importancia en Michoacán y es considerada como la capital mundial del aguacate.

Sus principales atractivos son el "Parque Nacional Eduardo Ruíz",



la "Huatapera" (Hospital fundado por Fray Juan de San Miguel), actualmente es un museo donde exhiben artesanías; La Tzararacua se ubica al sur de Uruapan, es una cascada que esta rodeada de frondosa vegetación.

Angahuan: esta población purépecha cercana a Uruapan tiene como principal atractivo el "Volcán paricutín" nacido en (1943) además de ser una pintoresca población de casas de madera techadas de tejamanil.

San Juan Nuevo Parangaricutiro: a 10 Km. de Uruapan, se fundo a raíz de la desaparición del antiguo San Juan Parangaricutiro bajo la lava del "Volcán Paricutín"; sus pobladores buscaron nuevo destino y hasta este lugar trajeron a su santo patrono, "EL Señor de los milagros" a quién profesan gran devoción no sólo ellos sino gente de todo México y el extranjero.

Tingambato: Se ubica a un costado de la carretera a Pátzcuaro. Aquí se encuentra una zona arqueológica en donde ha quedado al descubierto un juego de pelota característico de aquellos tiempos.

Ruta Panorámica Noroeste: El espíritu de empresa de esta región que esta configurada por un panorama agrícola y el colorido e ingenio de las tradiciones y paisajes acuáticos acentúan la belleza de estos lugares.

Zacapu: Población dedicada a la agricultura y ganadería, su principal atractivo es el convento y templo franciscano del siglo XVI, es una joya arquitectónica del estilo plateresco.



*Catedral de Zamora
en Reconstrucción*

Zamora: Región agrícola por excelencia, abastece casi en su totalidad las necesidades del mercado estatal, sus principales atractivos son la catedral construida en 1838 de estilo neoclásico, la catedral de estilo neogótico; su construcción se interrumpio en 1914 y fue entregada en 1985 para su terminación.

Ruta Panorámica Apatzingán la Costa

Apatzingán: Es una ciudad considerada actualmente de gran importancia en el estado, su principal atractivo es la casa de la constitución en ésta fue firmada la primer constitución de México independiente el 22 de octubre de 1814.

Lazaro Cárdenas Toma su nombre del michoacano más ilustre del presente siglo, es el puerto de entrada a la costa.

Playa Azul: De aquí parte la carretera costera, tiene un clima agradable todo el año; es el único lugar de la costa que ofrece instalaciones turísticas bien acondicionadas.

Cual ha sido su Promoción

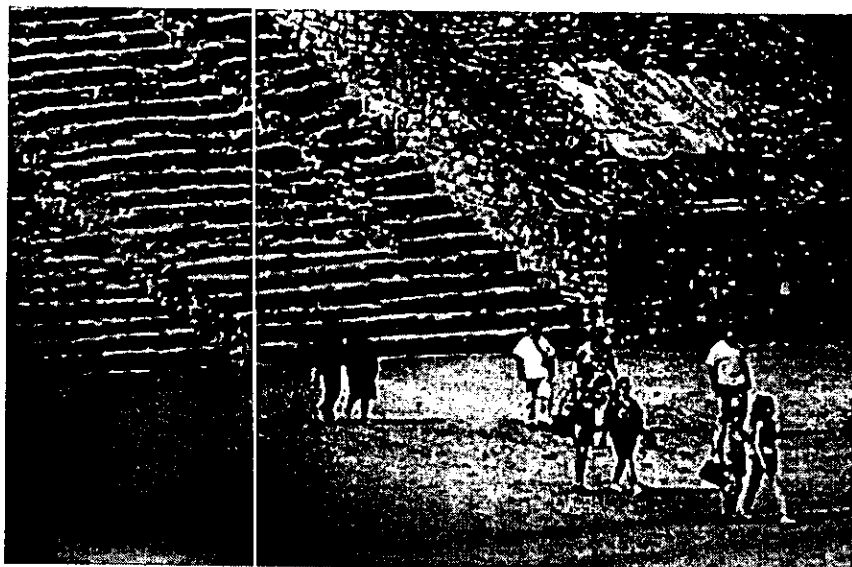
Actualmente la Secretaría de turismo ha implementado diversas publicaciones entre las que destacan los folletos, carteles, tripticos, boletines etc. Aunado a esto el Gobierno del Estado edita libros en donde muestra y promueve la cultura, tradiciones y turismo en nuestro estado

Capítulo

III

Turismo

Turismo



El Turismo en las Zonas Arqueológicas

Es la manifestación de un fenómeno que se basa en la necesidad de recuperación y cambio de ambiente del ser humano así como en el gusto por la belleza escénica y la apreciación de la naturaleza.

El turismo en la práctica no es más que una forma particular de usar el tiempo libre y la recreación; es una actividad relacionada con el placer, el ocio, el descanso y la recreación. Es el desplazamiento fuera del lugar de origen pero que no está motivado por una

actividad lucrativa.

El tiempo libre del que una persona puede disfrutar puede ser dividido en tres categorías en función de los períodos en que se presenta:

a) El tiempo libre de fin de jornada diaria: las personas podemos disfrutar del tiempo libre de fin de jornada de la mejor manera ya sea yendo al cine, al teatro, viendo la televisión o practicando algún deporte; ya que es muy difícil que una persona pueda viajar en su tiempo libre

de fin de jornada ya que éste requiere un desplazamiento.

b) Tiempo libre de fin de semana: se puede optar por viajar en este breve tiempo libre.

c) Tiempo libre de vacaciones: es el tiempo adecuado para viajar.

Tipos de Turismo

Turismo Interno o Nacional

Se le denomina también turismo doméstico y es referente a los viajes que efectúan los residentes de un país, fuera de su ciudad pero hacia otra área dentro del territorio de su propio país, en algunos casos se le considera también turismo nacional a los viajes que realizan los residentes extranjeros dentro de los límites geográficos del territorio del país donde tienen su domicilio. Este tipo de turismo no presenta dificultades en cuanto a costumbres ya que se habla el mismo idioma y tiene las mismas características culturales.

Turismo externo o internacional

Se refiere a los viajes que realizan los residentes de un país hacia otro país, lo cual implica el cumplir con requisitos que establecen las autoridades de los países visitados, el viajero internacional se puede enfrentar a problemas de idioma, tipo y cambio de moneda, éste es más sensible a las fluctuaciones monetarias y cambios políticos del país visitado.

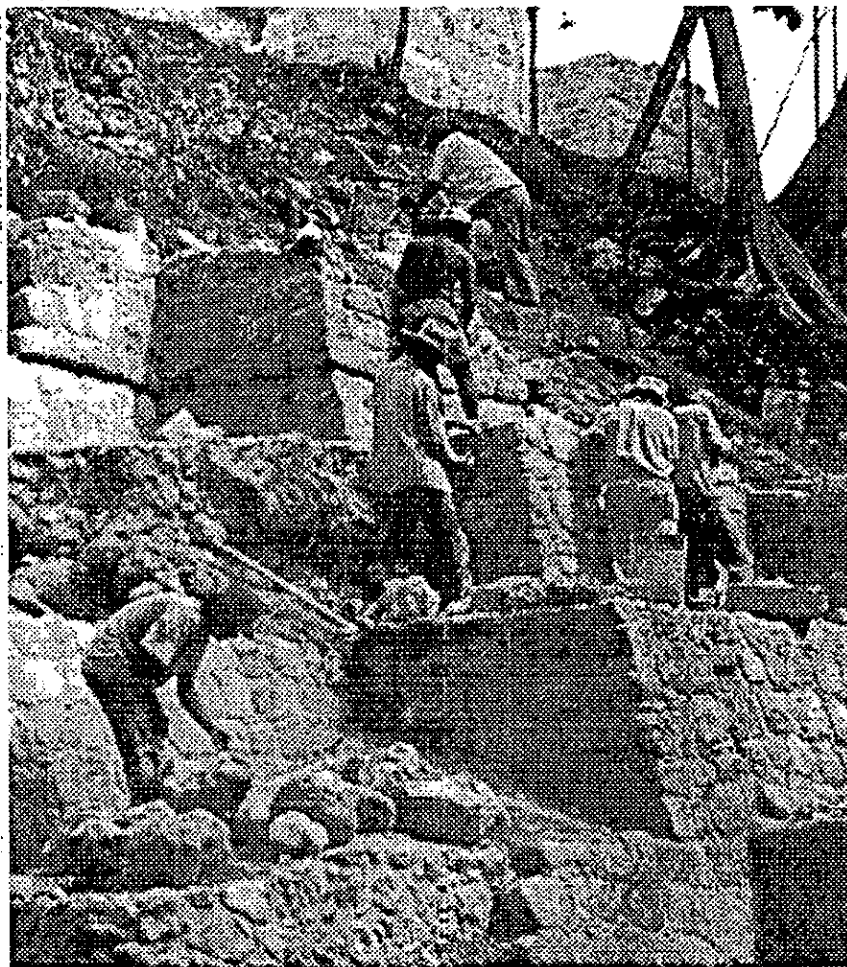
El Turismo hacia las Zonas Arqueológicas

La afluencia turística hacia las zonas arqueológicas en muy baja y esto se debe a que los mexicanos en su mayoría no tenemos el interés por conocer nuestra propia cultura, y preferimos vacacionar en playas, bosques, en las grandes ciudades o salir al extranjero y no nos damos cuenta de lo rico que es nuestro país en cultura, tradiciones y monumentos arquitectónicos.

El turismo que visita las zonas arqueológicas de Michoacán es principalmente de otros estados y países, como Estados Unidos y Europa principalmente ya que son atraídos por la belleza de las construcciones pre-hispánicas así como del contenido histórico y cultural que existe en estos lugares.

La principales Zonas Arqueológicas de nuestro estado cuentan con la infraestructura necesaria para que el turismo pueda recorrerlas y admirarlas; cerca a éstas existen poblaciones en donde el turista puede encontrar hospedaje, alimentación, diversión y todo lo necesario para que tenga una estancia cómoda y placentera.

La preservación de éstas Zonas Arqueológicas esta a cargo del INAH -Instituto Nacional de Antropología e Historia- que se encarga de vigilar y mantener en buen estado el patrimonio arqueológico de México



Personal del INAH restaurando Zona Arqueológica para visita del turismo

Capítulo

IV Arqueología

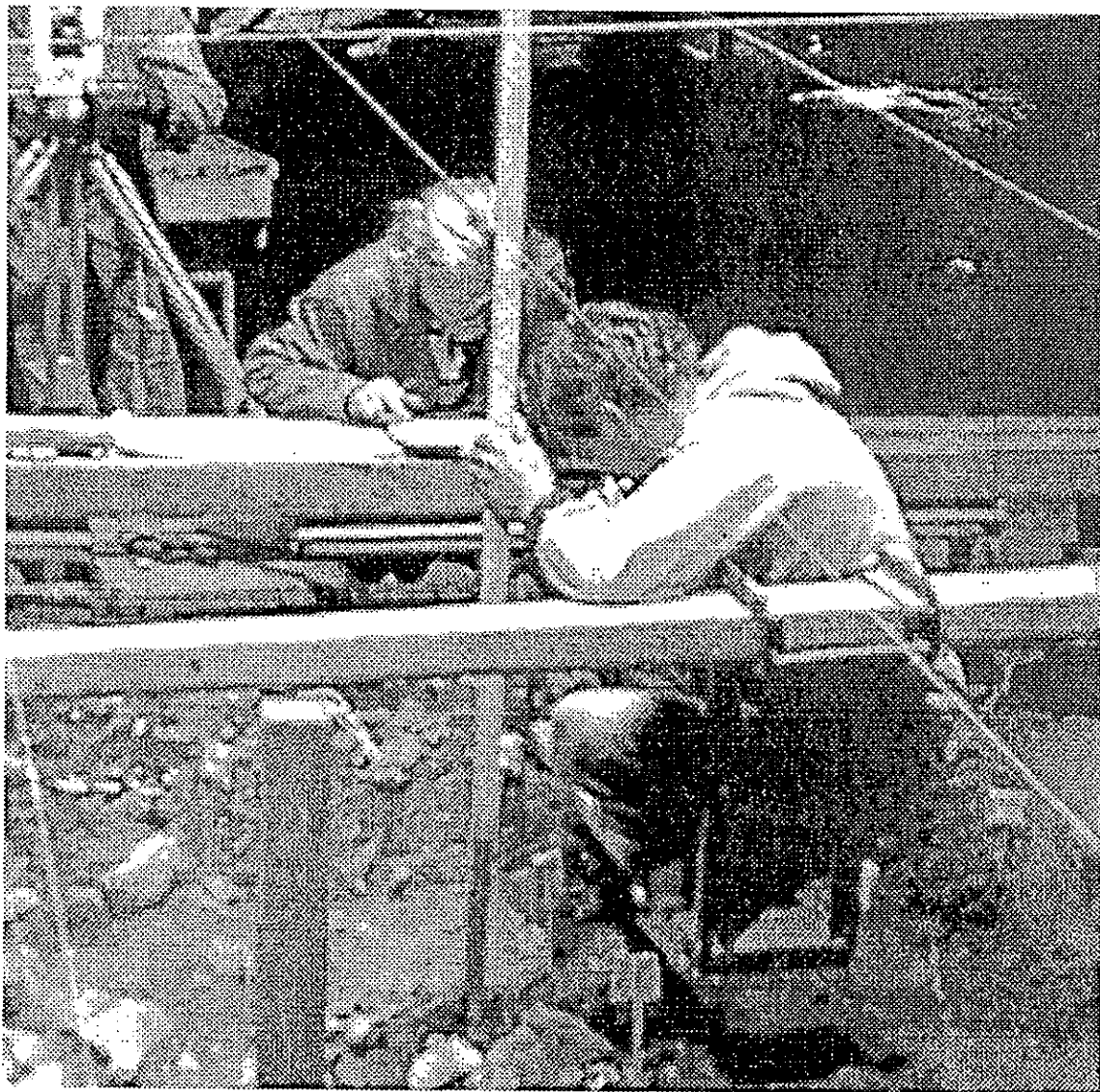
Arqueología

Es la ciencia que estudia los vestigios culturales de los pueblos antiguos para determinar la forma de vida que tuvieron; en base a evidencias materiales que se encuentran generalmente en las excavaciones.

La arqueología es importante como ciencia antropológica; para algunas personas la arqueología no es más que una manera de matar el tiempo y no conciben que un hombre serio encuentre interés en descubrir jeroglíficos y vestigios de nuestros antepasados.

Actualmente la arqueología está siendo reconocida por un creciente número de personas, que han valorado el conocer el desarrollo cultural en el pasado.

*Arqueólogos
en busca
de Vestigios
Arqueológicos*



El Occidente de México y sus Zonas Arqueológicas

El Occidente mexicano es una de las zonas más extensas del área cultural mesoamericana su extensión abarca desde el estado actual de Guerrero hasta el de Sinaloa. El vasto espacio de esta región fue un factor determinante para la existencia de una amplia gama de culturas en su interior; en este territorio se encontraban asentamientos de la cultura Olmeca; asentamientos con influencia Teotihuacana; así como provincias que fueron sometidas al imperio mexica, además del vigoroso estado independiente de los Purépechas que fueron la cultura indígena más próspera e importante del occidente mexicano.

La región Occidente ha tenido poco estudio, comparado con la atención y esfuerzo dedicado a la investigación de otras zonas, sin embargo las pocas exploraciones han logrado reunir grandes conocimientos sobre las sociedades que le habitaron en la época prehispánica como la Teotihuacána, Olmeca, Mexica, Tarasca, etc.

No todos los pueblos prehispánicos tuvieron el mismo nivel sociopolítico; los



Tarascos de Michoacán se diferenciaban de los demás por haber sido una sociedad civilizada con las características propias del estado; este se expandió cubriendo un área de 75 mil Km. 2.

En el Occidente de México existe un interesante grupo de zonas

arqueológicas abiertas al público como los son Tzintzuntzan, Tingambato, Ihuatzio, Huandacareo, San Felipe de los Alzati, por citar solo algunas.

Arquitectura Prehispánica y su Función Social

La arquitectura es la disciplina dedicada a la proyección y construcción de edificaciones.

La arquitectura en el período prehispánico se empieza a desarrollar cuando los asentamientos humanos gozaron de estabilidad mediante la producción agrícola; las primeras

manifestaciones arquitectónicas fueron los centros ceremoniales, estas construcciones estaban destinadas al culto y eran diferentes de las de uso civil y de las habitaciones. Diferentes razones dieron origen a las formas piramidales de sus construcciones, tenían la necesidad de aislar el templo, evitar inundaciones y vedar

el acceso a los animales, además buscaban obtener la mayor visibilidad desde los recintos ceremoniales hacia los alrededores.

En Mesoamérica se desarrolló la arquitectura y con ésta el urbanismo durante la época clásica entre los años 100 a. C. y 850 d. C.; la arquitectura fue una de las principales características que diferenciaban a una cultura de otra.

Sus primeros edificios fueron de pasto o tierra y después construyeron edificios de piedra; en los orígenes de la arquitectura mesoamericana se construyeron edificios tanto rectangulares como redondos y cuadrados; el uso de la piedra en las construcciones parece no haber sido lo más común ya que se utilizaba solo en los templos y palacios de los reyes, altares de cráneos, casas de los "papas" o sacerdotes.

Las casas comunes se hacían de madera y el techo de fibras vegetales; la madera la utilizaban además de la construcción en viviendas para murallas o cercas que se hacían alrededor de los templos y en las fronteras del territorio para defenderse de los grupos enemigos.



*La piedra principal
elemento en la Arquitectura
de Mesoamérica*

Arqueología y sus Principales destinos Turísticos en Michoacán

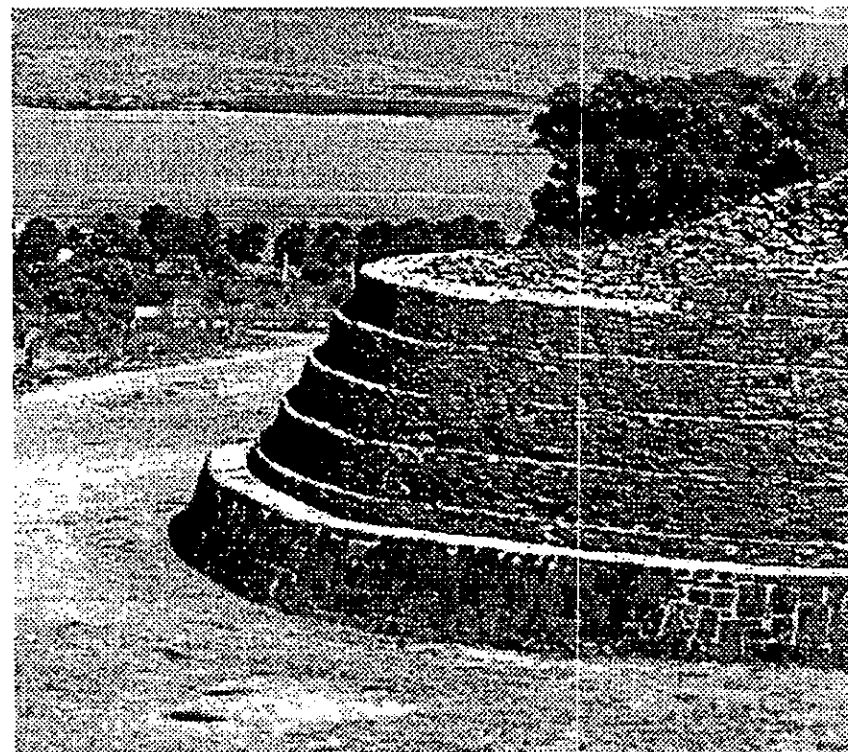
Para el estudio de las sociedades y culturas prehispánicas los restos arqueológicos significan más que un estilo o un sistema de construcción; expresan fundamentalmente la organización económica y política de una cultura.

Los vestigios arqueológicos en el estado de Michoacán testimonian la presencia de grupos sedentarios y culturas que habitaron Tzintzuntzan, Ihuatzio, Huandacareo, Tingambato y San Felipe de los Alzati; que en la actualidad son considerados como importantes destinos turísticos arqueológicos.

Tzintzuntzan:

Significa en lengua purépecha "Lugar de colibríes" fue una de las ciudades más importantes, era la capital del estado purépecha; a la llegada de los españoles, es el sitio más estudiado de la cultura purépecha y el que mejor caracteriza a la arqueología del estado, el área abierta al turismo es una mínima parte ya que en términos reales tiene una extensión aproximada de siete Km.2 se localiza a la orilla del lago de Pátzcuaro por la carretera

Pátzcuaro Quiroga; en Tzintzuntzan domina el conjunto de la gran plataforma sobre la que se construyeron 5 "yacatas" (Edificios característicos de la cultura purépecha) fue un gran centro ceremonial que esta compuesto por varios conjuntos arquitectónicos que además de palacios con patios interiores y altares tiene grandes plazas y varios juegos de pelota; lo más característico de este sitio es una enorme plataforma de cuerpos escalonados.



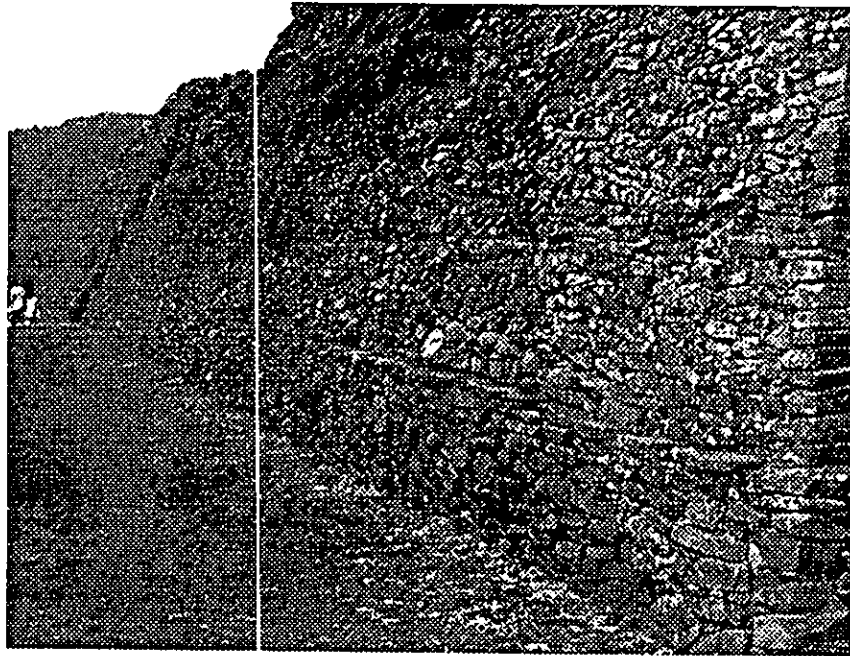
*Vestigios
Prehispánicos
en Tzintzuntzan*

Ihuatzio:

Se le considera el segundo sitio más importante de la cuenca; fue la primera cabecera del estado purépecha.

El antiguo poblado de Ihuatzio esta ubicado a dos kilometros al norte del pueblo actual.

Ihuatzio fue el centro ceremonial más antiguo de la ribera del lago de Pátzcuaro; significa "Lugar donde hay



*Vestigios
Prehispánicos
en Ihuatzio*

muchos coyotes” aquí se celebraba la festividad conocida como Tzitacuaréncuaro o de Hanziuáncuaro, posiblemente por el mes de diciembre, se reunía leña en los patios de las pirámides y por varias noches encendían el fuego; había música, danzas y peregrinaciones constantes durante los días de la fiesta. En este lugar se reunía el pueblo purépecha antes de irse a la guerra para pedir la ayuda de Tatá Huriata Ca Naná Cutzí (Nuestro padre sol y nuestra madre luna).

Se dice que a la llegada de los españoles los sacerdotes del sol y la luna fueron sacrificados en las pirámides y que

sus cuerpos desaparecieron y se convirtieron en coyotes.

Actualmente se ven los contornos de las pirámides y restos de anchas calzadas que son indicio claro del esplendor de otros días. Aunque este asentamiento era bastante grande, solo ha sido explorado parte de su extenso centro cívico ceremonial.

Huandacareo

Esta localizado en la cabecera del municipio del mismo nombre, en la margen norte del lago de Cuitzeo, es un centro ceremonial que floreció durante la dominación purépecha 300 años antes de la conquista. Aquí se encontraron dos templos alrededor de una plaza hundida de forma rectangular.

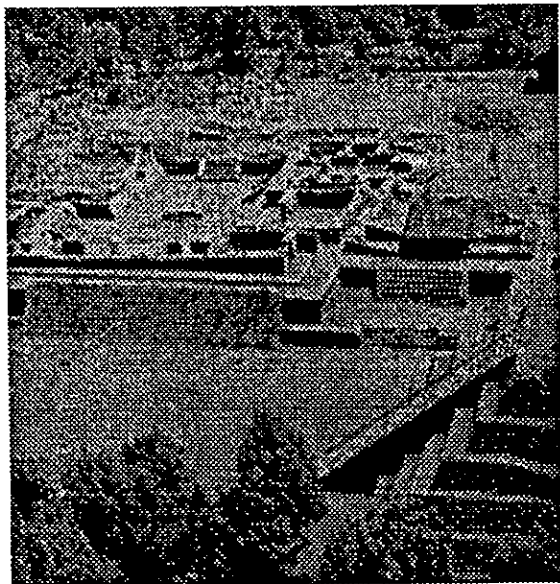


*Vestigios
Prehispánicos
en Huandacareo*

Tingambato

El municipio de Tingambato esta en un pequeño valle y tiene una pendiente que baja hacia el sur y esta rodeado por áreas montañosas; tiene agua en abundancia y clima templado.

Se encuentra a 27 Km. de Uruapan en purépecha significa "lugar donde se enciende el fuego nuevo" aquí se encuentran pirámides con influencia Teotihuacana que representan un patio ceremonial de gran importancia durante el reinado de los purépechas, aquí se realizaba la ceremonia del "Fuego Nuevo" cada 52 años con motivo de la terminación del siglo prehispánico.



En el centro de la plaza existen los restos de un adoratorio de planta cruciforme. Además también se encuentra un juego de pelota que tiene la tradicional forma de la "I".

Actualmente en la presidencia municipal se encuentra una vitrina en la que se guardan objetos de barro y piedra que sirvieron como utensilios en la época prehispánica.

San Felipe de los Alzati

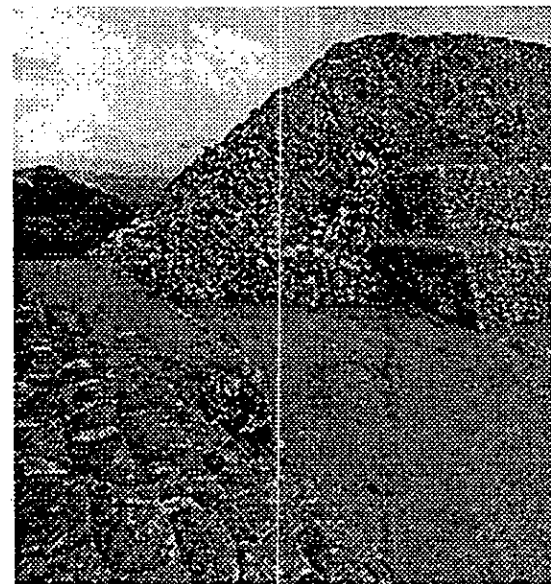
Sobre la carretera de San Felipe de Los Alzati al viejo mineral de Anganguero se encuentra la zona arqueológica con restos de pirámides ligas viales entre edificios y abasto de agua, todo esto sugiere que fue un recinto fortificado que posiblemente tuvo también un juego de pelota; aún quedan vestigios de escalinatas, taludes y tableros y se han encontrado una escultura de Tláloc o Quetzalcoatl, además

*Vestigios
Prehispánicos
en Tingambato*

de cerámica.

En la época prehispánica este fue uno de los puntos fronterizos entre el reino purépecha y el imperio mexicano es por esto que sus pobladores pertenecían a los grupos purépecha, mazahua y azteca.

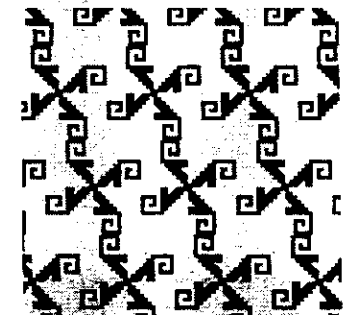
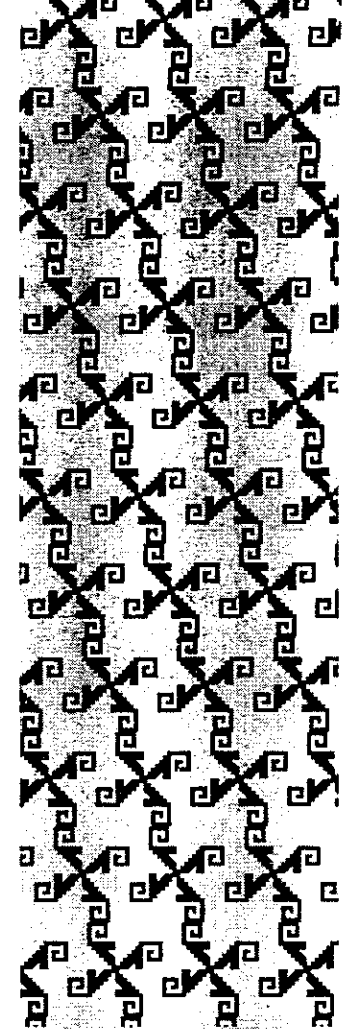
Los padres franciscanos fundaron el poblado en donde hoy se haya la ciudad; y le dieron el nombre de San Juan Zitacuaro, en donde construyeron la parroquia que aún existe con una pequeña casa al lado.



*Vestigios
Prehispánicos
en San Felipe
de los Alzati*

Capítulo

V Diseño Gráfico



Diseño Gráfico

El Diseño Gráfico es un proceso creativo que tiene como objetivo el resolver problemas de comunicación gráfica; es la expresión visual de un mensaje que favorece a la buena comunicación entre el producto o empresa y el consumidor final.

Historia del Diseño Gráfico

El Diseño Gráfico se ha venido utilizando a través de la historia del hombre, hay ejemplos de diseño entre los fenicios, como el alfabeto que crearon para representar gráficamente el lenguaje durante el segundo milenio A.C.; éste revela en su antiguo sistema de escritura en columnas o filas el empleo de una retícula para organizar la página y de esta manera facilitar la comunicación.

En sus inicios el Diseño Gráfico no existía como profesión, éste era producido por artesanos y una sola persona hacía todo el trabajo para la producción de un libro, desde la elección de la tipografía, la corrección, su publicación y la venta.

La Revolución Industrial y la aparición de la litografía hacen del siglo XIX el punto de partida del Diseño, en esta época

el material impreso aumentó de gran manera y los métodos tradicionales del Diseño y producción decayeron.

En 1884 William Morris funda el movimiento de artes y oficios, de aquí proviene principalmente el Diseño Gráfico. Las ideas de Williams se extendieron a la impresión y producción de libros, papel tapiz y telas; fundó la prensa Kelmscott con la intención de mejorar el diseño de libros y la impresión. Una influencia significativa en el diseño fue el movimiento Art Nouveau (Arte Nuevo) que tuvo su origen en los diseños de William Morris, fue un estilo basado en olas y tallos de flores que se empleo en una

gran variedad de objetos

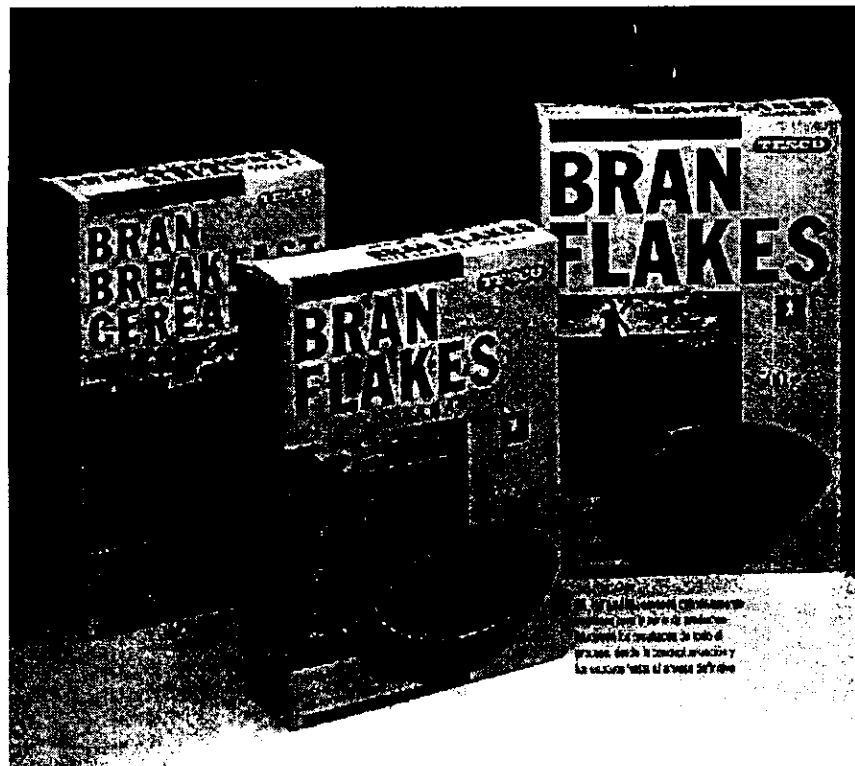
La influencia más importante en el diseño contemporáneo fue la escuela Bauhaus; ésta fue establecida en Alemania después de la Primera Guerra Mundial en 1919, su fundador fue Walter Gropius quien enseñó los principios que se convirtieron en aspectos relevantes del diseño del siglo XX; la filosofía de la escuela era el reunir el arte y la tecnología.

El término Diseño Gráfico no fue utilizado sino hasta 1922 por el norteamericano William Addison Dwiggins

La mayor parte de los movimientos artísticos del principio del siglo rechazaron



Los Primeros Diseñadores



las formas orgánicas, en los años cincuenta los diseñadores suizos desarrollaron el “Estilo Tipográfico Internacional”, uno de los tipos más usados en la actualidad (Univers) surgió de ese movimiento una de sus innovaciones fue la alineación del texto por un solo lado (en bandera). Para este tiempo el centro del diseño se desplazó a Nueva York en donde surge un estilo menos formal que en Europa, su principal preocupación era el presentar la información de una manera directa y

abierta combinando collage, fotomontaje, caligrafía, símbolos y otros elementos pero sin dejar de expresar a la vez sus propias ideas.

A partir de la Segunda Guerra Mundial el campo de acción del Diseño Gráfico se amplía para satisfacer las necesidades de las compañías industriales así como de las agencias de publicidad.

Función del Diseño Gráfico

Existen diferentes organizaciones y empresas de bienes o servicios que intentan establecer su imagen única y la de sus productos.

La función del Diseño Gráfico es el resolver los diferentes problemas de comunicación gráfica mediante la manipulación de diversos elementos como el color la tipografía, el formato, etc.; éste tiene como tarea el dar carácter e imagen propia y de una forma original al producto o empresa para ayudarle así a promocionar sus bienes o servicios de una manera eficaz; el Diseño Gráfico para lograr mantener esa comunicación eficaz entre la empresa o servicio y el consumidor final se apoya en la diferentes aplicaciones como: revistas, folletos, libros, volietines, carteles, artículos promocionales, espectaculares, etc., que dependiendo de las características tanto del producto, servicio o publico consumidor emplea.

La función del diseño es resolver problemas de comunicación gráfica

Metodología del Diseño Gráfico

Cuando se va a realizar un proyecto es necesario tener algún método que podamos seguir para obtener el mejor resultado.

El seguir una metodología nos ayuda a mantener una secuencia en el proceso de diseño, de esta forma tenemos menos posibilidades de caer en algún error; el proceso se inicia a partir de la detección del problema de comunicación gráfica, que el diseñador tiene que analizar para poder determinar cuales son sus características específicas, como son: el espacio, tiempo, la finalidad del proyecto, y con qué recursos cuenta etc.; después de analizar lo anterior se inicia el proceso creativo en el que se analizan diferentes propuestas y se escoge de entre éstas la más funcional.

Durante la metodología se debe reflexionar sobre el trabajo y analizar el objetivo del mismo para poderle sustentar en argumentos lógicos, ya que por creativo que sea el diseño no asegura su eficacia. Los pasos en esta metodología del diseño son:

Planteamiento del problema: en esta etapa se evalúan las necesidades del cliente.

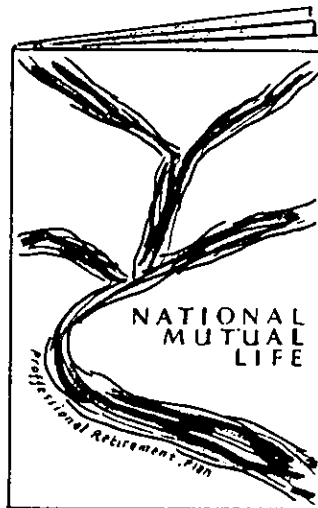
Documentación: es en esta parte en donde el diseñador se documenta acerca de la actividad de la empresa y de quienes son sus clientes potenciales.

La Incubación o elaboración tentativa: es aquí donde el diseñador crea ideas preliminares (etapa del Bocetaje).

Formalización, es decir la visualización o dummy: es en esta etapa en donde se le muestra al cliente la idea lo más precisa posible, para ser aceptada y

crear después el original

Difusión del mensaje: a partir de aquí se procede a la producción técnica del producto o mensaje, la difusión a través de los medios impresos o de transmisión. El proceso o metodología del diseño no es un proceso lineal sino interactivo ya que es un constante regresar al principio, o alternativamente a las etapas intermedias hasta conseguir el resultado deseado.



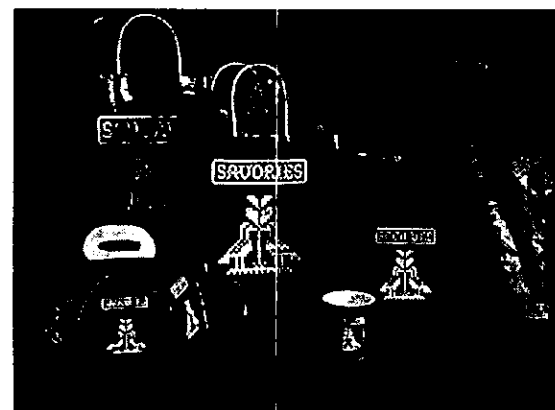
*Etapa de
Bocetaje o
Elaboración
Tentativa*

Campo de Acción del diseñador gráfico

El campo de acción del diseñador gráfico es muy amplio ya que puede interactuar en deferentes areas como es el diseño editorial, la ilustración, la tipografía envase y embalaje, señalización, televisión, cine, etc.

En las ultimas tres décadas la conciencia de la gente en lo que respecta a la profesión del diseñador gráfico ha tenido un cambio y esto ha permitido al diseñador desarrollarse en los diferentes aspectos de la comunicación gráfica.

En la promoción de un lugar, producto o servicio el campo de acción para el diseñador gráfico se presenta muy amplio ya que para ésta se requiere crear una imagen que invite hacer uso del producto o servicio así como despertar el interés del publico por conocer un lugar específico, y para ello el diseñador hace uso de diversos elementos como el cartel, volantes, folletos, revistas, periódicos, espectaculares, televisión, radio, etc.



*El Campo de
Acción del
diseñador
es muy amplio*

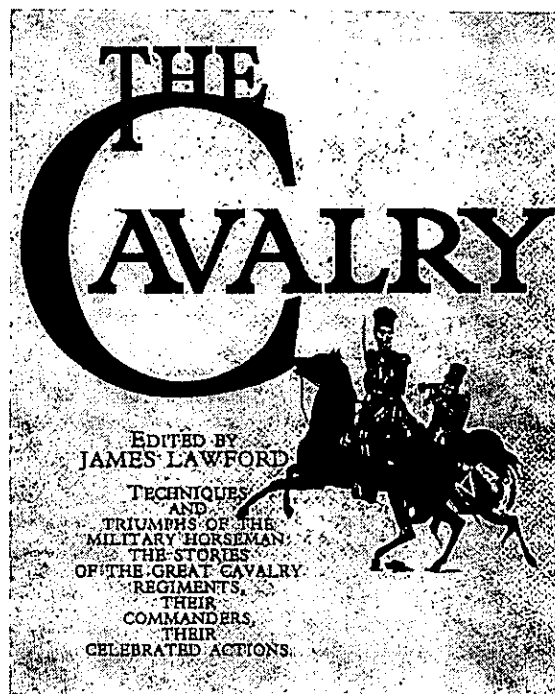
Publicidad

Es cualquier forma no personal de presentación y promoción de mercancías y servicios de un patrocinador identificado; su principal función es despertar el interés en el consumidor de adquirir el producto, utilizar el servicio o aceptar un punto de vista. Está diseñada con el fin de aumentar el número de personas que consuman el producto o utilicen el servicio además de formar gustos, hábitos, o costumbres en las personas y su principal característica es que al usarla un mensaje idéntico es dirigido a un gran número de personas en forma simultánea.

La Campaña

Una campaña es un plan complejo en el que se establecen objetivos a corto o largo plazo, ya sean éstos económicos o sociales; mediante los cuales se plantean diversos esfuerzos de comunicación en favor de un producto o servicio.

La importancia de una campaña radica en la capacidad que tiene de influenciar y crear el interés en el público



*El Cartel
como Medio
Publicitario*

*La Publicidad
Aplicada al
Envase y
Embalaje*



por consumir un producto, utilizar un servicio o conocer un lugar.

Existen diferentes tipos de campañas que se pueden clasificar en dos grupos:

Por intención:

Depende del objetivo planteado puede ser económico, cultural, social, etc.

Por alcance:

Campaña Local: ésta se limita a una ciudad y la desarrollan principalmente detallistas; también es utilizada por grandes fabricantes para realizar pruebas piloto para determinar su buen funcionamiento con el fin de aplicarle posteriormente a nivel nacional.

Campaña de Zonas o Regional: es la que se limita a una región geográfica, puede ser una porción de un estado o abarcar el estado en su totalidad.

Campaña Nacional: Es la que abarca varias zonas o regiones, es utilizada por la empresas que están bien establecidas; se utiliza también para apoyar a las campañas de zona y regionales.

La Campaña publicitaria

Es un plan que se proyecta y se lleva a cabo con el proposito de vender algo, en este plan se establecen objetivos que sirven de guía para quienes crean los anuncios a fin de proyectar el mensaje adecuado para el publico al que va dirigido; algunos objetivos pueden ser el presentar un producto nuevo, incrementar las ventas, atraer a nuevos clientes, dar prestigio al producto o compañía, etc.

*Diseñadores
en busca de
la Mejor
Campaña*



*Elementos de
Apoyo en la
Publicidad*

Promoción:

Es la serie de actividades que realiza una persona o empresa para dar información que ayude a vender o dar a conocer un producto, lugar o servicio; los elementos de la promoción son la publicidad, la venta o difusión personal, la exhibición, y las relaciones publicas;

La Campaña promocional:

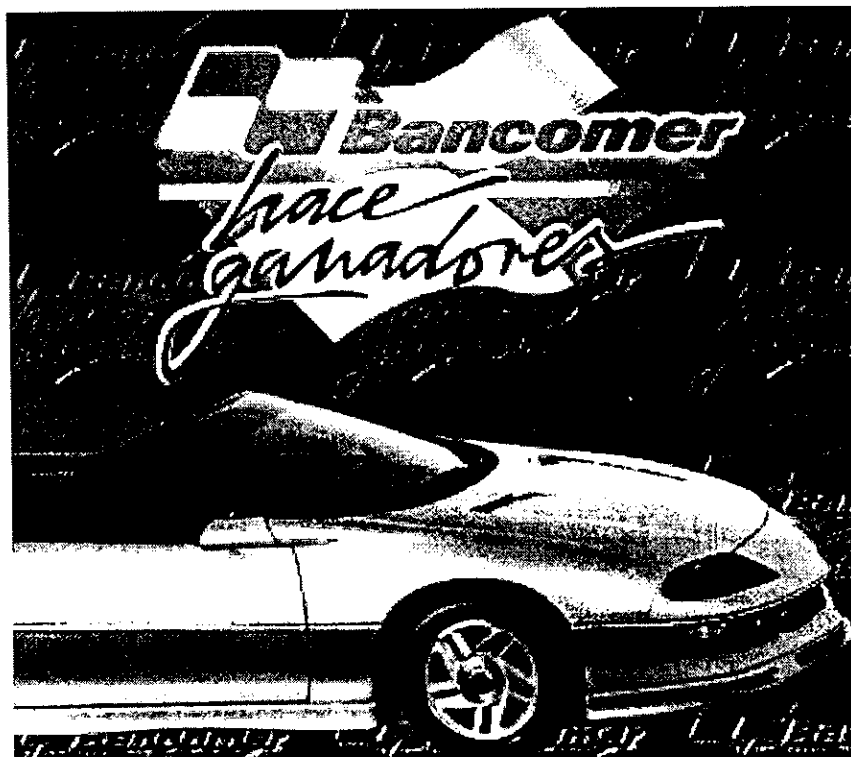
En la combinación de las diversas actividades de promoción que en proporciones adecuadas realiza una empresa para dar a conocer los productos o servicios se deben considerar con cuidado los diversos elementos y decidirse por la mejor mezcla que ayudara a la empresa a alcanzar los objetivos planteados. El tipo de productos que va a promoverse, la naturaleza del usuario, las condiciones generales del mercado y la cantidad de dinero autorizado determina la mezcla promocional.

La campaña de promoción es muy importante porque atrae clientes o usuarios e incrementa la demanda del servicio y esto ayuda a conseguir utilidades y sanear así la economía.

Planeación de la Campaña

La ejecución exitosa de la campaña depende de una planeación adecuada y para ello debe haber una coordinación adecuada entre el anunciante y la agencia de publicidad y se deben de tomar en cuenta factores como:

El Mercado: en el que se deben de considerar quienes son los probables usuarios del producto o servicio, quien influirá en la decisión de compra, que características del producto o servicio son importantes para el cliente o usuario etc.



Es importante el enfoque o tema en una campaña

Los Objetivos: es de vital importancia el determinar desde el principio de la planeación de la campaña los objetivos, ya que de éstos dependen decisiones posteriores.

El Presupuesto: después de que se ha fijado el alcance de la campaña y sus objetivos se debe determinar cuanto dinero se requerirá para alcanzar las metas fijadas.

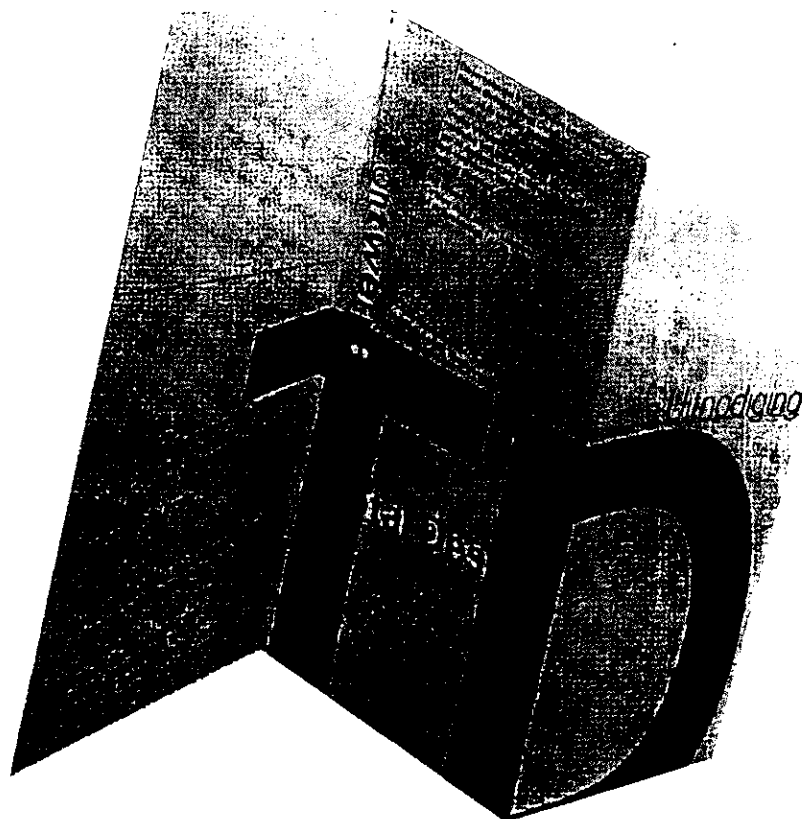
El Enfoque o Tema: una vez determinado el objetivo y presupuesto y

basados en la información del producto, el mercado, el consumidor y objetivos se debe determinar qué enfoque o tema va a estimular al consumidor.

Los medios: basándose en lo anterior se determinan qué medios serán los mejores para la campaña en particular

La Programación: en esta etapa se deben considerar diversos factores como el tamaño del anuncio, frecuencia con la que se difundirán los anuncios y los días, además de la época en particular.

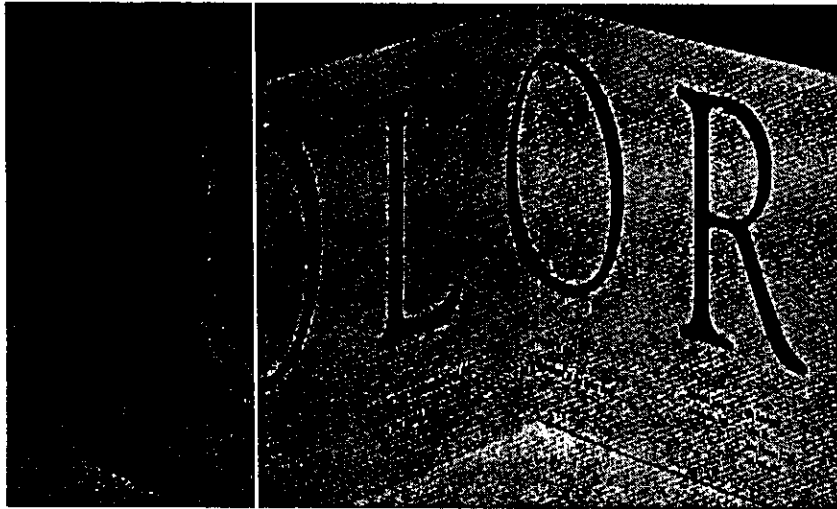
Publicidad en Medios Impresos



*El Folleto es
un importante
Medio promocional*

Un medio promocional es el camino o vehículo por el que se lleva el mensaje a los clientes potenciales; generalmente ningún medio es suficiente para llegar a todos los clientes o usuarios del producto o servicio y en algunos casos es necesario el uso de una combinación de varios medios para una campaña promocional o publicitaria; el objetivo primordial de los medios promocionales es que su mensaje sea visto, escuchado, o leído por los compradores o usuarios potenciales del producto, servicio o idea del anunciante por ello es importante que la publicidad se coloque en donde pueda llegar al mayor número de personas e influir en ellos de la forma más eficiente y al menor costo. La tarea de decidir cuál es la mejor forma y el mejor camino de colocar el anuncio es llamada selección de medios.

El problema de la selección de medios para un determinado mensaje varía dependiendo de la situación y de las circunstancias particulares de cada producto o servicio y para ello existe un número de factores que influyen en la



Triptico

decisión del medio a emplear como son: el producto, el mercado potencial, el grado y tipo de distribución, los objetivos de la campaña, tipo de mensaje o enfoque, presupuesto disponible, publicidad competitiva, tipo de medios, circulación o cobertura, audiencia alcanzada, costo relativo, factores varios (en este punto entra la calidad del material editorial ya que puede influir en la atención y cuidado que se ponga a la lectura de los textos y anuncios de las revistas, además de la confianza que el receptor tenga en el medio)

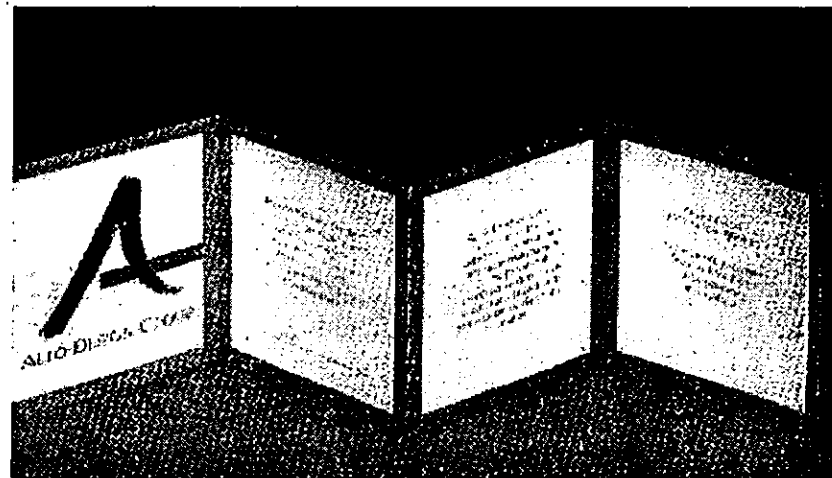
Después de que se determina la estrategia promocional se tiene que llevar el anuncio o mensaje hasta la atención del publico predeterminado y para lograr este objetivo existe un sin número de medios promocionales como son:

El Folleto:

Es un librito o manual que describe un servicio o producto y ayuda a venderle y le promueve, éste debe transmitir la calidad y características del producto o servicio.

Los productos especiales, líneas nuevas y los servicios turísticos también pueden ser tratados con eficiencia en los folletos; los folletos son más baratos que los catálogos y pueden usarse como suplemento para proporcionar información general sobre peticiones específicas.

Un folleto es un medio de publicidad directo, que permite la elección del papel más adecuado, al igual que el formato; se puede presentar con calidad y para ello se pueden emplear fotografías, ilustraciones y texto, teniendo en cuenta que el elemento más llamativo es la



Folleto de Promoción Institucional

cubierta; ésta debe de ser lo bastante atractiva para lograr el resultado deseado y el folleto no se tire y sea leído.

La revista:

es un medio de comunicación masiva, se le considera como medio permanente pues el lector le suele conservar, hay una gran cantidad de revistas especializadas en toda clase de temas como industriales, comerciales, de

servicio, profesionales, técnicas, de consumo general, femeninas etc.

Las ventajas de la revista es que ofrece selectividad, alcance nacional y local, prestigio, mayor vida y un costo relativamente bajo; una de las ventajas que ofrece la revista sobre el periódico es que el anunciante puede obtener circulación nacional, otra ventaja es que a causa de la mejor calidad del papel es posible usar una variedad de colores y técnicas logrando así



Revista Especializada en Deportes



An illustrated course in downhill and

una mejor calidad de presentación. Otra ventaja al anunciar el producto o servicio en revistas es que aumenta su prestigio, las revistas tienen una mayor vida que la mayoría de los otros medios y se lee detalladamente, además de que las revistas proporcionan un menor costo unitario para llevar a los clientes potenciales.

Desventajas de la revista: Una de las principales desventajas de las revistas es la necesidad de comprar el espacio y prepara los textos para el anuncio con mucha anticipación a la fecha en que va aparecer, esto constituye una desventaja de tiempo para el anunciante, otra desventaja es el desperdicio

Revistas Especializadas de Distribución Nacional

en la circulación ya que puede existir una incompleta distribución nacional.

El Periódico:

Normalmente los periódicos se clasifican como diarios matutinos y vespertinos, dominicales, suplementos dominicales, semanarios, de ofertas para compras y periódicos especializados.

Los periódicos se leen de prisa y tienen una corta vida y llegan a todas las clases de gente. Normalmente un anuncio en periódico se lee una sola vez, con un tiempo promedio de lectura de 30 segundos. En este corto lapso el mensaje debe de estimular al lector para la acción.

El propósito de la publicidad dentro de los periódicos es crear prestigio y aceptación.

El periódico proporciona gran flexibilidad para el anunciante ya que este puede alcanzar su audiencia tan frecuentemente como lo desee, además de que es posible concentrar los esfuerzos de promoción durante las temporadas más productivas y después aminorar los esfuerzos en los periodos de poca actividad.

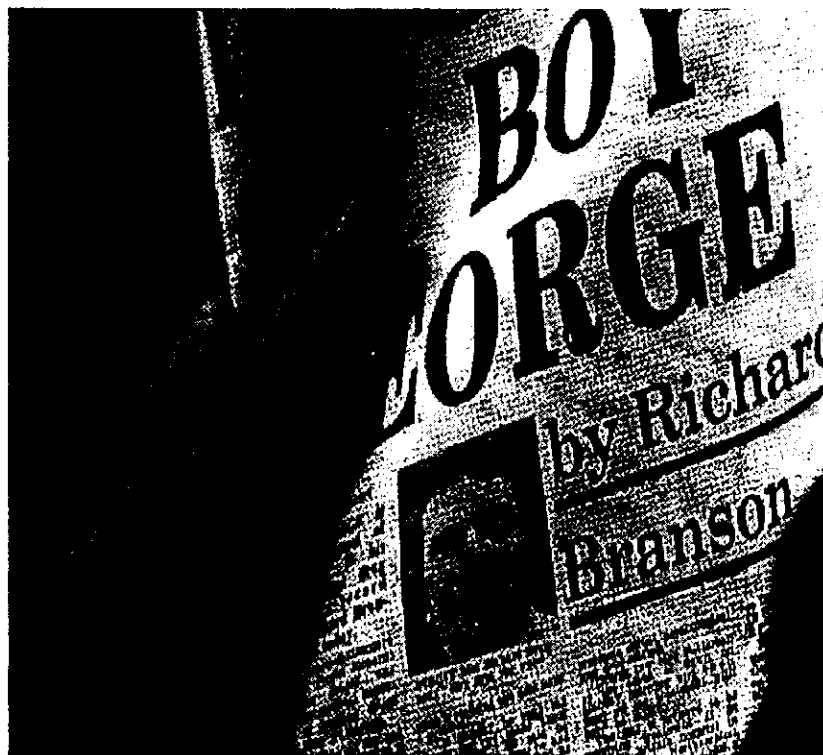
La publicidad que aparece se divide en dos categorías que son la clasificada y la desplegada; los anuncios clasificados son los pequeños avisos de ofertas, solicitudes, etc., la publicidad desplegada incluye todos los demás anuncios.

Entre las ventajas del uso del

periódico están: el que proporciona amplia cobertura de las ciudades y sus zonas aledañas, es muy flexible y sus textos pueden ser acorde a los últimos acontecimientos, su costo es relativamente bajo en comparación a otros medios, llega a todas las clases económicas, puede usarse diariamente, se puede usar por regiones específicas.

Las desventajas del periódico: existe gran circulación desperdiciada para

aquellos productos que solo son adquiridos por una clase socioeconómica, el papel y la técnica de impresión no son los adecuados para algunos productos en los que se requiera mostrar cualidades tanto de aspecto como de color, se lee aprisa y podría ser relativamente poco el impacto de los anuncios, hay tantos anuncios en algunos periódicos que es fácil que el anuncio se pierda.



*El Periódico
es un buen Medio
de Promoción*

El cartel:

Es el origen de los medios; el cartel es "Un grito pegado en la pared", ésta es una definición bastante gráfica y muestra mejor que ninguna otra la intención de este medio promocional, su principal característica es la sencillez.

El cartel tiene la misión de llamar la atención en un instante y de informar de un solo vistazo, es eficaz cuando logra que el transeúnte o el automovilista que van a una velocidad moderada capten el mensaje sin detenerse, además de que su redacción



complemente y refuerce el mensaje de las personas que si tienen la posibilidad de observarle detenidamente.

Es un elemento promocional eminentemente ilustrativo, y se le puede clasificar de de la siguiente manera:

Decorativo: se emplea para conmemorar eventos así como para exposiciones, lugares, etc.

Social: se le emplea para la promoción de eventos sociales, culturales y políticos además para concientizar a la gente sobre algún problema social y de salud.

Cultural: Estan destinados a promover actividades artísticas y diversas manifestaciones culturales.

Comercial: estos sirven como medio publicitario para la distribución y venta de productos o servicios.

Político: Son los que hacen propaganda sobre valores políticos de diversos grupos e individuos.

Los carteles se dividen en dos grupos:

● El primer grupo son los que estan planeados para el público en general, a personas que van de paso, y el mensaje en éstos debe ser claro y llamativo para que pueda ser captado de una ojeada; y pueden ser elaborados en diversos tamaños que van

desde 40 x 60 cms., hasta 70 cms x 1 mt.

● El segundo grupo son los que estan dirigidos a un grupo más especializado, o que tiene un interes específico y que se puede detener con más calma para verlos; en algunas ocasiones son reducciones de los carteles para exterior pero con más información.

El cartel se usa en ocasiones de gran importancia como el conmemorar un hecho histórico o para promover eventos exclusivos, para publicidad turística o para algunos acontecimientos políticos.

La distribución de los carteles es manual y esto ocasiona elevados costos por millar aplicado.

Existen diferentes métodos de reproducir carteles; los de más uso son el *offset* si se trata de reproducir originales que tengan fotografías, o imagenes en medios tonos, y para ello hay que tomar en cuenta que el equipo, las instalaciones y los



*El Cartel
"Un Grito pegado
en la Pared"*

materiales para imprimir con este procedimiento son costosos y se requiere imprimir un mínimo de mil para que los carteles tengan un bajo costo.

Cuando los originales que se va a reproducir no tienen medios tonos, que son resueltos en colores planos y que no tienen figuras o letras con detalles muy finos el mejor procedimiento es la *serigrafía* ya que este procedimiento permite imprimir desde 25 ejemplares sin necesidad de instalaciones costosas a este procedimiento se le considera como el que obtiene las impresiones a más bajo costo.

Regularmente el papel que se

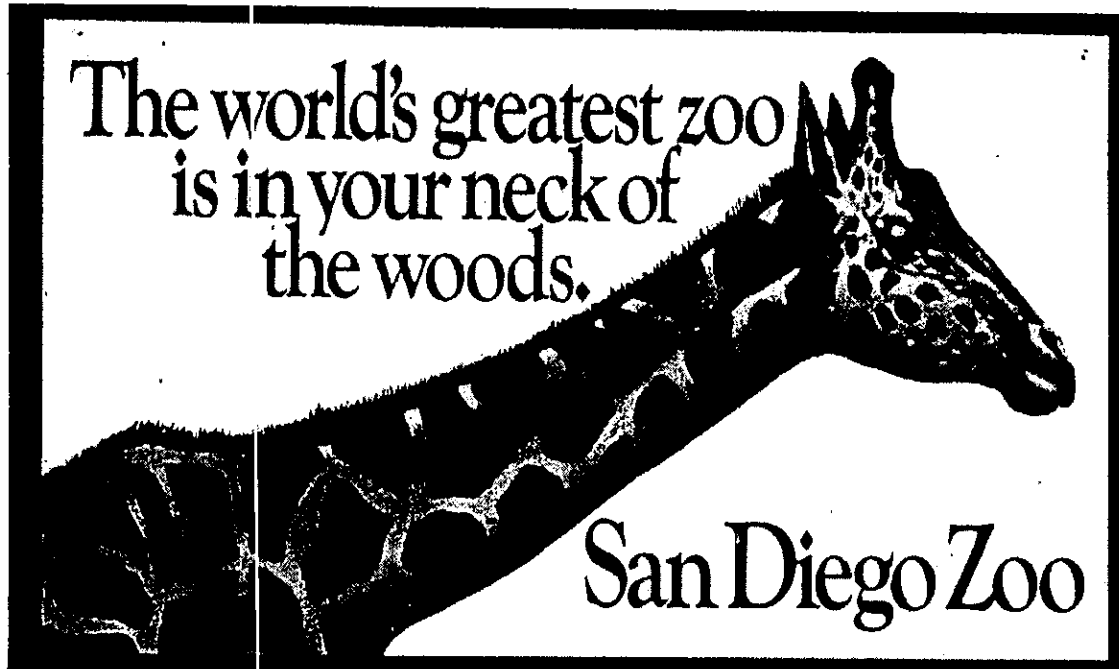
emplea para su impresión es pesado y de buena calidad, como el couché, caple, etc.

A la hora de planear un cartel se debe de tener en cuenta los siguientes aspectos:

La técnica de ilustración que se va a utilizar.

La cantidad de carteles que se requiere imprimir.

La técnica de impresión que se va a utilizar así como la cantidad de colores que se van a emplear ya que el costo de impresión varía dependiendo de los colores así como de la cantidad que se van a imprimir



Anuncio exterior o espectacular:

Su característica principal es que es un medio fijo y el lector se encuentra expuesto a él como resultado de encontrarse fuera de su casa y viajado hacia algún destino; el anuncio espectacular debe hacer llegar su mensaje en un corto periodo de tiempo que es el que le toma al lector que va manejando o caminando.

Por lo común los espectaculares están diseñados y construidos para adaptarse a las necesidades especiales de una localización específica, por lo que varían de tamaño, en ocasiones los anuncios son cambiados de forma periódica hacia nuevas localizaciones en un mercado para dar al anunciante una mayor cobertura; a esto se le llama plan rotativo.

El buen tamaño del anuncio causa un gran impacto e impresión del mismo, éste va desde 8x19 pies o menos y varían las medidas por la necesidad de ajustarse a una ubicación específica.

*El Espectacular
Variante del cartel*

Artículos Promocionales:

el diseño y la producción de los artículos promocionales es una de las partes importantes de la promoción, éstos son muy variados y se fabrican en los materiales más diversos: plástico de todas clases, metales distintos, madera de diferente calidad, telas, hule, papeles, etc., además de la combinación de diferentes materiales.

Algunos artículos promocionales son para uso personal, otros son para el consumo y los que prestan servicio a varias personas a la vez, durante un periodo determinado como los calendarios; algunos artículos promocionales están diseñados para mujeres y otros para hombres algunos para estudiantes o para ejecutivos.

Los artículos promocionales son tan variados que se hace casi imposible su clasificación; hay algunos que por su

probada eficacia están presentes en casi todos los programas promocionales y en la mayoría de los planes publicitarios.

Los artículos promocionales clásicos y sus principales variantes son:

El calendario: de pared, de escritorio, de bolsillo etc.

Agendas: secretarial, de escritorio, personal.

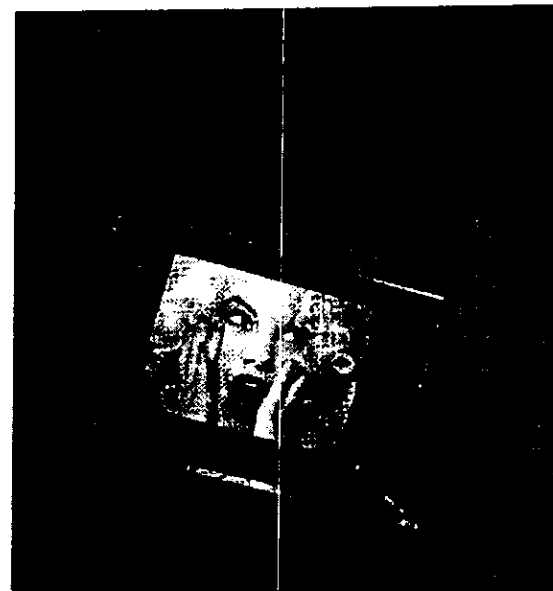
Carpetas: portafolios, carpetas de mano, carpetas de escritorio.

Bolígrafos.

Llaveros.

Ceniceros.

Además de estos existen infinidad de artículos, tantos como la imaginación pueda crear; y todos tienen en común que son medios impresos ya que el artículo lleva impreso el mensaje que le muestra y recuerda al portador el prestigio y bondades de la empresa que representa.



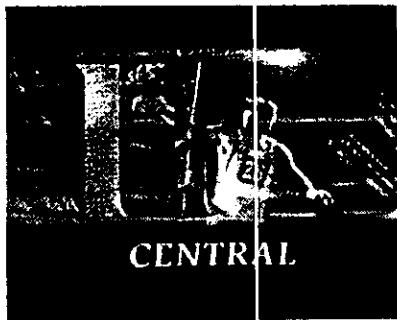
Televisión:

al recurrir al uso de la televisión como medio promocional se deben tener en cuenta diferentes aspectos generales entre los que se encuentra el tipo de programa que se va a patrocinar o a usar como vehículo para el anuncio; si va a emplear anuncios comerciales, así como el día y la hora en que va a utilizar el medio. También se debe de considerar si se va a usar un programa de proyección nacional o a compartir un programa por medio del copatrocinio o a utilizar spots.

Al considerar a la televisión como uno de nuestros posibles medios de promoción se debe de analizar quienes



Algunos Artículos Promocionales



componen la audiencia que puede alcanzar y en que proporción.

Las ventajas de la televisión como medio promocional es que hace uso completo tanto de la vista como del sonido y los medios impresos solo son visuales y confían en la capacidad del cliente potencial para leer el anuncio, la televisión tiene la gran ventaja de utilizar el movimiento además de que mientras el comercial esta en pantalla no existe competencia de material editorial

adyacente que nos quite la atención como sucede en los medios impresos y aunado a esto ofrece también la ventaja del color.

Las desventajas son que el mensaje dura sólo mientras permanece en la pantalla y si el receptor no esta viendo o escuchando en el momento exacto en que se presenta el anuncio, el mensaje se pierde; también existe gran competencia de estaciones de televisión de esta manera el mensaje llega solo a quienes sintonicen una estación en particular. Aún en programas patrocinados, los espectadores pueden retirarse de la televisión para hacer otras cosas durante los comerciales, perdiéndose así el mensaje comercial.

El costo de los programas buenos es muy alto, y ante esto la televisión se hace inaccesible para muchos anunciantes más pequeños.

Metamorfosis en un Anuncio de reconocimiento de estación



Radio:

Como sucede con la televisión, al utilizar la radio como medio promocional se debe analizar el alcance que tiene, el número de aparatos receptores, y el sistema de red nacional; La radio ya no tiene el mismo prestigio que tenía antes, en los últimos años a causa de que la televisión ha acaparado los mayores aspectos del entretenimiento con la transmisión de grandes espectáculos, el número de programas patrocinados ha tenido un gran descenso en la actualidad la mayoría de los anunciantes que se valen de la radio no patrocinan programas.

Las ventajas de la radio: son que depende exclusivamente de la palabra y así el radioescucha puede oír los programas y los comerciales mientras hace otras cosas, como manejar un automóvil o hacer trabajos caseros; no requiere el esfuerzo y concentración que requieren otros medios.

La publicidad en radio es mucho menos costosa que la de la mayoría de los medios publicitarios; y la mayoría de la gente tiene un aparato a su alcance y puede escucharlo a casi cualquier hora del día.

Las desventajas de la radio: al igual que la televisión el mensaje que proporciona es perecedero y si la persona no está escuchando el mensaje del anunciante en el momento de transmisión éste se pierde.

La ventaja de poder escuchar radio mientras se está haciendo otra actividad es



EL LUBRICANTE

EL MOTOR

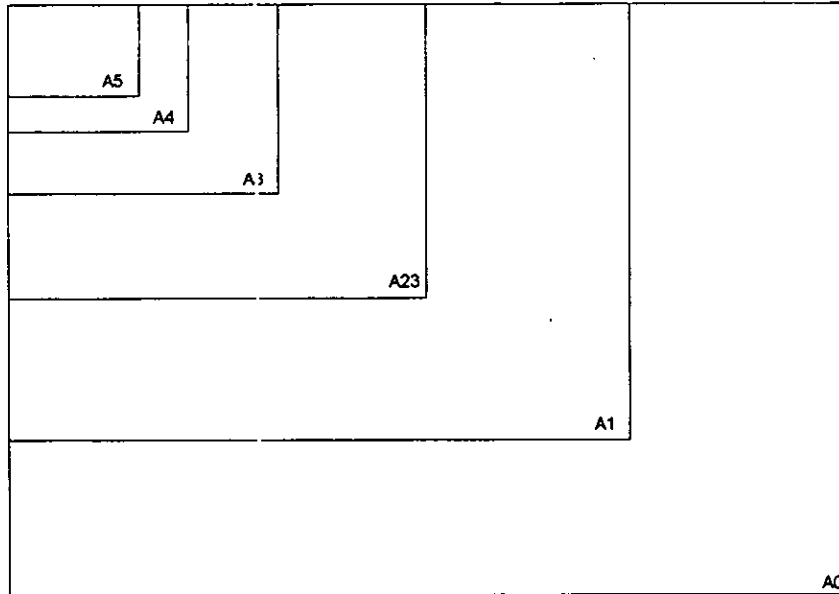
a la vez un desventaja, ya que mucha gente esta escuchando el programa de radio solo como fondo y no esta prestándole atención.

Otra tendencia en radio es colocar

demasiados comerciales, esta tendencia surge a partir de los esfuerzos de las estaciones por acrecentar los ingresos publicitarios.

*El radio importante
medio de promoción*

Elementos del Diseño Gráfico



La esencia del Diseño es la combinación de los diferentes elementos que le componen en una área con el objetivo de transmitir un mensaje dentro de un contexto determinado y este mensaje puede ser modificado mediante la manipulación de estos elementos:

El Formato:

Al tomar la determinación del tamaño

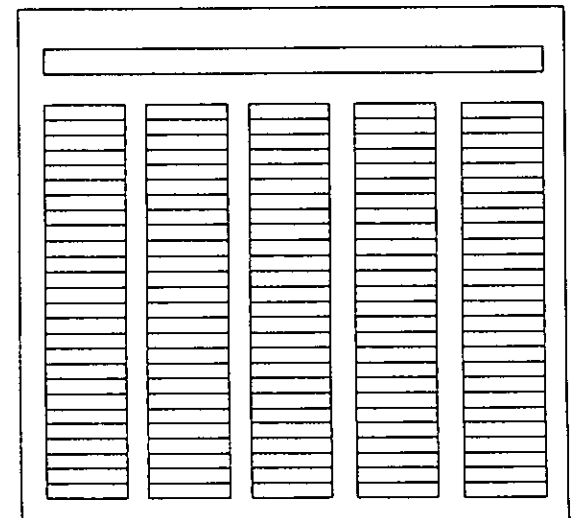
y forma debemos de tener en cuenta en donde se exhibirá y si existe alguna restricción que rija el tamaño con el que se va a trabajar.

La forma del diseño plantea nuevos problemas que deben controlarse en el marco del proceso creativo ; algunos factores financieros también rigen la forma ya que los cortes especiales sean curvos o de formas poco practicas son caras de reproducir, así mismo al dividir el papel de forma poco practica nos puede resultar en desperdicio.

La Retícula:

El saber colocar los elementos de diseño dentro de un espacio es un problema que ha conducido a la creación de ciertas reglas y fórmulas. La solución a estos problemas se encuentra en el uso de las retículas.

La retícula es la división geométrica de una área en columnas, espacios y márgenes; la retícula ayuda a conseguir equilibrio en un espacio determinado, con el uso de las retículas se logra una disposición de los elementos mas dinámica y creativa. Existen diferentes motivos para utilizar una retícula adecuada para organizar el texto y las ilustraciones o fotografías: el primero es que el problema se puede resolver en menos tiempo y menos costo, es posible resolver problemas simples como complejos.



La Composición:

Es útil aplicar algunas normas a la organización de los diversos elementos ya que esto garantiza una disposición perfecta. La composición es la disposición de los elementos para crear un todo satisfactorio que presente un equilibrio, un peso y una colocación perfecta de los elementos.

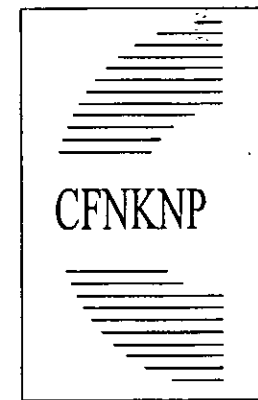
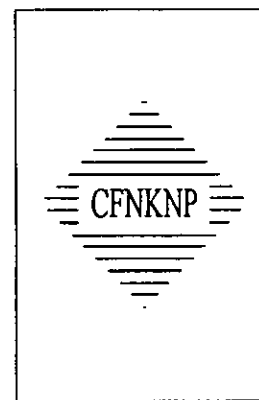
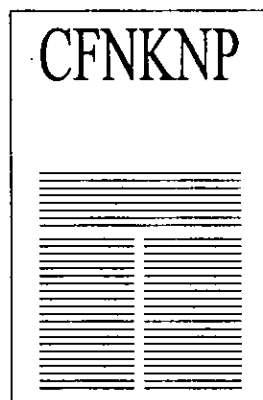
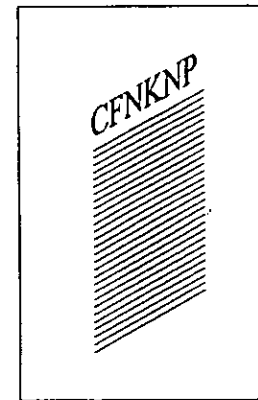
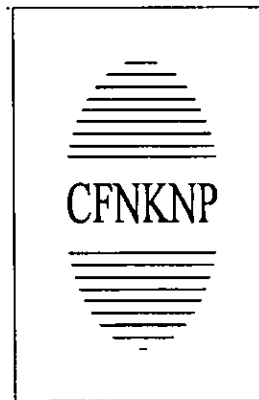
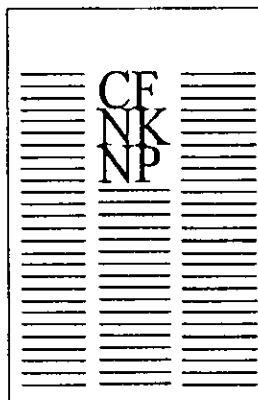
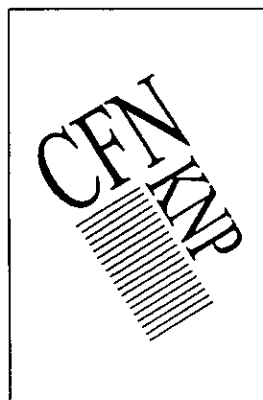
Los aspectos que se deben de tomar en cuenta en la composición son el equilibrio tanto de color como de forma dentro del área de diseño, y para ello podemos hacer uso de regla llamada "Sección Aurea" la finalidad de esta regla es dar los puntos de referencia en el papel bien balanceados y desde los cuales trabajar; es un método matemático para conseguir proporciones "Ideales"; el ritmo, que se genera mediante la manipulación de las direcciones de los elementos y de los espacios entre ellos.

Existen dos tipos de composición:

Composición formal: ésta contienen una estructura matemática, con rigidez en cuanto a posición y dirección de elementos.

Composición informal: aparentemente carece de una estructura y es más libre en la colocación de los elementos y su posición.

Actualmente artistas y diseñadores trabajan mas intuitivamente que en el pasado pero la experiencia y la confianza siguen siendo los factores decisivos e importantes para la composición.



La Tipografía:

Para el diseñador la tipografía es algo más que marcas negras sobre el papel, es todo símbolo visual en la página impresa, y se le denomina caracteres que incluyen letras, números signos de puntuación y otros símbolos diversos como el signo de pesos, el de centavos, el símbolo "&" las fracciones etc.

El diseñador debe de saber identificar las familias tipográficas y para ello debe

aprender las formas en que se organizan los tipos; para de esta forma estar en condiciones de encontrar la letra que satisfaga sus necesidades.

La tipografía se organiza por: grupos, familias, fuentes, y series.

Variedades de las familias: dentro de una familia determinada puede haber variedad tanto en amplitud, peso y

posición, estas variedades se mencionan algunas veces como estilos tipográficos, sus características básicas de diseño de la familia generalmente permanecen constantes.

Grupos:

Letra de textos: los tipos de este grupo se asemejan a la caligrafía antigua del tiempo de Gutenberg y muchas letras han evolucionado a partir de este estilo; las letras de este estilo son difíciles de leer cuando están compuestas en muchas líneas. Estas letras son apropiadas para ocasiones especiales como una boda o graduación o para documentos y diplomas y siempre se deben de componer en mayúsculas y minúsculas para su mejor legibilidad.

Tipos romanos: las letras de este grupo son más numerosas y las que más se usan.

Los tipos romanos se caracterizan por contrastar rasgos suaves y fuertes y por el uso de remates, características que ofrecen dos ventajas: hacen que estas letras sean de lectura fácil, y segundo que permite una interesante apariencia de textura dentro de la mancha tipográfica.

El tipo romano se subdivide en estilo antiguo y estilo moderno.

Tipo gótico: se denominan también san serif o palo seco (sin remate que en francés significa "sin remate") y ocupan el segundo lugar en el número y

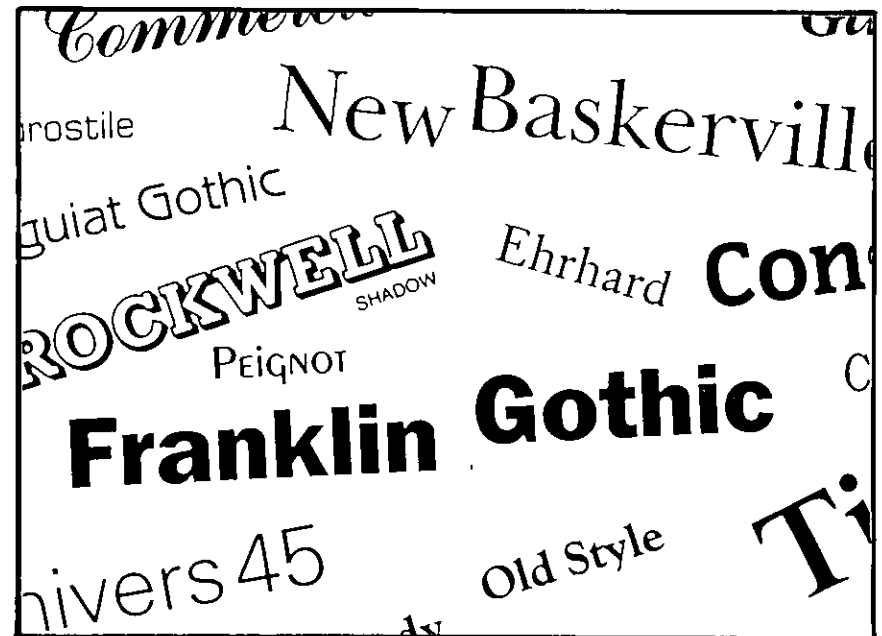
frecuencia de uso; son monótonas y con muy poco contraste en sus rasgos y carentes de remates. La inspiración para el uso de esta tipografía nació con la revolución industrial ya que reflejaba el espíritu del funcionalismo; su modelo se tomó de los antiguos caracteres griegos que tenían rasgos de una amplitud uniforme.

Letra de remate cuadrado: se consideran como un subconjunto de las letras góticas estas letras se usan con mayor frecuencia en encabezados y con menor frecuencia en textos más extensos.

Letras manuscrita y cursiva: éstas emulan la letra manuscrita. La letra

cursiva no está unida, mientras que la manuscrita aparenta estar unida, no se usan mucho en la composición de textos extensos y se emplean para finalidades especiales como anuncio, invitaciones y membretes.

Letra decorativa y novedosa: este grupo no puede tener una definición precisa, es una especie de armario en donde se ubican todas aquellas letras que no entran dentro de las clasificaciones de texto, romana, palo seco, manuscrita, o cursiva. Algunas letras se podrían clasificar como de moda ya que dan la connotación de determinado tiempo, periodo, lugar o moda determinada.



Diferentes
Tipografías

Algunos estilos tipográficos son diseñados con rasgos más delgados o más gruesos de los que se encuentran en la letra normal. Estas variaciones se denominan como Light (clara), demibold (seminegra), bold (negra), y extrabold (extra negra).

Algunas familias tienen a su disposición un determinado número de variedades, pero la mayoría tiene

únicamente redondas (normales), cursivas y negras.

Fuentes tipográficas: una fuente está integrada por letras, números, signos de puntuación y otros símbolos que constituyen una rama (variación) de una familia en determinado tamaño.

El color:

El color es una cualidad de la luz reflejada por las superficies entintadas y no entintadas; la luz blanca es la combinación de todos los colores del espectro, y ésta puede descomponerse en tres colores primarios: rojo, azul y verde. Cuando dos de estos primarios se adicionan o se superponen se produce un color más claro.

El círculo cromático es un útil elemento para indicar los colores de una misma familia de tonos, llamados adyacentes, y los colores opuestos también conocidos como complementarios; al juntar se puede conseguir una variedad infinita de efectos y sensaciones.

Cualquier proyecto que se emprenda implica el uso del color. Se puede trabajar a todo color, utilizar un solo color, dependiendo del diseño y producto; un factor importante en la elección de los colores es el aspecto económico.

Se debe examinar con mucho cuidado el color que se elegirá ya que éste puede tener una importante influencia en el contenido del mensaje o idea.

GRAPHIC
DESIGN



A VISUAL REFERENCE TO TWENTIETH CENTURY GRAPHIC DESIGN

*El Color, importante
elemento en el
Diseño Gráfico*

Los colores fríos y ligeros como el azul y el verde se utilizan principalmente en la promoción para artículos de baño; los colores ocres son cálidos y pueden proyectar una imagen veraniega y al mismo tiempo dan la sensación de correosidad y clasicismo; los dorados y negros proporcionan la sensación de metales preciosos.

Los colores ofrecen también la oportunidad de crear una atmósfera o de proyectar un estado de ánimo o una sensación, y la tarea del diseñador es explotar dinámicamente el poder de los colores y la cantidad del color esta determinada por diferentes factores como son el equilibrio de los elementos en el diseño, la tipografía y las formas.

La Fotografía:

un aspecto importante del Diseño gráfico es la fotografía al realizar un diseño con fotografías se obtiene un enfoque distinto al de las ilustraciones, ya que nos ofrece otro medio de expresión creativa; normalmente las fotografías son a todo color o en blanco y negro y además ofrecen la ventaja de que muestran la realidad además de que en ocasiones el uso de la fotografía es la única o sino por lo menos la solución más adecuada para la solución de un problema gráfico.

El diseñador debe de tener conciencia de las limitaciones tanto de la fotografía como del fotógrafo y así mismo tenerlas en cuenta a la hora de diseñar además un factor importante en el éxito de la solución creativa es la relación diseñador fotógrafo.



*La Fotografía
importante
apoyo para
el diseño*

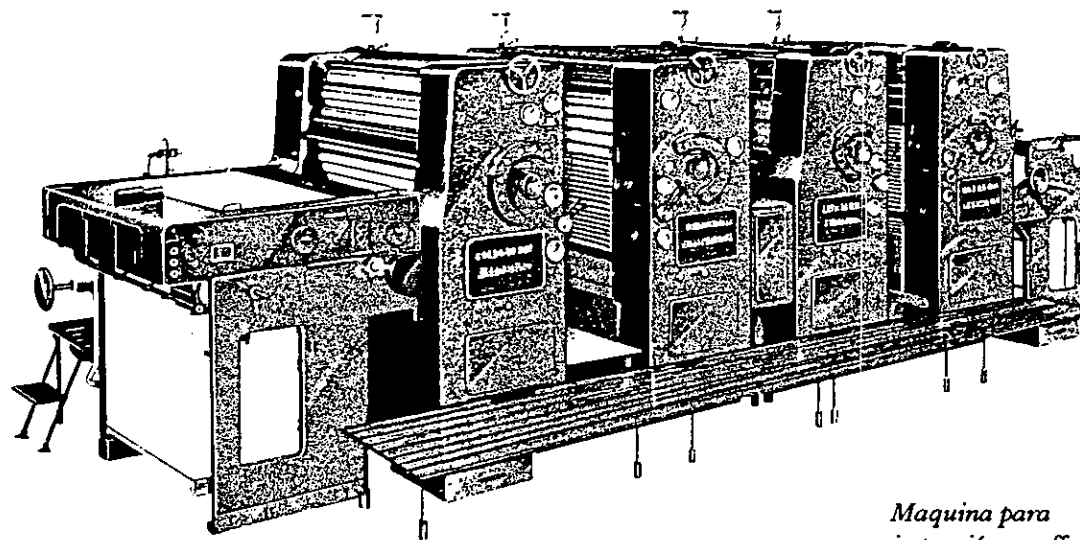
Medios de Impresión

La selección del método de impresión más apropiado es uno de los obstáculos que se debe de librar cuando el objetivo es la comunicación gráfica masiva; y para ello existen diferentes métodos de impresión como el offset, la serigrafía, flexografía, huecograbado, tipográfico, etc.

Offset:

La impresión en offset se utiliza para imprimir libros, periódicos, revistas, anuncios, papelería en general, calcomanías, carteles, folletos, etc. con alta calidad de impresión. En esta técnica de impresión se puede imprimir a todo color (cuatricomía) o solamente un color; el tiraje puede ser muy grande y rápido y su costo puede ser accesible para cualquier empresa.

Su procedimiento se basa en el principio de la repulsión mutua de la grasa y el agua; al humedecer la placa para impresión previamente revelada con la imagen que se desea imprimir, las áreas con imágenes se quedan secas ya que éstas se encuentran con grasa, y al aplicar la tinta estas áreas la reciben perfectamente y la tinta solo permanecerá en estas áreas hasta terminar la impresión.



*Maquina para
impresión en offset
de cuatro colores*

Existen dos tipos de maquinas para imprimir offset:

Maquina de pliegos: es de las más simples, de una sola tinta esta equipada con los tres cilindros tradicionales; y para el cambio de tinta disponen de dos rodillos lavadores que le permiten cambiar de tinta en un breve lapso de tiempo.

Rotativas de Bobinas: son

maquinas poderosas que se utilizan en tiradas de periódicos a varios colores y consumen de 5 a 7 metros de papel por segundo.

La calidad de la impresión en offset depende en gran medida de la utilización del papel adecuado, para ello existen diferentes tipos como el Pipsa, Bond de diferentes calibres, opalina, bristol, caple, papel y cartulina Couché etc.



Serigrafía:

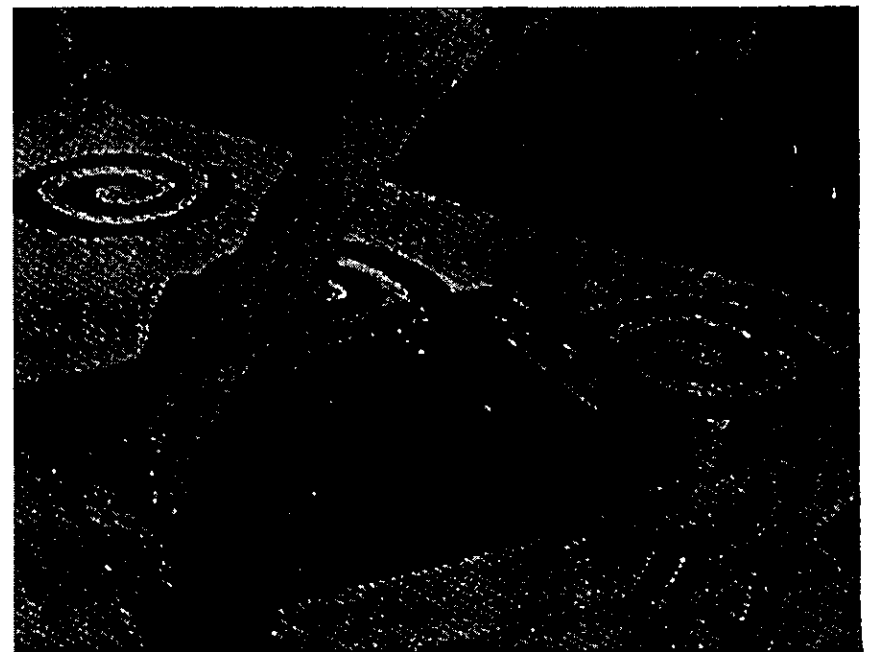
la impresión con pantalla se basa en un principio diferente al de el offset; el equipo necesario para imprimir es un marco para pantalla, pantalla que puede ser de nylon, seda, dacrón, etc. que es montada en el marco de madera o metal.

La pantalla previamente emulsionada con un revelador fotosensible a la luz se revela colocando debajo de ésta un original transparente con la imagen en negro, la pantalla se expone unos minutos a una fuente de luz intensa después por medio del empleo de agua el área de

emulsión que no fue expuesta a la luz se cae dejando así el espacio por donde pasara la tinta para la impresión.

La serigrafía tiene diversas aplicaciones, una de las ventajas es que por medio de ella se pueden imprimir objetos tridimensionales como: vasos, ceniceros, gorras, lapiceros, globos; además bajo cualquier superficie como madera, papel, plástico, vidrio, tela, etc. además también se puede imprimir carteles, camisetas, cortinas, papel tapiz, etc. es un medio de impresión de buena calidad y económico y su tiraje no puede ser muy grande ya que sería muy tardada la entrega.

Pantalla con Plantilla



Modo de Imprimir

Capítulo

67



VI
Conclusiones



Conclusiones

El desarrollo de esta tesis profesional de Diseño Gráfico es de gran importancia ya que significa la culminación de un gran esfuerzo.

La implementación de la Campaña promocional a que hace referencia este proyecto presenta la solución a un problema específico de nuestra comunidad como lo es la falta de promoción de las principales zonas arqueológicas del estado de Michoacán ya que éstas representan los orígenes y el esplendor de nuestra cultura y nuestras raíces.

El empleo de esta Campaña promocional aumentará la afluencia turística y esto favorecerá a los habitantes de las comunidades aledañas a estas zonas además de despertar el interés de los mexicanos por conocer nuestras raíces y nuestra cultura.

El buen desempeño de esta promoción dependerá en gran medida del interés y aporte económico por parte de la Secretaría de Turismo así como del INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia).

El Diseño Gráfico en esta propuesta fué el factor más importante ya que se empleó gran creatividad en el uso de los diferentes aspectos como la composición y la habilidad de combinar texto, color e imagen para obtener el mejor resultado y poder así llamar la atención del espectador.

Como profesional del Diseño Gráfico espero que esta promoción cumpla con los objetivos planteados.

Capítulo



VII

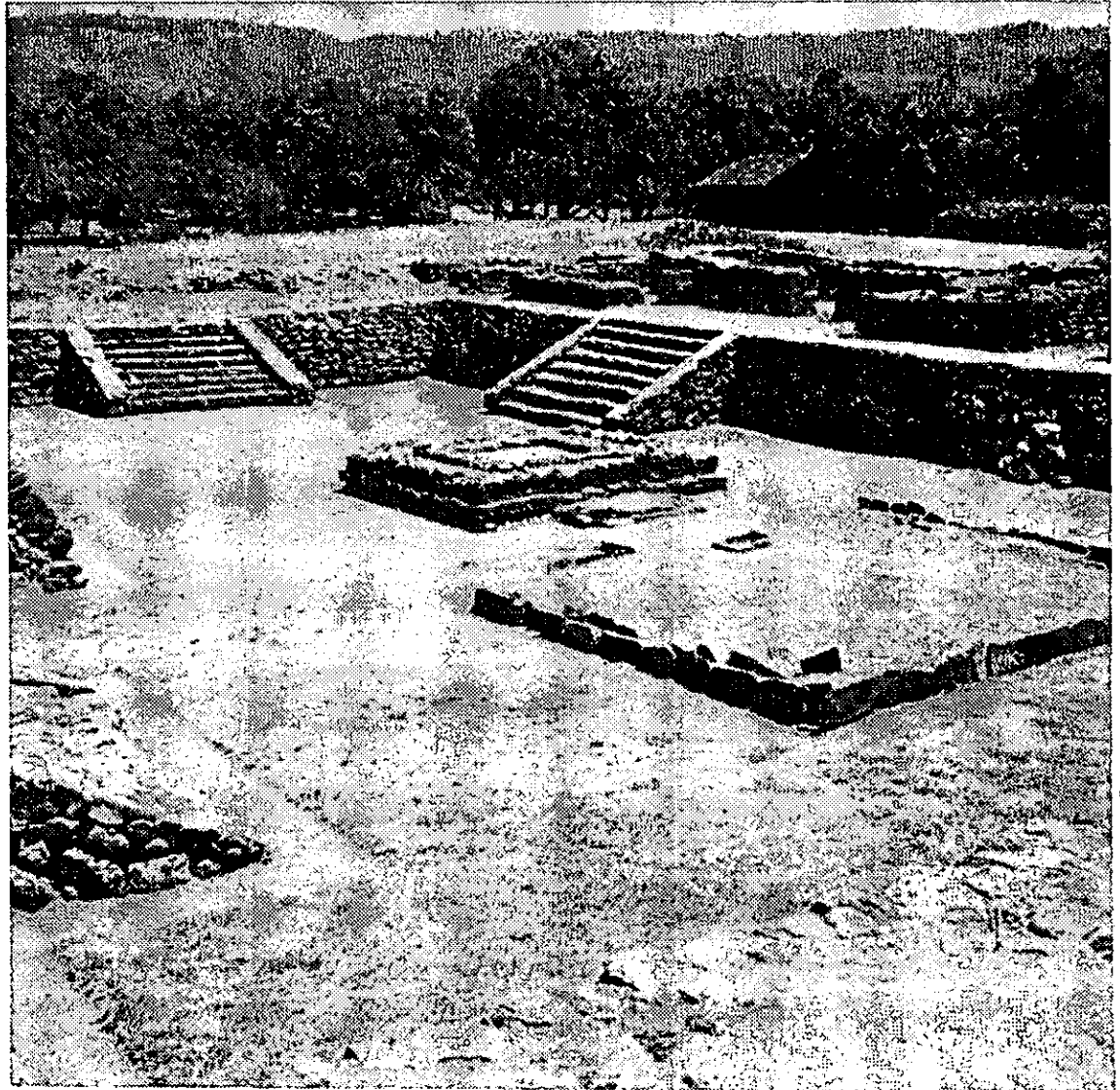
Aportación



¿Porqué una Campaña Promocional?

El Diseño Gráfico hoy en día funge como una herramienta de comunicación, el papel que desempeña en nuestra sociedad es muy importante; su principal objetivo es el comunicar o promocionar algún evento, servicio, producto, organismo, institución o lugar.

En el comienzo todo proyecto de diseño se apoya en las mismas bases, como lo es el analizar si existe un problema de comunicación gráfica, sus causas y consecuencias; y el como podemos mediante el Diseño Gráfico contribuir para darle la mejor solución. Es por eso que el objetivo principal de este proyecto es el promocionar las Zonas Arqueológicas del Estado de Michoacan, mediante una campaña promocional a nivel nacional, la cual pretende difundir su existencia, para así crear el interés en el turismo estatal y nacional por conocer y visitar estas zonas logrando así que la gente conozca nuestras raíces y nuestra cultura.





La Campaña promocional esta dirigida principalmente a jóvenes y adultos; se tomó en cuenta primordialmente que los posibles visitantes a estas zonas serían gente de un nivel cultural medio y alto, es por ello que se comenzó a crear una imagen propia de estas zonas que les diera una personalidad en su conjunto.

Nombre de la Campaña

Primero se trabajó con el nombre de la campaña; éste es una parte de gran importancia en la campaña ya que mediante el cual se le reconocerá.

Se realizó un listado de posibles nombres para la campaña y se obtuvieron los siguientes:

- a) "Arqueología Michoacana"
- b) "Vestigios Históricos Michoacanos"
- c) "El Michoacán Arqueológico"
- d) "Esplendor Purhépecha"

Se eligió el de **"Arqueología Michoacana"** por ser un nombre corto y pregnante, que en sí encierra un gran significado ya que las zonas arqueológicas de nuestro estado no solo son construcciones como tal sino que también tienen un gran contenido histórico y místico de nuestras raíces y nuestros

"Arqueología Michoacana" ✓

"Vestigios Históricos Michoacanos"

"El Michoacán Arqueológico"

"Esplendor Purhépecha"



antepasados, asimismo del como vivieron y cuales fueron sus costumbres.

Logotipo de la Campaña

Después de decidir el nombre de la campaña se trabajo en la creación del logotipo de ésta, ya que con él se logrará dar personalidad y carácter a la campaña; tenia que ser un logotipo que en sí mismo encerrara el concepto de lo que es la arqueología, además de ser un elemento que nos servirá para identificarle.

Se obtuvieron diferentes ideas para lograr la mejor opción que fuera de acuerdo al concepto de la campaña; surgió la necesidad de apoyar al nombre de la campaña con algún gráfico que por si solo nos diera a entender que se trataba de arqueología y en específico de zonas arqueológicas. Se bocetaron diferentes opciones, se emplearon principalmente gráficos arqueológicos de la cultura purhépecha pero que no mostraban lo que se buscaba, de esta forma se optó por utilizar el elemento más representativo de estas zonas arqueológicas que fue la construcción piramidal y su escalinata ya que ésta es una de las "formas" que más nos evocan estas construcciones.



ARQUEOLOGÍA



MICHOACANA

ARQUEOLOGÍA

MICHOACANA

ARQUEOLOGIA

michoacana





Después de Bocetar en base a éste criterio se obtuvieron diferentes opciones:

a) En ésta opción se trato de enfatizar el nombre de la campaña mediante una pleca, utilizando la tipografía calada sobre ésta, se utilizó además dos pirámides colocadas en diferente tamaño para dar la sensación de profundidad y diferencia de tamaño. No se consideró la más apropiada ya que no tiene la jerarquización apropiada de sus diferentes elementos.

b) En esta propuesta se trató de dar la importancia debida a los diferentes elementos pero aún se tenía cierta diferencia en el nombre además de que la posición de las pirámides se mimetiza y se ve como un sólo elemento.

c) En ésta opción se destacó más la palabra Arqueología dando menor importancia a la de Michoacana y al gráfico de la pirámide se le dio menos importancia .

d) Aquí se le dio más importancia a la palabra Michoacana que a la composición de los gráficos; no es la más adecuada.

e) Se consideró que ésta opción es la más adecuada ya que es una composición equilibrada tanto en la posición de los elementos como en el tamaño de la tipografía, ya que ésta es la que más se



(A)



(B)



(C)



(D)

(E)



adecúa al concepto; por sus trazos geométricos de los dos elementos que simbolizan a estas construcciones y que son apoyados por el nombre de la campaña para reforzar así el objetivo de ésta.

Tipografía del Logotipo de Campaña

Una vez que se obtuvo la mejor opción del Logotipo de Campaña se trabajó en la elección de la tipografía más adecuada al tema.

a) En ésta opción se empleó la tipografía **FrizQuadrata Bt**, se consideró que era un buena opción pero no la más adecuada por el tipo de patín y sus terminaciones.

b) En ésta opción se aplicó la tipografía **Novarese Bk Bt**, ya que es una tipografía con patín que nos connota cierta estabilidad y soporte en su forma; es por esto que se relaciona con las características de las construcciones arqueológicas, y se consideró ser la mejor opción.



Arqueología
MICHOACANA (A)



Arqueología
MICHOACANA (B)

Selección del Slogan

El slogan de campaña esta creado para dar apoyo a esta imagen gráfica, además de ser un elemento sutil que nos sirve para crear el interés en las personas, forma una parte importante de ésta ya que debe ser fácil de recordar, debe de ser una parte agradable del diseño y sobre todo dar a conocer el objetivo primordial de la campaña.

Englobando en unas cuantas palabras lo que el visitante puede encontrar al visitar las zonas arqueológicas; y para lograr esto se obtuvieron las siguientes opciones:

- a) Ven a conocer tus Zonas Arqueológicas.
- b) Conoce tu pasado.
- c) **Tu reencuentro con el pasado.**
- d) Ven a conocer el presente arqueológico de tu pasado histórico.
- e) El esplendor Purhépecha del Michoacán antiguo.
- f) El histórico pasado de nuestro presente.

Mediante una encuesta se decidió utilizar la tercera opción ya que este slogan por si mismo te hace una invitación para que vengas a conocer las Zonas Arqueológicas además te deja entre-

"Ven a conocer tus Zonas Arqueológicas"

"Conoce tu pasado"



"Tu reencuentro con el pasado"

"Ven a conocer el presente arqueológico de tu pasado histórico"

"El esplendor Purhépecha del Michoacán antiguo"

"El histórico pasado de nuestro presente"

ver lo que lograrás al visitarlas.

Al iniciar la etapa de bocetaje del Slogan de decidió utilizar la tipografía Casablanca Antiqua ya que debido a sus trazos irregulares nos evoca el tipo de construcción irregular, la tipografía aparece en diferentes tamaños para lograr la integración adecuada de las palabras de una manera agradable y dinámica, obteniendo de tal forma una mejor imagen para la campaña:

a) En esta opción se emplearon dos plecas para tratar de dar cierto soporte a la integración de las palabras, pero se tornaba un tanto estático.

b) Aquí se colocaron dos recuadros para simular la piedra que es el principal elemento de construcción de las Zonas Arqueológicas, pero al igual que el anterior se ve estático

c) Este fue un intento de simular la textura que forman las construcciones, pero en este caso las líneas hicieron que se perdiera la legibilidad del slogan.

d) Se optó por la última opción ya que es muy limpia y bastante legible y el acomodo de las palabras es agradable y dinámico.



¡Tu
Reencuentro
con
el pasado!

(A)

¡Tu 
Reencuentro
con el
 Pasado!

(B)

¡Tu
Reencuentro
con
el pasado!

(C)

¡Tu ✓
Reencuentro
con el
Pasado! (D)

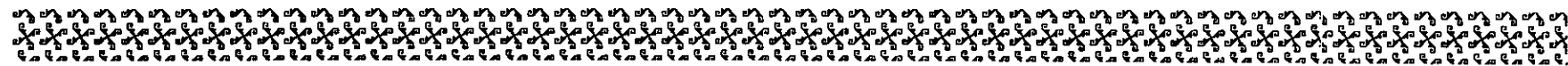


Gráfico de Apoyo

Se decidió emplear una textura que serviría para dar dinamismo a la imagen, creando una sensación de actualidad, aún más llamativa para lograr despertar el interés del visitante; de esta manera surgió la necesidad de obtener un gráfico de apoyo para ayudar a crear esa imagen casual y agradable.

Primeramente se retomaron varios elementos de diferentes cerámicas prehispánicas michoacanas para así mismo poder elegir el mejor elemento que más se adecuara a la campaña y permitiera un buen resultado para la imagen de ésta, el gráfico tenía que surgir de los variados elementos arqueológicos de nuestra región para lograr que la imagen de la campaña se identificara plenamente con la Cultura Prehispánica Purhépecha.





Diseño de Textura

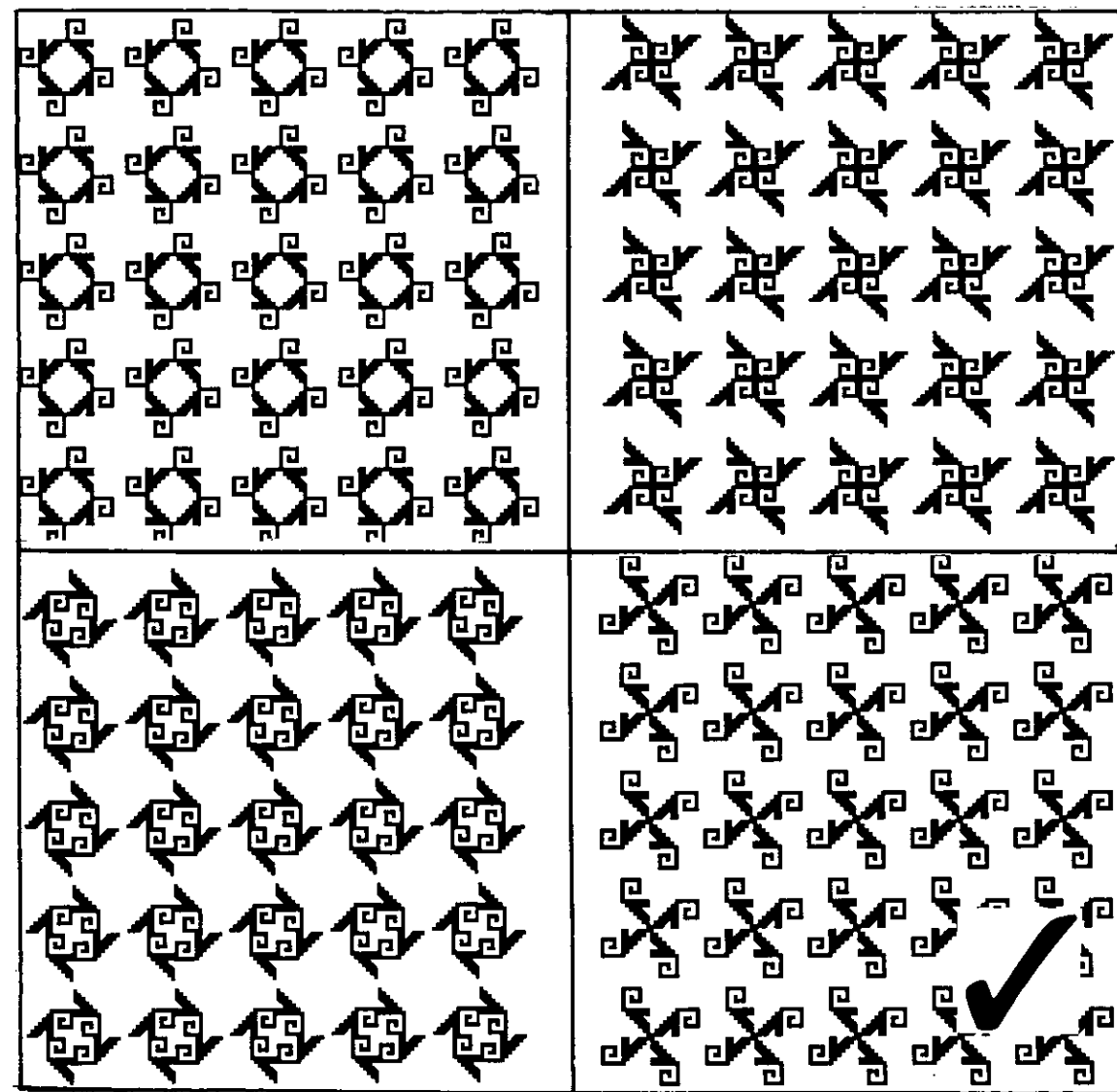
Primeramente se crearon diferentes módulos con el gráfico de apoyo éstos fueron dispuestos en diferentes posiciones para lograr un sin número de agradables texturas:

a) Esta textura es agradable pero por la forma del módulo utilizado y su disposición en el espacio visual, nos hace verla de una forma geométrica y estática.

b) La combinación de este módulo y sus terminaciones en punta nos evoca un textura un tanto agresiva.

c) Esta textura es una combinación de las características de las dos texturas anteriores.

d) Se consideró que esta es la textura mas adecuada para la imagen de la campaña por ser una textura dinámica e impactante.





Tipografía

Se utilizaron diferentes tipografías en la imagen de la campaña para dar una personalidad y significado propio a cada elemento de la imagen: Se usó la tipografía Novarese Bk BT para el nombre de cada uno de los lugares así como para el logotipo de la campaña.

Se realizaron diversas pruebas con diferentes tipografías para analizar cual era la más apropiada para el nombre de las diferentes zonas arqueológicas que se promocionarán con esta campaña; de entre las que destacan la FrizQuadrata, la Casablanca Antique, y la Novarese ésta última fue la que más se adecuó para el nombre de los diferentes lugares, así mismo para la información general en las diferentes aplicaciones; por ser una tipografía de patines y de trazos firmes, que por sus características nos ayuda a tener una mejor legibilidad y fácil lectura.

de igual forma se empleo la tipografía Swiss 721 Bt para la información general en los folletos, ya que sus rasgos sencillos nos permiten una buena legibilidad además de generar un agradable contraste con las demás tipografías.

Tzintzuntzan

Tzintzuntzan

Tzintzuntzan ✓

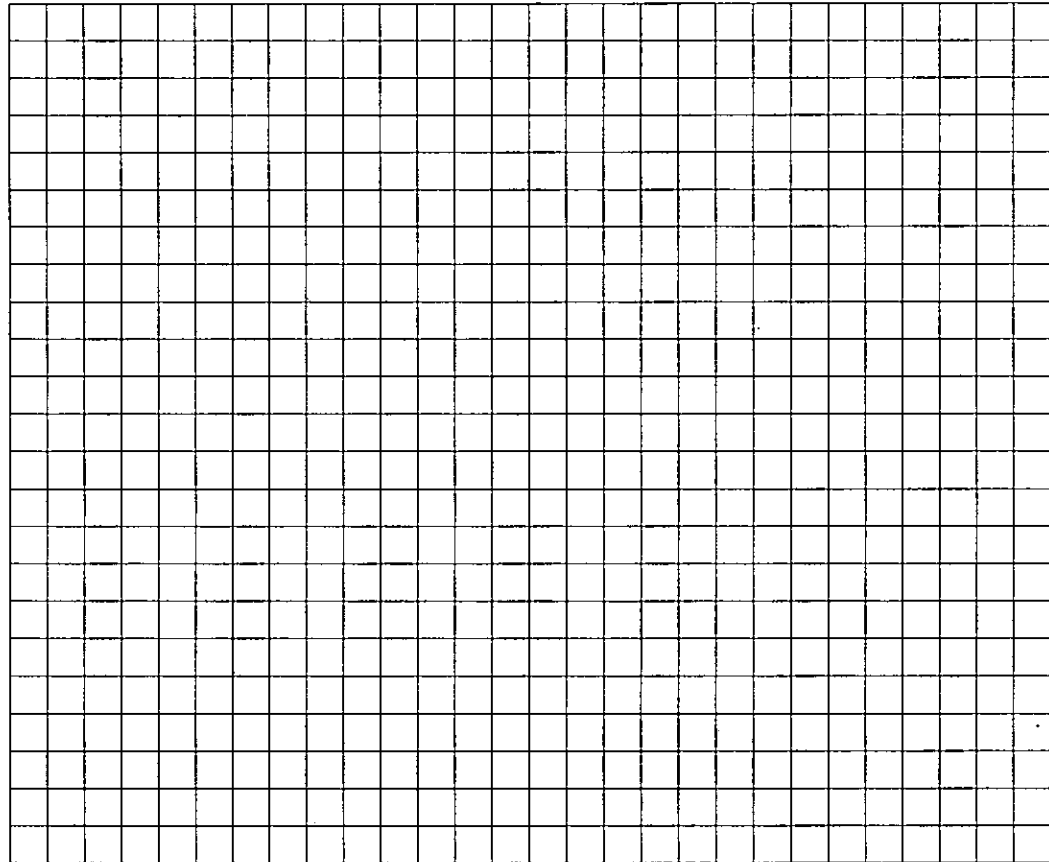
Tzintzuntzan Tingambato Ihuatzio Huandacareo
San Felipe los Alzati Tzintzuntzan Tingambato
Ihuatzio Huandacareo



Retícula

La retícula es un instrumento de apoyo indispensable en todo trabajo de diseño, ya que ésta nos ayudará a obtener una mejor disposición de los elementos dentro de un campo visual determinado.

La Imagen Gráfica de la campaña se crea apoyándose en una retícula hecha en base a diferentes módulos de igual dimensión; para facilitar la reproducción con el objeto de que sea más rápida y precisa.



Campaña Promocional

Para la promoción de estas zonas se utilizaron como medios el cartel, el folleto, el anuncio de prensa, el anuncio espectacular y el anuncio de revista.

Bocetos del cartel

Se comenzó plasmando en el campo visual el logotipo de la campaña, el slogan, los datos informativos, así como el nombre del lugar y la fotografía - se decidió que se utilizaría fotografía en lugar de ilustración ya que era la mejor forma de representar con detalle la zona arqueológica - así de esta forma se bocetó con los diferentes elementos para obtener la composición más adecuada.

En el primer boceto se consideró la opción de un formato vertical, pero se descartó la idea ya que esta posición no permitía el mejor aprovechamiento de la imagen.

Se bocetó también en formato horizontal buscando la mejor composición y el mejor aprovechamiento del campo visual.

El formato elegido fue de forma horizontal con una medida de 45 x 68 cm., en cartulina Couche de 225 Gr., se eligió esta medida por su legibilidad a una distancia considerable y además por ser una medida estandar y de fácil acep-





tación ya que por su tamaño se puede colocar fácilmente en los diferentes establecimientos, dependencias de Gobierno, agencias de turismo, etc. sin que estropee la visibilidad del establecimiento.

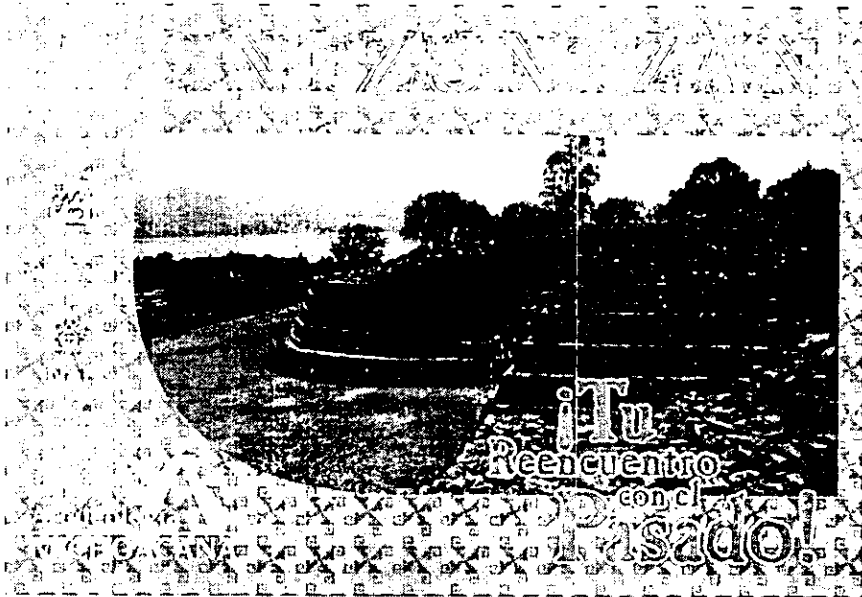
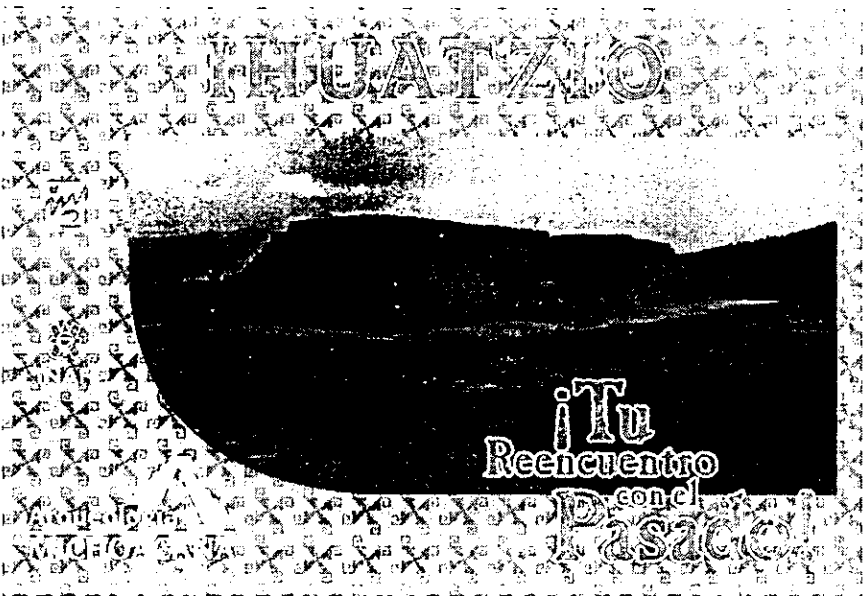
El título de cartel se colocó en la parte superior, esto para darle mayor importancia y resaltar el nombre del lugar.

El Slogan se colocó en la parte inferior izquierda de un tamaño adecuado para una buena legibilidad y abarcando una parte de la fotografía para unificarle y junto con los demás elementos lograr una integración adecuada.

El recorte semicircular de la fotografía fue para lograr una composición dinámica y a la vez para dar un espacio adecuado para el logotipo de la campaña así como para los logotipos de las dependencias de gobierno que apoyaron este proyecto como fue el INHA y la Secretaría de Turismo.

Como fondo se utilizó la textura para mantener ese dinamismo y actualidad en la composición.





Colores

Se Utilizaron diferentes colores que fueron aplicados de acuerdo a cada lugar:

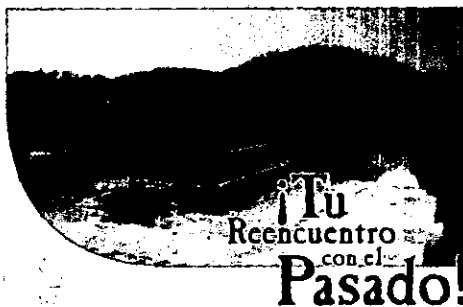
Para las aplicaciones de Tingambato se emplearon los colores Naranja pantone No. 130U para el fondo y el mismo color al 70% para la textura, y el azul pantone No. 294U el color naranja es un color cálido y se empleo para Tingambato ya que Tingambato significa "Lugar donde se enciende el fuego nuevo".

Para Las aplicaciones de Tzintzuntzan se empleo el color verde pantone No. 202U y el rojo pantone No. 360U y se emplearon estos colores ya que Tzintzuntzan era un pueblo que se caracterizaba por lo bélico; y el color rojo se asocia con la sangre y con la furia.

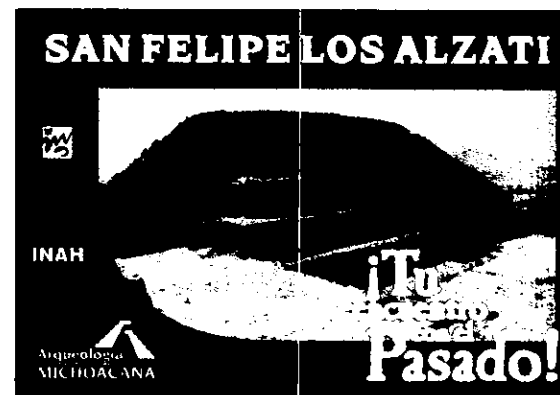
Para las aplicaciones de Huandacareo se emplearon los colores morado pantone No. 267U y para la textura el mismo tono al 70% y el naranja pantone No. 130U; el color morado es un color que se asocia con lo religioso y el antiguo pueblo de Huandacareo fue uno de los centros ceremoniales más representativos de la cultura Purhépecha .

Para las aplicaciones de Ihuatzio se emplearon los colores Azul pantone

TINGAMBATO



SAN FELIPE LOS ALZATI



HUANDACAREO



No. 294U para el fondo y el mismo tono al 70% para la textura y el color Naranja pantone No. 172U para el nombre del lugar y el slogan. El azul se asocia con el agua es un color frío es un color que va muy de acuerdo con este pueblo ya que es uno de los pueblos de la rivera del lago de Pátzcuaro este pueblo vivía de la recolección y la pesca.

Para las aplicaciones de San Felipe Los Alzati se emplearon los colores Verde pantone No. 349U para el fondo y el mismo tono al 70% para la textura y el naranja pantone No. 1585U para los datos del nombre del pueblo y el slogan; el verde se empleo ya que San Felipe Los Alzati es un centro ceremonial que esta en lo alto de una montaña y esta rodeado de gran vegetación es uno de los aspectos que le caracteriza.



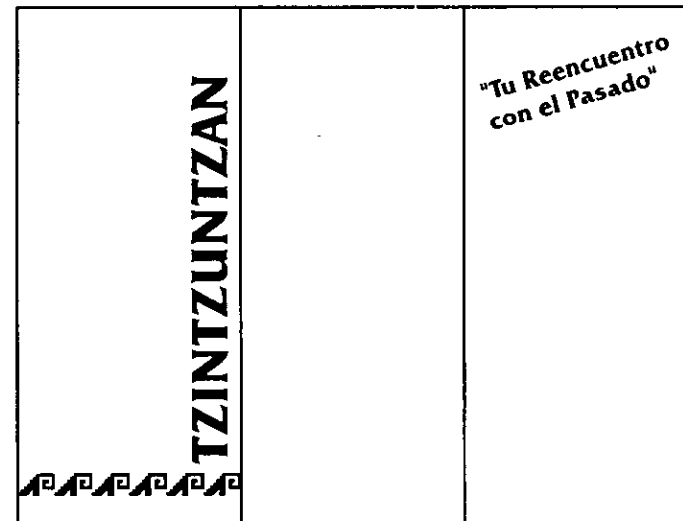
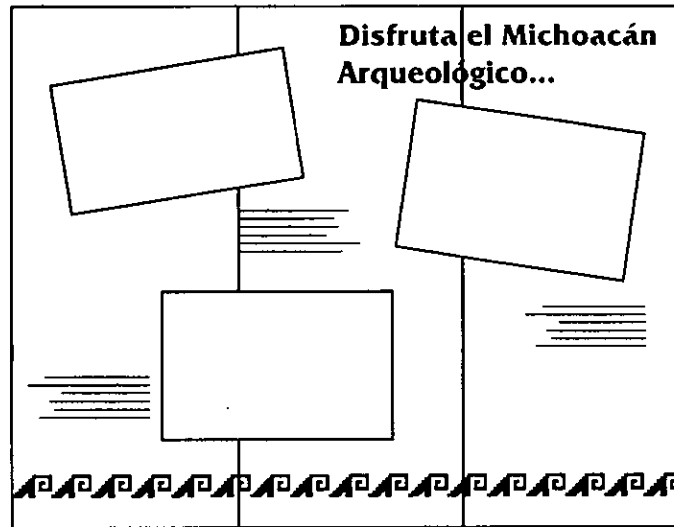


Folletos

Debido a las características de los pueblos, que son lugares llenos de una gran belleza y gran riqueza cultural el diseño de los folletos es de gran importancia ya que en ellos se da una mezcla de imagen e información de gran relevancia; en base a esto se tenía que buscar la mejor manera de conjugar tanto la imagen como el texto, en las siguientes paginas se muestra una serie de bocetos preliminares:

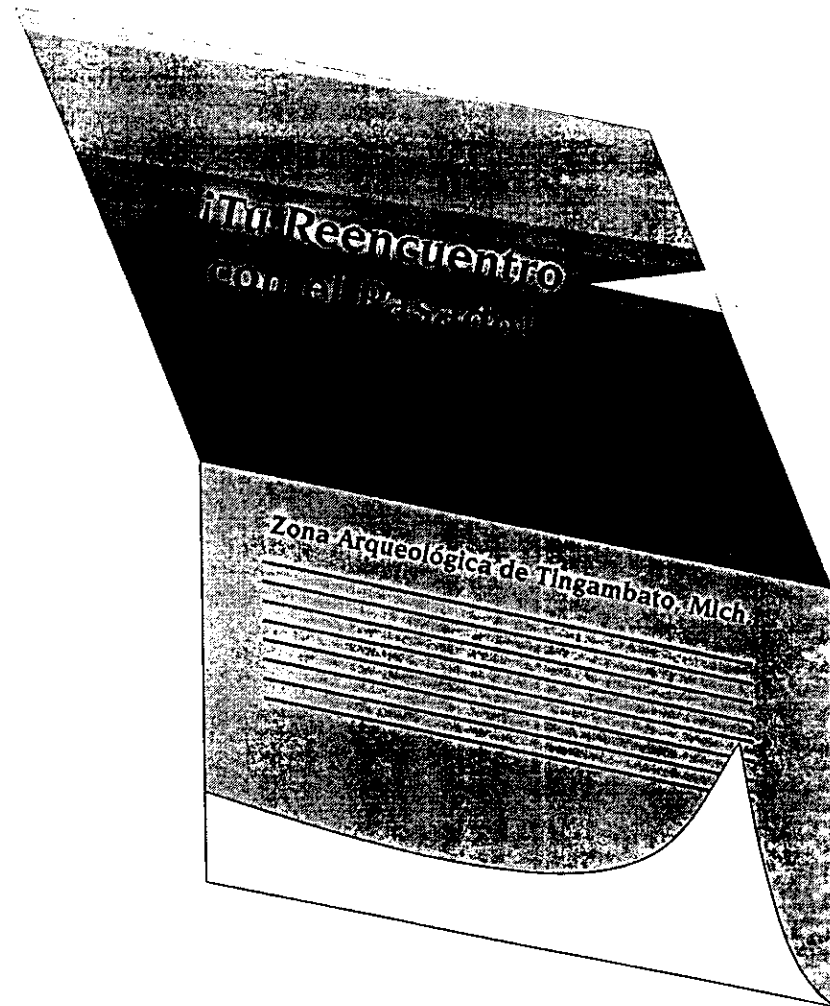
En la primera idea se presenta el boceto de un folleto tradicional que se toma de un tamaño carta y que no deja de ser funcional, pero lo que se busca en este folleto es el proyectar un diseño actual y creativo para poder así llamar la atención de quién lo tiene en sus manos.

La utilización del gráfico no parece ser la más adecuada ya que abarca demasiado espacio en el campo visual y se le da demasiada importancia.





En la siguiente propuesta se realizó una composición más equilibrada además de que se dejó atrás el concepto tradicional del folleto, éste está constituido de dos partes y una pequeña solapa para sujetarlo ya que además se incluye el diseño de dos tarjetas postales con el fin de que el turista se lleve un recuerdo grato de su visita a estas zonas arqueológicas, o bien pueda enviar algún recuerdo a sus seres queridos; en esta propuesta se trabajó con el mismo gráfico prehispánico del folleto pasado pero con la diferencia de que se dispuso de manera que creara una textura de fondo para darle mayor dinamismo y presencia gráfica.



En la propuesta final del folleto se maduro la idea anterior, en ésta también se empleo la textura además de pequeñas plecas realizadas con el gráfico del logotipo de la campaña, para darle soporte a los títulos en el frente del folleto se aplicó la imagen de la campaña con el color asignado a cada centro ceremonial los títulos se realizaron con la tipografía Casa Blanca Antique y para la información general se empleo la tipografía Swiss 721 Bt; la retícula empleada para la realización del folleto es una retícula básica cuadriculada al igual que la retícula de la imagen de la campaña.

El formato del folleto es de 27 x 14 cm. en papel Couche de 90gr.



Información General

Días de Visita: de lunes a domingo

Horario: de 10:00 a 17:00 Hrs

Servicios: El poblado actual de Santiago Tingambato se ubica a 5 minutos del centro ceremonial, y aquí encontrarás Tiendas de Abarrotes, Pequeñas Fondas, Iglesia, Servicios Médicos.

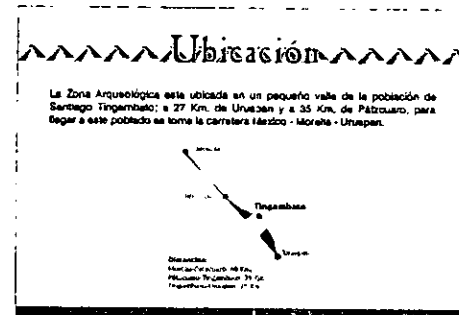
A 25 minutos se encuentra la ciudad de Uruapan, aquí encontrarás todos los servicios, como: Hoteles, Restaurantes, Servicio Médico, Iglesias, Central de Autobuses, Oficina Secretaría de Turismo, Aeropuerto.

Historia

Se tiene referencia de este asentamiento prehispánico desde el siglo pasado (1842), la historia nos define dos etapas, la primera es del 450 al 650 d.C., en donde se inicia el poblamiento del centro ceremonial, la economía que poseían se basaba en la agricultura y era complementada por la caza y la pesca.

Durante este período regularon el terreno para formar una plataforma sobre la que se construyeron los basamentos para los templos, así como construcciones de carácter civil para los dirigentes además de numerosas chozas para el pueblo.

La segunda etapa fue del 600 al 900 d.C., durante este período se evidencian la influencia teotihuacana, esta influencia teotihuacana se denota en que las habitaciones se ubicaban al redor de las plazas hundidas, en su centro ceremonial había altares además del característico Talud-Tablero, este es uno de los elementos significativos de Teotihuacan.



Aspectos Generales

El nombre en lengua tarasca significa "Lugar donde se enciende el fuego nuevo", tiene una pendiente que baja hacia el sur y está rodeado por áreas montañosas, tiene agua en abundancia y su clima es templado.

Aquí se encuentran premados con influencia teotihuacana que representan un patio ceremonial de gran importancia, aquí se realizaba la ceremonia del "Fuego Nuevo" Cada 52 años con motivo de la terminación del siglo prehispánico.

En el centro de la plaza existen los restos de un adoratorio de planta cruciforme. Además también se encuentra un juego de pelota que tiene la tradicional forma de la T.

El área destinada a las ceremonias religiosas está integrada por dos basamentos piramidales para templos, el único explorado hasta la fecha es el ubicado al oriente.

Tingambato fue abandonado definitivamente, y se cree que su población desapareció a causa de un incendio.

Elementos que lo Conforman

Estructura Oriental: Es de base cuadrada con sus cuerpos escalonados, sus muros están inclinados y mide 8 mts de altura aprox.

Plaza 1: Al centro de esta plaza se localiza un altar muy destruido pero que aún se puede apreciar.

Juego de Pelota: Se ubica al oeste de la plaza 1 esta limitado de norte a sur tiene forma de T y está limitado por la cancha o patio central, así como banquetas y muros verticales.

Área Civil: En la zona que estaba destinada a las habitaciones de la clase dirigente, esta situada al norte del conjunto arquitectónico religioso.

Altareas 2 y 3: Se ubican al centro de la plaza, el altar 2 está construido con tierra roja (Chamanda), el altar 3 presenta Talud-Tablero en sus cuatro lados y tiene dos escalinatas.

Tumba 1: La arquitectura funeraria se representa por una estructura que contiene el entero de un personaje importante con su orientación respectiva. Esta construida por debajo del piso de varios cuartos, se baja a ella por una escalera angosta hecha de piedra irregular y lodo.



En las Tarjetas Postales se le dio gran importancia a la imagen ya que el contenido en informacion es muy breve puesto que el fin principal de una tarjeta postal es el mostrar el lugar, en este caso por medio de la fotografía, al igual que el folleto se utilizó la misma textura para continuar con el mismo diseño. El formato de la postal es de 9 x 14 cm. impresa en cartulina Couche de 225 grs. al reverso de la tarjeta se dejo un espacio para que las personas puedan escribir sus mensajes.

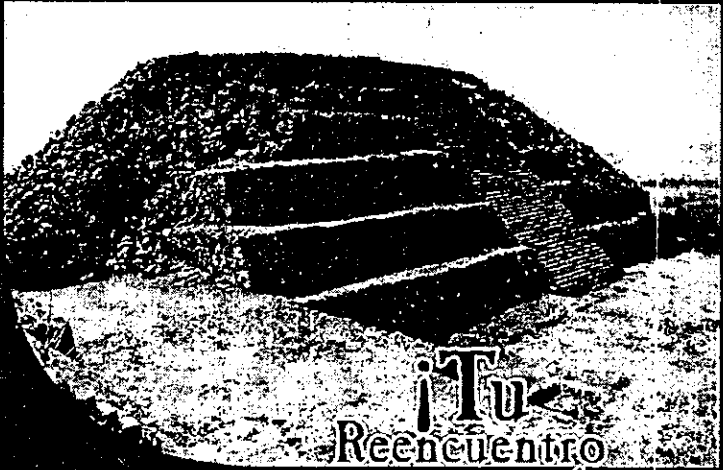


Anuncio de Revista

Para el anuncio de revista se continuó con el mismo concepto, en este caso surgió la necesidad de realizar un anuncio genérico que nos sirviera para un pueblo específico pero a la vez para lanzar la invitación a conocer las demás zonas arqueológicas de nuestro estado; el anuncio de revista - dependiendo del tipo de revista- tiene un gran alcance, y puesto que esta campaña es a nivel nacional surgió la necesidad de ubicar geográficamente a la persona que estuviera viendo el anuncio, y para resolver esta necesidad se colocó un pequeño mapa de ubicación en la parte inferior derecha del anuncio.


Este anuncio se colocara en revistas especializadas en turismo o de arqueología, la propuesta inicial es que sea publicado a pagina completa.

SAN FELIPE LOS ALZATI



**¡Tu
Reencuentro
con el
Pasado!**

Ven conoce
San Felipe los Alzati...
el conjunto ceremonial prehispánico
que formó parte de la frontera oriente del
señorío Purhépecha; además disfruta de las
diferentes Zonas Arqueológicas del Estado de
Michoacán.



**Arqueología
MICHOCANA**

INAH

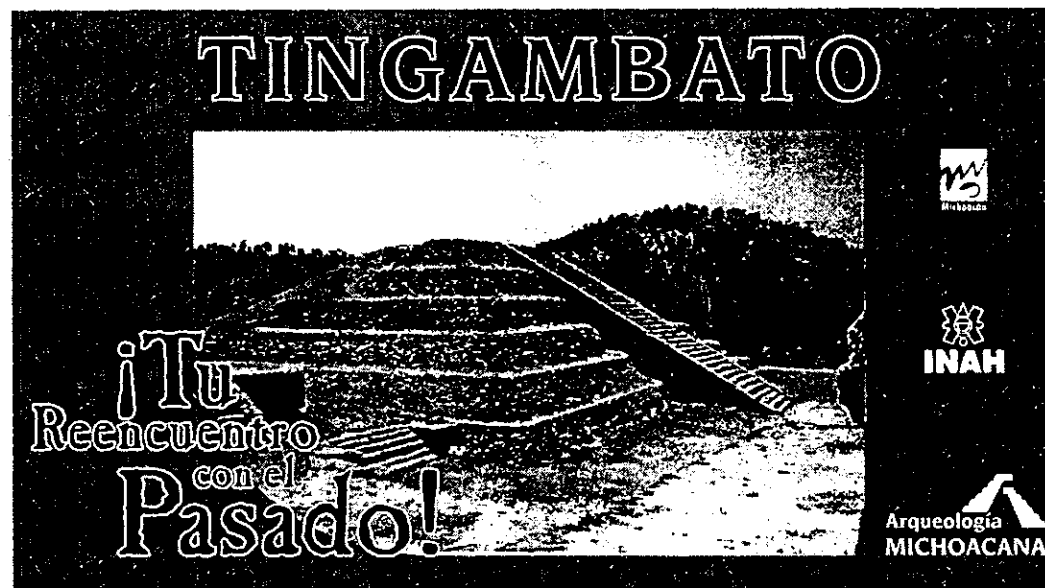
INAH

Informes: Secretaría de Turismo 01-800-4-50-23, INAH 01-43-13-26-50

Espectacular

Por tratarse de una campaña espectacular se pensó en el diseño de un anuncio espectacular por ser éste un medio de comunicación de gran impacto visual para toda persona que se encuentre fuera de su casa viajando hacia algún destino; especialmente en las zonas aledañas a las Zonas Arqueológicas.

En este caso al igual que en las demás aplicaciones de la campaña se optó por la elección de colores agradables y de gran contraste, así mismo se emplea una fotografía que ocupa el 70% aproximadamente del campo visual, acompañada del slogan, el título del lugar y logotipos de las dependencias interesadas en promover estas zonas, todo esto dispuesto en base a la retícula de una manera sencilla e impactante.



Anuncio de Prensa

Se pensó en el diseño de un anuncio de prensa ya que éste es un medio de comunicación de gran circulación tanto regional como nacional; además de llegar a diferentes tipos de publico consumidor

El anuncio de prensa mantiene el mismo diseño; al igual que la revista; en el diseño de este anuncio de prensa, surge la necesidad de ubicar geográficamente al visitante para que obtenga una mayor información de como llegar a las diferentes Zonas Arqueológicas, también en este anuncio se hace una invitación general de todas las Zonas Arqueológicas que se promueven en esta campaña para llamar la atención del turista y les visite.

El anuncio de prensa se publicará en el inicio de la campaña como parte de l suplemento dominical y se insertará a pagina completa.

IHUATZIO



¡Tu Reencuentro con el Pasado!

Ven a conocer Ihuatzio, en donde encontrarás uno de los centros ceremoniales más representativos de la Cultura Purhépecha y disfruta de este asentamiento prehispánico y ven a conocer las diferentes zonas arqueológicas del Estado de Michoacán.



Distancias:
Morelia-Cuicaga: 40 Km.
Cuicaga-Ihuatzio: 25 Km.
Ihuatzio-Uruapan: 10 Km.

ARQUEOLOGÍA DE MICHOACÁN

Lineamientos básicos de la imagen

La imagen gráfica, debe mantener siempre el acomodo actual de sus elementos los cuales por ningún motivo deberán moverse.

El nombre de la Zona Arqueológica siempre deberá colocarse en la parte superior centrándole entre el margen del formato y la fotografía; deberán respetarse siempre la tipografía actual de la imagen tanto en el nombre de las zonas como en el slogan además de la información general.

Deberá respetarse siempre la asignación del color específico, en todas las aplicaciones futuras de cada Zona Arqueológica, esto con el fin de conservar la uniformidad de la imagen global y será de la siguiente manera:

Para Tzintzunan Rojo pantone N° 202U y Verde pantone N° 360U

Para Tingambato Naranja pantone N° 130U y Azul pantone N° 294U

Para Huandacareo Morado pantone N° 267U y Naranja pantone N° 130U

Para Ihuatzio Azul pantone N° 294U y Naranja pantone N° 172U

Para San Felipe Los Alzati Verde pantone N° 349 y Naranja pantone N° 1585U

El Slogan no puede ser cambiado por otra tipografía ni se le puede hacer ninguna modificación





Para la información general se podrá utilizar la fuente Swiss 721 Bt ésta servirá como apoyo en futuras aplicaciones.

En lo que respecta a la textura se deberá respetar el gráfico en la proporción señalada, además el contraste entre el fondo y la textura se deberá hacer siempre en una proporción del 70%. En los folletos se deberá tener cuidado especial de respetar el tamaño siempre y el color así mismo en las postales que le acompañan.

Información General

Días de Visita: de lunes a domingo

Horario: de 10:00 a 15:00 Hrs.

Servicios: -El poblado actual de Tzintzuntzan se ubica a 5 minutos del centro ceremonial, y aquí encontrará tiendas de abarrotes, pequeñas fondas, iglesia, servicios medicos, ademas de tiendas de artesanías de la región.

-A 25 minutos se encuentra la ciudad de Pátzcuaro, aquí encontrara todos los servicios, como: Hoteles, Restaurantes, Servicio Medico, Iglesias, Central de Autobuses, Oficina

Historia

No se tienen datos suficientes que establezcan con precisión el inicio de la ocupación humana en Tzintzuntzan; lo abundante de los recursos y las buenas condiciones climáticas de la cuenca del lago de Pátzcuaro permitieron la presencia de grupos humanos desde épocas remotas.

Respecto a Tzintzuntzan y el lago de Pátzcuaro, se tiene referencia durante el período posclásico de dos períodos arqueológicos; el primero ubicado tentativamente entre los años 900 y 1200 d.C. se le conoce como periodo de ocupación pretarasca. El segundo periodo, se ubica entre 1200 y 1530 d.C. y corresponde a la ocupación y dominio de los tarascos.

La comunidad tarasca desarrollo una tecnología productora de alimentos basada en la agricultura y complementada con la pesca.

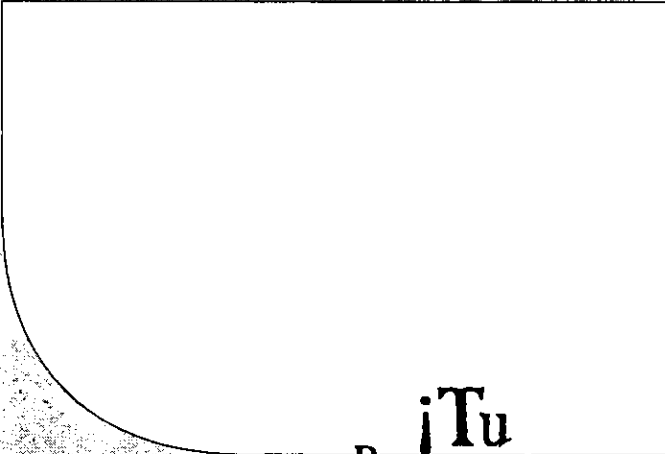
El territorio tarasco era muy extenso sus limites eran: al

Originales Mecánicos

Originales Mecánicos


Para realizar una buena impresión y acabados de las diferentes aplicaciones de la campaña depende en gran medida de los originales mecánicos, es por esto que la realización de los originales debe de ser precisa; en éstos se le debe especificar al impresor todos los detalles.

IHUATZIO



**¡Tu
Reencuentro
con el
Pasado!**

Ven a conocer Ihuatzio, en donde encontrarás uno de los centros ceremoniales más representativos de la Cultura Purhépecha y disfruta de este asentamiento prehispánico y ven a conocer las diferentes zonas arqueológicas del Estado de Michoacán.

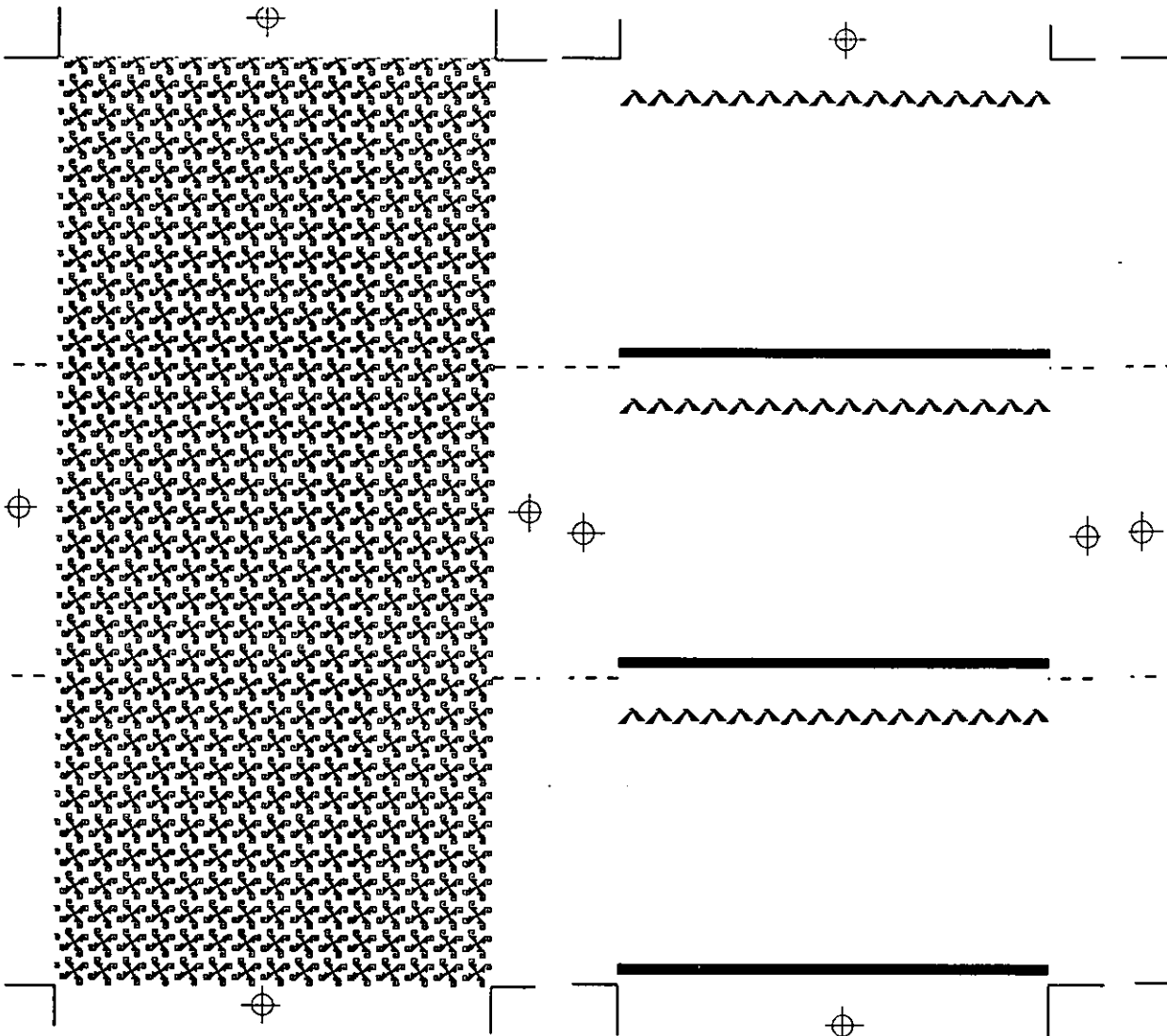


ARQUEOLOGÍA MICHOCACANA

INAH

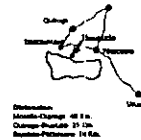
M

**Distancias:
Ihuatzio-Querétaro: 40 km.
Querétaro-Ihuatzio: 75 km.
Ihuatzio-Michoacán: 10 km.**



Ubicación

La Zona Arqueológica se ubica a 85 Km. aprox. de la ciudad de Morelia, Michoacán; para llegar al sitio se toma la carretera Núm. 15 a Guadalajara; en Churogú se dirige por la desviación a Pátzcuaro; sobre ésta en el Km. 14, se encuentra la carretera que lleva al poblado de



Aspectos Generales

Esta zona arqueológica, cuyo nombre procede de la lengua purépecha y significa "Lugar de Coyotes" es una de las más grandes y complejas, arquitectónicamente hablando, del estado de Michoacán.

Elementos que le Conforman

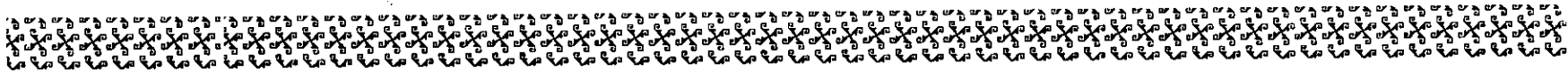
La zona arqueológica tiene dos sectores: uno explorado y abierto al público y otro no explorado y, por lo tanto, no habilitado para ser visitado.

Area abierta al público:

Plaza de armas: se encuentra delimitada en los espacios norte y sur por un elemento denominado Muro-Calzada que servía como camino.



		<p>Historia</p> <p>La presencia del hombre en la cuenca del lago de Patzcuaro es muy antigua. En Ihuatzio hay evidencia arqueológica de dos periodos de ocupación prehispánica: el primero ubicado entre 900 y 1200 d.C., corresponde a grupos de habla náhuatl. La existencia de ese primer periodo esta documentada en la Relación de Michoacán y se refiere a estos pobladores como comunidades sedentarias.</p> <p>Servicios: -El poblado actual de Ihuatzio se ubica a 5 minutos del centro ceremonial, y aquí encontrará Tiendas de Abarrotes,</p> <p>Horario: de 10:00 a 15:00 Hrs.</p> <p>Días de Visita: de lunes a domingo</p> <p>INAH</p> <p>MICHOCÁN</p> <p>¡Tu Recuerdo con el Pasado!</p> <p>IHUATZIO</p> <p>Información General</p>
--	--	---



Ubicación

La Zona Arqueológica se ubica a 100 Km. aprox. de la ciudad de Morelia, Michoacán; para llegar al sitio se toma la carretera Núm. 15 a Guadalejara; en Chuigua se dirige por la desviación a



Aspectos Generales

En el estado de Michoacán existe un gran número de sitios arqueológicos. Tzitzuntzan, cuyo nombre significa "Lugar de Colibrí", es uno de los más grandes e importantes; junto con Pátzcuaro e Ihuatzio fue la capital del imperio tarasco y lugares donde se concentró el poder económico y político de la región.

La zona arqueológica de Tzitzuntzan cubre una superficie de aproximadamente 6.7 Km², aunque la porción abierta al público es considerablemente menor. Su arquitectura es muy especial, debido principalmente a la presencia de las estructuras llamadas yacatas, que son construcciones de planta mixta, es decir, con formas rectangulares y circulares, sobre una gran plataforma.

Además de estar dedicado al culto de las

Elementos que le Conforman

La Plataforma: Constituyó el centro ceremonial, económico y político más importante del periodo de ocupación tarasco. Está construida sobre una base de lajas sin recubrimiento, mide aproximadamente, 400 m. de largo y 180 m. de ancho.

Las Yacatas: Son las construcciones más notorias del lugar; son cinco y servían como recinto de los dioses y tumbas para los gobernantes, fueron construidas con piedras de laja de basalto, sin cementante.

Rampas de Acceso: Se localizan frente al muro mayor de contención de La Gran Plataforma, fueron los pasos principales al sitio en la época prehispánica.

El Palacio: Es un conjunto habitacional; se ubica en el extremo noreste de La Gran Plataforma, consta de un patio redondeado de cuartos, en los que se aprecian los arranques de

¡Tu Recuerdo Pasado!

MICHOACÁN
MICHOCANBY

HUANDACARRO

Información General

Días de Visita: de lunes a domingo
Horario: de 10:00 a 15:00 Hrs.

Servicios: -El poblado actual de Ihuatzio se ubica a 5 minutos del centro ceremonial, y aquí encontrará Tiendas de Abarrotes, Pequeñas Fondas, Iglesia, Servicio Médico, Medio de transporte...

-A 20 minutos se encuentra la ciudad de Pátzcuaro, aquí encontrará todos los servicios, como: Hoteles, Restaurantes, Servicio Médico, Iglesias, Central de

atmósfera y sustentancia dependa de la caza y recolección. Su llegada a la cuenca del lago de Pátzcuaro, se sabe que su

Los tarascos eran un grupo de nómadas que llegaron a la cuenca del lago de Pátzcuaro, se sabe que su Estado de Michoacán.

El segundo periodo ubicado entre los años 1200 y 1530 d.C., corresponde a la ocupación y dominio tarasco, tanto en la cuenca de Pátzcuaro como en casi toda la parte norte del

La presencia del hombre en la cuenca del lago de Pátzcuaro es muy antigua.

Historia

Ubicación

La Zona Arqueológica se ubica a 100 Km. aprox. de la ciudad de Morelia, Michoacán; para llegar al sitio se toma la carretera Núm. 15 a Guadalejara; en Chuigua se dirige por la desviación a



Aspectos Generales

En el estado de Michoacán existe un gran número de sitios arqueológicos. Tzitzuntzan, cuyo nombre significa "Lugar de Colibrí", es uno de los más grandes e importantes; junto con Pátzcuaro e Ihuatzio fue la capital del imperio tarasco y lugares donde se concentró el poder económico y político de la región.

La zona arqueológica de Tzitzuntzan cubre una superficie de aproximadamente 6.7 Km², aunque la porción abierta al público es considerablemente menor. Su arquitectura es muy especial, debido principalmente a la presencia de las estructuras llamadas yacatas, que son construcciones de planta mixta, es decir, con formas rectangulares y circulares, sobre una gran plataforma.

Además de estar dedicado al culto de las

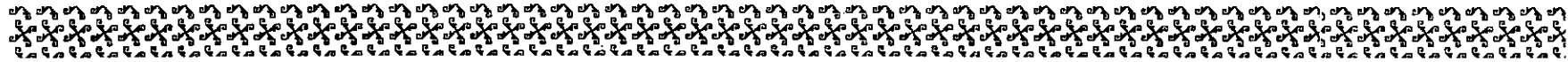
Elementos que le Conforman

La Plataforma: Constituyó el centro ceremonial, económico y político más importante del periodo de ocupación tarasco. Está construida sobre una base de lajas sin recubrimiento, mide aproximadamente, 400 m. de largo y 180 m. de ancho.

Las Yacatas: Son las construcciones más notorias del lugar; son cinco y servían como recinto de los dioses y tumbas para los gobernantes, fueron construidas con piedras de laja de basalto, sin cementante.

Rampas de Acceso: Se localizan frente al muro mayor de contención de La Gran Plataforma, fueron los pasos principales al sitio en la época prehispánica.

El Palacio: Es un conjunto habitacional; se ubica en el extremo noreste de La Gran Plataforma, consta de un patio redondeado de cuartos, en los que se aprecian los arranques de



¡Tu Recuerdo es el Pasado!

MICHOACÁN

III



SAN FELIPE LOS ALZATI

Información General

Días de Visita: de lunes a domingo

Horario: de 10:00 a 17:00 Hrs.

Servicios: -El poblado actual de San Felipe los Alzati se ubica a 20 minutos del Centro Ceremonial, y aquí encontrará Tiendas de Abarrotes, Pequeñas fondas, Iglesia, Servicios Médicos, Medio de transporte.

-A 10 minutos se encuentra la ciudad de Ztacuaro, aquí encontrará todos los servicios, como: Hoteles, Restaurantes, Servicio Médico, Iglesias, Central de

Es posible ubicar al sitio arqueológico de San Felipe los Alzati en el Postclásico tardío (1200-1500 d.C.), periodo caracterizado en Mesoamérica por la presencia de pueblos con fuerte tendencia militarista. En ese tiempo el señorío tarasco se encontraba en pleno apogeo, su centro era la región lacustre del lago de Pátzcuaro y correspondió a San Felipe los Alzati ser la frontera oriental de éste. Las relaciones entre mictlantzcas, mazatzcas, otomíes y tarascos son muy antiguas. El poblamiento de esta zona arqueológica se basó en raíz de varias migraciones a territorio tarasco hacia 1477. La primera migración se remonta a la época de Tláhuac a quien podemos considerar como el verdadero fundador de la monarquía tarasca. La segunda migración al área se relaciona con

Historia

Ubicación

La Zona Arqueológica se ubica a 12 Km. aprox. de la ciudad de Ztacuaro, Michoacán; se accede a ésta por la carretera México-Morelia-Guanajuato.



Distancias:
Ztacuaro-México: 12 Km.
San Felipe los Alzati-Morelia: 120 Km.

Aspectos Generales

El asentamiento formaba parte de la frontera oriente del señorío tarasco. Se desconoce el nombre prehispánico del lugar; en la época colonial se llamó San Felipe el Ceberito, y en 1895, éste último se le cambió por el apellido los Alzati, en honor de los hermanos José María, Marcos y Darío, héroes locales de la época de la intervención francesa.

Se trata de una zona de extensión considerable, que comprende alrededor de 18 ha; esta formada, principalmente, por cuatro grupos, las exploraciones arqueológicas llevadas a cabo en el sitio han sido escasas, por lo que sólo se ha descubierto una pequeña parte que corresponde a la zona ceremonial, ésta es, el área visitable.

En esta zona arqueológica se llevaban a cabo

Elementos que le Conforman

Área Habilitada para Visitar:

Grupo de la Pirámide Mayor: está formado por un gran basamento de cuerpos escalonados.

Cara Norte: en su parte puede apreciar los taludes de los cuerpos

Cara Este: en su parte se observan restos de lo que fue una habitación

Cara Oeste: es la mejor conservada tiene seis cuerpos superpuestos, en la parte central hay una escalinata.

Área no Habilitada para Visitar:

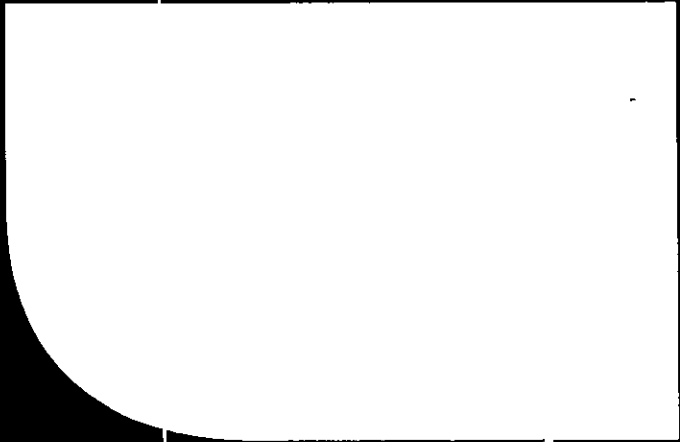
Grupo Sur: en este grupo hay varios montículos

Grupo Oeste: está formado por un basamento rectangular:

Grupo Noroeste: está constituido por montículos.



SAN FELIPE LOS ALZATI



con el Pasado!

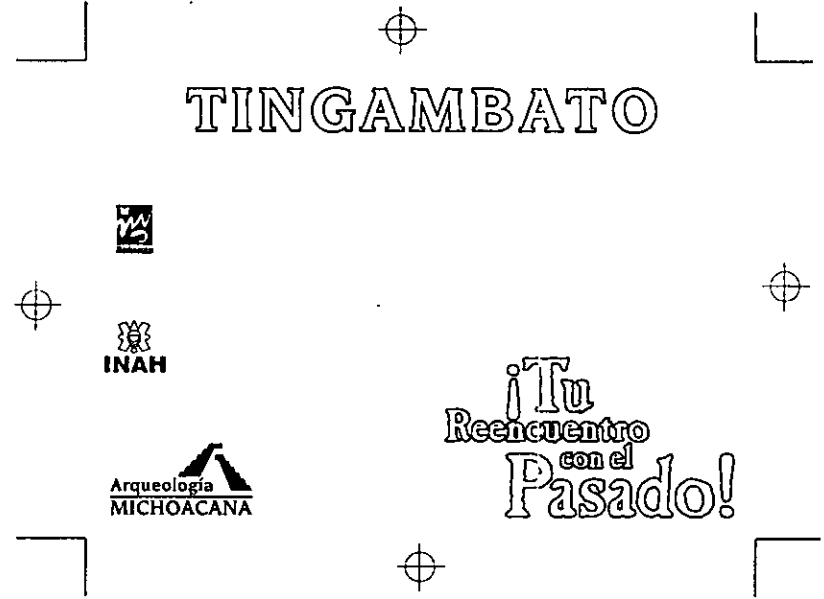
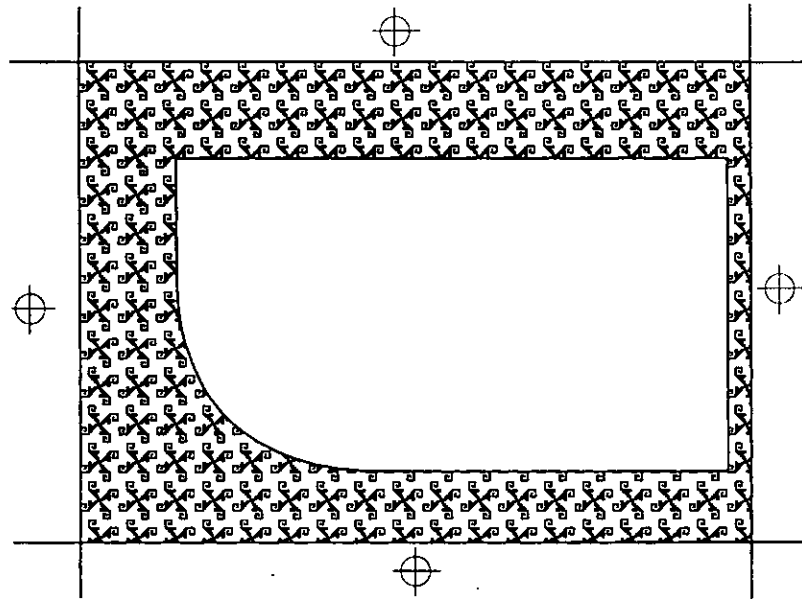
Ven conoce
San Felipe los Alzati...
el conjunto ceremonial prehispánico
que formó parte de la frontera oriente
del señorío Puhépecha; disfruta de las
diferentes Zonas Arqueológicas del
Estado de Michoacán.



Informes: Secretaría de Turismo 81-400-4-60-23, INAH 91-43-13-26-50

SAN FELIPE LOS ALZATI

¡Tu Reencuentro con el Pasado!



TINGAMBATO

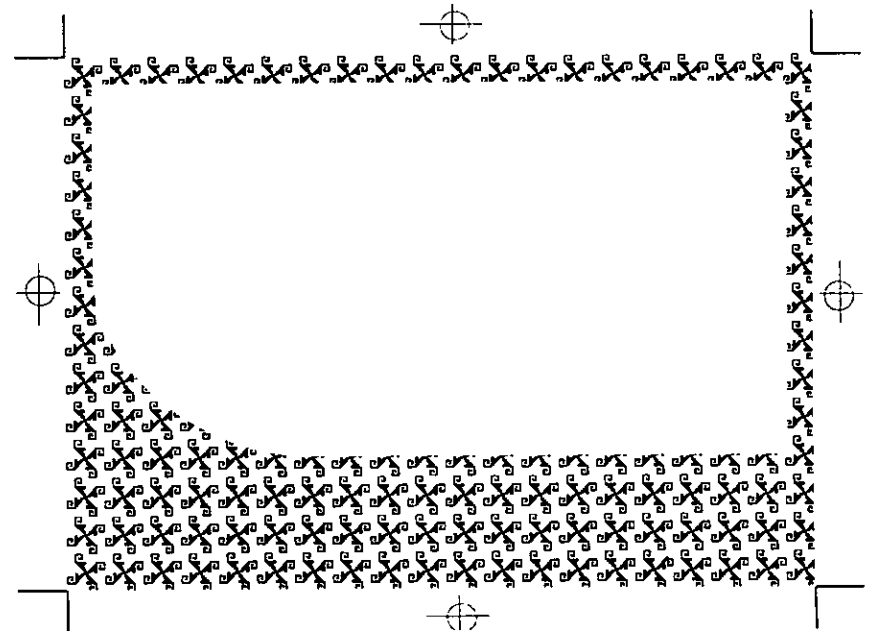
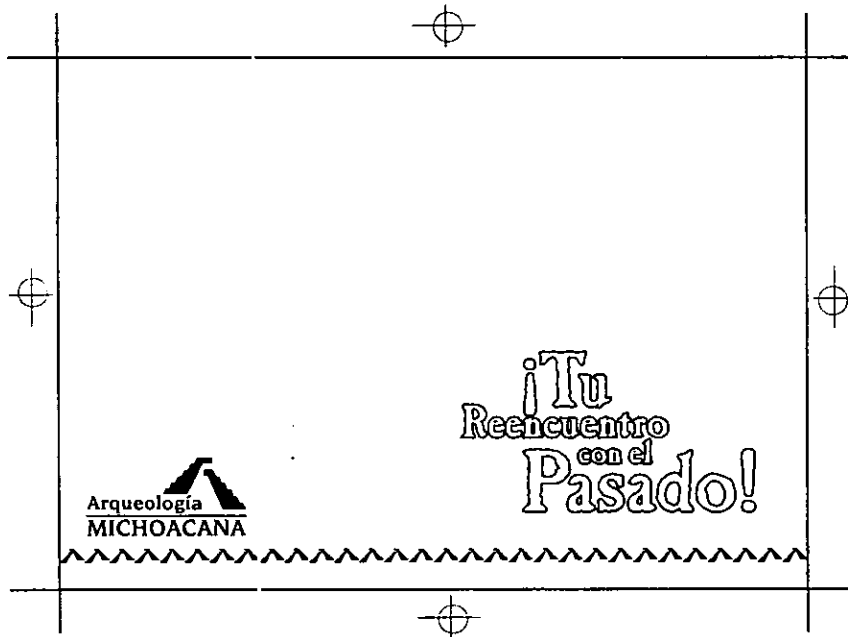


INAH

Arqueología
MICHOCANA

¡Tu
Reencuentro
con el
Pasado!

TZINTZUNTZAN
IHUATZIO
HUANDACAREO
SAN FELIPE LOS ALZATI



Presupuestos



15.000 Carteles 45 x 68 cm. en Papel Couché de 225 grs..	\$ 35.000.00
30.000 Folletos 27 x14 cm. en Papel Couché 90 grs.....	\$ 42.000.00
Anuncio de prensa (en el Suplemento Dominical del..... Periódico Excelsior Pagina Completa).....	\$ 54.000.00
Anuncio de Revista (En la revista Arqueología Mexicana).	\$ 75.000.00
Espectacular 3 x 7 mts. (5 diferentes Zonas).....	\$ 75.000.00
Honorarios de diseño.....	\$ 28.000.00
	<hr/>
Total..	\$ 309.000.00

Nota: La campaña se llevará a cabo durante un período de 6 meses.
Estos presupuestos son de Junio de 1997.

Conclusiones



Tomando en consideración la importancia que tienen las zonas arqueológicas tanto cultural como turísticamente, se logra como resultado, esta campaña promocional que tiene como objetivo principal el dar a conocer la existencia de las diferentes zonas arqueológicas del estado de Michoacán, además de hacer una invitación al turista para que visite nuestras bellezas arqueológicas, así con esta campaña promocional se logra dar una mayor difusión a nivel nacional.

Esta campaña se basa en diferentes medios de promoción como son el cartel, el folleto, anuncio de revista, anuncio de prensa y espectaculares, en donde se le dió una imagen gráfica llamativa, actual y llena de colorido relegando así de una forma precisa y agradable las características de estas zonas.

Es por esto que se concluye que esta campaña promocional cumple con los requisitos visuales gráficos para obtener el mejor de los resultados.



Bibliografía

FUNDAMENTOS DEL DISEÑO

Wucius Wong

HISTORIA DEL DISEÑO GRAFICO ilustración y diseño

Terence Dalley

HAGA UD. MISMO SU DISEÑO GAFICO

Herman Blume

INTRODUCCION AL DISEÑO GRAFICO

Peter Brid Gewater

BASES DEL DISEÑO GRAFICO

Alan Swan

PRINCIPIO Y PROBLEMAS DE LA PUBLICIDAD

Charles J. Dirksen

PUBLICIDAD EN MEDIOS IMPRESOS

Beltran y Cruces Raúl

COMUNICACION GRAFICA

Arthur T. Tumbul

EL COLOR EN EL DISEÑO GRAFICO

Alan Swan

TIPO Y COLOR

Michael Beaumont

SISTEMA DE RETICULAS

Josef Müller



HISTORIA GENERAL DE MICHOACAN
Instituto Michoacano de Cultura

HISTORIA DE LOS ANTIGUOS HABITANTES DE MICHOACAN
Corona Núñez José

EL MICHOACAN ANTIGUO Estado y Sociedad Tarascos
Beltran Ulises - Williams Eduardo

MI LIBRO DE HISTORIA DE MICHOACAN PRESENTE Y PASADO
Gutiérrez Angel

MINI GUIA TURISTICA DE MEXICO -Michoacán México-
Revista

**** El material fotográfico de esta Tesis fue retomado de diferentes publicaciones, unica y exclusivamente con fines didacticos.**