

872731

UNIVERSIDAD DON VASCO A.C.

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Escuela de Diseño Gráfico

4
2Ej.

**Tarjetas Postales para difundir
las Artesanías Michoacanas**

TESIS PROFESIONAL
que para obtener el título de
Licenciado en Diseño Gráfico
p r e s e n t a

VIRGINIA ELVIRA LEÑERO VEGA

Uruapan, Mich. 1994

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN





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 está 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.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por permitirme llegar a esta etapa tan importante de mi vida.

A mis padres, a quienes debo lo que soy, por sus sacrificios, confianza y amor incondicionales.

A mis maestros por su paciencia y orientación, especialmente a Kenneth Treviño por su buena disposición y valiosos consejos.

A la Universidad Don Vasco por darme la oportunidad de superarme.

A César Monroy por su comprensión en todo momento.

A todas aquellas personas que de una u otra manera, hicieron posible la realización de esta tesis.

DEDICATORIA

A Dios, el eje principal de mi vida.

A mi Madre, lo más valioso que poseo.

A mi Padre, que siempre me acompaña en mi memoria.

A la Fam. Cerda Leñero con todo mi cariño.

A mi asesor y amigo Kenneth Treviño, con todo el respeto que se merece.

A Enrique Ortiz de Montellano

INDICE

Introducción

CAPITULO 1 Problemática y Objetivos 14

CAPITULO 2 Antecedentes Históricos 17

Economía	18
Organización Social	19
Religión, Arquitectura, Artes menores	20
Cerámica, Arte plumario	21
Mosaico, Hilados y Tejidos	22
Metalurgia	23

CAPITULO 3 Michoacán y su Economía 25

Ubicación Geográfica	26
Hidrografía, Orografía, Clima	27
Agricultura, Ganadería, Silvicultura	29
Pesca, Minería, Industria	30
Fiestas	31
Turismo, Música y Danza	32
Artesanías	33

CAPITULO 4 Políticas de Protección 35

CAPITULO 5 El Diseño Gráfico 39

Antecedentes del Diseño Gráfico	40
¿Qué es el Diseño Gráfico?	42
Metodología del Diseño Gráfico	43

CAPITULO 6 Las Tarjetas	47
Tarjetas de Felicitación, Tarjetas Postales	49
Marcos y Logotipos	50
Metodología para el diseño de tarjetas postales	51
Publicidad	52
CAPITULO 7 Fotografía y Diseño	55
Iluminación	56
Fotografía de Naturalezas Muertas	57
El color en la Fotografía	58
Alteración de los colores	59
CAPITULO 8 Sistemas de Impresión	61
Aspectos básicos del Offset	63
Ventajas y usos	64
Separación de colores	64
Serigrafía	65
Selección del papel	67
Acabados o terminados	67
Conclusiones	69
Segunda Parte Aportación	71
CAPITULO 1 Logotipo	73
Bocetos	74
Positivo	75
Negativo	77
Matriz Gráfica	78
Color	79

<u>CAPITULO 2 Tarjetas Postales</u>	81
Reticulas	84
Originales	86
Fotografías	88
Colores	89
Positivos	90-97
<u>CAPITULO 3 Parte Posterior</u>	99
Bocetos	100
Original	102
Reticula	103
Color	104
Especificaciones de cada foto	105
<u>CAPITULO 4 Display Punto de Venta</u>	107
Bocetos	108
Reticula	110
Original	111
Croquis	112
Color	113
<u>CAPITULO 5 Cartel</u>	115
Bocetos	116
Reticula	117
Color	118
Presupuestos	119
<u>CAPITULO 6 Exhibidor de Tarjetas</u>	121
Croquis	123
Glosario	125
Bibliografía	129

INTRODUCCION

Michoacán es un Estado que conserva la gran religiosidad y cultura de nuestros antepasados, ya que ha mantenido vivas las tradiciones que se manifiestan en sus festividades, danzas, música y arte popular. Cada pueblo cuenta con un oficio u ocupación peculiar y a su vez, en cada región se desarrolla un estilo propio. En la cerámica se destacan: Patamban con la elaboración de ollas de esmalte verde y dibujos de trazos oscuros, Santa Fé con alfarería negra brillante sobre cuyo fondo se plasman motivos multicolores, Tzintzuntzan la alfarería roja con detalles claros y Santa Clara del Cobre conocido internacionalmente por su artesanía de cobre martillado.

Otra actividad de suma importancia es el labrado de la madera que también tiene selectos artifices; entre los más destacados podemos señalar: Quiroga donde se labran bateas decoradas con animales, Uruapan su trabajo artesanal son las jicaras con la técnica prehispánica del maque y por último Paracho que expresa su sensibilidad artística en variados acordes de guitarras; así cada población se distingue de forma particular, esto es el sello de sus propias tendencias originales.

Es necesario que todas aquellas personas que visitan nuestro Estado además de recorrer los atractivos principales, puedan apreciar la herencia cultural, originalidad de costumbres y la belleza del Arte Michoacano.

Para lograrlo el Diseño presenta una alternativa, ya que como todo arte es una forma de comunicar algo; es un proceso de creación visual con un propósito, representar gráficamente ideas, alternativas o propuestas que solucionen necesidades motivadas por las circunstancias políticas, económicas, sociales y culturales que se presentan en la vida cotidiana. El Diseñador Gráfico interviene en la difusión y conservación de nuestra riqueza artesanal de vasto colorido y gran creatividad, a través de una serie de postales coleccionables utilizando fotografías creativas para darles un enfoque innovador y llamativo captando la atención de los turistas nacionales y extranjeros.

PROBLEMATICA Y OBJETIVOS

CAPITULO 1

PROBLEMATICA Y OBJETIVOS

Michoacán se encuentra comprendido entre la costa del Pacífico y la Meseta Central con un territorio de 62 kms. y 4 millones de habitantes aproximadamente. Debido a su posición geográfica abarca una gran variedad de climas, encontrándose desde el frío y templado hasta el caluroso de la tierra caliente. En cuanto a su vegetación existen extensos bosques de coníferas como el pino, el ocote y el abeto, así como de encinos y madroños. Entre los frutales predominan los cítricos, el durazno y la manzana. Los animales propios del Estado son el venado, el coyote y pequeños mamíferos como el conejo y otros, además de una gran variedad de aves. La mitad de los trabajadores michoacanos se ocupan en actividades primarias, es decir en labores agrícolas, silvícolas, ganaderas y de pesca. La actividad turística ofrece grandes facilidades y atractivos para los visitantes del propio Estado, así como nacionales y extranjeros.



Uno de los aspectos más sobresalientes de la industria michoacana siguen siendo las artesanías. En la Antigüedad el hombre fabricaba herramientas y utensilios con fines eminentemente prácticos, desarrollando su habilidad artesanal creando objetos que harían más fáciles sus tareas y más agradable su vida. Actualmente se elabora una importante producción para el comercio. El arte michoacano es uno de los más típicos que por su colorido y la riqueza de sus dibujos y bordados es de gran calidad y aceptación.

Para la elaboración de estas manualidades se seleccionan formas y materiales mismos que han de combinarse con destreza para lograr el impacto deseado; se distinguen las de metales, madera, cuero, textiles, cerámica y laca. Otro renglón sobresaliente de la artesanía lo constituyen objetos de paja de trigo, de mimbre, maguey, tule, lechuguilla, palma, y otras fibras. El adiestramiento en el trabajo manual y la óptima utilización de los recursos condujo al desarrollo de las artes y oficios, donde el artesano revela su voluntad y su personalidad sin olvidar el arraigo de sus tradiciones lo que permite descubrir las raíces de una fusión cultural entre indígenas y españoles.

Año con año gran cantidad de personas visitan los principales atractivos de nuestro Estado; entre los que destacan las fiestas populares relacionadas con motivos religiosos tales como: el día de muertos, el domingo de ramos, la visita al templo de Sn. Juan Nuevo, las posadas, etc.

Sin embargo es muy poco lo que se conoce del legado cultural de nuestros antepasados, pues actualmente no existe material gráfico que permita mantener tan importante vestigio. Por este motivo se considera necesario apoyarlo con la elaboración de tarjetas postales cuyo propósito es el de vincular armónicamente el valor artístico y estético con los valores históricos de las artesanías. Cabe mencionar que la mayoría de estos artículos se fabrican de acuerdo a los procesos antiguos transmitidos de una generación a otra; por lo tanto se debe dar a conocer su significado que nos revela parte de nuestra cultura. Las tarjetas son un medio bastante accesible y se adquieren como recuerdo de los lugares visitados, además permiten transmitir mensajes a través de imágenes con las que logran captar la atención de todas aquellas personas que las observan.



La artesanía de madera es otro de los atractivos que ofrece el estado.

Año con año gran cantidad de personas visitan los principales atractivos de nuestro Estado; entre los que destacan las fiestas populares relacionadas con motivos religiosos tales como: el día de muertos, el domingo de ramos, la visita al templo de Sn. Juan Nuevo, las posadas, etc.

Sin embargo es muy poco lo que se conoce del legado cultural de nuestros antepasados, pues actualmente no existe material gráfico que permita mantener tan importante vestigio. Por este motivo se considera necesario apoyarlo con la elaboración de tarjetas postales cuyo propósito es el de vincular armónicamente el valor artístico y estético con los valores históricos de las artesanías. Cabe mencionar que la mayoría de estos artículos se fabrican de acuerdo a los procesos antiguos transmitidos de una generación a otra; por lo tanto se debe dar a conocer su significado que nos revela parte de nuestra cultura. Las tarjetas son un medio bastante accesible y se adquieren como recuerdo de los lugares visitados, además permiten transmitir mensajes a través de imágenes con las que logran captar la atención de todas aquellas personas que las observan.



La artesanía de madera es otro de los atractivos que ofrece el estado.

ANTECEDENTES HISTORICOS

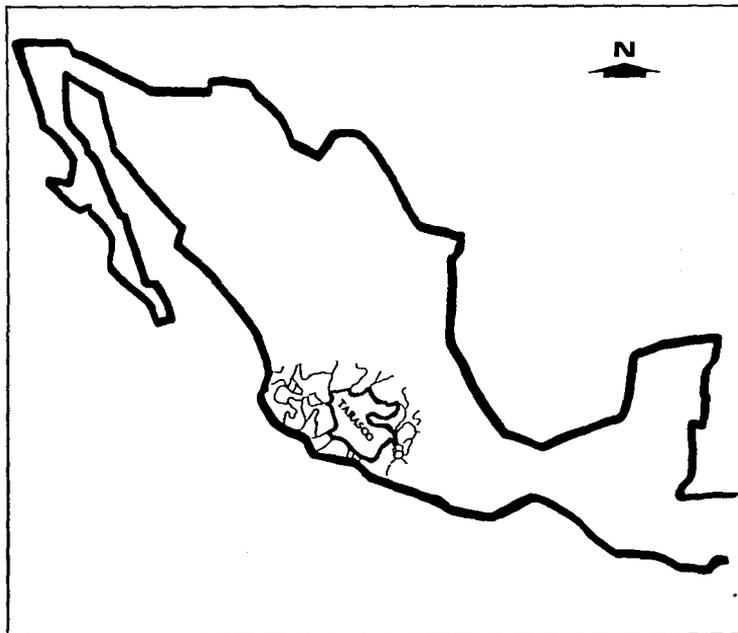
CAPITULO 2

ANTECEDENTES HISTORICOS

La palabra Michoacán procede de la voz náhuatl *michihuacán* que significa: "Lugar de pescadores". No se conoce con exactitud cuál fue el origen de los tarascos, también llamados *michuques* o *purépechas*. Existen varias teorías, la más acertada según los historiadores es que provienen de Sudamérica, concretamente de Perú debido a las semejanzas de idioma y cultura. Localizados en un medio ambiente rico en flora y fauna propias de una región lacustre y montañosa, los tarascos dispusieron de una abundante fuente de recursos naturales explotables.

Economía

La economía se basaba esencialmente en la agricultura aunque sólo una parte de la alimentación provenía de ella, ya que en lugares cercanos a ríos y lagos se practicaba la pesca. La caza constituyó un medio de subsistencia importante además eran recolectores de yerbas comestibles y medicinales. El maguey fue explotado ampliamente de él se obtenían textiles, papel, alimento y pulque. Tuvieron un gran desarrollo en la metalurgia. La cultura tarasca tuvo una economía diversificada en la cual existió la especialización del trabajo y en la que el poder político y económico ejercido a través de



un sistema tributario se centra en el *Cazonci*.

Organización social

En la pirámide social se encontraba el *Cazonci* que era el gobernante supremo y concentraba todo el poder económico, político, jurídico y religioso. Era representante de la deidad *Curicaveri*. Dentro del grupo dominante entraba también la clase sacerdotal encabezada por el sacerdote mayor o *Petámuti*, estos eran casados y su oficio les venía por linaje, además eran los depositarios del conocimiento histórico. Los *achuecha* o señores ocupaban puestos importantes en la economía y en la organización militar y religiosa, lo sucedía el *angatacuri* o gobernador.

Posteriormente se encontraba el *anganatáingari* o capitán general de guerra; los *caracha-capacha* y los *ocambecha* se encargaban de organizar a los trabajadores para llevar a cabo obras públicas y recoger tributo. Todos los cargos se heredaban de padres a hijos y a familiares cercanos. Otra clase social la conformaban los artesanos. Por último se encontraban los esclavos dedicados al cultivo de sementeras, otra parte de ellos eran sacrificados. La mujer era tomada en

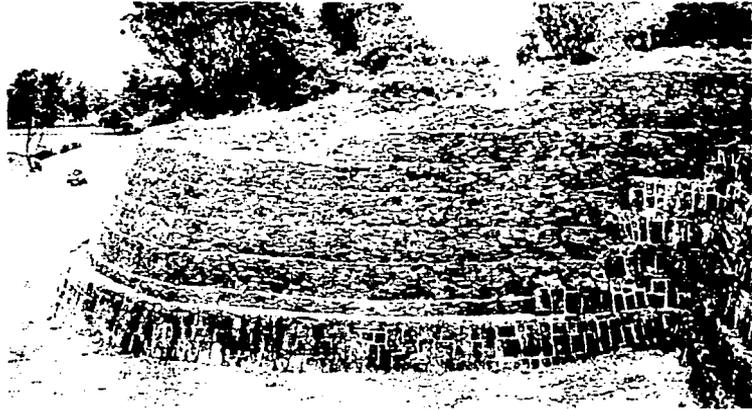


Tariácuri ante Curicaveri representado como una piedra.

cuenta en algunos aspectos básicos.

Religión

Tuvo un papel preponderante en la sociedad, ya que no había actividad en la que no se desarrollaran ritos religiosos y estuviera bajo la protección de una deidad. Tenían rituales muy complejos pero bien estructurados a través de ciertas fiestas, establecidas de acuerdo a un calendario que giraba alrededor de diversos dioses; practicaban sacrificios humanos y juegos rituales.



Organización sacerdotal.
(abajo)

Vaso bicrómo
representando a Xipe.
(extremo derecho)



Arquitectura

Tuvieron como capital el centro ceremonial de Tzintzuntzan, llegando a la zona del lago de Pátzcuaro como nómadas chichimecas, fueron aprendiendo de los grupos ahí asentados. Sus primeras construcciones eran de pasto o tierra, posteriormente utilizan la piedra y la madera tanto para la construcción de viviendas como de murallas y cercas. Las yácatas son edificaciones sobre grandes plataformas en forma de pirámide y de cono.

Artes Menores

Los tarascos eran grandes artífices, se dedicaban a diferentes tipos de industria casera. Cada pueblo se especializaba en alguna artesanía según los recursos disponibles



en él. El hilado, el tejido, la cerámica, el trabajo en piedra y mosaicos así como la plumaria, eran consideradas artes menores. Tenían una importancia económica y social hoy en día minimizada, ya que impresionan como curiosidades o como objetos decorativos desprovistos del contexto cultural y religioso de los prehispánicos. Independientemente del material con que se hacían, estos productos tenían valor por la función que desempeñaban.

Cerámica

El barro fue uno de los materiales más trabajados por los indígenas, en él plasmaron parte de sus costumbres cotidianas y religiosas. Una de las características regionales fue la decoración con pintura al negativo sobre objetos policromos combinando el negro, rojo y blanco principalmente en motivos decorados con elementos geométricos acompañados de figuras de animales y humanas. El ingenio del artesano tarasco encontró en la creación de pipas una de sus manifestaciones más complejas. También se realizaban cajetes, ollas, vasijas, silbatos, sellos, malacates, braseros y figurillas entre otros, mostrando colores y diseños típicamente michoacanos.

Arte plumario

Fueron verdaderos especialistas en el trabajo de las plumas, éstas eran símbolo de poder y dignidad, funcionaban como tributo y moneda. Se fabricaban las prendas más diversas como capas, mantas, vestiduras, coronas, penachos que servían de atavío para sacerdotes y dirigentes. Para realizar este trabajo se cortaban las plumas en pequeños pedazos combinando los diferentes colores



Pipas tarascas utilizadas por los Sacerdotes.



Cerámica policroma de Tzintzuntzan.

necesarios para el diseño que iban a realizar sobre un lienzo de maguey colocado encima de una tabla, las plumas se pegaban con la ayuda de unas pinzas especiales para este delicado trabajo.

Mosaico

Los artesanos que hacían estos trabajos tenían una posición reconocida y eran

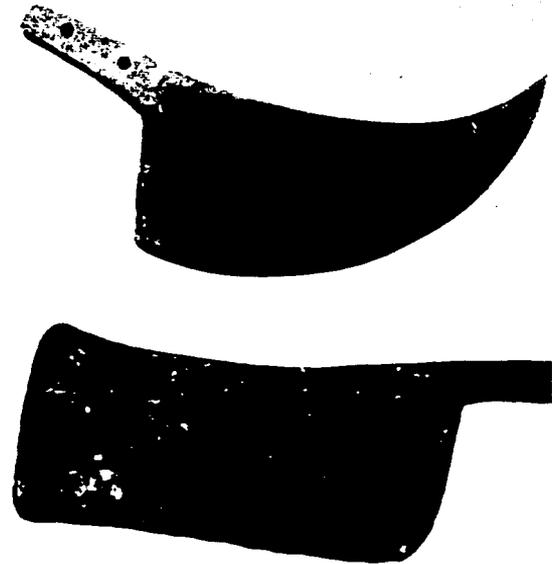


Artesano plumario.

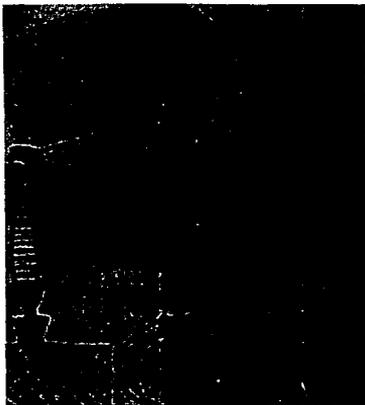
enterrados con sus materiales e instrumentos de trabajo. Los mosaicos de turquesa formaban parte fundamental en la vestimenta de los señores. En obsidiana se hacían navajas, raspadores, puntas de flecha, instrumentos utilitarios para la explotación agrícola, la caza y la fabricación de macanas o armas de guerra, objetos suntuarios como bezotes y orejeras.

Hilados y Tejidos

Los materiales con que se fabricaban los tejidos eran variados, en algodón blanco y oscuro al igual que en una serie de fibras vegetales que provenían del maguey y del agave. Algunos tintes eran extraídos de plantas como el añil, maderas o frutas y otros de origen animal y mineral, siendo los colores



Herramientas de labranza



Hiladera tarasca representando a Xochiquetzal, patrona de las tejedoras.

más frecuentes el azul, negro, rojo y blanco. Los instrumentos utilizados eran el telar con lazaderas y huesos. Los tejidos servían para vestido tanto masculino como femenino, como ofrenda a los dioses o para trueque y regalo.

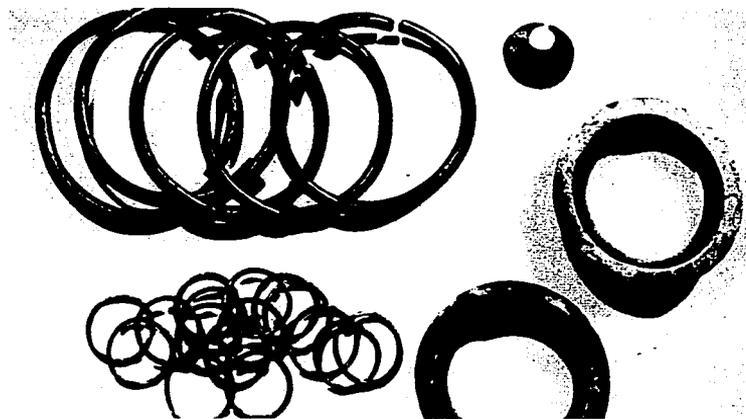
Metalurgia

La metalurgia fue una práctica muy antigua en Michoacán. La variedad de objetos de metal, sobre todo de tipo ceremonial permiten suponer la complejidad política y religiosa de la sociedad tarasca. La posesión de objetos de metal fue privilegio del grupo dominante, también era dedicado a los dioses

o como ofrenda para los muertos. Los instrumentos de trabajo como anzuelos, punzones, hachas, puyas y azadas eran realizados con moldes. El cobre era el metal más apreciado después del hierro, pues tenía diferentes usos. La plata desempeñaba un papel preponderante en el método de amalgamación o beneficio de patio. Se desarrollaron las siguientes técnicas: martillado, revestimiento metálico, fundido, vaciado, cera perdida, entre otros. Dentro de los grupos de artesanos prehispánicos los que trabajan el metal y las plumas eran considerados como verdaderos artistas ubicándose en el nivel más alto. Tanto para la fundición como para la fabricación de objetos se requería de especialistas que recibían sus conocimientos de padres a hijos formando grupos que guardaban celosamente su tradición.

Entre los tarascos las funciones administrativas, políticas, religiosas y militares no se encontraban claramente definidas. La autoridad se ejercía a través de una burocracia jerarquizada y coercitiva formada por funcionarios que compartían funciones de toda índole. Las normas jurídicas giraban esencialmente en los valores dados a la valentía y la obediencia, existiendo la pena capital.

Par de orejeras y pulseras de plata, aritos de cobre.



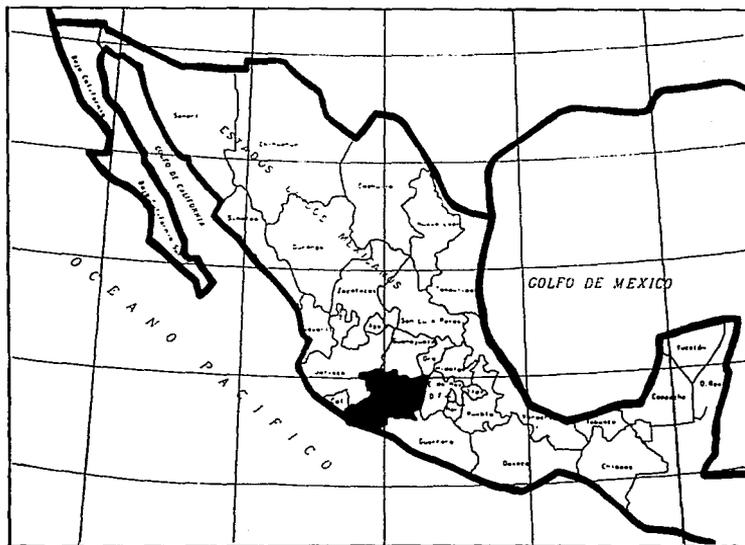
MICHOACAN Y SU ECONOMIA

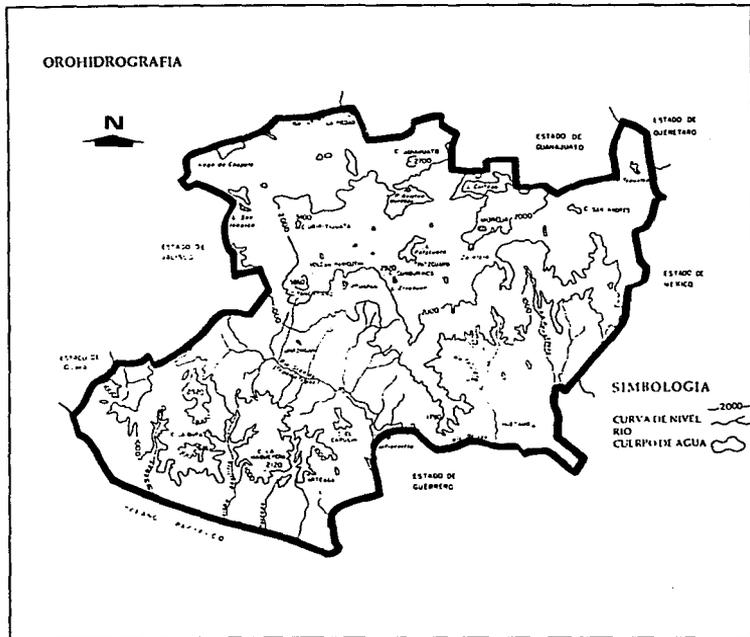
CAPITULO 3

MICHOACAN Y SU ECONOMIA

Ubicación Geográfica

La superficie del estado está calculada en 59 864 kms. Su situación geográfica es: 17° 56' y 20° 23' de latitud norte y 100° 3' y 103° 46' de longitud oeste del meridiano de México. Michoacán limita al norte con los estados de Jalisco y Guanajuato; al noroeste con el estado de Querétaro; al este con los estados de México y Guerrero; al sur parte de Guerrero y al oeste con Colima y parte de Jalisco. La población absoluta es de 3 534 042 habitantes y la población relativa de habitantes sobre km. es de 59.03. Tiene una altitud de 1898 mts. sobre el nivel del mar.





Hidrografía

La entidad cuenta con un vasto sistema hidrográfico con abundantes manantiales, ríos, arroyos y lagos. Se forman tres vertientes principales: la del sur o del Océano Pacífico, la vertiente central o la Cuenca de Tepalcatepec-Balsas y la vertiente del norte que recoge las aguas del Lerma y los lagos de Cuitzeo y Chapala.

Orografía

Michoacán se encuentra entre dos grandes cordilleras: la del centro y la del sur. La sierra del centro forma parte del eje volcánico que atraviesa el estado de este a oeste y se ramifica hasta constituir ejes montañosos secundarios.

Clima

Es difícil definir con exactitud el clima que predomina en Michoacán ya que varía dependiendo de la región. En el plan de tierra caliente la temperatura media es de 29° C, en la región denominada mil cumbres que abarca: Uruapan, Paracho, Pátzcuaro, Quiroga, entre otros, el clima se califica como templado y lluvioso con una temperatura media de 20° C. En la ladera del sur la temperatura varía entre los 18° y 26° C sin fuertes oscilaciones.

Agricultura

En el Edo. se desarrollan principalmente actividades primarias como son: agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. Casi un millón de hectáreas están cultivadas, de las cuales una cuarta parte son susceptibles de riego. La mitad de la superficie laborable se siembra de maíz y una décima de frijol, por lo tanto la base de la alimentación la constituyen estos dos productos.

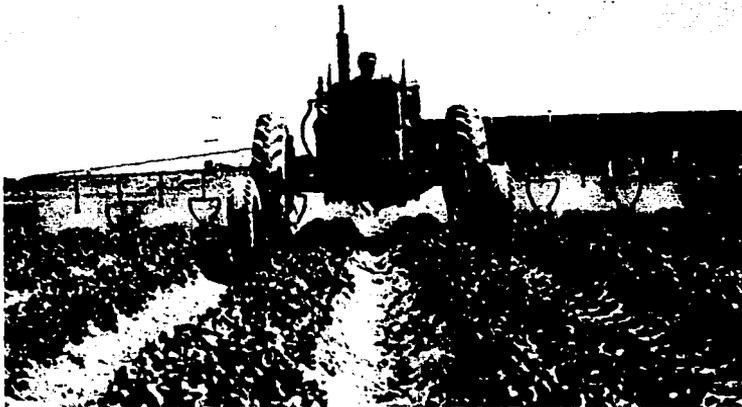
Otro 20% admite varios cultivos como algodón, caña de azúcar, trigo, sorgo, ajonjolí, garbanzo, cebada y arroz. Cada vez se extiende más la fruticultura, encontrándose las huertas de coco, plátano, guayaba, melón, sandía y limón. El estado es uno de los principales productores de aguacate, fresa y limón en la República.

Ganadería

De acuerdo con la Dirección de Ganadería del estado aproximadamente una cuarta parte de la superficie de Michoacán es propia para la ganadería mayor. El Edo. se encuentra entre los primeros en explotación de cerdos predominando las razas duroc, jersey, hampshire, yorkshire y landrance. La cría de caballos, mulas y burros disminuyó; sin embargo los borregos, chivos y las aves son importantes para la producción ganadera. La explotación lechera se desarrolla con especies finas como holstein y jersey. También destaca la cría de ganado vacuno de engorda cebú y hereford.

Silvicultura

No obstante el mal uso de los bosques, la



El estado de Michoacán se encuentra entre los primeros en la exportación de cerdos.

extensión cubierta de árboles abarca gran parte de la superficie del estado. Las especies convertidas más frecuentemente en madera son: el pino, el encino, el fresno, el oyamel y el cedro blanco; de éstas se obtiene madera aserrada, cajas para empaques, palos de escoba, productos cepillados, etc. De los no maderables se obtiene aguarrás, brea y resina. Aquí se produce el 80% de las resinas del país.



Pesca

La pesca michoacana si se compara con la del resto de México es poca, tanto en volúmen como en el valor de la producción. Hasta ahora la mayor parte de la pesca se realiza en aguas interiores principalmente en los lagos de Pátzcuaro, Cuitzeo y Chapala. El lago de Pátzcuaro presenta condiciones propias para la reproducción de pescado blanco, carpas israel, arcoiris y argentina. En Lázaro Cárdenas las especies más importantes son el langostino, la carpa, el pargo, el ostión de piedra y la langosta. Existen además lisa, robalo y mojarra, así como diferentes especies de tortuga.

Minería

Se estima que por lo menos 32 municipios

michoacanos cuentan con yacimientos de fierro, cobre, plomo, zinc, plata, oro y en menor proporción mercurio y estaño. Entre otros materiales destacan la barita, caliza, yeso, mármol, carbón y otros subproductos. Sin embargo, el crecimiento de la actividad minera se encuentra muy por debajo de sus posibilidades, su aporte a la producción nacional es pequeño. La planta siderúrgica Las Truchas es actualmente un importante proveedor en el país y una fuente de trabajo.

Industria

En los últimos años ha sido el sector de la economía estatal que más ha crecido, aunque no constituye ni siquiera la cuarta parte de la producción global del Edo. La mitad de la industria se dedica a la fabricación de alimentos, textiles y muebles;

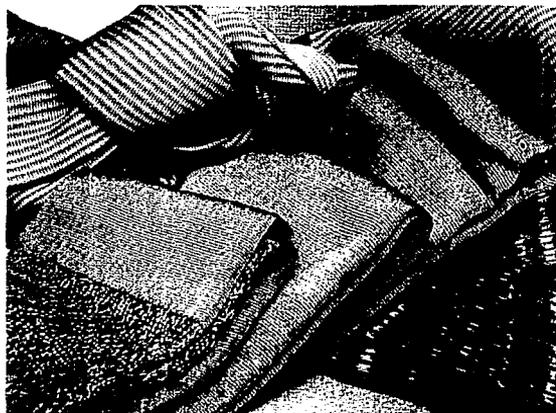


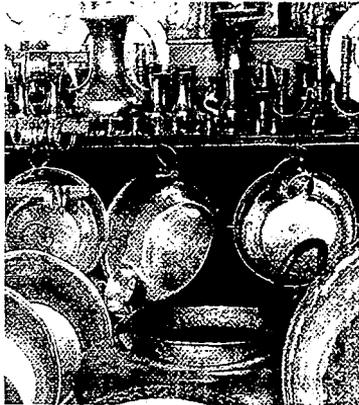


la tercera parte se concentra en el procesamiento de los derivados de la madera. En artesanías, Michoacán se mantiene famoso y fecundo. Existe una gran variedad de artículos de diversos materiales en los que se reflejan la capacidad artística y creativa de los artesanos.

Fiestas

El culto a los santos se liga sobre todo al espacio de los templos que abundan en Michoacán y al tiempo de las festividades religiosas. Son festividades muy concurridas las de Ntra. Señora de la Salud en Pátzcuaro, la feria del cobre de Santa Clara, la celebración del Señor de la Lámpara en Charo, la feria de la guitarra en Paracho, la del día de muertos en Tzintzuntzan que es quizá la que atrae mayor número de turistas,





las posadas y las fiestas decembrinas también se festejan en grande.

Turismo

El estado de Michoacán ofrece diversos atractivos para el visitante; su vasta vegetación así como sus caídas de agua son los escenarios naturales que lo mantienen como un centro turístico importante. Entre los sitios más destacados se encuentran: balnearios de aguas termales curativas, balnearios de aguas marinas, ruinas prehispánicas, arquitectura colonial, sitios y monumentos históricos, caza, pesca, toros, fiestas patronales y artesanías. Otro atractivo del estado es la variedad de comida, se consideran como alimentos típicos: los atoles, carnitas, corundas, charales, minguche, caldo miche, uchepos y pozole.

Música y Danza

Entre la música popular destaca la de viento y la de cuerda. La primera es propia para las bandas destacándose las de Ajuno, Arantepacua, Charapan, San Angel Zurumucapío, San Juan Tumbio y Zurumútaro. Las pircucas son las canciones típicas del estado. Las danzas más representativas son



las de los viejitos, los negritos, las canacas, la de los moros, así como la danza del pescado en la isla de Janitzio.

Artesanías

Las artesanías tienen una larga tradición en Michoacán. Son famosas las guitarras, las lacas, los tejidos, bordados y deshilados, los muebles y muchos tipos de cerámica que en cada región adopta características peculiares, sin olvidar las imágenes hechas con caña de maíz. Cada época hace de las artesanías un testigo histórico que afirma su carácter de documento vivo en consonancia con la realidad en que se produce. Hoy se detecta cómo los materiales de origen industrial sustituyen progresivamente a aquellos de origen natural que contribuían a la afirmación de carácter



regional respecto al manejo del color y concepto de diseños y formas, dimensiones, espacios y volúmenes utilizados. Son muchas las necesidades para reivindicar, proyectar en el tiempo y recuperar la bella expresión artística y muchas son también las influencias, estilos y determinaciones económicas que han orientado e incidido en la transformación de la producción artesanal tan cargada de arte y simbolismo. La modestia del artista que lo ejecuta es hoy por hoy el depositario último de las más profundas costumbres y raíces culturales que el quehacer cotidiano del pueblo representa.

Auspiciar a los artistas más destacados, revelar la importancia de los productos artesanales anónimos manufacturados, es uno de los caminos para la protección y fomento de las artesanías del país. La industrialización del mundo moderno ha producido sus efectos. Ya no se trata de rescatar la manufactura del objeto artesanal en competencia con su producción mecanizada, sino rescatar lo que queda de su expresión formal en función de satisfactores humanos.

Por lo visto el Arte Popular que sigue la buena tradición en tratamiento, materiales, decoración, se ha convertido en un arte para conoedores y coleccionistas. El pueblo no puede pagar precios elevados por simples objetos decorativos, que antes eran de uso cotidiano. Para evitar que desaparezca en su totalidad este bello arte en peligro, el gobierno del estado de Michoacán, a través de la Casa de las Artesanías en Morelia, se esfuerza por mantener un vínculo de identidad con la cultura arraigada profundamente del pueblo.



Artesano manejando una hiladora.

POLITICAS DE PROTECCION

CAPITULO 4

POLITICAS DE PROTECCION

Patrimonio cultural son todas aquellas creaciones heredadas del pasado que se materializan en los testimonios arqueológicos, arquitectónicos, urbanos, históricos, documentales, artesanales y técnicos, las expresiones literarias, musicales, usos y costumbres de todos los pueblos y grupos sociales. La herencia viva de las técnicas tradicionales, habilidades artísticas, capacidades creativas, sensibilidades estéticas, creencias y comprensiones a través de las cuales se expresan nuestros pueblos actuales.

La protección del patrimonio cultural no son sólo las actividades de investigación, restauración y difusión, sino es fundamentalmente el fortalecimiento de una conciencia nacional que permita la revaloración de todo aquello que culturalmente nos conforma .

En un estado como Michoacán en el que la riqueza cultural determinada no sólo por su cantidad, sino por su diversidad y en un tiempo de crisis económica, se hace necesario un planteamiento de las formas de relación de las instituciones y sobre todo, surge la necesidad de replantear y formular principios





básicos que deberán ser incluidos y vigilados en los programas de desarrollo estatal.

En esta tarea el Instituto Nacional de Antropología e Historia manifiesta su interés en el desarrollo y participación así como en la coordinación de acciones para continuar con este proceso. Por su parte los programas de la Dirección de Patrimonio Estatal han levantado y actualizado los inventarios de las colecciones que el Instituto Michoacano de Cultura tiene bajo su resguardo, al igual que museos y casas de cultura, muebles, pinturas, monedas, artesanías, libros y otros objetos.

"Uno de nuestros objetivos ha sido inventariar y clasificar los bienes culturales con valor artístico o histórico, para su conservación, protección y recuperación, en coordinación con las dependencias estatales y federales, cuando así se requiera." (Gobierno del Estado de Michoacán).



EL DISEÑO GRAFICO

CAPITULO 5

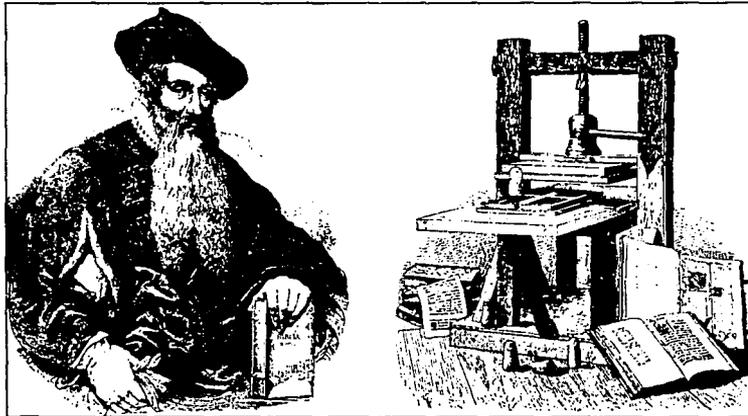
EL DISEÑO GRAFICO

El desarrollo de la imprenta con base en el tipo metálico movable se acredita a Johann Gutenberg que empleó moldes de bronce para producir sus piezas de tipos y con su uso nació la imprenta moderna. No fue sino hasta 1922 cuando William Addison Dwiggis acuñó el término diseñador gráfico para describir sus actividades, como las del individuo que daba orden estructural y forma visual a la

Johann Gutenberg,
fundador de la imprenta
moderna.

Antecedentes del Diseño Gráfico

En el curso de la historia, la necesidad de relacionar la naturaleza del diseño con aspectos de la vida cotidiana de orden social, económico, político o cultural ha sido satisfecha por escribas, impresores y artistas. Las cualidades estéticas de la alfarería griega, los escribas sumerios quienes inventaron la escritura, los artesanos egipcios que combinaban palabras e imágenes en manuscritos de papiro, los impresores chinos que utilizaban trozos de madera, los iluminadores medievales, así como los impresores que diseñaron los primeros libros en Europa, todos ellos forman parte de la rica herencia e historia del Diseño Gráfico.



comunicación impresa. El concepto de arte como objeto que existe exclusivamente por sus valores estéticos, se modificó hasta el siglo XIX.

La Revolución Industrial trajo consigo un proceso tecnológico que repercutió en el desarrollo de las artes y los oficios. Se originó una separación entre industria y arte, retomando los valores espirituales y humanos. Uno de los personajes más destacados de la época fue Willam Morris quien fundó la imprenta Kelmscott Press, cansado de la producción en serie, se inspira en la ornamentación medieval y en formas vegetales para realizar sus diseños naturistas. Henri Toulouse Lautrec y Alphonse Mucha dejaron huella profunda en el lenguaje del diseño.

Una escuela muy reconocida debido a su influencia en el desarrollo de esta disciplina fue la Bauhaus dirigida por Walter Gropius, el apoya la relación entre industria y arte, destacando que los estudiantes deberían tener una formación práctica como artesanos organizados en talleres, donde se resolvían los problemas de la producción masiva. Su principal objetivo era rescatar al artista

L'AMERIQUE DU SUD



creativo y reintegrarlo en el mundo de la realidad.

Otro movimiento de trascendencia fue el denominado Estilo Tipográfico Internacional que tuvo lugar en Suiza, su finalidad era la de proporcionar legibilidad y orden en el diseño, para lo cual crearon la tipografía Univers, que se sigue utilizando con mucha frecuencia en la actualidad.

abcdefghijklmnopq
rstuvwxyz ,;:?!-'&£
ABCDEFGHIJKLMN

Adolphe Mouron,
emigrante ruso que
revitalizó el cartel francés
en los años XX.

industria y el comercio. La mejor disposición de los materiales y recursos con los que cuenta el diseñador depende de su habilidad para combinarlos, creando así un diseño original y creativo.

Metodología del Diseño Gráfico

El éxito o fracaso de un diseño, cualquiera que éste sea, depende de la información que se tenga del mismo. El primer factor que se debe tomar en cuenta es: quien encarga el trabajo y posteriormente el mercado al que va dirigido. Una vez establecidos estos datos es necesario conocer cuál es el objetivo principal de nuestro diseño. Si es el de informar, la solución puede ser esquemática o tipográfica; si por el contrario es decorativo se requiere de una o varias imágenes que dominen el diseño con poco texto.

Para el proceso de diseño se llevan a cabo tres etapas sucesivas: la primera es la entrevista y recopilación de la información, la segunda es la preparación del original y la última la producción o impresión. Esto es válido independientemente del material gráfico que se trate.

La primera etapa consiste en una entrevista con el cliente o la persona encargada del caso. En esta sesión se decide el concepto de diseño deseado y otros puntos fundamentales como: el presupuesto y la fecha de entrega. Es importante que el diseñador calcule con exactitud su presupuesto, ya que



El ingenio y la creatividad del diseñador gráfico se reflejan en la óptima transmisión de su mensaje.

una vez que se tiene fijado, se debe respetar. El lenguaje empleado en su presentación deberá estar al nivel de las personas que le escuchan. En esta etapa se deben plantear todas las preguntas que se consideren necesarias, evitando malos entendidos y errores que repercutan posteriormente. Habiendo establecido los detalles básicos, el diseñador decide si acepta o no el encargo.

Antes de llevar a cabo la realización de un diseño es imprescindible efectuar una entrevista con el cliente para especificar la idea.



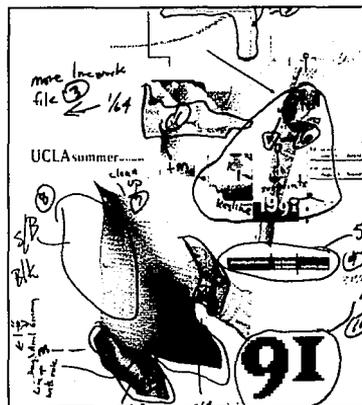
Una vez que se acepta el trabajo se prosigue con la etapa de preparación del boceto que es una versión aproximada del diseño, éste puede ser esbozado dando una indicación de la idea básica, o bien, un boceto acabado. El nivel varía dependiendo de las demandas y la persona a la que se le mostrará el boceto. Cualquiera que sea el tema, el boceto debe cumplir con los principios básicos de diseño. Se recomienda utilizar un tamaño lo más apegado a las medidas reales del trabajo final. Uno de los propósitos de la elaboración de un boceto es crear una base sobre la que se pueda discutir, nunca debe considerarse como la última palabra. La mayoría de las veces es recomendable decirle al cliente cuántos bocetos se le van a presentar y de qué nivel. Por otra parte el boceto terminado debe reflejar perfectamente el producto final. Para

darle una mejor presentación y protegerlo es conveniente montarlo sobre un cartón negro y cubrirlo con acetato o albanene.



Este boceto muestra la ilustración y la posición de los tipos.

En la etapa final de producción la selección del método de impresión más adecuado para el trabajo que se está realizando es el factor de responsabilidad más importante para el diseñador. El decide como se va a llevar a cabo el trabajo desde el punto de vista técnico, para lograr un óptimo resultado es indispensable hacer todas las indicaciones pertinentes al impresor y



Es conveniente hacer las indicaciones necesarias para lograr la impresión correcta.

mantener una estrecha comunicación con él, quien a su vez indicará el tiempo aproximado en el que realizará su trabajo. De esta manera el diseñador lo incorpora en el programa general que indica las fechas para todas las fases del proceso de producción, desde la aceptación del boceto, hasta la entrega de las últimas pruebas. Para la toma de decisiones el diseñador debe conocer previamente las tareas de la producción que son las siguientes:

- 1.- Procesos de impresión.
- 2.- Composición tipográfica.
- 3.- Selección del papel y otras superficies de impresión.
- 4.- Terminados.

LAS TARJETAS

CAPITULO 6

LAS TARJETAS

Las personas se expresan por medio de tarjetas para toda ocasión en cualquier época del año. En la actualidad existen una gran variedad de tarjetas dependiendo de la situación, las más comunes son: las tarjetas de cumpleaños, las de agradecimiento, de boda, las amistosas, las románticas, las juveniles y las tarjetas postales. Se pueden utilizar diferentes estilos de diseño para su realización, destacando los estilos: realista, humorístico y estilizado. El tema también puede variar siendo el floral, de animales, de personas y de objetos de uso cotidiano los principales.

El éxito de una tarjeta significa que dos personas estén satisfechas, la que envía la tarjeta con un mensaje y la persona que la recibe y lo interpreta. Estas dos personas son la parte crucial del fenómeno de las tarjetas, cuyo objetivo es comunicar a través de esta papelería. El hecho de enviar una tarjeta es una situación social, como enviar una carta, hacer una llamada telefónica o visitar a alguien.



Las tarjetas del día de San Valentín fueron las más populares en el siglo XVIII, posteriormente fueron desplazadas por las tarjetas navideñas.

Tarjetas de felicitación

Las primeras tarjetas confeccionadas en cierta cantidad fueron las del día de San Valentín, que aparecieron a finales del siglo XVIII. En poco tiempo se convirtieron en creaciones muy elaboradas, con relieve, ilustraciones a color y complejas combinaciones de materiales. A mediados del siglo XIX cuando se estableció el correo, las tarjetas alcanzaron enorme popularidad; pocos años después ya habían sido desplazadas por las tarjetas de Navidad.

En la actualidad, se pueden diseñar tarjetas propias con ideas originales y creativas utilizando diversos materiales y técnicas. Otros tipos de tarjetas son las tarjetas desplegadas, en relieve e impresas.

Tarjetas postales

El uso de la fotografía como parte integrante del diseño de una tarjeta postal, da como resultado que ésta sea más expresiva, ya que transmite la idea o mensaje de forma clara y precisa. Su finalidad principal además de enviar un saludo, es la de promover o dar a

Las tarjetas postales presentan diferentes formatos y terminados.



conocer determinado lugar y los principales atractivos con los que cuenta. Hay otros recursos auxiliares que colaboran para reforzar la imagen, estos pueden ser márgenes, plecas, tipografía, colores llamativos, imágenes múltiples, etc.

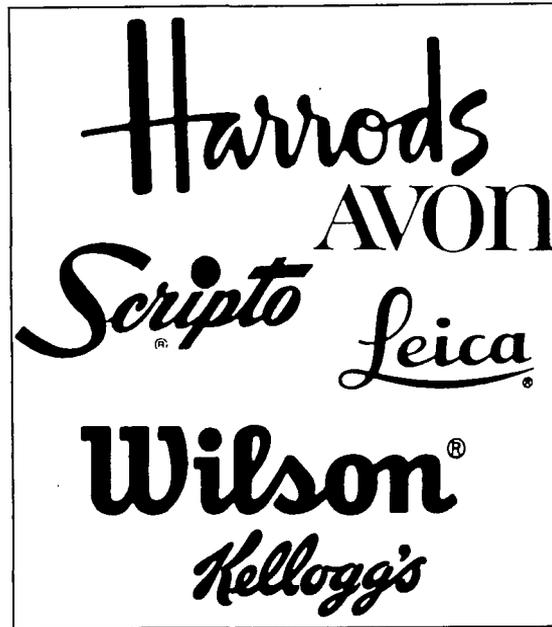
Existen diferentes formatos y tamaños, es decir, las hay horizontales o verticales; en cuanto al tamaño, el más apropiado es el standard sin rebasar los 12 X 16,5 cms. facilitando el manejo de la misma. En la parte posterior de la tarjeta se incluyen espacios en blanco para la redacción del mensaje y para los datos del remitente. En el extremo superior derecho se colocan las estampillas. La razón social del impresor escrita con una tipografía pequeña, se localiza en la parte central de la tarjeta y generalmente se lee de abajo hacia arriba. La descripción de la imagen se encuentra en el extremo izquierdo, ya sea en la parte superior o inferior. Algunas veces aparece la palabra tarjeta postal.

Una de las ventajas de este tipo de tarjetas es que se pueden enviar sin sobre, de acuerdo a las condiciones impuestas por la legislación postal, aunque esto representa por consiguiente una desventaja, ocasionando que el mensaje pierda privacidad.

Marcas y Logotipos

Una de las funciones claves de las marcas y logotipos es identificar un producto, diferenciarlo de otros, informar acerca del origen, el valor y la calidad del mismo. Son un medio útil para transmitir un mensaje inequívoco y uniforme; constituyen el lenguaje más internacional del mundo. Es importante que las marcas y los logotipos sean distintivos, que cumplan con las funciones de informar y distinguir al producto, proporcionándole al consumidor confiabilidad y un estilo particular e interesante.

Existe gran variedad de logotipos; los hay basados únicamente en iniciales que necesitan mucho rodaje para adquirir un carácter distintivo y destacar. Además hay logotipo asociativos, alusivos, con frases que se caracterizan por el empleo de tipografía principalmente y logotipos con el nombre en versión pictórica, como en el caso de las tarjetas postales. En estos logotipos, el nombre del producto o de la organización es un elemento destacado e importante del mismo, pero el estilo global es muy característico. La combinación de nombre y diseño mediante un símbolo visual distintivo crea un estilo que desafía toda clase de manipulaciones, siendo además muy efectivo.



Muchos nombres corporativos son el apellido del dueño de la empresa.



Metodología para el diseño de tarjetas postales

El primer aspecto que se debe tomar en consideración es el mensaje que se quiere transmitir, posteriormente es conveniente estudiar y definir a quién se va a dirigir, y de qué manera. Una vez que se han establecido claramente estos puntos se selecciona el método por el cual se llevará a cabo; que en este caso particular es la fotografía. Lo siguiente es elegir con que objetos se va a trabajar, por ejemplo: cerámica, guitarras, bateas, rebozos, lacas, etc. Es importante analizar su colorido, tamaño, material y utilidad, resaltando lo más característico de cada uno de ellos.

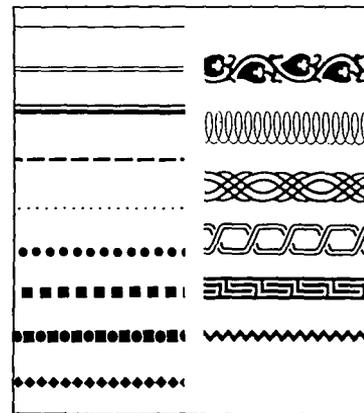
El siguiente paso teniendo el diseño en mente, se recurre a poco más que un simple esbozo sobre papel; este método puede crear imágenes muy originales y sugerentes, jugando con el acomodo. Sin embargo, es común que cuando se utiliza la fotografía de naturalezas muertas surjan ideas espontáneas e innovadoras en el momento de la toma. El control último sobre el aspecto de la toma recae en el diseñador, quien debe determinar los elementos fotográficos, siguiendo las exigencias de la planificación del diseño. Esto le permite ejercitar sus habilidades creativas para producir una fotografía en el estilo requerido.



Existe un procedimiento a través del cual se selecciona una de las varias tomas que se han llevado a cabo.

Para el diseñador, la creación de una fotografía no se termina después de apretar el disparador de la cámara. Es necesario seleccionar las mejores fotografías y recurrir a elementos decorativos como placas, márgenes, tipografía, etc. incluyendo los más apropiados dependiendo de la fotografía. Finalmente se realiza el original mecánico para la imprenta, determinando previamente el sistema de impresión más apropiado para este trabajo.

Los acabados de una tarjeta postal son indispensables, y se llevan a cabo después de la impresión, dan como resultado el producto terminado. La efectividad del producto dependerá de la buena distribución y promoción del mismo.



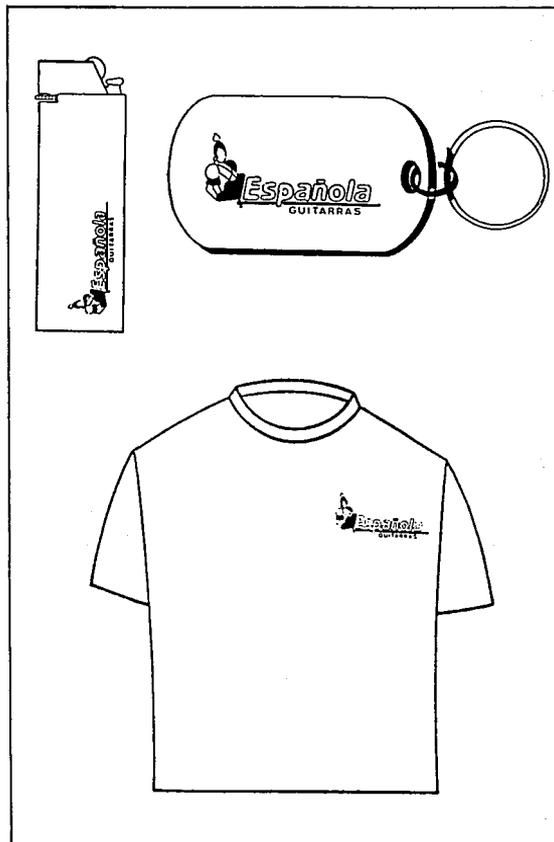
La promoción es uno de los cuatro elementos principales de la mercadotecnia. Los principales instrumentos promocionales son: la publicidad, la promoción de ventas, la publicidad no pagada y las ventas personales. Cada uno de estos tiene cualidades independientes pero se superponen y su coordinación eficaz requiere de una definición cuidadosa de los objetivos de la comunicación.

Publicidad

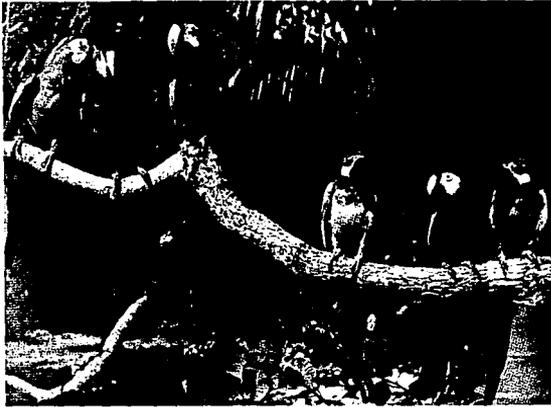
Debido a las numerosas formas y aplicaciones de la publicidad, es difícil hacer generalizaciones acerca de sus cualidades como componente de la mezcla de promoción, sin embargo cabe señalar las siguientes cualidades:

- Presentación pública. La publicidad es una modalidad sumamente pública de comunicación. Su naturaleza pública le confiere cierto tipo de legitimidad al producto.
- Penetración. Es un medio de gran penetración que permite enviar un mensaje repetidas ocasiones.
- Expresividad. La publicidad proporciona oportunidades para representar productos mediante el uso artístico de la impresión, el sonido, los colores, la tipografía y la fotografía como en el caso específico de las tarjetas postales.
- Impersonal. Sólo es capaz de mantener un monólogo, no un diálogo con el público.

La publicidad puede usarse para construir una imagen a largo plazo para un producto. Los presupuestos para utilizarla se



Artículos promocionales.



Las tarjetas postales a su vez se utilizan para promocionar aspectos característicos de un lugar, como pueden ser: sus paisajes, arquitectura, comida típica, estilos de vida y diversos atractivos turísticos destacando la elaboración de artesanías de vasto colorido y riqueza cultural de un pueblo. Estas son un medio muy económico y de fácil acceso, lo que permite una difusión efectiva y una óptima respuesta del todas aquellas personas que visitan el estado de Michoacán sin importar el motivo de su visita.

distribuyen entre diversos medios: periódicos, revistas, exhibidores exteriores, carteles, señales, correo directo, artículos promocionales, etc. Es un medio muy útil para difundir mensajes y para desarrollar preferencias de marca. La publicidad informativa tiene gran importancia en la etapa inicial de un producto, cuando el objetivo es crear la demanda primaria. La creatividad es importante, así como lo es el tamaño, el color, el impacto visual que marcarán la diferencia entre la competencia. Ya que la publicidad es el instrumento de promoción más importante de acuerdo al tema que se está desarrollando, no se considera necesario detallar los tres restantes.



Tarjetas postales de promoción turística.

FOTOGRAFIA Y DISEÑO

CAPITULO 7

FOTOGRAFIA Y DISEÑO

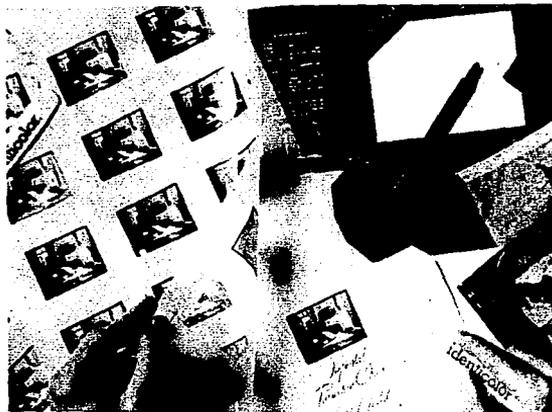
Por qué se elige una fotografía y no una ilustración?. Las ilustraciones por muy bien realizadas que estén distan de la realidad y no crean el efecto deseado. A menudo la fotografía es la única solución satisfactoria. Tiene una gran capacidad para transmitir una atmósfera, para describir, para divertir, para expresar una afirmación artística y para vender un producto o promocionarlo. Lo más importante de una fotografía es que debe ser real, aunque esa realidad sea ficticia. Su misión no se limita a describir un escenario familiar, sino que también es capaz de inspirar otras sensaciones y estados de ánimo.

Con el objeto de desarrollar una sensibilidad ante la imagen fotográfica, hay que tomar fotografías como parte de la rutina diaria de diseño, el diseñador debe adiestrar la mirada ante la forma, la textura y el color; la única manera de lograrlo es practicando. En la elaboración de las tarjetas las imágenes se realzan por la iluminación, objetos familiares se convierten en abstractos, mediante primeros planos que los aislan de su entorno. Se buscan las texturas, los materiales, las formas aprovechando el color intenso de las artesanías. La forma y las relaciones espaciales intervienen en la composición.

Una asimetría deliberada puede ser un buen recurso para crear un efecto especial, añadiendo una fuerza impactante a la imagen visual. Se pueden crear ambientes con relaciones tonales y colores recurriendo a la iluminación, a las condiciones atmosféricas, al estilo de la composición y a la elección precisa de los temas. En una composición, la disposición tonal es tan básica como su marco estructural.

Iluminación

Más que ninguna otra variable, la iluminación permite controlar el aspecto que tendrá una fotografía. En comparación con la cámara, el ojo humano es bastante insensible a los cambios de intensidad, color y dirección de la luz. Incluso con la luz natural, fuera del estudio, el fotógrafo puede controlar la



El diseño es una herramienta para lograr un efecto especial en la fotografía.

iluminación a pequeña escala. La luz solar directa que suele considerarse ideal para la fotografía, produce fuertes contrastes y sombras duras, pero con reflectores y difusores se pueden conservar los detalles en la zona sombreada y así mantener la gama de contrastes dentro de los límites aceptables. La iluminación artificial pretende, en principio, imitar los efectos naturales.

Fotografía de naturalezas muertas

La fotografía de naturalezas muertas puede adoptar la forma de imágenes de envases, artefactos eléctricos, cubiertas para libros o bien puede tratarse de fotografías creativas en exteriores como en el caso de las artesanías michoacanas. En ocasiones hay que trabajar con objetos diversos, por lo tanto es necesario decidir los que deben dominar, puesto que no todos pueden recibir la misma importancia. Se debe tomar como punto de partida un esbozo aunque en ocasiones se termina diseñando a través de lentes. Una ventaja de trabajar con estos artículos es que carecen de movimiento.

Hay que disponer la iluminación de tal modo que los destellos especiales en el caso de la cerámica y de las guitarras, puedan ser controlados y orientados para constituir formas y pautas. La atmósfera que se desee crear impondrá los objetos auxiliares. Sean cuales fueren los objetos que se utilicen, el ángulo de la fotografía tiene una importancia suprema. Antes de la toma se debe saber

exactamente que cantidad de fondo se quiere incluir en la imagen definitiva.

El contraste queda definido por diferencias tanto de tono como de color. Puede aprovecharse colores contrastados del mismo tono, tonos contrastados del mismo color o ambas cosas. El mayor contraste se da cuando un color y su complementario están contiguos.



La fotografía de naturalezas muertas es una de las alternativas para la elaboración de tarjetas postales.

El color en la fotografía

Con la llegada de la fotografía en color empezó un nuevo período del diseño. Con su capacidad de reproducir la realidad, el medio revolucionó la confección de imágenes. Los dos tipos de película en color más importantes están equilibrados para la luz incandescente (3.200 °K) o para la del día (5.500 °K). Los mejores resultados se consiguen exponiendo la película a la temperatura de color para la que está equilibrada. Si no se buscan efectos especiales han de evitarse las iluminaciones mixtas.

Los colores armoniosos se encuentran próximos en el círculo cromático. No tienen por que ser necesariamente todos cálidos o fríos. Un color dominante en gran variedad de tonos, da profundidad y volumen. El empleo de fuentes luminosas inadecuadas a la película, los filtros claros y la subexposición, son otros medios de conseguir lo mismo.

Los colores completamente saturados (sin negro, blanco ni gris) son los más intensos y los más adecuados para la fotografía de artesanías. Deben emplearse con cuidado por que fácilmente separan del tema principal y confunden las formas y los volúmenes. Un filtro polarizador, que elimina los reflejos de superficies brillantes y oscurece el cielo despejado, da colores más saturados. El cielo muy claro y los objetos con superficie brillante proporcionan la máxima intensidad de color.



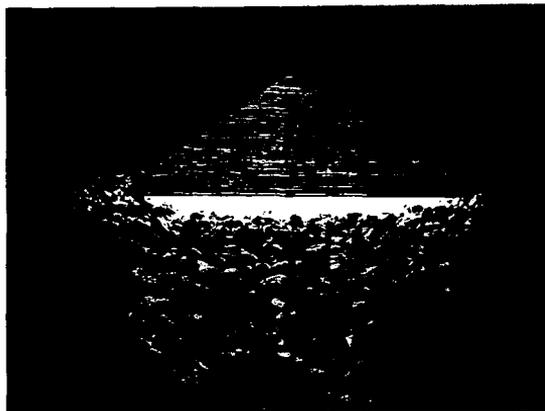
En esta fotografía se puede captar el contraste de los tonos.



La fotografía a color es una herramienta que auxilia al diseñador en su trabajo.

Alteración de los colores

El color de una fotografía puede ser manipulado hasta crear un efecto específico. En ocasiones, el éxito de una fotografía depende del control técnico ejercido durante el procesado. El diseñador puede disponer que una fotografía en color sea impresa en un determinado color o colores. Las posibilidades del uso de fotografías en color, con o sin manipulación, son tan amplias que el diseñador no debería encontrar ninguna dificultad para mantenerse dentro de las especificaciones.



El efecto básico de esta imagen chocante se consiguió en la cámara misma.



Alteración del grano de la película utilizando una película rápida y granulada para la toma.

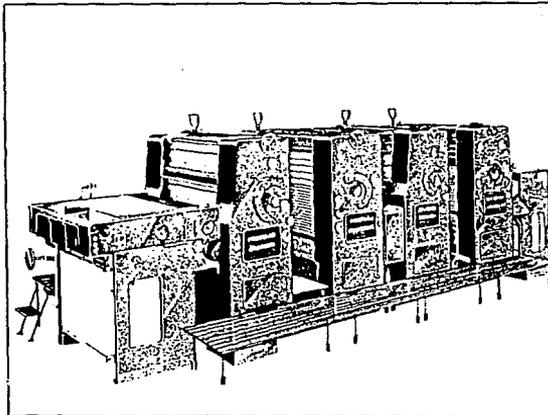
SISTEMAS DE IMPRESION

CAPITULO 8

SISTEMAS DE IMPRESION

La tecnología moderna ha producido tantos métodos para lograr la impresión de palabras e ilustraciones, que la selección del método más apropiado se ha convertido en uno de los primeros y más difíciles obstáculos que deben librarse cuando el objetivo es la comunicación masiva efectiva. Los tres métodos de impresión más comunes y versátiles son: el offset, la tipografía y el rotograbado. Otros procesos como la serigrafía, la colotipia, la flexografía, la termografía y el tipoffset son altamente especializados con variaciones o combinaciones de los tres sistemas básicos.

Además existe lo que podría llamarse sistemas de duplicación o copia, utilizado para duplicar material que ya ha sido previamente impreso por cualquiera de los métodos antes mencionados. Para la impresión de tarjetas postales se utilizan los métodos de offset y serigrafía.

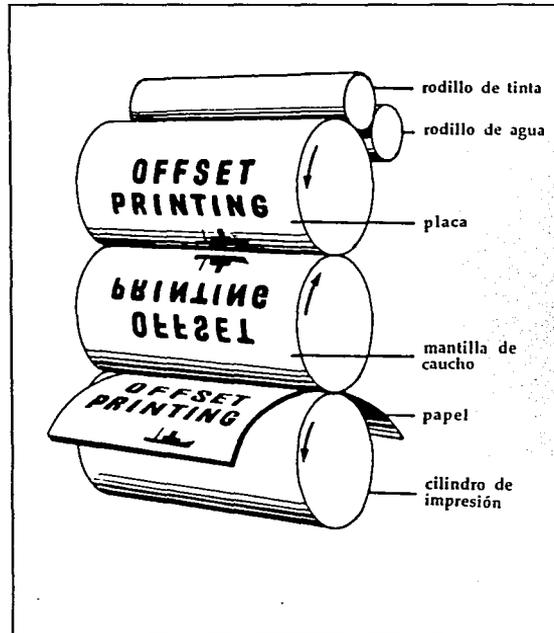


Máquina de offset litográfico.

Aspectos básicos del offset

El offset es un proceso químico que imprime imágenes en el papel con base en el fenómeno de que grasa y agua no se mezclan. Una placa plana es fotográficamente expuesta y tratada de forma que la zona de la imagen recibe tinta grasosa y la zona sin imágenes recibe agua y repele la tinta. En la prensa la placa nunca toca el papel. El proceso tiene este nombre por que la tinta de la placa primeramente es calcada (offset) sobre una superficie de caucho que imprime la tinta sobre el papel.

Cualquier tipo de composición tipográfica puede usarse en este método, así como dibujos e ilustraciones de línea. Las fotografías y otros materiales artísticos de tonos continuos deben fotografiarse por separado para producir un negativo tramado. Para evitar la doble exposición del original, el negativo tramado es expuesto en papel fotográfico para crear una copia fotográfica denominada velo; esta impresión puede colocarse después en el original como si se tratara de un dibujo de puntos y líneas.



Sistema de impresión en offset.

Para la impresión de varios colores es necesario hacer por separado originales, montajes y placas para cada color; a este proceso se le conoce como separación de color. Los cuatro colores fundamentales son el magenta, amarillo, cyan y negro, de la combinación de estos se obtiene una amplia gama de colores.

Ventajas y usos

- 1.- Capacidad para emplear toda clase de métodos de composición en frío, con lo cual reduce los costos.
- 2.- Buena reproducción de tipografía.
- 3.- Reproducción con calidad en una variedad más amplia de papeles.
- 4.- Reproducción de ilustraciones de línea y tramadas.
- 5.- Rapidez en las prensas rotativas.
- 6.- Fácil almacenamiento de placas, montajes y mecánicos.
- 7.- Adaptabilidad a la computación.

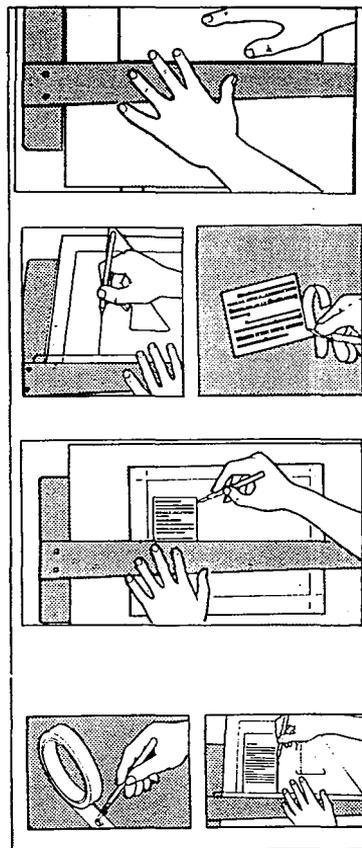
La versatilidad del offset requiere que se le considere cuidadosamente cuando se planea cualquier impresión. Cuando es necesaria una buena reproducción fotográfica, el offset es una buena opción.

Una vez analizadas todas las ventajas de este medio de impresión, se concluye que es el más adecuado para la reproducción de tarjetas postales.

Separación de colores (originales en tono continuo)

En la separación de colores de originales de tono continuo para tipografía, offset y fotograbado, lo normal es emplear tintas tricromáticas standard para imprimir. Al fotografiar un original para separar los componentes amarillo, azul y magenta, es necesario fotografiar cada negativo a través de un filtro de color que coincida con las tintas standard y también con las partes respectivas del espectro de colores.

La representación del componente amarillo exige un filtro azul/violeta para hacer el negativo. El efecto de este filtro es absorber todas las longitudes de onda (de luz) reflejadas por el componente amarillo. El amarillo aparecerá con aspecto oscuro, y no se registrará en la emulsión. De modo similar, para el negativo magenta se usa un filtro verde, y para el azul un filtro rojo. Para producir el negativo del negro, o bien no se usa filtro, o se emplea una combinación de azul/violeta, para el verde y el rojo según la polarización de colores del original.



Preparación de un original mecánico de impresión.

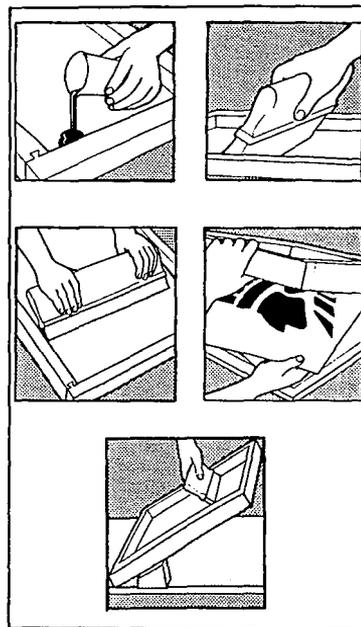
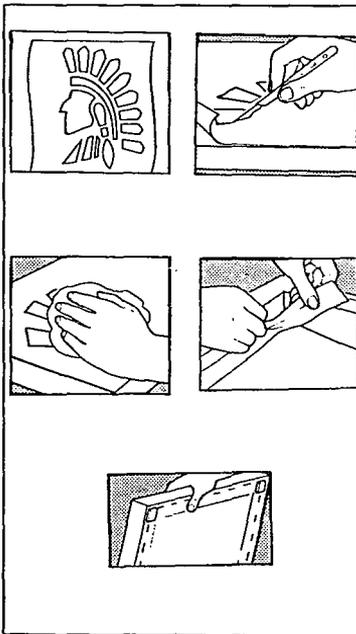
Serigrafía

La serigrafía se basa en el principio de hacer pasar la tinta a través de una plantilla de papel o plástica, o bien de fotoplantillas. El bastidor puede ser de madera o metálico tiene que ser lo bastante fuerte como para no arquearse bajo presión. La pantalla de impresión consiste en un tejido de seda, nylon, organdi o malla metálica. Hay varios métodos no fotográficos para hacer plantillas para la serigrafía, en los cuales es necesario manipular directamente la trama, aunque tienen relativamente poca importancia en el campo industrial y comercial. Sin embargo, las plantillas recortadas a mano son muy útiles ya que se pueden recortar directamente de bocetos a lápiz. Las películas especiales con sus correspondientes disolventes se adhieren bien a la trama.

Existen dos métodos fotográficos para hacer fotoplantillas. El directo y el indirecto. Las fotoplantillas directas se realizan recubriendo la trama de la pantalla con una emulsión fotosensible. Una vez seca, se expone la trama en contacto directo con una transparencia positiva en una chasis de contacto al vacío. La luz endurece la emulsión soluble en las partes que llevan imagen. Estas últimas se aclaran con agua fría o caliente.

Las fotoplantillas indirectas se preparan, exponen y revelan antes de fijar la plantilla a la trama. La principal ventaja es su versatilidad, puesto que se puede aplicar a casi cualquier superficie: madera, vidrio, metal, plástico, tejido, diferentes tipos de

papel, etc. Debe su popularidad como medio de reproducción a su bajo costo, al perfeccionamiento de las tramas, al uso de fotoplantillas fotográficas y a los adelantos en la fabricación de tintas. Esta es una variante que se puede utilizar para crear tarjetas postales si no se cuenta con un buen presupuesto.



Proceso para la impresión en serigrafía.

Selección del papel

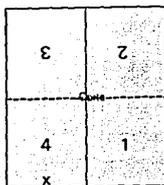
Varios factores de importancia deben considerarse al seleccionar el papel. Algunos de estos son de interés inmediato para el usuario, otros principalmente para el impresor y el diseñador. Sin embargo, aunque el color, el peso y la suavidad deben juzgarse de acuerdo a sus contribuciones estéticas; estas y otras características del papel deben ser tomadas en cuenta. Una selección incorrecta del papel puede originar el fracaso del material gráfico.

El costo del papel es siempre un factor determinante. El papel tiene un precio por kilogramo que varía de acuerdo con el tipo y la cantidad de procesamiento necesario para darle las cualidades deseadas. Por tanto, el peso adquiere importancia, sobre todo si el producto terminado va a ser enviado por correo. Características del papel que se deben tomar en cuenta:

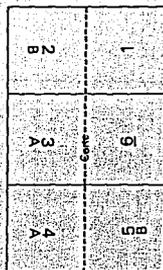
- 1.- Efecto estético o psicológico de su apariencia y tacto.
- 2.- Permanencia.
- 3.- Durabilidad.
- 4.- Costo y peso.

Las propiedades químicas y físicas del papel como la acidez, la porosidad y la fuerza de adhesión no deben olvidarse. La opacidad, el tamaño de la hoja, las propiedades especiales para determinados procesos de impresión, así como la capacidad para reproducir ilustraciones o fotografías también deben considerarse.

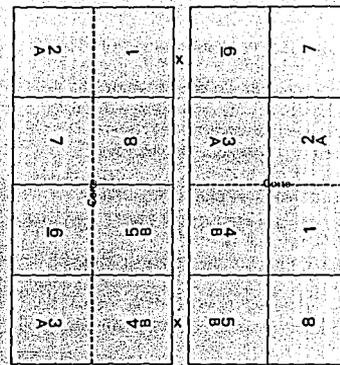
Disposición de páginas de un pliego impreso.



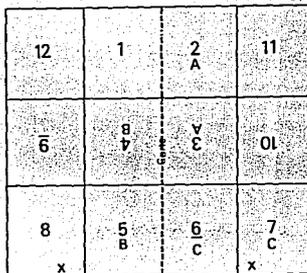
pliego de cuatro páginas



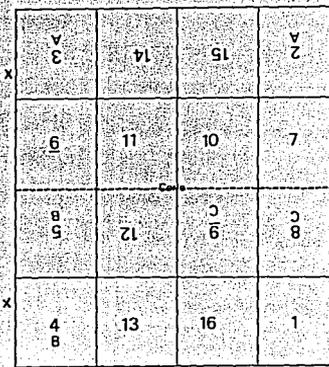
pliego de seis páginas



pliego de ocho páginas



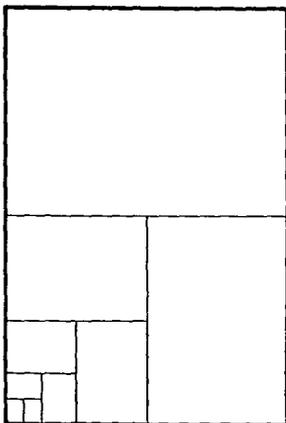
forma de doce páginas



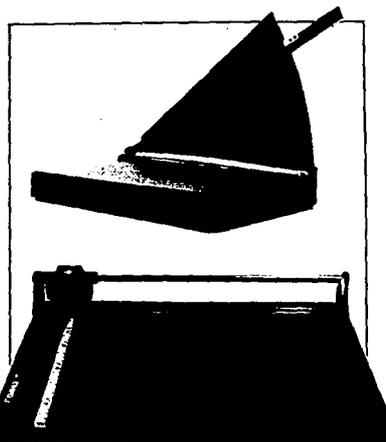
forma de dieciséis páginas

Tipos básicos de papel

El papel más barato se hace triturando troncos descortezados para formar una pulpa que a su vez formará láminas, no se aplican los procedimientos químicos para eliminar impurezas. Se usa comunmente para periódicos y se desintegra rápidamente a causa de sus imperfecciones. Los papeles con una mayor permanencia son tratados para eliminar las substancias que causan deterioro, sirven para todo tipo de impresiones.



Los carteles, anuncios publicitarios en pie, las piezas promocionales de envío directo como las postales son impresas en un papel rígido. Los papeles recubiertos son idóneos para reproducir los medios tonos de tramas finas. Originalmente eran recubiertos mediante brochazos con sustancias arcillosas, actualmente se aplican en la máquina a medida que se elabora el papel. Los papeles recubiertos son costosos pero son esenciales para la mejor calidad en la reproducción fotográfica. Si no se cuenta con el presupuesto para utilizar esta clase de papel se debe recurrir a los terminados.



Acabados o terminados

Las técnicas de acabado para las tarjetas postales son las siguientes:

- **Plastificado:** protección de la superficie impresa con una película transparente y brillante de plástico. Aísla la humedad, filtra los rayos ultravioleta y facilita la limpieza.
- **Barnizado:** el barnizado comercial se realiza con una preparación líquida que seca a la luz ultravioleta, con un acabado muy brillante de aspecto similar al plastificado, pero más barato.
- **Suajes:** se le denomina al recorte de formas complejas con una cuchilla metálica. Suele hacerse en las prensas tipográficas.
 - **Redondeamiento de cantos:** Tiene una función decorativa; se realiza durante el perfilado o después, con un cincel de filo curvo.



CONCLUSIONES

Una vez concluida la investigación es conveniente resaltar la importancia que tiene el Diseño Gráfico para la traducción de ideas y conceptos en formas visuales ordenando la información. Existe la necesidad de comunicarse por medio de imágenes claras y creativas, mismas que se emplean para relacionarse con la vida social, económica y cultural de un pueblo.

El diseñador gráfico tiene como prioridad el expresarse con el apoyo de instrumentos como lo es la tecnología moderna, creando nuevas formas de hacerlo.

La finalidad de las tarjetas postales es difundir y promocionar el valor histórico, artístico y utilitario de las artesanías michoacanas, que ha venido evolucionando desde la época de los tarascos que transmitían las técnicas de elaboración de padres a hijos y de una generación a otra; algunas de estas técnicas se siguen conservando en la actualidad.

Se ha seleccionado la fotografía debido a las múltiples ventajas que presenta; entre las principales se encuentra que es un medio realista y efectivo de plasmar las imágenes,

captando todos y cada uno de los detalles.

Para crear un impacto visual en el espectador y como refuerzo de la imagen es importante la disposición de elementos gráficos como plecas, márgenes, tipografía, tamaños y formatos mismos que ha de determinar el diseñador. Es conveniente además recurrir a una frase distintiva, añadiendo un estilo propio con el propósito de que las personas reconozcan el producto y se sientan atraídas por él.

El formato de las tarjetas no está establecido, aunque se recomienda que no exceda los 12 X 16.5 cms. para facilitar su manejo. Ya que se trata de impresiones en color, el offset es el sistema de impresión más indicado de acuerdo con sus ventajas. Después de la impresión se recurre a los terminados destacando el suajado, plastificado y barnizado que le dan una mejor calidad y presentación al producto final.

La aplicación de todos los elementos antes mencionados y el desarrollo de una metodología dan como resultado que se cumpla correctamente la función estética e informativa de las tarjetas postales.

APORTACION

SEGUNDA PARTE

LOGOTIPO

CAPITULO 1

LOGOTIPO

Bocetos

La tipografía con patines e inclinada es el mejor recurso cuando se quiere representar una imagen rústica y tradicional. Para lograrlo se realizaron pruebas tipográficas con estas características, una vez elegida la mejor opción, se hicieron algunos cambios en ella para darle cierta personalidad y estilos propios. Posteriormente se recurrió a una imagen, estilizando flores que frecuentemente aparecen plasmadas en las artesanías. La primera idea era bastante compleja, ya que las formas vegetales eran de difícil identificación, posteriormente se presentó una variante eliminando la pleca inferior y colocando la información en negativo dentro de un rectángulo, lo que hacía muy pesado al logotipo. En el siguiente boceto aparece una flor diferente, aunque presenta los mismos problemas que la anterior, debido a que las personas que no la conocen pueden interpretarla de una manera equivocada. También se trabajó con el recuadro en negativo, sin resultados favorables.

Fuchari

Juchari

Juchari

Juchari



Para definir el logotipo final, se siguieron varios pasos. Esta vez se pensó en una jicara típica de la cd. de Uruapan, Mich., colocando en el centro una flor estilizada separando cada una de sus partes, lo que la hace más sencilla, manteniendo su forma original. Esta idea se siguió modificando; para evitar espacios negros muy pesados se incluyeron otros elementos en el medio círculo con forma de hojas, además se suprimió una parte la pleca superior, ocasionando desequilibrio, por lo tanto se colocó nuevamente la pleca y cambió el peso de la tipografía auxiliar. La pleca inferior aumentó de grosor para evitar que se perdiera al reducir el logotipo, armonizando con una tipografía delgada.



Positivo

La palabra Juchari fue tomada de la lengua tarasca, su significado es: tradición, herencia o costumbre; relacionándose claramente con el objetivo principal que se maneja en el concepto. Se eligió la tipografía Garamond Italic en bajas, ya que presenta poco contraste entre sus rasgos, las letras se encuentran ligadas por un trazo fluido, tomando en cuenta el estilo característico de esta región. Con la inclinación del tipo se sugiere dinamismo. Buscando originalidad se jugó con algunos trazos, como en la letra "h", se alargó el pie proporcionándole más legibilidad, éste suprime la pleca integrando visualmente la tipografía que aparece debajo de la misma. En la parte superior se introduce el fuste dentro del símbolo logrando así unidad entre los elementos.

La letra inicial se distingue con una tipografía Media Script que semeja a la tipografía manuscrita con una libertad de trazo, representando la habilidad de los artesanos michoacanos. Ventanas Michoacanas se utiliza en sentido figurado haciendo referencia al formato de las tarjetas

postales, que es un marco negro, el cual contiene la fotografía con un pequeño margen blanco a su alrededor. Para esto se empleó la tipografía Franklin Gothic en bajas, porque carece de patines y su trazo es simple, uniforme y limpio.

En el símbolo se estilizan elementos vegetales de las jícaras pintadas a mano. Se trata de retomar las características esenciales de éstas, con una simplificación clara y sencilla que pueda reconocerse fácilmente. Este símbolo se asocia con una pleca que equilibra el diseño. En la letra "i" se colocó un rombo para darle un carácter distintivo. En la parte inferior aparece otra pleca más delgada para subrayar la importancia del nombre, sirviendo además como referencia para la tipografía auxiliar.



Es importante señalar que para la aplicación del logotipo en la tarjeta, se desarrolló una variante del mismo, donde las palabras Ventanas Michoacanas aparecen en versión bold, con el fin de que no pierdan legibilidad y detalles del trazo en ese tamaño tan reducido.



Garamond BOOK ITAL.

ABCDEFGHIJK:
LMNOPQRSTU;
VWXYZÆŒŒÇ
abcdefghijklm!
nopqrstuvwxyz?
zæœçø1234567
890£\$ç&(«»^~/*)

Media script BOLD

AABBCCDDEEF
FGHIJJJKLLM
MNNOOPPQRSSTU
VWXYZÆŒŒabode
efghijklmnm
noppppppprrrss
ssrrrttttuvwxyz
xyzzzæœvâéèë.-
äñc?1234567890ßø
%L&\$!(/*«»=x'+.;)

Franklin gothic

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
TUVWXYZab
cdefghijklm
opqrstuvwxyz
z123456789
0ÆŒ\$B?!(«»)



Negativo

Es otra manera de representar el logotipo en donde se invierten los tonos blancos y negros. Es una variante que ofrece más alternativas para la aplicación del mismo.

Matriz Gráfica

Por medio de una retícula modular se especifica la altura y anchura del logotipo, además se indican las proporciones de cada uno de los elementos que lo integran, así como la separación entre letras. Esta matriz se debe tomar en cuenta para las ampliaciones y reducciones necesarias. Si el logotipo se coloca en plancartas, anuncios luminosos, fachadas, etc., es indispensable para que la persona encargada pueda reproducirlo sin ninguna alteración.



Color

La elección y aplicación del color es de suma importancia para el buen funcionamiento de un logotipo, por lo tanto, es necesario realizar varias pruebas de color y, de esta manera, seleccionar el más adecuado. Los colores que se utilizaron van íntimamente relacionados con el significado del símbolo y del mensaje que se quieren transmitir.

El magenta es un tono cálido que denota alegría, da la sensación de ser activo, estimulante y positivo. Es un color con el que se identifican los indígenas purépechas y su folklore (vestimentas, fiestas, danzas, artesanías, comidas, etc.).

El verde está considerado como un color frío, relajante y ligero. Es uno de los colores más equilibrados, ya que está conformado por un tono cálido-amarillo y un frío-azul simboliza la naturaleza y por tal motivo es el más adecuado para los detalles vegetales como hojas y tallos.

El color negro es el más representativo de las bateas michoacanas; por ser un color serio y contrastante logra una perfecta armonía entre los dos colores vivos.



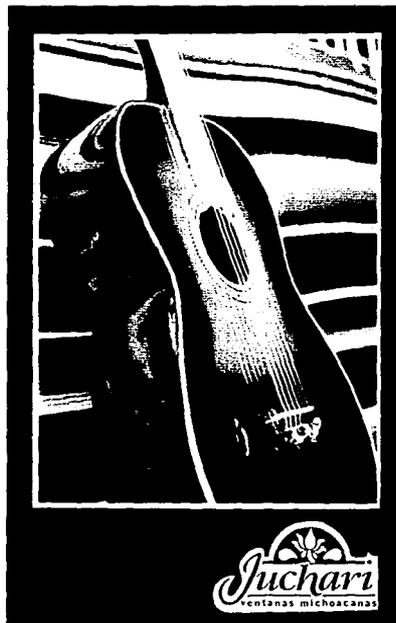
TARJETAS POSTALES

CAPITULO 2

TARJETAS POSTALES

Se pretende dar una imagen diferente de las tarjetas postales ordinarias, por lo tanto, se rechazaron los modelos ya existentes. Sin embargo, es importante tomar en cuenta que se trata de difundir las artesanías pero preservando el estilo tradicional, típicamente michoacano. Con el diseño de las tarjetas se busca captar la atención de un solo impacto. Como no existe un formato establecido para la elaboración de éstas, se propone la medida de 15.5 cms. X 10.5 cms., ya que es un artículo de correspondencia; por tal motivo debe ser de fácil manejo y accesible, para que al llegar a su destino se encuentre en óptimas condiciones, evitando dobleces y rasgaduras. Esta medida también es recomendable y práctica para que se guarde como un recuerdo.

Se utilizó el mismo tamaño para los dos formatos propuestos, con el fin de unificar los modelos. Los formatos vertical y horizontal presentan más alternativas para el empleo de fotografías, dándole variedad a las tarjetas.



Producto artesanal por excelencia, que expresa la sensibilidad artística de los pobladores de Paracho, Mich.



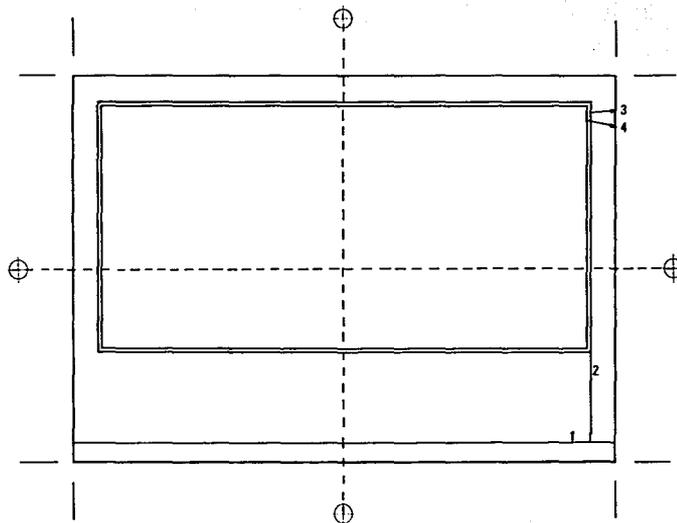
Juchari
ventanas michoacanas

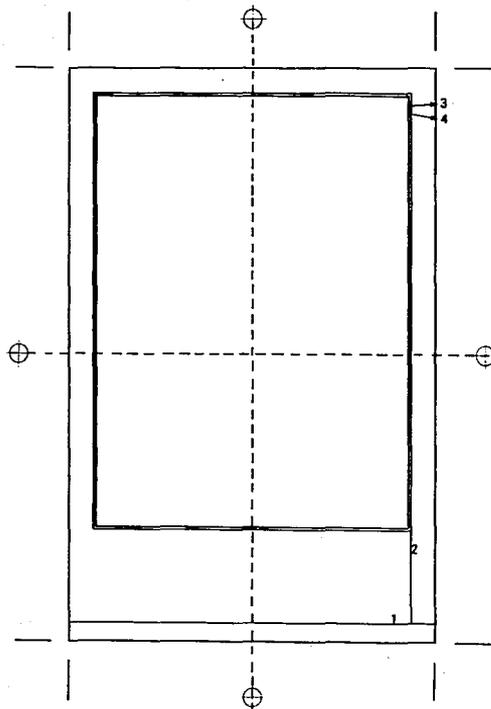
Pulseras con cuentas de madera multicolores
características de Paracho, Mich.

Retículas

Se utilizó el mismo tamaño para los dos formatos propuestos, con el fin de unificar los modelos. Los formatos vertical y horizontal presentan más alternativas para el empleo de fotografías, dándole variedad a las tarjetas.

Después de decidir los formatos se diseñaron las retículas, que constan de una serie de líneas guía sobre las cuales se deben preparar los originales. Sirven para señalar el tamaño, la distancia y ubicación de las partes que conforman el diseño. En este caso la línea (1) es la base para colocar el logotipo, (2) indica la distancia del margen (3 y 4) determinan el ancho del recuadro blanco, delimitando además el margen negro y el área de la fotografía.





Es conveniente marcar los registros de corte y de color para que coincidan en los originales. Estos lineamientos siguen el mismo principio en el formato horizontal, aunque las medidas difieren en cada uno de ellos.

Originales

Es necesario preparar los originales para la imprenta, éstos constan de varias partes. En la base de posición y encuadre se coloca el diseño de línea, rebasando 5mm. de cada lado, ya que se utilizan plastas negras previendo una óptima impresión, evitando también errores de corte. Es aquí donde se determinan los registros de color y de corte. En la primera camisa de albanene aparece una copia fotostática de la fotografía que se va a utilizar. En la siguiente camisa se aplican los colores en una franja, lo que permite conocer los tonos respectivos para cada elemento.

Determinando exactamente el porcentaje de color que se desea, ya que las impresiones se realizaron en selección de color, lo cual también se especifica en la camisa.

Si se entregan por separado las fotografías al impresor, es necesario marcar, sobre una camisa de albanene, el número de la misma y el encuadre que se prefiere.

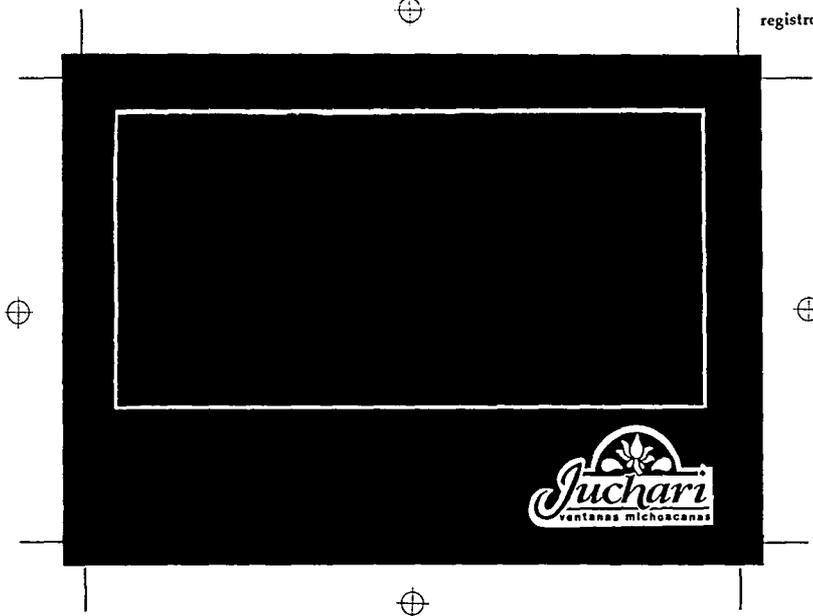
En todas las aplicaciones del logotipo, éste aparece con los colores institucionales.



Juchari
ventanas michoacanas

registro de color

registros de corte

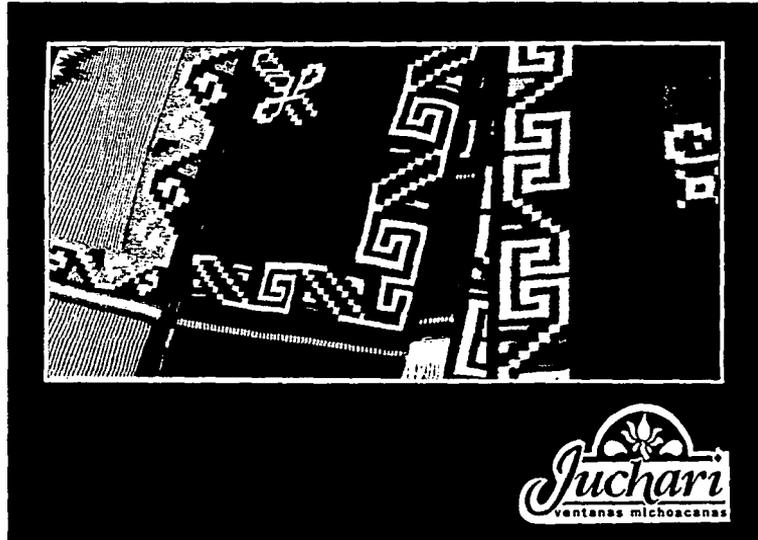


en este original se muestra
la ventana negra en la que
ha de colocarse la
fotografía.

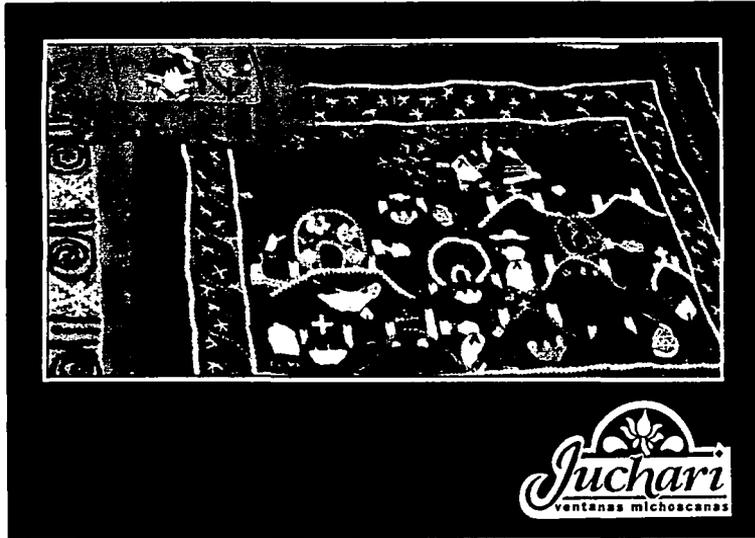
Bordados de paisajes, escenas tradicionales y cotidianas, elaborados en Santa Cruz, Mich.

Fotografías

La fotografía tiene la capacidad de transmitir una atmósfera, de describir y de captar detalles, es un medio realista que proporciona impacto y originalidad a los diseños. Tiene una fuerza visual y emocional que provoca reacciones emotivas. Para la composición de las fotografías intervienen la forma y las relaciones espaciales de los objetos. En la mayoría de las tomas se destaca una simetría deliberada, jugando con el acomodo y las dimensiones con destreza. Este es un buen recurso para crear un efecto especial, añadiendo fuerza impactante a las imágenes por medio de acercamientos. Se hicieron tomas en exteriores debido a que la luz solar directa se considera ideal, porque produce fuertes contraste y sombras bien marcadas. El cielo muy claro es de gran ayuda para resaltar los tonos.



Gabanes de Santa Clara del Cobre, Mich.



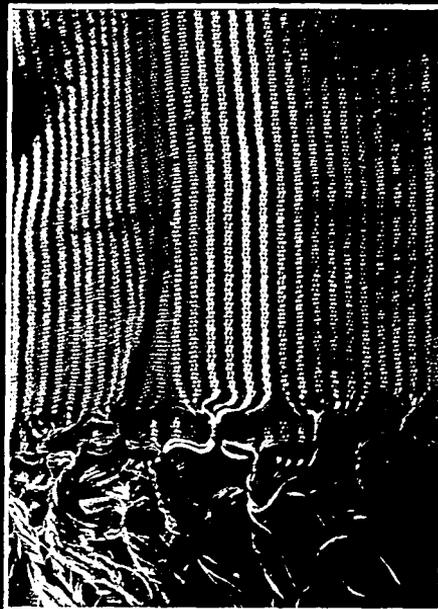
Colores

Debido al vasto colorido plasmado en las fotografías, se emplearon dos colores básicos: el negro y el blanco. El negro porque ofrece un mejor contraste y, acompañado de otro color, le proporciona mayor intensidad, además de enfatizar y destacar las figuras, que es el objetivo. El blanco es un color neutro que otorga limpieza, se utiliza como un descanso visual dando la sensación de profundidad, impidiendo que exista mimetismo entre la foto y el marco negro. Es así como se logra una perfecta integración entre las formas y figuras.



Juchari
ventanas michoacanas

1



Juchari
ventanas michoacanas

2

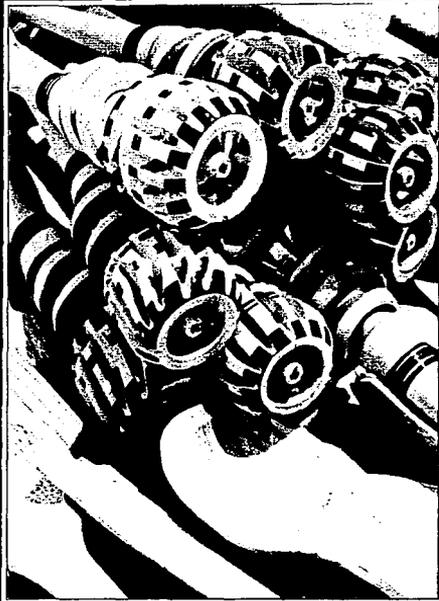


Juchari
ventanas michoacas



Juchari
ventanas michoacas

3 4



Juchari
ventanas michoacanas

5 6



Juchari
ventanas michoacanas



Juchari
ventanas michoacanas



Juchari
ventanas michoacanas

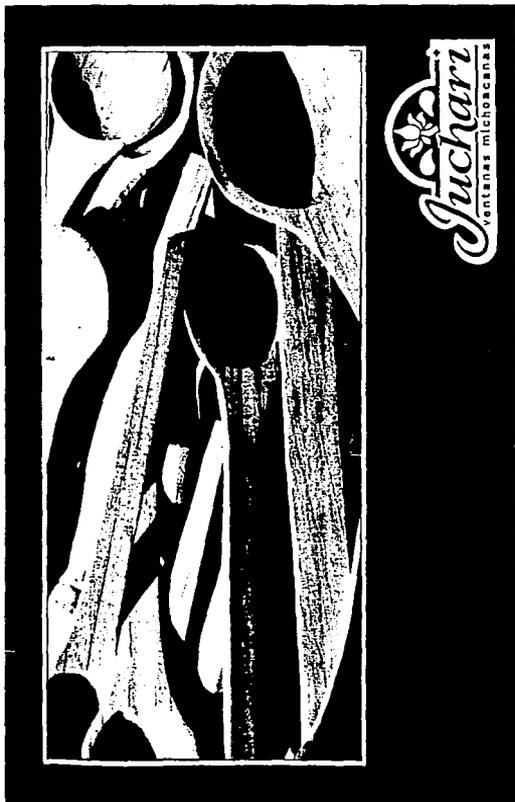
7 8



9

10





11 12



Juchari
ventanas michoacanas

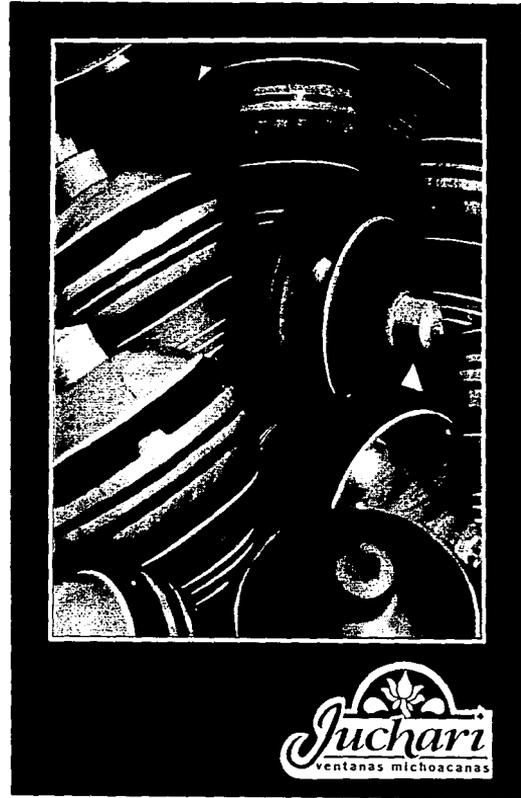


Juchari
ventanas michoacanas

13 14



15 16



PARTE POSTERIOR

CAPITULO 3

PARTE POSTERIOR

Bocetos

Se llevaron a cabo varios bocetos utilizando un rectángulo con las esquinas redondeadas delimitando el campo visual y de escritura. Básicamente son los mismo elementos, los cuales difieren en el acomodo. Se suprimió el logotipo ya que aparece en la parte del frente. Con el propósito de darle ese toque especial que sirva como distintivo único, se incluyó una pleca floral en negativo, mostrando la misma flor que se emplea en el logotipo; ésta además de tener una función decorativa, sirve para delimitar claramente los espacios, evitando confusiones.

La información ubicada en el extremo superior izquierdo contiene el lugar y el material de fabricación de los objetos que aparecen en la fotografía. Para ello se eligió la tipografía Palatino en altas y bajas, que se caracteriza por contrastar rasgos suaves y fuertes y por el uso de remates. El trazo terminal ayuda a unir visualmente a las letras para formar palabras, es decir, favorecen la legibilidad.

Palatino SEMI BOLD

ABCDEFGHIJ «
KLMNOPQRS
TUVWXYZabc
defghijklmnop
qrstuvwxyz123
4567890ÆCEÇ»
Øæœçøß£\$ç&;
%?!()/*~.....

Frutiger 45

ABCDEFGHIJKLÇ
MNOPQRSTUVWXYZ?
WXYZÆCEØab
cdefghijklmnopq
rstuvwxyzæœç!
øß1234567890£
\$ç&%ø§(«^»);~·°/)

Vista impide. Cultura
tarasca. Periodo postclásico
tarasco (1250-1500 d. C.). Museo
Regional de Michoacán,
Morelia.

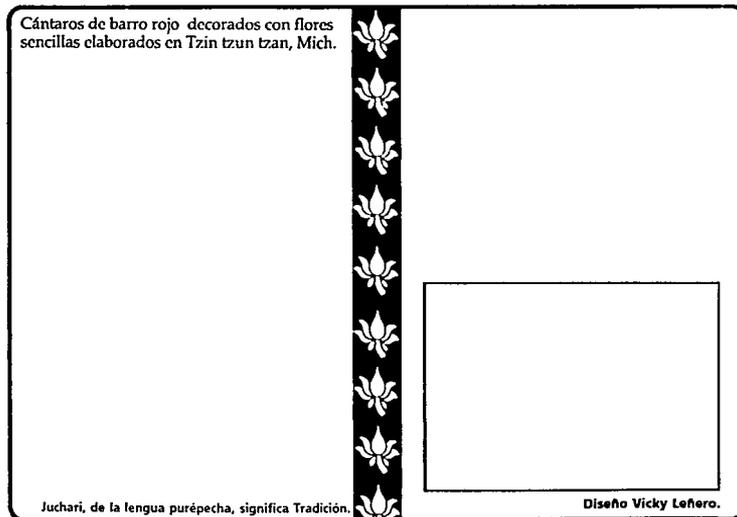


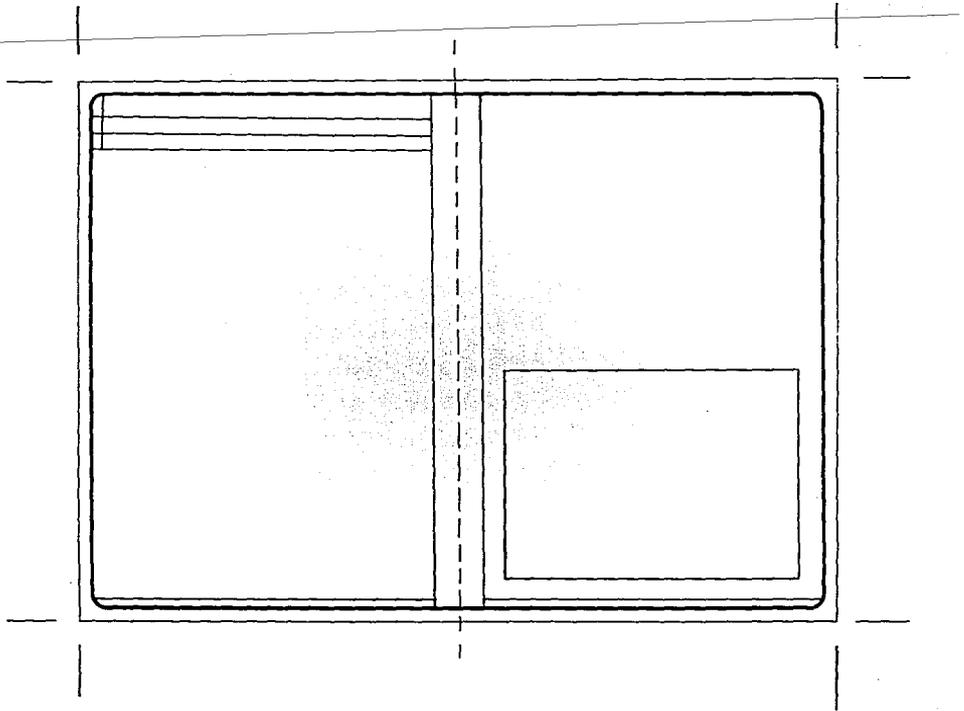
Lucha (1250-1500 d. C.). Museo
Regional de Michoacán,
Morelia.

Los datos del destinatario son muy importantes para que la postal llegue a su destino; para esto se propone un rectángulo trazado con línea delgada, destacándolos rápidamente. Los créditos del diseñador y la palabra Juchari se presentan alineados en diferentes lados, con la tipografía Frutiger en altas y bajas, con un puntaje reducido de acuerdo a las necesidades.

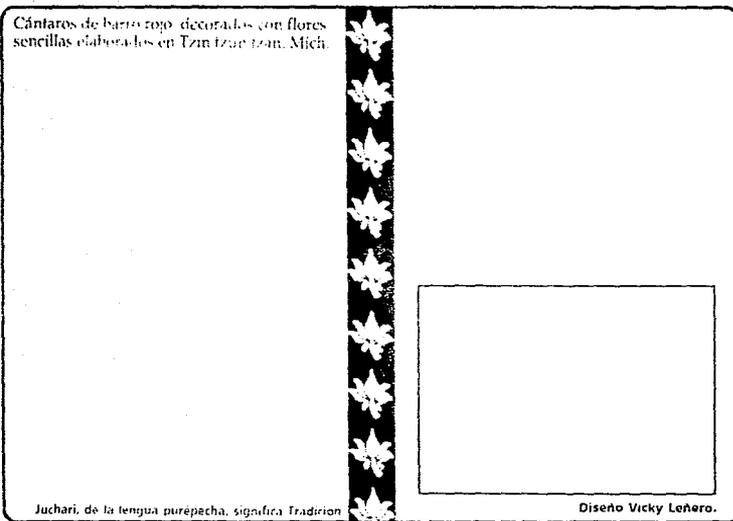
Retícula

En la retícula se muestran todas las líneas necesarias para armar los originales correctamente, incluyendo en línea punteada el centro y líneas base para los textos. Aquí se hacen referencia a las partes que integran el diseño, las cuales se mencionaron anteriormente. En este caso solamente se requieren registros de corte, puesto que se utiliza una sola tinta.





Retícula que muestra las líneas necesarias que sirven de base para el armado de los originales.



El color gris se obtiene por medio de una trama al 50%.

- 1 Flautas de madera pintadas con vivos colores y decoradas con flores elaboradas en Coeneo, Mich.
- 2 Rebosos multicolores, elaborados en telares rústicos en San Juan Nuevo, Mich.
- 3 Baleros de madera decorados con vivos colores, elaborados en Quiroga, Mich.
- 4 Cántaros de San José de Gracia, Mich. pintados al pincel presentando un vasto colorido.
- 5 Utensilios de madera para cocina elaborados en Patamban, Mich.
- 6 Cazos de cobre martillado elaborados en Santa Clara del Cobre, Mich.
- 7 Bateas o jícaras de Quiroga, Mich. pintadas y detalladas a mano.
- 8 Cazuelas de barro rojo decoradas con flores pintadas a mano en Capula, Mich.
- 9 Barro vidriado de Santa Fé de la Laguna que destaca por su singular belleza.
- 10 Jardinera de madera labrada a mano por indígenas de la región de Pátzcuaro, Mich.
- 11 Cucharas de madera típicas del poblado de Pamatácuaro, Mich.
- 12 Figurillas de barro representando imágenes de animales, objetos rituales y seres fantásticos, típicos de Ocumicho, Mich.
- 13 Indígena del poblado de Ocumicho, Mich. trabajando en los detalles finales de una máscara de barro.
- 14 Textiles de Comachuen, Mich. famosos por su gran colorido; destacando las fajas y los morrales.
- 15 Utensilios de cocina tejidos en paja, que forman agradables figuras florales realizados en Tzintzuntzan, Mich.
- 16 Trompos tradicionales de madera elaborados en Cherán, Mich.

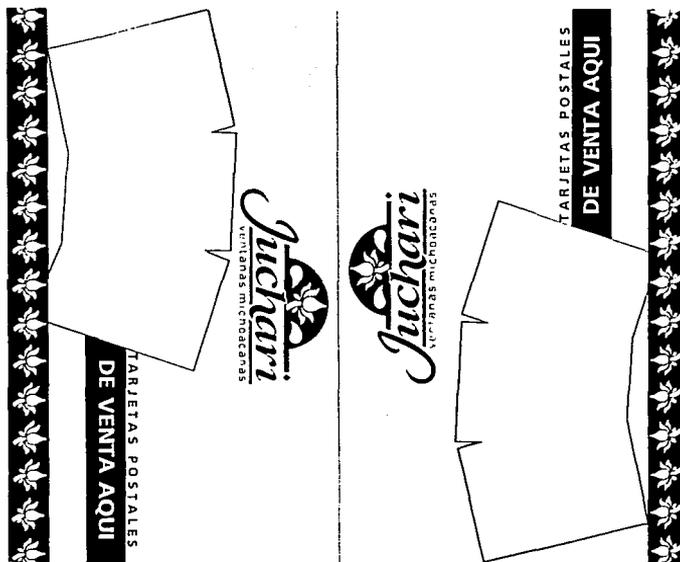
Especificaciones de las fotografías.

DISPLAY PUNTO DE VENTA

CAPITULO 4

DISPLAY PUNTO DE VENTA

Se desarrollaron algunas ideas muy semejantes que consisten en la utilización de piezas con motivos florales en negativo y positivo, recurriendo a diversos acomodos de las mismas, tratando de integrarlas con el logotipo. La propuesta definitiva consta de dos piezas en negativo ubicadas en los extremos izquierdo y derecho, respectivamente, logrando un diseño limpio con espacios blancos bien planeados, lo que permite que cada detalle cumpla satisfactoriamente con su función informativa, de acuerdo a la importancia que requieren.



Por lo tanto, como recurso principal se colocaron tres tarjetas postales de tal manera que la observación de una dirige la mirada ordenadamente a través de las demás. El logotipo se encuentra centrado en la parte superior, al lado derecho de éste aparece el slogan con la tipografía Present en bajas, que está clasificada dentro de los tipos decorativos, éstos no muestran características específicas, algunos podrían clasificarse como de moda, puesto que dan una connotación de determinado tiempo, lugar o moda. Se eligió esta tipografía para darle un toque informal y espontáneo al conjunto.

Igualmente justificado al centro, en la parte inferior, se destacan las palabras Tarjetas Postales con la tipografía Frutiger en altas, que carece de remates y se lee fácilmente. Esto se utiliza como refuerzo, descartando cualquier duda que pudiera surgir en el espectador. De venta aquí se colocó en negativo, dentro de un recuadro con la misma tipografía.

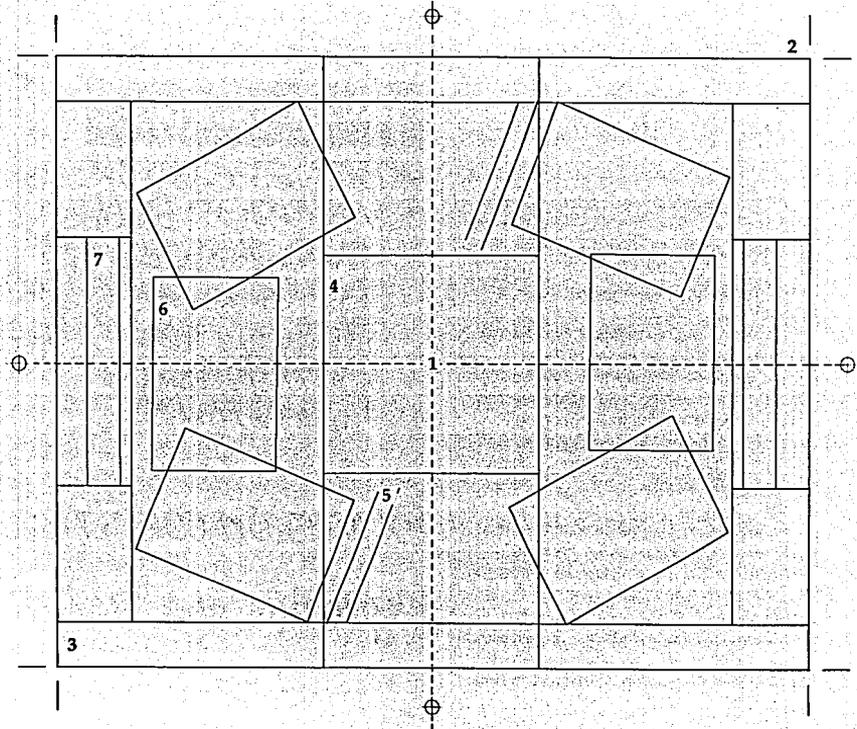
Present
 ABCDEFGHIJK
 LMNOPQRSTU
 VWXYZ abcde
 fghijklmnopqr
 stuvwxyz 123
 4567890!?\$%&,
 ".:;~÷/∧%*')

*expresión
 con tradición*

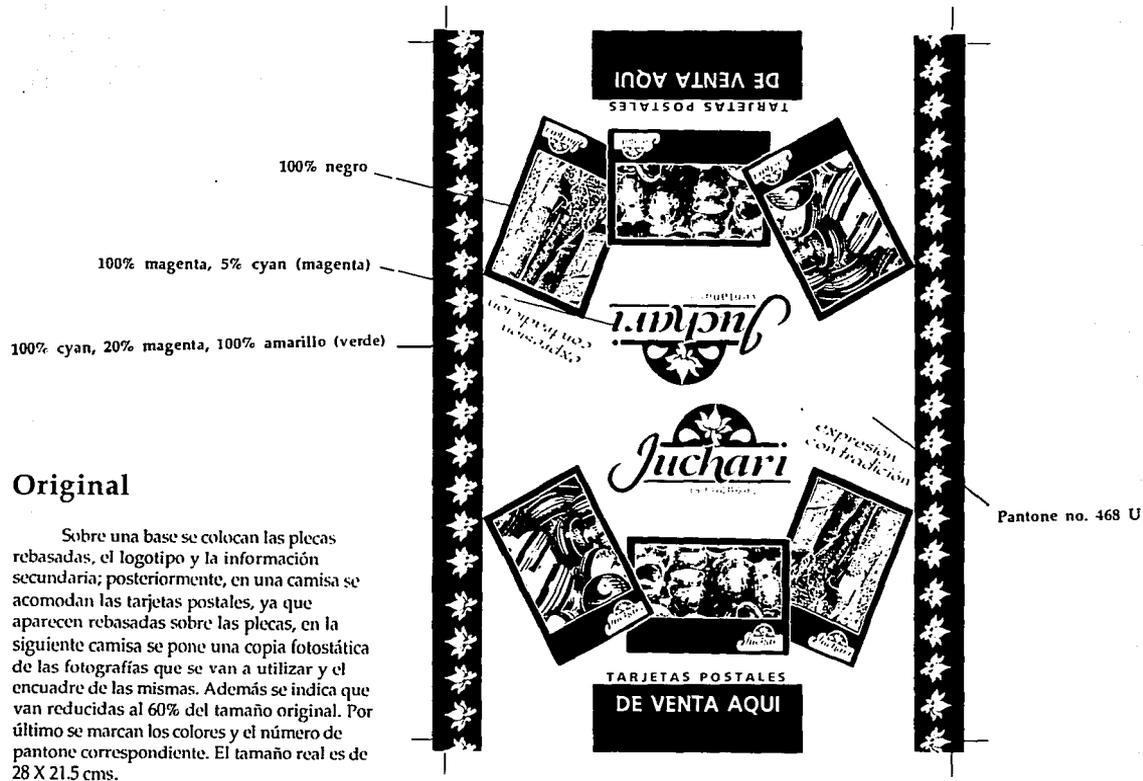
Expresión con Tradición

Expresión con Tradición

expresión con tradición

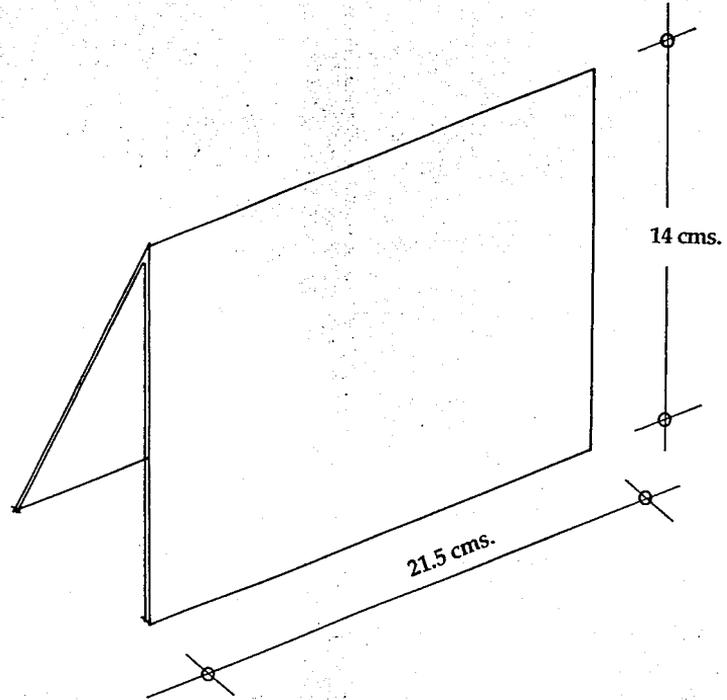


- 1.- Ejes centrales
- 2.- Delimitación del campo visual
- 3.- Colocación de las plecas
- 4.- Base para el logotipo
- 5.- Ubicación del slogan
- 6.- Posición de las tarjetas postales
- 7.- Guías para texto secundario



Original

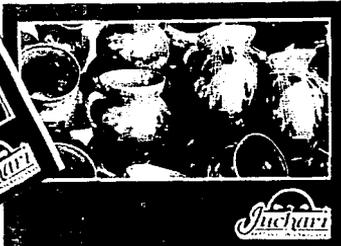
Sobre una base se colocan las plecas rebasadas, el logotipo y la información secundaria; posteriormente, en una camisa se acomodan las tarjetas postales, ya que aparecen rebasadas sobre las plecas, en la siguiente camisa se pone una copia fotostática de las fotografías que se van a utilizar y el encuadre de las mismas. Además se indica que van reducidas al 60% del tamaño original. Por último se marcan los colores y el número de pantone correspondiente. El tamaño real es de 28 X 21.5 cms.



Aquí se muestra la manera en que debe colocarse el display sobre la superficie.


Juchari
ventanas michoacanas

*expresión
con tradición*



**TARJETAS POSTALES
DE VENTA AQUI**

CARTEL

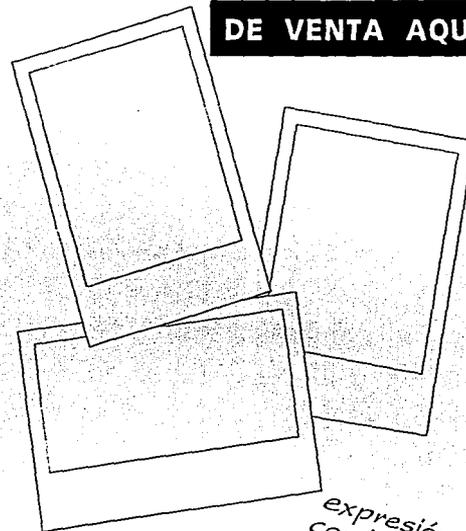
CAPITULO 5

CARTEL



TARJETAS POSTALES
DE VENTA AQUI

Para unificar el diseño se pensó en seguir el mismo estilo y lineamientos básicos en todos los artículos publicitarios, y de esta forma llevar a cabo una campaña completa y satisfactoria. Los bocetos del cartel son similares a los del punto de venta. El positivo tiene únicamente una pleca del lado derecho para no saturar el diseño. El logotipo se justifica al centro en la parte superior y abajo de éste, del lado derecho, se localiza el slogan, tres postales de tamaño real en el centro y en la parte inferior la información restante. El tamaño es de 43 X 28 cms.

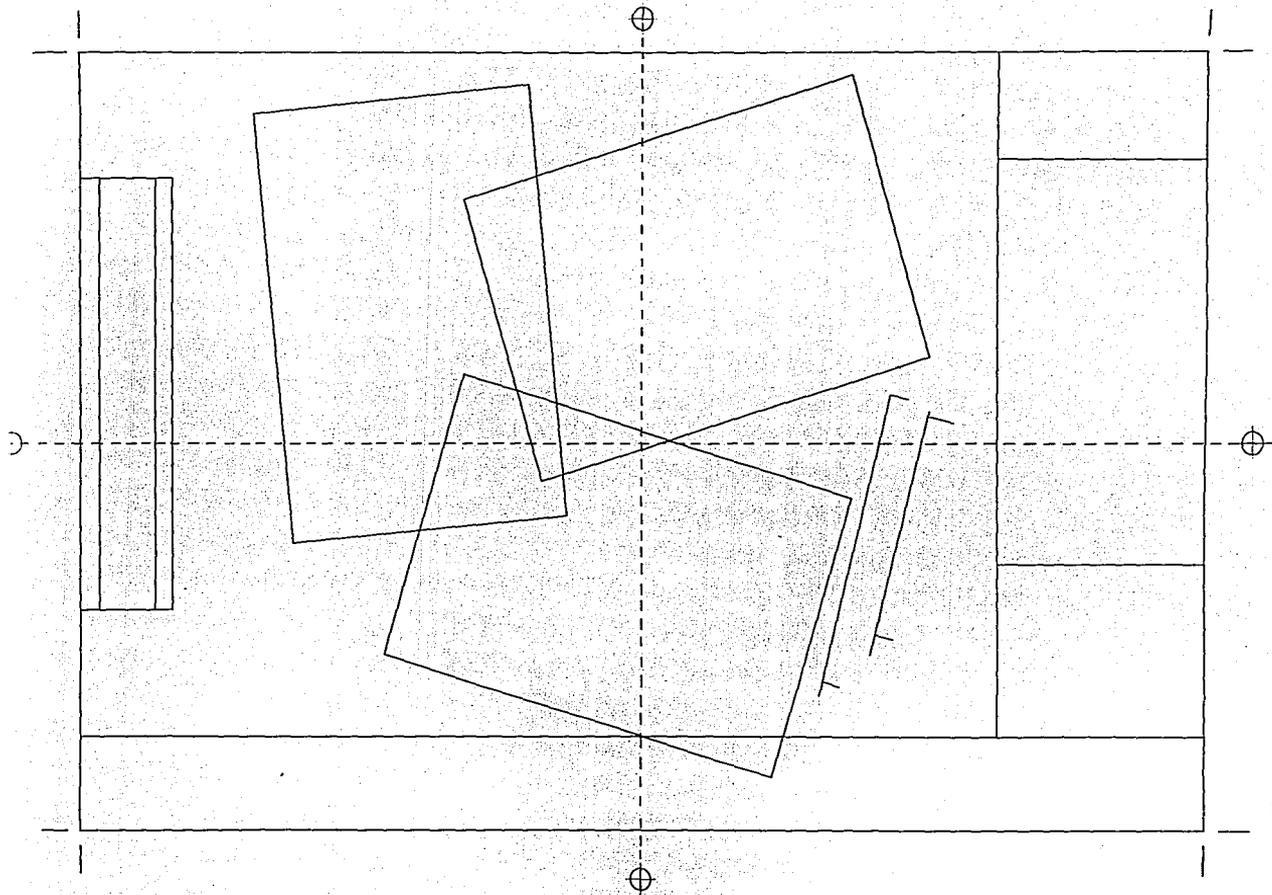


*expresión
con tradición*

Retícula

Aquí se muestran las líneas que se van a utilizar en el armado de originales mecánicos, no se cree necesario explicarlo, ya que se siguen los mismos pasos que en los procesos anteriores, al igual que para la elaboración de los originales.






Juchari
ventanas michoacanas

*expresión
con tradición*



TARJETAS POSTALES
DE VENTA AQUI

Cartel promocional tamaño
doble carta.

Presupuestos

Las Tarjetas Postales serán impresas en offset, ya que se requiere una óptima reproducción de las fotografías, para lo cual se utiliza la selección de color. Para la impresión de los carteles y display promocionales, se emplea el mismo sistema de impresión.

El papel más adecuado para la impresión de las tarjetas es la cartulina Eurokote, de 12 pts., de una cara, color blanco. El acabado es barniz ultravioleta. Para la impresión de los carteles se utilizará cartulina couche de 200 grs., con acabado de barniz ultravioleta. El cartoncillo Kaple de 16 pts., es ideal para la impresión del display, suajado, plecado y barnizado.

Para el cartel y el display se propone un fondo de color pantone no. 468 U.

A continuación se presenta el presupuesto de la Imprenta Argo, de la Ciudad de México, con fecha 20 de Mayo de 1993.

El presupuesto del exhibidor en madera de pino, por doscientas piezas es de N\$135.00 c/u. En acrílico es de N\$380.00 c/u.

TARJETAS POSTALES

MEDIDA: 10 X 16 CMS.
PAPEL: CARTULINA EUROKOTE 12 PTS. (UNA CARA)
TINTA: 4 FRENTE Y VUELTA
ACABADO: BARNIZ ULTRA VIOLETA
DISEÑO: 20 CAMBIOS (CON SELECCION MINIMA C/U)

PRECIO MILLAR: N\$ 643.00

CARTELES PROMOCIONALES

MEDIDA: 28 X 43 CMS.
PAPEL: CARTULINA COUCHE DE 200 GRS.
TINTAS: 4 TINTAS FRENTE (3 SELECCIONES MINIMAS)
ACABADO: BARNIZ U.V.

PRECIO MILLAR: N\$4,250.00

DISPLAYS

MEDIDA: 9 X 21 CMS. 2 CARAS
PAPEL: CARTONCILLO KAPLE DE 16 PTS.
TINTAS: 4 FRENTE (2 SELECCIONES MINIMAS)
ACABADO: SUAJADO Y PLECADO BARNIZ U.V.

PRECIO MILLAR: N\$4,500.00

EXHIBIDOR DE TARJETAS

CAPITULO 6

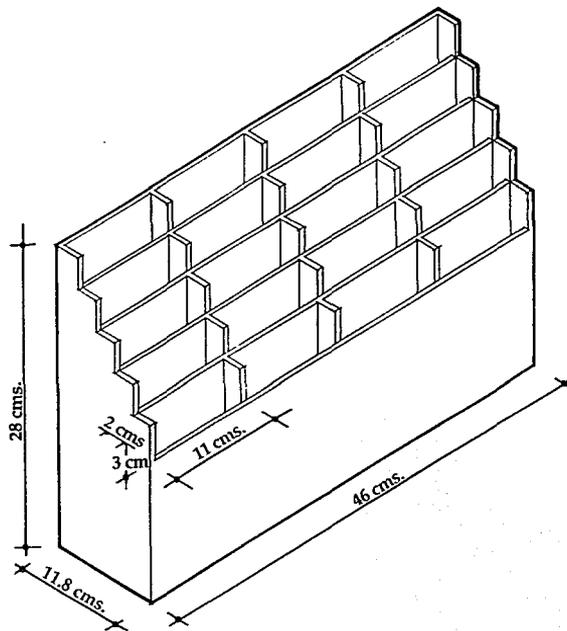
EXHIBIDOR DE TARJETAS

Para ofrecer al público las tarjetas postales, se diseñó un contenedor que permitiera mostrarlas todas a la vez. Se eligió la madera por ser un material que se relaciona con el tema de artesanías michoacanas, además de que presenta otras ventajas como: bajo costo, facilidad para trabajarse, ligero, resistente y de buen gusto. Son 20 postales dispuestas en 4 filas horizontales de 5 casilleros cada una, éstas tienen un relieve de tal manera, que se pueden observar individualmente. Se exhibe una tercera parte de la postal, con lo cual la persona interesada puede darse una idea de lo que contiene la fotografía y elegir la que más le agrade.



Para alargar el período de vida del despachador, ya que está expuesto a las condiciones ambientales, se le aplicó un sellador que lo protege contra el polvo y el mal trato. Se propone la madera de pino por su resistencia y gran demanda en esta región.

El logotipo es muy importante ya que identifica al producto y es signo de calidad y confianza, por lo tanto, se colocó en el centro del exhibidor.



GLOSARIO

Boceto. Proyecto de un patrón trazado cuidadosamente o a grandes rasgos, muestra la colocación de los elementos gráficos que van a utilizarse en el impreso.

Camisa. Sobrecubierta o guarda polvo que protege los trabajos terminados, generalmente es de papel albanene.

Dummy. Diseño o boceto de textos, ilustraciones, fotográficas, etc., es la muestra más apegada al trabajo final.

Familia. Conjunto de tipos de diferente tamaño, del mismo dibujo o trazo.

Formato. Tamaño de una publicación (libro, revista, etc.) definido por sus dimensiones y por su posición.

Grabado o Clisé. Placa de impresión en relieve o en hueco en la que se graban, a base de ácido, dibujos o texto. Existen de líneas, de medio tono o tramado; su utilizan para la impresión directa o con matrices en relieve.

Gramaje. Término para determinar la masa de la unidad de superficie de papel o del cartón expresada en gramos por metro cuadrado.

Imagen. Figura reproducida o que hay que reproducir, en cualquier fase del proceso de reproducción y de preparación de las formas de impresión.

Impresión. Cada una de las operaciones de presión ejercida sobre un soporte de impresión, por lo general papel o cartón, con una forma impresora, mediante un órgano de presión plano cilíndrico.

Impresión Serigráfica. Proceso de impresión mediante el cual la tinta pasa a través de las mallas de tejido, abierto en la zonas impresoras y cerrado en las demás. La impresión se puede realizar sobre cualquier clase de materiales y sobre superficies planas o curvas.

Logotipo. Se refiere a cualquier representación gráfica del nombre de una empresa o producto comercial, que puede basarse en caracteres o ilustraciones especiales.

Marcas o Líneas de corte. Marcas en ángulos rectos que se imprimen en las cuatro esquinas de la hoja impresa e indican el tamaño final del impreso; las marcas son cortadas cuando se corta la pieza.

Marcar. Poner las instrucciones sobre la composición en el original o en el mecánico.

Márgenes. Espacios en blanco que quedan a cada uno de los cuatro lados de una página impresa.

Negativo. Reproducción o copia del original que presenta los tonos invertidos.

Offset. Impresión indirecta con formas planográficas metálicas, polimetálicas o de materiales plásticos y con planchas enrollables en relieve. La imagen entintada se transfiere de la placa a una lámina de caucho y posteriormente al papel.

Original Mecánico. original listo para la cámara con tipografía y dibujos sobre papel, incluye el trazo de líneas clave para mostrar la colocación de otros elementos, como la indicación de marcas de corte, etc.

Pleca. Filete o raya delgada vertical, horizontal o diagonal, se utiliza como elemento decorativo.

Retícula. División del espacio de diseño en áreas rectangulares y ordenadas que sirven para contener los elementos impresos.

Separación de Color. Se efectúa sobre emulsiones pancromáticas la separación de los colores básicos de un original, exponiéndolo a través de filtros de color, obteniendo los colores de tonalidades continuas separando cada color y registrándolo en película.

BIBLIOGRAFIA

DALLEY, Terence.
Guía Completa de Ilustración y Diseño,
Ediciones Hermann Blume,
Madrid, España, 1990.

HORCASITAS, Ma. Luisa,
La Artesanía de Santa Clara del Cobre,
Secretaría de Educación Pública,
México, D. F., 1980.

KLOTER, Philip,
Mercadotecnia,
Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, S. A.,
México, D. F., 1990.

LAING, John,
Haga Ud. Mismo su Diseño Gráfico,
Ediciones Herman Blume,
Madrid, España, 1992.

MARSHALL, Hugh,
Diseño Fotográfico,
Ed. Gustavo Gili, S. A.,
Barcelona, España, 1990.

THIELE, Eva Ma.,
El Maque, Estudio Histórico sobre un Bello Arte,
Instituto Michoacano de Cultura,
México, D. F., 1982.

Varios,
Michoacán Lagos Azules y Fuertes Montañas,
Colección de Monografías Estatales,
Secretaría de Educación Pública,
México, D. F., 1990.

Varios,
Protección del Patrimonio Artístico y Monumental en Michoacán,
1er. Encuentro Estatal de Cultura,
Instituto Michoacano de Cultura,
Morelia, Mich., 1987.

Varios,
Historia General de Michoacán,
Volumen IV, El Siglo XX,
Instituto Michoacano de Cultura,
Gobierno del Edo. de Michoacán,
México, D. F., 1989.

Idem,
Volumen II, La Conquista.

Varios,
Comunicación Gráfica,
Ed. Trillas,
México, D. F., 1990.