

872731

UNIVERSIDAD DON VASCO A.C.

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE MEXICO



ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO

**DISEÑO DE TARJETAS POSTALES
PROMOCIONALES DE URUAPAN, MICHOACAN**

**TESIS PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO**

PRESENTA:

MINERVA GALVAN ESPINOSA

Uruapan, Michoacán. Junio 1995

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

PAGINACION VARIA

COMPLETA LA INFORMACION

Agradecimientos

A Dios: Por permitirme llegar a una etapa más en mi vida.

A mis Padres: Salvador y María Luisa, por creer en mí, brindarme todo su cariño y apoyo.

A mis Hermanos: Miryam, Salvador y Argelia, por toda su comprensión y ayuda.

A mis Maestros: En especial a mi asesor y amigo Kenneth Treviño, por impulsarme siempre hacia adelante; y a Martha Cortés.

A mis Amigos: Sagrario Ochoa, Fabiola Licea, Gerardo Lara, Mayela Mejía, Manuel Cárdenas; por permanecer siempre junto a mí, brindarme su apoyo y valiosos consejos. Y amigos como Fernando Magaña, Gloria Pineda, Damián Escobar, Víctor Y. Pérez, Alejandro Madrigal, Lety Mestizo, Belén Castrejón; con quienes de alguna manera conté con su ayuda para realizar este proyecto.

A todos ellos, muchas gracias.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Treviño', located at the bottom right of the page.

INDICE

PRIMERA PARTE-Investigación

Introducción	11
--------------------	----

Capítulo 1.- Problemática y Objetivos

Problemática y Objetivos	15
--------------------------------	----

Capítulo 2.- Historia, antecedentes y actualidad

Historia de Michoacán	19
-----------------------------	----

Historia de Uruapan	20
---------------------------	----

-Condiciones Geográficas

-Recursos

Comunicaciones y transporte	23
-----------------------------------	----

Costumbres y tradiciones	24
--------------------------------	----

-Fiestas

-Domingo de Ramos

-Feria de Uruapan

Atractivos turísticos y algo más	26
--	----

-Parque Nacional Eduardo Ruíz

-Tzaráracua

-Huatápera

-Gastronomía

-Monumentos Históricos

-Recintos Religiosos

-Artesanía

-Muy cerca

-En su estancia

-Turismo

Capítulo 3.- Diseño Gráfico y algo más

Historia del Diseño Gráfico	35
¿Qué es el Diseño Gráfico?	39
-Metodología del Diseño	
Elementos del Diseño	42
-Tipografía	
-Color	
-Fotografía y Diseño	
-El papel	
-Ilustración	
Marcas y logotipos	51
-Tipos de Marcas y Logotipos	
Métodos de Impresión	52
-Offset	
-Impresión Tipográfica	
-Hueco Grabado	
-Flexografía	
-Litografía	
-Serigrafía	
Reproducción en colores	55
Publicidad y Promoción	56
-Medios en la publicidad	
Reseña de las Tarjetas Postales	57
-Servicio Postal	
-Tipo de Tarjetas	
-Partes de una Postal	

Capítulo 4.- Conclusiones

Conclusiones	65
---------------------------	----

SEGUNDA PARTE-Aportación

Introducción 69

Capítulo 1.- Logotipo

Logotipo 73

-Tipografía

-Bocetos

-Diseño final

-Matriz Gráfica

-Negativo

-Mínimo

-Color

Capítulo 2.- Diseño de Tarjetas Postales

Diseño de Tarjetas postales 81

-Formato

-Bocetos

-Estructura Básica

-Original Mecánico de Impresión

-Diseño Final

-Estudio del Color

-Elección de Temas Fotográficos

-Material de Impresión y Acabados

Parte Posterior de las Postales 119

-Tipografía

-Bocetos

-Estructura Básica

-
- Original Mecánico de Impresión
 - Diseño final
 - Color
 - Textos

Capítulo 3.- Cartel

Cartel 129

- Boceto
- Tipografía
- Diseño final
- Estructura Básica
- Original Mecánico de Impresión
- Material de impreión y acabados

Capítulo 4.- Exhibidor

Exhibidor 137

Capítulo 5.- Presupuestos

Presupuestos 140

Bibliografía 141

PRIMERA PARTE - Investigación

1

INTRODUCCION

Uruapan, ciudad de belleza y tradición es un lugar que merece ser conocido por aquellas personas que visitan el estado de Michoacán. En ella se encuentran paisajes naturales, caídas de aguas espectaculares, monumentos de gran importancia, edificios ricos en arquitectura de época, folklor, costumbres y una interminable lista de atractivos; a pesar de no ser muy grande cuenta con lo suficiente para hacer de una visita una muy agradable estancia.

A través del tiempo y con el paso de los años la comunicación se ha ido desarrollando junto con el hombre y de acuerdo a sus necesidades, desde el origen del habla hasta la forma de enviar los mensajes.

Las formas y medios de comunicación han evolucionado, sin embargo uno de los inicios con sus cambios permanece, como lo es el correo, servicio que hasta nuestros días funciona, donde además de paquetes y cartas maneja también el envío de tarjetas de todo tipo de felicitación y postales, que no solo cumplen con la función de enviar mensajes sino que además dan a conocer lugares.

La promoción de parajes de una ciudad tan inigualable como lo es Uruapan no debe quedar en tan sólo una invitación a conocerla, es importante que a través de un medio muestre lo que esta ciudad ofrece.

Las tarjetas postales pueden ser el punto de atracción de los turistas a lugares que merecen ser conocidos como Uruapan, “Perla del Cupatitzio”; creando así beneficios como lo es el crecimiento cultural en las personas y promoción del turismo.

El Diseño Gráfico enriquece todo tipo de difusión y promoción, con tipografía, color, imágenes, formas y figuras que lo hacen más agradable.

El conocimiento de los lugares turísticos de una región o estado, en este caso Uruapan, Mich. no sólo lo hacen las Secretarías Turísticas; es quizás un arma muy importante, un medio que hable y muestre las riquezas con que se cuenta.

Problemática y Objetivos

CAPITULO

1

Problemática

Cuando se ha tenido el privilegio de viajar y se han conocido pueblos, ciudades o países, casi siempre quedan ganas de regresar a los sitios que más nos han gustado, pero no siempre es posible. Para hacer saber a otros el lugar en que nos encontramos o que hemos visitado no solo les obsequiamos un souvenir; sino también les hacemos llegar tarjetas postales.

Siendo Uruapan, parte de la meseta tarasca, lugar de singular belleza y teniendo y teniendo conocimiento de sus paisajes naturales, su cultura, arquitectura e historia, nos damos cuenta de que existe poca difusión.

Tan grave es la mala difusión, que en la misma región encontramos habitantes que poco conocen de los lugares de importancia.

Muchas veces se goza al hablar de lo que se ha conocido y cuando se da el caso en que se tiene qué comentar de nuestra propia región, solo nos limitamos a decir que es un bello lugar. Antes de viajar deberíamos preocuparnos por conocer y difundir nuestro lugar de origen para evitar caer en el poco conocimiento del sitio en el que hemos vivido durante años.

Otro punto que no se debe dejar pasar es el hecho de percibir que día a día, lo bello de nuestra bella arquitectura, paisajes y

calles de la ciudad de Uruapan, se han deteriorado.

En la ciudad hay pocos lugares donde se pueden adquirir tarjetas postales, y las que existen son de baja calidad.

Habiendo analizado lo anterior, se busca difundir la ciudad de Uruapan.

Una tarjeta postal, algo más que un recuerdo, o tarjeta de colección, es una ventana que invita a turistas y personas que las reciben, e incluso a gente de la misma ciudad a conocer la región.

Objetivos de las tarjetas

- Mostrar los atractivos con que cuenta la ciudad y sus alrededores.

- Atraer turistas.

- Aumentar la cultura de propios y extraños.

- Retener por medio de la fotografía el estado actual de monumentos, construcciones o lugares de atracción, ayudándonos a visualizar los cambios que han sufrido para valorarlos más.

- Adquirirlas fácilmente por lo accesible de su costo y por ser un medio visual muy aceptado por la sociedad ya sea visitantes o personas de la región.

Objetivos de Diseño

- Adecuar un diseño atractivo y agradable para aumentar la adquisición de las postales y lograr difundir la ciudad.

- Utilizar la fotografía como medio de ilustración.

- Mejorar la calidad de presentación y promoción de las tarjetas postales.

Los objetivos de las tarjetas postales, conjuntamente a los de diseño, lograrán un diseño llamativo para difundir la ciudad de Uruapan acrecentando el acervo cultural de sus habitantes y de quienes lo visitan.

CAPITULO

2

Historia, antecedentes y actualidad

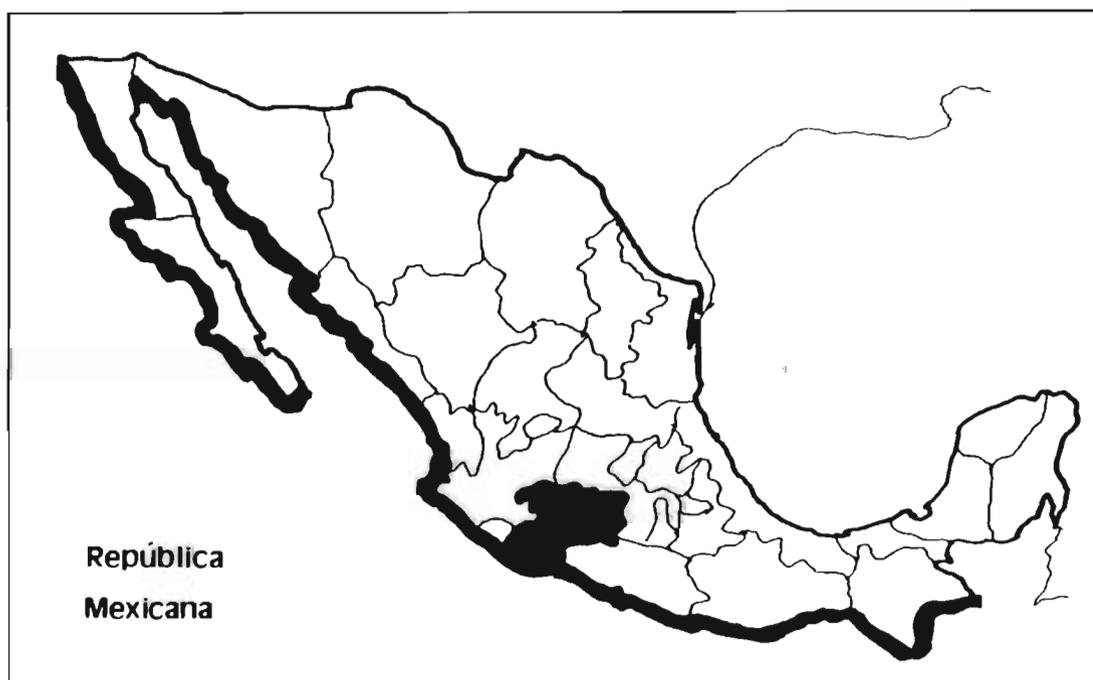
HISTORIA DE MICHOACAN

En la región sur-occidental de la República Mexicana rodeada por los estados de Colima, Jalisco, Guanajuato, Querétaro, Guerrero y la aguas del Océano Pacífico se encuentra el bello estado de Michoacán, su superficie es de 59,864 kilómetros cuadrados, dividiéndose en 146 municipios y teniendo como capital a la ciudad de Morelia y en segundo lugar de importancia a la ciudad de Uruapan.

Los historiadores señalan que Michoacán fue habitado por diversos grupos humanos, a través del tiempo destacándose los Otomíes, Náhuatl, Matlaltzincas y Tarascos, que se distribuyeron a lo largo y ancho del Estado, desde Zitácuaro en el oriente y la región lacustre de Pátzcuaro hasta las tierras altas de Uruapan y la cañada de los Once Pueblos, de donde proceden sus raíces indígenas.

En 1522 llegaba Cristóbal de Olid al actual territorio michoacano conquistando la capital del reino tarasco que en esos tiempos era Tzintzunzan, convirtiéndose por decreto real en capital de la provincia, y Sede Episcopal, distinción que le correspondería tiempo después a Pátzcuaro; posteriormente, en 1541, el Virrey Don Antonio de Mendoza, fundaba la ciudad de Valladolid (hoy Morelia) y que en 1580 se convertiría definitivamente en la capital de la provincia.

Localización del Estado de Michoacán.



HISTORIA DE URUAPAN



Monumento a Fray Juan de San Miguel, fundador de Uruapan.

La ciudad de Uruapan, nombre que significa “Lugar de la eterna primavera” es la cabecera del Distrito del mismo nombre.

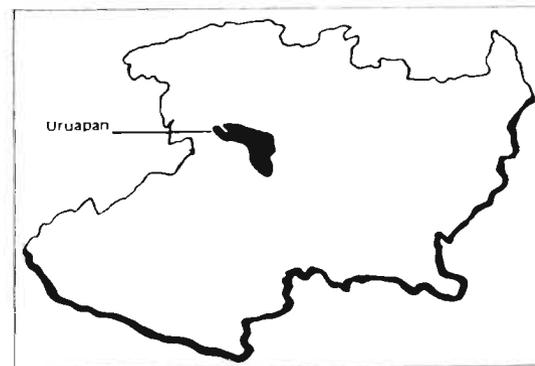
Antiguo poblado de origen prehispánico; algunos autores creen que fue originalmente habitado por Chichimecas y posteriormente por Tarascos. Se calcula su población en aquella época en 20 mil individuos.

Oficialmente quedó fundada por los españoles entre 1530 y 1540 con la categoría de Villa y el nombre de San Francisco de Uruapan, siendo su principal fundador Fray Juan de San Miguel en 1533; fue quien dividió al pueblo en 9 barrios, y le dio un Hospital para indígenas, primer Hospital de América Latina en el mismo año de su fundación. Fray Juan de San Miguel es la figura más grande de Uruapan. En noviembre de 1858 por ley cambió su nombre por Ciudad Progreso. En el censo de 1900 aparece sólo con el nombre de Uruapan y en el censo de 1921 por primera vez se le da el nombre de Uruapan del Progreso, nombre que conserva hasta la fecha.

Condiciones geográficas

Uruapan se localiza en la parte centro del estado de Michoacán, siendo sus coordenadas geográficas 19º 25’ de latitud norte y 102º 03’ de latitud al oeste de Greenwich.

Su superficie es de 830 km², colinda con los siguientes municipios: al norte con Charapan, Paracho, y Cherán. Al sur con Gabriel Zamora y Taretan, al este con Nahuatzen, Tingambato, Ziracuaretiro y Taretan, y al oeste con San Juan y Tancítaro. Las principales poblaciones de este municipio son: Caltzóntzin, Jicalán, Jucutacato, Capacuaro, San Lorenzo, Angahuan, Corupo y Barra Seca.



Ubicación de Uruapan en Michoacán.

Recursos.

Agricultura: El municipio de Uruapan se ostenta de una producción agrícola múltiple y en gran parte destinada a la exportación. Tiene buenas ganancias del ajonjolí, arroz, maíz, cítricos, café, chirimoyas, chayotes y sobre todo, el aguacate; lo que la ha llevado a nombrarla "La capital mundial del aguacate".

Hidrografía: En la ciudad de Uruapan del Progreso nace el Río Cupatitzio, río que nace en la Rodilla del Diablo y forma en el lugar de nacimiento el Parque Nacional "Eduardo Ruiz". Este río genera la famosa cascada "La Tzaráracua" que abastece toda la ciudad del vital líquido.

Las obras realizadas para utilización del Río Cupatitzio son: la Presa de Jicalán, Presa del Cóbano y la presa del mismo nombre.

Clima: El clima es templado con veranos cálidos y una precipitación media anual de 1610 mm. que ocurren generalmente en los meses de junio a septiembre. La temperatura varía en el municipio de acuerdo a la elevación sobre el nivel del mar.

Ganadería: La región de Uruapan no es ganadera, sin embargo, produce ganado vacuno, caballar, porcino, mular, caprino, ovino, aves, y aumentando el renglón económico la apicultura y la silvicultura.

Apicultura: La región de Uruapan es propicia para lograr grandes cosechas, de miel y cera así como mayor productividad agrícola derivado de la acción de las abejas como agentes polinizadores. La flor variada susceptible soporta una población numerosa de abejas.

Silvicultura: Uruapan cuenta con gran abundancia en bosques, riqueza natural del municipio. La SARH señala las siguientes especies poblando los montes que rodean la ciudad: pino, encino, madroño, manzanillo, aya, pinabete, cedro, nogal, cueramo, parota y muchas otras especies que en conjunto forma los grandes y bellos paisajes de la región.



Bosques de gran riqueza.

Aguacate, fruta de mayor producción en Uruapan.

Debido a la gran cantidad de bosque ha
origen a varios aserraderos y al aprove-
nimiento de las resinas. Los cerros que
an la ciudad son; Cerro de la Cruz,
ro de la Charanda, Cerro de Jicalán,
os ellos le sirven de pulmones.

Flora: La vegetación es uno de los ele-
ntos que mejor identifican los distintos
isajes, ya que reflejan siempre las caracte-
ticas geográficas propias de la región don-
crecen. Tiene gran variedad de plantas y
res que resaltan su belleza.

Fauna: Dada la vegetación y el munici-
o de Uruapan se presentan dos tipos de
ina, la silvestre y la doméstica; en la
mera figuran: venados, coyotes, tejones,
in variedad de pájaros, conejos y ardillas.

En cuanto a la segunda: Caballos, vacas,
rregos, cerdos, gallinas y guajolotes entre
ros.



Flora y fauna de la región.

COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

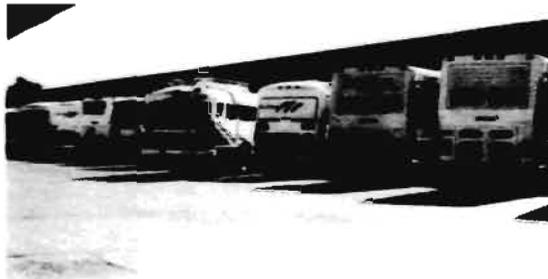
Los medios de transporte y comunicación poseen gran importancia desde el punto de vista geográfico, porque han estimulado el desarrollo de la región y han aumentado las posibilidades económicas, sociales, políticas y culturales de la población; al facilitar el comercio internacional, favorece el desarrollo de la técnica y contribuye en la prosperidad de la ciudadanía uruapense.

Medios de transporte: Uruapan cuenta con eficiente servicio ferroviario que lo comunican con varios lugares del país.

La Central Camionera con que se cuenta, tiene salidas a casi todo el estado y ciudades del país. Se une directamente por carretera a Apatzingán, Ciudad Lázaro Cárdenas, con Morelia y México por las vías Pátzcuaro, Zacapu y Quiroga.

El aeropuerto "Ignacio López Rayón" comunica a la ciudad con Apatzingán, Lázaro Cárdenas, Aguililla, Coalcomán, Morelia, Colima, Manzanillo, La Unión, Zihuatanejo, Petatlán, y México D. F. Es el mejor aeropuerto federal del estado.

Servicios: El municipio cuenta con oficinas públicas como; teléfono, telégrafo, administración de correos, tránsito federal y estatal, presidencia municipal, agencia del ministerio público, inspección de policía, servicio de agua potable, alcantarillado, alumbrado público, televisión por cable y radio difusión.



Central Camionera.



Aeropuerto de la ciudad.

COSTUMBRES Y TRADICIONES



Traje típico de "Viejo".



Guarecita bailando las "canacuas".

Dentro de la costumbres y tradiciones de Uruapan; mezcla de raíces prehispánicas e influencia española se refleja el sentir de un pueblo mestizo que con danzas, música, oraciones, alegría y misticismo, celebran numerosos acontecimientos, santos y fechas conmemorativas.

Fiestas:

Entre las tradicionales esta la inmaculada Concepción que como patrona de los hospitales en el país, se festeja el 8 de diciembre en la iglesia del mismo nombre y la Huatápera.

Otras también muy representativas son las fiestas religiosas de "Santo Santiago" y la "Magdalena" en las que se mezclan las danzas como la de los viejitos, los negritos, los hortelanos, las famosas Guares ataviadas con trajes típicos bailan las "Canacuas", al compás de los sones, todavía de sabor prehispánico.

Las procesiones y las yuntas de bueyes engalanadas con flores de múltiples colores en alegre desfile por las principales calles de la ciudad, hasta llegar a la capilla del barrio donde continúan los festejos, que terminan al anochecer con el tradicional castillo de fuegos artificiales; por lo menos esto se realiza en los nueve barrios que una vez fundó Fray Juan de San Miguel.

Domingo de Ramos:

Año con año durante el período de Semana Santa la plaza principal de la ciudad de Uruapan se convierte en un tianguis de todo tipo de artesanías, pero principalmente piezas de barro que son traídas por la gente de los municipios, pueblos de los alrededores, y otros estados; artesanos que esperan vender su mercancía durante dicho período, esto con motivo del Domingo de Ramos; costumbre y tradición que hasta la fecha perdura.



Escultura de barro originaria de Capula.



Piezas de barro que se pueden apreciar durante el Domingo de Ramos.

Feria de Uruapan:

Desde 1990 año con año se ha efectuado la llamada "Feria de Uruapan", (Feria del Aguacate), en esta encontramos exposiciones de tipo artesanal, cultural, comercial, ganadera, y gastronómica. También cuenta con diversiones como juegos mecánicos, el palenque donde además de efectuarse peleas de gallos, se presentan artistas reconocidos; además de un Teatro del Pueblo donde la gente puede disfrutar gratuitamente de diferentes tipos de eventos.

Los lugares con que se cuenta y la singular belleza que los caracteriza hacen de ellos sitios idóneos para disfrutar y conocer.



Artesana que vende su trabajo en la Plaza Principal.

ATRATIVOS TURISTICOS Y ALGO MAS

Parque Nacional

“Eduardo Ruíz”

Este parque lo encontramos dentro de la ciudad, fue una hermosa huerta, en este lugar se encuentra el nacimiento del Río Cupatitzio, “La Rodilla del Diablo”; y los mayores manantiales que forman su caudal.

Jardines, puentes, callejuelas bordeadas de arroyos y flores; senadores acondicionados para comidas y paseos. Fuentes primitivas y modernas, viveros piscícolas, pinturas, murales, y un ambiente natural que nos invita a la tranquilidad.



Cascada del Parque Nacional.

La Tzaráracua:

Cuyo nombre en Purépecha significa “Cedaso”. Es una bella cascada que esta a 10 km. de Uruapan por la carretera que sigue la misma traza natural del río. El visitante puede ascender por una escalinata hasta el nacimiento de la cascada que tiene 40 metros de altura y observa durante el trayecto la panorámica de la exuberante naturaleza.

A veinte minutos de caminata después de esta impactante cascada podemos encontrar otra más pequeña pero no por ello menos bella; “La Tzararacuita”, la han llamado así por el nombre de la primera cascada y por su tamaño, es una caída de agua

que proviene también del río Cupatitzio que tomó otro rumbo, atractivo natural que pocos conocen.



Caída de agua La Tzararacuita.

La Huatápera:

Fue el primer hospital para indígenas en América Latina; hoy museo de artesanías, que muestra los trabajos de los artesanos de Uruapan y la Región. Se encuentran al centro de la Ciudad a un costado del templo de la Inmaculada; hermoso edificio del siglo XV fundado por Fray Juan de San Miguel.

Gastronomía:

Si por algo se distingue el estado de Michoacán es por su comida, así mismo lo es la ciudad de Uruapan perteneciente a este estado; la variedad de comida vale mucho, entre los alimentos considerados típicos se pueden mencionar; atole de grano tierno, atole de citún, atole de trigo, carnitas, corundas, chiles, churipo, pozole, rosquetes (pan), huchepos, tamales de harina y nacatamales de maíz, por mencionar la mayoría de platillos.

La ciudad brinda una variedad de lugares donde comer bien, pero si de comida típica se trata, en el centro a espaldas de la Huatápera se encuentra el "Mercado de Antojitos" que ofrece toda la variedad de platillos ya mencionada; y a un precio accesible.



Huatápera, hoy casa de las artesanías.

Monumentos Históricos:

-Monumento a Morelos: Erigido en honor del Ilustre "Ciervo de la Nación", ubicado en la plaza principal.

-Monumento a los Mártires de Uruapan: Dedicado a los que en el campo de batalla murieron defendiendo el honor patrio, también ubicado en la plaza principal frente al atrio del templo de San Francisco, lugar donde fueron asesinados.

-Monumento a Melchor Ocampo: Ubicado en el cruce las calles Jalisco y Michoacán en la ciudad de Uruapan.

-Monumento a Juárez: Instituido para recordar la memoria del ilustre patricio "Benemérito de las Américas" situado al pie del cerro de la Charanda.

-Monumento a Fray Juan de San Miguel: En reconocimiento al fundador de la ciudad, esta ubicado a un costado del templo de San Francisco.



*Monumento a José Ma.
Morelos y Pavón.*

Recintos Religiosos:

Cuando llegó a Uruapan Fray Juan de San Miguel y fundó esta ciudad, dividió el pueblo en nueve barrios y le destino a cada uno su templo, o capilla; la mayoría datan del siglo XV, arquitectura antigua de singular belleza.

- Antigua Capilla del Santo Sepulcro; hoy parte de la Huatápera, museo de artesanías.
- Capilla de San Pedro.
- Capilla de Santo Santiago
- Capilla de San Miguel.
- Capilla de San Juan Quemado o Juan Bautista.
- Capilla de la Magdalena
- Capilla de San Juan Evangelista; hoy constituida por la parroquia de la Sagrada Familia.
- Capilla de San Francisco
- Parroquia de San Francisco.



Capilla de Santo Santiago.

Parroquia de San Francisco

tesanías:

Las labores artesanales, son unas de las principales actividades en cuanto a la herencia socioeconómica de la población de la región. La producción es diversa y por lo general los pobladores de cada comunidad, se han especializado en un artículo, siguen diversos procesos de elaboración todos ellos manuales por lo que se deduce que son productos de los medios con que son producidos en un gran porcentaje.

-Maque de Uruapan: Técnica aplicada a taras, bateas, muebles, utensilios y juguetes; es un procedimiento exclusivo cuya calidad es resistente a la acción de ácidos o agua caliente con un contenido de gran riqueza en cuanto a colorido, gráficos y gusto artístico.

-Rebozos: Artesanía tradicional mantenida por varias familias vecinas del barrio de San Miguel, prenda de gran uso en las mujeres nativas de la región, la cual le da diferentes usos.

-Mantas y Cambayas: Tejidos de algodón hechos a mano en primitivos telares de madera y lanzadera.

-Madera Tallada: Primorosa y variada colección de artículos de uso doméstico y decorativo: va desde una cuchara hasta una máscara de viejito.

*Canasta de madera artesana
decorada con la técnica del
maque.*



*Mascara tallada en madera
utilizada en la danza de los
viejitos*



-Bordados: Blusas, faldas y otros bordados con buen gusto en gran abundancia de colores por el sistema "Punto de Cruz" hecho a mano.

-Tejidos de Lana: Procedentes de vecinos poblados indígenas como Nahuatzen; Uruapan ofrece al turista Zarapes y cobijas de indiscutible valor práctico, doblemente apreciado por que en aquellos lugares lo trabajan desde la cría de borrego hasta el tejido de la prenda.

Muy cerca...

Existen municipios muy cerca de Uruapan que vale la pena visitar; en algunas guías de turismo son parte importante del conocimiento y atracción de la región.

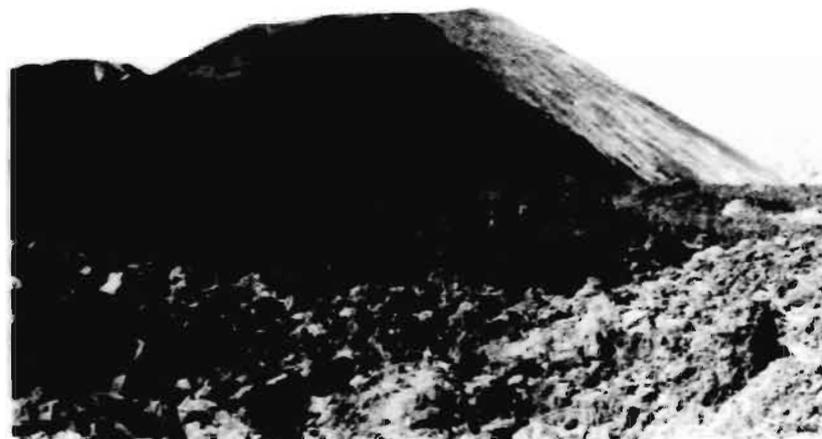
-Volcán Parícutín: Este lugar despierta interés a propios y extraños, debido a que durante su erupción, se habló y escribió mucho de este fenómeno que fue en sus años un maravilloso espectáculo.

-San Juan Nuevo: Lugar que surgió a raíz de la erupción del volcán Parícutín, se le llama Nuevo Parangaricutiro y esta a 30 minutos al oeste de la ciudad; ahí se venera al santo del mismo nombre que el pueblo.

-Paracho: Lugar conocido por la fabricación de finas guitarras que han alcanzado fama mundial.

-Tingambato: Este lugar llama la atención por que cuenta con ruinas de los antiguos pobladores de esa región.

-Balnearios: Hay varias opciones a elegir si se quiere nadar y seguir conociendo partes y lugares próximos a Uruapan. A "Caracha", se llega por la carretera a Taretan; de igual manera se llega a "Villa Paraíso", y "Villa de las Flores".



Volcán Parícutín.

En su estancia:

Uruapan ofrece servicios y atracciones indispensables para una mejor estancia.

Existen alrededor de once hoteles, estos de cuatro, tres y dos estrellas, la mayoría están situados en el centro de la ciudad; y cuentan con servicio de Restaurant, algunos nos ofrecen esparcimiento como discotecas, o videobares; algunos con variedad.

También hay lugares como el boliche, cines, billar y centros comerciales.

Turismo:

El turismo contribuye enormemente al desarrollo económico de los países, de ahí que se trate de incrementar.

El municipio de Uruapan cuenta con importantes factores geográficos como son: su ubicación, clima, temperatura agradable y exuberante vegetación; el río Cupatitzio con sus aguas cristalinas así como la peculiaridad hospitalaria de sus habitantes, la facilidad de comunicación con otras regiones y estados ,y muchos atractivos al que concurren vacacionistas de diferentes partes de la República e incluso del extranjero.

Pero aun así el turismo es poco; no es necesario recurrir a estadísticas para darnos cuenta de la poca afluencia que asisten a los lugares turísticos, y es fácil adivinar que no se esta logrando el turismo mínimo o deseado.

Cuando se quiere conocer o visitar un lugar y no se sabe que es lo que hay, o si de verdad lo que se dice tener vale la pena; no solo los libros aportan este tipo de información, una imagen puede ayudar mucho; la ayuda de una tarjeta postal para la promoción y difusión de una región, en este caso de Uruapan Mich.



Hotel en el centro de la ciudad.

Diseño Gráfico y algo más

CAPITULO

3

HISTORIA DEL DISEÑO GRAFICO

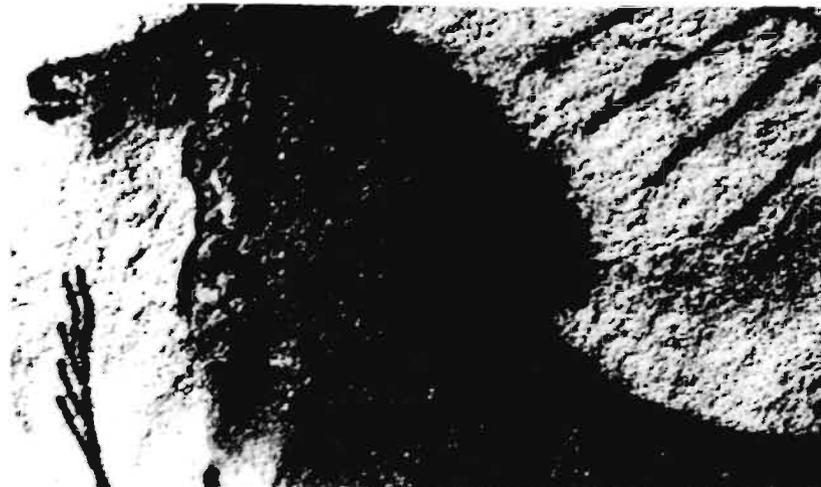
En la prehistoria la necesidad de comunicarse unos a otros hizo que produjeran sonidos, esta fue una de sus primeras habilidades desarrollada por el hombre de esa época en su recorrido evolutivo.

Toda señal, elemento o imagen plasmada en alguna superficie dio origen a la escritura, en la cual expresaban lo que veían y sentían, esto ayudo a conservar el conocimiento, ya que todo era con un fin.

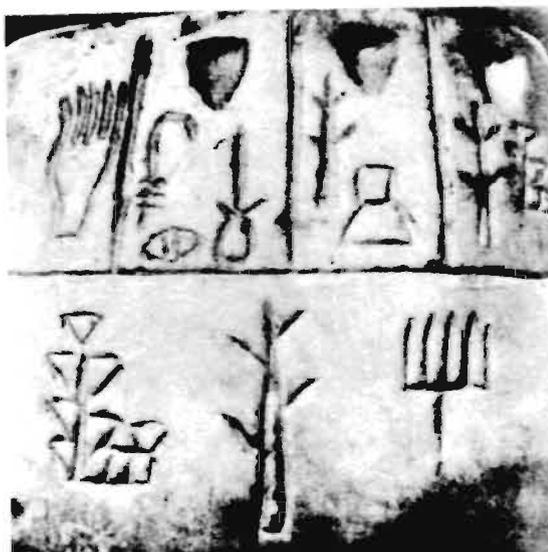
La evolución del hombre, y de la transición de una cultura, a la de la una civilización avanzada dio origen a muchas culturas, entre estas los Sumerios que de los tantos inventos de esta cultura uno de los más importantes fue la invención de la escritura; esta fue una gran aportación que revolucionó factores de diferentes tipos en la culturas. Conforme evolucionaba la escritura sumeria, crecía la capacidad de plasmar más información, así se utilizaban símbolos para expresar ideas; pero no obstante también requerían de representar sonidos que eran difíciles de ilustrar. Todo tipo de escrituras lo hacían en arcilla que grababan; hubo un tiempo que para identificar las propiedades utilizaban sellos con ornamentos decorativos.



Grabados en piedra de origen sumerio.



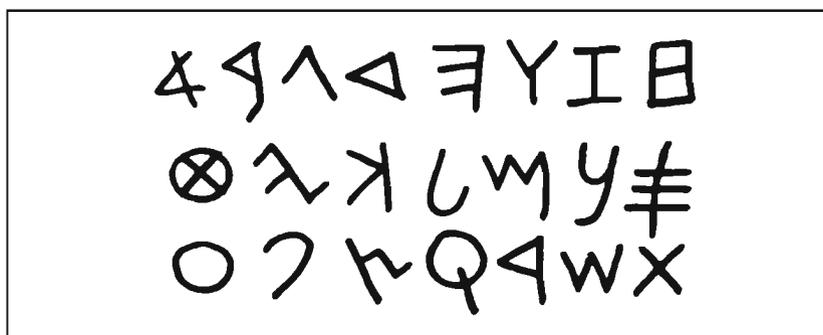
Pintura rupestre.



Jeroglíficos grabados en arcilla.



Jeroglíficos egipcios.



Alfabeto fenicio.

En la región de Egipto llegaron muchos inventos de los Sumerios en Mesopotamia, pero a diferencia de los Sumerios los egipcios conservaban su escritura jeroglífica y aunque nunca crearon signos para representar vocales al combinar varios glifos lograban representar con esquemas las palabras. Los egipcios tenían sentido del diseño y creaban ornamentos decorativos; con estos cubrían interiores, exteriores, tumbas, joyería, etc.

Un gran adelanto de esta civilización fue la creación del papiro, especie de papel para escribir; los egipcios fueron los primeros en crear manuscritos ilustrados y en ellos palabras y dibujos que se unían para formar palabras.

Los chinos también tuvieron su escritura, aunque para ellos mismos; su aportación fue la caligrafía además del papel y la imprenta que hizo posible la duplicación de las palabras.

Se cree que el alfabeto nació en la ciudad más antigua de Fenicia. Los griegos adoptaron el alfabeto y desarrollaron ampliamente su belleza y utilidad. La escritura que proporcione a la humanidad modo de pensar y documentar el conocimiento y la información trascendió en el tiempo y lugar.

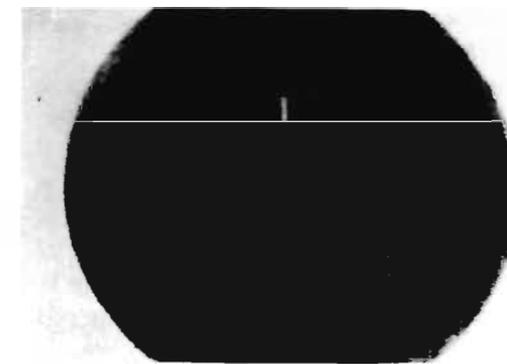
Hasta el siglo XV los libros eran escritos a mano. El primero en recurrir a la imprenta como medio de reproducción gráfica fue Gutenberg, en la década de 1440 utilizó tipos móviles con letras de estilos gótico que usaban en la época.

En el siglo XIX la aparición de la revolución industrial fue el punto de partida para el Diseño Moderno, ya que en esa época la demanda de una población crecía rápidamente y con ello la cantidad de mercancía que estimulaba un mercado masivo; así comenzaban los productores a diferenciar su producción de los demás, utilizando signos, tipos o señales, por lo cual el diseño comenzó a evolucionar a la par que decaían los métodos tradicionales del diseño.

Así fue como la evolución para mejorar las técnicas de impresión e ilustración dieron origen a un mundo de invenciones que mejoraban día a día. El descubrimiento de la fotografía, la litografía creadora de imágenes, máquinas componedoras de texto y muchas otras sustituyeron gran cantidad de personas que armaban texto a mano.

Mientras transcurría el siglo XIX el inglés William Dickerina intentaba la separación del Diseño Gráfico de la producción impresa; aunque se seguían dando "artistas" que contribuían al desarrollo del diseño y tipografía, como William Morris.

Fueron tiempos donde se desarrollaron estilos decorativos que dejaron huella en el mundo. Esto invadió a todas las artes del diseño, arquitectura, muebles, moda, carteles y a un mundo de infinidad de objetos donde se dio el "Art Nouveau", este fue un estilo de transición que se convirtió en la fase inicial del movimiento moderno. Los diseñadores gráficos de esa época trataron de hacer del arte parte de la vida cotidiana.



Primeras marcas utilizadas a principio de siglo.

Publicidad de aquella época (1845).

El "Art Nouveau" se mantuvo hasta el término de la primera guerra mundial. Durante los inicios del siglo XX la evolución del diseño tipográfico se relacionó con la pintura, poesía, arquitectura, de ahí de el surgimiento de estilos pictóricos como cubismo, futurismo, dadaísmo, surrealismo, que dejaron huella en el lenguaje del Diseño Gráfico.

En 1914 en vísperas de la segunda guerra mundial se abrió la escuela Bauhaus; esta escuela se esforzó por unir un arte e industria, se introdujeron ideas innovadoras en el Diseño Gráfico y en otras áreas de la creatividad.

La vanguardia de la creación artística se habían desplazado de Europa a Nueva York, ciudad que se convirtió en el centro cultural de pleno siglo XX y las innovaciones en el Diseño Gráfico ocuparon un papel importante donde surgieron nuevos estilos del diseño; para los diseñadores de ese lugar lo que más importaba era la manera original como comunicaban la información expresándose con sus propias ideas.

A partir de la segunda guerra mundial, el Diseño Gráfico ha ido creciendo para cubrir todo tipo de necesidades gráficas; épocas, sucesos, movimientos que colaboran a la historia del Diseño Gráfico que no termina.



Pintura cubista, Pablo Picasso.



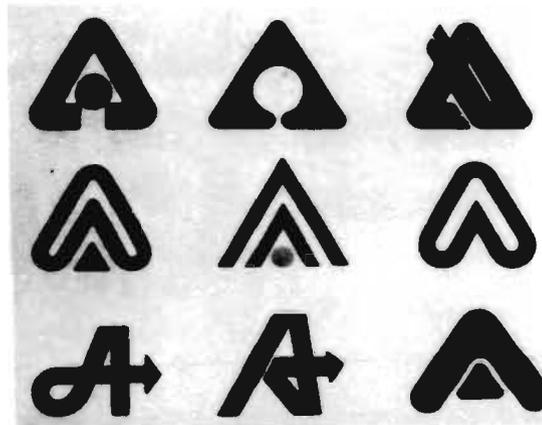
Escuela Bauhaus (1914).

¿QUE ES EL DISEÑO GRAFICO?

El Diseño Gráfico se define como una actividad socialmente útil e importante, como la ordenación, composición y combinación de formas y figuras. El diseñador gráfico no define su papel como el de un artista, sino como el de un conductor objetivo para enviar información de interés entre la sociedad. El problema al que se enfrenta un diseñador es la toma de decisiones; como la elección de elementos tales como títulos, textos, ilustraciones, fotografías, tipografías, signos e imágenes a fin de que el mensaje sea transmitido de manera original y eficaz.

Hoy en día prácticamente todo lo que se compra ha sido diseñado, y un diseñador habrá sido el que intervino en alguna parte del proceso de promoción y diseño. El diseñador tiene que calcular costos aproximados de todo el proceso que con lleva un diseño, así que debe estar informado de todos los aspectos de los procesos de reproducción e impresión como el textil, cerámica, ilustración, rotulación y fotografía.





Bocetaje de una misma idea.



La comparación de la competencia es útil dentro de la metodología.

Metodología del Diseño

La actividad del diseño requiere una serie de acciones consecutivas que realizadas ya sea individualmente o en grupo nos facilitan la solución y resultados rápidos y seguros, y sobre todo con una eficaz respuesta; esto es lo que integra la metodología.

Para poderlo llevar a cabo se localiza en primera instancia la DEMANDA que obedece a una NECESIDAD; aquí influye la estética que sirve para que el diseñador de la solución que le parezca más satisfactoria. Para ello se requiere saber la UBICACION que es donde surge la necesidad; DESTINO que nos dice que finalidad persigue con la satisfacción de la demanda, y por último la ECONOMIA con la que se podrá hacer una evaluación de los recursos con que se dispone para llevar a cabo lo que surja como solución a la demanda.

Esto es globalmente sin embargo la metodología abarca más; una serie de etapas que han de seguirse para la obtención de un buen resultado y éstas son las siguientes:

Aproximación al diseño: Aquí interviene el conocimiento del problema al que se enfrentará el diseñador haciendo una investigación previa para conocer los antecedentes.

Necesidad: Una vez analizado lo anterior se debe tener claro cuál es la necesidad para poder comenzar la búsqueda de la respuesta que nos guiará a la solución.

Presupuesto: Teniendo clara la necesidad es preciso realizar propuestas y planes de trabajo, el tiempo en que se entregará y las formas de pago para cubrir gastos.

Demanda: Esta etapa reconoce tres puntos; la ubicación que se refiere al conocimiento del sitio donde surge la necesidad abarcando desde historia, imagen, política que se maneje, plaza, promoción y publicidad de productos; comparación de la competencia en los mismos puntos anteriores, análisis del perfil del consumidor como lo es la edad, sexo, nivel cultural y socioeconómico.

El siguiente punto es el propósito, el fin que se pretende alcanzar o lograr.

El tercer punto son los recursos con lo que se cuenta específicamente en cuanto a recursos económicos, materiales, humanos y de diseño.

Enfoque de la demanda: Con el resultado de la etapa anterior guiaremos a la de-

manda y de acuerdo a la necesidad según lo requiera a un enfoque funcional, expresivo o quizás constructivo.

Programa de requisitos: Aquí se analiza lo que hay como limitantes antes de comenzar el trabajo, ya sea en cuanto a información o aplicación de gráficos para no caer en ellos.

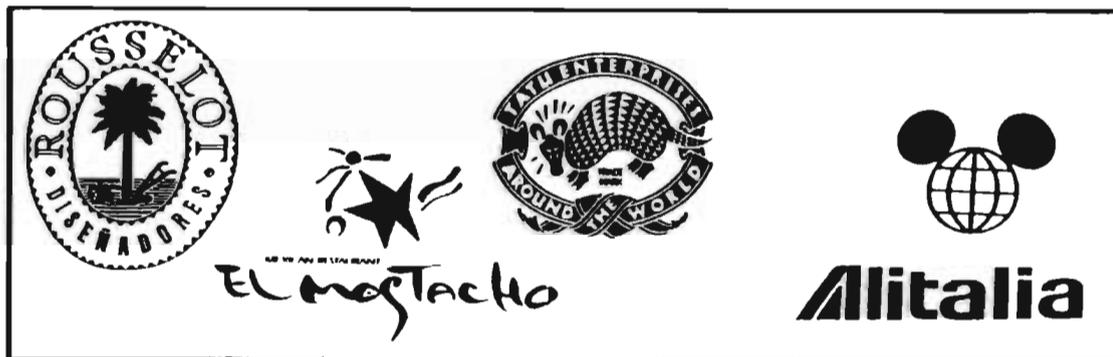
Generación y análisis: En esta etapa se comienza con la lluvia de ideas y de ahí partir al bocetaje de las mejores.

Síntesis y comunicación del resultado: Esto es presentar las mejores ideas y consecutivamente comunicar cual fue el resultado.

Optimización: Esta etapa es la conclusión del trabajo en cuanto a diseño llegando a un acuerdo entre cliente y diseñador.

Diseño final: Es la aportación gráfica y manual del resultado creando así un "producto" que traerá como consecuencia beneficios.

La metodología es una llave que nos abre el universo de la creatividad y forma parte de un poderoso amplificador de las funciones de análisis y sintáxis; su uso ha mejorado el concepto del mismo diseño para integrar los métodos mas avanzados que se utilizan en los programas del mundo del diseño.



ELEMENTOS DEL DISEÑO

Tipografía

El entendimiento y la apreciación de la tipografía son esenciales para que un diseñador gráfico se comunique con efectividad. Las letras son poderosas y emocionales. La buena tipografía debe de ser individual creativa.

A lo largo de la historia de la letra ha ido adoptando diferentes estilos dependiendo del interés artístico y avances tecnológicos de cada época. Los tipos están clasificados en seis grupos básicos: Gótico, Antiguo, Transición, Egipcio, Moderno, Sans Serif. Todos los símbolos que forman parte del alfabeto se les denomina caracteres, esto incluye letras, números, signos de puntuación, y otros símbolos diversos como el de pesos y centavos.

Hay elementos de la tipografía que no se deben aislar como:

-**Altura:** Es la profundidad del cuerpo central de las minúsculas.

-**Ascendentes:** Es la parte de las letras minúsculas que se prolonga por arriba de la altura "x" de las letras.

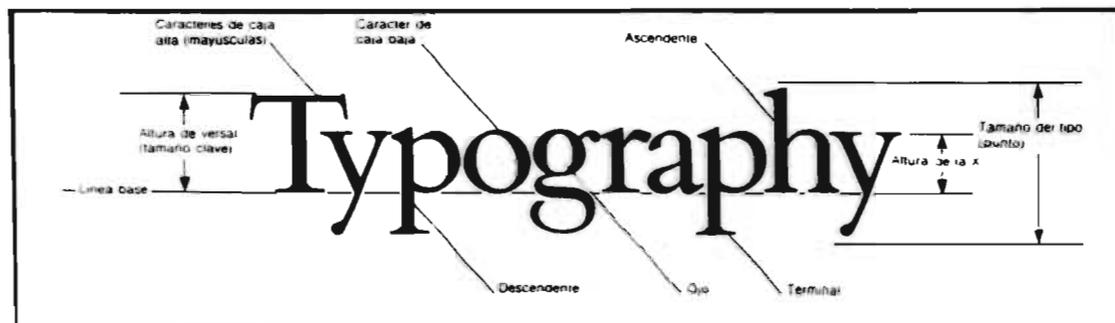
-**Descendentes:** La parte de las letras minúsculas que se extienden por debajo de la altura.

-**Línea Base:** Línea sobre la que descansa el cuerpo central y las letras mayúsculas.

-**Ojo:** Espacio en blanco dentro de una letra.

-**Línea Fina:** Rasgo delgado de una letra.

-**Remate:** Rasgo final en la terminación del trazo principal de una letra.



El diseñador debe tomar ciertos puntos antes de realizar una composición tipográfica como es:

-La legibilidad: Se refiere a que el tipo elegido sea adecuado para el diseño que se pretenda ya sea texto corto o largo. Se puede elegir entre cientos de tipografías y escoger la más adecuada, algunos son más fáciles de leer que otros.

-Posibilidad del Diseño: Una vez elegido la cantidad de texto y el tipo a utilizar ocupara cierta área que nos dará una forma, un tono y una textura. También intervienen para ello, el tamaño, la longitud de las líneas, el espacio entre palabras, espacio entre letras y el interlineado.

-Selección del Método de Composición: Realizado todo lo anterior se debe considerar el sistema de composición con el cual se ha de imprimir; buscar que el sistema a elegir sea de menor costo, versátil, rápido, y que conserve el aspecto o apariencia de lo que se realizó en un inicio.

Otras características como el peso, la anchura, la inclinación, nos dará pauta para guiarnos libremente y obtener un diseño más acertado a nuestras necesidades.

ENGRAVERS

Clearface Gothic

Kabel

Commercial

Univers 45

Cooper Black

Benguiat Gothic

Garamond

COPPERPLATE

Gill Sans

Color

Entender los colores es parte elemental de un diseñador. El conocimiento básico de la teoría del color es muy útil. Se clasifican los colores en colores pigmento y colores luz; los tres colores pigmento reciben el nombre de primarios; son el magenta, amarillo y cyan, a partir de estos se derivan todos los demás colores y tonalidades, esto con la ayuda del blanco y negro. Los colores luz son el verde, el rojo naranja y el azul violeta. La utilización del color tanto en los gráficos como en la tipografía es una de las herramientas más importantes y versátiles ya que las variaciones y combinaciones dentro del espectro pueden ser utilizadas para modificar la captación del material visual.

Para la aplicación del color se deben considerar tres aspectos; el matiz que es sinónimo de color, el valor que se refiere a la claridad u oscuridad, y la intensidad que es la fuerza del color.

Se debe analizar la elección del color por que constituirá quizás una fuerza primordial en el modo de comunicar una idea; además hay que tener presente que no todos los colores son adecuados para determinado diseño o proyecto.

El color en el diseño debe de contribuir a tres puntos de importancia:

- Atraer y lograr la atención.
- Ser legible y comprensible.
- Causar una impresión.

El color debe cumplir con algunas funciones importantes como:

*Llamar la atención: Uso principal, el contraste es la base de la atención, se ha demostrado que el número de personas que se percatan de una comunicación impresa aumenta por medio del uso el color.

*Producir efectos psicológicos: Esto quiere decir que se sienten atraídos, que pongan atención si les es de interés.

Los colores pueden dividirse en dos grupos de acuerdo a la psicología; cálido y frío. Los colores cálidos son el rojo, y el amarillo; estos estimulan y resaltan. Los fríos son el azul y/o sus tonalidades, son relajantes y dan profundidad.

Verde y rojo púrpura están entre los cálidos y fríos, son relativamente neutrales.

Los colores sugieren características, estados de ánimo y otras logrando que los mensajes lleguen con mayor rapidez, ejemplo:

- Rojo: vida, acción, pasión, alegría.
- Azul: distinción, reserva, y serenidad.
- Verde: naturaleza.
- Púrpura: esplendor.
- Blanco: pureza.
- Negro: muerte, distinción.

*Desarrollar acciones: Se refiere a que la gente asocia los colores con productos o cosas.

*Retener la atención: Un color debe ser predominante, ayuda a que el lector o el cliente recuerde lo que vio. Los publicistas repiten ciertos colores en sus campañas para establecer identificación del producto.



COLOR

El mal uso del color en un mensaje puede ser peor que el no haberlos empleado.

Al realizar los bocetos los principios básicos como: el equilibrio, contraste, proporción, ritmo, armonía y movimiento forma parte de una atmósfera placentera.

-Equilibrio: es la colocación prudente de los elementos de acuerdo a su peso.

-Color: agrega más peso a los elementos, colores brillantes, ligeros, o colores oscuros, pesados.

-Contraste: necesario para la legibilidad, que uno resalte en otro y no se pierda.

-Proporción: este requiere del equilibrio como, colores-claros colores-oscuros; colores opacos o débiles y colores brillantes.

-Ritmo: se logra mediante el color al igual que la forma, puede contribuir a alcanzar la unidad de una pieza impresa. Colocando erróneamente puede desintegrar el efecto total e incluso provocar que el mensaje sea dividido.

-Armonía: es el resultado del uso del color, equilibrio, contraste y proporción.

Fotografía y Diseño.

La fotografía nacida en Europa se extendía del dominio del arte, al arte gráfico y al grafismo publicitario. El desarrollo inalcanzable de la técnica fotográfica unido



El color refuerza los mensajes gráficos.



Fotografía, medio de ilustración.

con las nuevas experiencias de comunicación visual, ha dado a un mundo increíble de máxima expresión significativa. La fotografía al igual que la música es un lenguaje universal; habla con fuerza y más directamente, pero para conseguir una comunicación con el máximo impacto a través de este medio, deben comprenderse ciertos principios básicos y se han de lograr una apreciación de las posibilidades y de los límites de la cámara. Las relaciones del diseñador con la fotografía adoptan muchas formas.

El diseñador debe controlar las consecuencias a la hora de elaborar una idea o simplemente limitarse a saber explicar la fotografía, el resultado que se quiere.

Las fotografías cumplen funciones distintas que son dos, en la primera la imagen es necesaria sólo para documentar la realidad, y en un segundo caso, se emplean los atributos especiales de la fotografía para ampliar o realizar una idea editorial o promocional. Aquí la base es la estrecha comunicación entre fotógrafo y diseñador pero no por ello el diseñador debe dejar de hacerlo por sí mismo. La fotografía permite darse cuenta de que las variaciones de la técnica fotográfica ofrecen muchas posibilidades, un campo amplio y sin explorar a fondo.

La fotografía trasciende la barrera del lenguaje, aumenta nuestro conocimiento

del medio y del mundo, de sus gentes y aporta un sentido de belleza a cada día de nuestras vidas.

La fotografía tiene dos pasos básicos: la formación de imágenes y la fijación permanente de la imagen; esto es la toma fotográfica y la fotografía (imagen impresa).

Para conseguir excelentes fotografías es necesario tomar en cuenta una serie de factores que mejoran la calidad de las imágenes fotografiadas.

Lo primero es la elección de una cámara que permita "manejar" la imagen de tal manera que se capte lo que se quiere y como se quiera. Una cámara de 35 mm. manual será la mejor opción para crear fotografías.

Las partes básicas que componen la cámara son:

- Anillo de diafragma.
- Un objetivo.
- Anillo de enfoque.
- Zapata de flash.
- Disparador.
- Palanca de arrastre.
- Mando de velocidades.
- Manivela de rebobinado
- Auto disparador, etc.



Equipo fotográfico básico.



Tipos de las lentillas.

Luz.

La luz es la base de la fotografía, la cantidad de la luz determina si un sujeto puede ser fotografiado o no. Hay ocasiones en las que se puede elegir la luz; y en otras, habrá que aprovechar la que hay. La luz puede ser frontal, lateral, contra luz, y con ella resaltar lo que más nos interesa como puede ser textura, formas, siluetas, etc.

A la cámara se le puede adaptar una serie de accesorio que son: lentillas de colores, lentes, filtros, lentillas de efectos especiales; estas últimas nos agregan a nuestras fotos destellos, arcoiris, difuminados, neblina, etc.

Muy importante es el encuadre y la iluminación. El cambio de posición de la escena y el desplazamiento de la cámara son una manera de controlar y alterar la composición de la imagen.



El paisaje es un tema atractivo para la creación de fotografías.

En la fotografía se puede aprovechar de las formas naturales que se encuentren en el hábitat que nos rodea y que es cotidiano como líneas, ritmo, forma, etc.

Forma también parte de una fotografía el ángulo de la toma; podemos abarcar mucho o poco de acuerdo a nuestro lente; acercarse o alejarse si así se desea; esto es, tener perspectiva o profundidad de campo.

La iluminación de interiores o de noche, deben ser estudiadas para que resulten atractivas, ya que por su falta de iluminación se dificulta su toma y no solo eso, el resultado será dudoso. Por ello, cuando no se cuenta con la iluminación necesaria se puede contar con flashes o lámparas que nos facilitarán la toma iluminando lo que se desee en interiores.

Temas.

Un tema puede ser el principio de una excelente fotografía; los temas abarcan casi todo, gente, paisajes, deportes, arquitectura, culturas, niños, mujeres, etc. O bien si se prefiere pueden ser temas abstractos como: amor, naturaleza, tristeza, codicia, triunfo, etc.

La elección de un tema puede variar de acuerdo al gusto o dependiendo si "x" tema se solicita.

El papel

La comunicación gráfica que obtiene éxito es posible sólo cuando los deseos del usuario de cualquier proceso de impresión están coordinados con la mecánica de lo que se desarrolle.

La relación de la mecánica y los efectos que se desean se hacen más patentes al elegir el papel y la imposición, por ello es necesario seleccionarlo.

El papel comparte responsabilidad con la tipografía, ilustraciones y/o las imágenes de la personalidad que adquiere impreso.

El papel es también la voz del material impreso ya que nos puede hablar de calidad o mediocridad, hablar con fuerza o suave-

mente; además debe juzgarse el color, peso, suavidad y tamaño especificado en milímetros.

Las propiedades prácticas como la habilidad para el tiempo son muy importantes. Los impresos que supuestamente deben durar muchos años pueden desintegrarse mucho antes del período de vida que se tiene programado si no se eligió el adecuado.

El costo del papel es un factor determinante. El papel tiene un precio por kilogramo que varía de acuerdo con el tipo y la cantidad de proceso necesario para darle las cualidades deseadas. Por lo tanto el peso

adquiere una importancia y aun más si el producto terminado va a ser enviado por correo. Además se debe tomar en cuenta la capacidad, tamaño, propiedades químicas y físicas que afectan el trabajo de prensa; dobleces, suajes, o encuadernaciones y capacidad de reproducir ilustraciones e hilo del papel.

Para saber ordenar el papel es necesario conocer las cuatro clasificaciones básicas que son: bond, para libros, para cubiertas y cartulina; con esto se puede más fácilmente designar si el uso o apariencia es el correcto.

El bond es ideal para mecanografiar o escribir a mano; el utilizado para libros; como su nombre lo indica, se utiliza para la elaboración de libros. El de cubiertas esta elaborado para soportar el desgaste y uso de estos. La cartulina suele llamarse bristol o postal este por lo regular se utiliza para imprimir anuncios publicitarios o de promoción.

Otros factores que intervienen son el costo del papel, la cantidad de tiraje, la imposición del material impreso y si se imprimiese por uno o ambos lados (frente y vuelta), todo esto llevará a la obtención de un mejor material impreso.



Diferentes tipos de papel.

Otra clasificación del papel es según categorías, como el peso, tamaño y uso.

***Tipos de papel.**

-Papel prensa: Terminado a máquina fabricado en su mayoría por pulpa de madera. Se utiliza para periódicos, revistas baratas, etc.

-Papel mecánico: En su mayoría tiene pulpa de madera producida mecánicamente, y pulpa química para darles fortaleza. Con este se obtienen diferentes acabados. Se utiliza para revistas folletos, etc.

-Papel pasta química: Contiene pulpa de madera pero esta procesado químicamente que da como resultado un papel blanco y fuerte, que consigue ser de una gran variedad de usos.

-Papel Offset: No sólo es utilizado para libros sino para una gran variedad de material para lectura en diversos pesos y tamaños.

- Papel Kraff: Pesado de diferentes acabados; para libros, revistas y catálogos.

-Verjurado: Papel sin recubrimiento, con terminado similar al hecho a mano. No funciona para tramas finas pero es excelente para trabajos de pluma.

-Pluma: Papel fuerte, de superficies ásperas.

-Japón: Papel sin recubrimiento, suave y acabado mate.

-Satinado: Papel con terminado brillante medio pesado, muy utilizado para envases de prestigio, cubiertas para presentaciones.

***Acabado.**

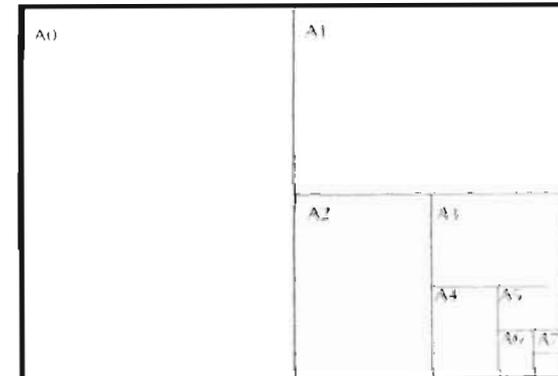
Ya impreso un papel, el impresor les puede dar acabados para el mejor uso o presentación como son : cortado y alzado; rayado, estirado, perforado, plegado, grofado, termografía, troquelado, estampado, utilizado para tarjetas, cromos y cubiertas de libros encuadernados, barnizados y laminados; los acabados brillantes se consiguen aplicando barniz, o plastificando la superficie.

***Formatos del papel.**

Al tamaño básico de un papel se le llama A0. La mitad del tamaño A0 es el tamaño A1, la mitad del tamaño A1 es el tamaño A2; y así sucesivamente.

Cada vez que se dobla el papel a la mitad se tiene un nuevo tamaño A.

Un aspecto importante a la hora de imprimir un papel, es tomar en cuenta el tamaño de la hoja o pliego; esto es, cerciorarse de que la impresión o impresiones que se realicen de acuerdo a un formato elegido, se aproveche al máximo y no se desperdicie mucho papel, ya que más que desperdicio implica tirar el dinero.



De acuerdo a su uso el papel varía.

Ilustración

La ilustración ha sido un arte vital en la historia del mundo moderno y constituye una parte reconocida de nuestra experiencia cultural actual.

En el pasado, los medios de producción limitaban las técnicas y los métodos que podían utilizar los ilustradores; en la actualidad, las técnicas de reproducción son tan complejas que pueden hacer frente a cualquier método que el artista elija como serían las técnicas de lápiz y carboncillo, pluma y tinta, pasteles, acuarelas, gouache, acrílico, óleo, aerógrafo, impresión y collage.



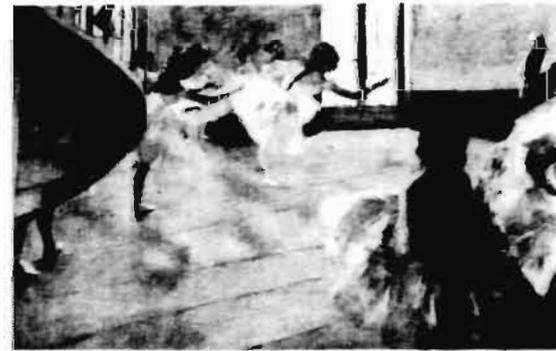
Ilustración en aerógrafo.

Ilustración en plumilla.



La reproducción, sobre todo si es a color, es costosa, y por los costos de reproducción sigue siendo un factor que limita las técnicas que utiliza el ilustrador. La ilustración es la solución de algún proyecto de diseño, más sin embargo nunca logrará la realidad de una fotografía en cuanto a imágenes.

La ilustración en comparación con la palabras se puede advertir con la efectividad de las imágenes para lograr metas de comunicación. La ilustración sirve para explicar, puede entretener como el caso de las caricaturas. Al pensar en como funcionan las ilustraciones y en sus tipos de ilustración se relacionan con las funciones. Hay que tener en mente que son mejor aceptadas que las palabras.



Óleo.

MARCAS Y LOGOTIPOS

Dentro de la sociedad en que vivimos, tanto productos como organizaciones tienen una personalidad, por esta razón una marca o logotipo es una tarjeta de presentación. Las marcas que solo son nombres, son los medios por los cuales los productos o servicios se distinguen.

Una marca compuesta es el nombre de un producto o sociedad con una imagen. Las marcas se han convertido en mucho más que simples recursos para distinguir productos; se han convertido en avales e indicadores que hablan de calidad, valor, confiabilidad y origen. Son cortos mensajes que permiten a los consumidores identificar.

Tipos de marca y logotipos

Un diseñador puede crear una gran cantidad de tipos e imágenes para elegir, sin embargo no pueden funcionar igual existen diferentes tipos que los distinguen.

-Logotipo con el nombre: Son los que llegan a formar parte de una etiqueta, es la utilización solamente de tipografía, fácil de utilizar.

-Logotipo con nombre y símbolo: Cuando están integrados con un estilo tipográfico pero situado dentro de un símbolo visual por ejemplo; óvalos, cuadros, círculos, etc.

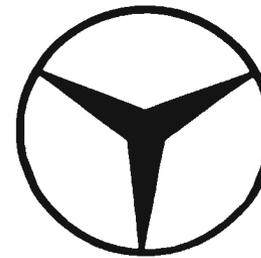
-Iniciales en los logotipos: Muchos se basan en la descripción de sus actividades, o la conjunción de varios nombres, apellidos o iniciales.

-Logotipo con el nombre en versión pictórica: En este el nombre del producto u organización es un elemento destacado o importante del logotipo.

-Logotipo asociativo: Estos tienen juegos visuales, son fáciles de comprender y tienen la ventaja de proporcionar flexibilidad, asocia imágenes con su actividad.

-Logotipos alusivos: Aportan interés, útil en relaciones públicas, muchas veces es mejor un logotipo que tenga un significado que uno abstracto.

-Logotipo abstracto: Pueden ser diseñados libremente, el diseñador tiene campo libre, puede utilizarse el logo para crear ilusiones o sensaciones, transmitirla y asociarla con la función que desempeña.



METODOS DE IMPRESION

Offset

El offset es un proceso químico que imprime imágenes en el papel con base en el fenómeno de que la grasa y el agua no se mezclan. Una placa normalmente expuesta y tratada de tal forma de que la zona de la imagen reciba la tinta grasosa y las zonas 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 calada (offset) sobre una superficie de caucho que imprime la tinta. Este sistema de impresión ofrece amplia calidad al diseñador.

Las ventajas del offset lo han hecho el método más común de producir periódicos, revistas, libros ilustrados y folletos de todo tipo. La reproducción de fotografías en papel corriente se obtiene buena calidad al igual que impresos de gráficos, diagramas, y caricaturas, incluso cualquier empresa cuyo tiraje vaya de moderado a mediano o grande y requiera buena reproducción fotográfica.

Impresión Tipográfica.

La impresión tipográfica es el método tradicional de impresión. La preparación mecánica de original empieza con una técnica, el "cajista" que puede opera máqui-

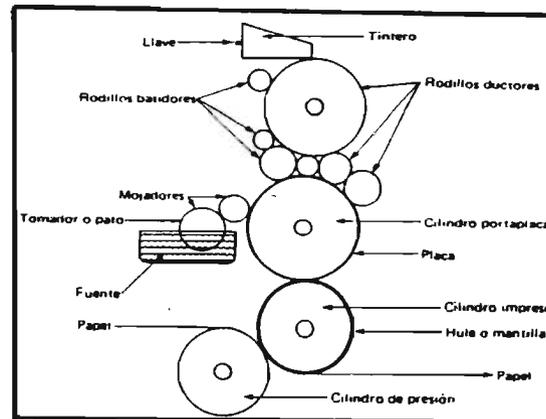
nas como el lino tipo, Intertipo, el monotipo o fundidor de tipos de Lodlow, o puede incluso colocar a mano las piezas de tipografía almacenada en cajas o cajetines.



Sistema tipográfico.

Hueco Grabado

Es el procedimiento industrial para imprimir en hueco, si la tipografía se caracteriza por que los elementos de impresión están en relieve y van alineados todos al mismo nivel, el huecograbado se define por que sus elementos huecos de impresión presentan distintas profundidades, una vez llenos esos huecos con tinta van a colocarse sobre el papel según valores de intensidad de impresión que corresponden al espesor de la capa de tinta, proporcionales por tanto a la profundidad de los huecos una aplicación típica al proceso de los huecos en su forma más simple es el grabado de las tarjetas de visitas o las invitaciones formales. Además se utiliza para secciones ilustradas de periódico, catálogo de envío por correo, revistas, reproducción de pinturas, fotografías de alta calidad envases y envolturas. Una de sus ventajas es la extraordinaria reproducción de imágenes; impresión a alta velocidad, sencillo mantenimiento de la consistencia en color en un tiraje elevado y el ahorro de los gastos del papel.



Sistema offset.



Máquina de huecograbado.

Flexografía

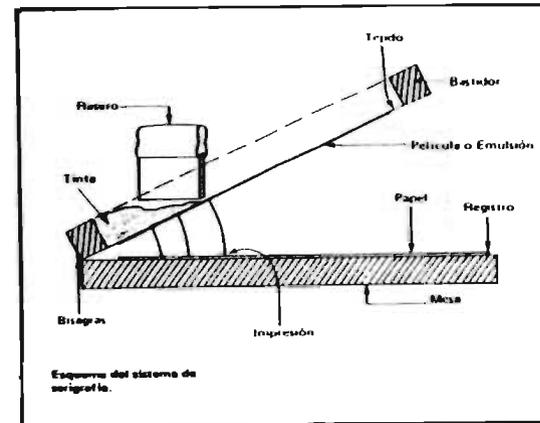
Es un sistema de impresión que utiliza tintas de anilina y máquinas rotativas; los clisés de caucho y en relieve llevan troquelada la superficies de impresión. Su principal aplicación consiste en la impresión de papel para empaquetar envases de leche, envolturas para regalo y las bolsa de papel de estraza. Debido a que se utiliza en empaques se puede fijar rápido y eficazmente grandes áreas de color solido. Se usa también en otro tipos de impresiones como láminas delgadas de metal, películas plásticas, papel de seda, periódico a color, papeles desechables y envases profesionales. En los últimos tiempos puede afirmarse que es una de las técnicas de crecimiento más rápido de la industria de las artes gráficas.

Litografía

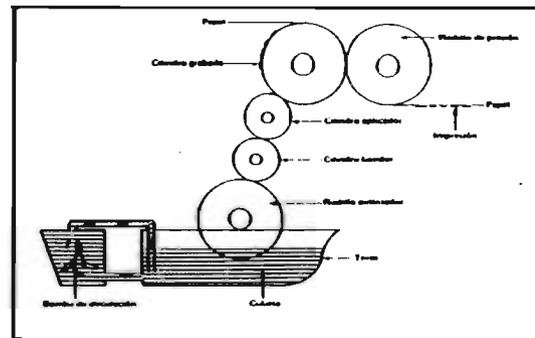
Es el procedimiento, que como soporte emplea planchas de piedra calcárea, tanto los elementos de impresión inactivos están al mismo nivel y no se distinguen unos de otros, para calcarse, sino a causa de un fenómeno físicoquímico que tiene base en la natural repelencia que se produce entre el agua y los cuerpos grasos. La piedra calcárea se humedece y el elemento de impresión trazado con lápiz o tinta de naturaleza grasa retiene la tinta, la parte intacta por estar húmeda la repele.

Serigrafía

Es simple pero altamente especializada en su uso. El único equipo necesario para hacer más elemental la impresión con malla es un marco de madera, un trozo de malla que puede ser de rayón, seda, hilos, etc; un material para bloquear los poros de la malla, un rasero de caucho y pintura o tinta. La malla es el soporte impresor, esta se estira fuerte mente por debajo del marco y se asegura a este. Se imprime un área haciendo pasar la tinta por la malla sobre el papel. Para formar un área sin imágenes, únicamente es necesario obstruir los poros de la malla creando en esta una zona de imágenes y una zona libre de ellas, se logra la impresión haciendo pasar tintas espesas o pintura con el rasero presionando de un lado a otro.



Sistema de serigrafía.



Sistema de flexografía.

REPRODUCCION EN COLORES

Dentro de las artes gráficas la reproducción en colores se hace según dos técnicas absolutamente diferentes:

- Impresión en colores planos.
- Impresión por selección.

Impresión en colores planos: Se emplean tonos más uniformes, superficies o líneas más o menos extensas pero siempre de un sólo tono de color.

Litografía y offset se adaptan mejor a la impresión de grandes superficies unidas por tonos de color regular, fondos coloreados. Los colores planos pueden superponerse para obtener tonos intermedios, pero su número es muy limitado.

Impresión por selección: Para la reproducción fiel de los colores naturales, en medias tintas continuas con todas sus variantes es necesario partir de una selección, conseguida por medios fotográficos de los colores y transformarla luego en varios clichés tramados de directo, por efecto de un fenómeno físico de mezcla óptica, la yuxtaposición de puntos coloreados restituye a nuestros ojos los matices naturales en todas sus variedades.

Existe la selección de tricromía y cuatricromía, ésta última es la más usual. Con frecuencia, a los tres colores primarios (amarillo, magenta y cian) se añade otro: El negro. Se trata de un color "ligero y desmenuzado"; la adición del negro no simplifica los trabajos de selección; pero se sabe que utilizándolo aumenta el margen de seguridad con respecto a los resultados.



Sistema de cuatricromía.

PUBLICIDAD Y PROMOCION

Se ha descrito la publicidad como una comunicación masiva y pagada cuyo objetivo es impartir información, desarrollar actitudes e inducir una acción favorable para el que anuncia. Muchos investigadores concuerdan al afirmar que los consumidores utilizan la publicidad como fuente principal de información del producto y que la consideran como un modo de ahorrar tiempo al ayudarlos a tomar decisiones de compra.

Dentro de los medios básicos de la publicidad esta considerado al radio, la televisión, la prensa y dentro de los medios complementarios están incluidos las técnicas de publicidad directa y publicidad exterior. Toda esta gama de técnicas de la comunicación se lleva acabo mediante el arte de la impresión.

La publicidad tiene como fin dar a conocer a los consumidores la existencia y característica de los productos, libremente diseñar las campañas publicitarias y promocionales; diseña y produce los mensajes los difunde y evalúa la eficiencia de los medios, contratiempos, espacios e ideas, crea mensajes, tambien enlaza actividades promocionales, con las publicitarias, y ofrece datos cualitativos y cuantitativos. La publicidad elabora sus propias técnicas de impresión acordes siempre con los medios de difusión y colabora al desarrollo de estos, mediante creatividad y exigencias surgidas de su aplicación.

Esencialmente la publicidad es un acto de información persuasión y comunicación. Estas tres se relacionan por que informar es persuadir y recíprocamente, una persona persuadida también esta informada. Así la información y la persuasión llegan a ser efectivos a través de una forma de comunicación. La promoción se une a la publicidad para llevar acabo su función. El Diseño Gráfico debe tomar en cuenta la publicidad como la promoción, ya que son vitales para dar a conocer productos, lugares, o empresas.

*Medios en la publicidad.

Dejando a un lado todos los medios de comunicación directa como la radio y la televisión, todo aquello que mediante las artes gráficas se estampe una imagen o mensaje es un medio impreso, estos pueden ser de carácter masivo o directo.

Los medios impresos son. Prensa, folleto, catalogo, tarjetas, cartas, circular, telegrama, revistas, literatura, cartel, pancarta, cartulina, calcomanía y espectacular.



Articulos promocionales.

RESEÑA DE LAS TARJETAS POSTALES

El servicio postal es tan usual y funcional que nunca nos ponemos a pensar en los orígenes del mismo.

Hace siglo y medio este servicio no existía y hace poco más de uno era tan rudimentario que la correspondencia llegaba cuando buenamente podía. Todas las cartas privadas que se enviaban tenían que ser llevadas personalmente o dejadas en un lugar seguro, para que las recogieran allí. A fines de la Edad Media los negocios habían cobrado tal importancia y la gente tenía tanto que decir a las personas que se encontraban lejos; que una familia de directores de correos los condes Thurn y Taxis, crearon un excelente servicio postal a caballo entre las principales ciudades de Europa.

Surgieron muchas otras necesidades que los llevaron a crear sellos, timbres, que todo lo que se enviara tendría diferente costo y que con el paso del tiempo han tenido mejoras.

Aparte de mensajes, cartas y quizás paquetes, algunas personas que querían mostrar algo elaboraban ilustraciones. Pero con la llegada de la fotografía era más fácil mostrar y decir lo que se quería, incluso llegaban a poner de tras de éstas su mensaje.

Cuando con el tiempo las técnicas de impresión lograron pasar la imagen de una fotografía al papel, ya no había necesidad de ilustrar, entonces se ilustraron por este me-

dio libros, folletos, revistas, enciclopedias etc; y entre estas las tarjetas postales, y aunque actualmente hay diferentes maneras de ilustrarlas, la fotografía es la más usual.

La mayoría de las personas regularmente el tiempo vacacional es cuando tienen que cumplir con un rito particular hasta que comienzan las próximas vacaciones. Es un ritual extraño, quizás unas cuantas líneas están al reverso de la fotografía para mostrar que las personas que las reciban no han sido

olvidadas y para comprobar que el que la envía realmente ha visitado ese lugar.

A fines de la década de 1860 la primera postal oficialmente producida salió a la venta. No fue bien recibida inicialmente por todos; pero sus ventajas por ser más barata que enviar una carta, ahorrando la necesidad de comprar papel y sobres, aseguraron que la idea era lo suficientemente popular para utilizar.



También los negociantes se dieron cuenta del potencial de la postal para poder anunciar sus productos y previamente imprimieron tarjetas publicitarias.

Las tarjetas postales no fueron enviadas únicamente como un recuerdo, para el comienzo del siglo, la "época dorada" de las postales había verdaderamente comenzado, y el paisaje llegó a ser uno de los cientos de tipos diferentes disponibles, con cientos de razones para enviarla. Las tarjetas postales representaban los cumpleaños, navidades, actrices, medios de transporte, líderes, realeza, escenas cómicas, etc. Pronto una persona no necesitó una razón suficiente para enviar una postal a un amigo.

La siguiente instalación de la postal obviamente fue la colección; ya que se consideraban y hasta la fecha se consideran decorativas, acumulables y fácil de almacenar, era la colección ideal; incluso llegaron a crearse álbumes de postales.

Hubo un tiempo en el que el inicio de medios de comunicación como el teléfono, cambios sociales, en la tecnología y otros avances como el desarrollo del motor de carro y aeroplano fueron dados a conocer por el gran número de tarjetas las cuales mostraban su retrato.

No fue sino hasta el fin de la Primera Guerra Mundial que el boom de la postal cesó, pero no terminó ahí

A finales de los 60's el coleccionar postales empezó a reconstruirse, la gente comenzó a darse cuenta que una forma completa de vida pasada estaba almacenada en viejos álbumes; los cuales no pudieron ser mejores como crónicos de tiempos pasados. Los 70's y los 80's atestiguaron el surgimiento de publicidad postal como una forma de arte en su propio derecho; actualmente muchos publicistas y promotores en países por todo el mundo que están produciendo buenos diseños que reflejan los tiempos en que vivimos.



Servicio Postal

El servicio de correo cuenta con una reglamentación en la cual se especifica la ubicación de timbres, sellos, nombre el destinatario y el remitente; partes esenciales que sin éstos el servicio es deficiente, tarda en llegar o simplemente no llega. Se puede manejar por envío terrestre o aéreo. Por correo se realiza el envío de cartas, paquetes, tarjetas postales y de felicitación además del servicio de giros y venta de artículos en folletos.

Tipos de tarjetas

Las tarjetas son el medio por el cual se pueden expresar cortos mensajes, ya sea de felicitación o saludo, de manera clara y precisa.

Existen tarjetas que están creadas en forma de folleto y otras que sólo contienen la imagen. Las primeras en la parte interior tienen casi siempre un mensaje en relación a la imagen que contenga el frente; otras en la misma parte están en blanco para que quienes las adquieran redacten su propio mensaje.

Los temas son variados y están impresos con las técnicas del offset y serigrafía; utilizando como medio de representación la fotografía, la ilustración con aerógrafo, lápi-

ces de colores, gises pasteles, acuarela, etc.

Generalmente se manejan con un sobre para evitar que el mensaje escrito llegue a otra persona.



Tarjeta casual.

Tarjeta postal impresa en serigrafía



Dentro del mercado de las tarjetas existe una gran variedad donde se distinguen cuatro tipos: De felicitación, casuales, comercial y postales.

-Tarjetas de felicitación: Aquí se incluye un sin número de motivos por las que fueron producidas; son de felicitación, de cumpleaños, santos, navidad, días de la amistad, día de la madre, del padre y todo tipo de acontecimiento.

En éste tipo de tarjeta se incluyen las tarjetas de agradecimiento, por lo regular están dirigidas a amigos, tíos, maestros, abuelos, etc.

-Tarjetas casuales: Los temas que abarcan este tipo de tarjetas pueden ser de broma, deseo de salud u otras.

-Tarjeta postal comercial: Esta tarjeta abarca el campo de los empresarios y comerciantes, se le llama correo directo, ya que por medio de una tarjeta que se les hace llegar a personas específicas logran que adquieran un producto con ciertas facilidades, sólo se tienen que llenar algunas líneas, cruzar o subrayar palabras que facilitan su manejo a las instituciones que las envían.

-Tarjetas postales: Las postales tienen básicamente la función del saludo a diferencia de otros tienen la ventaja de que pueden enviarse sin sobre, y por ello tienen carácter de menor privacidad; los temas que abarca

*Actualmente las obras de arte se pueden llevar a casa en forma de postal.
(Pintura de Remedios Varo)*



Tarjeta postal comercial.



Tarjeta postal.

este tipo de tarjeta generalmente son por el tipo de imagen una invitación a conocer un lugar determinando, como son ciudades, países o lugares de cierta importancia o historia.

Partes de una Postal

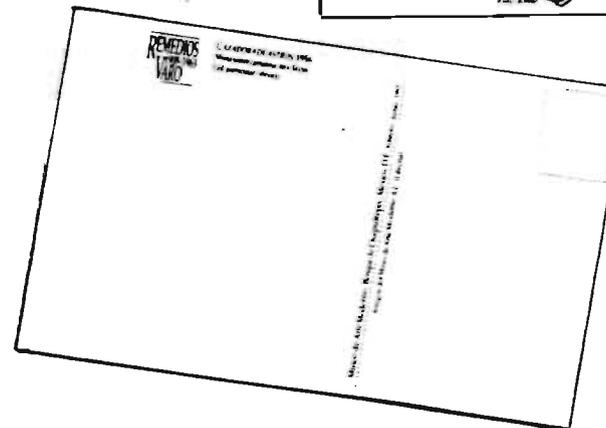
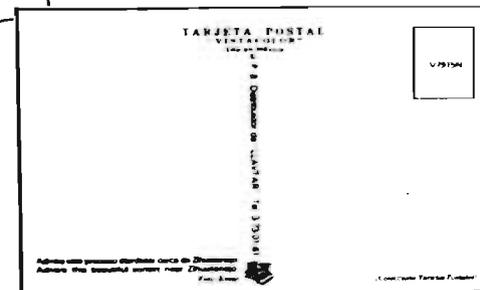
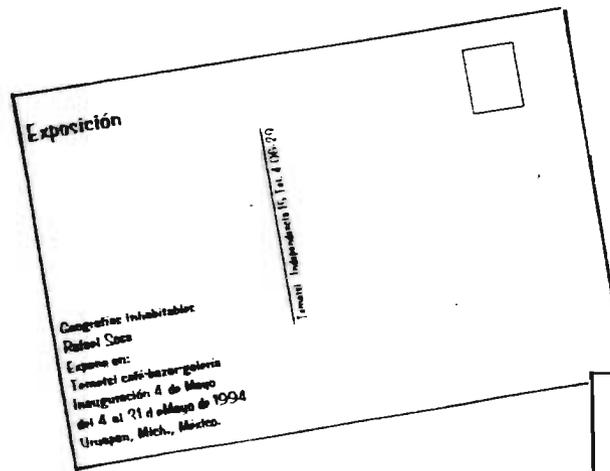
Además de elementos decorativos como flecos, márgenes, tipografía adecuada y terminados, las tarjetas postales constan de dos partes:

-Frente o imagen: En ella está contenida la imagen u objeto que se quiere mostrar. Pueden estar ilustradas con las técnicas de serigrafía e ilustración pero la más usual es la fotografía.

-Vuelta o espacio de saludo: El formato como el que se ha seguido es el manejo de la descripción del lugar en la parte inferior izquierda. Al centro de arriba hacia abajo en lugar de impresión o datos del fotógrafo o diseñador; inclusive el lugar de impresión, dividiendo el campo visual en dos partes.

En la parte superior derecha incluye un recuadro para la colocación del timbre; esto cerciorará que fue registrada en la oficina de correos antes de enviarse. De este mismo lado hacia el centro lleva líneas para la colocación de los datos a quien va dirigida.

Todo presentado con un puntaje bajo, aproximadamente de 5 a 9 puntos.



CAPITULO

4

Conclusiones de la primera parte

CONCLUSIONES

Habiendo concluido la investigación es importante recalcar la importancia del Diseño Gráfico para difundir y promocionar, sobre todo visualmente, todo aquello que se quiera dar a conocer, en este caso de Uruapan Michoacán que cuenta con un sinnúmero de atractivos que la hacen distinta de las demás no solo del estado, sino del país.

Las tarjetas postales tienen como fin dar a conocer por este medio imágenes impresas; son un medio de atracción más que nada para el turismo, son de gran duración, gustan mucho y se manejan en cualquier parte.

Es labor del diseñador valerse de los recursos apropiados para elaborar su proyecto; así mismo guiándonos por el diseño, para la elaboración de las tarjetas se ha elegido la fotografía como elemento básico para llevar a cabo lo propuesto; porque no solo capta la realidad de las cosas, sino por las ventajas que representa es un medio que lleva resultados reales y que muestra minuciosamente los detalles, logrando un impacto donde las imágenes hablan por sí solas.

Actualmente el formato de las tarjetas postales no se ha establecido, pero no debe rebasar las medidas de 12 x 16.5 cm; el resultado dependerá de los terminados que se le den, como son el plastificado, el suaje, la elección del papel y el medio de impresión offset, este último es el más recomendado por sus ventajas.

La utilización de un posible sobre será opcional y de acuerdo a cada persona.

Tomar en consideración el reverso de las postales, parte esencial que las hace desempeñar su función aplicando diseño y tomando en cuenta las características del contenido básico; agregando en sus posibilidades plecas, color o gráficos que las hagan más atractivas distinguiéndolas de las demás.

Todo esto nos llevará a la búsqueda de la mejor presentación para la promoción y venta de las postales y así alcanzar los objetivos.

SEGUNDA PARTE - Aportación

2

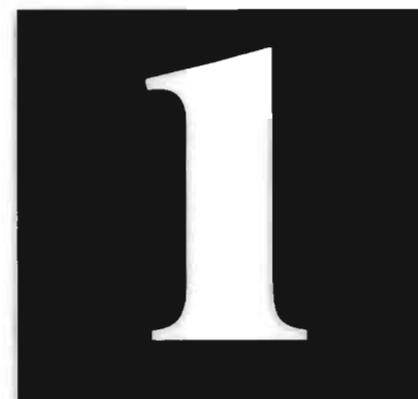
INTRODUCCIÓN

Dentro de la primera parte se ha mencionado la importancia de dar a conocer un lugar y siendo la ciudad de Uruapan Michoacán región de gran riqueza pero con poca afluencia turística, merece la pena darla a conocer.

Es por ello que se propone el diseño de tarjetas postales como medio de promoción para esta ciudad; que dará a conocer sitios, costumbres y lugares de importancia y atracción.

Aquí se muestra el proceso que se siguió para obtener el diseño de las tarjetas postales con sus justificaciones; es conveniente mencionar que además se trabajaron propuestas para su exhibición y venta, siguiendo una misma línea en cuanto a elementos de diseño.

CAPITULO



Logotipo

LOGOTIPO

Para poder dar una imagen a las tarjetas postales además de identificarlas entre las existentes del mercado se inició con la búsqueda de algún símbolo o elemento representativo para diseñar un logotipo; se encontró que las bateas maqueadas, artesanía de Uruapan por tradición; era una opción acertada para identificar la Ciudad. Pero no solo eso, se pensó en uno de los significados que tiene el nombre de Uruapan; el cual es, "Lugar de la eterna primavera" y para representarlo se optaron por los gráficos que aparecen plasmados en dichas bateas.

Tipografía

En la elección de la tipografía adecuada para el nombre de Uruapan, se realizaron pruebas tipográficas buscando una que nos denotara la idea de tradición y costumbre, encontrando en la Baskerville que por sus rasgos y trazos presenta la legibilidad y proyección que se pretende.

Uruapan
URUAPAN



Uruapan
uruapan
Uruapan



Bocetos

Como medio de representación se eligió la estilización; que es la abstracción de la forma dejando la esencia, sin que ésta pierda su código, facilitando su identificación; representando así a la batea, con un círculo delineado.

Siendo los gráficos de las bateas muy elaborados y saturados de elementos, también se decidió estilizarlos, abstrayendo los elementos en relación a como se encuentran representados, dejando la idea esencial.

Se jugó con medio círculo, el círculo completo y 3/4 de círculo aplicando diferentes gráficos y la tipografía elegida; en altas y bajas y combinándolas; se aplicaron distintos gráficos buscando una idea aceptable.



Bocetos del logo.

Baskerville

ABCDEFGHI
JKLMNOPQ
RSTUVWX
YZabcdefghij
klmnopqrstuv
wxyz12345678
90\$£?!&ß%(<>)



Original

La idea final quedó de la siguiente manera; con la tipografía elegida se plasmó el nombre de Uruapan en altas y bajas, al término de este se ubicó parte de la circunferencia de un círculo, que va de grueso a delgado al contrario de las manecillas del reloj, quedando visualmente fuera de este elemento la primer letra y parte de la segunda (U y r).

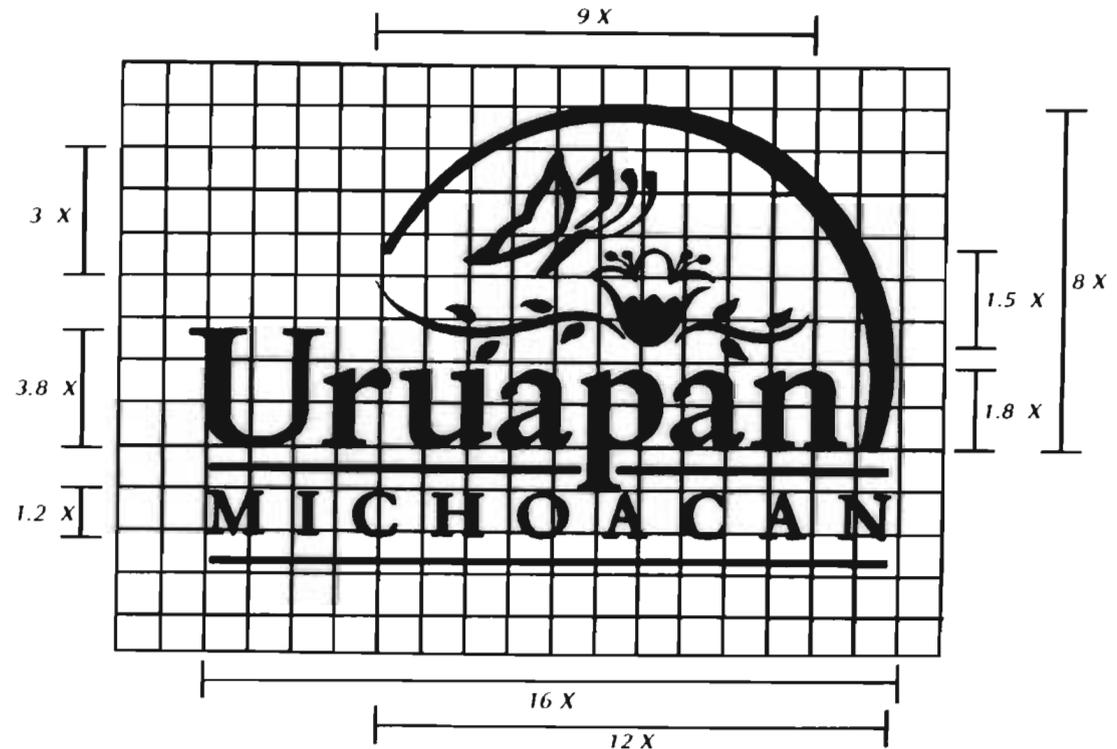
Los gráficos que se usaron fueron una mariposa, una flor y sus ramas; elementos que evocan la primavera y a su vez hacen referencia a las bellezas naturales tan características de la región; estos gráficos se aplicaron al centro de la silueta del círculo quedando sobre el nombre de Uruapan, una vez conformado se observó que no era suficiente el nombre de la ciudad; era preciso ubicar el lugar donde se sitúa, por lo que se añadió el estado al cual pertenece. Buscándole un acomodo adecuado aunque dándole preferencia al nombre de la ciudad, se bocetaron nuevas propuestas tratando de integrar ambos nombres; el estado, Michoacán, se ubicó entre dos plecas en la parte inferior de "Uruapan"; la pleca superior interrumpida por el fuste de la "p", logra integrar el logotipo. Para el nombre del estado se utilizó tipografía en altas, esto con el fin de diferenciar la ciudad, del estado; así se obtuvo un logo sencillo y agradable.



Matriz Gráfica

Una matriz gráfica nos muestra el tamaño y proporción de cada uno de los elementos que conforman un logotipo. En esta retícula a base de módulos (matriz gráfica) se presenta el logotipo propuesto dejando ver la relación que existe entre un elemento y otro, así como el tamaño de la tipografía y su separación. Además de ser la base en la cual se trazó.

Si el logotipo se quiere plasmar en otras aplicaciones como las que aquí se pretenden; ya sea fachadas, mantas, anuncios rotulados o luminosos, esta matriz será la base para que la persona que reproduzca el logotipo no lo altere de ninguna forma.



Matriz gráfica, base para trazar el logo.

Negativo

Alternativas para la aplicación del logo en las que puede presentarse es en positivo y en negativo donde los tonos negros se invierten a blanco; utilizados sobre fondos oscuros y/o negros.

Mínimo

El mínimo que debe respetarse es de 3 cm, otra medida menor puede deformar el logotipo.

La medida mas grande dependerá de la aplicación que se requiera.



Color

La aplicación del color dentro del logotipo es esencial para su funcionamiento, ya que por medio de este ayuda a reforzar el mensaje que se pretende, además de hacerlo más agradable.

Por esta razón es necesario realizar pruebas, y así escoger los más adecuados. Los colores se eligieron tomando las mismas bases que para la realización del logotipo; relacionándolos con los elementos y su significado.

El verde es un color que se utilizó para representar la naturaleza, característica de esta región; es un color ligero y por su tono relajante, se aplicó a las ramas y hojas que presenta el logotipo logrando enfatizarlas, también se usó en el nombre de Uruapan, la bata y las placas inferiores.

El amarillo es un color brillante que se utiliza en la artesanía y se aprecia además en las fiestas, vestimentas, etc. de Uruapan, además representa la vida y se asocia con la primavera; por lo cual se aplicó en la mariposa, la flor y el nombre de Michoacán; esto le da un toque de alegría y le proporciona equilibrio al diseño.

Para no alterar el color, o el tono elegido se tomó como base el Pantone (muestario de colores) siendo para el verde pantone 349 y el amarillo pantone 123.



ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

CAPITULO

2

Diseño de tarjetas postales

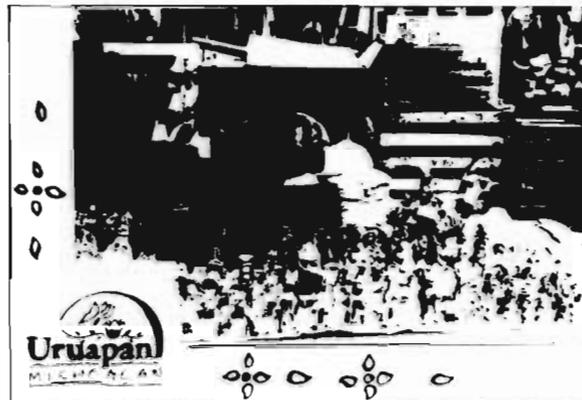
DISEÑO DE TARJETAS POSTALES

Las tarjetas postales existentes resultan hasta cierto punto obsoletas y poco atractivas un tanto por las imágenes y por otro lado, la calidad de diseño, por lo que se buscó algo diferente y lograr que tanto el diseño como la imagen que presenten atraiga la atención.

Para comenzar a diseñar es necesario pensar en los factores que deben tomarse en cuenta como lo es el tamaño, posición de imágenes, la función que desempeñan, y el trato que se les da.

Formato

En la actualidad no se tiene un tamaño específico para las tarjetas postales; sin embargo para llevar al máximo la eficiencia del manejo de estas dentro de las oficinas de correo; ya sea manualmente o por medio de un equipo postal automático, es preferible que no rebase las medidas de 12 cm X 16.5 cm para poder acelerar la distribución del correo, punto importante para tomar en cuenta en la elección del formato.

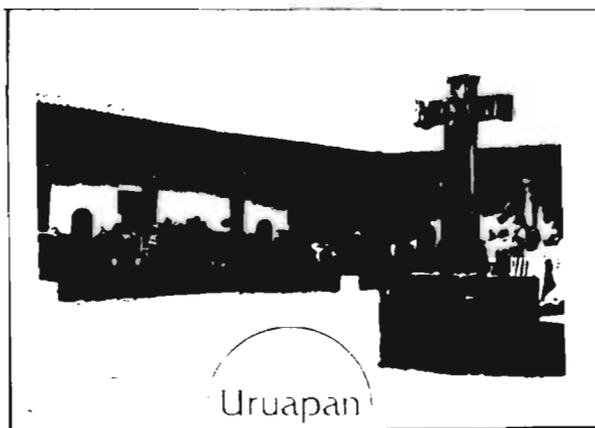


Bocetos

Una vez delimitada el área de trabajo se comenzó a trabajar, tratando de integrar el logo a nuestra imagen; además se pensó en propuestas agregando gráficos, plecas y marcos. Al obtener una idea más clara de lo que se quería en diseño se definió el tamaño exacto de las postales.

Se observó que la impresión de un negativo de 35 mm es de 10.2 cm X 15.2 cm; la fotografía por si sola no resulta lo suficientemente atractiva, por esta razón se le agregó un margen blanco de 5 mm de cada lado, consiguiendo realzar la imagen y dándole presentación; así, se propone la medida de 11.2 cm X 16.2, otra razón por lo cual se determinó este formato fue presentar la imagen tal y como se fotografía ya que una ampliación o reducción con frecuencia provoca la pérdida de detalle y color.

Una alternativa mas para presentación de tarjetas postales fue manejarlas en formato vertical y horizontal, ambas con la medida propuesta para unificarlas, además de que a la fotografía se le ofrece una opción más al capturar las imágenes.



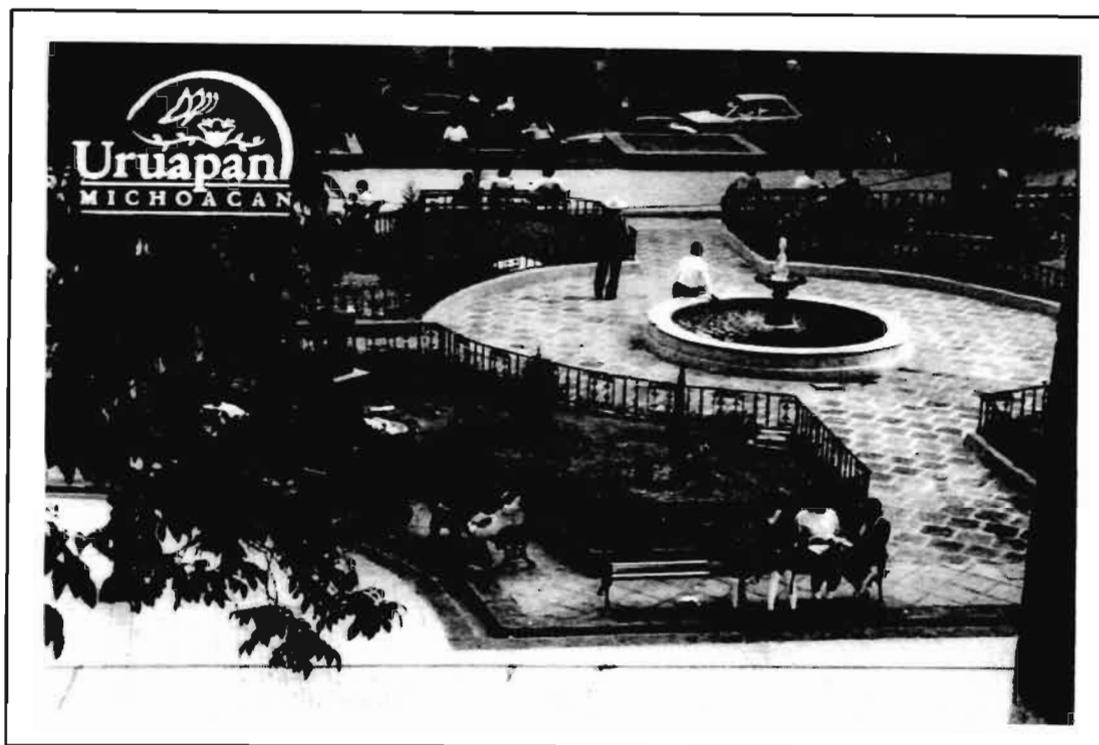
Diseño final

Una vez elaborado el logotipo y elegido el formato de las tarjetas postales, ambos se conjuntaron para definir el diseño.

El logo estará integrado en la fotografía, formando parte de la imagen de las postales. Su ubicación tendrá opción en una de las cuatro esquinas de la fotografía, dejando un margen de 5 mm dentro de la foto para ubicar su posición; pero deberá tomarse en cuenta que armonice y se logre una agradable composición.

Estudio del color

Una impresión fotográfica contiene una cantidad infinita de tonos y colores. Por medio de pruebas, se apreció que el logo en color dentro de la foto de alguna manera competía con la imagen robando la atención. Se probó aplicando el color en blanco y se obtuvo un resultado muy agradable; resalta y se aprecia bien, no compite con la imagen por el contrario sirve como marco de presentación; y visualmente nos abre un espacio y nos dice de lo que se trata (Uruapan, Michoacán).



Serie: "Monumentos, Plazas y Portales".
Plaza "Mártires de Uruapan"; panorámica de la Plaza.
Mártires Square.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Estructura básica (retícula)

Una vez definido el diseño se trazó la estructura básica que consta de una serie de recuadros y líneas guía en la que se colocan los elementos, que conforman el diseño de la postal y sobre los cuales se armarán los originales mecánicos de impresión.

Está estructurado de las siguientes partes:

A.- Recuadros para el logotipo

B.- Ancho del margen blanco

C.- Area de la fotografía

D.- Margen a respetar para el logotipo dentro de la foto

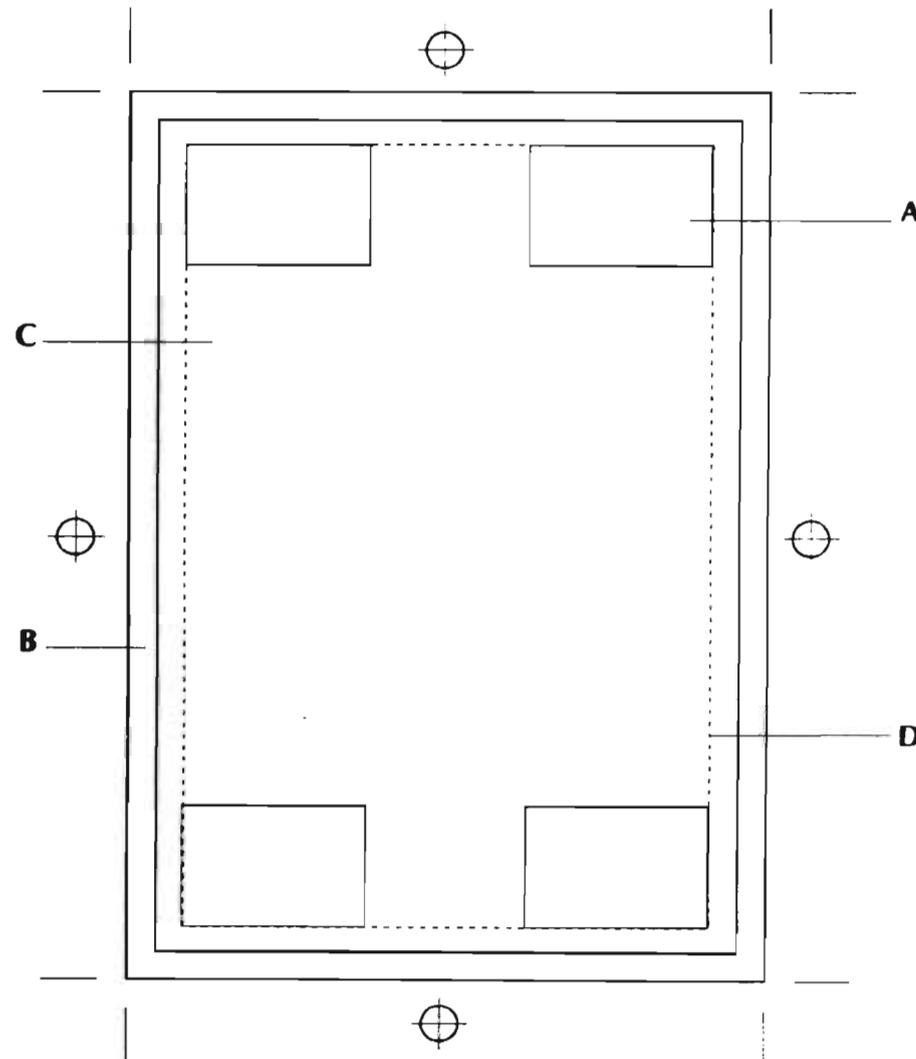
Se siguieron los mismos lineamientos para el formato horizontal; variando únicamente los recuadros para el logo. Es importante marcar los registros de color y corte para que coincidan en los originales.

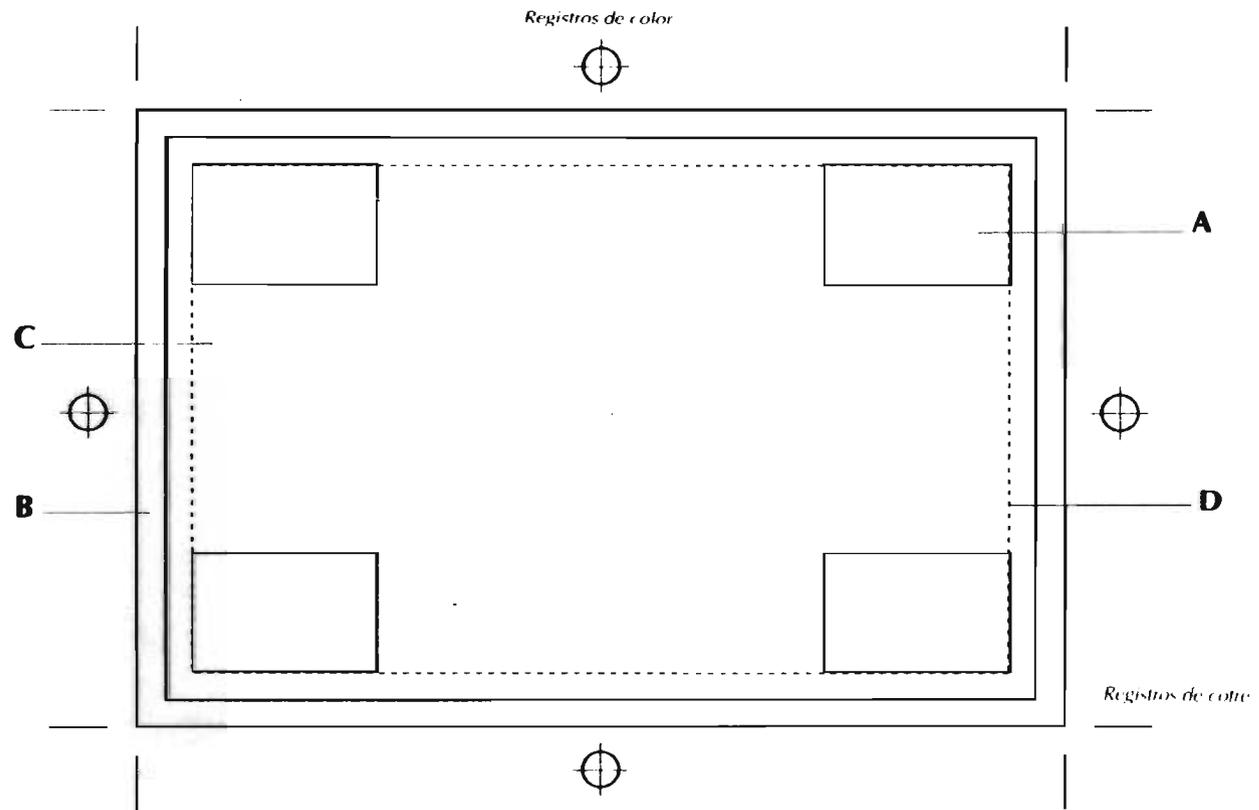
La imagen gráfica de la retícula de las postales está reducida proporcionalmente un 17%.

Las medidas reales de la estructura básica son de 11.2 x 16.2cm.

Estructura básica para postales.

Formato vertical.





Formato horizontal.

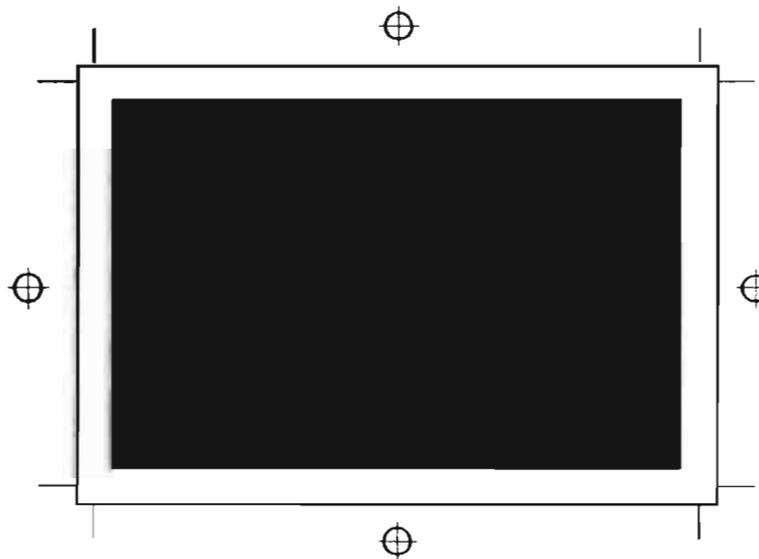
Original Mecánico de Impresión

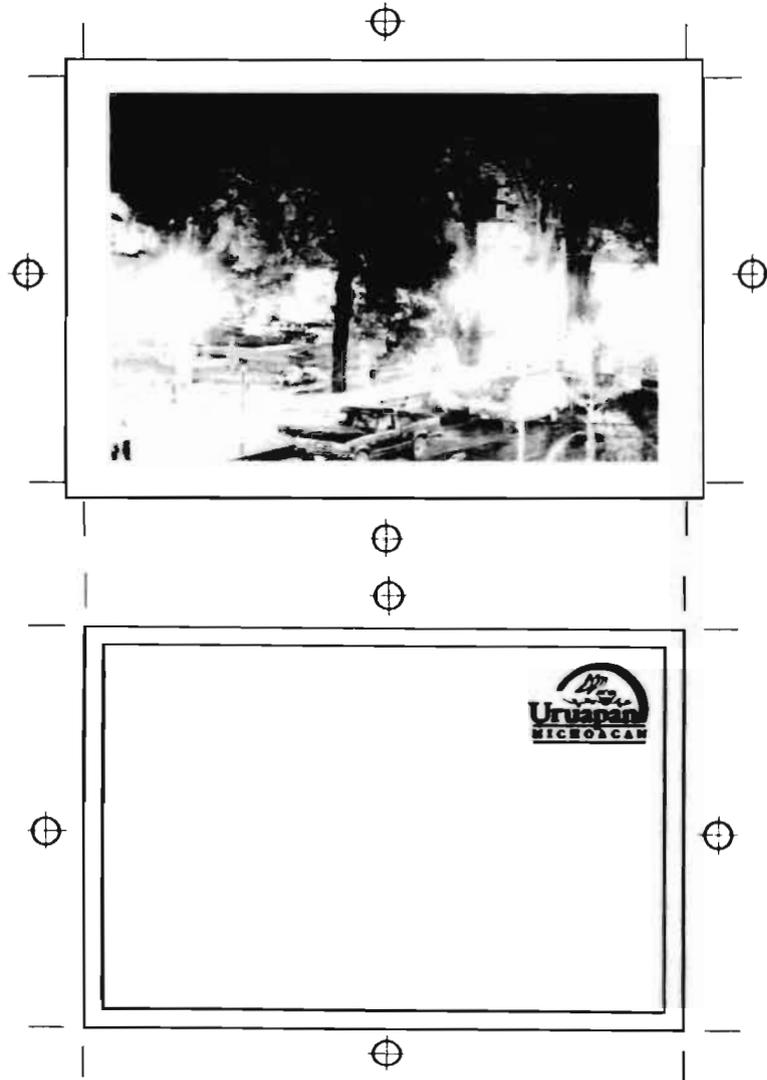
Para la impresión de estas postales se eligió el sistema de selección de color, por la calidad que ofrece; el óptimo resultado depende de los originales mecánicos de impresión, están conformados de varias partes.

Se presenta el diseño sobre un papel rígido que será la base, mostrando una ventana negra donde deberá ir la fotografía, marcando los registros de color y corte rebasando 5 mm de cada lado para evitar errores de corte e impresión.

En la primer camisa se coloca una fotocopia de la fotografía que se utilizará. En una segunda camisa se muestra la ubicación en la que habrá de ir el logo y sobre esta otra que especifique el color en una franja; para este caso calado en blanco.

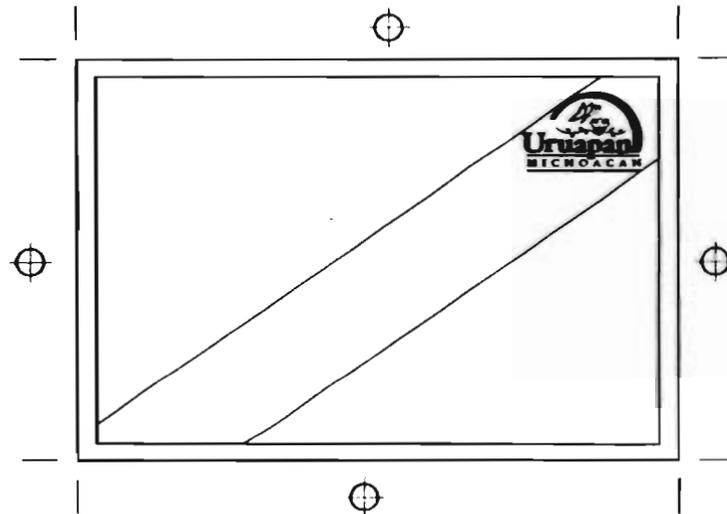
Se entrega al impresor las fotografías por separado con su número y camisa correspondiente para evitar equivocaciones.





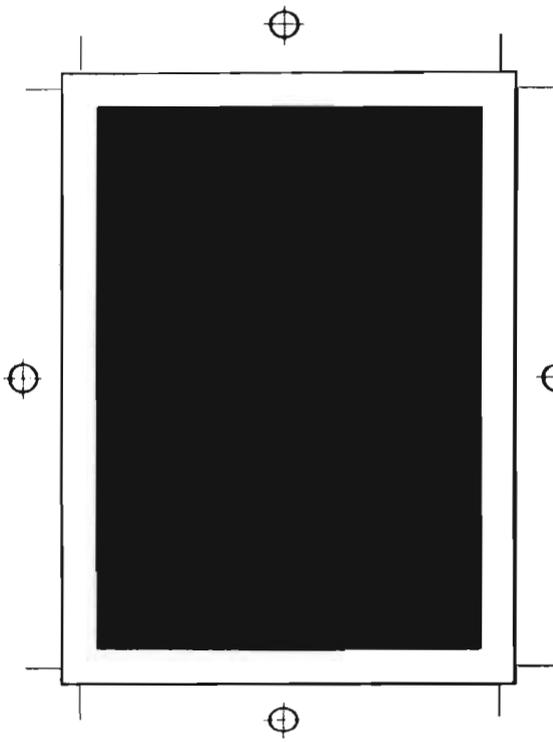
Camisa para copia fotostática.

*Camisa para ubicación
del logo.*

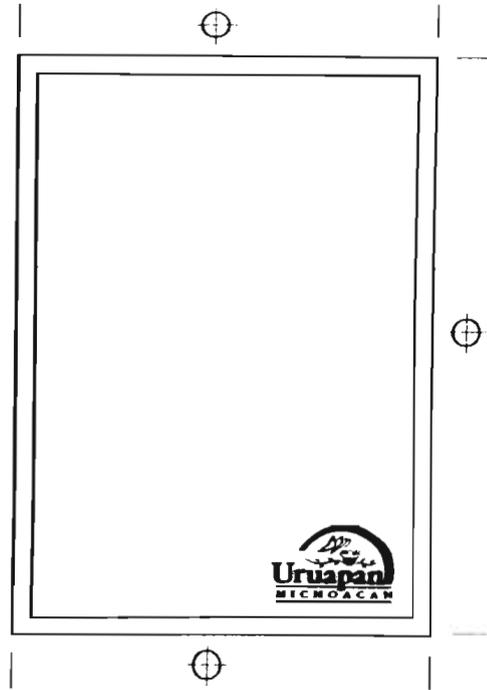




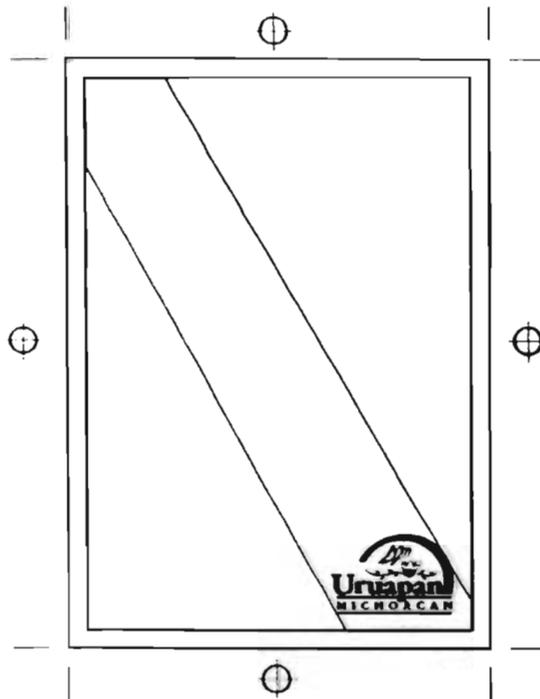
Formato Vertical



Camisa para ubicación del logo.



Camisa para señalar el color,
en este caso calado en
blanco.



Elección de temas fotográficos

Los temas de las fotografías para las tarjetas postales de Uruapan, Michoacán, se decidieron de la siguiente manera; se estudió todo aquello que pudiese ser atractivo de esta ciudad, para comprobarlo se elaboró un cuestionario que se aplicó a 25 habitantes originarios de esta ciudad, se compararon los resultados con las ideas que se tenían, así se consideraron propuestas y se reforzaron algunas ya tomadas en cuenta.

Las preguntas fueron las siguientes:

- Edad
- ¿Te gustan las tarjetas postales, por qué?
- ¿Qué tipo de imágenes te gusta ver en una postal?
- ¿Qué imagen te gustaría para una postal de Uruapan y por qué?
- De la siguiente lista de atractivos turísticos de Uruapan, si crees que falta alguno anótalo.
- Huatápera
- Tzaráracua
- Tzararacuita
- Casa de las artesanías
- Casa de la cultura
- Parque Nacional
- Otros:

Analizando lo propuesto y los resultados de los cuestionarios, finalmente se definieron cinco series, las que darían pauta para comenzar a fotografiar y así tener claramente delimitados nuestros temas. Las series fueron:

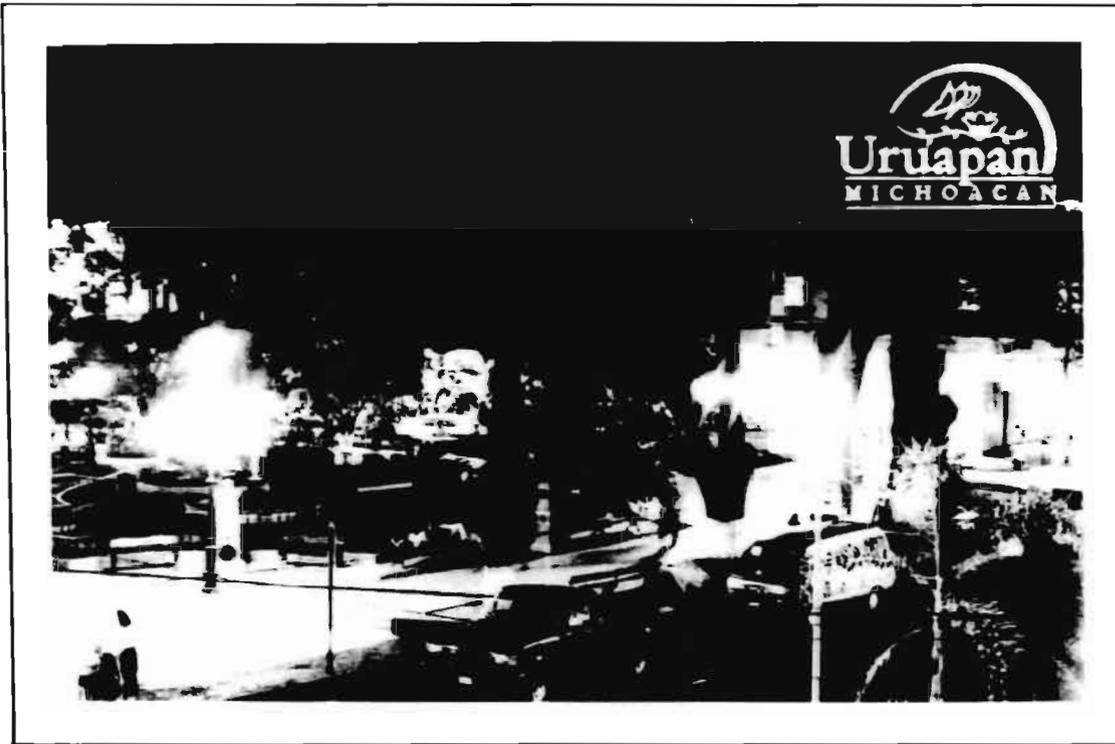
- Monumentos, plazas y portales
- Capillas, templos y edificios
- Comida, artesanía y costumbres
- Parque Nacional
- Paisajes



"Mártires de Uruapan": jardines del monumento
en su honor.
Mártires Gardens.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



Plaza Mártires de Uruapan: panorámica del monumento, jardines y fuente.
Mártires Square.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



Plaza Mártires de Uruapan, vista nocturna.
Mártires Square.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



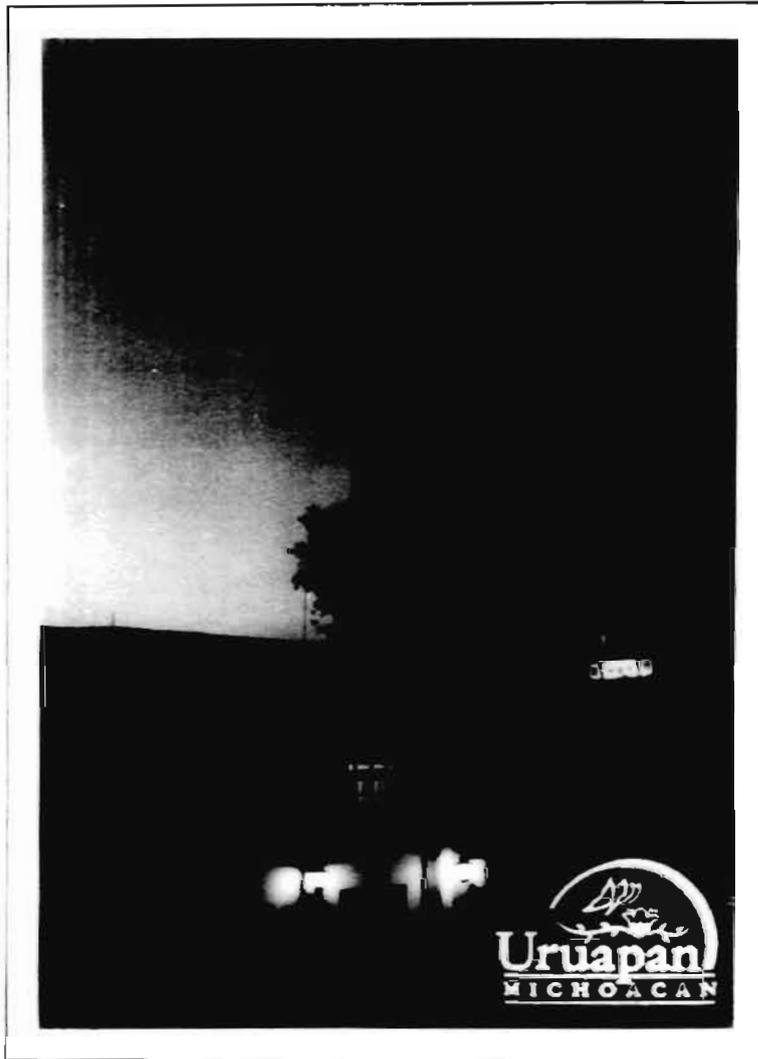
Monumento a Morelos; Homenaje del pueblo
de Uruapan.
Morelos Monument.
URUAPAN, MICHOACÁN, MEXICO.



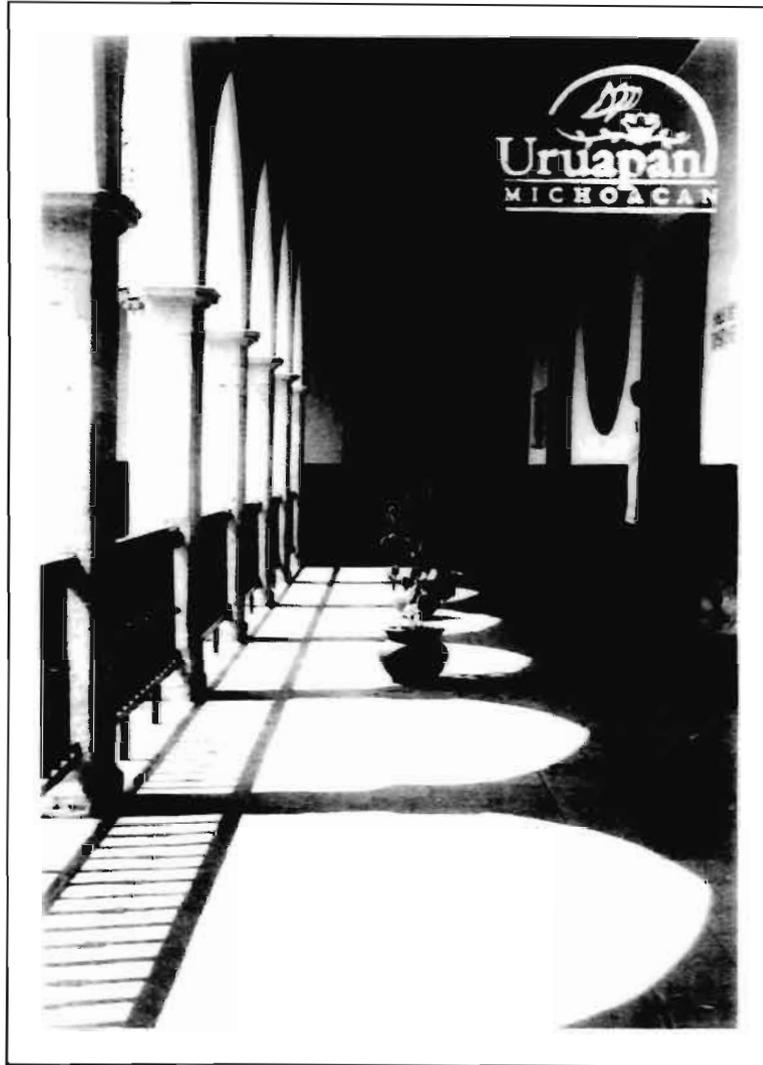
Serie: "Capillas, Templos y Edificios".

Parroquia de San Francisco; fundado por Fray Juan de San Miguel ubicado en el centro de la Ciudad.

Parrochial of San Francisco
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



Parroquia de San Francisco. atardecer
Parrochial of San Francisco
URUAPAN, MICHOCAN, MEXICO.



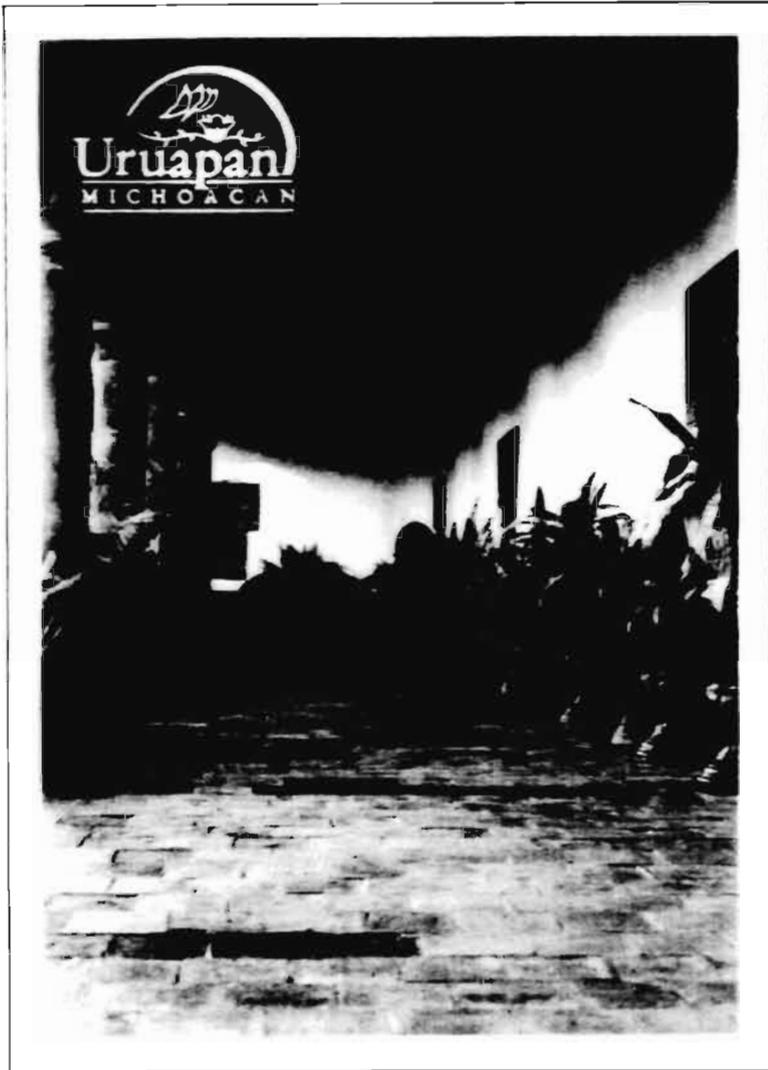
Casa de la Cultura; corredores de la parte superior.
Cultural House.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



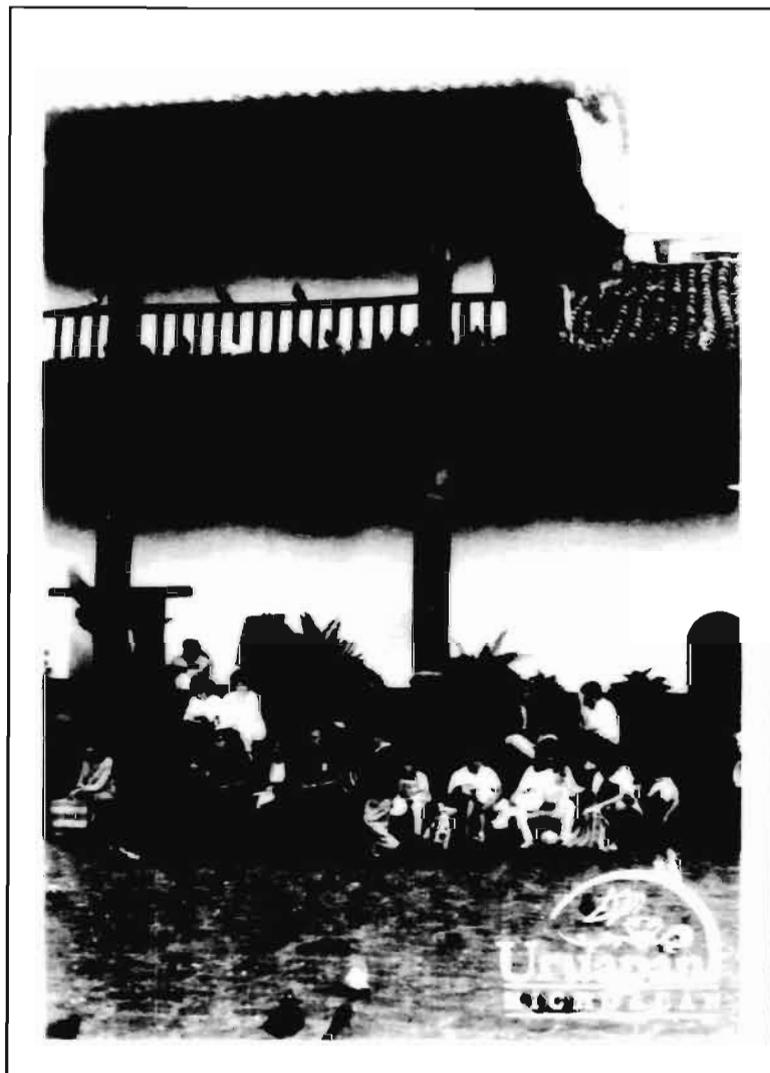
Capilla de San Juan Quemado; fundada por
Fray Juan de San Miguel.
Chapel of San Juan Quemado.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



**Huatápera, corredores, hoy Casa de las
Artesanías antes primer hospital de América Latina.
Huatápera, Craftsmens House.
URUJAPAN, MICHOCAN, MEXICO.**



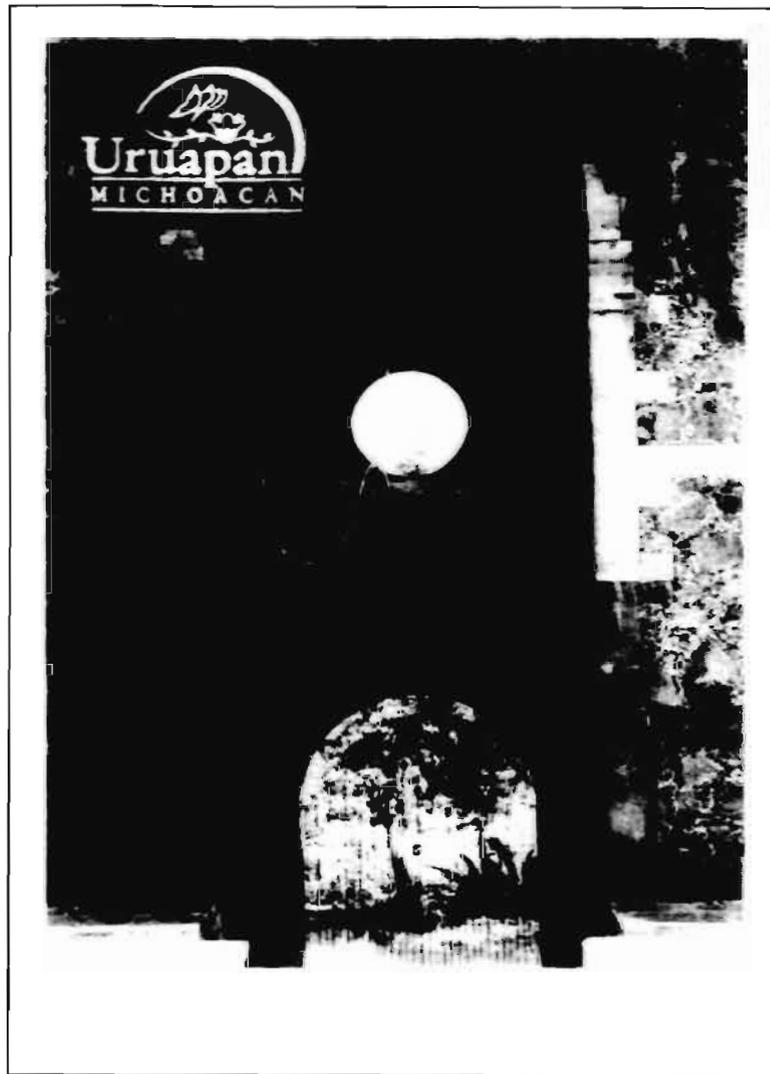
Huatlapera, corredores, hoy Casa de las
Artesanías antes primer hospital de América Latina
Huatlapera, Craftsmen's House.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



Huatápera, casa de las artesanías, antigua construcción vista desde un costado.
Huatápera, Craftsmens House.
URUJAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



Antigua Fábrica de San Pedro: fundada en 1887,
entrada principal
San Pedro Factory.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



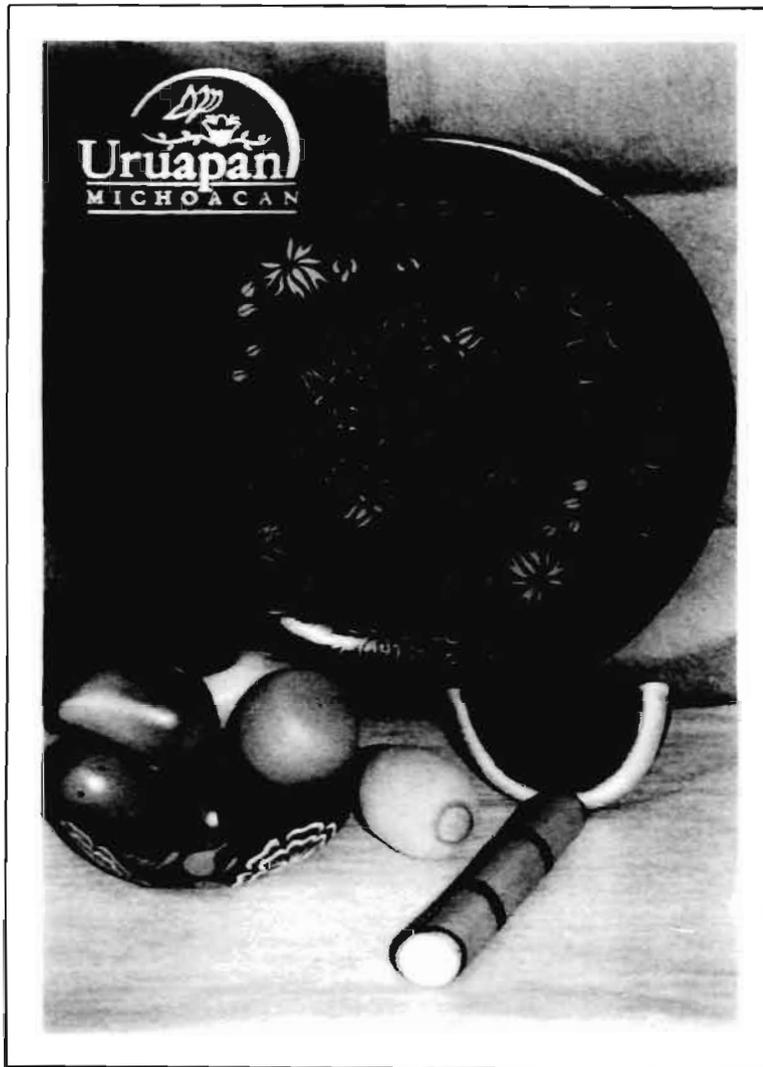
Antigua Fábrica de San Pedro, fundada en 1887,
entrada principal
San Pedro Factory.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



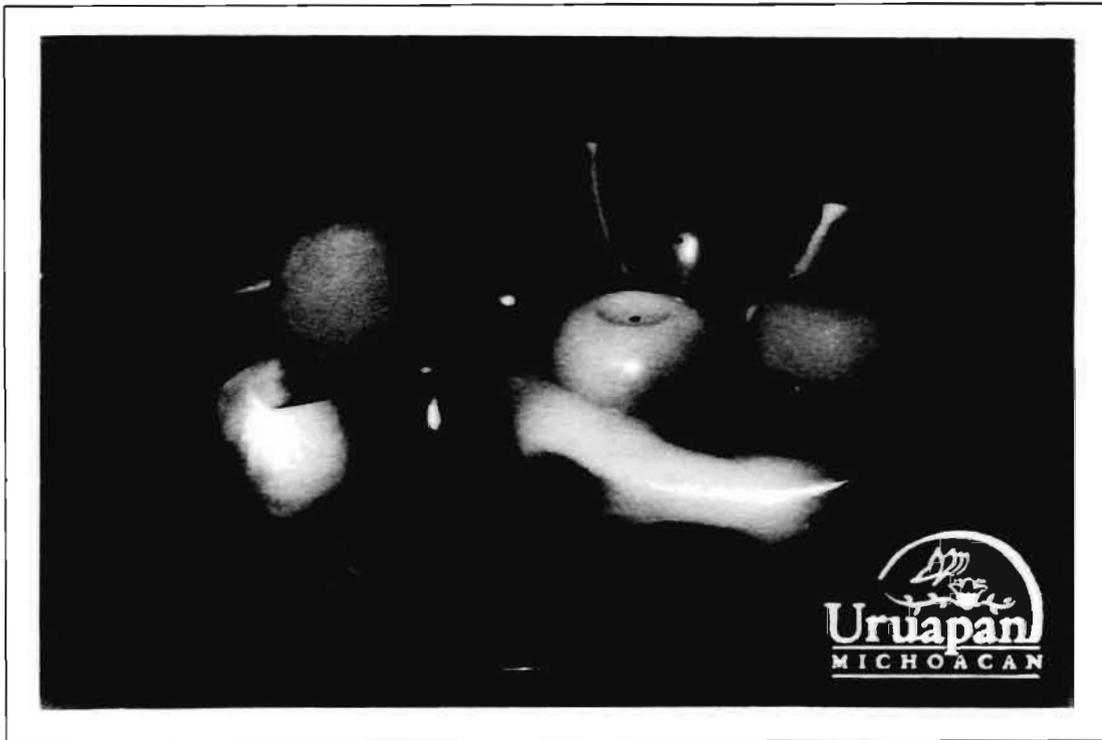
Serie: "Comida, Artesanía y Costumbres".
Traje típico de la Región de Uruapan.
Typical Costume.
URUAPAN, MICHHOACAN, MEXICO.



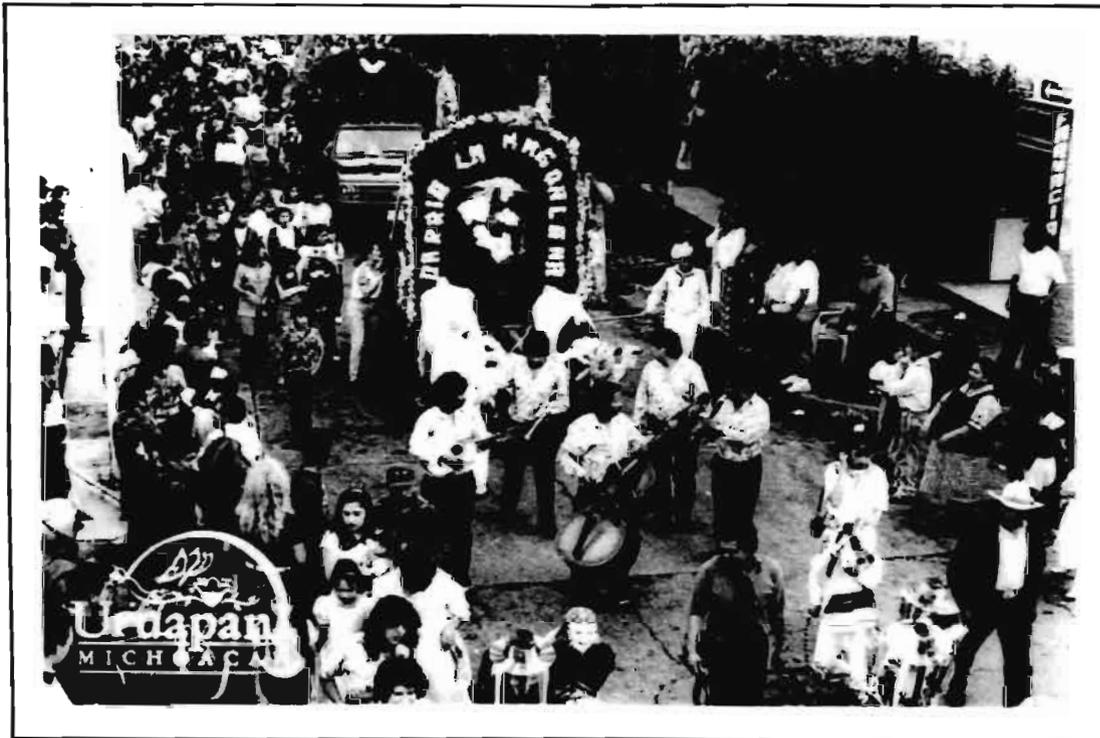
Traje típico; de la Región de Uruapan.
Typical Costume.
URUAPAN, MICH OACAN, MEXICO.



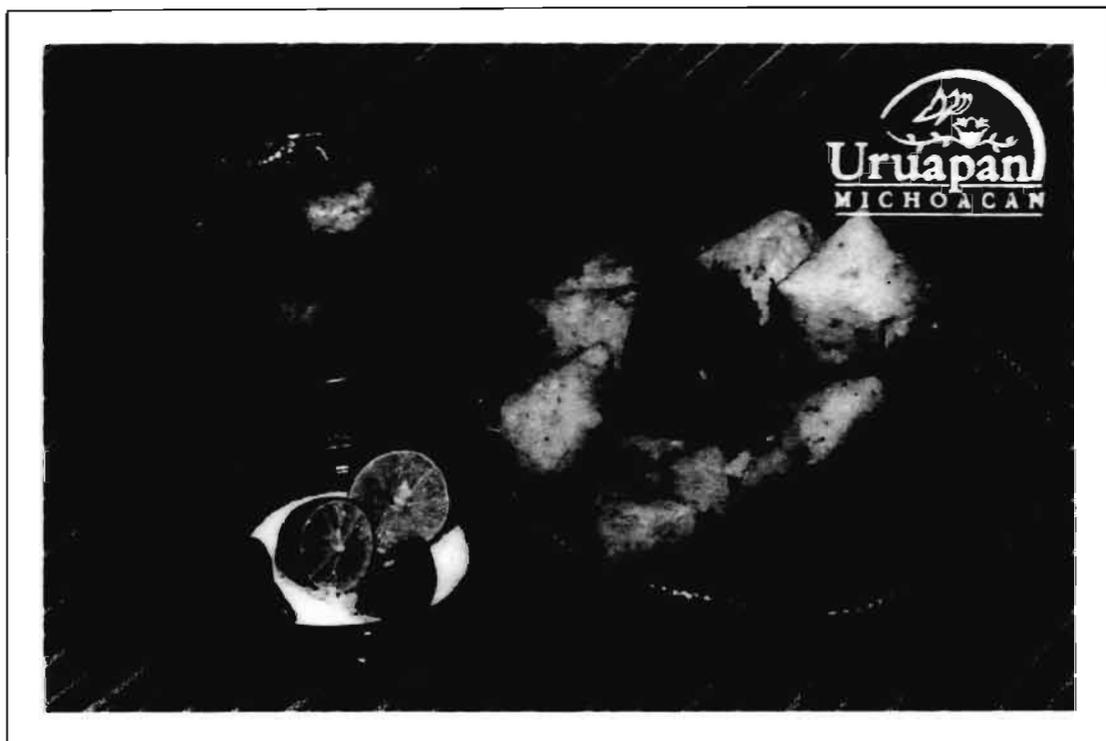
Maque: técnica artesanal de gran colorido
de la Región de Uruapan.
Maque, Craftsmen.
URUAPAN, MICHHOACAN, MEXICO.



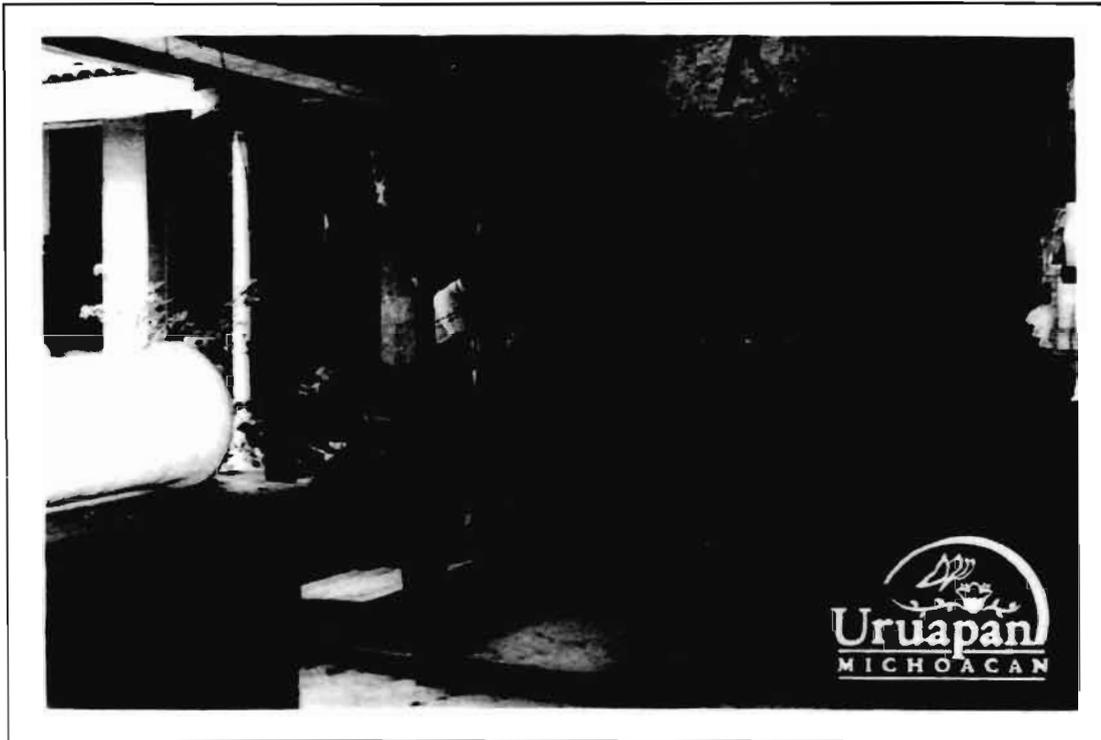
Maque; técnica artesanal a base de tierras en
fruta y bateas.
Maque, Craftsmen.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



Fiesta típica: del Barrio de La Magdalena.
Se efectúa el 22 y 23 de julio de cada año.
Traditional Day, Santa Magdalena.
URUAPAN, MICHOACÁN, MEXICO.



Churipo y Corundas; comida típica de la Región.
Typical food.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



Artesano; de la fábrica de San Pedro, donde se elaboran telares.
Craftsman.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



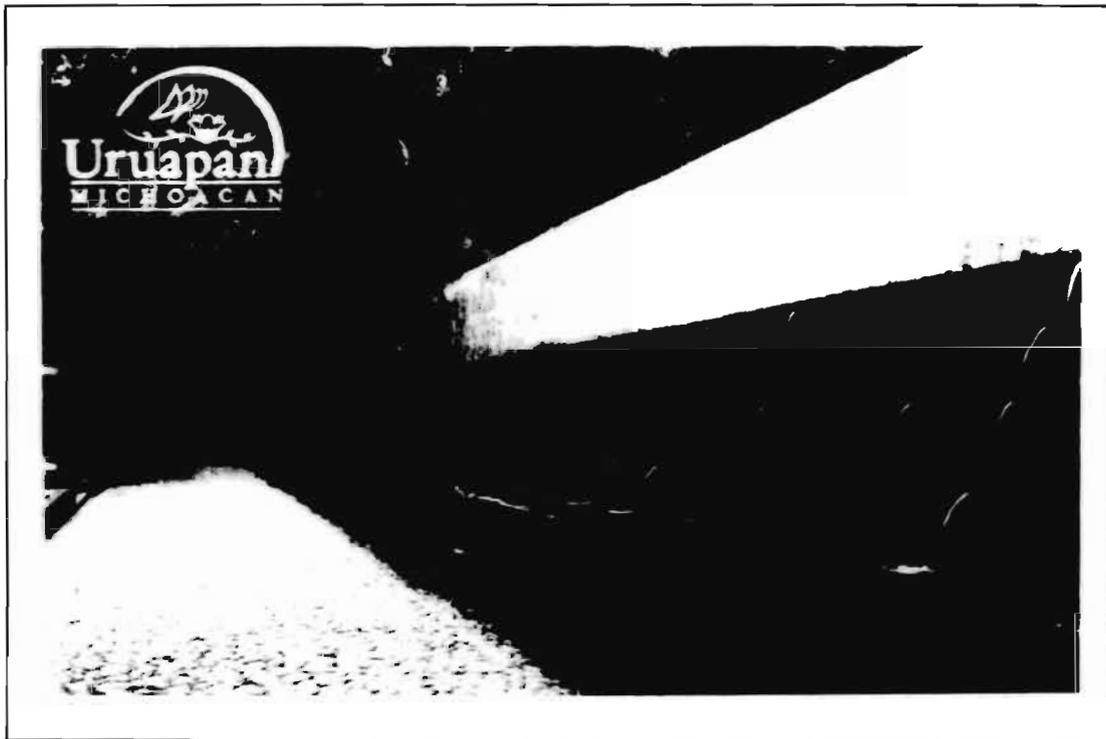
Serie: "Parque Nacional, Eduardo Ruíz".
Parque Nacional; cascada "Flor de Lluvia"
National Park "Eduardo Ruíz"
URUAPAN, MICHOCAN, MEXICO.



Parque Nacional, cascada "Flor de Huevo"
National Park "Eduardo Ruiz".
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



Parque Nacional; cascada del "Gólgota".
National Park "Eduardo Ruiz".
URUJAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



Parque Nacional fuente del mural "Mapeco".
National Park "Eduardo Ruiz".
URUAPAN, MICH O A C A N, M E X I C O.



Parque Nacional, puente de "Los enamorados"
National Park "Eduardo Ruiz"
URUAPAN, MICHHOACAN, MEXICO.



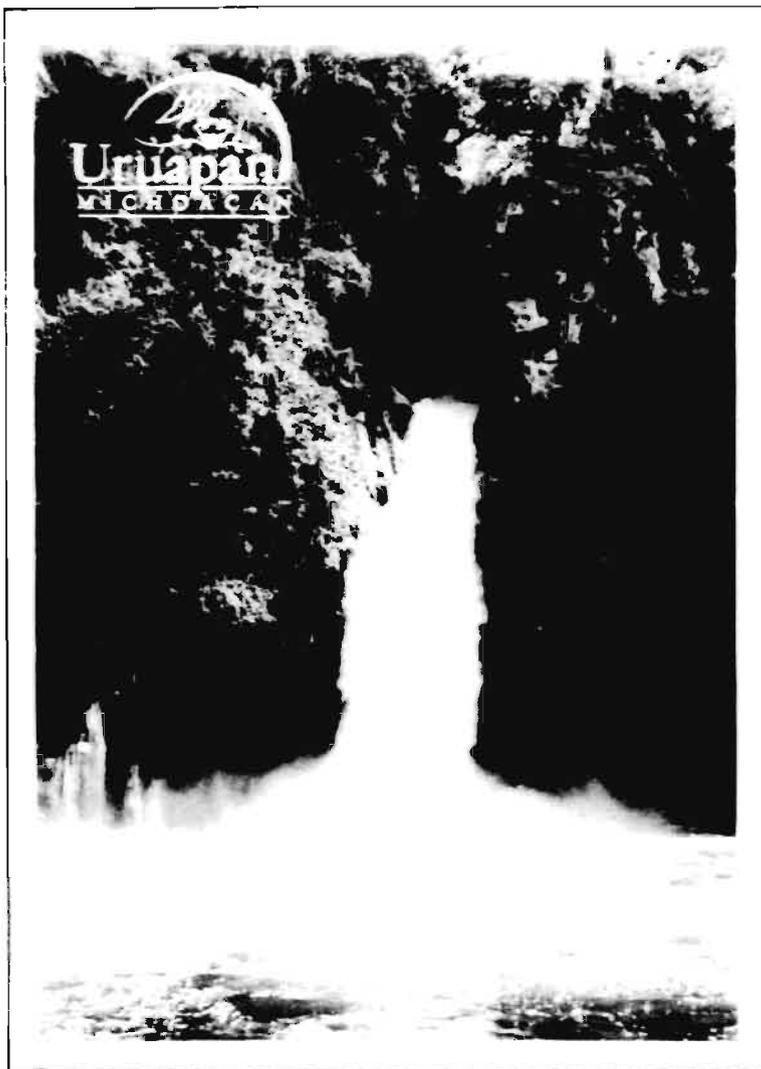
Serie: "Paisajes".
Cascada "Tzaráracua", vista desde un mirador.
Tzaráracua Water Fall.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.



Tzaráracua, vista panorámica de la Presa
del Rio Cupatitzio rumbo a la cascada.
Tzaráracua Water Fall.
URUJAPAN, MICHHOACAN, MEXICO.



Uruapan: panorámica de la Ciudad.
Uruapan City.
URUAPAN, MICHOCAN, MEXICO.



Material de impresión y acabados

Para la impresión de estas tarjetas postales se propone imprimir en cartulina Kromakote de dos caras; un pliego tiene medidas de 70 cm X 95 cm y su grosor es de 12 puntos, este grosor resiste el trato que se les da, desde su impresión hasta su manejo en el correo.

Como acabado se propone una capa de barniz que ayudará a protegerla del polvo, humedad y evitará su deterioro.

Cascada "Izaráracua", que significa
"agua que cae"
Izaráracua Water Fall.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

PARTE POSTERIOR DE LAS POSTALES

Siendo esencial la parte posterior de las tarjetas postales se bocetaron varias ideas ubicando su contenido básico como lo son: espacio para el mensaje y los datos para el destinatario, recuadro para el timbre y en este caso nombre de la serie, descripción de la imagen, población a la que pertenece y créditos del diseñador.

Se rechazaron diseños anteriores de tarjetas. Para darles un atractivo se utilizó la mariposa y un elemento decorativo ambos tomados del logotipo; este último ayuda a delimitar los espacios requeridos en una postal (espacio del mensaje y datos del destinatario).

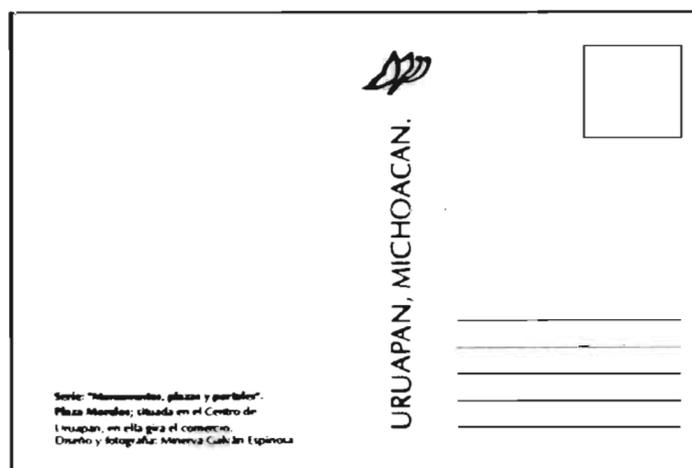
Tipografía

La tipografía que se designó fue la Optima; el puntaje de la tipografía debe de ser bajo debido al poco espacio que se maneja en la parte posterior; este tipo le denota presentación y su trazo facilita la legibilidad aun siendo de un puntaje menor.

Bocetos

Para bocetar la parte posterior de las postales se tomaron los elementos elegidos, ubicándolos en diferentes partes, buscándoles un acomodo agradable; asimismo se bocetaron disposiciones de los textos dentro del espacio visual, esto con la tipografía elegida.

Optima
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTU
VWXYZabcd!
efghijklmnopqr
stuvwxyz1234
567890ÆœÇ?
Øæœçøß£\$¢;



Diseño final

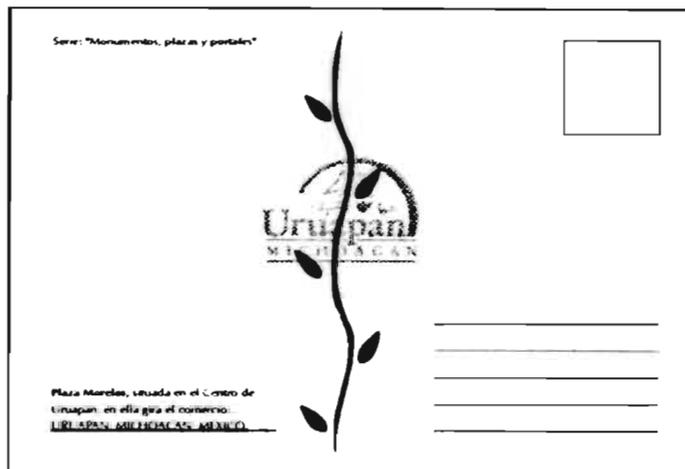
La idea final quedó de la siguiente manera; en el extremo superior izquierdo se ubicó la mariposa. En la parte inferior izquierda se encuentra la descripción de la imagen utilizando tipografía en altas y bajas, bold para el nombre del lugar y normal para el resto del texto.

El nombre de la imagen que se presenta se describió tanto en inglés como en español, esto con el fin de ser también atractivas para los turistas extranjeros. Debajo de estos datos se colocó el nombre de la población, estado y país, sobre una pleca delgada siendo soporte para la información y a su vez enfatizando los datos; por lo que se maneja en altas.

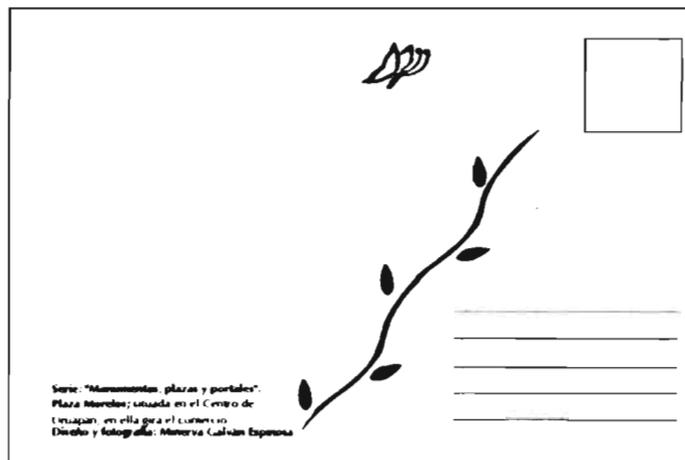
Sobre estas se dispuso en forma vertical el nombre de la serie; este dato justifica la toma fotográfica y a su vez sirve como dato de interés para el coleccionista.

Rebasando un poco más del centro se ubicó el elemento decorativo (enredadera); visualmente va de abajo hacia arriba con una inclinación de 45°, que nos lleva hasta el extremo superior derecho situando el recuadro para el timbre postal.

Del lado inferior derecho se trazaron las líneas para los datos del destinatario y debajo de estas los créditos del diseñador.



Bocetos, parte posterior.



Boceto del diseño final.

Estructura básica (retícula)

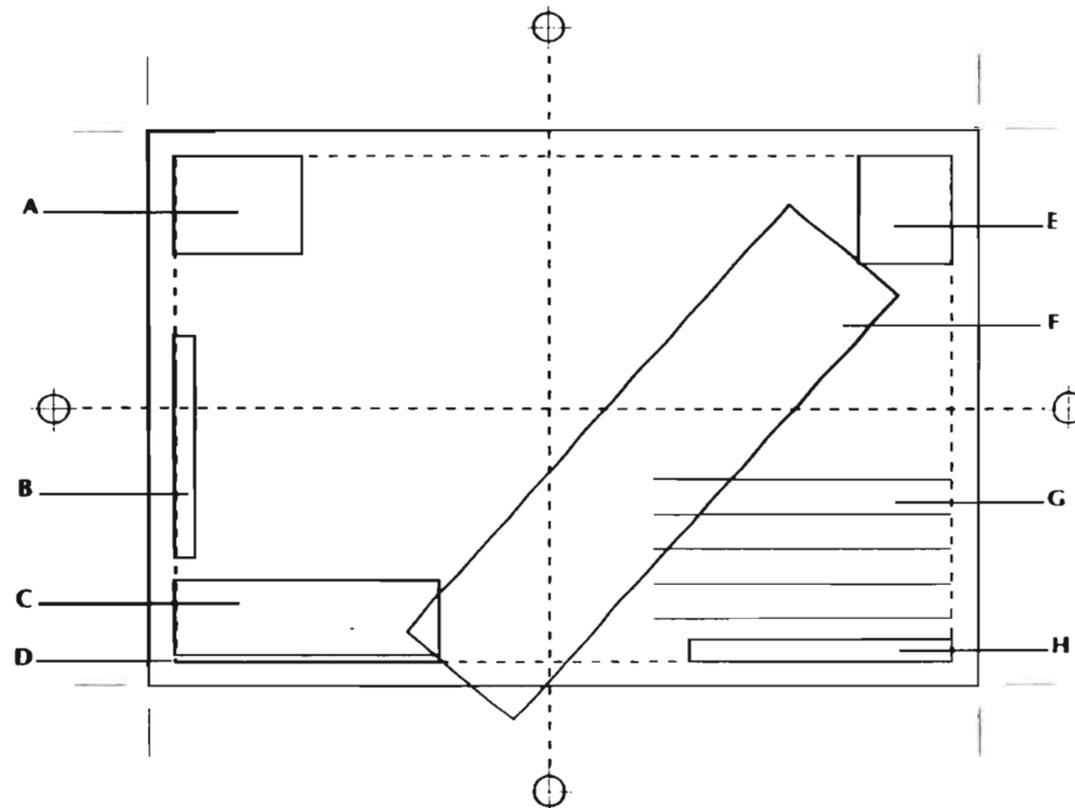
Al igual que para la parte frontal, la parte posterior de las postales requiere de una retícula para armar los originales, misma que se utilizó para obtener el diseño.

Muestra las líneas base y recuadros necesarios en los que han de colocarse texto, gráficos, y líneas; respetando el margen señalado con líneas punteadas, así mismo se encuentra marcado el centro; quedando distribuidos de la siguiente forma:

- A.-Recuadro para ubicación de la mariposa
- B.-Nombre de la serie
- C.-Descripción de la imagen
- D.-Pleca
- E.- Recuadro para ubicación del timbre
- F.- Recuadro para ubicación del elemento decorativo
- G.-Líneas para el destinatario
- H.-Recuadro para los créditos del diseñador

La imagen gráfica de la retícula está reducida proporcionalmente un 25%.

Las medidas reales de la parte posterior son de 11.2 X 16.2 cm.

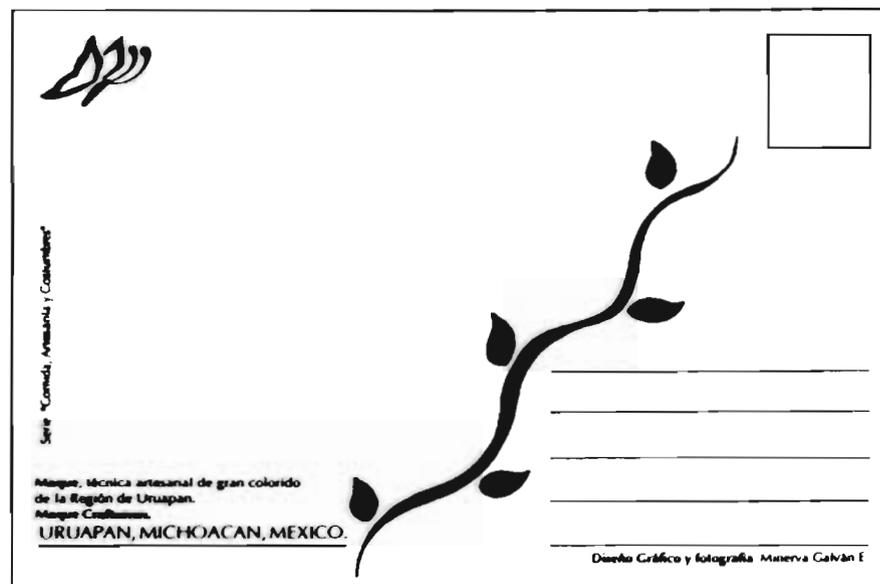


Original mecánico de impresión

Para el original de la parte posterior, únicamente se colocan los registros de corte, ya que sólo se propone la impresión a una tinta.

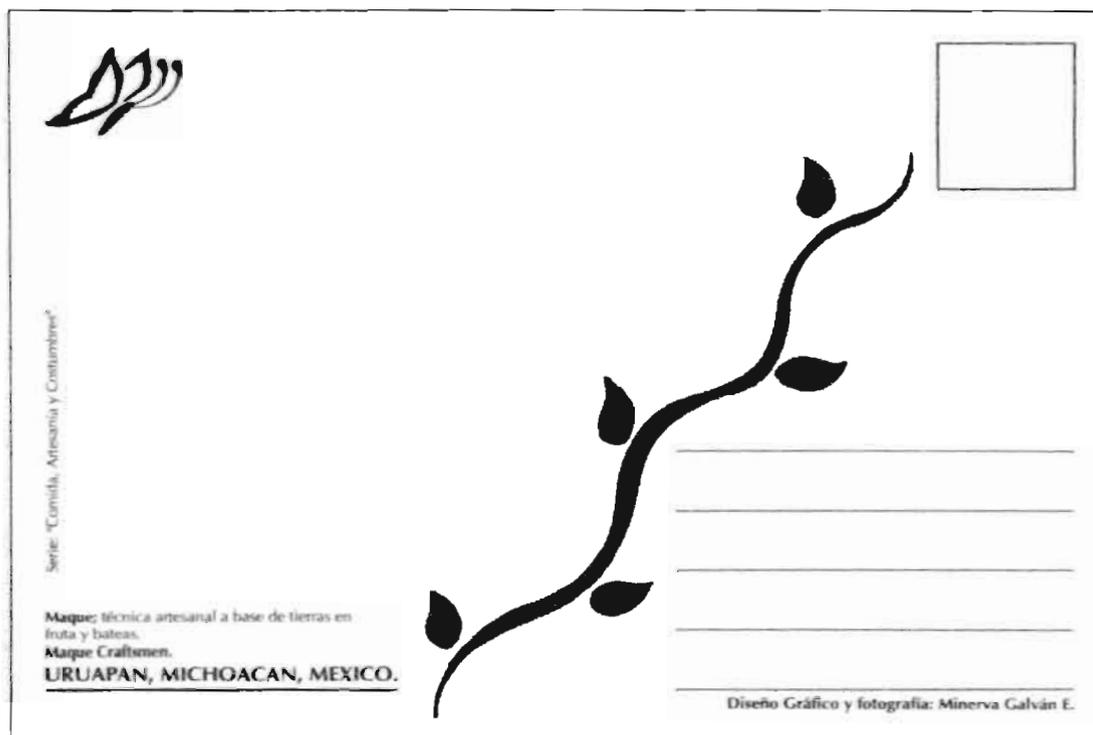
La imagen gráfica del original mecánico está reducido proporcionalmente un 25%.

Hay que tener presente que el texto varía de acuerdo a la imagen.



Color

Siguiendo los mismos parámetros de diseño se eligió el color verde propuesto utilizando un tono del mismo verde, logrando un aspecto mas agradable. Verde pantone 345.



Textos

A continuación se presentan los diferentes textos que corresponde a cada toma y serie:

Serie: "Monumentos, Plazas y Portales".

Plaza "Mártires de Uruapan": panorámica de la Plaza.

Mártires Square.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

"Mártires de Uruapan": jardines del monumento en su honor.

Mártires Gardens.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Plaza Mártires de Uruapan: panorámica del monumento, jardines y fuente.

Mártires Square.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Plaza Mártires de Uruapan: vista nocturna.

Mártires Square.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Monumento a Morelos: Homenaje del pueblo de Uruapan.

Morelos Monument.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Serie: "Capillas, Templos y Edificios".

Parroquia de San Francisco: fundado por Fray Juan de San Miguel ubicado en el centro de la Ciudad.

Parochial of San Francisco.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Parroquia de San Francisco: atardecer.

Parochial of San Francisco.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Casa de la Cultura: corredores de la parte superior.

Cultural House.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Capilla de San Juan Quemado: fundada por Fray Juan de San Miguel.

Chapel of San Juan Quemado.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Huatápera: corredores, hoy Casa de las Artesanías antes primer hospital de América Latina.

Huatápera, Craftsmens House.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Huatápera: corredores, hoy Casa de las Artesanías antes primer hospital de América Latina.

Huatápera, Craftsmens House.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Huatápera: casa de las artesanías, antigua construcción vista desde un costado.

Huatápera, Craftsmens House.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Antigua Fábrica de San Pedro: fundada en 1887, entrada principal

San Pedro Factory.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Antigua Fábrica de San Pedro: fundada en 1887, entrada principal

San Pedro Factory.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Serie: "Comida, Artesanía y Costumbres".

Traje típico: de la Región de Uruapan.

Typical Costume.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Traje típico: de la Región de Uruapan.

Typical Costume.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Maque: técnica artesanal de gran colorido de la Región de Uruapan.

Maque, Craftsmen.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Maque: técnica artesanal a base de tierras en fruta y bateas.

Maque, Craftsmen.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Fiesta típica: del Barrio de La Magdalena.

Se celebra el 22 y 23 de julio de cada año.

Traditional Day, Santa Magdalena.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Churipo y Corundas: comida típica de la Región.

Typical food.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Artesano: de la fábrica de San Pedro, donde se elaboran telares.

Craftsman.

URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Serie: "Parque Nacional, Eduardo Ruíz".

Parque Nacional; cascada "Flor de Lluvia".
National Park "Eduardo Ruíz".
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Parque Nacional; cascada "Flor de Lluvia".
National Park "Eduardo Ruíz".
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Parque Nacional; cascada del "Gólgota".
National Park "Eduardo Ruíz".
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Parque Nacional; fuente del mural "Mapeco".
National Park "Eduardo Ruíz".
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Parque Nacional; puente de "Los enamorados".
National Park "Eduardo Ruíz".
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Serie: "Paisajes".

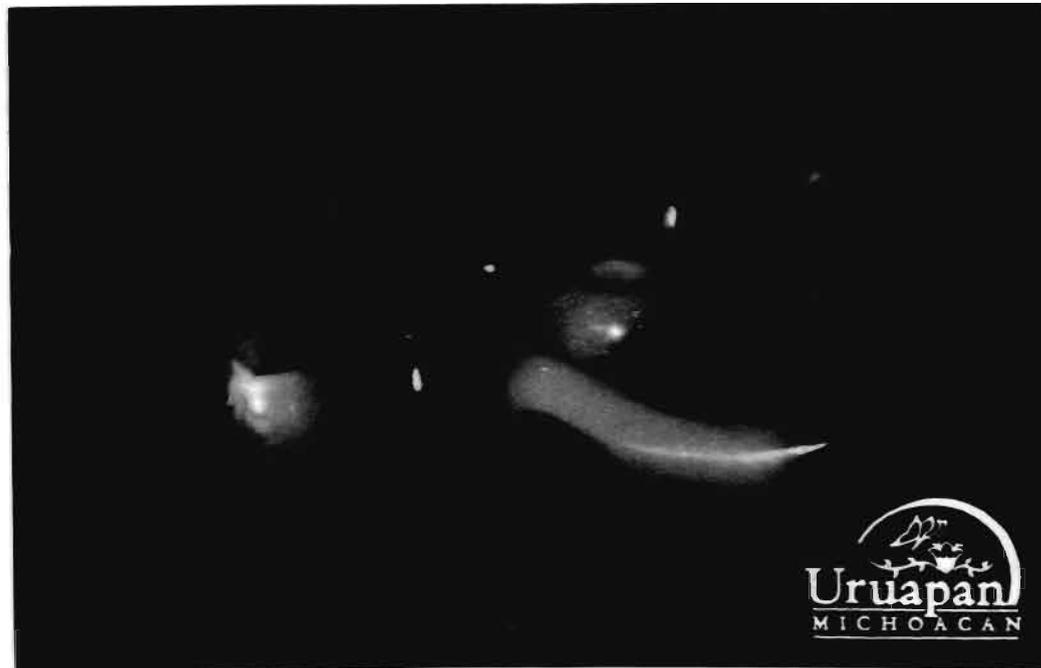
Cascada "Tzaráracua"; vista desde un mirador.
Tzaráracua Water Fall.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Tzaráracua; vista panorámica de la Presa
del Rio Cupatitzio rumbo a la cascada.
Tzaráracua Water Fall.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Urúapan, panorámica de la Ciudad.
Urúapan City.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Cascada "Tzaráracua"; que significa
"agua que cae".
Tzaráracua Water Fall.
URUAPAN, MICHOACAN, MEXICO.

Dummy de una postal



CAPITULO

3

Cartel

CARTEL

Un producto o artículo nuevo siempre va a requerir de medios publicitarios para darse a conocer, siendo así una campaña completa.

Como medio de promoción se eligió el diseño y elaboración de un cartel que muestre y ofrezca las postales; y que además de ser promocional funcione como punto de venta para los establecimientos.

Bocetos

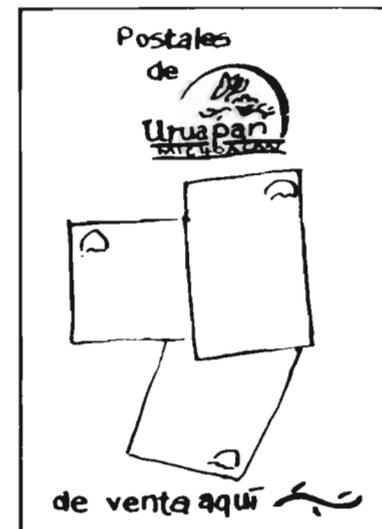
Al bocetar se buscaron ideas originales que por su diseño llamasen la atención y lograr su propósito. Se pensó utilizar frases cortas y manejo de postales dentro del cartel, complementándolo con elementos decorativos utilizados anteriormente en los diseños de las postales, y así unificarlos. El formato dependería de la ubicación de las postales, su tamaño y la cantidad, pero no fue una limitante para trabajar otras ideas. Se bocetaron ideas con formatos ya existentes.

Tipografía

Desde un principio se pensó colocar en el cartel dos frases; la primera sería "Postales de...", complementándola con el logo (Uruapan, Michoacán), y la segunda frase "De venta aquí".

Para estas frases se manejó la tipografía Helvética Bold, carente de patines; esto para darle contraste junto al logotipo y realzarlo.

Helvetica
**ABCDEFGHIJ
 KLMNOPQ?
 RSTUVWXY-
 ZÆØabcdef!
 ghijklmnopqr
 stuvwxyzæø
 1234567890
 £\$&%('«»:; /)**



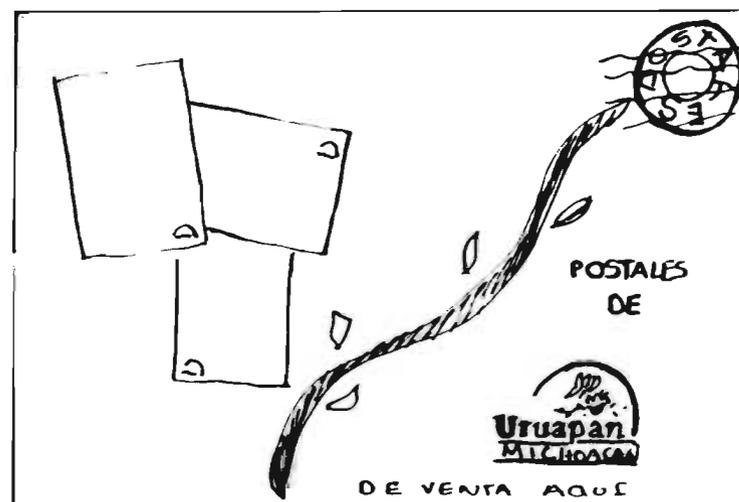
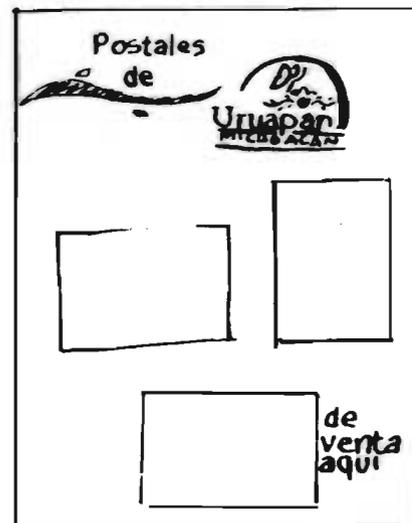
Diseño final

Se eligió un formato vertical de 28 cm por 61.5 cm; quedando de la siguiente manera; en la parte superior se utilizó la frase "Postales de..." complementándola con el logo (Uruapan, Michoacán).

Se escogieron cuatro de las postales y se dispusieron a lo largo del cartel, jugando con ellas, se inclinaron buscando una composición dinámica; dos se justificaron a la derecha y las restantes a la izquierda, por su inclinación se cortó parte de las imágenes haciendo más versátil la presentación del cartel.

Se retomó un elemento decorativo del logo para el cartel, situándolo entre postal y postal justificadas de igual manera que las fotografías.

En la parte inferior cargado hacia la derecha se colocó la frase "de venta aquí"; esto para que las personas que deseen adquirirlas se guíen por el cartel.



Estructura básica del cartel

Aquí se muestra la estructura básica para armar el original mecánico de impresión para el cartel; con las líneas y recuadros para colocar cada uno de los elementos que lo integran con su registros de corte y color correspondientes.

Su estructura la conforman:

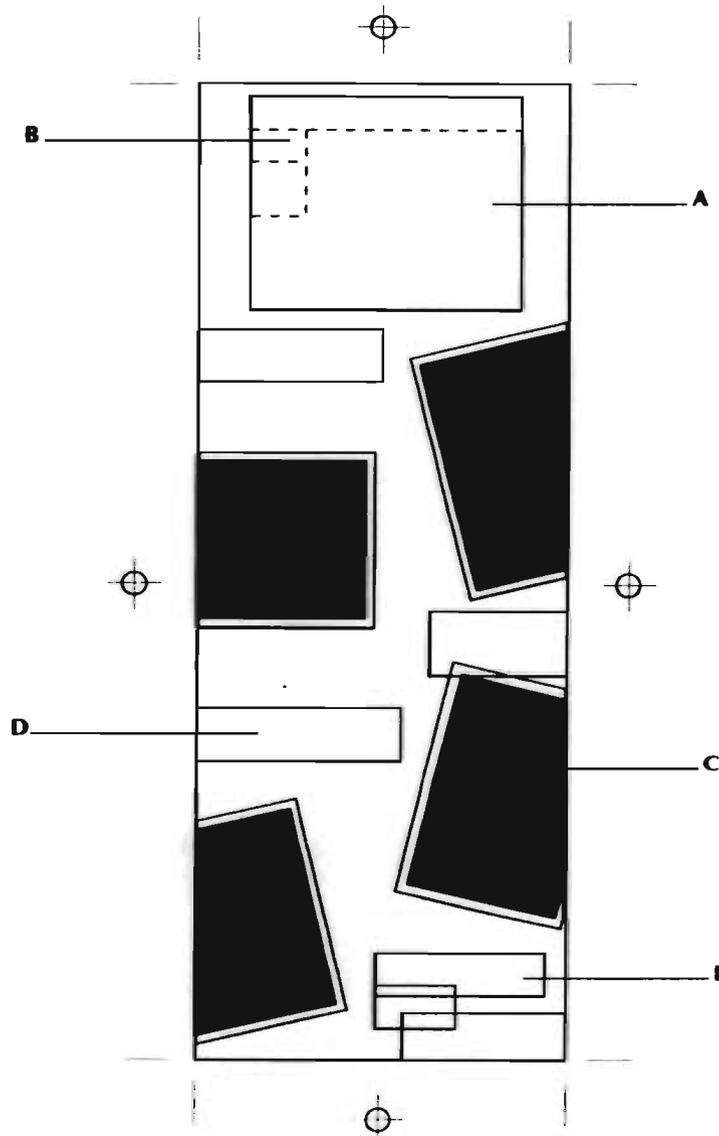
A.- Ubicación del logotipo

B.- Recuadros para texto

C.- Area de la postal

D.- Recuadro para gráficos decorativos

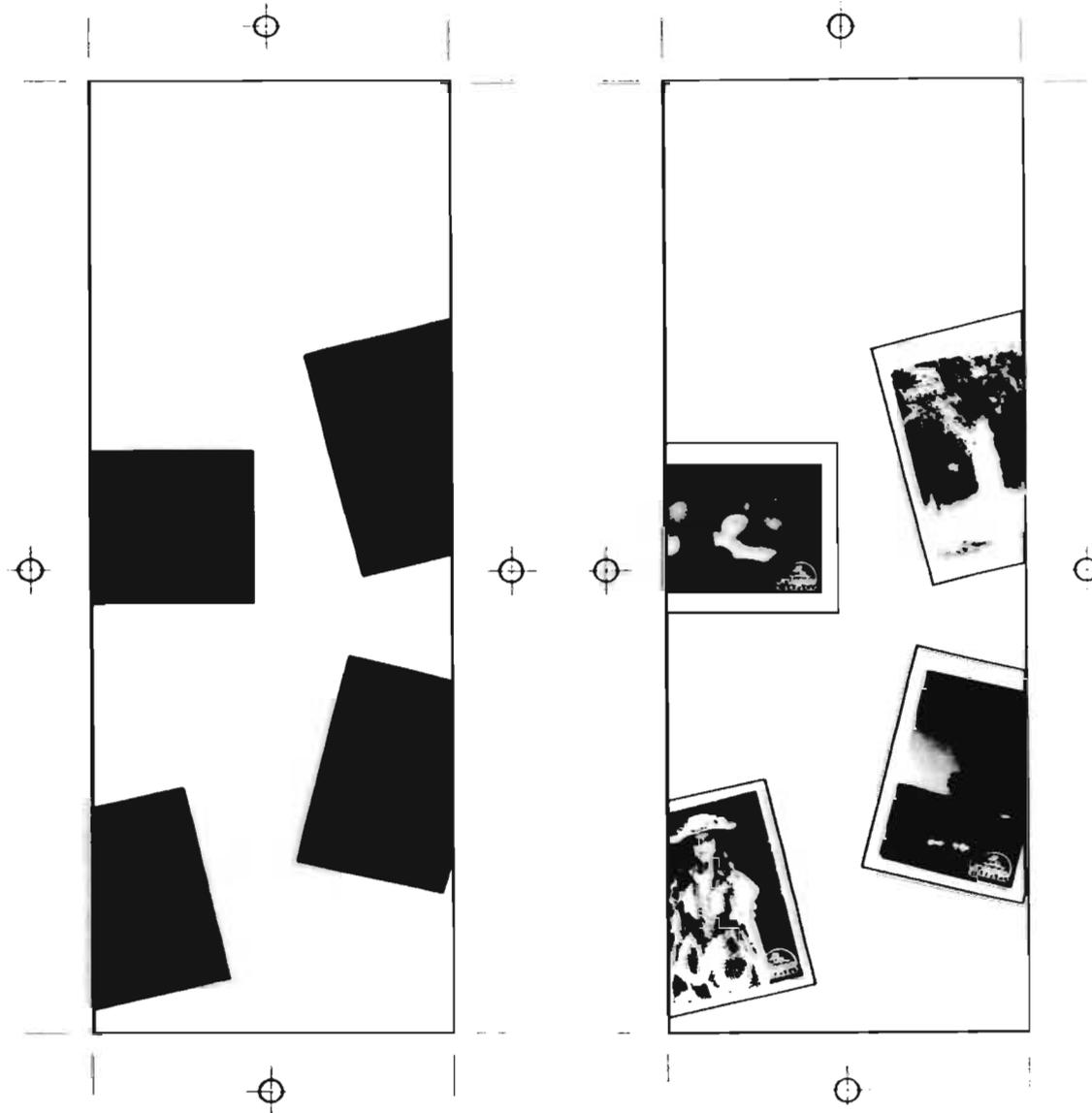
La imagen gráfica de la estructura básica del cartel está reducida proporcionalmente un 25%.

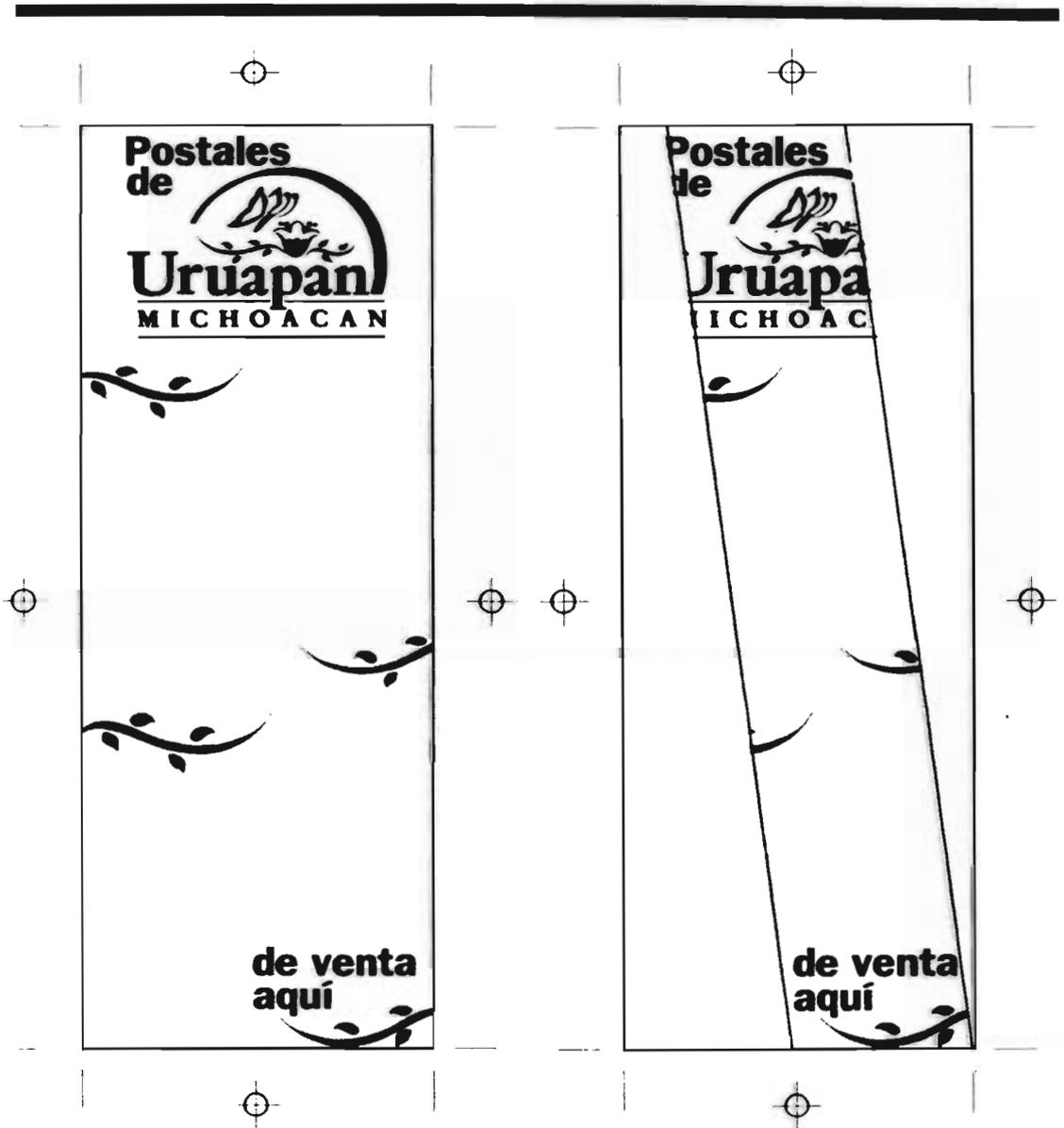


Original Mecánico de Impresión

Para su estructuración se sigue el mismo proceso que el de las postales; aun así se presentan.

Al igual que en las postales se coloca el diseño base en un papel rígido y sobre este las camisas con las indicaciones correspondientes; para este caso en la camisa de las fotografías se señalan que son imágenes rebasadas.





*Camisa para señalar color,
tomado del pantone.*

Material de impresión y acabados

Se propone que la impresión de este cartel contenga las imágenes y el texto sobre un fondo negro, ya que por el marco que presentan las postales, hace resaltar aún más las imágenes y el diseño.

El papel elegido para su impresión es el lustrolito, el pliego mide 70 x 95cm, sus características son ideales para el uso que se pretende.

El cartel aquí presentado tiene un 60% de reducción, sus medidas reales son de 28 x 61 cm.



CAPITULO

4

Exhibidor

EXHIBIDOR

Para poder ofrecer las tarjetas postales al público se diseñó un contenedor en el que se exhibieran las 30 postales propuestas.

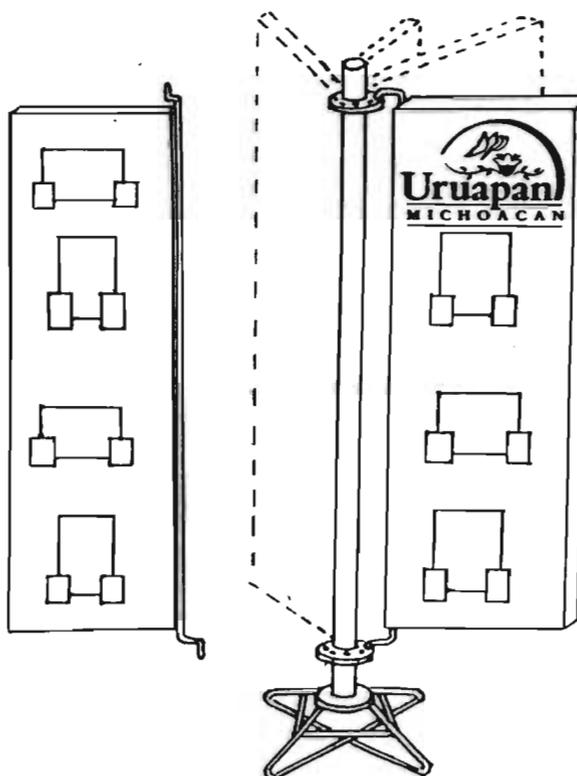
Su estructura la integran un soporte de fierro que sostiene 4 hojas de madera; para cada una se manejaron dos caras y muestra 4 postales de cada lado; a excepción de la primera que muestra el logo por el frente, identificando el producto siendo señal de calidad.

La utilización del material propuesto tiene la ventaja de ser durable, de bajo costo, y además de ser agradable es adecuado para la presentación de las postales; ya que siguiendo la línea de diseño de este proyecto, la madera hace alusión a la región por ser una zona boscosa. La madera está tratada con un barniz especial para mayor duración y protección del medio ambiente.

Tiene la ventaja de que se pueden agregar "hojas" en caso de aumentar el número de postales, o quitar si no se exhiben todas. Sus medidas son de 75.5 cm de alto y cada lámina contenedora es de 20 cm por 60 cm.

Las postales se pueden apreciar en un 95%; siendo más fácil de escoger por la persona y las pueda elegir con sólo verlas.

Otra propuesta que se ofrece es la exhibición de las postales en un contenedor ya existente en el mercado, en el que sólo habría que colocar una placa con el logo impreso; esto para identificar a las postales.



Presupuestos

CAPITULO

5

PRESUPUESTOS

A continuación se presentan las cotizaciones de cada una de las propuestas que se hicieron para este proyecto.

Tarjetas postales

Cantidad: 1000 (De una sola imagen)

Dimensiones: 16.2 X 11.2 cm

Técnica: Selección a color, frente
Una sola tinta vuelta

Papel: Cartulina Kromecote
Blanca 10 puntos, 2 caras
Dimensión del pliego 58 x 89 cm.

Costo: N\$ 1,156.⁰⁰

Costo por unidad: N\$ 2.⁵⁰

Cartel

Cantidad: 3000

Dimensiones: 21.5 X 61 cm

Técnica: Selección a color (frente)

Papel: Lustrolito blanco, 44.5gr.
Dimensión del pliego 70 x 95 cm.

Costo: N\$ 3,397.⁰⁰

Exhibidor

Cantidad: 1

Dimensiones: 71.5 X 20 cm

Material: Hoja de triplay de pino
Barnizado de polietireno
Armazón giratoria

Gráfico Impreso: Logo rotulado por
computadora

Dimensiones: 15 X 11 cm

Costo por unidad: N\$ 250.⁰⁰

(De todo el exhibidor)

BIBLIOGRAFIA

Administración de Turismo
ACERENZA MIGUEL
Editorial Trillas
México 1984

Las Ciudades en el Estado de Michoacán
en el Tiempo y en el Espacio
HOLT BUTTNER ELIZABETH
Anuario de Geografía
UNAM

Los Esmaltes de Uruapan
DE PONCE LEÓN FRANCISCO
Editorial Innovación S. A.
México D.F. 1984

Michoacán Lagos azules y Fuertes montañas
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA.
México ,1988.

Michoacán tierra de agua y fuego
SUÁREZ LUIS
Editorial Everest
España ,1987.

Nueva Enciclopedia Temática
Tomo 13
EDITORIAL CUMBRE S. A.

Síntesis Monográfica de Uruapan
PAREDES MENDOZA JOSÉ MARÍA
Uruapan Michoacán , 1989

Uruapan
MIRANDA FRANCISCO
Monografía Municipal de Estado
México.

Uruapan, En su 450 Aniversario
PADILLA BUSTOS MANUEL.

A Histori of Post -Cards
WILLOUGHBY MARTIN
Wellfleet Press, Publishing
Singapore 1992

Arte y Técnica de la Impresión
DE LABORDERIE F.
Editorial Acriba
España ,1967.

Classic Greting Cards
KUKUDA SETSUKO
Graphic- Sha Publishing
Japan 1991

Como Diseñar Marcas y Logotipos
MURPCHAEL JOHN
Editorial Gustavo Gili
Barcelona España; 1989.

Como preparar diseños para la imprenta
JOHN LYNN
Gustavo Gili
Barcelona ,1989.

Comunicación Gráfica
T. TUMBULL ARTHUR
N. BAIRD RUSSELL.
Editorial Trillas
México 1990.

Diseño Fotográfico
MARSHALL HUGH
Editorial Gustavo Gili
Barcelona España 1990.

Diseño y Reproducción
FIORAVANTI GIORGIO
Gustavo Gili S.A.
Barcelona , 1988.

El libro del Blanco y el Negro
RUSSELL DALE
Editorial Gustavo Gili
Barcelona; 1990.

Enciclopedia Salvat de la Fotografía Creativa
"Composición de la Imagen"
"La magia del color"
KODAK
España; 1986.

Foto-Diseño
COSTA JOAN
Editorial CEAC
Barcelona España.

Guía Completa de Ilustración
SALLEY TERENCE
Hermann Blume
España, 1981

Historia del Diseño Gráfico
B. MEGGS PHILIP
Editorial Trillas
México, 1983

Introducción a la Práctica de las
Artes Gráficas
E. JACKSON HARTLEY
Editorial Trillas.

La Fotografía Paso a Paso
LAGFORD MICHAEL
Hermann Blume
España, 1989

Manual de Producción del
Diseñador Gráfico
NORMAN SANDERS W.B.
Gustavo Gili
Barcelona, España 1988

Metodología para el Diseño
OLEA OSCAR
Editorial Trillas
México, 1988

Práctica Fotográfica, El Paisaje
HEDGE COE JOHN
Editorial CEAC
Barcelona España, 1992

Práctica Fotográfica, El Retrato
HEDGE COE JOHN
Editorial CEAC
Barcelona España, 1990

Publicidad en Medios Impresos
E. BELTRÁN RAÚL
Editorial Trillas
México, 1991