



**UNIVERSIDAD  
DON VASCO**

INTEGRACIÓN Y SUPERACIÓN

# UNIVERSIDAD DON VASCO, A. C. ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

Incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México  
Clave 8727-31

**Identidad Corporativa para el Centro  
Interactivo de Medio Ambiente  
y Recursos Naturales  
en Uruapan, Michoacán.**

Tesis profesional para obtener el título de  
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

Presenta:

**Martha Alejandra Ávila Ortega**

Asesor:

LDG Kenneth Luis Treviño Cassilly

Uruapan, Michoacán. Octubre 2018





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.





**UNIVERSIDAD  
DON VASCO**

INTEGRACIÓN Y SUPERACIÓN

# UNIVERSIDAD DON VASCO, A. C. ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

Incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México  
Clave 8727-31

Identidad Corporativa para el Centro  
Interactivo de Medio Ambiente  
y Recursos Naturales  
en Uruapan, Michoacán.

Tesis profesional para obtener el título de  
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

Presenta:

**Martha Alejandra Ávila Ortega**

Asesor:

LDG Kenneth Luis Treviño Cassilly

Uruapan, Michoacán. Octubre 2018





## **AGRADECIMIENTOS**

A mis padres por su apoyo incondicional,  
mi hermano y mi mascota Sax por desvelarse junto a mí en este proceso.  
A mi Papá Rafa por ser un ejemplo de vida importante.  
También a Itzel y Jorge por ayudarme cuantas veces fue necesario.  
A todos mis maestros por compartir sus conocimientos conmigo.  
Y finalmente a la Dirección de Medio Ambiente y Recursos Naturales por la información proporcionada para la realización de este proyecto.



# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	9
PROBLEMÁTICA .....	11
OBJETIVOS .....	15
- General	
- Particulares	
CAPÍTULO 1. Uruapan .....	19
1.1 Antecedentes históricos de Uruapan, Michoacán .....	21
1.2 Población .....	23
1.3 Uruapan actual .....	23
CAPÍTULO 2. Educación en los niños de primaria .....	25
2.1 Definición de niño .....	27
2.2 Métodos de enseñanza y aprendizaje .....	28
2.3 Educación en los niños .....	30
2.4 Los niños en la ciudad de Uruapan .....	30
CAPÍTULO 3. Educación ambiental dentro de Uruapan, Michoacán .....	33
3.1 Definición de educación ambiental .....	35
3.2 Educación ambiental en las escuelas del municipio .....	36
CAPÍTULO 4. Centro Interactivo de Medio Ambiente y Recursos Naturales .....	39
4.1 Justificación del proyecto .....	41
4.2 Localización de la ludoteca .....	41
4.3 Objetivo general .....	42
4.4 Objetivos particulares .....	42
4.5 Impacto del programa .....	43
4.6 Actividades a realizar dentro de la ludoteca .....	43
CAPÍTULO 5. Diseño y Comunicación Visual .....	45
5.1 Definición del Diseño y Comunicación Visual .....	47
5.2 Historia del Diseño .....	47
5.3 Áreas del diseño .....	48

5.4 Material didáctico .....	50
5.5 Diseño de interiores .....	51
5.6 Herramientas del diseño .....	52
5.7 Medios de comunicación .....	53
CAPÍTULO 6. ¿Qué se ha hecho? .....	59
CAPÍTULO 7. Propuesta de solución .....	113
7.1 Público meta .....	115
7.2 Propuesta de medios de comunicación .....	116
7.3 Matriz de solución .....	117
7.4 Brief .....	120
7.5 Necesidad .....	120
7.6 Objetivo .....	120
7.7 Recursos .....	121
7.8 Enfoques .....	123
7.9 Descripción de la solución .....	124
7.10 Metodología .....	126
CAPÍTULO 8. Proceso creativo .....	127
8.1 Panel de inspiración .....	129
8.2 Bocetos .....	130
8.3 Estudio cromático .....	138
8.4 Estudio tipográfico .....	138
8.5 Estilo de fotografía .....	140
8.6 Esloganes .....	141
8.7 Nombre de la mascota .....	141
8.8 Propuesta de solución .....	142
8.9 Manual de Identidad Corporativa de CIMARN .....	145
CONCLUSIÓN .....	185
ANEXOS .....	187
BIBLIOGRAFÍA .....	205

## INTRODUCCIÓN

Un centro o museo interactivo para niños es muy importante para su desarrollo, ya que cuenta con servicios y técnicas de aprendizaje especiales para su edad, que forman parte de su desempeño intelectual; y al mismo tiempo es un distractor, donde pueden interactuar con otros niños y jugar aprendiendo.

La ciudad de Uruapan no cuenta con una ludoteca infantil donde los niños tengan acceso fácilmente, es por eso que el H. Ayuntamiento de la ciudad se ha preocupado por el proyecto, llevando al cabo una planeación para implementarlo como un plus para su educación primaria, donde se puedan dar cursos de verano y realizar otras actividades en temporada vacacional.

Es necesario difundir por medio de una estrategia de comunicación al nuevo Centro Interactivo de Medio Ambiente y Recursos Naturales ubicado en el parque “La Pínera”, entre los niños de primaria de la ciudad de Uruapan, Michoacán, para posicionarlo en la ciudad y sea reconocido fácilmente por los infantes, logrando así incrementar sus visitas día a día.

El Centro Interactivo es un proyecto donde se pueden aplicar varias áreas del Diseño y la Comunicación Visual, por lo que es una razón que motiva a realizar la solución gráfica. El amor a la naturaleza, el trabajo con los niños, el diseño de personaje, ilustración, cuidar el medio ambiente, fueron otras razones por las que se dio seguimiento al proyecto, además de ser un planteamiento nuevo, novedoso e innovador para la ciudad de Uruapan.

El proyecto nació durante el H. Ayuntamiento 2008-2012 en la Dirección de Medio Ambiente y Recursos Naturales, el cual está encargado por la Lic. Claudia Beatriz Cerna y se dará seguimiento en el presente Ayuntamiento, por ser un proyecto que beneficia a los ciudadanos de la ciudad.

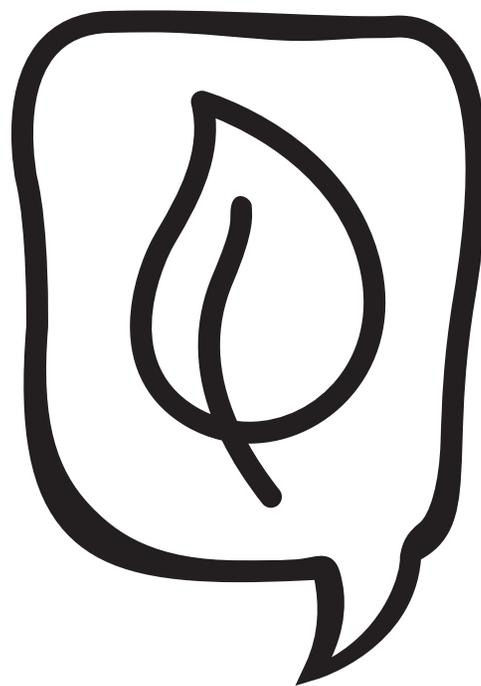
Al leer este libro, se encontrará información acerca de la ciudad de Uruapan; tales como su historia, cuántos habitantes existen en la localidad, y en general las costumbres y tradiciones de los ciudadanos. También contiene investigación acerca de la educación de los niños, métodos de enseñanza y aprendizaje, así como el comportamiento de los pequeños habitantes de Uruapan; es importante conocer la destreza que tienen los niños en las

diferentes etapas durante su niñez, para así saber de qué forma persuadirlos mediante la imagen gráfica de la ludoteca.

Por otra parte, se presenta una recopilación de datos acerca de la educación ambiental y de la importancia que tiene en las escuelas del municipio; también se encuentra de manera más detallada el proyecto del Centro Interactivo, tanto sus objetivos, justificación y localización; como sus actividades a realizar.

De igual forma se muestran los antecedentes históricos del diseño, herramientas, elementos y áreas, los cuales son de gran importancia para la solución gráfica del proyecto; ya que son la base teórica del proceso de diseño.





**Problemática**



## PROBLEMÁTICA

El municipio de Uruapan, Michoacán no cuenta con un centro interactivo de apoyo estudiantil para niños con educación primaria. Es por eso que el H. Ayuntamiento se ha preocupado por crear un proyecto de ludoteca municipal, al que han nombrado Centro Interactivo de Medio Ambiente y Recursos Naturales, el cual, estará ubicado en una cabaña del parque “La Pinaera”, dividido en cuatro salas destinadas a las siguientes actividades: teatro guiñol, talleres de reciclado, ciclo de videos y exposición de la Colección de Mariposas “Dr. Lamberto González Cota”.

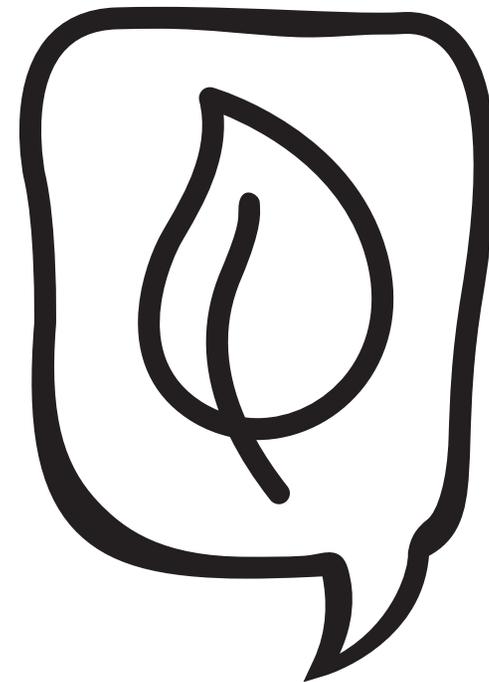
La metas a cumplir con este centro interactivo son: disminuir los impactos que está generando el cambio climático así como los desastres naturales por afectación en los ecosistemas, la implementación de acciones de sensibilización para salvaguardar y buscar el equilibrio, así como una buena convivencia entre los uruapenses y los recursos naturales de nuestro municipio.

Para posicionar adecuadamente la ludoteca municipal, es necesario promover, difundir y crear una imagen gráfica que represente al nuevo Centro Interactivo, ya que sin la difusión

de sus actividades, sus visitas serán escasas; o si visitan el parque “La Pinaera”, no estarán enterados de que existe el Centro Interactivo dentro de éste.

Actualmente sólo se han enfocado al trabajo arquitectónico, pero aún no se ha tomado la decisión de hacer algo en el área de la comunicación visual. Si no se toman las medidas necesarias, el problema de desconocimiento del Centro provocará la escasez de visitas y la cabaña será confundida con un centro de limpieza o baños dentro del parque.





**Objetivos**



## OBJETIVO GENERAL

Difundir por medio de una estrategia de comunicación al nuevo Centro Interactivo de Medio Ambiente ubicado en el parque “La Pintera”; entre los niños de primaria de la ciudad de Uruapan, Michoacán, para educar sobre los diferentes temas ambientales por medio de la interacción y diversión.

## OBJETIVOS PARTICULARES

- Investigar acerca de la educación primaria en la ciudad de Uruapan, para conocer el nivel de aprendizaje y las técnicas de enseñanza con la que aprenden los niños de esta ciudad.

- Reunir la información necesaria sobre el nuevo Centro Interactivo de Medio Ambiente, para conocer su objetivo, metas y limitantes.

- Estimar el número de niños que actualmente están cursando la primaria en la ciudad de Uruapan, para difundir entre ellos de manera clara y directa, la información de este Centro Interactivo.

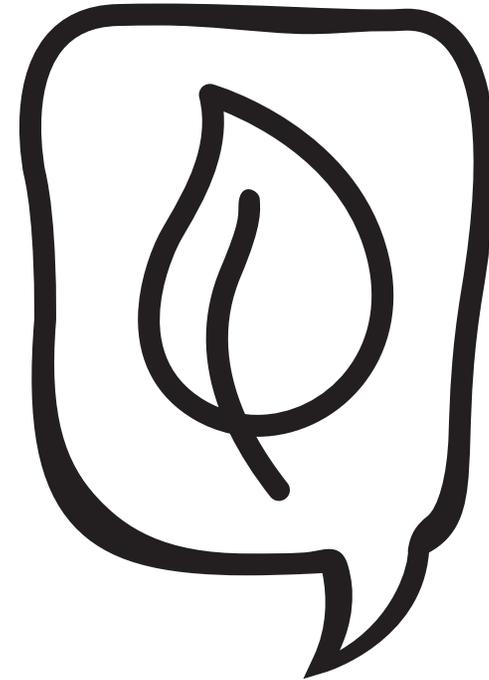
- Averiguar sobre el material didáctico, tipos, usos y eficacia, para saber elegir el más eficiente dentro de la educación ambiental de los niños.

- Compilar información acerca de la educación ambiental y la educación que reciben los niños en la escuela sobre el medio ambiente.

- Recopilar información acerca de las áreas del diseño, para así elegir la que más convenga en el proyecto y poder dar una propuesta gráfica adecuada.

- Generar una propuesta que ayude a solucionar el problema de educación ambiental por medio del diseño y la comunicación visual.





**Capítulo 1**  
Uruapan, Michoacán



Uruapan es la segunda ciudad más importante en el estado de Michoacán, gracias a su patrimonio natural distribuido a sus alrededores. Debido al clima frío que presenta, contribuye al cultivo de durazno y aguacate, haciéndose llamar por este último como “La capital mundial del aguacate”.

Es una ciudad que ha estado en constante progreso, por ello se implementará un programa de educación extraescolar, donde los niños conozcan más acerca de los recursos naturales con los que cuenta Uruapan.

## 1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Uruapan proviene del vocablo de la lengua purépecha *Urhuapani*, que significa “lugar de la eterna formación y fecundidad de los botones florales”.

Es localizado en el oeste del estado de Michoacán, en la sierra central de la vertiente del sur. Su altura al nivel del mar es de 1,634 metros y se encuentra ubicado en los 19° 34'56" de latitud norte y 102° 03'46" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. Uruapan está a 124 km de Morelia, la capital michoacana.



Uruapan antiguo. Templo de la Inmaculada Concepción.

El lienzo de Jucutacato tiene un gran valor histórico, porque muestra la división del estado de Michoacán a manera de mapa.

Los principales habitantes de antaño de la ciudad de Uruapan, eran los tarascos, los cuales tenían sus propias tradiciones y costumbres; pero al llegar ahí los españoles, uno de ellos se quedó contribuyendo para el desarro-

llo y la cultura de ese pequeño municipio. Su nombre es Fray Juan de San Miguel, quien pisó tierras michoacanas entre los años 1531 y 1533. Este fraile se dio a la tarea de reacomodar y organizar el poblado cuando llegó, ya que aquel lugar se encontraba casi abandonado.

Así fue como Fray Juan de San Miguel hace 475 años dividió a la gente en nueve barrios e hizo trazos casi perfectos para distribuir la zona, los dividió de la siguiente manera: San Juan Bautista, San Francisco, La Magdalena, San Juan Evangelista, Santiago, San Pedro, La Trinidad, que era localizado en el centro de Uruapan, y Los Reyes, conocido hoy como Riyitos. Estos últimos dos barrios han desaparecido debido al crecimiento que ha tenido la ciudad. Cada uno de ellos tenía su santo patrono y su



Antiguo kiosco de la plaza municipal.

## CAPÍTULO 1: URUAPAN, MICHOACÁN

iglesia para adorarlo, además de sus ricas costumbres y tradiciones, que en la actualidad perduran. La disposición de las capillas estaban previstas de manera que; independientemente de la distancia, una estaba frente a la puerta de otra. Cada barrio era como una comunidad y tenía acceso al recurso acuífero del río Cupatitzio, también contaban con sus propias tradiciones y se dedicaban a actividades como: carpintería, panadería, maque, textiles, etc.

Las calles fueron sujetas a las normas de urbanización española, ubicando a los edificios del gobierno en la zona central, para después de 200 años ser colocados en otro sitio y utilizar para el comercio aquel sitio que ocupaba la presidencia municipal.



El antiguo Uruapan lucía cálido con su arquitectura de adobe.



La Huatápera, primer hospital de Latinoamérica.



Parroquia de San Francisco, ubicada en el centro de la ciudad.

Uruapan se conocía como “Ciudad del Progreso”, pero un día 28 de noviembre de 1858, tomó como nombre final: Uruapan del Progreso.

Fray Juan de San Miguel también contribuyó con la construcción de la Huatápera u Hospital de Indios, que fue el primer hospital de América Latina, y que en nuestros días sigue de pie conservada y considerada como un monumento nacional, situado en el centro de Uruapan, a lado de la Iglesia de La Inmaculada Concepción; su fachada es la original, y su interior es usado como museo.

Con el apoyo de los diferentes ayuntamientos que han pasado por la historia política de Uruapan, se ha renovado constantemente el centro histórico; para algunas personas ha resultado

agradable, pero para otras cuantas es sólo un lujo innecesario.

Actualmente, nuestra ciudad se encuentra en crecimiento, tanto educativo, económico, industrial, como territorial. Su clima ha cambiado bastante en los últimos años, de ser frío ahora es templado y algunas veces cálido, esto gracias a la plantación para la comercialización de aguacate hass y a la tala inmoderada de los montes, afectando no sólo el clima, sino también los manantiales de los que antes brotaba agua pura para beber.

## 1.2 POBLACIÓN

Se conoce como población al número de habitantes de un lugar, éstos tienen en común características como el territorio, idioma, historia y algunas costumbres y tradiciones típicas de la comunidad. Todos los pobladores tienen características físicas que los hace diferentes.

La población total del estado de Michoacán es de 4,351,037 habitantes, predominando las mujeres con una suma de 2,248,928 y teniendo en cuenta a los 2,102,109 pobladores de sexo masculino. De esta totalidad de habitantes 315,350 son pertene-

cientes a la ciudad de Uruapan, de los cuales 152,442 son hombres y 162,908 son mujeres (INEGI 2010).

De acuerdo a los datos anteriores, cabe destacar que la mayoría de nuestra población la domina el sexo femenino.

## 1.3 URUAPAN ACTUAL

En la actualidad, Uruapan es una ciudad grande y desarrollada en comparación a su pasado, cuenta con clima templado la mayor parte del año, esto propicia que su suelo sea fértil para la plantación de papaya, limón, aguacate, durazno, nopal, mango, zarzamora y maracuyá.

Cuenta con buen potencial en la producción forestal, aunque en los últimos años se han talado más árboles

de los que deberían plantarse; esto ha cambiado considerablemente su clima. Como ya ha sido mencionado, cada año en primavera aumenta más la temperatura y el ambiente se vuelve denso entre sus habitantes.

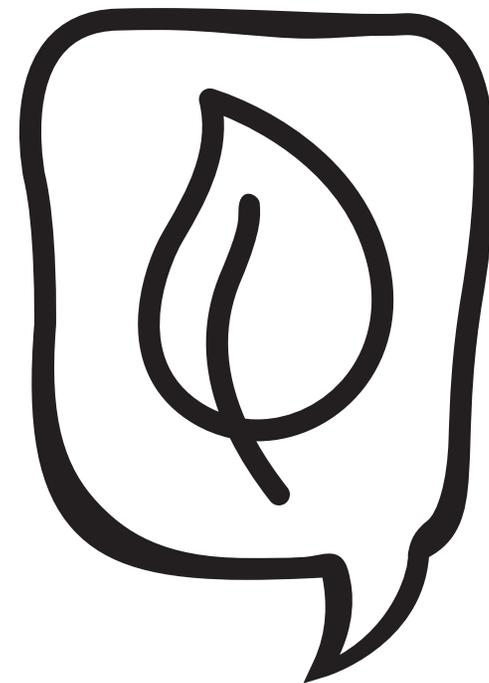
Anteriormente, la agricultura era el principal medio de ingreso para nuestro poblado; actualmente la ciudad se ha inundado de comercios pertenecientes a otras ciudades, lo que le ha dejado a la agricultura en segundo lugar; no obstante, ésta se sigue desarrollando gracias a la exportación de aguacate a otros países como Japón, Francia, Canadá y Estados Unidos.

Uruapan es reconocido a nivel mundial por la calidad de su aguacate y el sabor que lo distingue. Existen innumerables cambios de aquel Uruapan antiguo al Uruapan en el que vivimos hoy en día.



La Plaza Comercial Ágora es un claro ejemplo de que Uruapan se encuentra en constante desarrollo.





## **Capítulo 2**

Educación en los niños de  
primaria



Los niños son seres pequeños que aún no tienen conocimiento avanzado y razonamiento completamente desarrollado, por lo tanto es importante estudiar y conocer más acerca del tema, para saber cómo enseñarles de acuerdo a su capacidad. Los niños son inteligentes y recíprocos, si les brindas cariño, obtendrás el suyo.

## 2.1 DEFINICIÓN DE NIÑO

Un niño, es una persona con pocos años de vida, aún no alcanza la etapa de la pubertad y por lo tanto, se encuentra en la niñez o tercera infancia, que es la etapa donde pasan de la edad preescolar a ser una persona de edad escolar.

La niñez o período de latencia, se sitúa entre los 6 y 12 años de edad y abarca todas las edades del niño, desde la lactancia hasta la preadolescencia, pasando por la etapa de infante y la edad media. En esta etapa, el niño desarrolla su egocentrismo, donde el protagonista es él; sólo juega con niños que comparten sus juguetes y le invitan dulces.

El niño al entrar a la escuela, desarrolla funciones cognoscitivas, afectivas y sociales. Esta última es desarrolla-



La niñez es una de las etapas más bellas de la vida.

da cuando el niño entra a la primaria y convive con más niños de su edad. La función afectiva se refiere cuando el niño sale del ambiente familiar y se dirige con otros infantes, desarrollando así cariño hacia ellos y el autoestima propio. La función cognoscitiva es cuando el pequeño se vuelve capaz de desarrollar percepción, memoria y razonamiento.

Las características principales de esta etapa son:

- a) Aprende a no exteriorizar todo.
- b) Por naturaleza son imitativos, por lo que necesitan el buen ejemplo de los padres.
- c) Ve la realidad tal y como es.
- d) Adquiere un comportamiento más firme sobre sus emociones.

## 2.2 METODOS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Los métodos y técnicas de enseñanza, son aquéllos dedicados al aprendizaje, basándose en procesos diferentes, pero llegando a un mismo resultado. Los métodos de enseñanza en los niños deben ser diferentes a los de un adulto, ya que ellos aún no tienen criterio propio.

Los niños de edad escolar, tienen más habilidades y aptitudes que los niños pequeños, esto se debe a que los niños mayores tienen más recursos para planificar y utilizar sus aptitudes cognitivas.

Los métodos de enseñanza se dividen en cuatro grupos:



La escuela es un nuevo mundo para los infantes que acaban de egresar de preescolar.

- **Método inductivo:** es un proceso de estudio presentado por casos particulares, para llegar a un fin establecido que lo rige.

- **Método deductivo:** consiste en pasar desde lo general, hasta lo particular.

- **Método analítico:** basado en el análisis de hechos y fenómenos, separando elementos constitutivos para determinar su importancia, relación, constitución y función. Dentro del método analítico existe la clasificación y la función. Esta última consiste en “simplificar las dificultades al tratar el hecho o fenómeno por partes”. La clasificación reúne personas, objetos o conceptos con características particulares.

- **Método sintético:** reúne los ele-



Los niños de primaria tienen mayor memoria que los niños de preescolar.

mentos que se separaron en el método analítico para crear un todo. Este método logra que el niño interactúe más con la información y llegue a un objetivo concreto, además se divide en cuatro partes:

a) **Conclusión:** su proceso es discutir, analizar y comparar resultados para llegar a un cierre adecuado.



4

Ejemplo de un ejercicio práctico

b) Resumen: se basa en reducir a términos breves y precisos lo esencial de un tema.

c) Esquema: es una representación gráfica y simbólica que se realiza de asuntos y formas inmateriales.

d) Diagrama: es un dibujo geométrico en el que se muestra la información de manera clara y precisa.

Las técnicas de enseñanza, son divididas en:

1. **Presentaciones orales o conferencias:** se presenta cuando el profesor se dirige al grupo explicando con un vocabulario entendible para los presentes, debe haber ayudas visuales y puede combinarse con el debate o las preguntas sorpresa.

2. **Presentación oral ilustrada:** son incorporados dibujos, copias de artículos ilustrados, donde lo visual tiene más pregnancia que lo oral.

3. **Debate:** su objetivo es la expresión de ideas, es más fácil trabajar esta técnica con grupos pequeños, porque su participación es activa y tienen un aprendizaje más efectivo. Su estructura: temas a discutir, formación de equipos, estructura y protocolo, duración, informe o reporte.

4. **Demostración:** es una explicación de cómo hacer algo. Demuestra visualmente los resultados que se obtienen al explicar cómo se hace.

5. **Ejercicio práctico:** “se aprende haciendo”. Los estudiantes ponen en práctica su nuevo conocimiento adquirido.



5

Actualmente los niños tienen contacto con las redes sociales, lo que influye en su desarrollo y conducta.



La educación, es un derecho de todos los niños.

6. **Diario reflexivo:** es una herramienta de avalúo utilizada como técnica de enseñanza cuando se modela apropiadamente.

7. **Organizadores gráficos:** activan el razonamiento inductivo, deductivo e interactivo y ayudan a fomentar las estructuras de esquemas mentales.

## 2.3 EDUCACIÓN EN LOS NIÑOS

Todos los niños y niñas tienen derecho a una educación laica y gratuita, sin olvidar la calidad de la misma.

En los últimos años, la educación primaria ha aumentado gracias a la iniciativa “Todos los niños a la escuela”

apoyada por la UNICEF. En el 2009 esta campaña se llevó al cabo en 188 municipios de los estados de Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Yucatán y Zacatecas, consolidándose cada vez más como una plataforma integral para promover la inclusión educativa en dichos estados. La UNICEF implementa esta iniciativa en alianza con organizaciones de la sociedad civil y en estrecha coordinación con los go-

Según datos del INEGI, en Uruapan, existen alrededor de 47,000 niños entre 5 y 14 años.



biernos estatales, las Secretarías de Educación y Salud de los estados, los Sistemas Estatales DIF y las Oficinas de Registro Civil para ir eliminando las causas y las barreras que mantienen a los niños fuera de la escuela.

## 2.4 LA EDUCACIÓN EN LOS NIÑOS DE URUAPAN

Según los datos registrados del INEGI (2010), la educación en Uruapan ha crecido durante los últimos años, y cada día va mejorando, existen 174 escuelas preescolares, 202 escuelas primarias, 59 escuelas secundarias, por mencionar algunas cifras. Finalmente, los planteles educativos tanto en educación básica y media superior suman un total de 465.

Existen aproximadamente 47,000 niños y niñas, que se encuentran entre los 5 y 14 años; de los cuales, una cuarta parte no recibe educación primaria, y el resto asiste a escuelas privadas o públicas.

La educación primaria es muy importante en el desempeño laboral, ya que durante esta etapa se adquieren conocimientos que se tendrán presentes toda la vida. Por esta razón, los docentes en primaria al igual que la educación en general, han aumentado a través de los años; en la actualidad existen 1, 729 docentes activos.

Es importante señalar que el gobierno ha implementado programas donde los niños de primaria especialmente, reciban útiles escolares gratuitos y apoyo alimenticio y/o económico.

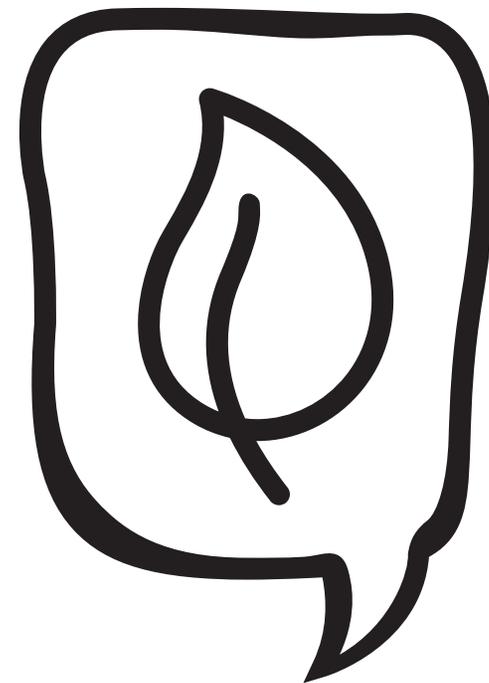
Los métodos de enseñanza de los niños de primaria, son diferentes a los utilizados en preescolar, secundaria, preparatoria y nivel superior, ya que los niños cuentan con un nivel académico a su altura, y por lo tanto los métodos más avanzados no son entendibles para ellos. Sabiendo que los niños son el futuro de nuestro país, en las escuelas se ha implementado un poco la educación ambiental desarrollada en la materia llamada cien-

cias naturales; en la cual, aprenden a cuidar el planeta, además de conocer cómo se desarrolla su cuerpo. Los niños, son seres que se encuentran en un aprendizaje constante, por lo que tienden a imitar lo que ven en personas mayores, por esa razón es importante que reciban educación ambiental, para que desde pequeños sepan cuidar nuestros recursos naturales.



Existe un programa de apoyo para que los niños reciban útiles gratuitos mientras cursan su educación primaria.





**Capítulo 3**  
Educación ambiental en  
Uruapan, Michoacán



La educación ambiental es importante para todo ser humano, para saber cómo cuidar y resguardar nuestros recursos naturales, además de aplicar conocimientos básicos y difundirlos con otras personas para lograr una concientización en los seres humanos. Es por ello que en el presente capítulo, se hablará de qué es la educación ambiental y cómo llega ésta a las escuelas del municipio.

### 3.1 DEFINICIÓN DE EDUCACIÓN AMBIENTAL

La relación entre los seres humanos y la naturaleza ha cambiado a lo largo de la historia, al mismo tiempo los humanos han sido modificados por la naturaleza.

La educación ambiental no es un campo de estudio como la biología, física, química o ecología.

El profesor Smith, define la educación ambiental como: “un proceso que incluye un esfuerzo planificado para comunicar información y/o suministrar instrucción basado en los más recientes y válidos datos científicos al igual que en el sentimiento público prevalente diseñado para apoyar el desa-



Es muy importante impartir educación ambiental en las escuelas.

rollo de actitudes, opiniones y creencias que apoyen a su vez la adopción sostenida de conductas que guían tanto a los individuos como a grupos para que vivan sus vidas, crezcan sus cultivos, fabriquen sus productos, compren sus bienes materiales, desarrollen tecnológicamente, etc. de manera que minimicen lo más que sea posible la degradación del paisaje original o las características geológicas

de una región, la contaminación del aire, agua o suelo, y las amenazas a la supervivencia de otras especies de plantas y animales.”<sup>1</sup>

En palabras cortas, la educación ambiental es definida como: un proceso de formación encargado de adquirir conocimientos y desarrollar hábitos que permitan proteger, preservar y conservar los sistemas de soporte vital del planeta, además de continuar con su desarrollo.

Para impartir una educación ambiental funcional, es necesario seguir un proceso de tres niveles que seleccionan y organizan las actividades más adecuadas. Estos tres niveles son:

- a) Sensibilización: en este nivel se muestra la problemática general, creando interés sobre el problema.
- b) Reflexión: en esta etapa, no solo se requiere estar bien informado, sino que se busca la generación de cambio de actitudes.
- c) Concientización: este último nivel, hace referencia a un compromiso activo, a una participación permanente y conciente.

1. Lic. Claudia Beatriz Cerna Cortés, Jefa de Educación Ambiental; Uruapan, Michoacán.

### 3.2 EDUCACIÓN AMBIENTAL EN LAS ESCUELAS DEL MUNICIPIO

La educación ambiental, es aplicada en el municipio de Uruapan a través de diferentes actividades como: talleres y pláticas pequeñas (conferencias) en las escuelas de la localidad.

Para tener lugar en estas escuelas, es importante señalar, que la solicitud se hace de dos formas: la escuela la solicita o la Dirección de Medio Ambiente hace la solicitud. Cuando la Dirección es la aspirante, debe dirigirse a la Secretaría de Educación en el Estado (SEE), para recibir la autorización que le permita impartir cursos de educación ambiental.

Los huertos familiares ayudan en la adquisición de frutas y verduras para la familia.



El primer contacto que se tiene con las escuelas, se hace directamente con los jefes de sector, supervisores o directores de las instituciones, para presentar el plan de trabajo mediante pláticas inductivas. Dichas actividades, tienen lugar en las diferentes escuelas existentes, a través de la creación de talleres como: elaboración de composta, huertos familiares y reciclado.

Con los residuos orgánicos es posible hacer composta, que no es más que un abono que le va a proporcionar los mejores nutrientes a las plantas y mejorar la estructura del suelo. En el taller de composta se muestra a los niños cómo realizarla utilizando desechos orgánicos; además en que puede ser usada, ya que la basura que generamos a diario no puede ser eliminada por el medio ambiente, por su cantidad y características.

Por ello la necesidad de aplicar prácticas sencillas que nos permiten aportar soluciones a este gran problema.

Un huerto familiar es un sistema de producción tradicional de plantas utilizadas por la familia para autoconsumo o venta, como medicinales, frutales, hortalizas, etc. Sus beneficios son una fuente de alimento y medicinas,



Debemos plantar más árboles de los que se cortan

fuerza de ingresos económicos y genera espacios verdes. Durante el taller de huertos familiares, se explica cómo realizar un huerto familiar con la ayuda de objetos de uso diario.

El reciclaje de la basura está considerado como el medio más adecuado para la reutilización de todos los desechos sólidos producidos como consecuencia de todas las actividades del

ser humano, como lo son: las domésticas, las industriales, las educativas, las comerciales y las de servicios públicos. Por eso es de suma importancia promover una cultura para lograr la reducción de la acumulación de basura a través de la reutilización y reciclaje de los residuos sólidos.

Los talleres de reciclaje son un espacio donde jóvenes y niños, trabajan y se capacitan para aprender el oficio del reciclado de papel, de plástico y otros materiales manejables que se pueden reutilizar, creando nuevas formas aprovechando los residuos sólidos de la basura.

Estos talleres se realizan con un programa educativo con la finalidad de concientizar a la población en el aprovechamiento de los residuos sólidos y así contribuir en la disminución de la contaminación cuidando nuestro medio ambiente.

Este programa está fundamentado por la regla de las 5rs, que son:

1. Reutilizar, darle la máxima utilidad a las cosas sin la necesidad de destruirlas o deshacernos de ellas.
2. Reducir, evitar todo aquello que genera un desperdicio innecesario.



La reforestación es un beneficio para todos.

3. Reciclar, usar los materiales para crear nuevos productos sin utilizar nuevos recursos naturales.
4. Reparar, se refiere a conocer la vida útil de los bienes, reconocer el trabajo humano y valorar los recursos naturales.
5. Reeducar, nada se desecha todo se transforma, esta frase se refiere a

que los materiales que ya no se usan pueden ser reutilizados con otro fin.

Es importante conocer y tener en cuenta que los residuos que desechamos pueden ser reutilizados de diferente manera que como los apreciamos primero.

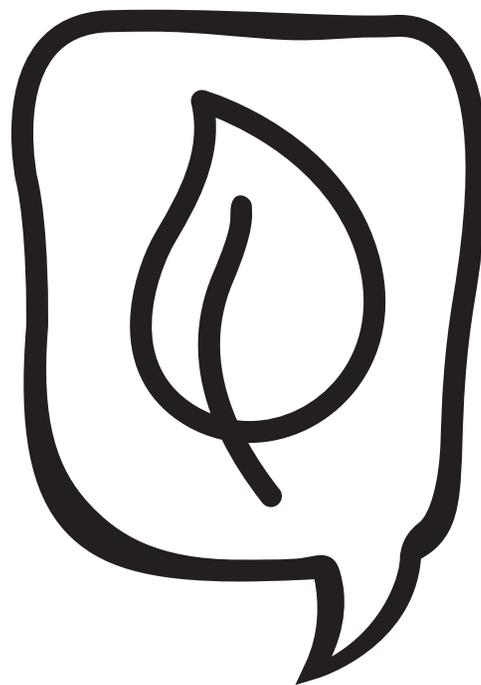
Con una educación ambiental a tiempo, podemos cambiar muchos hábi-

### CAPÍTULO 3: EDUCACIÓN AMBIENTAL DENTRO DE URUAPAN, MICHOACÁN

tos que llevábamos día a día, logrando así una mejor calidad de vida para nosotros y para el desarrollo del medio ambiente. Esto se logra gracias a la concientización y preocupación de algunas personas por rescatar nuestros recursos ambientales, trabajando primeramente con niños planeando la construcción de un centro interactivo de medio ambiente.



La educación ambiental es una actitud que se debe transmitir a los niños.



**Capítulo 4**  
Centro Interactivo de Medio  
Ambiente y Recursos Naturales



El Centro Interactivo de Medio Ambiente y Recursos Naturales, será de gran ayuda para la ciudad de Uruapan, ya que en este municipio no cuenta con un centro de apoyo donde se difunda la cultura ambiental. Al ser establecido y estar en funcionamiento, tendrá grandes impactos dentro de la población.



El Centro Interactivo planea ser como Papalote Museo del niño, pero a menor escala.

#### 4.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El municipio de Uruapan, es el segundo en importancia en el estado de Michoacán, carece de servicios e instituciones donde se promueva la cultura en general, especialmente el cuidado del medio ambiente. Es importante contar con la presencia de un centro interactivo de conocimiento, donde los niños puedan complementar la enseñanza que aporta la escuela; además de presentar avances y logros que se llevan al cabo en el mundo, para tener a los niños mayor informados y darles una educación más completa.

Será un centro cercano a las poblaciones y comunidades de la microcuenca del Cupatitzio, que se verá reflejado en la toma de conciencia de la población, donde las nuevas generaciones

serán quienes respeten y conserven el equilibrio de los ecosistemas. Esto permitirá, trabajar instituciones educativas, sectores empresariales, y contar con la participación de la Presidencia Municipal a través de la Dirección de Medio Ambiente y Recursos Naturales para salvaguardar los recursos naturales en el municipio de Uruapan.

#### 4.2 LOCALIZACIÓN DE LA LUDOTECA

“Para poder realizar el Centro Interactivo de Medio Ambiente y Recursos Naturales es importante contar con un espacio para construir dicha obra. Dentro del municipio de Uruapan, se cuenta con un parque urbano con una extensión de 5.8 has amparadas por la escritura pública con registro 8, tomo 545, del año 1980, a favor del

H. Ayuntamiento de Uruapan, Mich. y decretado como Área Natural Protegida en 1983 durante una sesión de Cabildo; cuenta con 15 cenadores, dos módulos sanitarios distribuidos en la zona sur y norte del parque y una amplia área tanto para realizar actividades deportivas así como recreativas. En las instalaciones del parque se puede encontrar el área de juegos infantiles.



Localización del parque La Pinera.

## CAPÍTULO 4: CENTRO INTERACTIVO DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES

El parque urbano “La Pinera” se localiza al poniente y sur de la ciudad de Uruapan, Michoacán.

### 4.3 OBJETIVO

Desarrollar actividades didácticas enfocadas a nuestro entorno ambiental y el uso sustentable de los recursos naturales, logrando así, una participación mayoritaria en los ciudadanos en las acciones futuras que emprenda la presidencia municipal relacionadas con el cuidado de medio ambiente del municipio de Uruapan.

### 4.4 OBJETIVOS PARTICULARES

- Desarrollar actividades con el fin de incrementar la cultura ambiental en el municipio de Uruapan.
- Contar con material suficiente para talleres de reciclado.
- Elaborar un programa de actividades a realizar dentro del centro.
- Llegar a diversos sectores sociales para lograr una mayor participación de las escuelas, colonias y comuni-



La mejor manera para aprender de un niño es jugando.



Los niños por instinto juegan y desarrollan actividades que les ayuda en su crecimiento.

dades que deseen conocer el centro interactivo.

- Contar con espacios para la elaboración de huerto familiar, composta, plantas medicinales, así como baño seco, estufa patsari, contenedores separadores para el manejo de residuos sólidos y calentador solar.
- Realizar una campaña de difusión para dar a conocer las actividades a realizar dentro del centro interactivo.
- Que el personal cuente con capacitaciones constantes para llevar a buen término las actividades a realizar en el centro interactivo.
- Establecer la imagen corporativa del centro interactivo dentro del parque la Pinera.

- A través de los medios de comunicación llegar a los diversos sectores sociales para lograr mayor participación de las escuelas, colonias y comunidades que deseen conocer el centro interactivo.

## 4.5 IMPACTO DEL PROGRAMA

### 5.5.1 Impacto Social

Como ya ha sido mencionado, Uruapan es la segunda ciudad con mayor importancia dentro del estado de Michoacán y la segunda más poblada; por esta razón, es comparada con la ciudad de Morelia en cuanto a espacios públicos que promuevan la cultura en general. Ya que es una región rica en recursos naturales, que se encuentran fuertemente amenazados, es de vital importancia que este centro interactivo sea un espacio de cambio de conducta en la población infantil.

### 4.5.2 Impacto Económico

- Actualmente, en el parque “La Pinaera” se cuenta con entradas semanales de 1,646 adultos y 745 niños, con una entrada económica aproximadamente de \$16,157.00. Al abrir el centro inte-

ractivo dentro del parque, estas cifras aumentarán y se le dará un mejor tratamiento y conservación al parque.

- Generación de fuentes de empleo.
- Generación de ingresos y servicios que se desarrollen dentro del sitio.

### 4.5.3 Impacto Ambiental

Con estas actividades se conseguirá la participación de los ciudadanos, tanto niños, como jóvenes y adultos; logrando así, fomentar una cultura ambiental en los uruapenses.

## 4.6 ACTIVIDADES A REALIZAR DENTRO DE LA LUDOTECA

### 4.6.1 Centro de Información Ambiental

En este apartado de la ludoteca, se proporcionará información acerca de todo lo referente con el medio ambiente, siendo atendido por especialistas en el ámbito.



Algunas especies de la Colección de Mariposas y otros insectos Dr. Lamberto González Cota

### 4.6.2 Colección de Mariposas “Dr. Lamberto González Cota”

Esta sección tendrá una exposición de mariposas y otros insectos, cuyas especies fueron donadas a la actual administración municipal a través de la Dirección de Medio Ambiente y Recursos Naturales en septiembre de 2010 por la familia González y González.

## CAPÍTULO 4: CENTRO INTERACTIVO DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES

Dicha colección está integrada por 65,000 especies distintas de mariposas y alrededor de 800 especies de diferentes insectos, colectados en diferentes estados de la República y preservados durante años por el Dr. González Cota, considerado como uno de los principales colectores a nivel nacional.

### 4.6.3 Sala Audiovisual

Habitación destinada para audiovisuales referentes al medio ambiente.

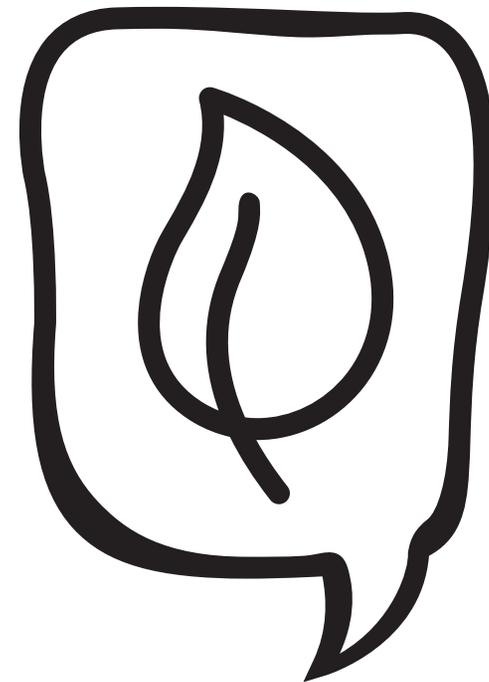
### 4.6.4 Área de Talleres

En este apartado, se darán talleres de reciclado, elaboración de composta y huertos familiares, así como baño seco y estufa patsari.

Los problemas ambientales van creciendo día a día, es por eso, que el H. Ayuntamiento de Uruapan 2008-2011 por medio de la Dirección de Medio Ambiente y Recursos Naturales, se dio a la tarea de crear un proyecto en el cual, los niños uruapenses aprendan a conservar y cuidar nuestro ecosistema, interactuando entre sí; para lograr esto posible, el diseño y la comunicación visual tendrán que intervenir solucionando los problemas que se presenten.



Los niños desarrollan su imaginación a través de estímulos.



**Capítulo 5**  
Diseño y Comunicación Visual



El diseño es muy importante actualmente, ya que gracias a él, empresas mexicanas han crecido y han logrado presencia en el mercado internacional. El diseño cumple con la función de comunicar sea lo que se tenga en mente, comienza con una idea básica y el resultado es impresionante. En México, el diseño ha sido aceptado y se ha ido desarrollando favorablemente.

## 5.1 DEFINICIÓN

Para definir el concepto de Diseño y Comunicación Visual, es importante conocer el significado de sus palabras.

Diseño: es un proceso mediante el cual se acomodan varios elementos, que al adaptarse unos a otros cumplen una función.

Comunicación: es la acción de transmitir un mensaje mediante un medio determinado.

Visual: se refiere a la vista.

El Diseño y Comunicación Visual es entonces; una disciplina, cuyo objetivo principal es lograr una comunicación eficaz mediante una solución visual que cumpla con las característi-

cas que se desean transmitir solucionar un problema gráfico.

Además cumple con la función de persuadir al consumidor mediante imágenes atractivas, por lo que es una herramienta muy usada actualmente con fines publicitarios.

## 5.2 HISTORIA DEL DISEÑO

El diseño como tal, surge de una necesidad humana para crear ideas y transmitir información de manera visual.

Con la invención de la imprenta, se da un gran avance al diseño gráfico; y en especial al uso de la tipografía. Anteriormente, los libros eran escritos de forma caligráfica, pero debido a este gran invento, comenzaron a imprimirse mediante tipos móviles. Con esto, también llegó la revolución industrial, la cual dio un avance sobresaliente a esta disciplina. En 1920, fue fundada la escuela Bauhaus en Alemania dando nombre al Diseño Gráfico. El dadaísmo, futurismo, cubismo, de stijl, suprematismo y el constructivismo a lado de la Bauhaus, crearon una nueva visión que influyó en el diseño y en las artes visuales.



Para algunos diseñadores del mundo, el diseño más que una profesión es un estilo de vida.

Esta disciplina se desarrolló mejor después de la segunda guerra mundial, porque influyó en la forma de pensar y vivir en las personas de esa época. Fue una etapa que marcó el comienzo del diseño moderno, en primer lugar por su aceptación y en segundo por el reflejo en el comportamiento de las nuevas generaciones. El diseño gráfico en México se dió a conocer a partir de las Olimpiadas de 1968, ya que el



La Bauhaus, fue la escuela de diseño, arte y arquitectura fundada en 1919 por Walter Gropius en Weimar (Alemania).

logotipo causó gran impacto en los mexicanos y obtuvo bastante éxito, a la fecha es referencia para el crecimiento y avance del diseño.

Con el paso de los años, ya existía la posibilidad de recopilar imágenes de épocas pasadas, esto debido a los avances en la electrónica. En 1984 con la aparición de programas de autoedición, las computadoras sustituyeron los procesos técnicos por procesos análogos.

En nuestros días, el diseño forma parte de la vida cotidiana del ser humano. Más que una disciplina, es una necesidad humana para solucionar problemas de comunicación visual.

El diseño es importante en la vida del ser humano; porque todos los objetos materiales que se perciben desde la mañana hasta la noche, son diseño; incluyendo las imágenes que hay en la calle, como: espectaculares, anuncios de establecimientos, nomenclatura de las calles, carteles, entre otros; los cuales tienen la finalidad de informar, promocionar o vender productos a un público determinado.

### 5.3 ÁREAS DEL DISEÑO

La función principal del Diseño y Comunicación Visual es transmitir un mensaje a través de un medio determinado; por esta razón, se divide en diferentes áreas, que son:

#### 5.3.1 Diseño Editorial

Esta área, está encargada de todo lo referente al material escrito. Su función es realizar un buen manejo de tipografía e imágenes en el espacio de cada página, adecuando la letra para su fácil legibilidad y el formato para no generar desperdicio de papel. También utiliza herramientas como la fotografía e ilustración.



Ejemplo de Diseño Editorial.

El diseño editorial es utilizado para realizar periódicos, revistas, folletos, catálogos, entre otros. Se tiene un gran campo de trabajo para realizarse con la mayor creatividad posible y crear pregnancia en el receptor.

#### 5.3.2 Diseño Publicitario

En la actualidad, vivimos bombardeados de anuncios publicitarios para adquirir productos, estos anuncios, deben permanecer en el subconsciente del receptor para que él los compré, y forman parte de una rama del diseño, llamada Diseño Publicitario, que es el

área que está relacionada con la promoción y venta de bienes y servicios; logrando así, una venta más satisfactoria para la empresa.

Abarca desde revistas, periódicos, *flyers*, trípticos, carteles, anuncios espectaculares, material de promoción, puntos de venta, hasta *spots* para radio y televisión. La función principal del diseño publicitario, es vender.

### 5.3.3 Diseño Multimedia

Esta disciplina es una combinación de imágenes y sonido, se emplea por lo general en el cine, televisión, multimedia e internet.

Es importante el trabajo de un diseñador en esta área, por el manejo y creación de las imágenes en secuencia del audiovisual, debe tener interés en analizar y crear movimiento. Los primeros ejemplos de esta área, se pueden encontrar en las películas a blanco y negro sin sonido, donde sus títulos estaban compuestos por tipografía muy simple.

### 5.3.4 Diseño de Envase y Embalaje

Esta área del diseño, tiene la función de proteger un producto, y hacer que este sea atractivo por medio de su

imagen. Es importante que su imagen refleje la calidad del producto, ya que se convierte en la preferencia del cliente. En esta área, el diseñador tiene más posibilidades de hacer más creativo su diseño, debido a que puede utilizar diversos recursos. El envase tiene funciones como: vender el producto, conservar en buen estado el producto, proporcionar información al consumidor, fácil transporte, hacer

4



5



Ejemplos de Diseño de Envase y Embalaje.



Identidad Corporativa.

más larga la vida del producto en el anaquel, entre otros.

### 5.3.5 Identidad Corporativa

La identidad corporativa es el manejo explícito de la forma con que se perciben las actividades de una compañía.

Es el área más común de un diseñador, donde se crea una marca o identidad gráfica, ésta debe hacer referencia a la personalidad de una organización, empresa o institución.

La imagen creada es utilizada en múltiples aplicaciones que la empresa requiera, promocionando y difundiendo el establecimiento; tiene cuatro componentes, los cuales son:

a) Producto o servicio, lo que se vende.

## CAPÍTULO 6: DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

b) Ambiente, donde se fabrica o se vende.

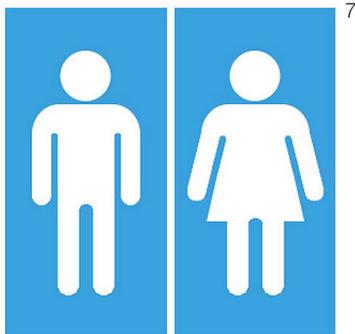
c) Comunicación, cómo describir al producto.

d) Comportamiento, cómo se comportan las personas dentro y fuera del ambiente.

La identidad corporativa es acompañada de un manual, que es utilizado para aplicar la imagen en donde se requiera, de modo que no se deforme y no pierda su estética.

### 5.3.6 Señalización

Es el área encargada de comunicar instantáneamente mediante códigos y señales. Cumple la necesidad de dirigir o identificar para el entorno del ser humano, pero esto sólo es posi-



La señalización es importante para el desarrollo de las actividades dentro una empresa.



El material didáctico influye en el desarrollo de la infancia.

ble mediante la elección de elementos adecuados y legibles.

La señalización tiene un proceso de seis etapas, que son proyecto, encuesta, proposición, desarrollo, producción e instalación. Las señales pueden promover, informar, advertir, decorar, prohibir, inspirar confianza, animar e impresionar.

## 5.4 MATERIAL DIDÁCTICO

Para definir el material didáctico, separaremos las palabras, dando significado a cada una de ellas, material nos recuerda el vocablo cosa, y se entiende por didáctica a la enseñanza y el aprendizaje, por ende, el material didáctico son las cosas que ayudan en el aprendizaje y la enseñanza de los alumnos.

El material didáctico no entra en ningún área del diseño, toma elementos y herramientas para complementarse, tiene la función de enseñar e instruir a los alumnos. Las escuelas cumplen con dos objetivos fundamentales, socialización y creatividad, este último se refiere a que el infante desarrolle su imaginación por medio de estímulos que proporciona el material; la socialización es la interacción entre dos o más niños los cuales adquieren conocimientos con el mismo método.

Este material proporciona al alumno sensaciones visuales, auditivas y táctiles.

El material didáctico según su durabilidad es dividido en:

a) Fungible, se refiere a todo el material que al usarlo se gasta; y se subdivide en material fungible de uso diario

y material de uso específico. De este modo, los lápices, bolígrafos y cuadernos entran dentro de esta clasificación; mientras que materiales como plastilina, pegamento, tela, entran en la clasificación de materiales de uso específico.

b) Durable, este nombre es asignado a todas las cosas que no se desgastan después de un largo uso, en esta clasificación entran los libros, audiovisuales, mapas, útiles de dibujo, entre otros.

El material didáctico contemplando su procedimiento de obtención, se clasifica en:

a) Material hecho en la escuela, son todos los productos que se elaboran dentro del aula de clases a partir de una materia prima, dándole una trans-

formación total y larga vida al producto obtenido.

b) Material adquirido, se refiere a todos los productos que se compran en el comercio.

## 5.5 DISEÑO DE INTERIORES

El diseño de interiores según *The National Council for Interior Design Qualification* es una profesión en la cual la creatividad y las soluciones técnicas se aplican dentro de una estructura para construir un ambiente interior. Estas soluciones son estéticamente atractivas y funcionales porque mejoran la calidad de vida y cultura de los ocupantes. Los diseños se crean en respuesta y en coordinación con la construcción exterior del edificio y

Elementos para realizar material didáctico en la escuela.



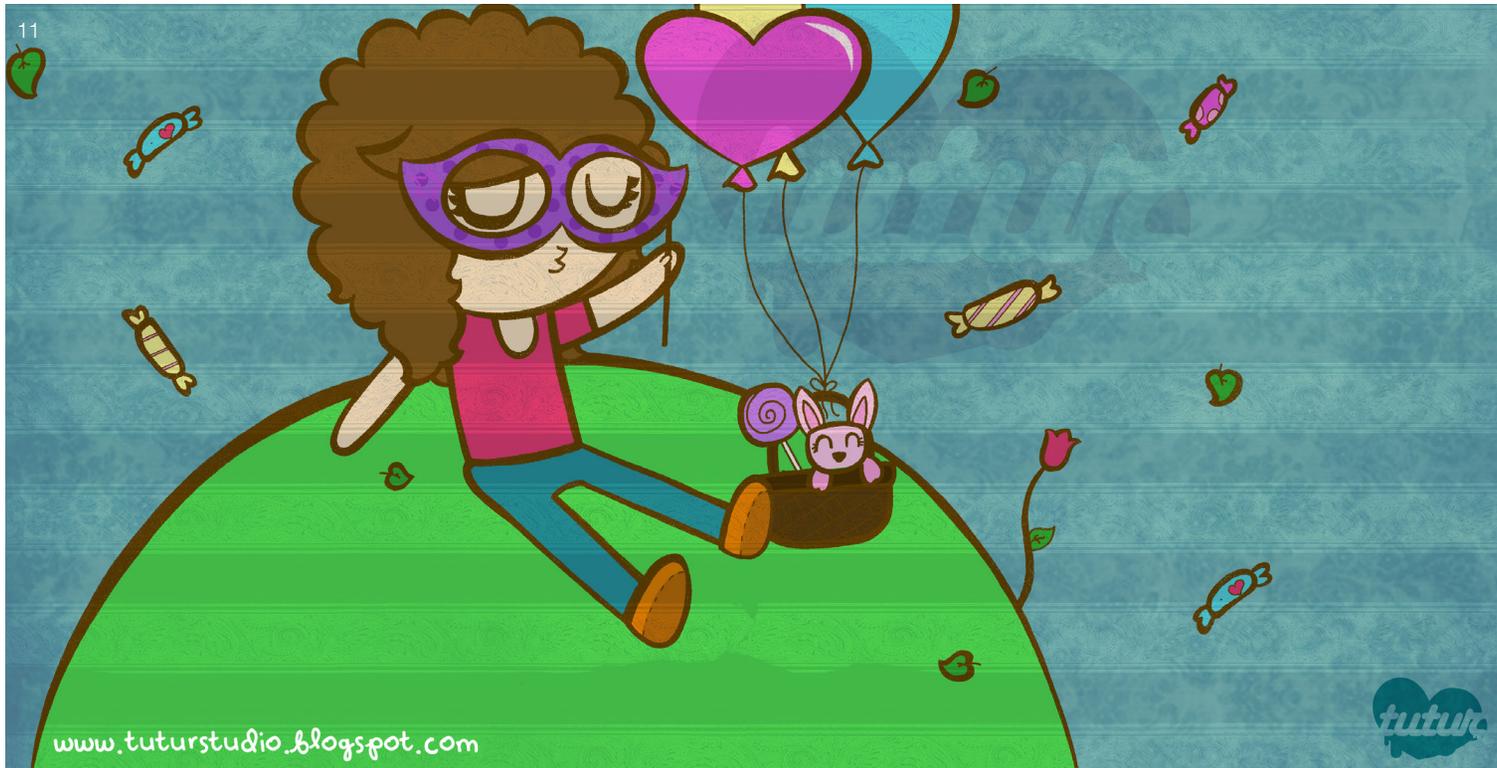
El formato se refiere al tamaño del papel.

acorde a la ubicación física y el contexto social del proyecto. Los diseños deben cumplir con el código y los requisitos reglamentarios, y fomentar los principios del medio ambiente sostenible.

El diseño interior incluye una gama de servicios realizada por un profesional de diseño profesional, calificado por medio de la formación, la experiencia y la titulación, para proteger y mejorar la salud, la seguridad y el bienestar del público.

### 5.5.1 Museografía

El término museografía hizo su aparición en el siglo XVIII, y se designa para describir el contenido de un museo, así como las funciones que conciernen al acondicionamiento del mismo, tales como la conservación, restaura-



Una de las tendencias actuales del diseño es utilizar la ilustración como herramienta de comunicación.

ción, seguridad y exposición, y para nombrar las prácticas intelectuales.

## 5.6 HERRAMIENTAS DEL DISEÑO

Son aquellas que hacen posible la organización de los elementos del diseño en un marco de referencia, tales como:

### 5.6.1 Imagen

Se conoce como imagen a todo lo que se percibe con la vista. También existe la imagen táctil y auditiva. La imagen visual es la más utilizada en el diseño gráfico y se presenta en diferentes formas como la **fotografía**, **caricatura**, **ilustración** y **estilización**.

La **fotografía** es el medio más apegado a la realidad y genera en el receptor gran impacto. La imagen es muy usada por un diseñador, porque muestra rasgos reales para mostrar alguna persona, lugar o algún producto.

La palabra fotografía se deriva de dos vocablos de origen griego, *foto* que significa luz y *grafía*, que es escritura, por consiguiente; complementan-

do estos dos conceptos, se entiende como fotografía a escribir o dibujar con luz.

Por otra parte, la **caricatura** es un dibujo con una expresión acentuada y exagerada de la realidad. Tiene dinamismo y calidad de línea. Exagera expresiones como los rasgos de la cara, proporciones del cuerpo y movimientos.

La **ilustración** en cambio, es un arte que se ha realizado a lo largo del tiempo, ahora es un recurso muy utilizado en el diseño. Actualmente, la ilustración deja de ser arte y se convierte en profesión.

La **estilización** es una simplificación de los rasgos reales de una fotografía, persona u objeto. Cuenta con tres niveles: representacional, abstracto y simbólico.

La **infografía** brinda la posibilidad de contextualizar la información de manera muy creativa mediante estilizaciones y tipografía.

### 5.6.2 Tipografía

Se define como tipografía al arte o

# Helvetica<sup>12</sup> Film in Bangkok

# 50

screen+talk+show+play

Saturday night  
13 October 2550  
SF World Cinema Central World

more information [www.bangkokdesignfestival.com/helvetica50/](http://www.bangkokdesignfestival.com/helvetica50/)



La tipografía Helvetica tiene alrededor de 50 años, y es muy usada en el estilo suizo.

técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa; es transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia las palabras.

La tipografía es una herramienta del diseño muy usada, cuando se desea complementar la imagen, o simplemente cuando se realiza diseño editorial.

Ésta debe ser analizada cuidadosamente antes de elegirse, se debe tomar en cuenta su peso, puntaje, familia, entre otras características tipográficas.

El campo tipográfico abarca desde la realización de libros hasta periódicos, anuncios publicitarios o revistas y cualquier otro documento impreso que se comunique con otros mediante palabras.

## 5.7 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación en nuestros días son de suma importancia, siempre se encuentran a donde volteamos y están en constante transformación. Se dividen en: impresos, electrónicos y especializados.

### 5.7.1 Medios Impresos

Son los medios que exigen atravesar por un proceso de impresión, como su nombre lo dice. Este tipo de medios son físicos, se pueden tocar; el lector es muy variado, pues generalmente ellos son los que buscan al medio y se sienten atraídos por él. Es importante distinguir entre cada uno de los medios impresos, ya que varían en público, tiempos de salida y publi-

## CAPÍTULO 5: DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

cación. Los medios impresos más conocidos son:

- **Periódico**, llega a casi toda la sociedad y hace una clara distinción entre los temas y secciones, el lector lee sólo lo que le interesa. Esta publicación se imprime diariamente con noticias de última hora. El nivel cultural con el que cuenta el periódico, es muy alto. Tiene un bajo costo para el lector y permite la aplicación de un mensaje en la sección específica. El tamaño físico y la forma del anuncio pueden modificarse para obtener el grado de dominio o de repetición idóneos para el propósito del patrocinador. Éste puede utilizar anuncios en blanco y negro, en colores, suplementos dominicales o inserciones para determinado público.

- **Revista**, genera un vínculo entre los lectores que la comparten. Tiene un costo más elevado que el periódico, pero aún así es adquirida por sus lectores. Existen revistas para todos los gustos y para cada personalidad, hay revistas financieras, de deportes, economía, culturales, sociales, por nombrar solo algunas.

Las revistas se dividen según su periodicidad de impresión en: semanales, quincenales, mensuales y bimestrales.



Ejemplo de cartel tipográfico.

Una revista generalmente es leída por más de una persona y presenta muy buena calidad de impresión. El color da a los lectores placer visual y la reproducción del color es excelente en revistas satinadas. Con el color mejora la imagen y se identifica el paquete, en pocas palabras vende bien.

- **Volantes**, son medios de comunicación directos; porque son recibidos físicamente. Su mensaje debe ser claro y debe permanecer en la mente del receptor; sin embargo, no son tan efectivos, porque en ciertas ocasiones son entregados a gente que no le interesa el mensaje.

- **Carteles**, en un material gráfico que permite transmitir un mensaje, contiene en su mayoría imágenes y texto breve para causar impacto en el receptor. Ha sido definido por algunos estudiosos como “un grito en la pared”, debe llamar la atención al ser visto de una distancia considerable. El cartel se divide en formativo e informativo, el primero se utiliza como un medio para propiciar el establecimiento de hábitos de higiene, salud, limpieza, seguridad, orden, etc. También se usa para generar actitudes de confianza, actividad, esfuerzo, conciencia, etc.

En cambio, el segundo; es el que está planeado para comunicar eventos, conferencias, cursos, reuniones sociales, espectáculos, etc. Este tipo de carteles puede ser presentado sólo con texto, para lo cual se recomienda letras grandes sobre fondo de color contrastante. Los textos deberán proporcionar sólo la información indispensable.

### 5.7.2 Medios Electrónicos

Este tipo de medios, necesita energía eléctrica para hacer llegar el mensaje. Tienen la limitante de que su impacto es nulo en zonas rurales o en aquellas donde el servicio eléctrico no ha llegado. Necesitan energía tanto para la generación del mensaje como para su transmisión y, obviamente, su recep-



La función principal del diseño publicitario es vender.



Un cartel es “un grito en la pared”.

ción. Su fuerza radica en la urbanización y el entretenimiento. Son divididos en:

- **Televisión**, éste es el medio de comunicación masiva por excelencia; sus características son claras y su programación variada. Cualquiera que pretenda realizar una campaña de gran alcance, o en zonas muy alejadas, deberá considerar la televisión,

este medio está conformado básicamente por tres sistemas: la televisión de señal abierta, la televisión por cable y los sistemas satelitales.

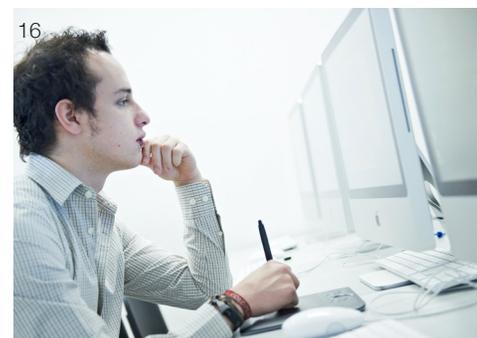
- **Cine**, este medio es muy especializado y también muy caro; sin embargo, ofrece la ventaja casi única de mantener al público sentado, escuchando y viendo el anuncio.

El cine es un medio audiovisual electrónico que, al igual que la radio, permite impactar a segmentos de mercado específicos; sin embargo, su alcance es muy bajo. La contratación de este medio se maneja por grupos o complejos.

- **Radio**, es el medio de comunicación masiva que mejor permite segmentar mercados, tanto por valores y estilos de vida como por actividades y horarios. Actualmente existe en fase de prueba un par de sistemas de radio satelital con música continua y donde no escuchará locutor alguno.

### 5.7.3 Medios Especializados

Son los medios que resultan ser poco comunes, su uso es específico y agradan al receptor. Los medios especializados tienden a ser llamativos, aunque



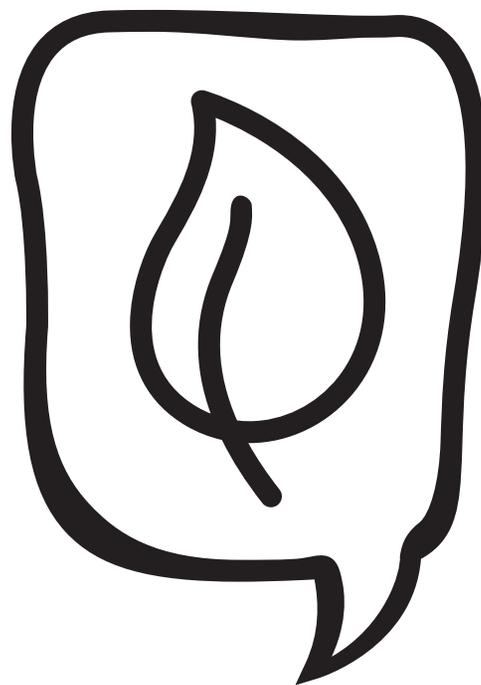
El uso del internet ha revolucionado con el paso del tiempo.

en algunas ocasiones no transmiten ningún mensaje. Las playeras, bolígrafos, lápices, tazas, llaveros, vasos, pulseras, termos, bolsas; por mencionar algunos, entran en esta categoría de medios.

Es importante señalar que en nuestra vida diaria todo lo que nos rodea es diseño, al prender la televisión, tomar el café, salir a la calle y ver los diferentes anuncios colocados en puntos estratégicos, todo es diseño, pero en diferente área. Para que un diseño sea funcionable y pregnante, es necesario que mantenga un equilibrio entre sus herramientas y sus elementos que lo componen. Los medios de comunicación influyen inconscientemente en la vida diaria, haciendo que el receptor compre productos que no necesite, sólo por el hecho de que el envase sea atractivo a la vista.

Como diseñadora al momento de comenzar un nuevo proyecto, es importante investigar que se ha hecho al respecto para dar solución al problema gráfico que se presenta y así asegurarnos de que el mensaje llegue al público meta de manera correcta.





**Capítulo 6**  
¿Qué se ha hecho?



En este apartado, se presentan soluciones gráficas a problemas relacionados con centros interactivos infantiles.

Como diseñadores, siempre buscamos los ejemplos de las mejores soluciones gráficas a los problemas similares que tenemos que resolver, para completar nuestra lluvia de ideas, el proceso creativo y generar una estrategia que funcione de manera adecuada.



## 6.1 Nivel Internacional

### 6.1.1 Try Science

Lugar: New York, E. U.

Fecha: mayo, 2007

Tipo de aplicación: página web

Análisis connotativo: Va dirigido a niños porque su tipografía refleja inquietud, a causa de la forma de la letra; además, de dinamismo o interacción por medio del contraste de colores primarios que maneja entre las pestañas. La tipografía utilizada en la mayoría de los textos es legible, pero la tipografía de los botones no se lee bien de lejos. El cromatismo manejado en la tipo-

grafía no funciona, debido a que las letras de las pestañas son amarillas y no existe contraste entre los colores de éstas y la tipografía.

El estilo manejado es representacional, pero no es funcional para representar una página web dirigida a los niños, carece de estilizaciones que vayan de acuerdo a los intereses de los niños. En general, refleja seriedad y no es divertida ni atractiva para los niños; por tal motivo, va dirigida a personas adultas por los colores y tipografías que posee.

Tiene buena legibilidad, aunque su tipografía no tiene estética.



### 6.1.2. Museo Interactivo Mirador

Lugar: La Granja, Santiago de Chile

Fecha: marzo, 2000

Tipo de aplicación: logotipo

Análisis connotativo: Su estilización es de nivel simbólico y tiene terminaciones en picos, lo cuál hace que exprese agresividad y negatividad; el manejo tipográfico no refleja el trabajo de un diseñador, los colores que se utilizan son los primarios, esto favorece y tiene relación con el museo interactivo.

En general el logotipo no tiene estética ni equilibrio.

Hace falta trabajo en la composición tipográfica para que plasme el concepto que se quiere representar.



### 6.1.3. Naturnova Centro Interactivo de Medio Ambiente

Lugar: España.

Fecha: desconocida

Tipo de aplicación: logotipo

Análisis connotativo: su tipografía es Comic Sans, refleja antiprofessionalismo; a causa de ser muy común, no cumple con el impacto deseado. Los colores no favorecen su legibilidad, debido a que su cromatismo no tiene contraste.

El estilo utilizado es abstracto, la estilización de la tierra dentro del corazón tiene estética pero las estrellas y la luna no combinan con los colores que ésta presenta.

El fondo no tiene contraste con las letras, y eso evidencia que el logotipo del Centro Interactivo, no fue creado por un diseñador. La composición es buena y mantiene equilibrio.



## 6.2 Nivel Nacional

### 6.2.1 Papalote Museo del Niño

Lugar: México, D. F.

Fecha: 90's

Tipo de aplicación: logotipo

Análisis connotativo: su tipografía es legible y va de acuerdo al museo interactivo, no es deformada ni alterada, solo es acomodada para dar movimiento.

Su color es azul y su estilo manejado es simbólico para dar suavidad y tener un toque infantil. Al ser a un solo color, hace posible su fácil reproducción en diferentes soportes e impresiones.

Refleja seriedad y dinamismo al mismo tiempo, tiene movimiento y es bastante legible e impactante.

Estos elementos reflejan limpieza, interacción y diversión. Tiene buena estilización y manejo tipográfico. Es funcional a causa de que puede imprimirse a una sola tinta, pero su tipografía impide que pueda ser reproducido en tamaño menor a 2cm.

## 6.2.2 Papalote Museo del Niño

Lugar: México, D. F.

Fecha: diciembre, 2005

Tipo de aplicación: banner promocional

Análisis connotativo: su tipografía es recta con las puntas redondeadas lo que provoca legibilidad; el color es adecuado para ser leído de una distancia considerable.

El estilo manejado y la ilustración no son los mejores para representar lo que se dice textualmente, hace falta algo que represente lo que se está leyendo. El fondo de color blanco se presta a que los elementos que están dentro de él, tengan un buen contraste y llame la atención.

El diseño refleja seriedad y confianza, además de transmitir el mensaje escrito claramente.

El banner tiene legibilidad a causa de su manejo tipográfico y cromatismo usado.



**¡Ahorra hasta \$380.00!**

**Museo + Megapantalla IMAX +  
Domodigital + Autobús Fantástico**



### 6.2.3 Papalote Museo del Niño

Lugar: México, D. F.

Fecha: agosto, 2008

Tipo de aplicación: página de Facebook

Análisis connotativo: su tipografía y su puntaje son los adecuados para una página web, los banners que se presentan de lado derecho están muy bien realizados y los colores utilizados son contrastantes con el fondo.

El estilo manejado es simbólico y funciona bien para ser entendido por niños de primaria y secundaria.

El diseño en general refleja profesionalismo, interacción y confianza. Abundan los colores fríos, esto fortalece la confianza que se quiere plasmar.

Tiene buena legibilidad a consecuencia de su puntaje y color tipográfico.

#### 6.2.4 Papalote Museo del Niño

Lugar: México, D. F.

Fecha: 2012

Tipo de aplicación: banner

Análisis connotativo: la composición del banner está basada en la ley de los tercios, y por lo tanto mantiene equilibrio asimétrico representando los valores del centro.

Los colores elegidos favorecen al mensaje, ya que son primarios y secundarios.

La tipografía es legible y adecuada para ser leída por adultos y niños, esto refleja una buena composición tipográfica. Su fondo es blanco y eso provoca que el diseño en general tenga estética y buena legibilidad.

## CAPÍTULO 6: ¿QUÉ SE HA HECHO?

### 6.2.5 Museo Interactivo El Trompo

Lugar: Tijuana, B. C., México.

Fecha: desconocida

Tipo de aplicación: logotipo

Análisis connotativo: la tipografía que se usa en el logotipo es de la familia Bauhaus, tiene buena legibilidad y estética. A causa del buen manejo cromático, los colores utilizados contrastan bien dentro de un fondo blanco y provocan que sea pregnante en el receptor, el logotipo se presta para reproducirse en una sola tinta.

Su estilo es abstracto pero se entiende bien y va de acuerdo a las características que quiere representar el museo.

Su tratamiento tipográfico está pasado de moda.



**el trompo**  
Museo Interactivo Tijuana



### 6.2.6 Museo Interactivo El Trompo

Lugar: Tijuana, B. C., México.

Fecha: duración de la campaña 7 días

Tipo de aplicación: banner

A simple vista da la impresión de un anuncio de halloween por el color morado y el personaje, pero cuando nos detenemos a leer y analizar nos damos cuenta de que se trata de un museo interactivo.

Análisis connotativo: su tipografía utilizada es Arial, ésta es muy común, no refleja innovación ni vanguardia en el diseño; su composición tipográfica es deficiente porque los textos no tienen dinamismo, lo que le provoca poco profesionalismo, sus colores son contrastantes y son los mismos que maneja el logotipo, refleja unión y fortaleza.

La caricatura que se encuentra de lado izquierdo carece de calidad e imaginación, es muy simple y tiene un estilo de línea muy anticuado y esto se asocia con debilidad.



### 6.2.7 Museo Interactivo El Trompo

Lugar: Tijuana, B. C., México

Fecha: abril, 2010

Tipo de aplicación: cartel

Análisis connotativo: buena elección tipográfica, aunque pudiera ser mejor. El cromatismo manejado es muy bueno, ya que existe contraste entre los textos y el fondo y esto a su vez hace que sea legible.

El personaje tiene un estilo muy innovador y estético. El manejo de luces y sombras es apropiado y muy bien trabajado. La ubicación del personaje hace que la atención sea en el centro.

La silueta de las letras debe ir más pequeña, porque contrastan más unas frases menos importantes que otras.

### 6.2.8 Museo Interactivo El Trompo

Lugar: Tijuana, B. C., México  
Fecha: diciembre, 2009  
Tipo de aplicación: cartel

Análisis connotativo: La tipografía utilizada es legible y tiene buena composición. La perspectiva usada en la frase principal, refleja dinamismo.

Su estilo es simbólico y vanguardista, sus colores son los adecuados para llamar la atención y causar agrado entre los niños.

La caricatura de lado izquierdo no tiene movimiento como la tipografía. Hace falta más interacción del personaje con el cartel, porque contrasta el diseño tipográfico bien realizado y un personaje deficiente.





### 6.2.9 Museo Interactivo El Trompo

Lugar: Tijuana, B. C., México

Fecha: desconocida

Tipo de aplicación: página web

Análisis connotativo: Utilizan la familia tipográfica Bauhaus para reflejar diversión, esto no se logra debido a que su composición tipográfica es deficiente, falta interacción con el puntaje tipográfico.

Sus colores son contrastantes con el fondo, los personajes tienen estilo simbólico y aspecto infantil, esto hace que el diseño del intro de la página se vea unificado.

El color blanco no es favorable para la temática de la página ya que se ve muy formal, en mi opinión hace falta alguna textura que acompañe el color blanco en el fondo.



### 6.2.10 Centro Interactivo de Educación Ambiental Sierra de Guadalupe

Lugar: San Cristóbal, Ecatepec, Edo. de México

Fecha: abril, 2010

Tipo de aplicación: logotipo

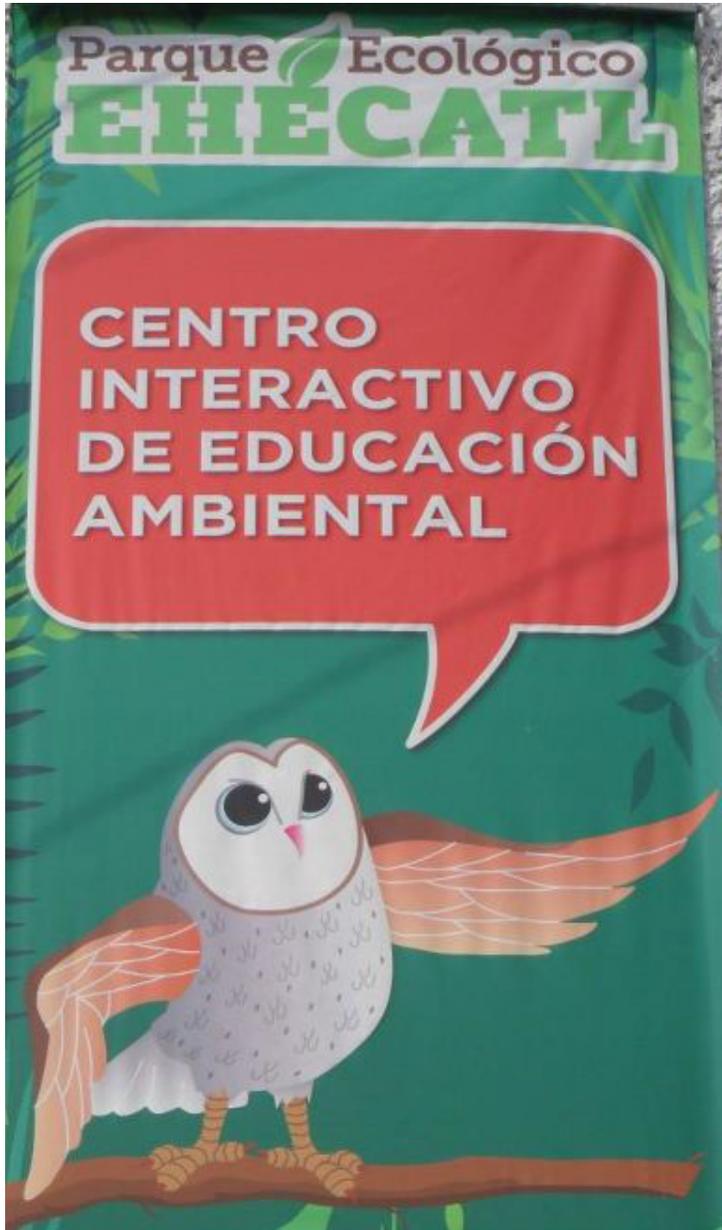
Análisis connotativo: Primeramente, para ser logotipo tiene mucho deta-

lle, sus colores no son los adecuados para representar un centro interactivo, su manejo tipográfico es deficiente y su tipografía es demasiado formal y común.

Tiene equilibrio, pero su tipografía no tiene dinamismo, esto refleja que el centro interactivo va dirigido para otro público meta que no precisamente, son los niños.

La estilización de la lechuza tiene mucho detalle para ser reproducida fácilmente, esto refleja poco trabajo de diseño.

Sus colores no son adecuados para un centro dirigido a niños, su tipografía es ilegible.



### 6.2.11 Centro Interactivo de Educación Ambiental Sierra de Guadalupe

Lugar: San Cristóbal, Ecatepec, Edo. de México

Fecha: abril, 2010

Tipo de aplicación: lona publicitaria

Análisis connotativo: Los colores utilizados tienen buen contraste, su tipografía es legible, pero no es la adecuada para un centro interactivo ya que es demasiado formal, aparte de ser anticuada y demasiado desinteresada, debido a la estructura de la letra. Carece de dinamismo y composición tipográfica.

La ilustración del búho quiso tener un estilo representacional, pero es deficiente; hace falta mucho trabajo digital.

### 6.2.12 Centro Interactivo de Educación Ambiental Sierra de Guadalupe

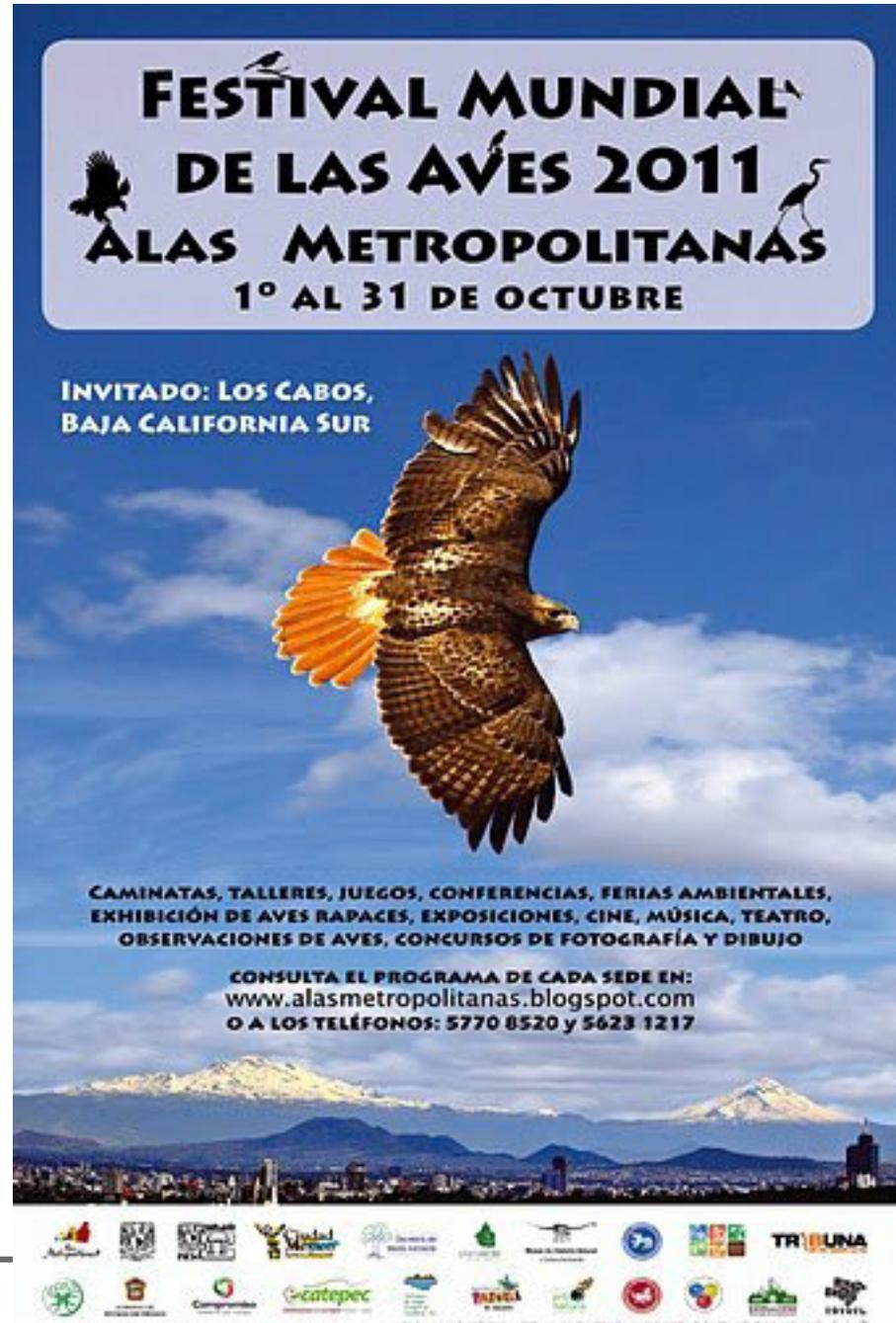
Lugar: San Cristóbal, Ecatepec, Edo. de México.

Fecha: septiembre, 2010

Tipo de aplicación: cartel

Análisis connotativo: su tipografía es bold, gracias a esto es legible, su composición general hace que la atención se fije en el centro, la foto no favorece mucho al mensaje que se quiere transmitir, hace falta más dinamismo dentro del cartel, esto se puede lograr con una gama cromática y una tipografía adecuada; para los textos solo se utiliza negro y blanco y hace que el cartel se vea sin vida.

Debido al fondo saturado, el ave tiene más pregnancia que los textos, los colores elegidos son muy opacos. Carece de interacción en el texto principal del cartel.





### 6.2.13 Centro de Ciencias Explora

Lugar: León, Guanajuato, Méx.

Fecha: desconocida

Tipo de aplicación: logotipo

Análisis connotativo: su tipografía es funcional y legible, pero hace ver al logo poco profesional, además de que está deformada y es muy usada.

Los colores del logotipo son buenos, ya que facilitan su reproducción, la estilización tiene un estilo simbólico, lo que hace que el receptor la recuerde fácilmente; se presta a ser reproducido en una sola tinta.

Pese a los aciertos buenos, carece de estética, composición tipográfica y vectorización adecuada del símbolo.

### 6.2.14 Centro de Ciencias Explora

Lugar: León, Guanajuato, Méx.

Fecha: junio, 2011

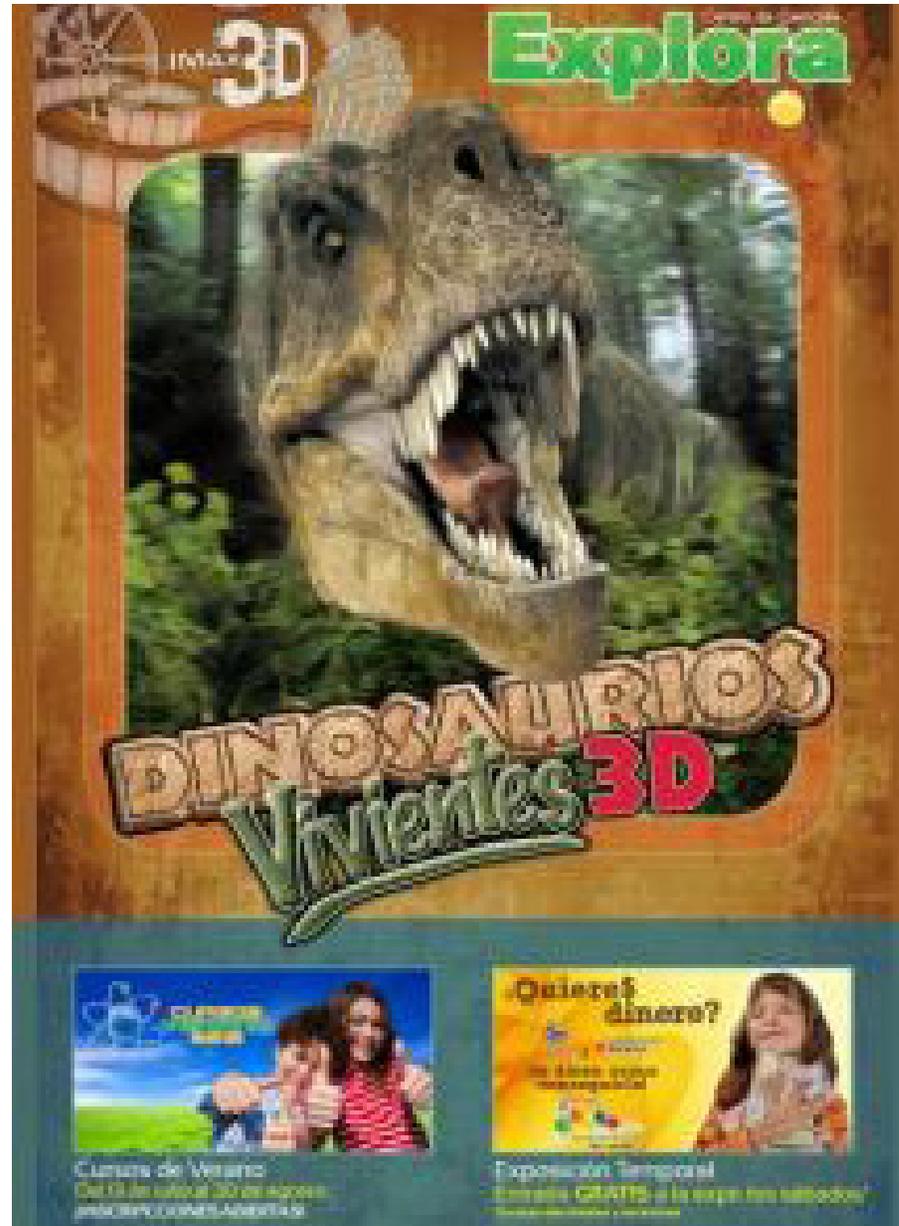
Tipo de aplicación: banner

Análisis connotativo: la composición del cartel es funcional, porque la atención se centra en la foto del dinosaurio. Es innovador y el estilo va de acuerdo con el Centro Explora.

El manejo tipográfico es bueno y dinámico, porque su tipografía puede leerse de cerca y de lejos. Los colores son adecuados y contrastan con el fondo.

Causa impacto y buena recepción del mensaje.

La tipografía inferior no se alcanza a distinguir mucho y eso provoca confusión en el mensaje.



## CAPÍTULO 6: ¿QUÉ SE HA HECHO?



### 6.2.15 Centro de Ciencias Explora

Lugar: León, Guanajuato, Méx.

Fecha: abril, 2011

Tipo de aplicación: lona publicitaria

Análisis connotativo: sus colores son llamativos y adecuados para verse de lejos.

Su tipografía es legible de cerca y de lejos. El estilo manejado va de acuerdo al Centro de Ciencias, utiliza una fotografía para reforzar lo que ya se ha escrito; el fondo está bien realizado y su composición es buena. El fondo parece ser una imagen bajada de internet.

En general el diseño refleja confianza y buena relación familiar.

## 6.2.16 Centro de Ciencias Explora

Lugar: León, Guanajuato, Méx.

Fecha: junio, 2011

Tipo de aplicación: lona publicitaria

Análisis connotativo: su cromatismo es bueno, utiliza una gama tonal verde, su composición está basada en la sección aurea, tiene estética pero está muy saturado de elementos tipográficos. Las estilizaciones usadas van con el estilo del texto. La fotografía tiene buena resolución y está bien planeada.

A primera vista da la impresión de que se trata de algún cartel para reforestar, sólo por los colores, además porque no lleva en ningún lado del cartel el logotipo de Explora.

No tiene seriedad, debido a que no muestra el logotipo del Centro de Ciencias.

**COMUDE**

CAJA POPULAR MEXICANA

Te invitan a:

**6<sup>ta.</sup>** Carrera

**DIA del PADRE**

**5 y 10 km**

**\$160,000** pesos en premios

y participa en el

**1ER GRAN FESTIVAL DEL DIA DEL PADRE**

en el Parque Explora

Inscripciones en:

**martí**  
Vivir es un deporte

**Domingo 19 Junio 9:00 a.m.**

**PAPÁS TRAIGAN A SUS HIJOS**

MUNICIPIO **ACTIVO** PARA VIVIR MEJOR

PROYECTO **CORREDOR**

**POWER ADE**

Informes : proyectocorredor@hotmail.com o al **Tel.: 311 9254**



### 6.2.17 Museo Interactivo Trompo Mágico

Lugar: Zapopan, Jalisco, Méx.

Fecha: desconocida

Tipo de aplicación: logotipo

Análisis connotativo: la elección de la tipografía es buena, debido a que es legible y puede ser impresa en tamaño pequeño, los colores usados tanto en el símbolo como en la estilización son colores primarios, esto favorece a los valores y misión del museo interactivo y refleja que va dirigido a niños.

El símbolo contiene figuras geométricas que facilitan la reproducción de piezas pequeñas cuando sea necesario, refleja que ha sido muy bien trabajado.



### 6.2.18 Museo Interactivo Trompo Mágico

Lugar: Zapopan, Jalisco, Méx.  
Fecha: junio, 2011  
Tipo de aplicación: banner

da al azar. La tipografía es legible y los colores hacen que contraste del fondo. La composición es buena porque la atención está en el centro, donde se ubica el mensaje principal. Tiene estética y buen manejo cromático.

Análisis connotativo: la elección de la fotografía no fue la mejor, considero que hizo falta trabajar más en la elaboración de esta, se nota que fue elegi-

## CAPÍTULO 6: ¿QUÉ SE HA HECHO?



**Reservaciones al Trompo Mágico**  
 Av. Central 750, Residencial Poniente,  
 CP 45136, Zapopan, Jalisco.  
[www.trompomagico.com](http://www.trompomagico.com)  
**Atención a Grupos: 30 30 00 01,**  
**(02, 03 y 05).**

### 6.2.19 Museo Interactivo Trompo Mágico

Lugar: Zapopan, Jalisco, Méx.  
 Fecha: 2011  
 Tipo de aplicación: calendario

Análisis connotativo: buena elección tipográfica, por ser medium y sans serif, permite ser leída sin problemas.

Los colores manejados son adecuados, porque cada mes se identifica por un color y esto genera que el niño comprenda más fácilmente. El estilo empleado tiene originalidad y va dirigido para padres e hijos. Cumple con la función de enviar correctamente el mensaje. Tiene estética.

Las fotografías usadas en el calendario son buenas porque captan a los niños realizando las actividades que el museo ofrece, aunque se pueden mejorar.



### 6.2.20 Museo Interactivo Trompo Mágico

Lugar: Zapopan, Jalisco.

Fecha: noviembre, 2011

Tipo de aplicación: banner

Análisis connotativo: La tipografía que se utiliza en este banner es bold, sus colores son llamativos y causan impacto en el receptor, los personajes

que aparecen bajo el texto tienen el mismo estilo del fondo y eso unifica el diseño. La composición se enfoca al centro del banner.

Los personajes tienen estilo simbólico y buena simetría.

## CAPÍTULO 6: ¿QUÉ SE HA HECHO?



### 6.2.21 Museo Interactivo Trompo Mágico

Lugar: Zapopan, Jalisco, Méx.

Fecha: octubre, 2010

Tipo de aplicación: cartel

Análisis connotativo: los colores utilizados son llamativos y causan gran impacto en el receptor, la elección de su tipografía es buena porque refleja tradición, confianza y costumbres.

El cartel tiene contraste y su composición es adecuada, también tiene equilibrio asimétrico. Y la ilustración tiene estilo simbólico, pero pudo ser mejor agregando detalles al rostro de los personajes.

Las barbas del rebozo hacen ruido en la composición del cartel, pues no se ve unificado con el diseño en general.



## 6.2.22 Museo Interactivo Trompo Mágico

Lugar: Zapopan, Jalisco, Méx.

Fecha: desconocida

Tipo de aplicación: PDF

Análisis connotativo: tiene buena composición y legibilidad, su tipografía es clara y grande, los colores que se utilizan son adecuados, porque permiten leer el mensaje principal sin alguna dificultad. Su estilo es limpio y da confianza.

Su tipografía es acertada debido a que puede ser leída sin forzar la vista.

En general, transmite el mensaje adecuada y claramente, invitado al lector a seguir nutriéndose de información.



**¡Apunta a tu grupo y déjate guiar!**

**Trompo Mágico**  
Museo Interactivo  
de Ciencias y Tecnología

Mes de secundarias y preparatorias.

**¡A mitad de precio!**

En febrero, 50% de descuento en los recorridos grupales.

Los grupos deben ser de 20 a 40 personas.  
Esta promoción no es válida con otras. Se aplican restricciones.

Reserva en **Atención a Grupos**  
Av. Central 750, Residencial Poniente, CP-45136, Zapopan, Jalisco. Contáctanos: **30 30 00 01** (con terminaciones **02, 03 y 05**)

### 6.2.23 Museo Interactivo Trompo Mágico

Lugar: Zapopan, Jalisco, Méx.

Fecha: enero, 2011

Tipo de aplicación: Volante

Análisis connotativo: la fotografía llama la atención por la niña que se encuentra de lado izquierdo. Los colores elegidos provocan que el receptor mantenga la vista en el volante, su tipografía es legible.

La composición es buena, porque la fotografía está basada en la ley de los tercios y mantiene estética.

Refleja seriedad y confianza. La fotografía refleja e invita a la colectividad y el trabajo en grupo.

## 6.2.24 Museo Interactivo Trompo Mágico

Lugar: Zapopan, Jalisco, Méx.

Fecha: 2010

Tipo de aplicación: banner

Análisis connotativo: el color elegido para el banner provoca que el mensaje sea ilegible, ya que tiene fondo amarillo con texto verde y blanco. La tipografía es bold, pero los colores elegidos para ésta, provocan que no sea legible, no tiene contraste y se pierde con el fondo.

La composición es buena, porque está basada en dos columnas, por lo que el banner tiene equilibrio asimétrico.

Aunque no se utiliza ningún recurso como la fotografía o ilustración, el mensaje es pregnante y legible.

**Club @ Trompo Mágico**

**Eres parte del club**

**Entérate**

**Talleres de Verano**

Por nuestro planeta **Trompo Mágico**

**Inscríbete antes del 15 de junio y recibe un regalo sorpresa!**

Para niños y niñas de 3 a 12 años.  
Del 14 de julio al 14 de agosto de 2009, de 9:00 a 1:00 horas.  
Inscríbete de una hasta cinco semanas, de martes a viernes.  
Contáctanos: 30 30 00 01 al 03 (línea gratuita).

**Costos:**  
400 pesos por niño,  
370 pesos por niña, dos semanas o más.  
Descuentos a hermanos.

**Requisitos:**  
Acta de nacimiento original y copia y 3 fotografías del menor; además, una fotografía de la persona autorizada para recoger al niño.

**Talleres**

**Energízate**  
*ciencia y tecnología*  
Aprovechamos las fuentes renovables de energía: los rayos del sol, el viento, el agua.

**Sacude el esqueleto**  
*Educación física*  
Como, levanta, levanta, levanta y pon a prueba tu musculatura física.

**Hechos y rehechos**  
*reciclaje*  
¿Quién inventó las cosas, las caídas o los bancos? ¿Cómo funcionan? Estética, transportes de juguete con material reciclado.

**Terrícolas**  
*Educación ambiental*  
Conoce sobre los organismos, ciclos de vida y cómo funcionan algunos habitantes de la tierra, como animales, plantas, vegetales.

**Naturartístico**  
*arte*  
Agua, tierra, viento, luz... ¡viva a hacer obras de arte con materiales de los cuatro elementos que crean la naturaleza!

**Un dos tres por todos**  
*Educación para la paz*  
Para disfrutar de nuestras sesiones y de todo lo que nos ofrece, vamos a jugar juntos y a realizar actividades divertidas relacionadas con la libertad, la convivencia y la armonía.

Si usted no desea seguir recibiendo estos mensajes, remita este correo a la dirección de origen.

Contáctanos: 30 30 00 30 / [www.trompomagico.com.mx](http://www.trompomagico.com.mx)

## CAPÍTULO 6: ¿QUÉ SE HA HECHO?

### 6.2.25 Bebeleche Museo Interactivo

Lugar: Durango, Méx.

Fecha: 2011

Tipo de aplicación: cartel

Análisis connotativo: Los colores usados tanto de fondo como para textos son adecuados y causan impacto en la gente, la combinación de morado y amarillo da al impresión que es publicidad de Teletón.

La composición es buena porque hace que el receptor mantenga su mirada en el centro, las imágenes que se encuentran en la parte superior no están dentro del diseño del cartel, se ve como si estuvieran flotando y no entran en el estilo de la composición.

Su tipografía es acertada, ya que es legible y hace que el mensaje sea impactante.

**La Feria Nacional Durango 2011**  
**Te invita a:**

**bebeleche**  
Museo Interactivo de Durango

**Tu boleto de entrada a la feria te da un acceso para un menor a Bebeleche.**

\*Consulta políticas y restricciones.

**2X1**  
**SEPTIEMBRE**  
**OCTUBRE**  
EN RESERVACIONES

\* VÁLIDO EN RESERVACIONES PARA GRUPOS ESCOLARES DE MARTES A VIERNES DE 9:00 A 18:00 HRS.  
\* VIGENCIA DEL 6 DE SEPTIEMBRE AL 31 DE OCTUBRE  
\* NO APLICA CON OTRAS PROMOCIONES O DESCUENTOS

QUERIDO PROFESOR:  
en **bebeleche**

Mi clase es más divertida

bebeleche Museo Interactivo de Durango  
**Esmás divertido**

DONDE APRENDER ES UN JUEGO

Síguenos en:  
facebook.com/bebelechemus  
twitter.com/bebeleche

Tel. 01 (618) 8 27 25 25  
www.bebeleche.org.mx

Museo Interactivo de Durango

crecemos en familia

DIF ESTATAL

DURANGO

### 6.2.26 Bebeleche Museo Interactivo

Lugar: Durango, Méx.

Fecha: octubre, 2011

Tipo de aplicación: cartel / banner

Análisis connotativo: causa impacto por el contraste del fondo y el mensaje de “2X1” que se encuentra en la parte superior izquierda.

La fotografía de la parte inferior no es muy buena, debido a que fue tomada sin planearse bien y no tiene estética, por ser la fotografía principal quita el profesionalismo al buen diseño que tiene el cartel.

Su tipografía es acertada ya que es legible y hace que el mensaje sea impactante.

## CAPÍTULO 6: ¿QUÉ SE HA HECHO?

### 6.2.27 Bebeleche Museo Interactivo

Lugar: Durango, Méx.

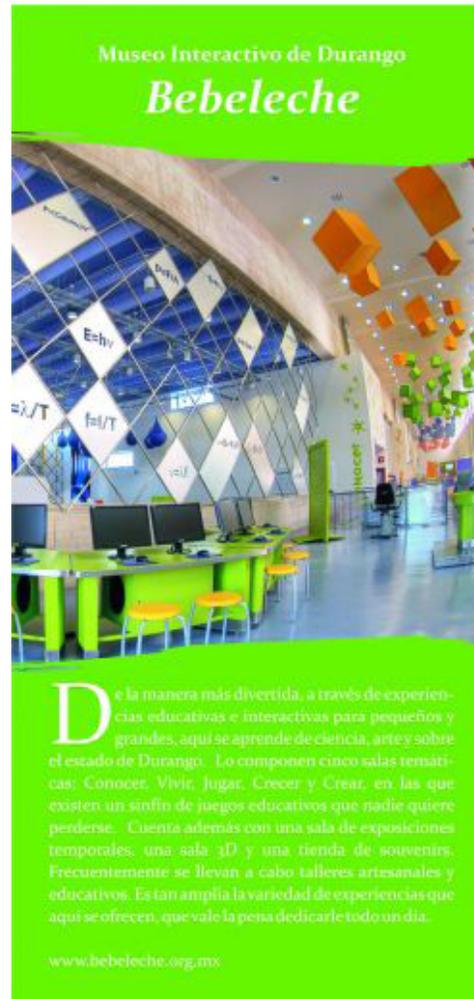
Fecha: desconocida

Tipo de aplicación: díptico

Análisis connotativo: Debido a los colores que tiene el documento llama la atención; pero al centrar la vista en él, puede hasta lastimar los ojos de lo brillante que es el color de fondo.

La tipografía no es la mejor, pero aplicada sobre verde fluorescente es imposible ser leída. La composición es buena.

Tratándose del museo Bebeleche, y comparando el diseño del díptico con las aplicaciones anteriores analizadas; es probable que este diseño haya sido realizado por una persona sin conocimientos.





### 6.2.28 Bebeleche Museo Interactivo

Lugar: Durango, Méx.  
Fecha: noviembre, 2011  
Tipo de aplicación: banner

Análisis connotativo: el formato es bueno, los colores usados para complementar el mensaje de la foto son brillantes y llaman la atención. La tipografía es clara y legible.

La composición es pregnante, ya que le da movimiento a los textos. Las letras que se encuentran de lado inferior derecho son muy pequeñas y no se leen.

La única falla del diseño de este banner, es la fotografía; no está planeada y eso se nota a simple vista.

## CAPÍTULO 6: ¿QUÉ SE HA HECHO?

### 6.2.29 Bebeleche Museo Interactivo

Lugar: Durango, Méx.

Fecha: mayo, 2011

Tipo de aplicación: cartel

Análisis connotativo: causa impacto e interés a primera vista debido a su composición y los colores usados, las fotografías que en él se encuentran son muy buenas, a causa de que están bien planeada y fueron seleccionadas para su colocación.

La tipografía es legible y su color contrasta con el fondo. Tiene estética y su composición hace que la atención sea en el centro del cartel.

En general, el diseño del cartel refleja interacción y trabajo en equipo.

**Estas vacaciones**  
**¡pásate la bebeleche!**

El día del niño regalaremos sonrisas con miles de sorpresas que estamos preparando para ti  
Eventos especiales los días: 30 de abril, 1 y 2 de mayo

**bebeleche**  
Museo Interactivo de Durango

**DONDE APRENDER ES UN JUEGO**

**CUPÓN DE DESCUENTO**  
Presenta este cupón en taquillas y obtén el paquete familiar a precio de paquete Bebeleche.

**\$200**  
No acumulable  
No aplica con otras promociones  
Oferta a disponibilidad

HORARIO VACACIONAL MARTES A DOMINGO DE 10 AM A 7 PM  
RECUERDA QUE TU RECORRIDO PUEDE DURAR MÁS DE 5 HORAS  
WWW.BEBELECHE.ORG.MX

# ¡AYUDEMOS A VERACRUZ!

**ARTÍCULOS QUE MÁS SE NECESITAN**

- >LATAS DE ATÚN Y SARDINA
- >PURÉ DE TOMÁTE
- >MAYONESA
- >ARROZ
- >FRIJOL EN LATA O EN GRANOS
- >CAFÉ SOLUBLE
- >ALIMENTO Y PAÑALES PARA BEBE
- >SAL
- >SOPA DE PASTA
- >AZÚCAR
- >ACEITE
- >CHILES ENLATADO

**NO SE SOLICITA ROPA NI AGUA**

**TUS APORTACIONES SON RECIBIDAS DE:  
MARTES A VIERNES DE 9 AM A 6PM Y SÁBADOS Y DOMINGO DE 10 AM A 7 PM**

**ADEMÁS ¡IBEBELECHE TE PREMIA!**  
TU APORTACIÓN TE REGALA UNA ADMISIÓN  
AL ESTRENO DE LA PELICULA 3D:  
AVENTURAS DE UNA TORTUCA

Museo Interactivo de Durango

### 6.2.30 Bebeleche Museo Interactivo

Lugar: Durango, Méx.

Fecha: septiembre, 2010

Tipo de aplicación: banner

Análisis connotativo: Los colores usados tanto para el fondo como para la tipografía, son adecuados. La tipografía usada tiene buena legibilidad debido a su estructura sans serif. La composición favorece también esto, está basada en la sección aurea.

La estilización no tiene relación con el mensaje que se está comunicando, es una estilización del Estado y a la vez un ave pero por sus esquinas redondeadas refleja suavidad y confianza. Este banner va dirigido a los padres de familia por la información que contiene.

## CAPÍTULO 6: ¿QUÉ SE HA HECHO?

### 6.2.31 Bebeleche Museo Interactivo

Lugar: Durango, Méx.

Fecha: septiembre, 2011

Tipo de aplicación: cartel

Análisis connotativo: su tipografía es legible y los colores empleados para ésta le favorecen. El fondo está muy bien realizado y las estilizaciones que en él se encuentran fueron muy bien trabajadas, los colores usados para la elaboración del cartel son muy contrastantes y causan impacto en el receptor.

Su composición es equilibrada y su estilo es simbólico y a la vez muy vanguardista, esto hace que el cartel sea innovador y novedoso. Tiene estética en todos los aspectos, desde la composición hasta el comatismo.



### 6.2.32 Museo Interactivo de Xalapa

Lugar: Xalapa, Veracruz, Méx.

Fecha: desconocida

Tipo de aplicación: logotipo

Análisis connotativo: el color usado para el logotipo es adecuado porque son colores primarios y se asocian con los niños, la composición y su estructura se prestan a que el logotipo sea reproducido en una sola tinta.

El manejo tipográfico es muy común y hace que el museo se vea poco profesional o poco confiable. Utilizan estilo simbólico para hacer al logotipo con menos detalle. Esto le favorece al museo porque puede ser reproducido en tamaño pequeño.



## CAPÍTULO 6: ¿QUÉ SE HA HECHO?

### 6.2.33 Descubre Museo Interactivo de Ciencia y Tecnología

Lugar: Aguascalientes, Méx.

Fecha: 2011

Tipo de aplicación: logotipo

Análisis connotativo: usa colores fríos, tiene contraste y se distinguen de cerca y de lejos. Su tipografía es un poco ilegible, ya que es itálica y si se reduce a tamaño muy pequeño puede perder visibilidad.

La estilización usada tiene nivel simbólico y representa el edificio donde se encuentra el museo. Esto lo hace ver anticuado, porque se pudieron explotar más elementos en el diseño del museo. Tiene equilibrio asimétrico gracias a su composición.





### 6.2.34 Descubre Museo Interactivo de Ciencia y Tecnología

Lugar: Aguascalientes, Méx.

Fecha: enero, 2010

Tipo de aplicación: banner

Análisis connotativo: La tipografía utilizada para textos informativos es Avant Garde, ésta es delgada y además está

deformada, se pierde a una distancia considerable.

El cromatismo utilizado son colores fríos, esto favorece a la fotografía que se encuentra dentro del cartel.

El mensaje es claro y corto. Su estilo es representacional. Considero que los logotipos ubicados en la parte inferior están muy grandes y llaman más la atención que el propio texto.

Un grave error en este banner, es que la fotografía tiene mayor impacto que el texto que contiene el mensaje.



### 6.2.35 Descubre Museo Interactivo de Ciencia y Tecnología

Lugar: Aguascalientes, Méx.

Fecha: enero, 2010

Tipo de aplicación: banner

Análisis connotativo: su tipografía refleja diversión, es legible, excepto en los textos donde tiene degradado.

El cromatismo usado hace referencia al medio ambiente. La ilustración fue usada como recurso principal y los personajes reflejan confianza además de ser atractivos para los niños.

Su composición está basada en la sección aurea. A pesar de ser un banner cargado de elementos gráficos, se entiende perfectamente el mensaje.

**HORARIOS**

LUNES, MARTES, MIÉRCOLES,  
JUEVES Y VIERNES

**8:00 A 19:15**

SÁBADO, DOMINGO  
Y DÍAS FESTIVOS

**12:00 A 19:15**

\* SE CIERRA DE: 15:30 A 16:00

**souvenirs**  
TIENDA DE RECUERDOS

The banner features a green background with horizontal stripes. It contains text in blue and yellow boxes. At the bottom, there are colorful illustrations of a cactus, a gift box, and a bear, along with a logo for 'souvenirs TIENDA DE RECUERDOS'.

### 6.2.36 Descubre Museo Interactivo de Ciencia y Tecnología

Lugar: Aguascalientes

Fecha: abril, 2010

Tipo de aplicación: banner

Análisis connotativo: La tipografía es light y bold, esto provoca equilibrio en la composición. Su estilo es simbólico, existe contraste en el color de fondo y en la tipografía.

Cumple con la función de transmitir el mensaje claramente.

Su composición es central y simétrica. El fondo usado interactúa bien con la estilización y la tipografía.

## CAPÍTULO 6: ¿QUÉ SE HA HECHO?

### 6.2.37 Papagayo Museo Interactivo

Lugar: Villa Hermosa, Tabasco, Méx.

Fecha: desconocida

Tipo de aplicación: logotipo

Análisis connotativo: tiene estilo simbólico y eso hace que el receptor lo recuerde fácilmente, considero que el estilo utilizado hace que se vea mal vectorizado pero se puede pulir un poco más para que las plastas se vean unificadas y no burdas.

Utiliza colores primarios y un secundario para dar ese toque infantil. La tipografía que se utilizó se lee bien de cerca y de lejos pero es muy común. y eso refleja poco trabajo del diseñador. El manejo tipográfico es opacado por la estilización.

El equilibrio que tiene el logotipo es asimétrico y su composición está basada en la ley de los tercios.

La idea del logotipo es buena, pero falló la solución del mismo.





### 6.2.38 Papagayo Museo Interactivo

Lugar: Villa Hermosa, Tabasco, Méx.

Fecha: desconocida

Tipo de aplicación: página web

Análisis connotativo: El estilo está unificado con el logotipo, los dos son simbólicos, la diferencia es que en el logotipo son colores planos y la ilus-

tración de abajo está resuelta en 3D, esto refleja seriedad y confianza a causa del trabajo invertido en la ilustración.

El color de fondo representa el cielo tiene contraste con la ilustración y el logotipo. La tipografía utilizada es clara y legible, pero considero que se puede aumentar el puntaje para que sea más visible.

## CAPÍTULO 6: ¿QUÉ SE HA HECHO?

### 6.2.39 Papagayo Museo Interactivo

Lugar: Villa Hermosa, Tabasco, Méx.

Fecha: 2010

Tipo de aplicación: cartel

Análisis connotativo: la tipografía utilizada es adecuada en puntaje y color para ser leída por su público meta, que en este caso son niños de 8 a 12 años.

La caricatura del lado izquierdo tiene un estilo simbólico al igual que el fondo, existe contraste entre el fondo y la tipografía. Su composición está segmentada en dos columnas, esto proporciona equilibrio.

Los colores utilizados contrastan entre sí a excepción del texto que se encuentra en la parte superior, éste tiene letra amarilla, silueta blanca y el color de fondo azul cielo.

Presenta equilibrio asimétrico gracias a la composición dividida en dos columnas.



Las vacaciones  
**VUELAN**  
en Papagayo

**CURSOS DE VERANO > 2010**

**Diplomado  
en Robótica**

**PRIMER CURSO:**  
Del 13 al 30 de julio

**SEGUNDO CURSO:**  
Del 3 al 20 de agosto

**HORARIO:** 10:00am a 2:00pm

**EDAD:** 8 a 12 años

**COSTO:** \$3,000.00 por niño

**CUPO LIMITADO**

**INFORMES:** Tel. 310.31.20 ext. 1018  
01.800.832.32.32

**www.papagayo.org.mx**



#### 6.2.40 Museo Sol del Niño

Lugar: Mexicali, B. C.

Fecha: desconocida

Tipo de aplicación: logotipo

Análisis connotativo: la estilización representa un sol pero en nivel abstracto. La tipografía es bold en color azul, complementario del naranja, esto hace que el logotipo tenga buen contraste y gama tonal adecuada. Refleja fuerza, seriedad y confianza.

El logotipo tiene equilibrio asimétrico y se basa en una composición centrada.

Es simple y legible, lo que favorece el impacto en los niños. Además de que puede reproducirse en tamaño pequeño y en cualquier medio de impresión.

## CAPÍTULO 6: ¿QUÉ SE HA HECHO?

### 6.2.41 Museo Sol del Niño

Lugar: Mexicali, B. C., Méx.

Fecha: abril, 2010

Tipo de aplicación: cartel

Análisis connotativo: el color de fondo contrasta muy bien con el color utilizado para los textos.

La tipografía es clara, da sensación de limpieza y confianza. Gracias al cromatismo y a la composición la atención se dirige hacia el centro, específicamente a la frase que dice “Para damnificados del valle de Mexicali”.

El mensaje es claro y llega al receptor de manera rápida. Su composición genera impacto y hace que el mensaje tenga seguridad y fuerza.

**Centro  
de Acopio**  
**MUSEO SOL DEL NIÑO**

**Para Damnificados del Valle  
de Mexicali**

**¡Tu Ayuda es  
muy Importante!**

**IMAX THEATRE** | **SOL del NIÑO**

**www.sol.org.mx**

### 6.2.42 Museo Sol del Niño

Lugar: Mexicali, B. C., Méx.

Fecha: octubre, 2010

Tipo de aplicación: cartel

Análisis connotativo: tiene estilo representacional. El cromatismo va de acuerdo al tema del cartel; su tipografía es bold y light, lo que causa un equilibrio visual entre el texto y la foto de la parte superior.

Su composición está justificada en el centro, eso provoca simetría y seriedad en el mensaje.

El mensaje es claro y llega al receptor de manera adecuada.



**Ya es hora**  
Que te informes  
**1 día por el cáncer**

- Exposiciones
- Talleres
- Ciclo de conferencias
- Pláticas
- Opiniones

**Viernes 22 de Octubre de**  
**9:00 a.m. a 2:00 p.m.**  
**¡Infórmate y participa!**

Informes: **554.9494**  
[www.sol.org.mx](http://www.sol.org.mx)



## CAPÍTULO 6: ¿QUÉ SE HA HECHO?

### 6.2.43 Laberinto de las Ciencias y las Artes

Lugar: San Luis Potosí, Méx.

Fecha: desconocida

Tipo de aplicación: logotipo

Análisis connotativo: el símbolo representa un laberinto y está bien estilizado.

La tipografía es Avant Garde y presenta un buen manejo tipográfico ya que tiene un equilibrio visual entre el símbolo y la tipografía. El logotipo está equilibrado asimétricamente y tiene colores secundarios, lo que hace que el centro interactivo este dirigido para niños mayores de 6 años

A pesar de tener buena composición y manejo tipográfico, el color de fondo no favorece al logotipo, porque no tiene contraste con los demás colores y hace que se pierda.



### 6.2.43 Laberinto de las Ciencias y las Artes

Lugar: San Luis Potosí, Méx.

Fecha: abril, 2011

Tipo de aplicación: cartel

Análisis connotativo: tiene estilo simbólico muy bien realizado, su composición está centrada y esto hace que la atención de vaya hacia el mismo centro. La tipografía es adecuada pero su puntaje es muy pequeño para leerse fácilmente, necesita umentarse un poco más.

El título del cartel llama la atención e invita al lector a que baje su mirada para continuar leyendo. El cromatismo utilizado causa contraste entre el texto y el fondo. posición, tipografía, caricatura.

El personaje que aparece en el cartel tiene estética y va de acuerdo al tema. Tiene un estilo vanguardista, es amigable y sociable. Su estilo es innovador y fresco al no tener línea de contorno.

Síguenos en:  

# Noche astronómica de Yuri Gagarin

Jueves 28 abril - 19:00 hrs.

Conciertos infantiles *Los Botes Cantan* y *Encantados de Cantar*  
Clown Show: *Amasijo*  
Eurobungee  
Danza: *Hip Hop*  
Cortometrajes infantiles  
Cuentacuentos: *El Universo*

Intervención audiovisual: *Sound Vision* Ibhan García y Joel Alejandro  
Jazz en vivo: *Funktonics*

Salas: Tras los colores, Redes y Conexiones y Desde el Espacio  
Planetario vivo.\*

Observación astronómica: *Saturno, Galaxia de Bode M18 y Objeto M03.\**  
Conferencia: *Pídele al tiempo que vuelva: la ciencia de los viajes en el tiempo*  
Impartida por el Fis. Sergio de Régules Ruiz Funes.

\* Las observaciones astronómicas están sujetas a las condiciones climatológicas.

**Fiesta de Yuri Gagarin**

· Servicio de cafetería · Música en vivo · Adultos \$50 / niños \$20

A los visitantes que traigan su telescopio y lo compartan, le obsequiaremos: entrada gratis con tres acompañantes y una cortesía en cafetería

Secretaría de Cultura  
Instituto Mexicano de Cinematografía  
DIRECCIÓN GENERAL DE ALAMEDA  
Tel: 102-7800  
Bvd. Antonio Roqui Cordero  
www.museolaberinto.com

laberinto  
de las Ciencias y las Artes

## CAPÍTULO 6: ¿QUÉ SE HA HECHO?

### 6.2.44 Laberinto de las Ciencias y las Artes

Lugar: San Luis Potosí, Méx.

Fecha: mayo, 2011

Tipo de aplicación: cartel

Análisis connotativo: el color usado para el fondo tiene contraste con el color de texto; la tipografía utilizada se puede leer solo de cerca debido a su puntaje, esto es un punto negativo para el cartel.

La estilización del cerebro tiene un nivel simbólico, pero a la vez abstracto ya que está representando dos conceptos al mismo tiempo, está muy bien simplificada y tiene estética en sus formas. Considero que las letras que contienen los datos son muy pequeñas y esto hace que el cartel pierda legibilidad y atención de parte del lector.



Noche astronómica  
**Mi cerebro**  
**está enamorado**  
jueves 26 de mayo - 20:00 hrs.

Observación astronómica: **M44 el pesebre, M13 cúmulo de Hércules y Saturno.\***  
Planetario Vivo.\*

Salas: **Desde el Espacio / Hacia lo Imperceptible**  
Exposiciones: **SLP Vivo / Paisajes Forestales en 3D**  
Cortometrajes alemanes: **La rueda, Consecuencia, El círculo,**  
**¿Y qué haces tú contra el cambio climático?**  
Conferencia: **Te regalo mi cerebro!**  
Impartida por la Dra. Carolina Escobar Briones  
Danza contemporánea: **Unidanza**  
Música fusión: **Agente 33**

\* Las observaciones astronómicas están sujetas a las condiciones climatológicas.

· Servicio de cafetería · Música en vivo · Entrada general \$50 pesos

Precio especial para estudiantes con credencial de la UASLP \$25 pesos

Secretaría de Cultura  
COETHE-INSTITUT MEXICO  
Tel: 102.78.00  
Blvd. Antonio Rocha Cordero  
www.museolaberinto.com  
laberinto



### 6.2.45 Museo Interactivo La Avispa

Lugar: Chilpancingo, Guerrero, Méx.

Fecha: desconocida

Tipo de aplicación: logotipo

Análisis connotativo: la estilización de la avispa es abstracta y un poco confusa para su público meta, que son niños de primaria. La tipografía es clara y legible, además tiene dinamismo gracias a su manejo tipográfico, apta para adultos y niños; tiene equilibrio asimétrico.

Sus colores son primarios y secundarios, adecuados para la edad a la que va dirigido el mensaje.

La avispa tiene mucho parecido en la estilización del Museo Interactivo El Trompo. Y esto hace que el público meta haga comparaciones y se de a la idea de que tienen alguna relación.

Su composición es basada en la sección aurea y presenta equilibrio asimétrico.

## CAPÍTULO 6: ¿QUÉ SE HA HECHO?

### 6.2.46 Museo Interactivo La Avispa

Lugar: Chilpancingo, Guerrero, Méx.

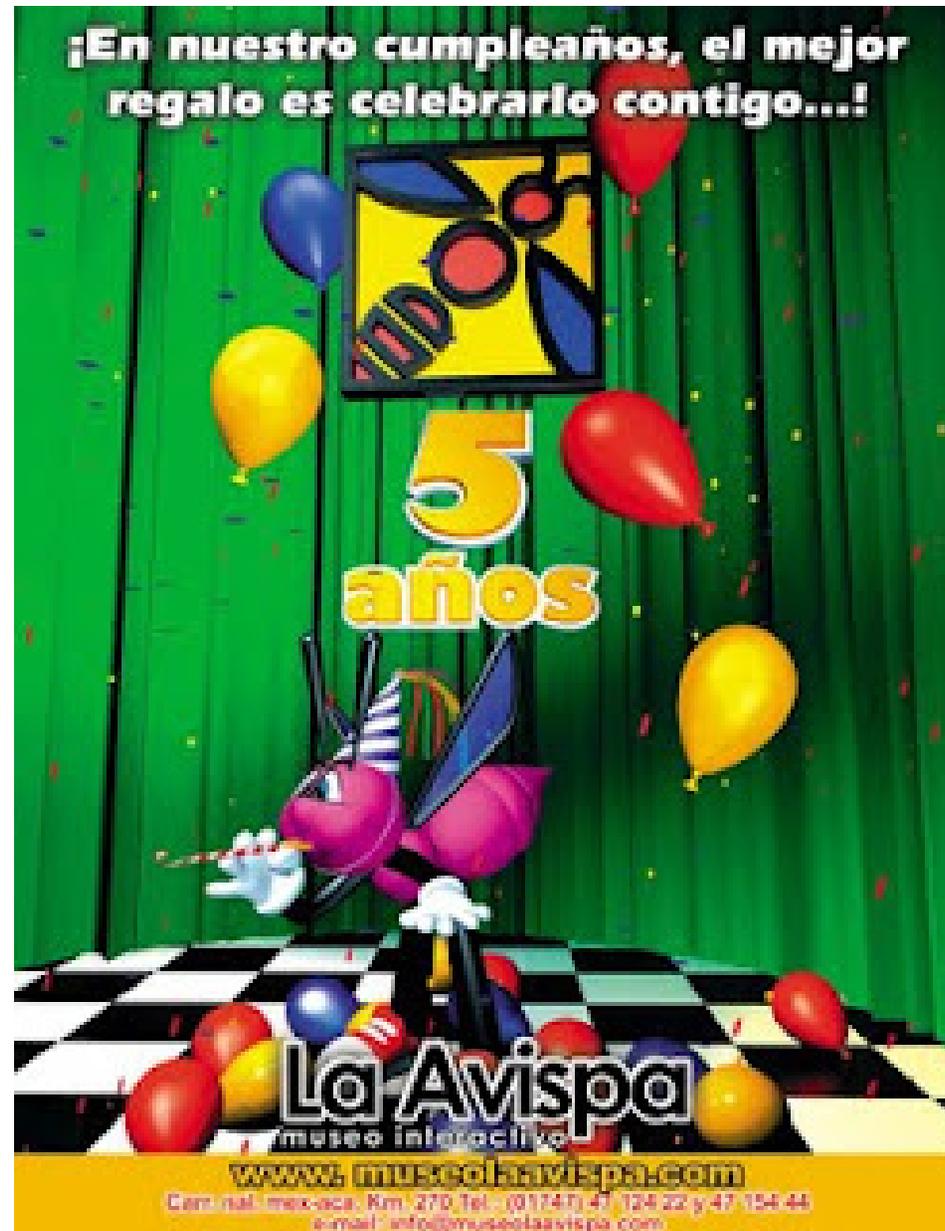
Fecha: desconocida

Tipo de aplicación: cartel

Análisis connotativo: la tipografía es legible, pero el color utilizado para ésta hace que no se distinga de lejos., refleja poca seriedad.

El fondo utilizado es adecuado para reforzar el mensaje escrito, está bien trabajado y cumple con todos los aspectos para que el mensaje sea comprendido más fácilmente.

El texto de la parte inferior no se alcanza a leer, hace falta subir el puntaje y cambiar su color. La composición es centrada y tiene equilibrio simétrico.



En conclusión, de los cincuenta ejemplos analizados, 17 usan como recurso gráfico principal la estilización. 14 utilizan fotografía, 7 ilustración, 6 caricatura y los 6 restantes hacen uso solamente del texto como elemento primordial.

Todos usan Sans Serif por ser una tipografía legible y sencilla para ser leída por niños pequeños. En la mayoría de los logotipos analizados, se usan los colores primarios y secundarios como recurso cromático principal porque hace referencia a los niños pequeños y el aprendizaje infantil.

Mayormente los medios examinados son carteles, banners e imágenes institucionales.

Todos tienen algo en común, van dirigidos a los padres de familia, por lo tanto; deben reflejar seriedad, confianza, felicidad y deben ser un tanto educativos.

Los medios que utilizan la caricatura como recurso principal, tienden a ser más pregnantes que los que no la utilizan, debido a que los padres de familia y menores la recuerdan más fácilmente.

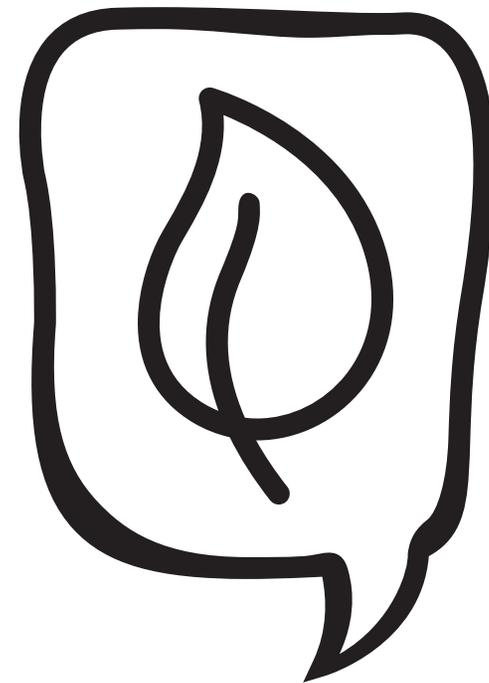
Los ejemplos que utilizan estilización son dirigidos a niños más grandes que tienen una lógica superior a los niños más pequeños. Por lo tanto, estas estilizaciones son adecuadas para el público meta al que van dirigidas, en este caso padres de familia y niños que van de los 10 a 12 años.

Los medios que utilizan fotografía, son más explícitos, es por eso que se limitan a usar mucho texto y sólo colocan los puntos más importantes.

Los ejemplos que se ayudan solamente del texto, pasan desapercibidos si hacemos una comparación con los demás, esto debido a que no tienen ningún atractivo visual.

En conclusión general de este capítulo, todos los elementos gráficos son muy importantes para captar la atención del público meta, pero deben ser usados adecuadamente para lograr resultados satisfactorios.





**Capítulo 7**  
Propuesta de solución



## 7. 1 PÚBLICO META

El público meta al que va dirigido el mensaje son niños y niñas de la ciudad de Uruapan, que se encuentran entre los 6 y 12 años de edad, etapa conocida como niñez o período de latencia; con un nivel socioeconómico medio y educación primaria.

En esta etapa, los niños juegan pero en otro nivel más consciente, razonando cada parte del juego. Los niños sufren cambios emocionales porque comienzan a asistir a la primaria y poco a poco van dejando su casa. Es decir, comienzan a interactuar con otros niños y van desarrollando su independencia.

En la niñez la mayoría de los niños leen, porque les parece divertido y además porque empiezan a familiarizarse con el sonido de las palabras y la ortografía, por lo que esto es una ventaja para el proyecto, ya que los niños procuran leer correctamente el mensaje presentado en los medios de difusión.



Los niños de edad escolar apenas están familiarizándose con el abecedario.

## **7. 2 PROPUESTA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Para comenzar con la propuesta de medios para el Centro Interactivo de Medio Ambiente fue necesario analizar primeramente el público meta, para saber cómo hacer llegar correctamente el mensaje; y enseguida elegir tres propósitos que se deben cumplir mediante una estrategia de diseño adecuada. Tales propósitos, son los verbos que se presentan a continuación.

### **IDENTIFICAR**

Diferenciar al Centro Interactivo de Medio Ambiente del Parque “La Pineda”, del resto de los parques y áreas verdes existentes en Uruapan con una imagen visual.

### **PROMOCIONAR**

Dar a conocer entre la población infantil al nuevo Centro Interactivo de Medio Ambiente mediante una estrategia de comunicación visual.

### **AMBIENTAR**

A través de gráficos decorativos ambientar el interior y exterior del Centro Interactivo para hacer más agradable el lugar y que los niños se sientan muy a gusto durante su estancia.

Por cada propósito se eligieron diferentes medios de comunicación, para que el mensaje llegue clara y eficazmente al receptor. Estos medios, se ponen a competir en tablas tomando en cuenta siete aspectos a evaluar, los cuales se presentan a continuación junto con su descripción.

1. Costo, es el valor que posee un objeto.
2. Cobertura, es la extensión geográfica que abarcan ciertos servicios, medios técnicos y humanos con que se cubre una información.
3. Prominencia, es la capacidad de una forma para destacar, como la figura de un fondo. Es una de las principales leyes de la teoría de la Gestalt.
4. Permanencia, es una duración estable, que tiene firmeza, perseverancia y constancia.

5. Durabilidad, es tener un lugar durante un período de tiempo.

6. Innovación, es causar impacto introduciendo novedades.

7. Viabilidad, proyecto que tiene condiciones para realizarse.

### 7.3 MATRIZ DE SOLUCIÓN

Con la matriz de solución los medios a evaluar tendrán un valor de acuerdo a su respuesta.

Del lado derecho se encuentran las tablas donde se pusieron a competir diferentes medios impresos, dividiéndolos en: interiores, exteriores, directos y especializados.

En la primer tabla, que es la de medios impresos interiores; el folleto es el que obtuvo mayor puntuación, gracias al costo que tiene y la permanencia que tiene con su receptor. Cabe mencionar que éste es más práctico para su público meta ya que puede ser repartido en escuelas para que se tome con mayor seriedad, que cuando se distribuyen en la calle caminando.

En la segunda tabla de medios impresos exteriores, la que resultó con mayor puntuación fue la lona o valla. Al final se optó por la valla, ya que la lona al no tener soportes tiende a desgastarse con el paso del tiempo. La valla tiene mayor duración e impacto, debido a que en la ciudad apenas comienza este tipo de servicio y es novedoso para la población.

MEDIOS IMPRESOS INTERIORES	COSTO	COBERTURA	PREGNANCIA	PERMANENCIA	DURABILIDAD	INNOVACIÓN	VIABILIDAD	RESULTADO FINAL
Cartel	1	2	1	0	0	1	2	7
Triptico	1	2	1	2	1	1	1	9
Folleto	2	2	1	2	1	1	2	11

Si 2 Tal vez 1 No 0



MEDIOS IMPRESOS EXTERIORES	COSTO	COBERTURA	PREGNANCIA	PERMANENCIA	DURABILIDAD	INNOVACIÓN	VIABILIDAD	RESULTADO FINAL
Espectacular	0	1	2	2	2	2	0	9
Lona/Valla	1	2	2	2	2	0	2	11
Anuncio en transporte público	1	1	2	2	1	2	1	10

Si 2 Tal vez 1 No 0



## CAPÍTULO 7: PROPUESTA DE SOLUCIÓN

MEDIOS IMPRESOS ESPECIALIZADOS	COSTO	COBERTURA	PREGNANCIA	PERMANENCIA	DURABILIDAD	INNOVACION	VIABILIDAD	RESULTADO FINAL
Lápiz	2	2	2	2	1	1	2	12
Goma	2	1	2	1	1	1	1	9
Regla	0	1	2	1	2	2	1	9
Lapicero	2	1	2	2	2	2	2	13

Si 2 Tal vez 1 No 0

En la tabla de medios impresos especializados, el que obtuvo mayor puntuación fue el lapicero por su innovación; sin embargo, los niños de edad primaria la mayoría de las veces usan lápiz porque tienen que estar borrando a menudo, es por eso que el medio impreso especializado más viable es el lápiz.

MEDIOS DIRECTOS	COSTO	COBERTURA	PREGNANCIA	PERMANENCIA	DURABILIDAD	INNOVACION	VIABILIDAD	RESULTADO FINAL
Volante	2	1	1	1	1	1	2	9
Perifoneo	0	1	1	1	0	2	0	5

Si 2 Tal vez 1 No 0

En la siguiente tabla, de medios directos; se pone a competir el volante con el perifoneo, aunque el volante es un medio impreso y el perifoneo un medio especializado, en esta tabla se ponen juntos porque los dos transmiten el mensaje de manera directa; el volante al ser entregado en las manos de su receptor y el perifoneo por transmitir el mensaje en el oído del destinatario.

IMAGEN	COSTO	COBERTURA	PREGNANCIA	PERMANENCIA	DURABILIDAD	INNOVACION	VIABILIDAD	RESULTADO FINAL
Logotipo	2	1	1	1	2	1	2	10
Logosímbolo	2	1	2	2	2	2	2	13
Símbolo	2	1	2	1	2	1	2	11

Si 2 Tal vez 1 No 0

El que obtuvo mayor puntuación fue el volante, porque llevará el mensaje claramente a su receptor causando impacto.

Para la elección de la imagen del Centro Interactivo de Medio Ambiente, se pusieron a competir en la tabla: logotipo, logosímbolo y símbolo; el de mayor puntuación fue el logosímbolo, debido a que su público meta son niños, tiene mayor pregnancia en ellos y lo identifican más fácilmente que un logotipo.

En la tabla de papelería, los de mayor puntuación fueron el gafete y los boletos. Aparte de estas dos aplicaciones se agregarán cupones, hoja membretada y sobre membretado, porque son recursos que el Centro Interactivo requiere para su trabajo en oficina.

Para finalizar con la elección de los medios, en la siguiente tabla tenemos la rotulación interior y exterior. La de mayor puntuación fue la rotulación interior para ambientar el lugar de acuerdo a los intereses y características del público meta.

Haciendo una breve recopilación de los medios elegidos para el proceso de diseño son: primeramente un logotipo, folleto, valla, volante, lápiz, spot de radio, hoja membretada, sobre membretado, gafete, boletos, cupones y rotulación interior.

PAPELERIA	COSTO	COBERTURA	PREGNANCIA	PERMANENCIA	DURABILIDAD	INNOVACION	VIABILIDAD	RESULTADO FINAL	
Hoja membretada	2	2	1	1	1	1	2	10	✓
Sobre membretado	2	2	2	1	1	1	2	11	✓
Tarjetas de presentación	0	2	2	2	1	1	1	9	
Block de notas	0	1	2	1	0	2	0	6	
Gafete	2	2	2	2	1	2	2	13	✓
Boletos	2	2	2	2	1	2	2	13	✓
Cupones	1	1	2	1	2	2	1	10	✓

Si 2    Tal vez 1    No 0

ROTULACIÓN	COSTO	COBERTURA	PREGNANCIA	PERMANENCIA	DURABILIDAD	INNOVACION	VIABILIDAD	RESULTADO FINAL	
Interior	1	1	2	2	2	2	1	11	✓
Exterior	1	1	2	2	1	1	1	9	

Si 2    Tal vez 1    No 0

## 7.4 BRIEF

Un brief es una sesión informativa que proporciona información al diseñador para generar una campaña, anuncio o comunicación. En este caso está centrado en el proyecto del Centro Interactivo de Medio Ambiente para el Parque “La Pinera”, el cual está en proceso de planeación y construcción. Esta estancia, será dividida en cuatro salones, los cuales son: centro de información ambiental, colección de mariposas “Dr. Lamberto González Cota”, sala audiovisual y un área de talleres.

El Centro Interactivo pretende desarrollar actividades didácticas enfocadas a nuestro entorno ambiental y el uso sustentable de los recursos naturales, logrando así, una participación mayoritaria en los ciudadanos en las acciones futuras que emprenda la presidencia municipal relacionadas con el cuidado de medio ambiente del municipio de Uruapan.

## 7.5 NECESIDAD

Realizar un material gráfico que sea de utilidad para difundir el Centro Interactivo de Medio Ambiente. Para ello, los medios a utilizar para la promoción y posicionamiento del centro interactivo son: logotipo, folleto, valla, volante, lápiz, spot de radio, hoja membretada, sobre membretado, gafete, boletos, cupones y rotulación interior.

## 7.6 OBJETIVO

La Dirección de Medio Ambiente y Recursos Naturales necesita dar a conocer el Centro Interactivo de Medio Ambiente entre la población infantil de la localidad y posicionarlo entre los demás museos y centros interactivos del país.



La solución gráfica debe resolver la problemática que envuelve al proyecto.

## 7.7 RECURSOS

Los recursos con los que cuenta el Centro Interactivo de Medio Ambiente son:

### RECURSOS HUMANOS

**Dr. Rubén Quintero Sánchez**

Director de Medio Ambiente y Recursos Naturales

Autorización para proporcionar cualquier tipo de información necesaria para el proyecto de tesis del Centro Interactivo y de Educación Ambiental en Uruapan.

**C. Claudia Beatriz Cerna Cortés**

Jefe de Educación Ambiental  
Proporcionó información del Centro Interactivo y de Educación Ambiental en Uruapan.

**Biól. José Luis Mora Guerrero**

Jefe de Departamento de Desarrollo Humano y Capacitación

**Biól. Rigoberto Rodríguez Gallegos**

Jefe del Departamento de Áreas Naturales Protegidas  
Contribuyó en la información de Educación Ambiental en Uruapan, Michoacán.

**L. A. E. María del Carmen de la Lastra García**

Auxiliar Administrativo del Departamento de Desarrollo Humano y Capacitación  
Proporcionó la información del capítulo de educación en los niños.

**Martha Alejandra Ávila Ortega**

Diseñadora y Comunicadora Visual

### RECURSOS ECONÓMICOS

La mayor parte de las necesidades de impresión no tienen costo para la Dirección de Medio Ambiente, o éste es muy reducido gracias al apoyo de patrocinadores como:

- S. C. A.
- Ecoenlace
- Marves

- López Impresores
- C. I. U.
- Constructora Meraz
- J. J. R. Constructora
- Pepsi
- Agua Lyder
- Gasolinera Eureka
- Global Gas
- Representaciones Venado
- Mansión del Cupatitzio
- Taxi Punto Com
- Taxi Vicente Guerrero
- Autos Vial
- Casa del Maderero
- Agua Santa Fé
- Janesville

Gracias a ellos el proyecto podrá ser realizado con sus aportaciones económicas.



Las empresas de Uruapan son las que aportan ayuda económica para la impresión del material gráfico.

## **RECURSOS MATERIALES**

Para la elaboración del proyecto, se necesitan recursos materiales como:

- Lápiz
- Escáner
- Papel para bocetar
- Impresora
- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe InDesign
- Cámara digital
- Plumones
- Colores
- Albanene

## **RECURSOS DE DISEÑO**

**Herramientas:**

- Tipografía: ésta será utilizada para cada uno de los medios, unificando el estilo y proporcionando un mensaje claro y legible.
- Fotografía: será utilizada dentro del volante, folleto, valla y gafete.
- Ilustración: este recurso será de gran ayuda para la decoración de las instalaciones.



Cartel resuelto con tipografía.

- Estilización: esta herramienta se usará dentro de la hoja membretada, sobre membretado, lápiz, boletos, cupones y logosímbolo.
- Diseño publicitario: área utilizada en medios como el volante, la valla, cupones y boletos.

**Áreas de Diseño:**

- Diseño editorial: usado para la maquetación y distribución de algunos medios impresos.
- Diseño de interiores: para un mejor equilibrio y estética de la rotulación interior.
- Diseño de identidad corporativa: esta área será utilizada para dar solución al logosímbolo, siendo lo más importante del proyecto.

## 7.8 ENFOQUES

Tanto el logotipo como las aplicaciones, deben tener diferentes enfoques, tales como:

### CONCEPTUAL

- Infantil. Que tiene características propias de niños.
- Educativo. Pensado o usado para enseñar.
- Ecológico. Relacionado con la defensa y protección del medio ambiente.
- Interactivo. Referente a la acción, relación o influencia recíproca entre dos o más personas o cosas.
- Informativo. Dar a conocer algún lugar o servicio.

### EXPRESIVO

- Divertido. Para transmitir este concepto, se recurrirá a la tipografía sans serif, con puntas redondeadas y trazos semicurvos, con colores primarios y secundarios; también a través de un personaje que vaya acorde con el Centro Interactivo.

- Dinámico. A través de un eslogan que acompañe el nombre del Centro Interactivo; proponiendo una frase que llame la atención de los niños y que tenga permanencia.

- Tierno. A través de tipografía sans serif redondeada de las puntas.

- Infantil. Por medio de colores contrastantes.

- Educativo. Para lograr este concepto, se utilizarán estilizaciones de: lápiz,

cuadernos, etc. que serán usados para realizar texturas o placas.

- Ecológico. Por medio del color verde y formas orgánicas como elementos decorativos.

- Interactivo. Será reflejado en el diseño de interiores, ya que el niño tendrá la posibilidad de interactuar con las paredes, colocando objetos en ellas, iluminando algunas partes y cambiar el entorno de la mascota.



El Centro Interactivo deberá tener un diseño de interiores enfocado a infantes, sin parecer un jardín de niños.

## **FUNCIONAL**

Los medios impresos en general deben transmitir un mensaje claro y entendible.

El logotipo debe ser estético, legible, claro y pregnante, de manera que en reducción siga teniendo buena lectura. Debe estar diseñado para poder reproducirse en bordado, serigrafía, rotulación y corte de vinil.

El formato del folleto, el sobre y la hoja membretada es tamaño carta. El folleto deberá ir impreso a una tinta en papel couché, en cambio el sobre y la hoja membretada, serán impresos a selección de color en papel bond; esto debido al corto presupuesto.

El volante deberá ser tamaño media carta a selección de color y papel couché.

En cuanto al gafete se considerará en tamaño un cuarto de carta, impreso en láser; porque al ser pocos los que se necesitan, no conviene imprimir en imprenta.

Por otro lado, el lápiz debe ser económico de color blanco, para que el logotipo sea visible, y el eslogan utilizado resalte a primer vista.

Los cupones estarán dentro de un formato tamaño carta, impresos en selección de color y papel couché. Deben ser impresos en tamaño carta, porque es un formato que se doblará por la mitad, será repartido en escuelas y los niños de primaria traen libretas formato italiano o francés, por lo tanto, media carta es fácil y cómodo de guardar en la libreta sin maltratarse fácilmente.

Los boletos se deben considerar en una medida de 7 x 10.75 cm, que es una medida obtenida de dividir una hoja carta en seis partes.

Por último la rotulación interior debe ser realizada a mano, debido a la durabilidad y la calidad que refleja este tipo de trabajo.

## **7.9 DESCRIPCIÓN DE LA SOLUCIÓN**

Los medios ya terminados deben tener el mismo estilo; el folleto incluirá información relacionada con las actividades que se realizan dentro del Centro Interactivo, por lo tanto, presentará diferentes fotografías en donde los niños comprendan de mejor manera la información.

La valla (o periódico mural) será colocada en puntos clave de la ciudad en donde los niños puedan acercarse a leerla; esta aplicación deberá contener en su mayoría imágenes y tendrá la presencia del personaje para lograr mayor impacto y ser más atractiva entre el público infantil.

Los cupones serán regalados en las escuelas primarias para que los niños visiten por primera vez el Centro Interactivo, éstos tendrán colores contrastantes, captarán la atención de los niños y cumplirán con el propósito de que el Centro sea visitado.

El volante deberá contener información referente a la apertura del Centro Interactivo, presentando en su mayoría fotografías para captar la atención del receptor. Éstos, serán repartidos en escuelas o en puntos clave donde hay mucha afluencia de niños.

El gafete tendrá el logotipo del Centro Interactivo, además del nombre, cargo y fotografía de la persona que trabaja dentro de la institución, por lo que las personas se identificarán rápidamente.

La papelería, como es la hoja membretada y sobre membretado, serán utilizados para solicitudes de visitas de niños dentro de las primarias de la ciudad; el lápiz contendrá solamente el logotipo de la institución y una pleca o textura para dar un aspecto dinámico. Estos lápices, serán regalados a los niños de las diferentes primarias de la ciudad de Uruapan.

El personaje del Centro Interactivo será un animal humanizado que represente el hábitat en el que se encontrará la ludoteca. Deberá cumplir con las características necesarias de éste. Será reproducido en cada uno de los medios en diferentes posiciones para hacer más dinámica y atractiva la lectura.



7



El diseño de personaje debe cumplir con los requisitos indispensables para que el receptor inconscientemente entienda sus características y sienta un aprecio por él.



## 7. 10 METODOLOGÍA

Una metodología es un proceso en el cual se muestra paso a paso la solución para un problema de diseño, es de suma importancia, porque ayuda a visualizar la manera en que se debe resolver.

La metodología que se presenta a continuación, se obtuvo del análisis y comparación entre diferentes métodos para diseño de los autores: Morris Asimow, Bruno Munari, Bruce Archer y el modelo general del proceso de diseño.

1. Enunciación del problema. El problema puede ser dado por la empresa o el emisor del mensaje al diseñador, o éste puede localizarlo y proponerlo ante la empresa. En este proyecto el problema se centra en la planeación de un centro interactivo de medio ambiente, al cual los niños tengan acceso y se traten temas sobre la naturaleza y medio ambiente; actualmente se tienen planes arquitectónicos, pero nada con respecto a diseño; el problema de este proyecto, se trata de manera más detallada en la página 7.

2. Elementos del problema. Objetivo general, objetivos particulares y propósitos, los cuales sirven para cono-

cer a profundidad el problema y encaminarnos hacia la solución.

3. Recolección de información. Es recopilar toda aquella información que se considere necesaria para conocer el problema y saber de qué forma resolverlo. La información obtenida para este proyecto, se encuentra en los primeros capítulos.

4. Análisis y síntesis de los datos para preparar propuestas de diseño. En esta etapa se identifican los medios que se van a considerar como posibles candidatos en la solución del proyecto, estos medios se analizan en matrices o tablas, con las cuales se determina cuál es el más funcional para dar solución al problema.

5. Conceptualización. Brief, sirve para dar solución al proyecto. Se compone de información necesaria, que es utilizada para elegir el color, estilo y formas en las que se presentará el diseño.

6. Creatividad. Es el proceso en el cual se inicia con la lluvia de ideas para después plasmarlas en bocetos que se irán afinando para obtener el mejor resultado.

7. Concepción. Realización del diseño con la tecnología y el proceso de diseño según el medio.

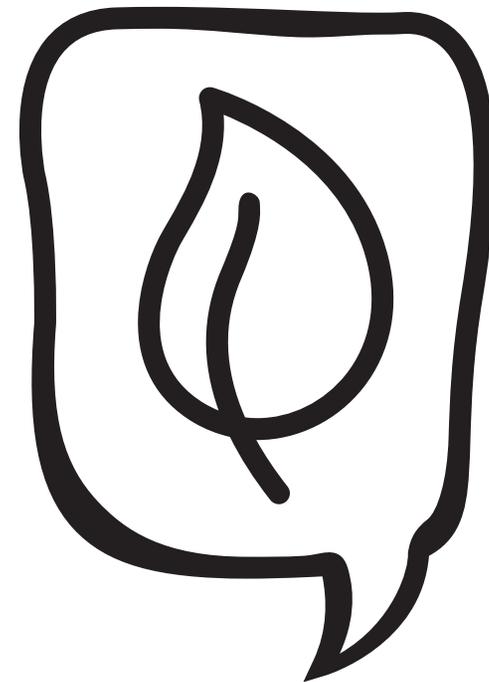
8. Optimización. Selección de la idea más funcional a partir de la revisión de las propuestas de diseño planteadas para cada medio.

9. Implementación. En esta etapa es donde el público meta tiene contacto directo con el medio.

10. Verificación. Una vez funcionando en tiempo real los medios, se hace un análisis para checar si están cumpliendo con el objetivo general del proyecto.



La lluvia de ideas consiste en dibujar lo que tengas en mente para después, hacer una selección de la mejor propuesta.



**Capítulo 8**  
Proceso creativo



## 8. 1 PANEL DE INSPIRACIÓN

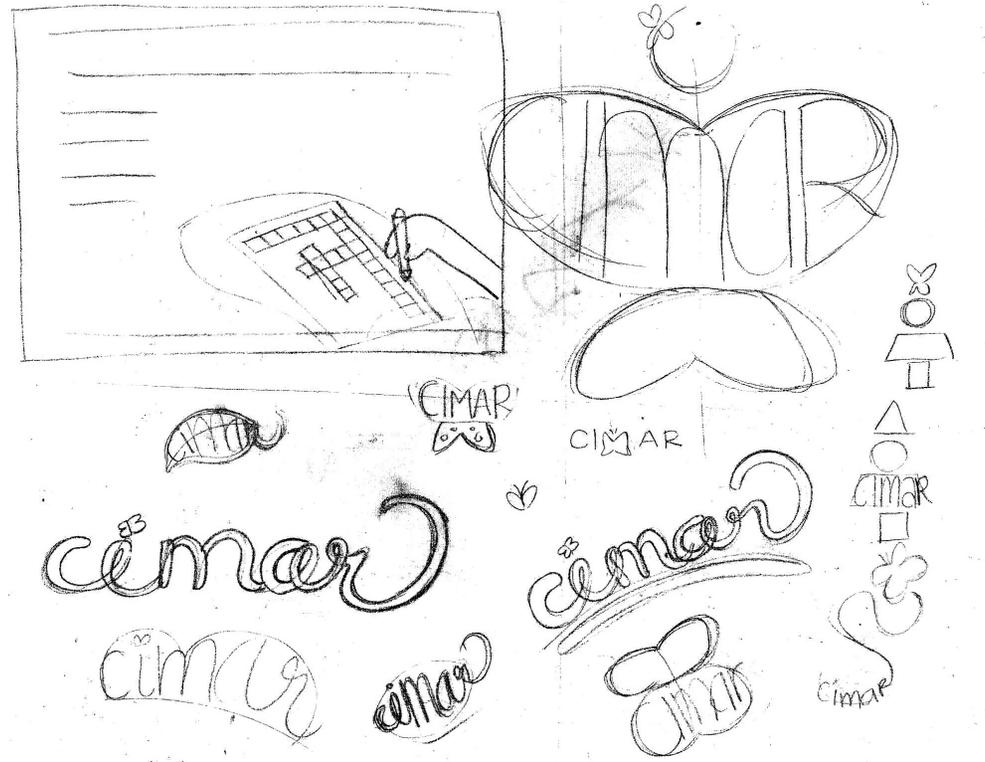
El proceso creativo se constituye por plasmar gráficamente los elementos descritos en el brief, siguiendo la metodología que antes se vio.

Antes de iniciar el proceso creativo, fue necesario hacer un collage de inspiración, donde aparecen las imágenes en las que estará basada la imagen del Centro interactivo y el personaje que representará a éste; la cual se presenta a continuación.



## 8. 2 BOCETOS

Para comenzar con la lluvia de ideas, se tiene presente que existe una hoja de inspiración, en la cual se muestran ejemplos de los recursos visuales que se necesitan para darle una solución gráfica al problema. También es necesario tener el brief a la mano para revisarlo la mayor cantidad de veces, sacar las ideas principales y de ahí trabajarlas para lograr un resultado funcional.



Se comienza bocetando el nombre del lugar y mariposas, que son representativas del Centro Interactivo de Medio Ambiente.

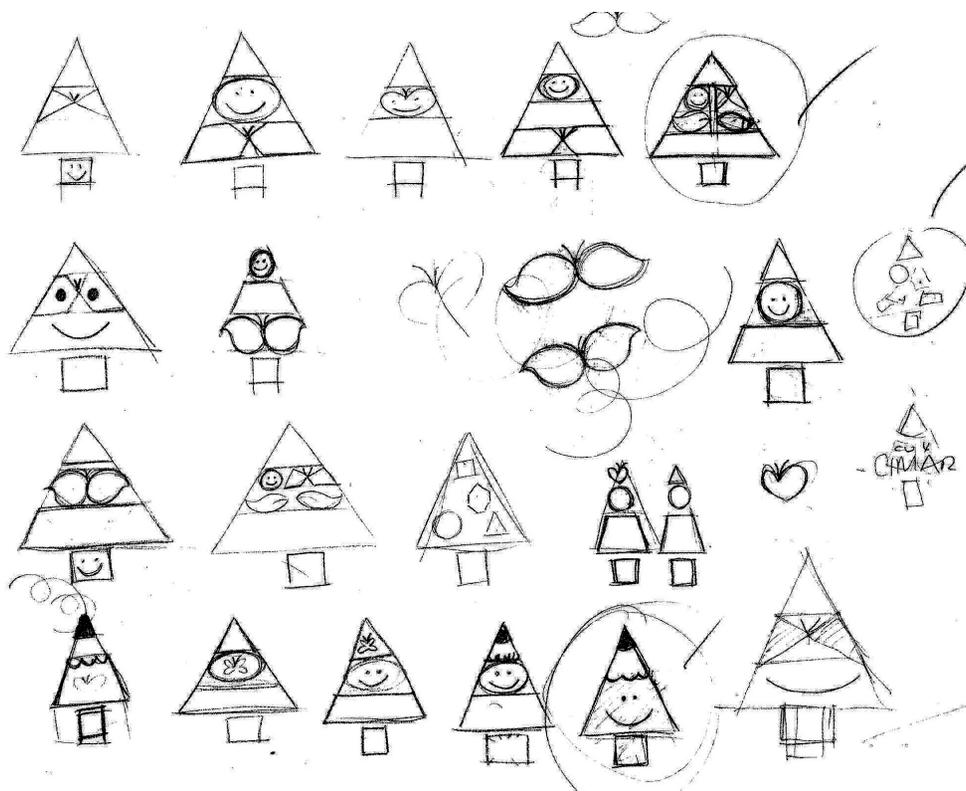


Como elemento básico, se decide que será el pino, porque es la vegetación que destaca en el lugar donde será ubicada la ludoteca infantil.

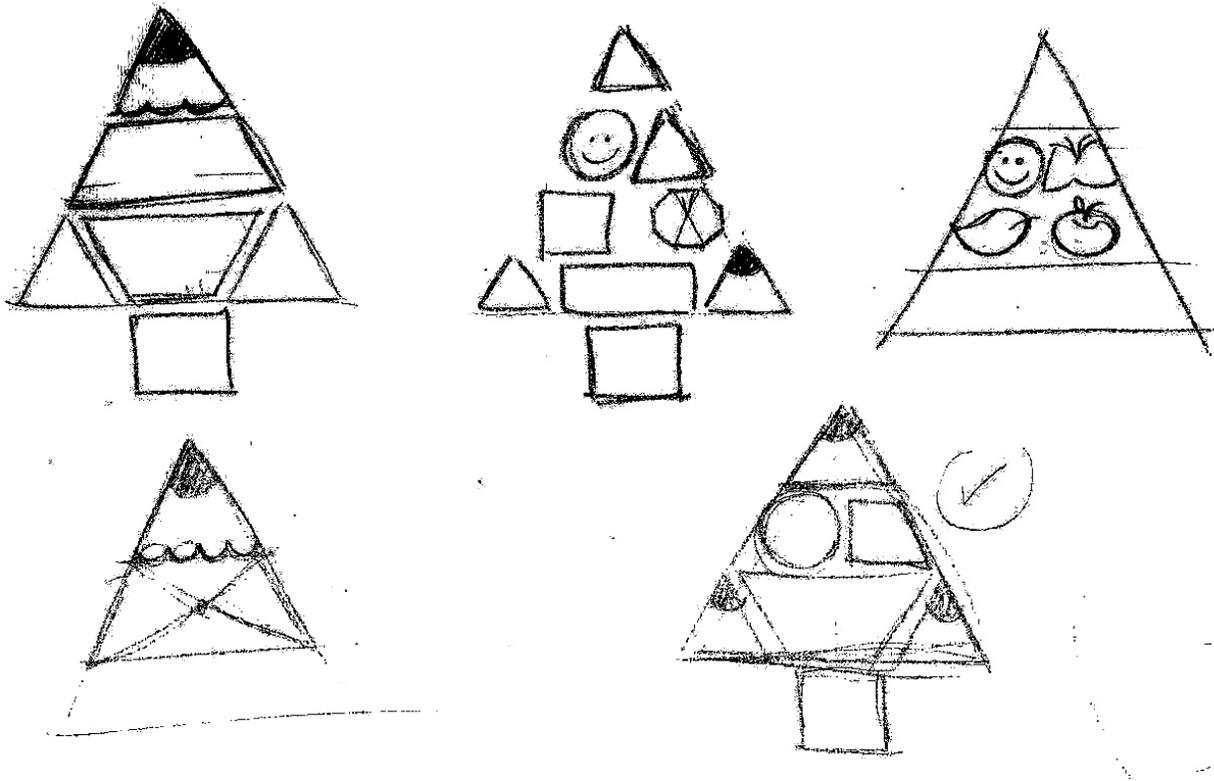
El resultado más aproximado al final, es un pino, que tiene mucha importancia para el parque donde será ubicado el Centro Interactivo de Medio Ambiente y Recursos Naturales; por lo que en la siguiente página se muestran bocetos de pinos que pueden funcionar para lograr la imagen del Centro.

## CAPÍTULO 8: PROCESO CREATIVO

Éstas son las ideas finales para el logotipo de la ludoteca, las más aproximadas al resultado final se muestran encerradas en círculos. Se realizaron una serie de diferentes pinos y estilos para elegir el más efectivo y funcional del Centro Interactivo.



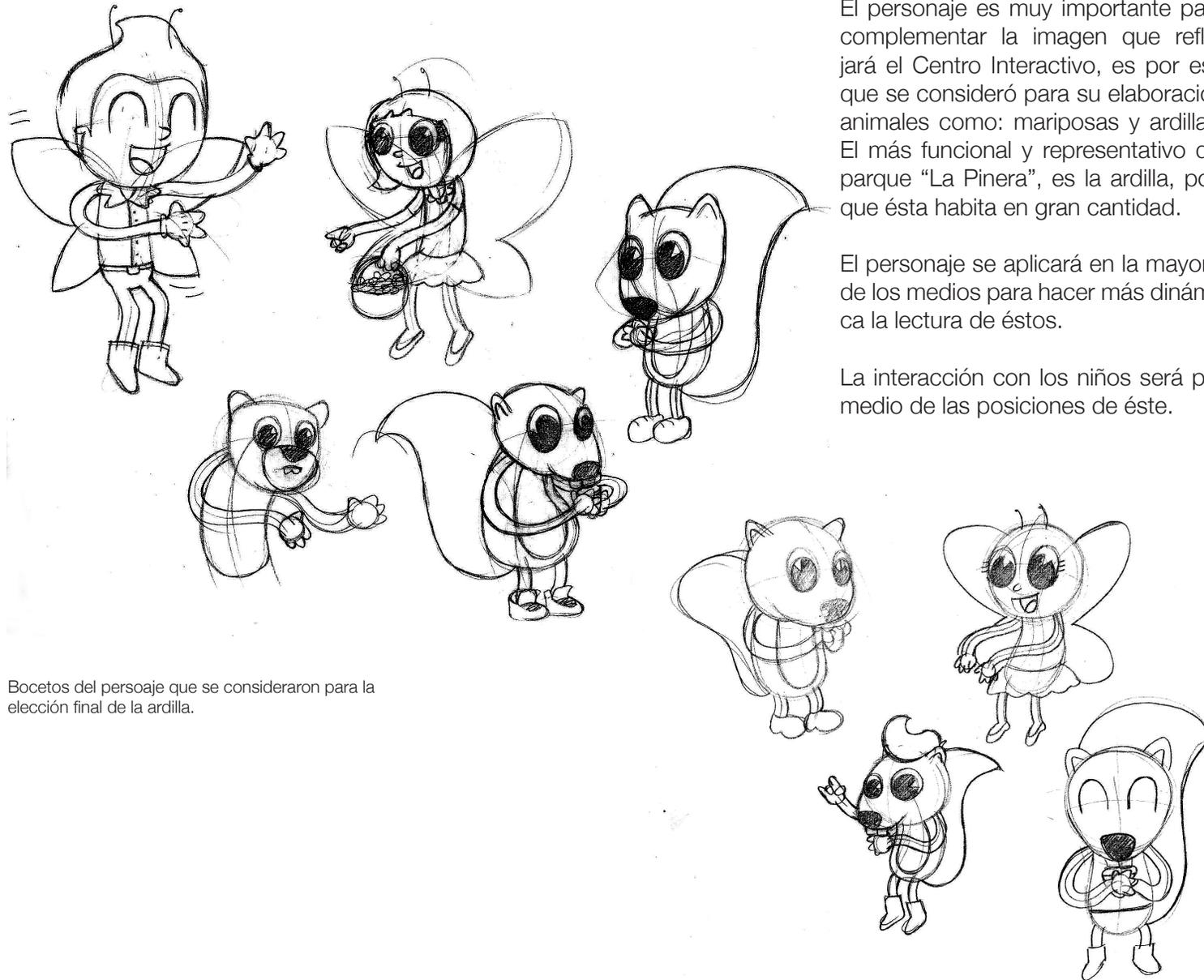
Gran variedad de pinos para elegir el que mejor se adapte a las características del Centro Interactivo.



Los bocetos que se muestran en esta página son los que se consideran los más funcionales y cumplen con las características descritas en el brief. Se recurrieron a formas geométricas para reflejar la educación y relacionarla con niños, así como a colores contrastantes para dar ese aspecto divertido, fuerte y formal.

El color verde se incluirá en la estilización del pino para reflejar ese semblante ecológico.

## CAPÍTULO 8: PROCESO CREATIVO

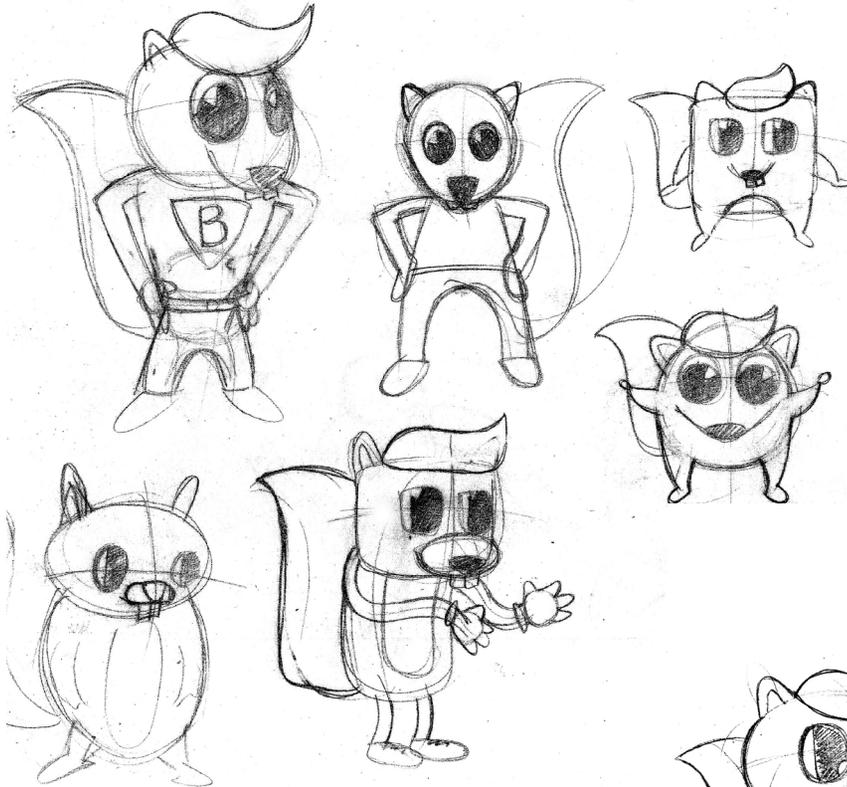


Bocetos del personaje que se consideraron para la elección final de la ardilla.

El personaje es muy importante para complementar la imagen que reflejará el Centro Interactivo, es por eso que se consideró para su elaboración animales como: mariposas y ardillas. El más funcional y representativo del parque “La Pinera”, es la ardilla, porque ésta habita en gran cantidad.

El personaje se aplicará en la mayoría de los medios para hacer más dinámica la lectura de éstos.

La interacción con los niños será por medio de las posiciones de éste.



Las ardillas se bocetaron en diferentes tamaños, formas y posiciones, e incluso como superhéroe, para elegir la que más convenga al proyecto.

Una vez que se definió que fuera una ardilla, se realizaron una serie de bocetos con diferentes estilos y tamaños para identificar el estilo más funcional de la mascota del Centro Interactivo.

Los estilos se definen con la forma de la cara, los ojos y la línea a utilizar.

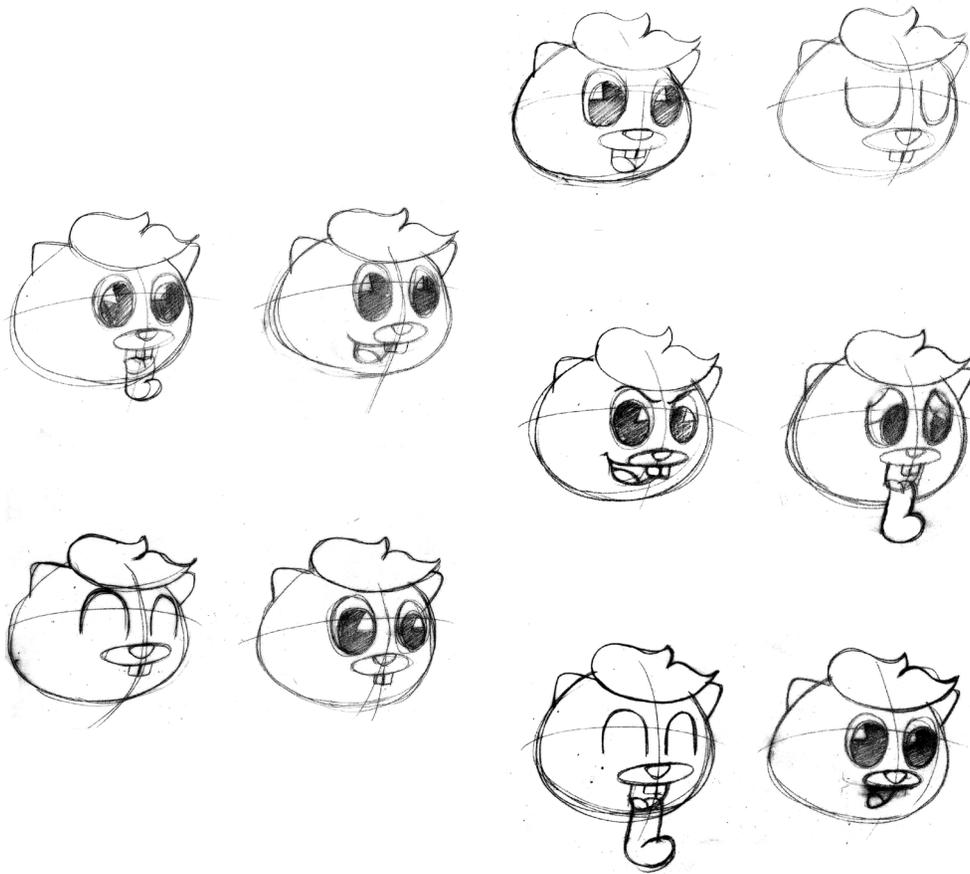


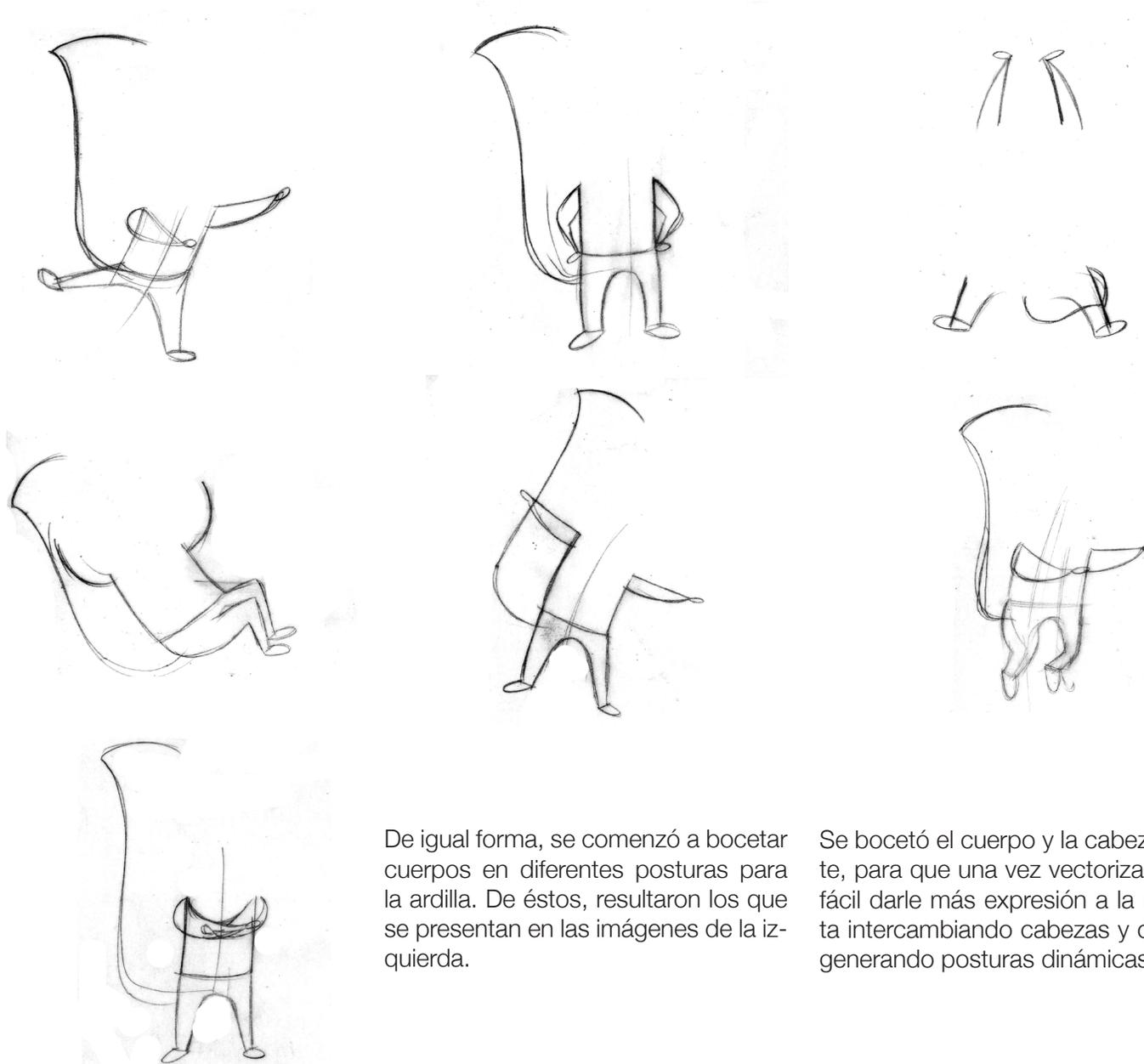
En esta imagen se muestran los diferentes bocetos que se realizaron para el personaje de la ludoteca.



Teniendo en cuenta el estilo y las características de la ludoteca, se eligió uno de los bocetos anteriores para vectorizarlo y obtener este resultado.

El resultado se modificó debido al tamaño y los contrastes de la mascota. De esta forma, se realizaron otra serie de bocetos basados en el rostro de la ardilla para darle más edad y hacerla más divertida.





De igual forma, se comenzó a bocetar cuerpos en diferentes posturas para la ardilla. De éstos, resultaron los que se presentan en las imágenes de la izquierda.

Se bocetó el cuerpo y la cabeza aparte, para que una vez vectorizado, sea fácil darle más expresión a la mascota intercambiando cabezas y cuerpos generando posturas dinámicas.

## 8.3 ESTUDIO CROMÁTICO

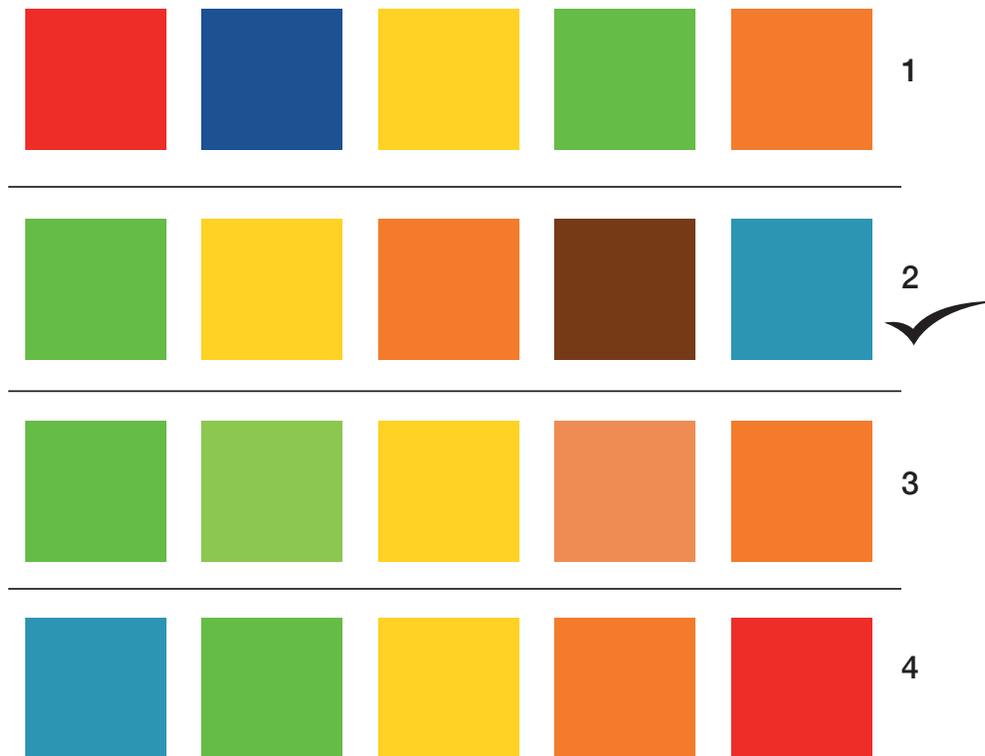
El estudio cromático también está basado en la hoja de inspiración, analizando los colores y lo que reflejan ya estando combinados.

En la primera línea solo tenemos colores primarios y secundarios, los cuales se ven serios y con poca disposición para ser mezclados entre sí. Además no reflejan ningún significado para el Centro.

En la segunda línea tenemos colores secundarios, los cuales están ligados a las actividades a realizar dentro del Centro Interactivo, el verde representa la flora; el amarillo y el naranja interpreta el sol, su calor y el atardecer, además del color de algunas hojas; el café refiere a la tierra y la composta; el azul representa el agua y sus cuidados. Es por eso, que esta segunda combinación fue elegida para ser utilizada en la solución del proyecto.

En la línea tres, tenemos colores secundarios, un primario y colores tenues que los acompañan.

En la cuarta y última línea, se muestran dos colores primarios y dos secundarios, que no van de acuerdo a



las características ni los enfoques formales del Centro Interactivo.

## 8.4 ESTUDIO TIPOGRÁFICO

El estudio tipográfico se hizo con base en el brief, analizando las fuentes que pueden funcionar para el proyecto y eligiendo la más óptima. La tipografía debe reflejar ternura por su redondez y astas delgadas.

Primeramente, el mensaje será dirigido a niños de entre 6 y 12 años de edad, los cuales están familiarizados con letras que parecieran estar escritas por ellos; como por ejemplo la letra “a”, para ellos es difícil reconocerla, están acostumbrados a verla redonda y con un asta sosteniéndola, tal es el caso de la familia tipográfica Century Gothic y Futura.

Al final se decide usar Century Gothic debido a las características que esta fuente tipográfica presenta.

Para los títulos se utiliza la tipografía Countryhouse, debido a que es una fuente decorativa con estética y funciona muy bien para reflejar los conceptos manejados en el brief.

### El medio ambiente

El medio ambiente alberga al conjunto de componentes, tanto bióticos (organismo vivos) como abióticos (materia inorgánica), que rodean a las especies y que le permiten vivir. Nuestro medio ambiente es nuestro soporte de vida así como todos sus componentes: aire, agua, atmósfera, rocas, vegetales, animales, etc. La naturaleza de nuestro planeta funciona como un sistema integrado. Esto significa que en su funcionamiento existen numerosos procesos y componentes relacionados entre sí y en permanente cambio.

### El medio ambiente

El medio ambiente alberga al conjunto de componentes, tanto bióticos (organismo vivos) como abióticos (materia inorgánica), que rodean a las especies y que le permiten vivir. Nuestro medio ambiente es nuestro soporte de vida así como todos sus componentes: aire, agua, atmósfera, rocas, vegetales, animales, etc. La naturaleza de nuestro planeta funciona como un sistema integrado. Esto significa que en su funcionamiento existen numerosos procesos y componentes relacionados entre sí y en permanente cambio.

Century Gothic Regular



### El medio ambiente

El medio ambiente alberga al conjunto de componentes, tanto bióticos (organismo vivos) como abióticos (materia inorgánica), que rodean a las especies y que le permiten vivir. Nuestro medio ambiente es nuestro soporte de vida así como todos sus componentes: aire, agua, atmósfera, rocas, vegetales, animales, etc. La naturaleza de nuestro planeta funciona como un sistema integrado. Esto significa que en su funcionamiento existen numerosos procesos y componentes relacionados entre sí y en permanente cambio.

### El medio ambiente

El medio ambiente alberga al conjunto de componentes, tanto bióticos (organismo vivos) como abióticos (materia inorgánica), que rodean a las especies y que le permiten vivir. Nuestro medio ambiente es nuestro soporte de vida así como todos sus componentes: aire, agua, atmósfera, rocas, vegetales, animales, etc. La naturaleza de nuestro planeta funciona como un sistema integrado. Esto significa que en su funcionamiento existen numerosos procesos y componentes relacionados entre sí y en permanente cambio.

Futura Medium

## 8.5 ESTILO DE FOTOGRAFÍA

El estilo de fotografía a utilizar, es un estilo natural, donde los personajes principales, que en su mayoría son niños se mostrarán enfocados y el fondo desenfocado; la luz será de día con algunos reflejos y difusores en caso de ser necesario.

A continuación se presenta un ejemplo del estilo a utilizar; estas fotos son de mi autoría.



## 8.6 ESLÓGANES

Un eslogan es una frase corta que es recordada fácilmente y se utiliza para vender o relacionar esa frase con algún sitio u objeto.

Los eslóganes finales que se proponen para el Centro Interactivo de Medio Ambiente y Recursos Naturales son:

- **En contacto con la naturaleza, aprendemos todos.**
- **Aprende, juega y protege la naturaleza.**
- **Cuidemos el planeta jugando.** ✓

Para obtener el eslogan final de Centro, se hizo un sondeo a 25 niños en el centro de la ciudad, y el que más votos obtuvo fue: Cuidemos el planeta jugando.

## 8.7 NOMBRE DE LA MASCOTA

El nombre de la mascota resultó de buscar nombres de dos sílabas que fueran fáciles de recordar para un niño pequeño.

Para esto se realizó un sondeo a 30 niños de primaria con edad de 6 a 12 años con las propuestas de los nombres, cuyos resultados fueron: **Pablo**, que obtuvo un 27%, **Pepe** con un porcentaje de 33% y finalmente **Tomás** con un 40%.

Tomás cumple con todos los requisitos para el nombre de la mascota, al ser una palabra bisilábica es fácil de aprender por los niños.

## 8.8 PROPUESTA DE SOLUCIÓN

De los bocetos presentados anteriormente, se muestran los mejores resultados combinados con tipografía y con los colores que llevará el logotipo de la lucoteca.



De las propuestas antes presentadas, se eligió la más funcional, combinando el primer y segundo logotipo; para así generar el resultado final de acuerdo a las características del Centro Interactivo.

Después se hizo una modificación separando más las letras para una mejor lectura y pregnancia del nombre. De esta manera, como resultado final tenemos el logotipo dos.



## CAPÍTULO 8: PROCESO CREATIVO



Enseguida de la elección del logotipo se debe hacer un estudio tipográfico para el eslogan, las pruebas de tipografía se muestran en la imagen de arriba y la que tiene mayor legibilidad, pregnancia y claridad para el público meta es la que se ubica a la izquierda.

Se eligió el color verde para el eslogan, porque el logotipo es un pino y al combinarlos da la sensación de

ser pasto. Además se cumple con el enfoque formal ecológico.

Es muy importante que el logotipo sea claro y el eslogan también, ya sea juntos o por separado; porque algunas veces será utilizado de manera individual. Se debe tomar en cuenta que el logotipo deberá estar diseñado para imprimirse en tamaño pequeño sin perder su legibilidad,

además de transmitir el mensaje claro ya sea en blanco y negro, una tinta y escala de grises como se presenta en las imágenes de la parte inferior.

A continuación se presenta el manual de identidad corporativa del Centro de Medio Ambiente y Recursos Naturales.



**Manual de Identidad Corporativa del  
Centro Interactivo  
de Medio Ambiente  
y Recursos Naturales**

---





Este manual de identidad corporativa servirá para hacer buen uso de la marca y saber las reglas que se deben seguir cuando se reproduzca.

Es importante hacer un collage con diferentes imágenes que serán de gran ayuda para la realización de la Identidad Corporativa del Centro Interactivo.

## Marca básica



Centro Interactivo  
de Medio Ambiente  
y Recursos Naturales

**cimarn** 

Variante

El Centro Interactivo es un lugar donde los niños juegan con más niños y aprenden al mismo tiempo, esto se desarrolla con temas ambientales.

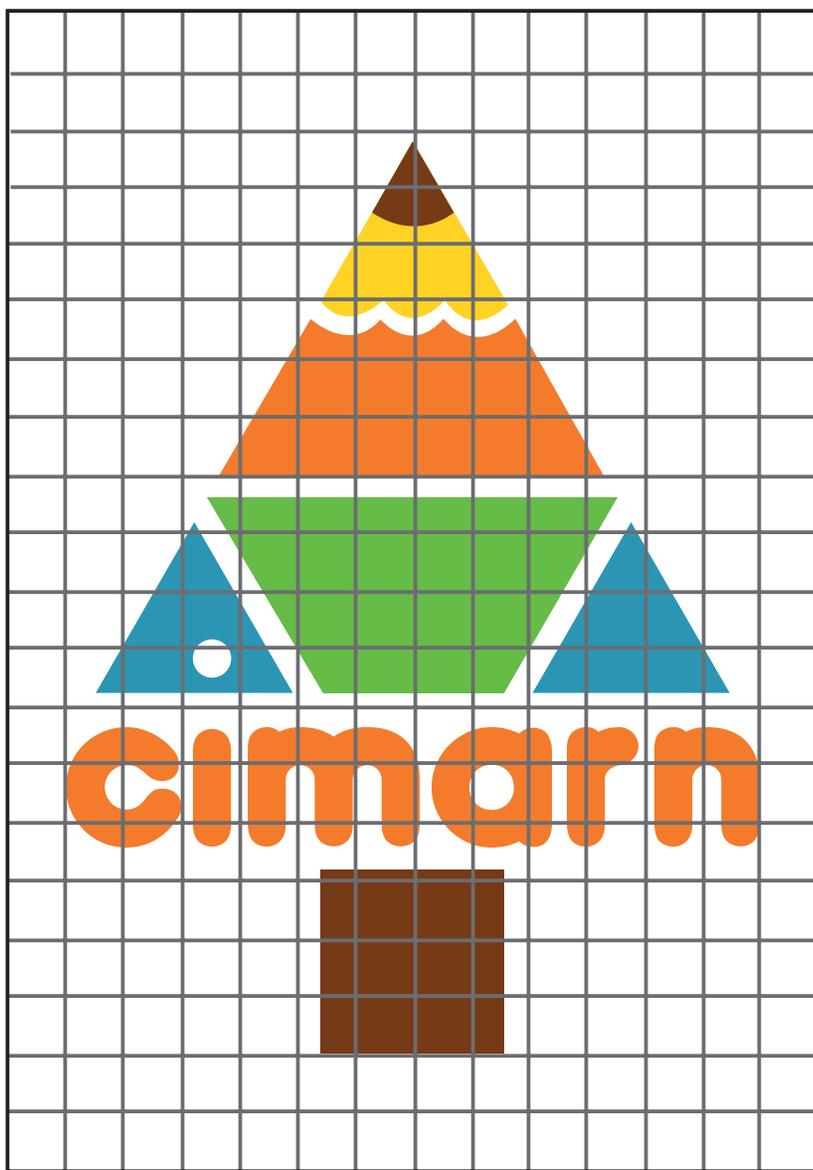
Es por eso que se eligió el logotipo como solución a la identidad de la ludoteca. Está compuesto por colores secundarios y un primario; además es una composición formada por tipografía y figuras geométricas que dan como resultado final un pino.



¡Cuidemos el planeta jugando!

El Centro Interactivo cuenta con un eslogan que debe ser usado solo a gran tamaño, porque en un tamaño pequeño pierde su legibilidad.

## Estructura visual



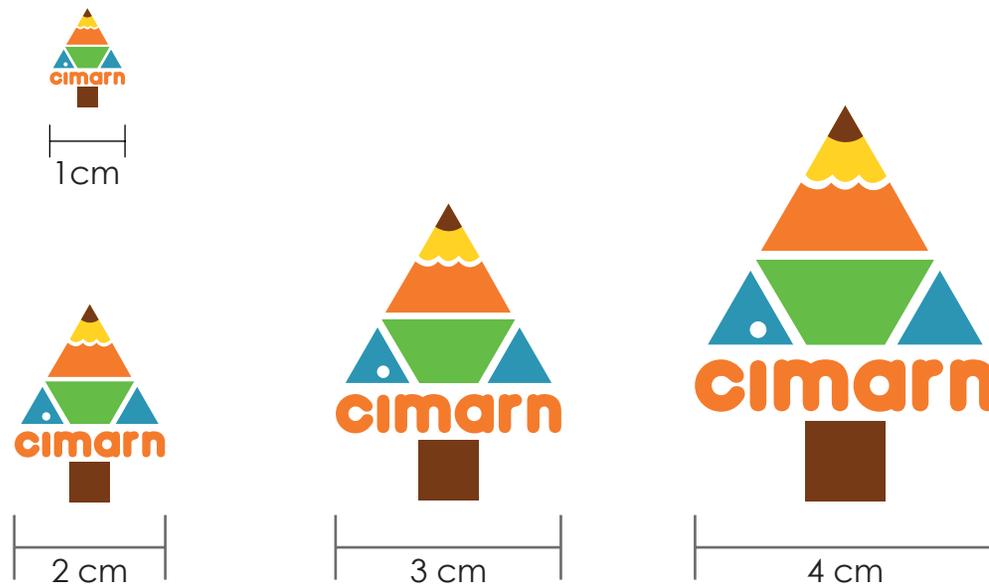
En este apartado, se muestra la guía de trazo, que consiste en mostrar las proporciones del logotipo por si necesita ser rotulado a gran formato, sea trazado con mayor facilidad y su estructura y no sufra deformación.

## Estructura visual



El área de restricción del Centro Interactivo consiste en dejar un poco de aire alrededor del logotipo, esto para que no interfiera ningún elemento extra y el mensaje a comunicar sea claro y preciso.

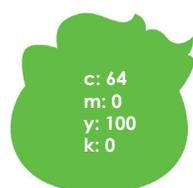
## Estructura visual



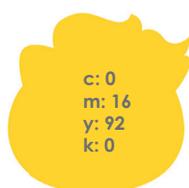
Los mínimos de reducción para la marca CIMARN son:

- Impresión laser: 2cm de ancho.
- Recorte de vinil: 4cm de ancho.
- Impresión serigrafía: 3cm de ancho.
- Impresión offset: 2cm de ancho.

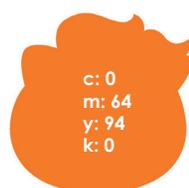
## Color corporativo



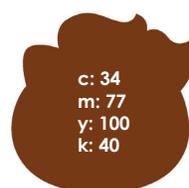
Pantone 368 C



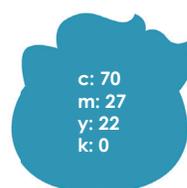
Pantone 115 C



Pantone 151 C



Pantone 7517 C



Pantone 3135 C

La gama cromática del Centro Interactivo cuenta con 5 colores básicos: amarillo, naranja, verde, azul y café.

## Color corporativo



negativo



positivo



Color sobre fotografía



escala de grises

En este apartado se presenta la marca CIMARN en positivo, negativo, escala de grises y a color sobre fondo fotográfico para ser utilizada según las necesidades de la empresa. Haciendo referencia al logotipo aplicado sobre fotografía, se debe usar una silueta de 3 milímetros para que la el logosímbolo sea visible en la fotografía.

Es preferente que la marca se utilice en positivo, ya que es más legible y entendible.

## Color corporativo



¡Cuidemos el planeta jugando!



¡Cuidemos el planeta jugando!



¡Cuidemos el planeta jugando!



¡Cuidemos el planeta jugando!

La marca de CIMARN puede ser usada en una tinta, las variantes autorizadas se presentan a continuación.

En ellas se utilizan los colores antes mencionados.

## Usos incorrectos



No agregar elementos



No cambiar tipografía



No deformar



No cambiar colores



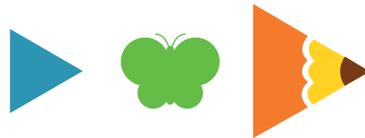
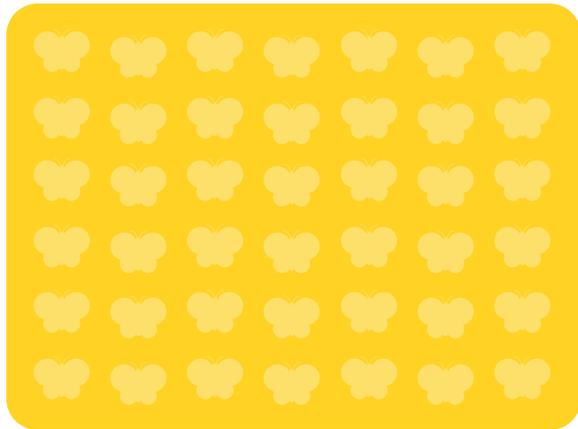
No agregar perspectiva



No girar

Los usos incorrectos es lo que NO se debe hacer con la marca, los cuales se presentan a continuación.

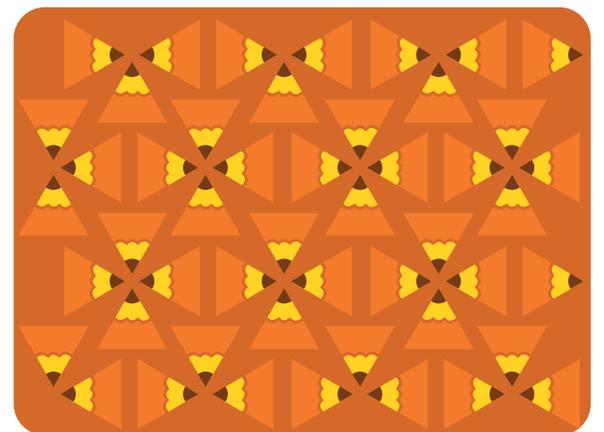
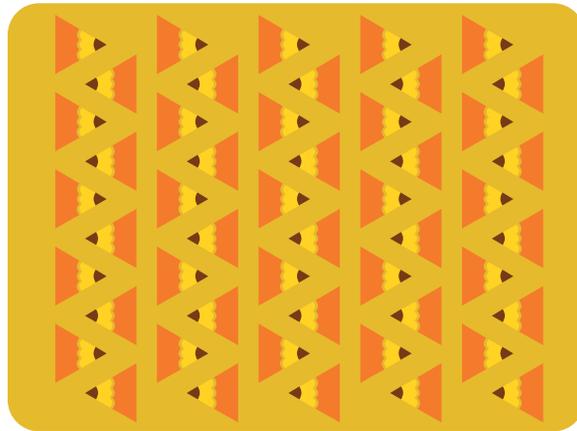
## Elementos auxiliares



Los elementos decorativos se encuentran dentro del logotipo, las texturas son el resultado de la repetición de elementos decorativos.

Éstos pueden ser empleados en diferentes medios, haciendo uso correcto de ellos.

## Elementos auxiliares



## CENTURY GOTHIC BOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEF  
GHIJKLMNÑOPQRSTU  
VWXYZ1234567890?!  
@% (= \$ “

## HIRUKO-BLACKALTER/MATE

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJ  
KLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
WXYZ1234567890?!@  
% (= \$ “

## CENTURY GOTHIC REGULAR

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFG  
HIJKLMNÑOPQRSTU  
VWXYZ1234567890?!@  
% (= \$ “

## COUNTRYHOUSE MEDIUM

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890?!@% (= \$ “

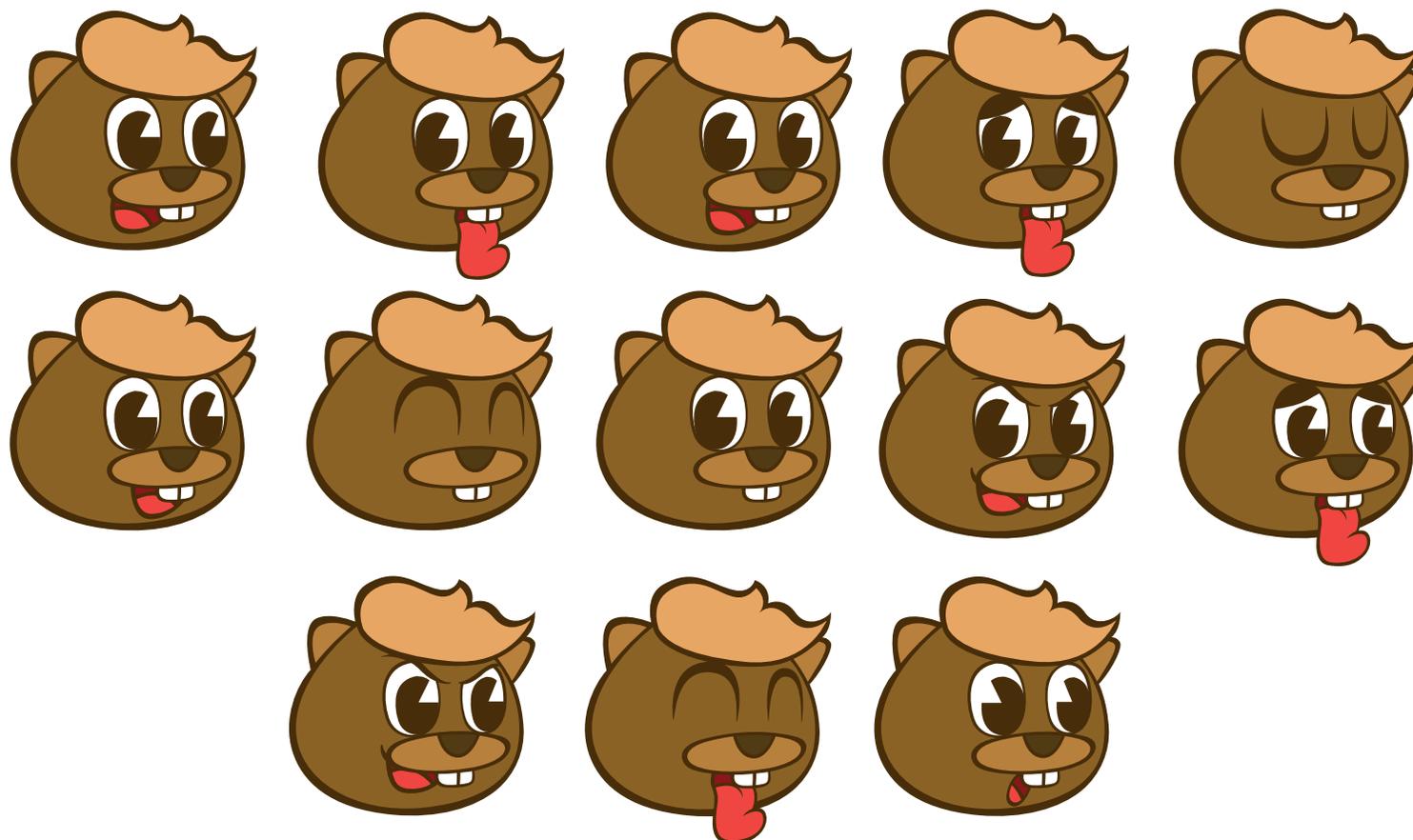
La tipografía es un elemento muy importante en la marca, por lo tanto, la familia tipográfica “oficial” del Centro Interactivo es “Century Gothic”, con sus variantes Bold y Regular, además de usar en algunas aplicaciones la tipografía “Countryhouse medium” y también se incluye Hiruko-BlackAltermate que es la tipografía usada en el nombre de la mascota. Éstas se incluyen en el CD de este manual.



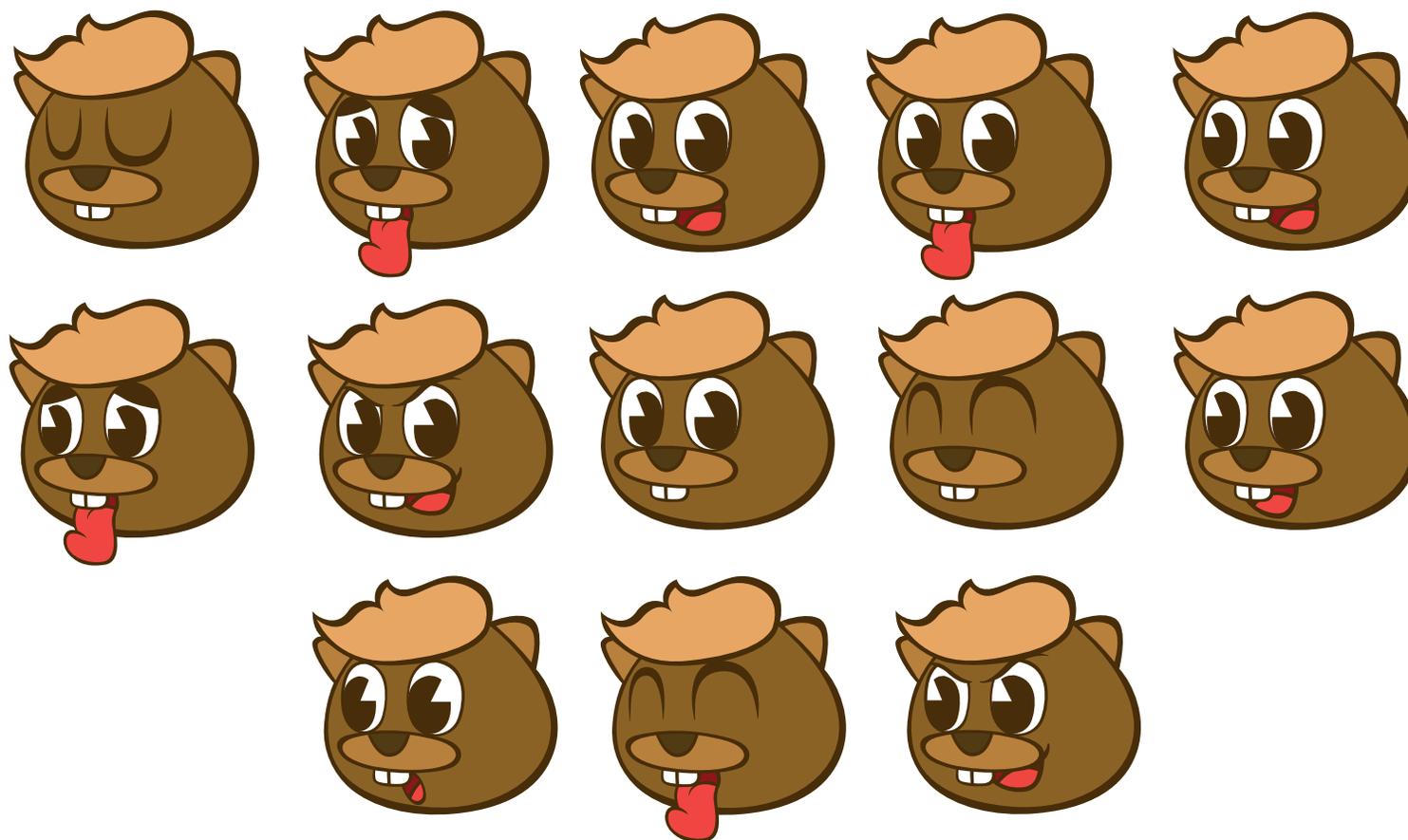
En este apartado se muestra a Tomás con brillos y sombras además de ser presentado con su nombre, que puede ser usado en otras aplicaciones donde el personaje tenga mayor prioridad.

Se llegó a este resultado gracias al proceso creativo que se tuvo previamente y las pruebas de color aplicadas.

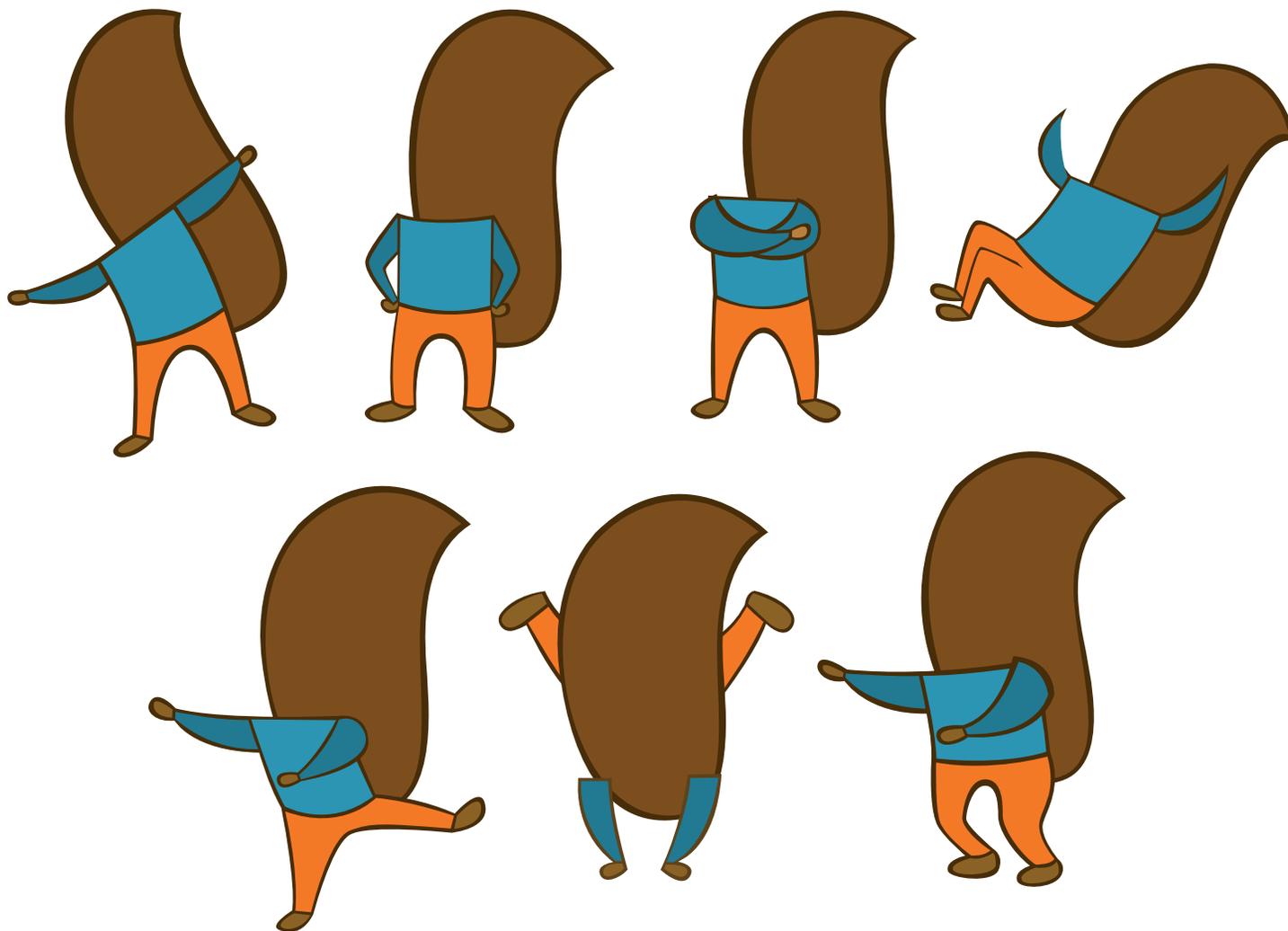
## Mascota

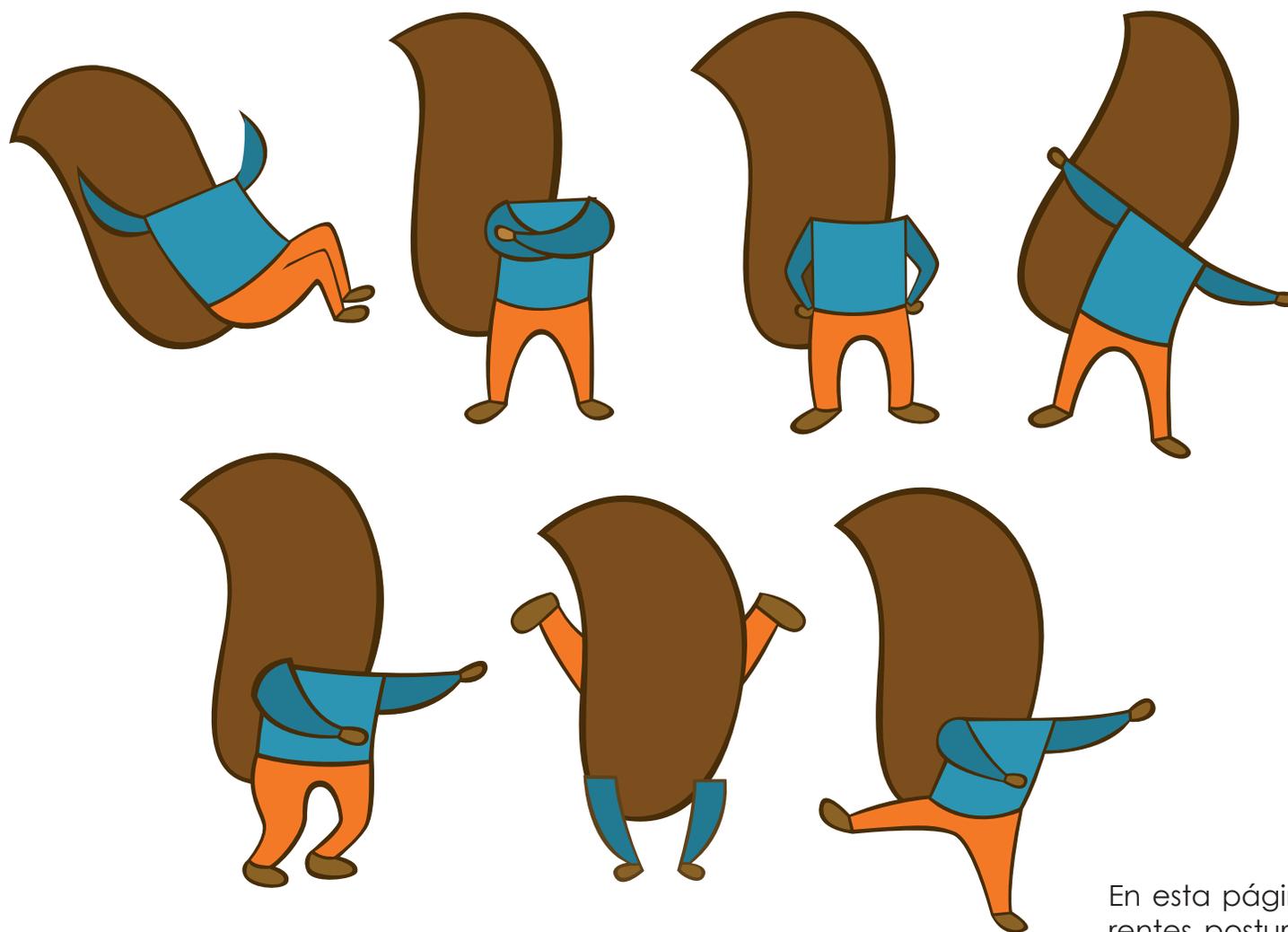


Tomás ha sido diseñada para intercambiar las diferentes expresiones del personaje, que transmiten sentimientos y sensaciones.

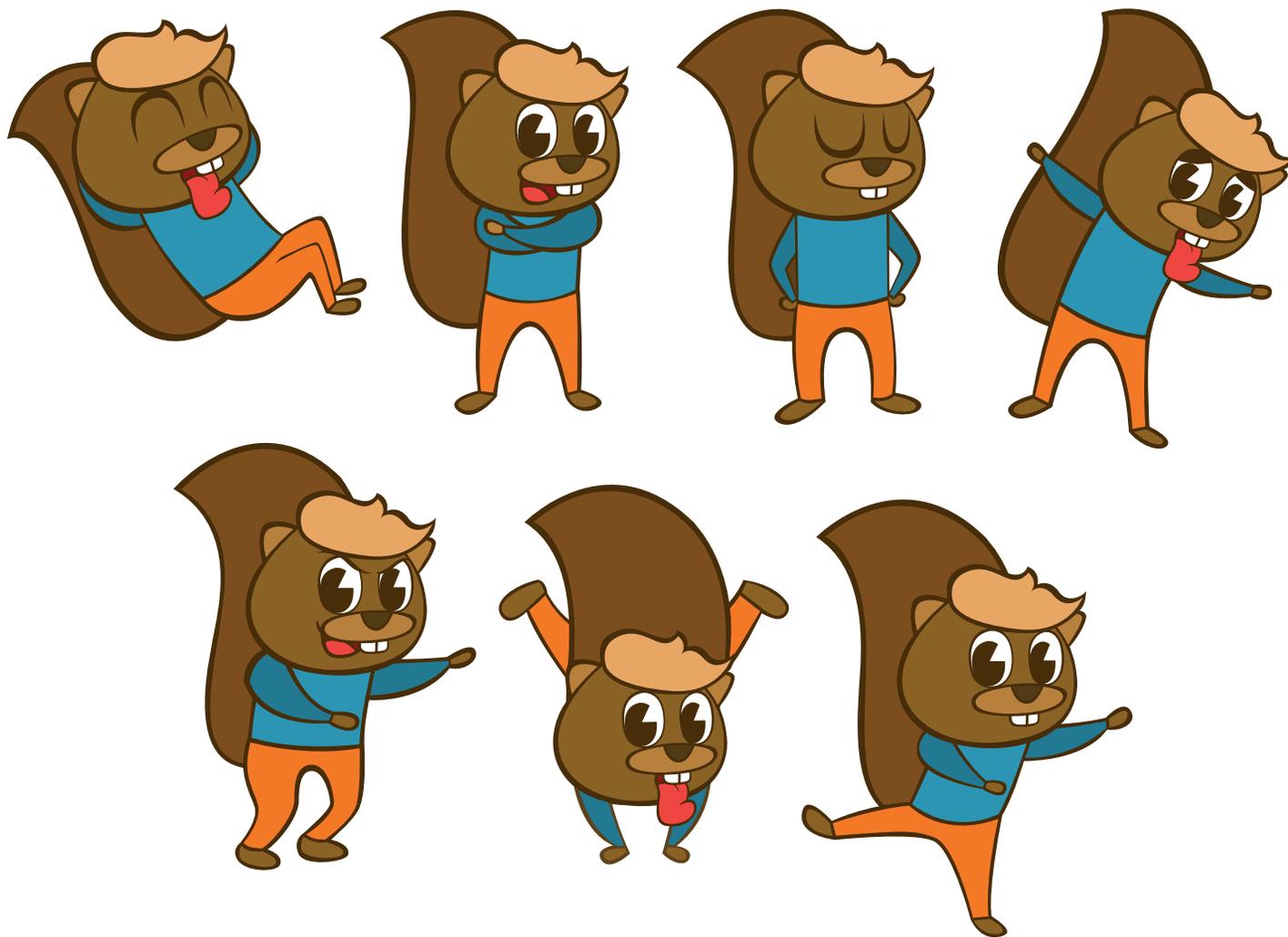


Cuando un personaje está bien realizado, se puede reflejar y no pierde la estética ni su personalidad.



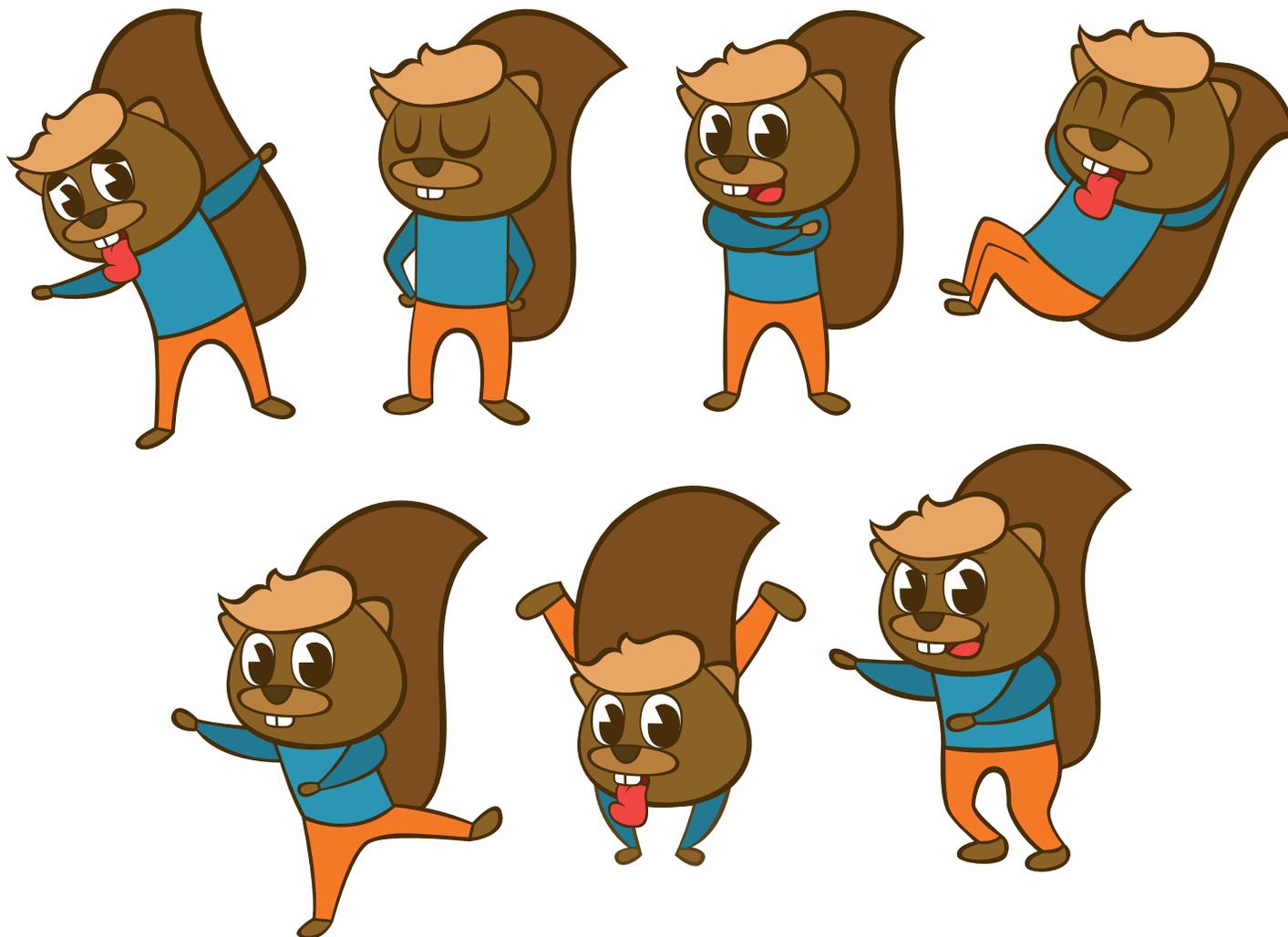


En esta página se muestran las diferentes posturas de Tomás, donde se debe encimar la cabeza para crear las posturas reales que se muestran en la siguiente página.



Tomás

# Mascota

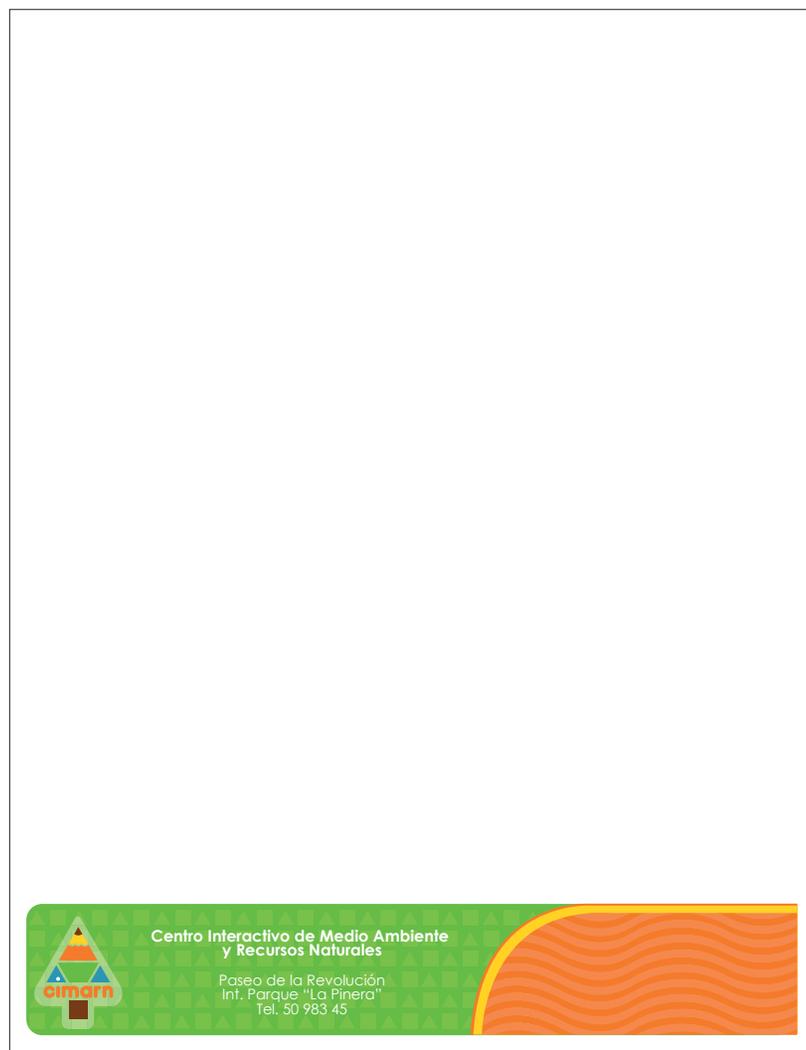


Aplicaciones

---

# Aplicaciones

## Papelería



Medidas: 21.5 x 28 cm  
Impresión sugerida en offset a  
selección de color en papel  
opalina.



**Centro Interactivo  
de Medio Ambiente  
y Recursos Naturales**

Paseo de la Revolución  
Int. Parque "La Pinera"  
Tel. 50 983 45



Medidas: 21 x 8.6 cm  
Impresión sugerida en offset  
a selección de color.



Medidas: 10.75 x 7 cm

Medidas: 21.5 x 14 cm



¡Cuidemos el planeta jugando!

¡Ven a conocer  
el nuevo  
Centro Interactivo!

Promoción: por inauguración  
niños no pagan.

horario: 9 am a 8 pm todos los días  
Paseo de la Revolución  
Int. Parque "La Pinera" / Tel. 50 983 45  
en Uruapan



# calendario de actividades



- ▶ **salon audiovisual**
  - ▶ audiovisual de reciclado de pet (todos los días de enero 12pm, 4pm y 7pm)
- ▶ **talleres**
  - ▶ taller de composta (7, 8 y 9 enero 12pm y 4pm)
  - ▶ taller de reciclado (14, 15 y 16 enero 12pm y 4pm)
  - ▶ taller de huertos familiares (21, 22, y 23 enero 12pm y 4pm)
- ▶ **sala de mariposas**
  - ▶ exhibición de mariposas azules (todo enero)
  - ▶ exhibición de mariposas amarillas (todo enero)

Medidas: 3 x 1 m



Medidas: 13 x 20 cm

## Aplicaciones Papelería



Pantone 349 c  
Medidas: 10.75 x 4.5 cm  
Impresión sugerida en offset  
a una tinta

Pantone 349 c



## Objetivo

Desarrollar actividades didácticas enfocadas a nuestro entorno ambiental y el uso sustentable de los recursos naturales, logrando así, una participación mayoritaria de los ciudadanos en las acciones futuras que emprenda la presidencia municipal relacionadas en el cuidado de medio ambiente del Municipio de Uruapan.

## Actividades a realizar dentro de la Ludoteca

### ▶ CENTRO DE INFORMACIÓN AMBIENTAL

En este apartado de la ludoteca, se proporcionará información acerca de todo lo referente con el medio ambiente, siendo atendido por especialistas en el ámbito.

### ▶ SALA AUDIOVISUAL

Habitación destinada para audiovisuales referentes a medio ambiente.



### ▶ COLECCIÓN DE MARIPOSAS "DR. LAMBERTO GONZÁLEZ COTA"

Esta sección tendrá una exposición de mariposas y otros insectos, cuyas especies fueron donadas a la actual administración municipal a través de la Dirección de Medio Ambiente y Recursos Naturales en septiembre de 2010 por la familia González y González.

Dicha colección está integrada por 65,000 especies distintas de mariposas y alrededor de 800 especies de diferentes insectos, colectados en diferentes estados de la República y preservados durante años por el Dr. González Cota, considerado como uno de los principales colectores a nivel nacional.

### ▶ ÁREA DE TALLERES

En este apartado, se darán talleres de reciclado, elaboración de composta y huertos familiares, así como baño seco y estufa patsari.



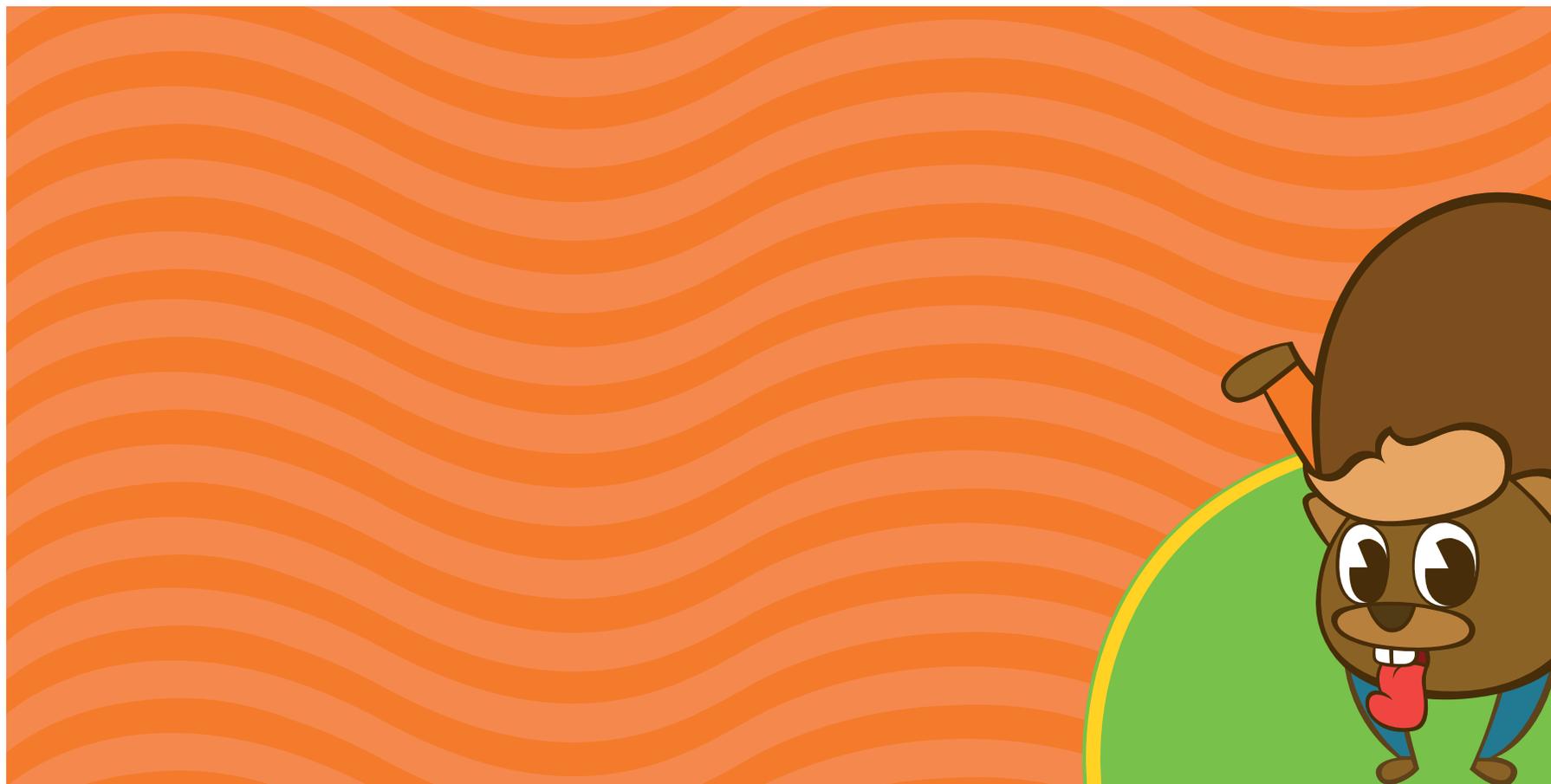
Uniforme



Uniforme



Estos lápices serán repartidos en las diferentes escuelas del municipio y dentro del Centro Interactivo.



Esta ilustración será pintada a mano en el interior de la ludoteca para ambientar el lugar.



Aquí se muestra cómo quedará la ilustración aplicada a la pared.





Medidas: 7.5 x 7.2 cm

## Conclusiones

En un manual de identidad corporativa siempre se presentan las mejores aplicaciones del logotipo y cómo éste puede ser usado, también nos muestra de qué forma es correcto usar el gráfico presentado.

En este pequeño libro se exponen principalmente los usos más frecuentes de la marca, aunque debemos tener en cuenta que también se pueden crear nuevas aplicaciones dependiendo de las necesidades del Centro Interactivo. Es importante destacar que también se crearon diferentes posturas y expresiones faciales para el personaje que transmiten amistad, seguridad, diversión, curiosidad, etc. dependiendo de las necesidades del mensaje.

Es de suma importancia leer todo el manual de identidad corporativa para conocer acerca de las aplicaciones del logotipo y de la mascota presentada para obtener los resultados esperados, es por eso que este libro incluye un cd con los archivos para su correcta impresión

Uruapan, Michoacán a 20 de septiembre de 2018.

Martha Alejandra Ávila Ortega

## CONCLUSIÓN

El Diseño y la Comunicación Visual han evolucionado con el paso del tiempo y se ha mezclado con la vida cotidiana de las personas; esto, con la necesidad de comunicar y transmitir ideas entre la sociedad; tal es el caso del Centro Interactivo, que tiene esa necesidad y debe posicionarse en la ciudad de Uruapan y posteriormente en todo el Estado con el fin de concientizar a los niños de sobre el cuidado del medio ambiente.

El proyecto del Centro Interactivo de Medio Ambiente y Recursos Naturales (CIMARN) será algo nuevo para la vida de los uruapenses, tanto para adultos como niños; la solución gráfica de este proyecto es adecuada para llevar al cabo las actividades realizadas en la ludoteca, debido a que todos los mensajes son claros, entendibles y atractivos para su público meta.

Como se presenta en este ejemplar, se encuestó a una parte de la población infantil para saber sus gustos, costumbres, y las actividades que realiza cotidianamente, esto con la finalidad de conocer a nuestro público meta. También se estudiaron algunos métodos para la educación en los niños de primaria con el propósito de sa-

ber como transmitir correctamente el mensaje y dar difusión al proyecto del Centro Interactivo de Medio Ambiente y Recursos Naturales. Gracias a esta información y al análisis de las áreas y herramientas del Diseño y Comunicación Visual, se llegó a la conclusión de que aplicaciones pueden ser más efectivas y atractivas para nuestro público objetivo.

Antes de presentar un resultado final, se analizaron algunas aplicaciones de ludotecas nacionales e internacionales, para llegar a la conclusión de medios que pueden funcionar o descartarse. Teniendo en cuenta lo anterior, se presentó una propuesta de solución y posteriormente el resultado final para su ejecución.

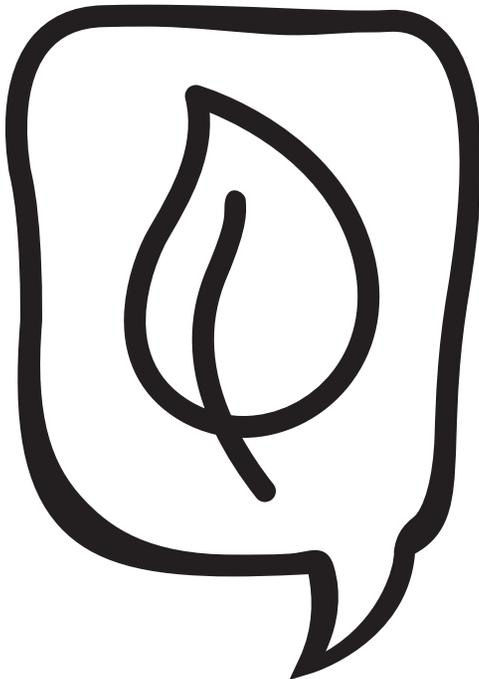
La información contenida en todos los capítulos compilados en este libro son los que hicieron posible llegar al producto final, que es la solución al problema planteado al inicio.

Mi experiencia al realizar la investigación para dar una correcta solución al problema presentado fue muy grata, porque aprendí como se comportan los niños de nuestra ciudad y cuales son sus pasatiempos, también conocí muchas personas que me ayudaron proporcionando información para ter-

minar este libro, y en la parte creativa me emocioné mucho cuando lleve a cabo los bocetos del animal elegido para darle vida al personaje que representa el proyecto, porque personalmente siempre me apasiona dibujar animales y este fue un reto bastante divertido.

En resumen, es un proyecto en el que me agradó mucho participar porque me gusta crear mensajes para niños e interactuar con ellos, así que fue un reto a mi medida.





**Anexos**



## 1.4 COSTUMBRES Y TRADICIONES DE LOS NIÑOS

Se entiende por tradición, a los acontecimientos transmitidos oralmente de una generación a otra; y por costumbre, a un acto que se ha convertido en hábito y se practica frecuentemente.

Las costumbres y tradiciones de los niños uruapenses se redactarán en base a encuestas que serán realizadas en las diferentes escuelas primarias del municipio; debido a que los niños en la actualidad realizan diferentes actividades a las que se realizaban hace 10 o 30 años, es por eso que se tuvieron que plantear una serie de encuestas para conocer este tipo de actividades que realizan los niños hoy en día.



La mayor parte de la niñez, los niños la pasan jugando.

### FÓRMULA

El tamaño de la muestra para realizar las encuestas fue 383, y está basado en una población infantil de 94,000 habitantes de 6 a 12 años de edad. Estos datos fueron obtenidos por la INEGI y corresponden al año 2010.

La fórmula empleada para determinar la muestra fue:

$$n = \frac{o^2 N p q}{e^2 (N-1) + o^2 p q}$$

donde:

$o$ = nivel de confianza (1.96)

$N$ = universo o población (94,000)

$p$ = probabilidad a favor (50%)

$q$ = probabilidad en contra (50%)

$e$ = error de estimación (5%)

$n$ = número de elementos (tamaño de muestra)

Esta fórmula fue obtenida del libro "Introducción a la investigación de mercados" de Laura Fischer, 2a ed. página 59.

Sustituyendo los valores en la fórmula, se obtuvo el tamaño de la muestra, que fue de 383. Lo cual se explica a continuación:

$$n = \frac{(1.96)^2(94000)(0.5)(0.5)}{(0.5)^2(94000-1)+(1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.84)(94000)(0.5)(0.5)}{(0.25)(93999)+(3.84)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(360960)(0.25)}{(23499.75)+(0.96)}$$

$$n = \frac{90240}{23500.71}$$

$$n = 3.839 \times 100 = 383 \text{ muestras}$$



La educación primaria debe ser gratuita.

## ANEXOS

La encuesta que se realizó se presenta a continuación y consta de 12 preguntas, las cuales fueron analizadas y planteadas adecuadamente para que el público meta las entendiera correctamente.

### ESTRATEGIA

La estrategia utilizada para la elaboración de las encuestas, fueron escuelas primarias públicas, ubicadas en zonas céntricas de la ciudad; que por lo regular son las que tienen mayor número de alumnos.

### RESULTADOS OBTENIDOS

A continuación se presenta la información obtenida en forma gráfica.



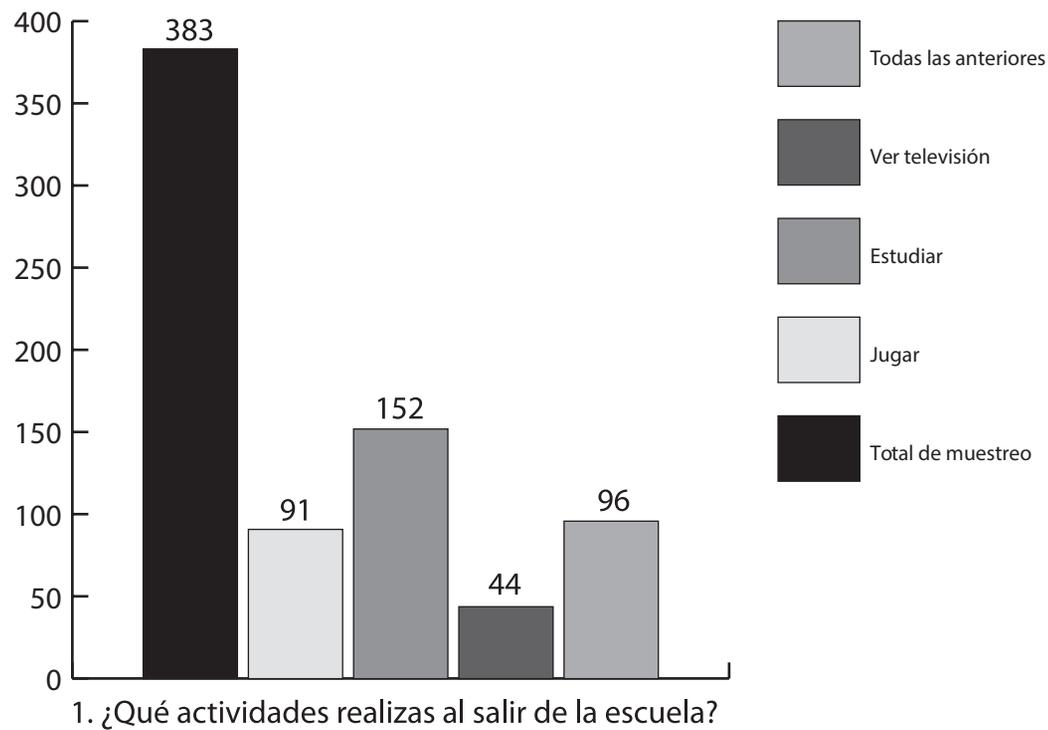
El propósito de esta encuesta es conocer el comportamiento y las actividades que realizan los niños que cursan la educación primaria actualmente en la ciudad de Uruapan.

**Instrucciones:** Contesta las siguientes preguntas subrayando la de tu preferencia.

Edad \_\_\_\_\_

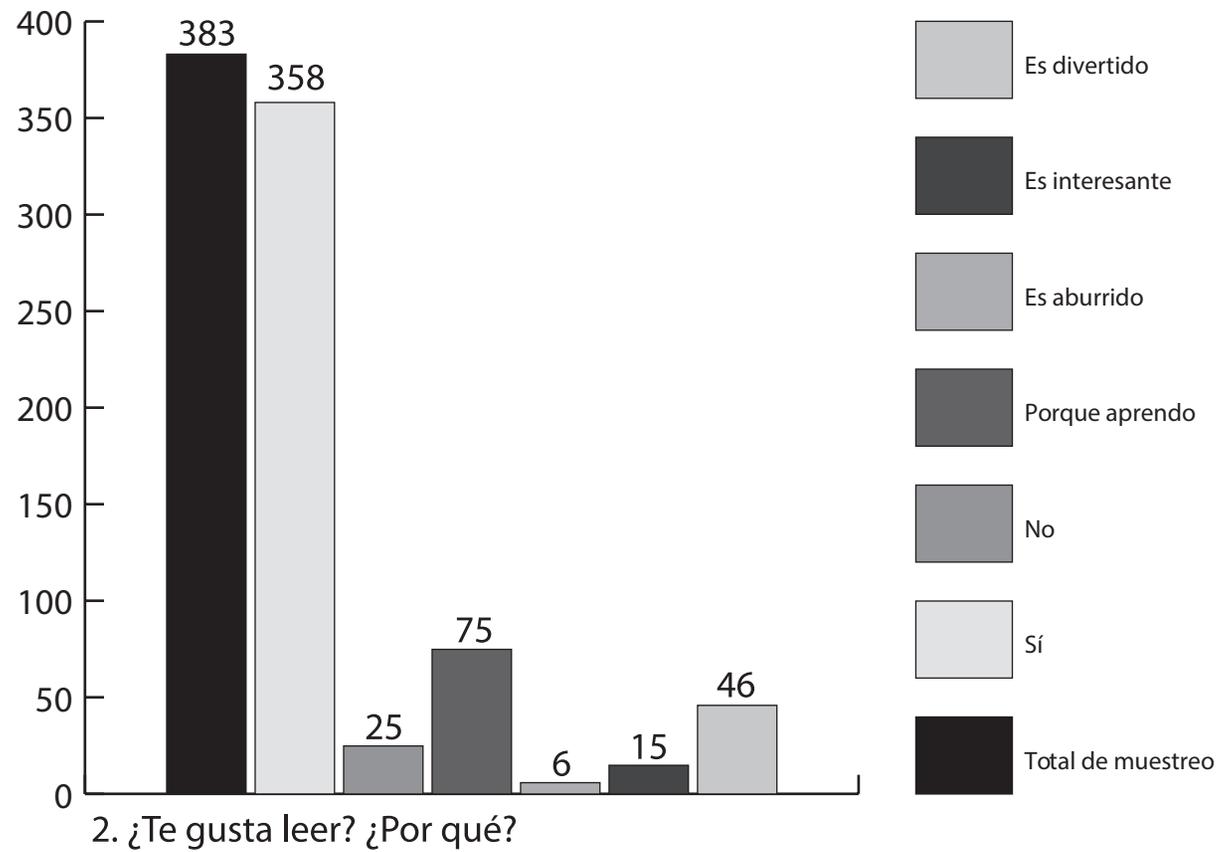
1. ¿Qué actividades realizas al salir de la escuela?  
a) Jugar                      b) Estudiar                      c) Ver televisión / Internet                      d) Todas las anteriores
2. ¿Te gusta leer?  
a) Sí                      b) No                      c) ¿Por qué? \_\_\_\_\_
3. Si la respuesta 2 fue Sí, que prefieres leer:  
a) Revistas                      b) Periódicos                      c) Comics                      d) Cuentos
4. Cuando juegas, normalmente ¿con qué lo haces?  
a) Videojuegos / Internet                      b) Juegos de mesa                      c) Carros o muñecas                      d) Otro \_\_\_\_\_
5. De los siguientes grupos de alimentos, ¿cuáles consumes con mayor frecuencia?  
a) Dulces y chicharrones                      b) Carnes, frutas y verduras                      c) Pan, cereal y arroz
6. ¿Practicas algún deporte?  
a) Sí                      b) No
7. Si tu respuesta anterior fue Sí, ¿qué deporte realizas?  
a) Fútbol                      b) Voleibol                      c) Andar en bici                      d) Otro: \_\_\_\_\_
8. ¿Tienes algún tipo de contacto con la naturaleza?  
a) Sí                      b) No
9. Si tienes contacto con la naturaleza, ¿cómo es?  
a) Convivo con una mascota en mi casa                      b) Salgo al parque                      c) Cuido el jardín de la casa                      d) Voy de día de campo
10. ¿Sabes cuidar el medio ambiente?  
a) Sí                      b) No
11. ¿En tu escuela te enseñan a cuidar el medio ambiente?  
a) Sí                      b) No
12. ¿Conoces alguna fiesta que se celebra en Uruapan?  
a) Sí                      b) No                      c) ¿Cuál? \_\_\_\_\_

La mayoría de los niños encuestados, respondió a la primer pregunta de la encuesta, que estudian o hacen tarea al salir de la escuela. Esto debido a que sus padres están al tanto de su vida académica y los ayudan o apoyan en estas labores.

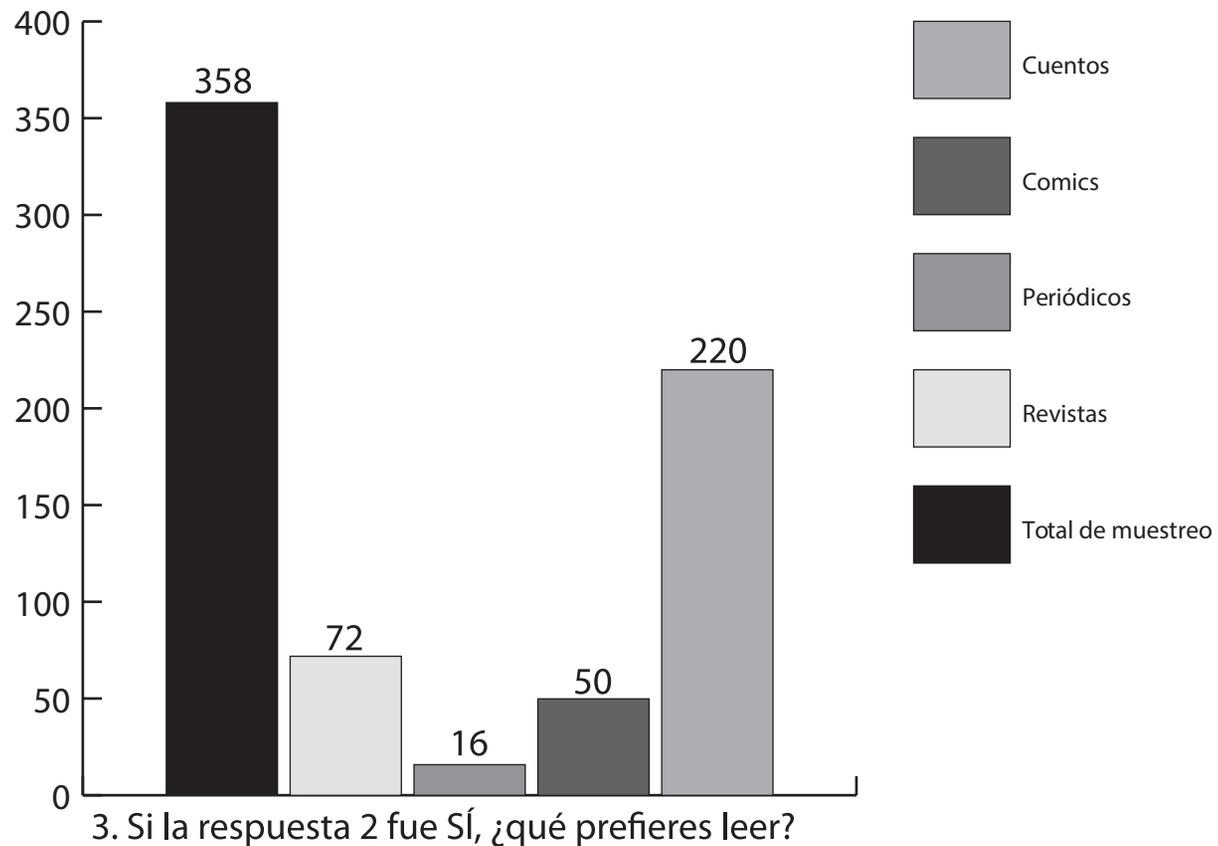


## ANEXOS

En esta pregunta, los niños contestaron que si les gusta leer, porque aprenden; tengamos en cuenta, que los niños a ésta edad apenas comienzan a cultivarse con la lectura, y de ésta forma asimilan más palabras que le facilitan su comprensión.

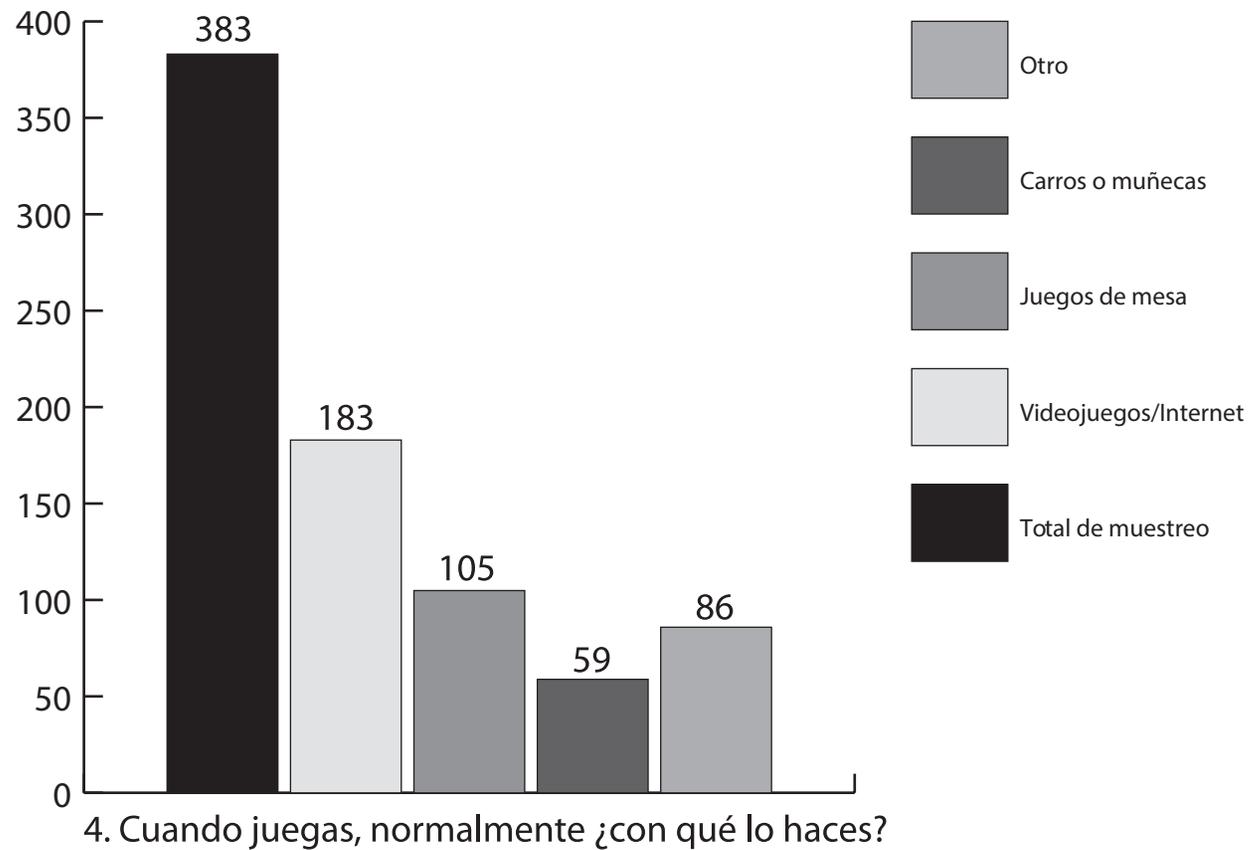


En la siguiente interrogante, la mayor parte de los infantes encuestados, respondieron que les gusta leer cuentos; esto es fácil de explicar, ya que a su edad sólo piensan en historias fantásticas, y al leerlas, los hace muy felices.

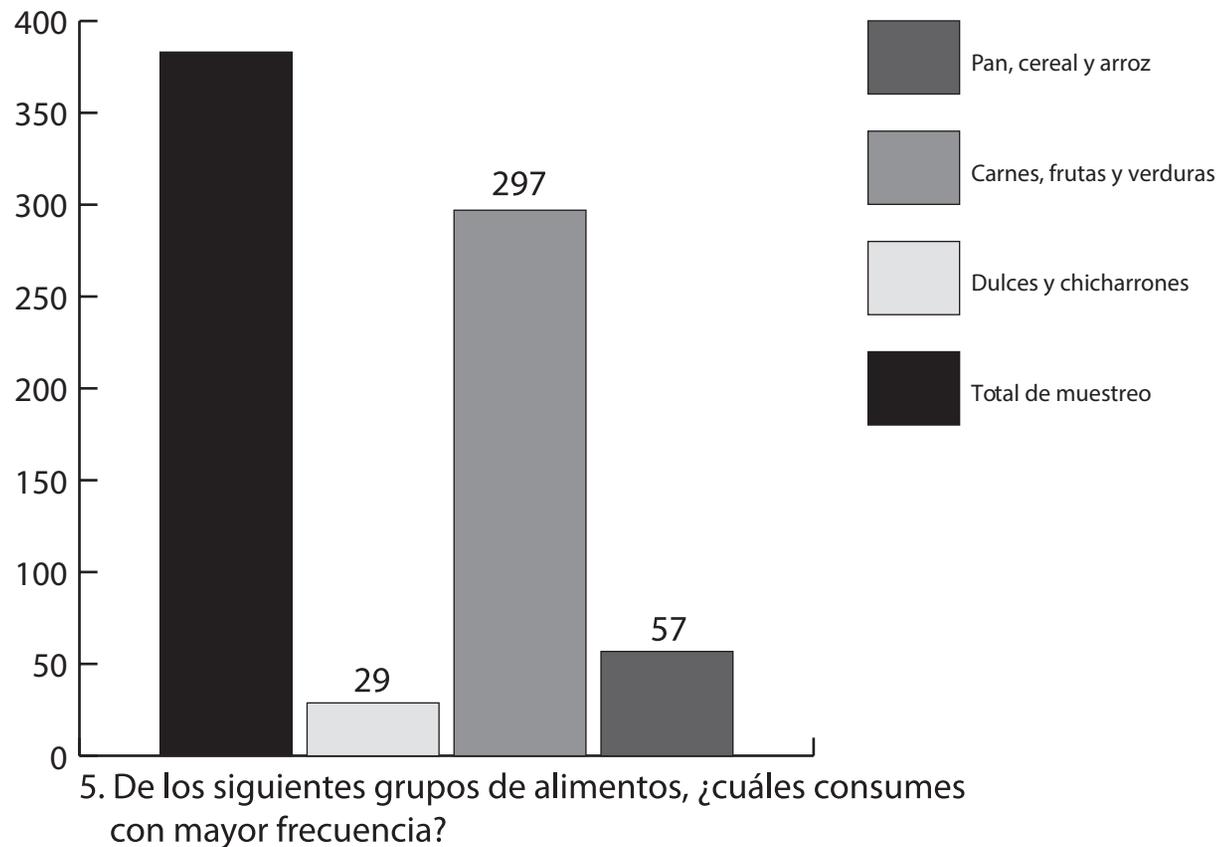


## ANEXOS

Los niños analizados en ésta encuesta, dicen que juegan la mayor parte de las veces con videojuegos o internet, esto afecta mucho en su crecimiento, porque no desarrollan bien sus capacidades y su intelecto.

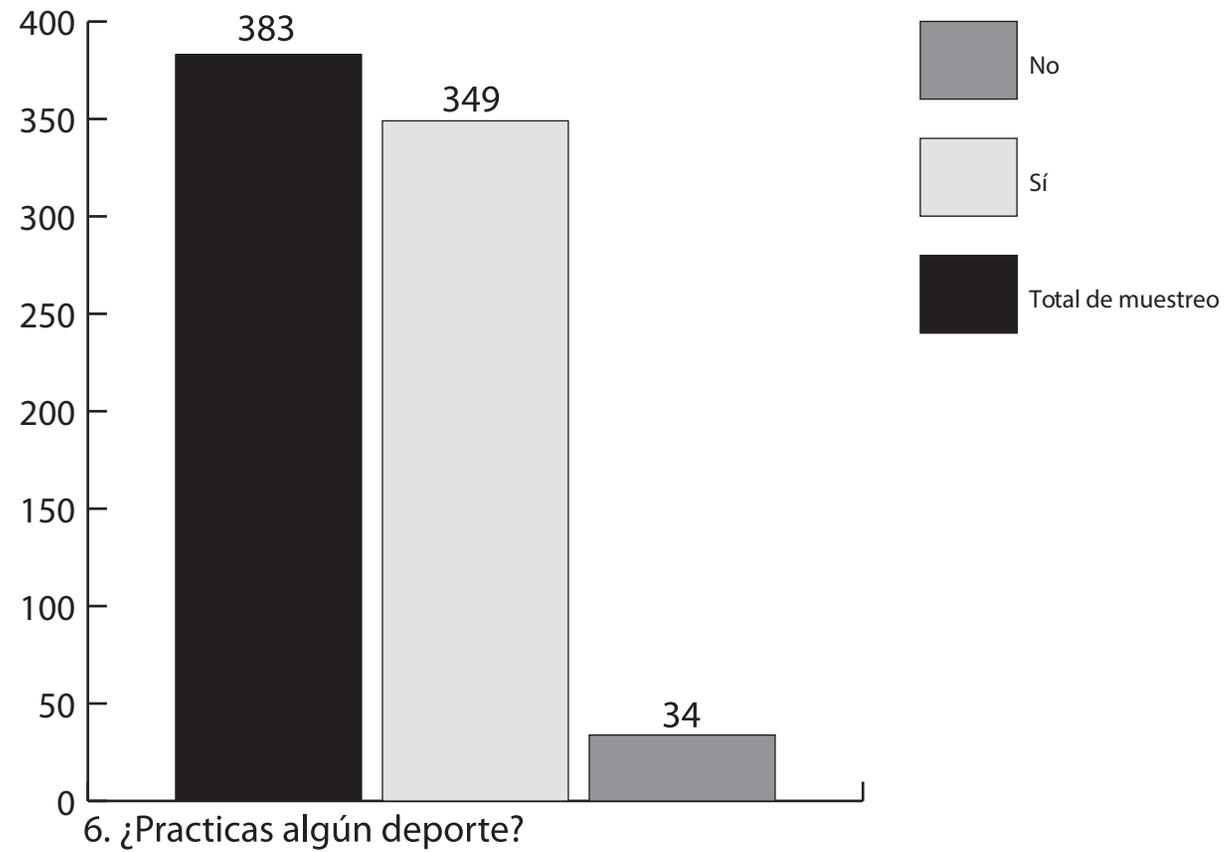


En esta pregunta, la mayor parte de los niños respondió: que come carnes, frutas y verduras. Y que la comida que menos prefieren, son: dulces y chicharrones. Pero esta pregunta puede ser contradictoria con respecto a las verduras.

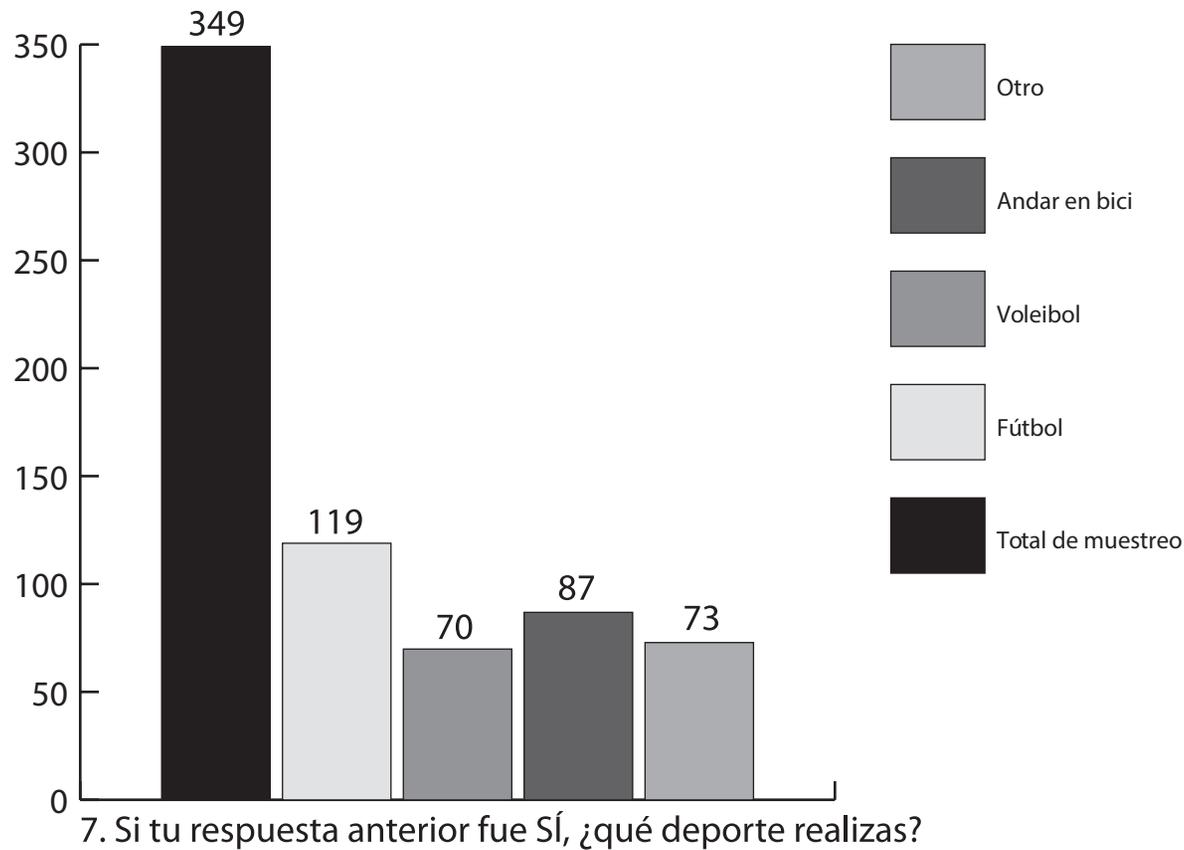


## ANEXOS

En esta pregunta, de 383 niños encuestados, la mayor parte señaló que practican un algún deporte.

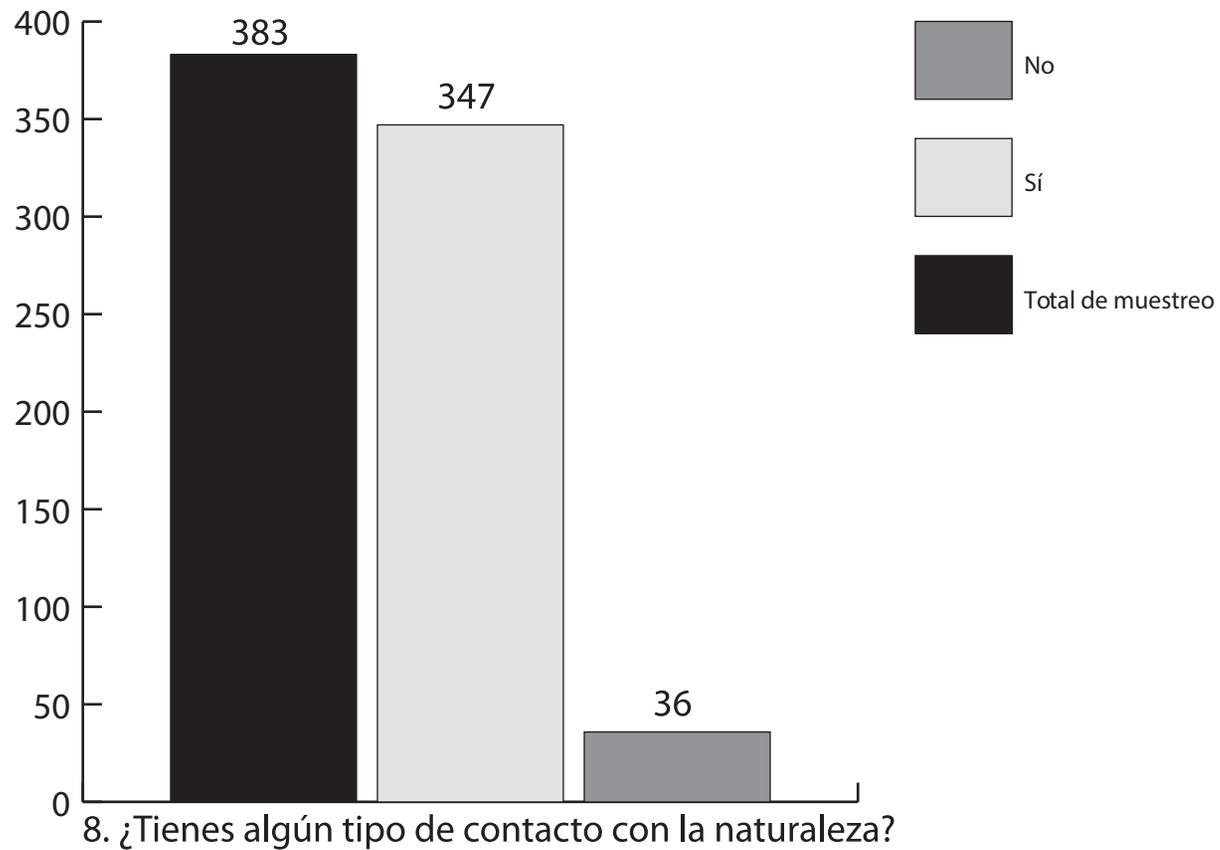


En su mayoría, los niños que respondieron a esta cuestión, dijeron que juegan fútbol, en segundo lugar andan en bici y los demás practican voleibol o algún otro deporte.

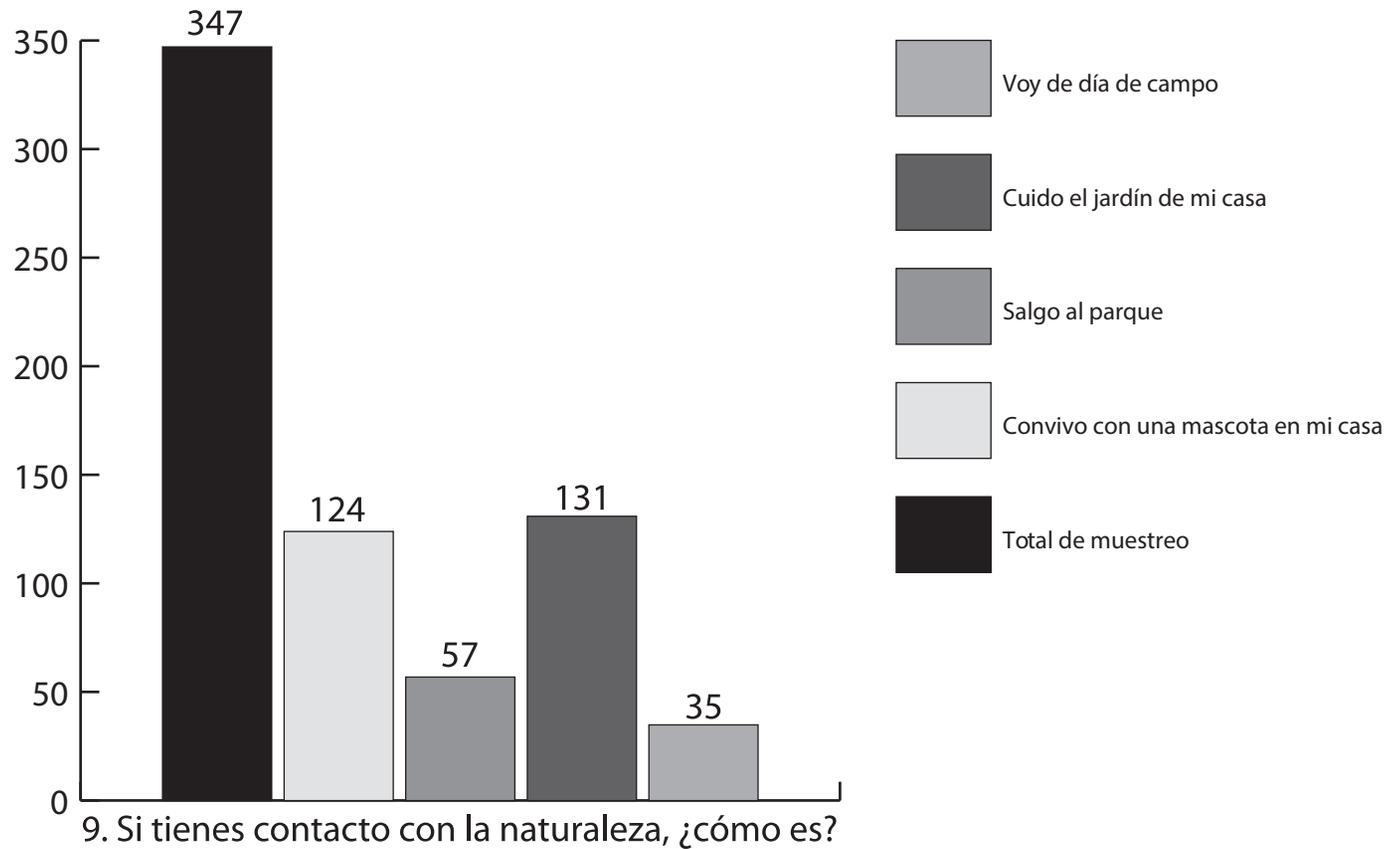


## ANEXOS

En su totalidad, la mayoría de los infantes señaló que tiene algún tipo de contacto con la naturaleza.

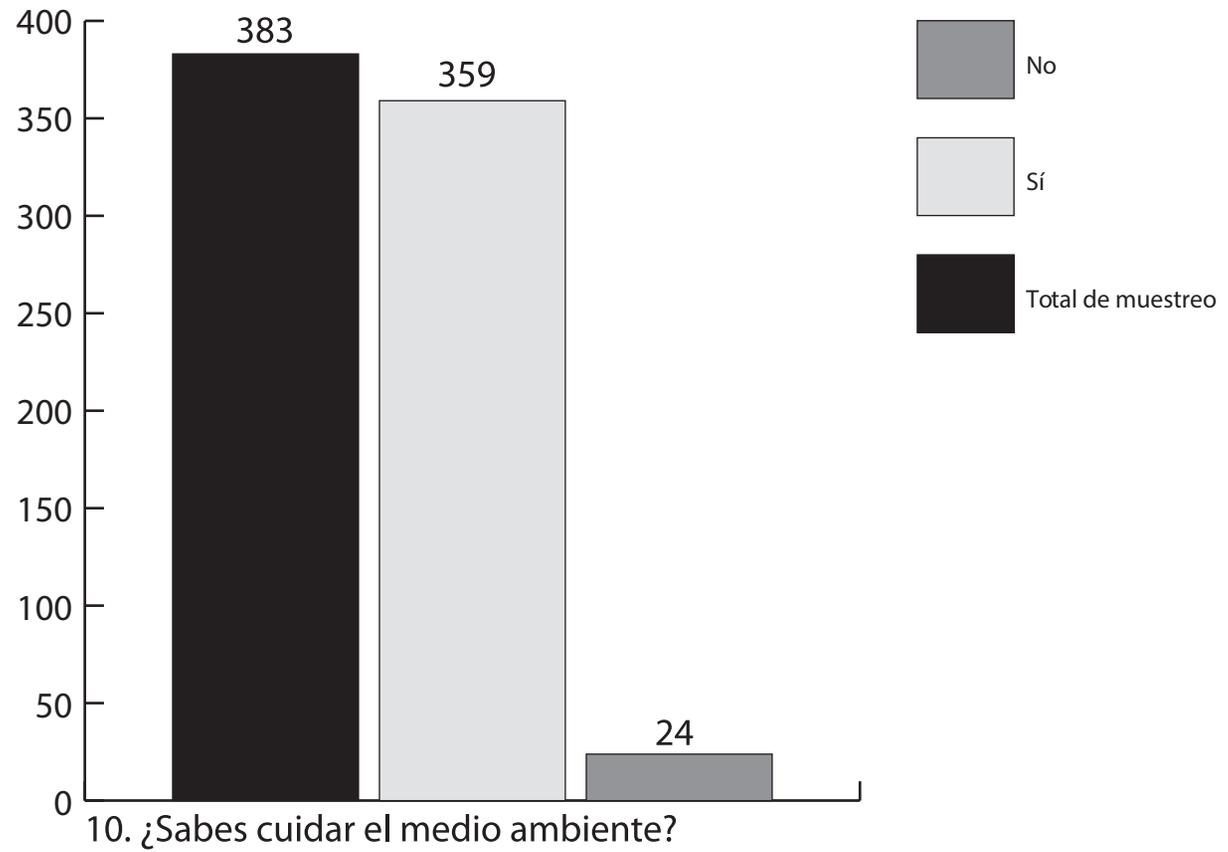


En esta pregunta, los niños respondieron que cuidan el jardín de su casa, y los que no tienen jardín, atienden macetas o algún otro tipo de planta pequeña. La naturaleza también cuenta como tener alguna mascota en casa o visitar un parque con frecuencia.

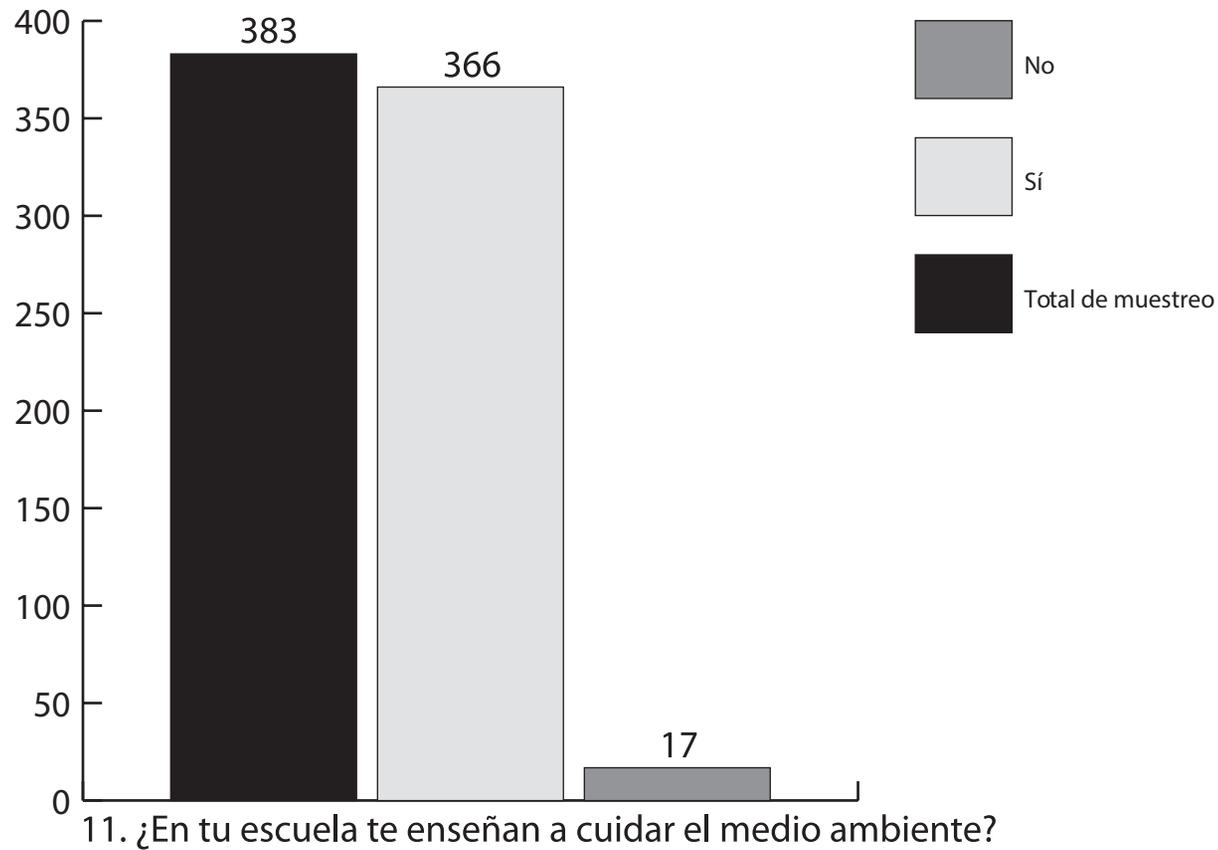


**ANEXOS**

La pregunta número 10 cuestiona a los infantes, si saben cuidar el medio ambiente, la mayor parte respondió positivamente.

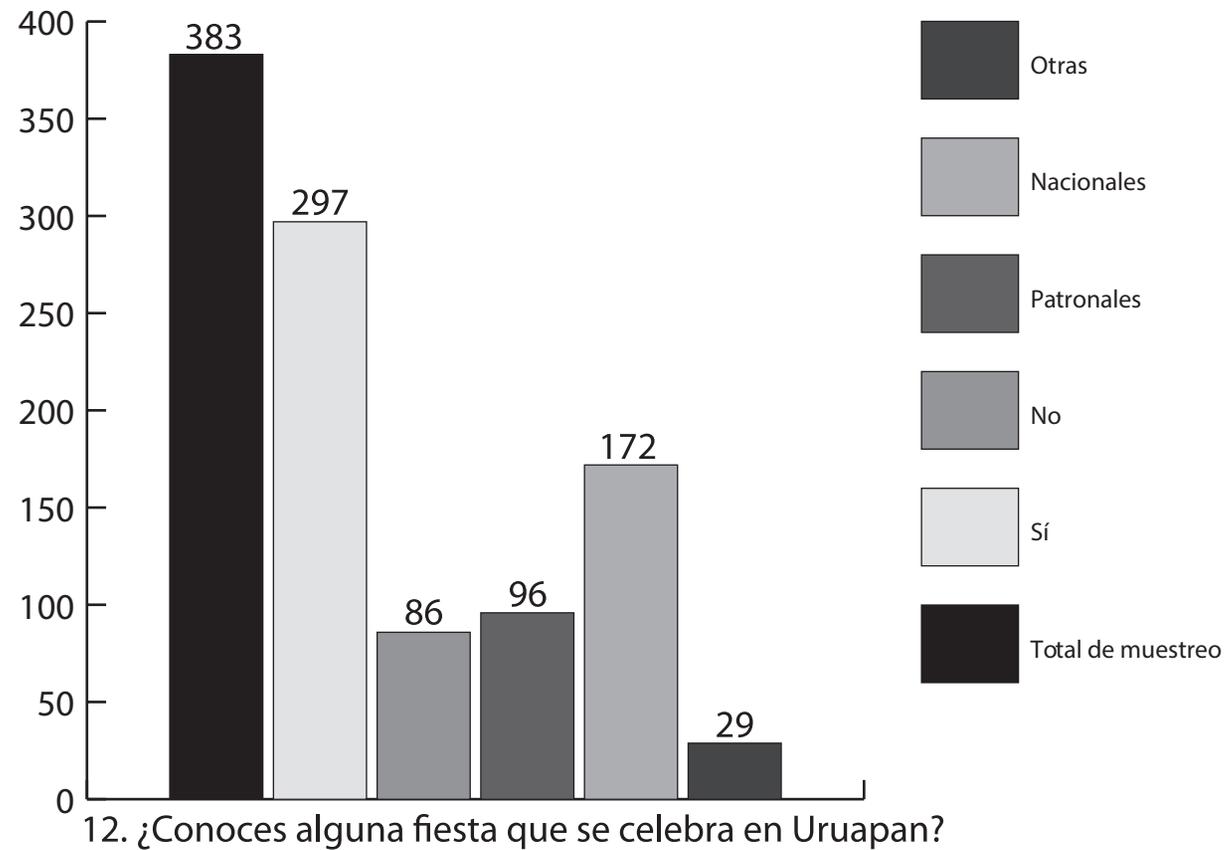


En su totalidad, los infantes señalaron que en la escuela les enseñan a cuidar el medio ambiente, y la minoría respondió negativamente.



## ANEXOS

La mayor parte de los niños encuestados, dice conocer alguna fiesta celebrada en Uruapan, los demás consideraron en esta respuesta, que conocen días festivos como día de las madres, del niño, san Valentín, etc.



De acuerdo a las encuestas realizadas, la mayoría de los niños estudian o hacen su tarea al salir de la escuela y otros cuantos juegan. Les gusta leer porque aún se están familiarizando con la ortografía y con nuevas palabras, por lo que normalmente leen cuentos y revistas.

La mayoría de los niños encuestados juega con videojuegos, internet y juegos de mesa; en un día normal se alimentan de carnes, frutas, verduras, pan, cereal y arroz. El deporte más practicado es fútbol y otros cuantos andan en bici.

Continuando con los resultados, la mayoría de ellos tienen contacto con la naturaleza debido a que tienen una mascota en casa o un jardín, en el que riegan y cuidan las flores. Dentro de las escuelas, les enseñan a cuidar el medio ambiente.

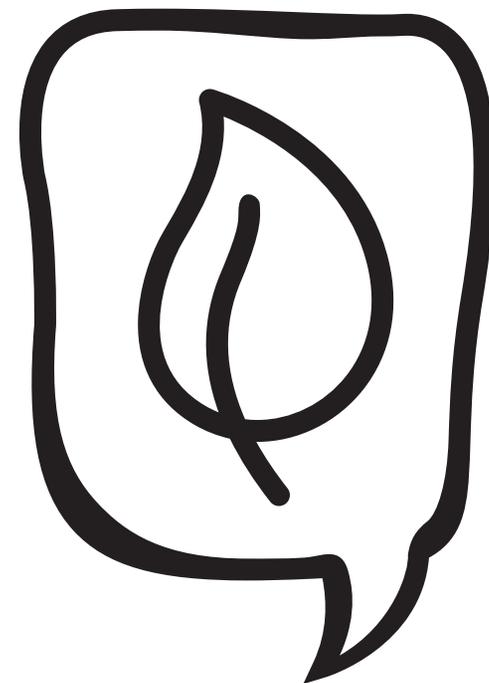
Sobre tradiciones celebradas en Uruapan, una minoría conoce sobre las fiestas patronales que se celebran, los demás resultados son efemérides o fiestas que se celebran a nivel nacional.

Los niños tienen un nivel de aprendizaje medio, porque son capaces de asimilar cualquier tipo de informa-

ción que vaya de acuerdo a su nivel de comprensión. La conducta de los niños, ha ido cambiando durante los últimos años y esto se debe a los problemas en los que se encuentra envuelto el país.

Al realizar las encuestas tuve la oportunidad de platicar con diferentes maestras, me comentaron que últimamente los niños son bastante hiperactivos y algunos otros son muy violentos, esto como consecuencia de todo lo que se vive a diario, ya sea en su casa o en el país en general.





**Bibliografía**



## BIBLIOGRAFÍA

## Capítulo 1

Padilla Bustos, Daniel  
Uruapan en su 450 aniversario: 450 años de historia de la Perla del Cupatitzio.  
Impresor Independiente  
Uruapan, Mich. 1978

Moreno Duarte, Francisco  
Síntesis monográfica de Uruapan  
Uruapan, Mich. 1987  
250 ejemplares  
Impresor Independiente

Gran diccionario enciclopédico visual  
Programa educativo visual  
Colombia, 1993

## Capítulo 2

Stassen Berger, Kathleen  
Thompson, Ross A.  
“Psicología del desarrollo: infancia y adolescencia”  
Editorial Médica Panamericana  
España, 1998

Madrigal Alarcón, Marcía Isela  
“Material didáctico para concientizar a los niños del cuidado de los recursos naturales”. Impresor Independiente  
Uruapan, Mich. 2004

## Capítulo 3

Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología (SEDUE)  
La ecología y la educación ambiental  
Subsecretaría de ecología  
México, D. F. 1989

Secretaría de Educación Pública  
Guía para el maestro: educación ambiental  
México, D. F. 1992

Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología  
Lineamientos conceptuales y metodológicos de la educación ambiental no formal. Impresor Independiente  
Subsecretaría de ecología

## Capítulo 5

Swann, Alan  
Bases del Diseño Gráfico  
3ª. Edición  
Barcelona, 1999  
Ed. G. Gill

Domínguez Macouset, Arturo  
Diseño mexicano: industrial y gráfico  
México, 1991  
Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos A. C. CODIGRAM

Bierut, Michael  
Fundamentos del Diseño Gráfico  
Buenos Aires, 2001  
Ed. Infinito

Meggs, Philip B.  
Historia del Diseño Gráfico  
México, 1990  
Ed. Trillas

Jennings, Simon  
Guía del diseño gráfico para profesionales  
México, 1995  
Ed. Trillas

Lupton, Ellen; Phillips, Jennifer Cole  
Diseño Gráfico: nuevos fundamentos  
México, 2008  
Ed. Gustavo Gill, SL

Enciclopedia técnica de la educación  
4ta. Reimpresión vol. 5  
México, 1988  
Ed. Santillana

Infographics  
Designing and visualizing data  
Sandu Publishing Co.  
Barcelona, España 2014  
Editorial Promopress

## BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA

[www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx)

[www.uruapan.gob.mx](http://www.uruapan.gob.mx)

[www.transparenciauruapan.gob.mx](http://www.transparenciauruapan.gob.mx)

[www.derechosinfancia.org.mx](http://www.derechosinfancia.org.mx)

[www.definicion.de](http://www.definicion.de)

[www.eird.org.com](http://www.eird.org.com)

[www.unicef.org](http://www.unicef.org)

[www.jmarcano.com](http://www.jmarcano.com) avalada por N. J. Smith – Profesor de la Universidad de Illinois (Estados Unidos)

[www.fonostra.com](http://www.fonostra.com)

<https://evemuseografia.com/2015/07/22/que-es-museografia/>

### ENTREVISTA

Lic. Claudia B. Cerna, Jefa de Educación Ambiental, la cual está encargada del proyecto de la ludoteca.

Lic. Maricarmen de la Lastra, que se encuentra en el departamento de Capacitación y Desarrollo dentro de la Dirección de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

Enrique Colin, que se encuentra en el departamento de Capacitación y Desarrollo dentro de la Dirección de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

Abril 2011

### BIBLIOGRAFÍA DE IMÁGENES

#### Capítulo 1

1. [www.mexicoenfotos.com](http://www.mexicoenfotos.com)
2. [www.miuruapan.blogspot.com](http://www.miuruapan.blogspot.com)
3. [www.uruapan.gob.mx](http://www.uruapan.gob.mx)
4. [www.uruapan.gob.mx](http://www.uruapan.gob.mx)
5. [www.lostorosdanyquitan.com](http://www.lostorosdanyquitan.com)
6. [www.padresonones.es](http://www.padresonones.es)
7. [www.fotorevista.com.ar](http://www.fotorevista.com.ar)
8. [www.cegatumblr.com](http://www.cegatumblr.com)

#### Capítulo 2

1. [www.mycanal.com](http://www.mycanal.com)
2. [www.skyscrapercity.com](http://www.skyscrapercity.com)
3. [www.organismos.chubut.gov.ar](http://www.organismos.chubut.gov.ar)
4. [www.google.com.mx](http://www.google.com.mx)
5. [www.forodefotos.com](http://www.forodefotos.com)
6. [www.pequesymas.com](http://www.pequesymas.com)
7. [www.es.123rf.com](http://www.es.123rf.com)
8. [www.grupos.emagister.com](http://www.grupos.emagister.com)

#### Capítulo 3

1. [www.familia.aollatino.com](http://www.familia.aollatino.com)
2. [www.familia.aollatino.com](http://www.familia.aollatino.com)
3. [www.glovege.com](http://www.glovege.com)
4. Archivo fotográfico de la Dirección de Medio Ambiente y Recursos Naturales de Uruapan, Michoacán.

5. [www.claudiomop.files.wordpress.com](http://www.claudiomop.files.wordpress.com)

#### **Capítulo 4**

1. [www.grupoanec.com](http://www.grupoanec.com)
2. [www.googlemaps.com](http://www.googlemaps.com)
3. [www.lapolitica.com.mx](http://www.lapolitica.com.mx)
4. [www.fnyh.org](http://www.fnyh.org)
5. Archivo Martha Alejandra Ávila Ortega
6. [www.eje19.com.mx](http://www.eje19.com.mx)

#### **Capítulo 5**

1. [www.quemandocabeza.com](http://www.quemandocabeza.com)
2. [www.hdiseño-gb2011-1.wikispaces.com](http://www.hdiseño-gb2011-1.wikispaces.com)
3. [www.nectarina.qadmio.com](http://www.nectarina.qadmio.com)
4. [www.2.bp.blogspot.com](http://www.2.bp.blogspot.com)
5. [www.locotipo.com](http://www.locotipo.com)
6. [www.logotiposvectoriales.com](http://www.logotiposvectoriales.com)
7. [www.extintoresrodex.com](http://www.extintoresrodex.com)
8. [www.abrazalatierra.com](http://www.abrazalatierra.com)
9. [www.origenac.org](http://www.origenac.org)
10. [www.lh5.gggt.com](http://www.lh5.gggt.com)
11. Archivo Martha Alejandra Ávila Ortega
12. [www.4.bp.blogspot.com](http://www.4.bp.blogspot.com)
13. [www.facebook.com/typewear](http://www.facebook.com/typewear)
14. [www.pinturayartistas.com](http://www.pinturayartistas.com)
15. [www.eje19.com.mx](http://www.eje19.com.mx)
16. [www.1.bp.blogspot.com](http://www.1.bp.blogspot.com)

[www.mexicodesconocido.com.mx](http://www.mexicodesconocido.com.mx)

[www.deviajeamexico.com](http://www.deviajeamexico.com)  
[www.mamafaka.files.wordpress.com](http://www.mamafaka.files.wordpress.com)  
[www.uco.edu.mx](http://www.uco.edu.mx)  
[www.delikatissen.files.wordpress.com](http://www.delikatissen.files.wordpress.com)