

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

La creación de un catálogo de artesanías de marcas colectivas del estado de Michoacán.

Autor: Mary Luz Regalado Estrada

**Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciada en Diseño Gráfico**

**Nombre del asesor:
Leobardo Armando Ceja Bravo**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UVAQ M.R.

**UNIVERSIDAD
VASCO DE QUIROGA**

FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO

**“LA CREACIÓN DE UN CATÁLOGO
DE ARTESANÍAS DE MARCAS COLECTIVAS
DEL ESTADO DE MICHOACÁN”**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO**

PRESENTA:

MARY LUZ REGALADO ESTRADA

ASESOR:

M.D.G.E LEOBARDO ARMANDO CEJA BRAVO

CLAVE: 14MRE0014R

ACUERDO: LIC100842

MORELIA, MICH. AGOSTO DE 2014

Vive
DESCUBRE
MICHUACAN
• EL ALMA DE MEXICO •



Agradecimientos

A Dios, por darme su sabiduría para tomar decisiones conforme a su voluntad.

A mi papá y a mi mamá, porque sin su apoyo incondicional no estaría donde estoy ahora, por su paciencia y por nunca perder la fe en mí.

A mis maestros, que se esforzaron por enseñarme de la mejor forma siempre..

Gracias a la vida por esta gran oportunidad de superación personal y profesional.



Índice

Agradecimientos	4
Introducción	9
Justificación	10
Planteamiento del Problema	11
Procedimiento Metodológico	11
Preguntas Directrices	12
Objetivo General	12
Objetivos Generales	12

Capítulo 1. Aspectos Generales de la Secretaría de Turismo

I.I Secretaria de Turismo	15
---------------------------------	----

Capítulo 2. Conceptos de Diseño Editorial

2.1 Historia del Diseño Editorial	21
2.2 Secciones y partes de una publicación	23
2.3 Importancia del Diseño Editorial	26
2.4 Definición de Catálogo	27
2.5 Tipos de Catalogos	28
2.6 Definición de Formato	30
2.7 Aspectos Generales de la Retícula margenes y columnas	31
2.8 Importancia del Color	36
2.9 Aspectos generales de los sistemas de Impresión	37

Capítulo 3. Uso y aplicación de apoyos graficos

3.1 Elementos gráficos	41
3.2 Tipos de Fotografía	43

Capítulo 4. Las Artesanías en Michoacán

4.1 Las Artesanías en México y Michoacán	45
4.2 La Casa de las Artesanías de Michoacán	47
4.3 Las Marcas Colectiva existentes en la casa de las Artesanías	49

Capítulo 5. Herramientas de Investigación de campo

5.1 Brief	65
5.2 Encuentas	66
5.3 Análisis Comparativo	69

Capítulo 6. Propuesta Gráfica

Conclusiones	84
Bibliografía	88

Vive
DESCUBRE
MICHUACAN
• EL ALMA DE MEXICO •



Introducción

El desarrollo del siguiente documento se refiere al análisis y diseño de un Catálogo de Artesanías michoacanas para dar a conocer las Marcas Colectivas registradas dentro de la casa de las Artesanías en Morelia Michoacán.

De acuerdo a una investigación sobre las principales artesanías del estado de Michoacán se observó que no se contaba con un catálogo tangible que mostrará las marcas que ya existen registradas como tal en un sistema donde puedes encontrar su ubicación, características principales, región y festividades y sus tradiciones.

El catálogo tiene como finalidad acaparar la atención del turista local, nacional o extranjero que llega al estado de Michoacán con el propósito de que conozca la gran cultura milenaria que nos distingue de otros países, que nuestro estado sea reconocido a nivel internacional por la elaboración de sus artesanías y que se vea valorado el trabajo de nuestros artesanos.



Justificación

Se analizará un problema existente de comunicación gráfica, en el cual se pretende que por medio del diseño gráfico se resuelva.

A través de una investigación sobre los principales atractivos turísticos de la ciudad, museos y recorridos, se enumeraron los puntos claves que poseen un valor histórico y cultural en los que se podría sustentar la temática del productos, ya que esta debe tener un significado real e histórico con el que el comprador se sienta identificado.

Al término del proyecto se espera cubrir los objetivos propuestos, así como tener un resultado favorable que resuelva la problemática previamente detectada. Así mismo, se pretende presentar la propuesta en la casa de las Artesanías para que den legalidad del proyecto y posteriormente que La Secretaria de Turismo pueda hacer uso del mismo en un futuro.

Por último, este proyecto pretende contribuir con su propuesta de diseño de catálogo al fortalecimiento, formento y promoción de la artesanía, mediante un objeto de diseño que no existe al día de hoy y con el cual es posible identificar dichos objetos y el lugar de su procedencia.



Planteamiento del problema

Hoy en día la Secretaría de Turismo y La Casa de las Artesanías de la ciudad de Morelia Michoacán no cuenta con un proyecto informativo que englobe el panorama general de la Artesanía Michoacana, la importancia de la conservación y preservación del método artesanal en la elaboración de artesanías, material fotográfico, ubicación. Además que pocos saben qué es una marca colectiva, los beneficios que ofrece, la garantía que ofrece, así como no existen ningún catálogo con los lineamientos de la marca turística o el Manual de Identidad actual.



Procedimiento metodológico

El presente proyecto de tesis tiene un proceso metodológico de corte mixto, ello significa que se han tenido que considerar tanto aspectos y enfoques cualitativos y cuantitativos. Al hablar de cualitativos, se estará haciendo referencia a herramientas de investigación de campo que implican la obtención y análisis de información sobre las cualidades que el objeto de estudio presente. Por su parte, el cuantitativo, implicará hacer referencia a herramientas de investigación de campo en donde la información obtenida, así como su análisis podrá ser de corte numérico, por tanto, las estadísticas, las cantidades y porcentajes son el tipo de información que dicho enfoque centra la atención. “Los métodos de investigación mixtos son la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno...” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010: 546)



Preguntas Directrices

- ¿Qué es una marca colectiva?
- ¿Qué garantías ofrece una marca colectiva?
- ¿Qué beneficios ofrece la marca colectiva?
- ¿Dónde están ubicadas?



Objetivo General

- Crear un catálogo para dar a conocer las marcas colectivas michoacanas en un contexto informativo.



Objetivos Generales

- Diseñar y presentar un catálogo de marcas colectivas que le permita a ésta dar a conocer a sus clientes las características de sus productos.
- Lograr por medio de este catálogo un acercamiento a los clientes que promueva la búsqueda de nuevas alternativas de compra.
- Preservar y rescatar la producción de las artesanías y las técnicas empleadas para su elaboración.



Capítulo 1

Aspectos generales de la

Secretaría de Turismo

Secretaría de Turismo

La siguiente información fue facilitada por el funcionario C. Carlos Javier Ávila Pedraza quien es el subsecretario de SECTUR muy amablemente nos otorgó los datos sobre la Secretaría de Turismo así como su misión, visión y un plan estratégico real de la secretaria.

¿Qué es SECTUR?

La Secretaría de Turismo (SECTUR) de México es la Secretaría de Estado a la que según la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal en su Artículo 42 le corresponde el despacho de las funciones relacionadas con el desarrollo de la industria turística.

La Secretaria de Turismo se encuentra ubicada en: Av. Tata Vasco #80, Vasco de Quiroga, CP. 58230. Morelia Mich.

MISIÓN

Impulsar el desarrollo turístico de Michoacán con gran pasión y respeto a las tradiciones, cultura y naturaleza, en beneficio de sus habitantes.

VISIÓN

Michoacán, el principal destino de turismo cultural y de naturaleza de México, con un desarrollo permanente de nuevos productos turísticos altamente competitivos, con una sociedad orgullosa y comprometida con su estado.

FUNCIONES

- Formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística nacional.
- Promover, en coordinación con las entidades federativas, las zonas de desarrollo turístico nacional y formular en forma conjunta con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales la declaratoria respectiva.
- Registrar a los prestadores de servicios turísticos, en los términos señalados por las leyes.

- Autorizar los precios y tarifas de los servicios turísticos, previamente registrados, en los términos que establezcan las leyes y reglamentos; y participar con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en el establecimiento de los precios y tarifas de los bienes y servicios turísticos a cargo de la administración pública federal.
- Regular, orientar y estimular las medidas de protección al turismo, y vigilar su cumplimiento, en coordinación con las dependencias y entidades de la administración pública federal y con las autoridades estatales y municipales.
- Fijar y en su caso, modificar las categorías de los prestadores de servicios turísticos por ramas.

ORGANIGRAMA

Para llevar a cabo dichas funciones la Secretaría de Turismo cuenta con las siguientes unidades:

- Subsecretaría de Operación Turística
- Subsecretaría de Planeación Turística
- Subsecretaría de Innovación y Calidad
- Centro de Estudios Superiores de Turismo
- Corporación Ángeles Verdes
- Consejo de Promoción Turística de México
- Fondo Nacional de Fomento al Turismo
- FONATUR Mantenimiento

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA SECTUR REVISIÓN DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS OBJETIVO ESTRATÉGICO I:

I. IMPULSAR EL TURISMO RURAL, DE NATURALEZA Y AVENTURA EN LOS DESTINOS CON ATRACTIVOS Y POTENCIAL TURÍSTICO.

Estrategias:

I.1. Promover el desarrollo de infraestructura turística en la Costa Michoacana.

Acciones:

I.1.1. Actualizar el diagnóstico de la costa michoacana para identificar los principales proyectos de infraestructura turística necesarios para su detonación.

- I.1.2. Identificar los predios propiedad del Gobierno del Estado en los que puedan desarrollarse proyectos turísticos.
- I.1.3. Determinar la viabilidad turística, social, económica y financiera de los principales proyectos detectados.
- I.1.4. Delimitar la realización de los proyectos que puedan desarrollarse dentro del periodo de gobierno.
- I.1.5. Realizar obras de mejoramiento de imagen urbana en Playa Azul y Caleta de Campos.
- I.1.6. Promover la participación de la policía turística municipal a fin de generar mayor seguridad para el turista.
- I.1.7. Habilitar los módulos de información turística del boulevard costero Playa Eréndira - Playa Azul.
- I.1.8. Reunirse con las dependencias y entidades de los distintos órdenes de gobierno para detonar la costa de manera conjunta e integral proporcionándoles las necesidades de inversión para los servicios de obras públicas como pavimentación, servicio de agua potable, salud y educación, entre otros.
- I.1.9. Apoyar y promover la realización de los proyectos ejecutivos necesarios para programar y ejecutar las obras de infraestructura turística.
- I.1.10. Identificar y cuantificar la realización de proyectos comunitarios para la prestación de servicios turísticos.
- I.2. Promover el desarrollo de infraestructura turística en los municipios que conforman el País de la Monarca.
- I.2.1. Identificar el nivel de desarrollo que prevalece en cada uno de los municipios que conforman el País de la Monarca.
- I.2.2. Investigar sobre las principales obras y acciones que fortalezcan al País de la Monarca, mediante el análisis de los planes de desarrollo y visitas a los municipios que lo conforman.
- I.2.3. Identificar los predios propiedad del Gobierno del Estado en los que se puedan desarrollar proyectos turísticos sustentables.
- I.2.4. Analizar la viabilidad turística, económica y financiera de cada una de las obras y acciones potenciales.
- I.2.5. Delimitar la realización de los proyectos que puedan desarrollarse dentro del periodo de gobierno.
- I.2.6. Apoyar y promover la realización de los proyectos ejecutivos necesarios para programar y ejecutar las obras de infraestructura turística.
- I.2.7. Reunirse con las autoridades municipales y dependencias de los gobiernos federal y estatal para comunicarles sobre las necesidades de inversión en los principales servicios básicos, necesarios para desarrollar la actividad turística, tales como: Pavimentación, señalización, seguridad pública y agua.
- I.3. Promover el desarrollo de infraestructura turística en los municipios que conforman la Ruta de la Salud en Michoacán.
- I.3.1. Identificar el nivel de desarrollo que prevalece en cada uno de los municipios que conforman la Ruta de la Salud.
- I.3.2. Investigar sobre las principales obras y acciones que fortalezcan a la Ruta de la Salud, mediante la investigación en los planes de desarrollo y visitas a los municipios que la conforman.
- I.3.3. Analizar la viabilidad turística, económica y financiera de cada una de las obras y acciones potenciales.
- I.3.4. Delimitar la realización de los proyectos que puedan desarrollarse dentro del periodo de gobierno.
- I.3.5. Apoyar y promover la realización de los proyectos ejecutivos necesarios para programar y ejecutar las obras de infraestructura turística.
- I.3.6. Reunirse con las autoridades municipales y dependencias de los gobiernos federal y estatal para comunicarles sobre las necesidades de inversión en los principales servicios básicos, necesarios para desarrollar la actividad turística: Pavimentación, señalización, seguridad pública, agua.
- I.3.7. Fortalecer los centros eco turísticos del Gobierno del Estado administrados por Fomento Turístico de Michoacán (FOTURMICH)

mediante inversiones para la remodelación, ampliación y equipamiento.

I.4. Promover la creación de nuevas rutas y productos turísticos en zonas con vastos recursos naturales, ideales para el desarrollo del turismo rural, de naturaleza y aventura.

I.4.1. Identificar las zonas con potencial y atractivos turísticos de naturaleza y aventura que no se han desarrollado.

I.4.2. Proponer el desarrollo de rutas y proyectos para las zonas turísticas potenciales.

I.4.3. Determinar la viabilidad turística, social, económica y financiera de los proyectos detectados.

I.4.4. Delimitar la realización de los proyectos que puedan desarrollarse dentro del periodo de gobierno.

I.4.5. Apoyar y promover la realización de los proyectos ejecutivos necesarios para programar y ejecutar las obras de infraestructura turística.

I.4.6. Reunirse con ayuntamientos, autoridades federales y estatales para comunicar los servicios complementarios al turismo que se requieren para detonar de manera integral las zonas detectadas.

I.5. Promover la creación y fortalecimiento de empresas en los destinos con potencial para el turismo rural, de naturaleza y aventura, principalmente por los empresarios locales o regionales.

I.5.1. Coadyuvar para la conformación de un fondo público de financiamiento para empresas y emprendedores turísticos con productos financieros accesibles para capital semilla y empresas en marcha, en condiciones preferenciales.

I.5.2. Coordinarse con la Secretaría de Desarrollo Económico y el Sistema Integral de Financiamiento del Estado para realizar jornadas de asesoría empresarial en las diferentes regiones del estado para promover el emprendedurismo y la inversión privada.

I.5.3. Realizar eventos y reuniones con empresarios michoacanos para exponerles las oportunidades de inversión privada en los destinos de naturaleza del estado.

I.5.4. Participar y organizar eventos de atracción

de inversiones de proyectos detonadores con inversionistas primordialmente regionales y nacionales.

I.5.5. Elevar la calidad de los servicios turísticos mediante el diseño e instrumentación de programas de capacitación, consultoría y certificación de empresas turísticas.

I.5.6. Promover la realización de benchmarking interregional y con destinos con mayor nivel de profesionalización en el país para mejorar los servicios locales y ofrecer servicios de clase mundial.

I.6. Incrementar y promover las distinciones, galardones y reconocimientos de los recursos naturales del Estado por organismos nacionales e internacionales.

I.6.1. Promover el olivar de Tzintzuntzan para su inscripción en la UNESCO como patrimonio de la humanidad.

I.6.2. Identificar otros recursos naturales del Estado que puedan concursar para obtener algún tipo de reconocimiento.

I.6.3. Realizar una investigación para identificar las principales convocatorias de instituciones nacionales e internacionales que permitan emitir reconocimientos a los recursos naturales de Michoacán con potencial turístico.

I.6.4. Integrar los expedientes requeridos para el reconocimiento de los recursos naturales.

I.7. Diseñar e implementar campañas y acciones de promoción de la Costa Michoacana, País de la Monarca, Ruta de la Salud y nuevos productos de naturaleza de Michoacán.

I.7.1. Realizar gestiones ante la Secretaría de Comunicaciones y transportes del Gobierno Federal para promover la costa michoacana como destino turístico mediante el mejoramiento de la señalización turística y la instalación de espectaculares en carreteras federales de libres y de cuota.

I.7.2. Poner en valor turístico el rico patrimonio cultural y gastronómico de la costa michoacana mediante la promoción y apoyo a la organización y difusión de encuentros gastronómicos estatales y regionales.

I.7.3. Desarrollar campañas de promoción dirigidas al mercado de retirados (Baby Boomers) y 2ª y 3ª generación de nuestros connacionales en los Estados Unidos de Norteamérica y Canadá.

I.7.4. Promover los torneos de surf y pez vela, el desove de la tortuga marina negra, golfina y laúd en las costas michoacanas, y demás eventos y atractivos turísticos en los mercados de Michoacán, Jalisco y Distrito Federal.

I.7.5. Promover los atractivos turísticos de la costa michoacana en internet, redes sociales y en ediciones de promoción turística de lujo y populares.

I.7.6. Promover la realización de congresos, conferencias y pláticas en los que se den a conocer los atractivos turísticos de la costa michoacana así como la agenda de eventos turísticos locales, en instituciones de nivel superior, medio superior y educación básica.

Fuente: "Primera parte de los cinco Objetivos estratégicos proporcionados por Secretaría de Turismo Gobierno del Estado 2012-2015"

ANÁLISIS FODA

El foda: Es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar internos o externos de programas y proyectos. El foda se representa a través de una matriz de doble entrada, llamada matriz FODA, en la que el nivel horizontal se analizan los factores positivos y los negativos. En la lectura vertical se analizan los factores internos y por tanto controlables del programa o proyecto y los factores externos, considerados no controlables.

Las fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase. Las oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden y deben eliminarse.

Las amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.

En Síntesis:

- Las fortalezas deben utilizarse
- Las oportunidades deben aprovecharse
- Las debilidades deben eliminarse y
- Las amenazas deben sortearse.*

*Fuente de información: Caja de Herramientas www.infomipyme.com

Para diseñar las estrategias y acciones a seguir para el impulso de la actividad turística en el estado de Michoacán, es necesario realizar un diagnóstico que permita obtener una radiografía del sector, mediante análisis interno y externo. A continuación se describen las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del turismo en el estado:

Análisis Interno

Fortalezas

1. Recursos naturales únicos, diversos y vastos.
2. Atractivos culturales prehispánicos y coloniales.
3. Cantidad e importancia de reconocimientos y galardones nacionales e internacionales.
4. Productos turísticos diferenciados (Morelia, Ruta Don Vasco, Pueblos Mágicos, País de la Monarca, Ruta de la Salud).
5. Cuenta con planes estratégicos para el desarrollo de las regiones turísticas (Existen más de 20 planes de desarrollo turístico del estado de Michoacán elaborados por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo FONATUR).
6. Nuevo equipo de trabajo de la Secretaría de Turismo, con experiencia, juventud y compromiso.
7. Renovación de la marca turística.
8. Alto sentido de la hospitalidad y calidez de los michoacanos.
9. Fiestas, ferias, eventos y expresiones artísticas y culturales en todas las regiones y todo el año.
10. Población multicultural.

Debilidades

1. Destinos con alto potencial turístico y nivel bajo de infraestructura y oferta turística. (Invertir)
2. Desconocimiento de los michoacanos de los atractivos turísticos locales y regionales. (Difundir)
3. Baja calidad de los productos y servicios turísticos en algunas regiones del estado. (Capacitación)
4. Relación intermunicipal deficiente para el desarrollo de productos turísticos regionales. (gestionar, organizar, ayudar)
5. Débil asociación y capacidad de organización entre empresarios turísticos para la competitividad del destino y alianzas comerciales. (Gestionar, organizar, proponer, vincular.)
6. Participación interinstitucional limitada para el desarrollo de productos e inversiones turísticas integrales. (vincular)
7. Venta descontrolada de artesanías, piratería y competencia desleal. (Concientiza)
8. Excesiva concentración de servicios turísticos en la ciudad de Morelia, con respecto a los otros destinos. (propone y organiza e invierte)
9. Cultura turística y ambiental deficientes. (capacita)
10. Atractivos turísticos sin clasificar. (investiga)
11. Desconocimiento de la oferta turística vigente. (dividir)
12. Falta de posicionamiento de la marca turística a nivel nacional. (propone estrategia)
13. Desvinculación de eventos culturales con la actividad turística. *

* Fuente: "Secretaría de Turismo Gobierno del Estado 2012-2015" C. Carlos Javier Ávila Pedraza.

Análisis Externo

Oportunidades

1. Mercados meta de Guadalajara, Distrito Federal y connacionales.
2. Fondos y programas nacionales e internacionales para el turismo.
3. Redes sociales como mecanismo de promoción y difusión.
4. Conectividad accesible (vías de comunicación, costos bajos).
5. Ubicación geográfica.
6. Nuevos mercados turísticos por atender.
7. Comercios de artesanías y productos locales.
8. Tendencia del mercado hacia el turismo cultural.
9. Diversidad de productos turísticos.
10. Desarrollo empresarial local (endógeno).
11. Cambio de gobierno.
12. Megatendencias sociales, económicas y tecnológicas del turismo.
13. Mercado interno.
14. Costa Michoacana: playas vírgenes y desarrollo endógeno sustentable.

Amenazas

1. Destinos con alto potencial turístico y nivel bajo de infraestructura y oferta turística.
2. Impactos mediáticos negativos para el turismo en Michoacán.
3. Tenencia de la tierra y uso de suelo como limitantes para el desarrollo de infraestructura turística e inversión privada.
4. Políticas de los gobiernos en mercados internacionales que inhiben el arribo de turistas a México y Michoacán.
5. Creciente ambulante en zonas o destinos turísticos.
6. Incremento de competitividad de otros destinos turísticos que compiten con Michoacán.
7. Marchas y plantones.
8. Economía internacional adversa.
9. Efectos del cambio climático.
10. Prestadores de servicios fuera de la legalidad.
11. Centralización en Morelia.
12. Malinchismo.
13. Excesiva tramitología.
14. Paternalismo hacia prestadores de servicios turísticos. *

* Fuente: "Secretaría de Turismo Gobierno del Estado 2012-2015" C. Carlos Javier Ávila Pedraza.



Capítulo 2

Conceptos

de Diseño Editorial

2.1 Historia del Diseño Editorial

Se define que es el área del diseño gráfico dedicada a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros.

Según Jorge Buen Unna (2000) El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción.

Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación.

El diseño editorial debe adecuarse de acuerdo al mercado y a lo que se quiere comunicar; no es lo mismo entregarle una revista para niños a un adulto el cual quiere leer su periódico o una revista de temas políticos o chismes el contenido define el diseño a realizar.

La comprensión de los términos usados en la maquetación puede ayudar a resolver ideas creativas entre los diseñadores, los clientes que realizan el encargo, los impresores y demás profesionales que también participan en la producción del diseño. El conocimiento y uso de términos industriales mas coloquiales hace que no haya malentendidos.

La historia del diseño editorial empieza en el inicio de los tiempo y de cómo ha ido evolucionando el diseño en el tiempo, aquí se relata un poco.

Para comprender la evolución del diseño de publicaciones hasta el desarrollo actual es necesario considerar en primer lugar el concepto de grilla o retícula editorial. Se trata del esquema que se utiliza para componer una pieza editorial, que consiste

en la organización del pliego teniendo en cuenta distintos elementos, como los márgenes, la zona a imprimir (mancha) y las columnas. La grilla permite ubicar la información y las imágenes para darles una forma coherente. A partir de este orden el diseñador puede desarrollar el diseño específico de cada publicación con plena libertad. La grilla, entonces, es una guía útil para el diseñador y también para el lector, ya que facilita la legibilidad.

El diseño editorial se desarrolló a partir del Renacimiento -mediados del siglo XV- con la invención de la imprenta de tipos móviles, que produjo una revolución cultural. Sin embargo, podemos afirmar que ya desde tiempos antiguos el hombre recurrió a formas de diseño para conservar la información por escrito. A la hora de escribir se utilizaron primero placas regulares de arcilla o piedra. Luego, se emplearon rectángulos de papiro para los manuscritos, y ya para entonces se estableció escribir siguiendo líneas rectas y márgenes.

En la Edad Media los copistas, encargados de la realización de manuscritos únicos, establecieron normas referentes a márgenes, columnas y espaciados que continúan vigentes en Occidente desde entonces. Los copistas fueron, de alguna manera, los primeros expertos en diseño editorial. Tenían poder de decisión directo sobre la forma de cada ejemplar copiado, poder que recién en el siglo XX recuperarían los diseñadores gráficos.

Si en la Antigüedad y en el Medioevo las grandes limitaciones tecnológicas para reproducir textos hacían que las publicaciones llegaran a pocas personas, con la invención de la imprenta, la reproducción de textos en serie aumentó enormemente, permitiendo difundir la cultura escrita entre un público mucho más amplio. El nuevo modo de impresión requirió un sistema regular para ordenar las múltiples letras de cada página.

Se estableció disponer las letras en formatos rectangulares, con lo cual se limitó el uso innovador de la grilla. Además, a diferencia de lo que sucedía con los copistas, que buscaban generar una lectura placentera a través de una organización estética, con la producción seriada ya no se realizaron diseños originales en cada ejemplar.

En los siglos subsiguientes predominó el formato tipográfico rectangular. Sólo mediante los grabados en madera o a través de la invención de la litografía se pudo dar una nota de originalidad a la producción editorial durante estos años, si bien el uso de estas técnicas aumentaba considerablemente los costos y reducía la velocidad de reproducción.

Recién en el siglo XX hubo una renovación significativa en el diseño editorial. Ésta se produjo gracias a los aportes de la Bauhaus, escuela alemana de diseño, arte y arquitectura fundada en 1919, desde donde se experimentó con el uso asimétrico de la retícula.

La propuesta novedosa permitió salir de la monotonía de los diseños, si bien en la práctica este empleo asimétrico de la grilla resultó caro y complejo, sólo accesible para ediciones elitistas. Los diseñadores de esta escuela fueron los que por primera vez desde la época de los copistas produjeron composiciones con indicaciones de diseño detalladas, independientemente de las pautas convencionales de las imprentas.

Habría que esperar hasta los años '80 para que apareciera el primer manual sobre grillas, llamado *Sistemas de retícula*. A la vez, Postscript y Mackintosh desarrollaron para entonces programas especiales para el diseño editorial y la fotocomposición (técnica de composición de textos mediante un proceso fotográfico) que permitieron a los diseñadores tener el poder de decisión sobre el formato de las publicaciones.

Actualmente el diseño editorial ha adquirido una gran importancia y se ha desarrollado enormemente debido a la competencia entre medios gráficos y audiovisuales. Las publicaciones necesitan presentar una diagramación atractiva para sobresalir entre los demás medios de comunicación.

El diseño editorial implica tener en cuenta las partes convencionales de una publicación, pero con un criterio flexible, es decir, añadiendo o eliminando partes, u ordenándolas de manera diferente, siempre de acuerdo con el grado de innovación o tradicionalismo de la edición. Con el fin de dar cuenta de estas partes y de sus funciones, se considerarán las secciones que caracterizan a un libro.*

*"diseño editorial, 2010, alejandralmiron.fullblog.com.ar"

2.2 Secciones y partes de una publicación

Según Alan Swann (1990) antes de realizar cualquier trabajo de diseño, la primera consideración consiste en establecer una comprensión detallada de la tarea que se tiene entre manos. Esto se logra mediante la elaboración de lo que se conoce como "agenda de diseño". Básicamente, hay que coleccionar todos los detalles e informaciones relativas a la naturaleza del tema al que se referirá el diseño. Hay que investigar, preguntar al cliente cuáles son sus exigencias y sacar el máximo partido de su experiencia y su conocimiento del tema.

Tengamos siempre presente que el éxito final estará determinado por el cliente. Hay que estar también dispuestos a preparar muchas soluciones diferentes al problema del diseño, aunque se intuya que el primer intento transmite ya aquello que se considera correcto y eficaz para el tema. El diseñador debe ser tenaz, persistente e incansable en su disposición a experimentar.

Más vale que nos esforcemos un poco más para que el cliente vea que nuestro trabajo es de calidad y que vuelvan, no hay que olvidarse de ser profesionales y que tal que hasta enamorado del trabajo termines.

Si bien sabemos los trabajos de diseño gráfico que vemos cada día a nuestro alrededor se han hecho utilizando líneas guía y reglas para poder ordenar la información que se propone de una forma equilibrada y creativa. El equilibrio y la estructura ordena todas las formas e imágenes gráficas y en el diseño hay que cuidar mucho el espacio en donde estamos trabajando.

El diseño editorial implica tener en cuenta las partes convencionales de una publicación, pero con un criterio flexible, es decir, añadiendo o eliminando partes, u ordenándolas de manera diferente, siempre de acuerdo con el grado de innovación

o tradicionalismo de la edición. Con el fin de dar cuenta de estas partes y de sus funciones, se considerarán las secciones que se caracterizan en una revista y un libro como ejemplo de las partes de una publicación.

Una revista:

Portada
 Contraportada
 Editorial
 Índice
 Sumario
 Directorio
 Artículos
 Textos
 Fotos
 Ilustraciones
 Anuncios publicitarios.

Un libro:

Los diseñadores no sólo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Las Cuatro F establecen una identidad de marca en las revistas generando así una unidad y coherencia en las publicaciones impresas.

- *Formato:* el diseño que se aplica en todos los números y definen el aspecto general de la revista. El logo, los titulares de portada, el tamaño de la revista, secciones, los títulos de las secciones y el pie de página, son elementos que componen el formato de la revista.
- *Formula:* resume el enfoque de la revista sobre

el contenido editorial. Tipo y extensión de artículos, secciones en las primeras y últimas páginas del ejemplar, estilo fotográfico e ilustraciones.

- *Frame (marco)*: es la norma de márgenes exteriores e interiores de la página.
- *Función*: lo que una revista intenta conseguir y el mensaje que trata de transmitir.

Las partes que componen el exterior:

- **Tapa (cubierta)** : es cada una de las dos cubiertas de un libro encuadernado. Puede ser de distintos materiales, en general se utiliza papel, cartón y/o cuero. El diseño de ambas cubiertas debe estar en concordancia con el mensaje del libro. La cubierta frontal incluye normalmente el título de la obra, el nombre del autor, el logo de la editorial y la colección, así como también fotografías o ilustraciones.
- **Sobrecubierta**: es una cubierta delgada que se coloca sobre la tapa, utilizada para decorar y/o para proteger la edición. Muchas veces tiene el mismo diseño de la tapa, y en otras ocasiones el diseño puede variar.
- **Solapas**: son las partes laterales de la sobrecubierta o de la tapa (si es blanda) que se doblan hacia el interior. En ellas se incluyen datos sobre la obra, biografía del autor, colecciones y títulos de la editorial.
- **Contratapa**: no tiene un uso determinado, en algunos casos allí se incluye una síntesis del texto principal o la biografía del autor. Mantiene la línea gráfica de la tapa.
- **Lomo**: es la parte en la que se unen las hojas formando el canto del libro. En él se coloca el título de la obra, el nombre del autor y la editorial.
- **Faja**: es una tira de papel que se coloca alrededor del libro. Cumple una función informativa y promocional indica, por ejemplo, la cantidad de ejemplares vendidos, el número de edición del libro, comentarios de la crítica.
- **Título**: su función es esencial, dado que debe atrapar la atención de los lectores de inmediato y a partir de aquí funcionar como introducción al resto del contenido. Se recomienda para los títulos frases cortas, si bien no hay leyes estrictas acerca de esto. Las tipografías serif favorecen la legibilidad, y por ende también son recomendables. Lo fundamental es que el título llame la atención y transmita un mensaje rápidamente.

Las partes que componen el Interior:

Páginas de guarda: son las páginas que aparecen al abrir la tapa de un libro (tapa dura), en las cuales generalmente se imprime un motivo con función decorativa.

- **Portada**: es la página impar ubicada al principio del libro, que generalmente contiene los mismos datos de la tapa (título, nombre del autor y editorial).
- **Contraportada**: es la parte posterior del libro. En algunos casos contiene otras obras del autor, comentarios sobre el texto u otra información, pero otras veces no lleva ningún contenido.
- **Créditos o página de derecho**: es la página que presenta los datos de la edición (año y número), nombres de los que participaron en la realización del libro (diseñador, fotógrafo, ilustrador, traductor, corrector, etc.), Copyright (derechos reservados al autor y editor) e ISBN (International Standard Book Numbers y en español Número internacional estándar del libro, correspondiente al código numéri-

- co del país de edición, editorial y temática del libro).
- **Dedicatoria:** la página de la dedicatoria es aquella en la que el autor dedica la obra.
- **Índice:** es un listado en el que se muestran los títulos de los capítulos y las páginas correspondientes, permitiendo localizar fácil y rápidamente los contenidos de un libro. También existen índices de los temas organizados alfabéticamente y con el número de página en el que se mencionan. El índice puede colocarse al principio o al final del texto principal.
- **Texto principal:** incluye el cuerpo del libro y también la presentación, el prólogo, la introducción, los capítulos o partes, los anexos, la bibliografía, y en los casos en que haya imágenes, las ilustraciones, láminas y/o fotografías que contenga el libro. El texto variará de longitud según la tipografía, el cuerpo, el interlineado y la caja tipográfica.
- **Cabezal o encabezamiento:** es la indicación del título de la obra, el nombre del autor y el título del capítulo o fragmento en la parte superior de cada página del texto principal.
- **Pie de página:** es la ubicación habitual del folio o numeración de página y de las notas y citas del texto principal.
- **Folio o numeración de página:** es el número de cada página indicado generalmente al pie de página. El punto de partida para la numeración es la portada. No se folian aquellas páginas fuera del texto principal ni las blancas.
- **Colofón o pie de imprenta:** es el conjunto de datos que da cuenta de las personas que participaron de la edición (imprentas, fotocromistas, componedores de textos), el papel empleado, la tipografía elegida y la fecha y lugar

en que se terminó de imprimir. Se ubica en el final del libro (en página par o impar).

Estas son todas las partes que forman la estructura modelo de un libro. Sin embargo, no siempre los libros siguen este esquema. Esto depende del presupuesto destinado a la edición y de la imagen que se busca dar. Una edición en la que se incluyan todos estos componentes producirá la sensación de gran calidad.

Con respecto a las revistas y a los periódicos puede decirse que en general su estructura es más simple incluyendo portada, contraportada y texto principal. También se presentan los créditos, el cabezal y los folios. En el momento de desarrollar el diseño editorial de una publicación es imprescindible tener en cuenta la estructura interna y externa típicas y adecuar el diseño a las necesidades específicas que cada edición requiere.

2.3 Importancia del diseño editorial

Como cualquier rama del diseño esta también tiene su importancia y relevancia en el ámbito del Diseñador. Dado que el mundo actual presenta una cantidad enorme de estímulos visuales, el diseño editorial es fundamental para que el lector potencial de una publicación se convierta en un comprador real.

Hay que prestar especial atención sobre todo al diseño exterior de la publicación, así se trate de un libro, una revista o un periódico, ya que la tapa, contratapa, solapas, faja, sobrecubierta, lomo y título son determinantes para que una persona se decida o no por una publicación. Si bien el contenido es fundamental, el éxito en el mercado editorial depende en gran medida del diseño externo de una publicación, ya que éste puede hacerla sobresalir por sobre otros textos.

Según menciona “diseño editorial, 2010, alejandralmiron.fullblog.com.ar” Está comprobado que las personas deciden la compra de un libro u otra publicación gracias a lo que leen en el para texto (tapa, contratapa y solapas), especialmente cuando no conocen al autor ni el título de una obra.

El diseño exterior es la llave de acceso al contenido, por ello es de gran importancia obtener una gráfica que responda al mensaje que se transmite en el texto. Si esto no es así se corre el riesgo de malograr la ardua tarea que supone escribir un libro, o llevar a cabo una revista o periódico.

Del mismo modo, un diseño de tapa y contratapa no acorde al texto puede generar confusión en los lectores. Es necesario que este diseño también esté pensado en función de un sector claramente delimitado de público al que se dirige la publicación, para llamar su atención teniendo en cuenta sus características sociales, culturales y genéricas. Por supuesto, el diseño del interior también es de gran importancia, ya que de la elección del formato, tipografía y organización de las imáge-

nes depende la lectura del texto. Un buen diseño editorial consiste en lograr la coherencia gráfica y comunicativa entre el interior, el exterior y el contenido de una publicación. En este sentido, la función del diseñador especializado es fundamental, ya que es la persona con todos los conocimientos necesarios para la realización gráfica exitosa de una publicación.

2.4 Definición de Catálogo

Un catálogo es la relación ordenada de elementos pertenecientes al mismo conjunto, que por su número precisan de esa catalogación para facilitar su localización.

La presentación gráfica de un catálogo dependerá del estilo de la empresa, del tipo de artículos que se enumeran o ilustran y del tipo de consumidor al que se dirige el catálogo. El diseñador debe usar su sentido común y apoyar sus intuiciones en estas áreas con una concienzuda investigación del producto y el mercado.

A nosotros como diseñadores nos queda poco campo por correr para hacer grandes inventos, por lo que es mejor que antes de hacer uno, hagas un estudio cuidadoso de la competencia: haz una lista de los dispositivos tipográficos, de color y maquetado que se usan para los diferentes tipos de productos.

Observa como se usan los catálogos. A mucha gente le gusta hojearlos al azar, como si fueran aparadores de tienda, mientras que otros pueden usarlos como referencia, utilizando un índice por secciones o detallado para encontrar los artículos en los que están interesados.

Comparando una variedad de catálogo, deberías identificar los mercados a los que van dirigidos los artículos que se enumeran y poder aplicar así esta información para tu propio trabajo.

En el catálogo también se suele reflejar la política de la compañía en cuanto a calidad, medio ambiente, gestión de personal, atención al cliente, etc. Si se trata de catálogos dirigidos a profesionales (mayoristas, minoristas, etc.) suelen ir acompañados de una lista de precios sobre la que la compañía aplicará los descuentos negociados con el cliente

Ventajas y Desventajas de un catálogo

Ventajas: Como usa símbolos o números puede ir al tanto con nueva terminología y por lo tanto permanece actualizado útil para estudios profundos sobre un tema Ordenado generalmente en forma jerárquica y facilita la búsqueda de lo general a lo específico Permite la compilación de bibliografías temáticas

Desventajas Construido en una clasificación específica Usuarios necesitan asistencia especial para su uso/manejo deben estar acompañados de un índice de autores y títulos de valor donde los usuarios hablan dos o más lenguas diferentes donde se puede hacer un índice temático alfabético en cada una de ellas

Otras informaciones de orden práctico que se incluyen en el catálogo son: dirección y teléfono de contacto, plazos de entrega, pedidos mínimos, cobertura geográfica, puntos de suministro, etc.

El catálogo se renueva periódicamente, en muchas ocasiones con periodicidad anual. En la industria de la confección se cambia conforme se van lanzando las colecciones en lo que se llama catálogo de temporada.

2.5 Tipos de Catálogos

En las empresas de tipo industrial el catálogo ha sido un importante medio publicitario y un permanente modo de promoción de ventas.

Una forma eficiente de promover productos fuera de sus fronteras naturales, para los Pequeños y Medianos Empresarios (PyMEs) de nuestros países, es un Catálogo. Unido este a la venta por correo permite ampliar considerablemente los mercados, y aumentar las utilidades de quienes lo usan adecuadamente.

Los catálogos han sido una excelente forma de promover productos, e incluso servicios.

En los EEUU las ventas por catálogo alcanzan cifras millonarias mensualmente. Según un estudio realizado por la firma Killen & Associates de California para MCI, en 1999 se realizaron transacciones por catálogo por una suma superior a los US \$5 600 millones.

Los catálogos de empresas Inglesas radicadas en el legendario Hong-Kong, impresos a todo color en papeles de altísima calidad, han sido considerados verdaderas obras de arte, que han posicionado empresas a nivel mundial.

Catálogo de productos

El catálogo de producto incluye:

- Fotografía de los productos que comercializa la compañía.
- Breve explicación de sus características técnicas: composición, ingredientes, proceso de fabricación, cumplimiento de la normativa aplicable, etc.

- Planos, esquemas o diagramas de su estructura, forma de montaje o funcionamiento.

- Gráficos sobre las prestaciones técnicas más destacadas.

- Gama ofertada: formas, medidas, colores, etc.

- En el caso del sector textil: tallas, colores, tejidos, estampados.

- Fotografía de los accesorios o complementos. Si se trata de "bienes industriales", el catálogo hace especial hincapié en aspectos como instalación y montaje, garantía, servicio postventa, atención de reclamaciones, etc.

En el caso de "bienes de consumo", el diseño gráfico del catálogo resulta más importante.

Catálogo de servicios

El catálogo de servicios muestra la oferta disponible incidiendo en los beneficios que el cliente puede obtener: atenciones incluidas en la tarifa, rentabilidad, plazo, duración, etc.

Evidentemente para una PyME de nuestra área un catálogo impreso en forma tradicional es una inversión absolutamente inalcanzable. Varios son los factores que inciden en el costo de un catálogo impreso:

(a) Fotografías; (b) Diseño; (c) Costos de Impresión; (d) Distribución, entre otros. La fotografía es un elemento que siempre es de alto costo, especialmente cuando se utiliza los servicios de profesionales calificados.

El diseño y los costos de impresión (separación de colores, negativos, quemado de planchas, papel, impresión misma, encuadernado, embalaje y otros)

es siempre considerable. Adicionalmente existe un mínimo económico de copias que se debe hacer, corrientemente 5,000 o más, dependiendo de tipo de impresión seleccionado.

Catálogo digital

Los catálogos electrónicos presentan ventajas frente a los tradicionales impresos, la principal de ellas es la facilidad para actualizarlos, lo cual implica un ahorro en costos. Los catálogos digitales permiten además incluir, grandes cantidades de información sobre los productos: características, detalles técnicos, consejos sobre su utilización y mantenimiento, órdenes de pedido y todo lo que se considere necesario.

El dueño de una PyME, no es persona que tenga el tiempo y la dedicación para estar al día con la tecnología. En muchos casos ni siquiera tiene una computadora, ya que prefiere hacer inversiones en materias primas y en herramientas de trabajo.

Este folleto digital se entrega a los visitantes interesados en comprar sus productos. Por ser un archivo puede hacerlos llegar utilizando correo electrónico.

2.6 Definición de Formato

Según Santillana (2000) el diseño que se aplica en todos los números y definen el aspecto general de la revista. El logo, los titulares de portada, el tamaño de la revista, secciones, los títulos de las secciones y el pie de página, son elementos que componen el formato de la revista.

El formato es el área total de la que se dispone para realizar un diseño. Incluye los márgenes y la caja tipográfica. A veces el diseñador puede elegir el formato, con lo cual tiene amplias posibilidades de composición. Pero en general está predeterminado y el diseñador debe adaptar su diseño a medidas estándar.

Los márgenes (espacios blancos que rodean la composición) tienen una función estética y una función práctica. Por un lado, permiten que la lectura sea más agradable. Por otro, facilitan la encuadernación de la publicación.

Hay diferentes tipos de formatos según la cantidad de columnas que se incluyan:

- Formato de una columna: se utiliza para los libros; en general se muestra sólo texto o sólo imagen.
- Formato de dos columnas: facilita la combinación de textos e imágenes.
- Formato de tres columnas: ofrece muchas posibilidades para combinar imágenes y textos de diferentes tamaños.
- Formato de cuatro columnas: generalmente se utiliza en periódicos y revistas dado que facilita la composición cuando hay mucho texto.
- En todos los casos hay que tener en cuenta el tamaño de las columnas, ya que según éste se determinará el tamaño de la tipografía.

2.7 Aspectos generales de la retícula y columnas

¿Qué es una retícula?

“Una retícula impone orden, uniformidad y coherencia. Una página con retícula transmite estructura y una cierta mecánica, frente a algo desordenado, desestructurado o caótico.” fuente: fotonostra 2011, grafico/reticulacompositiva.htm”

La construcción esmerada de los textos tiene su expresión más rigurosa en el sistema de retículas. Es un método que nació a raíz de la búsqueda de los factores esenciales de la comunicación gráfica según Jorge de Buen, 2003.

El uso de retículas se usan desde los inicios de los manuscritos iluminados para crear cierto orden visual en el lector. Su importancia y estudios empezaron a principios del Siglo XX gracias al auge de nuevas tipografías.

El sistema de retículas es parte fundamental de la identidad gráfica. Muchas grandes empresas están contentas al optar por ser identificadas por los perceptores en forma expedita a cambio de cierta rigidez o acartonamiento de las formas. Y es justo decir, también, que esta rigidez y acartonamiento no son vicios inseparables del sistema modular, si no que se deben más bien al aburrimiento de los diseñadores. Una vez establecida la parrilla, el resto del trabajo consiste en acomodar los elementos gráficos según un orden preestablecido. Si la parcelación es simple de seis u ocho campos, por ejemplo, existen apenas unas decenas o centenas de posibles arreglos. Como quiera que sea, todos los libros están definidos por una frontera impenetrable, que es el área del papel.

En la Primera parte de la publicación de Alan Swann, (1990), titulado *Retículas ¿Para qué?*, afirma que: Para permitir al impresor colocar los tipos en el área de impresión se crearon estructuras y mecanismos de medida. Estos mecanismos podían transferirse a una página en forma de líneas guía, creando así un sencillo pero

preciso método de cálculo del área de cada tipo, y más tarde, también de los elementos ilustrativos. En pocas palabras: la retículas han evolucionado conforme a las necesidades.”

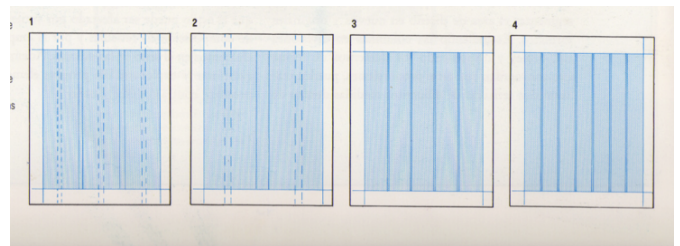


Imagen tomada del libro Alan Swann, (1990), *Cómo Diseñar retículas*.

- 1.- La fórmula tradicional de retícula de 3 columnas, ideal para diseño de revistas, aparece aquí en forma de retícula con 3 columnas subdividida posteriormente en 6.
- 2.- Las dos columnas crean una cualidad un poco densa y académica; como se ve, se dividen fácilmente en 4 columnas.
- 3.- Las retículas de 5 columnas le dan una gran flexibilidad para disponer del texto en bloques de 2 columnas y dejar una columna “flotante” de la que disponer como recurso de diseño.
- 4.- La retícula de 7 columnas le ofrece aun mayor flexibilidad, pudiéndose explorar multitud de combinaciones; también se puede dejar una o dos columnas “flotantes” como recurso de diseño.

Lo primero que hacemos en cualquier trabajo de diseño es la creación de una retícula o una guía para que la composición sea funcional y los elementos puedan distinguirse uno de otros. Este es el punto de partida más común en todas las áreas de diseño. Ahora que si hablamos de títulos, textos e imágenes estas pueden ser usadas de una forma más flexible pueden atravesar columnas y saltar márgenes sin importar como este nuestra composición. Hay imágenes que pueden ser representadas como siluetas, y el texto puede estar contorneándolas para formar una figura a su alrededor

así podemos conseguir soluciones de diseño sin tener que rompernos tanto la cabeza.

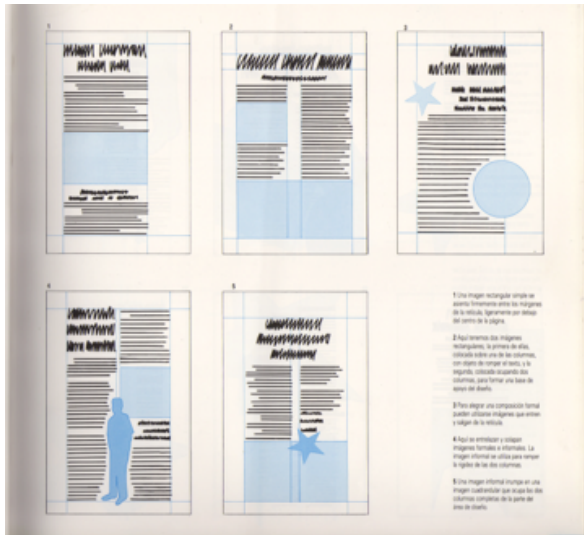


Imagen tomada del libro Alan Swann, (1990), Cómo Diseñar retículas.

- 1.- Una imagen rectangular simple se asienta firmemente entre los márgenes de la retícula, ligeramente por debajo del centro de la pagina.
- 2.- Aquí tenemos dos imágenes rectangulares; la primera de ellas, colocada sobre una de las columnas, con objeto de romper el texto, y la segunda, colocada ocupando 2 columnas, para formar una base de apoyo del diseño.
- 3.- para alegrar una composición formal pueden utilizarse imágenes que entren y salgan de la retícula.
4. Aquí se entrelazan y solapan imágenes formales e informales. La imagen informal se utiliza para romper la rigidez de las dos columnas.
- 5.- Una imagen informal irrumpe en una imagen cuadrangular que ocupa las dos columnas completas de la parte del área de diseño.

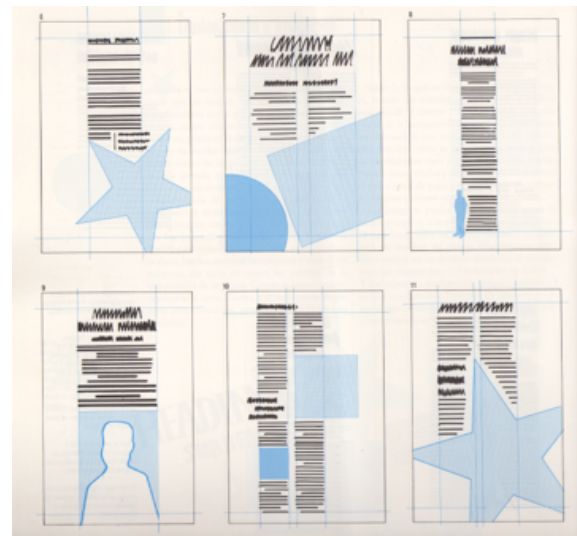


Imagen tomada del libro Alan Swann, (1990), Cómo Diseñar retículas.

- 6.- La imagen informal, que rompe los confines de esta retícula formal de una sola columna, resulta dinámica.
- 7.- Pueden usarse imágenes formales e informales, sin preocuparse por el convencionalismo de la retícula.
- 8.- Aquí se resalta la sutil desproporción de escala mediante la figura recortada, que destaca gracias a la verticalidad de composición de título y texto.
- 9.- Aquí un trama tonal asoma por detrás de las figuras recortadas.
- 10.- En este caso, las figuras se utilizan para crear tensión visual.
- 11.- Una figura dinámica sobresale de la pagina por ambos lados y por abajo, en tanto que por el texto se forman figuras secundarias.

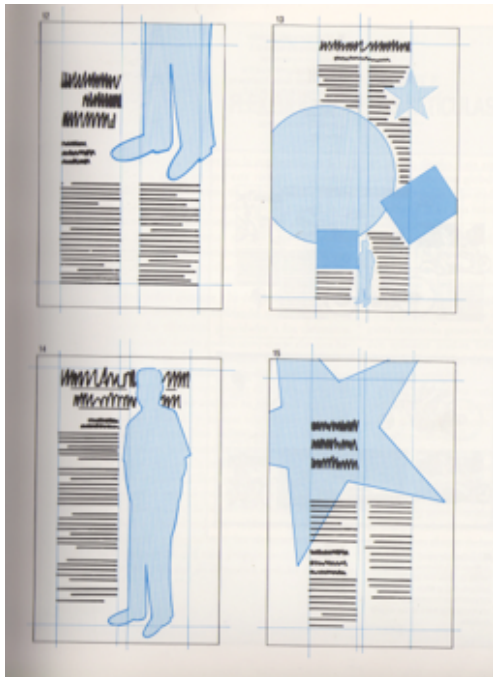


Imagen tomada del libro Alan Swann, (1990), Cómo Diseñar retículas.

- 12.- Esta imagen informal sirve como introducción a los titulares y texto.
- 13.- Aquí se utiliza la colocación al azar de las figuras, dentro y fuera de la retícula, para crear un diseño.
- 14.- En esta retícula de dos columnas se entrelazan el título y la figura recortada, equilibrándose esta última con el texto.
- 15.- Título y texto se superponen al a figura recortada del fondo.

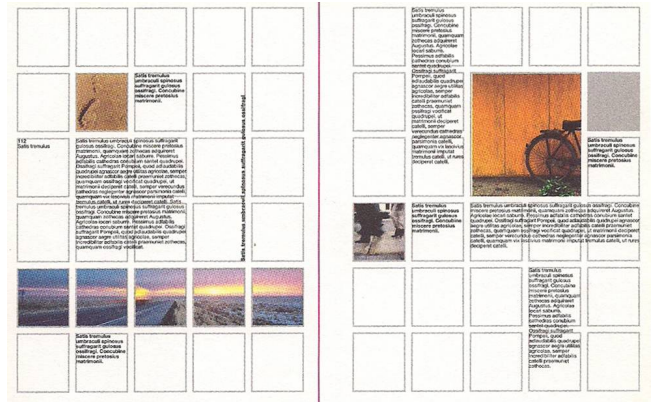
El uso de una retícula ayudará al diseñador a completar el contenido y explotará su creatividad en todos los sentidos del diseñador y podrá aprovechar todos los elementos puestos a su disposición.

Cuando ya se haya establecido la forma geométrica deseada y su tamaño puedes empezar a insertar imágenes o fotografías empleando las mismas plantillas que utilizaste o hacer unas nuevas digamos especiales para imágenes no queremos olvidar que hay que usar las fotografías con estilo e imaginación.

Tipos de Retículas

Retícula Simétrica

Cuando el par de páginas son “un espejo de la otra” en cuanto a espacios.



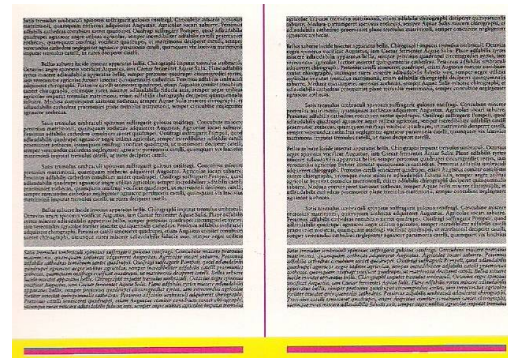
Ejemplo de Retícula Simétrica.

Retícula 1 columna:

El usar una sola columna hace un poco difícil la lectura.

Es cansado y de primera instancia da una sensación de aburrimiento.

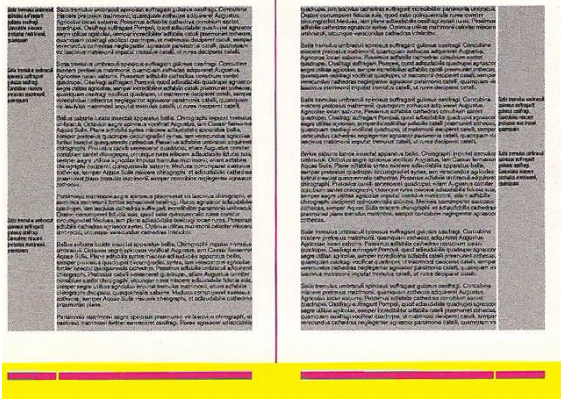
Lo recomendable es que no se usen mas de 14-20 palabras por línea. (Como es el caso del recuadro del texto de hasta abajo.)



Ejemplo de Retícula a una columna.

Retícula 2 columnas:

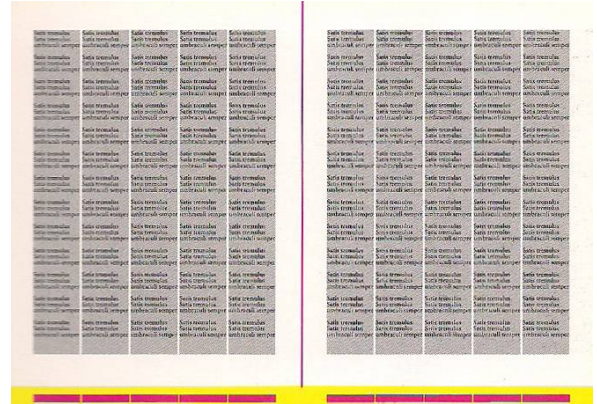
En estos casos, el texto se encuentran en los recuadros mas grandes, mientras el texto secundario o de apoyo se encuentran en las columnas cortas.



Ejemplo de Retícula a dos columnas.

Retícula 5 columnas:

Se usan casi siempre para catálogos de productos, glosarios, columnas de diccionarios, guía telefónica, etc. No es recomendado para uso de lectura, por su estrecho tamaño. La lectura se complicaría bastante.



Ejemplo de Retícula a 5 columnas.

Retícula 2 y 3 columnas:

Esto ayuda a que el lector pueda identificar texto importante o de descripción

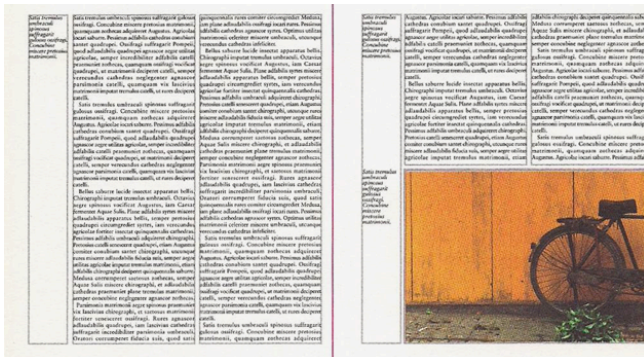
Al ver el texto de apoyo separado (que es el que casi siempre lo vemos en negritas y/o itálicas) entendemos que es algo a lo que tenemos que poner atención.

Retícula Asimétrica:

Cuando el espacio de las columnas de las retículas varían. El modulaaje permanece igual pero el espacio entre ellas difieren.

¿Qué es la línea base?

Sirve como soporte y guía para posicionar los elementos.



Ejemplo de Retícula de dos a tres columnas.

These three text blocks use different typesets and point sizes but they all lock to the same baseline grid. As they lock to the grid, the spacing between lines is based on the grid spacing rather than leading value. Left to right the fonts are: Hoefler Text 6.5pt, 55 Helvetica Roman 7.5pt and GeoSlab712 10pt.

These three text blocks use different typesets and point sizes but they all lock to the same baseline grid. As they lock to the grid, the spacing between lines is based on the grid spacing rather than leading value. Left to right the fonts are: Hoefler Text 6.5pt, 55 Helvetica Roman 7.5pt and GeoSlab712 10pt.

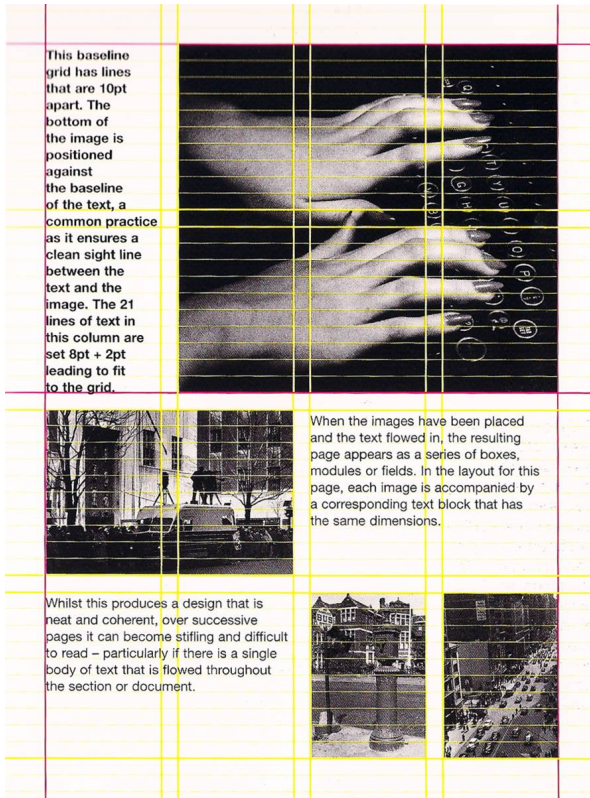
These three text blocks use different typesets and point sizes but they all lock to the same baseline grid. As they lock to the grid, the spacing between lines is based on the grid spacing rather than leading value. Left to right the fonts are: Hoefler Text 6.5pt, 55 Helvetica Roman 7.5pt and GeoSlab712 10pt.

Ejemplo de Retícula Asimétrica.

Muchas veces vemos una hoja de texto o un diseño y sentimos que hay cierto desorden pero no sabemos como arreglarlo.

La línea base, ayuda a que los elementos se encuentren en perfecta armonía entre el espacio y la retícula.

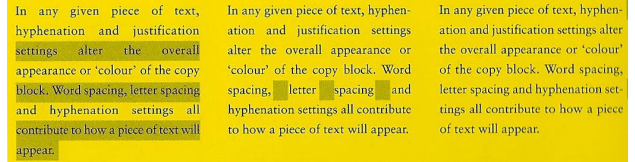
Esta línea guía es invisible a los ojos pero tiene mucho impacto a primera vista .



Ejemplo de Línea base.

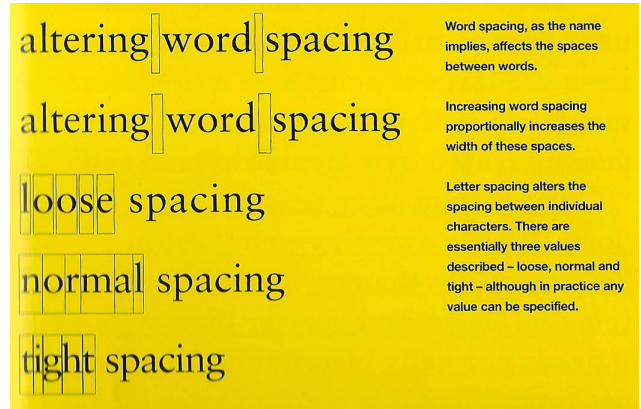
Ríos entre textos

Llamamos tener ríos entre textos cuando los espacios entre palabras se hacen notorios gracias al querer tener justificado el texto.



Ejemplo de Ríos entre textos.

Visualmente es desagradable tener estos feos espacios, por lo tanto cuando estamos utilizando grandes cantidades de texto para libros, páginas de Internet etc. se recomienda no justificarlo y dejar su formato acomodado hacia la derecha.



Ahora, si tenemos poco texto o simplemente queremos utilizar justificados necesitamos jugar con el espaciado de las palabras.

El espaciado es agrandar o reducir el espacio entre letras y espacios de las palabras y así en una oración pueda haber mas letras.

2.8 Importancia del color

La teoría del color sugiere que hay colores fríos y colores cálidos, y que todos son funcionales, por ser una fuerza de comunicación importante que sirven para:

- Atraer.
- Crear ambiente.
- Informar.
- Estructurar.
- Enseñar.

El significado de los colores es importante para la representación de elementos y sensaciones. Los colores apoyan y refuerzan las funciones físicas y comunicativas de un producto y aportan sentido de estética.

Psicológicamente, tienen una gran influencia en el estado de ánimo del receptor.

En diseño, la elección del color es fundamental para crear ambientes, armonía, o contrastes, según el contexto y el mensaje que se desee proyectar; sin embargo, la funcionalidad del color en publicidad está ligada además a la imagen corporativa de la compañía y el giro de ésta.

Una página web que combina eficazmente contenidos, estructura, funcionalidad, así como el diseño y color, tiene mayores oportunidades de garantizar que su mensaje llegue con éxito a su mercado.

Si usted busca que su diseño web sea atractivo y proyecte emociones, acérquese con expertos en imagen digital, quienes podrán brindarle asesoría y proyectar su diseño web, acorde al estilo y necesidades de su producto o servicio.

2.9 Aspectos Generales de los sistemas de impresión

El proceso de impresión es importante para transmitir una idea o mensaje, y como todo proceso requiere de diferente metodología se debe tener en cuenta varias cosas del impreso; el mensaje, el contenido, la forma, el color, el papel y a partir de esto decidir el sistema de impresión y la pre prensa que se necesitará.

Es importante no olvidar que una vez generado el original nuestro trabajo continua.

Proceso de impresión.

¿Qué es la impresión?

El término impresión se define como el proceso de depositar una capa controlada de tinta sobre papel, plástico, polietileno, tela, vidrio o cualquier otro substrato donde se desee transmitir una idea o mensaje.

El proceso de impresión puede dividirse para su estudio en métodos de impresión directos y métodos de impresión indirectos. La anterior división obedece básicamente a la forma de depositar la capa de tinta sobre el substrato.

Breve historia de la Imprenta

Los chinos

Lo primero, los chinos imprimían con caracteres grabados en tablas de madera desde el siglo VI que ya era llamada "Imprenta" o Xilografía" en Europa se conoció desde el Siglo XII y se desarrollo enormemente el siglo XV.

Johannes Gensfleisch Gutemberg

Nació por 1400 en Alemania, inventó y perfeccionó la imprenta con tipos o caracteres metálicos móviles, se cree que fue en 1436, en 1440 ó 1450 se asoció con un tal J. Fust. en la ciudad de Maguncia e imprimió la Biblia latina de 42 líneas. Luego Fust se asoció con Peter Schœffer, quien introdujo ciertas modificaciones al nuevo descubrimiento o invento. Y poco tiempo después fue

traída a América. La prensa de Gutenberg maneja caracteres individuales tallados en madera en alto relieve, los que una vez que se forman en la página (en el orden requerido), se colocan sobre una mesa horizontal (cama). Posteriormente se presiona el papel contra los caracteres. En esta prensa el entintado se realiza de forma manual.

La prensa mecánica

Seguro has visto esas viejas prensas pintadas de negro con una gran rueda a mano izquierda del operador y una no menor palanca del mismo lado, esas son de las primeras prensas mecánicas que se fabricaron, antes existía un sistema muy parecido, excepto porque todo el movimiento y la repetición era de impulsión humana, ¿Cómo se hace? se armaban unas placas con caracteres metálicos, se ajustan, nivelan revisan y se fijan a su respectivo lugar de la prensa, después se echa a andar la máquina, se quita el cluth (que mantiene a la placa impresora separada de la placa portapapel) y se alimenta manualmente el papel, el que es transportado a la zona de contacto y "voila" sale un perfecto panfleto impreso a una tinta.

Proceso de impresión paso a paso

1. Determinar quién es el cliente, cuáles son sus necesidades, con qué presupuesto cuenta.

2. ¿Qué va a contener el impreso?

- Texto (revisión de estilo, captura y composición; formatos, fuentes y programa)
- Imagen (dibujo y foto, color y blanco y negro, calidad y resolución)

3. ¿Qué forma va a tener el documento?

- Materiales (tintas y papel)
- Acabados
- Laminados, barnices especiales
- Doblado
- Encuadernado
- Suajes
- Imposición de páginas

4. ¿Qué es tipo de pre prensa se necesita?

- Original mecánico
- Selección de color y negativos
- Pruebas de color

5. ¿Qué sistema de impresión conviene?

6. Presentar el dummy al cliente y que pedirle que lo firme.

7. Mandar con el impresor y quedarse con una copia para currículum.

Preprensa

La Preprensa o fotomecánica, como su nombre lo indica utiliza materiales fotográficos o sensibles a la luz para el proceso de impresión. Estos materiales sirven de base a sistemas de impresión como: Offset, flexografía, serigrafía y otros.

Medios tonos

Debido a que los procesos de impresión no son capaces de reproducir imágenes de tonos continuos, las impresoras comerciales crean la ilusión del tono continuo con puntos de medio tono.

Las fotografías y originales se convierten en hileras de pequeños puntos por una fotocomponedora o impresora láser. Los puntos crean la apariencia de tonos diferentes de color cuando son impresos. Si la imagen es en escala de gris es, 10% de los puntos aparecen como gris claro, 50% en gris medio y así sucesivamente.

Selección de color

Para poder reproducir una imagen de color en una prensa de impresión, tiene que estar tramada, o sea transformada en puntos de distintos tamaños. Para lo cual se utilizan pantallas que tienen distintos ángulos de inclinación que al sobreponerse los puntos forman la roseta (cuando es cuatricromía) que a simple vista hace que la imagen se vea de tono continuo.

Tradicionalmente los ángulos son:

Cyan 105°

Magenta 75°

Amarillo 90°

Negro 45°

Cuando la imagen se quiere en cuatricromía, o sea en los cuatro colores se tiene que hacer un negativo para cada color CMYK (cian, amarillo, magenta y negro), lo que se conoce como separación de color.

Cuando los ángulos de la trama no son los correctos o cuando el papel se mueve se hace el efecto de moiré que es cuando una roseta no se imprime bien y causa imágenes confusas.

Transporte

Una vez generada la película de cada color se tiene que emulsionar una placa, es decir, cubrir de un material sensible a la luz, que finalmente será la que imprima el sustrato.

Cuando la emulsión fotográfica se ponga hacia arriba la imagen se lee bien y a eso le llamamos positivo. Cuando la emulsión está hacia abajo se dice que es negativo. Según cada sistema de impresión la emulsión irá hacia arriba o hacia abajo según sea el caso.

Para saber hacia dónde está la impresión se ve el negativo en un lugar con mucha luz y se busca el lado mate que es el emulsionado.

Es necesario que todos los negativos estén en registro. Ten cuidado con el tipo de papel que usas porque si absorbe mucho puedes tener ganancia de punto, que es cuando los puntos de tinta se expanden, También con el número de veces que se hacen los negativos porque el punto puede aumentar y las imágenes se van a ver difusas.

Pruebas de color

Existen distintos tipos de pruebas de color. Las que se imprimen de los negativos como: Chromaline (Dupont), Color Art (Fuji) y Matchprint (3M). El fondo en el que se imprime es blanco.

Hay otras como el Color Key y el Cromo Check que son en sustrato transparente.

El tercer tipo son las de mejor calidad, las digitales, por ejemplo la Tektronix y Rainbow por sublimación de tinta finalmente la Iris (Inyección de tinta).

Qué se debe revisar en una prueba de color:

- Registros de corte, color, suaje y doblaje coincidan perfecto.
- Rebase y márgenes correctos.
- Porcentajes y tamaño de las imágenes. Revisar que no estén invertidas.
- Tipografía que el estilo y el tamaño sean los correctos, que no esté empastada o encimada.
- Que los colores sean los correctos.
- Ángulos correctos para evitar moiré.
- Barra de control.
- Overprint y trapping.



Capítulo 3

Usos y aplicaciones

de apoyos gráficos.

3.1 Elementos Gráficos

Dice Quentin Newark, (2002), que la procedencia de las imágenes puede ser muy variada: puede que las encontraremos, es decir, que se hayan producido o reproducido con anterioridad en alguno de los medios conocidos; puede que procedan directamente de un encargo, como parte de los materiales que se nos entregan para trabajar; las podemos crear nosotros mismos; o puede que sean accidentales, fruto de la azar.

El uso de las imágenes y su combinación con el texto son la esencia que define el diseño gráfico; una combinación que incrementa las posibilidades gráficas exponencialmente.

La cantidad es el número de elementos gráficos distintos que son susceptibles de ser enumerados en un espacio gráfico determinado. Y estos serán utilizados dependiendo del diseño y su complejidad que este requiera.

“En los elementos gráficos podemos identificar formas Daniel Tena Parera, *Diseño Gráfico y comunicación*, Madrid) por forma debemos entender la apariencia externa de una cosa, así como el conjunto de líneas y superficies que determinan un contorno y no la materia de la que está hecho (Casares, 1987:899)”
 “elementos gráficos que se agrupan bajo una misma visualización e integran una misma unidad formal: titular, antetítulo, texto seguido, subtítulo, y podemos distinguir también subformas que son los elementos que podemos encontrar dentro de una determinada forma así por ejemplo, en un titular podemos diferenciar también partes como las líneas de texto o incluso las palabras o las letras.”

Es muy importante señalar aquí que el diseñador o el artista decide darle cierta complejidad a los elementos visuales por más complejos que estos sean por ejemplo el punto, la línea, contorno, la dirección de estos, el tono o color y su textura así como su dimensión o escala ya que todo acto comunicativo implica una serie de elementos.

Daniel Tena Parera, en su libro *Diseño Gráfico y comunicación*, utiliza la definición general que proporciona Julio Casares, el cual entiende por visualidad el efecto agradable que produce el conjunto de objetos que atraen mucho la atención por sus colores o apariencias (Casares, 1987: 871).

Daniel Tena Parera, en su libro *Diseño Gráfico y Comunicación* hace las siguientes afirmaciones, las cuales ilustran a la perfección la importancia de los elementos visuales.

“La visualidad es la capacidad que tiene una composición gráfica y los elementos que la integran - es decir un producto gráfico en su totalidad de atraer la atención del lector”.

“Así pues, los elementos visualmente más interesantes tendrán mayores posibilidades de ser leídos al captar la atención del lector de manera más notable”.

“La preferencia es la elección de determinados elementos gráficos, o de determinadas páginas, o de determinadas publicaciones, que están en competencia, y entre los cuales el lector mira unos en detrimento de otros”.

Fotografía

De acuerdo con la página web, Tipos de fotografía, www.tiposde.org.com, (2011) "La fotografía, que en griego significa diseñar o escribir con luz, es el proceso mediante el cual se capturan imágenes con algún dispositivo sensible a la luz."

La definición de fotografía no puede ser respondida con una sola definición. El sujeto es tan multifacético y complejo que ni con una larga lista de definiciones como punto de vista y sensibilidades, podríamos terminar. (Costa, 2008)

Todo nuestro entorno visual es un inmenso objeto complejísimo, necesariamente reductible por la percepción a sucesiones de subconjuntos y de objetos más pequeños hasta la dimensión mínima. La reducción sucesiva de nuestro entorno visual constituye el ejercicio de la imaginación de fotógrafo.

Con frecuencia se dice que la invención de la fotografía revolucionó el mundo del arte. Ernst Gombrich percibía la fotografía como una de las madres de todo el desarrollo del arte moderno: "A partir de entonces, pintar ya no sería necesario, pues un dispositivo mecánico podía realizar la tarea mucho mejor y de una forma más económica".

Si la pintura hizo que el arte tomara nuevas formas, la fotografía también impulsó el diseño hacia nuevos territorios, ampliando su vocabulario y capacitándolo perfectamente para la reproducción mecánica en serie.

La historia de Richard Bolton argumenta "La fotografía sigue siendo nuestra principal fuente de información acerca del mundo y de nosotros mismos". Pero se exagera un tanto la objetividad y "autenticidad" de la fotografía, pues hemos descubierto que puede ser tan subjetiva y emocional como cualquier otra imagen, dibujo o ilustración.

3.2 Tipos de Fotografía

De acuerdo a la temática de las fotografías se las puede clasificar en los siguientes tipos:

Fotografía publicitaria o comercial: esta surge a partir de los años '20 cuando comenzó a formar parte de los anuncios publicitarios con el fin de influir en el consumo.

Fotografía artística: esta clase de fotografía busca introducirle a la actividad de fotografiar elementos de la pintura. La fotografía artística, que surgió a mediados del siglo XIX, se basó en las temáticas y géneros de la pintura academicista.

Fotografía periodística: este tipo de fotografía busca narrar una historia de forma visual y puede abarcar las temáticas más diversas: deporte, cultura, sociedad, política, entre otras. Las fotografías periodísticas son realizadas a fin de ser publicadas en distintos medios ya sean diarios, revistas, sitios web.

Fotografía aérea: para tomar estas fotografías se instalan cámaras especiales en aviones. Son utilizadas para cartografía, analizar los crecimientos de ciudades, la distribución de la flora y fauna y descubrir restos de civilizaciones antiguas. Además, es una herramienta muy usada en el ámbito militar para vigilancia y espionaje. Por último, las cámaras fotográficas pueden ser instaladas en satélites con fines meteorológicos o geológicos.*

Cabe mencionar que la forma y las proporciones de las fotografías varían en función del tipo de cámara utilizando y del modo en que ésta se sujeta. Algunos modelos ofrecen incluso diferentes opciones específicas.

Fotografía digital: La fotografía digital no sólo revoluciona el modo en que se captan y se utilizan las imágenes, sino que también acerca a todo el mundo la posibilidad de crear efectos en ellas. (Hedgecoe, 2003).

A medida que las cámaras digitales ofrecen mayor resolución y resultan más fáciles de usar, se convierten en una seria alternativa a la película. La fotografías resultan económicas y ofrecen resultados casi inmediatos.

Pero los usos de la fotografía digital son también muy interesantes. Codificadas en sistema binario, las imágenes pueden compartirse fácilmente con mucha gente. Pueden enviarse email, presentarse en paginas web e ilustraciones multimedia. Además, es posible ampliarlas en cas, empleando una impresora de inyección de tinta.

Sin embargo, para unirse a la revolución digital, no es necesario utilizar una cámara digital. Las fotografías tradicionales pueden digitalizarse con escáneres de película o de opacos (o en caso en un laboratorio comercial); luego, el ordenador se convierte en un sofisticado laboratorio que puede emplearse con la luz encendida.

*"Tipos de fotografía, 2011, www.tiposde.org.com"



Capítulo 4

Las artesanías

en michoacán.

4.1 Las artesanías en México y Michoacán

En México, la actividad artesanal se contempla dentro del sector secundario o industrial, dando que se transforman las materias primas obtenidas del sector primario. Clasificando en la rama de industrias manufactureras que incluyen los procesos de producción manuales con el uso de máquinas; en este caso nos referimos a un trabajo totalmente hecho a mano.

Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo costo, con apariencia similar a los productos artesanos, pero con menor precio y calidad.

Otra dificultad para los artesanos es la forma de comercializar sus productos, ya que se realiza en talleres individuales o de pocas personas, con una corta capacidad para llegar al mercado y escasas facilidades de negociación.

Además la artesanía mexicana es subestimada por los mismos habitantes del país, pues considerando que es popularmente usada por los indígenas y las clases bajas.

Actualmente se encuentran en esta problemática diversas instituciones públicas sean de orden Federal Estatal o Municipal para fomentar, promover y organizar la actividad artesanal; que enfrentan diversas condiciones para alcanzar los objetivos propuestos.

También forman parte de este sector, personas físicas y morales que se dedican a la actividad artesanal; abriendo la oportunidad de encontrar una gran diversidad de piezas.

De acuerdo con el portal de internet, www.gob.mx, (2012), presentan la siguiente información:

“Para atender a las demandas del sector artesanal en México, existen dependencias como Secretaría de Desarrollo Social, SEDESOL, Secretaría de Desarrollo

Económico SEDECO, Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, FONART entre otras, las cuales ofrecen apoyo al sector artesanal para colocar sus productos, o bien aconsejarlos sobre como dirigirse para promoverlos. También se realizan seminarios, foros, encuentros, congresos, ferias por medio de la comisión de Artesanías, con el objetivo de promover la venta de productos artesanales mexicanos.”

Para lograr que las empresas mexicanas se posicionen, han intervenido diversas dependencias gubernamentales y no gubernamentales, dentro de las primeras tenemos a la Secretaría de Economía, la cual regula la ley Federal de Fomento a la Microindustria y la Actividad Artesanal. A su vez existe Bancomext (Banco Mexicano de comercio Exterior). Que ha servido como intermediario entre los productores nacionales de artesanías, comercializadoras y empresas que importan productos artesanales mexicanos.

A su vez, a nivel municipal la Secretaría de Desarrollo Económico de Michoacán cuenta con el programa Pymexporta (pequeña y mediana empresa exportadora) que ofrece apoyos para desarrollar proyectos de exportación y funcionan como comercializadoras; que ha brindado ayuda relevante fomentando y en algunos casos financiando la actividad de exportación de pequeñas y medianas empresas.

En el estado de Michoacán de Ocampo, la función de las culturas indígena y española, ha dado como resultado una artesanía regional única, ampliamente valorada no sólo en nuestro país, sino en el mundo entero. Asimismo la riqueza en recursos naturales que presentan sus distintos municipios, se ha visto reflejada a lo largo de los años en el aprovechamiento de estos para la elaboración de artesanías por región. A medida de que las necesidades de consumo se han modificado a través de los años, las artesanías Michoacanas han encontrado en la innovación de sus procesos la forma para adecuarse a las necesidades de un mercado moderno.

Nuevas tecnologías, procesos diseños y la diversificación de sus materiales han contribuido a que los artesanos actuales desarrollen con los mismos conocimientos tradicionales productos novedosos, modernos o bien nuevos diseños que resultan más atractivos para mercados actuales y nuevas generaciones.

Sin embargo, en este contexto de innovaciones las características que ubican a estos productos en la categoría artesanal siguen siendo las mismas, aunque ya no se puedan hablar de pureza en cuanto a diseños y materiales.

En esta situación se encuentran diversas artesanías y artesanos del estado, que se han diversificado gracias a las adquisición de nuevas herramientas y técnicas en los procesos.

En Michoacán existen más de 20 municipios que se destacan por la elaboración de artesanías

Las artesanías de renombre por municipio son:

- **APATZINGÁN.**- Artículos de cuero, sillas de montar y equipales.
- **CAPULA.**- Alfarería vidriada y vajillas. Pueden fabricar su vajilla a partir de un diseño cualquiera.
- **CHARÁN.**- Trajes Bordados.
- **CUITZEO.**- Mojigangas figuras en tule.
- **CUANAJO.**- Tejido en telar para cintura.
- **ERONGARÍCUARO.**- Figuras de cerámica, madera y tule; camisas bordadas en manta.
- **HUETAMO.**- Filigrana de oro y plata, joyería.
- **INDAPARAPEO.**- Cestería.
- **LOS REYES.**- Utensilios de cocina de madera.
- **OCUMICHO.**- Artesanía fantástica de la mejor calidad elaborada en barro policromado. Se fabrican escenas y conjuntos de sucesos de la vida cotidiana con diablos y personajes chuscos.
- **PARACHO.**- Los bosques aledaños han brindado a lo largo del tiempo excelentes maderas para la fabricación de guitarras y otros instrumentos de cuerda. Sus artesa-

nos han elaborado piezas únicas ganadoras de premios internacionales.

- **PATAMBAN.**- Alfarería y loza vidriada de muy buena calidad.
- **PÁTZCUARO.**- Orfebrería en plata, muebles rústicos , maderas y lacas; herrería y forja, objetos en pasta de caña y textiles.
- **QUIROGA.**- Artesanía de varios lugares de Michoacán y objetos de tule y paja. Objetos en pasta de caña.
- **SALVADOR ESCALANTE.**- Muebles rústicos.
- **TANGANCÍCUARO.**- Alfarería y Vidriada.
- **TALPUJAHUA.**- Aquí encontrará excelentes artesanos que aún fabrican el famoso arte plumario, cuadros y objetos ornamentales fabricados con plumas de aves. La tradición es de origen indígena. También encontrará piezas elaboradas en cantera a precios muy módicos.
- **TZINTZUNTZAN.**- Cerámica vidriada, madera muebles y objetos de tule y paja.
- **VILLA ESCALANTE.**- Los mejores objetos en cobre martillado proceden de esta población aquí encontrará bellas piezas de sensacionales e inusitadas formas que recuerdan al arte prehispánico de los purépechas.
- **ZINAPÉCUARO.**- Produce cerámica vidriada de buena calidad y un pan maravilloso que, aunque no es propiamente una artesanía, es de los mejores de la región.
- **ZITÁCUARO.**- Orfebrería en plata.*

* Fuente: Ficha de Arturo Chairez. Guía de México desconocido No. 61 Michoacán/ Agosto 2000.

4.2 La Casa de las Artesanías

La Casa de las Artesanías tiene una relación directa con los artesanos y con el diseño de políticas y acciones que atienden adecuadamente a los artesanos, se avanza en la atención de las demandas de este prioritario sector social de Michoacán.

Se encuentra ubicada en:

Fray Juan de San Miguel # 129, Centro, Morelia Michoacán.

<http://www.casart.michoacan.gob.mx>

Su Misión

Contribuir a mantener la actividad artesanal como alternativa de empleo, privilegiando el respeto a las diferencias culturales de sus creadores y los recursos naturales, rescatando, conservando y fortaleciendo su identidad histórica y cultural e impulsando la eficiencia de los procesos productivos y la comercialización de sus productos artesanales en el ámbito local, estatal, nacional e internacional, con el fin de elevar el nivel de vida de los artesanos, sus familias y sus comunidades.

Descripción

- Apoyo a los artesanos para la venta directa de sus productos.
- Programa de compra de artesanía en las comunidades
- Capacitación y asistencia técnica.
- Concursos de artesanías comunales, regionales y estatales
- Programa de Créditos a los artesanos

Información General

La Casa de las Artesanías del Estado de Michoacán, es una de las instituciones con más historia en la actividad artesanal del país. En funciones desde finales de los años 60, se constituyó formalmente en febrero de 1970 y desde entonces ha sido un referente en los programas gubernamentales en materia de artesanías.

En los últimos años, este Organismo ha consolidado una estructura organizativa sólida, integrado por personal profesional conocedor de la materia, con la partici-

pación de artesanos en la propia estructura orgánica y con una relación más estrecha con las organizaciones de artesanos del estado, lo que ha permitido diseñar y fortalecer programas de trabajo que realmente incidan en la atención de las demandas de este sector y propiciar su desarrollo. De los programas que implementa la Casa de las Artesanías.

La Casa de las Artesanías tiene su sede en un ex convento del siglo XVI ubicado en el Centro histórico de Morelia, en donde se exhiben y a la vez se ofertan las piezas artesanales. Entre sus instalaciones se encuentran área museográfica, tienda galería y algunos talleres artesanales. Así mismo la Casa de las Artesanías de Michoacán cuenta con tiendas galerías ubicadas en algunas ciudades de México y Estados Unidos.

Actualmente el inmueble que ocupa la Casa de las Artesanías conserva su original fisonomía arquitectónica, está edificado en cantera, en estilo plateresco y posee dos niveles. En su fachada principal exhibe un portal de peregrinos integrado por 5 arcos de medio punto y techado con bóvedas de aristas, mientras que en su parte superior se ubican 5 ventanas con arco conopial o flamígero.

En su interior posee dos patios; el principal de planta cuadrangular presenta arquerías de medio punto presididas por contrafuertes, sus corredores circundantes se hallan techados con bóvedas de lunetos. Las distintas salas se distribuyen a su alrededor y presentan bóvedas de cañón o techos de viguería de madera. El patio secundario de planta cuadrangular es austero y se encuentra presidido por muros de cantera donde se asoman algunas ventanas rectangulares. El cubo de la escalera principal de cuatro rampas se halla techado con una bóveda de pañuelo donde están trazados casetones.

Instalaciones

Entre sus instalaciones la Casa de las Artesanías de Michoacán cuenta en su planta baja con áreas de exhibición donde se exponen las piezas artesanales en salas y corredores del claustro, así como una tienda galería donde se oferta al público una selección de productos. El patio secundario ha sido ambientado con una troje michoacana de madera. En la planta alta en los corredores del claustro se ubica una colección museografía con artesanías representativas de las distintas regiones de Michoacán, mientras que en las salas anexas donde antiguamente eran las celdas de los frailes se hallan algunos talleres donde se elaboran y ofertan los productos por los propios artesanos.



4.3 Las marcas colectivas existentes en la casa de las artesanías

Las marcas colectivas se definen comúnmente como signos que permiten distinguir el origen geográfico, el material, el modo de fabricación u otras características comunes de los bienes y servicios de las distintas empresas que utilizan la marca colectiva. El propietario de la misma puede ser una asociación de la que son miembros esas empresas o cualquier otra entidad, ya sea una institución pública o una cooperativa.

Las marcas colectivas pueden ser, por tanto, instrumentos útiles que ayudan a las PYME a superar algunas de las desventajas asociadas a su pequeño tamaño o a su aislamiento en el mercado. Las oficinas nacionales de propiedad industrial pueden ofrecer más información sobre los procedimientos de registro y la utilización de las marcas colectivas y de certificación.

¿Qué es una Marca Colectiva?

Es la manera de una asociación o sociedad de artesanos o productores, legalmente constituidos para distinguir en el mercado sus productos, respecto de productos de terceros que no forman parte de esas asociaciones, a través de un logotipo y un control de calidad certificada por la misma asociación.

¿Qué garantías ofrece una Marca Colectiva?

Certifica la autenticidad y calidad del producto artesanal

Preserva y rescata la producción de las artesanías y las técnicas empleadas para su elaboración, atendiendo a su calidad, representatividad, tradición, valor cultural intencionalidad simbólica y diseño.

Fomenta y promueve la calidad de las artesanías como medio para desarrollar una actividad económica, así como para la comercialización de los productos en el extranjero.

¿Dónde están ubicadas?

Protege las artesanías de posibles copias en toda la República Mexicana y en el resto del mundo a través de los derechos legales que le confiere el registro de la marca.

Usa el símbolo MR, para notificar al mundo el registro de Marca.

La Marca Colectiva desalienta a los "piratas" a copiarla, ya que cuenta con el elementos legales para defender sus derechos.

-Protege la prioridad del registro de la "Marca Colectiva" en otras naciones.

-Permite restringir la importación de bienes que utilizan marcas "piratas".

-Garantiza el producto con la Marcas

Fuente: <http://Casart.michoacan.gob.mx>

Alfarería

Alfarería de Patámban, Región de origen



En Patámban se trabaja por tradición ancestral la alfarería en diversas técnicas, encontraremos desde la loza charanda, loza verde vidriada, loza cambray, loza de ahumar, y en fechas más recientes la loza de alta temperatura, todas ellas plenamente identificables en el mercado estatal y nacional.

La loza de charanda, llamada así por la arcilla rojiza con la que se recubre, es la segunda en cuanto a su volumen de producción, incluye todos los recipientes para almacenar agua: Los famosos y tradicionales cántaros, botellones con vaso, jarras y piezas de adorno como floreros, que se caracterizan porque en sus diseños siempre encontraremos un colibrí con flores a los lados. Esta loza se decora en crudo, se le dibujan además bandas de distintos grosores con tierra blanca. Sus dibujos son motivos alusivos a la flora y fauna o grecas en color negro.

En cuanto a la loza vidriada encontraremos vajillas, juegos de té, charolas poncheras y las famosas torres de ollas verdes. También se pintan en crudo con tierra blanca, con la ayuda de un pincel de pelo de ardilla, líneas muy finas que recubren toda la pieza. En la segunda QUEMA se barniza por dentro y por fuera.

La Loza de cambray es un tipo de loza muy característica de Patámban, es roja vidriada y por la delicadeza y fragilidad de sus paredes, es que se le concede éste nombre. Su decoración igualmente

fina se hace con aplicaciones de barro con la técnica del pastillaje, en forma de motivos vegetales. Se elaboran vajillas de lujo y otras piezas para venderse al exterior de la comunidad.

Alfarería de Zinapécuaro, Región de Origen.



Zinapécuaro, proviene de la palabra Ts´inajpekuaru de Ts´inapekua, palabra P´urhépecha que significa lugar de curación.

La alfarería de este lugar ha adquirido gran reconocimiento por su gran diversidad de producción, en particular por el color amarillo ocre de la arcilla que se obtiene en las minas de la población. Podemos encontrar alfarería tradicional que consiste en ollas y cazuelas que se distinguen de la alfarería de otras regiones por su "chorreado" de color verde, entre ellas puede destacarse la "chonda" como le llaman los artesanos, que es una olla en forma de jarra con alargamiento del gollete y asa. En este proceso la greta se aplica al interior de las mismas, se deja escurrir irregularmente al exterior para otorgarles un acabado vidriado que contrasta con el color natural del barro. También se hacen barriles vidriados en verde y negro.

Por su calidad destaca la alfarería bruñida en las famosas calabazas que son para uso decorativo. En años recientes, alfareros de este lugar han rescatado la técnica prehispánica que le nombran al negativo, porque su proceso es similar al revelado fotográfico; estas piezas regularmente las encontraremos con temas de reminiscencia prehispánica.

Ubicación geográfica: Actualmente Zinapécuaro funge como cabecera municipal y se localiza a 52 km., de la capital del estado.

Alfarería Punteada de Capula



Entre las diversas técnicas y diseños que se producen en la comunidad de Capula, podemos encontrar piezas de alfarería vidriada elaboradas con la técnica del punteado, característica distintiva porque sus diseños se forman a través de diminutos puntos. Se decora tradicionalmente con la figura de un pez, pero podemos encontrar un sinnúmero de figuras que son plasmadas de acuerdo a la creatividad de cada artesano.

La alfarería vidriada requiere de dos quemas para alcanzar su acabado: una para cocer, la otra para vidriar o esmaltar y darle así a la pieza impermeabilidad y brillo. El decorado que se plasma con la técnica del punteado, se realiza antes de la segunda quema, para lo cual el artesano primero dibuja el diseño de mayor dimensión y posteriormente rellena toda la periferia del dibujo con pequeños puntos de color claro, utilizando pinceles de varios grosores, pueden ser muy finos o de regular tamaño de acuerdo al diseño y terminado que pretenda crear.

En el proceso de estas piezas, se utilizan como materias primas dos tipos de tierra, una bofaarenosa de color blanco y la otra maciza de color roja que se caracteriza por su elasticidad, colores acrílicos, azul, verde, amarillo, morado y rosa principalmente. La Alfarrería Punteada de Capula, es considerada como la loza más.

refinada del lugar, por lo que la encontraremos en vajillas y platonos, principalmente

Ubicación geográfica: Capula pertenece al municipio de Morelia y se localiza a 18 kilómetros de esta ciudad.

Alfarería Tradicional de Capula



El traajo del barro, que crea formas bellas y útiles, se practica desde hace miles de años en las comunidades del estado de Michoacán y el paso del tiempo al contrario de muchas tradiciones cerámicas no ha afectado en absoluto la riqueza de nuestra tradición alfarera. Cada región del estado guarda coincidencias en algunos procedimientos de las técnicas, sin embargo, cada una de ellas imprime rasgos característicos de su comunidad y medio geográfico, como es el caso de la comunidad de Capula, que a lo largo de los años, ha adquirido gran reconocimiento no solo en el interior del estado sino a nivel nacional, por su diversidad en producción alfarera.

La Alfarrería Tradicional de Capula es muy característica y se puede distinguir fácilmente de la alfarería de otras regiones porque sus diseños son casi siempre abstracciones de flores y hojas pintadas con color blanco, un fondo café oscuro y verde, utilizando pinceles de pelo de cola de ardilla.

Esta alfarería requiere de dos quemas para alcanzar su acabado: una para cocer, la otra para vidriar o esmaltar y darle así a la pieza impermeabilidad y brillo.

En la actualidad para la creación de estas piezas, se siguen utilizando los hornos tradicionales hechos por los propios artesanos con adobes y leña para la quema, trabajan con dos tipos de tierra, una bofa arenosa de color blanco y la otra maciza de color roja que se caracteriza por su elasticidad. El proceso de elaboración implica varias quemas, se utilizan moldes y un ocote para alisar la pieza y cubrir las fisuras que quedan al unir las partes que la integran.

En la comunidad de Capula podremos encontrar una gran diversidad de utensilios tradicionales dentro de la cocina mexicana, como son ollas y cazuelas de diferentes dimensiones, comales, platos y platos; jarros de diferentes formas y tamaños, vajillas y juegos de agua, además de macetas para uso decorativo.

Ubicación Geográfica: Capula pertenece al municipio de Morelia y se localiza a 18 kilómetros de esta ciudad.

Catrinas de Barro de Capula



El trabajo del barro, que crea formas bellas y útiles, se practica desde hace miles de años en las comunidades del estado de Michoacán, el paso del tiempo al contrario de muchas tradiciones cerámicas no ha afectado en absoluto la riqueza de nuestra tradición alfarera. Cada región del estado guarda coincidencias en algunos procedimientos de las técnicas, sin embargo cada una de ellas imprime rasgos característicos de su comunidad y medio geográfico, como es el caso de la comunidad de Capula, que a lo largo de los años, ha ad-

quirido gran reconocimiento no solo en el interior del estado sino a nivel nacional, por su diversidad en producción alfarera.

La producción de las Catrinas de Barro es, una alternativa artesanal de los alfareros de Capula. Son esculturas trabajadas con la técnica del pastillaje cocidas al natural o vidriadas; algunas son pintadas con engobes de colores y otras decoradas en frío con pinturas acrílicas o vinílicas.

Ubicación geográfica: Capula pertenece al municipio de Morelia y su distancia a la capital del estado es de 18 kilómetros. Comunidad reconocida no solo dentro del estado de Michoacán, sino a nivel nacional, por su gran producción alfarera. A partir de los años 80's además de producir loza para uso domestico, los artesanos comenzaron a trabajar la escultura con las ya muy conocidas Catrinas y Calaveras de barro.

Diablitos de Ocumicho



Ocumicho proviene de la toponimia "lugar de topos o tuzas", el topo fue considerado por los P'urhépecha un animal mitológico relacionado con la muerte y el inframundo. Se tiene conocimiento que el trabajo de la alfarería de Ocumicho, comienza después de la revolución mexicana. Las alcancías fueron las primeras piezas que se realizaron con figuras zoomorfas y pájaros silbatos, los cuales tienen antecedentes prehispánicos. Es a partir de 1960, que en esta comunidad a iniciativa de un artesano, se comienza con una nueva propuesta iconográfica con la representación de diablos en diferentes ámbitos de la vida cotidiana.

na, por ejemplo, fiestas, danzas; escenas bíblicas como “últimas cenas” donde diablos, sirenas, calaveras o cualquier personaje puede ocupar el lugar de los apóstoles.

Nos revelan igualmente como perciben a Cristo y a la Virgen Guadalupana; así también al sol y a la luna, pero muy particularmente, los diablitos que aparecen como culposos observadores de escenas dramáticas y divertidas de la actualidad.

La iconografía de los artesanos de Ocumicho, nos permite ver su interpretación de la vida cotidiana, escenas eróticas o de la actualidad política del país en un exuberante y colorido mundo imaginario. Las obras resultan sugerentes con un agresivo e irónico tratamiento donde el humor es el factor principal.

La arcilla con la que trabajan la modelan a mano, uniendo pedazos de barro y utilizando la técnica del pastillaje para agregar elementos decorativos; después de cocidas las figuras, se pintan con pintura industrial vinilica y en algunas ocasiones se aplica una capa de barniz para que brille.

Ubicación geográfica: Ocumicho pertenece al municipio de Charapan, Michoacán y se localiza a 140 kilómetros de la capital del estado.

Ollas de Cocucho



De antecedentes prehispánicos Cocucho, es una comunidad indígena localizada en una zona alta de la meseta P'urhépecha, de ahí su nombre que significa gente que vive en la cima o en lo más alto.

Su población básicamente se dedica a la alfarería y el textil. La alfarería de Cocucho consiste en la producción del modelado de Ollas, cuya función original fue la de almacenar grano de maíz. Son elaboradas con la técnica del alisado, de dimensiones relativamente mayores a las ollas comunes que se utilizan para cocinar.

Ollas de Zipiajo



Según la tradición oral de los comuneros, la palabra “Zipiajo” está compuesta por un vocablo P'urhépecha, que los lugareños pronuncian como zpien, y dicen que significa “despedir mal olor”.

La alfarería de Zipiajo, se caracteriza por la elaboración de ollas y los comales con la técnica del alisado. Esta labor es de origen prehispánico y no hace mucho tiempo ésta alfarería era solo de consumo propio o regional.

A partir de 1960, la alfarería de Zipiajo ha tenido un prestigio comercial en el mercado externo con un auge muy importante, por lo que además de continuar con la producción de la tradicional olla, no se ha dejado de producir los famosos eroksĩ kutsarhiri (los comales de arena).

La técnica para elaborar las ollas y los comales, nos remiten a una antigua forma para elaborar la cerámica. Son elaborados sin molde, lo cual exige una gran destreza manual y su cocción es a la intemperie; para su quemado se colocan las piezas ya oreadas y listas para quemarse sobre el piso en un área restringida, lo que obliga a encimar una pieza sobre otra formando un pequeño montículo. Una vez que las piezas son colocadas correctamente,

se rodean y se cubren de leña, dejando las piezas entre media hora y dos horas aproximadamente según la cantidad y tamaño.

Otra característica que hace singular el trabajo de las artesanas de Zipiajo es que aún utilizan materias primas de origen natural y no se emplean sustancias químicas en su elaboración ni en su decorado.

La producción de ollas y comales de Zipiajo es una actividad eminentemente femenina y ocupa un papel importante como fuente de ingresos para la comunidad.

Ubicación geográfica: La comunidad de Zipiajo, pertenece al municipio de Coeneo, Michoacán, se localiza al norte del estado y su distancia a la capital es de 80km. Al suroeste colinda con la ciudad de Morelia y al sureste con Zacapu.

Piñas de Barro de San José de Gracia



La comunidad de San José de Gracia, fue fundada en 1887 por un grupo proveniente de Ocumicho, los artesanos que se asentaron en este lugar vieron la facilidad de obtener barro para la elaboración de piezas de arcilla, comenzando a producir la alfarería vidriada en verde, en negro y blanco, de la cual se hacían poncheras, candelabros, incensarios, floreros, maceteros y cochinitos.

Es a partir del año de 1970 que se introduce en San José de Gracia el diseño de las ya famosas “Piñas” que son vasijas con la forma de esta fruta, cuya superficie está cubierta de minúsculas puntas hechas con pastillaje, aplicaciones en barro que dan a la pieza la textura de la corteza.

El barro para crear las piñas, es obtenido de minas cercanas al pueblo, es pulverizado en un molino mecánico. Para su manufactura se amasa el barro con agua, se hacen dos tortillas, las cuales son acomodadas dentro de un molde que está dividido en dos, unidas las dos partes del molde se dejan reposar por un tiempo para que el barro comience a secar, al retirar los moldes queda una sola pieza que se alisa en repetidas ocasiones para borrar la unión. La tapa de la piña se hace también con un molde y a toda la pieza se le aplica el pastillaje.

Para realizar ésta técnica decorativa, se hace una tira de barro larga y delgada, la cual se va pellizcando con las yemas de los dedos hasta sacar los piquitos que cubrirán la pieza. La vasija se tapa, se cubre con un engobe de tierra blanca aplicando con un pincel de pelo de ardilla. El engobe sirve de fondo para aplicar la greta color verde después de la primera quema.

Las quemadas tienen lugar en un horno de adobe hecho a ras de suelo y preferentemente los artesanos las hacen de noche porque es cuando mejor se aprecia el color de la llama que les sirve como indicador de las pinturas.

Ubicación geográfica: La comunidad de San José de Gracia, se encuentra ubicada en la cañada de los once pueblos del estado de Michoacán, pertenece al municipio de Tangancicuaro, y se localiza a 136 kilómetros de la capital.

Textiles

Bordado y Tejido Artesanal de Tarecuato



Bordados de Santa Cruz Tzintzuntzan



bordados elaborados por las artesanas de la comunidad de Santa Cruz, municipio de Tzintzuntzan, tienen sus inicios en la década de los años ochenta del siglo pasado. Es a través de sus bordados que las artesanas cristalizan su creatividad plasmando sobre manta o tela de algodón, paisajes, fauna, flora; festividades religiosas y tradicionales con figuras humanas con las cuales escenifican su vida cotidiana. Estos bordados los podemos encontrar como cuadros decorativos, tapices, blusas, camisas, batas y colchas.

Ubicación geográfica: Esta comunidad pertenece al municipio de Tzintzuntzan, Michoacán y se localiza a 65 kilómetros de la capital del estado.

Deshilados de San Felipe de los Herreros



Las mujeres de esta región confeccionan textiles deshilados que han adquirido fama dentro y fuera del estado por la maestría y firmeza con que se realizan.

Como en todas las comunidades las mujeres comienzan a entrenarse en estas tareas desde pequeñas, haciendo servilletas y prendas sencillas que con el paso del tiempo alcanzan complejidad. Con aguja y navaja como únicas herramientas las mujeres mueven con destreza los dedos y manos quitando y entrelazando los hilos.

En el deshilado la tela se tensa en un bastidor de madera y se señala el espacio donde se realizará la labor. Se cuentan los hilos de tres en tres, cortándolos con la navaja, acción a la que se conoce como “embarcinar”, ya deshilada el área de la prenda se da forma al cuadrículado con aguja e hilo, creando flores, animales o figuras geométricas que serán el adorno del atavío (rebozos, blusas, camisas para hombre, vestidos (incluyendo los de novia) y mantelería. Se confeccionan además almohadones, sábanas y cortinas.

Otra característica de los Deshilados de San Felipe de los Herreros es que las prendas en su mayoría son de color blanco. En los vestidos y blusas es característico “el camarón”, que es un terminado elaborado alrededor del deshilado a manera de fruncido.

Ubicación geográfica: Bajo la supervisión de Vasco de Quiroga, el pueblo de San Felipe de los Herreros, fue fundado en 1532, al congregarse cuatro pueblos provenientes de diversos lugares de la meseta P’urhépecha. Perteneció al municipio de Charapan, Michoacán y se localiza a 160 kilómetros de la capital del estado.

Guanengo Bordado de Cocucho



Manta Artesanal de Pátzcuaro



En México las culturas precolombinas conocían el trabajo textil, donde las mantas de algodón se usaban para vestir, además de darlos como tributo a las autoridades indígenas y posteriormente en la época colonial al gobierno español. La técnica del telar de pedal que comenzó a inicios de la colonia fue encargado originalmente a los hombres como era costumbre en Europa, de manera que los nativos aprendieron el oficio en talleres de obrajeros españoles para luego hacerse cargo por su cuenta de la producción de mantas, cobijas y otros artículos textiles.

En el siglo XVIII, Michoacán fue reconocido por la gran producción que aportaban sus telares, el número de varones dedicados al obraje, aumentó aún sin existir una especialización de trabajo, es decir, éste se combinaba con otras actividades, pesca, agricultura, etc.

Pátzcuaro ha mantenido ésta tradición mostrando el seguimiento que miembros de la familia han dado por generaciones a ésta técnica, adquiriendo gran reconocimiento por su composición artesanal. Las Mantas, son elaboradas con hilos de algodón y acrilán, por lo general en colores vivos. Sus diseños varían entre deshilados y estampados a cuadros o líneas que se logran mientras se teje el lienzo. Se pueden adquirir en sus diferentes confecciones, ya sea en servilletas, manteles y colchas. Una de sus características que no se encuentra fácilmente a nivel comercial, es que son muy amplias.

El tejido inicia al montar la urdimbre en el telar, para ello el artesano utiliza el peine, barra metálica con cientos de dientes entre los cuales se coloca cada hilo; al mismo tiempo la urdimbre se divide en dos separando los hilos intercaladamente, ambas secciones cruzan por partes diferentes del mecanismo que suben y bajan, alternándose con el movimiento coordinado de los pedales, así los obrajeros entretejen el hilo de la trama contenido en la lanzadera, pieza de madera que cruza de un extremo a otro del telar conformando la tela.

Cada material es usado dependiendo de las piezas a realizar, por ejemplo, las mantas para la confección de prendas de vestir continúan haciéndose de algodón, al igual que artículos de mantelería, sobrecamas y cortinas.

Ubicación geográfica: Pátzcuaro se localiza al centro del estado de Michoacán, a 50 kilómetros de la capital del estado dentro de una cuenca lacustre que le proporciona un clima templado húmedo.

Rebozos de Aranza



Aranza cuyo nombre se deriva de Arhani, “el lugar donde uno come” y Sani “Lugar donde se come poco”.

peculiares rebozos elaborados en ésta comunidad, consisten en una delicada labor en el telar de cintura con un terminado de “gasa o calado”. El hilo con el que trabajan los rebozos es de algodón de un solo color.

El rebozo se comienza con el dibujo de la cenefa que lleva a los extremos, donde a su vez se combinan tejidos lisos y relindos, es decir hilo torcido pasado por encima y por debajo de la trama para formar las figuras, después se hacen diversas formas caladas a lo largo del cuerpo del rebozo.

El tejido de Aranza es minucioso, se abre la urdimbre, las subidas, bajadas y torsiones del hilo se cuentan para pasar trecho a trecho el hilo de la trama. Las artesanas toman la cantidad de hilos que caben en su mano, posteriormente abren la calada con la p'atakua (palo que sirve para apretar los hilos) y se entrama. El acabado de los rebozos se caracteriza por tener formas de triángulos o cu-lebrillas a base de nudos.

Los Rebozos de Aranza han adquirido a lo largo del tiempo gran reconocimiento por ser elaborados con una técnica prehispánica. Cada rebozo que se teje en telar de cintura, implica un tiempo para su elaboración de varias semanas y si el trabajo es muy complejo se demora hasta sesenta días por lo que ésta pieza adquiere más valor.

Además de los rebozos, las artesanas elaboran también prendas para fiestas regionales o concursos nacionales.

Ubicación geográfica: Aranza pertenece al municipio de Paracho, Michoacán, está situada al noroeste del estado y su distancia con la capital es de 145 kilómetros; limita al norte con Cheránastico, al este con Cherán, al sur con La comunidad de Quinceo y al oeste con la comunidad de Ahuiran.

Textil Artesanal de Angahuan



Las artesanas del telar de cintura de la comunidad de Angahuan, confeccionan artículos con diferentes materiales, de algodón cuando el clima es cálido y lana para gabanes, colchas y algunos rebozos, para el invierno. También tejen el hilo de acrilán en diferentes colores, con los cuales forman flores y otros motivos decorativos.

El telar de cintura recibe éste nombre porque se sujeta en la cintura del cuerpo de la mujer durante la labor. Se constituye por palos de madera, dos de ellos sujetan los extremos de los hilos que forman la urdimbre – hilos base sobre los que se teje - colocados de manera vertical en dirección con la artesana, otros dos dividen los hilos de la urdimbre intercaladamente; uno más en el que se enreda el hilo de la trama y cruza los hilos de la urdimbre al cual se le llama lanzadera, por último se pasa la p'atakua que tiene la función de apretar los hilos de la trama jalándolos en dirección a la artesana.

Las mujeres de la comunidad de Angahuan, preocupadas por mantener viva la tradición, enseñan a las mujeres más jóvenes interesadas en ésta labor. El tiempo que requieren para tejer las prendas varía según el diseño y material de cada una, por ejemplo un rebozo de algodón se teje aproximadamente en veinte días, mientras que uno de lana con hilos más gruesos que los de algodón se teje en quince días. En ésta comunidad al igual que en otras de la región P'urhépecha, se tejen rebozos y pañetes que utilizan las mujeres para su indumentaria de uso diario, seguido de colchas, gabanes entre otros productos. Son prendas que originalmente fueron para consumo doméstico pero que

paulatinamente pudieron llegar al mercado externo sin perder la técnica y diseño original de las grecas y dibujos del lugar.

Ubicación geográfica: Angahuan, comunidad indígena fundada en el siglo XVI por la orden franciscana, pertenece al municipio de Uruapan y se localiza a 145 kilómetros de la capital del estado. La actividad económica de sus mujeres es la producción de tejidos de lana y algodón que son elaborados con la técnica prehispánica del telar de cintura.

Ubicación geográfica: Cuanajo nombre proveniente de la toponimia Kuanasio, que en idioma P'urhpepecha significa "lugar de ranas", pertenece al municipio de Pátzcuaro y se localiza a 50 kilómetros de la capital del estado. Por generaciones las mujeres artesanas de esta comunidad se han dedicado a la producción de prendas tejidas con la técnica prehispánica del telar de cintura.

Tejido Artesanal de Cuanajo



Eltelar de cintura o (joparakua) como le llaman en el idioma P'urhpepecha, es una técnica milenaria aun vigente en las comunidades indígenas del estado de Michoacán. Por tradición, las mujeres de esta comunidad elaboran fajas que son utilizadas para su vestuario de uso diario, sin embargo, por la belleza de sus diseños y colores, se han iniciado en la creación de morrales, caminos de mesa, rebozos, gabanes y tapices, sin perder la técnica original entre la figura y los diseños de sus grecas. Como característica principal en sus diseños encontraremos la figura de la rana, que hace alusión al nombre de la comunidad.

Los Tejidos de Cuanajo casi siempre los encontraremos con los colores naturales de la lana, como son el blanco y el negro. Ocasionalmente se trabaja el hilo de algodón y la seda.

El telar de cintura recibe éste nombre porque se sujeta en la cintura del cuerpo de la mujer durante la labor. Se constituye por palos de madera, dos de ellos sujetan los extremos de los hilos que forman la urdimbre – hilos base sobre los que se TEJE - colocados de manera vertical en dirección con la artesana, otros dos dividen los hilos de la urdimbre intercaladamente; uno más en el que se enreda el hilo de la trama y cruza los hilos de la urdimbre al cual se le llama lanzadera, por último se pasa la p'atakua, que tiene la función de apretar los hilos de la trama jalándolos en dirección a la artesana.

El tejido en el telar prehispánico, es sobre todo, un trabajo creativo, en el que las artesanas reflejan una serie de valores y conceptos de su cultura con una interpretación individual. Ésta práctica se ha conservado por el conocimiento transmitido de madres a hijas, las niñas desde temprana edad inician sus actividades textiles con la preparación de los hilos. Por su complejidad cada pieza implica varias semanas y en ocasiones meses de trabajo.

Ubicación geográfica: Cuanajo nombre proveniente de la toponimia Kuanasio, que en idioma P'urhpepecha significa "lugar de ranas", pertenece al municipio de Pátzcuaro y se localiza a 50 kilómetros de la capital del estado. Por generaciones las mujeres artesanas de esta comunidad se han dedicado a la producción de prendas tejidas con la técnica prehispánica del telar de cintura.

Tejido Artesanal de Turícuaro



Turicuario, palabra que proviene del vocablo P'urhépecha Achaturi, nombre del personaje más importante del lugar, que significa "hombre negro". Esta comunidad se caracteriza por su producción artesanal de tejidos elaborados con la técnica prehispánica del telar de cintura (joparakua), el tallado de madera y labrado en piedra. El telar de cintura recibe éste nombre porque se sujeta en la cintura del cuerpo de la mujer durante la labor. Se constituye por palos de madera, dos de ellos sujetan los extremos de los hilos que forman la urdimbre – hilos base sobre los que se teje - colocados de manera vertical en dirección con la artesana, otros dos dividen los hilos de la urdimbre intercaldamente; uno más en el que se enreda el hilo de la trama y cruza los hilos de la urdimbre al cual se le llama lanzadera, por último se pasa la p'atakua, que tiene la función de apretar los hilos de la trama jalándolos en dirección a la artesana.

El tejido en el telar prehispánico, es sobre todo, un trabajo creativo, en el, las artesanas reflejan una serie de valores y conceptos de su cultura con una interpretación individual. Ésta práctica se ha conservado por el conocimiento transmitido de madres a hijas, las niñas desde temprana edad inician sus actividades textiles con la preparación de los hilos, es decir, con el cardado e hilado de las fibras. Por su complejidad cada pieza implica varias semanas y en ocasiones meses de trabajo.

En la época prehispánica el tejido era elaborado con hilo de algodón, y con la llegada de los españoles comenzaron a trabajar también el hilo de lana. En ésta comunidad se tejen rebozos y pañe-

tes que utilizan las mujeres para su indumentaria de uso diario. Actualmente se tejen para comercializar fuera de la comunidad también otros artículos para uso doméstico como son los manteles, fundas para almohadas, servilletas, caminos de mesa, colchas, fajas y morrales. En estos artículos siempre encontraremos diseños de rayas a dos o más colores, con terminado en las yungures (puntas) con figuras de flores, macetas y panes.

Ubicación geográfica: Turícuaro es un pequeño poblado de aproximadamente 1800 habitantes, y se encuentra en un rincón de la Meseta P'urhépecha. Por su ubicación geográfica colinda al norte con el municipio de Nahuátzen, al noroeste con la comunidad de Arantepacua y al suroeste con Uruapan, localizándose a 173 kilómetros de la capital del estado.

Maderas

Mueble Artesanal de Cuanajo



Las zonas boscosas del estado de Michoacán, durante años han proporcionado la materia prima necesaria para que los artesanos de la madera trabajen este noble recurso con un definido estilo en cada pieza que realiza. Ponen a prueba su capacidad artística expresando así el estilo de su propia comunidad, tal es el caso de los muebles que se elaboran en Cuanajo.

Para diseñar estos muebles los artesanos utilizan como herramientas de trabajo un sencillo instrumental que representa en su tallado la enorme influencia barroca de nuestra cultura, los motivos de flora y fauna que se observan en ellos, característicos de esta región, se transmiten de generación en generación, adoptando diseños de acuerdo a las necesidades de la vida en la actualidad.

Otra característica que encontraremos en los Muebles de Cuanajo, es que son elaborados con las técnicas del labrado y grabado en maderas de pino y aile principalmente, los hay con un terminado rústico y también con diseños pintados que dan un acabado más fino, abarcando de esta manera infinidad de gustos y necesidades.

La variedad de Muebles de Cuanajo, va desde sillas, mesas, libreros, baúles, juegos completos de recámaras, salas, comedores, cucharas de madera para cocina, entre otros más.

Ubicación geográfica: Cuanajo, nombre proveniente de la toponimia Kuanasio, que en idioma P'urhpepecha significa "lugar de ranas", pertenece

al municipio de Pátzcuaro y se localiza a 50 kilómetros de la capital del estado.

Mueble Tallado de Pichátaro



Silla de Opopeo



Por tradición, la mayoría de los artesanos trabajan la madera de pino, y el diseño más característico de su trabajo son las sillas con asiento y respaldo tejidos en palma real, que se adquieren en el municipio de la Huacana.

En los últimos años, los artesanos han innovado en diseños con terminados lisos, al natural o barnizados, introduciendo además de la tradicional silla, las sillas mecedoras, mesas, libreros, juegos de entretenimiento, salas y comedores.

Ubicación geográfica: Opopeo pertenece al municipio de Salvador Escalante y se localiza a 75 kilómetros de la capital del estado.

Metalistería

Cobre martillado de Santa Clara del Cobre



Pueblo de fundación prehispánica de gran riqueza natural y cultural que a través de sus artesanos han conservado la tradición en la elaboración del trabajo de Cobre con la técnica del martillado. En 1553, se le dio el nombre de Santa Clara y se le quedó del Cobre, por la industria del pueblo, actualmente existen en este lugar más de 200 talleres artesanales con un número aproximado de 800 artesanos.

Santa Clara del Cobre, existe el único Museo Nacional del Cobre, en el cual se exhiben cientos de piezas representativas de tan peculiar técnica artesanal, enriqueciendo cada año su acervo.

Las piezas artesanales elaboradas en esta comunidad, tienen una gran diversidad de formas y diseños, podemos encontrar desde los tradicionales cazos, hasta ollas de aros, fruteros, platones, Joyería, miniaturas, candelabros, floreros y un sinnúmero de artículos decorativos y para uso doméstico.

Las técnicas de trabajo que actualmente se practican en Santa Clara del Cobre, además del martillado son: el esgrafiado, repujado, cincelado, esmaltado, las cuales podemos encontrar en varios acabados, ya sea al natural o en blanco y en algunos casos encontraremos piezas con un acabado en baño de plata, además del perfilado en oro y el patinado.

Ubicación Geográfica: Santa Clara del Cobre, limita al norte con Pátzcuaro al este con Huiramba y Tacámbaro, al sur con Ario de Rosales, y al oeste con Zitácuaro, Taretan y Tingambato. Su distancia a la capital del Estado es de 79 kilómetros.

Otras Ramas

Cantera de Morelia



El estado de Michoacán, la cantera ha tenido un papel importante como materia prima, lo observamos en las piezas arqueológicas de pueblos prehispánicos y como material constructivo desde la época colonial.

Éste material se obtiene de distintas betas, según la región en la que se encuentran presentando tonalidades propias, así de tierras michoacanas se extraen cantera rosa, blanca, lila, negra y café.

El trabajo de la talla o labrado, se hace en su mayoría a mano. Primero se traza a lápiz el dibujo sobre la piedra, el cual se efectúa en base a figuras modelo o variaciones de ellas; diseños modernos creados por el artesano, y en los casos de elementos arquitectónicos el artesano recurre a plantillas.

Con herramientas simples como el marro y el cincel, se va transformando la cantera en diferentes figuras y diseños, y para dar un acabado completamente liso se utiliza una lija. Para trabajar en el terminado de ornato, que depende de la creatividad e imaginación del artesano, éste se vale de herramientas como el escoplo, el buril y las gurbias.

Morelia es la capital de Michoacán y se encuentra al norte del estado en el centro de México, en ésta ciudad se conserva aún la tradición del labrado en cantera, tradición arraigada desde la época de la conquista, y que aún persiste a través de sus artesanos podemos encontrar desde fuentes de ornato, recubrimientos, pisos, lápidas, columnas, imágenes religiosas, bustos de personajes célebres,

representaciones de animales, copias de piezas arqueológicas entre muchas otras esculturas.

Guitarra de Paracho



La vocación de los habitantes de Paracho es la construcción de instrumentos de cuerda, en especial la guitarra, constituye un caso peculiar por la cantidad de artesanos que las fabrican y la calidad que les es reconocida a nivel nacional e internacional. En la actualidad Paracho está considerado como “Capital de la Guitarra”. La guitarra de Paracho es un instrumento musical de la familia de los cordófonos que se originó en España. Se distinguen tres tipos principales de éste instrumento, la guitarra popular, la de estudio y la de concierto, no obstante, hay variantes que pueden intervenir en el sonido y modelo, que dependen de los materiales con que las construyen, la técnica y la habilidad de quien las elabora.

En Paracho también se fabrican otro tipo de instrumentos como son el violín, violoncelo, viuela, charango, mandolina, jarana, contrabajo, requinto y guitarra sexta por citar solo algunos; todos ellos elaborados con distintas maderas como son la de pino, cedro rojo, caoba, cirimo, cedro rojo canadiense, cedro blanco nogal, palo escrito, aguacate, granadillo y limoncillo, todos ellos protegidos por la Marca colectiva “Guitarra Paracho, Región de Origen”.

Los precios de los instrumentos de cuerda de Paracho son muy variables, podemos encontrar algunos muy accesibles para estudiantes, hasta instrumentos elaborados para grandes maestros y concertistas con fama a nivel internacional.

Estos instrumentos por su complejidad requieren de varias semanas y hasta meses para su elaboración, además de un estricto control de calidad que garantiza al comprador certidumbre en el producto que adquiere.

Ubicación Geográfica: Paracho se encuentra a 110 kilómetros de la capital del estado y colinda con los municipios de Chercán y Chilchota al norte; con Nahuátzen al este, con Uruapan al sur y Charapan al oeste.

Pasta de Caña de Maíz JÁTZINGUENI



La importancia del maíz en la cultura prehispánica de la región de Pátzcuaro y Huiramba, derivó en el aprovechamiento de éste y la planta de la que proviene, reflejado en la escultura elaborada a base de caña y una pasta que resulta de la combinación de diversas sustancias locales, conocida en el idioma P’urhépecha como J’atzingueni.

Históricamente se tiene el antecedente de que los pueblos mesoamericanos por costumbre llevaban a sus dioses al campo de batalla. Creían que su presencia protectora sería benéfica para obtener la victoria. En la mayoría de los casos, la deidad principal les acompañaba para infundir valor y coraje a los guerreros. Pero, cuando eran derrotados, sus pesados y voluminosos ídolos quedaban en manos enemigas, entonces pensaban que la ira divina caería sobre los vencidos.

Los P’urhépecha encontraron la mejor solución para transportar sus deidades al descubrir un material tan ligero que una escultura del tamaño de un hombre llegaba a pesar solamente seis kilos. El

material, conocido como “pasta de caña de maíz”, además de su ligereza, permitía a los P’úrhépecha el modelado directo de sus esculturas.

A la llegada de los españoles los misioneros encontraron una aplicación más apropiada para comenzar la evangelización al descubrir “los dioses más ligeros del mundo”, adoptando ésta técnica perenne para las imágenes evangelizadoras de la conquista espiritual de México, por lo que promovieron la elaboración de imágenes religiosas de Pasta de caña de Maíz, fabricándose cientos de ellas que fueron distribuidas para evangelizar también en diversas partes de América y Europa.

La imaginaria en pasta de caña, al servicio del cristianismo, representa una de las primeras fusiones artísticas entre el viejo y el nuevo mundo, y una de las más tempranas manifestaciones estéticas del arte mestizo. El material y la técnica escultórica son aportaciones indígenas, la técnica del encarnado, el colorido, las facciones del rostro y la proporción del cuerpo, son de origen europeo.

Ubicación Geográfica: Pátzcuaro se localiza al centro del estado de Michoacán, a 50 kilómetros de la capital del estado, dentro de una cuenca lacustre que le proporciona un clima templado húmedo, con lluvias en verano y temperatura promedio anual de 16°C. Es un importante centro de la actividad artesanal del estado de Michoacán, donde encontraremos entre sus diversas artesanías las esculturas de pasta de caña de maíz que distinguen a la región.

Juguete Artesanal de Michoacán





Capítulo 5 **Herramientas** de investigación de campo.

**Proyecto SECTUR-UVAQ:
Catálogo de artesanías Marcas
Colectivas**



Brief de Comunicación

Objetivo: Crear un catálogo las Marcas Colectivas de Michoacán

¿Cuál es el objetivo del catálogo?

Dar a conocer las marcas colectivas michoacanas, en un contexto informativo donde se engloben los siguientes conceptos clave:

- Panorama General de la Artesanía Michoacana
- Importancia de la conservación y preservación del método artesanal en la elaboración de artesanías.
- ¿Qué es una Marca Colectiva?
- ¿Qué garantías ofrece una Marca Colectiva?
- ¿Qué beneficios ofrece la Marca Colectiva?
- ¿Dónde están ubicadas? (mapear la ruta)
- Material fotográfico de las artesanías de calidad

¿Cuál es el mensaje preciso?

Gran parte de la riqueza de Michoacán radica en su artesanía, por lo que es el complemento perfecto en tu visita al estado.

¿Qué es lo más importante que nos gustaría que piensen, sientan o hagan luego de ver el material gráfico?

Despertar el interés de adquirir los diferentes tipos de artesanías en el estado y se conviertan en los principales promotores de las mismas.

Puntos importantes que tomar en cuenta:

- Realizar propuestas innovadoras en cuanto al diseño y ahorrativas en respecto al material a utilizar.
- Trabajar con los mismos lineamientos de la marca turística. (Manual de Identidad)

Para mayor Información:

- http://casart.michoacan.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=66&Itemid=187
- Casa de las Artesanías (313 1933, 312 0848, 312 6346)

5.2 Encuentas

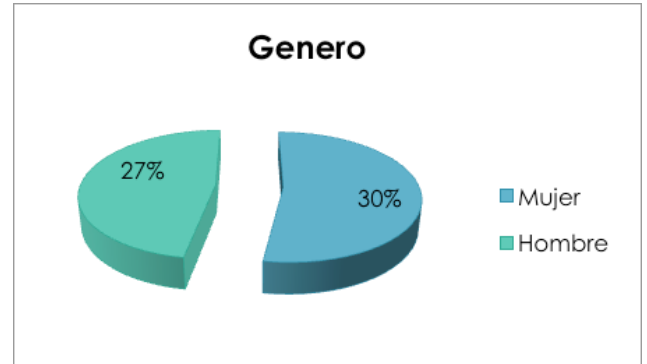
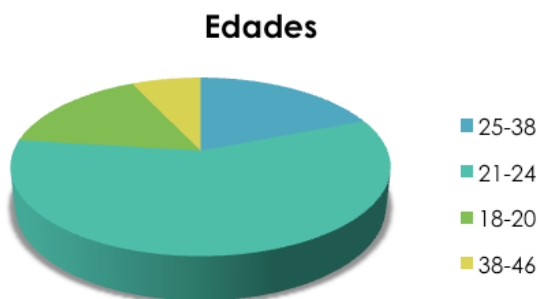
Se hizo un análisis de las preferencias de las personas a la hora de comprar una artesanía utilizando una encuesta que consta de 12 preguntas. Lo que queremos lograr o conseguir con estos resultados es saber que tan interesadas están las personas en utilizar un catálogo para hacer compras de cualquier tipo pero la última pregunta la propusimos para saber si serían capaces de comprar alguna artesanía y si no, ¿por qué no? También para hacer un poco de conciencia sobre las artesanías que posee nuestro país para que más personas puedan consumirlo, recomendarlo etc.

También demostrar que un catálogo elevará el nivel de ingresos de los artesanos, y a su vez la competitividad del estado y del país. Haremos énfasis en la propuesta de un catálogo usando las bases del diseño editorial.

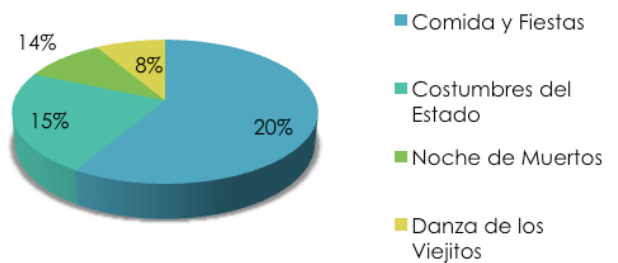
Proponemos diseñar y presentar un catálogo de marca colectiva que le permita a ésta dar a conocer a sus clientes las características necesarias y específicas de sus productos y compararlos con otros modelos, logrando así la confianza absoluta del cliente en su compra.

Con esto se podrían dar a conocer las ventajas que tendrían las empresas con un catálogo de marcas colectivas michoacanas.

Estas fueron las respuestas:

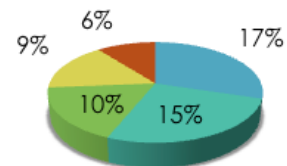


1) ¿Qué es lo primero que piensas cuando se habla de tradiciones Michoacanas?

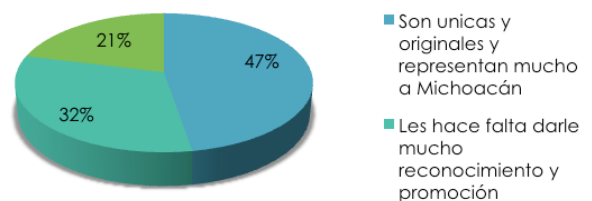


2) Las 5 Artesanías más mencionadas

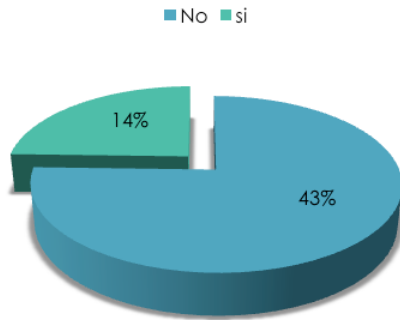
- Guitarras de Paracho
- Ollas de Barro
- Platos de Laca
- Ollas de cobre
- Tejidos y Bordados



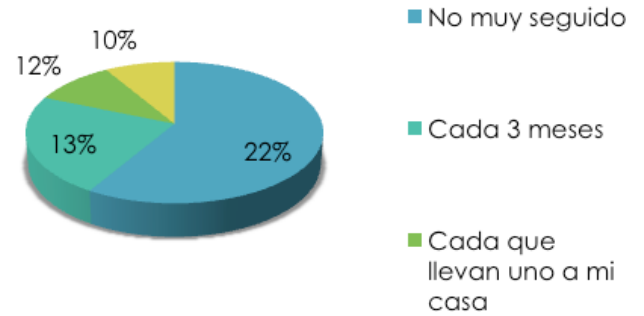
3) ¿Cuál es tu opinión acerca de las artesanías Michoacanas?



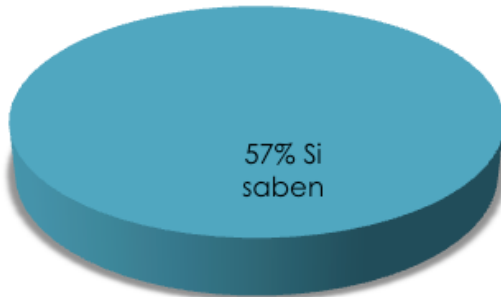
4) ¿Conoces lo que es una Marca Colectiva?



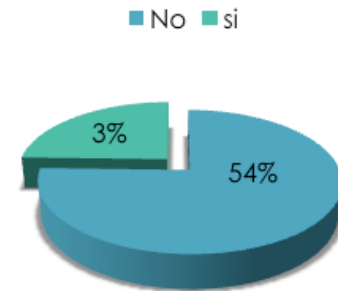
7) ¿Qué tan seguido ves un catálogo?



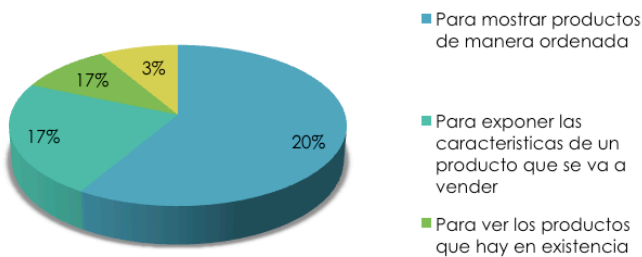
5) ¿Sabes qué es un catálogo?



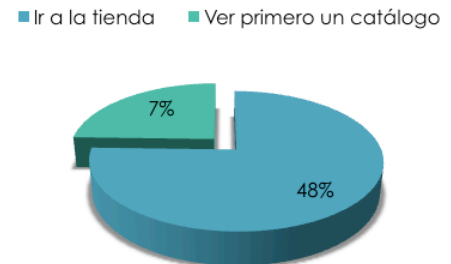
8) ¿Recuerdas algún catálogo de Artesanías Michoacanas?



6) ¿Para qué sirve un catálogo?

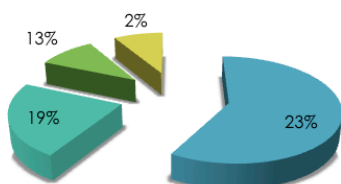


9) ¿Prefieres ver un catálogo al momento de querer comprar algo o prefieres ir a la tienda dónde venden ese producto o servicio?



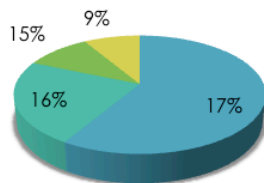
10) ¿Cuál de los siguientes catálogos ve usted con mayor frecuencia?

■ Calzado ■ Cosméticos ■ Productos del hogar ■ Ropa Interior



11) ¿Cuál es el mayor beneficio de comprar por medio de un catálogo?

■ Ver el producto que tu quieras y que te llegue a tu casa
 ■ Facilidad de pago
 ■ Descuentos exclusivos
 ■ Ver todos los productos en existencia en un solo espacio



12) ¿Compraría artesanías Michoacanas por medio de un catálogo?

■ Si, mientras aseguren la calidad de cada artesanía
 ■ Si, por la comodidad de comprarla sin tener que ir hasta el lugar de origen
 ■ No, porque prefiero verlas físicamente



Conclusión de la actividad:

Se puede observar que hay personas que prefieren comprar por catálogo en especial las mujeres pero se fueron más por los productos cotidianos que satisfacen sus necesidades, los hombres por su parte no se toman mucho el tiempo para hojear un catálogo pero en cada oportunidad los ven.

Las personas prefieren un catálogo por la comodidad de que el producto llegue a sus casa y las flexibilidades de pago así como sus exclusivos descuentos.

A la hora de tocar el tema de las artesanías las personas votaron por verlas físicamente ya que les importa mucho la calidad que estas tengan. Cabe mencionar que varía mucho los gustos de las personas porque hubo unos que ni siquiera están interesados en ellas mucho menos en adquirir una por más innovadora que sea.

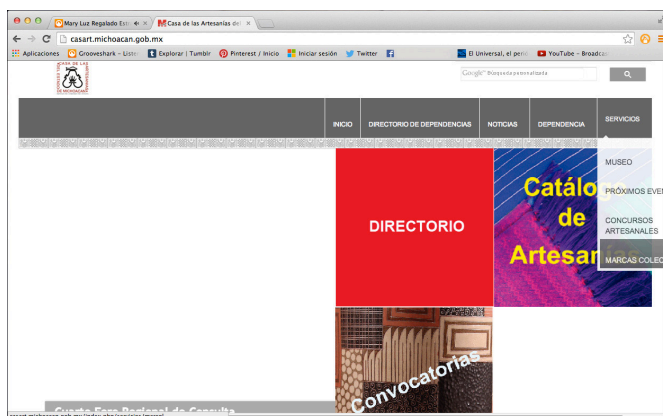
Però la propuesta de hacer un catálogo de marcas colectivas de Michoacán sigue en pie ya que no podemos descartar a los turistas y a las personas que no conocen lo que Michoacán posee. Así como creemos que cuando estas tengan más difusión más artesanos van a querer participar en esta difusión que bien o mal los beneficia.

5.3 Análisis Comparativo

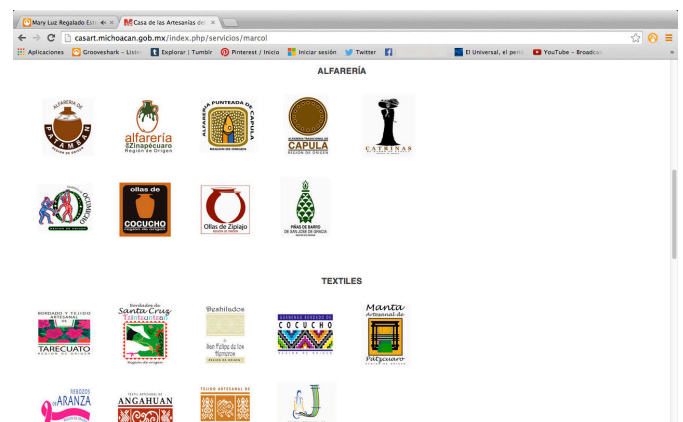
A través de este instrumento se realiza la observación de otros folletos relacionados al turismo de Michoacán así como la pagina web de visitmichoacan y la pagina de la casa de las artesanías de Morelia con especialización similar, se hizo un análisis del actual catálogo de las artesanías vía internet para identificar claramente sus fallas.

HERRAMIENTA	USUARIOS	¿QUÉ BUSCO?
Análisis Histórico:	Secretaria de Turismo	Conocer los antecedentes de SECTUR, y todo sobre las Artesanías así como la casa de las Artesanías de Michoacán.
Experiencia Taxonómica:	Artesanos	Analizar la manera en que las Marcas Colectivas de Michoacán difunden el trabajo de los artesanos. Así como cuales son sus medios.
¿Y qué hago con esto?:	Artesanos Público meta (clientes)	Hacer un sondeo de las preferencias de las personas que están interesadas en Las Marcas colectivas de Michoacán así como en las artesanías. Y en cuanto a los artesanos ver cuales son los medios de difusión y el apoyo que reciben de parte de esta institución.
¿Cómo lo hacen?:	SECTUR	De qué manera apoya SECTUR a las Marcas Colectivas o qué esta haciendo para difundir los productos de Michoacán.
Mecanismo Predictivo:	SECTUR Público Meta	Identificar la reacción que tienen al momento de tener un catálogo de marcas colectivas en sus manos y si estas existen
Diagramas de Afinidad:	Público Meta	Entender la idea que tienen los clientes interesados en las artesanías michoacanas para dar paso al diseño del catálogo y así gustar a las personas.
Lo más popular:	SECTUR Público Meta	Analizar la manera más popular en que las personas tienen acceso a la información de Marcas colectivas de Michoacán así como a sus artesanías. Y ver que tanta disponibilidad tiene sector para propagar la información.
Análisis de Flujos:	SECTUR Público Meta Artesanos	Analizar el tiempo en que se irán dando los resultados. El público meta antes y después de tener un catálogo de Marcas Colectivas de Michoacán. Artesanos antes y después de tener un catálogo de Marcas Colectivas. ¿Tuvo alguna presencia antes durante y después?

Página de la casa de las artesanías
<http://www.casadelasartesanias.gob.mx/>



De entrada no se puede hacer Click donde dice "Catalogo de Artesanías" lo que indica que el sitio no trabaja apropiadamente, solo alcanzamos a ver el apartado que dice "Marca Colectiva" y esto es lo que se puede apreciar:

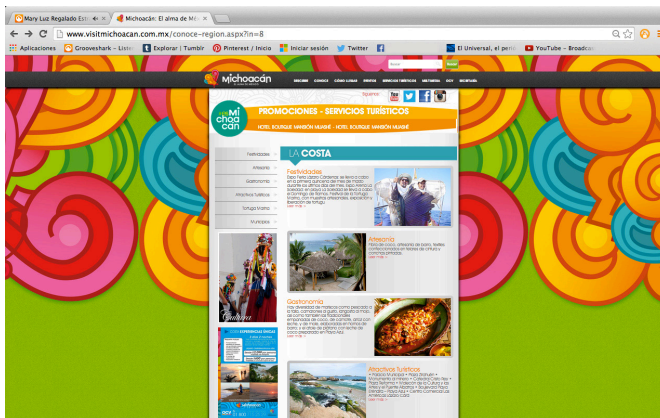


Aparecen los logotipos de las Marcas Colectivas que la casa de las Artesanías tiene registradas, pero estas no se encuentran en orden por región y tampoco contiene imágenes de las artesanías.

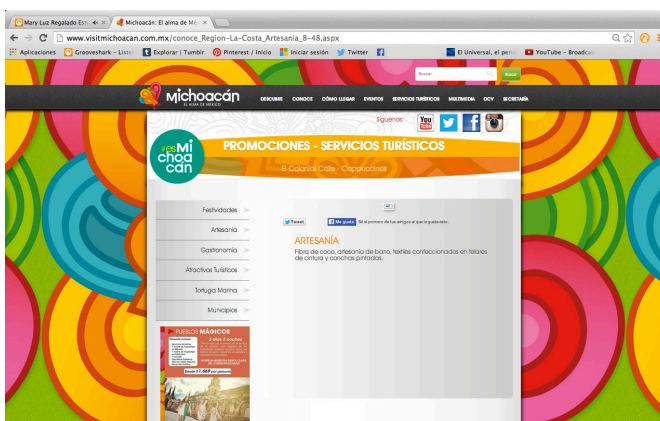
Si le das click a un logotipo la siguiente información es como se muestra en el sitio:



La página <http://www.visitmichoacan.com.mx/> tampoco contiene información que ayude al turista a llegar a las artesanías, ya que no muestra información específica para poder adquirirlas, solamente la ruta como se muestra a continuación:



Al darle click en el apartado donde dice artesanía, esto es lo que arroja la página:



Gracias a esta información podemos destacar que ambas instituciones no cuentan con tal herramienta para apoyar a los turistas interesados en adquirir artesanías y la información que ofrecen no es suficiente.



Capítulo 6

Propuesta gráfica.

6.1 Origen del Proyecto

En el año 2013 acudieron a las instalaciones de la UVAQ encargados del área de promoción de la Secretaría de Turismo, con un proyecto para la licenciatura de Diseño gráfico. Se proporcionó un brief para que con él nos organizáramos en equipos y empezáramos a trabajar en una propuesta de diseño así como el manual de identidad de la nueva imagen de “Michoacán, el alma de México.

Días después, aun cuando todavía no teníamos bien concretado que era lo primero que íbamos a hacer cambiamos de idea y preferimos un objeto de diseño, pero digital, ya que hacer un catálogo sería muy costoso y en ese momento la Secretaría no podía costear tal cosa, así que lo dejamos de lado y empezamos a trabajar en el diseño web de su página actual <http://www.visitmichoacan.com.mx/>

Al terminar la anterior propuesta de diseño, fue posible darse cuenta de la necesidad de un objeto de diseño impreso, ello gracias al hábito de los usuarios. Ya que en los resultados generales de la investigación de campo se detectó la intención de adquirir productos por medio de un catálogo. Por lo que se elaboró el siguiente objetivo de comunicación.

6.2 Objetivo de comunicación

Crear un catálogo para dar a conocer las marcas colectivas michoacanas en un contexto informativo.

6.3 Concepto de Diseño

El mundo del diseño no se concibe por inspiración divina; se trata de un proceso complejo compuesto de diversas etapas en las que se analiza, sugiere, desecha, retorna, corrige, afinan detalles, se prueba, y se decide. Esta decisión constituirá el objeto que usted tendrá en sus manos.

Con el objetivo de posicionar y reactivar el turismo en Michoacán, se propone un catálogo de artesanías Michoacanas de marca colectiva a manera de consulta en puntos estratégicos para el turismo con toques de vanguardia, color y dinamismo, envolviendo toda la magia, color, belleza y tradición que el estado ofrece al país y al mundo.

La Secretaría de Turismo proporcionó el Manual de identidad 2012 para poder seguir los lineamientos de la imagen y así poder usarla correctamente.

Material de apoyo en composiciones gráficas

Textura principal



Color

En Michoacán se encuentra una gama impresionante de hermosos colores y texturas, es sencillo basarse en tan brillantes tonalidades para lograr interpretar tantas cosas con un solo SIMBOLO:

Artesanía
Gastronomía
Naturaleza
Arquitectura
Costa
Cultura
Flora
Fauna, etc.

Fondos secundarios



Nuevo Símbolo

Rescatando la forma de la Mariposa, este símbolo pretende comunicar algo más, transmitir emociones y sentimientos positivos con solo verlo:

Belleza
Vida
Color
Contraste
Textura
Calidez
Vanguardia
Diversión
Frescura
Arte
Festividad
Cultura.

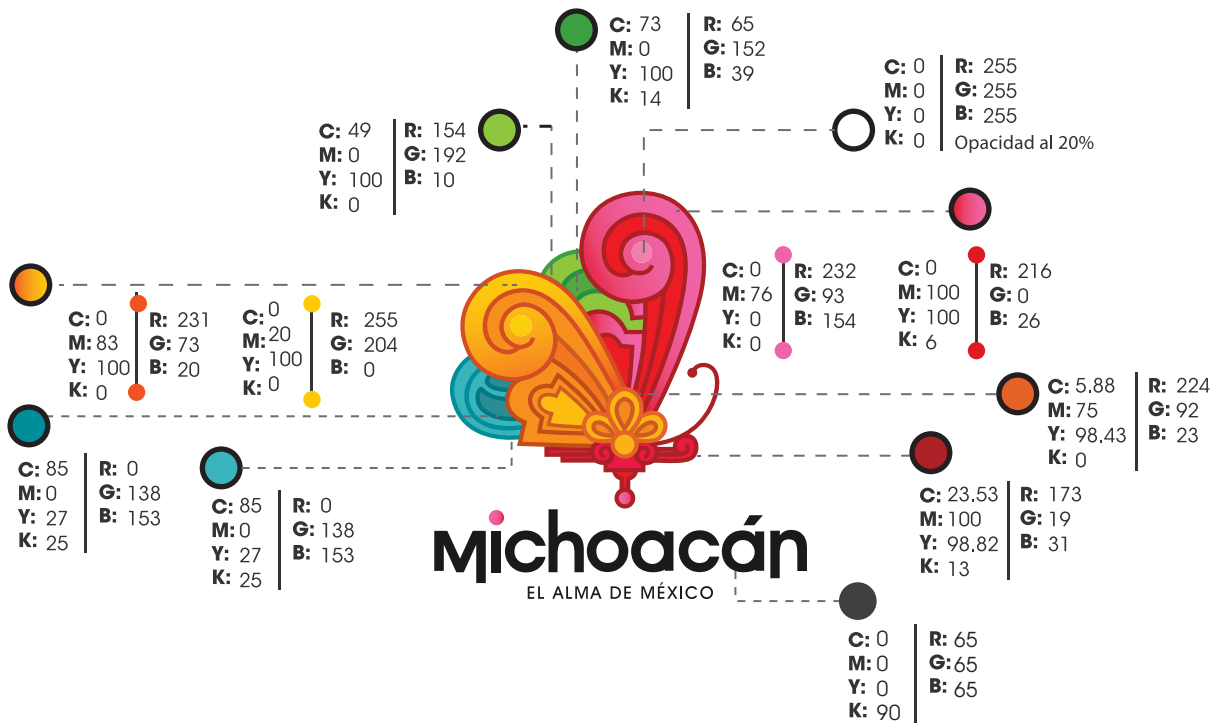


La mariposa se estará utilizando para uso de tipo ornamentación en el catálogo por su forma y por el colorido que esta tiene y por supuesto como símbolo de Michoacán el alma de México.

Color institucionales

En la composición de la imagen, un aspecto muy importante y que se debe de respetar es el color institucional y para ello se debe tener el color exacto, el cual organizará la fidelidad de la imagen.

A continuación se muestran las tintas directas que se utilizaron y sus equivalentes en RGB.



Tipografía decorativa 1

La tipografía corporativa principal será la ITC Avant Garde Gothic Std.

Según sea el caso, se pueden utilizar todas sus versiones: Extra light, book, medium, demi y bold.

ITC Avant Garde Gothic Std.

A B C D E F G H I J K L
M N Ñ O P Q R S T U
V W X Y Z a b c d e f g h i
j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
: ; . () * ! ¡ ¿ ? - " " "

**A B C D E F G H I J K L
M N Ñ O P Q R S T U
V W X Y Z a b c d e f g h i
j k l m n ñ o p q r s t u
v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
: ; . () * ! ¡ ¿ ? - " " "**

Tipografía decorativa 2 (de apoyo)

Esta tipografía es únicamente decorativa, utilizándola a lo mucho en una sola palabra de un arte completo o en la letra capital (mayúscula) de los titulares de un arte.

Edwardian Script ITC

*A B C D E F G
H I J K L M N Ñ
O P Q R S T U
V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ*

*o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0*

Tipografía 3 para texto y lectura general

Para todo texto informativo, cartas, agradecimientos, promoción, comunicados, etc. La tipografía es:

Myriad Pro

A B C D E F G H I J K

L M N Ñ O P Q R S T U

V W X Y Z a b c d e f g h

i j k l m n ñ o p q r s t u

v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L M

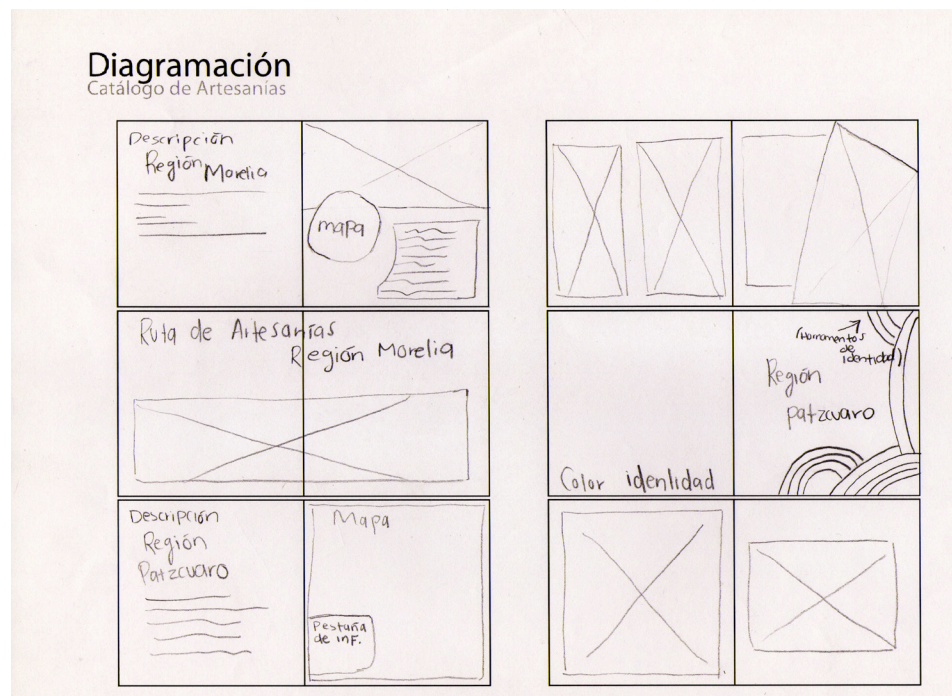
N Ñ O P Q R S T U V W X Y

Z a b c d e f g h i j k l m n ñ o

p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

6.4 Primeros Bocetos

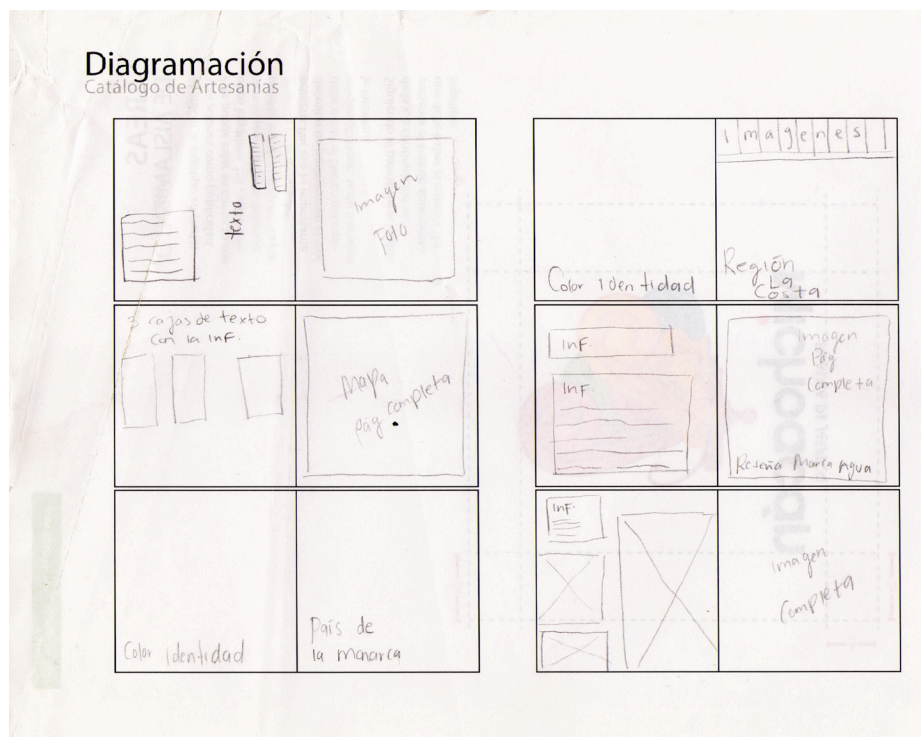


Puntaje de tipografía Myriad Pro			
8.5 pt	Vive Michoacán		
9 pt	Vive Michoacán		
10pt	Vive Michoacán		
11pt	Vive Michoacán		
12 pt	Vive Michoacán		
14 pt	Vive Michoacán		
16 pt	Vive Michoacán		
18 pt	Vive Michoacán		
20 pt	Vive Michoacán		
22 pt	Vive Michoacán		

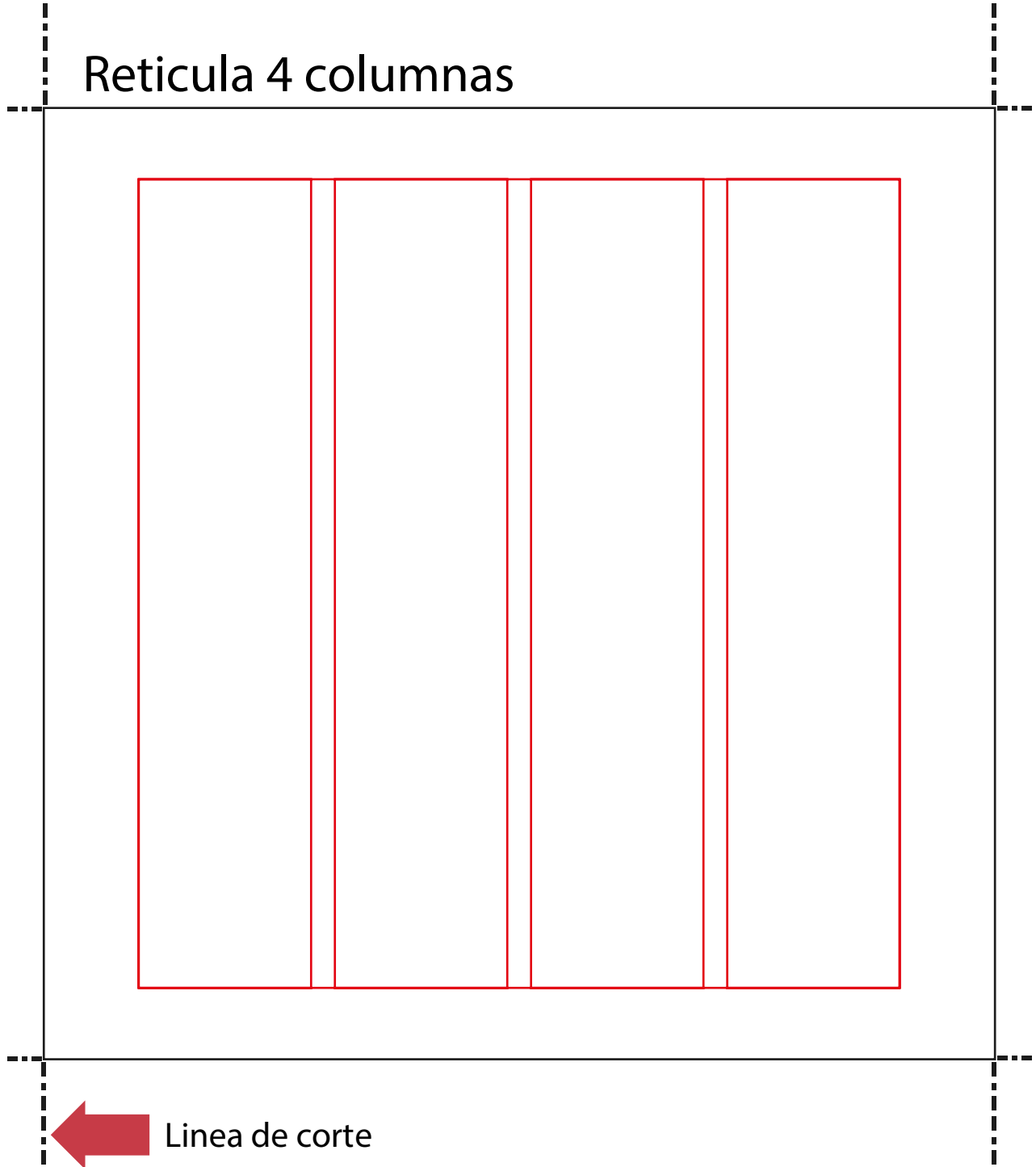
ÍNDICE

- Introducción 5
- ¿Qué es una Marca Colectiva? 6
- Ruta de las Artesanías
- Morelia 8 ● 50%
- Alfarería de Zinapécuaro Región de Origen 10
- Alfarería Punteada de Capula 14
- Alfarería Tradicional de Capula 16
- Catrinas de Barro de Capula 18
- Cantera de Morelia 20
- Juguete Artesanal de Michoacán 22
- Uruapan 24 ●
- Ollas de Cocucho 28
- Deshilados de San Felipe de los Herreros 30
- Guanengo Bordado de Cocucho 32
- Rebozos de Aranza 34
- Textil Artesanal de Angahuan 36
- Tejido Artesanal de Turicuro 38
- Mueble Tallado de Pichátaro 40
- Guitarra de Paracho 42

Uruapan ●
Uruapan ●



Reticula 4 columnas



6.5 Correcciones

Edwardiana
60ms
20.05.17
SIN HUPONATE!

Alfarería de Zinapécuaro

Región de origen ← 30

alfarería
Zinapécuaro
Región de Origen

ITC AVANT GARDE 60ms
pro 60ms

Zinapécuaro, proviene de la palabra Ts'inajpekuaru de Ts'inapekua, palabra Purhépecha que significa lugar de curación.

La alfarería de este lugar ha adquirido gran reconocimiento por su gran diversidad de producción, en particular por el color amarillo ocre de la arcilla que se obtiene en las minas de la población.

Podemos encontrar alfarería tradicional que consiste en ollas y cazuelas que se distinguen de la alfarería de otras regiones por su "chorreado" de color verde, entre ellas puede destacarse la "chonda" como le llaman los artesanos, que es una olla en forma de jarra con alargamiento del gollete y asa.

En este proceso la greta se aplica al interior de las mismas, se deja escurrir irregularmente al exterior

Por su calidad destaca la alfarería bruñida en las famosas calabazas que son para uso decorativo.

En años recientes, alfareros de este lugar han rescatado la técnica prehispánica que le nombran al negativo, porque su proceso es similar al revelado fotográfico; estas piezas regularmente las encontraremos con temas de reminiscencia prehispánica.

Ubicación geográfica:
Actualmente Zinapécuaro funge como cabecera municipal y se localiza a 52 km. de la capital del estado

10

10pts interlineado 13pts

¿Qué es una Marca Colectiva?





¿Qué es una Marca Colectiva?
Es la marca de una asociación o sociedad de artesanos o productores, legalmente constituidos para distinguir en el mercado sus productos, respecto de productos de terceros que no forman parte de esas asociaciones, a través de un logotipo y un control de calidad certificada por la misma asociación.

¿Qué garantías ofrece una Marca Colectiva?

- Certifica la autenticidad y calidad del producto artesanal.
- Preserva y rescata la producción de las artesanías y las técnicas empleadas para su elaboración, atendiendo a su calidad, representatividad, tradición, valor cultural, intencionalidad simbólica y diseño.
- Fomenta y promueve la calidad de las artesanías como medio para desarrollar una actividad económica, así como para la comercialización de los productos en el extranjero.

¿Qué beneficios ofrece la Marca Colectiva?

- Protege las artesanías de posibles copias en toda la República Mexicana y en el resto del mundo a través de los derechos legales que le confiere el registro de la marca.
- Usa el símbolo MR, para notificar al mundo el registro de Marca.
- La Marca Colectiva desalienta a los "piratas" a copiarla, ya que cuenta con elementos legales para defender sus derechos.
- Protege la prioridad del registro de la "Marca Colectiva" en otras naciones.
- Permite restringir la importación de bienes que utilizan marcas "piratas".
- Garantiza el producto con la Marca.

6

6.5 Conclusión

Las Nuevas tecnologías, al igual que los procesos de diseños y la diversificación de materiales, han contribuido a que los artesanos actuales desarrollen con los mismos conocimientos tradicionales productos novedosos, modernos o bien, nuevos diseños que resultan más atractivos para mercados actuales y nuevas generaciones de consumidores, por ello, a lo largo de esta investigación fue posible entender cual es la lógica de trabajo y elaboración de las artesanías en el Estado de Michoacán, al mismo tiempo fue de gran importancia entender cómo es que las personas pueden estar dispuestas a adquirir dichos objetos mediante un catálogo.

Por lo tanto, el principal objetivo de esta tesis, fue realizar una propuesta de un catálogo de artesanías michoacanas de marcas colectivas para dar a conocer lo que Michoacán posee, partiendo de la premisa de que actualmente el Estado no cuenta con un objeto de diseño que posea estas características ni con un portal en internet.

Después de investigar a fondo, se diseñó una serie de instrumentos metodológicos por medio de los cuáles se conocería la situación actual de la Secretaría de Turismo y la Casa de las Artesanías de Michoacán, pero también fue muy importante considerar la perspectiva del público meta y su posición respecto a la competencia dentro del área de turismo en el país.

Después de aplicados los instrumentos y junto con la teoría previamente mencionada se reveló que la premisa era acertada y que se requería de un diseño editorial; así mismo, se determinaron los lineamientos para poder realizar un catálogo de artesanías michoacanas de marcas colectivas.

De esta forma es como se llegó al resultado final, obteniendo un catálogo de artesanías michoacanas de marca colectiva que cumple con las fun-

ciones estéticas del diseño gráfico necesarias; así mismo, cubre los aspectos comunicacionales de la imagen, al utilizar la identidad actual que el estado de Michoacán maneja.

Sin duda, el mayor reto fue que la Casa de las Artesanías aprobara la propuesta y lograr que lo tomaran en cuenta para futuras aplicaciones o en dado caso, mandarlo a hacer físicamente y tenerlo en puntos estratégicos para el turista.

Como la naturaleza de esta investigación no consideró una propuesta de promoción y difusión es por ello que no contempla ni propone ninguna estrategia que resuelva dicha problemática, pero sí refleja la amplitud, extensión y posibilidades que el programa de la Secretaría tiene.

El resultado fue satisfactorio, es por eso que la metodología, tanto del marco teórico como práctico, permitió que los objetivos de investigación de esta tesis pudieran resolverse con éxito, dando como resultado una imagen adecuada, estética y funcional para la Secretaría de Turismo y Casa de las Artesanías de Michoacán.

Cabe mencionar que la estrategia de marketing que esta utilizando hoy en día la Secretaría de Turismo para promover dicha campaña "visitmichoacan" ha dado buenos resultados puede ayudar de alguna manera ya que están utilizando la misma imagen del ya presente catálogo y podríamos alcanzar el área de la página de internet con mayor facilidad y hasta cierto punto las redes sociales donde será posible ver la ruta de las artesanías así como su descripción y ubicación de este proyecto.

En lo que respecta al objetivo principal de este proyecto, como primera consideración, es necesario que a partir del momento en que la empresa lleve a la práctica el presente plan, se

debe estar consiente de todos los requisitos que tienen que llevarse a cabo para realizar esta actividad de la mejor manera y con alto sentido de la responsabilidad.

Una recomendación a la estas dos instituciones es no dejar a un lado la labor de posicionamiento en Morelia, ya que se tiene una oportunidad comercial grande y a su vez un mercado potencialmente interesado.

Por último me interesa expresar que encuentro un amplio potencial de comercio en este sector de la economía mexicana, y no me refiero únicamente a los accesorios personales, sino a las artesanías en general.

Esta opinión personal radica en que México tiene una mano de obra envidiable por otros países, que se caracteriza por la perfección en sus obras artesanales, encontrando productos que puede llegar a confundirse con otros realizados con tecnología de punta.

Todo esto engloba un potencial que debe aprovecharse y que debe ser apoyado por medio de programas de fomento y desarrollo económico para las PYMES en toda la República y que los empresarios mexicanos deben de tener en cuenta.

Las empresas de artesanías consolidadas no necesitan una inversión millonaria para incursionar en el comercio basta con apoyarlos con este tipo de herramientas de diseño para impulsarlos y hacer difusión de lo que el estado posee, esto contribuirá en el crecimiento de las empresas mexicanas y a su vez repercutirá positivamente el estado de la economía mexicana.

El exponer como se da el desarrollo comercial entre los vendedores y los consumidores es para que

no se olviden de estas comunidades, también es involucrar algunos factores como la necesidad de vender ya que la mayoría de los comerciantes de este mercado artesanal viven principalmente del comercio de las artesanías. El comercio les da los ingresos para poder utilizarlos en alimentos vivienda y gastos elementales como salud y educación de los hijos de los comerciantes.

Debe reforzarse el comercio justo, el cuidado del medio ambiente y la responsabilidad social, para que el mercado aprecie los productos como sostenibles.

El interés por las artesanías y los productos hechos a mano son una tendencia global y eso es una realidad. Esto ha hecho que los grandes vuelvan a las raíces de los artesanos que desde tiempos inmemorables nos han regalado un grande legado cultural.

Costos de reproducción de catálogo

Encuadernación
EMMI
Profesional

ENCUADERNACIONES
MAGAÑA
DE MICHOACAN

SANCHEZ DE TAGLE No. 1065 • CENTRO Cd. • 58000 MORELIA, MICH. • TEL FAX 01(443) 312 16 11

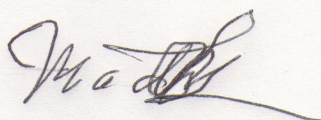
Morelia, Mich. 20 de Agosto del 2014

C. Mary Luz Regalado Estrada

Por conducto de esta le espedimos la siguiente cotización de 1000 libros encuadernados en papel couche de 250 gramos impresas en hojas frente y vuelta con impresión en pasta y plastificados.

Teniendo un precio unitario de:	\$80.00 c/u
Más IVA	\$12.80

Sin más por el momento le envío un cordial saludo.



ATENTAMENTE
María de Lourdes Magaña Guerrero



Morelia, Mich a 26 de agosto del 2014

M. EN CyAD GERARDO VINICIO ROCHÍN LAMBARRY

Director de la Facultad de Diseño Grafico.

Presente

Por medio del presente hago de su conocimiento que hemos visto el trabajo de tesis de la alumna Mary Luz Regalado Estrada titulada "**Catálogo de Artesanías de Marcas Colectivas**" para la "Casa de las Artesanías del Estado de Michoacán", y hacemos de su conocimiento que la información que proporciono Casa de las Artesanías para este documento será utilizada sin afectar el diseño y otros contenidos del documento.

Atentamente

Lic. Gerson Nery Rodríguez Vargas

Subdirector del Centro de Investigación y

Documentación sobre Artesanías y Arte Tradicional de Michoacán.

Bibliografía

- Castillo D.,(2002) "Diseño y comunicación" Ed. Co-
yoacán, México.
- Collier D., " Diseño para la AutoEdición (DTP)" Ed.
G. Gili.
- Dondis D., (1976) "La sintaxis de la imagen" Ed.
Gustavo Gili, Barcelona.
- Munari B., (1985), "Diseño y Comunicación visual"
Ed. Gustavo Gili, Barcelona.
- Gordoa V., (2003), " El poder de la imagen", Ed. Eda-
mex, México.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P.,
(2010), "Metodología de la investigación", Ed,
McGrawHill, Chile.
- Marin I. de Paalen (1976) "Historia general del Arte
Mexicano Etno – Artesanías y Arte popular tomo II"
Ed. Hermes, México.
- Ricardo Jesús Ruiz Caballero Diseño de un catálo-
go interactivo como herramienta de mercadotec-
nia para punto de venta automotriz: El caso Ravisa
Motors. Tesis Morelia Michoacán México 2005
- Perfect C.,(1994), "Guia completa de tipografía" Es-
paña, Ed. Blume.
- Swann, A., (1993), "Como Diseñar retículas" Ed. G.
Gilli, Barcelona.
- Swann, A., 2001 "Bases del diseño gráfico", Ed. Gus-
tavo Gili, España
- Taller de análisis de la comunicación 1 De la Torre
Zermeño . De la Torre Hernández Ed. Mc Grow Hill
Técnicas de presentación para el artista grafico
Jenny Mulherin Editorial Gustavo Gili, S.A
- Tena D. Parera Prólogo de José María Ricarte Bes-
cós., (2005), "Diseño Gráfico y comunicación" Ed.
Pearson Prentice Hall Madrid
- Timothy S., (2008) "Los elementos del diseño Ma-
nual de estilo para diseñadores Gráficos" Ed. Gus-
tavo Gili, Barcelona.
- Unna B., (2000), "Diseño Editorial México," Ed. San-
tillana.
- Wong W.,(1995), "Fundamentos del diseño Edito-
rial" Ed. Gustavo Gili, Barcelona.
- Consultas en Internet
<http://www.sectur.gob.mx>
<http://www.aulafacil.com>
<http://www.gob.michoacan.mx>