



Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Facultad de Arquitectura - Colegio de Diseño Gráfico

El diseño gráfico como instrumento para la difusión del turismo en Atlixco

Que para obtener el título de licenciado en diseño gráfico

Presentan:

De Rosas Ruíz Abisai
Ramos Cruz María del Mar
Abril, 2014

Asesores:

Mtra. Yolanda Quiroz Hernández
Mtra. Elda Emma Lobo Vázquez
Mtro. Paul Iván Búzanes Valle

Agradecimientos

A mi familia y amigos

María del Mar Ramos Cruz

A Dios por darme propósito y proveer todo lo necesario siempre,
incluyendo a mi familia y mis amigos.

Abisai De Rosas Ruíz

▶ Índice

| | |
|---|-----------------------------------|
| 1 | Introducción |
| 2 | Antecedentes |
| 4 | Planteamiento del problema |
| 5 | Justificación |
| 6 | Objetivo |
| | General |
| | Específicos |
| 7 | Hipótesis |
| 7 | Marco teórico |
| 8 | Marco Contextual |

CAPÍTULO I FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

| | |
|----|--------------------------------|
| 14 | 1.1 Turismo |
| | 1.1.1 Segmentación del turismo |
| | 1.1.2 Promoción turística |
| | 1.1.3 Guías turísticas |
| 26 | 1.2 Editorial |
| | 1.2.1 Antecedentes |
| | 1.2.2 Composición |
| | 1.2.3 Tipografía |
| | 1.2.4 Color |

| | |
|----|--------------------|
| 61 | 1.3 Web |
| | 1.3.1 Antecedentes |
| | 1.3.2 Composición |
| | 1.3.3 Tipografía |
| | 1.3.4 Color |
| 76 | 1.4 Atlixco |
| | 1.4.1 Cultura |
| | 1.4.2 Historia |

CAPÍTULO II ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

| | |
|-----|---|
| 103 | 2.1 Guías impresas |
| | 2.1.1 Mini guía turística bilingüe de Neuquén, Argentina |
| | 2.1.2 Guía turística Querétaro paso a paso |
| | 2.1.3 Guía turística villa de Santiago; Nuevo León, Mexico: Pueblo mágico |
| | 2.1.4 Guía turística impresa de Chiapas |
| | 2.1.5 Guía Pueblos Mágicos de México |

| | | | |
|-----|---|-----|----------------------------------|
| 124 | 2.2 Sitios web | 163 | REFERENCIAS |
| | 2.2.1 Guía turística digital de Neuquen | | Bibliográficas |
| | 2.2.2 Sitio web de Costa Rica | | Electrónicas |
| | 2.2.3 Sitio web de Durango | | Imágenes |
| | 2.2.4 Sitio web de la Riviera maya | 171 | GLOSARIO |
| | 2.2.5 Sitio web de San Francisco | 172 | COLOFÓN |
| | CAPÍTULO III DESARROLLO DE PROPUESTA GRÁFICA | | ANEXO (PROPUESTA GRÁFICA) |
| 146 | 3.1 Concepto | | |
| 148 | 3.2 Contenido | | |
| | 3.2.1 Estructura | | |
| | 3.2.2 Formato | | |
| 155 | 3.3 Elementos compositivos | | |
| | Tipografía | | |
| | Fotografía | | |
| | Color | | |
| | CAPÍTULO IV PROPUESTA GRÁFICA | | |
| 159 | 4.1 Diseño del sitio web turístico | | |
| 159 | 4.2 Diseño de una guía turística impresa | | |
| 161 | CONCLUSIONES | | |

Introducción

Generalmente, cuando se habla de turismo suele pensarse en playas, lugares exóticos o grandes ciudades, pero en realidad el turismo en México se constituye principalmente del aspecto cultural, gracias al legado y esencia que dejaron con su paso cada una de las distintas culturas y civilizaciones ahí establecidas.

La difusión del turismo en México potencializa este sector de manera positiva, ampliando enormemente los horizontes del país y colocándolo como abastecedor cultural a nivel mundial. El buen manejo de las herramientas de difusión añade la posibilidad de aumentar los ingresos económicos nacionales y más aún generar empleos permanentes en los distintos entornos turísticos.

Es verdad que el progreso tecnológico ha llevado a un cambio en la manera en la que se perciben las cosas, y dentro de la publicidad este factor juega un papel muy importante, puesto que es necesaria la actualización constante para que el poder de convencimiento no mengue, el diseño gráfico por su parte interpreta de la mejor manera el mensaje para transmitirlo al receptor directamente, por lo tanto es necesario estar en la misma sintonía con este y con las diversas formas de percepción para que el mensaje cumpla su propósito, siendo de vital importancia permanecer actualizado en renovación constante y sin dejar a un lado la evolución del lenguaje, puesto que lo que hace 20 años parecía un discurso publicitario adecuado, hoy en día es obsoleto.

Este proyecto de tesis incita a considerar al diseño gráfico como una herramienta útil en la difusión turística, toda la investigación realizada esta encaminada a la realización de una propuesta gráfica que favorezca a la difusión del turismo en el municipio de Atlixco en el estado de Puebla.

▶ Antecedentes

El Municipio de Atlixco se encuentra localizado al oeste de la ciudad de Puebla, rodeado por los Estados de Morelos, México, Tlaxcala, Oaxaca, Veracruz y el Distrito Federal; su extensión territorial es de 229.22 km cuadrados y se ubica por su extensión en el lugar 51 en relación a los demás municipios de Puebla, cuenta con 127,062 habitantes según el censo de población del año 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). Este municipio se considera privilegiado en cuanto al clima al establecerse sobre un valle ubicado en una zona intertropical, lo que le otorgó el título popular de “El mejor clima del mundo” al presentar dos variantes de clima: templado subhúmedo en la zona noroeste y clima subcálido - semihúmedo en la zona central.

El río Nexapa, afluente del Atoyac, cruza la ciudad proporcionando diversos recursos hidrográficos que benefician la agricultura, siendo esto la principal actividad económica al producirse una gran variedad de granos como el maíz, trigo, frijol, sorgo, cebada, haba y cacahuate; en cuanto a la horticultura destaca el chile verde, jitomate, lechuga, col, zanahoria, calabacita, rábano, chícharo, perejil, cilantro, epazote, y especias; las frutas más comunes son guayabas, chirimoyas, anonas, jícamas, limón, granada y durazno, además destacan el aguacate criollo y el injertado. La floricultura es otra de las actividades en las que se sustenta la economía del lugar, principalmente por las ca-

racterísticas del clima que permiten el cultivo de diversas plantas y flores, como la gladiola de la cual, Atlixco es el productor número uno a nivel nacional, también destaca la flor de nochebuena, alcanzando una producción de un millón de éstas durante las fiestas decembrinas, y la rosa de la cual se producen 2.5 millones de unidades durante todo el año.

Respecto a la ganadería existe la producción de ganado porcino, bovino, equino, mular y asnal, la pesca como actividad económica también se destaca al contar con criadero de carpa y trucha en Metepec y el centro Piscícola de San Diego Acapulco. Desarrollo Urbano y Ecología de Atlixco (2010)

En 1988, el presidente de la República, Miguel de la Madrid Hurtado, declaró a la ciudad de Atlixco como zona de monumentos históricos, considerando aproximadamente 120 construcciones de los siglos XVI al XIX; como muestra de la gran riqueza arquitectónica colonial de la ciudad. (Publicación Gobierno del Estado de Puebla, 2003).

Las tradiciones que se han guardado año con año entre los habitantes de la región, son de gran importancia y riqueza para México como país, al representar la cultura de los pueblos indígenas; la más importante es la fiesta llamada “El Huey Atlixcáyotl”, cuyo nombre es de origen náhuatl que significa “Gran Tradición Atlixquense”, ésta se

celebra el último domingo del mes de Septiembre y en ella se reúnen los representantes de las once regiones culturales de Puebla para realizar danzas en honor a Quetzalcóatl, con el fin de agradecer los dones recibidos en la cosecha; por lo que recibió el título de patrimonio cultural del Estado (Pérez, 1965).

En el año 2009, México alcanzó el 10º lugar a nivel mundial de ingresos turísticos, según la Organización Mundial del Turismo, con buenos ingresos económicos en los estados donde la afluencia turística, nacional e internacional es mayor; dentro de ellos se encuentra el estado de Puebla, al contar con diversos destinos de interés en la capital y en los municipios que la rodean, tal es el caso de Atlixco, que encierra una gran riqueza natural e histórica, cuya ocupación hotelera fue de 38.56% durante el año 2009, según la Secretaría de Turismo del Estado de Puebla, esto se debe, en su mayoría, solo al conocimiento de su diversidad floricultural y fiestas celebradas durante todo el año. (OMT, 2010 [en línea]).

Durante el periodo vacacional de semana santa, el turismo en Atlixco aumenta en comparación con las otras jornadas vacacionales; en el año 2011 inició el 18 y concluyó el 24 de abril, registrando una ocupación del 90% en los balnearios, en los restaurantes hubo un incremento mayor al 30% comparado con la actividad normal de un fin de semana, mientras que los viveros registraron un aumento

del 20%, estos porcentajes incrementaron en su mayoría por las visitas de turistas nacionales de un 90%, y un 10% de turistas extranjeros procedentes de países como Colombia, Cuba, Japón, Brasil y Estados Unidos, según el informe de la dirección de turismo del H. Ayuntamiento de Atlixco. Los datos proporcionados son evidencia de que Atlixco es reconocido como un destino turístico; a pesar de esto es importante difundir otros sectores destacables del municipio, lo cual propiciaría una mayor derrama económica a la comunidad debido al incremento de la afluencia turística.

► Planteamiento del problema

El turismo en Atlixco es un sector que no ha sido apoyado y explotado como debería ser. Si se consideran los datos adquiridos por la Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Atlixco, en un sondeo realizado durante el periodo vacacional de semana santa, del 18 al 24 de abril del 2011, donde un 63% de los visitantes llegan a este destino por recomendaciones, dejando a un lado herramientas de gran utilidad para la difusión como lo son la internet y medios impresos. Otro factor que afecta el impulso turístico, según las estadísticas, es la corta estancia de los visitantes, que oscila entre 1 y 8 horas, lo anterior se debe, desde un punto de vista general, al poco conocimiento de actividades que el turista puede realizar en la zona; lo que influye negativamente en el crecimiento económico de comercios y servicios dedicados al turismo.

El gobierno del Municipio de Atlixco se ha preocupado en los últimos años por impulsar el turismo; capacitando al personal de comercios turísticos para brindar al visitante servicios de calidad, otorgando a las empresas cierta acreditación por esta capacitación. El Ayuntamiento cuenta con una página de internet donde se publica información y atención ciudadana, un calendario de eventos y algunos lugares frecuentes a visitar, pero cabe aclarar que en las estadísticas de la dirección de turismo, se re-



► Fig. 1 Ex convento de San Francisco de Asis, Atlixco.

gistró que sólo el 19% de los turistas saben de Atlixco por este medio, dejando en evidencia el poco impacto de esta estrategia.

Hace falta dar a conocer a los visitantes que Atlixco cuenta con diversas actividades y áreas de esparcimiento, recorridos guiados a edificios históricos, zonas restaurantes, mercados y plazas, fiestas anuales, ferias y riquezas naturales; estructurándolos en una guía que permita difundir estos atractivos.

► Justificación

La principal razón por la que se decidió apoyar la difusión del turismo en Atlixco, es debido al interés por difundir los atractivos del Municipio, su historia, acontecimientos importantes, actividades de desarrollo cotidiano, tradiciones y costumbres; para contribuir de manera indirecta con su desarrollo.

El diseño gráfico traduce visualmente un mensaje, mismo que corresponde a la solución de una necesidad, así el diseño gráfico es una herramienta útil para la difusión del turismo en Atlixco, tanto en medios digitales así como impresos, es importante mencionar que gran parte de la planeación turística del municipio no guarda un estilo gráfico que pueda representarlo, por lo que se busca determinar un estilo gráfico que pueda cumplir esa función.

El H. Ayuntamiento de Atlixco se interesa por la creación del sitio web de turismo que cumpla la función de difundir al municipio como un posible destino turístico para el público nacional e internacional ; y una guía turística impresa que se encuentre al alcance del visitante de manera gratuita, para informarlo de las actividades que puede realizar en el lugar, y así su estancia sea más amplia.

La intención de esta tesis es darle a Atlixco la importancia que merece a nivel turístico, poniendo en marcha el empleo

de recursos que permitan que el turista conozca más sobre la región, que las riquezas que habitan en el municipio hablen por sí solas al ser mostradas y contribuir a que las visitas esporádicas se conviertan en recurrentes y duraderas; aportando un crecimiento potencial en la economía de comercios y servicios del municipio.

▷ Delimitación

✎ Se realizará el sitio web turístico de Atlixco, y una guía turística impresa donde el diseño gráfico será la principal herramienta para dar vida a la información que se desea difundir, buscando congruencia entre las riquezas que hay en el municipio y lo que el futuro visitante apreciará a través de los medios digitales e impresos.

✎ Es indispensable seleccionar la información y estructurarla en un lenguaje visual que sea atractivo para quienes tendrán contacto con el resultado final; recayendo la fuerza del proyecto en las estrategias aplicadas para lograr un impacto en el turismo.

✎ El objetivo del proyecto es contar con la aprobación de la dirección de Turismo y la dirección de Planeación e Innovación del Ayuntamiento del municipio de Atlixco, en la implementación de la propuesta gráfica final.

▶ Objetivos

▷ General

Diseñar un sitio web turístico para Atlixco apoyado con la publicación de una guía turística impresa que funcione para difundir en un público más amplio los principales destinos turísticos del Municipio.

▷ Específicos

✎ Investigar el nivel de afluencia turística y las principales actividades que realiza el turista en Atlixco.

✎ Recopilar información sobre lugares históricos, culturales, y naturales, del municipio de Atlixco.

✎ Determinar cuáles son los atractivos turísticos más importantes del Municipio para reunirlos en una guía turística, con apoyo de la dirección de turismo.

✎ Desarrollar una propuesta gráfica para el diseño del sitio web turístico y la guía turística impresa.



► Fig. 2 Área ecoturística, Jalapa Veracruz, México.

► Hipótesis

El turismo en el municipio de Atlixco y el tiempo de permanencia de los visitantes se incrementaría si la difusión se realiza de manera creativa y masiva a través del un sitio web turístico y una guía turística impresa que permitan abarcar un público más amplio.

► Marco Teórico

México siempre se ha caracterizado por sus bellezas naturales, y desde tiempos antiguos existió el interés de los extranjeros por visitarlo, pero las formas de trasladarse y la condición de los caminos les impedía moverse a través del territorio mexicano. En 1850, durante el porfiriato, México experimenta una transformación en los medios de transporte al inaugurarse la primera vía férrea, lo que permitió a los visitantes recorrer más lugares con menos dificultades; generándose así el inicio del turismo en México. Pero es hasta 1926, que la ley de migración usa el término turista por primera vez, definiéndolo como “extranjero que visita el país por distracción y permanece menos de 6 meses en el lugar”. Alrededor de veinte años más tarde, el turismo mundial tiene un auge, y México se

convierte en destino turístico, creándose hoteles, agencias de viaje, transportes turísticos y guías capacitados.

Por la importancia que el turismo tiene en México, se crea en 1974 el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), encargado de promocionar y diseñar destinos turísticos; para la difusión del turismo, en 1999 se funda el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), con el propósito de asegurar el avance de este sector en el país, que con el paso de los años fue tomando fuerza a nivel mundial (Terrazas, s.f. [en línea]).

A pesar de la crisis económica mundial y la epidemia de la influenza H1N1 en el año 2009, que le costó a México una decadencia en el sector turismo, el gobierno ha implementado acciones para recuperar al cien por ciento la confianza de sus visitantes e inversionistas, con medidas de seguridad y sanitarias; buscando redireccionar la economía, ya que 1,900,000 empleos se relacionan directamente con este sector, siendo 30% mejor pagados comparado con un salario promedio. El turismo es una prioridad nacional, por ello el presidente de la República de México, Felipe Calderón Hinojosa, nombra al año 2011 como el Año del turismo en México, FONATUR invirtió 595.5 millones de pesos en los primeros seis meses, asimismo, se han implementado diversas acciones para mejorar las condiciones del turismo en el país; trabajando en conjunto con los gobiernos locales para mejorar la

infraestructura básica, agua, saneamiento, limpia, comunicaciones y energía; apoyo y creación a Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs), además de crear una cultura de protección al viajero y el cuidado del medio ambiente.

La Secretaría de Turismo (SECTUR) ha creado el programa de Calidad Moderniza, cuyos principios básicos son:

- La Sencillez.- Debe ser entendido por cualquier persona que tenga un negocio.
- La Integración como sistema.- Visualiza al negocio como un todo.
- El Impacto en los resultados.- Incide en la mejora de aspectos relevantes del negocio.
- El Respeto del ser humano.- Valora la aportación individual e involucramiento de todo el personal en el esfuerzo.

Con este programa se capacita a los comercios turísticos para ser avalados como empresas de alta calidad, con la obtención de lo que llaman distintivo “M” concientizando a los trabajadores de los beneficios que traerá consigo esta actitud (FONATUR, 2011 [en línea]).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) reconoce la gran importancia que tiene México a nivel mundial, al ser la

cuarta nación con mayor número de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, título conferido a lugares que posean un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte y la ciencia; entre ellas se encuentra la Heroica Puebla de Zaragoza que no sólo contiene riqueza histórica, sino que cuenta con zonas arqueológicas de gran importancia, plano en el que México destaca como primer lugar mundial con mayor número de reservas arqueológicas, así como el primer lugar en zonas Naturales protegidas y el primer lugar en lugares para el Ecoturismo en Latinoamérica; actividad turística que ha tenido auge en los últimos años. Existen 4 zonas importantes donde se practica dicha actividad: Baja California Sur, Oaxaca-Chiapas, Zona Maya (Yucatán, Quintana Roo, Campeche) y Zona Centro, a la que Puebla pertenece, destacando como actividad principal el vuelo en parapente, deporte que se practica en el cerro de San Bernardino, en Atlixco, los turistas eligen este lugar para volar por su ubicación ya que favorecen los vientos del sur provenientes del valle, seguido de otras actividades como la pesca, caminata, ciclismo, campamento en reservas naturales, entre otras (OMT, 2010 [en línea]).

El turismo cultural es también importante en las actividades que realizan los visitantes en nuestro país; los productos de segmento cultural que ofrece México son: ciudades coloniales, turismo religioso, zonas arqueológicas, ciudades patrimonio, gastronomía, eventos y festividades, que

logran atraer al 40% de los visitantes, de la zona central del país destaca Puebla al contar con todas estas actividades culturales; según las estadísticas publicadas en el portal www.visitmexico.com.

En el actual mundo globalizado es necesario la aplicación de tecnologías para tener alcances mundiales en la difusión de la información, revolucionando la manera de hacer turismo, México está consciente de ello; SECTUR y CPTM se dan a la tarea de crear en el 2008, visitmexico.com, portal integral del turismo, que tiene como finalidad ofrecer productos y servicios turísticos, integrados con las empresas Best Day y Travelocity, especialistas en el mercado meta. Como resultado de las estrategias implementadas por el gobierno, los inversionistas han vuelto a poner los ojos sobre México, en el primer semestre del año 2011 el sector privado invirtió 1,633 millones de dólares, siendo un importante apoyo para la estabilización de la economía turística ([visitmexico](http://visitmexico.com), 2011 [en línea]).

► Marco Contextual

Atlixco es un nombre de origen azteca, formada por “atl” que significa “agua”, e “ixtla” que es “llanura o valle”, “tla” que se refiere a “abundancia” y “co” que quiere decir “en”, que en conjunto significa “Agua en el valle o en la superficie del suelo”; tal como lo describe la historia, al ser fundado sobre un valle, por esto y por su posición geográfica fue cuna de un gran número de batallas a lo largo de la historia (Publicación Gobierno del Estado de Puebla, 2003).

El valle de Atlixco, por tierra fértil, desde tiempos antiguos fue motivo de pelea entre grupos indígenas, sin resultados favorables para ningún grupo, permaneció abandonado e incultivado. A la llegada de los colonizadores en 1521; Atlixco, llamado en esos tiempos Huehuehquanquechollan o Huaquechula la Vieja, estaba señoreado por Calpan y Huaquechula, gobernados por Huejotzingo e Itzacan respectivamente; pueblos sujetos a México que entonces era reinado por Cuauhtémoc mismo que envió una multitud de guerreros a Huaquechula para evitar que Cortés se apoderara de sus tierras; pero debido a la gran cantidad de guerreros, que eran más de 30 mil, se suscitaron problemas entre ellos y los pobladores, que consideraron a Cortés como una ayuda para liberarse de los mexicas, aliándose con él.



► Fig. 3 Hospital San Juan de Dios, Atlixco.

En la batalla, a pesar de ser grande el ejército mexicano, Cortés y sus hombres los persiguieron haciéndolos correr cuesta arriba, un gran número de guerreros terminaron muertos, ahogados de calor y sin herida alguna; ese día el botín fue cuantioso, recogieron los restos hasta que la noche los obligó a retirarse del valle (Pérez, 1965).

En el año 1531, después de la fundación de la ciudad Puebla de los Ángeles, la Segunda Audiencia Española solicitó una extensión de tierra en un lugar de clima templado para sembrar viñas y huertos frutales con plantas de Castilla con el fin de repartir a sus vecinos españoles; para evitar molestar a los indios, eligieron un sector deshabitado de los señoríos indígenas de Atlixco. Al siguiente año, el 5 de diciembre, el Oidor Juan de Salmerón, Fray Jacobo de Testera, Martín Alonso y Alonso Martín Partidor llegaron a Huaquechula La Vieja para certificar de vista que las tierras del valle no habían sido labradas desde hacía ya mucho tiempo, delimitando y haciendo un señalamiento, aceptado por don Cristóbal, señor de Huejotzingo y don Pedro, señor de Calpan y Atlixco, quedando asentado en un acta realizada por el escribano Francisco de Orduña. Al día siguiente los señores de Huejotzingo, Calpan y otros indios representantes, acordaron y aceptaron entregar las tierras delimitadas a los fundadores de Puebla, repartidas entre 34 españoles, siendo éstos los primeros colonizadores del valle; que no solamente reclamaron tierras por ser fundadores

de la Puebla de los Ángeles, sino que también exigieron indios, así que en la Segunda Audiencia establecieron la repartición de 50 indios por cada español para la construcción de edificios, al término de la obra se reduciría el número a 30 indios. En aquel entonces cada indio tenía un valor de 40 pesos; posteriormente el gobierno prohibió este mercado.

Los primeros pobladores llamaron a esta extensión de tierra Val De Cristo, donde la abundancia de trigo era considerable en comparación con España; convirtiéndose en los primeros labradores al aplicar técnicas europeas de irrigación, con ayuda de los indígenas, quienes a pesar de recibir un pago por jornada no les agradaba la idea de que los colonizadores labrasen sus tierras. El clima de la región favoreció el cultivo de vides, naranjos, manzanos, membrillos, olivos, granados, higueras, así como moreras y árboles frutales de castilla y a pesar de que la producción de trigo inicialmente sólo fue para satisfacer las necesidades de la población, Atlixco se convirtió en el principal productor y exportador de trigo en América, La Habana y Las Antillas, postulándose como el granero de América, al producir diversas especies del grano, tales como el blanco, amarillo, gordo, macizo y duro (Silva, 1974).

Hacia 1574 un grupo de españoles, encabezados por Alonso Díaz de Carrión, inició trámites para la fundación

de una villa, al estimar un futuro fructífero en Atlixco tal como el de la Puebla de los Ángeles, se hizo la solicitud a Felipe II de independizarse de Huejotzingo para traer beneficios económicos, sociales, jurídicos y religiosos. El 28 de septiembre de 1579, es denominada “Villa de Carrión”, en honor a quién encabezó la fundación de la Villa.

Este acontecimiento marca el inicio de un crecimiento en la estructura social, económica y religiosa; se instauró el primer cabildo y a su vez, llegaron diversas órdenes religiosas con el propósito de la evangelización, se requerían construcciones de conventos e iglesias que enriquecieron la arquitectura de Atlixco, convirtiéndose en lo que hoy se conoce como el “Centro Histórico”.

Atlixco recibe el título de ciudad el 14 de febrero de 1843, por orden del presidente de México, Nicolás Bravo; años más tarde, el 20 de noviembre de 1998, es declarada Heroica Ciudad, por el Congreso del Estado de Puebla, debido a su valeroso enfrentamiento contra las tropas Francesas el 4 de mayo de 1862 (Pérez, 1965).

Fundamentación teórica

▶ 1.1 Turismo

En un ámbito general y social, el turismo permite el encuentro entre hombres de países, continentes, razas, idiomas, culturas, ideologías y religiones diferentes; en este encuentro es donde se entabla la comunicación, que hace posible la comprensión recíproca (Ripoll, 1986: 35).

El turismo surge ante la idea de que las personas inviertan su tiempo libre en actividades recreativas, que les otorgue cierto deleite al romper con las actividades rutinarias del trabajo, actualmente se ha convertido en una actividad común en las distintas clases sociales, aunque en sus inicios era privilegio de la clase alta; originándose con la transformación de las actividades económicas a partir de la llamada Revolución Industrial, época en la que evolucionaron los medios de transporte haciendo mayormente accesibles ciertas rutas de comercio, provocando el interés de la gente por visitar los lugares a los que se trasladaba por cuestiones de trabajo.

Las acciones realizadas por las personas al salir de su entorno cotidiano con una duración menor a un año es lo que comprende al turismo, palabra que según Gurría, proviene de el término *tour* o *turn* derivado del verbo latino *tornare* que se deriva a su vez del sustantivo *tornus*, que significa volver, girar o retornar, en suma

se refiere a ir y volver. Así pues, lo que distingue a un viajero de un turista, es que un turista planea visitar un lugar y volver a su lugar de residencia, mientras que el viajero puede no regresar al no estar sujeto a un plan turístico (Gurría, 1991).

Para una mejor definición de Turista, la Organización Mundial del Turismo (OMT), lo cataloga como:

- Internacional: viaja a un país diferente al suyo sin fines de negocios, por un periodo menor a un año.
- Interno: viaja a un lugar distinto al que reside sin dejar su país, por un periodo menor a un año y sin fines de negocios.
- Pernocta: se hospeda por lo menos una noche en el lugar visitado haciendo uso de los servicios disponibles en el lugar.
- De día: permanece en el lugar visitado sin hacer uso de servicios de alojamiento privado o colectivo. (OMT, 1999).

En el siglo XIX el turismo mundial tuvo sus orígenes, y con el paso del tiempo se ha ido desarrollando como un sector importante en la economía mundial, y en la medida que va creciendo, es necesaria la aplicación de medidas que aseguren el patrimonio natural y cultural de todo destino turístico. El turismo se considera un producto que al comercializarse no puede llevarse al



► *Fig. 4 Laguna de bacalar, Quintana Roo, México.*

consumidor, sino que debe traer al consumidor hasta donde está el producto, esto hace al turismo una industria vulnerable a los cambios ocasionados en su entorno (Sancho, 1998).

El turismo sustentable surge como respuesta a esta necesidad, la Organización Mundial del Turismo (OMT) afirma que el desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

La base del turismo sustentable promueve que la administración de los recursos naturales sea la adecuada, con el propósito de que estos permanezcan y puedan beneficiar de igual manera a las generaciones futuras, rigiéndose en ciertos principios básicos que son:

- ☛ La protección del medio ambiente es primordial en el desarrollo de un destino turístico.
- ☛ La población local, el gobierno, inversionistas y agencias de turismo deben trabajar de manera integral.

- Todos los implicados deben actuar de manera ética respetando y preservando la cultura, tradiciones y principios políticos.

- Beneficios económicos equitativos entre inversionistas y los pobladores del lugar.

- Se debe hacer un análisis exhaustivo que defina el tipo de turismo que ofrece el lugar para posteriormente clasificar los servicios que complementan el destino turístico (OMT, 1998).

Por lo que se establece que el turismo debe mejorar la calidad de vida de la población local, de manera que su economía se vea beneficiada y pueda transformarse junto con los cambios que se generen, y de igual manera los empresarios deseen invertir sin alterar el equilibrio del medio ambiente, preservando su condición, a esto se suma la tarea de educar al turista como parte responsable de la acción del turismo.

El turismo genera oportunidades empresariales y de trabajo, según las áreas en las que se requiera, por ejemplo: servicios de construcción, atención al cliente, gastronomía, servicios de limpieza, entre otros, pues todo entorno turístico necesita infraestructura, comercios y servicios para la acción de éste.

El principal servicio en cualquier destino turístico es el transporte, al permitir el acceso al lugar y el movimiento

dentro del mismo, puesto que el desarrollo de una región depende de él. El incremento del turismo ha dependido de la creación de nuevas rutas y de la innovación en los medios de transporte, así como el turismo ha causado una mejora de la calidad de éstos, mismos que se les divide en: aéreo, marítimo, ferroviarios y por carretera.

Entonces el turismo ofrece un desarrollo cultural, económico y tecnológico para cualquier país con capacidad turística, siempre y cuando exista una estrategia que permita explotar todos los recursos disponibles sin afectar el entorno (OMT, 2002).



► Fig. 5 Cenote 7 bocas, Cancún, Quintana Roo, México.

► 1.1.1 Segmentación del turismo

Existen diferentes tipos de turismo a causa de la diversidad del público, lo que se complementa con servicios que satisfacen las necesidades de cada uno de estos tipos de visitantes, en el libro *Los nuevos negocios turísticos* (2006), Adela Puig, describe dos segmentos del turismo, que son Ecoturismo y Turismo Cultural.

► Ecoturismo

Tiene como objetivo apreciar y disfrutar la naturaleza de zonas relativamente intactas, para conocer la biodiversidad y sus hábitats, fomentando el respeto del hombre hacia los recursos naturales, de modo que puedan preservarse para las generaciones futuras.

En esta clasificación entra el turismo de aventura, al realizarse también en zonas naturales, con un propósito más al de admirar la naturaleza, que consta de actividades físicas en los que la gente busca emociones o bien para probar sus capacidades y su temple, acompañados de adrenalina. Algunas de estas actividades son el *senderismo*, *recorrido en balsa*, *kayak*, escalada en roca, alpinismo, ciclismo de montaña, parapente, caída libre, buceo, paracaidismo, cuya práctica requiere de equipo especializado.

▷ Turismo cultural

Es en el que el visitante busca conocer el patrimonio histórico, que engloba la trama urbana, murallas, plazas, calles, museos, monasterios, de determinado lugar, involucrándose activa o pasivamente en las costumbres y tradiciones de la vida cotidiana de los residentes, como lo menciona Graciela Ripoll:

El turista se convierte en un receptor de experiencias y valores, que posteriormente transfiere al patrimonio de su país, enriqueciéndolo. De este intercambio cultural surgen nuevas formas artísticas y nuevas manifestaciones de la creatividad humana[...] (Ripoll, 1986: 35)

Este sector del turismo puede dividirse a su vez en arqueológico, rural, religioso y étnico, para clasificar las distintas actividades culturales que una persona puede realizar.

La cultura y la gastronomía de un lugar están conectadas íntimamente, porque ésta contiene la esencia e historia del lugar y su gente, que otorga al visitante la oportunidad de conocer el lugar con todos sus sentidos, su paladar prueba nuevos sabores, su vista se deleita con el folklore, la música llega a sus oídos, respirando un ambiente nuevo que transforma su viaje en una experiencia inolvidable. El turista no es el único que se enriquece con la actividad del

turismo, sino que la zona visitada y todo lo que conlleva se beneficia, pero existen casos en los que los grupos indígenas se conciben como “producto turístico”, explotándolos de gran manera que ya no se prevé la influencia que puede llegar a tener la cultura del visitante al involucrarse en la vida cotidiana de la población nativa, creando la posibilidad de cambiar la percepción, ideología, desarrollo y pérdida del patrimonio cultural.

El turismo de recreación también se interpreta como turismo cultural, al vincularse con la satisfacción de necesidades de descanso, diversión, consumo, y desarrollo como individuo, permitiendo la realización de actividades diarias pero con fines de diversión, que despierten la creatividad y rompan con la rutinas; la recreación permite iniciar lazos de comunicación con personas distintas en clase social, etnia, cultura, etc., con las que no tendríamos conexión en un ambiente estático (Zamora, 2002).

El turismo en sí no se puede dividir, todas las actividades están vinculadas al lugar que se visita, y varían respecto a los gustos de cada turista, de modo que el turista se encuentra realizando actividades de diferente tipo.



► Fig.6 "El convite", en las calles de Atlixco

► 1.1.2 Promoción turística

El turismo es un producto intangible, lo que no permite a los consumidores contar con una evaluación previa a su visita, dejando en manos de la publicidad la tarea de convencerle a adquirir el producto, por lo que el turista llegará al destino dependiendo de la información proporcionada y la forma en la que la recibe. Es por esto que la promoción es de vital importancia para este sector y ha definido como su misión no sólo informar sobre el lugar, sino sobre el estilo de vida de sus habitantes, estableciendo un medio específico para hacer llegar esta información. La publicidad se convierte, pues, en un intermediario entre el producto y el cliente, de manera que debe transmitir la mejor imagen posible de un lugar, construyendo en el visitante potencial una idea agradable del destino turístico, para que decida realizar la visita y adquirir los servicios ofrecidos, así la acción de consumir el producto y el cumplimiento de las expectativas del cliente hacen que se concluya el proceso de promoción.

A partir de la satisfacción del turista se crea el efecto de ola, que consiste en la publicidad directa, de boca en boca, considerada como una de las más eficaces en el proceso de promoción, al tener como fuente confiable la experiencia (Dahdá, 1998).

El turismo caracterizado por la ampliación masiva del consumo se ha convertido en un escenario dinámico en el que los destinos compiten en un mercado global, con una demanda muy segmentada, exigente y cambiante, y una oferta especializada y fuertemente competitiva. (Ávila, 2007:11)

Para la creación de estrategias publicitarias es fundamental segmentar el mercado turístico, buscando atisfacer las necesidades de los diversos tipos de clientes, Fabio Cárdenas hace una propuesta de ésta segmentación.

- De descanso, placer o vacaciones
 - Deportivo
 - De negocios
 - De convenciones, congresos y similares
 - Gastronómico
 - De salud
 - Científico
 - Cultural
 - Religioso
 - Estudiantil
 - De aventura
 - Familiar
- (Cárdenas, 1991:72).

Para publicitar un destino turístico se debe establecer la calidad de los servicios a ofrecer en éste, para poder convencer se deben tomar en cuenta algunos elementos indispensables a la hora de realizar un mensaje publicitario: originalidad, claridad, impacto, credibilidad, y concisión. Cabe mencionar que el diseño es una clave importante la cual no podría funcionar si un mensaje no está bien estructurado y no es difundido a través de los medios de comunicación adecuados.

Existen diversos medios de comunicación usadas como herramientas publicitarias para el turismo:

• **Cine:** Se refiere a los cortometrajes turísticos y comerciales previos a la proyección de una película, elaborados por los organismos oficiales de turismo o por aerolíneas; también se considera publicidad turística la imagen de lugares turísticos que sirven de espacio en el que se desenvuelve la trama de una película, que llegan a ocupar papeles protagónicos en un *film*.

• **Televisión:** Tiene una influencia inmediata y directa en sus receptores, debido a la gran cantidad de tiempo que destinan para la televisión como medio de distracción; sin embargo, es una herramienta poco empleada por el turismo debido a sus altos costos.

• **Radio:** En este medio se requiere de una descripción detallada del mensaje de la manera más concisa para

que sea captado a pesar de no contar con un soporte visual, la ventaja del uso de estos spots es que se pueden escuchar sin que el radioescucha deje de realizar las actividades cotidianas.

- **Fotografía:** Empleada para crear una atracción visual mostrando la mejor cara de la realidad del lugar que se promociona, apoyándose en el uso del contraste, luces, sombras y ángulos visuales.

- **Arquitectura Publicitaria:** Comprende el material y decoración, como son anuncios espectaculares, marquesinas, vehículos de transporte, maquetas, entre otras, que se utilizan para dar a conocer un destino turístico; la desventaja de este medio son los costos elevados al requerir especialistas en el rubro.

- **Redes de Computadoras Interconectadas:** Las ventajas que ofrece la cibernética es una comunicación simultánea en cuestión de segundos sin importar la ubicación del receptor y del emisor, con gran información actualizada y fácil acceso. Proporcionan una ventana de posibilidad al reunir una gran variedad de servicios.

- **Impresos:** Actualmente los procesos de impresión han ido enriqueciendo las herramientas impresas dotándolo de características como el papel, el color, la composición, entre otros, que le otorgan mayor calidad. Existen los folletos, carteles, volantes y revistas especializadas, que es un tipo de publicidad muy empleado

para la difusión de viajes, y destinos turísticos, muy útiles para los viajeros por su fácil manipulación e información contenida. (Dahdá, 1998).

▶ 1.1.3 Guía turística

Se considera que la guía turística forma parte de la publicidad impresa: necesaria para la promoción de un destino turístico, cuya función es proporcionar al viajero información primordial y detallada, sobre los sitios de interés y servicios de un lugar en específico.

Una guía turística impresa acompaña al viajero durante su estancia, para tener la información necesaria a su pronto alcance en cualquier momento, por lo que su formato será en pequeñas o medianas proporciones.

▶ Guía turística impresa

Las guías turísticas tienen su origen en Alemania en el año 1828, con la impresión de la primera titulada “Viaje por el Rin, de Mainz a Colonia” por Karl Baedeker, que contenía información sobre centros culturales, arquitectura, usos y costumbres locales, gastronomía, datos sobre itinerarios, alojamientos, comunicaciones, tiempos y tarifas; además de contener una cartografía detallada y precisa; incluyendo un prólogo redactado por eruditos y especialistas para mostrar una perspectiva histórica, artística y etnográfica del destino (Guías Baedeker, 2009 [en línea]).

Todo destino turístico necesita ser conocido por sus potenciales visitantes, la eficacia de la promoción de un destino turístico recae en el buen uso de la información



▶ Fig. 7 Página guía turística “Pueblos mágicos”

y el medio para comunicar, complementándose con la calidad de los servicios y áreas de esparcimiento que el lugar proporciona para satisfacer las expectativas de los visitantes (Gurría, 1999).

En la actualidad existen diversas organizaciones turísticas que diseñan y difunden guías turísticas impresas, para proporcionarle al viajero seguridad al tener información necesaria a su alcance, adaptándose su reproducción al presupuesto destinado a ésta.

▷ Guía turística electrónica

El inicio de Internet tal como lo conocemos fue a finales de la década de los 60's con fines académicos primordialmente. El principio que definía la creación del Internet era un medio que pudiera aumentar la producción y que a su vez permitiera la programación a gran escala, pero sus funciones permitieron que se convirtiera en un instrumento útil para la comunicación e intercambiar información sin barreras de distancia.

Posteriormente en la década de los 90's llega el comercio a través del Internet teniendo como ventaja la inversión mínima de recursos para estar presente en este medio que promete una expansión mundial, a diferencia de la inversión dedicada al *marketing* impreso, que maneja gastos mayores y variables; esto, aunado a la creación del billete

electrónico que mejora el servicio vía Internet permitiendo ventas de manera global sin tener restricciones por distancia (OMT, 1999).

Así pues, Internet se ha convertido en un medio eficaz para llegar a los consumidores de manera rápida y confiable, a pesar de que el turismo es un producto que no puede entregarse a la hora de realizar el pago si no que se entrega en una fecha posterior, esto no ha sido inconveniente para la aplicación de estrategias publicitarias como el llamado marketing personalizado, donde se adquiere información del turista según sus intereses, lo que permite ofrecer servicios específicos según sus necesidades.

Las guías turísticas en formato electrónico ofrecen una oportunidad de información sin límites. Actualmente las empresas tienen la opción de crear sitios personalizados, haciendo uso de herramientas de programación y diseño que permiten el compendio de sitios turísticos, servicios, costos y en la mayoría de los casos la reservación inmediata de habitaciones o cruceros; actividad favorecida en gran manera por el surgimiento del dinero electrónico que revolucionó la banca y el sistema contable.

Con la llegada de lo interactivo, el uso de este tipo de guías es de gran importancia para que los futuros compradores conozcan destinos turísticos, con todos los servicios disponibles, temporadas, fechas de eventos, costos,

otorgándole todas las herramientas necesarias y para satisfacer sus expectativas de cualquier destino turístico en la comodidad de su casa, sin ningún intermediario ni infortunios a causa de la distancia (Lanquar, 2001).

► Contenido

Una vez establecido un destino turístico que permite su explotación económica, se debe crear un proceso productivo de bienes y servicios que otorguen una atención generalizada al visitante, y esta información debe contenerla cualquier tipo de guía turística:

- Transporte:
Aéreo, terrestre, fluvial
- Alojamiento:
Hoteles, casa de huéspedes, hostales
- Alimentación:
Restaurantes, fondas, buffet, mercados
- Recreación:
Rasgos naturales, paisajes, flora y fauna
Obras hechas por el hombre, históricas, modernas, catodrales, monumentos, parques de diversión
Cultura, música, lenguaje, folklore, danzas, fiestas y tradiciones, arte culinario



► Fig. 8 Página del sitio turístico de Utah

- Infraestructura:
Rutas de acceso
Redes de servicios básicos (agua potable, luz, drenaje)
Aeropuertos, estaciones, puertos, etc.
- Servicios de apoyo:
Automóviles en renta
Información turística, como mapas, folletos y directorios
Visitas guiadas e intérpretes
Tiendas (fotografía, ropa, artesanía, artículos de recreo)
Puestos de periódicos, revistas y tarjetas postales
Tiendas especializadas en la venta o renta de equipo deportivo
(Gurría, 1999: 70).

Se considera toda esta información como vital para la realización de una guía turística, de lo contrario un buen diseño y el empleo de materiales adecuados no serán útiles para asegurar la comodidad y acceso del turista; por lo que se establece la importancia de contar con una herramienta como esta para publicitar un destino turístico.

La OMT recomienda difundir la información de manera estratégica, descartando los datos irrelevantes, centrándose en las actividades que sean interés para el turista, aún fuera de la temporada turística, promoviendo también atracciones alternativas y otorgando la información suficiente de todas las actividades en la zona.

► 1.2 Diseño editorial

“Diseño es un sustantivo y una forma verbal. Es el principio, el fin, el proceso y el producto de la imaginación” (Rand en Samara, 2008:6)

El diseño gráfico es una actividad interdisciplinaria en la que se resuelve un problema de comunicación por medio de diversos elementos gráficos, transmite un mensaje a partir de signos, es una clase de lenguaje para comunicar. El diseño tiene un propósito específico, dependiendo su uso, es objetivo, ya que busca una respuesta o reacción de parte del público. Los orígenes del diseño gráfico no se pueden establecer en sí, ya que desde el inicio de la humanidad nos hemos encargado de comunicar mediante gráficos, los tiempos de las cavernas son un claro ejemplo de cómo el ser humano busca expresarse, tratando de satisfacer una necesidad; aunque el concepto de diseño se empezó a utilizar desde el renacimiento como un modo de planificar y utilizar diversos objetos para expresar la cultura.

En los orígenes del concepto de diseño coexisten, la antigüedad clásica reinterpretada, la aparición de un nuevo sistema de representación y la concepción de un hombre capaz de ordenar el caos y fundar la categoría de objeto (Alberti en Ledesma, 2003: 21).

Con el paso del tiempo el diseño se va conceptualizando, hasta llegar a la escuela de la Bauhaus, (1919-1933) cuyo principio básico es crear un algo pero hacerlo funcional; desde esos momentos históricos el diseño se aplicó en marcas, publicidad y carteles. Posteriormente la sociedad fue cambiando y con ello el fenómeno del consumo, por lo que el diseño comienza a usarse como parte de las empresas al publicitarlas, introduciéndolo en el mundo de la comunicación; el campo de la comunicación visual se desprende del arte y se establece el primero como objetivo y el segundo como subjetivo, aunque los dos interfieren en la sociedad y se basan en la cultura.

Y podemos observar que hoy en día el diseño participa de manera activa en la sociedad, desde la acción de guiar a las personas por medio de señales o al informar al consumidor sobre el contenido de un producto, hasta persuadirlo sobre una ideología. Es por esto que el diseñador gráfico debe estar consciente de la importante labor que realiza para la sociedad, un buen diseñador tiene conciencia de su influencia sobre ella, sabe que actúa como un operador cultural, anticipa los efectos de su trabajo y apoya la ideología de la empresa en la que trabaja (Ledesma, 2003; Wong, 1995; Twemlow, 2007).

La persona que diseña debe entender conceptos lingüísticos y darles forma de modo que se hagan tangibles y comunicables, pero estos conceptos lingüísticos suelen

ser proporcionados por un tercero pues el diseñador solamente es el intérprete de ellos. “El diseñador, a diferencia del artista, no es normalmente la fuente de los mensajes que comunica, sino su intérprete.” (Frascara, 1998:24).

Esta diferencia aparece bien definida ya que en la mayoría de los casos se trata del proyecto de un cliente que el diseñador traduce de manera visual, mediante sus capacidades para elegir elementos que estructura y emplea para obtener dicho resultado; su misión es aumentar la calidad del mensaje a un nivel más alto que el de la simple transmisión literal. Por esto el diseñador profesional debe dominar el oficio de los instrumentos gráficos y del conocimiento profundo de su lengua, ya que sus ideas suelen partir del conocimiento lingüístico haciendo de esto su fundamento. (Esqueda, 2000).

El diseño gráfico se complementa con diversas ramas en las que un diseñador puede especializarse según sus capacidades, algunas de ellas son: diseño de envase, diseño tipográfico, cartel, marca y diseño editorial

El diseño editorial es el marco en el que una historia dada es leída o interpretada. Abarca tanto la arquitectura general de la publicación (y la lógica estructural que ésta implica) como el tratamiento específico de la historia (en la medida en que puede modificar o incluso desafiar esa misma lógica (Venezky en Zappaterra, 2008:6).

El diseño editorial es una labor importante en el trabajo del diseñador gráfico, ya que se refiere a la composición de una publicación, a través de él se comunica, informa, entretiene y puede llegar a educar al lector, el diseño editorial no sólo se basa en estructurar un contenido, sino que debe enviar un mensaje con claridad y tener una lógica entre lo que se quiere comunicar y el diseño directamente, siguiendo un estándar estético que se adecue a la naturaleza de la publicación.

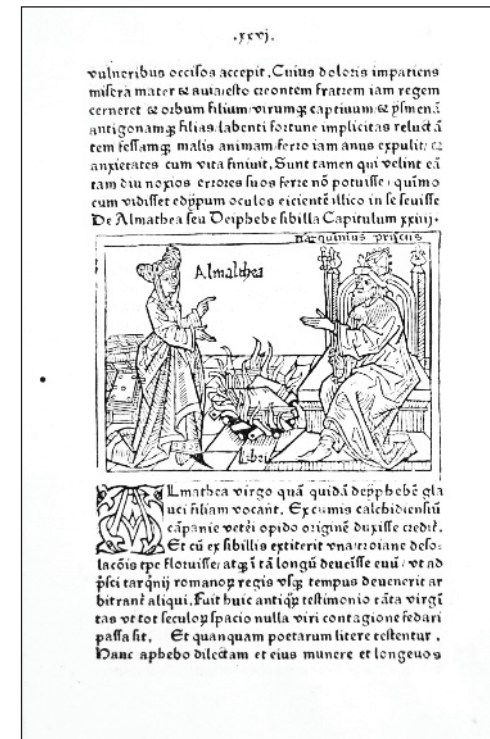
La armonía entre la imagen, la tipografía, el color y todos los elementos de diseño que interactúan, así como el texto, deben ser considerados para obtener el resultado requerido, teniendo en cuenta que el diseño editorial exterior de una publicación debe ser concordante con el interior de la misma, y también con el tipo de público al que va dirigido, el lector frecuente o posible lector en cada caso.

▶ 1.2.1 Antecedentes

Desde las civilizaciones griegas, romanas y egipcias el hombre realizaba manuscritos para comunicar sobre diversos temas, existieron editores en Roma que producían hasta 5 mil ejemplares que contenían muchas veces dibujos a color, de esta labor se ocupaban los esclavos.

En el año 105 d.C. los chinos inventaron el papel, ya que el pergamino y papiro no eran adecuados para imprimir en ellos debido a su superficie, resistencia y altos costos, estas impresiones se realizaban con la ayuda de moldes tallados en madera.

Sin embargo, los inicios del diseño editorial se le atribuyen a otros acontecimientos que datan de hace aproximadamente 500 años, cuando la realización de los libros se consideraba un arte debido al excesivo ornamento en su contenido, los copiantes no tenían como prioridad estimular la lectura, sino que lo veían como un medio en el cual plasmar su creatividad convirtiéndose en piezas únicas debido a su realización manual. Posteriormente, se ve desplazada esta actividad por la invención de la imprenta de tipos móviles, por Johannes Gutenberg a mediados del siglo XV, haciendo de la edición un método mecánico que permitía la impresión de una mayor cantidad de libros.



▶ Figura 9. Página de "De mulieribus claris"

La industria de la imprenta creció de manera considerable, a finales del siglo XV en el continente europeo se instalaron talleres. La ciudad de Maguncia, actual capital de Renania en Alemania, fue la cuna de la nueva tecnología de impresión, de modo que impresores extranjeros se trasladaban a ella para conocer los nuevos métodos y al regresar a su residencia empezaron a difundirlos. Para el siglo XVI existían ya editoriales holandesas consideradas las más exitosas en Europa.

Durante la Revolución industrial, a principios del siglo XIX, se creó la imprenta mecanizada, que permitía imprimir miles de ejemplares en el mismo tiempo en el que se imprimían docenas de copias, como en la imprenta de Gutenberg, dando pie a un gran aumento de lectores que pronto abrieron un mercado de consumidores. Algunos libros que contenían ilustraciones a mano ahora se realizaban talladas en madera o metal, permitiendo el uso de imágenes en las publicaciones. A finales del siglo XIX se fabricaron máquinas de escribir en Estados Unidos, bajo la patente de Christophe Latham Scholes y James Deuismores, al tener limitantes técnicas los editores se adaptaron a ellas, de manera que le dieron a las letras la misma anchura y surge la composición de bandera y las líneas de texto quebradas, dando mayor importancia a la forma en los escritos, a las ilustraciones y la tipografía; se crearon editoriales que se preocupaban no sólo por realizar libros, sino por atraer nuevos lectores, recurrieron a las artes gráficas, especialmente a la imagen.

En los comienzos del siglo XX, el diseño editorial tiene un gran avance, gracias a los nuevos mecanismos para reproducir imágenes se imprimen un gran número de revistas en Estados Unidos y Europa; posteriormente con las aportaciones de la Bauhaus, se experimentó con retículas asimétricas y los textos en minúsculas, los diseños fueron más innovadores pero los costos fueron elevados y laboriosos. Debido a los nuevos usos de la tipografía, por primera vez los copistas siguieron un diseño establecido. Con la llegada de los sistemas de fotocomposición, los diseñadores se reservaron la actividad de elaborar retículas adecuadas y no dejarle a los impresores la libertad de elaborar diseños, por lo que aparecieron en los años 80's los primeros manuales con sistemas de retículas, años después, la invención del ordenador facilitó la composición de una obra editorial y con ello empresas como PostScript y Mackintosh crearon programas especiales para el proceso editorial facilitando al diseñador su labor.

Como lo muestra la historia, el desarrollo del diseño editorial se fortaleció a causa de los avances de los medios de impresión hasta nuestros días; aunque la forma de elaborar un libro no ha cambiado mucho, sí podemos señalar que las nuevas técnicas han reducido costos y tiempos, apoyando cada vez más a los diseñadores gráficos (De Buen, 2000; Kane, 2005).

► 1.2.2 Composición

La composición en el diseño editorial concierne al orden y presentación de los elementos que transmiten un mensaje visual, dicha organización corresponde a la relación entre letras e imágenes y como se ubican cada una de ellas dentro del formato; se crean variaciones visuales dramáticas y relajantes asociadas con el contenido; estableciéndose como la parte más importante en el proceso creativo para dar la resolución final del proyecto. (Samara, 2008).

La creación de un diseño soluciona un problema visual, es necesario tener en cuenta el orden de los elementos, la composición adecuada disipa dudas y la confusión que pudiera provocarse en un mensaje, es necesario considerar el uso de las técnicas visuales no como una receta, sino como herramientas útiles al diseñar.

En la cultura occidental los modelos de lectura se rigen por el orden de izquierda a derecha y arriba abajo, dándole un punto de partida al diseñador sobre cómo iniciar la maquetación; el diseñador dispone de varias estrategias y elementos como son imágenes, tipografía, color y la maquetación en sí, estableciendo las retículas y márgenes adecuados para cada proyecto de diseño editorial (De Buen, 2000).

▷ Elementos de composición en el diseño editorial

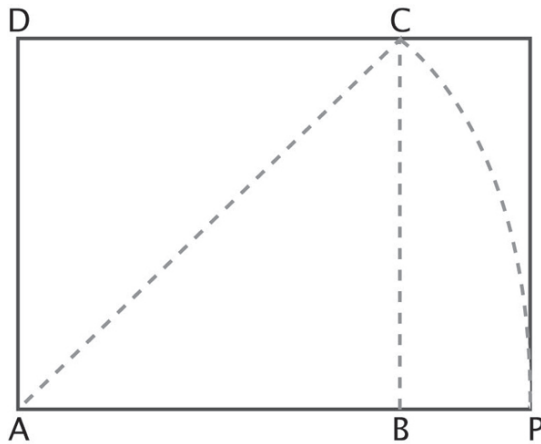
La disposición de estos elementos en el formato se crea a partir de la secuencia de páginas con el fin de guiar al lector para que entienda de la mejor manera posible la información, la jerarquización le indica las diferentes partes de la publicación, así como las estructuras de cada página y la general.

Actualmente los diseñadores gráficos utilizan estrategias de composición que dan la idea de verse “desorganizadas”, buscando captar la atención del lector y entreteniéndolo, pero sin dejar a un lado los conocimientos básicos para realizar una maquetación adecuadamente, algunas veces con el propósito de romper o modificar estas consideraciones teóricas para la innovación del diseño editorial (Noble, Bestley, 1999).

Formato

María Moliner se refiere al formato como:

Tamaño y forma de un libro o cuaderno; el primero, especificado en general por el número de hojas que se hacen con cada pliego, y ahora, con más



► *Figura 10. Obtención del rectángulo ISO*

frecuencia, con el número de centímetros de altura o de altura y anchura (En De Buen, 2000:155).

El formato se refiere a las dimensiones de un libro, esta medida queda establecida por los dobleces del pliego a la hora de imprimirlo, entre más sean los dobleces disminuirá el tamaño.

Los papeles tienen diversos tamaños que varían según el lugar en el que se fabriquen, así como de las condiciones técnicas. En Estados Unidos de América los pliegos más comunes miden 34" x 22" (carta), al cortarse en octavos da una medida de 11" x 8.5" y uno de 37" x 28" (oficio) dando octavos de 14" x 8.5"; dichos tamaños, traídos a México fueron adaptados a los sistemas de impresión, dejando el pliego carta en 87cm x 57cm y el pliego oficio en 70cm x 95cm.

Con la finalidad de establecer un parámetro para los formatos, el Alemán Jorge Cristóbal Lichtenberg impulsó el sistema DIN (Deustcher Industrie Normen: Normas de la Industria Alemana), basado en un rectángulo de proporción $1:\sqrt{2}$ conocido comúnmente como la diagonal abatida (*Figura 10*) que se construye a partir de:

“[...] un cuadrado (ABCD), se debe prolongar uno de sus lados (AB), con centro en uno de los vértices (A) y se crea una diagonal (AC) hasta cruzar el segmento extendido, interceptándose en (P) dando

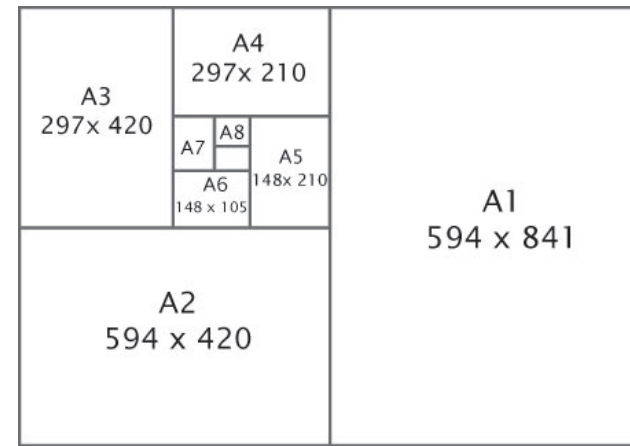
como resultado el lado (AP); el rectángulo obtenido mantiene una proporción que equivale al número irracional: 1.414141[...]" (De Buen, 2000:144).

La proporción no se pierde sin importar el número de veces que se divida el rectángulo, esta es una de las ventajas del sistema.

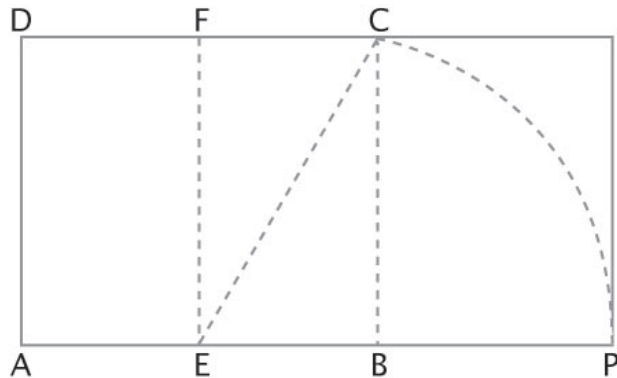
Mediante este método se establecieron 3 series de formatos A, B, C, la más común es la serie A, que parte de un rectángulo inicial teniendo como base un metro cuadrado al cual se le denominó A0 que mide 84.1cm x 118.9cm, que al dividirse exactamente a la mitad, da como resultado el rectángulo A1 y al dividir éste, se obtiene el rectángulo A2 y así sucesivamente hasta llegar al formato A8 terminando la serie A, intercalando las medidas de la serie A se obtiene la serie B y entre éstas, se obtiene la serie C (Figura 11).

A pesar de la creación de los formatos ISO 216, se siguieron utilizando formatos irregulares, se conseguían haciendo complejas manipulaciones de figuras geométricas; uno de ellos es la sección áurea, asociado con la magia por su proporción en relación con la naturaleza, donde muchas veces aparecía, se descubrió que estaba basado en el número de oro: 1.61803...

Para construir un rectángulo áureo, se comienza dibujando un cuadrado (ABCD) dividido en dos



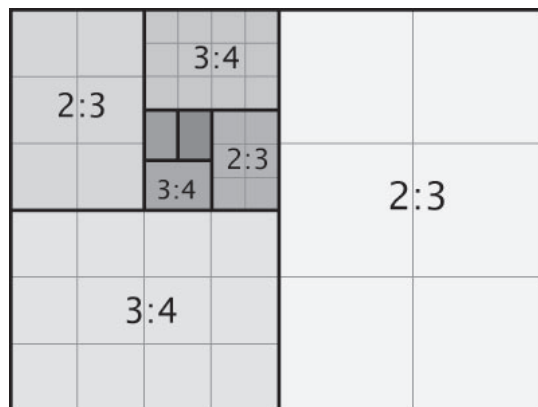
► Figura 11. Sistema normalizado ISO



► *Figura 12. Obtención del rectángulo áureo*

partes idénticas (AEFD, EBCF). Se traza la diagonal de uno de estos rectángulos (EC); entonces, haciendo centro en E, se abate la diagonal hasta cruzar la recta AB en el punto P, que determina el lado ángulo del rectángulo áureo (De Buen, 2000:140). (Figura 12)

La misma proporción de la sección áurea se puede obtener mediante la serie de Fibonacci, llamada así por su descubridor Leonardo Fibonacci, que "...describió con una sucesión numérica lo que sucedería si algo se propagara sin que murieran los antecesores"(De Buen, 2000:140), esto da como resultado una serie donde a partir del tercer número los siguientes son la suma de los dos anteriores, y al dividirse dos miembros consecutivos, el mayor entre el menor, el resultado se aproxima gradualmente al número de oro.



► *Figura 13. Canon ternario*

Otro de los sistemas utilizados es el llamado Ternario de medidas 2x3, considerado como divino por la recurrencia del número tres, utilizado en libros antiguos como La Biblia de 42 líneas de Gutenberg. Si se divide por la mitad de manera consecutiva un rectángulo 2:3, se obtienen como resultado tamaños con proporciones 3:4, 2:3, 3:4, 2:3..., aportando infinitud de formatos proporcionales (De Buen, 2000). (Figura 13)

Márgenes

Los espacios en blanco son un elemento presente en el diseño, pero su percepción de importancia difiere según la cultura, los europeos lo consideran como luz no como vacío, teniendo un concepto inverso al latinoamericano cuando. El hecho de la escritura no es propiamente el añadir negro a una superficie, sino sustraer luz de ese espacio blanco, es un espacio elemental.

Los márgenes se consideran como blancos elementales en proyecto editorial, su ubicación en la página suele cumplir tareas específicas como la de propiciar el cuidado de los textos a la hora del corte del papel, proporcionar al lector un espacio específico para la manipulación de la página, dar oportunidad de corregir posibles desfases en la tirada y evitar que el tipo de encuadernación obstaculice la lectura. Aunque en la actualidad los impresores han optado por economizar en todo y por ello el margen ha ido perdiendo importancia en algunas publicaciones; es recomendable el buen cálculo de los márgenes, que también intervienen en la ardua tarea de atraer al lector con una composición agradable a la vista.

Josef Müller Brokman afirmaba que los libros antiguos contenían proporciones meticulosamente definidas y que en su mayoría cumplían las siguientes cuatro reglas importantes en el cálculo de los márgenes:

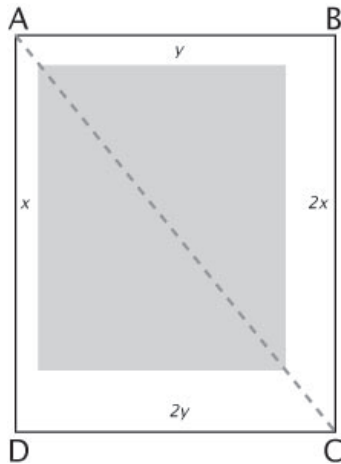
1. La diagonal de la caja tipográfica debía coincidir con la diagonal de la página;
2. la altura de la caja debía ser igual a la anchura de la página;
3. el margen exterior (o “de corte”) debía ser el doble del margen interior (o “de lomo”);
4. el margen superior (o “de cabeza”) debía ser la mitad del margen inferior (o “de pie”).

Esta regla es consecuencia de las tres anteriores. (De Buen, 2000: 168).

Al considerarse estas cuatro reglas se obtenía una armonía visual entre el formato y la caja tipográfica, obteniendo un perfecto balance entre los blancos y los elementos de diseño. Existen algunos métodos diseñados bajo estas reglas que funcionan como plantillas aplicables en cualquier proyecto editorial, tales como:

Método de la diagonal

Consiste en seguir la primera regla, trazando la diagonal que cruzará la caja de texto y el formato desde la esquina superior izquierda (A) hasta la esquina inferior derecha (C), después de trazarla, el valor de los márgenes se calcula considerando la regla 2 donde la medida de la anchura del formato es la altura de la caja de texto que una vez obtenida se resta a la altura del formato y el restante(3y)



► Figura 14. Método de la diagonal

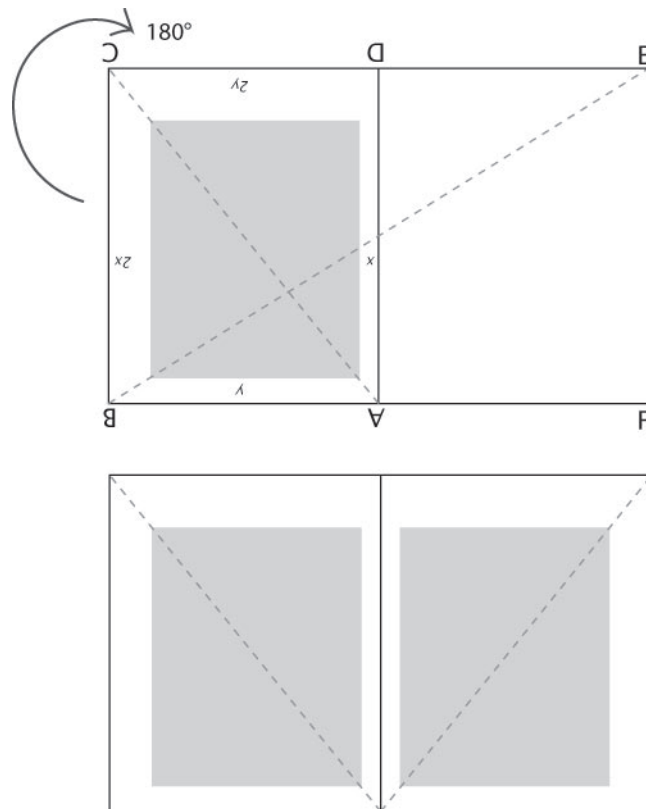
se dividirá en tres partes iguales y de este modo se define la medida del margen superior(y) y del inferior ($2y$). Para la obtención de los márgenes interior y exterior se debe trazar una línea perpendicular tomando en cuenta la ubicación de los márgenes ya obtenidos hasta interceptar la diagonal de la página. (Figura 14)

Método de la Doble Diagonal

Es el complemento del método anterior en una doble página extendida, por lo tanto se dará un giro de 180 grados para ubicarlos márgenes en el lugar correcto y se agrega la página faltante al costado derecho. Se traza una diagonal que cruzará ambas páginas partiendo de la esquina superior derecha (E) hasta la esquina inferior izquierda (B) de este modo se debe observar la coincidencia de la diagonal de la caja de texto y el formato. Posteriormente las mismas medidas y ubicación se aplican a la página faltante. Este método suele aplicarse a formatos de proporción áurea. (Figura 15)

Sistema normalizado ISO 216

Para cumplir las 4 reglas básicas, la caja de texto se obtiene utilizando el tamaño siguiente del sistema, si se elige un tamaño A5 la caja de texto correspondiente es el tamaño A6 que cumplirá perfectamente a las 4 reglas, confirmándolo al trazar una diagonal que cruce los dos formatos sobrepuestos. (Figura 16)



► *Figura 15. Método de la doble diagonal*

Canon ternario

Para este método el formato debe tener una proporción 2:3 que permitirá el cumplimiento de las 4 reglas; se establece la medida de uno de los cuatro, y los otros tres se obtienen de manera fácil considerando que el margen inferior se logra con la suma del margen interior y exterior mientras que estos se definen de acuerdo a las cuatro reglas básicas.

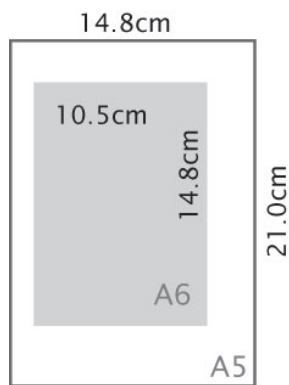
Escala Universal

Se consigue dividiendo el formato en partes iguales que sean múltiplo de tres de manera horizontal y vertical, posteriormente se aplican las reglas 3 y 4 tomando una fila de secciones para el margen superior, dos filas para el inferior, una columna de secciones para el interior y dos para el exterior. (Figura 17)

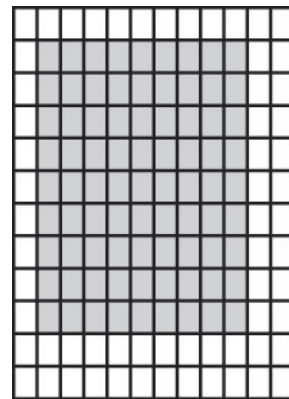
Sistema 2-3-4-6

El nombre de este método corresponde a las medidas relativas de los márgenes y busca aplicar las reglas 3 y 4 ignorando las primeras 2. Se consigue asignando un valor arbitrario a la unidad que luego se multiplicará por los valores 2, 3, 4, 6 para obtener los márgenes interior, superior, exterior e inferior, en ese orden. (Figura 18).

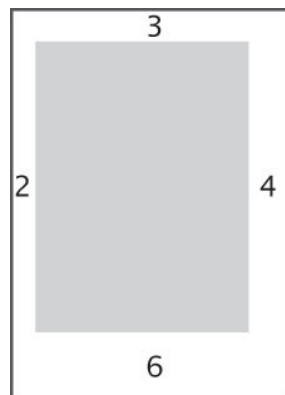
Los métodos descritos anteriormente son algunos de los aplicados en la industria editorial, corresponde a cada diseñador la dura tarea de la elección acertada según las



► *Figura 16. Sistema ISO*



► *Figura 17. Escala universal*



► *Figura 18. Sistema 2,3,4,6*

necesidades del proyecto; pero sin duda la utilización de cualquier método servirá como punto de impulso para el diseño (De Buen, 2000).

Retículas

Una retícula se crea para resolver un problema visual, buscando una organización de los elementos gráficos, como pueden ser las imágenes, el texto, los titulares, tablas de datos, entre otros. La retícula está creada para obtener claridad, eficiencia, economía y continuidad en un diseño, con el uso adecuado de éstas se puede llegar a un resultado en el que al lector le es más fácil encontrar la secuencia de una publicación y diferenciar los tipos de información que están contenidos en ella, sin perder el interés de página a página.

Si la retícula está planeada adecuadamente dará una infinidad de opciones y soluciones en la composición; como lo menciona Timothy Samara, en el libro *Diseñar con y sin retícula*: “Su trabajo es proporcionar una unidad global sin rebajar la vitalidad de la composición” (2004:24)

Para la creación y desarrollo de una retícula se debe analizar debidamente la forma y el volumen del contenido a diseñar, porque los espacios de la retícula son definidos por las formas del texto o las imágenes, así

como definen qué retícula es la que se adapta a las necesidades del mismo. Por lo que existen tipos base de retículas para cada problema visual:

Retícula de Columnas

Este tipo de retículas se crea basándose en la información que se desea colocar en el formato, el número de columnas varía dependiendo de la cantidad de información y elementos, al contar con un texto corrido éstas serán dependientes unas de otras, sin embargo, cuando se tienen pequeños bloques de texto son independientes, pueden crearse columnas más anchas o cruzarse entre sí.

Éste tipo de retícula ayuda en la variación y libertad de la posición de los elementos en el diseño; cuidando siempre que la anchura de la columna dependa de la tipografía utilizada, pudiéndose dar el caso que resulte muy estrecha y las palabras se corten, o de otra manera al ser muy ancha, se crean líneas de texto muy largas.

En esta retícula existen lo que se le llama líneas de flujo, en las que el diseñador sitúa saltos de texto o imágenes, creando bandas de forma horizontal que cruzan el formato, que puede servir para marcar una posición de encabezados, la foliación, o bien zonas específicamente designadas a imágenes. (Figura 19)

Retícula Modular

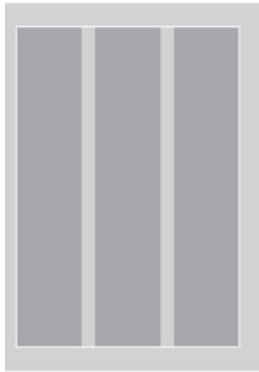
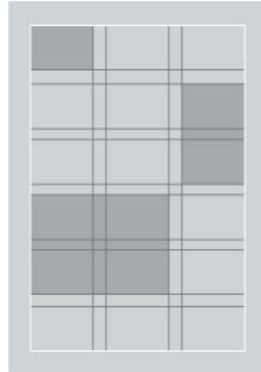
Cuando se tienen elementos de diseño que resulten complejos se busca tener más control en la composición, por lo que se creó la retícula modular, para entenderla mejor se puede decir que es una retícula conformada por columnas, pero con un flujo de líneas horizontales mayor, dividiendo las columnas en filas y creando los módulos; cada módulo definirá una pequeña porción de espacio, y al agruparse varios módulos se definen las zonas espaciales, que serán áreas con una función en específico. A mayor número de módulos la retícula será más precisa, sin llegar a ser demasiados, ya que podría resultar confusa para el lector.

Al crear el margen en una retícula de este tipo es importante considerar al mismo tiempo las proporciones de los módulos y medianiles, ya que los módulos pueden resultar verticales o apaisados, dependiendo del tipo de imágenes que se utilizarán en el diseño.

Un gran número de periódicos se realizan a base de retícula modular, ya que es precisa y permite al diseñador realizar cambios en la composición de manera rápida y muy variada, pudiéndose utilizar imágenes y texto de diferentes tamaños. (Figura 20)

Retícula de Manuscrito

También llamada de bloque, en cuanto a su estructura es considerada la más sencilla, ya que se define por un área

► *Figura 19. Columns*► *Figura 20. Modular*► *Figura 21. Manuscrito*

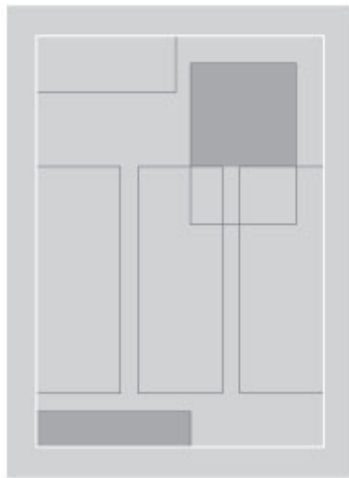
grande y rectangular que ocupa casi toda la página, dependiendo solamente de los márgenes que instauran su posición; teniendo como estructura secundaria los datos alternos al texto, como el folio, los títulos de los capítulos, la numeración de páginas y notas a pie de página.

La retícula de bloque es usada principalmente para el diseño de libros, en los que el texto o manuscrito es extenso y de vital importancia, por lo que también es importante utilizar una tipografía adecuada que no canse la vista del lector; para los diseñadores ha resultado útil en este tipo de retícula usar márgenes anchos que permitan enfocar la atención al texto, causando una sensación de calma y estabilidad, al contar con una gran simetría; sin embargo, en algunos casos se utilizan márgenes diferentes, creando una estructura asimétrica con espacios en blanco para evitar que la vista del lector se canse.

Para crear una jerarquía en estas retículas se pueden tomar decisiones precisas sobre el color, alineación o cambios de puntaje en la tipografía, para darle mayor dinamismo e interesar al lector en el texto a pesar de su gran extensión. (*Figura 21*)

Retícula jerárquica

Esta retícula está relacionada con los elementos, sus proporciones y las necesidades visuales que requieren para crear una mejor composición, sin tener intervalos



► *Figura 22. Jerárquica*

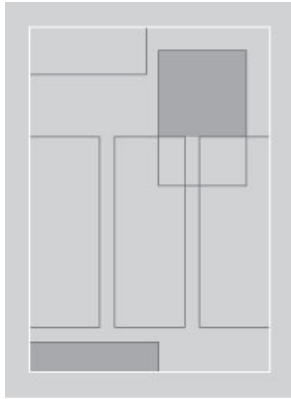
repetitivos y regulares. Se crea la retícula al analizar la interacción óptica que contiene los elementos en la página, unificándolos aunque sean dispares o creando una superestructura de elementos sencillos.

Las páginas de internet son claros ejemplos del uso de una retícula jerárquica, al tener el control de márgenes fijos, pero con un contenido dinámico; asimismo se dice que cuenta con una estructura arquitectónica que permite utilizarse también en carteles y libros. (Figura 22)

Retículas Híbridas y Compuestas

Existen casos en los que el diseñador planea una composición más compleja, utilizando varias retículas en una misma página o una doble página. Al usarse dos o tres retículas diferentes es recomendable establecer márgenes exteriores comunes que creará una relación entre los diferentes tipos de retículas, y al combinarse se crea una jerarquía y distinción entre los diversos contenidos.

Se desarrollan intervalos fijos que se establecen para una función en específico, como puede ser el caso de utilizar una retícula de tres columnas para las imágenes o el texto, y en la misma página usar una retícula de 5 columnas dedicada a los pies de fotos o contenidos secundarios de una publicación.



► *Figura 23. Reticula Híbrida*



► *Figura 24. Párrafo ordinario*



► *Figura 25. Párrafo moderno*

La sensación de “*collage*” en diversas publicaciones es causada por la fusión de diferentes retículas en una composición; se crea tensión y conflicto al utilizar dos retículas totalmente opuestas, algunos libros y una gran cantidad de páginas web recurren a ellas. (Figura 23)

Es importante aclarar también que las retículas no siempre establecerán reglas para el diseñador, sino que son sólo una guía invisible dentro de la composición, y por lo tanto el diseñador debe ser lo suficientemente creativo para no caer en una composición aburrida. Utilizando la variación de interacción entre los elementos de diseño y la retícula, se recomienda crear una lógica rítmica o secuencial en las dobles páginas, que funcionen como un todo, pero sin perder su presentación visual propia (Samara, 2004; Samara, 2008).

Para el orden y la composición de textos en las retículas se sugiere el uso de párrafos, algunos de ellos son:

Ordinario: Se crea con la apertura de sangría de primera línea, mientras que en la última se deja corta reduciéndose hacia el lado izquierdo. (Figura 24)

Moderno: En este tipo de párrafo no es necesaria la apertura de sangría, la única característica que lo define es la línea corta al final. (Figura 25)

Francés: Se obtiene sangrando todas las líneas del párrafo exceptuando la primera. (Figura 26)



► *Figura 26. Párrafo francés*



► *Figura 27. Párrafo epigráfico*



► *Figura 28. Párrafo quebrado o bandera*

Epigráfico: se logra al centrar todas las líneas del texto obteniendo como resultado espacios iguales a la derecha y a la izquierda. Sólo es recomendable, como su nombre lo dice, para epígrafes. (Figura 27)

Quebrado o en bandera: La ventaja de este tipo de párrafo está en su gran parecido a la escritura manual y se logra al alinear todos los renglones hacia la izquierda, dejando sin alinear el lado derecho. Para este tipo de párrafo es necesario evitar repetir palabras o sílabas al final de las líneas. (Figura 28)

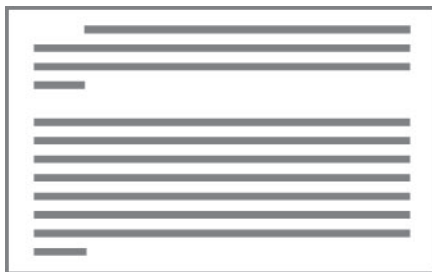
El tema editorial es muy extenso y aunque existen otros tipos de párrafo, estos son los más comunes por su apoyo a la legibilidad, sin embargo, en la aplicación de cualquiera de éstos es indispensable la edición correcta en los distintos tipos de espaciado que pueden presentarse, de palabras, de letras y de líneas, haciendo uso del *traking* (ajuste del espacio que existe entre los caracteres), *kerning* (interletraje) y del interlineado; así como la distribución exacta del texto evitando en los párrafos los tres “pecados” prohibidos en el diseño editorial:

- Las sangrías largas, que dan un mal aspecto a la composición. (Figura 29)

- Las líneas ladronas: que son líneas cortas o menores que el tamaño de una sangría, que dejan un vacío desagradable. (Figura 30)



► *Figura 29. Sangrías largas*



► *Figura 30. Líneas ladronas*



► *Figura 31. Líneas casi completas*

► Las líneas casi completas a las que les falta un espacio igual o menor que una sangría para terminar. (*Figura 31*)

La solución a este tipo de problemas es en mucho la clave del diseño editorial, ya que el espaciado adecuado, hace a la lectura del texto algo muy agradable si la tipografía tiene un ritmo que favorece la lectura (De Buen, 2000).

Además del uso de la tipografía en textos, existen diversas maneras de emplearse en lo referente a editorial, muchas veces esto depende de la interpretación personal que el diseñador tiene de la tipografía. Es posible la utilización de las letras para dar resultados de mayor impacto cuando esta se emplea de manera creativa, metafórica o literal, según las capacidades del diseñador (Samara, 2002)



► *Figura 32. Capital cuadrada, inscripción en la columna de trajano 113 - 114 d.C.*



► *Figura 33. Escritura uncial*

► 1.2.3 Tipografía

► Antecedentes

Alfabeto; palabra creada por la unión del nombre de las dos primeras letras precisamente griegas: Alfa y Beta y que significa: "... una serie de símbolos visuales que representan sonidos elementales." (Meggs, 2002:50).

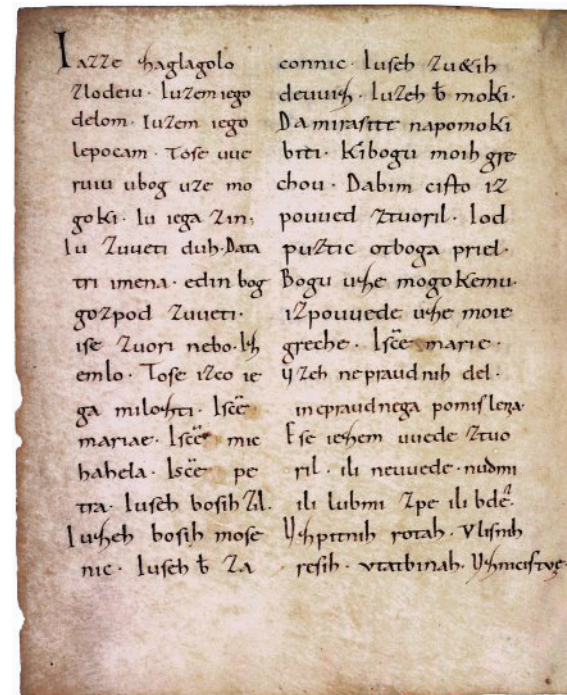
El alfabeto llegó desde Fenicia pasando por Grecia hasta llegar a Roma y ahí sufre diversos cambios que enriquecieron su uso hasta generar las 26 letras del alfabeto actual inglés. Las letras capitulares cuadradas fueron las letras utilizadas para ser grabadas en tamaños monumentales en la antigua Roma, como una gran muestra del poderío romano; su detallada geometría se basa en las formas básicas: cuadrado círculo y triángulo de donde provenía tal proporcionalidad en el diseño. (Figura 32)

En el siglo III d.C. en la decadencia del Imperio Romano, el cambio cultural induce a la Iglesia a la búsqueda de una escritura diferente para la difusión del pensamiento religioso, de donde surge la letra uncial que se deriva de la medida de su altura: una onza. Esta letra empieza a ser utilizada en textos y sirve para generar los primeros códices. (Figura 33) En el año 789 Carlomagno dio la tarea a Albino Flaco Alcuino de establecer una letra eclesiástica, con la que se tuvieron que reescribir todos los textos de este tipo y más

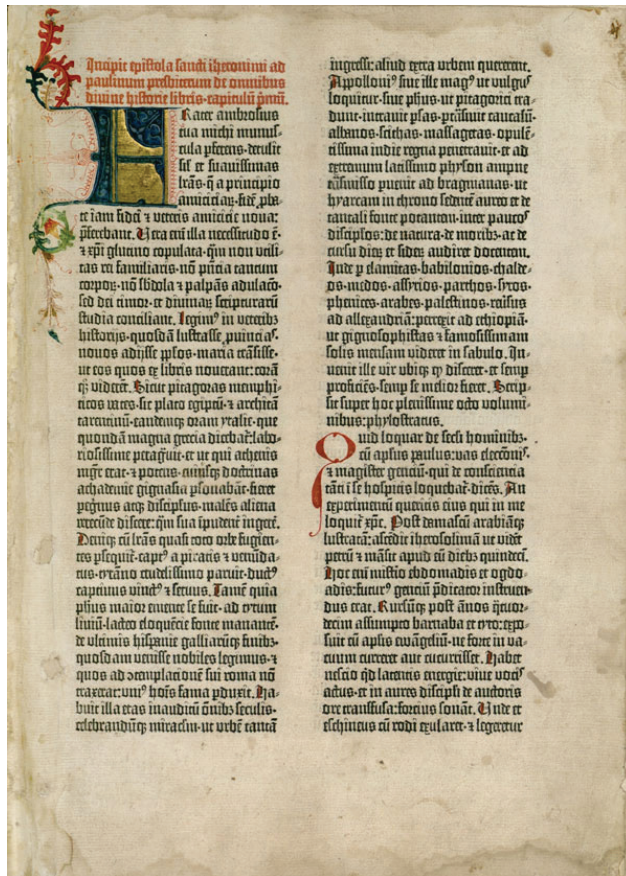
tarde también los textos seculares que eran generadores de cultura entre las poblaciones. El nombre que recibió esta letra fue minúscula Carolingia. (Figura 34)

Las cruzadas en Europa abren una puerta al desarrollo, los libros son un elemento primordial educativo-cultural en todas las escuelas, teniendo una demanda enorme, por lo que los escribas optan por eliminar rasgos de la minúscula carlovingia para efectuarlas de una manera más rápida economizando también el espacio utilizado. Los ángulos en estas letras empiezan a verse demasiado marcados, esta letra se popularizó en el norte de Europa y era llamada Gótica de Forma o Textura, por la apariencia que causaba una página de texto. (Figura 35)

Años después ante esta demanda de cultura que exigía la sociedad, Gutenberg aparece en la historia desde la ciudad de Maguncia en Alemania. Aunque no fue él quien inventó la impresión, debido al antecedente de los chinos con la creación de bloques de madera; él es quien introduce un nuevo sistema determinado por la creación de moldes de letras individuales de plomo y estaño fundidos; que eran ajustables a un sistema de prensas para la elaboración del vino funcionando como prototipo de lo que sería la primera imprenta, con 270 matrices que permitieron lograr impresiones sin diferencia alguna a los escritos que realizaban los escribanos de la época; estas matrices eran guardadas en cajas con compartimientos



► Figura 34. Letra carolingia, manuscrito edad media



► Figura 35. Gótica de textura, utilizada en la biblia de 42 líneas de Gutenberg.

específicos de donde se sacaban uno por uno para formar las palabras a imprimir, y se volvían a guardar en cada compartimiento una vez cumplida su tarea (Kane, 2005).

Debido al gran aporte tecnológico, Maguncia atrajo la atención de los impresores que habitaban en los alrededores, que posteriormente al regresar a sus ciudades difundieron este sistema a otros países y así, la fundición de tipos móviles empezó a catalogarse como una profesión diferenciándose el trabajo de un impresor.

Gracias a este invento que aportó sin duda un gran avance, la creación de tipos, y el significado de las letras va más allá de su simple utilización en una imprenta. La tipografía es un lenguaje visible que se asocia con el lector, y su aplicación correcta logrará que un mensaje sea bien entendido en cualquier contexto (Universidad de Palermo, 1994).

► Partes de las letras

Se definen en la búsqueda de un lenguaje técnico de tipografía, para que los conceptos manejados sean entendidos de una manera general; la siguiente descripción de las partes de las letras fue hecha por John Kane, en su publicación titulada *Manual de tipografía* (2005)

Nota: las palabras que se escriben en **negrita** son conceptos que aparecen definidos en otro lugar de la lista.

Línea base: La línea imaginaria que define la base virtual de las letras.

Línea media: La línea imaginaria que define la altura de x de las letras.

Altura de x: La altura de “x” minúscula en una fuente determinada.

Trazo: La línea que define la forma básica de las letras. (Figura 36)



► *Figura 36. Línea de trazo de las letras*

A v

Ápice/ vértice: El punto creado por la unión de dos **astas** diagonales. (Ápice en la parte superior, vértice en la parte inferior).

E k T

Brazo: Los trazos cortos que salen del **asta** de las letra tanto si son horizontales (“E”, “F”, “T”) como si se inclinan hacia arriba (“K”, “Y”).

b d k

Ascendente: La proporción del **asta** de una letra minúscula que se proyecta por encima de la **línea media**.

C G

Uña: El medio **remate** que caracteriza a algunos trazos curvos.

T E F

Pico: El medio **remate** de algunos brazos horizontales.

b p d

Bucle o panza: La forma redondeada que describe una contra forma. El bucle o panza puede ser abierto o cerrado

Apófige: La transición entre el **remate** y el **asta**.

Contrapunzón/contragrafismo: el espacio que hay entre el interior de una letra, que tiene un contorno cerrado por completo o bien parcialmente cerrado.

Perfil, filete o barra transversal: El trazo horizontal de una letra que une dos **astas**.

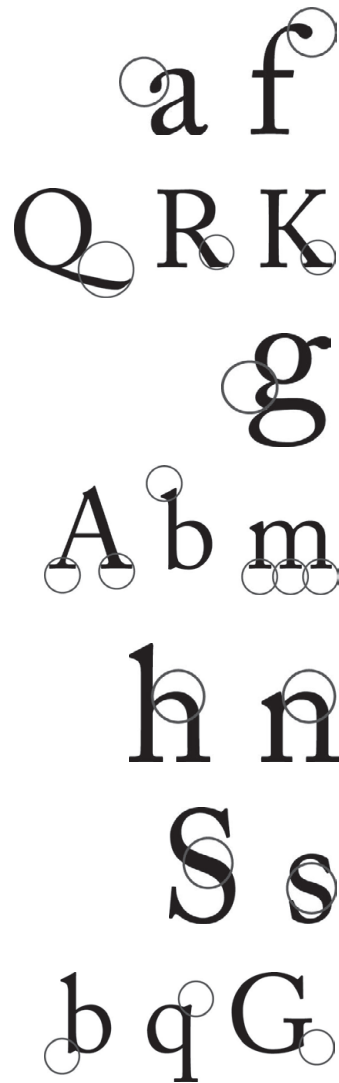
Cruz o travesaño: El trazo horizontal de una letra que atraviesa su **asta**.

Horcadura: El espacio interior que se crea donde se unen dos **trazos**.

Descendente: La porción del **asta** de una letra en caja baja que se proyecta por debajo de la línea base.

Oreja: El trazo que se extiende más allá del **asta** principal de la letra.





Lágrima: La terminación redondeada de un **trazo** que no es un **remate**.

Cola o pata: Trazo corto o curvo que parte del **asta** de la letra tanto en la parte inferior del **trazo** (“L” “Q”) como inclinándose hacia abajo. (“K”, “R”)

Cuello: El **trazo** que conecta el bucle y el ojal inferior de la caja baja de una “G”.

Remate: El pie en ángulo recto u oblicuo que se halla al final del **trazo**.

Hombro: El **trazo** curvo que no forma parte del bucle.

Doble arco: El **asta** curva de la “S”.

Espolón: La extensión que articula la unión de un **trazo** curvo y un **trazo** rectilíneo.

Asta: El **trazo** vertical u oblicuo más característico de la letra.

Modulación: La orientación de la letra según la indica el **trazo** fino de las formas redondas.

Floritura: El arabesco que amplía el **trazo** de una letra.

Ojal inferior: En algunas tipografías, el bucle creado en el descendente de la caja baja de una “g”.

Terminal: La terminación de un **trazo** que no tiene remate. Este término es, en cierto modo, una palabra comodín. Los terminales pueden ser planos (“T”, como arriba), aplanados, agudos (“t”, como arriba), graves cóncavos, convexos o redondos como una pelota o una **lágrima** (Kane, 2002:2-4).







► Familias tipográficas

Es un grupo de fuentes unidas por características similares, los tipos se parecen entre sí pero varían en sus rasgos propios.

Existen distintas variables que pueden aparecer en una familia tipográfica, algunas son fáciles de identificar pero algunas no son muy comunes, las más comunes en una familia son:

Redondas: Este término hace referencia las letras minúsculas regulares.

Cursiva: En otros términos también se le denomina itálicas, porque originalmente eran utilizadas en manuscritos italianos y se caracterizan por un ángulo de inclinación.

Negrita: Se caracteriza por tener un trazo un poco mayor a la redonda o regular, existen diversos tipos de negritas según su grosor como la *black*, *ultrabold* o *heavy*.

Fina: Su trazo es menor al de la redonda, los trazos menores aun que éste, se denominan “superfinas”.

Estrecha: es una versión comprimida de la redonda, sus características son las mismas pero su proporción es diferente, suelen verse más alargadas, pero es debido a que su anchura se ve reducida.

Redondas *Cursiva* **Negrita**
Fina Estrecha Estrecha

► Figura 37. Variables en una familia tipográfica

Ancha: es una versión expandida de las redondas, su trazo es más ancho y ocupa más espacio, a diferencia de las estrechas. (Universidad de Palermo, 1994)

▷ Fuentes

Es un conjunto de letras, blancos y signos de una clase y estilo específicos. Una fuente, para estar completa, necesita más que sólo las letras del abecedario, para tener una fuente completa esta debe contener:

Mayúsculas: entre ellas la cedilla (Ç) y la tilde de la n, así como las ligaduras a/e y o/e

Minúsculas: Que son los mismos caracteres de las mayúsculas agregando las ligaduras f/i, f/l, f/f y f/f/i

Versalitas: Que son letras con las características de las mayúsculas pero a un menor tamaño, aunque mayor a las minúsculas; se encuentran principalmente en las fuentes que tienen remate.

Números de caja alta: Son de la misma altura que las mayúsculas, utilizadas para textos en mayúscula.

Números de caja baja: Tiene la altura de x, son más comunes en las fuentes con remate o serifa.

Cursivas: Una cursiva bien creada debe tener un ángulo de inclinación de 12°, para poder ser bien apreciado por la vista.

Puntuación y caracteres misceláneos: Estos pueden variar entre unas familias y otras.

Ornamentos: También llamados *dingbats*, y son aquellos símbolos diseñados para ser utilizados como elementos en un texto (Kane, 2002).

▷ Clasificación tipográfica

A lo largo de la historia han sido muchos quienes han intentado clasificar las fuentes tipográficas, unos tomando en cuenta su aparición, otros sus rasgos de trazo, o según el país donde fueron creadas; lo cierto es que en su mayoría cada una de estas resultan diferentes. La siguiente clasificación es manejada por Adrian Frutiger:

- 1.- Los Tipos elceverianos: Siglos XV (finales), XVI y XVII. Son aquellos en los que [...] el eje de las letras redondas se inclina hacia la izquierda (es una reminiscencia del trazado caligráfico de las letras con pluma ancha). (*Figura 38*)
- 2.- Los Tipos de transición: Siglos XVII (finales) y XVIII [...] El eje de las redondas se inclina muy poco hacia la izquierda, a veces no se inclina en absoluto, los remates son planos y el enlace con el



► *Figura 38. Tipos elceverianos*



► *Figura 39. Tipos de transición*



► *Figura 40. Tipos neoclásicos*

asta es redondeado, Los contrastes entre gruesos son más marcados. (Figura 39)

3.- Los Neoclásicos: Siglos XVIII (finales) y XIX. [...] Los gruesos de las astas son muy contratados, y los remates son filiformes y horizontales. (Figura 40)

4.- Las Egipcias: Siglo XIX. [...] se caracterizan por sus pies rectangulares y gruesos. Su uso es poco frecuente en textos corrientes. En títulos, aportan una expresión de fuerza. (Figura 41)

5.- Los palosecos: Siglos XIX y XX. Sin remate. Es el único estilo que permite variaciones horizontales y verticales en todas las series de caracteres: del fino al grueso, del estrecho al ancho. (Figura 42)

6.- Los caracteres de fantasía: Siglo XX. [...] la creación de caracteres por ordenador ha ampliado esta libertad de expresión. Un gran número de caracteres de fantasía no están concebidos para el texto corriente, si no para componer unas cuantas palabras, por ejemplo títulos impresos, de televisión, de la web (Frutiger, 2002:26-27). (Figura 43)

Esta clasificación es compacta pero específica porque logra reunir las características generales de los diversos tipos creados, ofreciendo una visión clara de la diversidad en el diseño de tipos.

Actualmente la tipografía tiene una presencia imprescindible en el diseño editorial, en publicaciones de todo tipo,

spues se ha convertido en el elemeto escencial en la interpretación y presentación de un mensaje.

La tipografía cumple la tarea de diferenciar el diseño y la ordenación de una variedad de elementos.

El diseño tipográfico significa la interpretación visual del texto, seleccionando los tipos necesarios de entre la gran variedad existente; trabajo que el diseñador debe realizar al hacer esa elección efectiva de acuerdo con las necesidades del proyecto, así la tipografía puede crear asociaciones con el lector, cuando cumple su imprescindible tarea.

La lectura fácil y la función de la tipografía son dos conceptos importantes para poder definir el uso de una fuente en específico, de ello depende la correcta transmisión del mensaje. Existen dos herramientas que pueden ser útiles en el momento de la edición de textos: el *Kerning*, que se refiere al ajuste entre pares de caracteres concretos como: LA, P., To, Te, WA, Ya etc., y el *Tracking* que ajusta el espacio entre caracteres de un bloque de texto, abriendo los cuerpos más pequeños y cerrando los más grandes. El uso de ambos es común en los ordenadores, y su implementación ofrece resultados favorables en la lectura porque regula la densidad visual de dichos textos (Ruder, 1982).

► *Figura 41. Tipos egipcios*

► *Figura 42. Palosecos*

► *Figura 43. De fantasía*

▶ 1.2.4 Color

“El color es magia visual, un lenguaje de ilusión” (Carter, 2000: 16)

El color siempre ha sido una gran incógnita para el hombre, y desde tiempos muy remotos han tratado de analizarlo para conocer su naturaleza, de donde viene y como reproducirlos; Aristóteles tuvo esta inquietud también y llegó a la idea de que existían cuatro colores básicos que se relacionaban con los elementos de la naturaleza: tierra, agua, cielo y fuego, esta respuesta no era suficiente por lo que diferentes pensadores y artistas la evolucionaron con el paso del tiempo, entre ellos Leonardo da Vinci que aceptaba la idea de Aristóteles pero especificó mejor los colores básicos, estableciendo al verde, amarillo, azul y rojo, pero agregando el blanco y el negro, al primero lo definía como el receptor de todos los colores existentes y el segundo era para él la ausencia de color, uniéndolo a la idea de oscuridad. Pero fue Newton, en el siglo XVII, quién descubrió como la luz creaba los colores, al observar el espectro en un experimento que consistía en traspasar un prisma con un rayo de luz del sol, proyectándose la descomposición de los siete colores del arco iris, mismos que al unirse se convertían en blanco; se da cuenta también que para convertirse la luz en blanca otra vez no necesita todos los colores, uniendo dos de ellos específicamente se crea la misma luz, las combinaciones son: rojo-verde,

amarillo-violeta, azul-naranja, con esto descubre los colores primarios y sus complementarios.

Como lo vimos explicado en la teoría de Newton, la luz juega un papel importante en nuestra percepción, la iluminación que existe sobre un objeto llega al sistema nervioso óptico y el cerebro lo interpreta como color; el ojo humano se adapta a las circunstancias por lo que el color varía por el tipo de luz utilizada y cuánto está iluminado el objeto, el material del que está hecho y los pigmentos que contiene influyen también.

Existen tres tipos de células visuales en la retina del ojo humano, que son sensibles a las diferentes ondas de luz, creando impresiones ópticas y sensaciones, a las que le llamamos colores primarios: azul (azul violáceo), verde y rojo (rojo anaranjado). Así también existen 8 posiciones extremas de impresión del ojo, que se denominan colores elementales, que a su vez se dividirán en acromáticos, el blanco y negro, y cromáticos amarillo, magenta, cyan, azul violeta, verde y rojo naranja (Küppers, 1992).

Los colores acromáticos cuentan con tres características variables:

Tono: que se refiere a la inclinación de un color hacia el siguiente, esto permite clasificarlos, como podría ser un tono rojo naranja.

Valor: se da por la claridad u oscuridad de un color, al añadirle negro o blanco se puede variar el valor de un color, los que contengan mayor cantidad de negro se volverán oscuros, mientras a los que se les añade blanco pueden volverse más luminosos. Existen dos escalas de valores, en la que se utiliza solamente blanco y negro es denominada acromática, mientras que en la segunda, cromática, se usa el blanco y otro color cualquiera.

Saturación: se refiere a la pureza de un color, sin añadirle ningún otro, al tener el máximo de brillantes se dice que es un color puro, si se tiene una intensidad débil o con grados de gris en él, se le llama insaturado (Wong, 1999).

Es vital entender que un color varía indudablemente, al ser modificado su valor, tono o saturación y que si se cambia sólo una de estas características todas cambiarán indudablemente, el valor modifica la saturación, ésta a su vez modifica el valor y al modificarse al tono el valor cambiará de igual manera.

Las variaciones de estos colores son infinitas, al existir en el ojo infinitas sensaciones, a la que puede ser la máxima se le dará el porcentaje de 100, y al mínimo de esta sensación lo representa el 1%, con lo que podemos mostrar si el color contiene un porcentaje mayor o menor de cada color primario. Así también se crearon los círculos cromáticos para organizar e inter-relacionar los colores,

existen diversos círculos cromáticos, que van de los más complejos a los más sencillos, contando con diferentes tipos de variaciones.

Actualmente existen dos sistemas de color por los cuales nos regimos, cada uno cuenta con colores básicos que se descomponen para crear una infinita gama de colores:

El RGB, por las iniciales en el idioma inglés de los colores primarios: Red-rojo, Green-verde, Blue-azul, que con la mezcla de estas tres luces entre sí crean un espectro de color, del que se tomarán diversos colores; al no haber luz, el negro aparece en este sistema; al hablar de luces nos podemos dar cuenta que este sistema fue creado y es utilizado por las tecnologías avanzadas, elaboradas con materiales que fosforecen en el verde, azul y rojo, como son el televisor, monitores de computadoras, proyectores de videos, entre otros. Se denomina Sistema de Colores Aditivos.

El sistema CMYK, por usar los colores Cian, Magenta, Amarillo y Negro (Cyan, Magent, Yellow, Black), también llamado sistema de los colores substractivos, ya que al tocar la luz una superficie los pigmentos absorben las ondas y se reflejan ciertos colores en el ojo, es evidente que ninguna mezcla de estos colores dará como resultado al blanco, a diferencia del sistema RGB, en el sistema CMYK se utilizan pigmentos por lo que los medios im-

presos se rigen por este sistema, y al no poder crearse el blanco sólo se obtiene si el sustrato es de ese color.

El color tiene tal importancia en nuestra percepción, que llega a influir en la conducta humana, en las emociones y estados de ánimo; claro está que esta influencia será subjetiva y depende de la interpretación que le de cada individuo, variando también por la cultura, dándole un concepto universal pero personal al color, aún así existen diversas teorías del color que son llamadas psicológicas, las reacciones que produce son inconscientes y determinan el lenguaje del color, poseyendo un significado y convirtiéndose el color en un signo, en nuestra cultura existen colores que se relacionan directamente con emociones o ideas específicas:

Blanco: pureza, claridad, inocencia, optimismo, esperanza, felicidad, paz, activo, luminoso, infinito y neutral.

Negro: soledad, elegancia, poder, ausencia, nobleza, luto, miedo, silencio, misterio, impuro, maligno, tristeza y duelo.

Rojo: vitalidad, poder, dolor, apasionamiento, agresividad, sensualidad, cólera, guerra, energía, peligro, ambición, dominación, emoción, dolor, poder e intensidad.

Amarillo: inteligencia, alerta, innovación, precaución, perdón, amistad, energía, ánimo, impulsivo, comunicación, idealismo, ánimo, imaginación, luminoso y verdad.

Azul: verdad, obediencia, serenidad, armonía, fidelidad, responsabilidad, profundidad, frío, amistad, sosiego, equilibrio, limpieza y depresión.

Gris: estabilidad, neutro, pasividad, indecisión, duda, melancolía, lógica.

Púrpura: serenidad, riqueza, templanza, lucidez, reflexión, melancólico, místico, ambición, belleza, orgullo, conflicto, misticismo, madurez, feminidad, independencia, inteligencia, liderazgo, silencio, nostalgia y majestuosidad.

Verde: naturaleza, moderado, alegría, prosperidad, tradicional, ecológico, relajamiento, amargura, humedad, tranquilidad, libertad, fertilidad, salud y sofisticación.

Naranja: energía, ambición, creatividad, emoción, exagerar, estimulante, positivo, competencia, plenitud y traición.

Café: seguridad, practicidad, masculino, confortable, solidez, gravedad, naturaleza, fuerza, severo, valentía, suciedad, equilibrio y realista (Granados, 2003:48).

Como se menciona anteriormente, el color puede connotar “calidez” o “frialdad”, a lo que se le denomina temperatura de un color, los colores rojos, naranjas y amarillos transmiten la ilusión de calor y los azules, verdes y morados nos recuerdan al frío; por lo que el diseñador gráfico debe tomar en cuenta todas estas características y propiedades del color, para utilizarlo de manera correcta en el diseño, con la búsqueda incansable de transmi-

tir un mensaje claro y específico, sin dejar a un lado su importancia y cómo influirá en conjunto con los demás elementos de diseño.

Debemos recordar que los colores se relacionan entre sí, un color puede transformarse ante el ojo al influir en él los colores que lo rodean, se vuelve relativo al asociarse una plasta de color con un fondo de color determinado, influyendo su luminosidad u oscuridad, frialdad o calidez, sombra o brillo; esto se debe al fenómeno de percepción llamado contraste, en el que al estar en contacto los colores afectan en ellos las diferencias que tienen; de valor, cuando se yuxtaponen colores claros con oscuros y se realiza una variación al influir uno sobre el otro; o de temperaturas, siguiendo la idea de que existen colores que dan la sensación de frío o caliente, y al trabajar con dos temperaturas totalmente opuestas se da el contraste. El contraste por saturación o cualitativo se da cuando se trabaja con un color luminoso y otro sin resplandor; cuando existe una relación de mucho y poco, se da el contraste cuantitativo, como sería el caso de utilizar una gran cantidad de un color junto a una pequeña zona pintada de otro.

Se habla constantemente de armonía en el color, a lo que entendemos como equilibrio, generalmente la asociamos a las sensaciones agradables, y para llegar a ella se utilizan colores complementarios. De acuerdo con Newton se necesitan estos colores para llegar a la luz blanca, es por

esto que autores, como Nicolson-Journal llegan a la solución de que sólo existirá armonía si la unión de los colores llega al blanco, por lo que al no haber relación entre ellos el ojo se encuentra en estado de equilibrio, o en caso de no encontrarlo, se esfuerza por crear un balance, como en el caso de visualizar por algunos segundos un cuadro blanco sobre un fondo negro y posteriormente al cerrar los ojos, el cerebro trabaja y se queda la imagen de un cuadro negro en lugar de un cuadro blanco (Itten, 1994).

Considerando lo anterior, la utilización del color en un diseño editorial debe ser cuidadosa y bien calculada, por lo que diversos diseñadores han escrito sobre la importancia de utilizar los colores correctamente en una composición, los cambios que traen consigo, así como los beneficios y desventajas sobre utilizar ciertos colores en las publicaciones:

Negro: el negro es complejo; puede resultar sexy, autoritario, poderoso, amenazador, intrigante, rico, deprimente, apagado, lujoso, atemporal, tener textura y en numerosas ocasiones será al menos dos de todas esas cosas al mismo tiempo; debe evitarse usar el negro en la portada, en las páginas interiores puede ser muy llamativo. En psicología del color, son muchos los que creen que el negro implica sumisión.

Blanco: el blanco es casi tan complejo como el negro, las asociaciones con él psicológicamente son inocencia, pulcritud, riqueza y pureza, pero

también puede ser estéril y neutral hasta lo anodino; es utilizado en las publicaciones como color de fondo al ser neutral.

Rojo: la vitalidad extrema del rojo tiene ventajas y desventajas es agresivo y puede reducir a la invisibilidad a otros elementos de la página, pero es una garantía a la hora de capturar la atención y se ha comprobado que provoca una poderosa respuesta emocional en el observador, acompañada de aceleración del ritmo cardíaco y respiratorio.

Azul: al ser pacífico y sereno, induce al organismo a generar sustancias químicas sedantes, pero ha de escogerse cuidadosamente cuándo emplearlo, también puede resultar frío y deprimente.

Amarillo: el amarillo es el color que más resistencia ofrece al ojo, por lo que resulta potencialmente abrumador, posiblemente ésta es la razón por la que se considera una elección poco acertada como color de portada.

Violeta: empleado de manera correcta el violeta o morado induce asociaciones de lujo, riqueza, romance y sofisticación, pero también puede llegar a ser demasiado femenino o falta de aplomo.

Naranja: nuestras asociaciones con el naranja son buenas: emotivo, vibrante y alegre, pero puede ser un color difícil de usar, ya que cuando se acerca demasiado al rojo es potencialmente apabullante y cuando lo hace al amarillo puede parecer descolorido.

Marrón: otro color “natural” con asociaciones positivas es el marrón claro, implica autenticidad; mientras que el oscuro recuerda a la madera y al cuero, esta combinación de cualidades los hace especialmente atractivos para dirigirse al público masculino (Zappaterra, 2008:30).

▶ 1.3 Web

La sociedad actual se ha transformado, la globalidad informática permite llegar a un público muy amplio, pero no específico, añadiendo las características de la vida cotidiana donde las personas se han acostumbrado a recibir una gran cantidad de información día a día y con tal rapidez que los publicistas y diseñadores gráficos han cambiado la manera en que construyen un mensaje, ahora los anuncios ocupan más simbolismo en lugar de hablar directamente del producto publicitado; el espectador y posible consumidor desea obtenerlo todo instantáneamente, ya no quiere esperar, las nuevas tecnologías nos facilitan esta labor diaria.

Como se ha visto en otros capítulos el diseñador gráfico ha evolucionado en conjunto con el desarrollo de la tecnología, por lo que debe entender y resolver que el mensaje enviado estará compitiendo constantemente con un gran número de mensajes, que serán leídos en diferentes situaciones por un público que también difiere en su cultura, por lo tanto el mensaje debe adaptarse según el público y los nuevos canales de comunicación (Glenwright, 2001).

▶ 1.3.1 Antecedentes

Los inicios de la internet datan del año 1969, cuando se crea la primera conexión de ARPANET, entre cuatro universidades: Stanford Research Institute, University of California Los Angeles, UC Santa Bárbara y la Universidad de Utah, todas estadounidenses; esta conexión contaba con 4 servidores, uno para cada universidad y utilizaba un lenguaje de programación complejo y basado en comandos de texto. Tan memorable éxito llama la atención del Departamento de Defensa de este país y lo empieza a utilizar para asuntos militares y científicos específicamente.

En 1980 se crea el primer e-mail, con el que sólo se permite enviar datos de texto, por lo que al código web se le denominada HTML (Hiper Text Markup Language). Nueve años después, el suizo Tim Berners-Lee tiene la inquietud de enlazar las redes de internet para que se pudieran cruzar e intercambiar información por todo el mundo llamándola “World Wide Web” (amplia telaraña mundial) y crea una aplicación para navegar por ellas, “Enquire”, esta excelente idea fue ignorada por varios años debido a su inestabilidad y lentitud, pero fue hasta 1992 que Marc Andreess se interesa por la WWW y crea un navegador con una interfaz, denominada “Mosaicfor X”, para ser utilizada en los ordenadores de bajo sistema Unix y Lunux; pero tuvo que ser modificada posteriormente para utilizarse en los ordenadores PC y Apple Macintosh. Con gran éxito

fue puesta en circulación en la red y más de un millón de personas en el mundo la comenzaron a utilizar.

Diversas compañías en todo el mundo empezaron a utilizar la internet como medio comercial a partir de 1994 y las transacciones empezaron a efectuarse por medio de ella de manera segura, lo que condujo a una gran ventaja para las ventas. En ese mismo año Muriel Cooper desarrolla un proyecto para agregar símbolos tipográficos que ayudaran al usuario a moverse dentro de la página, el Netscape, heredero directo del Mosaic pero con nuevos iconos en el panel de control como “buscar”, “parar”, “cargar imágenes”, “imprimir” y “abrir dirección”. Un año más tarde aparece el primer navegador de Microsoft: Internet Explorer.

El sistema HTML seguía siendo muy tosco y los diseñadores necesitaban un “software” que no fuera tan complicado y permitiera el uso de imágenes en la red, con lo que Microsoft creó paquetes de software para edición web, que han ido evolucionando y siguen vigentes.

Estos fueron los inicios de la internet y cabe mencionar que actualmente el código HTML es el sistema actual, solo que es apoyado por programas de incrustación especiales para la red, llamados “applets” (pequeña aplicación) que permiten utilizar sonidos, videos y animaciones (Royo, 2004).

▶ 1.3.2 Composición

El principio que dominaba la creación del lenguaje HTML, era el envío de datos, no importando su apariencia, pero al aplicarse este sistema como efectivo en la publicación de información a nivel mundial, surgen algunos inconvenientes en la comodidad del usuario. La publicación de páginas en lenguaje HTML estaba desprovista de atractivo visual, lo que abrió un nuevo campo para el desempeño del diseño gráfico; de ahí surge la creación de la Interfaz Gráfica del Usuario (GUI) que utiliza un lenguaje fácilmente comprendido por éste, a fin de satisfacer sus necesidades evitando cualquier obstáculo que imposibilite alcanzar sus intereses.

En el proceso de planeación hay dos fases que deben cumplirse para poder llegar a la etapa de diseño:

1.- La definición del sitio y su planificación: donde se establece a qué público se dirige el sitio web, sus intereses y las capacidades de este para acceder y asimilar la información, tomando en cuenta que la manera en la que los usuarios asimilan la información contenida en un sitio web, sugiere el empleo de información en fragmentos pequeños ya que son mejor comprendidos y manejados, a diferencia del empleo de textos largos.

2.- La arquitectura de la información: fase en la que se define el contenido y publicará en el sitio para estructurar el sistema de navegación, que permitirá obtener el mejor

resultado en el menor tiempo posible. Para ello habrá que jerarquizar la información según su grado de importancia y posteriormente habrá que establecer la estructura de vinculación interna del sitio.

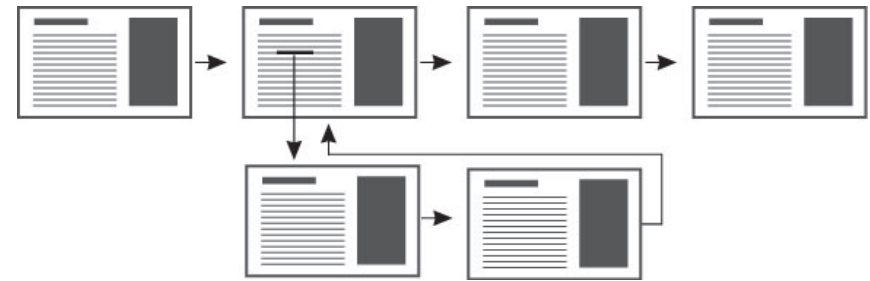
Existen varios tipos de estructuración los cuales son:

Estructura secuencial: Es una de las maneras más sencillas de organizar la información porque esta aparece de manera lineal en un orden lógico que puede ir de lo general a lo específico. (Figura 44)

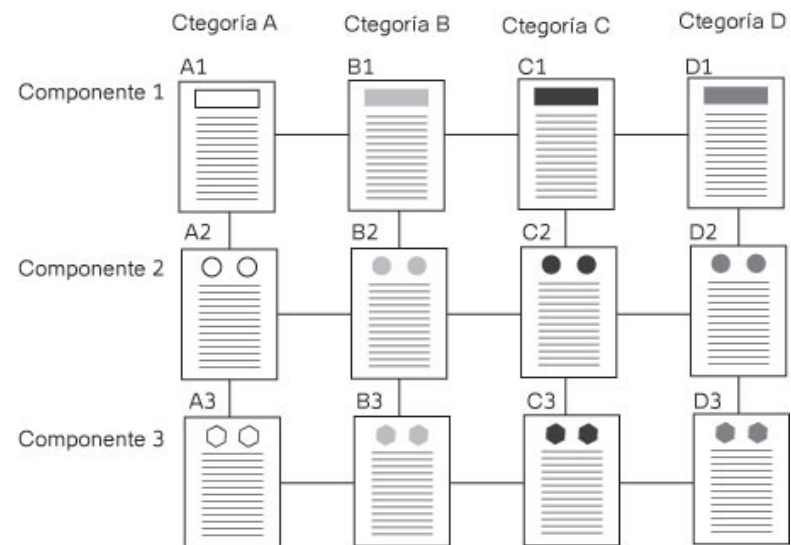
Retícula: Este tipo de estructura es dirigida a públicos especializados porque la información no tiene un orden jerárquico específico y esto puede confundir a quien no entienda las relaciones entre las diversas categorías de información. (Figura 45)

Jerarquías: Estos esquemas funcionan adecuadamente siempre y cuando la información este debidamente bien definida y organizada, es muy útil para empresas, páginas que parten de una página de inicio. (Figura 46)

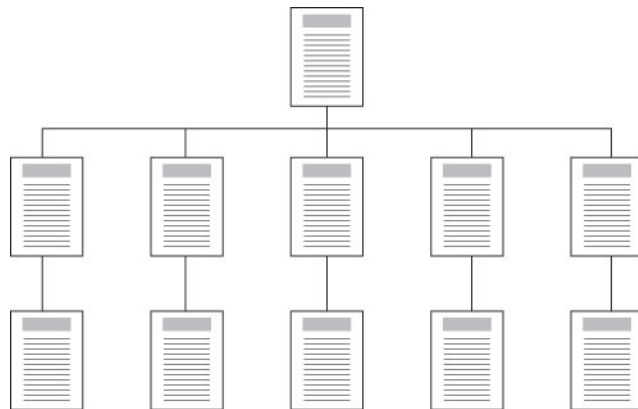
Telaraña: Es llamada así por la gran cantidad de vínculos que pueden crearse en esta estructura, tanto entre las páginas de un sitio web como hacia páginas exteriores. Su fin es imitar el flujo de las ideas y permitir al usuario navegar según sus intereses, sin tener que seguir forzosamente un orden estructural. (Figura 47)



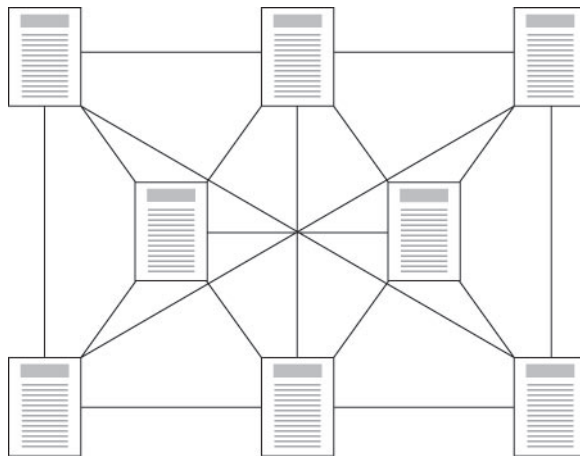
► Fig. 44 Estructura secuencial



► Fig. 45 Retícula



► Fig. 46 Jerarquías



► Fig. 47 Telaraña

Cada una de estas estructuras puede funcionar siempre y cuando sea compatible con el tipo de información manejada. Para poder aplicar una estructura adecuada es primordial la elección del formato, este se determina en píxeles (px), unidad de medida utilizada para la pantalla; el tamaño estándar es de 480px de alto por 640px que permite la visualización completa en monitores reducidos y que fácilmente puede adaptarse a medios impresos según sea el caso; existen otras medidas comunes: 600px de alto, por 800px de ancho y 768px de alto, por 1024px de ancho, que son utilizadas según la exclusividad del público.

Otro factor importante en la estructuración es definir la longitud de las páginas empleadas, hay que recordar que la pantalla no permite más que la visualización de una sola página a la vez y suponiendo la utilización del formato estándar para web 480px de alto por 640px, la longitud de página corresponde a las veces que un formato de estas medidas se emplea para colocar información.

Especialistas en la materia han hecho análisis donde el resultado expresa que el uso de la barra de desplazamiento, que es la que permite visualizar la información completa al desplazarse hacia arriba o hacia abajo; causa desorientación en los usuarios al perder de vista la información de navegación (menús y enlaces). Por eso es conveniente el empleo de no más de dos pantallas en la creación de páginas web, sobre todo en las páginas principales

y páginas menú, ya que existen ciertos casos donde se publica información especializada de contenidos extensos donde podrán requerirse más de dos páginas y que usualmente no son destinadas a leerse en pantalla, más bien para descargar la información y leerla posteriormente o en todo caso imprimirla.

Para determinar la longitud de página es necesario considerar los siguientes factores:

- 1.- La relación que existe entre la página y el tamaño de la pantalla.
- 2.- El contenido de cada página
- 3.- El uso de la información: si será para visualizar en pantalla o se dispone para descargarse y leerse posteriormente.

Estos factores ayudarán a determinar la longitud de página más adecuada para cada proyecto. Es necesario también, determinar la cantidad de páginas que conformarán el sitio, considerando en cada momento la comodidad del usuario para no caer en el error de emplear demasiadas páginas que podrían agotar a quien esta navegando y hacerlo desistir de su propósito inicial (Linch, Jorton, 2000).

Terminando las fases anteriores, ya se puede establecer un estilo gráfico para el sitio web, éste debe identificarse

con la información a publicar, debe existir una asociación gráfica con el tema que se está hablando; la semejanza entre las páginas que conforman el sitio web define una continuidad en la información (Götz, 2002).

La aplicación del estilo gráfico debe realizarse tomando en cuenta un patrón de módulos en una misma retícula, la utilización de elementos gráficos (fotografías, ilustraciones, multimedia, textos, etc.) similares y la organización de éstos (Royo, 2004)

▷ Elementos de composición en el diseño web

El diseño gráfico en una página debe ser suficientemente atractivo como para lograr que el espectador permanezca visualizando toda la información; por diversos factores algunas páginas suelen tardar más tiempo en cargar que otras, y es precisamente en estos casos que la oferta del diseñador debe ser prometedora, para lograr que el usuario esté disponible hasta que el sitio cargue en su totalidad. Una manera de evaluar la eficacia de un diseño es, considerando el impacto que causa el bloque principal de 10 centímetros de la página inicial, ya sea que este encabezado se trabaje con texto o con imagen, debe dar significado a toda la página al ser la primera impresión del usuario y establecer el vínculo con el tema general, la con-

gruencia entre el encabezado y lo que la página ofrece es la primer prueba que enfrenta el diseño ante el usuario.

Retículas

El diseño gráfico tiene como función establecer un balance entre el estímulo visual y la información gráfica, la organización espacial de textos y gráficos genera un impacto en el usuario, que dirige su atención y hace que su interacción sea mayormente agradable. En esta fase es primordial la creación de una jerarquía visual precisas, donde los elementos de mayor importancia resalten y los contenidos sean lógicos (Linch, Jorton, 2000).

Aunque el empleo de las tecnologías ha ocupado un lugar importante como medio de publicación, las retículas y métodos para el diseño de información electrónica suelen basarse en las existentes para el diseño impreso, pero existen ciertas diferencias tales como el software de diseño que en el caso digital es trabajado mediante programación, las diversas formas en las que el usuario puede configurar su navegador, las capacidades de su equipo de cómputo, el uso de colores y tipografías se ve en cierto modo reducido, al depender básicamente de lo que el usuario tenga disponible para la visualización del sitio.

Se enlistan los tipos de retícula propuestos por Götz:

Retícula visual: Donde todos los elementos empleados permiten la visualización inmediata de la información, haciéndola resaltar.

De tiempo y movimiento: tiene como característica principal el empleo de elementos con movimiento, enfocando la atención del usuario a ellos.

Retícula cromática / Retícula de sonido: parte del buen empleo del color para definir zonas espaciales, donde responde con sonidos y cambios cromáticos según la interactividad del usuario con el sitio.

Retícula de referencia: es definida según los ajustes del usuario, en algunos casos los textos pueden variar según la capacidad del navegador utilizado, así como por las preferencias de éste al desactivar la visualización de gráficos, permitiendo sólo la información escrita que en ciertos casos tiende a desorganizarse otorgando un resultado distinto al inicial.

No existe una retícula de diseño general para páginas web, sin embargo, el primer paso es la creación de la retícula básica, formada por módulos proporcionales al tamaño de la pantalla; utilizando el tamaño estándar que es 480 px de alto por 640 px de ancho se tiene un área útil que puede dividirse de manera vertical y horizontal en filas y columnas de igual

tamaño, obteniendo así un sin fin de modulaciones, pues entre más sea detallada dicha retícula, mayor será la flexibilidad en la composición; el formato apaisado obligado en pantalla favorece una mejor distribución de los elementos, permitiendo una mayor cantidad de columnas disponibles.

Una vez establecido el tamaño y después de haber trazado la retícula modular, se comienza el proceso de maquetación, en el que se decidirá la disposición más adecuada de los elementos gráficos, el área para textos, de imágenes, y el área de navegación; esta fase es el proceso de bocetaje de una página es necesaria la experimentación para definir con claridad que propuesta puede ser más útil de emplear, considerando siempre, que la maquetación definida para una página debe ser empleada para todas las páginas que conformaran el sitio; de esta manera se crea una identidad visual que logre captar la atención y permanencia del usuario en el sitio y a su vez, otorgue una mejor orientación. Otra ventaja al establecer una maqueta general para el sitio, es el evitar la creación de una maqueta por página y el ahorro de tiempo en tal proceso. Es aconsejable realizar la maquetación en base a las páginas internas del sitio, donde normalmente aparece la mayor parte de la información, no tomando en cuenta la página de inicio que comúnmente solo ofrece una visualización rápida de los contenidos (Götz,2002).

Menús de contenido

La correcta organización de la información se logra cuando la navegación en el sitio no resulta complicada y el empleo de los textos no hace esta experiencia; la utilización de menús de contenido es un buen complemento en el manejo de la información, porque son útiles para ubicar al usuario y evitar que este se pierda mientras navega, además de que publica en un espacio reducido la información disponible en el sitio; el lugar idóneo para colocar un menú de contenido o barra de menú es en la parte superior por debajo del encabezado o a la izquierda de acuerdo con el orden de lectura, también es recomendable colocarlo en la parte superior de la página para que el usuario no tenga que desplazarse nuevamente hacia arriba hasta localizar el menú superior; en todo caso se puede sustituir por un vínculo hacia la parte superior o hacia la página principal cuando la lectura concluye y no hay más información consecutiva (Linch, Jorton, 2000).

Tablas

Además de las barras de menús, existen otros elementos importantes involucrados tanto en la organización de la información como en el diseño dentro de los más comunes se encuentran las tablas, que favorecen mayormente la composición de una página.

El empleo de tablas para la administración de textos es un recurso necesario para la creación de columnas, cuando una línea contiene más de doce palabras la lectura se vuelve incómoda, si entre el principio y final de la línea existe un espacio considerable, el ojo debe hacer un salto para trasladarse al inicio de la siguiente línea provocando que el lector se pierda y deba emplear unos segundos extra para situarse en la línea correspondiente; las columnas pueden ser una solución eficaz a este problema estableciendo una longitud de líneas confortable, además de proporcionar flexibilidad en la administración del espacio para generar variaciones en la composición. Otra aplicación práctica de tablas aparece en la tabulación de información y en la combinación de diferentes alineaciones de texto, cuando se requiere de un orden específico para favorecer la lectura sin necesidad de que la tabla sea visible sino sólo el contenido (Linch, Jorton, 2000).

Marcos

Estos son empleados para organizar una página de manera funcional, sobre todo en los sitios donde la información que se publica es actualizada o sustituida de manera constante. El uso de marcos es la publicación de varios documentos HTML al mismo tiempo, lo que permite el manejo de la información de forma individual, así se puede eliminar contenido de un marco mientras que los demás

guardan su configuración, además de que éstos ofrecen al usuario, diferentes formas para acceder a la información que necesitan (Linch, Jorton, 2000).

Enlaces

Es necesaria su presencia en cualquier sitio web, pues son quienes permiten la navegación en el ciber espacio y el contacto con otras páginas del mismo sitio. Un enlace puede ser colocado tanto en las barras de menús o dentro de los textos de un sitio, para hacer al lector una invitación a visitar otra página que contenga más información sobre el tema que está leyendo; el usuario es quien tomará la decisión de navegar en otra página, pero es el diseñador quien decide la probabilidad de que esto suceda, ya que la ubicación de los enlaces debe ser moderada para evitar distracciones en el lector que lo hagan perder la fidelidad al sitio (Linch, Jorton, 2000). La mayor recomendación en el empleo de enlaces es que el vínculo, tanto exterior (fuera del sitio) e interior (dentro del sitio) sea en una página nueva para que la página actual no se pierda y no se interrumpa la interacción del usuario con ella. Así mismo es importante la manera en la que los enlaces se colocan, es idóneo ubicarlos dentro de la lectura, sin tener que emplear oraciones específicas para el enlace puesto que hacerlo obliga a romper con el orden de la información (Linch, Jorton, 2000).

Imágenes

Existen dos formatos comunes de gráfico para diseño web, el gif y el jpg, que utilizan distintos tipos de compresión, que significa disminuir su tamaño para así evitar que un sitio tarde mucho en visualizarse porque los gráficos son de dimensiones mayores y ocupan mayor espacio en la red.

En el formato gif (Graphic Interchange Format: formato gráfico intercambiable) la compresión empleada se limita a eliminar los datos no necesarios sin que la información se pierda o la imagen se distorsione, pero resulta deficiente a la hora de comprimir imágenes con mucho de talle. Un archivo gif no puede tener más de 256 colores, pero si existe la posibilidad de reducirlos para hacer que la compresión funcione de la mejor manera. Para el uso de formato gif en la web existen variantes que se aplican según las necesidades de cada proyecto; como el gráfico entrelazado que ofrece una mejor posibilidad de descarga en un sitio, puesto que el formato gif convencional carga en una página desde arriba hacia abajo descubriendo línea por línea, pero el gif entrelazado se descarga de manera completa en una baja resolución y a medida que se va descargando la calidad aumenta hasta que la imagen se aprecia tal como es. Otra variante de este formato es la transparencia en las imágenes para poderlas colocar sobre un fondo diferente al original; y el gif animado que no es más que una sucesión de imágenes para crear movimiento.

Las imágenes en formato jpg (Join Photographic Experts Group: estándar del Grupo de Expertos Fotográficos), poseen un mayor contenido de color que el formato gif, puesto que este maneja 8bits de color y el jpg maneja 24 bits de color (mejor detallado en el apartado de color), esta gran diferencia aporta una gran ventaja en la web ya que este formato hace posible la publicación de imágenes a todo color donde la fidelidad del color no se compromete y existe la posibilidad de comprimirla en varios niveles pero a medida que se comprime, la imagen pierde calidad; con este sistema, se puede lograr la compresión de una imagen cien veces el tamaño del archivo original, por ello antes de editar una imagen para comprimirla es importante mantener una copia del original porque una vez hecha la compresión, la información eliminada no se puede recuperar nuevamente. Es importante mencionar que este formato de compresión fue diseñado para imágenes artísticas, fotografías, obras de arte, etc, no para la compresión de diagramas, puesto que estas manejan un contraste muy marcado entre sus formas y la compresión hace evidente una especie de ruido en esas transiciones tonales formando una imagen deficiente.

La publicación en sitios web ofrece una amplia ventaja frente a los gráficos impresos, pues en la red no existe ningún incremento de costos al incluir colores en ella, además de la fidelidad de los colores en pantalla a pesar



► Fig. 48 Aplicación de los elementos compisitivos

de que maneja una resolución común de 72 a 92 puntos, mucho menor a la resolución en los impresos que va desde 150 hasta 300 dpi (dots per inch: gotas por pulgada); sin embargo, el sistema de impresión sólo maneja cuatro colores básicos que al superponerse en distintos ángulos la combinación crea la ilusión de una gama completa de colores; que al compararse con la capacidad de una pantalla de reproducir 256 colores, la ventaja de una publicación de imágenes en web no sólo resulta más barata sino de mejor calidad (Linch, Jorton, 2000).

Multimedia

La decisión de emplear elementos multimedia en un sitio web depende en mucho del contenido; no es recomendable colocar elementos inútiles para complementar la información del sitio; se requiere una elección estratégica.

Audio

Este es un medio eficaz para la información, el considerarlo como elemento para un sitio sin duda permitirá realzar los contenidos, además de que puede optimizarse sin ningún problema y se comprime con facilidad, lo que beneficiara su reproducción en la web (Linch, Jorton, 2000).

Diapositivas

Se obtienen con una buena sincronización de audio e imágenes estáticas. La información es enviada a través

del audio y se refuerza con el uso de imágenes referentes al tema. El uso de imágenes es más flexible que el vídeo en cuanto compresión, y se pueden emplear entonces imágenes con buen tamaño y calidad puesto que esta no disminuye con la compresión (Linch, Jorton, 2000).

Vídeo

Resulta un tanto complicada la publicación de vídeos en la web debido al peso de los formatos que se manejan, en un formato NTSC (el estándar americano para vídeo y televisión) un segundo requiere un espacio de 27 megabytes de memoria y la compresión necesaria para hacerlo útil para la web dañaría las características del video para poder visualizarlo claramente, por ello es necesario considerar ciertos aspectos para la creación de un vídeo:

- Grabar en primeros planos para evitar la difícil definición de detalles que se generan al grabar en un plano general.
- Utilizar un tripié para evitar el movimiento y así lograr que las diferencias entre fotogramas no sea mucha y la compresión sea mejor.
- No realizar zoom o tomas de panorama completo usando siempre cortes completos en el cambio de escena ya que disolverlos o aplicar un barrido hará que al comprimirse, estos cambio no se reproduzcan bien.

Según el tipo de información en el proyecto será el elemento multimedia que pueda servir de apoyo. Aquí dos

recomendaciones generales a considerar cuando se publican elementos web.

a) Si el público meta del proyecto es especializado y llegará al sitio por un interés propio es posible el empleo de herramientas adicionales como plug-ins que el usuario debe descargar para poder visualizar el contenido; ya que le interesa y está dispuesto a realizar lo que se necesita. Considerando siempre el aviso oportuno de las necesidades del sitio para visualizar la publicación.

b) Es muy importante ubicar una barra de control que permita al usuario manipular en audio, video o animación, de lo contrario esto podría resultar incómodo para el visitante (Linch, Jorton, 2000).

▷ Tipografía

Como se ha mencionado la internet está basada en el lenguaje HTML, su principal fin era compartir texto, por lo que los científicos que lo crearon no se preocuparon por un diseño tipográfico, solo tenían algunos tamaños para diferenciar los títulos de los textos, por lo que se crearon tipografías especialmente para los medios digitales, utilizándose al principio las que eran compatibles para Macintosh y Pc, pero esta lista era limitada y la legibilidad dejaba mucho que desear.

Con todos estos contratiempos se empezaron a crear tipografías para web, su unidad de medida es el pixel (px), se diseñan para un alto determinado en píxeles, por lo que no son escalables y solo se pueden proporcionar con múltiplos mayores del número de píxeles con que fueron creados, podemos tomar de ejemplo: si se diseña a 3 píxeles, la lectura se podrá realizar a 6 píxeles, 9 píxeles, 12 píxeles, y así consecutivamente.

Una buena tipografía establece una jerarquía visual que facilita la lectura de la prosa, al proporcionar tanto interrupciones visuales como énfasis gráficos, que ayudan al lector a entender la relación entre el texto y la imagen, entre los titulares y los bloques de texto subordinados” (Lynch, Horton, 2000: 79).

La tipografía tanto en medios impresos como en digitales es de vital importancia, sin embargo existe una gran diferencia entre ellas, una tipografía para web tendrá una resolución menor, ya que la pantalla de un ordenador raramente reproduce tipografías de 85 puntos por pulgada (dpi), mientras que un medio impreso utiliza fuentes de 1.200 dpi o mayor. Sin embargo la mayor diferencia entre el uso de la tipografía a través de estos medios es que está en manos de cada navegador en el que se descarga la página web, existiendo la posibilidad que la fuente usada no se encuentre disponible en el sistema, que este se configure con una fuente instalada por defecto, o puede

darse el caso que dependiendo del sistema operativo, ya sea Mac o Pc, cambie el tamaño de la letra de una manera exagerada perdiéndose el diseño de la página.

Como sabemos la tipografía para su uso en páginas web se descompone en píxeles, por lo que no es aconsejable usar estilos finos o ultrafinos, al ser muy delgadas, en caso de utilizarlas deben estar en grandes tamaños, las cursivas o muy estrechas también serán un gran problema, se establece que la tipografía acertada será normal, anchas y negritas, pero sin ser extremadamente gruesas, y tomar en cuenta también que sean de palo seco, ya que si tienen detalles se pueden pixelar, transmitiendo una sensación de desorden, y en caso de usarse con remates, estos no deben ser muy finos o estar dirigidos a logotipos como recurso llamativo hacia una área. En resumen existen 3 características de uso que deben tenerse presente para un resultado óptimo de la tipografía:

Legibilidad: es vital que la tipografía sea clara y que el interlineado sea el adecuado, para que el usuario no se canse al leer en pantalla los textos; como ya se menciona anteriormente, es recomendable que sea tipografía de palo seco y sin detalles.

Jerarquía de informaciones: los contrastes entre cada uno de los elementos de la página, entre diferentes tipos de letra, ya sean títulos, bloques de texto y espacios en

blanco, se debe destacar cada elemento o en caso contrario el usuario puede encontrarse con una “pared gris” que le resultará poco interesante, por lo que se recomienda crear una jerarquía de información clara para que el usuario se mueva a través de la página de una manera consciente y fácil.

Coordinación gráfica o consistencia: debe existir una unidad gráfica en todo el sitio web, cada página debe tener una conexión y estilo gráfico para que el usuario sepa que se encuentra en ella y este estilo debe identificar claramente al sitio web proporcionándole una identidad específica (Royo, 2004).

▷ Color

“El color sirve para atraer, seducir, asustar, excitar, habilitar y calmar” (Holzschlag, 2002:8)

El color como se menciona en el capítulo anterior es subjetivo, al estar involucrado con un proceso físico y visual será diferente en cada individuo, su percepción variará y las emociones que traerá el color a su mente. Por lo que es importante para el diseñador web conocer sus características y el hecho de que los colores serán digitales, y al nombrarlos así nos referimos a que los objetos llenos de color no los tenemos físicamente, sino que se verán imágenes que los representen, el color digital solo será

luz sin tener contacto con un objeto en realidad, dejando al diseñador con la ardua tarea de transmitir en base del color para obtener una interacción exitosa con el usuario ante la pantalla.

Como sabemos el monitor de una computadora trabaja con luces lo que proporciona el color, por lo que se basan en el sistema RGB (Red-Green-Blue), y cada monitor tendrá una cantidad de colores dependiendo del número de píxeles con que trabaje, generalmente las personas ocupan equipos que sólo cuentan con 256 colores llamados de “8 bits”; pero existen otros con “24 bits”, esto se refiere a que las imágenes se construyen con 24 bits de memoria a cada píxel, que divididos serán 8 bits para cada color (RGB), a esta cantidad de memoria dedicada a cada píxel se le denomina “profundidad de color”. Y es así como se da el color en una pantalla, y en cada tipo de pantalla será diferente, por lo que hay que ser cuidadosos con el uso del color pues puede representar una contrariedad como en el caso de la tipografía, en cada monitor se verá diferente y este punto debe ser tomado en cuenta a la hora de diseñar, se propone utilizar la paleta de colores básicos (“web safe”, web segura), que consta de 216 “colores seguros”, nombrados así pues pueden ser utilizados en distintos dispositivos.

El diseñador se preocupará por utilizarla en todo momento o en algunos casos que son la excepción dejará a un lado

estas recomendaciones y utilizará tantos colores como desee, pero teniendo en cuenta que la página va a ser visitada por un grupo específico de usuarios que tengan posibilidad de usar navegadores y monitores modernos.

Los colores aditivos, formados por la unión de un estímulo luminoso con otra luz, se presentan en las pantallas de los medios digitales, al ver una imagen, lo que en realidad estamos viendo es millares de puntos rojos, verdes y azules, que con su interacción crean los diversos colores que observamos. Se pueden crear varios efectos con la combinación de estas luces, y el diseñador se vale de ellos para crear curiosidad visual y atraer la atención del usuario, como son el lustre, se crea al contrastar el negro con áreas lustrosas y a su vez con el fondo, para dar una sensación de brillo; la luminosidad, es también un efecto al que se recurre, cuando se quiere resaltar algo, usando un contraste entre colores pero de manera sutil; y cuando se utilizan colores muy claros que interactúen entre sí, dan la sensación de transparencia, como si se viera a través de estos.

El efecto de contraste en colores es importante en el diseño web, en la mayoría de los casos el diseñador busca un alto contraste en el caso del texto para que la lectura sea más fácil, y si bien en algunos casos lo que se busca es un bajo contraste para que no resalte ninguno de los elementos se trata de sitios experimentales que no buscan enviar un mensaje en específico.

A los diseñadores bien educados se les ha enseñado a crear y colocar estratégicamente esas señales para burlarse, deleitar y, finalmente, satisfacer a sus visitantes (Holzschlag, 2002:153).

Un paso importante en la creación de un sitio web es la elección de la paleta de colores que utilizará en cada página de esta, seleccionando los colores de fondo, de texto y para los enlaces; esta selección servirá no solo para facilitar el proceso de diseño, también para contar con una unidad de diseño, proporcionándole identidad a la página respecto a sus colores, que pueden ser basados en la marca, en el contenido del mensaje que se envía y mayormente en las preferencias de sus usuarios potenciales; la paleta elegida transmitirá a simple vista el tema o fin del sitio, guiando al usuario, para facilitar su decisión sobre navegar o simplemente salir de ella. Esta variedad de colores será limitada para evitar la confusión, se recomienda no utilizar más de cinco colores pues pueden provocar cansancio visual o distraer al usuario.

En general las páginas web con un diseño bien planeado se enfocan en los elementos y el mensaje que quieren el usuario perciba, por lo que el fondo llega a ser un espacio neutro que no compita con los demás elementos de la página, el color encuentra su papel principal en este caso, ya que se utilizará uno que se pueda mezclar o contrastar para no imponer importancia y en muchos casos

no interrumpir con la jerarquía de información deseada, manteniendo también la integración de la página; colores suaves, con altas cantidades de gris o blanco, son los más recomendados para estos casos, hacen la lectura más placentera. Cuando se requiere agregar un “acento” a la página, para enfocar la vista del usuario en un punto determinado se puede valer también del color, utilizando un color brillante o puro que se destaque de los demás.

Aunque sabemos claramente que el color es subjetivo es necesario aclarar que existen ciertos simbolismos propios de cada color que no se pueden pasar por alto y servirán al diseñador en su camino hacia transmitir el mensaje adecuado, la web es un medio en el que la información se mueve con gran rapidez por lo que la primera visita a un sitio puede ser la única o volverse recurrente, y este primer vistazo dará la pauta al usuario inmediatamente, es cuando el uso del color se transformará en la más importante herramienta, transmitiendo una idea al instante, valiéndose no solo del contraste y demás técnicas, sino también de la psicología del color mismo pero será de mayor dificultad al ser la web un medio global y dependerán las reacciones del usuario con su realidad emocional y cultural (Holzschlag, 2002).

▶ 1.4 Atlixco

“Tu nombre se construyó en este ahuehuate perpetuo,
Se volvió mirada tu distancia y tiempo,
Caminó como lágrima que baja de tus ojos,
Se renovó para ser este puño que reposa... que reposa.”
Atlixco, Cohutec Vargas Genis (fragmento)

▶ 1.4.1 Cultura

Mundialmente es bien sabido que México es rico en cuanto a su cultura e historia, y gran parte de ella está constituida en las fiestas y tradiciones que los antepasados han heredado y que afortunadamente se siguen celebrando hoy en día; el extranjero se maravilla por la diversidad de ceremonias con las que el mexicano se compromete y disfruta, en ellas intervienen danzas, canto, música, drama, artesanías, pirotecnia, flores, vestimenta, creencias, y hace una combinación rica en esencia que despierta el deseo por expandir horizontes y explorar otros mundos y tipos de vida.



▶ Fig. 49 Tapete floral de día de muertos



► Fig. 50 Danza del Huey Atlixcáyotl

► Fiestas y tradiciones

Todo este folklore es parte de la huella histórica de las culturas prehispánicas que residieron en el territorio mexicano, pero también se da por la mezcla de éstas culturas con la de los colonizadores europeos.

El territorio atlixquense no es una excepción a esta riqueza cultural, en él se celebran diversas fiestas que incluyen ámbitos religiosos, civiles, familiares y deportivos, engalanados por la vida diaria del poblador y las percepciones de sus tradiciones. La historia de Atlixco es extensa e importante, cada uno de los hechos que la conforman influyeron en los festejos celebrados, la respuesta a el por qué de estos acontecimientos los encontramos en la especulación, en base a las historias contadas por cada generación de pobladores; así también se cree que las vestimentas que actualmente son utilizadas en fechas importantes eran la ropa rutinaria en tiempos remotos.

El traje típico de las mujeres en Atlixco recibe el nombre de “chinas atlixqueñas”, compuesto por una enagua llamada “de abanicos” y con una tela de encaje debajo de ella, arriba visten una camisa con pechera y mangas tejidas con hilo blanco y chaquira, sobre ella, cubriendo hombros y espalda, se pone una seda color amarillo de forma rectangular; los zapatos son de raso de colores, con una flor de seda adornándolos en la punta, las mujeres se adornan con joyas de

corral, perlas o azabache, unen sus trenzas con listones unidas como columpio en la parte de atrás de la cabeza.

Las festividades atlixquenses se rigen principalmente por creencias religiosas, con fechas importantes que celebrar a deidades; pero existen otras que se deben a acontecimientos históricos situados en esta región. Sin embargo, es de esperarse que algunas festividades se hayan perdido con el paso del tiempo, ante el desinterés de las nuevas generaciones, así también con gran orgullo siguen existiendo otras celebraciones que son de vital importancia para el pueblo de Atlixco, las más representativas de esta región son:

Desfile del 6 de enero

Desde hace décadas los habitantes de Atlixco celebran acontecimientos religiosos que son de vital importancia para ellos y los celebran con entusiasmo, como es el caso de la representación de los tres reyes magos que visitaron al niño Dios, esto se realizaba con habitantes de la comunidad que voluntariamente se vestían con barbas falsas, túnicas de chame y coronas elaboradas con papel, montados sobre animales de cartón aglutinado con ruedas para trasladarse de la capilla del Dulce nombre de María a las calles de Atlixco, para repartir juguetes y dulces a los niños. Actualmente el Ayuntamiento de Atlixco ha organizado un evento para rescatar esta tradición, en el que se visten de igual manera habitantes como los tres reyes magos, pero acompañados con carros alegóricos hermo-

samente adornados con diversos motivos decorativos, realizado la madrugada del 5 de enero y visitando todas las calles de Atlixco.

Tapetes de Flores

El inicio de la Cuaresma (periodo de celebración religiosa de 40 días en el mes de marzo) es coloreado por alfombras de flores, hojas, semillas y tierra de colores, que adornan las entradas de las casas atlixquenses, elaboradas por las familias antes del amanecer a partir del miércoles de ceniza y durante todos los viernes hasta el final de la cuaresma, los diseños son variados aunque cuentan con formas convencionales como cruces, estrellas, corazones, cáliz e inclusive hostias.

Festival de la Juventud

El “*Telpochllhuatl*”, es celebrado desde 1996, en el que grupos de jóvenes, menores a 19 años, presentan danzas características de su comunidad o pueblo, por esto es llamado festival de la juventud; esta festividad se creó con el fin de rescatar los valores culturales e históricos de cada lugar y así las nuevas generaciones aprenden las expresiones de música y danza que los respaldan como parte de una cultura.

Fiesta de los Niños Danzantes

Así como existe una festividad en la que los jóvenes son los protagonistas, también se creó el “*Mitotillhuatl Konemej*”

o Fiesta de los Niños danzantes, en el primer domingo de abril se realiza este festival que preserva la cultura en los más pequeños de las comunidades, en este caso también fungen como danzantes los infantes, el cerro de San Miguel es el marco para esta manifestación cultural.

Celebración del 4 de mayo

En Atlixco se vivió un momento histórico realmente importante a nivel nacional, un 4 de mayo de 1862, el pueblo indígena luchó desde el puente de Los Molinos hasta el centro de la ciudad de Atlixco, contra el ejército conservador, dispersándolos para impedir la intervención de los enemigos en la ciudad de Puebla. Actualmente se celebra con un desfile, por las calles principales de la ciudad de Atlixco, este hecho histórico, rindiéndose honores y con discursos de las autoridades municipales sobre esta fecha tan importante.

Celebración del Árbol del Ahuehuete

Este festejo se da lugar en el parque del Ahuehuete, nombrado así por el mismo árbol que se encontraba en ese lugar, y aunque actualmente no existe los pobladores decidieron sembrar otro del mismo tipo como conmemoración. El domingo más cercano al 12 de mayo rige tal celebración, la importancia de este árbol data de las creencias prehispánicas, que cuentan que en ese lugar encontraron al águila con su nido hecho de hermosos plumajes, y por lo cual se establecieron ahí los teochichime-

cas y lo nombraron lugar sagrado. Los pobladores visten sus trajes regionales y portaban un águila disecada en lo alto del árbol, como recuerdo de lo acontecido ahí; las autoridades municipales se hacen presentes en el lugar y realizan un discurso alusivo a tal evento.

Festejos San Félix I

San Félix es el patrono elegido por los Atlixquenses, protector de los trigales y labradores, y celebran su fiesta el 22 de mayo, en las iglesias se efectuaban novenarios y en el primer domingo se realiza una gran fiesta, que comienza con bailables frente a las iglesias, como “El tlaxcalteco”, son de la región, y se queman toritos de fuegos artificiales. En el zócalo de Atlixco se reunía un gran grupo de personas, las mujeres bailan con canastos en sus cabezas llenos de flores, frutas y fuegos artificiales. El sábado anterior a la misa principal se realiza una peregrinación, las personas llevan sombreros de palma y con adornos hechos por anís y ajonjolí, se les cosen panes a los sombreros que son bendecidos en el altar mayor de la Parroquia de la Natividad; así emprenden las visitas a las 10 iglesias de Atlixco, rezando un misterio en cada una, al finalizar el recorrido reparten el trigo y pan a todos los habitantes y se prende el último torito de fuegos artificiales en el Parque del Ahuehuete.

Fiesta de San Miguel

Esta gran celebración se lleva a cabo en el cerro de San Miguel, el 28 de septiembre, se realiza un desfile con grupos

de jóvenes en parejas, uno de ellos viste una máscara de timbre pintada con muchos colores y portan ropa volteada, su pareja viste prendas de mujer y sus caras las cubren con paliacates rojos. Como representación del mal desfila un hombre con una máscara de madera y con cuernos pintada de rojo, su vestimenta es negra, al lado de él desfila un niño vestido de arcángel y cargando un machete, como representación de San Miguel, y actúan una batalla, al finalizar el recorrido se celebra una misa al aire libre.

Huey Atlixcayotl

En el mes de septiembre se celebra la mayor fiesta de Atlixco, el Huey Atlixcayotl, la cita es el último domingo del mes de septiembre en el cerro de San Miguel. Pero un domingo antes de esta fiesta, las tres regiones de los alrededores, (el Valle, la tierra Caliente y el Volcán), se reúnen para festejar el Atlixcayotontli, realizando bailes representativos de cada región, empezando con las danzas de Atlixco, por ser anfitriones, y seguidos de las diferentes comitivas visitantes; la vestimenta de cada región se hace presente en tal muestra cultural, la música y danzas también identifican a cada una de ellas. Concluyendo con el ritual del “Palo Volador” y al terminar, todo el público participa en el “Fin de Fiesta”, bailando libremente. El siguiente sábado al atardecer se elige la Xochichuatl o “mujer flor”, coronación llevada a cabo enfrente del Palacio Municipal, para obtener tal honor se elige de cada región una digna representante, que muestre con



► Fig. 51 *Procesión de semana santa en Atlixco*



► *Fig. 52. Jeripa, dulce típico de Atlixco*

gran orgullo la vestimenta, danza, música y lengua de su región; al ser elegida se le nombrará como Xochicíhuatl (mujer flor) y bailará junto a dos Xochipilmes (florecitas) con explosivos pirotécnicos en la cabeza como muestra de su valentía y belleza.

Al otro día, domingo, a las 10 de la mañana se celebra el tan esperado HueiAtlixcayotl, en el que “La música azteca” inicia sus danzas con “La Llamada”, siguiéndole los diferentes grupos de danzantes de cada una de las once regiones etnográficas del estado de Puebla (La Huasteca Poblana, el Totonacapan Poblano, la Sierra Norte de Puebla, la Región de los Llanos, los Valles centrales, la Región de los Volcanes, la Tierra Caliente, la Mixteca Poblana, la Región Popoloca, la Cañada Poblana y la Sierra Negra).

Entre las danzas y los bailes representados podemos apreciar varias versiones de “Moros y Cristianos”; las danzas de “Los Vaqueros” con sus variaciones; la danza de “los Tecuanis”; la danza de “Los Quetzales”; la “Danza de los Negritos” y una gran cantidad más...(Malpica, 2007:178).

Como se realizó en el Atlixcayotontli se cierra con el ritual de “Los Voladores” y todos los espectadores y danzantes participan en el “Fin de Fiestas”

Celebración a Santidades

Los habitantes de Atlixco son muy devotos a algunos santos y figuras religiosas, en los que se apoyan para pedirles bendiciones en su vida, como es el caso de San Mateo, San Miguel, Virgen de la candelaria, la Divina infanta, San Rafael; y en estas fechas se celebra una fiesta que consiste en visitar las iglesias y participar en la misa, realizar bailables a las afueras de las iglesias, como el de “Moros y Cristianos”, adornar las calles principales y disfrutar de ferias que ofrecen comida y diversión para los habitantes.

▷ **Gastronomía**

Está influenciada principalmente por la comida de la capital poblana, referencia de esto son el Mole Poblano, los Chiles en Nogada, y otros guisos populares. Los platillos que destacan en la región principalmente son los llamados “antojitos mexicanos”: los pambazos, tostadas, clacloyos, chalupas y tamales; otros platillos propios de Atlixco son la cecina, el pozole, el consomé Atlixquense y truchas condimentadas en diferentes formas.

Los dulces típicos de Atlixco son: jamoncillo de pepita, jeripa (natilla de harina de arroz servido en cazuelas pequeñas de barro), doraditas de trigo, palanquetas, alegrías, fruta en conserva y cristalizada, helados y nieves de los cuales destaca el famoso sorbete; las bebidas típicas son el chilatole, atole de piloncillo y el pulque.

La elaboración de pan ofrece una gran variedad pero los panes que identifican a la región son; el quintalero, pan de muerto, colorados, cocoles y pan de fiesta.

Existe una gran variedad de platillos que hacen de atlixco un lugar rico en gastronomía, Publicación del Gobierno del Estado de Puebla (2003)

▶ 1.4.2 Historia

Los antiguos indígenas creían en un orden cósmico que podía reflejarse de forma idéntica en la tierra; en la época prehispánica el valle de Atlixco se consideraba sagrado por su ubicación central entre los cerros: Xochitcatl, Macuilxochitepl y Coatepetl que correspondían a la “Geografía celeste” espacio terrestre que se identifica con el orden de los astros; de la constelación de orión. Los indios observaban el orden celeste para reproducirlo en la geografía y así lograban la armonización celestial y terrestre con sitios bien distribuidos geoméricamente.

Debido al carácter sagrado que otorgaron al territorio del valle de Atlixco, fue deshabitado y ocupado solamente para hacer guerra florida (Malpica, 2007).

Algunos vestigios antiguos hallados en este valle otorgan datos que comprueban la presencia de muchas culturas y etnias, que se establecieron en este territorio o que simplemente estaba en su camino, se sabe de la presencia de

[...] algunos coatlapanecos, provenientes de Tlapa, Gurrreo emparentados lingüísticamente con los ixcatecos, mazatecos y mixtecos, cuyo culto principal era la serpiente cóatl; así como el paso migratorio de grupos olmecas xicalanas, nonohualcas, chalmecas, xochimilcas, chichimecas-

totomihuaques y chichimecas-cuautinchantlacas y hasta acolhuas dando lugar a que en la región atlixquense se hablara una gran variedad de lenguas, como la chocho-popoloca, mazateca, otomí, mixteca, pame, cuicuateco, mazahua, mexica o náhuatl[...] (Malpica, 2007:10)

Hacia el año 1500 a.C se empezaron a establecer pequeñas concentraciones de casas en torno al río Nexapa presente en el territorio Atlixquense, estos asentamientos practicaron la agricultura mientras que disfrutaban de la abundante agua que el río les proporcionaba; los indicios religiosos señalan culto a la fertilidad considerando los hallazgos de figurillas femeninas; desarrollaron la alfarería con materiales cerámico burdos pero útiles.

Entre las aldeas ya establecidas destacan la de San Juan y los Solares Grandes que guardaban cierta distancia entre sus asentamientos, con el tiempo tomaron la forma de villas y posteriormente fueron centros regionales donde ahora su población empezaba a ser numerosa, sumando a ello la presencia de otras aldeas cercanas que probablemente pagaban tributo a estos centros o visitaban el primer mercado fijo donde su sistema de compra era el trueque.

Tiempo después el progreso de estos centros regionales los lleva a otorgarles la importancia de centros ceremoniales, donde se había empezado a establecer un

orden social y sacerdotal, pero es hasta el siglo XII que se registra la llegada de los nonohualca chichimeca que provenían del centro de Morelos, se cree que este grupo fue quien esculpió y construyó los monumentos de la ciudad y que aportaron “[...] el conocimiento matemático y astronómico, la creación de artesanías, la metalurgia, el calendario, la escritura y la elaboración de códices.” (Malpica, 2007:29). Este grupo, después de ubicarse al sur de Puebla recorrió las cercanías de Cholula, y tras la derrota de su caudillo Xelhua se posesionaron del río salado y establecieron una de sus capitales en Tehuacán, de igual forma que establecieron otras dos ciudades: Itzocan y Epatlán.

Otros grupos que llegaron a establecerse a Atlixco fueron los chichimeca totomihuaque y chichimeca cuahutinchantlacas que pelearon contra los xochimilcas, mismos que después de su derrota fueron expulsados del territorio poblano, así los primeros intentaron posesionarse del territorio atlixquense, pero hubo desacuerdo entre ellos por el poderío de lastierras así que en su momento decidieron extenderse a sus alrededores, hasta llegara a Itzocan.

Los pueblos que habitaban el valle rendían culto a la imagen de Telpochtli, cuyo santuario se encontraba en Tianguismanalco, y en su templo localizado en donde ahora esta erigido el templo dedicado a San Miguel Arcángel, en la cima del cerro antiguo de Popocatepetl;



► Fig. 53 Tapete floral en la Plaza de Armas



► Fig. 54. Camellón, Boulevard ferrocarriles

este santuario estaba relacionado con los manantiales y arroyos permanentes de la región. Cuaquechollan fue un lugar esencial para los peregrinos que llegaban de los pueblos de Mesoamérica, pues en el tiempo de la celebración de su dios Toxcal se establecía un gran mercado.

Gracias a la llegada de diversos grupos, abundó la riqueza de lenguas en la región entre ellas estaban la lengua chocho-popoloca, mazateca, otomí, mixteco, cuicateo, mazahua, pame, chichimeco- jonaz, matlaltzinca, el predominio de la lengua nahuátl entre otras.

Para los siglos XIV y XV los huejotzincas inician un proceso de expansión tomando bajo su dominio a muchos pueblos de la región, acción que puso en descontento a los pobladores de Cuaquechollan enfrentándose a ellos en una guerra violenta peleando contra la alianza formado por Huexotzinco: Tlaxcala, Cholula, Totimehuacán y Cua-hutinchán. Esta no fue la única batalla que enfrentaron, siempre estuvo latente la enemistad entre ellos, pero el enfrentamiento que terminó con esta situación fue cuando Cuaquechollan sorprendió a Calplan, matando a gran parte de su ejército y quienes permanecieron con vida fueron tras los huejotzincas para que se aliaran con ellos a enfrentar a sus enemigos; así los huejotzincas y el resto del pueblo de Calpan derrotaron a Cuaquechollan y cuarenta años después los expulsan del valle de Atlixco estableciendo ese territorio como lugar de guerra. Hua-

quechula la vieja, como llamaban a Atlixco después de que Cuaquechollan habitó ese territorio; ahora permanecía deshabitada pero bajo el señorío de Calpan y Huejotzingo puesto que sus anteriores habitantes habían salido de allí para establecerse en la región de tochimilco donde actualmente es conocido como Huaquechula.

Posteriormente ocurre un suceso que marcaría el rumbo de la historia en estas zonas; habitantes de Tlatelolco conquistaron Tepeaca logrando abrirse camino al altiplano para obtener de los pueblos asentados, tributo. Años más tarde los grupos indígenas son testigos de la llegada de los españoles y aunque Huaquechula opuso resistencia enfrentándose a las tropas españolas, fue derrotada y fue obligada a unirse a los españoles para conquistar Tenochtitlán (México).

Este asentamiento Español se posesionó de Huaquechula la vieja, que posteriormente recibió el nombre de Acapetlahuacan, ahí se iniciaron actividades agrícolas por parte de los españoles, que tras la repartición de tierra entre los fundadores de la Puebla de los Ángeles debido al progreso y actividades económicas es reconocida como Villa de Carrión en 1579 en honor a su fundador. En aquel entonces Atlixco garantizaba el proyecto de la corona española de establecer una ciudad habitada exclusivamente por españoles, más aún por su clima paradisíaco, tal como ellos lo expresaban que a su vez, permitió el cultivo

de muchas plantas que en otro tiempo nunca hubiesen sido posibles de cultivar en la Puebla de los Ángeles. Este nuevo asentamiento español hizo a los pueblos indígenas parte de un experimento social, al sustituir el viejo sistema de la encomienda de indios reduciéndolo a la repartición de un sólo hombre que tras la prestación de sus servicios hicieron posible la construcción de la ciudad y la producción de la tierra (Malpica, 2007).

Ya es conocida la gran influencia que tuvo la producción de trigo de Atlixco en la Nueva España en una parte por haber sido el primer lugar donde se implementaron técnicas de cultivo españolas

[...] más de cien mil fanegas de trigo por año, equivalentes a unos 555 millones de litros. Cantidad suficiente para abastecer de harina a Puebla, México, el Caribe y centro América y las flotas mercantes que partían de los puertos de Veracruz y Acapulco hacia España y Filipinas. Abasto alimentario dentro y fuera de la Nueva España [...] (Malpica, 2007:39)

La explotación de la tierra en Atlixco hizo de la agricultura la principal actividad económica del lugar, se establecieron molinos que aumentaban la posibilidad de comercializar el trigo en toda la Nueva España, así se empieza a trazar el camino de lo que actualmente es Atlixco (Malpica, 2007).



► Fig. 55. Conjunto conventual Mercedario

► Arquitectura

Las edificaciones que embellecen el municipio de Atlixco son un reflejo de los acontecimientos importantes de su historia, cultural, económica, social y religiosa; son prueba de los estilos arquitectónicos, decorativos y de diseño que a través del tiempo fueron de vital importancia y sufrieron transformaciones, permitiéndole a Atlixco ser decretada como zona típica monumental

Religiosa

Desde 1524 diferentes congregaciones religiosas arribaron a México, llamado en aquel entonces el nuevo continente, con el fin de extender la religión católica se establecieron en la Villa de Carrión, hoy Atlixco, debido a la gran cantidad de indígenas que la poblaban y su prosperidad. Fueron evidentes los beneficios mutuos que consiguieron los grupos indígenas y los evangelizadores, esta unión permitió avances económicos y sociales, se edificaron construcción arquitectónicas de carácter religioso que permitieron a los evangelizadores establecerse cerca de las comunidades, al principio los indígenas contribuían en la construcción forzados, copiando estilos ya establecidos por los colonizadores pero más adelante los llegarían a considerar como una propia manifestación de su cultura y la interacción de esta con la española. A pesar de que actualmente Atlixco cuenta con una gran

riqueza arquitectónica religiosa archivos históricos manifiestan que existieron edificaciones que con el paso del tiempo y por el uso continuo no se tienen vestigios hoy en día, ya que los elaboraban con materiales perecederos.

“... En el mismo cerro un poco más alto, hay una ermita muy devota de San Toribio y en la cumbre otra de San Miguel, en la cual el día de aquel santo arcángel se dice misa y sube a oírlo todo el pueblo...” (Antonio de, 1993:100).

Ex-Convento Franciscano

Es la primera edificación de la orden franciscana, instaurado en las faldas del cerro de San Miguel, se cree que su ubicación se debía a motivos religiosos, manifestando que la religión católica dominaría sobre los dioses prehispánicos por establecerse en un lugar ceremonial como lo era este cerro, en esos tiempos el convento se llamaba Acapetlahuacan, que significa “lugar donde se hacían esteras de caña seca”. El convento de Santa María de Jesús, del Valle de Atlixco, en Acapetlahuacan, se inició en el año de 1537, en advocación de Nuestra Señora en la ladera del cerro de Sn. Miguel.

La construcción de la edificación fue realizada en tres partes, se inició con un templo en 1540 por Fray Toribio de Benavente, “Motolinía”, y el Provincial de la Orden de

San Francisco, García de Cisneros, dedicado a la veneración de Nuestra Señora, los materiales que se utilizaron en esta etapa fueron barro, piedra, palos entretrejidos, caña y madera, todo con el apoyo de los indígenas que radicaban en esa zona. El convento en sí, se comienza a construir en la segunda etapa, con el apoyo del obispo en turno fray Juan de Zumárraga; para la tercera etapa solo se hacen modificaciones menores, en 1582 ya contaba con una iglesia, dormitorios, claustro alto y bajo, así como con un huerto. Además de estas etapas, más adelante se realizaron algunas modificaciones por el deterioro, en el siglo XVIII se construye una capilla en el huerto, la sacristía y un campanario, es modificada la portada pero sutilmente, sin embargo sufre un gran cambio, al añadirse elementos neoclásicos en el siglo XIX; y será hasta 1900 cuando cuente con instalaciones eléctricas.

Ex Convento de la Merced

Entre los últimos grupos eclesiásticos que llegan a tierras mexicanas se encuentra la orden de Redención de Cautivos y se instalan en Oaxaca y la Ciudad de México, pero buscaban tener un sitio intermedio por lo que deciden instalarse en la Villa de Carrión, al principio en casas deterioradas y posteriormente empezaron la tarea de edificar un templo y un convento, pero como en sus inicios esta orden no recibió mucho apoyo y sus bienes no fueron ostentosos, y como en otros casos en el periodo de enajenación de bienes concedieron el convento que sería convertido

en vecindad. El templo es lo único que se conserva actualmente, con su portada frontal de argamasa, motivos vegetales, esculturas de santos, todos de estilo del siglo XVIII; las portadas laterales sencillas, del siglo XVII, cuenta también con un retablo neoclásico que adorna el interior, pinturas de la Virgen de la Merced y esculturas.

Ex Convento del Carmen

La orden Carmelitana llega a México en 1585, fray Juan de la Madre de Dios era en ese entonces su comisario, se convirtió en la segunda orden que se estableció en tierras Atlixquenses, en 1600 se pide autorización para utilizar piedra del cerro de San Miguel en la construcción de la iglesia del Carmen, y así continuamente se fue elaborando la construcción que terminará en 1927 con un claustro, estas estructuras se dan a notar por la resolución arquitectónica bien planeada a pesar de haber fungido como arquitectos los frailes; Con el paso del tiempo ha sufrido diversas modificaciones, pero la piedra negra utilizada del cerro de San Miguel es visible aún en el templo anexo, decoraciones policromas de los siglos XVII y XVIII también se hacen notar, la fachada muestra el estilo barroco y en el friso existe una inscripción que reza “Solideo Honor & gloria”. Actualmente se realiza una restauración del inmueble para ser utilizado como un importante centro cultural de Atlixco.

Conjunto conventual Agustino

La orden agustina llegó a la entonces Villa de Carrión

en 1590, la elaboración de las edificaciones agustinas duro 70 años aproximadamente, iniciando con una iglesia consagrada a Santa Cecilia y concluyó con un convento. Por la gran extensión de las tierras en que se instauró se concluye que los agustinos concebían a Atlixco como un lugar importante que crecería con el paso del tiempo, contando no solo con las construcciones eclesiásticas sino con áreas exclusivamente para cultivos y huertas; sin embargo en los procesos de concesión de bienes a la iglesia se perdieron la mayoría de los terrenos que pertenecían a esta orden, en el siglo XIX, solo quedaron en su poder el templo, atrio y dos secciones del claustro. En estas edificaciones podemos observar el inigualable estilo barroco, en sus vistas frontal y lateral, en la torre campanario y la capilla, con ornamentaciones con imágenes de querubines, vegetación, símbolos agustinos (iglesia, corazón, mitra y báculo) de estilo manierista. Sin embargo en el interior el altar muestra estilos neoclásicos en su decoración, pero es evidente la riqueza arquitectónica que representa hoy en día estas instalaciones y algunas sirven aún para vivienda de hermanos agustinos.

Parroquia de Santa María de la Natividad

“Se encuentra en la manzana que hoy se ubica al este de la Plaza de Armas y que limita al norte con la calle 2 Oriente, al sur con la calle Constitución, al este con la calle 2 Norte y hacia el oeste con la Plaza de Armas” (CRP, INAH, SEP, s.f. :122).

Desde el momento en que se repartieron las tierras de la zona a los españoles se destinó este espacio para la instauración de una iglesia, al principio solo se describe como pequeño jacal hecho de adobe y es en 1574 cuando el virrey Martín Enríquez de Almanza da el permiso de construir una iglesia a base de piedra, arena, y cal cocida en hornos, aún muy austera. Entre 1606 y 1650 se realizó el baptisterio, coro, una cúpula. Como toda construcción sufrió modificaciones que llevaron a lo que conocemos hoy en día, en el siglo XVIII se construyen el sagrario, la sacristía, y la torre campanario, también es elaborado el magnífico órgano del coro por Don Manuel José Chacón; en el siglo XIX se crean las ocho capillas laterales de la nave y en el interior es cambiado el estilo barroco por uno neoclásico, con la pintura de muros, bóvedas y cúpula con imágenes al óleo que representan pasajes bíblicos, en estas se puede apreciar la mano de obra indígena.

Ex Convento de Santa Clara

De todas las ordenes que se establecieron en la Villa de Carrión, se destacan las monjas Clarisas, diferenciándose por la actividad de claustro que realizaban, al retirarse de la vida común y dedicarse a contemplar a Dios sin salir del encierro. Al principio solo vivían en un inmueble acondicionado para su vivienda y el templo; pero en 1634 se terminó el templo y fue entonces que la comunidad se vio beneficiada por la orden, encargada de educar a una gran cantidad de niñas y hasta el siglo XIX es que terminan sus



► *Fig. 56 Fachada del Ex convento del carmen*



► Fig. 57 Fachada Ex convento de Santa Clara

labores educativas. El día de hoy se puede disfrutar de la riqueza arquitectónica con que cuenta el templo y claustro de las Clarisas; aunque el convento a sufrido modificaciones se conservaron partes de muros con pinturas originales, el templo por su parte cuenta con retablos y lienzos con imágenes de Santa Clara.

Hospital de San Juan de Dios

Como consecuencia de las epidemias a finales del siglo XVI la iglesia católica se encarga de crear un hospital para atender a la población y sus alrededores, dedicado a la glorificación de la Purísima Concepción de María, al principio se atendían a la gente en lugares donados por los mismos pobladores de la Villa de Carrión, pero a mediados del siglo XVIII se terminó la construcción de lo que hoy conocemos como el hospital Juanino, a pesar de quitársele la concesión del mismo a autoridades eclesiásticas todavía sirve para atender a enfermos bajo la tutela del gobierno de Atlixco; podemos observar en su fachada los escudos de la casa de los Asturias hechos de argamasa; el claustro se identifica por la belleza de sus ventanas discretas, en el centro de la construcción se levanta un jardín y una fuente dedicada a San Adrián, su interior es enriquecido por azulejos de aquellas épocas e importantes pinturas de la vida de San Juan de Dios elaboradas por excelentes artistas poblanos; gracias a estas obras actualmente el Hospital es una pinacoteca donde se expone una colección de pintura de arte virreinal.

Capilla de San Félix Papa

Las tierras atlixquenses eran muy importantes desde sus inicios por su agricultura, pero hubo un tiempo en que las plagas querían acabar con su riqueza, por lo que la comunidad y autoridades eclesiásticas buscaron un santo a quién dirigirse en esos momentos difíciles para la región, eligieron a San Félix I, en su honor edificaron una ermita que posteriormente, en 1613, se convirtió en capilla y a finales del siglo XVIII se construyó en su totalidad como ahora se conoce. La portada principal es muy sobria, a diferencia de las laterales con detalles manieristas y la torre ataviada de motivos vegetales en argamasa; en el altar, como era de esperarse, se creó una escultura de San Félix de estilo neoclásico.

Capilla de la Tercera Orden

La orden Franciscana no sólo construyó su convento, sino que se encargaron de edificar una capilla en las faldas del cerro durante el siglo XVI, que recibió modificaciones, debido al creciente número de miembros de la orden, desde el siglo XVII concluyéndose en el XVIII. La portada principal ornamentada con figuras de ángeles, formas vegetales, esculturas de diversos santos y un mascarón a base de argamasa; los laterales de estilo renacentistas y el interior con retablos dorados de estilo barroco y churriguerescos datan del siglo XVIII, traídos de otros templos franciscanos, con esculturas de santos de la tercera orden y pinturas sobre San Francisco de Asís.

Capilla del Dulce Nombre de Jesús

Aunque no existe un papel que respalde este dato, se cree que esta construcción fue la primera de carácter religioso en la Villa de Carrión, a finales del siglo XVI existen ya actas que comprueben su edificación, su actual apariencia consta de una portada principal elaborada de ladrillo y el interior sin alguna ornamentación, convierte a esta capilla en una estructura sencilla pero representativa del siglo XVIII.

Capilla de la Soledad

Al principio esta capilla estaba a cargo de los franciscanos, quienes se encargaron de su construcción con ayuda de un grupo de indios, habitantes del lugar, dedicada a San Diego de Alcalá, su edificación fue antes de 1755, en ese año se construyó el convento. Se cree que la fachada es del siglo XVII pues su proporción es mucho mayor a la de la planta, y sufrió modificaciones en 1950 recubriéndosele con granito y a las piezas de argamasa se les sustituyó por mármol, las columnas que la acompañan son de estilo dórico y jónico; los muros interiores también sufrieron cambios por las malas condiciones en que se encontraban.

Capilla de San Miguel

La capilla se ubica en lo alto del cerro de San Miguel, santo a quién es consagrada, empezó como una pequeña construcción en el siglo XVI, en sus inicios solo se utiliza-



► Fig. 58 Capilla del dulce nombre de Jesús

ba para ceremonias en días festivos, pero la congregación fue creciendo y en el siglo XVIII se construye lo que hoy conocemos. De piedra fue edificada, constituida por una pequeña nave y la sacristía, la entrada está compuesta por dos arcos.

Convento de San Martín Huaquechula

Su elaboración se inicia desde 1530, bajo el mandato de fray Juan de Alameda, con la ayuda de canteros indígenas pobladores de Huaquechula, en ella se evangelizaban a los indígenas por medio de escenificaciones de pasajes bíblicos. Rodeado por una barda, al visitar el convento se encuentra con formas góticas y decoraciones del arte tequitqui, con relieves que muestran a San Martín Caballero dando su capa al pobre; La capilla posee 3 arcos que a pesar de no encontrarse en óptimas condiciones todavía se aprecia la riqueza arquitectónica que alberga la edificación.

Civil

El 27 de Mayo de 1988 la ciudad de Atlixco fue declarado como “zona de monumentos Históricos, por el entonces presidente Miguel de la Madrid Hurtado, declaración en la cual fueron señalados 140 monumentos históricos en 43 manzanas de la zona urbana.

Antigua casa de la audiencia

Es una de los edificios más antiguos de Atlixco llamada así por las audiencias que el alcalde de la villa de Carrión dirigía con el propósito de resolver los problemas que surgían, quejas y desacato a las órdenes de los múltiples grupos artesanales. Su arquitectura y fachada son del siglo XVI, ésta trabajada con una técnica de aplanado de cal y arena. En el nivel superior de la construcción cuenta con tres balcones que dan hacia la plaza de armas y otros cinco más adornan la fachada lateral. Actualmente su uso es habitacional y comercial.

Calle Hidalgo #1

Esta casa fue marcada con el número uno de la ciudad, data del siglo XVI aunque con modificaciones en siglos posteriores. Se ubica en la esquina de la calle Hidalgo que intercepta con Independencia, principal calle empedrada en la antigua Villa de Carrión; sus muros fueron contruidos de mampostería de piedra, cal adobe y canto. Perteneía al comerciante José Victoriano García y posteriormente paso a manos de su primogénito y sus nietos, preservando la herencia familiar. Es importante mencionar que la arquitectura del edificio se caracteriza por:

[...] el portal de cinco arcos de medio punto sobre columnas toscanas, en la fachada nororiental donde la planta baja está totalmente modificada por los comercios, y una pequeña puerta que da

ingreso a la planta alta mediante una escalera de dos rampas (Córdova, Díaz, 2007: 189).

A pesar de las modificaciones y complementos modernos aun se conservan vestigios de su estructura original; de uso habitacional en la planta superior y uso comercial en la primera planta.

Casa Morales Van Den Eyden

Hogar de notable pintor retratista y miniaturista Francisco Morales Van e Eyden, nieto de Francisco Morales, herrero, dueño en esos tiempos, de la casa del Alfeñique de la ciudad de Puebla. Ubicada en la calle 3 poniente # 304, construida en el siglo XVI

[...] diseñada en torno a un patio rectangular, con crujiás dobles en el fondo (lado norte) y sencillas las demás, siendo la fachada desarrollada en un solo lienzo, donde se abren siete vanos en la planta baja y cuatro en la alta (Córdova, Díaz, 2007: 190)

En este inmueble se muestran algunas características propias de la arquitectura novohispana del siglo XVII (primer tercio). Actualmente es una vecindad de uso habitacional. que se encuentra abierta a visitas del público interesado.



► *Fig. 59 Corredor, calle constitución*

Casa del conde de Malpica

Se encuentra ubicada en la calle 5 sur número 310 y 312 ya que se encuentra dividida en dos, una de las partes fungió como hostel pero actualmente es una propiedad particular; la otra es una vecindad privada. Perteneció a Francisco de Malpica y Salazar y su familia de origen gallego. Así como la mayoría de los edificios históricos de Atlixco, éste también se crea a partir de un patio central que presentaba

[...] los andadores de la planta alta [...] se pueden observar ornamentos de orgamasa y pintura mural que se van alternando en las dos plantas, resaltando el gran escudo heráldico que vestía la escalera [...] (Córdova, Díaz, 2007: 192)

Casa Marqués de Santa Martha

Se podría considerar como la más valiosa construcción bajo la influencia de la Arquitectura virreinal de toda la plaza de armas ya que se ubica justo enfrente de ésta. La primera planta se construye de 5 arcos y en la planta superior tres balcones soportados en dos volados diferentes. Su interior está construido entorna a un patio central pero más adentro se encuentra un segundo patio que actualmente ya no pertenece a la misma propiedad debido a una subdivisión en los siglos XXI y XX.

Casa Rodríguez Alconedo

Casa colonial del siglo XVII que posteriormente sufrió algunas modificaciones. Perteneció a varias generaciones del pintor José Luis Rodríguez Alconedo y su hermano José Ignacio boticario y botánico poblano. Su fachada es de cantera de piedra sosteniendo tres balcones en la planta superior y en la inferior cuatro ventanas al frente y otras más al costado todas con protecciones que podrían haber sido diseñadas por el también orfebre José Luis.

Casa de ejercicios Espirituales

Edificio del siglo XVII donde se realizaban actividades eclesiásticas que influyeron de una manera profunda en los habitantes de Atlixco e incluso algunos obispos destinaron parte de su herencia al mantenimiento de la casa. Su construcción se levantó en torno a un patio rectangular que se conectaba individualmente a todos sus locales, con un pasillo que da a la calle constitución; cuenta con dos niveles y sus paredes a un se encuentran tapizadas de aquella loza de barro hexagonal tan característica de este edificio.

Arco de entrada

En los tiempos en que Atlixco aún era la villa de Carrión este arco marcaba una de las entradas principales. Es probable que sus colocación en este punto de la ciudad haya sido más conmemorativo que funcional, para recibir al ejercito trigarante al final de la guerra de indepen-



► Fig. 60 Baños "Las delicias"

dencia. La construcción atraviesa la calle de banqueta a banqueta en la calle Nicolás Bravo anteriormente en la fachada del arco se encontraba adornado el escudo de armas de la Villa de Carrión, bajo tres pináculos representativos del arco. Actualmente ya no cumple la misma función aún marca el límite de la historia de la ciudad.

Baños las delicias

La construcción de los baños públicos fue realizada sobre una más antigua, del siglo XVI que se derribó para dar pie al actual edificio de uso comercial en su primer nivel. Probablemente éstos fueron los primeros baños de Atlixco, su servicio público, le adjudica en parte, un valor histórico al edificio, a pesar de las adaptaciones realizadas a la fachada para ubicar algunos locales comerciales; sólo se conserva la parte superior de ésta, donde se sostienen nueve balcones de hierro, con molduras finas.

Estación de Ferrocarril interoceánico de México

Fue construida sobre parte las tierras pertenecientes al molino de San Mateo, mismas que el señor Emilio Maurer, dueño del molino, entregó a la Compañía del Ferrocarril Interoceánico de México, el 28 de octubre de 1895 para dicha construcción. Esto gracias a la aprobación de la conexión entre Puebla e Izúcar por parte del congreso de la unión, que sin duda benefició en la comercialización de azúcar y productos de las distintas fábricas textiles establecidas, así como la producción

agrícola de Atlixco. Su construcción cumple con las características arquitectónicas de los edificios que daban este tipo de servicios.

Casa Rodiles

Se ubica en la calle 2 norte con número 201, lugar donde habitó la familia Rodiles, seno familiar de Enrique Rodiles Maniau, diputado federal revolucionario, y de Saúl Rodiles, regidor y presidente municipal de Puebla en el año 1914. La arquitectura del edificio está distribuida alrededor de un patio, que tiene construcciones en tres de sus lados y una pared en lado sobrante. Consta de un solo nivel, y su fachada contiene seis espacios designados a puertas y ventanas protegidos con reja completa, la mayoría de los adornos de la construcción incluyendo su fachada se elaboraron con apariencia de tabique, característica propia de la arquitectura del siglo XIX.

Casa de Los Aguilar

Construcción del siglo XIX, es un ejemplo de arquitectura porfiriana moderada de Atlixco y Puebla. Esta casa fue heredada de uno de los primeros pobladores de Atlixco que también participó activamente en la conquista de México y Guatemala: García de Aguilar, de ahí el nombre que el edificio recibe actualmente. La casa se construyó en dos niveles cuyos muros son de piedra y tabique colocado a manera de “petatillo”, la planta inferior se comunica con la superior a través de una escalera en la parte central del fondo que se

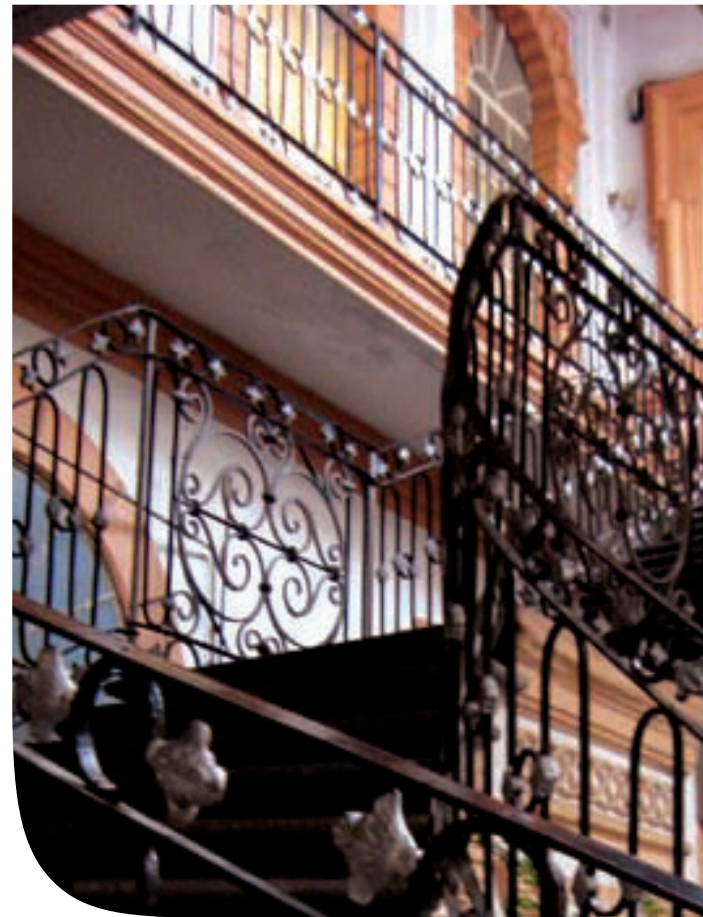
divide en dos, bajo dos columnas que forman un arco en el primer patio rectangular; existe un segundo patio que era dedicado para el servicio. En la primera planta se adaptaron cinco entradas para el acceso a locales comerciales.

Casa de los Rangel

Habitación de los hermanos Rangel construida en dos niveles, sus pavimentos fueron elaborados con distintos materiales en el patio rectangular. En la planta baja existen cuatro locales comerciales y un zaguán que lleva al patio, sus muros están hechos de piedra, tabique y concreto, así como en la mayoría de las construcciones, tiene aplanados hechos con cal y arena y de mortero con cemento. Al fondo del patio hay una escalera que llega a la planta alta donde están comunicadas las habitaciones entre sí a través de andadores.

Casa M. Rascón

Ubicada en la calle 3 poniente esquina 3 sur, se considera como una extraordinaria construcción del último tercio del siglo XIX debido a su arquitectura que entra en una clasificación ecléctica morisca interpretativa. La casa se construyó en torno a un patio rectangular, en su primer nivel se establecieron locales comerciales a diferencia de la planta superior, destinada para habitación. Su fachada es rica en ornamentos, el punto clave de ésta es la esquina donde la entrada en la parte inferior se caracteriza por un doble arco ornamentado de igual forma que en la parte



► Fig. 61 Casa de los Rangel

superior pero ahora con un balcón, y esto sobre un relieve de cuarto de círculo, haciendo contrastar el diseño exterior y el interior por sus acabados.

Presidencia Municipal

Este edificio, desde que se inauguró hasta el día de hoy ha sido designado para las oficinas de gobierno pero ha sufrido diversas remodelaciones para poder apreciarse como en la actualidad; el patio fue cubierto con láminas de fibra de vidrio sobre una estructura metálica. La construcción cuenta con dos plantas, los muros son de piedra y tabique, los materiales con los que se aplanaron los muros podrían ser: cal, arena, yeso o cemento cerámica y talavera; existe un patio central con piso moderno de azulejo industrial, y dos más que actualmente no permanecen conectados entre sí. En su fachada principal los muros están recubiertos de tabique y talavera con tres balcones de herrería, y en el centro por encima del segundo nivel hay un reloj y debajo el escudo de la villa de Carrión (Córdova, Díaz, 2007).

▶ 1.4.3 Recursos naturales

Según la información proporcionada por las oficinas de Desarrollo Urbano y Ecología del gobierno municipal; Atlixco pertenece a la cuenca Atlixco-Izúcar que ha sido clasificada como valle de laderas y lomas; se localiza en:

“[...] la zona intertropical de Mediana Altitud y en las estribaciones del Volcán Popocatepetl, lo que determina una elevada insolación y descarga de la humedad existente en los vientos provenientes del Golfo de México por efecto de la barrera montañosa.” (Desarrollo Urbano y Ecología de Atlixco Cap.1. 2010:17).

Lo que da como resultado la combinación de un clima semicálido y subhúmedo con temperaturas máximas generalmente en el mes de abril de 32°-33°C y durante el mes de enero hasta 2°C.

Atlixco cuenta con la presencia de distintos ríos que proporcionan recursos hidrográficos al municipio, pero su principal afluente es el Río Nexapa que nace en México gracias a que los deshielos de volcán Ixtatcúhuat forman pequeños ríos que se unen al llegar al poblado de Te-

cuanipan en Puebla, para formar este río que bendice a la ciudad de Atlixco. Existen diferentes tipos de ecosistemas en el municipio, que son determinados por las características geográficas del terreno permitiendo el desarrollo de distintos hábitats que podrían dividirse en tres, por esta variedad geográfica en el territorio atlixquense:

Noreste: Donde se registran las temperaturas más bajas por la ubicación cercana del volcán popocatepétl, mismo que define una inclinación ascendente en el lugar; se puede encontrar un bosque de oyamel y pino en la parte más alta y de encino y pino en la zona baja. Aunque anteriormente predominaron diversas especies de animales como el venado, conejo, jabalí cuervo y bhúo, actualmente muchas de éstas se encuentran amenazadas y en su mayoría extintas.

Centro: Área donde se presenta el clima representativo del municipio, normalmente templado. La tierra es fértil, lo que favorece a la agricultura, pero debido al asentamiento humano y urbanización los ecosistemas originales en esta zona no han logrado permanecer por lo que actualmente sólo se puede encontrar fauna de tipo doméstica como el ganado de tipo bovino, porcino y caprino, perros, gatos y aves de corral.

Sureste: que es la región más calurosa donde predominan las montañas y semejanzas de selva baja hasta encontrar matorrales de palma.



► Fig.62 Col. Solidaridad, Metepex, Atlixco



► *Fig. 63 Plantío flor de Cempazúchitl.*

El sustento económico de Atlixco está ligado directamente con los recursos y características naturales del municipio como en el caso de la agricultura favorecida principalmente en la zona centro gracias a la fertilidad de la tierra y el clima que propician la producción abundante de alfalfa, maíz y rábanos como productos sobresalientes de esta actividad, dejando un porcentaje alto de aprovechamiento entre la tierra sembrada y la cosechada. Así mismo, la floricultura es una actividad sobresaliente, dividida en dos tipos de producción: flor de corte de la cual se reúne anualmente entre las 3.000 y 5.000 toneladas que aportan una derrama económica de 75 a 100 millones de pesos; y la flor de ornato estimando 10 millones de plantas con una derrama de 60 a 100 millones de pesos. La ganadería es otro sector de trabajo en Atlixco, pero cabe mencionar que no es abundante, por lo cual solamente podría sobresalir el ganado porcino con una producción anual de 23.000 a 25.000 cabezas.

Se considera a Atlixco como un valle gracias al conjunto de riquezas naturales en el territorio, que a pesar de haber sido urbanizada en su mayoría en la parte central, aún mantiene una gran zona arbolada conocida como los solares grandes y solares chicos que se consideran como el pulmón de la ciudad, así como una zona de reservación en las faldas del volcán popocatep tl que se ha mantenido de manera aceptable. (Desarrollo Urbano y Ecología de Atlixco, 2010).

Análisis Iconográfico

▶ 2 Análisis Iconográfico

Se realizó un análisis iconográfico de guías turísticas impresas y sitios web turísticos, ya que la propuesta gráfica a trabajar es el diseño de la página de turismo y una guía turística impresa del Municipio de Atlixco. Este análisis se hizo con el propósito de evaluar la funcionalidad, diseño y uso de estos ejemplos; teniendo en cuenta su composición, estructura, elementos gráficos, significado semántico y sintáctico de los mismos, con lo que se obtuvieron variaciones y concurrencias que aportan sugerencias y opciones para la realización de una propuesta gráfica funcional.

▶ 2.1 Guías impresas

▷ Mini guía turística bilingüe de Neuquén, Argentina

Ésta guía turística es una publicación de la Editorial Patagonia Activa, ubicada en Carlos H. Rodríguez 260 primer piso. Neuquén, Patagonia Argentina, en septiembre del 2006. Existen otras versiones, según el periodo estacionario, el ejemplar a analizar fue publicado en invierno y fue adquirido de manera digital en el sitio de la guía. Su finalidad es comunicar a los potenciales y futuros visitantes acerca de los lugares de Interés de la ciudad, además de especificar diversos servicios que podrían ser necesarios durante la estancia en el lugar.

El siguiente análisis sintáctico del ejemplo considera dos cualidades, la formal y la funcional.

I Calidad Formal

1. Estructura

a) Espacio: la composición de la guía fue trabajada a doble página, dejando un tamaño final extendido de 27cm de ancho por 10.5 de altura, donde el espacio se administra en tres columnas principales que contienen el texto e imágenes incrustadas en una, en dos o en las tres columnas, según sea necesario, para lograr que éstas se integren de manera proporcional a los textos manejados.



► Fig. 64 Página interior guía de Neuquén, Argentina

b) Valores expresivos: son conformados por varios códigos que dan pie a la transmisión lógica del mensaje en la guía, que son:

-Morfológico: se refiere al orden de los elementos para su posible visualización, que en este caso mantienen el orden de lectura común estableciendo una secuencia, pues los títulos han sido trabajados de manera asertiva, tanto que se crea un ritmo accesible en la lectura, descartando por completo textos planos que no atraen al lector y que incluso perjudican la lectura.

-Tipográfico: se empleó la familia tipográfica frutiger, para los títulos en 11pt y para los textos y referencias 6pt y 5pt respectivamente. La característica negrita de los títulos y subtítulos apoya la organización adecuada de la información, estableciendo una jerarquía visual. En los márgenes exteriores de la doble página aparece un texto vertical que permite al lector ubicar la información por secciones para no perderse en el contenido y así encontrar la información necesaria con mayor rapidez.

-Cromático: el uso del color aparece como un recurso muy útil. El texto en español, que es el idioma principal se maneja en color negro, el texto en inglés es manejado en color azul, de esta manera se logra percibir fácilmente cuando hay información bilingüe incluso sin necesidad de leerla. La asociación de un color a cada sección de la guía

establece una clasificación visual; en el ejemplo se determinó el color guinda para la sección Hotelera, mismo que aparece en un cuadrado con un número en color blanco seguido de un cuadro de contorno verde que contiene una letra, con el propósito de ubicar el hotel (con el número) en el mapa correspondiente, ya sea A o B anexados en la misma guía. Este tipo de relación entre los colores y la ubicación de los sitios descritos se repite en todo el contenido de la guía, para que el usuario reciba información completa del sitio que desea visitar.

-Imagen: las imágenes colocadas en las páginas interiores aparecen como información complementaria a los textos, ya sea que hagan referencia a los sitios listados o que ofrezcan al usuario un panorama de las riquezas turísticas del lugar; cada fotografía aparece con un pie de página que contiene el nombre del lugar o los derechos de la imagen.

c) Composición: la organización de los elementos es simple pero funcional; el tamaño del formato pensado para su fácil transporte y manipulación no favorece el empleo de espacios blancos, por tal razón la información aparece de manera consecutiva en las tres columnas básicas de la página, sin embargo, la solución compositiva eficaz es el empleo de líneas verticales para dividir el espacio entre cada columna, así como líneas horizontales para dividir la información, ambas del color asignado a la sección. En el ejemplo las líneas horizontales sirven para

separar la información en diversos tipos de alojamiento comenzando por el listado de hoteles según su calidad especificada por estrellas.

Debido a las características de la información la caja de texto de cada columna no está justificada sino alineada a la izquierda lo que en algunos casos crea una especie de ruido visual por la creación de espacios blancos aleatorios.

d) Principios Estéticos

-Armonía: existe en cierto grado, gracias al empleo repetitivo de elementos, pero a pesar de contar con una buena estructura geométrica de columnas, la información perjudica tal armonía por la creación de espacios blancos aleatorios.

-Verdad: el orden de la información ofrece una secuencia lógica; adquirir la información no provoca confusión.

-Claridad: la elección tipográfica favorece la lectura, los textos manejan un interlineado útil que ofrece el aire suficiente a la línea de texto, a pesar de manejar un puntaje bajo. El empleo excesivo de imágenes en algunas páginas provoca que la continuidad se pierda.

2. Realización

EL tamaño de la guía es de 13.5 cm de ancho por 10.5 cm de alto, su distribución es gratuita, la publicación de ésta

fue de un tiraje de 10,000 ejemplares sobre papel ilustración de 90 grs., con el método de impresión conocido como offset, según la información publicada en el sitio; cabe aclarar que el papel ilustración en Argentina es muy diferente a como se conoce en México.

3. *Apariencia*

El diseño general de la Guía es agradable, a pesar del tamaño reducido del formato, cumple con una buena administración de los espacios, el uso de imágenes en algunas secciones favorece la composición.

II Calidad funcional

Tiempo: La guía terminó de imprimirse en septiembre del 2006, su distribución es gratuita y ha adquirido un valor de obsequio, ya no es una simple publicación con información de Neuquén, según lo comenta el editor ejecutivo de Patagonia Activa. La publicación de ésta fue en sus inicios estacionaria, posteriormente se publicó anualmente estableciendo la vigencia entre este periodo; el propósito de cada publicación es presentar información actualizada a los usuarios y futuros visitantes de Neuquén.

Medio: La información contenida en la guía en su mayoría es texto informativo, complementado con imágenes que no pretenden mostrar algo más que a Neuquén tal y

como es; singular tamaño que permite su fácil transporte y manejo, aunque podría ser difícil de leer para alguien con alguna discapacidad ocular por el mínimo puntaje de letra que se maneja para poder incluir información completa del lugar.

La dirección de turismo, recepcionistas, mozos y agentes de viajes son algunos de los que se encargan de distribuir esta guía ya que es gratuita. Contiene información muy completa de los lugares indispensables en dos idiomas, español e inglés; esto hace que se considere valiosa y apreciable para quien la recibe despertando el interés de la persona por compartir la guía y su contenido.

Para poder hacer un análisis semántico de este ejemplo de guía turística se deben considerar ciertos conceptos:

1.- *Constantes semánticas*

a) **Significante:** los elementos de la página de ejemplo que podrían contenerlo son las imágenes contenidas, ya que el texto no ofrece ninguna representación gráfica específica.

b) **Significado:** hablando de manera global, es la presentación de información detallada de la ubicación de atractivos y servicios de la ciudad de Neuquén en la Patagonia Argentina.

c) **Función:** se establece sobre la esencia de la información contenida en la guía previamente organizada y clasificada para que el usuario sea cautivado para visitar la ciudad, o

si ya decidió visitarla sepa cómo moverse y poder acceder a los servicios y atractivos del lugar.

2. Variantes semánticas

a) Motivación analógica: la clasificación de cada sección utilizando colores, se ha hecho asociando cada uno al contenido de la sección como en el caso de los restaurantes, que emplea colores asociados con lo gastronómico.

3. Tipos de significantes

a) Realistas: cada una de las fotografías que se muestran no contiene alguna especie de edición, su función no es más que la de presentar la realidad, su significado podría variar dependiendo del contexto en el que se observen.

b) Icónicas: en el contenido de la guía aparecen constantemente marcas y logotipos que son representativos de las empresas publicitadas, presentan un grado de iconicidad para abstraer la imagen de algo real asociado con la empresa a la cual representan.

4. Diseño de significantes

a) Nuevas posibilidades de diseño: el estilo gráfico de la guía puede no ser innovador, es importante considerar que experimentar con nuevas estrategias y elementos de diseño editorial, no es del todo posible debido al tamaño del que se está hablando, sin embargo, el empleo de los recursos gráficos podría haber dado mayores frutos.



► Fig. 65 Página interior guía de Neuquén, Argentina

5. Significado Semántico

a) Aspecto sensible: la organización de la información y el recurso de la fotografía pueden ser los aspectos sensibles de la guía, provocando en el usuario visualizar la información escrita y recrear en su mente la experiencia que afirmará la visita.

b) Aspecto Inteligible: es verdad que el diseño no posee muchos elementos visuales que pudieran reforzar la información, pero es justificable, al establecer que la guía se dirige a un público especializado, mismo que al recibirla decidirá incursionarse en el contenido o no según sus preferencias turísticas y esto no dependerá de la apariencia de la guía si no de la información que contiene.

▷ Guía Querétaro paso a paso

“Querétaro, paso a paso” es una guía turística impresa publicada por el Municipio del estado de Querétaro en el año 2000, dirigida a turistas que visiten tierras estatales para dar a conocer los lugares históricos que enriquecen al estado. El formato es vertical, con medidas de 14 cm de ancho por 21.5 de largo, impresa en papel couche brillante de 180 g.

El análisis sintáctico cuenta con los siguientes puntos a estudiar: cualidad formal y funcional del signo.

I Cualidad Formal

1. Estructura

a) Espacio: la estructura principal de la guía es de doble página (21.5 cm x 14 cm), complementándose entre sí las dos páginas, contando con texto, imágenes del lugar y mapas como elementos en la composición. El texto se establece en dos columnas (6.5 x 12.5 cm, ó 11 x 12.5 cm) o una columna (17 cm x 12.5 cm) que componen la página.

b) Valores expresivos: los códigos que se utilizan para transmitir el mensaje de forma correcta son clasificados en:

-Morfológico: la distribución de los elementos del mensaje es repetitiva, algunas páginas atraen la mirada inmedia-

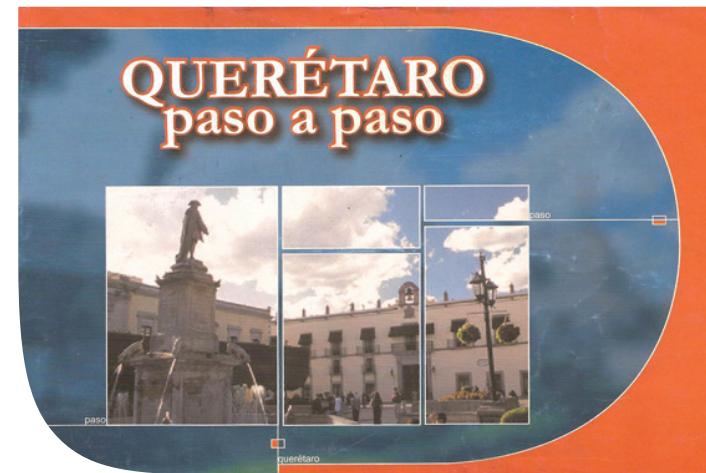
tamente con un elemento de mayor tamaño (imagen), mientras que otras solo contienen elementos de texto, sin atraer al lector hacia la cultura por el poco dinamismo de la composición y la gran cantidad de texto.

-Tipográfico: la tipografía utilizada es de familia serif, para los textos en color blanco sobre fondo azul (10 puntos), y para los títulos en color blanco con contorno naranja (11 y 30 puntos), justificados al lado izquierdo.

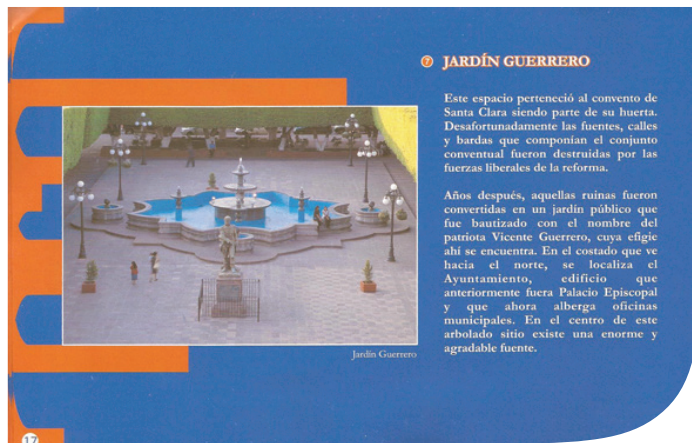
-Cromático: la gama cromática principal es de tres colores: el fondo en color azul, las letras en blanco y los ornamentos en color naranja. El contraste de los colores atrae la vista del lector, y las letras blancas sobre el azul resultan fáciles de leer. Las imágenes de apoyo se encuentran en selección de color.

-Imagen: las imágenes utilizadas son fotos reales de los lugares históricos del estado, para mostrar al visitante la belleza de las construcciones actualmente.

c) Composición: los elementos se encuentran distribuidos de 4 maneras diferentes, pero no proporciona mayor dinamismo al diseño, ya que los textos son demasiado largos y no están divididos en varias columnas, las páginas se ven muy ordenadas, dando como resultado una composición aburrida y cansada para la lectura. Los ornamentos geométricos en color naranja en los márgenes de



► Fig. 656 Portada guía Querétaro paso a paso



► Fig. 67 Página interior guía *Querétaro paso a paso*

las páginas atraen la vista y no es algo importante que acentuar, solo son decorativos. Entre las imágenes utilizadas se encuentran mapas de ubicación, que son claros y no representan mayor dificultad en su entendimiento.

d) Principios estéticos:

-Armonía: la retícula utilizada consta de dos columnas permitiendo un equilibrio en la página, pero la distribución de los elementos no fue bien planeada convirtiéndola en aburrida y tediosa; existe una clara continuidad de la información y la jerarquía de la misma.

-Verdad: al ser fotografías las imágenes utilizadas resultan de gran apoyo para el diseño, mostrando la realidad de los lugares.

-Claridad: el texto blanco sobre fondo azul le da contraste y es clara la lectura, aunque por la cantidad e información y el uso de las dos columnas ligadas resultan textos demasiado largos; los títulos contorneados en naranja resultan muy pesados en la página aunque cumplen su cometido de jerarquizar la información. La cantidad de imágenes resulta ser poca para interesar al lector.

2. Realización

El formato es vertical, engrapado del lado izquierdo, la pasta es del mismo papel que el contenido, (couché brillante, 180 g) y la calidad de la impresión es media, el texto

se ve claramente por ser plastas y las imágenes tiene una calidad razonable aunque son fotografías reales pueden apreciarse claramente; en general la presentación de la guía es de buena calidad.

3. Apariencia

La calidad de la guía es buena en general, pero en términos de diseño puede mejorarse ampliamente, para aprovechar todos los elementos y descartarse algunos innecesarios (como las decoraciones laterales en el margen) buscando gráficos que representen mejor el mensaje que se quiere enviar y sigan la misma línea del lugar, que en este caso es el producto que se llevará al lector o posible visitante.

II Calidad Funcional

Tiempo: La guía fue elaborada por el gobierno que estuvo a cargo del Dr. Rolando García Ortiz, al iniciar su periodo como presidente municipal, y se distribuyó en los distintos puntos turísticos en el año 2000 al 2003. La información es básica y atemporal, pues detalla los hechos históricos y no pueden ser modificados, pero es recomendable actualizarla por los cambios en la ciudad.

Medio: es importante al elaborar guías turísticas tener en cuenta que son material de apoyo que acompañará al visitante en todo momento, por lo que el formato debe ser

adecuado para poder transportarse pero no muy pequeño ya que contendrá suficiente información.

El análisis semántico se hizo con la intención de comprender la relación del signo con el objeto que representa el destino turístico, ligado con el marco referencial que es el turismo.

1. Constantes semánticas

a) Significante: en este caso cada elemento: las imágenes utilizadas (fotografías y mapas), los ornamentos y el texto, son el significante y la unión de estos también lo es.

b) Significado: el significado general que se busca transmitir es el de transmitirle al lector la historia e importancia de cada edificio histórico del estado.

c) Función: es dar a conocer los lugares históricos para atraerlos y que los turistas los visiten con interés, dándole importancia a cada hecho sucedido en el estado, la guía solo está realizada en un idioma (español) por lo que se entiende que su mercado meta es a nivel nacional.

2. Variantes semánticas

a) Motivación analógica: las mayoría de las imágenes son fotografías reales de los destinos turísticos apoyando al texto, estando al nivel de un contexto real, muestra la actualidad de las construcciones y atrae al visitante. La tipografía utilizada es clara y apoya la lectura.

3. Tipos de significantes

a) Icónico: el significado de las imágenes no varía, ya que son fotografías reales y muestran claramente el destino turístico en la actualidad.

4. Diseño de significantes

a) Nuevas posibilidades de diseño: el diseño no es innovador, y al ser una herramienta para la excelente comunicación no apoya al mensaje, al contrario, lo entorpece; la intención de atraer al visitante contándole la importancia de estos lugares es buena, pero la composición utilizada no es la indicada, resulta tedioso leerlo y no jerarquiza datos importantes que podrían interesarle al turista. El formato en vertical la distingue de las demás guías turísticas.

5. Significado Semántico

a) Aspecto sensible: se concluye que el contraste de los colores elegidos buscaba atraer la atención y promover la lectura de la guía, pero no son los colores adecuados para representar una ciudad colonial, y la tipografía pudo representar más el espíritu de la ciudad con un estilo de *handwriting* o con ornamentos para los títulos.

b) Aspecto inteligible: la realidad es que solo una persona interesada en la historia se dará el tiempo necesario para leer toda la información que la guía contiene, pudiendo darse datos más importantes y con una composición más dinámica para resaltar lo importante que existe en Querétaro.

▷ Guía turística villa de Santiago; Nuevo León, Mexico : Pueblo mágico

La guía turística impresa “Villa de Santiago, Nuevo León, México: pueblo mágico” es publicada por la secretaria de turismo de Nuevo León, en conjunto con visit México, los turistas nacionales e internacionales son el sector al que está dirigida, ya que está en idioma español e inglés, publicada en el año 2010; el formato utilizado es vertical de 16 cm por 26 cm de largo, en papel couche brillante impreso en alta calidad.

I Calidad formal

1. Estructura

a) Espacio: la guía se estructura relacionándose las dos páginas, el contenido: texto e imagen sirven de apoyo para la comprensión de la información, el texto se distribuye en una columna al centro de cada página (12 cm x 16 cm), en algunos casos las imágenes intervienen en la parte inferior de la página o cubren toda la página.

b) Valores Expresivos: los códigos que utiliza la guía para transmitir el mensaje son:

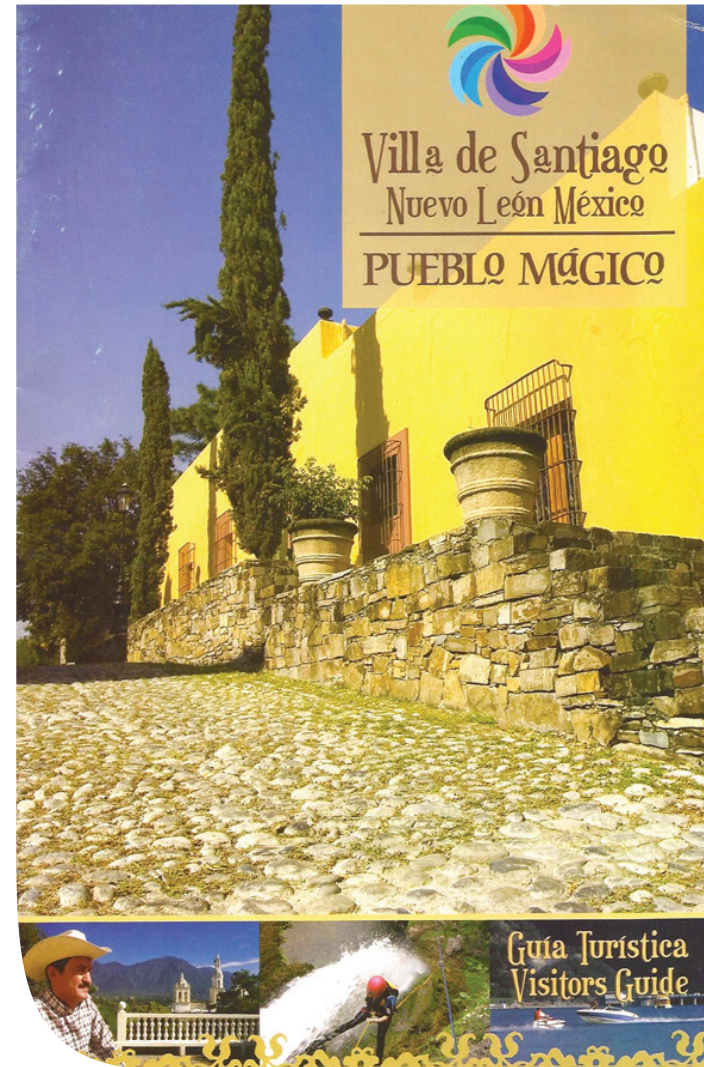
-Morfológico: la atención se centra inmediatamente en las imágenes, distribuidas en la parte inferior de la página o en el caso de cubrirla toda; los títulos proporcionan jerar-

quía y los textos se apoyan en las imágenes, relacionándose el texto con la imagen claramente.

-Tipográfico: la tipografía utilizada es familia sans serif de 12 puntos en color café para los textos, y para los títulos una tipografía serif con uñas redondeadas, de color café también (14 puntos y 30 puntos). Los párrafos tienen justificación forzada, y los títulos hacia la izquierda, la información no es muy extensa y cuentan con palabras en la tipografía de títulos, creando interés en estas específicamente.

-Imagen: las imágenes utilizadas son fotografías reales y la calidad de impresión en selección de color las favorece, sirven como apoyo visual para el texto y atraen la atención del lector. Los márgenes inferior y superior están decorados con un motivo floral que le dan calidez al diseño.

c) Composición: la distribución de los elementos no cuenta con muchas variaciones, en la mayoría de los casos el texto a una columna se encuentra en la parte superior de la página y las imágenes al terminar el texto, y en otras el texto cubre toda la hoja, apoyándose de las imágenes contenidas en la página siguiente. El diseño es limpio y equilibrado, los textos son claros para la lectura y la cantidad de imágenes es la justa, equilibrados visualmente, los textos no compiten entre ellos.



► Fig. 68 Portada guía Nuevo León

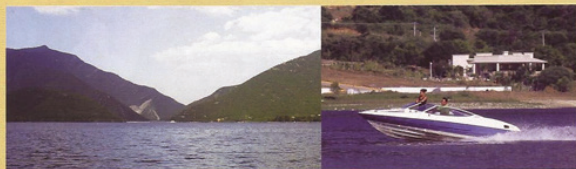


Presas de la Boca

Popularmente conocida como la Presa de la Boca, la Presa Rodrigo Gómez ofrece a sus visitantes diferentes opciones de recreación. Se puede pasar un agradable día de campo, pasear a caballo, comer en alguno de los restaurantes de mariscos y convivir con la familia y los amigos. Ahora que si quieres pasar un excelente día no dudes en rentar una lancha o un catamarán, conocer los clubes náuticos y visitar Bahía Escondida, Convention Center and Resort, donde uno puede relajarse, tomar el sol y pasar un momento inolvidable.

La Boca Dam

The La Boca Dam, as it is commonly known - the official name is the Rodrigo Gómez Dam - offers the visitor several alternatives. You can spend a pleasant day in the country, go horseback riding, eat in one of the fish restaurants, or simply relax with family and friends. But if you're looking for something special, don't miss the chance to rent a passenger boat or catamaran. Or you can spend an unforgettable day soaking up the sun at a beach resort like Bahía Escondida.



d) Principios estéticos

-Armonía: la estructura utilizada en la composición es equilibrada y armoniosa, los elementos no compiten entre si y se apoyan adecuadamente, haciendo la lectura más fácil y agradable, los márgenes y espacios entre los elementos son grandes por lo que no se crea ruido entre ellos.

-Verdad los motivos decorativos utilizados son formas orgánicas que representan la naturaleza, y en conjunto con los colores elegidos también la melancolía y estilo colonial que envuelven la ciudad; es importante mencionar que no compiten los demás elementos, ni obstaculizan la lectura o atención en lo realmente importante.

-Claridad: los textos en color café oscuro sobre fondo claro mejoran la lectura, y la diferencia de tipografías para títulos y textos apoya a la pronta jerarquización de la información, para la lectura clara y armoniosa de la guía.

2. Realización.

La guía es de formato vertical, las portadas en papel couché brillante de 200 g y los interiores en el mismo papel pero de 180 g, calidad e impresión alta en offset.

3. *Apariencia.* Los elementos tienen una adecuada distribución que apoya a la lectura y crea armonía, los motivos decorativos no compiten con la información o la entorpecen y la gama cromática va de acorde con la imagen que quiere proyectar la ciudad.

► Fig. 69 Página interior guía Nuevo León

II Calidad funcional

Tiempo la guía de Villa de Santiago fue publicada en el año 2010, tiene una vigencia aproximadamente de un año, ya que contiene información de lugares como restaurantes y hoteles que puede ser modificada. El diseño es atractivo pero puede mejorarse con el paso del tiempo, actualizándose.

Medio: fue distribuida por el gobierno del estado de Nuevo León y al requerir ser de fácil manejo se utilizó un formato mediano que no ocupara mucho espacio para que el viajero la traiga consigo en todo momento.

El análisis semántico se realizó tomando en cuenta la relación del signo con el objeto que representa los valores del destino turístico, ligándose también con el marco referencial:

1. Constantes Semánticas

a) Significante: las imágenes y textos transmiten un mensaje individualmente y en conjunto también sobre la ciudad referente.

b) Significado: el significado en general que da la guía es sobre la ciudad, presentándola como limpia, colonial y agradable, con riqueza natural e histórica, a través de la imágenes y demás elementos utilizados.

c) Función: su función principal es atraer al visitante a los lugares turísticos, la guía se encarga de proporcionar

información básica e importante para captar la atención, y contiene mapas que ayudan a la fácil ubicación del visitante en la ciudad. Dando a conocer también sobre la importancia y belleza de la ciudad.

2. Variantes semánticas

a) Motivación analógica: las fotografías son reales y de los lugares más importantes de la ciudad, por lo que mantiene un nivel alto de iconocidad, se reconocen los lugares fácilmente; en cuanto a los colores utilizados apoyan al mensaje al ser visualizados en la naturaleza.

3. Tipos de significantes

a) Icónico: cada imagen denota directamente la realidad al ser fotografías reales, y los motivos decorativos son una abstracción de elementos de la naturaleza.

4. Diseño de significantes

a) Interacción absoluta con los sistemas vigentes: el diseño realizado no innova en el campo del diseño gráfico, la guía turística es funcional pero no sobresale de entre las otras, la información es la requerida y las imágenes son adecuadas para el mensaje requerido, informa y atrae al turista.

5. Significado semántico

a) Aspecto sensible: la guía contiene los elementos adecuados, la composición es equilibrada y los colores apoyan a la fácil lectura y comprensión de la infor-

mación; se apoyan entre si los elementos y generan un resultado requerido de atraer, entretener y obtener interés del visitante hacia la ciudad.

b) Aspecto inteligible: los elementos utilizados y decorativos permiten asociar al mensaje directamente, la armonía en el diseño favorece al mensaje y su transmisión.

▷ Guía turística impresa de Chiapas

La guía turística impresa “Chiapas” fue elaborada por el gobierno del estado en el año 2004, cuenta con 7 ejemplares diferentes de la misma colección, cada una realizada para una ruta geográfica-cultural específica, dirigido a los turistas que desean acceder a la zonas del estado, para informarlos y guiarlos en su viaje. El formato de la guía es vertical (12 cm por 20 cm), la pasta exterior es de papel rígido y el interior está impreso en un papel couche de 180 grs. en offset.

I Calidad formal

1. Estructura

a) Espacio: se presenta la información en una sola página y en la página frontal a ésta se establecieron imágenes de apoyo, que dan soporte al texto, la caja de texto es a dos columnas (4.5 cm x 15 cm cada una), alineado forzado, y los títulos se encuentran en la parte superior alineados a la izquierda; aunque el texto en algunos casos es largo cuentan con las imágenes en la página continua y esto apoya visualmente, a que el lector disfrute la lectura y no pierda el interés.

b) Valores expresivos:

-Morfológico: el foco de atención recae en los crucigramas que describen las rutas gráficas de la zona, utilizan un

color verde limón para atraer la atención del lector, e invitándolo a que siga con la lectura del texto; las imágenes juegan un papel muy importante pues le dan colorido al diseño, y contrastan con las hojas blancas que contienen el texto, sin cansar al lector pero si entreteniéndolo.

-Tipografía: de familia serif, color negro sobre fondo blanco, a 10 puntos para el texto, y los subtítulos en tipografía de palo seco, a 10 puntos y en negritas; para los títulos se utilizó la misma tipografía de palo seco y en negritas pero a 14 puntos aproximadamente. Los pies de fotografía y diagramas tienen como tipografía de apoyo la misma que los títulos pero en puntaje de 9 a 11 puntos.

-Cromático: los colores utilizados en esta guía son básicamente el verde limón para crear acentos visuales, el negro sobre fondo blanco y las imágenes utilizadas al ser fotografías reales cuentan con infinidad de colores (selección de color). Se crearon símbolos que representen las rutas culturales del estado y cada una cuenta con un color en específico, todos ellos brillantes, representando el colorido cultural de México.

-Imagen: se representaron cada zona cultural de Chiapas con símbolos generados por abstracciones de edificios, situaciones o edificios representativos del lugar, cada símbolo es de un color diferente, todos brillantes, para representar la riqueza cultural que guarda

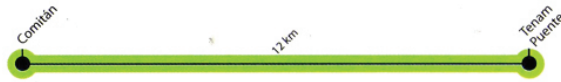


► Fig. 70 Página interior guía Chiapas

Comitán de Domínguez

19

Puntos sugeridos en esta ruta



Nacida como pueblo de indios establecido por los dominicos, Comitán, la ciudad de Rosario Castellanos, creció gracias a las haciendas y se convirtió en una de las principales ciudades de la provincia colonial. Dentro de su trazo regular con calles de pronunciadas pendientes, destaca la parte central, testimonio de muchos siglos de historia y específicamente de historia constructiva. La remodelación emprendida en los últimos años en el Centro Histórico le ha restituido su gran dignidad y permite al viajero acercarse a los grandes hitos de la fuerte personalidad comiteca, entre los que destaca el que es, sin duda, su principal monumento: la iglesia de Santo Domingo del siglo XVI, con su imponente torre que forma parte del repertorio mudéjar que caracteriza a gran parte del arte colonial chiapaneco. Este edificio junto con los templos de

y San Sebastián son algunos de los elementos de un rico conjunto monumental que también incluye la casa Museo Belisario Domínguez, ejemplo de las grandes casonas del siglo XIX, el Teatro de la Ciudad Junchavín y el cementerio con sus antiguas tumbas decimonónicas. En Comitán se puede seguir la Ruta de la Independencia tras los pasos de fray Matías de Córdova o la Ruta de los Museos: la ya mencionada Casa Museo Belisario Domínguez, el Museo de Arte Moderno Hermila Domínguez de Castellanos, el Museo Arqueológico de Comitán y la Casa de la Cultura. Comitán es muy apreciado por su gastronomía. Todos los tiempos del día y las estaciones del año tienen sus especialidades culinarias. No pueden dejar de probarse las butifarras, los quesos o las cremas, palmitos y frijoles con verduras, o los involuados

este estado. Las imágenes de apoyo son fotografías reales de los lugares a visitar.

c) Composición: el diseño es limpio y equilibrado, al utilizarse dos columnas los elementos se manejan adecuadamente; los textos se diferencian perfectamente de los títulos, dando una buena jerarquización; las imágenes apoyan al texto sin competir con el texto; el resultado es una guía agradable a la vista y fácil de leer.

d) Principios estéticos.

-Armonía: la relación imagen, texto y diagrama es claro, los tres elementos se complementan pero sin chocar entre ellos; contando con un equilibrio y armonía general; se diferencia perfectamente el término de una sección de la guía con la otra y la continuidad que tienen los textos.

-Verdad: los símbolos establecidos son una abstracción de lo que representa cada zona, de los valores culturales del estado y este es el mensaje que se le quiere dar al viajero. Los colores son adecuados pues además de atraer la atención son representativos de la cultura mexicana y concuerdan con lo que se desea transmitir.

-Claridad: cada elemento que compone la página tiene un espacio en específico, sin chocar con los demás, respetando su jerarquización y cumpliendo con sus fines, ya sea de informar o reafirmar algún concepto; al fin todo esto

► Fig. 71 Página interior guía Chiapas

concluye como un diseño equilibrado, sin provocar algún problema al lector a la hora de utilizarla.

2. *Realización*: el material se imprimió en offset, la calidad de las imágenes es buena y no pierden detalle, el papel es delgado pero resistente (couché 180 g) y las portadas son resistentes para resistir a su uso constante durante la visita del turista.

3. *Apariencia*: las fotografías utilizadas atraen inmediatamente al lector, la belleza de las construcciones y naturaleza proporcionan un excelente punto de atención, apoyando al texto adecuadamente colocado y creando balance y armonía en la página.

II Calidad funcional

Tiempo: una guía turística sirve durante el tiempo de visita, y la información proporcionada no variará pero la guía está hecha en material que resista por algún tiempo, pero no es atemporal.

Medio: esta guía fue elaborada por el gobierno del estado de Chiapas; el formato permite distribuirla de manera fácil y que el turista la traiga consigo durante todo el viaje, para apoyarse en ella.

1. Constantes semánticas

a) **Significante**: los elementos que contienen significantes son el texto, los diagramas, los símbolos de cada ruta y las fotografías en si; cada uno contiene un significado y todos en conjunto también.

b) **Significado**: el significado que contiene los elementos es de representar la riqueza cultura de Chiapas, crean una atmósfera de naturaleza, diversidad, tranquilidad y belleza.

c) **Función**: la función principal de la guía es entablar una conexión con el visitante, que se sienta atraído por la belleza de los lugares y los visite con interés, que aprenda sobre su importancia y lo atraiga inmediatamente.

2. Variantes semánticas

a) **Motivación analógica**: las representaciones de cada zona es directa con las característica principales de estas, los objetos se entienden perfectamente; y en el caso de las fotografías no existe abstracción alguna.

3. Tipos de significantes

a) **Iconico**: los símbolos de figuras representativas de las zonas son abstracciones pero se entienden inmediatamente y cumplen con su objetivo de representar la cultura que contienen.

4. Diseño de significantes

a) Tendencia vanguardista: la guía es funcional y el diseño es adecuado pero no representa alguna vanguardia ni se diferencia de las demás guías; si bien está realizada correctamente pero no impone un avance para el diseño gráfico.

5. Significado semántico

a) Aspecto sensible. los colores utilizados y la composición resulta armoniosa para la vista; los elementos no compiten y se relacionan entre ellos, el diseño en general crea una atmósfera de tranquilidad, exaltando a la naturaleza y cultura chiapaneca.

b) Aspecto inteligible: el mensaje que se deseaba enviar se puede apreciar inmediatamente, cumpliendo con la tarea de atraer al turista, invitándolo a conocer más sobre el estado y a visitarlo. Se utilizaron adecuadamente los conceptos que se querían transmitir y el diseño terminó apoyando al mensaje como se requería.

▷ Guía Pueblos Mágicos de México

“Pueblos Mágicos de México, México desconocido” es un ejemplar impreso, como en la portada lo dice: una guía especial para el turista, publicada por la institución México desconocido, producida por Impresiones Aéreas S.A. de C.V., en el año 2010, dirigida a turistas y potenciales visitantes del país, cuenta con información detallada y reconocida por antropólogos, historiadores y especialistas en turismo. Realizada en formato vertical, medidas de 17.5 cm de ancho por 27.5 de largo, impreso los interiores en papel couche brillante de 180 g y las portadas con un papel rígido.

I Calidad Formal

1. Estructura

a) Espacio: la estructura principal de la guía es de páginas individuales (17.5 cm x 27.5 cm), pero la información sigue una continuidad, esta dividida en secciones destinadas a cada “pueblo mágico” de México; las páginas se componen por texto, imágenes del lugar, mapas y viñetas especiales con información importante, como elementos de diseño, la composición es dinámica y equilibrada, la retícula utilizada es modular, creada a partir de 3 columnas (4.5 x 24 cm cada una) y en algunos casos se unen dos columnas para contener el texto (9 x 24 cm). Los elemen-

tos se relacionan entres si, pero cada espacio está definido adecuadamente para conectarse imagen con texto sin entorpecer la lectura.

b) Valores expresivos: los códigos que se utilizan para transmitir el mensaje de forma correcta son clasificados en:

-Morfológico: las páginas cuentan con una estructura básica, pero cuenta con variaciones en cada una, aportando un dinamismo que beneficia la lectura, cada espacio tiene un elemento en específico que se conecta con los demás, la jerarquización es clara y cumple con su cometido de guiar al turista en su viaje, sin confundirlo y proporcionarle a primera vista los datos más importantes.

-Tipográfico: esta guía se elaboró con 4 tipos diferentes tipografías, la primera utilizada para los textos de presentación sobre la ciudad, de familia serif (11 puntos), para los textos de descripción está una tipografía de familia sans serif a 12 puntos, estos textos cuentan con iniciales en tipografía serif de 30 puntos; los datos importantes se encuentran en viñetas y con una tipografía sans serif de 9 puntos. Los títulos para cada sección son en tipografía caligráfica a 26 puntos en la parte central y superior de la página; los subtítulos en tipografía de palo seco y estilo fantasioso (14 puntos).

-Cromático: para identificar cada sección de la guía se designó un color para cada una, colores brillantes y los



► Fig. 72 Página interior guía Pueblos Mágicos de México

en lo alto de una colina, donde se encuentra un **Monumento a Cristo Rey**, una imagen de ocho metros de altura de Jesucristo con los brazos abiertos, que ya es una figura emblemática de Creel.



La Iglesia de San Ignacio Arareko es parte del legado de los jesuitas.

A escasos kilómetros al sureste del centro de Creel está **San Ignacio Arareko**. Si no se ven casas alrededor es porque sus habitantes tarahumaras viven dispersos en el bosque circundante. Ahí vale la pena observar su vieja iglesia de piedra, la misión, que es el centro de reunión de la comunidad y donde realizan sus celebraciones ancestrales. Hay varios parajes con grandes rocas a las que la erosión les ha dado formas muy caprichosas. Está el **Valle de Los Hongos**, el **Valle de Las Ranas** y, el más famoso de todos, el **Valle de los Monjes**, a veces llamado "Valle de los Dioses". Ahí se yerguen gigantescas peñas verticales, algunas de las cuales superan los 50 metros de altura. Un par de kilómetros más allá se encuentra el **Lago de Arareko**, un bellissimo cuerpo de agua en forma de herradura, con 40 hectáreas de superficie y rodeado de un sereno bosque de pinos. Este lugar cuenta con algunas cabañas campestres de alquiler.

Sobre la calle López Mateos está el Museo de Paleontología, con fósiles encontrados en el desierto de Chihuahua.

Un recorrido escénico de 15 minutos, en el nuevo teleférico, le permite disfrutar de las barrancas.

Lo típico

La artesanía más tradicional de los tarahumaras es la cestería, en especial los wares, canastas tejidas con palmillas. Pero en fechas recientes, han incursionado con gran maestría en productos de madera tallada, objetos decorativos y muebles; objetos de barro y artículos de lana. Aseorados por escuelas italianas, también comienzan a fabricar violines de una calidad extraordinaria.



Es común encontrar la cerámica realizada por los artesanos de Mata Ortiz.

HOTEL BEST WESTERN ★★★★★
Av. López Mateos 61, Centro.
Tel. (635) 456 0071.
www.thelodgeatcreel.com

CABAÑAS SIERRA BONITA ★★★★★
Carr. Gran Visión s/n, Centro.
Tels. (635) 456 0615 / 01 800 713 4460.
www.sierrabonita.com.mx

HOTEL VILLA MEXICANA ★★★★★
Av. Adolfo López Mateos s/n, Centro.
Tels. (635) 456 0665 / 0666 / 01 800 710 6422.

PARADOR DE LA MONTAÑA ★★★★★
Av. López Mateos 44, Centro.
Tel. (635) 456 0023.
www.hotelparadorcreel.com

HOTEL Y CABAÑAS PUEBLO VIEJO ★★★★★
Barrio Profortara, Zona Dorada.
Tels. (635) 456 0538 / 01 800 536 1433.



Las gigantescas peñas caracterizan el Valle de los Monjes.

Dónde dormir

textos generales se encuentran en color negro sobre fondo blanco, algunos en gris al 80% sobre fondo blanco; sobre algunas viñetas se ocupó la tipografía en blanco, siendo las primeras plastas de color.

-Imagen: las imágenes utilizadas son fotos reales de los destinos turísticos, para mostrar al visitante la belleza de los pueblos mágicos.

c) Composición. la distribución de los elementos es diversa, se rigen por una retícula que se aprovechó al máximo, explotando las diferentes maneras de colocar los elementos de diseño en la página; los espacios son claros, para crear páginas armoniosas que atraigan al lector y sin confundirlo, las imágenes apoyan al texto y al mismo tiempo crean acentos que atraen la mirada, los títulos, frases en negritas y viñetas cumplen su función de jerarquizar la información adecuadamente.

d) Principios estéticos.

-Armonía: el ojo humano se siente atrapado por el dinamismo de la composición, a primera vista atraer y al hojear la guía atrapa al lector, este interés se debe a la cantidad e información obtenida pero distribuida de manera que la lectura no es tediosa y los datos importantes resaltan inmediatamente. Las imágenes están balanceadas con el texto.

-Verdad: las fotografías de apoyo son de gran enriquecimiento para el diseño y para el ojo humano durante la lectura.
-Claridad: el texto en negro sobre fondo blanco es claro, los textos se diferencian por los títulos y subtítulos; las viñetas se diferencian de los textos y apoyan en la pronta visualización de datos importantes, las imágenes no compiten con el texto.

2. Realización

Formato vertical, encuadrado del lado izquierdo, la pasta es rígida para un mayor tiempo de uso de la guía (300 g) y la calidad de la impresión es alta, el texto y las imágenes se aprecian claramente.

3. Apariencia

La calidad de la guía es muy buena, el diseño es diferente a la mayoría de las guías turísticas, más actual, elaborado y funcional. Las pastas y contenidos son de calidad, para que la guía sea utilizada en varias ocasiones sin desgastarse pronto.

II Calidad Funcional

Tiempo: la guía fue elaborada por “México desconocido”, creada por un sector de la secretaría de turismo de México, elaborada en el 2010 y se distribuye en puestos de revistas y librerías, con un costo de \$40, en todo el país; a diferencia de muchas otras guías, la información contenida está respaldada por investigadores y especialista

en turismo, cuenta con datos de servicios y mapas, esta información puede variar con el paso del tiempo, por lo que se debe actualizar puntualmente.

Medio: el formato de la guía es mediano, facilitando el transporte de la misma, para acompañar al viajero en sus visitas. El análisis semántico se hizo con la intención de comprender la relación del signo con el objeto que representa el destino turístico, ligado con el marco referencial que es el turismo.

1. Constantes semánticas

a) Significante: en este caso cada elemento: las imágenes utilizadas (fotografías y mapas) y el texto, son el significante y al interactuar entre ellos también.

b) Significado. el significado general es mostrar la belleza y riqueza natural, cultural e histórica de estos destinos turísticos.

c) Función: atraer al visitante inmediatamente y que este interés incremente; terminando esta función, debe guiar al turista en su visita, proporcionándole los datos requeridos para realizar su viaje cordialmente.

2. Variantes semánticas

a) Motivación analógica: al visualizar la guía surge el interés del visitante, ya que la mayoría de las imágenes son fotografías reales de los destinos turísticos apoyando al texto, estando al nivel de un contexto real.

3. Tipos de significantes

a) Icónico: el significado de las imágenes no varía, ya que son fotografías reales y muestran claramente la realidad del destino turístico.

4. Diseño de significantes

a) Nuevas posibilidades de diseño: el diseño de la guía es actual y dinámico a diferencia de muchas otras impresas, los elementos de diseño se explotaron al máximo para crear una composición atrayente y funcional; el diseño innova en este campo de guías turísticas impresas y más en las elaboradas en México.

5. Significado Semántico

a) Aspecto sensible: la gama cromática, estilos tipográficos y diversidad de imágenes enriquecen la vista automáticamente, la composición hace la lectura de la guía armoniosa, clara, divertida y fluida.

b) Aspecto inteligible. el visitante se interesa automáticamente por los destinos turísticos con solo hojear la guía, sin necesitar de otra, ya que contiene la información necesaria y de manera rápida y clara; al contar con un material tan completo se le proporciona al turista seguridad y confort en su visita.

▶ 2.2 Sitios web

▷ Guía turística digital de Neuquen

<http://www.guianeuquen.com>

El contenido de este sitio web turístico corresponde a una versión impresa publicada por Editorial Patagonia Activa, quien adaptó la información reunida en la guía para ofrecerla a los usuarios por internet. Su finalidad es comunicar a los potenciales y futuros visitantes de Neuquen, acerca de los lugares de interés de la ciudad, además de especificar diversos servicios que podrían ser necesarios durante la estancia en el lugar.

Se realiza un análisis sintáctico para estudiar las características de los elementos de diseño considerando:

I Calidad Formal

1. Estructura

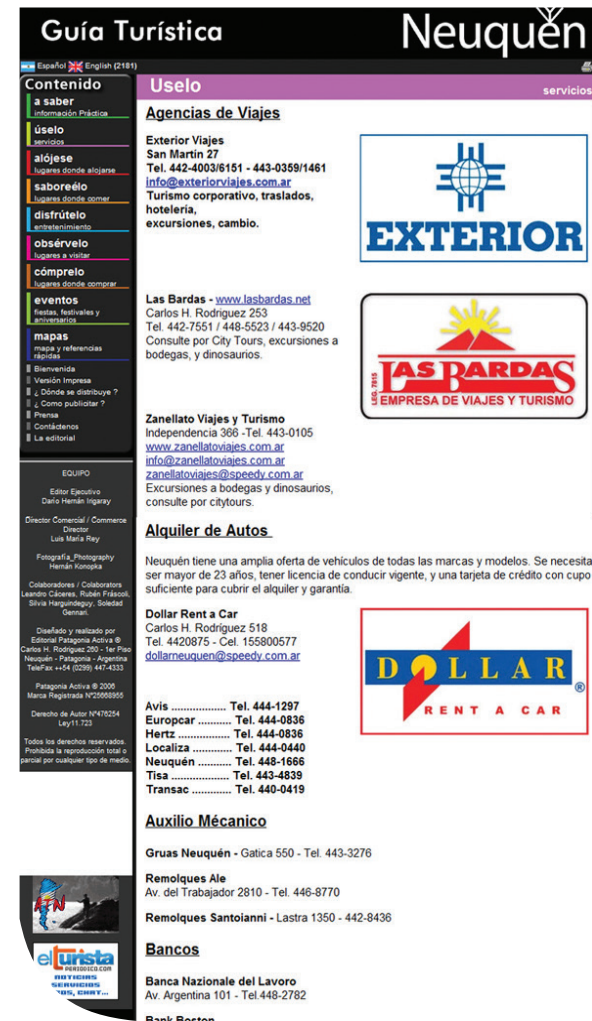
a) Espacio: en el diseño web la unidad de medida usual son los píxeles (px) y en el caso de este sitio el espacio establecido de publicación es de 761px de ancho equivalentes a 26.81 cm; la altura de cada página lo define la cantidad información, en el ejemplo se muestra sólo la primer pantalla o sea lo primero que se visualiza de la página en internet a través de un monitor de 1280px de

ancho por 800px de altura, y que mide 700px equivalente a 24.69cm, pero en realidad la página completa mide de altura 9,590px equivalente a 330.81cm debido a la gran cantidad de información depositada en ella.

b) Valores expresivos: éstos se definen por varios códigos que dan pie a la transmisión lógica del mensaje en la guía, que son:

-Morfológico: corresponde a la posición lógica de los elementos en el formato. En el ejemplo, la ubicación del menú de navegación, según el orden de lectura occidental, ha sido colocado en la posición correcta, en la parte lateral izquierda, según el usuario; de manera que esto será lo primero que el usuario visualizará invitándolo a navegar por las demás páginas que conforman el sitio. El espacio restante del formato ha sido destinado para la información, manejado a dos columnas, una para el texto y otra para imágenes.

-Tipográfico: en el sitio solamente aparecen dos fuentes diferentes, una para el encabezado de la página y otra del contenido que también es empleada para los enlaces y toda la barra del menú de navegación, pueden observarse otras fuentes pero en su mayoría es publicidad y marcas que se han publicado en formato de imagen, y no como texto editado para el sitio. Las únicas variantes que se presentan en el contenido son para los títulos: en negrita y un puntaje mayor, y subtítulos sólo en negrita.



► Fig. 74 Página del sitio web oficial guía bilingüe Neuquén

-Cromático: en el menú de navegación se aplica un color para cada uno de los vínculos hacia las páginas del sitio, de la misma forma que se ha hecho en la guía impresa, para que el usuario sepa en cual sección está al asociar un color a cada una, pero definitivamente esta asociación no puede aplicarse de la misma forma en el ejemplo digital, puesto que el usuario tiene que desplazarse hacia abajo para poder visualizar toda la información dejando el menú de navegación y el encabezado, que son los elementos de color; por lo tanto el usuario no podría saber en cual sección se encuentra cuando visualiza el contenido. El uso del negro es recurrente exceptuando el espacio destinada para el contenido, contrastando la variedad de colores manejados en el menú y los encabezados.

-Imagen: las imágenes colocadas en las páginas interiores aparecen como información complementaria a los textos, ya sea que hagan referencia a los sitios listados o que ofrezcan al usuario un panorama de las riquezas turísticas del lugar.

c) Composición: la barra donde está ubicado el menú y la información sobre el equipo editorial parecen tener un orden gracias a la mínima cantidad de texto que se maneja y el ancho de la barra, pero los elementos localizados en el área de contenido en algunas partes pierden el orden debido al tipo de información que no llena por completo el ancho de la columna de texto, y más aún a la nula

continuidad en la aparición de las imágenes que han sido exageradas en tamaño para poder llenar la columna.

d) Principios Estéticos

-Armonía: la composición puede ser armoniosa en el momento que se visualiza en conjunto el menú de navegación, el encabezado del sitio y de la sección, pero una vez que el usuario se desplaza hacia abajo, solo se observa el directorio con imágenes colocadas de manera arbitraria sin tener armonía en la composición.

-Verdad: el manejo de la información no ha sido el adecuado puesto que se ha colocado en una sola página por sección haciéndose muy larga en algunas, lo que dificulta la lectura, primero por el gran contenido de la página y segundo por la dificultad general de leer textos largos en pantalla; motivo por el cual el usuario podría abandonar el sitio.

-Claridad: a pesar de la gran cantidad de información contenida en las páginas, esta aparece de manera clara pero podría ser difícil de asimilar para alguien que no pueda entender la jerarquización de la información.

2. Realización

EL diseño del sitio está a cargo de Editorial Patagonia activa y una vez que fue publicada el acceso a la página es gratuita, no requiere de alguna inscripción al sitio para poder visualizar la información. Para diseñar el sitio se empleo

lenguaje html (lenguaje de marcado de hipertexto), además de establecer un tamaño que permite su visualización en todos los monitores, a pesar de sus dimensiones, sin ningún problema.

3. *Apariencia*

La composición general no hace referencia a una buena administración del espacio, el tamaño de algunos elementos causa ruido en su apariencia, incluso la división del área de contenido, podría haber dado mejores resultado.

II **Cualidad funcional**

Tiempo: El sitio se publicó en el año 2006, aunque no se publican las actualizaciones el sitio se mantiene vigente en la red.

Medio: El medio de difusión del sitio siempre dependerá de los vínculos que existen de él en otros sitios web, de los resultados de los buscadores, así como de la visita por parte de quienes tienen acceso a la guía impresa y de la publicidad del sitio en general. Así como la guía impresa se ha diseñado en dos idiomas el sitio web también puede visualizarse así para adaptarse a las necesidades de diversos públicos.

Los siguientes conceptos logran explicar el carácter semántico del diseño del sitio

1. *Constantes semánticas*

a) **Significante:** los elementos de la página del ejemplo que podrían contenerlo son las imágenes, ya que el texto no ofrece ninguna representación gráfica específica sin considerarse la variedad de marcas que se publican en el contenido.

b) **Significado:** el significado total del sitio es reunir en un sólo lugar toda la información necesaria para realizar un recorrido en la ciudad de Neuquen, cumpliendo así la función de guiar al visitante durante sus estancia.

c) **Función:** recae en el contenido informativo, al concentrar un directorio clasificado de bienes, lugares y servicios de la ciudad.

2. *Variantes semánticas*

a) **Motivación analógica:** está presente en la clasificación de la información a manera de secciones, donde figuran todos los datos necesarios para guiar al turista, que es quien analiza la información y decide cual es útil, según sus planes vacacionales.

3. *Tipos de significantes*

a) **Realistas:** cada una de las fotografías que se muestran no contiene alguna especie de edición, su función no es más que la de presentar la realidad, su significado podría variar dependiendo del contexto.

b) Icónicas: junto a la información hay marcas y logotipos que son representativos de las empresas publicitadas, con un grado de iconicidad para abstraer la imagen de algo real asociado con la empresa que representan.

4. Diseño de significantes

a) Nuevas posibilidades de diseño: a pesar de contener la misma información que la guía impresa, es necesario el empleo de nuevos elementos gráficos, puesto que no es suficiente el simple hecho de contener un directorio completo y clasificado de comercios y servicios del lugar. El diseño que se maneja es muy pobre, la composición en las páginas puede provocar al usuario desubicación a la hora de analizar la información; una reestructuración en el orden de la información sería una buena decisión; así como el empleo de nuevos elementos gráficos que inicien un estímulo visual en los visitantes del sitio logrando así que estos permanezcan en el sitio.

5. Significado Semántico

a) Aspecto sensible: la información y las fotografías de la ciudad ubican al usuario en el tema abordado incitándolo a imaginar su estancia en el lugar y así concretar la visita.

b) Aspecto Inteligible: a pesar de que se logra transmitir la información básica de Neuquen a los futuros visitantes, aún faltan elementos que provoquen un impacto visual en los usuarios, considerando que los límites en sitios web

suelen ser menos que en los medios impresos y la explotación de este medio da buenos resultados.

► Sitio web de Costa Rica

<http://www.visitcostarica.com>

Es el sitio web oficial de Costa Rica, toda la información contenida está dirigida hacia un público amplio, pues es reconocido como un destino paradisíaco, donde se informa de las diferentes actividades que se pueden realizar a lo largo del país.

Se realiza un análisis sintáctico para estudiar las características de los elementos de diseño contenidos en el sitio web, para ello se consideran dos cualidades:

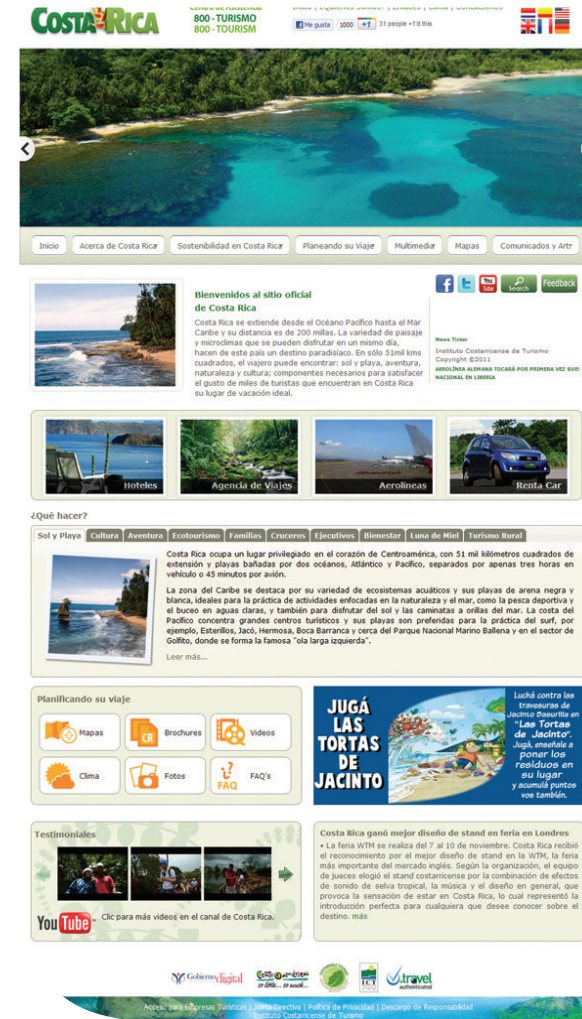
I Calidad Formal

1. Estructura

a) Espacio: las medidas de una página del sitio son 987px de ancho, equivalente a 34.82cm y 1820px de altura, equivalente a 64.21cm.

b) Valores expresivos: éstos se definen por varios códigos que dan pie a la transmisión lógica del mensaje en la guía, que son:

-Morfológico: corresponde a la posición lógica de los elementos en el formato. El elemento de principal atracción en la página de inicio es el banner, donde se muestran imágenes panorámicas de costa rica a manera de galería, los demás elementos aparecen como secundarios con un



► Fig. 75 Página del sitio web turístico de Costa Rica



► Fig. 76 Página del sitio web turístico de Costa Rica

diseño discreto. Se localizan cuatro diferentes menús de contenido en la página de inicio, en la mayoría de ellos cada botón o pestaña envía directamente a otra página del sitio; la estructura parece variar, en algunos segmentos se aprecian tres columnas que posteriormente se convierten en una para finalizar en dos. En las páginas interiores del sitio, el diseño cambia totalmente, dejando el texto en una sola columna, enviando los distintos menús hacia el lado derecho del usuario excepto el menú general que aparece en la parte superior.

-Tipográfico: la fuente aplicada a los textos y enlaces es tahoma, una de las fuentes predeterminadas en el lenguaje html que permite la lectura clara de la información; el único rasgo que diferencia los títulos del contenido es la variante de la fuente en negritas, aparecen otras fuentes y estilos que pertenecen a algunas marcas que complementan la información del sitio. La caja de texto que contiene en su mayoría se observa muy ancha, lo que podría dificultar la lectura en pantalla, sobre todo en textos muy largos

-Cromático: el uso del color no es tan frecuente, sólo se manejan tonos grises, un azul tenue para identificar el menú de las páginas interiores y un color verde para algunos títulos; el mayor contenido cromático recae en las fotografías, que en general son paisajes naturales.

-Imagen: las imágenes colocadas en las páginas interiores aparecen como información complementaria a los textos, ya sea que hagan referencia a los sitios listados o que ofrezcan al usuario un panorama de las riquezas turísticas del lugar.

c) Composición: se resuelve de manera limpia, cada elemento cumple su función en el lugar asignado; la imagen y el texto se complementan entre sí; se aplica el mismo diseño a todas las páginas que conforman el sitio, aunque no parece ser el más adecuado para todas, pues algunas están saturadas de información, tanto que la altura de la página se hace muy larga, otras aparecen con espacios vacíos que la información no logra llenar.

d) Principios Estéticos

-Armonía: se genera un contraste agradable entre el sitio y el paisaje de fondo resaltando los colores naturales que se aprecian en la imagen. La disposición geométrica de los elementos aporta limpieza al diseño.

-Verdad: En algunos casos la información de las páginas es mucha, lo que obliga a que se modifique la altura de ésta para conseguir que todo figure en la misma, lo que podría generar cansancio por parte del usuario teniendo que desplazarse hacia abajo para visualizar la información completa; aunque existe un enlace directo para regresar a la página anterior, resulta deficiente la disposición de tanta información en una sola página.

-Claridad: la claridad en la información es visible, pero la caja de texto empleada podría menguar la lectura por parte del usuario.

2. Realización

La publicación del sitio está a cargo de la secretaría de turismo de Costa Rica. Para su diseño se empleó lenguaje html y la combinación de otros lenguajes de programación. Se estableció un formato horizontal de tamaño constante en el centro, para visualizarse en cualquier tipo de monitor, aunque el tamaño en las medidas actuales probablemente no le permita verse de manera completa en monitores pequeños, como en las computadoras portátiles mini o ipads, debido que los tamaños no coincidan.

3. Apariencia

Es agradable a primera vista, pero el manejo de la información en una sola columna podría causar una especie de ruido en la composición, ya que se observa amontonada y sin una distribución específica aparente contrastando con espacios blancos que aparecen en algunas secciones.

II Calidad funcional

Tiempo: No se conoce a ciencia cierta la fecha de publicación del sitio, pero si se puede determinar que se actua-

liza de manera constante puesto que se publican noticias recientes en lagunas páginas.

Medio: Existen medios útiles para la difusión del sitio, tales como vínculos directos desde páginas que el gobierno de Costa Rica publica, anuncios del sitio en otras páginas del mismo interés, así como en toda la publicidad turística del país, considerando los seis idiomas distintos en los que la pagina puede apreciarse.

Los siguientes conceptos logran explicar el carácter semántico del diseño del sitio:

1. Constantes semánticas

a) Significante: las imágenes, haciendo una representación realista de lugares localizados en la ciudad; y el texto que representa gráficamente mediante signos lingüísticos el significado de la información.

b) Significado: reunir en un sólo lugar toda la información necesaria sobre los aspectos turísticos de Costa Rica así como los diferentes destinos turísticos, invitando a los usuarios a ser partícipes de la experiencia costarricense.

c) Función: recae en la información escrita que el sitio proporciona, de otra manera podría ser un tanto difícil comunicar el significado sólo mediante imágenes.

2. Variantes semánticas

a) Motivación analógica: está presente en la clasificación de la información a manera de secciones, donde figuran todos los datos necesarios para guiar al turista, que es quien analiza la información y decide cual es útil, según sus planes vacacionales.

3. Tipos de significantes

a) Realistas: cada una de las fotografías que se muestran no contiene alguna especie de edición, su función no es más que la de presentar la belleza de la Costa.

b) Icónicas: junto a la información aparecen marcas y logotipos que son representativos de las empresas publicitadas, tienen un grado de iconicidad que abstrae la imagen de algo real asociado con la empresa que representan.

4. Diseño de significantes

a) Nuevas posibilidades de diseño: probablemente el empleo de nuevos elementos gráficos en el diseño del menú de contenido podría apoyar visualmente la fuerza del sitio, establecer un mejor empleo del color, así como una nueva caja de texto que no se haga pesada para el usuario.

5. Significado Semántico

a) Aspecto sensible: la información y las fotografías de la ciudad ubican al usuario en el tema abordado

incitándolo a imaginar su estancia en el lugar y así concretar la visita.

b) Aspecto Inteligible: a pesar de que se logra transmitir información suficiente de Costa Rica a los futuros visitantes, aún faltan elementos que provoquen un impacto visual en los usuarios, considerando que los límites en sitios web suelen ser menos que en los medios impresos y la explotación de este medio da buenos resultados.

▷ Sitio web de Durango

<http://visita.durango.gob.mx/>

El contenido de este sitio web es publicado por el gobierno de Durango, para difundir al estado como destino turístico; reuniendo en un solo lugar información sobre sus destinos turísticos, así como información complementaria necesaria para viajar al estado.

Se realiza un análisis sintáctico para estudiar las características de los elementos de diseño:

I Calidad Formal

1. Estructura

a) Espacio: la información se ha publicado en un formato de 914px de ancho equivalente a 32.24 cm; y 1,046px de altura, equivalente a 36.9cm. El espacio está dividido en sectores de diferentes tamaños, determinando cinco importantes, encabezado de la página, banner o galería, menús de navegación, contenido y publicidad.

b) Valores expresivos: éstos se definen por varios códigos que dan pie a la transmisión lógica del mensaje en el sitio, que son:

-Morfológico: que corresponde a la posición lógica de los elementos en el formato, de modo que cierta información

logre ser captada de manera instantánea por el usuario, en este caso el banner es quien tiene esa función de capturar la atención del espectador y convencerlo de permanecer en el sitio dirigiéndolo al el menú de navegación que aparece debajo.

-Tipográfico: este recurso aparece de manera secundaria en el área de menús y del contenido, puesto que las imágenes, el color y gráficos son quienes la enriquecen; se empleo una sola familia tipográfica de palo seco, lucida sans, que facilita la lectura de la información, además de que no aparece en cuadros de texto pesados ni columnas tan anchas. En la demás áreas, la tipografía presenta mayor fuerza al emplearse en forma más expresiva.

-Cromático: el empleo de color está relacionado directamente con la barra de menú, que contiene botones de diferente color, de modo que al seleccionar cualquiera de ellas, el envoltente del banner y las plecas en la parte superior del contenido adquieren las mismas propiedades del color, de igual forma al seleccionar algún botón del menú de iconos el envoltente de banner tomará un color gris y las plecas superiores del contenido un color lila, así sucede con todos los botones con imagen. El color también está presente en las imágenes que enriquecen el sitio, y que muestran el colorido duranguense.

-Imagen: aparecen de manera recurrente en todo el sitio, como complemento de la información contenida en cada una de las secciones y al mismo tiempo permite visualizar un panorama de la riqueza cultural y natural del estado.

c) Composición: los elementos que componen cada página mantienen un mismo estilo gráfico, el único elemento cambiante es el color que se adapta a la composición general de las páginas, la clasificación de la información y el orden de los enlaces en el menú de contenido ha favorecido un buena administración del espacio, de modo que las páginas no son extensas y su altura es un poco más grande que la pantalla, que a pesar de tener hacer uso de la barra de desplazamiento, permite en todo tiempo visualizar el menú de navegación para poder regresar o avanzar en las demás páginas sin tener que desplazarse nuevamente hacia arriba.

d) Principios Estéticos

-Armonía: sobre todo en el buen empleo del color que está asociado con la imagen que maneja el gobierno de Durango para el sector turístico y las imágenes que interactúan muy bien con la información, otorgándole un buen ritmo a la composición general del sitio y en la relación de una página con otra, pues todas se identifican como parte del sitio sin que alguna se vea diferente gracias al estilo que conservan los elementos.

-Verdad: se ha manejado muy bien el diseño del sitio, pues todos los elementos gráficos guardan coherencia logrando integrarlos a la composición.

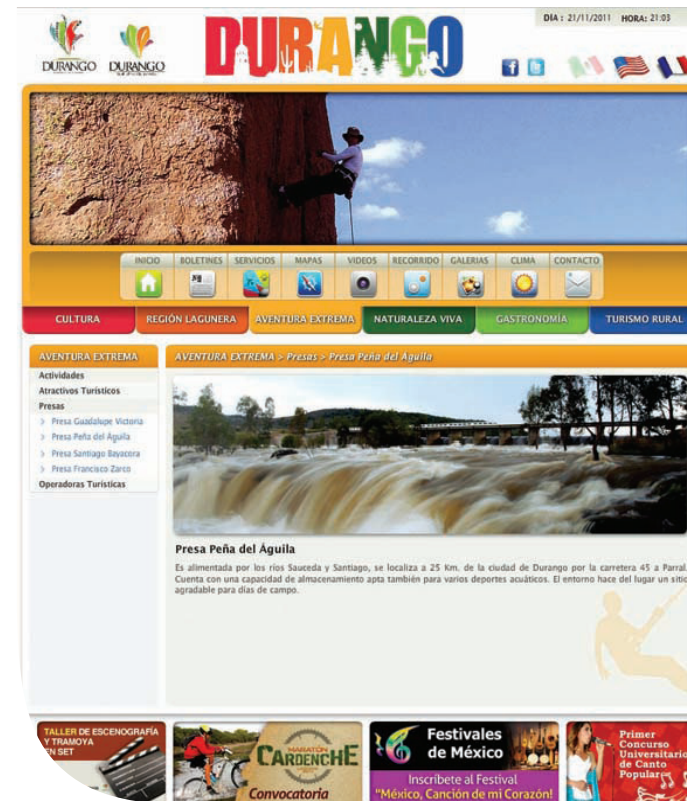
-Claridad: a pesar de que la información del sitio es considerable, se ha clasificado adecuadamente para que el usuario la reciba de forma precisa, ordenada y con toda claridad, apoyándose en la tipografía elegida.

2. Realización

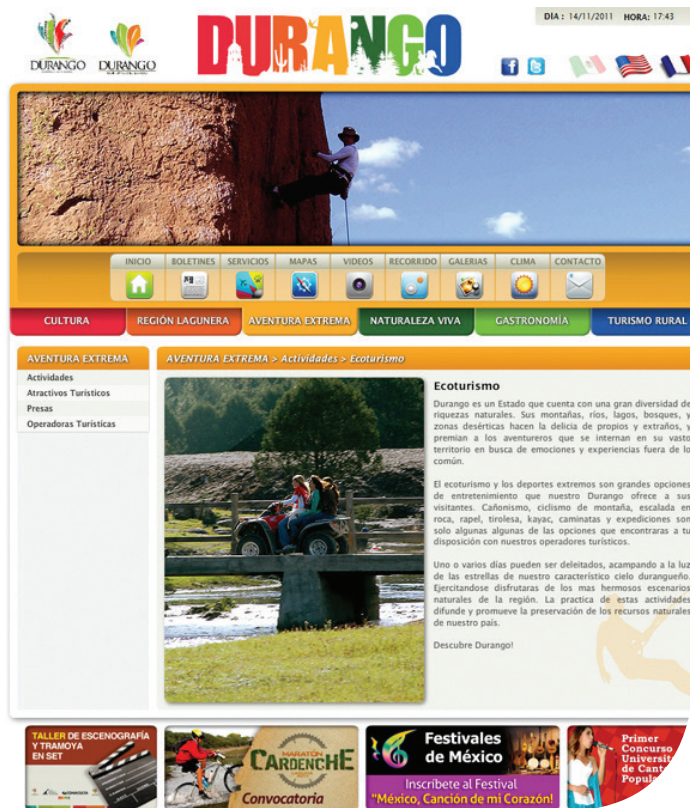
En el sitio no se publican las actualizaciones hechas, ni información del grupo que desarrollo el sitio, pero se puede establecer que ha se diseñó el software de adobe flash bajo el lenguaje de programación action script. La anchura del sitio permanece centrada y constante en todas sus páginas, pues ésta se determinó para que se logre visualizar en cualquier monitor no importando sus dimensiones, y sin pérdida de alguna información. El acceso a la página es gratuito y no se requiere de alguna inscripción para poder visualizar la información.

3. Apariencia

La primera impresión del sitio es la que define su apariencia, el sitio logra captar la atención del usuario gracias a los colores empleados que publican una oferta turística llena de vida difícil de ignorar.



► Fig. 77 Página del sitio web turístico de Durango



► Fig. 78 Página del sitio web turístico de Durango

II Calidad funcional

Tiempo: No se conoce a ciencia cierta la fecha de publicación del sitio, pero si se puede determinar que se actualiza de manera constante puesto que se maneja un calendario de eventos actualizados hasta el mes próximo.

Medio: Existen diversos medios útiles para la difusión del sitio, tales como vínculos directos desde páginas que el gobierno de Durango publica, anuncios del sitio en otras páginas del mismo interés, así como alguna campaña impresa; considerando que la información en la página puede apreciarse en tres idiomas, español, inglés y francés, para favorecer su difusión en otro tipo de públicos además de los nacionales.

Los siguientes conceptos logran explicar el carácter semántico del diseño del sitio

1. Constantes semánticas

a) **Significante:** las imágenes, porque hacen una representación realista de lugares localizados en la ciudad; y el texto que representa gráficamente en signos lingüísticos el significado de la información.

b) **Significado:** es reunir en un sólo lugar toda la información necesaria para que el turista se informe de cómo llegar a Durango y visitar los diferentes destinos según sus intereses.

c) **Función:** Recae en el contenido informativo, al concentrar un directorio de lugares, bienes y servicios de la ciudad.

2. Variantes semánticas

a) Motivación analógica: está presente en la clasificación de la información a manera de secciones, donde figuran todos los datos necesarios para guiar al turista, que es quien analiza la información y decide cual es útil, según sus planes vacacionales.

3. Tipos de significantes

a) Realistas: cada una de las fotografías que se muestran no contiene alguna especie de edición, su función no es más que la de mostrar a Durango tal y como es.

b) Icónicas: cada uno de los botones de menú que contienen imagen y los que aparecen en la página de inicio puesto que presentan cierto grado de iconicidad.

4. Diseño de significantes

a) Nuevas posibilidades de diseño: el diseño del sitio es muy completo y funcional en muchos sentidos, pero podría impactar más, empleando elementos multimedia que enriquezcan el diseño del sitio

5. Significado Semántico

a) Aspecto sensible: la información y las fotografías de la ciudad ubican al usuario en el tema abordado incitándolo a imaginar su estancia en el lugar y así concretar la visita.

b) Aspecto Inteligible: el diseño general permite la transmisión completa del mensaje, sin ruido y de manera clara y precisa.

▷ Sitio web de la Riviera maya

<http://www.rivieramaya.com>

Este sitio web ha sido publicado con la finalidad de reunir información turística de los distintos lugares que conforman la Riviera maya, para ofertar a los visitantes potenciales un lugar que cumpla sus expectativas turísticas.

Se realiza un análisis sintáctico para estudiar las características de los elementos de diseño contenidos en el sitio web, para ello se consideran dos cualidades:

I Calidad Formal

1. Estructura

a) Espacio: el formato en que se ha publicado la información mantiene una anchura de 1000px que equivale a 32.28 cm, pero su altura es variable, dependiendo de la página en que este y de su contenido, en el ejemplo se muestra la página de inicio que mide 1200px equivalente a 42.33cm; la altura de las demás páginas puede ser más grande o incluso más pequeña.

b) Valores expresivos: éstos se definen por varios códigos que dan pie a la transmisión lógica del mensaje en el sitio, que son:

-Morfológico: el punto focal de atención es el banner, que contiene una vista panorámica de la playa y junto se en-

cuentra un mapa animado donde se muestra la ubicación de la Riviera Maya, en la parte posterior aparecen los demás elementos con impacto secundario: un menú general y uno con fotografías que presenta información destacada del primero; al elegir cualquier opción este desaparecerá, sin embargo, es posible encontrarlo nuevamente dentro del menú general. En el costado derecho aparecen botones con enlaces directos hacia otras páginas del sector turístico.

-Tipográfico: se emplean dos tipos de fuentes en la página de inicio, pero solamente una es la que se emplea en el diseño general de las demás páginas que conforman el sitio web, para los títulos se utiliza una fuente con patines haciendo una composición tipográfica a dos líneas, y para los textos se utiliza tahoma, que favorece la lectura del texto.

-Cromático: el uso del color aparece de manera sutil, en tonos azules verdes, dejando gran parte del espacio en blanco, creando una composición visual agradable.

-Imagen: aparece de manera recurrente en todo el sitio como complemento de la información contenida en cada una de las páginas y al mismo tiempo permite visualizar un panorama de la riqueza natural de la Riviera Maya

c) Composición: los elementos que componen cada página mantienen un mismo estilo gráfico, lo que varía es la información. La composición es agradable y en todo momento hace una conexión con el banner.

d) Principios Estéticos

-Armonía: la combinación de las imágenes con el texto y los demás elementos permanentes del sitio se unen de manera sutil, pero podría romperse esta armonía en las páginas que contienen demasiada información modificando el tamaño que obliga al usuario a desplazarse hacia abajo.

-Verdad: se ha manejado muy bien el diseño del sitio, pues todos los elementos gráficos guardan una coherencia logrando integrarlos a la composición.

-Claridad: a pesar de que la información del sitio es considerable, se ha clasificado adecuadamente para que el usuario la reciba de forma precisa, ordenada y con toda claridad, apoyándose en la tipografía elegida.

2. Realización

En el sitio no se publican las actualizaciones hechas, ni información del grupo que desarrolló el sitio, pero se puede establecer que ha sido diseñado en lenguaje html junto con otros lenguajes de programación. El diseño del sitio no es centrado sino que la información está ubicada hacia el costado derecho para que al visualizarse en monitores más pequeños la información pueda visualizarse completa, y en caso de no caber quien sufrirá pérdida será la barra de botones del lado derecho, sin preocuparse por la información principal.



► Fig. 79 Página del sitio web turístico de la Riviera maya



► Fig. 80 Página del sitio web turístico de la Riviera maya

3. Apariencia

La apariencia general del sitio es sobria y económica mostrando tranquilidad en la composición incitando a través de las imágenes a visitar el lugar

II Calidad funcional

Tiempo: No se conoce a ciencia cierta la fecha de publicación del sitio, pero si se puede determinar que se actualiza de manera constante ya que se publican noticias.

Medio: Existen diversos medios útiles para la difusión del sitio, tales como vínculos directos desde otras páginas del mismo interés, así como alguna campaña impresa; considerando que la información en la página puede apreciarse en español e inglés, favoreciendo así su difusión en otro tipo de públicos además de los nacionales.

Los siguientes conceptos logran explicar el carácter semántico del diseño del sitio

1. Constantes semánticas

a) **Significante:** son las imágenes porque hacen una representación realista de lugares localizados en la ciudad; y el texto que representa gráficamente mediante signos lingüísticos el significado de la información.

b) Significado: el significado total del sitio es reunir en un sólo lugar toda la información necesaria para que el turista se informe de cómo llegar a Durango y visitar los diferentes destinos según sus intereses.

c) Función: recae en el contenido informativo, al concentrar un directorio de lugares, bienes y servicios de la ciudad.

2. Variantes semánticas

a) Motivación analógica: está presente en la clasificación de la información donde figuran todos los datos necesarios para guiar al turista, que es quien analiza la información y decide cual es útil.

3. Tipos de significantes

a) Realistas: cada una de las fotografías que se muestran no contiene alguna especie de edición, su función no es más que la de mostrar a Durango tal y como es.

b) Icónicas: son visibles en algunos botones para abstraer un signo lingüístico.

4. Diseño de significantes

a) Nuevas posibilidades de diseño: el diseño del sitio es muy completo es muy sorbio, pero puede caer en la simplicidad, el empleo de nuevos elementos podría enriquecer el sitio.

5. Significado Semántico

a) Aspecto sensible: la información y las fotografías de la ciudad ubican al usuario en el tema abordado incitándolo a imaginar su estancia en el lugar y así concretar la visita.

b) Aspecto Inteligible: el diseño general permite la transmisión completa del mensaje, pero el orden de la información no conviene del todo en algunas páginas afectando el diseño de todo el sitio.

► Sitio web de San Francisco

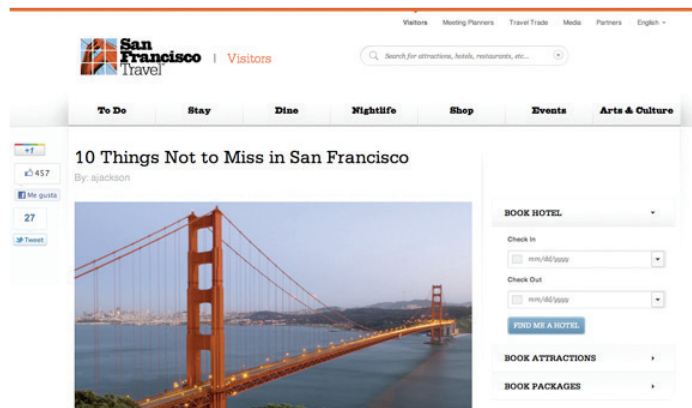
<http://www.sanfrancisco.travel/>

La guía turística web “San Francisco Travel” es elaborada por el gobierno de San Francisco, Estados Unidos de América, en idioma inglés, dirigida a turistas de esa nación e internacionales, actualizada mensualmente, ya que cuenta con información cultural para cada mes.

I Calidad formal

1. Estructura

a) Espacio: la guía se estructura sobre una retícula jerárquica, con una página principal que se enlaza con otras, en las que la información cambia pero la estructura es la



► Fig. 81 Página del sitio web turístico de la Riviera maya

misma, respetándose el diseño en todas y conectándose para volver al inicio o a otra sección. Las imágenes son grandes y se relacionan con el texto, con espacios elegidos específicamente para datos importantes para el turista.

b) Valores Expresivos: los códigos que utiliza al transmitir el mensaje:

-Morfológico: las imágenes utilizadas son de gran tamaño y sirven para fondo de los títulos del lugar a referir, los textos no son muy extensos, pero al estar sobre fondo blanco atraen la atención; otro punto de atención es la barra superior donde se encuentran las secciones de la página, se encuentra a la vista para que el visitante pueda navegar por la página sin perderse o confundirse.

-Tipográfico: la tipografía utilizada para los textos es de familia sans serif de 11 puntos en color gris 80% sobre fondo blanco, para los títulos y subtítulos se utilizó una tipografía gruesa serif, algunas en negritas.

-Imagen: las imágenes utilizadas son fotografías reales, sirven como apoyo visual para el texto y fondo para los títulos, atraen la atención del lector.

c) Composición: la retícula jerárquica que se utilizó y el diseño general para toda la página, apoya al visitante para no perderse en alguna sección, sabe que está navegando

en la misma página; los elementos tienen espacios específicos, sin chocar entre ellos y los espacios en blanco ayudan a la armonía visual. Se utilizan secciones especiales para incorporar información de cada mes aparte de la información básica.

d) Principios estéticos

-Armonía: la estructura utilizada en la composición es equilibrada y armoniosa, con muchos espacios en blanco para hacer un diseño simple, la sensación que transmite es de limpieza y paz, esto contrastado con las imágenes en gran tamaño y la tipografía en negro y gris.

-Verdad. San Francisco es una ciudad vanguardista, y al ver la página se puede reconocer la modernidad del lugar, muchos jóvenes viven y visitan el lugar, lo que con este diseño puede apoyar un mayor número de visitas.

-Claridad: el texto negro y gris sobre blanco es claro y en los casos que se escribe sobre imagen, se utilizan viñetas de color en plastas para que la tipografía no se pierda sobre la imagen. Es fácil navegar en la página sin perderse, las secciones están a la vista para volver al inicio o entrar a alguna de ellas.

2. Realización

La guía es de formato vertical, las imágenes utilizadas son de tamaño adecuado en pixeles para no perder su calidad.

3. Apariencia

Los elementos tienen una adecuada distribución que apoya a la lectura y crea armonía; las sensaciones de paz, modernidad, limpieza, equilibrio y tranquilidad se transmiten al navegar por la página.

II Calidad funcional

Tiempo: la página es actualizada cada mes, para proporcionar la mejor información al visitante; los textos sobre lugares históricos no es modificada pero si las atracciones y eventos que se realizan en la ciudad eventualmente.

Medio: elaborada por el gobierno de San Francisco, y al se una guía web cualquiera que tenga conexión a internet puede navegar en ella, con lo que se permite llegar a un público extenso y en cualquier lugar del mundo.

El análisis semántico se realizó tomando en cuenta la relación del signo con el objeto que representa los valores del destino turístico, ligándose también con el marco referencial:

1. Constantes Semánticas

a) Significante: las imágenes y textos transmiten un mensaje individualmente y en conjunto también sobre la ciudad de San Francisco.

b) Significado: el significado en general que da la guía sobre la ciudad, es principalmente como un lugar moderno, limpio y seguro. Al que se puede visitar con tranquilidad pero que cuenta con lugares para la diversión y para disfrutar de la cultura.

c) Función: la función de una guía web es de mayor amplitud ya que se puede llegar a un público más extenso, de todas partes del mundo pueden llegar a visitar la página y así atraer a turistas a San Francisco.

2. Variantes semánticas

a) Motivación analógica.: las fotografías son reales y de los lugares más importantes de San Francisco, por lo que mantiene un nivel alto de iconocidad, se reconocen los lugares importantes de este sitio fácilmente.

3. Tipos de significantes

a) Icónico: cada imagen denota directamente la realidad al ser fotografías reales, cuenta con un ícono elaborado a partir de una fotografía del lugar más conocido de la ciudad: el puente de San Francisco y transmite el mensaje directamente para reconocer la ciudad.

4. Diseño de significantes

a) Interacción absoluta con los sistemas vigentes: el diseño de esta guía web se diferencia de muchas otras encontradas, las imágenes son las adecuadas sin llenar

demasiado los espacios, los textos son cortos y específicos. La estructura en general cuenta con armonía y la jerarquía ayuda al visitante.

5. Significado semántico

a) Aspecto sensible: la guía contiene los elementos adecuados, la composición es equilibrada y los colores crean la sensación de limpieza y modernidad, es atrayente a la vista inmediatamente.

b) Aspecto inteligible: la página está elaborada con un diseño moderno, la composición se ve espaciada y con puntos de atención, entrando en concordancia mensaje con diseño.

Desarrollo de Propuesta Gráfica

▶ 3.1 Concepto

El desarrollo de la propuesta gráfica consiste en realizar un rediseño de la página actual de turismo del municipio de Atlixco, la cual se complementará con la elaboración de una guía turística impresa, en las que se contienen los sitios de interés del municipio, ambas siguiendo una línea de diseño específica que transmita los conceptos requeridos para difundir de manera exitosa el turismo en Atlixco.

El gobierno del municipio de Atlixco se ha interesado por mostrar las riquezas culturales y naturales del lugar, busca transmitir conceptos específicos que atraigan la atención del turista y lo inviten a recorrer el municipio; en colaboración con este se desarrollaron conceptos particulares que describan a Atlixco como un punto de referencia turística a visitar en todo el territorio mexicano.

Hemos tomado cuatro características particulares del lugar que nos sirven como pilar para el concepto de diseño a desarrollar:

Naturaleza: elemento presente en gran parte del territorio Atlixquense, favorecido principalmente por el clima de la región que hace al municipio un lugar atractivo, donde el paisaje y el aire limpio son los ingredientes principales, de referencia se encuentra también la variedad de flora con que cuenta y que lo caracteriza en el estado.



▶ Fig.82 Zócalo de Atlixco.

Tranquilidad: a pesar del crecimiento urbano y demográfico en el municipio, la vida cotidiana se desarrolla de manera tranquila, sin la rapidez ni el estrés de las grandes ciudades. Atlixco es un excelente lugar para dejar pasar una tarde en sus calles y parques mientras se disfruta de la compañía familiar, o bien una buena charla con los amigos en algún café, permitiéndole al visitante salir de la rutina y disfrutar de su tiempo en un ambiente agradable.

Tradicición: parte esencial en el crecimiento de Atlixco como una sociedad, que ha hecho de su historia una conmemoración año con año, sus gastronomía, sus fiestas e incluso las actividades de la vida diaria conforman la tradición Atlixquense, que invitan a cualquier visitante a formar parte de ella y a disfrutar de la riqueza del lugar, que al contar con una gran historia ha permitido a las generaciones anteriores transmitir sus conocimientos y cultivar en sus descendientes el respeto y devoción a estas para no perderlas y seguir con el desarrollo cultural .

Hospitalidad: en el recibimiento de la gente a sus visitantes, en esa cercanía que transmiten los atlixquenses y que invita a involucrarse de las diferentes riquezas del lugar, como el disfrutar de los platos típicos de Atlixco y sentirse como en casa, o de otra manera disfrutando la calidez de los servicios hoteleros de la zona donde la tranquilidad y comodidad ofrecen un ambiente familiar.

La tarea del Diseño Gráfico como herramienta de difusión en el proyecto, significa traducir estos conceptos en un resultado visual que incite al lector a visitar y conocer el municipio. Con este se fundamentará la propuesta gráfica a utilizarse en el diseño del sitio web turístico de Atlixco, cuyo estilo gráfico será aplicado a medios impresos, lo que dará como resultado la guía turística impresa, de esta manera los usuarios podrán identificar los elementos empleados para ambos.

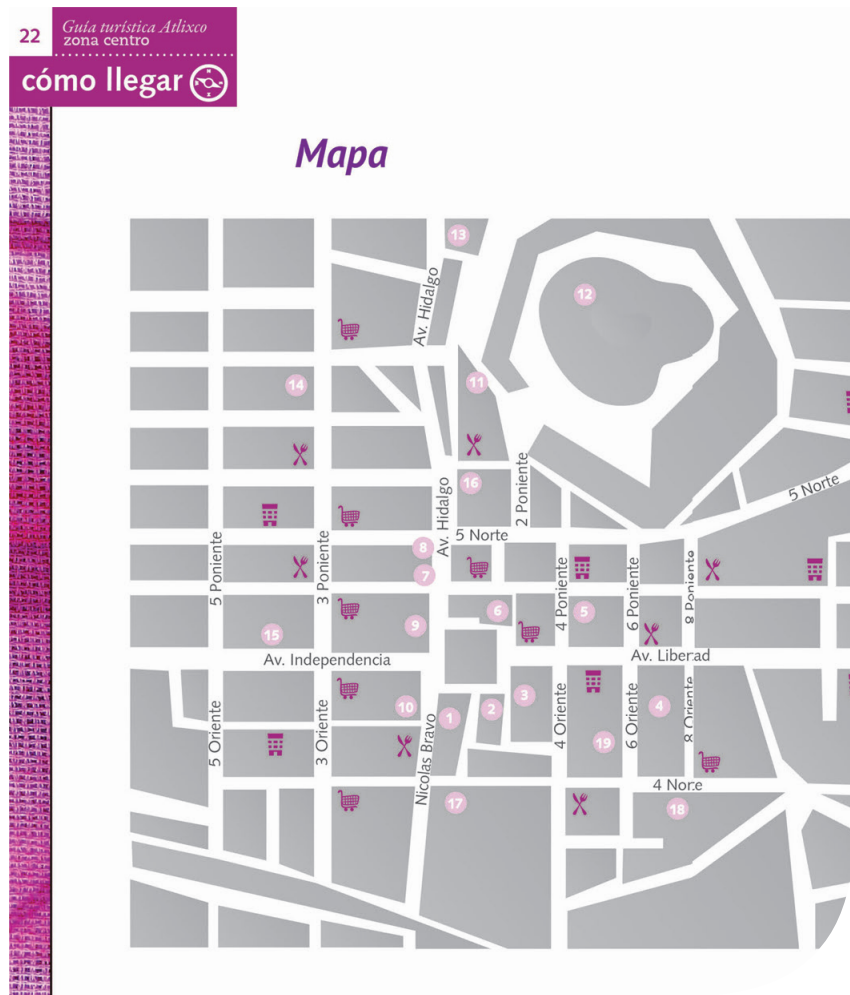
▶ 3.2 Contenido

El director del área de planeación e innovación y la dirección de turismo del Ayuntamiento de Atlixco, han colaborado en determinar la información necesaria y adecuada contenida en la guía web e impresa, esta información ha sido estructurada de tal manera que aparecerá dividida en 5 zonas:

- Zona Centro: encierra el centro histórico de la ciudad de Atlixco, el cerro de San Miguel, la pinacoteca municipal, así también la arquitectura civil y religiosa de esta zona.
- Zona de Viveros: abarca colonias donde la principal actividad económica son los viveros, en los que se puede apreciar una extensa variedad de plantas y flores cultivadas en la zona, gracias a las condiciones climáticas.
- Zona Corredor Gastronómico: especifica los lugares de interés que se encuentran en el libramiento Puebla-Lázcaro de Matamoros y la zona restaurantera sobre la carretera, sin ingresar a la ciudad de Atlixco.
- Zona de Balnearios: contiene el directorio especializado de los diversos balnearios de Atlixco
- Zona de Ex-fabricas: incluye la información sobre los edificios que fueron fábricas más importantes de Atlixco que interesan al turismo por su importancia histórica,



▶ Fig. 83 Zonas en la página principal de la propuesta gráfica del sitio web



► Fig. 84 mapa de ubicación de la guía impresa Zona Centro

incluye también la comunidad de Metepec y sus atractivos, Atlimeyaya donde se ubica el criadero de truchas y pesca.

La finalidad de esto es ofrecer a los visitantes información agrupada según los atractivos del Municipio, cada zona contendrá información específica sobre los sitios de interés que hay en ella, de este modo se evita que la información aparezca como un simple directorio, otorgándole al usuario la posibilidad de visitar el municipio más de una sola vez al enterarse de las distintas zonas disponibles, buscando con ello hacer la visita del turista más extensa, diversa y agradable.

Es importante mencionar que la propuesta impresa y web contendrá un mapa de ubicación bien detallado general del municipio en el que se muestren las diferentes zonas y otro más específico para mostrar los lugares de interés de cada zona, con la finalidad de ayudar al turista en su ubicación y hacer su visita más fácil, agradable y placentera en Atlixco; estos mapas contarán también con información iconográfica utilizada en las guías impresas y web.

Para un uso más eficaz de las guías, estas cuentan con apoyo gráfico como íconos realizados especialmente para el proyecto, creados a partir de imágenes reales pero con un grado de abstracción medio, resultando ilustraciones que muestren aspectos de los lugares que se visitarán; como es el caso de lugares en los que el turista pretende comprar regalos de su viaje o artículos necesarios, en el

apartado de “Compra” se identifica con un ícono de una bolsa; para los recorridos en los que el turista puede visitar lugares de interés, como museos o simplemente edificaciones históricas en Atlixco, “Disfruta” se utiliza el ícono de una cámara fotográfica; en el caso del apartado “Descansa” es para lugares más tranquilos dónde el turista pueda relajarse y disfrutar, en el mayor de los casos refiriéndose al servicio de Hoteles, por lo que un ícono de un edificio que evoque a un hotel fue la mejor opción; sin dejar a un lado la riqueza gastronómica de Atlixco, se creó la sección “Prueba” con el fin de contener toda la información sobre restaurantes y lugares dónde se disfruta de la comida regional, este se muestra con un ícono de unos cubiertos. Y también para la ubicación en el municipio y en cada zona se utiliza un ícono de una brújula para referirse a la sección de “Cómo llegar”; todos estos íconos son utilizados en ambas guías para que el turista identifique inmediatamente que lugares quiere visitar, cuáles le interesan y dónde se ubican.

▶ 3.2.1 Estructura

▷ Sitio web

La estructura de vinculación que se adapta mejor al tipo de información que se maneja es la estructura de jerarquías, misma que se define en el capítulo 1.3.2, donde se parte de una página de inicio, y la información aparece bien organizada.

La página principal contiene un menú inicial donde aparecen las 5 diferentes zonas, y un menú secundario de opciones que no contiene ninguna zona pero que ofrecen información relacionada con cada zona y que totorgan valor al municipio.

- Gastronomía: información sobre los platillos y comidas típicas del municipio.
- Ecoturismo: directorio de los lugares donde se puede practicar actividades ecoturísticas
- Como llegar: mapas y consejos necesarios para visitar el municipio.
- Mi Tour: espacio para poder interactuar y elegir los destinos turísticos de interés de cada usuario.

De esta página se direcciona hacia cualquier zona que cuenta con un submenú donde se ubican los servicios y sitios de interés de esta, conformado por:

- **Compra:** destinado a difundir los lugares en donde el turista encontrará todo tipo de cosas que requiera comprar para hacer su visita placentera, incluyendo objetos de recuerdo típicos de Atlixco.

- **Descansa:** este apartado contendrá los lugares para visitar en los que el turista pueda relajarse y disfrutar de un rato tranquilo, así también los diferentes servicios de hotelería.

- **Prueba:** contiene un directorio especializado de cada zona con los servicios de alimentos que mayor se adapten a las necesidades y gustos de cada tipo de turista.

- **Disfruta:** especialmente para mostrar al visitante los lugares que puede conocer en Atlixco, como la riqueza arquitectónica civil y religiosa de Atlixco.

Todos estos cuentan con galerías que muestren fotografías reales y actuales de cada lugar, para adentrar al visitante en los rincones de Atlixco, permitiéndole conocer un poco antes de su visita.

Cada zona además de contener los servicios necesarios cuenta con un apartado personalizado para cada turista, en el que puede elegir y crear un tour a través del territorio atlixquense, con todos los beneficios y las opciones requeridas por este, proporcionándole las diferentes posibilidades para su visita, pero adaptado a sus necesidades y gustos. Existen itinerarios establecidos para sean elegidos, personalizados o estructurados desde cero, para sus expectativas individuales; en estos se encuentran los mejores horarios para visitar cada lugar, datos de referencia para comunicarse con los establecimientos, ya sean servicios o lugares de interés como museos, los días que se mantienen cerrados o son gratuitos, las tiendas que pueden visitar durante el recorrido que eligieron, los lugares cercanos en los que pueden degustar los platillos típicos de la región, y por supuesto al armar su itinerario contarán también con un mapa de referencia para poder realizar su visita de forma placentera y sin problemas, con un plan ya armado que los beneficiará para aprovechar su estancia al máximo y no perderse de los lugares que desean visitar, con la opción también de imprimirlo para llevarlo consigo durante su viaje.

Las zonas cuentan también con galerías especiales para cada una de ellas, con información, datos relevantes, información de contacto y horarios de los lugares de interés más importantes; y a través de éstas también agregar los destinos de interés a la opción de “Mi Tour”, con la fina-

lidad de interactuar con el usuario y atraerlo a visitar el municipio, complementándolo mejor aún con el uso de tecnologías y redes sociales

► Guía Impresa

Su estructura se basa en la del sitio web, para seguir con cierta coherencia entre ambas partes de la propuesta. Estará dividida en 5 zonas pero cada zona será una publicación independiente, así la información impresa estará disponible según los intereses de los turistas, lo que facilitará el transporte de la guía durante el tiempo de viaje. Cada publicación deberá contar con las mismas secciones disponibles en el sitio web; un listado rápido de los lugares de interés de la zona, de los comercios y servicios sobresalientes de esta, consejos e información complementaria del municipio en general, así como un mapa de ubicación de todas las zonas, y un mapa de como acceder a la zona a la cual pertenece la publicación.

La retícula utilizada es una retícula modular que consta de 6 módulos a lo ancho y 6 módulos a lo largo, con un medianil de 5mm, los márgenes se establecieron superior e inferior de 2cm y laterales de 1cm. Para sacar el ancho de columnas adecuado, se utilizó el cálculo tipográfico LCA (largo de caracteres del alfabeto), con el que se puede calcular el tamaño óptimo del ancho de la columna, el



► Fig. 85 Índice de la guía turística impresa Zona Centro



► Fig. 86 Página interior de sitio web

mínimo y el máximo de la misma, con el fin de obtener como resultado un diseño editorial agradable.

Para obtener el cálculo LCA se escribe el alfabeto completo en la tipografía y con el puntaje a utilizar, este valor será en picas, y se multiplica por .75 para sacar la medida óptima del ancho de la columna, para la medida mínima que puede tener una columna es multiplicado el valor óptimo por .75, en el caso de la medida máxima se multiplica en este caso por 1.5 el valor óptimo.

La tipografía utilizada en los textos es PT Sans en un puntaje de 10; se escribe el abecedario completo y se saca su proporción en picas, para posteriormente multiplicar esta cantidad por cada valor y obtener el óptimo, máximo y mínimo de una columna.

$$Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz = 9p5$$

$$\text{Óptimo: } 9.5 \times .75 = 7p12$$

$$\text{Máximo: } 7.12 \times 1.5 = 10p6$$

$$\text{Mínimo: } 7.12 \times .75 = 5p3$$

En este caso nuestra columna principal mide el equivalente a la medida óptima (7p12), con un medianil de 5mm, y en algunos casos se toman dos columnas para contener el texto; el uso de este sistema de cálculo tipográfico da soporte al diseño editorial de la guía impresa.

La guía impresa cuenta con un índice en la primera página interior en el que se muestran los contenidos generales de la misma, las secciones con las que cuenta: Compra, Disfruta, Prueba, Descansa y Cómo llegar, con su respectiva iconografía, para que el lector tenga una referencia sobre lo que puede encontrar en ella y en que página está la información que le interesa. (Figura . 85)

Las páginas de contenido se realizaron bajo una jerarquía específica, como primer acento visual se encuentran las fotografías que cuentan con pie de foto, para proporcionar datos específicos de la misma, los títulos de cada sección de interés, y posteriormente los textos con información más extensa sobre los lugares de interés, a los lados exteriores de la página se encuentran los directorios generales, conteniendo la información básica de lugares o servicios que al turista le pueden servir en su visita.

La estructura general de la guía impresa está realizada con la finalidad de hacer más placentera la lectura, más ligera y fluida, utilizando los pesos visuales de manera equilibrada para enfocar el interés paso a paso en cada apartado de la misma, pero con cierto dinamismo para atraer a la lectura, considerando un contenido de textos fáciles de leer para cualquier tipo de usuario, y detalles breves que informaran sobre datos sobresalientes omitiendo datos poco relevantes.

▶ 3.2.2 Formato

▶ Sitio web

Para la realización del sitio web se toman medidas en pixeles (px), las dimensiones que se establecieron para el proyecto son 1000px de ancho por 800px de alto pues corresponden a la medida estándar para visualizar la página en cualquier monitor. Las páginas contenidas en el sitio no sobrepasarán esta medida, para facilitar así la navegación del usuario, aunque en el caso de las páginas de cada zona se utilizará una barra de desplazamiento para visualizar la página completa, esto se requiere debido a la cantidad de información que conformará a la misma.

▶ Guía impresa

La manera en la que se establece el formato para los medios impresos depende principalmente del tipo de papel en el que se imprimirá la publicación y del medio de impresión que se empleará. En este caso se utilizará un papel couché mate de 130 gramos, el papel fue elegido por su soporte y ligereza, ya que será una publicación que acompañará al visitante en todo su recorrido permitiéndole trasladarse con ella a cualquier lugar sin ocupar mucho espacio; el pliego para la impresión es la mitad del un pliego de 57cm por 86cm proporcional a 8 cartas, por

lo que quedará en un pliego de 57cm por 43.4cm que será proporcional a 4 cartas, conformando a la guía un tamaño final de 13cm de ancho por 19cm de largo.

▶ 3.3 Elementos compositivos

▶ Tipografía

Para el sitio web se utiliza la tipografía Tahoma en algunos textos cortos de la página principal, para los títulos de cada zona se emplea la fuente Caecilia LT Std al igual que en la guía impresa, sin embargo para los textos se eligió una fuente compatible con las fuentes establecidas en los distintos lenguajes de programación y aquellas fuentes disponibles en los navegadores, ya que la mayoría de estos no tienen capacidad para cargar un gran listado de fuentes y en caso de no contener la fuente elegida llega a sustituirla por una disponible, lo que podría resultar desagradable para el diseño de la página, puesto que cada tipografía es diferente en cuanto a tamaño, proporción y espaciado; tomando en cuenta todo esto se eligió la fuente Georgia de clasificación Sans Serif, cuyo diseño

es correspondiente a todo el sistema gráfico empleado en la propuesta.

La elección de la tipografía para la guía impresa fue basada en el formato y en la legibilidad. Para los títulos y subtítulos se eligió la Caecilia LT Std, para los textos la tipografía **PT Sans** de clasificación sans serif, con un puntaje de 10, para textos del directorio se empleó **Facile Ssi** de clasificación sans serif y para información de soporte y pies de foto se empleó **Garamond Premiero Pro** de clasificación serif.

▶ Fotografía

La fotografía como elemento en el diseño es de vital importancia, ya que el turista busca las riquezas naturales e históricas del lugar, y al encontrarse con imágenes reales en el medio impreso y web, puede apreciar la belleza y características de Atlixco; con la apropiada elección de fotografías es fácil atraer la atención del turista e incitarlo a que visite el municipio, cuidando las perspectivas, matices y sombras, proporcionando calidad al proyecto, el material será proporcionado por la oficina del turismo del municipio de Atlixco.

La página web tiene como elemento principal la fotografía, y a pesar de contener la misma información que la guía impresa; tan solo el menú principal utiliza una fotografía

para identificar cada zona, esta fotografía es elegida de igual manera por su importancia; y a su vez existe una galería con fotografías de los lugares de interés de cada zona, con una descripción mínima, pero siendo siempre la imagen el punto de atención. El uso de las fotografías será a una resolución de 72dpi para una buena visualización y sin pesar demasiado a la hora de cargar la página, lo que beneficia al usuario en su navegación.

Para la portada principal de las guías impresas de cada zona, se requirió una fotografía completa que abarque toda la hoja, con el fin de atraer al turista con la belleza de las edificaciones o lugares que caractericen a la zona; en el índice de la guía, que se encuentra en la primera hoja interior se utilizó la mitad del espacio para una fotografía y en el contenido general de la guía dos o tres fotografías en cada página conforman el soporte visual de la composición; todo esto con el fin de mostrar a Atlixco tal como es, atraer al visitante, pero también crear un punto de interés visual y algunos descansos para la lectura, haciéndola más placentera y ligera. Las fotografías para la guía impresa serán utilizadas con una resolución de 200dpi cuidando siempre la calidad de la imagen para una impresión excelente.

► Ex conventos

Las edificaciones que embellecen el municipio de Atlixco son un reflejo de los acontecimientos importantes de su historia, cultural, económica, social y religiosa; son prueba de los estilos arquitectónicos, decorativos y de diseño que a través del tiempo fueron de vital importancia y sufrieron transformaciones, permitiéndole a Atlixco ser decretada como zona típica monumental.

En esta sección podrás encontrar información sobre los lugares de interés histórico, los conventos que sirvieron a las antiguas órdenes religiosas como viviendas y que más tarde se convirtieron en puntos importantes en la historia, algunos cuentan con mínimas modificaciones y restauraciones cuidando siempre proteger el patrimonio nacional. Actualmente algunos sirven de museos o simplemente cumplen su función original, observa y disfruta de las maravillas atlixquenses.

► Ex Convento del Carmen

Edificado por la orden Carmelitana. En los últimos años se realizó una restauración del inmueble para ser utilizado actualmente como un importante centro cultural de Atlixco, un museo que te atraparé con su belleza arquitectónica, cons-



Guía turística Atlixco
zona centro

1

disfruta

► **Conjunto Conventual Mercedario.**
3 Norte s/n, 4 y 6 pte
Lunes a Viernes
8:00 am - 7:00 pm

► **Ex Convento Franciscano**
11 Sur, s/n
Martes a Sábado
8:00 am - 7:00 pm

► **Ex Convento del Carmen**
4 Norte, #202
Lunes a viernes
8:00 am - 9:00 pm

► Fig. 85 Página interior de la guía turística impresa Zona Centro

► Color

La gama cromática utilizada para la página web y la guía impresa es la misma, el gobierno del Municipio busca mantener la identidad del logotipo actual de Atlixco, por lo que se tomaron como base los colores contenidos en el mismo y a cada una de las 5 zonas se le asignó un color distintivo que permite identificación por parte del usuario.

Zona Centro / Morado
C:38 M:92 Y:14 K:1



Zona Corredor Gastronómico / Naranja
C:2 M:40 Y:88 K:0



Zona Viveros / Verde
C:47 M:5 Y:93 K:0



Zona de Balnearios / Azul
C:78 M:21 Y:21 K:0
Hexadecimal #5797b3



Zona de Ex-fabricas / Rosa
C:6 M:94 Y:13 K:0



El uso de color también apoya a la jerarquía visual que se sigue; en ambas guías, los colores de cada zona serán utilizados en los detalles gráficos como contornos o decoraciones, cambiarán algunos fondos de ciertos contenidos, y para la página web, el fondo general de cada sección será su color asignado.

Propuesta Gráfica

► 4.1 Diseño del sitio web turístico

Esta pieza gráfica del proyecto se ha diseñado para su implementación por el Ayuntamiento de Atlixco, a través del área de Planeación e Innovación. La propuesta final del sitio web es presentado en local host, el desarrollo fue realizado en lenguaje html5 y usando hojas de estilos, para facilitar su visualización en cualquier navegador, se anexan impresiones de pantalla en de las páginas contenidas en el sitio.

► 4.2 Diseño de una guía turística impresa

Este complemento de la propuesta gráfica se anexa en formato digital como muestra general de la guía impresa propuesta, la publicación solo difunde una zona del municipio, puesto que la información requerida para la realización de las guías faltantes por cada zona, se conseguirá durante el proceso de promoción y patrocinio de la misma guía para poder publicarse de manera gratuita.

Conclusiones

► Conclusiones

A lo largo de la realización del proyecto encontramos diversas dificultades para poder llevarlo a cabo, durante el proceso de investigación nos encontramos con la ausencia de información respecto a guías turísticas impresas esto nos hizo detenernos a analizar bien la poca información encontrada de modo que pudieramos dejar claro el contenido general y otras características de esta. Otro de los problemas que encontramos fue la poca información proporcionada por parte del ayuntamiento de Atlixco para solucionar de manera completa las piezas gráficas finales, lo que nos llevo a improvisar en cuanto a la información para solucionar la situación, trabajando solo con la estructura general y el diseño hasta el momento en el que sea publicado tanto el sitio web como la guía turística.

El objetivo general del proyecto se logró realizar en forma amplia, puesto que la falta de información detallada y especializada para llenar los contenidos tanto del sitio web como de la guía impresa, solo nos permitió hacer una maquetación y estructura del diseño empleando texto falso en algunos casos. Los objetivos específicos se han cumplido a lo largo de la investigación y la realización de la propuesta gráfica que fue la última etapa; cabe aclarar que tal como se menciona en uno de estos objetivos, el ayuntamiento y la dirección de turismo del municipio de Atlixco contribuyeron en la estructuración y clasificación de la información que se presentara en la propuesta final.

Al realizar este proyecto pudimos estimar la aportación que el diseño gráfico hace a la sociedad y en este caso a la difusión del turismo en un sector específico como el municipio de Atlixco, proporcionándole a sus habitantes una oportunidad de crecimiento a nivel económico y laboral. Argumentamos que el diseño gráfico no solucionará el problema del cual surge todo el proyecto, pero si podemos asegurar que favorecerá a la solución de este, impulsando a que el turismo en Atlixco se difunda de manera adecuada mediante el uso de herramientas actuales y tecnológicas.

Gracias al interés en el proyecto por parte de la dirección de Planeación e Innovación del ayuntamiento de Atlixco, la aplicación del proyecto será realizada durante el actual gobierno, ya que uno de sus compromisos con el municipio ha sido el apoyo al crecimiento turístico de éste. Será necesaria la búsqueda de patrocinadores y colaboración de diversas empresas turísticas de Atlixco para que sea aplicado en su totalidad, pero este proceso será realizado como en otra etapa que no fue considerada en los límites del proyecto.

Referencias

Bibliográficas

Antonio de, (1993) Tratado curioso y docto de las grandezas de la Nueva España. D.F., México: UNAM.

Ávila, R. (2007) Turismo Cultural en México, D.F., México: Editorial Trillas.

Baines, P.; Haslam, A. (2002) Tipografía, función forma y diseño, Barcelona España: Ediciones Gili S.A. de C.V.

Blanco, A. 2007. INHA, SEP (s.f.) Catálogo Nacional Monumentos Históricos Inmuebles. Centro Regional de Puebla, INHA, SEP. México

Cárdenas, F. (1991) La segmentación del mercado turístico, D.F., México: Editorial Trillas.

Carter, R. (2000) Diseñando con Tipografía 3, México, DF: CoediMéx, S.A. de C.V.

Córdova, A., Díaz R. 2007. INHA, SEP (s.f.) Catálogo Nacional Monumentos Históricos Inmuebles.

Centro Regional de Puebla, INHA, SEP. México

“Cayuqui” 2007. INHA, SEP (s.f.) Catálogo Nacional Monumentos Históricos Inmuebles. Centro Regional de Puebla, INHA, SEP. México

Cepeda, G. 2007. INHA, SEP (s.f.) Catálogo Nacional Monumentos Históricos Inmuebles. Centro Regional de Puebla, INHA, SEP. México

Córdova, A. 2007. INHA, SEP (s.f.) Catálogo Nacional Monumentos Históricos Inmuebles. Centro Regional de Puebla, INHA, SEP. México

Dahdá, J. (1998) Publicidad Turística, D.F., México: Editorial Trillas, (reimp. 2002).

De Buen, J. (2000) Manual de Diseño Gráfico, D.F., México: Santillana

- De la Torre, O. (1976) El Turismo, fenómeno socioeconómico y cultural, D.F., México: Textos universitarios, S.A.
- Desarrollo Urbano y Ecología de Atlixco (2010). Proyecto de Desarrollo Urbano. Desarrollo Urbano y Ecología de Atlixco
- Dondis, A. (1992) La sintaxis de la imagen, D.F., México: Editorial Gustavo Gili SA.
- Frascara, J. (1998) Diseño gráfico y comunicación, Buenos aires, Argentina: Editorial infinito.
- Frutiger, A. (2002) En torno a la tipografía, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SA.
- Glenwright, J. (2001) Cómo diseñar y componer sitios web, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili SA.
- Glenwright J. (2001) *www.layout*, cómo diseñar y componer sitios web, Barcelona España: Ediciones Gili SA.
- Guim J. (1997) Internet, Barcelona, España: Ediciones Gestión 2000S.A.
- Gurría, M. (1991) Introducción al turismo, D.F., México: Editorial Trillas.
- Holzschlag M., McGraw H.(2002) Color para sitios web, San Francisco, EU: Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Itten, J. (1994) El arte del color, México, DF: Editorial Limusa S.A. de C.V.
- Kane, J. (2002) Manual de tipografía, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Küppers, H.(1992) Fundamentos de la teoría de los colores, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SA.
- Lanquar, Robert (2001) Marketing turístico: de lo global a lo local, Madrid, España: Editorial Ariel.
- Ledesma, M. (2003) El diseño gráfico, una voz pública, Buenos aires, Argentina: Editorial Argonauta.

López, T., Lara, F. (2005) Turismo Sostenible: un enfoque multidisciplinar e internacional, Córdoba, España: Gráficas Galán de Viña del Río.

Lynch P.;Horton, S. (2000) Principios básicos para la creación de sitios web, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SA.

Malpica, S. 2007. INHA, SEP (s.f.) Catálogo Nacional Monumentos Históricos Inmuebles. Centro Regional de Puebla, INHA, SEP.México

Meggs, P. (2002) Historia del Diseño Gráfico. D.F., México: Trillas.

Mochón, F. (2004) Economía y Turismo, Madrid, España: McGraw-Hill/International Americana de España, S.A.U.

Noble, I.; Bestley, R. (1999) Maquetas inusuales, Hong Kong, China:Index books S.L.

Organización Mundial del Turismo, (2002) El mercado canadiense del Ecoturismo, Madrid, España: OMT.

Organización Mundial del Turismo, (1999) Guía para administraciones locales: Desarrollo Turístico Sostenibles, Madrid, España: OMT.

Organización Mundial del Turismo, (1999) Promoción de Destinos Turísticos en el Ciberespacio, Madrid, España: OMT.

Ortuño, M. (1996) Introducción al estudio del turismo, México, D.F.: Textos Universitarios S.A.

Pérez, R. (1965) Xelhua: Historia de Atlixco, D.F., México

Puig, A. (2006) Los nuevos negocios turísticos, Córdoba, Argentina: Valeta Ediciones.

Publicación del Gobierno del Estado de Puebla (2003) Atlixco, Puebla, México.

- Ripoll, G. (1986) Turismo Popular, inversiones rentables, Puebla, México: Editorial Trillas.
- Royo, J. (2004) Diseño digital, Barcelona España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Ruder, E. (1983) Manual de Diseño Tipográfico, Barcelona España: Editorial Gustavo Gili SA.
- Samara, T.(2004)Diseñar con o sin retícula, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili SA.
- Samara, T. (2008) Los elementos del diseño, Barcelona, España: Edit Gustavo Gili SL.
- Sancho, A. (1988) Introducción al Turismo, Amparo Sancho, Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.
- Silva, H. (1974) Atlixco en la Macrohistoria: Investigación referente al nacimiento de la Villa de Carrión, Puebla, México.
- Twemlow, A. (2007) ¿qué es el diseño gráfico? 2 manual de diseño, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili SA.
- Universidad de Palermo, (1994) Tipografía estudios e investigaciones sobre la forma de la escritura. Vía Vigevano, Milán: Idea Books.
- Veruschka, G. (2002)Retículas para internet y otros soportes digitales, Singapore: Index Books, S. L.
- Wong, W. (1995)Fundamentos del diseño, Barcelona España: Editorial Gustavo Gili SA.
- Wong, W. (1999) Principios de diseño en color, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Zamora, F. (2002) Turismo Alternativo, D.F., México: Editorial Trillas.
- ZappaterraY. (2008) Diseño editorial, Periódicos y Revistas,Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.

Electrónicas

Almirón A. (2010) Historia del diseño editorial, Recuperado el 12 de Agosto del 2011, disponible en: <http://alejandralmiron.fullblog.com.ar/disenio-editorial.html>

Boehme C./ Rojas D. (2010) La importancia del Turismo en México, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://es.scribd.com/doc/20481306/Turismo-Mexico>

Calderón, F. (2011) El Turismo como Prioridad Nacional o 2011, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/>

Calderón, F. (2011) Plan de Desarrollo 2007-2012, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/economia-competitiva-y-generadora-de-empleos/turismo.html>

Duarte, C., (2010) Ley Federal del Turismo, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/>.

Duarte, C., (2010) Ley General del Turismo, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://www.leyco.org/mex/fed/119.html>.

FONATUR (2011) Por qué invertir en FONATUR, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://www.fonatur.gob.mx/>

FONATUR (2011) Relación del Mercado Intenacional, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://www.fonatur.gob.mx/>

FONATUR / UNESCO / CIA World Facts (2011) Por qué invertir en México, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://www.fonatur.gob.mx/>

VISITMEXICO (2011) Asociación de guías turísticas del Estado de MichoacanA.C., Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://www.grupovisiting.com/blog/category/michoacan/>

VISITMEXICO (2011) El Turismo en México, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://www.grupovisiting.com/blog/category/turismo/>

VISITMEXICO (2011) México: en 4 años, la publicidad online creció 800%, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://www.grupovisiting.com/blog/category/mexico/>

VISITMEXICO (2011) Panorama del Sector Turístico, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://www.grupovisiting.com/blog/category/turismo/>

VISITMEXICO (2011) Puebla, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://www.grupovisiting.com/blog/category/mexico/puebla/>

S.a. (2011) Destina Sector 1,744.7 mdp para oferta turística, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://www.oem.com.mx/laprensa/notas/n2204788.htm>

S.a. (2009) Guías Baedeker, Recuperado el 13 de sept 2011, disponible en: <http://www.bdkr.com/awh.php>

SECTUR (2011) Apoyo Económico al Turismo 2011, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/>

SECTUR (2011) Programa de Apoyo SECTUR, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/>

Terrazas, G. (s.f.) Breve Historia del Turismo en México, Recuperado el 5 de Septiembre del 2001, disponible en: <http://knol.google.com/k/gerardo-terrazas/breve-historia-del-turismo-en-mexico/3aqzllwc01v9d/2>

Imágenes

- Figura 1,2.* Juan González
- Figura 3 -6.* María del Mar Ramos Cruz
- Figura 7.* Juan González
- Figura 8.* Guía turística Pueblos Mágicos
- Figura 9.* Meggs, P. (2002) Historia del Diseño Gráfico. D.F., México: Trillas.
- Figura 10-31.* De Buen, J. (2000) Manual de Diseño Gráfico,D.F., México: Santillana
- Figura 32.* www.tentulogo.com
- Figura 33.* www.tiponotas.blogspot.com
- Figura 34, 35.* www.wikipedia.com
- Figura 36, 37.* Kane, J. (2002)Manual de tipografía, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Figura 38-43* Frutiger, A. (2002) En torno a la tipografía, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SA.
- Figura 44-47.* Lynch P.;Horton, S. (2000) Principios básicos para la creación de sitios web, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SA.
- Figura 48.* www.wikipedia.com
- Figura 49.* Abisai De Rosas Ruíz
- Figura 50,51.* Juan González

Figura 52-63. Abisai De Rosas Ruíz

Figura 64 - 65. Mini guía turística de Neuquen, Argentina, publicada por la editorial Patagonia Activa

Figura 66 - 67. Guía turística “Querétaro, paso a paso” publicada por el Municipio del estado de Querétaro en el año 2000

Figura 68 - 69. Guía turística “Villa de Santiago, Nuevo León, México: pueblo mágico” es publicada por la secretaria de turismo de Nuevo León, en conjunto con visit México,

Figura 70 - 71. Guía turística “Chiapas” fue elaborada por el gobierno del estado de Chiapas en el año 2004

Figura 72 - 73. Guía turística “Pueblos Mágicos de México, México desconocido”, publicada por la institución México desconocido, producida por Impresiones Aéreas S.A. de C.V., en el año 2010

Figura 74. <http://www.guianeuquen.com>

Figura 75 - 76 <http://www.visitcostarica.com>

Figura 77 - 78 <http://www.visitadurango.com.mx/>

Figura 79 - 80 [.http://www.rivieramaya.com](http://www.rivieramaya.com)

Figura 81. <http://www.sanfrancisco.travel/>

Figura 82-86. Ejemplos de la propuesta gráfica diseñada

Glosario

Caja tipográfica: marco de una página que encierra la información, los títulos y las imágenes

Composición: organizar de manera específica los elementos de diseño sobre el formato.

Escuela de la Bauhaus: escuela de diseño, arte y arquitectura que surgió en Alemania en 1919; sentó las bases normativas y patrones de lo que hoy conocemos como diseño industrial y gráfico

Film: película, cinta, o largometraje, rodar una película.

Maquetación: consiste en dar un formato a los documentos, a todo el conjunto de elementos que lo componen, las imágenes, los textos, etc

Medianil: distancia que existe entre las columnas

Retículas asimétricas: retícula creada de tal manera que la composición no tenga simetría perfecta, los elementos de diseño no tiene equilibrio en el espacio de trabajo o formato.

Esta publicación se terminó en el mes de Abril del año 2014.
Las fuentes empleadas para su edición son: Euphemia UCAS en 10 puntos para los textos; Caecilia Extrabold en 24 puntos para los títulos ; Caecilia bold en 11 puntos para la cabecera del documento y Garamond Premier Pro en 10 puntos para pies de foto y cabecera del documento.

Anexo

Clima
Hoy: 28°

Gastronomía
 Aventura

Cómo llegar
 Mi Tour

Zona Centro
Más Zonas

- disfruta

compra

prueba

descansa

“Los platillos típicos son algo que ningún visitante se puede perder, Te invitamos a conocer la Gastronomía de la región, vasta, rica y variada”

La tradición culinaria de Atlixco tiene su origen en la mezcla de las culturas nativas indígenas y la de los conquistadores españoles.

Por supuesto, no se pueden dejar de lado los elementos que más tarde aportó migración francesa del siglo XIX y así también los refugiados libaneses, que arribaron a principios del siglo XX, para complementar todo tipo de sabores, olores y texturas.

Evento de Tour
Evento de Tour
Evento de Tour
Evento de Tour



Gelateria Italiana Agregar a Tour

Helados, bebida y postres con el mejor estilo italiano, visítanos y déjanos consentirte a ti y a los tuyos con nuestra variedad de sabores.
Facebook: [GelateriaItalianaAtlixco](#)



Portal Hidalgo #1D
Lunes a Domingo 10:00 a 22:00 horas





Evento del Mes

4
DE MAYO
ATLIXCO

DONDE COMENZÓ
LA GLORIA
Faltan 17 días

 **Gastronomía**
 **Aventura**



 **Clima** **Hoy: 28°**

 **Cómo llegar**
 **Mi Tour**

Zona Centro Más Zonas

-  **disfruta**
-  **compra**
-  **prueba**
-  **descansa**

“La zona encierra los atractivos culturales de la ciudad su arquitectura, historia, tradiciones y costumbres. Un recorrido por el pasado y el presente de la ciudad”

Atlixco es considerado como un municipio tranquilo y acogedor, atractivo principalmente para aquellos que buscan relajarse y apartarse de las presiones de la vida cotidiana. La historia ha dejado con su paso edificaciones arquitectónicas exquisitas y dignas de admiración, que en su mayoría se pueden encontrar en esta zona; asimismo el monumental cerro de San Miguel, testigo de las costumbres y tradiciones ofrece un vista increíble desde las alturas

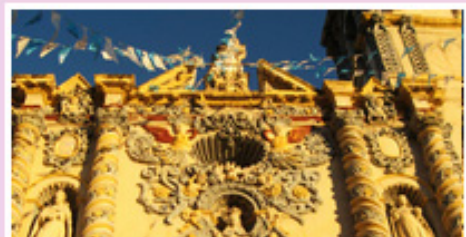

Evento de Tour **Evento de Tour** **Evento de Tour** **Evento de Tour**




Zócalo de la ciudad **Agregar a Tour**

Plaza de estilo arabesco llamado parque Colón, a partir de la cual se originó la traza urbana de la ciudad. Data de la primera mitad de Siglo XIX. Ha sido testigo de un sin fin de historias.

Centro de la Ciudad



Evento del Mes

4 DE MAYO **ATLIXCO**
DONDE COMENZO LA GLORIA
Faltan 17 días



El mejor clima del Mundo, un lugar lleno de historia y tradición, el lugar perfecto para descansar y disfrutar tranquilamente con un paisaje familiar y acogedor.

| | | |
|---|--|---|
| <p>Zona Centro</p> <p>► Encuentra en esta zona lo mejor de Atlixco, conoce el corazón de la ciudad, el zócalo y la historia que desborda su arquitectura colonial.</p> <p>   </p> | <p>Zona Viveros</p>  <p>   </p> | <p>Zona Balneares</p>  <p>   </p> |
| <p>Zona Gastronómica</p>  <p>   </p> | <p>Zona Ex-Fábricas</p>  <p>   </p> | <p>Eventos del Mes</p> <div data-bbox="1228 933 1501 1015"> <p>4 DE MAYO DONDE COMENZÓ LA GLORIA ATLIXCO <i>Faltan 17 días</i></p> </div> <div data-bbox="1228 1031 1501 1112"> <p>4 DE MAYO DONDE COMENZÓ LA GLORIA ATLIXCO <i>Faltan 17 días</i></p> </div> <p>Ver más...</p> |

¡¡ En cada zona encontrarán algo interesante, déjate llevar por la belleza de Atlixco y sus atractivos!!

Navigation bar with social media icons (t, f), icons for **Gastronomía** and **Aventura**, the **Atlixco** logo with the slogan "juntos lo hacemos florecer", weather information "Clima Hoy: 28°", and icons for **Cómo llegar** and **Mi Tour**.



Bienvenido

Estás listo para las mejores vacaciones de tu vida?!



Aquitectura religiosa

Celebración del Huey Atlixcayotl y otras festividades en este lugar



Aquitectura religiosa

Celebración del Huey Atlixcayotl y otras festividades en este lugar



Aquitectura religiosa

Celebración del Huey Atlixcayotl y otras festividades en este lugar



Aquitectura religiosa

Celebración del Huey Atlixcayotl y otras festividades en este lugar



Aquitectura religiosa

Celebración del Huey Atlixcayotl y otras festividades en este lugar



**Imprimir
mi Tour**



Nuestra Gastronomía

Conoce los colores, sabores y olores de nuestra cultura a través de deliciosos platillos gastronómicos

Sabor, Olor y Colores

► La Gastronomía de la región es muy vasta, rica y variada

La tradición culinaria de Atlixco tiene su origen en la mezcla de las culturas nativas indígenas y la de los conquistadores españoles.

Por supuesto, no se pueden dejar de lado los elementos que más tarde aportó migración francesa del siglo XIX y así también los refugiados libaneses, que arribaron a principios del siglo XX.

Los platos fuertes típicos que son algo que ningún visitante se puede perder



Conoce las Zonas Turísticas de Atlixco:

Zona Centro

Zona Viveros

Zona Balnearios

Zona Ex-Fábricas



Aventura

Hoy día dicha actividad está al alcance tanto de deportistas como de turistas que anhelan volar

Ecoturismo

► **Disfruta de la vista en el Cerro de San Miguel, a pie o en bicicleta**

Tiene como objetivo apreciar y disfrutar la naturaleza de zonas relativamente intactas, para conocer la biodiversidad y sus hábitats, fomentando el respeto del hombre hacia los recursos naturales, de modo que puedan preservarse para las generaciones futuras.

Vive la mejor aventura de vuelo en Atlixco, Súbete a un Parapente y disfruta de la hermosa vista que te espera



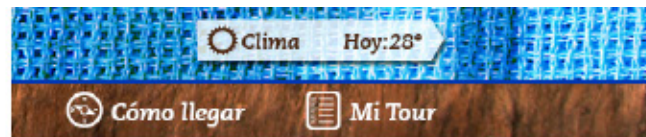
Conoce las Zonas Turísticas de Atlixco:

Zona Centro

Zona Viveros

Zona Balneares

Zona Ex-Fábricas

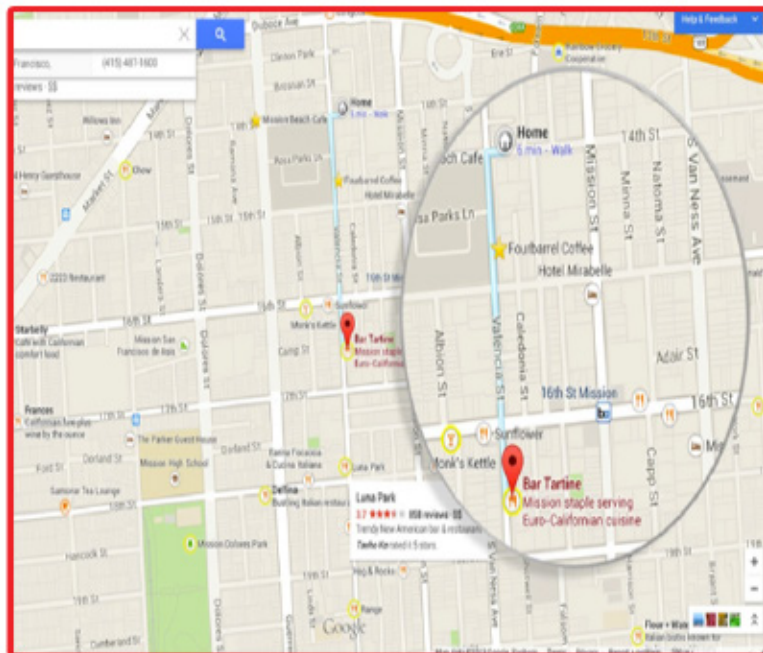


Aventura

Hoy día dicha actividad está al alcance tanto de deportistas como de turistas que anhelan volar

Cómo llegar

- ▶ Nombre del lugar
Dirección teléfono de dicho lugar
- ▶ Nombre del lugar
Dirección teléfono de dicho lugar
- ▶ Nombre del lugar
Dirección teléfono de dicho lugar
- ▶ Nombre del lugar
Dirección y teléfono del lugar
- ▶ Nombre del lugar
Dirección teléfono de dicho lugar
- ▶ Nombre del lugar
Dirección y teléfono del lugar
- ▶ Nombre del lugar
Dirección teléfono de dicho lugar
- ▶ Nombre del lugar
Dirección teléfono de dicho lugar



Conoce las Zonas Turísticas de Atlixco:

| | |
|----------------|------------------|
| Zona Centro | Zona Viveros |
| Zona Balneares | Zona Ex-Fábricas |



Atlixco

Guía turística

zona centro

En esta zona puedes conocer gran parte de la historia de este bello municipio a través de su arquitectura, gastronomía, costumbres y tradiciones, que han quedado como pilarde lo que hoy es Atlixco.

Contenido

| | |
|--|----|
|  disfruta | |
| Centro histórico | 1 |
| Eventos y tradiciones | 7 |
| Lugares | 11 |
|  prueba | |
| Gastronomía | 14 |
|  compra | |
| Artesanías | 17 |
|  descansa | |
| Hoteles | 19 |
|  cómo llegar | |
| Mapa | 22 |

Centro Histórico



Arquitectura

Las edificaciones que embellecen el municipio de Atlixco son un reflejo de los acontecimientos importantes de su historia, cultural, económica, social y religiosa; son prueba de los estilos arquitectónicos, decorativos y de diseño que a través del tiempo fueron de vital importancia y sufrieron transformaciones, permitiéndole a Atlixco ser decretada como zona de monumentos Históricos en 1988 por el entonces presidente Miguel de la Madrid Hurtado.

En esta sección podrás encontrar información sobre los lugares de interés histórico, los conventos que sirvieron a las antiguas órdenes religiosas como viviendas y que más tarde se convirtieron en puntos importantes en la historia, algunos cuentan con mínimas modificaciones y restauraciones cuidando siempre proteger el patrimonio nacional. Actualmente algunos sirven de museos o simplemente cumplen su función original, observa y disfruta de las maravillas atlixquenses.

La historia de Atlixco es un ejemplo de la unión de los grupos indígenas con los evangelizadores,

» Parroquia de La Natividad

Su construcción fue aprobada el mismo año que Atlixco se fundó como Villa de Carrión (1579), pero se empezó a construir en 1644 por orden de Juan de Palafox y Mendoza. En el año 2013 recibió el título de “La Iglesia del Año” por la Secretaría de Turismo del Estado.

► Conjunto Conventual Mercedario.
3 Norte s/n, 4 y 6 pte
Lunes a Viernes
8:00 am - 7:00 pm

► Ex Convento Franciscano
11 Sur, s/n
Martes a Sábado
8:00 am - 7:00 pm

► Ex Convento del Carmen
4 Norte, #202
Lunes a viernes
8:00 am - 9:00 pm

► Convento e Iglesia de San Agustín
3 poniente s/n esq.
Av. Independencia
Martes a Domingo



▶ **Templo de la Soledad**
Av Hidalgo, s/n, entre
13 y 15 Norte
Toda la semana
8:00 am - 8:00 pm

▶ **Capilla de la Tercera Orden**
Av Hidalgo, # 503
Toda la semana
8:00 am - 8:00 pm

▶ **Templo de San Félix Papa**
4 Norte # 800
Toda la semana
8:00 am - 8:00 pm

▶ **Capilla de la Tercera Orden**
Av Hidalgo, # 503
Toda la semana
8:00 am - 8:00 pm

embellecieron con el arte singular denominado de argamasa. El arte de Atlixco se ve reflejado en la extraordinaria talla de retablos barrocos y en las magníficas obras pictóricas ejecutadas por importantes artistas poblanos y de otras partes de la República. La arquitectura popular es la religiosa, sin embargo hay una buena cantidad de edificios civiles que también tienen valor histórico, por la manera en que fueron construidos o por los personajes a quienes pertenecieron, incluso algunas familias han poseído desde generaciones atrás algunos edificios que principalmente se emplean para comercio, que han sido remodelados o restaurados para centros de atracción turística o comercio local.

Atlixco inicio siendo fundada como una villa, y luego a considerarse como un referente económico para la nueva España, dado su crecimiento ahora ha tomado el carácter de ciudad, sin embargo, es sorprendente sumergirnos en la historia y conocer el por qué de las construcciones que nos rodean, ver como estas calles se han llenado de progreso. Sin duda Atlixco tuvo sus años de esplendor y reparó a manos llenas la prosperidad, pero Atlixco no ha muestro solo esta siendo transformado.

Ex Convento de la Merced



Casa de los Rangel



» **Ex Convento de San Francisco**

Su ubicación en el cerro de San Miguel se debe a que los religiosos no deseaban convivir con los mosquitos que se encontraban en la zona baja de la ciudad.

que trajo consigo ciertos avances económicos y sociales. Durante este largo proceso de evangelización, fue necesario levantar construcciones arquitectónicas de carácter religioso, que les permitió a los colonizadores establecerse cerca de los indígenas, quienes al contribuían en la construcción, forzados, copiando estilos ya establecidos por los colonizadores, pero más adelante los llegarían a considerar como una propia manifestación de su cultura y la interacción de ésta con la cultura española.

El día de hoy el municipio de Atlixco se caracteriza por la presencia de templos, conventos, casonas, haciendas, y vecindades, al recorrer sus calles podemos ser testigos del tiempo, pues en cada una de estas edificaciones se puede observar diversidad de estilos arquitectónicos y decoraciones que van desde el arte mudéjar hasta el barroco, destacando en muchas de ellos una modalidad artística que se ejecuto a partir del siglo XVI y tuvo características propias como medallones, mascarones, naturaleza muerta, angelitos, columnas salomónicas, las fachadas de estos edificios se

▶ **Convento e Iglesia de San Agustín**
3 poniente s/n esq.
Av. Independencia
Martes a Domingo
8:00 am - 9:00 pm

▶ **Parroquia de Santa María de la Natividad**
Plaza de Armas s/n
Martes a Domingo
7:00 am - 9:00 pm

▶ **Templo de Santa Clara**
Av. Libertad, #600
Martes a Domingo
7:00 am - 9:00 pm

▶ **Ermita de San Miguel**
Cerro de San Miguel
Toda la semana
12:00 pm - 5:00 pm

▶ **Templo¹ de San Juan de Dios y Pinacoteca² Municipal**
11 Sur 301
¹Lunes a Domingo
10:00 am - 7:00 pm
²Miércoles a Domingo
11 - 17 horas

▶ **Templo El dulce nombre de Jesús**
3 poniente s/n esq.
Av. Independencia
Martes a Domingo
8:00 am - 9:00 pm

▶ **Templo de la Soledad**
Av Hidalgo, s/n, entre
13 y 15 Norte
Toda la semana
8:00 am - 8:00 pm

▶ **Capilla de la Tercera Orden**
Av Hidalgo, # 503
Toda la semana
8:00 am - 8:00 pm

▶ **Templo de San Félix Papa**
4 Norte # 800
Toda la semana
8:00 am - 8:00 pm

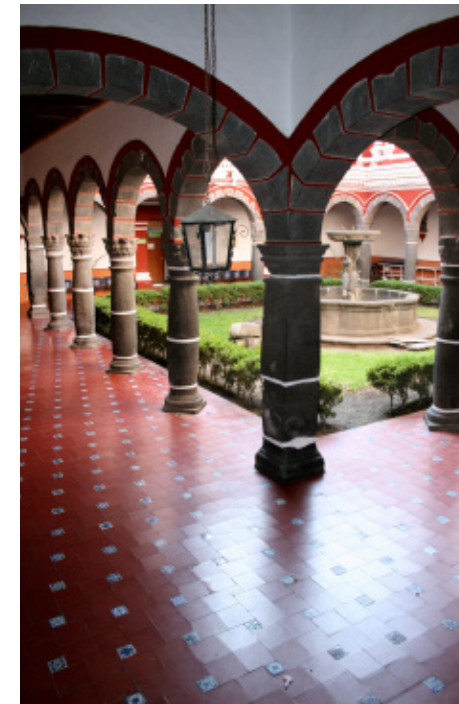
Hospital San Juan de Dios

de Dios, que fueron costeados por los entonces habitantes de la Villa, la colección está realizada en técnica de óleo sobre tela, completando así una hermosa colección de pintura virreinal. La arquitecta de el lugar se puede apreciar como una de las mejores en su tiempo, en el interior del claustro se encuentra uno de los patios más hermosos que existen en la zona poblana. Construido con un estilo barroco popular, de planta cuadrada con cinco arcos sobre columnas corintias.

Entrada gratuita.
Miércoles a Domingo. 11 - 17 horas

Centro Cultural EL Carmen

Ubicado en las instalaciones del Ex Convento del Carmen, en la planta superior se encuentra la exposición **"Santa Clara. Memorias de un Templo"** conformada por 21 obras de arte sacro, una escultura y un altorrelieve de los siglos XVII y XVIII que han sido entregadas al Municipio luego de su restauración en la Escuela Nacional de Restauración del Patrimonio Cultura, pues el estado en que se encontraban estas pinturas era deplorable. En las pinturas se narra la historia de la vida de la Virgen María, de San Francisco y Santa Clara, personajes que iniciaron sus respectivas ordenes religiosas que posteriormente se asentaron en Atlixco. El Convento de San Francisco fue el primero en edificarse en este valle; hacia 1589 se fundó el Convento Carmelitano, que era el tercero en establecer esta orden religiosa en la Nueva España, su construcción terminó hasta 1627.



Casa donde nació Isaac Ochoterena

Museos

En la ciudad existen diferentes puntos culturales históricos, que a lo largo del tiempo han adquirido un valor enorme en la cultura atlixquense. Los museos ubicados en el centro histórico son fieles testigos del pasado que no solamente hace eco sino que busca ser parte del presente.

Hospital y Pinacoteca Municipal San Juan de Dios: A finales del siglo XVI, en la época en que Atlixco figuraba como la Villa de Carrión, el servicio de salubridad se encontraba en pésimas condiciones, y era necesaria la construcción de un hospital, ante esa necesidad un sacerdote cedió su casa para dar este servicio, pero fue hasta el siglo XVIII que se construyó el actual hospital municipal en sur de la ciudad quedando a cargo de él, la orden religiosa de los "Juaninos" quienes se encargaban de los hospitales en la Nueva España; actualmente la administración corresponde al gobierno municipal, y cumpliendo con la misma función. La pinacoteca ubicada en la parte superior del hospitales se encuentra en la sala que anteriormente figuraba como morgue, sala general de hombres, o ala de casos de emergencia, en ella se exponen cuadros de las principales escenas de la vida de San Juan

▶ **Convento e Iglesia de San Agustín**
3 poniente s/n esq.
Av. Independencia
Martes a Domingo
8:00 am - 9:00 pm

▶ **Parroquia de Santa María de la Natividad**
Plaza de Armas s/n
Martes a Domingo
7:00 am - 9:00 pm

▶ **Templo de Santa Clara**
Av. Libertad, #600
Martes a Domingo
7:00 am - 9:00 pm

▶ **Ermida de San Miguel**
Cerro de San Miguel
Toda la semana
12:00 pm - 5:00 pm

▶ **Templo¹ de San Juan de Dios y Pinacoteca² Municipal**
11 Sur 301
¹Lunes a Domingo
10:00 am - 7:00 pm
²Miércoles a Domingo
11 - 17 horas

▶ **Templo El dulce nombre de Jesús**
3 poniente s/n esq.
Av. Independencia
Martes a Domingo
8:00 am - 9:00 pm

▶ **Templo de la Soledad**
Av Hidalgo, s/n, entre
13 y 15 Norte
Toda la semana
8:00 am - 8:00 pm

▶ **Capilla de la Tercera Orden**
Av Hidalgo, # 503
Toda la semana
8:00 am - 8:00 pm

▶ **Templo de San Félix Papa**
4 Norte # 800
Toda la semana
8:00 am - 8:00 pm

Procesión en semana santa



Foto: Juan González

Semana Santa

Se alfombran algunas calles de la ciudad con aserrín de colores y flores para dar paso al Vía Crucis, representaciones de la pasión de cristo por grupos de teatro de la ciudad y de Metepec.

Día de Muertos

Los días 28, 29, 30 y 31 de octubre así como el 01 y 02 de noviembre se realizan ofrendas en honor de los seres queridos que se han marchado. Aroma, color, sirios, flores y un mundo mágico de creencias se sienten al paso de los años en los hogares tanto de la ciudad como de las poblaciones rurales. Además los mercados de Atlixco se llenan de flores de cempasúchil, pan de muerto (hojaldras), del aroma y del color de una gran variedad de frutas sahumeros, incienso y alfeñiques. El día 02 de noviembre es el día obligatorio para visitar los panteones del municipio.

Fiestas Patrias

Durante el mes de septiembre es esperada por los habitantes de la ciudad para poder disfrutar de magníficos conciertos de música, obras de teatro, exposiciones pictóricas y fotográficas, así como grupos folklóricos y música popular.

Huey Atlixcáyotl

Como gran tradición de las tradiciones atlixcoenses es la máxima fiesta



Exposición en el Ex Convento de Santa clara

En la parte inferior del convento se puede encontrar el **Museo de las tres culturas**, donde se exponen e prehispánicas y objetos encontrados en este valle, que sustentan parte de su historia. También en este lugar se exponen elementos referentes al **festival del Huey Atlixcáyotl**, como los trajes típicos y uso de ciertos elementos representativos de la región, pues esta fiesta forma gran parte de la esencia de Atlixco, y lo ubica como un referente histórico, ya que dicho festival ha sido declarado como patrimonio de la humanidad

Además de las exposiciones, los museos y las actividades culturales que se realizan en este lugar, también esta la belleza de su arquitectura que ha permanecido con la misma estructura, se puede caminar por las habitaciones, y salones que fueron habitados por las carmelitas que llegaron a la ciudad buscando evangelizar a lo sindígenas.

Este edificio has sido restaurado en los últimos años para convertirse en un centro cultural abierto a todo el público que quiera conocer parte de lo que atlixco encierra en sus calles y edificios.

Entrada libre. 10 - 17 horas.
Miércoles a domingo.
No se permite fotos,. Prohibido alimentos.

▶ **Convento e Iglesia de San Agustín**
3 poniente s/n esq.
Av. Independencia
Martes a Domingo
8:00 am - 9:00 pm

▶ **Parroquia de Santa María de la Natividad**
Plaza de Armas s/n
Martes a Domingo
7:00 am - 9:00 pm

▶ **Templo de Santa Clara**
Av. Libertad, #600
Martes a Domingo
7:00 am - 9:00 pm

▶ **Ermita de San Miguel**
Cerro de San Miguel
Toda la semana
12:00 pm - 5:00 pm

▶ **Templo¹ de San Juan de Dios y Pinacoteca² Municipal**
11 Sur 301
¹Lunes a Domingo
10:00 am - 7:00 pm
²Miércoles a Domingo
11 - 17 horas

▶ **Templo El dulce nombre de Jesús**
3 poniente s/n esq.
Av. Independencia
Martes a Domingo
8:00 am - 9:00 pm

► Convento e Iglesia de San Agustín

3 poniente s/n esq. Av. Independencia
Martes a Domingo
8:00 am - 9:00 pm

► Parroquia de Santa María de la Natividad

Plaza de Armas s/n
Martes a Domingo
7:00 am - 9:00 pm

► Templo de Santa Clara

Av. Libertad, #600
Martes a Domingo
7:00 am - 9:00 pm

► Ermita de San Miguel

Cerro de San Miguel
Toda la semana
12:00 pm - 5:00 pm

► Templo¹ de San Juan de Dios y Pinacoteca² Municipal

11 Sur 301
¹Lunes a Domingo
10:00 am - 7:00 pm
²Miércoles a Domingo
11 - 17 horas

► Templo El dulce nombre de Jesús

3 poniente s/n esq. Av. Independencia
Martes a Domingo
8:00 am - 9:00 pm



Tapete Floral frente al Palacio del Municipio de Atlixco

de atlixco através de lo mas representativo de él, las flores. Esto sucede durante el período vacacional de semana santa y la celebración de los fieles difuntos en noviembre.

Villa Iluminada

Desde el 2011 en Atlixco más de un kilómetro y medio de sus calles es tapizado de luces y figuras iluminadas, que le dan vida a la noche de la mejor época del año, Diciembre. Miles de familias llegan a visitar nuestra ciudad y el esplendor que la Villa Iluminada trae consigo, es definitivamente algo que no te puedes perder, toda la belleza arquitectónica de Atlixco engalanada de luces. Consulta el calendario y entérate de lo eventos alternos a la villa iluminada en este año.

Fiestas de reyes

En Atlixco estamos convencidos de que un niño que tiene ilusiones y sueños se convierte en un adulto con creatividad y esperanza en el futuro por esto desde hace siete años se celebran las ya tradicionales "Fiestas de Reyes" en las que con el invaluable apoyo de voluntarios patrocinadores

► Templo de la Soledad

Av Hidalgo, s/n, entre 13 y 15 Norte
Toda la semana
8:00 am - 8:00 pm

► Capilla de la Tercera Orden

Av Hidalgo, # 503
Toda la semana
8:00 am - 8:00 pm

► Templo de San Félix Papa

4 Norte # 800
Toda la semana
8:00 am - 8:00 pm

de Atlixco, expresión de convivencia donde se observa, se aprecia y se disfruta la forma de vestirse, hablar, cantar, bailar y la manera de agradecerle a la naturaleza por los beneficios obtenidos de ella por parte de los participantes. Se realiza el último domingo del mes de septiembre en la plazuela de la danza en una ladera del cerro de San Miguel. Durante una semana la asociación Atlixcayotl lleva a cabo diferentes actividades culturales (exposiciones, presentación de bandas de viento, venta de artesanías, etc.), la elección de la Xochixihuatl y sus Xochipilme, y el día del festival ella es invitada de honor de éste

Tapetes Florales

Cada año el zócalo de Atlixco es tapizado de flores de diferentes tipos para mostrar la diversidad de flores, además de ponerle un toque artístico, son los tapetes florales que buscan reflejar la belleza

» Huey Atlixcayotl

El Huey Atlixcáyotl congrega las delegaciones de las once regiones etnogeográficas del estado de Puebla. El primer Huey Atlixcayotl se celebró en 1965. Se supone que se trata de una festividad en honor del dios Quetzalcóatl, que se identifica con el culto al santo patrón del Valle de Atlixco. En 1996 fue declarado Patrimonio Cultural del Estado de Puebla por el gobierno estatal. Su rescate fue obra del etnólogo estadounidense "Cayuqui" (Raymond Harvy Estage Noel) en 1965, junto con un grupo de representantes de Atlixco.



▶ Convento e Iglesia de San Agustín
3 poniente s/n esq. Av. Independencia
Martes a Domingo
8:00 am - 9:00 pm

▶ Parroquia de Santa María de la Natividad
Plaza de Armas s/n
Martes a Domingo
7:00 am - 9:00 pm

▶ Templo de Santa Clara
Av. Libertad, #600
Martes a Domingo
7:00 am - 9:00 pm

▶ Ermita de San Miguel
Cerro de San Miguel
Toda la semana
12:00 pm - 5:00 pm

▶ Templo¹ de San Juan de Dios y Pinacoteca² Municipal
11 Sur 301
¹Lunes a Domingo
10:00 am - 7:00 pm
²Miércoles a Domingo
11 - 17 horas

▶ Templo El dulce nombre de Jesús
3 poniente s/n esq. Av. Independencia
Martes a Domingo
8:00 am - 9:00 pm

Zócalo de la Ciudad

Singular plaza de estilo arabesco, a partir de la cual se originó la traza urbana de la ciudad. Data de la primera mitad de S. XIX, se modificó en el año de 1954, cambiándole las bancas de herrería por las que actualmente tiene de azulejos con paisajes, en 1999 se hizo una nueva remodelación a los jardines del zócalo dándole un toque moderno y haciendo alusión a la fama que tiene Atlixco de su variedad de flores, ya que hay un verso popular que dice así "Soy de Atlixco de las Flores donde reina la hermosura, donde se viste zancón para no levantar basura. Donde hay ríos de mole cerros de queso añejo y árboles de pan". Cada fin de semana se tapiza de flores y plantas que los viveristas llevan para comercializar, se vive un ambiente fresco y familiar, acompañando el momento con dulces típicos o los tradicionales helados.

Cerro de San Miguel

Es un punto de referencia de la ciudad, su significado es histórico, en la plazuela de este cerro, se realiza la gran fiesta atlixquense del Huey Atlixcáyotl, se cree que en la época prehispánica, en la punta del cerro se ofrecían sacrificios al dios Quetzalcóatl, actualmente en este lugar se encuentra edificada una ermita dedicada al arcángel San Miguel, cada año suben al cerro numerosos fieles para celebrar la fiesta en su honor. Desde las alturas de la ermita se tiene una vista privilegiada no sólo sobre la ciudad sino también sobre el valle. Desde ahí se puede ver el centro viejo de Atlixco alrededor del convento; los Solares Grandes y los Solares Chicos, las nuevas Colonias que se han ido formando alrededor de la ciudad y un poco más lejos vemos las grandes fábricas que fueron la base



» Villa Iluminada

Desde el 2011 en Atlixco más de un kilómetro y medio de sus calles es tapizado de luces y figuras iluminadas, que le dan vida a la noche de la mejor época del año, Diciembre. Miles de familias llegan a visitar nuestra ciudad y el esplendor que la Villa Iluminada trae consigo.

autoridades y pueblo en general se busca fomentar en los niños atlixquenses la confianza en el futuro y la certeza de que mucha gente se preocupa por ellos por que son importantes. Los festejos se dividen en 5 eventos los cuales son: las tradicionales posadas en el mes de diciembre, El Festival de la Ilusión celebrado en la Plazuela de Cerro de San Miguel el día 4 de enero, el Magno desfile de carros alegóricos el día 5 de enero al iniciar la noche y al término de este la entrega de juguetes en las comunidades durante la madrugada y por último el cierre de estos eventos se realiza el día 6 de enero en el recinto ferial en el cual los niños disfrutan de una serie de eventos y juegos organizados solo para ellos y la entrega de juguetes a todos los asistentes a este evento. Una de las principales razones de mantener viva estas Fiestas de Reyes es para que "hagamos de los niños una historia feliz".

▶ Convento e Iglesia de San Agustín
3 poniente s/n esq. Av. Independencia
Martes a Domingo
8:00 am - 9:00 pm

▶ Parroquia de Santa María de la Natividad
Plaza de Armas s/n
Martes a Domingo
7:00 am - 9:00 pm

▶ Templo de Santa Clara
Av. Libertad, #600
Martes a Domingo
7:00 am - 9:00 pm

▶ Ermita de San Miguel
Cerro de San Miguel
Toda la semana
12:00 pm - 5:00 pm

▶ Templo¹ de San Juan de Dios y Pinacoteca² Municipal
11 Sur 301
¹Lunes a Domingo
10:00 am - 7:00 pm
²Miércoles a Domingo
11 - 17 horas

▶ Templo El dulce nombre de Jesús
3 poniente s/n esq. Av. Independencia
Martes a Domingo
8:00 am - 9:00 pm



prueba

Bohio
Av Independencia
#501 Col. Centro
(244) 446 50 39

Portal de las Flores
Portal Morelos, #7
Col. Centro
(244) 445 80 00

La Fogata
Av. Independencia
2103 Y 17 Pte. 1011
Col. Francisco I.
Madero

Cielito Lindo
3 Norte #602
Col. Centro
(244) 445 06 61

Ex convento de San Agustín
Calle 3 pte, s/n
Horario: toda la semana
8:00 - 7:00

Ex convento de San Agustín
Calle 3 pte, s/n
Horario: toda la semana
8:00 - 7:00

Ex convento de San Agustín
Calle 3 pte, s/n
Horario: toda la semana
8:00 - 7:00

disfruta

▶ **Convento e Iglesia de San Agustín**
3 poniente s/n esq.
Av. Independencia
Martes a Domingo
8:00 am - 9:00 pm

▶ **Parroquia de Santa María de la Natividad**
Plaza de Armas s/n
Martes a Domingo
7:00 am - 9:00 pm

▶ **Templo de Santa Clara**
Av. Libertad, #600
Martes a Domingo
7:00 am - 9:00 pm

▶ **Ermita de San Miguel**
Cerro de San Miguel
Toda la semana
12:00 pm - 5:00 pm

▶ **Templo¹ de San Juan de Dios y Pinacoteca² Municipal**
11 Sur 301
¹Lunes a Domingo
10:00 am - 7:00 pm
²Miércoles a Domingo

▶ **Templo El dulce nombre de Jesús**
3 poniente s/n esq.
Av. Independencia
Martes a Domingo
8:00 am - 9:00 pm

del desarrollo industrial de Atlixco en la segunda mitad del siglo XIX y principios del siglo XX: Metepec, El León, El Volcán, La Carolina, El Carmen y la Concha.

Parque del Ahuehuete

Llamado así en memoria del Ahuehuete que creció y vivió en ese lugar durante 1181 años, y que sirvió de refugio para el conquistador Hernán Cortés y 10 de sus hombres montados a caballo, pues el interior de su tronco hueco medía más de 4 metros de diámetro, éste mismo capitán declaraba en una carta escrita a Carlos V que el vio alguna vez refugiarse en el interior de éste árbol a 100 jóvenes indígenas. Debido a 2 incendios que sufrió, este árbol fue destruido, dejando solo el recuerdo de un enorme "monumento de la naturaleza" como lo llamara un autor al escribir sobre él, que formó parte de ciertos episodios históricos del pueblo y de la república. Actualmente se encuentra otro Ahuehuete en su lugar, al rededor de él hay una plazuela donde las personas acuden para descansar y admirar la grandeza del árbol que hoy está, pero que no iguala a su antecesor.

Árbol de Abuhuete



Vista del amanecer desde el cerro de San Miguel

Calle de las flores

Llamada así por la belleza floral que la adorna, empieza en Av. Hidalgo y termina en la calzada 16 de septiembre que llega hasta la escalera ancha donde hoy yace el reloj monumental de Atlixco. Esta calle es parte del embellecimiento del centro histórico, adornada con flores hermosas y maceteros que combinan con la arquitectura y tranquilidad de Atlixco, le da vida y color a la ciudad, realza la belleza de las construcciones, es la calle más concurrida de Atlixco, pero ahora se disfruta caminar por ahí.

Solares chicos

Colonia cercana al cerro de San Miguel, protagonista de cuentos y leyendas del lugar, sus calles rurales, tienen cierta magia que invita a caminar por ellas, se respira y se disfruta, los pobladores suelen correr en las mañanas o salir a caminar y pasear a sus mascotas, estas reflejan la tranquilidad, belleza y tradición de Atlixco, en su recorrido se pueden encontrar diversos puntos de la ciudad que cuentan historias, como lo es la antigua escuela de teatro donde actualmente se encuentran

► **Bohio**
Av Independencia
#501 Col. Centro
(244) 446 50 39

► **Portal de las Flores**
Portal Morelos, #7
Col. Centro
(244) 445 80 00

► **La Fogata**
Av. Independencia
2103 Y 17 Pte. 1011
Col. Francisco I.
Madero

► **Cielito Lindo**
3 Norte #602
Col. Centro
(244) 445 06 61

► **La Fogata**
Av. Independencia
2103 Y 17 Pte. 1011
Col. Francisco I.
Madero

► **Hostería del Parque**
2 Oriente #5
Col. Centro
(244) 44 5 24 13

► **La Fogata**
Av. Independencia
2103 Y 17 Pte. 1011
Col. Francisco I.
Madero



Jeripa, dulce típico de Atlixco

Es por esto que en toda la zona centro de Atlixco puedes encontrar una gran cantidad de establecimientos que se encargan de degustar a los visitantes con los sabores inigualables de la región. El estado de Puebla es conocido en todo México por su riqueza de sabores, colores y olores que caracterizan a su gastronomía, y los platillos típicos de Atlixco están influenciados principalmente por la comida de la capital poblana, como referencia están el Mole Poblano, los Chiles en Nogada, y otros guisos populares.

Los platillos que destacan en la región principalmente son los llamados “antojitos mexicanos”: los pambazos, tostadas, clacloyos, chalupas y tamales; otros platillos propios de Atlixco son la cecina, el pozole, el consomé Atlixquense y truchas condimentadas en diferentes formas.

Los dulces típicos de Atlixco son: jamoncillo de pepita, jeripa (natilla de harina de arroz servido en cazuelas pequeñas de barro), doraditas de trigo, palanquetas, alegrías, fruta en conserva y cristalizada, helados y nieves de los cuales destaca el famoso sorbete; las bebidas típicas son el chilatole, atole de piloncillo y el pulque. La elaboración de pan ofrece una gran variedad pero los panes que identifican a la región son; el quintalero, pan de muerto), colorados, cocoles y pan de fiesta.

Gastronomía

► **Antigua taquería La Oriental**
Av. Miguel Hidalgo
5-C Centro
(244) 44 5 44 44

► **Restaurante Los Portales**
Av. Miguel #3306
Col. Fco I. Madero
(244) 44 6 63 77

► **La Perla II**
Nicolás Bravo
Núm.2 Col. Centro
(244) 44 5 67 81

► **La Capilla**
Av. Independencia
#511 Col. Centro
(244) 44 6 32 72

► **Hostería del Parque**
2 Oriente #5
Col. Centro
(244) 44 5 24 13

► **Sake & Grill**
Portal Hidalgo D5
Centro
(244) 44 5 24 13

► **Restaurante Los Portales**
Av. Miguel #3306
Col. Fco I. Madero
(244) 44 6 63 77

El estado de Puebla es conocido en todo México por su riqueza de sabores, colores y olores que caracterizan a su gastronomía, y los platillos típicos de Atlixco están influenciados principalmente por la comida de la capital poblana, como referencia están el Mole Poblano, los Chiles en Nogada, y otros guisos populares.

Los platillos que destacan en la región principalmente son los llamados “antojitos mexicanos”: los pambazos, tostadas, clacloyos, chalupas y tamales; otros platillos propios de Atlixco son la cecina, el pozole, el consomé Atlixquense y truchas condimentadas en diferentes formas.

Los dulces típicos de Atlixco son: jamoncillo de pepita, jeripa (natilla de harina de arroz servido en cazuelas pequeñas de barro), doraditas de trigo, palanquetas, alegrías, fruta en conserva y cristalizada, helados y nieves de los cuales destaca el famoso sorbete; las bebidas típicas son el chilatole, atole de piloncillo y el pulque. La elaboración de pan ofrece una gran variedad pero los panes que identifican a la región son; el quintalero, pan de (muerto), colorados, cocoles y pan de fiesta.

Chiles en nogada



Artesanías

El centro de Atlixco ha sido testigo de diversos momentos históricos que han marcado el rumbo del estado de Puebla y de México; Por lo que el 27 de Mayo de 1988 la ciudad fue declarada como “Zona de Monumentos Históricos”, por el entonces presidente Miguel de la Madrid Hurtado, en tal documento fueron señalados 140 monumentos históricos en 43 manzanas de la zona urbana. Es por esto que no puedes dejar de incluir en tu tour la visita a los diferentes edificios históricos que cuentan la historia de México y envolverte en éstas maravillas arquitectónicas. Es por esto que no puedes dejar de incluir en tu tour la visita a los diferentes edificios históricos que cuentan la historia de México y envolverte en éstas maravillas arquitectónicas

Calle Hidalgo #1, esta casa es de vital importancia para Atlixco, ya que fue marcada con el número uno de la ciudad, data del siglo XVI. Ubicada en la esquina de la calle Hidalgo, principal calle empedrada en la antigua Villa de Carrión; pertenecía al comerciante José Victoriano García.

Venta de Artesanías

► **Bohio**
Av Independencia
#501 Col. Centro
(244) 446 50 39

► **Portal de las Flores**
Portal Morelos, #7
Col. Centro
(244) 445 80 00

► **La Fogata**
Av. Independencia
2103 Y 17 Pte. 1011
Col. Francisco I.
Madero

► **Cielito Lindo**
3 Norte #602
Col. Centro
(244) 445 06 61

► **La Fogata**
Av. Independencia
2103 Y 17 Pte. 1011
Col. Francisco I.
Madero

► **Hostería del Parque**
2 Oriente #5
Col. Centro
(244) 44 5 24 13

► **La Fogata**
Av. Independencia
2103 Y 17 Pte. 1011
Col. Francisco I.
Madero

Es por esto que en toda la zona centro de Atlixco puedes encontrar una gran cantidad de establecimientos que se encargan de degustar a los visitantes con los sabores inigualables de la región.

El estado de Puebla es conocido en todo México por su riqueza de sabores, colores y olores que caracterizan a su gastronomía, y los platillos típicos de Atlixco están influenciados principalmente por la comida de la capital poblana, como referencia están el Mole Poblano, los Chiles en Nogada, y otros guisos populares.

Los platillos que destacan en la región principalmente son los llamados “antojitos mexicanos”: los pambazos, tostadas, clacloyos, chalupas y tamales; otros platillos propios de Atlixco son la cecina, el pozole, el consomé Atlixquense y truchas condimentadas en diferentes formas.

Los dulces típicos de Atlixco son: jamoncillo de pepita, jeripa (natilla de harina de arroz servido en cazuelas pequeñas de barro), doraditas de trigo, palanquetas, alegrías, fruta en conserva y cristalizada, helados y nieves de los cuales destaca el famoso sorbete; las bebidas típicas son el chilatole, atole de piloncillo y el pulque. La elaboración de

Vendedor de bolsas de palma



► **Antigua taquería La Oriental**
Av. Miguel Hidalgo
5-C Centro
(244) 44 5 44 44

► **Restaurante Los Portales**
Av. Miguel #3306
Col. Fco I. Madero
(244) 44 6 63 77

► **La Perla II**
Nicolás Bravo
Núm.2 Col. Centro
(244) 44 5 67 81

► **La Capilla**
Av. Independencia
#511 Col. Centro
(244) 44 6 32 72

► **Hostería del Parque**
2 Oriente #5
Col. Centro
(244) 44 5 24 13

► **Sake & Grill**
Portal Hidalgo D5
Centro
(244) 44 5 24 13

► **Restaurante Los Portales**
Av. Miguel #3306
Col. Fco I. Madero
(244) 44 6 63 77

Hoteles

El centro de Atlixco ha sido testigo de diversos momentos históricos que han marcado el rumbo del estado de Puebla y de México; Por lo que el 27 de Mayo de 1988 la ciudad fue declarada como "Zona de Monumentos Históricos", por el entonces presidente Miguel de la Madrid Hurtado, en tal documento fueron señalados 140 monumentos históricos en 43 manzanas de la zona urbana.

Es por esto que no puedes dejar de incluir en tu tour la visita a los diferentes edificios históricos que cuentan la historia de México y envolverte en éstas maravillas arquitectónicas. Es por esto que no puedes dejar de incluir en tu tour la visita a los diferentes edificios históricos que cuentan la historia de México y envolverte en éstas maravillas arquitectónicas

Calle Hidalgo #1, esta casa es de vital importancia para Atlixco, ya que fue marcada con el número uno de la ciudad, data del siglo XVI. Ubicada en la esquina de la calle Hidalgo, principal calle empedrada en la antigua Villa de Carrión; pertenecía al comerciante José Victoriano García.

Habitación Hotel La Aldea



Hotel Luna Canela

Es importante mencionar que la arquitectura del edificio se caracteriza por el maravilloso portal que lo embellece, de columnas toscanas y con cinco arcos. Actualmente la planta baja está modificada al ser utilizada para uso comercial y la planta alta la planta alta la planta alta la planta alta la planta alta. Es importante mencionar que la arquitectura del edificio se caracteriza por el maravilloso portal que lo embellece, de columnas toscanas y con cinco arcos. Actualmente la planta baja está modificada al ser utilizada para uso comercial y la planta alta la planta alta la planta alta la planta alta la planta alta. El centro de Atlixco ha sido testigo de diversos momentos históricos que han marcado el rumbo del estado de Puebla y de México; Por lo que el 27 de Mayo de 1988 la ciudad fue declarada como "Zona de Monumentos Históricos", por el entonces presidente Miguel de la Madrid Hurtado, en tal documento fueron señalados 140 monumentos históricos en 43 manzanas de la zona urbana.

▶ Hotel Los Alcatraces
13 Norte #1206
Col. Solares Chicos
(244) 44 6 12 12

▶ Hotel Agua Verde
3 Norte #817
Col. Centro
(244) 44 5 11 11

▶ Hotel Antigua
Alquería de Carrión
Nicolás Bravo #2
Col. Centro
(244) 761 80 80

▶ Hotel Villa La Luz
Paseo de los Fresnos
#5, Col. La Moraleta
(244) 44 6 20 20

▶ Hotel Posada del Sol
Calle 6 Oriente #14-A
Colonia: Centro
(244) 445 18 12

▶ Hotel Esperanza
Río Sonora #602 Col.
Alta Vista
(244) 44 5 24 29

▶ Hotel Villa del Ángel
4 Oriente #6
Col. Centro
(244) 446 01 06

▶ Hotel Guadalupe
6 Oriente #16
Col. Centro
(244) 44 5 05 05

Hotel Atlixco
4 Oriente #6
Col. Centro
(244) 44 5 02 88

▶ Hotel San Ignacio
5 Sur #306
Col. Centro
(244) 44 5 29 01

▶ Hotel Roma
15 Sur #101- int.2
Col. Centro
(244) 44 6 43 83

▶ Hotel Villa Rose
12 Sur #313
Col. Centro
(244) 44 5-96-82

▶ Hotel San Miguel
Av. Libertad #408
Col. Centro
(244) 44 6 12 12

▶ Hotel Villa del Ángel
4 Oriente #6
Col. Centro
(244) 446 01 06

descansa 

► **Hotel Los Alcatraces**
13 Norte #1206
Col. Solares Chicos
(244) 44 6 12 12

► **Hotel Agua Verde**
3 Norte #817
Col. Centro
(244) 44 5 11 11

► **Hotel Antigua**
Alquería de Carrión
Nicolás Bravo #2
Col. Centro
(244) 761 80 80

► **Hotel Villa La Luz**
Paseo de los Fresnos
#5, Col. La Moraleda
(244) 44 6 20 20

► **Hotel Posada del Sol**
Calle 6 Oriente #14-A
Colonia: Centro
(244) 445 18 12

► **Hotel Esperanza**
Río Sonora #602 Col.
Alta Vista
(244) 44 5 24 29

► **Hotel Villa del Ángel**
4 Oriente #6
Col. Centro
(244) 446 01 06

Es importante mencionar que la arquitectura del edificio se caracteriza por el maravilloso portal que lo embellece, de columnas toscanas y con cinco arcos. Actualmente la planta baja está modificada al ser utilizada para uso comercial y la planta alta la planta alta la planta alta la planta alta la planta alta. Es importante mencionar que la arquitectura del edificio se caracteriza por el maravilloso portal que lo embellece, de columnas toscanas y con cinco arcos. Actualmente la planta baja está modificada al ser utilizada para uso comercial y la planta alta la planta alta la planta alta la planta alta la planta alta. El centro de Atlixco ha sido testigo de diversos momentos históricos que han marcado el rumbo del estado de Puebla y de México; Por lo que el 27 de Mayo de 1988 la ciudad fue declarada como “Zona de Monumentos Históricos”, por el entonces presidente Miguel de

Habitación Hotel La Aldea



Hotel Posada del Sol

la Madrid Hurtado, en tal documento fueron señalados 140 monumentos históricos en 43 manzanas de la zona urbana.

Es por esto que no puedes dejar de incluir en tu tour la visita a los diferentes edificios históricos que cuentan la historia de México y envolverte en éstas maravillas arquitectónicas. Es por esto que no puedes dejar de incluir en tu tour la visita a los diferentes edificios históricos que cuentan la historia de México y envolverte en éstas maravillas arquitectónicas. Calle Hidalgo #1, esta casa es de vital importancia para Atlixco, ya que fue marcada con el número uno de la ciudad, data del siglo XVI. Ubicada en la esquina de la calle Hidalgo, principal calle empedrada en la antigua Villa de Carrión; pertenecía al comerciante José Victoriano García. Es importante mencionar que la arquitectura del edificio se caracteriza por el maravilloso portal que lo embellece, de columnas toscanas y con cinco arcos. Actualmente la planta baja está modificada al ser utilizada para uso comercial y la planta alta la planta alta la planta alta la planta alta la planta alta. Es importante mencionar que la arquitectura del edificio se caracteriza por el maravilloso portal que lo embellece, de columnas toscanas y con cinco arco alta la planta alta.

descansa 

► **Hotel Guadalupe**
6 Oriente #16
Col. Centro
(244) 44 5 05 05

Hotel Atlixco
4 Oriente #6
Col. Centro
(244) 44 5 02 88

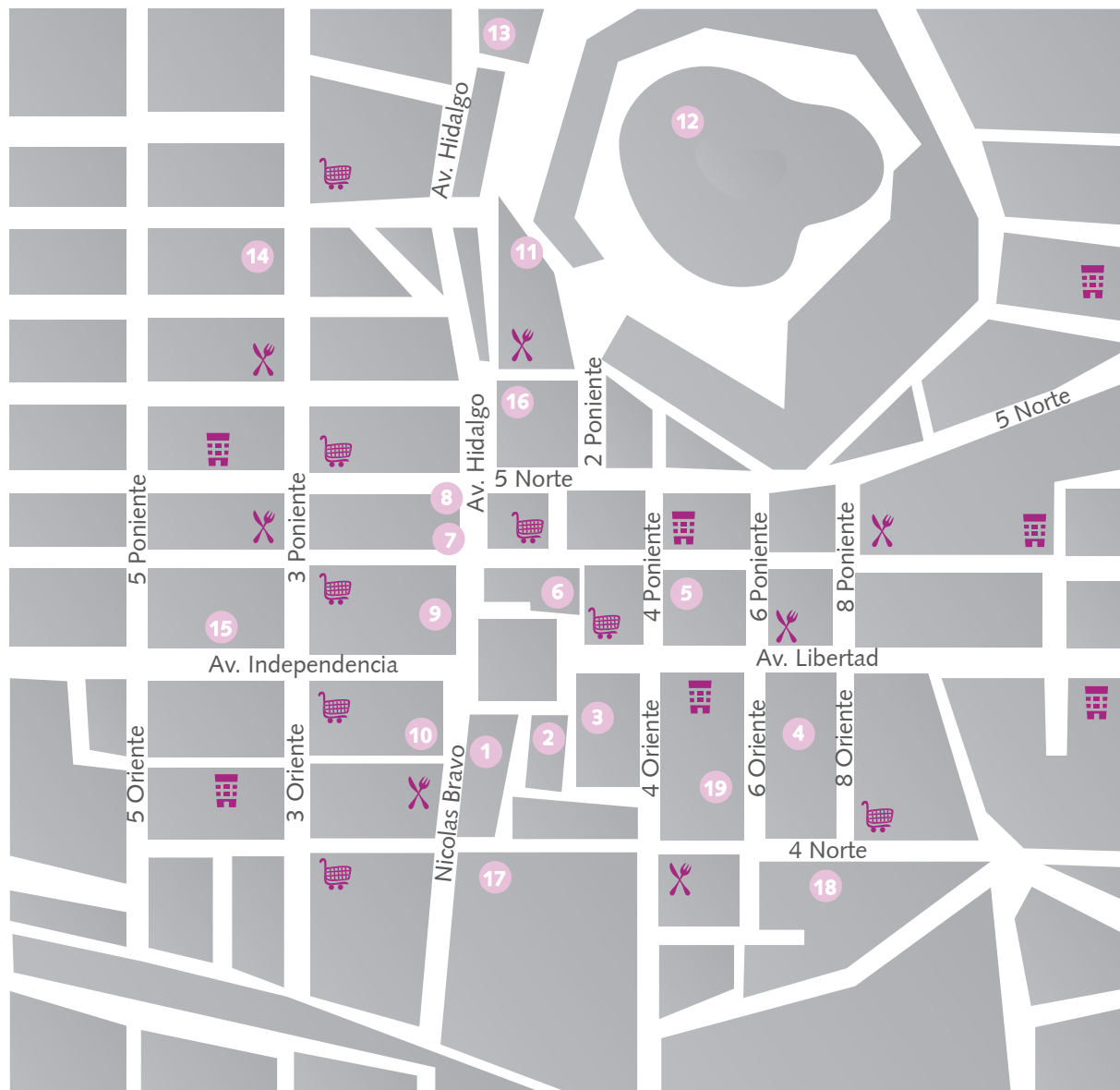
► **Hotel San Ignacio**
5 Sur #306
Col. Centro
(244) 44 5 29 01

► **Hotel Roma**
15 Sur #101- int.2
Col. Centro
(244) 44 6 43 83

► **Hotel Villa Rose**
12 Sur #313
Col. Centro
(244) 44 5-96-82

► **Hotel San Miguel**
Av. Libertad #408
Col. Centro
(244) 44 6 12 12

► **Hotel Villa del Ángel**
4 Oriente #6
Col. Centro
(244) 446 01 06



Prueba



Compra



Descansa



Cómo llegar



Disfruta

- 1 Palacio Municipal
- 2 Parroquia de Santa María de Natividad
- 3 Casa Habitación de Isaac Ochoterena
- 4 Templo de Santa Clara
- 5 Ex Convento de la Merced
- 6 Casa de la Audiencia
- 7 Casa de los Aguilar
- 8 Casa de los Rangel
- 9 Casa del Marqués de Snta Martha
- 10 Alquería de Carrión
- 11 Ex Convento de Sn Francisco
- 12 Ermita de Sn Miguel
- 13 Templo de la Soledad
- 14 Templo de Sn Juan de Dios
- 15 Templo de Sn Agustín
- 16 Capilla de la Tercera Orden
- 17 Ex Convento del Carmen
- 18 Templo de San Félix Papa
- 19 Dulce Nombre de Jesús

compra 

Cupones de Descuento

 compra



AVON
the company for women

\$25
Vale por una prueba de Civilización y Radiofrecuencia ¡ GRATIS !

Marely SPA
CENTRO DE BELLEZA INTEGRAL

Vale por una prueba de Civilización y Radiofrecuencia ¡ GRATIS !



TADINNO'S
pizza

10%
de descuento en pizzas



AVON
the company for women

\$25
Vale por una prueba de Civilización y Radiofrecuencia ¡ GRATIS !

Marely SPA
CENTRO DE BELLEZA INTEGRAL

Vale por una prueba de Civilización y Radiofrecuencia ¡ GRATIS !



TADINNO'S
pizza

10%
de descuento en pizzas

Sierra madre del sur 1270 Col. Católicas
Tel: 257.07.90

Proteja su salud alimentándose sanamente

VALE POR UNA CENA ¡ GRATIS !

Yarawell Loya
DISTRIBUIDOR AFILIADO

Zijiika
estética en su comodidad

15%
de descuento en servicios
10%
de descuento en productos

Yarawell Loya
DISTRIBUIDOR AFILIADO

Calle Schiller 2635 Col. Villa Universidad
Tel: 275.09.67
www.zijkabisteria.com

ANDREA

\$100
Vale por una prueba de Civilización y Radiofrecuencia ¡ GRATIS !

Yarawell Loya
DISTRIBUIDOR AFILIADO

Calle Schiller 2635 Col. Villa Universidad
Tel: (667) 262.00.08
www.zijkabisteria.com

Sierra madre del sur 1270 Col. Católicas
Tel: 257.07.90

Proteja su salud alimentándose sanamente

VALE POR UNA CENA ¡ GRATIS !

Yarawell Loya
DISTRIBUIDOR AFILIADO

Zijiika
estética en su comodidad

15%
de descuento en servicios
10%
de descuento en productos

Yarawell Loya
DISTRIBUIDOR AFILIADO

Calle Schiller 2635 Col. Villa Universidad
Tel: 275.09.67
www.zijkabisteria.com

ANDREA

\$100
Vale por una prueba de Civilización y Radiofrecuencia ¡ GRATIS !

Yarawell Loya
DISTRIBUIDOR AFILIADO

Calle Schiller 2635 Col. Villa Universidad
Tel: (667) 262.00.08
www.zijkabisteria.com



AVON
the company for women

\$25
Vale por una prueba de Civilización y Radiofrecuencia ¡ GRATIS !

Marely SPA
CENTRO DE BELLEZA INTEGRAL

Vale por una prueba de Civilización y Radiofrecuencia ¡ GRATIS !



TADINNO'S
pizza

10%
de descuento en pizzas



AVON
the company for women

\$25
Vale por una prueba de Civilización y Radiofrecuencia ¡ GRATIS !

Marely SPA
CENTRO DE BELLEZA INTEGRAL

Vale por una prueba de Civilización y Radiofrecuencia ¡ GRATIS !



TADINNO'S
pizza

10%
de descuento en pizzas

Sierra madre del sur 1270 Col. Católicas
Tel: 257.07.90

Proteja su salud alimentándose sanamente

VALE POR UNA CENA ¡ GRATIS !

Yarawell Loya
DISTRIBUIDOR AFILIADO

Zijiika
estética en su comodidad

15%
de descuento en servicios
10%
de descuento en productos

Yarawell Loya
DISTRIBUIDOR AFILIADO

Calle Schiller 2635 Col. Villa Universidad
Tel: 275.09.67
www.zijkabisteria.com

ANDREA

\$100
Vale por una prueba de Civilización y Radiofrecuencia ¡ GRATIS !

Yarawell Loya
DISTRIBUIDOR AFILIADO

Calle Schiller 2635 Col. Villa Universidad
Tel: (667) 262.00.08
www.zijkabisteria.com

Sierra madre del sur 1270 Col. Católicas
Tel: 257.07.90

Proteja su salud alimentándose sanamente

VALE POR UNA CENA ¡ GRATIS !

Yarawell Loya
DISTRIBUIDOR AFILIADO

Zijiika
estética en su comodidad

15%
de descuento en servicios
10%
de descuento en productos

Yarawell Loya
DISTRIBUIDOR AFILIADO

Calle Schiller 2635 Col. Villa Universidad
Tel: 275.09.67
www.zijkabisteria.com

ANDREA

\$100
Vale por una prueba de Civilización y Radiofrecuencia ¡ GRATIS !

Yarawell Loya
DISTRIBUIDOR AFILIADO

Calle Schiller 2635 Col. Villa Universidad
Tel: (667) 262.00.08
www.zijkabisteria.com



Dulces tentaciones

15%
de descuento en productos

Tel: (667)102-8542 Pregunte por nuestro servicio a domicilio.

Ilusión

\$50
Cupon de descuento en servicios

Carmen Sánchez
DISTRIBUIDORA AFILIADA

Biv. Lucernilla 1548 Col. Nuevo culiacán
Tel: 72.03.45.93

Proteja su salud alimentándose sanamente

VALE POR UNA CENA ¡ GRATIS !

Carmen Sánchez
DISTRIBUIDORA AFILIADA

Biv. Lucernilla 1548 Col. Nuevo culiacán
Tel: (667) 202.23.58 Pregunte por nuestro todos de trabajo



Dulces tentaciones

15%
de descuento en productos

Tel: (667)102-8542 Pregunte por nuestro servicio a domicilio.

Ilusión

\$50
Cupon de descuento en servicios

Carmen Sánchez
DISTRIBUIDORA AFILIADA

Biv. Lucernilla 1548 Col. Nuevo culiacán
Tel: 72.03.45.93

Proteja su salud alimentándose sanamente

VALE POR UNA CENA ¡ GRATIS !

Carmen Sánchez
DISTRIBUIDORA AFILIADA

Biv. Lucernilla 1548 Col. Nuevo culiacán
Tel: (667) 202.23.58 Pregunte por nuestro todos de trabajo

Proteja su salud alimentándose sanamente

VALE POR UNA CENA ¡ GRATIS !

Martha Alarcón
DISTRIBUIDORA AFILIADA

\$50
Cupon de descuento en servicios

Avilop spa

Si te lo mereces

Calle # 252 Pta. Entre Rabi y Morelos Col. Centro
Tel: (667) 254.59.52 Pregunte por nuestro todos de trabajo

MARY KAY

\$50
Cupon de descuento en servicios

Martha Alarcón
DISTRIBUIDORA AFILIADA

Avilop spa

Si te lo mereces

Calle # 252 Pta. Entre Rabi y Morelos Col. Centro
Tel: (667) 236.35.18

Proteja su salud alimentándose sanamente

VALE POR UNA CENA ¡ GRATIS !

Martha Alarcón
DISTRIBUIDORA AFILIADA

Avilop spa

Si te lo mereces

Calle # 252 Pta. Entre Rabi y Morelos Col. Centro
Tel: 716.97.07 Pregunte por nuestro todos de trabajo

Proteja su salud alimentándose sanamente

VALE POR UNA CENA ¡ GRATIS !

Martha Alarcón
DISTRIBUIDORA AFILIADA

Avilop spa

Si te lo mereces

Calle # 252 Pta. Entre Rabi y Morelos Col. Centro
Tel: (667) 254.59.52 Pregunte por nuestro todos de trabajo

MARY KAY

\$50
Cupon de descuento en servicios

Martha Alarcón
DISTRIBUIDORA AFILIADA

Avilop spa

Si te lo mereces

Calle # 252 Pta. Entre Rabi y Morelos Col. Centro
Tel: (667) 236.35.18

Proteja su salud alimentándose sanamente

VALE POR UNA CENA ¡ GRATIS !

Martha Alarcón
DISTRIBUIDORA AFILIADA

Avilop spa

Si te lo mereces

Calle # 252 Pta. Entre Rabi y Morelos Col. Centro
Tel: 716.97.07 Pregunte por nuestro todos de trabajo

