

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES, DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA DE ARTES



TRABAJO DIRIGIDO

Para la obtención del Grado de Licenciatura en Artes Plásticas
Mención: Diseño Gráfico

**CREACIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL PARA LA ESCUELA
MUNICIPAL DE LAS ARTES DE LA CIUDAD DE EL ALTO**

Autor: Jovito Santos Zacari Blanco

Tutor Teórico: Dr. Mario Yujra Roque Ph.D.

Tutor Institucional: Lic. Edgar Cruz Mariaca

La Paz – Bolivia

2013



DEDICATORIA

A mis Padres Bernardo y Estela por su comprensión que me enseñaron a encarar las adversidades sin perder la dignidad ni desfallecer en el intento. Por haberme transmitido sus valores, principios y la perseverancia.

AGRADECIMIENTOS

A la Carrera de Artes y sus docentes por los conocimientos impartidos.

A mis tutores Dr. Mario Yujra y al Lic. Edgar Cruz por sus valiosos consejos.

A mis amigos (as) por su constante apoyo moral.

A la Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad de El Alto por permitirme realizar el presente Trabajo Dirigido.



INDICE

| | |
|----------------------|-----|
| Dedicatoria..... | ii |
| Agradecimientos..... | iii |
| Resumen..... | ix |
| Introducción..... | 1 |

DISEÑO METODOLOGICO

| | |
|------------------------------------|---|
| 1. Justificación..... | 3 |
| 2. Planteamiento del Problema..... | 4 |
| 3. Objetivos..... | 5 |
| 3.1. Objetivo general..... | 5 |
| 3.2. Objetivos específicos..... | 5 |
| 4. Metodología..... | 5 |
| 5. Delimitación espacial..... | 6 |
| 6. Metas y tareas..... | 6 |

CAPITULO I

MARCO TEORICO

| | |
|--------------------------------|---|
| 1. Definición de términos..... | 8 |
| 1.1. Imagen institucional..... | 8 |
| 1.2. Imagen..... | 8 |
| 1.3. Logotipo..... | 8 |
| 1.4. Diseño..... | 8 |

| | |
|---|----|
| 2. Reseña histórica de la Imagen Institucional..... | 9 |
| 3. Imagen Institucional..... | 9 |
| 4. El logotipo..... | 12 |
| 5. Identidad Institucional..... | 14 |
| 6. Comunicación Institucional..... | 14 |
| 7. El cartel..... | 16 |
| 8. Reseña histórica del color..... | 17 |
| 9. El Color..... | 18 |
| 9.1. Propiedades del color..... | 19 |
| 9.2. Colores Aditivos..... | 19 |
| 9.3. Colores Sustractivos..... | 20 |
| 9.4. Colores Primarios..... | 21 |
| 9.5. Colores Secundarios..... | 23 |
| 9.6. Colores Terciarios..... | 23 |
| 9.7. Colores complementarios..... | 24 |
| 9.8. Colores Cálidos..... | 25 |
| 9.9. Colores Fríos..... | 25 |
| 10. Psicología del color..... | 26 |
| 11. Escala de colores..... | 30 |
| 12. Escalas acromáticas..... | 30 |
| 13. Escalas cromáticas..... | 30 |
| 14. Modos de color..... | 31 |
| 14.1. Modo de color en CMYK..... | 31 |
| 14.2. Modo de color RGB..... | 32 |
| 14.3. Modelo de Munsell..... | 32 |
| 15. Origen del papel..... | 33 |
| 15. 1. Clasificación del papel..... | 33 |
| 15. 2. Formatos..... | 34 |
| 16. Sistemas de impresión..... | 34 |
| 16.1. La prensa Rotativa..... | 34 |
| 16.2. Xilografía..... | 35 |



| | |
|--------------------------------|----|
| 16.3. Tipografía..... | 36 |
| 16.4. Hueco relieve..... | 37 |
| 16.5. Rotograbado..... | 37 |
| 16.6. Serigrafía..... | 38 |
| 16.7. Litografía..... | 38 |
| 16.8. Offset..... | 39 |
| 16.9. Impresión digital..... | 41 |
| 16.9.1. Láser..... | 42 |
| 16.9.2. Inyección a tinta..... | 42 |

CAPITULO II

DIAGNOSTICO

| | |
|--|----|
| 1. Reseña de la Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad de El Alto..... | 44 |
| 2. Misión..... | 44 |
| 3. Visión..... | 45 |
| 4. Imagen..... | 45 |
| 5. Comunicación visual de la E.S.M.A..... | 46 |

CAPITULO III

PROPUESTA

| | |
|--|----|
| 1. Diseño de Imagen Institucional para la E.S.M.A..... | 47 |
| 1.1. Introducción..... | 47 |
| 1.2. Proceso de creación de la imagen institucional..... | 48 |
| 2. Manual de Imagen Institucional de la E.S.M.A..... | 55 |
| 2.1. Representación simbólica por especialidad..... | 56 |

| | |
|---|----|
| 2.1.1. Especialidad de Artes Plásticas..... | 56 |
| 2.1.2. Especialidad de Teatro..... | 57 |
| 2.1.3. Especialidad de Música..... | 58 |
| 2.1.4. Especialidad de Cine..... | 59 |
| 2.1.5. Especialidad de Danza..... | 60 |
| 3. Tipografía..... | 63 |
| 4. Propuestas de impresión de la Imagen Institucional..... | 65 |
| 4.1. Diseño incorrecto de la imagen corporativa..... | 69 |
| 5. Aplicación de la Imagen Institucional de la E.S.M.A..... | 70 |
| 5.1. Diagramación en distintos materiales impresos..... | 70 |
| 5.2. Aplicación en tarjetas de visita..... | 71 |
| 5.3. Aplicación en sobres..... | 72 |
| 5.4. Aplicación en hoja membretada..... | 74 |
| 5.5. Aplicación en calendario..... | 76 |
| 5.6. Aplicación de certificado de reconocimiento..... | 77 |
| 6. Aplicación en sellos de goma..... | 78 |
| 7. Merchandising..... | 79 |

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| | |
|-------------------------|----|
| 1. Conclusiones..... | 81 |
| 2. Recomendaciones..... | 82 |
| 3. Bibliografía..... | 83 |



INDICE DE ANEXOS

| | |
|---|----|
| 1. Test psicológico del color..... | 86 |
| 2. Separación de colores en modo CMYK..... | 87 |
| 3. Maquina Offset..... | 88 |
| 4. Copia del diseño aprobado y firmado por las autoridades de la Institución..... | 89 |
| 5. Test resuelto por estudiantes..... | 90 |

RESUMEN

El presente trabajo tiene la finalidad de construir una Imagen que identifique a la Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad de El Alto que cuenta con distintas carreras como ser: Artes Plásticas, Música, Danza, Cine y Teatro, que esta ubicado en instalaciones de la ex - alcaldía del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto. Para crear la imagen se investigó la problemática principal de la Institución, luego se realizó la exploración de los aspectos culturales y sociales de las personas, también se realizó un test sobre la psicología del color, para ver las sensaciones que causa cada color con el propósito de elegir los colores de la nueva imagen. Tras la investigación y evaluación de sugerencias presentados por las personas en cuestión, se determinó crear una imagen que tenga como referencia de construcción a la Cruz Andina o (Chakana) y utilizar dibujos que tengan relación con cada una de las Carreras con que cuenta la Escuela Municipal de las artes. Luego se realizó la diagramación de una serie de ideas y formas, tomando en cuenta la referencia encomendada, de la cual se creó el logotipo de la Institución. Después de diseñar el arte final se trabajó con el texto que tras la creación de la Imagen Institucional se denominó (E.S.M.A.) Escuela Superior Municipal de las Artes.

Para el diseño del logotipo de la E.S.M.A. se trabajó con software de gráficos como; Adobe Photoshop y Macromedia FreeHand principalmente. Estos paquetes graficadores fueron muy importantes para la diagramación de la nueva imagen institucional de la Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad de El alto y la implementación de un manual que normará el uso de la Imagen Institucional, dentro y fuera de la E.S.M.A.

Palabras clave: Imagen institucional, logotipo, Cruz Andina.



1.- Introducción

Desde la creación de la Escuela Superior Municipal de las Artes (E.S.M.A.) y durante la formación de los alumnos en ésta institución, se pudo advertir que la Escuela Superior Municipal de las Artes, no contaba con una Imagen Institucional. Por lo que, se hizo prioritario contar con la Imagen Institucional para transmitir de manera óptima la comunicación visual que identifique a la Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad de El Alto. Por lo que, se planteó un reto, el diseño del logotipo, su implementación y elaboración de un manual de Imagen Institucional, para que la misma se constituya en un instrumento con la finalidad de proyectar a la Escuela Superior Municipal de las Artes.

El Presente Trabajo Dirigido consistió en diseñar el logotipo e implementación de la Imagen Institucional a través de un manual. Para lograr este objetivo se trabajó en base a la investigación descriptiva, que se realizó en la ciudad de El Alto Distrito 2, específicamente en la Escuela Superior Municipal de las Artes. La misma, consistió en llegar a conocer las costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades de la E.S.M.A. Se trabajó diferentes etapas como examinar las características del problema escogido, definir y elegir las fuentes apropiadas, para establecer la información a fin de clasificar los datos recolectados. Realizar observaciones objetivas y exactas, describiendo y analizando los datos obtenidos para la construcción de logotipo e implementación de la Imagen Institucional.

En este sentido, la implementación de la Imagen Institucional logrará difundir e identificar a ésta casa de estudios, como “Escuela Superior Municipal de las Artes”, también se logrará la distribución de la imagen a la ciudad de La Paz, El alto y al interior del país con diferentes materiales de publicidad internos y externos.

El presente Trabajo Dirigido está dividido por capítulos, primeramente se visualizó el diseño metodológico, la justificación y el planteamiento del problema de la

investigación. El objetivo general y los objetivos específicos, orientan lo que se quiere lograr y los caminos a seguir para consolidar los objetivos iniciales. Seguidamente, se especifica la hipótesis de la investigación descriptiva con apoyo del método deductivo, luego se especifica la ubicación geográfica donde se desarrolla la investigación, para luego describir las metas y tareas.

El capítulo primero está referido al marco teórico, donde se encuentra la definición de términos, luego se aprecia la reseña histórica de la imagen institucional y la historia del color, en este punto, se detalla las propiedades del color, como los colores aditivos y sustractivos. Asimismo, se detalla la psicología del color a través de un test, se explican los sistemas de impresión, el origen del papel, su clasificación y formatos. Finalmente se describe la imagen institucional, identidad institucional, comunicación institucional y comunicación visual, interpretando la definición de imagen y logotipo.

En el capítulo segundo, se aborda la reseña histórica, la misión y la visión de la Escuela Superior Municipal de las Artes. Así como la imagen y la comunicación visual de la E.S.M.A.

En el capítulo tercero, se presenta el proceso de diseño del logotipo de la institución, luego está la descripción del manual de la imagen institucional, detallando sus características como: propuestas de impresión, aplicación de la imagen institucional, diagramación y aplicación en los distintos materiales impresos y merchandising.

El capítulo cuarto, resume las conclusiones y recomendaciones, así como los resultados de la investigación.



DOCUMENTO DIGITALIZADO POR LA BIBLIOTECA DE LA CARRERA DE ARTES PLASTICAS - UMSA

DISEÑO METODOLOGICO

1. Justificación

La Escuela Superior Municipal de las Artes (E.S.M.A.), presentó la carencia de una norma de la imagen institucional, se advirtió el uso de otro símbolo, en este caso el escudo del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (G.A.M.E.A.) para representar a la E.S.M.A. en diferentes actividades, tanto fuera y dentro la institución. Al mismo tiempo, se dificultó la identificación homogénea y adecuada de la institución, debido a que ésta contaba con diferentes carreras cada una de ellas con sus propios símbolos gráficos.

La presente investigación adquiere su importancia en la necesidad de contribuir con la institución, realizando el diseño de logotipo e implementar la imagen institucional, por lo que, será primordial comenzar por el buen uso del logotipo, sin reestructuraciones, ni variaciones, para que así el nuevo logotipo de la (E.S.M.A.), sea utilizado por estudiantes, docentes, autoridades y personal que trabaja en la institución.

La propuesta nace a pedido del Director de la Unidad de Cultura del G.A.M.E.A. y la población estudiantil de la institución, viendo la falta de una imagen que identifique a la Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad de El Alto. De ahí, surgió el proyecto de una imagen institucional única para aplicarla a mediano plazo, con la finalidad de identificar a la Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad de El Alto.

Con el presente trabajo de investigación realizado, la institución mejorará considerablemente porque a partir de ésta imagen, se podrá utilizar el logotipo homogéneo para todas las actividades que se realice al interior de la institución como fuera. Sin embargo, con éste proyecto de imagen institucional se alcanzará entrar en el imaginario de la sociedad.



Por lo descrito anteriormente, con éste proyecto se beneficiarán, la institución, los estudiantes, las autoridades, y todo el personal que trabaja al interior de la Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad de El Alto.

2. Planteamiento del problema

La Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad El Alto no contaba con un logotipo que identifique a la institución, tampoco cuenta con un manual de uso, por lo que era necesario diagramar el manual, implementando a través de éste la imagen institucional de la Escuela Superior Municipal de la ciudad de El Alto. La implementación del manual tuvo la finalidad de reglamentar el uso y establecer la correcta aplicación de todos los elementos gráficos como; el logotipo, los colores, la tipografía, etc.

La causa principal de ésta problemática es el uso del escudo del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (G.A.M.E.A.), para las diferentes gestiones administrativas que realizaba la E.S.M.A., a esto se suma las exposiciones de obras, premiaciones y otras actividades. Sin embargo, se determinó que no era suficiente el uso del escudo del G.A.M.E.A. para la extensión de certificados de titulación en sus diferentes especialidades, debido a que el escudo no identificaba a la Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad de El Alto.

A consecuencia de estas causas se produjo un efecto de confusión de quien observaba el escudo del G.A.M.E.A., identificando éste como símbolo de la institución. Por tanto, era prioridad resolver ésta situación, a través de ciertos parámetros como ser: la forma y el logotipo.

La investigación en general se desarrolló dentro la Escuela Superior Municipal de las Artes, tomando en cuenta a estudiantes, docentes y administrativos. El presente trabajo fue aplicado en 10 meses.

3. Objetivos:

3.1. Objetivo general

Creación de la imagen institucional para la Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad de El Alto.

3.2. Objetivos específicos

- Conceptualizar la imagen visual para la Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad de El Alto.
- Diseñar la imagen institucional.
- Aplicar la imagen Institucional a diferentes medios impresos.
- Establecer una norma para la utilización a través de un manual de Imagen Institucional.

4. Metodología de la investigación

Para el presente trabajo dirigido se aplicó el método descriptivo, que consistió en la descripción real del problema para ofrecer una solución.

En éste caso se trabajó en la Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad de El Alto que fue el área de estudio para la investigación. La población seleccionada fueron los estudiantes, los docentes y el director de la Escuela Superior Municipal de las Artes.

El método que se aplicó fue el descriptivo, apoyándose en el método deductivo a través de la observación, dedicándose a la concepción de la imagen. Se recogió



información de manera independiente sobre el problema de la falta de una imagen que represente a la E.S.M.A., por el cual, se describió los datos del arte final de la imagen institucional de la E.S.M.A.

Para este fin se trabajó con entrevistas, para deducir la forma de la imagen en base a la cruz andina, se realizó un test sobre el significado de los colores para determinar los tonos a aplicarse. Se analizó las respuestas obtenidas en el test, obteniendo así un parámetro para la concepción de la nueva imagen, teniendo en cuenta la definición de sus atributos de la Escuela Superior Municipal de El Alto.

5. Delimitación espacial

Se realizó un estudio integral en la Escuela Superior Municipal de las Artes, para ver la necesidad e importancia de la imagen.

La ubicación geográfica fue la Escuela Superior Municipal de las Artes, ubicado en la ciudad de El Alto (ex Alcaldía Municipal de El Alto).

6. Metas y tareas

- a) Se Desarrolló y describió las características gráficas, para la comunicación visual de la institución.
- b) Se Conoció y definió las funciones de la imagen institucional.
- c) Para la concepción de logotipo se trabajó con técnicas simples como la observación, la descripción de elementos gráficos y la elaboración de un test.
- d) Para el diseño de logotipo se utilizó software de gráficos que son, Photoshop y Macro Media Freehand), a través de estos graficadores se realizó la diagramación de la papelería como ser, papel membretado, sobres, afiches,

calendarios, tarjetas de visita, certificados de reconocimiento y otras aplicaciones.

- e) Entre las principales herramientas que se utilizaron para la diagramación fueron, la computadora, impresoras, cuaderno de bocetos, y otros materiales inherentes para el diseño de la imagen.



DOCUMENTO DIGITALIZADO POR LA BIBLIOTECA DE LA CARRERA DE ARTES PLÁSTICAS - UMSA

CAPITULO I

MARCO TEORICO

1. Definición de términos

1.1. Imagen institucional

Se refiere a cómo se percibe una institución. Para las personas es una imagen mental que va ligada a una institución o empresa y todo lo que ella representa.¹

1.2. Imagen

Representación de algún arte visual, pintura, dibujo, escultura, fotografía y otros objetos.²

La imagen es un producto del receptor, es una idea, concepto o actitud, que se forma como consecuencia de la interpretación de todas las informaciones que le llegan sobre algo o alguien.

1.3. Logotipo

El logotipo puede definirse como el elemento gráfico que representa a una institución. Es un grupo de letras, palabras o imágenes, compuestos solo con letras, palabras o imágenes.³

1.4. Diseño

Es realizar un dibujo, una pintura, una línea o un punto sobre una superficie. También se define como la diagramación de elementos gráficos en diversos materiales impresos.

¹ Revista electrónica en América latina especializada en comunicación, septiembre 2003

² Gran Diccionario Larousse. P. 560

³ COLLIER, 1992 : P. 72



2. Breve historia de la imagen institucional

El diseño de imagen institucional surgió a partir del año 1907 en Alemania, la AEG (Allgemeine Elektrizitäts Gesellschaft) que en español se traduce como Asociación General de la Electricidad, encargó a Peter Behrens quien fue un diseñador muy reconocido a nivel mundial, que le crease una identidad coherente, reconocible en edificios, productos, folletería, papelería y publicidad. Aunque el logotipo de la AEG ha sido retocado varias veces a lo largo de los años, este aún sigue siendo válido.

Behrens cambió el estilo gráfico de la AEG, combinó varios elementos del diseño gráfico moderno unificándolo en un solo diseño. La inédita experiencia de Behrens confirma el origen europeo de la comunicación corporativa o institucional, la iniciativa de la AEG fue imitada por otras firmas a partir del año 1938, por Adriano Olivetti, quién emprendió su aventura estética con su empresa de máquinas de escribir, en Ivrea e Italia.

El principal promotor de la imagen institucional fue Peter Behrens, seguido después de unas décadas por Adriano Olivetti, quienes lo promovieron para mejorar la comunicación corporativa o institucional en Alemania.

3. Imagen institucional

La imagen institucional comprende un conjunto de atributos y valores que toda empresa posee, su personalidad, su razón de ser, y todo lo que una empresa puede reflejar al público. Mediante la imagen se podrá identificar de las otras empresas, ubicándose en mayor o menor escala.

La imagen institucional es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento, por el cual se transmitirá al receptor, quién es, qué es, qué hace.

Es la lectura pública de una institución, la interpretación que la sociedad da a cada uno de sus grupos, sectores o colectivos, tendrá o construirá de modo intencional a espontánea.⁴

En toda empresa o institución, la imagen será un factor muy importante, por lo que gracias a ella se configurará la diferenciación y posicionamiento en el mercado empresarial y se manifestará por medio de su cultura, tomando en cuenta sus atributos y sus gestiones.

Toda institución tiene una conducta externa que está relacionada con el comportamiento hacia afuera con los diferentes públicos con los que se relaciona, a esta conducta es denominado, comportamiento institucional.

El comportamiento institucional son las acciones llevadas a cabo por una organización a nivel social, cultural, político, etc., que realiza como sujeto integrante de la sociedad.⁵

El comportamiento institucional tiene su primera y más directa expresión en el contacto directo de la organización con las personas (Institución – público). Está es una relación directa y personal en la que el público puede comprobar el comportamiento de la organización.

Este comportamiento institucional se da en acciones tales como las visitas a la entidad por parte de colectivos de personas, donde se les explica cómo es la

⁴ PEREYRA, 2000 : P. 68

⁵ CAPRIOTTI, 2009 : P. 36



institución en el desarrollo de actividades, aniversarios, inauguraciones, premios, debates públicos, seminarios, conferencias, etc., en las que el público puede observar la posición o ideas de la institución.

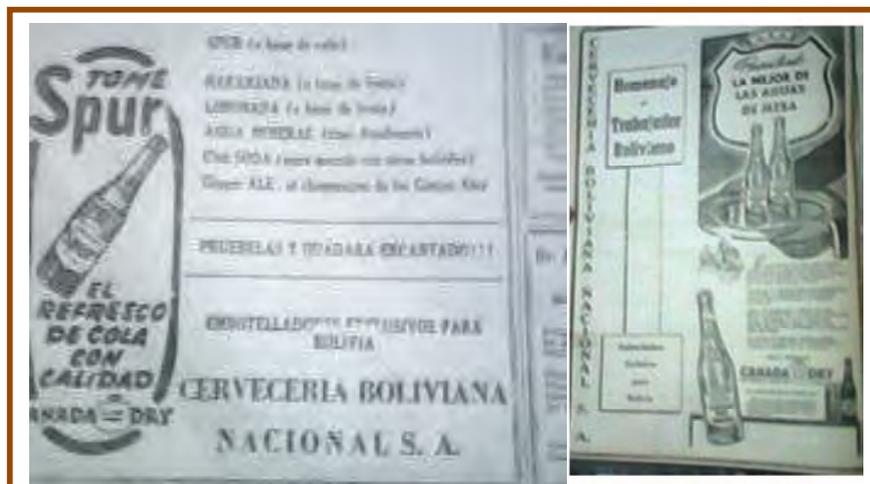
“El Comportamiento Institucional de la Organización se manifiesta, además, en su relación indirecta con la sociedad en la que se encuentra. El público puede observar la conducta de la organización, no como participantes de la relación, sino “desde fuera”, como observadores del comportamiento de la entidad”.⁶

En América Latina, principalmente en los países más desarrollados económicamente y culturalmente, se pueden encontrar empresas o instituciones que trabajan por medio de un manual de identidad visual que contempla instrucciones y metodologías que se deberán seguir para la construcción de una identidad de una empresa o institución.

En Bolivia se vio a partir de 1950, una de las principales referencias fue la CBN (Cervecería Boliviana Nacional), que promocionó en el año 1952 su producto “AGUA MINERAL CANADA DRY” (Fig.1) actualmente la CBN utiliza su identidad como PACEÑA.

⁶ CAPRIOTTI, 2009 : P. 37

Figura N°1
Publicación de la CBN



Fuente: El Diario de 1952

La empresa o institución que desea implantar un programa de imagen institucional deberá considerar la comunicación como un instrumento fundamental para la transmisión y distribución de la misma y deberá recibir la atención particular por parte de los directivos de la institución.

Con el crecimiento y el avance tecnológico la imagen institucional se difundirá a un número mayor de personas, utilizando desde medios impresos hasta medios digitalizados.

4. El logotipo

Un logotipo coloquialmente conocido en forma de acortamiento, logo. Se puede describir como un elemento gráfico que identifica a una institución o empresa, suelen incluir símbolos normalmente lingüísticos relacionados a quienes representan.



Históricamente el logotipo se remonta alrededor del siglo V a. c., los artesanos del barro, del cristal, los canteros, los fabricantes de espadas y artiligios de hierro fino y los impresores utilizaban marcas para señalar su autoría.

El logotipo se constituyó con más fuerza a partir del industrialismo del siglo XIX con el advenimiento de la marca gráfica, que se consolidó como la marca más grande entregando buena calidad de un producto, haciendo su reconocimiento y el de los fabricantes.

A partir de estos antecedentes es que la marca se convirtió en un referente que permitió reconocer un producto, a través de los medios de comunicación y por medio de la publicidad se logró insertar la marca culturalmente y socialmente. De esa manera las empresas empezaron a crear elementos gráficos para identificarse visualmente, mostrando al público sus logros y sus características, creando una nueva imagen en el individuo.

El diseño gráfico corporativo nació a través de Peter Behrens, fue un diseñador muy reconocido a nivel mundial, creó un logotipo de la AEG Allgemeine Elektrizitäts Gesellschaft, en español se traduce como Asociación General de la Electricidad en Alemania en 1907. Éste diseñador combinó distintos elementos gráficos convirtiéndolo en un solo diseño.

Después de crear el logotipo, adaptó a los productos de venta de la empresa AEG (Allgemeine Elektrizitäts Gesellschaft).

5. Identidad institucional

La identidad institucional es el conjunto de atributos y valores que una institución posee. La imagen refleja a la institución por medio de su personalidad, hará que pueda identificarse y diferenciarse de las demás, colocándose en una escala mayor de los otros.

La identidad Institucional constituye un instrumento al servicio de la conformación de una imagen corporativa de una institución.

La identidad institucional está sustentada en una serie de soportes, los cuales están constituidos por todos los medios de comunicación activados para crear una identidad. Los soportes comprenden: identificación de organizaciones, locales comerciales, vehículos, envases, uniformes del personal, publicaciones propias y otros.

6. Comunicación institucional

Se refiere a toda la comunicación en la cual la organización se presenta como entidades, como sujeto social, y expone argumentos sobre ella y habla como un miembro de la sociedad.⁷

Ésta comunicación con carácter institucional realizada por una organización tiene el apoyo de establecer lazos de comunicación con los diferentes públicos con los que se relaciona. Tomando en cuenta que no tiene fines comerciales; sino, más bien con la intención de generar una credibilidad y confianza en las personas, logrando la aceptación de la organización a nivel social.

⁷ CAPRIOTTI, 2009 : P.42



Según Capriotti desde nuestra perspectiva, la comunicación institucional vendría determinada por tres cuestiones, a) el lenguaje, b) objetivos, y c) públicos que se dirige.

Lenguaje

- La organización se presenta como un sujeto social, que forma parte de una sociedad, de un tejido social con el que se relaciona.

Objetivos

- Lograr que el público conozca la organización, sus valores, sus principios, su forma de actuar y las aportaciones que realiza a la comunidad.
- Generar credibilidad y confianza hacia la organización, obteniendo una reputación de fiabilidad y respetabilidad de la organización.
- Obtener la aceptación e integración social de la compañía, que los públicos la consideren miembro útil para la sociedad y la integren como un individuo más.

Públicos

- Se refiere a grupos que pueden afectar al funcionamiento y el logro de los objetivos a nivel corporativo, empleados, la comunidad local, los medios de comunicación, las entidades gubernamentales, los inversores, etc.

7. El cartel

El cartel es uno de los medios más utilizados y efectivos para la comunicación de mensajes, sean de tipo comercial o ideológico.

El cartel se creó para ser reproducido de forma masiva, en copias iguales que eran distribuidas para ser vistas por un gran número de personas.

El cartel apareció al final del siglo XIX en las calles de las ciudades de París que crecían rápidamente, el cartel se presentó como una forma de vida económica, social y cultural que compitió con la atención de consumidores de los nuevos productos.

Peter Bridgewater, en su libro “Introducción al diseño gráfico”, enfatiza la influencia de Toulouse – Lautrec, al utilizar la litografía para la producción de los carteles.

Peter Bridgewater entendía que los carteles eran un medio de comunicación con otras personas. Descubrió la importancia de trasladar su trabajo a la imprenta y aprovechó la litografía para la producción a gran escala.

Los artistas de todo el mundo miraban París como la capital del arte mundial y admiraban sus carteles. Sin embargo, Ámsterdam, Bruselas, Berlín, Múnich, Budapest, Viena, Praga, Barcelona, Milán y Nueva York también nutrieron escuelas de artistas del cartel y brillantes diseñadores individuales. Milán produjo el número más destacado de creadores de carteles, cuya originalidad desafió a los de París.⁸

⁸ SALOMA, (compilador), 2006 : P. 23



8. Reseña histórica del color

Luego de desarrollar la ley de gravitación universal, Isaac Newton (1642- 1727) se interesó por las teorías de la luz y color, se creía que el color era una combinación de luz y oscuridad, existieron varias teorías como la de un científico que postuló que la escala de color iba del rojo intenso, que se consideraba luz pura, al azul y al negro (oscuridad).

Newton no compartía esta teoría, puesto que un papel blanco escrito con tinta negra no se veía en colores desde lejos. Por el contrario, el blanco y el negro se mezclaban y surgía el gris.⁹

A finales del siglo XVII, científicos hicieron experimentos con prismas, llegaron a la conclusión general, que un prisma coloreaba la luz, a partir del punto del arco iris que se veía cuando la luz se proyectaba a través de un prisma sobre una superficie. Sin embargo, en el año 1665, Newton hizo sus propios experimentos, refractó la luz a través de un prisma sobre una superficie a una distancia mucho mayor, los resultados de éste, confirmó que en lugar de colorear la luz, el prisma la dividía en los colores del arco iris: rojo, naranja, amarillo, verde, azul, añil y violeta.

Un año más tarde en 1666, Newton creó un esquema circular con los siete colores dispuestos alrededor de la circunferencia.¹⁰

Hoy en día se sigue utilizándose la rueda de color como una herramienta de comprensión y selección de los colores.

⁹ FRASER, BANKS, 2004 : P.22

¹⁰ IBID.

9. El color

El color es algo que se percibe de los objetos cuando hay luz.

“Durante siglos, los artistas combinaron colores y crearon efectos cromáticos sin saber exactamente qué era el color y cómo funcionaba. Los resultados fueron excepcionales pero sólo una comprensión científica del espectro permitió avances como el de la fotografía en color.”¹¹

Los cuerpos devuelven la luz que no absorben a su entorno, por lo que nuestro campo visual interpretará estas radiaciones electromagnéticas que el entorno refleja, lo que llamamos color.

La longitud de onda de la radiación electromagnética oscila entre un máximo y un mínimo, estas radiaciones se medirá respectivamente en km, m, cm, mm, μ (micrón: millonésima de mm).

El ojo humano sólo alcanzará a percibir la onda comprendida entre 380 $m\mu$ (color violeta) y 780 $m\mu$ (color rojo).¹²

Las radiaciones comprendidas entre estos valores constituyen la luz solar que se percibirá como luz blanca o incolora.

¹¹ FRASER, BANKS, 2004 : P. 23

¹² DE GRANDIS, 1985 : P. 11



9.1. PROPIEDADES DEL COLOR

Se refiere a: tono, saturación, brillo y luminosidad.

- **Tono matiz o croma.**- Es la diferencia entre rojos, amarillos, verdes o azules. A ésta diferencia es lo que se llama tonalidades diferentes.¹³

Esta secuencia de tonalidades se podrá advertir en la naturaleza, específicamente en el arco iris.

- **Saturación.**- Se define al estado de pureza absoluta de un color **valor** (traducción de “value”), se refiere a la claridad u oscuridad de un color, está determinado de acuerdo a la cantidad de luz que un color tiene.¹⁴
- **Brillo.**- Se refiere a la cantidad de luz emitida por una fuente lumínica o reflejada por una superficie.
- **Luminosidad.**- Se refiere a la cantidad de luz reflejada por una superficie en comparación con una superficie blanca, ambas en iguales situaciones de iluminación.¹⁵

9.2. Colores aditivos

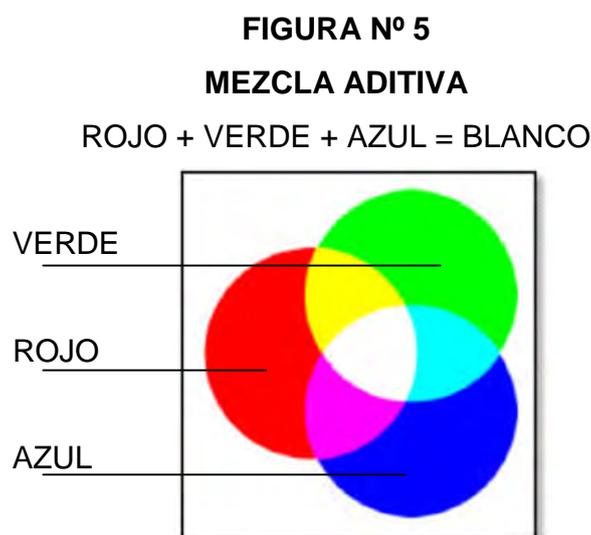
Los colores aditivos son colores luz, que al ser mezclados entre sí suman intensidad, a ésta mezcla se denomina síntesis aditiva. Son producidos por luces en monitores, pantallas de cine, la televisión y otros. Los primarios aditivos son el

¹³ DE GRANDIS, 1985 : P. 19

¹⁴ DE GRANDIS, 1985 : P. 40

¹⁵ IBID.

rojo, el verde y el azul (RGB) que mezclados produce otros colores y si se mezclan en cantidades iguales producen luz Blanca.¹⁶ (Fig.5)



Fuente: Fraser tom, Banks Adam
Color la guía más completa

9.3. Colores sustractivos

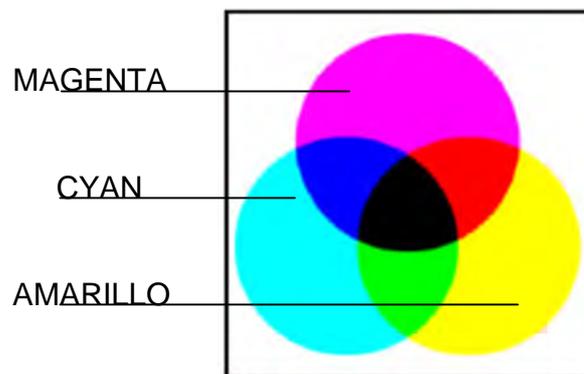
Los colores sustractivos son pigmentos que al ser mezclados entre sí se restan en intensidad, a ésta mezcla se denomina síntesis sustractiva. Los primarios son el cian, magenta y el amarillo y son utilizados en la mayoría de los sistemas de impresión. La mezcla de los colores pigmento en cantidades iguales produce el negro; sin embargo, cuando se pone en práctica ésta mezcla no se obtiene un negro muy intenso, por lo que se agrega el negro como pigmento pasando a

¹⁶ FRASER, BANKS, 2004 : P. 26

formar parte del espacio del color (CMYK) cyan, magenta, amarillo y negro.¹⁷
(Fig.6)

FIGURA N° 6
MEZCLA SUSTRACTIVA

CYAN + MAGENTA + AMARILLO = NEGRO



Fuente: Fraser Tom

COLOR la guía más completa

9.4. Colores primarios

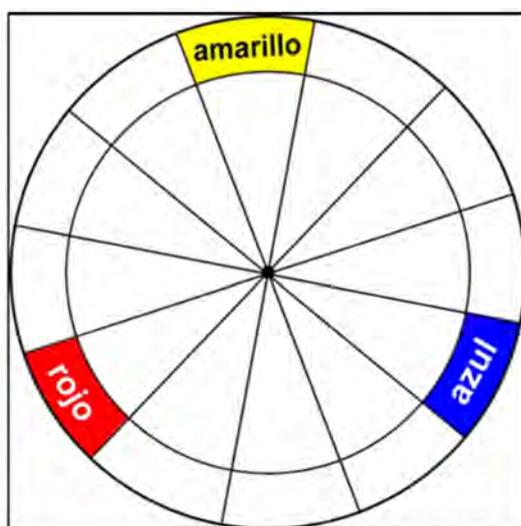
Los colores primarios son los denominados absolutos, que no se obtienen con la mezcla de otros colores. La mezcla de los primarios en diferentes combinaciones, crea un número infinito de colores.

Existen tres grupos de colores primarios:

¹⁷ FRASER, BANKS, 2004 : P. 26

El primer grupo de primarios son el amarillo, el rojo y el azul que son utilizados por los artistas pintores. Mezclados estos pigmentos se obtienen los demás tonos. (Fig. 7)

FIGURA N° 7
Ubicación de los colores primarios en el círculo cromático



Fuente: Elaboración del autor

El segundo grupo de primarios son el rojo verde y azul, se denominan colores luz. La mezcla de estos forman otros colores y se mezclan en cantidades iguales produciendo la luz blanca. (Ver pág. 20)

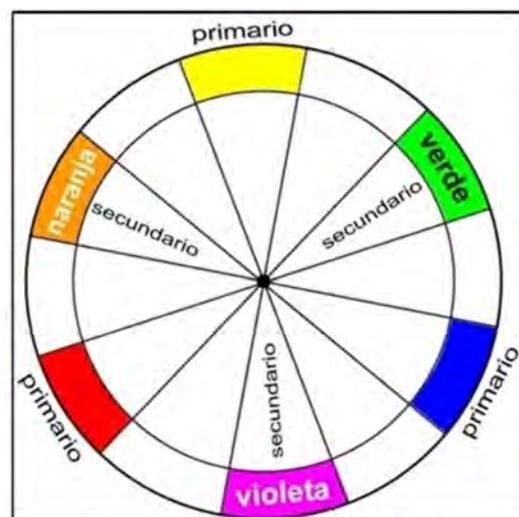
El tercer grupo de primarios son el magenta, el amarillo y el cyan, denominados colores pigmento, se utilizan para la impresión en imprenta. (Ver pág. 21)

9.5. Colores secundarios

Los colores secundarios o binarios son los que se obtienen con la mezcla de dos primarios en cantidades iguales. Fig. 8

FIGURA Nº 8

Ubicación de los colores secundarios en el círculo cromático



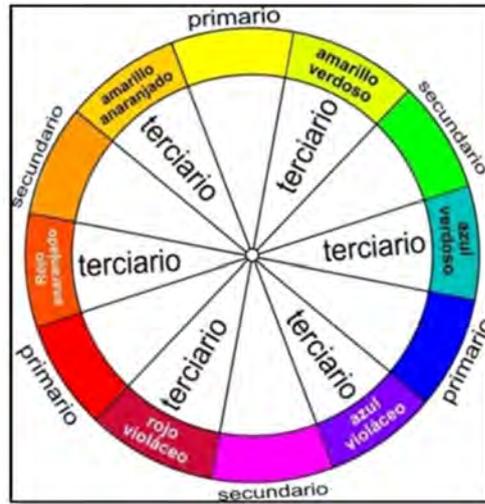
Fuente: Elaboración del autor

9.6. Colores terciarios

Los colores terciarios se obtienen con la mezcla de proporciones iguales de un color primario y otro secundario. Estos colores son: rojo violáceo, rojo anaranjado, amarillo anaranjado, amarillo verdoso, azul verdoso y el azul violáceo. (Fig. 9)

FIGURA Nº 9

Ubicación de los colores terciarios en el círculo cromático



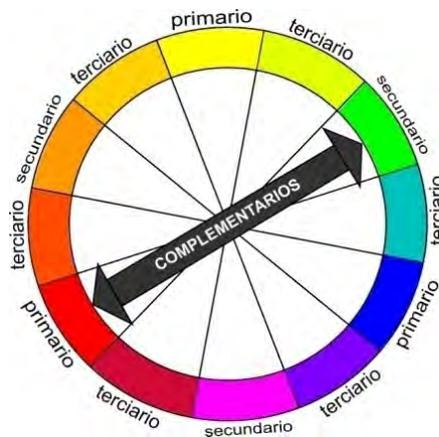
Fuente: Elaboración del autor

9.7. Colores complementarios

Son los que se forman mediante la mezcla de un primario con el secundario opuesto en el círculo cromático del color. (Fig.10)

FIGURA Nº 10

COLORES COMPLEMENTARIOS

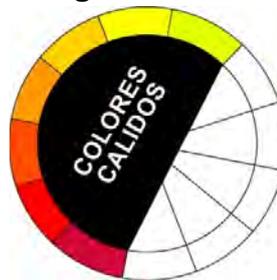


Fuente: Elaboración del autor

9.8. Colores cálidos

Se denomina colores cálidos por que se asocian con la luz solar y el fuego, también se asocian al rojo bermellón y las tierras rojas, a la vez se asocian a los amarillos y al naranja. El color más cálido es el rojo naranja denominado rojo de Saturno. (Fig. 11)

Figura Nº 11

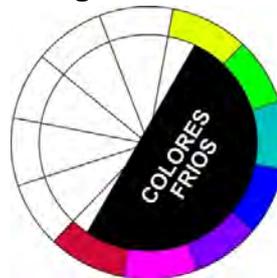


Fuente: Elaboración del autor

9.9. Colores Fríos

Se denomina colores fríos por que se asocian con el agua y la lunar, también se asocian al verde azul, y a todos los colores que predominan diferentes tonalidades de azules, entre éstas tonalidades mencionamos al azul de Prusia, al ultramar, el cobalto, el turquesa y el ciano. El color más frío es el azul verde. (Fig. 12)

Figura Nº 12



Fuente: Elaboración del autor

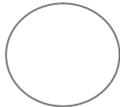
10. Psicología del color

El color es un factor muy poderoso que afecta de gran manera a las sensaciones emotivas. Tiene su propio lenguaje y crea mayor influencia en nuestros sentidos.

Para describir el significado y las sensaciones del color se hizo una encuesta mediante un test de los siguientes colores, amarillo, naranja, rojo, magenta, violeta, azul, cyan, verde, blanco y el negro. (Ver anexo 1) Se obtuvieron resultados, en su mayoría las respuestas coinciden con algunos autores que describen el significado de los colores.

A continuación se muestra una tabla comparativa sobre las sensaciones positivas y negativas que causa cada color. Y así tener una referencia del significado de los colores. Con el propósito de aplicar los colores apropiados a la imagen institucional de la E.S.M.A.

Tabla comparativa de las sensaciones que causa cada color

| TEXTOS | | COLOR | TEST | |
|--|---|--|---|---|
| SENSACIONES POSITIVAS | SENSACIONES NEGATIVAS | | SENSACIONES POSITIVAS | SENSACIONES NEGATIVAS |
| Pureza, Castidad, inocencia, verdad, integridad. | Rendición, tregua. | Blanco  | Pureza, tranquilidad, paz, inocencia, sinceridad. | Tristeza y dolor en los ojos. |
| Alegre, vistoso, vivaz, animado, jubiloso. | Indecencia, celos, cobardía, envidia, engaño, | Amarillo  | Alegría, calor, sabiduría, luz, picardía. | Intranquilidad, desprecio, melancolía |



| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| Regocijo Fiesta Aurora | | Naranja  | Calor Alegría ser | Desagrado asco amargura |
| | | Magenta  | Alegría, ánimo, atracción, cariño, ternura. | Agresividad, depresión. |
| Fuerte, sexo, estimulante, pasión, emoción. | Rabia, peligro, coraje, martirio, agresivo. | Rojo  | Fuerza, amor, fuego, energía, emoción, pasión. | Miedo, error, pelea, tentación, violencia, ira. |
| | Negativo, atraído, melancólico, aflicción | Violeta  | Tranquilidad, romántico, paz, ternura, alegría, | Tristeza aburrimiento melancolía |
| | | Cyan  | Alegría, calma, mar, audacia, seguridad, | Fastidio, cobarde, aburrido, |
| Sereno, pasivo, sinceridad, esperanza. | Frío | Azul  | Cielo, serenidad, pasión, Intelectualidad . | Frío, seriedad, miedo, vacío, tristeza, rutina. |
| Tranquilizante, frescura, juventud, inmadurez | | Verde  | Vitalidad, esperanza, humedad, selva. | |

| | | | | |
|-------------|--|---|--|--|
| Profundidad | Liso, depresivo, tenue, muerte, dolor, tristeza, melancolía. | Negro  | Elegancia, misterio, penumbra, profundidad. | Tristeza, malo, seriedad, soledad, luto, pena, nostalgia. |
|-------------|--|---|--|--|

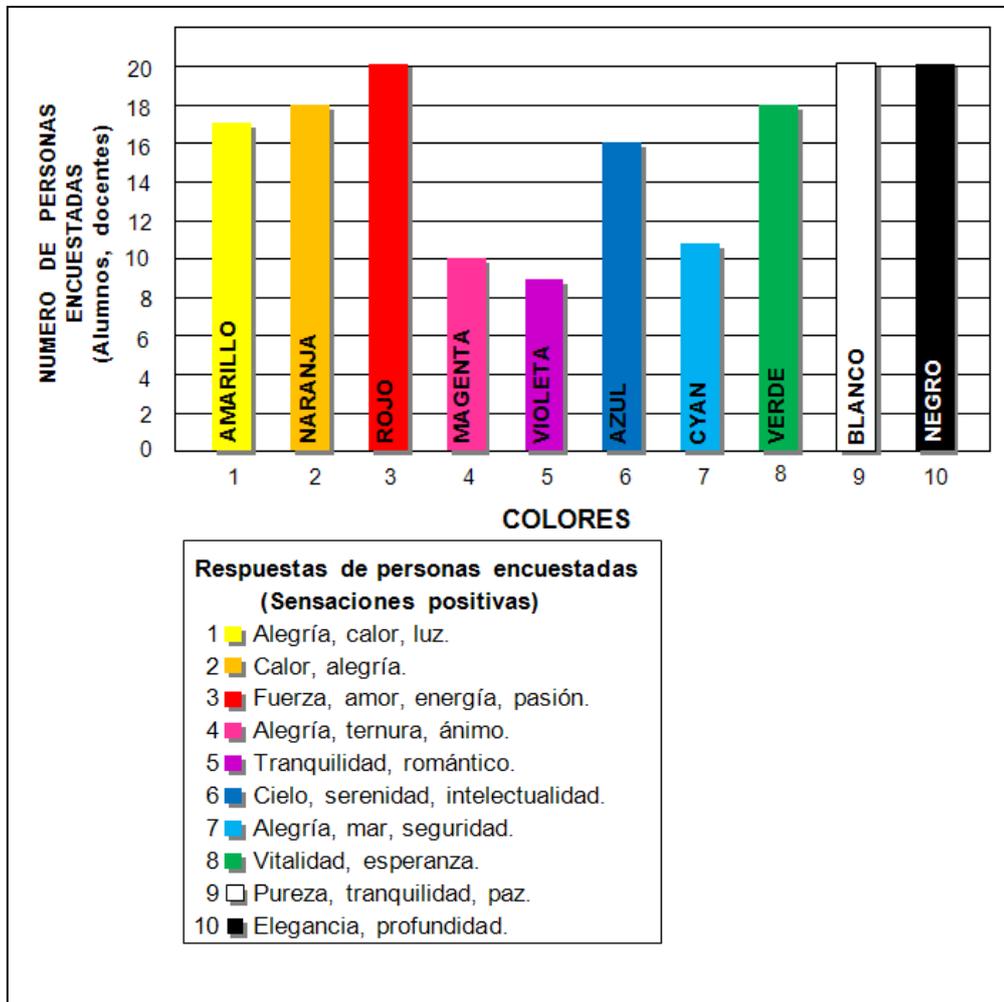
Fuente: Elaboración del autor

En base a ésta tabla, se hizo una tabulación de las respuestas positivas del test (sensaciones positivas) de los encuestados. Para esto se ubicó una población de 80 personas entre estudiantes y docentes, se tomó una muestra de la población calculado al 25% que fue de 20 personas encuestadas.

El resultado obtenido de la muestra fue que a 17 personas el color AMARILLO les causa la sensación de alegría, calor, luz. A 18 personas el color NARANJA les causa la sensación de calor, alegría. A 20 personas el color ROJO les causa la sensación de fuerza, amor, energía, pasión. A 10 personas el color MAGENTA les causa la sensación de alegría ternura ánimo. A 9 personas el color VIOLETA les causa la sensación de tranquilidad, romántico. A 16 personas el color AZUL les causa la sensación de cielo, serenidad, intelectualidad. A 11 personas el color CYAN les causa la sensación de alegría, mar, serenidad. A 18 personas el color VERDE les causa la sensación de vitalidad, esperanza. A 20 personas el color BLANCO les causa la sensación de pureza, tranquilidad, paz. A 20 personas el color NEGRO les causa la sensación de elegancia, profundidad.

A continuación se muestra el siguiente gráfico de barras describiendo el resultado de la muestra. (Fig. 13)

Figura Nº 13
GRAFICO DE BARRAS



Fuente: Elaboración del autor

Tras los resultados obtenidos del test que se basó en las sensaciones positivas de los colores, se decidió utilizar y trabajar con los colores AMARILLO, NARANJA, ROJO, AZUL, VERDE, BLANCO y NEGRO. Tomando en cuenta la escala de colores.

11. Escala de colores

Se define escala a la valoración que se da a los colores cuando varía el grado de claridad u oscuridad. Las escalas son acromáticas y cromáticas.

12. Escala acromática

Se denomina como escala de grises, a la modulación continua de blanco y negro.

El blanco, el negro y el gris son considerados colores acromáticos o neutros es decir sin color; sin embargo, psicológicamente están considerados como verdaderos colores. Desde el punto de vista físico la luz blanca no se considera como un color, sino que es la suma de todas las radiaciones del espectro visible y el negro es la ausencia de luz.

En cuanto a pigmentos el blanco se considera como un color primario que no se puede obtener con la mezcla de otros colores. El negro es considerado como un color secundario porque es posible obtenerlo por la mezcla de otros colores.

13. Escala cromática

Se denomina escalas cromáticas a los valores del tono que se obtienen con la mezcla de los colores puros con el blanco y el negro. A medida que se mezclan con el blanco o negro, el color puro pierde fuerza cromática.



14. Modos de color

Los modos de color son fórmulas matemáticas que se calculan en el color. El primero que ordenó los colores construyendo un círculo cromático, fue el científico Isaac Newton (1642-1726), círculo sobre el cual está basado estudios posteriores.

Entre los modelos más utilizados actualmente es el CMYK que está basado en los pigmentos cian, magenta, amarillo y el negro. El modelo RGB está principalmente basado en los colores luz, rojo, verde y azul. El sistema de color PANTONE que sirve de guía para definir los matices exactos de una impresión. Entre otros modelos de color se menciona también; el modelo de Munsell, que es un sistema versátil por el cual se ubican los colores de forma precisa en un espacio tridimensional.

14.1. Modo de color CMYK

El modo CMYK se utiliza en la preparación de imágenes que se van a imprimir en los sistemas de impresión de tinta, el CMYK es un modo de color estándar; pero, sin embargo, los porcentajes pueden variar según las imprentas y condiciones de impresión.

En el paquete photoshop, cuando se trabaja en modo CMYK se le asigna a cada pixel un valor de porcentaje para las tintas de cuatricromía, tendrán porcentajes menores los colores claros y porcentajes mayores colores oscuros. Un ejemplo de porcentajes sería de un rojo brillante que puede tener 2% de cian, 93% magenta 90% blanco y 0% negro.

14.2. Modelo de color RGB

Este modelo está formado por colores primarios luz. El modo RGB es el que se utiliza para mostrar imágenes en monitores, se basa en tres colores capaces de producir en pantalla 16.7 millones de colores. El modo RGB es por defecto para mostrar imágenes de photoshop.

El modo RGB asigna un valor de intensidad a cada pixel que cambia de negro a blanco lo que significa 0 (negro) y 255 (blanco) para cada uno de los componentes de una imagen de color. Para entenderlo mejor, un color rojo brillante podría tener un valor R de 246, un valor G de 20 y un valor B de 50.

14.3. Modelo de Munsell.

Albert Munsell (1858 – 1918), desarrolló el modelo más versátil que se usa hasta la fecha, es un sistema por el cual se ubican de forma precisa los colores en un espacio tridimensional, que eran distribuidas por ramas en orden de saturación o pureza.

Munsell, definió cinco colores principales o primarios y cinco intermedios, obteniendo así diez divisiones. Cada uno de los colores primarios se los nombra con una inicial que corresponde al inglés: R (rojo), Y (amarillo), G (Verde), B (azul) y P (púrpura). Los cinco colores intermedios se mencionan en el siguiente orden: YR (amarillo - rojo), GY (verde – amarillo), BG (azul – verde), PB (púrpura - azul) y RP (rojo - púrpura).

Este modelo que creó Munsell es uno de los más aceptados y están basados mediante la notación HV/C, donde H es el color, V el valor y C saturación.



15. El origen del papel

El papel se obtenía de una planta llamada papiro que abunda en el río Nilo, fue descubierto en Egipto hace 2000 años. De ahí deriva el nombre de papel. El papiro era un material muy preciado para los romanos por lo que tenían sus bibliotecas repletas de papiro al que lo denominaban (liber) de ahí surge el nombre de libro.

La pulpa de celulosa o pasta de celulosa es el material más común utilizado para la fabricación del papel. Las maderas más utilizadas para este fin son los pinos y los abetos que son maderas blandas, también se utilizan maderas duras como el eucalipto y el abedul.

15.1. Clasificación del papel

La clasificación del papel se da de acuerdo al uso que se le dé, pueden ser para dibujar, para impresión, para ensamblaje o para cartones.

El más utilizado en nuestro medio es el papel de impresión que comprende una amplia gama de calidades, existen los papeles finos y los semifinos, se debe tomar en cuenta el tipo de trabajo a realizar y el medio de impresión a utilizar.

Los papeles se clasifican de acuerdo al grado de alisado:

- * Papeles alisados.- tienen la superficie no rugosa ni lisa.
- * Papeles satinados.- tienen brillo en una cara o pueden tener brillo en las dos caras.
- * Papeles aplumados.- son utilizados para la impresión de libros por la opacidad que presentan.

* Papeles couché.- son utilizados para impresiones en tipografía, para textos como directos, negro o color, admiten tramas finas.

15.2. Formatos

Los formatos más utilizados en la industria gráfica son:

| | |
|-------------|------------|
| 40 x 60 cm | carteles |
| 50 x 65 cm | cartulinas |
| 75 x 105 cm | cartones |

Formatos basados en el sistema de medidas anglosajón:

| Nombre | Medidas en pulgadas | Medidas en milímetros |
|----------------|---------------------|-----------------------|
| Letter (carta) | 11 x 8 ½ | 279 x 216 |
| Oficio | 13 x 8 ½ | 330 x 216 |
| Legal | 14 x 8 ½ | 356 x 216 |
| Tabloide | 17 x 11 | 432 x 279 |

Fuente: García, José. *Fibras papeleras*

16. SISTEMAS DE IMPRESIÓN

16.1. La prensa Rotativa

Durante el siglo XIX se produjeron mejoras para el mundo de la impresión el cual era aumentar la velocidad y mejorar el desarrollo de la prensa. Esto fue gracias a la prensa accionada por vapor, inventado por Friedrich König, que revolucionó la industria de la impresión.



La prensa de cilindro tenía un rodillo giratorio para prensar el papel contra una superficie plana. Unos años más tarde se utilizó la prensa rotativa y se imprimió simultáneamente por ambas caras del papel.

“En 1846, el inglés Smart inventó una rotativa para la impresión litográfica, en la que todo el proceso se automatizó excepto para la entrada (alimentación) y salida (retirada) del papel. Surge así la primera imprenta de offset automática.”¹⁸

Dentro los principales sistemas de impresión están: la xilografía, y la tipografía. El hueco relieve y el roto grabado. La litografía y el Offset. El sistema permeográfico que es la serigrafía. Finalmente citamos la Impresión digital. Cada uno de estos sistemas de impresión tiene características especiales con ventajas y desventajas según el trabajo designado.

A continuación describiremos cada uno de los sistemas mencionados:

16.2. Xilografía

El nombre de xilografía viene del griego xilón que significa madera. Esta técnica de impresión es el arte de grabar en madera y precursor de la tipografía. Para preparar un molde xilográfico se necesitará tallar una madera por medio de instrumentos punzantes como ser: gubias y formones.

¹⁸ SALOMA, (compilador), 2006, Pag.13

Se va desbastando las zonas de la tabla en donde no se va imprimir, dejando en alto los relieves las zonas que se van a imprimir.

La xilografía más antigua es del año 1418, representa a la virgen, rodeada por cuatro santos y se conserva en el museo de Bruselas.¹⁹

Con el dominio de ésta técnica se empezaron a obtener líneas, perfiles bien definidos, y claroscuros por efecto de los distintos grosores de línea. En la actualidad éste sistema se utiliza solamente para obras de arte.

16.3. Tipografía.

Es el sistema de impresión más antiguo. Gutenberg concibió la idea de producir tipos móviles primeramente en madera, posteriormente pasó a la fundición de plomo con estaño y antimonio, cuya aleación se mantiene aún.

Éste sistema de impresión consiste en agrupar a pulso en un componedor los caracteres de una página, formando hileras de letras que forman las palabras y textos completos. El componedor es una regleta metálica sobre la que se colocan los caracteres en el orden correspondiente.

Existen máquinas tipográficas planas, cilíndricas y rotativas; sin embargo, estas últimas están en desuso. Entre los inconvenientes de éste sistema es la lentitud y baja calidad, leyéndose de derecha a izquierda, el cual propicia cometer errores en la composición de textos, no es apropiada para la impresión de fotografías.

¹⁹ QUINTANA, (compilador), 2008 : Pag.42



En la actualidad la impresión tipográfica continúa utilizando para trabajos de invitaciones, tarjetas de presentación, troquelado de cajas para medicamentos o alimentos y otras aplicaciones.

16.4. Hueco relieve

Este sistema de impresión es lo contrario a la xilografía, las áreas de la imagen son grabadas debajo de la superficie; las imágenes y la tipografía que están impresas en hueco grabado, están impresas en un patrón de puntos, esto produce áreas huecas en los cilindros de cobre. Luego se aplica tinta llenando los huecos de los cilindros, posteriormente un rasero quita la tinta de la superficie y finalmente con una ligera presión se transfiere al papel.

16.5. Roto grabado

Es un sistema de impresión de alta velocidad que trabaja mediante el uso de un cilindro grabado e impresión en rotativa, es utilizado industrialmente para altos tirajes (millones de impresiones). El principio con el que trabaja este sistema es igual que el huecograbado, la alimentación de papel viene en bobina y la matriz es el cilindro grabado.

El costo de los cilindros y de las pantallas especiales es elevado, por eso se utiliza solo para tirajes largos.

16.6. Serigrafía

El término serigrafía proviene del griego seros - seda, éste método funciona mediante la aplicación de tinta a una superficie a través de una seda, esta seda se conoce con el nombre de malla serigráfica, La misma que debe ser tensado en un bastidor de madera.

La tinta se esparce sobre la malla y se distribuye con una racleta para que pase por las áreas abiertas y plasme la imagen.

Mediante este sistema se puede imprimir en cualquier superficie y objetos de diferente forma, desde papeles, metal, vidrio, plástico, tela y otros.

La impresión manual se usa para tirajes cortos, material grueso o delgado, hoy en día se trabaja con prensas semiautomáticas y prensas automáticas, que producen hasta 5.000 impresiones por hora.²⁰

16.7. Litografía

Litografía del griego, literalmente “impresión sobre piedra” fue inventado por Aloys Senefelder de Bavaria en 1796, él experimentaba con grabados en piedra y relieves en metal con el objetivo de imprimir de forma económica sus propios trabajos. La litografía está basada en un principio químico de que el aceite y el agua no se mezclan, se dibuja sobre una piedra con un lápiz graso luego se esparce el agua sobre la piedra excepto la imagen con base de aceite el cual

²⁰ QUINTANA, (compilador), 2008 : P. 49

repele el agua, luego se esparce la tinta con base de aceite sobre la piedra, la cual solo se adhiere a la imagen y no así a las áreas humectadas de la piedra, finalmente se coloca el papel a imprimir sobre la piedra y se presiona con otro rodillo de hule para lograr que la tinta se transfiera de la piedra al papel. (Fig. 14)

FIGURA Nº 14

PIEDRA LITOGRÁFICA



Fuente: Quintana O. Rafael.
Introducción a los sistemas de impresión

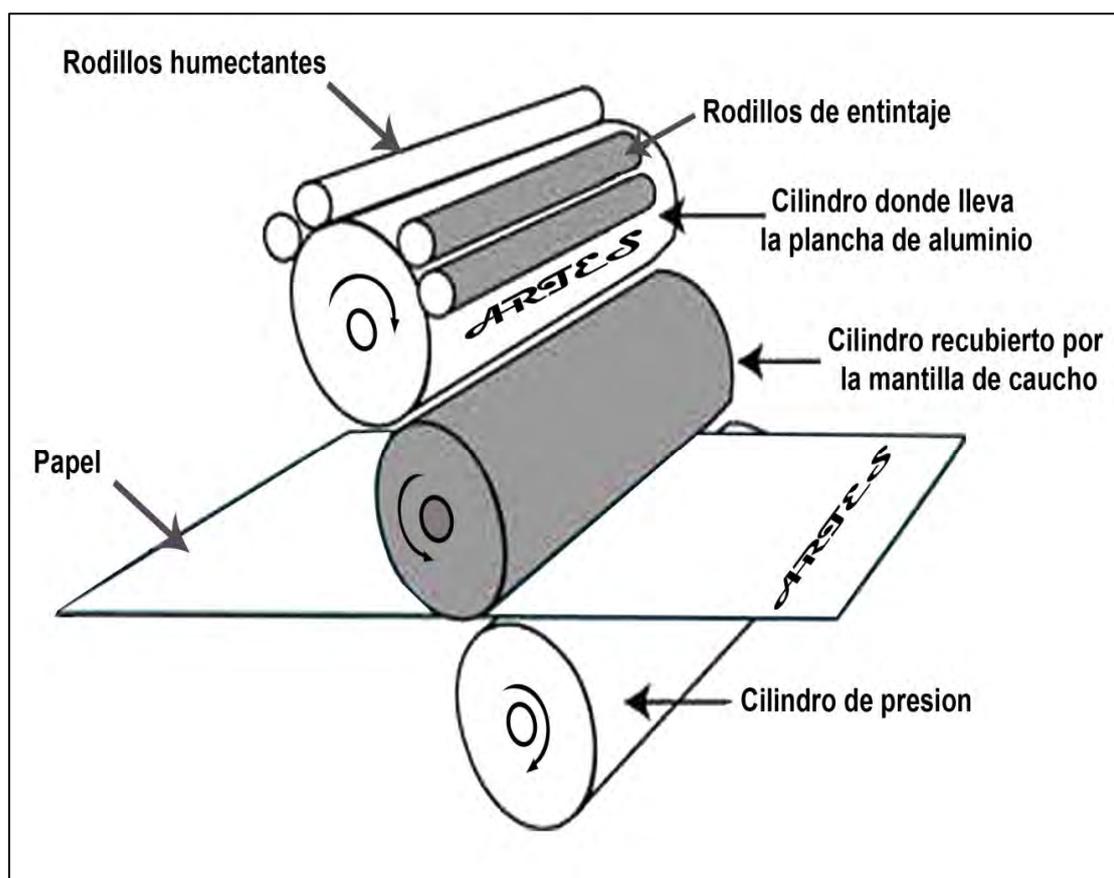
16.8. Offset

El offset desplazó a la litografía que resolvió algunos inconvenientes que presentaba este sistema de impresión. El sistema litográfico está indicado sólo para la realización de obras de arte originales.

El offset es un sistema de impresión que utiliza planchas de superficie plana, no tiene ningún tipo de alto o bajo relieve, es por eso, que se le llama sistema planográfico.

La imagen en la plancha recibe solo tinta y donde no hay imagen la repele y absorbe agua, luego la imagen entintada es transferida a otro rodillo recubierto de caucho, el cual, a su vez transfiere la imagen al papel. (Fig.14)

FIGURA N° 15
ESQUEMA DE IMPRESIÓN OFFSET



Fuente: G. Ross Nielsen *Serigrafía Industrial y en Artes Gráficas*.

Se puede trabajar en dos tipos de máquinas: Las de impresión de pliegos, que imprimen por hojas sueltas y la de impresión en bobinas, que utiliza una bobina giratoria para que la alimentación del papel sea continua.



16.9. Impresión digital

La impresión digital se da a través de un ordenador por el cual se envía la imagen a una impresora de inyección a tinta o laser.

Con la aparición de las nuevas tendencias en el mercado gráfico, la impresión digital ha tenido un crecimiento acelerado, con la utilización de plotters de gran formato, impresoras laser y maquinas de impresión.

A este sistema de impresión se conoce como impresión de baja demanda, esto significa que solo se imprimirá únicamente lo necesario y distribuirlo en un lugar específico.

Las características que se deben considerar en este sistema de impresión son principalmente; tirajes cortos (de 1 a 1000 ejemplares), Personalización de documentos, Alta velocidad de impresión, Alta resolución, Impresión de 4 colores (CMYK) en una sola pasada, Posibilidad de imprimir en papel fotográfico y adhesivo. Según estas características mencionadas hacen que la impresión digital sea una solución para los mercados de tirajes cortos, este sistema puede utilizarse para cualquier aplicación gráfica que cumpla las características anteriores respetando el formato máximo de impresión.

Con este sistema de impresión digital se pueden hacer folletos, dípticos trípticos, programas culturales, papelería, invitaciones, catálogos, revistas, manual de imagen institucional y otros proyectos creados por medio de diferentes programas existentes de Diseño Gráfico y Editorial.

Tipos de sistemas de impresión digital más utilizados en la actualidad son:

16.9.1. Láser

Esta impresora crea imágenes electrostáticamente mezclando polvo de tinta seca en un tambor de metal, con el uso de rayo láser. La resolución de la imagen es un factor importante en esta clase de impresoras, que pueden dar una calidad de 300dpi que puede llegar hasta más de 1,200 de acuerdo al precio de la máquina.

19.9.2. Inyección de tinta

Esta impresora utiliza información digitalizada en una computadora que se usa para dirigir la tinta a través de diminutos canales para formar patrones alfanuméricos o de puntos a la vez que rocían la imagen sobre el papel. Este proceso no necesita de cilindros ni presión.²¹

Las impresoras más usadas actualmente son el plotter de impresión y las impresoras. Fig. (16,17)

FIGURA Nº 16

PLOTTER DE IMPRESIÓN



Fuente: Foto revista Computron S.C.

²¹ QUINTANA, (compilador), 2008: P.

FIGURA Nº 17
IMPRESORA



Fuente: Foto revista Computron S.C.

Las ventajas que tienen estas impresoras son; que se pueden imprimir materiales frágiles, las operaciones de pre-prensa son automáticas, imprimen tirajes cortos y económicos, entrega casi inmediata, buena calidad de impresión, personalización de textos e imágenes.

El diseñador gráfico logra plasmar sus ideas por medio de los diferentes sistemas de impresión descritos anteriormente, en su mayoría estos sistemas de impresión representan una forma de expresión artística, cada uno de ellos tiene ventajas y desventajas.

CAPITULO II

DIAGNOSTICO



1. RESEÑA DE LA ESCUELA SUPERIOR MUNICIPAL DE LAS ARTES

El año 2001 por iniciativa de la señora Luz Bolivia Sánchez, se da inicio una labor cultural, enmarcada en la educación cultural. Una primera Ordenanza Municipal del año 2001 establece que la educación cultural es primordial para el desarrollo humano.

Esta ordenanza encomienda la labor de diseño de proyectos a profesionales en diferentes áreas artísticas.

Alrededor de cien alumnos dieron inicio a ésta nueva aventura en la Escuela de Música, a través de la cooperación de la embajada de China, que donó instrumentos para consolidar este proyecto.

La expectativa que generó este proyecto, impulsó a los alteños a ampliar el campo de acción, promoviendo otras disciplinas como Teatro, Danza Clásica, Danza Folklórica, Títeres, Artes Plásticas y Declamación.

A partir del sexto semestre del año 2010 se consolidó como Escuela Superior Municipal de las Artes (**EMDA**).

2. MISIÓN

“La Escuela de las Artes tiene como misión formar a nuevas generaciones de profesionales artistas, idóneos, a través de sus carreras, cursos y talleres correspondientes, con calidad y excelencia académica, convirtiéndose en actor

social, con la responsabilidad de promocionar el patrimonio artístico-cultural de la ciudad de El alto y del país.”²²

3. VISIÓN.

“La Escuela Superior Municipal de las Artes se constituye en un referente a nivel local nacional e internacional que promueve la formación de profesionales en las artes, apoyando a los niños (as), adolescentes y jóvenes de los diferentes distritos de la ciudad de El Alto y todo el país, institucionalizando los programas académicos de manera eficiente, dotando de infraestructura y equipamiento. Las carreras que ofrece la Escuela Superior Municipal de las Artes, se comprometen a la participación de recursos humanos altamente calificados hacia una gestión de excelencia académica.

Consolidar y acreditar a la Escuela Superior Municipal de las Artes como líder en la formación de profesionales en el campo de las artes fortaleciendo su imagen institucional.”²³

4. Imagen.

La definición de imagen, etimológicamente viene del vocablo imago, significa la representación de una pintura, un dibujo, una escultura, una fotografía, etc.

²² Escuela Municipal de las Artes E.M.D.A.

²³ IBID.



La imagen es un hecho subjetivo que se forma en la mente del individuo que lo percibe. Es el reflejo de la realidad, es algo fiel al original, imagen es uno de los factores más importantes de la actitud final hacia un producto y en ciertos casos la imagen por si sola configura la actitud final.

En la Implementación de la Imagen Institucional para la Escuela Superior Municipal de las Artes, el logotipo es la parte fundamental del estudio en el desarrollo de la comunicación de masas, con el fin de que el logotipo se introduzca en la mente del individuo percibiendo las características internas y externas de la E.S.M.A. Se muestra la imagen dentro y fuera de la institución para que la identificación sea de fácil lectura.

5. Comunicación visual institucional de la E.S.M.A.

La comunicación visual se refiere a la implementación de la imagen institucional a través de un manual de uso que tendrá la institución, dentro de éste manual se encuentra el proceso de construcción y diseño del logotipo, los colores utilizados, la tipografía utilizada, y las diferentes aplicaciones de elementos corporativos como ser; papel membretado, tarjeta de visita, certificado de reconocimiento, calendario de escritorio, sellos de goma (sello de recepción y sello oficial), llaveros, poleras, tazas, cd's, credenciales y otros. Tener en cuenta que también se aplicará al material interno y externo, puede ser carteles, afiches, volantes y otros.

Lo importante será transmitir la estética y la personalidad de la institución a través de diferentes elementos característicos, que identifique a la institución.

CAPITULO III

PROPUESTA

1. Diseño de la Imagen Institucional de la Escuela Superior Municipal de las Artes

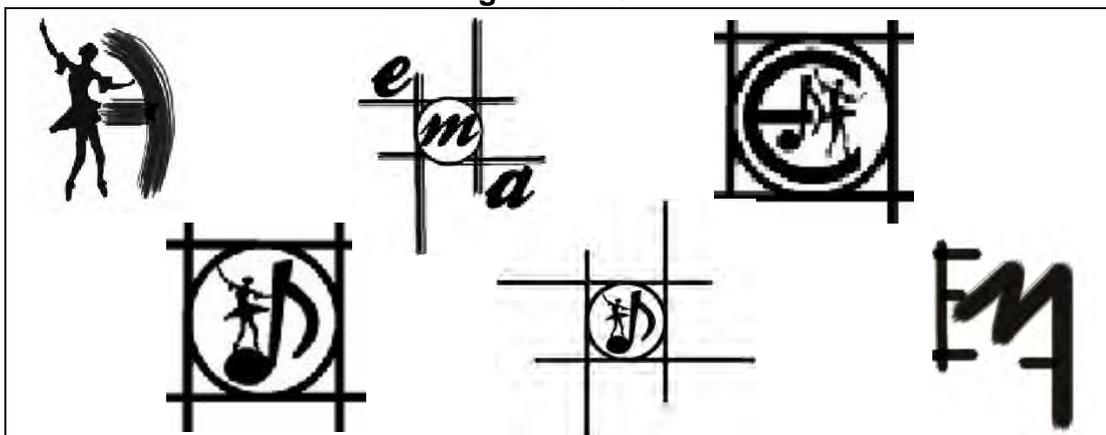
1.1. Introducción

En sus inicios la Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad de El Alto no contó con ningún tipo de logotipo que la represente. La necesidad de tener una imagen propia nació como una iniciativa de las autoridades de esa institución. En un primer momento, para realizar presentaciones y otras actividades, sólo se utilizaba el escudo del Gobierno Municipal de El Alto.

Ante esta necesidad de contar con un logotipo que identifique a la Escuela Superior Municipal de las Artes, se presentaron varias sugerencias de ideas.

En una primera instancia se mostraron, tanto a estudiantes como a autoridades, dibujos (Fig. N°18) que simbolizaban a las diferentes ofertas de la Escuela, sin embargo tras la evaluación de las propuestas, estas fueron rechazadas, por los interesados aduciendo que no se sentían plenamente identificados.

Figura N° 18



Fuente: Elaboración del autor

En un segundo momento, y luego de haber intercambiado ideas y sugerencias, autoridades y estudiantes consideraron que la nueva imagen de la Escuela Superior Municipal de las Artes, tendría que ser construida en base a la Cruz Andina o Chacana, por que según estas personas esto era lo que las identificaba.

Esto nos hace ver que el diseño, en algunos casos, tiene que considerar costumbres y valores culturales de cada región, como este caso particular de la Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad de El Alto.

1.2. Proceso de creación de la Imagen Institucional de la Escuela Superior Municipal de las Artes

Considerando el pedido de las autoridades se comenzó a construir la nueva imagen institucional de la E.S.M.A., tomando en cuenta como referencia a la Cruz Andina.

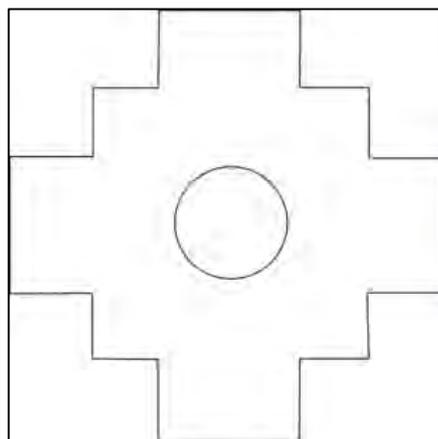
Para entender mejor el significado de la Cruz Andina debemos saber que; según los investigadores de la cultura andina, los habitantes del altiplano realizaban en el mes de Mayo la fiesta de la cosecha, que es un rito consagrado a la Pachamama (Madre Tierra), pero con la llegada de los españoles esta celebración nativa sufrió cambios violentos como la imposición del símbolo de la Cruz en el lugar de las deidades locales dando lugar a la celebración de la fiesta de la Santa Cruz.²⁴ Que se practica hasta nuestros días. Así hablar de la Cruz Andina es muy importante en la cultura actual manteniendo su significado, hoy en día, en el mundo aymara, esta Cruz se designa como CHACANA que según, algunos autores, es el elemento ordenador de la sociedad andina, también es considerada como el reglamento que hace utilitaria la convivencia de pareja, de comunidad y

²⁴ CALLISAYA, 2010 : P. 14

de cultura.²⁵ La Chacana permitía al hombre andino mantener latente su unión con el cosmos, se la encuentra graficada en Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Argentina y Chile.

Viendo los antecedentes de éste símbolo, la misión fue utilizar la figura de la Cruz Andina como base de construcción para la imagen de ésta institución y principalmente trabajar con dibujos, figuras, formas geométricas que representen a las distintas carreras, para concluir con la tipografía. (Fig.19)

Figura Nº 19



Fuente: Elaboración del autor

Tras la misión encomendada se eligió las figuras que representarían a las diferentes carreras, mismas que se modificarían en el proceso de diseño de la imagen institucional. Los elementos son: silueta de bailarina, cinta de película, clave de sol, mascarar y una paleta de pintura. Fig. (20)

²⁵ CALLISAYA, 2010 : P. 15

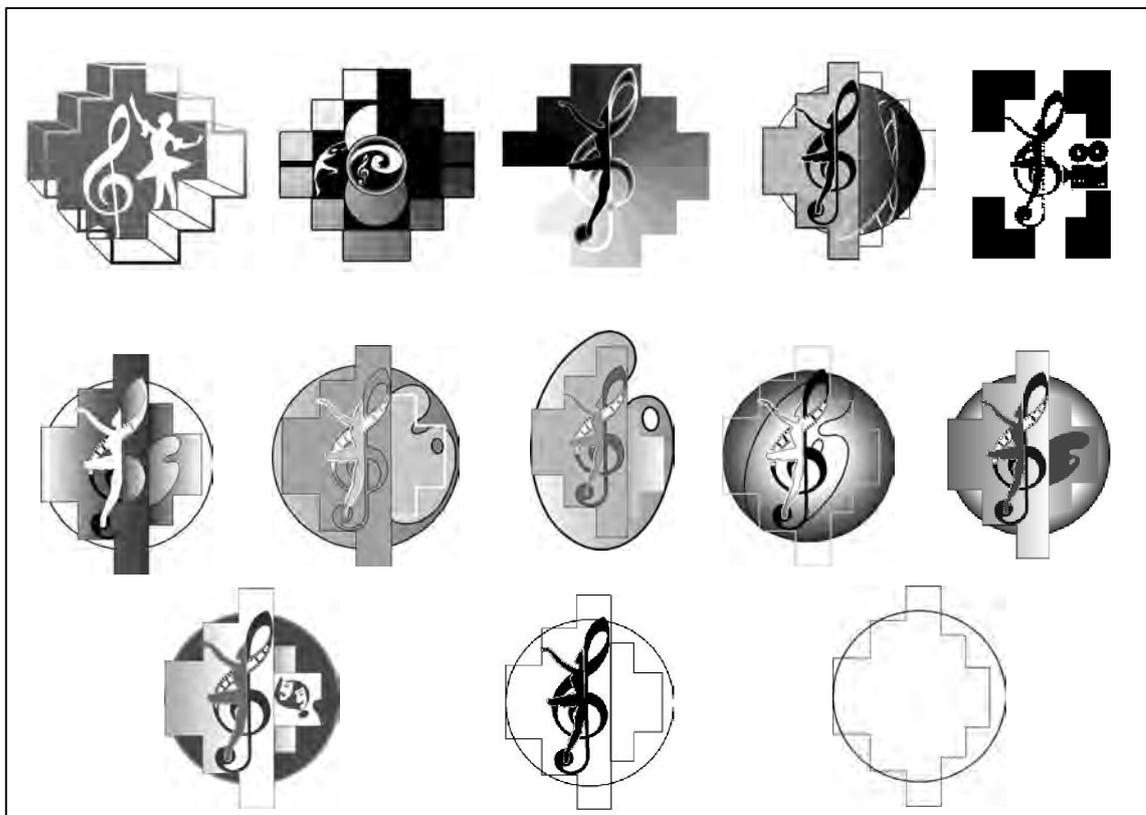
Figura Nº 20



Fuente: Elaboración del autor

Luego de tener la referencia y los elementos gráficos definidos, se realizó una serie de ideas, dibujos o formas, para así contar con un cierto número de opciones. (Fig. 21)

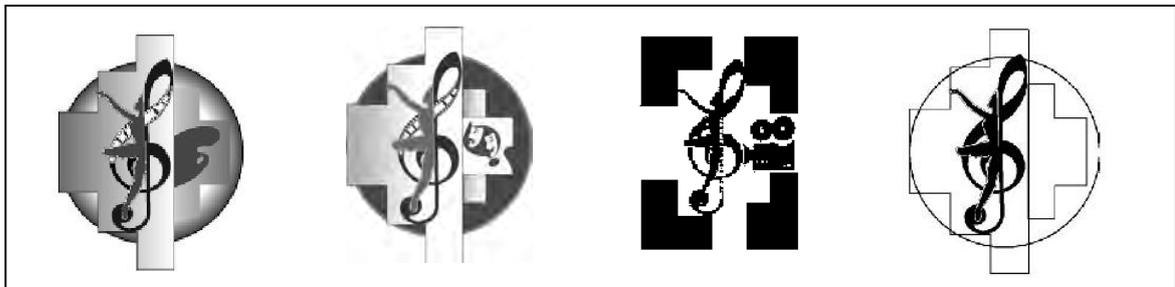
Figura Nº 21



Fuente: Elaboración del autor

Tras la presentación de las ideas y formas se realizó la selección de los mejores diseños, en escala de grises y en blanco y negro. Fig. (22)

Figura Nº 22



Tras la selección de los mejores diseños, se realizó una presentación previa de estos, del cual se eligió solo uno, el mismo que se someterá a cambios y aplicación de color. Fig. (23)

Figura Nº 23



Tras la selección del mejor diseño, se procedió aplicación de color de la nueva imagen institucional de la E.S.M.A., tomando en cuenta el test que se hizo sobre los colores anteriormente.

Luego se presentó el diseño con diferentes aplicaciones de color, del cual se eligió solo uno. (Fig. 24, 25)

Figura N° 24

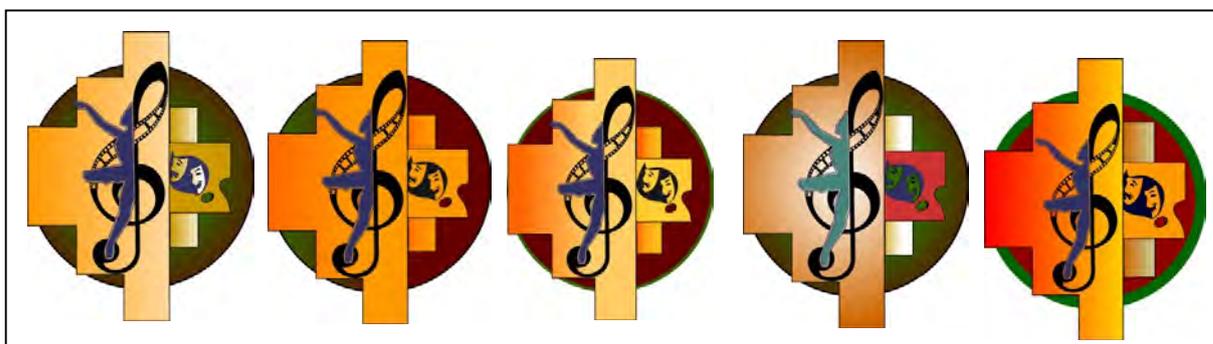


Figura N° 25



El diseño final a color elegido, fue aprobado y firmado por los Directores de cada carrera de la respectiva Escuela Superior Municipal de las Artes. Ver anexo (4)

Luego de la presentación, se realizó cambios en el diseño, debido a que hubo observaciones e inconformidad de los Directores de las carreras de teatro y artes plásticas sobre los elementos gráficos que representan a las respectivas carreras.

Tras los cambios realizados, se realizó la presentación de la maqueta final del diseño, aplicando color y texto. (Fig.26)

FIGURA Nº 26
PRESENTACIÓN DE LA MAQUETA FINAL



Fuente: Elaboración del autor

Luego de la aprobación del diseño final, se hizo la diagramación en un paquete graficador (Macromedia FreeHand), utilizando una grilla de construcción. (Fig.27, 28)

Figura Nº 27
Proceso de diagramación

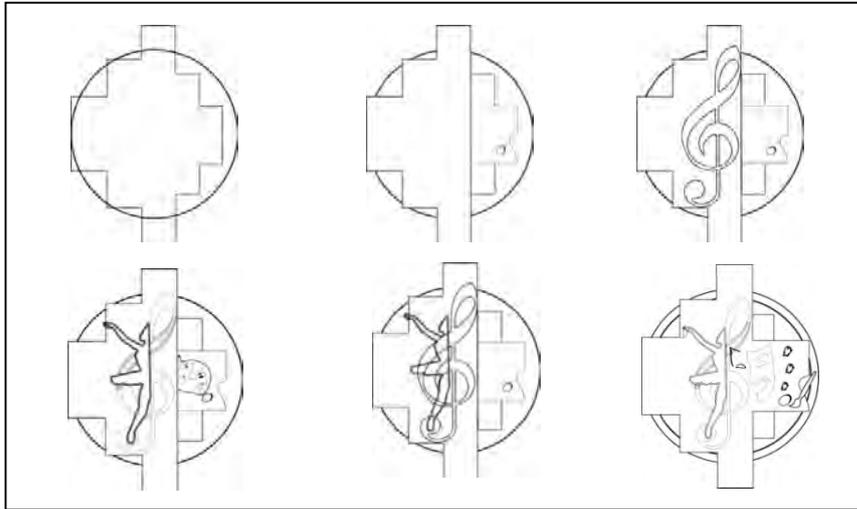
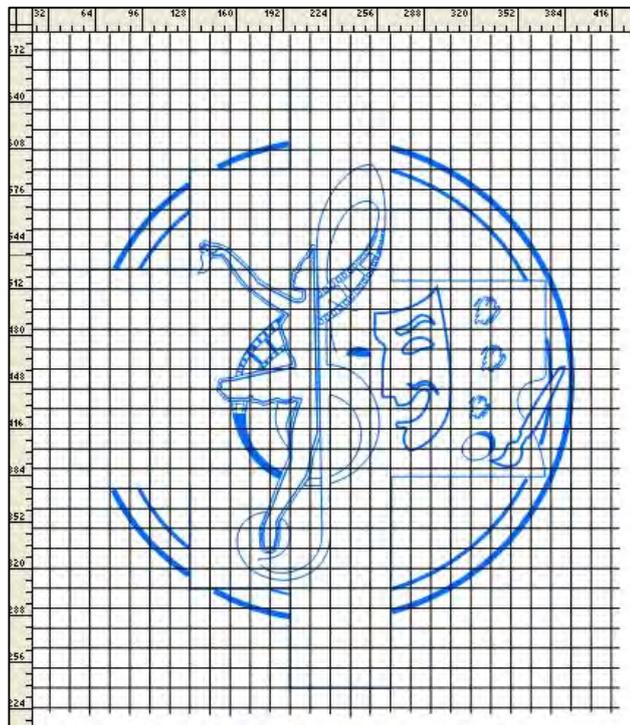


Figura Nº 28
Grilla de construcción





Finalmente se realizó la impresión digital y presentación del diseño final, creando así la Imagen Institucional de la Escuela Superior Municipal de las Artes, el cual está listo para su reproducción en los diferentes sistemas de impresión más utilizados en nuestro medio. (Fig. 29)

FIGURA Nº 29
IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA E.S.M.A



2. Manual de Imagen Institucional de la Escuela Superior Municipal de las Artes.

Para la creación de la imagen institucional de la E.S.M.A. se utilizaron diferentes elementos gráficos, formas geométricas y texto, que representan diferentes especialidades.

2.1. Representación simbólica por especialidad

2.1.1. Especialidad de Artes Plásticas

La definición de artes proviene del italiano arte, “palabra con que se designaban los gremios o corporaciones de artesanos en la baja edad media.”²⁶

El arte es producir algo valiéndose de técnicas precisas. La creación artística implica producir belleza y causar emoción estética en quien contempla la obra.

En el arte final de la Escuela Superior Municipal de las Artes, la especialidad de artes estará representada por el diseño de formas geométricas y figuras que se describen a continuación.

- **Formas geométricas y figuras**

Son dos círculos, dos pequeños rectángulos, una figura geométrica en forma de cruz que tiene como base de construcción la cruz Andina.

En el campo de éstos círculos tiene los dos rectángulos y una figura en forma de cruz que está representada como paleta de pintura, en la parte derecha de la paleta tiene tres manchas de colores y en la parte inferior de las manchas está el pincel.

La figura en forma de cruz, las manchas de color y el pincel representan a la especialidad de Artes Plásticas. (Fig. 30)

²⁶ VILLACAMPA, 1981 : P. 11

Figura Nº 30

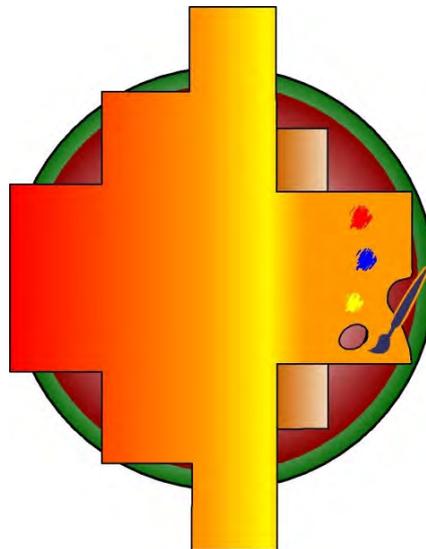


TABLA DE COLORES

| COLORES | CODIGO PANTONE | SIGNIFICADO |
|---|-----------------------|----------------------------|
| Amarillo  | 102 U | Alegría, Vistoso, animado |
| Rojo  | 032 U | Fuerte, Emoción, virilidad |
| Naranja  | 021 U | Regocijo, fiesta, aurora |
| Marrón  | 138 U | Tierra. |
| Verde  | 362 U | Frescura, Juventud. |

2.1.2. Especialidad de Teatro

El teatro es un género literario, ya sea en prosa o en verso, normalmente dialogado, concebido para ser representado; También se utiliza máscaras, que representa el estado de ánimo del personaje.

Máscara. Figura que universal representa a la especialidad de teatro. (Fig.31)

Figura N° 31



Fuente: Elaboración del autor

2.1.3. Especialidad de Música

La música se define como un arte de combinar los sonidos de un modo agradable al oído.

Desde los tiempos más remotos, los seres humanos se han esforzado por trasladar los sonidos a un sistema de escritura que asegure la conservación y propagación de la pieza musical. En la actualidad la música se escribe sobre un pentagrama formado por cinco líneas paralelas.

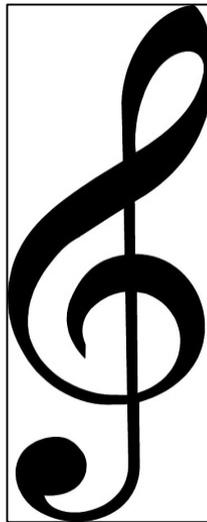
La clave de **sol** es el signo que se pone al principio del pentagrama, determina el nombre y la entonación de las notas ubicadas dentro del mismo. Esta clave



normalmente es utilizado para simbolizar la música, al igual que la paleta y la máscara. Está figura esta ubicada en dentro del campo de la Cruz.

Clave de sol. Figura que representa a la especialidad de música. (Fig. 32)

Figura N° 32



Fuente: Elaboración del autor

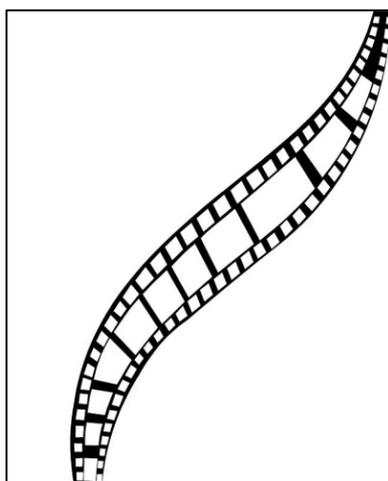
2.1.4. Especialidad de Cine

El cine o cinematografía es la tecnología que reproduce fotogramas de forma rápida y sucesiva creando la llamada “Ilusión óptica de movimiento”, la percepción visual de imágenes en movimiento.

El cine por ser una disciplina amplia se relaciona con otras artes como la literatura, la pintura y la fotografía. Por ello, es considerado el “Séptimo Arte”.

Película. Cinta cinematográfica que representa a la especialidad de Cine. (Fig. 33)

Figura N° 33



Fuente: Elaboración del autor

2.1.5. Especialidad de Danza

La danza es movimiento, energía y estímulo, forma parte de la vida diaria como símbolo del placer y ritual de veneración. Un gran número de las danzas actuales se han desarrollado a partir de los rituales de antaño.

La carrera de Danza de la Escuela Superior Municipal de las Artes de la ciudad de El Alto produce y realiza la danza en los siguientes géneros; danzas autóctonas, danzas populares, danzas folklóricas o regionales, danzas populares urbanas, danza clásica, danza moderna, y danza contemporánea.

Silueta de bailarina. Figura que representa a la especialidad de danza. (Fig.34)

Figura N° 34



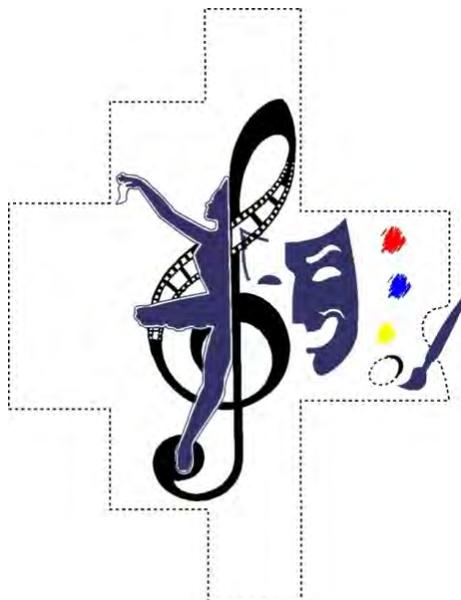
Fuente: Elaboración del autor

Dentro del campo de la cruz están todas las figuras, cada figura representa una carrera con que cuenta la Escuela Superior Municipal de las Artes.

La silueta de una bailarina representa a la especialidad de danza, ubicada al lado izquierdo de la clave de sol sujetando en el brazo derecho un pañuelo que representa al género folklórico. La clave de sol, representa a la especialidad de música, ubicado al lado derecho de la bailarina. La figura en forma de rollo de película está calado en una parte de la clave de sol, representa a la especialidad de cine. La figura en forma de máscara representa a la especialidad de teatro, que está en el lado derecho colgado de la clave de sol. Las manchas de color están en la derecha de la cruz y el pincel debajo de las manchas que es un complemento de la paleta, representa a la especialidad de artes plásticas.

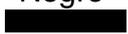
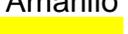
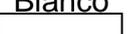
Todas las figuras están en un solo plano, esto a sugerencia de los directores de cada carrera. (Fig. 35)

Figura N° 35



Fuente: Elaboración del autor

TABLA DE COLORES

| COLORES | CODIGO PANTONE | SIGNIFICADO |
|---|----------------|----------------------------|
| Negro  | Black U | Profundidad, elegancia. |
| Añil  | 2757 U | Intelectualidad. |
| Azul  | 072 U | sinceridad, esperanza |
| Rojo  | 032 U | Fuerte, Emoción, virilidad |
| Amarillo  | 102 U | Alegría, Vistoso, animado |
| Blanco  | | Pureza, paz, verdad. |

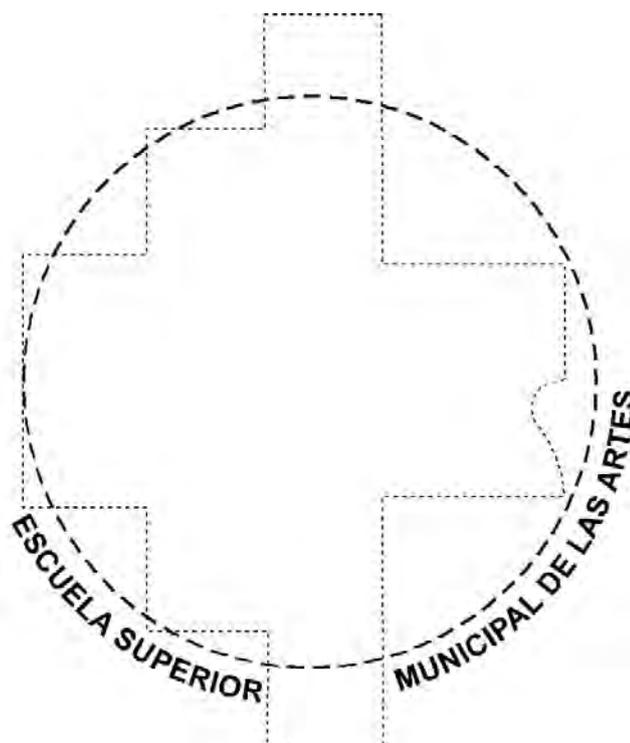


3. Tipografía

Se usa letra Arial en mayúscula y negrilla, es un tipo de letra sans serif, esta tipografía fue seleccionada porque es la más popular del mundo y es muy legible, además es de fácil disponibilidad en nuestros ordenadores. Se utilizará en distintos tamaños pudiendo modificar la forma original texto (**ESCUELA SUPERIOR MUNICIPAL DE LAS ARTES**).

Está ubicado en la parte inferior del isotipo en forma de línea curva, busca una relación con el borde circular que tiene el isotipo. (Fig. 36)

Figura Nº 36



Fuente: Elaboración del autor

Fuente principal ARIAL tamaño N° 12

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Para revistas u otros soportes publicitarios

ARIAL BLACK N° 12

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

4. PROPUESTAS DE IMPRESIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

- Impresión a una sola tinta. (Fig. 37)

Figura Nº 37



Fuente: Elaboración del autor

- Impresión en blanco y negro (Fig.38)

Figura N° 38



Fuente: Elaboración del autor

- Impresión en escala de grises (Fig.39)

Figura Nº 39



Fuente: Elaboración del autor

- Impresión en negativo (Fig. 40)

Figura N° 40



Fuente: Elaboración del autor

4.1. DISEÑO INCORRECTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL



5. Aplicación de la Imagen Institucional de la Escuela Superior Municipal de las Artes

La imagen institucional se aplicará en distintos tipos de formatos y soportes. La reproducción de la imagen debe ser idéntica a la forma.

5.1. Diagramación en los distintos materiales impresos

- La imagen institucional de la E.S.M.A. deberá estar ubicada en el margen superior centrado o en el margen superior izquierdo, esto cuando existe otra imagen de alguna otra institución.
- Cuando la imagen institucional va acompañada, en este caso el escudo del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (G.A.M.E.A.), deberá estar ubicado en el margen superior izquierdo y el escudo del G.A.M.E.A. en el margen superior derecho. Ya que la E.S.M.A. es dependiente del Gobierno municipal de El Alto.(Fig. 41)

FIGURA Nº 41



Fuente: Elaboración del autor



5.2. Aplicación en tarjeta de visita

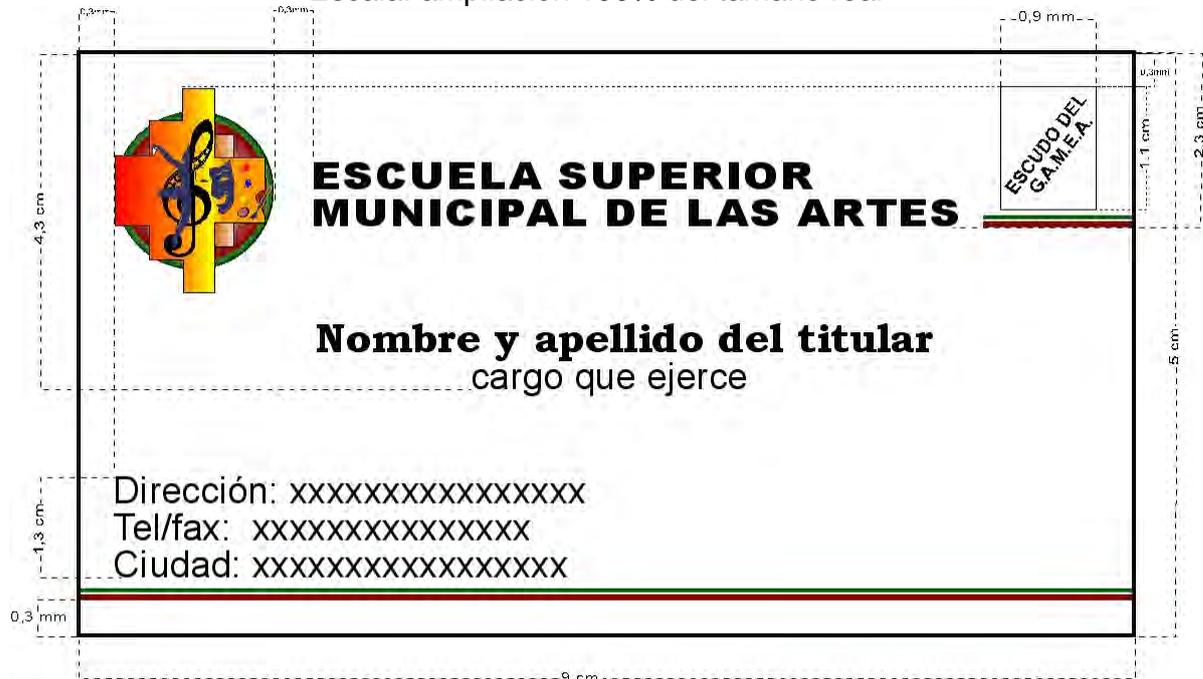
El formato de la tarjeta de visita será de 9 x 5 cm. El tipo de papel que se utilizará es cuché de 90 gramos.

La impresión de tarjetas de visita se hará para el Director de la Carrera de Artes y Director Académico del E.S.M.A. ya que son las principales autoridades de la Escuela Municipal de El Alto.

La Imagen institucional de la E.S.M.A. estará ubicada en el margen superior izquierdo y el Escudo del G.A.M.E.A. en el margen superior derecho. (Fig. 42)

FIGURA Nº 42

Escala: ampliación 100% del tamaño real



De forma general las tarjetas de visita se imprimirán con fondo negro y las letras de color blanco, como se muestra a continuación. (Fig.43)

FIGURA Nº 43
IMPRESIÓN FINAL TARJETA DE VISITA



5.3. Aplicación en sobres

El formato del sobre será en tamaño carta, se imprimirá a color o en blanco y negro para la dirección y secretarías del E.S.M.A. (Fig.44, 45)

FIGURA Nº 44
SOBRE MEMBRETADO



5.4. Aplicación en hoja membretada

Se imprimirá en dos tamaños, carta (21,59 cm x 27,94 cm) y oficio (21,59 cm x 35,56 cm), se imprimirá a color o en blanco y negro para la dirección y secretarías del E.S.M.A. La imagen corporativa de la E.S.M.A. irá al margen superior izquierdo. (Fig.46, 47)

Figura N° 46
HOJA MEMBRETADA TAMAÑO OFICIO

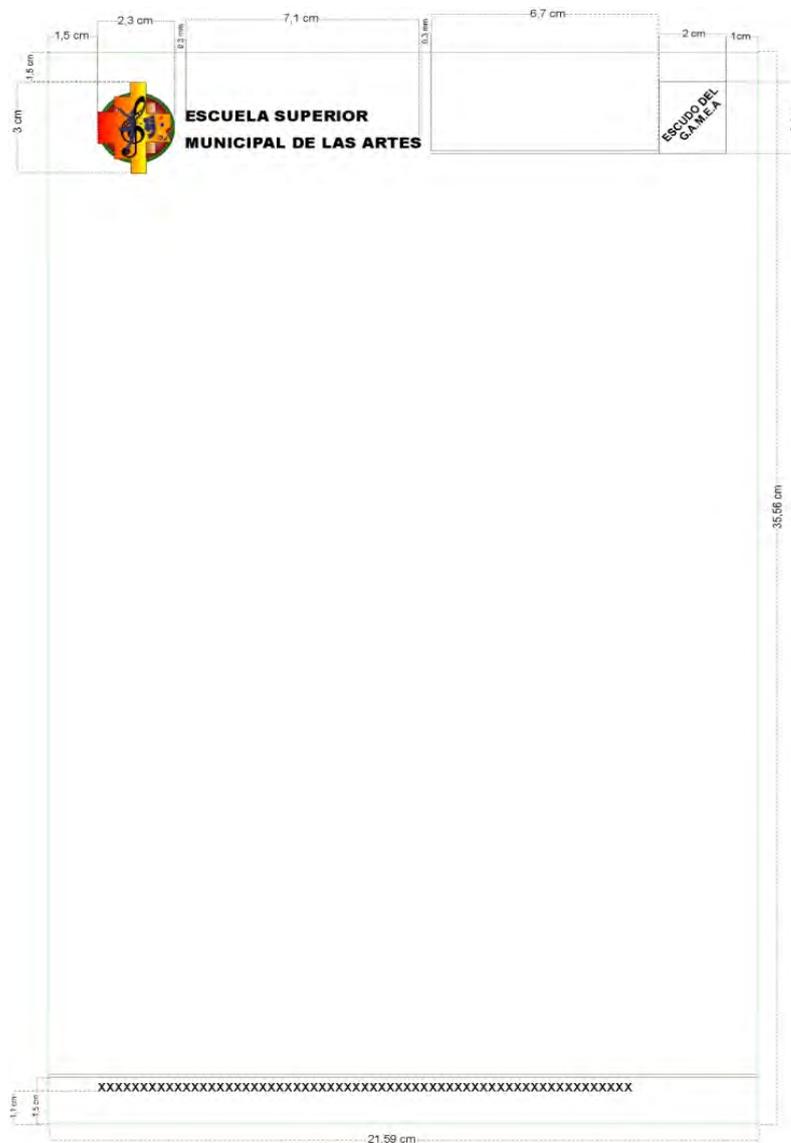




FIGURA N° 47
HOJA MEMBRETADA EN BLANCO Y NEGRO

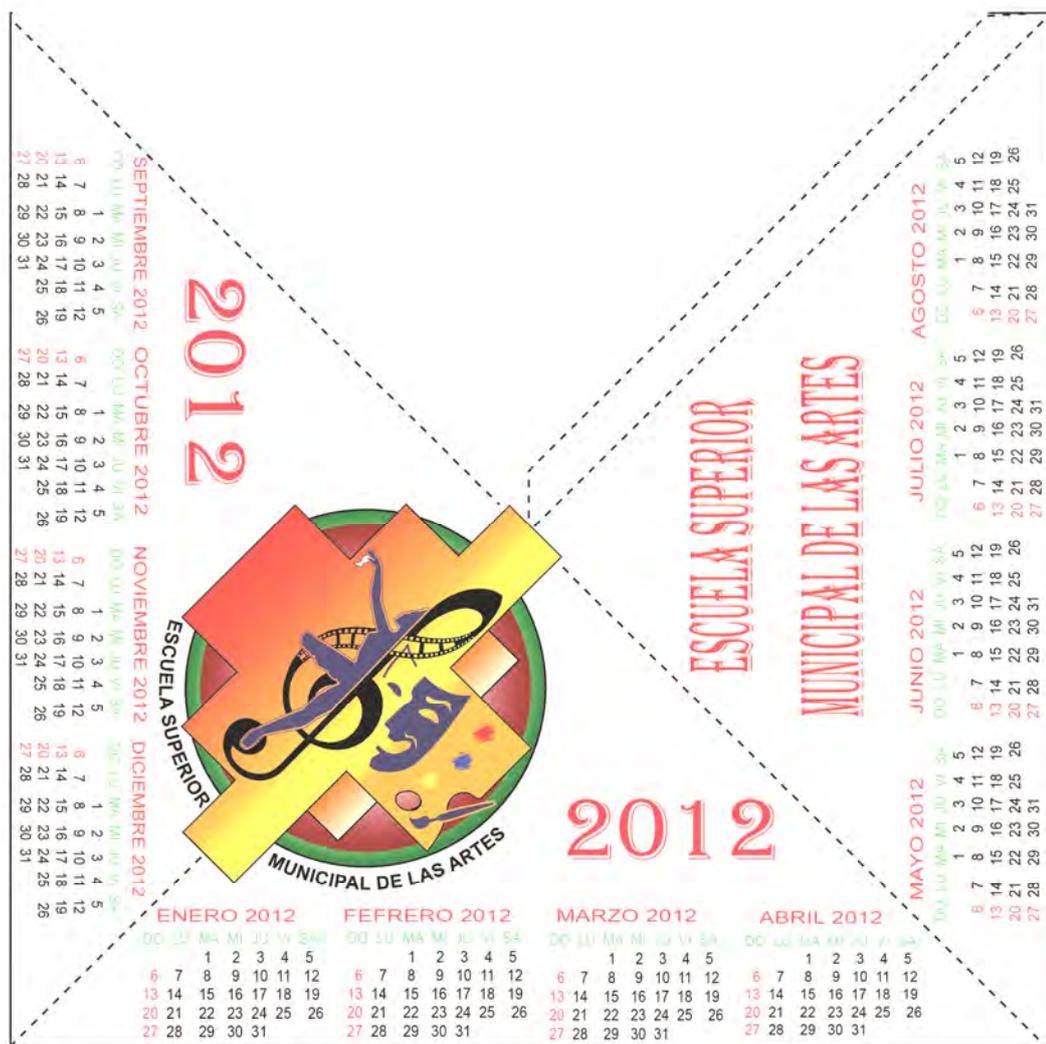


DOCUMENTO DIGITALIZADO POR LA BIBLIOTECA DE LA CARRERA DE ARTES PLASTICAS - UMSA

5.5. Aplicación en calendario de escritorio

Calendario para cortar y armar en forma de pirámide. (Fig.48)

FIGURA Nº 48



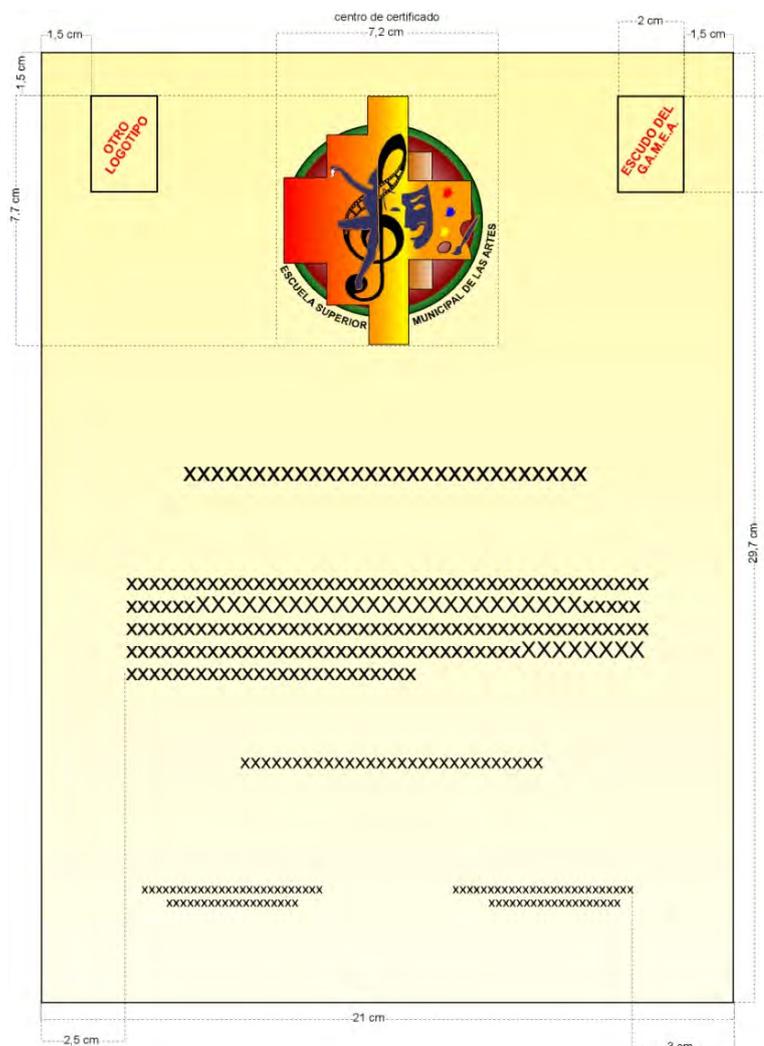


5.6. Aplicación en certificado de reconocimiento

Su formato es de 21 cm x 29,7 cm., Se imprimirá en papel con textura hilada.

En este caso la imagen corporativa de la E.S.M.A. irá centrada al margen superior, el escudo del G.A.M.E.A. irá al margen superior izquierdo y el otro logotipo al margen superior izquierdo. (Fig. 49)

FIGURA Nº 49
CERTIFICADO DE RECONOCIMIENTO



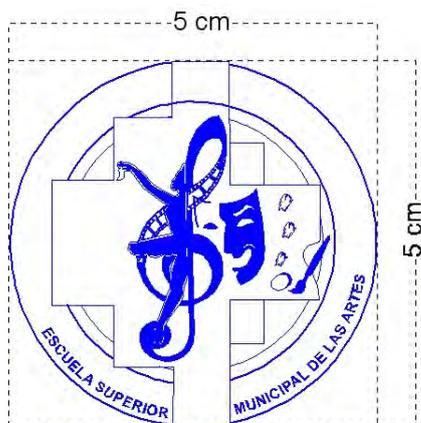
Los afiches, bpticos, stickers, catálogos, banners, credenciales de participación, certificado de notas y otros serán impresos de acuerdo a las actividades de la Escuela Superior Municipal de las Artes. (E.S.M.A.)

6. Aplicación en sellos de goma

FIGURA Nº 50
SELLO DE RECEPCION



FIGURA Nº 51
SELLO OFICIAL



7. Merchandising

La imagen institucional se aplicará en diferentes productos como: llaveros, tazas, poleras, y otros.

- Aplicación en llaveros (Fig. 52)

FIGURA Nº 52



- Aplicación en poleras (Fig. 53)

FIGURA Nº 53

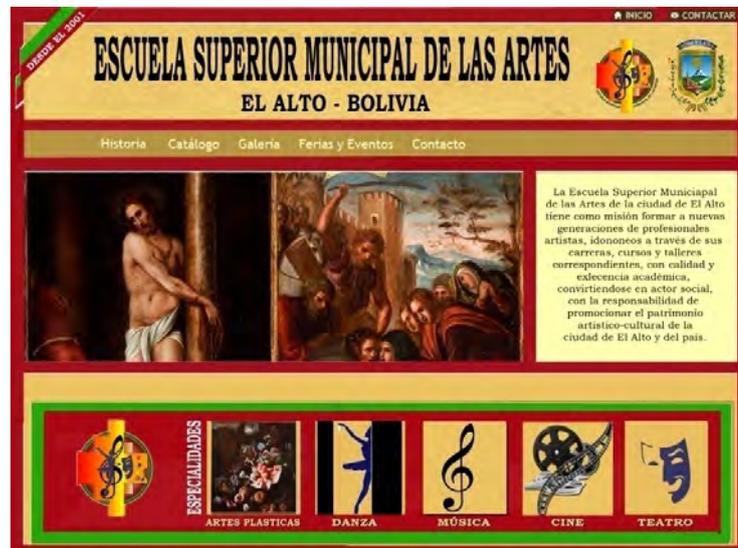


- Aplicación en tazas (Fig. 54)

FIGURA Nº 54



- PAGINAS WEB





CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES

1. Conclusiones

El trabajo se ha enfocado en la necesidad de crear una imagen institucional que represente a la Escuela Superior Municipal de las Artes, siguiendo normas de construcción para su diseño.

Para la aplicación de colores a la imagen institucional, fue necesario hacer un test sobre las sensaciones que causa cada color y así tener una referencia de los colores del arte final.

Para la forma y el diseño final del logotipo, se tuvo como base de construcción la Cruz Andina.

Es importante considerar, en el proceso creativo de la imagen institucional de la E.S.M.A. las cosmovisiones y cultura de las personas para quienes se trabajará. En este caso se fusionó figuras que representan al arte clásico occidental (silueta de bailarina de ballet clásico máscara de teatro) y aquellos que nacen de las culturas originarias mestizas.

La imagen digitalizada a full color y en sus diferentes propuestas de impresión, podrán ser impresos en todo tipo de material y soportes, utilizando los diferentes sistemas de impresión.

La implementación de la imagen institucional, permite a la Escuela Superior Municipal de las Artes diferenciarse de las demás, como una institución con personalidad ante la sociedad.



2. Recomendaciones

Se recomienda comunicar la imagen institucional, tanto interna como externamente, para transmitir la personalidad de la institución, el cómo quiere ser percibido por el público.

Se recomienda también, el uso y apoyo de programas de diseño gráfico como el Ilustrador, Macromedia Free Hand, Photoshop, que ayudan a mantener una homogeneidad en la utilización de la imagen, evitando así la inadecuada reproducción de la imagen en revistas, afiches, banners, gigantografías, panaflex y otros.

Se recomienda a la institución respetar el logotipo final y no hacer ningún cambio o modificación que altere la forma original.

La reproducción de la imagen institucional debe ser bajo el control de la dirección de la Escuela Superior Municipal de las Artes.

Por último se recomienda que la institución tenga presente la importancia de la comunicación visual para conseguir un lugar en la escala mental del público que se busca lograr y mantener. Por lo cual se sugiere aplicar las estrategias desarrolladas, logrando así los objetivos planteados con anterioridad.

3. Bibliografía

- CALLISAYA CH., Gonzalo
2010 ***Pedagogía Descolonizadora Intra, Multi e intercultural.*** Ed. Colecciones Culturales Ediciones Impresores, La Paz.
- COLECCIÓN BIBLIOTECA DEL DISEÑO GRÁFICO
1994 ***Diseño Gráfico.*** Ed. Blume, Barcelona.
- COLLIER, David
1992 ***Diseño para la Autoedición.*** Ed. G. Gilli, Barcelona.
- CAPRIOTTI PERI, Paul
1992 ***La Imagen de Empresa.*** Estrategia para una comunicación integrada, Ed. El ateneo, Barcelona.
- CAPRIOTTI PERI, Paul
2009 ***Branding Corporativo***
Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. Ed. Andros impresores, Santiago de Chile.
- COSTA, Joan
1987 ***Imagen Global.*** Ed. Ceac. Barcelona.
- DE GRANDIS, Luigina
1985 ***Teoría y uso del color.*** Ed. Catedra s.a. Madrid.



- FRASER, Tom. BANKS, Adams
2004 **COLOR** la guía más completa. Ed. Alastair
Campbell. Barcelona.
- G. ROSS, Nielsen
Serigrafía Industrial y en Artes Graficas. Ed. LEDA,
Barcelona.
- GARCIA HORTA, José A.
2007 **Fibras papeleras.** Ed. UPC. Barcelona.
- JOHANNES, Itten
1994 **El Arte del color.** Ed. Limusa s.a. de c.u. México.
- LOPEZ, Antonio
2000 **Historia del Mundo y de las Artes.** Ed. Brosmac
S.L., Madrid.
- PEREYRA DELGADILLO, Raúl
2000 **Diseño Publicitario,** Ed. Centro de publicaciones
facultad de arquitectura. La Paz.
- QUINTANA OROZCO, Rafael
2008 **Introducción a los sistemas de impresión.** Tesis por
internet.
- SALOMA RAMIREZ, Margarita E.
2006 **Historia del Diseño Gráfico.** Tesis por internet.

- SWAN, Alan
1993 ***El color en el Diseño Gráfico.*** Ed. Gustavo Gili s.a.
Barcelona.
- VILLACAMPA, Vicente
1981 ***Arte y Música.*** Ed. Cultural S.A. Barcelona.
- WONG, Wucios
1995 ***Principios del diseño en color,*** Ed. G. gili.
Barcelona.
- ***Revista electrónica en América Latina especializada en comunicación.***
Septiembre 2003.
- Periódico, ***El diario,*** 1952
- Diccionario **Larousse**
- <http://es.scribd.com/doc/15909907/Imagen-Institucional>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen_Corporativa
- http://www.agifreu.com/docencia/Imagen_Corporativa.pdf
- <http://www.fotonostra.com/gráfico/diseño.htm>



DOCUMENTO DIGITALIZADO POR LA BIBLIOTECA DE LA CARRERA DE ARTES PLÁSTICAS - UMSA

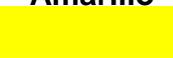
ANEXOS

ANEXO N° 1

TEST PSICOLOGICO DEL COLOR

Observa con atención y escribe qué sensaciones te causa cada color.

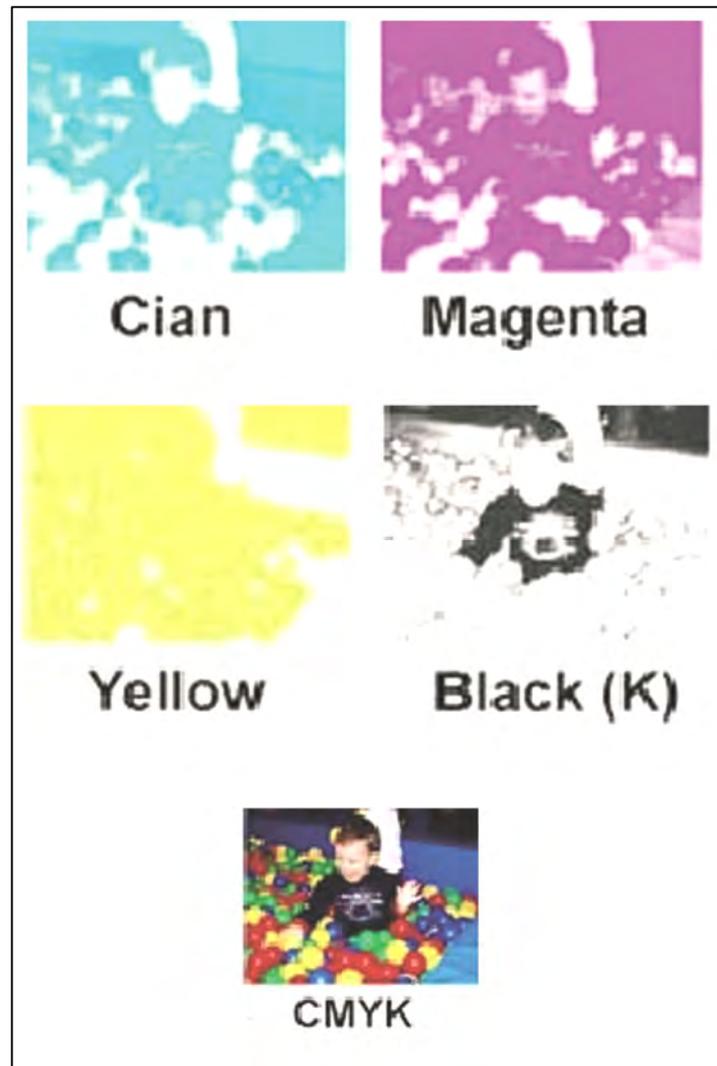
Nota: En la columna izquierda escribe la sensación positiva (+) y en la columna derecha la sensación negativa (-)

| SENSACION (+) | COLOR | SENSACION (-) |
|---------------|---|---------------|
| | Amarillo  | |
| | Naranja  | |
| | Rojo  | |
| | Magenta  | |
| | Violeta  | |
| | Azul  | |
| | Cyan  | |
| | Verde  | |
| | Blanco | |
| | Negro  | |

Fuente: elaboración del autor

ANEXO Nº 2

SEPARACION DE COLORES EN MODO CMYK (CUATRICROMIA)



ANEXO Nº 3

MAQUINA OFFSET



ANEXO Nº4



Eugenio Zumbán
C.I. 2397526 LP

Enrique Muello

Prof. George Cronembold. L
Dir. Mus. Moderniz
C.I. 466720 LP

SAUL GONZALEZ U
Dir Mus Folk
C.I. 2380720 LP

Juan Carlos
Dir. CINEMATOGRAFIA
C.I. 3976933 LP

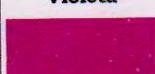
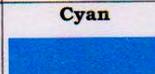
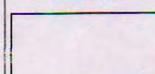
ANEXO Nº 5

TEST PSICOLOGICO DEL COLOR

Observa con atención y escribe qué sensaciones te causa cada color.

Nota:

En la columna izquierda escribe la sensación positiva (+) y en la columna derecha la sensación negativa (-)

| SENSACION (+) | COLOR | SENSACION (-) |
|------------------------|---|--------------------------------------|
| LUZ | Amarillo  | ODIO, DESPRECIO. |
| DULCURA | Naranja  | AMARGURA |
| AMOR, ALEGRIA, | Rojo  | PELIGRO, DOLOR DESESPERACIÓN |
| DULCURA | Magenta  | TIMIDEZ |
| HERMOSO | Violeta  | ANGUSTIA |
| ESTAR EN EL CIELO | Azul  | CONTAMINACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE |
| NAUFRAGAR EN EL MAR | Cyan  | SIN AGUA ES ESTAR SIN VIDA |
| ESPERANZA, | Verde  | CHAQUEO DE LA NATURALEZA |
| PUREZA, LEALTAD, | Blanco  | VACIO |
| BUEN ATUENDO | Negro  | LUTO, AMARGURA; MIEDO, DEPRECION, |