



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

4
24

**IDENTIDAD GRAFICA DEL PARQUE ESTADO
DE MEXICO NAUCALLI**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO

P R E S E N T A:

MARIA DEL CARMEN CORDOBA PAVON

FALLA DE ORIGEN



MEXICO, D. F. 1991

DIRECCION
ESCUELA NACIONAL DE
ARTES PLASTICAS
Av. Constitución # 600
Xochimilco, D. F.
C. P. 016210



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO I. IDENTIDAD GRAFICA

1.1 ANTECEDENTES

1.2 DEFINICION DE IDENTIDAD GRAFICA

1.3 ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD GRAFICA

1.3.1 SIMBOLO

1.3.2 LOGOTIPO

1.3.3 TIPOGRAFIA

1.3.4 COLOR

CAPITULO II. DESAROLLO DE LA IDENTIDAD GRAFICA

2.1 FUNDAMENTOS DE LA IDENTIDAD GRAFICA

2.2 OBJETIVOS DE UN PROGRAMA DE IDENTIDAD GRAFICA

2.3 IMPORTANCIA DE LA IDENTIDAD GRAFICA

2.4 IMAGEN CORPORATIVA EN MEXICO

CAPITULO III. PARQUE ESTADO DE MEXICO NAUCALLI.

3.1 ANTECEDENTES HISTORICOS DEL MUNICIPIO DE NAUCALPAN DE JUAREZ

3.2 PARQUE ESTADO DE MEXICO NAUCALLI

3.2.1 ANTECEDENTES

3.2.2 GENERALIDADES

CAPITULO IV. DESARROLLO DE LA IDENTIDAD GRAFICA

4.1 ANTECEDENTES GRAFICOS DEL PARQUE

4.1.1 GENERALIDADES

4.1.2 ANALISIS

4.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

4.2.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

4.3 CARACTERISTICAS DE LA IDENTIDAD GRAFICA

4.4 PERFIL DE LA IMAGEN

4.4.1 ASPECTOS REPRESENTATIVOS

4.4.2 CONCEPTOS REPRESENTATIVOS

4.5 DESARROLLO DEL PROYECTO

4.5.1 PRIMERAS IMAGENES

4.5.2 ALTERNATIVAS DE SOLUCION

4.5.3 ANTEPROYECTO

4.5.4 VARIANTES

4.5.5 TECNICAS DE REPRESENTACION VISUAL

4.5.6 SELECCION TIPOGRAFICA

4.5.7 PROPUESTA FINAL

CAPITULO V. MANUAL DE USOS Y APLICACIONES

5.1 SIMBOLO

5.2 TRAZOS AUXILIARES

5.3 RETICULA

5.4 TIPOGRAFIA

5.4.1 TIPOGRAFIA PRIMARIA

5.4.2 TIPOGRAFIA SECUNDARIA

5.5 COLOR

5.6 TAMAÑOS MINIMOS Y MAXIMOS

5.7 AREA MINIMA DE CONTROL DE AIRE

5.8 RESTRICCIONES Y USOS INCORRECTOS

5.9 APLICACIONES DE LA IDENTIDAD GRAFICA

5.9.1 PAPELERIA

6.0 UNIFORMES

6.1 VEHICULOS

6.2 ARTICULOS PROMOCIONALES

ANEXOS:

1. PRIMERAS IMAGENES

2. ALTERNATIVAS DE SOLUCION

3. ANTEPROYECTO

4. VARIANTES

5. TECNICAS DE REPRESENTACION VISUAL

6. SELECCION TIPOGRAFICA

7. PROPUESTA FINAL

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCION.

Al ser la Ciudad de México la más grande del mundo, conlleva a una extensa problemática, siendo una de ellas la denominada contaminación o polución, alcanzando dimensiones tan espectaculares que ha llamado la atención de todo el mundo.

Son amplias y variadas las causas que han contribuido en el desarrollo de ésta, entre las que cabe mencionar: el crecimiento desmesurado de la población, la fabricación de automóviles en serie, la cercanía de zonas industriales a las urbanas, el manejo desconsiderado de desechos industriales, el uso sin control de insecticidas y pesticidas, lo que se resume en una falta de conciencia de la población en general.

El Estado de México está circundado por dos grandes zonas industriales, que son la de Tlanepantla y Naucalpan, presentan índices de contaminación elevados, se tienen registrados datos arriba de los 3,0000 grados Imecas, que ya son considerados peligrosos para la población.

Como medidas de solución, durante el gobierno del Presidente Salinas de Gortari, se han adoptado varias políticas importantes entre las que se encuentran, implementación del sistema "Un día sin auto", campañas de "Verificación vehicular y "Planta un árbol", "Gasolina sin plomo", el cierre de la Refinería de Azcapotzalco, etc.

Por esta razón los Parque cobran hoy en día un papel relevante ya que con sus extensas áreas verdes crean un pulmón verde para la ciudad.

En el Estado de México durante el período presidencial del Lic. López Portillo, se inauguró el "Parque Estado de México Naucalli", con los objetivos de:

- a) Lograr un equilibrio ecológico en la zona.
- b) Contrarrestar los efectos negativos del desarrollo urbano.
- c) Fomentar una estabilidad emocional en los asistentes.
- d) Cooperar a un avance económico, político y sociocultural de manera íntegra para la comunidad mexicana.

Este parque consta tanto de áreas verdes en donde es posible realizar diversas actividades deportivas, como de áreas cerradas donde se llevan a cabo eventos culturales.

Para la realización de las actividades culturales, se cuenta con dos edificios uno denominado "Agora", donde se efectúan exposiciones de pinturas y obras escultóricas, entre otras; y el otro conocido como "Casa de Cultura", donde se imparten clases de índole artística.

No obstante en la importancia de esta dependencia, ha existido una falta de interés en desarrollar una identidad gráfica, que la represente visualmente lo que ocasiona una falta de aprovechamiento total del parque.

Los objetivos de este proyecto son:

- 1) Representar gráficamente al Parque Estado de México Naucalli.
- 2) Desarrollar una identidad gráfica adecuada a los objetivos, funciones y necesidades actuales y futuras.
- 3) Facilitar la identificación al espectador.
- 4) Propiciar una mayor difusión de la imagen, a través de su aplicación en fachadas, papelería, vehículos, uniformes y promocionales.

5) Elaborar un Manual de Usos, con el fin de unificar criterios de diseño, logrando una identidad funcional, en todas sus posibles aplicaciones.

CAPITULO I

IDENTIDAD GRAFICA .

1.1 ANTECEDENTES.

La historia de la imagen visual es tan importante y extensa como señal de representación e identificación que únicamente se pretendrá mencionar a grandes razgos algunos de sus antecedentes.

El ser humano desde las primeras épocas y en todos los lugares del mundo a buscado la forma de comunicarse con sus semejantes, la primera manifestación la constituye el "lenguaje", el cual consistía de ruidos acompañados de una multiplicidad de gestos y expresiones corporales entre otras.

Por lo tanto se considera al lenguaje como un recurso comunicacional con el que cuenta el hombre de manera natural, evolucionando desde pictogramas a unidades fonéticas y finalmente al desarrollo de un alfabeto. (Gerstner, 1979).

Estas manifestaciones que reflejan lo hablado y lo pensado por el hombre de hace 30,000 años, están constituidas por imágenes sintetizadas y símbolos, siendo las pinturas rupestres el reportaje más antiguo que se ha conservado hasta la fecha. (Costa 1987, y Gerritsen 1979).

En México encontramos estas imágenes desde las primeras civilizaciones de Mesoamérica tales como los Mexicas, Olmecas, y Mayas etc.

La importancia de las expresiones antes mencionadas, Costa las define en las siguientes frases:

a) La expresión escrita es manifestada necesariamente mediante la comunicación de imágenes.

b) El signo es el punto de partida de la primera manifestación del hombre para comunicar ideas por medio de imágenes.

Posteriormente en la Edad Media surgen las marcas personales, en las diferentes clases sociales sobre todo en la burguesía y el campesinado, utilizándose signos en casas, utensilios, lápidas y en documentos de variadas índoles.

La mayoría de los campesinos y artesanos desconocían la escritura, por lo cual marcaban cualquier tipo de objeto de uso común en señal de pertenencia.

Durante este período, entre la Primera y Segunda Cruzadas, aparecieron signos incipientes de imágenes a través de la Heráldica.

El término Heráldica proviene de la palabra Heraldo, es decir, el mensajero que desempeñaba a menudo la función de diplomático. Su vestimenta revelaba ya con su mera aparición su pertenencia a un grupo, a una clase social dominante.

Con el inicio de las Cruzadas los caballeros usaban una vestimenta que les significara visualmente, es decir, que al abandonar su patria y llegar a lugares con otras costumbres, representara una expresión de hermandad o en caso de guerra cumplía con necesidades psicológicas de valor.

En principio estos signos se aplicaban en vestimentas, montaduras, etc., después se limitaron sólo a determinadas piezas de armamento, eligiéndose por último el escudo en colores contrastantes.

Posteriormente de los guerreros la práctica se extendió al hombre común, con la idea de mostrar motivos relacionados con su ocupación.

La práctica del marcaje, o acción de marcar, es decir la utilización de un signo como marca, se aplicó a las actividades productivas, apareciendo con ello las marcas de comerciantes, como señal para el reconocimiento de origen y calidad, y como distintivo de los productos y de los fabricantes.

"La marca es el primer signo de identidad de grupos, organizaciones ideológicas, productos y servicios. Es la forma primaria de expresión de la identidad." (Costa, 1987).

Siendo "el marcaje o la acción de marcar, y su resultado, el principio mismo de la identidad visual." (Costa, 1987).

El desarrollo decisivo de la marca se produjo con la segunda Revolución Industrial, debido a la evolución de los medios de comunicación, como los medios de transporte y la imprenta cobrando ésta última un papel relevante, ya que da inicio al diseño moderno, al pasar de la difusión de mensajes textuales a la utilización de ilustraciones, publicidad impresa, carteles, folletos, anuncios.

De tal forma los medios de comunicación cobran un papel decisivo para la difusión de mensajes. (Costa, 1987).

Con la Segunda Revolución Industrial, se logra un crecimiento considerable de las organizaciones industriales y comerciales, lo que propició un interés por desarrollar una personalidad propia que las identificara, por lo que adquiere importancia la imagen visual como un medio de distinción.

Con este período el "diseño de identidad visual", constituye una disciplina más completa y compleja, comienza a evolucionar debiéndose ahora crear un sistema de formas, figuras, colores, y ante todo un sistema que transporte

ideas, impresiones psicológicas, y una alta capacidad de memorización, acerca de la personalidad de la empresa, para poder transmitir una imagen por medio de símbolos que nos permita una identificación. (Costa, 1987).

La empresa es ahora más que productora de bienes, emisora de comunicaciones. Más que "firmar o marcar" necesita disponer de un sistema organizado de sus signos de identidad, lo que forma parte de una estrategia y una política de comunicación.

La identidad visual, sobrepasa la función inmediata del marcaje, para convertirse en una auténtica estrategia institucional y comercial. Por lo tanto, la identidad deberá ahora manifestarse corporativamente. (Idem).

1.2 DEFINICION DE IDENTIDAD GRAFICA .

La palabra identidad, surge de la raíz latina "Identitas Atis", que significa Idem: lo mismo, conjunto de condiciones que distinguen a una persona de los demás, y la palabra "Grafica" surge del griego "Graphikos", que se representa por medio de figuras.

La identidad gráfica, se define como el conjunto de características y elementos visuales, que en su totalidad diferencian e identifican a una organización. Estas cualidades distintivas, hacen que la identidad sea propia y reconocible. (Olins, 1978).

Entendiéndose por organización, a las corporaciones, instituciones y empresas.

1.3 ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD GRAFICA .

La identidad gráfica, está compuesta principalmente por cuatro elementos: el símbolo, el logotipo, la tipografía y el color. Estos elementos deben contribuir

al impacto visual de la imagen, y lograr un óptimo funcionamiento en su representación.

1.3.1 SIMBOLO

El símbolo apareció como principio de la necesidad del hombre para expresarse, es decir dar forma perceptible a lo imperceptible (Kepes, 1966).

Se define como la forma gráfica, que representa algo o alguien, por medio de la relación, sugestión, interpretación, semejanza o asociación. (Brown y Ballinger, 1972).

También puede definirse, como objeto que tiene significación convencional. (Larousse, 1991).

El símbolo, es una forma de representación gráfica, un elemento material que está en lugar de otra cosa ausente y que contiene un gran potencial de significados.

Este elemento puede y debe ser comprendido por personas aunque hablen diferentes idiomas, tengan diversos niveles técnicos, culturales y socioeconómicos.

Puede considerarse, como una figura de gran fuerza psicológica y visual, es una forma concentrada y perfectamente definida que la visión extrae instantáneamente.

Los signos de identidad tienen una capacidad inmediata distintiva que se resume en una función de pregnancia y una función memorística.

La optimización en su aplicación, depende en principio de la cualidad formal, que no es un concepto verdaderamente estético sino una

estrategia de visualización, que supone en primer lugar la exigencia de simplicidad, pregnancia, reducción de la complejidad, supresión de lo superfluo y redundante, para lograr su fácil percepción y memorización.

La cualidad de la forma supone la idea de pregnancia, es decir, formas breves y compactas, que son la definición del signo gráfico. La pregnancia de una forma es la medida de la fuerza con que aquélla se impone, impregnando el espíritu del receptor. Por lo que debe haber una correspondencia entre simplicidad formal, plenitud y pregnancia.

Puede concluirse que, los símbolos visuales poseen un potencial expresivo concentrado y por eso se considera el elemento simbólico capaz de representar la totalidad de una institución, empresa, u organización por medio de una síntesis visual, para su identificación y diferenciación.

1.3.2 LOGOTIPO

Proviene de los vocablos "logos" palabra, "typos" imagen. Es el nombre escrito en un estilo original, la imagen que se le da a una palabra con el fin de representarla gráficamente, con un estilo propio que la diferencie en el medio; en una de sus variaciones se puede complementar con un elemento ilustrativo.

Lo más importante de un logotipo, es la sencillez, apesar de que con frecuencia materializan ideas muy complejas, y condensan una considerable cantidad de información.

Frecuentemente existe confusión entre símbolo y logotipo, ésta proviene de que ambos cumplen la misma función, la diferencia estriba en que el primero es básicamente una imagen que representa una idea, mientras que un logotipo es un grupo de letras o una palabra completa que sirve como una imagen. (Laing, 1985).

1.3.3 TIPOGRAFIA

Las letras son las partes elementales del lenguaje escrito, y con ello de la tipografía. Es decir, son signos gráficos para referirse a sonidos sin contenido, elementos que sólo con su combinación adquieren sentido y significado. (Gerstner, 1979).

La tipografía es el arte de usar los tipos con eficiencia, consiste en seleccionar el estilo del tipo que se utilizará, decidir los tamaños en los cuales se armarán los diferentes elementos del texto.

La aplicación de tipos o inscripciones por sí solos o en conjugación con otros elementos gráficos, sirven para transmitir información o una idea, del modo más eficaz posible, dadas las limitaciones que nos impone el tiempo, el dinero, o las consideraciones técnicas. (Marión, 1989).

El tipo de letra no transmite sólo las palabras de un mensaje, puede realzar y complementar las imágenes y las palabras. (Kleppners, 1988).

Es conveniente elegir ésta basandose en su legibilidad y sencillez para facilitar su claridad y entendimiento.

Un concepto importante, es buscar siempre para cada palabra el tipo de letra más adecuado con la idea que ésta sugiere, y lograr que exista una mayor definición. (Vinyeta, 1973).

Por lo tanto, puede concluirse que este elemento es un tipo de letra, que utilizada para la representación de la imagen gráfica, se elabora o selecciona teniendo un estilo propio y característico para su identificación.

Para el uso de las comunicaciones visuales en la identidad gráfica se debe contar como mínimo con dos familias: primaria que acompaña al símbolo y secundaria para el uso en papelería de los datos incluidos.

1.3.4 COLOR

Desde la antigüedad y sin importar el tipo de cultura, el color ha ocupado un lugar primordial en la mente del hombre, despertando en él todo tipo de sentimientos o apetitos.

Es un factor muy importante en todas las actividades que desempeña el ser humano, ya que constantemente tiene experiencias de naturaleza óptica que le proporcionan información de variadas gamas y características (Koppers, 1982).

Se puede definir como la impresión que causa en la retina del ojo la luz reflejada por los cuerpos. (Gerritsen, 1976).

Los colores de objetos o colores materiales, están sometidos a constantes cambios, que se dan según la luz de cada momento y la situación con respecto al observador. Por lo que resulta que el órgano de la vista posee una gran capacidad de adaptación, a los cambios de iluminación y a las circunstancias de observación.

Los rayos no son colores, sino que provocan al órgano de la visión, para que dé lugar a las sensaciones de color.

Un objeto o una pieza material, posee un determinado tamaño, color, y forma; uno se siente inclinado a suponer que el color forma parte de dicho material, pero no es el caso, se trata de una ilusión óptica que sólo existe como impresión sensorial del contemplador. (Koppers, 1982).

El aspecto cromático del material recibe el nombre de, "color de cuerpo", se produce a consecuencia de la capacidad de absorción individual del material. (Idem).

El color se percibe mediante el siguiente proceso:

El ojo es un órgano que tiene un proceso similar al empleado en una cámara fotográfica. Como ella tiene un lente, el cristalino que enfoca los rayos luminosos sobre una capa sensible, la retina es comparable a la película de la cámara.

La cantidad de luz que el ojo recibe es graduada por el iris, posee un mecanismo de adaptación capaz de regular su apertura de acuerdo con la cantidad de luz y la calidad de iluminación.

En la retina del ojo se encuentran dos tipos de células sensibles a la luz, que actúan como receptores y son denominados: conos y bastones. Los primeros son sensibles al color, debido a la presencia de pigmentos que reaccionan a longitudes de onda, correspondientes a los tres colores primarios. El color que se percibe depende de las respuestas combinadas de los tres tipos de cono, que sólo responden a la luz brillante. Los bastones trabajan con luz tenue, formando la visión acromática o nocturna, ya que son sensibles a la claridad y el brillo, pero no a los colores.

Para ver el color, los fotopigmentos obtenidos, tanto en conos como en bastones sufren un cambio en su molécula, que a su vez altera las propiedades de las membranas de las células donde se encuentran. Este proceso desencadena una serie de cambios electroquímicos, que tienen como consecuencia la transmisión de los mensajes hasta el cerebro a través del nervio óptico, sólo en este momento vemos el color.

La importancia del color desde el punto de vista gráfico, es la de crear impactos visuales instantáneos, con lo que se refuerza la imagen, siendo el punto de apoyo para la integración completa de ésta. (Gerritsen, 1976).

Por lo consiguiente, puede decirse que es una de las herramientas más importantes para el diseñador. Una mala utilización, puede alterar o destruir el significado que se desea comunicar.

Si se aplica correctamente, puede atraer la atención, aclarar diseños complejos, subrayar puntos específicos, lo que puede reflejarse en una mejor difusión de un mensaje o en el incremento de las ventas de un producto. Por lo que en la actualidad cada vez más impresos se hacen a color.

Los colores llaman la atención, reparten información y generan una identidad constante.

CAPITULO II

DESARROLLO DE LA IDENTIDAD GRAFICA .

2.1 FUNDAMENTOS DE LA IDENTIDAD GRAFICA.

Para el desarrollo de la identidad gráfica es necesario conocer y analizar las características, los elementos de identificación de la organización, con el fin de crear y ajustar una imagen funcional, con las finalidades y objetivos de lo que se desea comunicar logrando que su público se identifique positivamente con ella, y que se distinga de otras imágenes gráficas relacionadas en el ramo. (Costa,1987).

" El problema no se resuelve por sí mismo, pero en cambio contiene todos los elementos para su solución, hay que conocerlos y aplicarlos en el proyecto de solución ". (Munari, 1980) .

Por lo tanto, un proyecto no es una forma realizada, pero sí desarrollable, en el que está inscrito todo un proceso de realización, con todas sus posibles circunstancias : materiales, fuerza de trabajo, instrumentos, etc. Por medio del cual, será factible pasar de la traducción lingüística de la necesidad, a la transcripción extensiva del objeto, como satisfactor. (Olea y lobos, 1976).

El diseñar una identidad gráfica, implica el uso de una metodología, que se resume en :

- a) Planificar y organizar un sistema de trabajo como desarrollo de un programa.
- b) Modular sistemáticamente la idea gráfica, combinarla y estructurarla.
- c) Interpretar la identidad, que significa algo tan específico y profundo como es descubrir y visualizar simbólicamente la personalidad de una organización.

El diseñador para poder realizar esta tarea, debe actuar como organizador, llevar a cabo un conjunto de actividades donde la creatividad se combina con la lógica, no se guiará básicamente por la intuición y la sensibilidad, sino por el análisis objetivo de una serie de datos que tendrá que ordenar, tratando de traducir finalmente con un sentido estricto de síntesis. Deberá elaborar una investigación del punto en cuestión, de estos datos tendrá que obtener una "traducción icónica", que simbolizará gráficamente.

Con todos los datos antes mencionados deberá discernir previamente cuáles son generadores de la identidad que se persigue, y de éstos cuáles son efectivamente visualizables. A partir de esta etapa del proceso empezará el trabajo creativo en el nivel de la búsqueda mental, desarrollándose el trabajo gráfico, que concluirá con el diseño del manual de normas. (Costa, 1987).

Por lo tanto podemos afirmar que el proceso de diseño está regido por la comunicación entre sujetos en torno a un objeto. (Olea y Lobo, 1977).

Lo que el diseñador inscribe en su obra es el reflejo de un sentido, que intenta comunicar utilizando al objeto como medio, lo enriquece, y lo convierte en una "propaganda", tratando de incidir en el consumidor. (Idem).

Es necesario considerar al consumidor o receptor en términos de su cultura y de su situación dentro de un sistema social. Su status social, los componentes de su grupo, sus formas habituales de conducta; ya que estos factores influyen en la manera que recibe e interpreta los mensajes.

El diseñador debe emplear su imaginación, para que el objeto satisfactor que proponga, materialice las necesidades del usuario, idealmente se puede pensar que todo objeto diseñado surge de la relación directa, encargo-respuesta, que genera un criterio de diseño. (Olea y lobo, 1977).

El proceso de composición, es el paso más importante en la resolución del problema visual. Los resultados de las decisiones compositivas marcan el propósito y el significado de la declaración visual y tienen fuertes implicaciones sobre lo que recibe el espectador. En esta etapa vital del proceso creativo, es

donde el comunicador visual ejerce el control más fuerte sobre su trabajo y donde tiene la mayor oportunidad para expresar el estado de ánimo total que se quiere transmitir. (Donis, 1976).

No existen reglas absolutas sino cierto grado de comprensión, de lo que ocurrirá en términos de significado, si disponemos las partes de determinada manera para obtener una organización y una orquestación de los medios visuales.

En la confección de mensajes visuales, el significado no estriba sólo en los efectos acumulativos de la disposición de los elementos básicos sino también en el mecanismo perceptivo que comparte universalmente el organismo humano. (Donis, 1976).

El mensaje que se desea comunicar debe de tener alta fidelidad, es decir que el diseñador, debe lograr transmitir el mensaje con el mayor significado posible, y que se exprese de la manera más clara la idea.

Se crea un diseño a partir de muchos colores, contornos, texturas, tonos y proporciones relativas, se interrelacionan activamente y se pretende obtener un significado. El resultado es la composición, la intensión del artista o del diseñador. (Donis, 1976).

Por lo tanto, la creatividad sugiere nuevas y mejores formas de llevar a cabo una acción con un propósito determinado, cualquier diseño creativo es tanto funcional como expresivo, para evaluarlo debemos conocer su objetivo o función. (Gerstner, 1979).

2.2 OBJETIVOS DE UN PROGRAMA DE IDENTIDAD GRAFICA.

Los objetivos de un programa de identidad gráfica son:

a) Lograr que exista una identificación de la organización, con el medio externo que la rodea, de tal manera que las personas que se relacionen con ella, tengan una respuesta de confiabilidad.

b) Conseguir que los empleados de la organización, se identifiquen entre sí, creando un ambiente de trabajo en equipo; con lo que se incrementa la fuerza productiva, alcanzando resultados óptimos.

2.3 IMPORTANCIA DE LA IDENTIDAD GRAFICA .

En los últimos 30-35 años, en el mundo industrial y comercial, las compañías u organizaciones sin una identidad fuerte e individual han adoptado diversos programas de imagen gráfica. Con el fin de que sus productos y/o servicios sean reconocidos por los consumidores, debido a la necesidad de sobresalir de sus competidores.

Desde los años cincuentas, algunas empresas como Braun, Lufthansa, Olivetti, entre otras ya tenían una imagen corporativa consistentemente planeada, siendo parte de su éxito.

La imagen gráfica tiene una importancia primordial, pues es el punto de identificación de una empresa con el público, que es donde se encuentra el consumidor de sus productos y/o servicios.

Todas las empresas requieren de una comunicación clara y efectiva, esto es aplicable tanto a grandes como pequeñas empresas, ya que estas últimas pueden tener un crecimiento rápido, siendo necesario que posean una imagen desde sus inicios, que pueda colaborar a un mayor desarrollo.

A través de la presentación gráfica de la forma de pensar de la organización, se facilita la comunicación al cliente y usuario, lo que deriva en la evolución de las mismas.

Una adecuada identidad le da personalidad y carácter a la empresa.

La imagen de la empresa debe reflejar su identidad de manera visual, debe mostrar sus servicios, productos, y objetivos; de tal manera que sea entendido

tanto por el cliente como por otras empresas, que pudieran ser consumidoras o competidores.

Es importante mencionar que ninguna empresa aún del mismo ramo, es idéntica a otra, ya que sus objetivos y características pueden ser distintas, por lo que un programa de una compañía es inadecuada para otra. Por lo tanto es recomendable que cada empresa se preocupe por realizarlo.

La identidad gráfica, hoy en día va ligada a la publicidad, mercadotecnia, papelería, objetos promocionales, entre otros.

2.4 IMAGEN CORPORATIVA EN MEXICO.

La imagen corporativa, tuvo sus inicios formalmente como disciplina en nuestro país a partir de 1968, con los Juegos Olímpicos, en donde se realizó un programa de identidad e imagen corporativa, con toda una riqueza de expresiones en su diseño, abriendo los ojos a muchos diseñadores, sectores artísticos y clientes potenciales.

Derivado de esto, se crearon escuelas, asociaciones, despachos y grupos dedicados a la disciplina del diseño gráfico, y por lo tanto una proliferación de programas de imagen corporativa, que en ese entonces empezó en bancos, compañías de seguros y otras empresas de importancia en México.

En sus inicios, el diseño de la imagen para las empresas y organizaciones nacionales tuvo una tendencia de estilo extranjero. Después de dos décadas, las nuevas corrientes del diseño mexicano han trabajado en tomar del pasado y presente referencias para crear imágenes con estilo propio basados en la historia.

En México existen aún muchas empresas que pasan por alto la importancia que tiene la imagen corporativa, lo que representa un descuido que generalmente parte de la idea de que los servicios, la mercadotecnia y la política, implementados por la empresa en ese momento son satisfactores únicos, no siendo necesario invertir en un programa de imagen corporativa.

Si todas las empresas tomaran conciencia de los beneficios que aporta una imagen funcional y precisa, planteándola como una necesidad, lograrían una comunicación eficaz y dinámica, que se reflejaría en mayores ventas o en un mejor servicio.

CAPITULO III

PARQUE ESTADO DE MEXICO NAUCALLI.

3.1. ANTECEDENTES HISTORICOS DEL MUNICIPIO NAUCALPAN DE JUAREZ.

En países como México, donde las civilizaciones anteriores a la Conquista alcanzaron un desarrollo tan importante, casi no hay lugar que no tenga su historia, tanto Precolombina posterior a la llegada de los españoles.

Siendo Naucalpan uno de los lugares que mejor concentra estas historias, en el pequeño pueblo de Totoltepec.

La historia de lo ocurrido en estos lugares se transmitió, gracias a varios documentos: por un lado los Códices de Xólotl, Medocino y el Lienzo de Tlaxcala y por otro las constancias escritas que dejaron los soldados y frailes guerreros españoles que participaron en las jornadas de la Conquista, con: las Cartas de Relación de Hernán Cortés.

En la época Prehispánica, Naucalpan estaba formado por cuatro barrios y una docena de pueblos.

Los barrios Tlatilco (Lugar donde hay cosas ocultas), Totoltepec (Lugar de aves), Huitzilacasco (Lugar entre cañas espinosas), Totolinga (Lugar de naturaleza en vivo, aunque también significa, cosas ocultas).

Los pueblos: Acatlán, Ahuizotla, Atenco, Atotto, Cuauhtlalpan, Chamapa, Chimalpa, Nopala, Occipaco, Tecamachalco, Tepatlaxco, Zomeyuca; muchos de los cuales han sobrevivido al paso del tiempo.

El origen de Naucalpan, se remota al período Preclásico inferior de nuestra era, 1400 años a. de C., cuando los Tlatilcas se asentaron en las orillas del lago de Texcoco, y de los ríos Hondo, los Cuartos y Totolica.

Hacia el año 1200 a. de C., la población se extendió hacia el sur de la cuenca del valle de México, continuando la ocupación de Tlatilco, y surgiendo Atoto.

En el año 1000 a. de C., llegaron a Tlatilco los Olmecas, cuya influencia produjo avances en la cultura Tlatilquense y la convirtió en la más importante de la región.

Posteriormente vino un período de decadencia, que originó que muchos de sus habitantes emigraran hacia otros lugares.

Con el tiempo llegaron a conquistar pacíficamente estas tierras Tlatilquenses los Chichimecas, al mando del Cacique Xólotl, ya que el jefe chichimeca, unió en matrimonio a gente de la realeza de ambos pueblos.

Con el establecimiento de los Aztecas en el Valle de México, y al extender sus dominios, conquistaron a los Chichimecas, quienes pasaron a formar parte del Imperio de Tenochtitlan.

Se han fijado como fechas, de la fundación de Naucalpan el año 1574 con la construcción del Santuario de los Remedios y 1575 con la construcción de la Iglesia de San Bartolomé Apóstol.

Esta es a grandes rasgos la historia Prehispánica de Naucalpan.

La palabra Naucalpan en Náhuatl significa, lugar de cuatro barrios y está constituida por tres vocablos:

Nahui : Cuatro.

Calpulli : Barrio o casa.

Pan : Lugar .

Naucalpan ha sufrido grandes transformaciones en su medio ambiente, ya que lo que fuera un lugar de grandes extensiones de bosques, cerros cubiertos de vegetación, onduladas planicies surcadas por caminos de terracería y puentes, es ahora un conglomerado urbano atravesado por grandes avenidas y ejes viales, en donde abundan grandes fábricas, talleres, comercios, fraccionamientos y edificios con cientos de departamentos.

Por lo que ha tenido que pagar un precio muy alto, ya que tiene un creciente problema de contaminación, derivado del exceso de fábricas y automóviles que circulan en el área.

3.2 PARQUE ESTADO DE MEXICO NAUCALLI.

3.2.1 ANTECEDENTES.

Fué instituido por el gobierno del Estado de México por decreto publicado en la "Gaceta de Gobierno" (nombre del periódico oficial del Gobierno del Estado de México), con fecha del 15 de Febrero de 1979, siendo entonces gobernador del Estado el Dr. Jorge Jiménez Cantú. Inaugurándose el denominado "Parque Metropolitano de Naucalpan", con una extensión de 1,571,000 metros cuadrados.

La justificación de la instalación del parque se menciona en el tercer punto de este decreto, con las siguientes palabras:

" Las causas de utilidad pública que justifican la creación del parque son entre otras : forestación, recreación, mejoramiento del ambiente, incremento de la absorción de aguas pluviales, prevención de erosiones, bonificaciones del suelo y asegurar un pulmón verde, en beneficio de las diversas colonias y fraccionamientos que lo circundan ".

Dicho decreto fue firmado por el entonces gobernador del Estado de México, Dr. Jorge Jiménez Cantú, así como por el secretario general de gobierno, C.P.

Juan Monrroy Pérez, en la ciudad de Toluca capital del Estado de México, a los nueve días del mes de Febrero de 1979.

Posteriormente por decreto ejecutivo del Estado de México, con fecha del nueve de septiembre de 1982, se redujo substancialmente la extensión del parque a 451,374.28 metros cuadrados y se cambió su denominación de Parque Metropolitano de Naucalpan a Parque Estado de México Naucalli, el cambio de nombre se efectuó durante el período de gobierno del Lic. Alfredo del Mazo González.

El día 19 de octubre se publicó el decreto del gobierno constitucional del Estado de México, en el cual se estableció que el Parque Estado de México Naucalli, quedara bajo la dirección y dependencia financiera del Fondo para las Actividades Sociales y Culturales del Estado de México FONAPAS (lo que actualmente se conoce como el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia, DIF).

El Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia, es un organismo público descentralizado que tiene como objetivos principales en su ley constitutiva, actividades de servicio social y de fomento al bienestar social y cultural de la colectividad, por lo que se le atribuyeron las facultades y obligaciones siguientes:

- a) Aprobar los planes, proyectos y programas que se llevan a cabo dentro del parque.
- b) Aprobar el presupuesto general de ingresos y egresos.
- c) Aprobar los contratos de las concesiones que se otorguen para la prestación de servicios.
- d) Fijar en forma precisa las políticas y lineamientos que regirán en la operación y mantenimiento del parque.

Asimismo se responsabilizó al H. Ayuntamiento de Naucalpan de Juárez, los servicios públicos de vigilancia, suministro de agua potable y riego, suministro y

mantenimiento de energía eléctrica e iluminación y el mantenimiento del sistema de drenaje de aguas pluviales.

El día 9 de octubre de 1982, quedó formalmente inaugurado el Parque Estado de México Naucalli, por el Lic. José López Portillo, en ese entonces Presidente de los Estados Unidos Mexicanos y la Sra. Carmen Romano de López Portillo, Presidente en turno del Fondo de Actividades Sociales y Culturales del Estado de México.

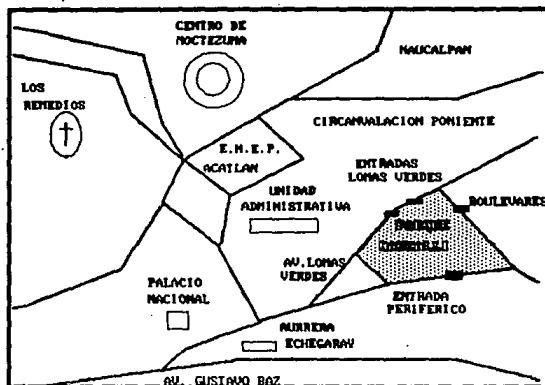
Estando en operación el Parque Naucalli, tenía diversos problemas de índole administrativo, por la duplicidad de mando, por ser manejada por dos instituciones de gobierno (DIF y H. Ayuntamiento de Naucalpan), por lo que se reformó el acuerdo firmado por ambos para que tanto la administración, como los servicios públicos de vigilancia, suministro de agua y energía, quedaran bajo la total responsabilidad del H. Ayuntamiento de Naucalpan.

3.2.2 GENERALIDADES

El Parque Naucalli se encuentra ubicado en el terreno que comprendía parte del ex-ejido de Santa Cruz Acatlán, el predio conocido como Cerro de Moctezuma y diversas áreas de la zona denominada Bosque de los Remedios.

Se encuentra rodeado por las colonias: Boulevares, San Mateo, Echegaray y Lomas Verdes.

MAPA DE LOCALIZACION.



El parque consta actualmente de cuatro zonas, en las que se pueden realizar diversas actividades, tanto de índole recreativa, como deportiva y cultural, estas zonas son:

1) Recreativa

2) Servicios

3) Cultural

4) Comercial

La zona recreativa está formada por las siguientes instalaciones:

a) Ciclopista

b) Fiestas infantiles

c) Juegos infantiles

d) Pista de patinar

e) Pista de acondicionamiento físico

f) Gimnasio al aire libre

g) Campo de tiro con arco

h) Kempo chino

i) Aerobics

j) Tae Kwon Do

k) Gimnasia reductiva

l) Gimnasia olímpica

La zona de servicios está integrada a su vez de:

a) Entradas y salidas

b) Estacionamiento

c) Andadores

d) Helipuerto

e) Administración

f) Vivero

g) Bodega

h) Sanitarios

i) Fuentes

La zona cultural cuenta con instalaciones como:

a) Agora

b) Foro Felipe Villanueva

c) Jardín del Arte

d) Casa de Cultura

e) Auditorium

La zona comercial se integra de:

- a) Kiosco
- b) Hija del Agora
- c) Librería
- d) Vivero
- e) Restaurante
- f) Zona Frutal (ocupa media hectárea y en ella se producen variedades como ciruelo, peral, durazno ,manzano, etc.)
- g) Zona de ornamento.

Todas las áreas se encuentran administradas por los siguientes departamentos: Finanzas, Compras, Recursos Humanos, Deporte y Recreación, Diseño y Promoción, Mantenimiento, Intendencia y Jardinería.

El departamento de Diseño y Promoción tiene a su cargo diversas actividades entre las que se encuentran: satisfacer las necesidades propias del parque en lo concerniente a producción gráfica y diseño de soportes para eventos especiales. Al mismo tiempo se desarrolla un programa de señalización debido a que el existente es deficiente, además colabora en el control de espacios destinados a la colocación de promoción o difusión de eventos de carácter artístico, deportivo, entre otros.

CAPITULO IV

DESARROLLO DE LA IDENTIDAD GRAFICA

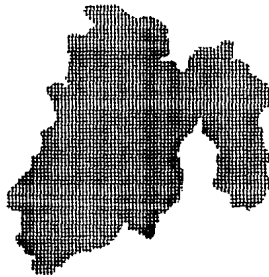
Para la representación gráfica del Parque Estado de México Naucalli, hasta el año de 1990 se empleó un mapa del Estado de México.

Debido a la falta de elementos representativos y característicos de la Identidad gráfica, el uso de esta imagen, sólo puede considerarse como Antecedentes Gráficos de la dependencia en cuestión.

4.1 ANTECEDENTES GRAFICOS DEL PARQUE.

4.1.1 GENERALIDADES

La imagen empleada para la identificación del Parque Estado de México Naucalli, se muestra a continuación.



PARQUE ESTADO DE MEXICO NAUCALLI

Nota.

Actualmente para la representación gráfica del Parque Estado de México únicamente emplean el Escudo del H. Ayuntamiento de Naucalpan.

Las características de la imagen son las siguientes:

a) Un mapa del Estado de México, seleccionado por la situación geográfica del parque, además de denotar seriedad y formalidad.

b) Una retícula en la parte interna del mapa, para dar soporte al símbolo adquiriendo mayor seriedad.

c) Una tipografía primaria que acompaña a la imagen no especificada, aplicándose sin restricción alguna en la parte inferior o a los lados de ésta.

d) Utilización de color no característico, siendo aplicado por lo general el negro tanto en el mapa como en la retícula y la tipografía. En caso de eventos especiales en los que se requiriera impresión emplean el verde en distintas tonalidades, sin lineamientos establecidos.

4.1.2 ANALISIS.

Mediante el análisis de la imagen y características de la dependencia, se mencionan algunas observaciones de importancia:

1) Carece de una información visual correcta, al no representar las instalaciones, servicios características y objetivos del parque. Por lo tanto no transmite un

mensaje real al receptor, implicando una correspondencia errónea de su contenido.

2) No contiene características funcionales de visualización, ocasionando reducción del impacto visual, fuerza, y personalidad.

3) Falta de originalidad, por ser una imagen común, que no aporta algo nuevo ni evocador.

4) Carece de resolución gráfica, lo que ocasiona que no sea una imagen sintética.

5) Uso incorrecto de la tipografía primaria por no ser característica, deteriorando a la imagen y causando un pobre impacto que suprime la personalidad que debiera tener.

6) Falta de utilización específica de colores que intensifiquen la imagen, lo que reduce la memorización del espectador.

7) Necesidad de una mayor difusión de la imagen, lo que suprime una identificación idónea, provocando que el posible usuario no asista al parque por falta de conocimiento, lo que conlleva a una disminución de aprovechamiento integral del parque.

8) No existe un " Manual de Normas " en el que se especifique las características, usos y restricciones de la imagen, lo que provoca que no se asegure una correcta utilización de la identidad.

4.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Elaborar una Identidad Gráfica del Parque Estado de México Naucalli, que satisfaga los requerimientos actuales y futuros, con una imagen funcional y agradable al espectador, que logre una adecuada difusión del mensaje.

4.2.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO.

- 1) Crear una Identidad Gráfica del Parque Estado de México Naucalli, adecuada a sus problemas y necesidades.
- 2) Diseñar una imagen funcional y agradable al espectador, con un significado visual correcto.
- 3) Realizar un Manual de Normas, que permita que la imagen no se altere o se aleje de los lineamientos para los que fue creada.
- 4) Lograr una adecuada difusión del mensaje que permita acrecentar la conciencia de Identidad.

4.3 CARACTERISTICAS DE LA IDENTIDAD GRAFICA.

Para cubrir las expectativas planteadas de una identidad fundamentada con los objetivos del parque, se consideró que las características que debe contener son:

- a) Ser fácilmente memorizable, versátil y armónica, ya que el parque cuenta con diversas instalaciones recreativas, sociales, deportivas y culturales.
- b) Tener fuerza e impacto, con un significado que corresponda a las diferentes actividades realizables.
- c) Inspirar confianza al espectador, por lo que debe ser estable.
- d) Contener una tipografía clara, que refuerce a la imagen.
- e) Poseer un color o colores que recuerden la función del parque, por lo que deben ser armónicos, estables y dinámicos.
- f) Contener una adecuada combinación de elementos gráficos, para una imagen óptima en su función.

f) Contener una adecuada combinación de elementos gráficos, para una imagen óptima en su función.

g) Debe lograrse una buena difusión de la imagen, con la finalidad de transmitir correctamente el mensaje, con aplicación en forma bi y tridimensional.

4.4 PERFIL DE LA IMAGEN.

4.4.1 ASPECTOS REPRESENTATIVOS.

Para el inicio de la etapa creativa, se consideraron varios aspectos que se mencionan a continuación:

1) El Parque Estado de México Naucalli, es una dependencia que posee diferentes instalaciones que tienen por finalidad:

a) Fomentar las actividades recreativas y deportivas, por lo que cuenta con espacios al aire libre con amplias áreas verdes.

b) Propiciar las actividades culturales para los diferentes sectores de la población. Con este fin cuenta con dos edificios denominados "Agora", (donde se realiza la exhibición y venta de obras pictóricas, escultóricas y libros), "Casa de la Cultura", (donde se imparten clases de índole artística).

2) Antecedentes Prehispánicos del área de Naucalpan.

4.4.2 CONCEPTOS REPRESENTATIVOS.

Mediante el análisis de los aspectos anteriores, se eligieron varios conceptos representativos del tema en cuestión:

1) **PARQUE.-** Conceptualizado como áreas verdes, árboles, naturaleza en general, sol, aire puro, amplios espacios, tranquilidad, libertad, dinamismo, entre otros.

2) **AGORA.-** Edificio central y el más importante del parque, con construcción piramidal, basada en las pirámides aztecas. Conceptualizada como estabilidad, seguridad, confianza, equilibrio, superación, etc.

3) **CASA DE CULTURA.-** Edificio de construcción piramidal, con la misma conceptualización que el anterior.

4) **NAUCALPAN. -** Significado en Náhuatl de "Lugar de cuatro barrios".

5) **TLATILCO.-** Significado en Náhuatl de "Lugar de cosas ocultas".

6) **TOTOLTEPEC. -** Significado en Náhuatl de "Lugar de aves".

7) **TOTOLINGA.-** Significado en Náhuatl de "Lugar de pájaros, naturaleza en vivo, y sobre todo cosas ocultas".

Estos elementos representativos fueron la base para el inicio de la etapa creativa, apoyándose en conceptos formales de diseño, para expresar gráficamente la imagen de manera satisfactoria.

4.5 DESARROLLO DEL PROYECTO.

El desarrollo secuencial del proyecto consta de las siguientes etapas:

a) Primeras imágenes.

b) Alternativas de solución.

c) Anteproyecto

- d) Variantes.
- e) Técnicas de representación visual.
- f) Selección tipográfica
- g) Propuesta final.
- h) Color
- i) Aplicaciones

4.5.1 PRIMERAS IMAGENES.

Son el resultado de transformar en imágenes los conceptos genéricos que se desean proyectar. Es recomendable realizar el mayor número de bocetos posibles para seleccionar posteriormente la mejor alternativa.

Para la realización de las primeras imágenes (Ver anexo 1), se consideraron dos elementos básicos para el desarrollo del diseño:

- 1) Construcciones piramidales con cuatro barras, esta forma se trabajo para englobar los aspectos de:
 - a) Antecedentes históricos del área de Naucalpan, sobresaliendo los conceptos de Tlatilco y Totolinga.
 - b) Agora.
 - c) Casa de Cultura.

2) Diferentes representaciones de árboles, buscando la mejor resolución para conceptualizar:

a) Parque.

b) Significado de Totoltepec y Totolinga.

4.5.2 ALTERNATIVAS DE SOLUCION.

Las alternativas de solución son el resultado de transformar y ordenar las primeras imágenes, eligiéndose aquellas que configuren el objetivo del problema conforme a diferentes niveles analíticos, la forma más el contenido darán como resultado una identidad gráfica integrada por elementos propios del diseño.

En las alternativas de solución se trabajaron tres imágenes. (Ver anexo 2).

En las dos primeras alternativas se manejaron combinaciones del árbol y la pirámide .

La tercera alternativa se rigió bajo el criterio de lograr un logotipo, uniendo la tipografía a un árbol, formando con este último elemento una letra.

4.5.3 ANTEPROYECTO.

El anteproyecto es la determinación de la alternativa de solución que de acuerdo a su síntesis conceptual y al criterio del diseñador sea la óptima.

Consta de tres elementos : una pirámide de cinco barras, un árbol, y el sol. (Ver anexo 3).

Está ubicado el árbol en primer plano, con técnica de masa para enfatizar una dimensión y obtener mayor fuerza visual, ya que la idea primordial es la representación de un parque.

La justificación del árbol ubicado del lado izquierdo se realizó en base al concepto de que el ojo favorece el campo visual izquierdo, debido según diferentes teorías a la influencia de los hábitos orientales de impresión , al aprendizaje de la lecto-escritura de izquierda a derecha, y a la predominancia cerebral del lado izquierdo en el caso de las personas diestras . (Donis, 1976).

En un segundo plano se encuentra la pirámide escalonada, con cinco barras, incluida dentro de ésta al sol, en técnica de línea, con lo que se logra una diferenciación de planos y por consiguiente de la forma.

La pirámide adquiere una mayor integración en la composición, al combinar sus cinco elementos con las cinco palabras de la razón social.

El tercer elemento representativo que se incluyó fue el sol, asociándose con el círculo que conlleva a los conceptos de calidez y protección, la forma direccional curva tiene significados asociados al encuadramiento, la repetición y el calor. (Donis , 1976).

El sol, refuerza los conceptos siguientes:

a) Parque.

b) Significado de Totolinga, lugar de pájaros y naturaleza en vivo.

Al incluir al sol dentro de la pirámide apoya claramente el concepto de " Cosas Ocultas".

4.5.4 VARIANTES.

Las variantes se consideran la etapa en la que teniendo resuelto el anteproyecto se realizan ajustes, buscando la mejor resolución.

En este caso se trabajaron tres imágenes, las dos primeras constan de la misma pirámide con el sol, variando el tipo de árbol. La tercer variante consta de la pirámide invertida con las mismas características que las anteriores, con un árbol que se consideró el óptimo en su función. (Ver anexo 4).

En las tres variantes se cambió el corte izquierdo de la pirámide. Debido a que en previo análisis de la imagen, el lado derecho de la pirámide con la escalinata tenía mayor peso visual que el lado izquierdo, mediante este cambio se logró obtener una mayor estabilidad en la composición del diseño y por consiguiente un mayor equilibrio.

El concepto de equilibrio se buscó, por tener influencias psicológicas y físicas relevantes sobre la percepción humana, debido a la necesidad que tiene el hombre de tener los dos pies firmemente asentados sobre el suelo, y de permanecer vertical en cualquier circunstancia. El equilibrio es la referencia visual más fuerte y firme en la percepción, su base conciente e inconciente sirve para la formulación de juicios visuales. No existe un método de cálculo tan rápido, exacto y automático, como la sensación intuitiva de equilibrio que es inherente a la percepción. (Donis, 1976).

4.5.5 TECNICAS DE REPRESENTACION VISUAL.

Las técnicas de representación visual que se trabajaron en la pirámide fueron las siguientes (Ver anexo 5).

- 1) En masa
- 2) Con ashurado
- 3) En línea
- 4) En aro masa.

De estas técnicas se eligió trabajar la de línea, ya que se obtiene una mayor diferenciación de planos, además de obtenerse un mayor dinamismo, que refuerza las actividades del parque.

En el caso del árbol no se trabajaron otras técnicas, ya que desde los inicios se consideró el elemento más importante a representar, obteniendo mayor fuerza en técnica de masa.

4.5.6 SELECCION TIPOGRAFICA.

Se trabajaron diferentes familias tipográficas, con la idea de elegir la que combinara mejor con la imagen, para lograr de esta forma un mayor impacto visual y una mayor estabilidad en su conjunto. (Ver anexo 6).

Las familias que se utilizaron fueron:

- a) Isbell Bold.

b) Italia Medium.

c) Korinna Bold.

d) Surprise Medium.

Se consideró, que la óptima en combinación con la imagen es la Surprise Medium.

4.5.7 PROPUESTA FINAL

La Identidad Gráfica del Parque Estado de México Naucalli, consta de una pirámide con escalinata del lado derecho, un árbol del lado izquierdo continuado con una pleca, entre este último elemento y la pirámide se encuentra representado el sol. (Ver anexo 7). En la parte inferior de la imagen se encuentra la tipografía primaria del tipo Surprise Medium, para reforzar al diseño.

Los colores utilizados para la aplicación del diseño son el gris y el verde.

Nota.

Para especificaciones en cuanto al diseño de la Identidad Gráfica, ver el Manual de Usos y Aplicaciones.

CAPITULO V.

MANUAL DE USOS Y APLICACIONES.

La identidad gráfica generalmente se acompaña de un Manual de Usos y Aplicaciones. Este presenta el trazo del símbolo, el logotipo, la tipografía y el color.

Estos elementos deben presentar la personalidad de la organización, mediante los usos correctos e incorrectos de la imagen, así como las aplicaciones tanto en papelería como en publicaciones e impresos en general, usos en uniformes, medios de transporte, entre otros.

Toda esta información se utilizará con el fin, de que la imagen no se deforme o sufra cambios, que pudieran provocar que se aleje de los lineamientos para los que fue creada originalmente.

Cualquier cambio en las proporciones, el orden, el color o la composición de la identidad en general, deberán especificarse claramente en el Manual.

En el Manual se incluye el texto informativo y de consulta, que contiene todas las normas para la elaboración y uso de la imagen, utilizándose como guía tanto por los diseñadores, impresores o cualquier otra persona que maneje de alguna forma la identidad gráfica de la organización.

5.1 SIMBOLO

El símbolo, es la representación gráfica de la organización, por lo que es un elemento de suma importancia, por ser la primera impresión que se dará al público, en donde se encuentra el consumidor de sus productos y/o servicios.

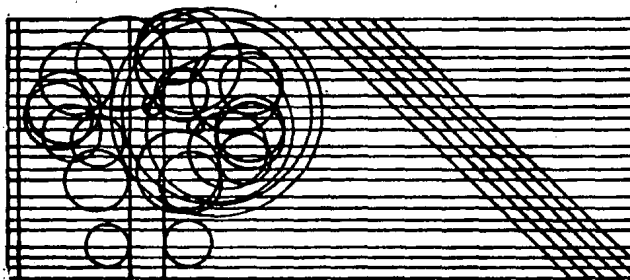
Por esta razón debe sintetizar en unos cuantos trazos la actividad, y objetivos de la organización, debiendo causar un impacto psicológico al espectador, creando niveles de memorización.

La estructura del símbolo del Parque Estado de México Naucalli, consta de una pirámide de cinco barras con escalinata del lado derecho, un árbol del lado izquierdo; entre este último elemento y la pirámide se encuentra representado el sol, incluyendo la razón social en la parte inferior.



5.2 TRAZOS AUXILIARES.

Para la construcción del símbolo se requiere de los trazos auxiliares para definir exactamente su estructura geométrica, y de esta forma lograr una mejor resolución de la imagen en su composición. A continuación se presentan los trazos auxiliares de la imagen.



5.3 RETICULA.

Con el fin de que los elementos gráficos que integran la imagen tengan funcionalidad en cuanto a visualización, proporción e identificación, en cualquier área en las que se apliquen, se creó un sistema reticular que responde a las necesidades gráficas de éstos.

Sus elementos son modulares, repetitivos e idénticos. Para la reproducción por medio de la cuadrícula bastará dar un valor "X", a cada uno de los cuadros y con un conteo cuidadoso permitirá localizar el cuadro, tamaño y forma a seguir. Esto se realiza con la finalidad de ubicar el símbolo y la tipografía en el espacio correspondiente.

Este sistema facilita y asegura una fiel reproducción del símbolo, respetando la relación entre sus elementos.

Tiene como objeto mostrar la proporción exacta que debe existir. Siempre que se reproduzca el símbolo, las proporciones mostradas en la retícula deben conservarse iguales no importando que se hagan ampliaciones o reducciones, es decir se deberá manejar a escala, utilizándose 34 campos a lo ancho y 16 campos a lo largo.



5.4 TIPOGRAFIA.

La tipografía, es un punto importante para la optimización de la Identidad Gráfica, ya que el uso adecuado y coordinado, al igual que el de los demás elementos gráficos de la imagen, denotarán el estilo propio de la organización.

La tipografía habla por sí sola, apoya al símbolo adquiriendo un mayor soporte y estabilidad.

En la elaboración de la Identidad Gráfica para el uso en papelería se requiere de dos familias tipográficas: la primaria y la secundaria .

5.4.1 TIPOGRAFIA PRIMARIA .

La tipografía primaria, está destinada para utilizarse en primera instancia en el logotipo y razón social de la organización.

El tipo seleccionado es: Surprise Medium, por ser legible, estable, y con carácter además de integrarse adecuadamente con el diseño.

Refuerza al símbolo por contener en los patines una terminación en forma de greca, que le imparte un aspecto evocador de una cultura, con lo que se apoya este aspecto tan importante en el parque.

En conjunto con el símbolo, deberá manejarse en las proporciones mostradas en la retícula, respetando la separación entre los elementos, para lograr una adecuada legibilidad.

La tipografía deberá justificarse del lado izquierdo, con el corte de la pirámide y la pleca del árbol.

SURPRISE MEDIUM

**ABCDEFGHIJK
LMNOPQRSST
UVWXYZ:aaα
bcdeefgghijkl
mnopqrssstuv!
wxyz.1234567/
890GNOE.ÆO%?**

5.4.2 TIPOGRAFIA SECUNDARIA.

La tipografía secundaria, se emplea para la información complementaria, refiriendo los datos de ubicación (dirección, teléfonos, etc.), que acompañan a la razón social de la organización así como los textos de tipo legal (textos y formas de papelería).

Se eligió el tipo Univers Medium, por ser sencillo, legible y universal, lo que se considera óptimo para complementar los comunicados que se tengan que difundir.

Otra ventaja que presenta, es la de ser accesible, ya que es de fácil obtención en el mercado.

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
TUVWXYZŒ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
yz123456789
0£\$%&?!(~̄.°)

5.5 COLOR

El color tiene propiedades culturales y asociativas, desempeña un papel importante en la comunicación gráfica, aportando mayor fuerza a los elementos visuales para adquirir un mejor impacto, creando por lo tanto una plena identificación.

La aplicación de color, es una de las herramientas más importantes y versátiles, dado que las variaciones y combinaciones dentro del espectro pueden emplearse para modificar la percepción del material visual.

Toda organización debe tener un color propio y distintivo que la represente.

En el caso del Parque Estado de México Naucalli los colores elegidos, fueron:

1) El verde.- Se seleccionó, por ser el más representativo de un parque, ya que tiene relación directa con el follaje, los árboles, y las áreas verdes; se asocia con la naturaleza, el campo y la vegetación, es fresco y húmedo.

Se piensa que es relajante para el ser humano, se le relaciona con la seguridad y estabilidad, representa la vida y el poder permanente y silencioso de la naturaleza. Su tono parece producir cierto sosiego al espíritu.

El color verde deberá aplicarse sólo en el árbol, su clasificación del sistema Pantone corresponde al número 347 U.

2) El gris.- Es un color fino, elegante y sobrio que expresa sentimientos intelectuales. El hombre citadino lo considera el primero y el único del medio ambiente humano, masivo, mecánico, metálico, ya que se encuentra en el cemento, los bloques de color, la ceniza, las oficinas, y la maquinaria pesada, por lo que se le relaciona con la industria y los negocios.

Sugiere inteligencia, sabiduría, y algunas veces un toque de distinción; puede representar tanto pensamientos claros como por el contrario confusión y pérdida de individualidad.

Por la cual se eligió para representar al Parque Estado de México Naucalli, por ser una dependencia seria y distinguida.

Su clasificación es 423 U, deberá aplicarse en la pirámide, en la tipografía primaria, en el escudo del H. Ayuntamiento de Naucalpan, y en todos los trazos y tipografía secundaria de las formas impresas que se requieran.



5.6 TAMAÑOS MINIMOS Y MAXIMOS.

Es importante determinar el tamaño mínimo de reducción, ya que de lo contrario se corre el riesgo de perder la legibilidad tanto de la imagen como de la tipografía, sobre todo en soportes gráficos donde se requiera tamaños pequeños.

Para conservar las características de funcionalidad y percepción se recomienda utilizar un tamaño mínimo de 2.4 cm. de ancho.

Los diseños que se elaboren, se ajustarán a la reducción del símbolo y no por el contrario.

En lo que se refiere a ampliaciones del símbolo, podrán ser tan grandes como se requiera, siempre y cuando se respeten sus proporciones.



5.7 AREA MINIMA DE CONTROL DE AIRE.

También, se le denomina área de protección, que como su nombre lo indica trata de evitar que el símbolo y la tipografía pierdan sus cualidades al hacer uso en cualquier formato.

Se debe considerar un espacio mínimo de aire a su alrededor, para no estorbar ni entorpecer la lectura, aun cuando existan otros elementos ya sean gráficos o tipográficos.

Esta área debe ser proporcional al símbolo y la tipografía para lograr una óptima visualización y adquirir una jerarquía entre los demás elementos.

Este espacio se definió tomando como base la altura de dos eslabones de la pirámide y la separación que existe entre éstos, la medida especificada es de 6.5 mm. como se indica en la figura.



5.8 RESTRICCIONES Y USOS INCORRECTOS.

Toda aportación para modificar la identidad gráfica en su totalidad por bien intencionada que sea, puede ser peligrosa y desvirtuará su consistencia alejándola de los objetivos para los que fue diseñada.

Por interesante que pueda resultar un cambio, no se justifica realizarlo al menos que el departamento de diseño que es el encargado, haga una evaluación de los riesgos que pudiera conllevar y lo autorice.

A continuación se mencionan y se esquematizan algunos de los errores más frecuentes en los que se puede incurrir:

- a) Alteración de la proporción
- b) Utilización de recuadros
- c) Utilización de otras tipografías
- d) Cambio de posición de cualquiera de los elementos
- e) Agrerar texturas al símbolo
- f) Cambio de separación entre los elementos gráficos
- g) Alteración de los colores

RESTRICCIONES Y USOS INCORRECTOS

a)



b)



c)



d)



e)



f)



5.9 APLICACIONES DE LA IDENTIDAD GRAFICA.

5.9.1 PAPELERIA

La papelería representa uno de los medios más importantes en la difusión de la identidad por su alta frecuencia de uso en comunicaciones escritas.

Sólo unos cuantos medios de comunicación son tan vitales como la papelería, que tiene por objeto transmitir un mensaje individual escrito.

Es una de las principales vías para conseguir la identificación gráfica al nivel del personal, que labora en ella.

En el Parque Estado de México Naucalli la papelería que se utiliza es:

- a) Hoja carta**
- b) Sobre**
- c) Fólder**
- d) Tarjeta de presentación**
- e) Credencial para usuarios**
- f) Memorándum**
- g) Comprobante de gastos**
- h) Control de almacén**
- i) Recibo de ingresos y egresos**
- j) Tarjeta de control de asistencia para empleados**

Siempre que se genere cualquier formato deben seguirse los pasos que a continuación se mencionan:

- 1) Determinar el tamaño del papel que se va a emplear, al igual que el formato (vertical u horizontal).**
- 2) Definir qué datos se incluirán en el formato.**
- 3) Determinar las áreas del diseño.**
- 4) Utilizar la identidad con las especificaciones ya mencionadas.**
- 5) En los formatos de papelería, se incluirá el escudo del H. Ayuntamiento de Naucalpan.**
- 6) En caso de impresión, aplicar el color gris en toda la tipografía secundaria y en todos los trazos que se requiera.**

Estas especificaciones deberán respetarse siguiendo los lineamientos establecidos, para obtener una óptima funcionalidad en el diseño y su aplicación.

HOJA CARTA



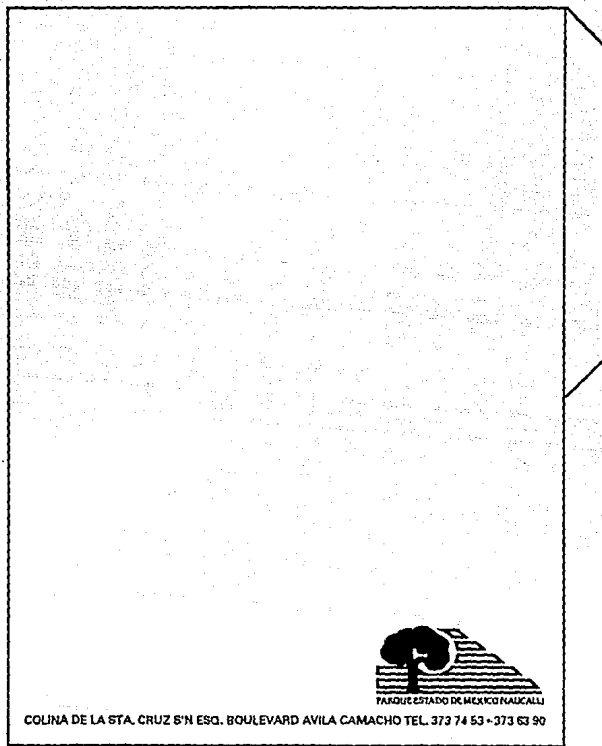
COLINA DE LA STA. CRUZ S'N ESQ. BOULEVARD AVILA CAMACHO TEL. 373 74 53 • 373 63 90

SOBRE

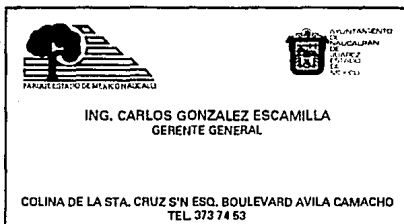
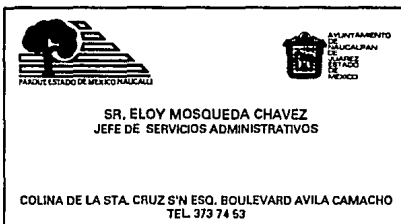


COLINA DE LA STA. CRUZ S/N ESQ. BOULEVARD AVILA CAMACHO TEL. 373 74 53 • 373 63 90


FOLDER




TARJETA DE PRESENTACION



CREDENCIAL PARA USUARIOS



ESTADO DE MEXICO
PARQUE ESTADAL DE MEXICO RAUCALQUI



ALCALDIA MUNICIPAL
DE RAUCALQUI
MUNICIPIO DE RAUCALQUI

NOMBRE _____

EDAD _____ SEXO M F

HORARIO _____

ACTIVIDAD _____

GRUPO _____

FIRMA _____

FECHA INSCRIPCION _____

VIGENCIA	REG. NUMERO	
MES	PAGOS	MES

COORDINADOR DEPORTE
GERENTE DEL PARQUE



MEMORANDUM





MEMORANDUM





COMPROBANTE DE GASTOS.



 GOBIERNO DEL ESTADO DE MEXICO GOVERNMENT OF MEXICO	 DEPARTAMENTO DE EDUCACION DEPARTAMENTO DE EDUCACION DE MEXICO							
FECHA EMISION DAY MONTH YEAR	COMPROBANTE DE GASTOS	No. FOLIO						
NOMBRE								
CONCEPTO								
COMBINADO CON:		CLAVE PROGRAMATICA						
VIAJE A:	No. CAMIONETA	<table border="1" style="font-size: x-small; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>MESES</td> <td>DIAS</td> <td>ANOS</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>	MESES	DIAS	ANOS			
MESES	DIAS	ANOS						
RECIBO	REVISO	AUTORIZO						

CONTROL DE ALMACEN



 <small>GOBIERNO DEL ESTADO DE MEXICO</small> <small>SECRETARÍA DE ECONOMÍA</small>	<h2 style="margin: 0;">CONTROL DE ALMACEN</h2>	 <small>MUNICIPIO DE CUICUILPAN</small> <small>SECRETARÍA DE ECONOMÍA</small>	
FECHA _____	No. _____		
CANT.	UNID.	DESCRIPCION	OBSERVACIONES
RECIBIO	V.B.		ENTREGO
NOMBRE Y FIRMA		NOMBRE Y FIRMA	

RECIBO DE INGRESOS Y EGRESOS

 GOBIERNO DEL ESTADO DE MEXICO NAUCALPAN	RECIBO DE INGRESOS	 AYUNTAMIENTO DE NAUCALPAN MUNICIPIO DE NAUCALPAN ESTADO DE MEXICO
R.F.C.	FECHA	RECIBIDOS DE
BOI 770330-888		
CANTIDAD NUM.	CANTIDAD LETRA	
\$		
POR CONCEPTO		M.N.)
RECIBO	REVISO	Vd. So.

 GOBIERNO DEL ESTADO DE MEXICO NAUCALPAN	RECIBO DE EGRESOS	 AYUNTAMIENTO DE NAUCALPAN MUNICIPIO DE NAUCALPAN ESTADO DE MEXICO
FECHA	BUENO POR \$	
RECIBI DEL H. AYUNTAMIENTO DE NAUCALPAN LA CANTIDAD DE \$ _____		
POR CONCEPTO DE:		

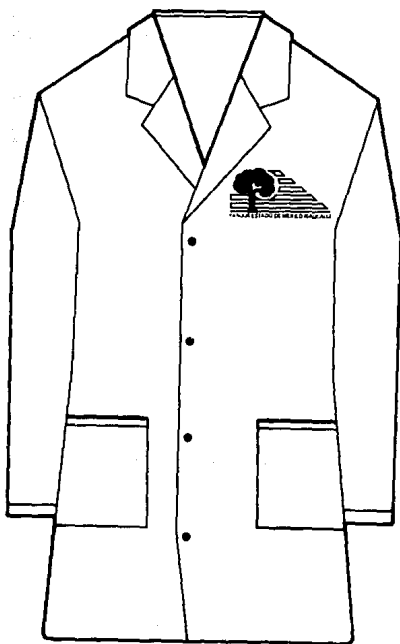
TARJETA DE CONTROL DE ASISTENCIA

 AYUNTAMIENTO DE COLCALPAN MUNICIPIO DE COLCALPAN ESTADO DE QUERO		 INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y CENSOS																																
COMPROBANTE DE ASISTENCIA																																		
NOMBRE _____		Nº TARJETA <div style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 50px;"></div>																																
CATEGORÍA _____																																		
DEPENDENCIA _____																																		
FIRMA																																		
SE	1	M	E	S	E	M	E	S	E	M	E	S	E	M	E	S	E	M	E	S	E	M	E	S	E	M	E	S	E	M	E	S	E	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8
9	2	4	1	2	6	1	2	7	1	3	2	8	1	4	2	9	1	5	3	0	3	1	2	5	1	2	6	1	2	7	1	3	2	

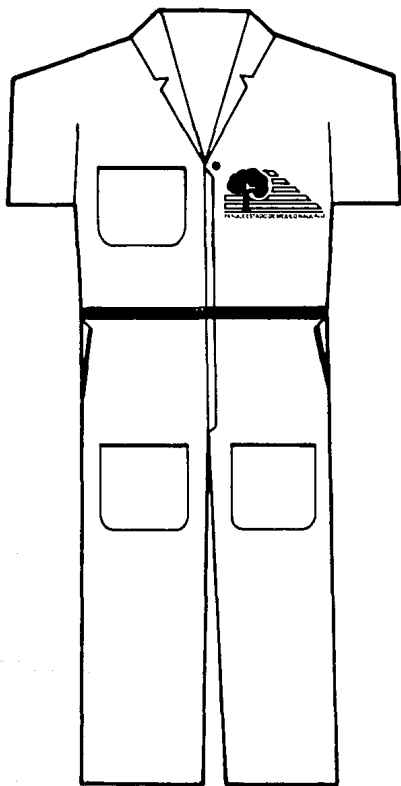
DASP-04

6.0 UNIFORMES

Existe un sinnúmero de sistemas para la identificación de uniformes, van desde la impresión hasta el bordado, que serán de acuerdo a las posibilidades económicas existentes. Para el personal de limpieza y mantenimiento se recomienda emplear overoles y batas azul marino, con la imagen impresa o bordada, ubicándose en el lado superior izquierdo, con las especificaciones y colores ya establecidos.



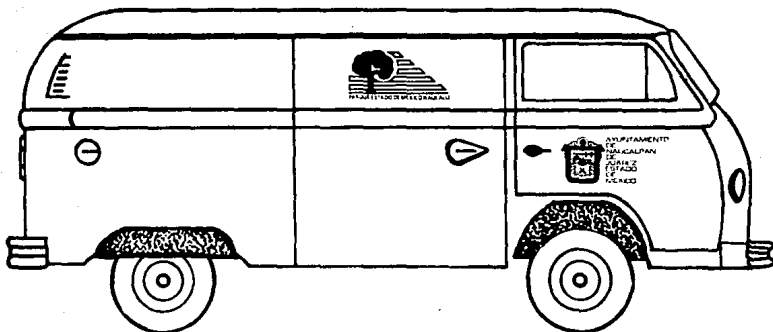
UNIFORMES



6.1 VEHICULOS

Para lograr una identidad gráfica completa, es necesario incluir los vehículos que se emplean para dar servicio ya que al viajar a diversas zonas de la ciudad pueden utilizarse como medio de comunicación.

Los vehículos que generalmente se usan son marca V.W. Combi, de color blanco, con la imagen pintada en un costado de la puerta.



6.2 ARTICULOS PROMOCIONALES

Los artículos promocionales, son un excelente medio de dar a conocer una organización, ya que el individuo al recibir un obsequio y utilizarlo, está en constante interacción con la identidad gráfica, lo que crea niveles de recordación altos.

Los artículos promocionales pueden ser muy variados y generalmente dependen de los recursos económicos disponibles, pueden ser desde un simple lápiz hasta artículos más sofisticados como portafolios, agendas, pisapapeles, entre otros.

Se propone como un promocional importante para la difusión del parque, emplear calcomanías que se colocarán en los automóviles de los usuarios, con el fin de que la imagen sea identificada, aún por personas ajenas al parque.

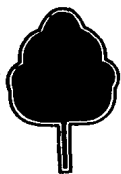
Se muestra una calcomanía con las especificaciones correspondientes del diseño.



ANEXOS

ANEXO 1
PRIMERAS IMAGENES





ANEXO 2
ALTERNATIVAS DE SOLUCION

a)



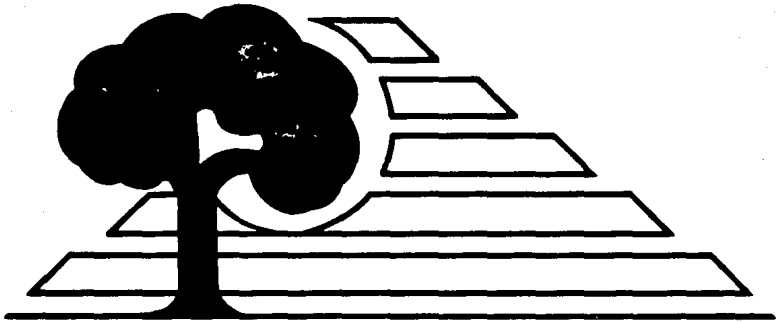
b)



c)



ANEXO 3
ANTEPROYECTO



ANEXO 4 VARIANTES

a)



b)



c)



ANEXO 5
TECNICAS DE REPRESENTACION
VISUAL

a)



b)



c)



d)



ANEXO 7
PROPUESTA FINAL



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

1) Con la firma del "Tratado de Libre Comercio", entre México, Estados Unidos y Canadá, carreras como Diseño gráfico, Mercadotecnia y Publicidad, tendrán gran auge, ya que las empresas mexicanas deberán competir internacionalmente por lo que requerirán de una Identidad Gráfica clara y definida acorde a sus objetivos y características.

2) El diseño de una Identidad Gráfica adecuada, es importante para las organizaciones, ya que éstas adquieren una personalidad propia que les permite identificarse en el medio, lo que puede producirse en mayores ventas en el caso de corporaciones que perciben lucro, o un mayor flujo de usuarios y mejor desenvolvimiento en el caso de instituciones.

3) Debido al creciente problema de contaminación existente en la Ciudad de México, se hace necesaria la creación y conservación de áreas verdes esenciales para la producción de oxígeno, indispensable para la vida.

4) Los antecedentes gráficos del parque, no reflejaban las características que posee, lo que ocasionaba una pobre difusión del mensaje, y una concepción errónea de la organización oprimiendo el desarrollo total e integral de ésta.

5) El diseño de la Identidad Gráfica propuesta, cumple con las expectativas actuales y futuras del Parque Estado de México Naucalli, ya que permite la fácil identificación al usuario, por representar los diversos servicios que ofrece.

6) Esta Identidad fue creada en base a los antecedentes históricos de la zona, a sus objetivos y características, por lo tanto permite una clara identificación visual del parque, y una diferenciación con otros, permitiéndole poseer una imagen propia.

7) Se recomienda no realizar cambios en la identidad que no se especifiquen claramente en el Manual de Usos y Aplicaciones, ya que podría alejarse de los lineamientos para los que fue creada.

BIBLIOGRAFIA

Bowen, B.L. y Ballinger, R.A., Sign, Symbol and Form, New York, Vand Nostrand Reinhold Col., 1972

Chávez Norberto. La Imagen Corporativa. Editorial Gustavo Gili. Barcelona 1988. Costa, Joan. Imagen global. Evolución del diseño de identidad. Barcelona, Ceac. 1987. (Enciclopedia del diseño).

Donis, A. Dondis. La sintaxis de la imagen. Versión castellana de Justo G. Beramendi. Barcelona Gustavo Gili, 1976 (Comunicación Visual)..

Eksell, Ole. Corporate Desing Programs, translated from the Swedish by Charles Harrison W. Londres, Studio Vista/ Reinhold, 1967.

Ferritsen, F., Theory and Practice of Colour, Van Nostrand Reinhold Company, 1975.

Fortson R. James. Serie de Obras Literarias "Papeles" Impresora y editora Cocoyoc, S.A. 1984.

Frutiger, Adrian. Signos, Símbolos, Marcas y Señales. Versión castellana de Carlos Sanchez. Barcelona. Gustavo Gili.

García, Ramón, Pelayo y Gross. Pequeño Larousse Ilustrado. Editora de Periódicos S.C.L., La Prensa. México 1990.

Gerritsen, Frans. Color Apariencia Optica medio de expresión artística y fenómeno físico. Versión castellana de Eduardo Sans. Barcelona, Blume 1976.

Gerstner, Karl. Diseñar Programas. Versión castellana de Michael Faber K. Barcelona, Gustavo Gili, 1979

Hayten, Peter J. El color en las Artes. 3 ed.. Barcelona, L.E.D.A. 1976 (Las ediciones del arte).

Kepes, G., Sign, Image, Symbol, New York, George Braziller, Inc., 1976.

Kleppners Otto. Manual de Publicidad. 9a. ed. Edición esp. Prwtice-Hall Hispanoamericana. 1988

Kuppers, Harald. Fundamentos de la teoría de los colores. 2a. ed. Versión castellana de Michael Faber K. Barcelona, Gustavo Gili, 1882.

Marión, March. Tipografía Creativa. G.G.S.A. México, Barcelona 1989.

Llovet, Jordi. Ideología y Metodología del Diseño. Barcelona, Gustavo Gili, 1979.

Munari, Bruno. Diseño y Comunicación Visual. 4a. ed. Versión castellana de Francesc Serra. Barcelona, Gustavo Gili, 1980.

Motto, Nakanashi. Corporate Design Systems 1. The Cocomas Commitee, first published in Japan, by the publicacion department, Sanno Institute of Business Administration 1979.

Murphy, John. Rowe Michael. Cómo Diseñar Marcas y Logotipos. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona 1989.

Olea Oscar y González L. Carlos. Análisis y Diseño Lógico. Ed. Trillas, México 1976.

Olins, W., The Corporate Personality, and inquire into the nature of Corporate Identity, Gran Bretaña, Desing Council, 1978.

Vinyeta, Martin. Dibujando Marcas. Ediciones CEAC. Barcelona, España. 2a.ed. 1969.