

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE
MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

IMAGEN DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL DE
LA ESCUELA MILITAR DE ODONTOLOGIA

T E S I S

que para obtener el título de

Licenciado en Diseño Gráfico

p r e s e n t a:

MA. DEL PILAR CANEDO MACOUZET

México, D. F.

1982



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INDICE

	Pág.
INTRODUCCION.	8
CAPITULO 1. DISEÑO GRAFICO	11
1.1 Visión General del Diseño y la Bauhaus	11
1.2 Diseño	12
1.3 Diseño Gráfico	13
1.3.1 Importancia del Diseño Gráfico	14
1.3.2 Importancia de la Comunicación en el Diseño Gráfico	14
CAPITULO 2. IMAGEN DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	15
2.1 Simbología	15
2.2 Imagen	16
2.3 Identidad	16
2.4 Imagen de Identidad Institucional	17
2.4.1 Requerimientos de la Identidad Institucional	17
	4

2.4.2	Finalidades de la Identidad Institucional	17
2.4.3	Elementos Básicos de la Identidad Institucional	18
2.4.3.1	Razón Social	18
2.4.3.2	Nombre	18
2.4.3.3	Símbolo	18
2.4.3.3.1	Fonograma	18
2.4.3.3.2	Logograma	19
2.4.3.3.3	Logotipo	20
2.4.3.4	Tipografía	20
2.4.3.5	Color	20
2.4.3.5.1	Psicología del Color	21
2.4.3.5.2	Significado y Características de los Colores	21
CAPITULO 3.	ESCUELA MILITAR DE ODONTOLOGIA	24
3.1	Planteamiento de la Demanda	25
3.2	Antecedentes Históricos	26
3.3	Objetivos	27
3.4	Organización Física y Académica	29
3.5	Funciones y Actividades	30
3.6	Ubicación	30
CAPITULO 4.	PROCESO DE DISEÑO DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL DE LA ESCUELA MILITAR DE ODONTOLOGIA	31
4.1	Planteamiento de la Demanda	31
4.2	Ubicación	31

4.3	Destino	32
4.3.1	Características Generales	32
4.3.2	Características Particulares	32
4.4	Economía	33
4.5	Jerarquización	33
4.6	Proceso de Diseño	34
4.7	Proceso de Realización	34
4.7.1	Tipografía	34
4.7.2	Color	34
4.8	Importancia del Manual de Aplicación de la Imagen de Identidad Institucional y sus Elementos Básicos	35

CAPITULO 5. MANUAL DE APLICACION DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL DE LA ESCUELA MILITAR DE ODONTOLOGIA 37

5.1	Símbolo	37
5.1.1	Sistema de Trazo	37
5.1.2	Retícula de Reproducción	43
5.1.3	Restricción de Areas	44
5.1.4	Uso Incorrecto	45
5.1.5	Alternativas	46
5.1.6	Reducciones	47
5.2	Tipografía	48
5.2.1	Abecedario	49
5.2.2	Formación Tipográfica	50
5.2.3	Espaciamiento Tipográfico	51
5.2.4	Retícula de Reproducción	51
5.2.5	Restricción de Areas	52

5.3	Conjunto Gráfico	53
5.3.1	Retícula de Reproducción	53
5.3.2	Restricción de Areas	54
5.3.3	Ubicación y Proporción	55
5.3.4	Uso Incorrecto	56
5.3.5	Reducciones	58
5.4	Color Institucional	59
5.5	Alternativas	60
5.6	Tipografía Secundaria	61
5.7	Papelería	62
CAPITULO 6. Conclusiones		69
Citas Bibliográficas		71
Bibliografía		73

INTRODUCCION

En el presente estudio se pretende primordialmente, hacer ver y entender al público, la importancia del símbolo como identidad y dar soluciones a un problema real de diseño; que surge de la necesidad de una Institución, de crearse una imagen propia y fácilmente identificable, que le dé carácter, personalidad y que impulse su desarrollo.

Para lograr que este diseño logre su función, antes de ser concebido como tal, será necesario seguir un proceso y una metodología de trabajo. La metodología general de esta tesis comprenderá:

I. ETAPA DE ESTUDIO:

- Investigación.
- Análisis.
- Evaluación.
- Síntesis.

II. ETAPA DE PROYECCION:

- Primeras imágenes.
- Anteproyecto.
- Proyecto.

III. ETAPA DE REALIZACION:

- Programación.
- Presentación.

Esta metodología se basa en el método científico y será comprobada aplicándola a la Imagen de Identidad Institucional de la Escuela Militar de Odontología.

Para entender mejor donde se ubica el tema de esta tesis es necesario dar una introducción general del diseño y las áreas que abarca:

Siguiendo a Robert Gillam Scott y Víctor Papanek, que coinciden en su definición sobre el diseño, lo podemos definir como una disciplina y un acto fundamental de la humanidad que encaminado hacia una meta deseada y previsible constituyen un proceso de diseño (1).

El hombre ha tratado desde siempre, de establecer una comunicación valiéndose de elementos visuales o gráficos que representen sus actividades y pensamientos. El uso de estos elementos gráficos ha ido creciendo, evolucionando y adquiriendo fuerza a través del tiempo haciéndose cada vez más sencillos y atractivos, pero sin que se pierda por esto, la respuesta que busca obtener el emisor del receptor al proponer su mensaje por medio de la comunicación.

Dentro de las áreas del diseño se encuentra el diseño gráfico que surge como profesión creativa que viene a satisfacer necesidades de comunicación visual por medio de imágenes o elementos gráficos significativos.

El diseño gráfico abarca diferentes áreas como: Simbología, Cartel, Portadas, Folletos, Diseño de etiquetas y empaques, Ilustración, Televisión, Audiovisuales, Cine, etc.

Nos ocuparemos del área de la simbología, porque mediante ésta se dan soluciones al problema de comunicación, por medio de elementos e imágenes gráficas, que siendo suficientemente sencillas, legibles y atractivas nos ayudan a lograr la asimilación, funcionamiento e impacto esperado.

La Simbología abarca el campo de Imagen Institucional tanto Corporativa como Institucional, (la diferencia es que la primera persigue fines lucrativos). La Imagen de Identidad Institucional, es específicamente la parte que nos interesa y estudiaremos porque es a la cual corresponde el tema de esta tesis.

CAPITULO 1. DISEÑO GRAFICO

1.1 VISION GENERAL DEL DISEÑO Y LA BAUHAUS

Dentro del contexto mundial del diseño, podemos señalar que las artes aplicadas siempre han tratado de salir adelante, crear nuevas formas y modificar la producción de los objetos para embellecimiento de la vida diaria.

A partir de la revolución industrial cuando el triunfo pasó a manos de los hombres que controlaban las máquinas, los artistas se empezaron a preocupar por el pésimo terminado de los objetos de uso producidos por la industria. De esta manera surgen movimientos vanguardistas preocupados por solucionar los problemas "estético-formal".

En 1892 "El Art Nouveau" movimiento con base en las representaciones de la naturaleza logra aportar una revelación en las artes aplicadas, pero sin lograr satisfacer las necesidades de la industria.

Después de la guerra surge la idea de desarrollar una producción útil de las cosas para la vida práctica y la idea del arte al servicio de la vida pero industrializada.

El Constructivismo Ruso desarrolla nuevos métodos en las escuelas de artes y oficios que llegan a Europa y a la Bauhaus "que de cierta manera es el resultado de experiencias de movimientos vanguardistas de las artes aplicadas de diferentes países." (2)

La Bauhaus fundada en 1919 por Walter Gropius, Mies Van der Rohe y Meyer, logra formar colaboradores capaces de manejar la tecnología y la forma en igual medida y conjugar así industria y artesanía, de esta manera surgen lo que llamamos ahora: diseñadores.

“El objetivo principal de la Bauhaus, denota la principal intención de fusionar el Arte y el Diseño institucionalmente entre Academia de Bellas Artes y Escuela de Artes y Oficios, con tendencias a una Escuela de Diseño.” (3)

1.2 DISEÑO

El Diseño es una disciplina y un acto fundamental de la humanidad. “El diseño es la base de toda actividad humana. La planificación y normativa de todo acto dirigido a una meta deseada y previsible constituye un proceso de diseño.” (4)

El diseño existe como fuerza ordenadora en nuestro medio ambiente, desde disponer los lugares donde irá un mobiliario hasta la perfección de trazos geométricos.

La forma atractiva por la cual un diseño logra su propósito es su función. Para llegar a funcionar un diseño antes de ser concebido como tal, debe pasar por un proceso constituido por la planeación y arreglo de determinados factores a fin de lograr una meta y así la función de concentrar al mismo nivel que la estética de un diseño.

Las necesidades humanas son muy complejas, tanto las materiales como las abstractas, todas ellas presentan dos aspectos: uno funcional y otro de carácter expresivo. El aspecto de carácter expresivo en el caso del Diseño representa un lenguaje visual que manifiesta verdades sobre nuestras experiencias externas o internas que con palabras no se pueden expresar. En este sentido el Diseño constituye para el creador tanto como para la sociedad un medio vital para comprender y dar forma a la experiencia individual o masiva. (5)

Para la realización de un diseño es fundamental la existencia de un motivo, sin motivo o necesidad no hay diseño. Partiendo de un motivo éste nos va dando los lineamientos y nos sugieren formas y éstas a su vez los materiales y las herramientas apropiadas que utilizadas técnicamente bien, nos pueden llevar a lograr un buen diseño.

1.3 DISEÑO GRAFICO

Es una disciplina donde se conjugan la técnica y la creatividad con la comunicación.

La técnica es la herramienta necesaria en cada uno de los campos de aplicación del diseño para poder desarrollar las ideas preconcebidas por el diseñador.

El proceso creativo supone la aparición de un producto original, de una relación que surge por una parte de la necesidad del individuo y por otra de los materiales, acontecimientos, personas y circunstancias de su vida. La creación debe generar algo observable y original, lo que hace necesario compartirlo y esto hace posible la comunicación.

La comunicación es una transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, por medio de símbolos, palabras, figuras, gráficas, etc., con vista a una respuesta.

El Diseño Gráfico puede definirse también como una comunicación visual ya sea persuasiva o informativa, donde existe una integración de la estética con la unidad.

“Una disciplina que pretende satisfacer necesidades específicas de comunicación visual configurando, estructurando y sistematizando objetivamente mensajes significativos para su medio social.” (6)

1.3.1 IMPORTANCIA DEL DISEÑO GRAFICO

El Diseño Gráfico surge como una profesión creativa altamente complicada desde la Segunda Guerra mundial. Antes era conocido como un arte comercial (Bauhaus). (*)

Actúa como medio de comunicación masiva, que con ayuda de elementos gráficos (color, formas, proporciones etc.) representa una realidad satisfaciendo así una necesidad por medio de la transmisión de la información a nivel masivo.

El Diseño Gráfico ayuda a resolver los problemas de la comunicación que una sociedad se plantea. Para el desarrollo de cualquier tipo de diseño es necesario examinar la sociedad y las características culturales del sector al que va dirigido ese diseño. Sólo así surgirán nuevas alternativas de solución.

1.3.2 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACION EN EL DISEÑO GRAFICO

Se establece una comunicación siempre que existe un emisor, un receptor y un mensaje. Sólo si las palabras o cualquier tipo de código de comunicación son comunes tanto al emisor como al receptor puede existir realmente comunicación.

Aquí es donde entra la importancia del diseñador, que es el que puede lograr que se dé esta comunicación si sabe como manejar su creatividad y sus herramientas.

Es importante que el diseño refleje la idea perseguida del producto o servicio de la institución o corporación ya que si no lo logra, el impacto que transmita puede resultar negativo.

El tipo de comunicación que se dé puede ser casual o intencional. El Diseño Gráfico se ocupa de desarrollar la comunicación visual intencional, ésta se recibe con el significado querido y propuesto por la intención del emisor.

* Nota ver definición Pág. 11.

CAPITULO 2. IMAGEN DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL

2.1 SIMBOLOGIA

Dentro de las áreas del Diseño Gráfico se encuentra la simbología, que es donde el diseño busca comunicar un mensaje por medio de formas significativas (imágenes o símbolos. Estos símbolos se han vuelto con el tiempo cada vez más sencillos y legibles, para facilitar la asimilación y legibilidad para lograr un mejor impacto en el receptor.

“El área de simbología cubre los campos de identidad (corporativa e institucional), símbolos para señalamientos urbanos, peatonal y vehicular; manejo y uso de maquinaria e instrumentos varios.” (7)

Como reforzador de imágenes tenemos la tipografía, que al ser seleccionada de las diferentes variantes y con el color apropiado nos ayuda a obtener una riqueza plástica formal. La tipografía tiene una gran diversidad de aplicaciones, en ocasiones se utiliza como un solo elemento de composición en portadas, envases, etiquetas, carteles, etc. (*)

Esta tesis se desarrolla en el área de simbología y específicamente se enfoca en el campo de Imagen de Identidad Institucional.

* Nota ver definición de Tipografía, Pág. 20.

2.2 IMAGEN

Es la representación mental de un objeto percibido por los sentidos. Dentro del término, existen dos clases que se forman de acuerdo al conocimiento:

- Imagen Individual: formada por un conocimiento privado y su marco de referencia.
- Imagen Común: se forma a través de la comunicación y crea un lazo de unión y de entendimiento entre las personas.

En la interpretación y percepción de las imágenes, intervienen diferentes factores culturales y sociales.

“El proceso de comunicación es correcto cuando el receptor asigna a la señal el mismo mensaje que el emisor quería transmitir.” (8).

2.3 IDENTIDAD

El objeto de la identidad es trabajar hacia artículos de diseño suficientemente diferentes y coordinados para facilitar su identificación, darles un carácter propio y personificado por medio de elementos gráficos, y suficientemente sencillos y legibles para poder ser recordados por el sector al que van dirigidos.

“Cuando una identidad es concebida a manera de que cada uno de sus elementos sea compatible con el resto, la imagen proyectará fuerza y claridad, produciendo una personalidad y carácter particular que afirme y sostenga la auténtica esencia de la institución.” (9)

Existen dos tipos de Identidad:

- Identidad Corporativa
- Identidad Institucional

Estos dos tipos siguen un mismo proceso de realización, pero se diferencian porque cada uno persigue una función específica. Nosotros estudiaremos el tipo de Identidad Institucional que es la que corresponde al tema de esta tesis.

2.4 IMAGEN DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL.

Se le llama así a la imagen que una institución transmite por medio de la comunicación visual y gráfica, se compone de elementos que representan las características que le son inherentes a sus actividades.

Su finalidad es darse a conocer sin perseguir el lucro, y la Institución lo adopta para representarse en todas sus actividades y funciones.

Para lograr una buena identidad Institucional es indispensable una relación correcta entre el símbolo y el objeto, pues a través de ésta, la institución comunica la imagen de su servicio.

2.4.1 REQUERIMIENTOS DE LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL.

- Simplicidad: se refiere al grado de construcción.
- Legibilidad: se refiere al nivel de entendimiento.
- Alto nivel de identificación: depende de su carácter.
- Recordable: depende del impacto visual.
- Atractivo Gráficamente.

2.4.2 FINALIDADES DE LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL.

- Dar para la institución una identidad propia.
- Proponer una comunicación entre la institución y el público.
- Identificar los elementos gráficos con el sector al que van dirigidos.
- Lograr congruencia entre los elementos gráficos y el servicio ofrecido.
- Mejorar el empeño de las actividades internas de la Institución.

- Reportar beneficios a los objetivos de la Institución.
- Obtener una respuesta del público o sector al que va dirigido el servicio.
- Sugerir el carácter de la Institución, no sólo mostrar los objetivos o métodos.

2.4.3 ELEMENTOS BASICOS DE LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL.

2.4.3.1 RAZON SOCIAL.

Es el nombre con el que oficialmente está registrada la Institución. (10)

2.4.3.2 NOMBRE.

Denominación con que se conoce la institución frente al público, para individualizarla o distinguirla de las demás.

2.4.3.3 SIMBOLO.

Es la imagen gráfica principal que representa a una institución, identificándola ante los usuarios o consumidores para diferenciarla de las demás.

Su función principal es comunicar.

Se puede dividir al símbolo en:

2.4.3.3.1 FONOGRAMA.

Se basa en la composición de palabras o letras. Estas letras tienen características distintas de las demás, ya que poseen estilo y personalidad, por lo que de esta forma representan a la institución.

2.4.3.3.2 LOGOGRAMA.

Símbolo que expresa y representa una idea por medio de un grafismo puede ser de tres tipos:

- Representativo: son concretas, representa a la empresa de una manera real posible, Ej. I M S S (ver fig. 1)



FIG. 1

- Abstracto: puede tener características geométricas y al ser una representación estilizada del objeto tiene que ser aprendido. Ej. Símbolo Banamex.(ver fig.2)



Banamex
Banco Nacional de México, S.A.
INSTITUCION PRIVADA DE BANCA MULTIPLE

FIG. 2

- Arbitrario: no tiene ninguna característica o cualidad semejante al objeto que representa sino que se les a asignado una significación. Ej. Los números.

2.4.3.3.3 LOGOTIPO.

Son las letras, la tipografía y la composición gráfica del nombre. Conscientemente se utiliza como una marca registrada. El logotipo debe poseer una validez personal y si carece de esta identidad, debe ir acompañado de un signo visual para sumar su fuerza al nombre.

“El logotipo y la tipografía deberán estar siempre unidos o relacionados. Si el logotipo tiene una correcta tipografía, logrará una imagen armoniosa y unidad visual que reflejará carácter, servicio, y eficacia.” (11)

2.4.3.4 TIPOGRAFIA.

La tipografía es un elemento escrito muy importante que indica algo concreto, como el nombre de la institución o razón social, caracterizándola y personalizándola.

Se le llama tipografía primaria o principal y debe ir aplicada y relacionada con el símbolo, ayudándolo y reforzándolo para su mayor identificación y comunicación de lo que desea expresar.

La o las tipografías secundarias, empleadas en textos auxiliares, “slogans”, anuncios, etc. siempre deberán tener una familiaridad con la principal para reforzar la Imagen Institucional.

Entra en el criterio del diseñador, seleccionar o crear una tipografía específica para la institución que le dé un carácter y una personalidad que refuerce la imagen que quiere proyectar.

2.4.3.5 COLOR.

Es el elemento sugestivo e indispensable que reviste a la naturaleza y a los objetos creados por el hombre. Sin embargo no hay muchas personas que analicen este fenómeno con la

razón, por lo cual la percepción de los colores se transmite directamente al sentido sin dar un rodeo a través del consciente.

El color es uno de los factores más importantes en la comunicación visual, una de sus finalidades es reforzar los elementos visuales que ayudan a su identificación.

El color crea impactos visuales instantáneos, y algunas veces se captado antes que la forma.

"La imagen es captada a través del fenómeno de la percepción (en este caso visual) que se difunde como el reflejo del conjunto de cualidades y partes de las imágenes que actúan directamente sobre los órganos de los sentidos." (12)

2.4.3.5.1 PSICOLOGIA DEL COLOR.

La psicología estudia numerosos fenómenos y aspectos del color que se encuentran fuera del dominio de la física o de la psicofísica, tales como las asociaciones del color, el simbolismo del color y las numerosas maneras en que el color influye, los sentimientos, las actividades mentales y la vida de los individuos.

El color afecta a nuestras actividades de tal manera que guían nuestro comportamiento.

A través de los siglos el significado del color ha interesado a hombres de todas las culturas. El color va unido al mensaje que se quiere dar.

Ha sido probado que la mayor parte de las personas experimentan las mismas reacciones al color.

2.4.3.5.2 SIGNIFICADO Y CARACTERISTICAS DE LOS COLORES.

Para que nuestra imagen logre su impacto y aceptación esperado, hay que tomar en cuenta algunas características

psicológicas de los colores. Así vemos que existen colores cálidos que nos acercan y colores fríos que nos alejan; "cada color, ha ido adquiriendo un simbolismo particular debido a una serie de asociaciones". (13)

ROJO: color caliente, es el más fuerte y atractivo de los colores. Es positivo, agresivo y excitante (acelera el pulso y aumenta la presión arterial).

Produce ansia de conseguir resultados, de ganar el éxito, impulso a actuar, luchar, competir.

Su percepción sensorial es apetito. Su contenido emocional es deseo;

Es el color más popular entre las mujeres. Fue el primero designado por el hombre primitivo. Refiere emociones y pasiones primitivas, peligro, valor, virilidad, sexo.

Si se usa en demasiadas porciones es fatigante o genera el deseo de su complementario, verde-azul. El rojo puro da la impresión de serenidad y dignidad; a pesar de toda su energía e intensidad manifiesta un inmenso e irresistible poder pero siempre consciente de su objetivo. El rojo púrpura es severo, tradicional, serio y de gran dignidad. El rojo medio encarna la actividad, la fuerza, el movimiento y los deseos pasionales. Estos matices de rojo se usan para indicar el poder, el calor, la elegancia, las propiedades estimulantes y fortificantes de un producto.

NARANJA: color cálido y vivo, significa atrevimiento, deseo, juventud, radiación, comunicación. Es también el color de la imaginación y del estímulo, es receptivo, cálido e íntimo. Refiere movimiento y energía.

AZUL: color profundo, relajado. Es preferido por las personas adultas. Fresco, sereno, pasivo, tranquilo. Expresa pureza, limpieza y madurez. Evoca interioridad, vida espiritual.

Azul oscuro o marino, tiene una influencia grata y de carácter místico. El azul índigo es un color de respeto y misticismo. El turquesa tiene una gran fuerza, una expresión de fuego interior.

AMARILLO: es el color más luminoso que existe, el más vistoso, extrovertido y popular. Es estimulante y agradable, evoca la riqueza y dominio.

El amarillo claro es atractivo; el verdoso, repulsivo y enfermizo, da idea de cobardía, indecencia, envidia, celos y traición.

Con un poco de rojo, agrada a la vista, calienta el corazón, confiere un sentimiento de alegría y satisfacción.

VIOLETA: equivale a la meditación, al secreto, a la sabiduría, al dolor, a la tristeza. Es fresco, negativo y descansado. Se relaciona como símbolo religioso, denotando la penitencia de los santos.

ROSA: color tímido, dulce, romántico, de poca vitalidad. Da imagen de feminidad y de las afecciones. Sugiere la suavidad y la intimidad por lo que encontramos el rosa en envases para artículos femeninos y de bebés. Color de carne, sensualidad y emoción.

CAFE: refiere algo compacto y de gran utilidad, es el color más realista, su efecto no es vulgar ni brutal, encarna la vida sana al trabajo cotidiano. Entre más oscuro va adoptando las características de negro.

VERDE: similar al azul aunque posee más bien características de actividad razonada, pensada, calmada, es un color que es apacible, no aburre, que invita a la armonía, al trabajo. Es el color simbólico de la naturaleza, expresa frescura como las praderas, los pastos del campo y juventud. Se asocia con la esperanza.

BLANCO: es positivo y estimulante, sugiere pureza, lo inaccesible y lo comprensible. Por la ausencia de carácter crea un impacto de vacío y de infinito. Evoca una acción refrescante y desinfectante, sobre todo cerca del azul.

NEGRO: símbolo de la desesperación y la muerte, su carácter es impenetrable. Es el color más desprovisto de resonancia. La expresión de una unidad rígida o sin ninguna actividad. El negro confiere nobleza, distinción, elegancia, sobre todo cuando es brillante.

CAPITULO 3. ESCUELA MILITAR DE ODONTOLOGIA

En nuestro país el militar es un servidor del pueblo y del estado, un centinela de la soberanía y de la integridad territorial de la Patria y un aliado de todos los esfuerzos en favor de la estabilidad dinámica y creadora del progreso y de la justicia sociales; la consciencia nacionalista es el denominador común de los miembros del Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos, herederos de los ideales revolucionarios forjados por hombres recios y visionarios.

El Ejército Mexicano es la piedra angular de la seguridad y de la estabilidad institucional de la República.

Ser militar es una de las profesiones a las que el hombre se ha dedicado en todas las épocas y en todos los grupos sociales. Nuestro Ejército requiere hombres y mujeres que sean capaces de sentir las más altas virtudes humanas como son el honor, la lealtad, la honestidad, el trabajo, el valor, el espíritu de sacrificio y el amor a la Patria.

Es indispensable tener vocación para consagrarse profesionalmente a la vida militar, pues se requieren mayores sacrificios que en otras profesiones y se debe estar consciente de que se abandonan algunas de las comodidades de la vida y se entra a formar de una noble institución que se caracteriza por el orden, la organización, el estudio y el trabajo, las fatigas y el espíritu de cuerpo.

3.1 PLANTEAMIENTO DE LA DEMANDA.

La Escuela Militar de Odontología se interesó por la creación de un símbolo de identidad, porque no existía hasta ahora uno que cumpliera tal función.



FIG. 3

El grafismo anterior (ver fig. 3) es un símbolo prehispánico, conocido como "El Mural de Tepantitla", originario de Teotihuacan, México al cual se le conoce también como "La Ciencia Médica".

Este grafismo es usado como imagen representativa no sólo por la Escuela Militar de Odontología, sino por casi todas las escuelas existentes de odontología en el país; en su afán por identificarse de alguna manera, pero ha sido utilizada de manera tan anárquica, que se ha ido deformando paulatinamente, a tal grado que casi ha perdido su forma original; además de que pocas personas conocen el significado verdadero de este mural. El original muestra a un curandero atendiendo la boca de un enfermo o mutilando sus dientes con un cuchillo de pedernal, el cual sostiene en la mano izquierda; la voluta de la palabra indica alguna petición u oración dirigida a los dioses.

Este mural es un símbolo mágico-religioso representativo de la mutilación de que eran objetos los indígenas en aquella época, pero de manera alguna puede considerársele como un símbolo de identidad de la Odontología y menos como una imagen de identidad para designar una institución.

3.2 ANTECEDENTES HISTORICOS.

La Escuela Militar de Odontología, fue fundada el 27 de julio de 1976, por decreto del C. Presidente Luis Echeverría Alvarez, para formar cirujanos dentistas, que atenderán las necesidades bucodentales del Ejército.

El 14 de marzo de 1977, quedó integrada en las instalaciones de la Escuela Médico Militar.

En su corto tiempo de vida ya egresaron cirujanos dentistas militares, con una sólida formación, por la estructurada disciplina militar y académica que se observa en todas las actividades del plantel, desde el concurso de admisión, hasta su recepción profesional.

El cuerpo docente está formado por personal militar a nivel licenciatura, especialidad y maestría.

Los aspirantes serán seleccionados mediante exámenes médico-físico, psicométrico y de conocimientos; los aprobados deberán firmar un contrato de ocho años de servicios que cumplirán a partir de su graduación, en el lugar que designe la Superioridad y de acuerdo a las necesidades.

El 21 de febrero de 1981, se inauguró la Clínica de la Escuela con 20 unidades dentales, quirófano, aulas y laboratorios, dedicados exclusivamente a la enseñanza, con atención al personal militar, paramilitar y civil, que lo solicite.

3.3 OBJETIVOS.

Es necesario que los aspirantes tengan verdadera vocación a la carrera militar y hacia la odontología. Se requiere inteligencia promedio o superior; aptitud y gusto para el estudio; paciencia, tenacidad y organización; capacidad de resistir fatigas físicas y mentales; tolerancia a la frustración; orientación hacia el servicio social y de ayuda al prójimo y capacidad para vivir bajo un sistema de internado militar.

Asimismo debe estar exento de conflicto de autoridad y de graves alteraciones de la personalidad.

Deben tener sólidas bases morales, que son principio fundamentalmente de la Etica Médica y de las virtudes militares, respetando a las instituciones, a nuestro Ejército a nuestra Patria.

El cirujano dentista militar será un oficial capacitado para el ejercicio de funciones de promoción de la salud, prevención, curación y rehabilitación de los padecimientos estomatológicos a nivel licenciatura. Tendrá las obligaciones y responsabilidades, así como los derechos que señalan las leyes y reglamentos militares vigentes. Proporcionará atención de los padecimientos bucodentales a los miembros del Ejército y Fuerza Aérea, a sus derechohabientes y cuando la superioridad

lo ordene, la hará extensiva a la población civil, estará capacitado para procurar el adiestramiento de sus subordinados.

Su formación se basará siempre en el cumplimiento del deber, la observación de los aspectos disciplinarios y de orden, con el propósito de que los conocimientos científicos adquiridos se apliquen en beneficio de la población militar y paramilitar a su cuidado.

Deberá mantener su salud física y mental para participar en entrenamientos, prácticas en el terreno, desfiles, campañas de salud y otras actividades que requieren esfuerzos prolongados.

Estará continuamente acrecentado su nivel cultural por medio de la lectura de libros selectos, revistas, asistencia a conferencias, simposios, conciertos, exposiciones, etc.

Al término de su carrera será capaz de desarrollar las actividades que le competen en apego a las leyes y reglamentos que rigen. Será capaz de afrontar situaciones epidemiológicas, mediante los conocimientos necesarios de la administración de salud y las características físicas, mentales y sociales del mexicano. Desarrollará todos los procedimientos para prevenir padecimientos e inutilidades en los militares, derechohabientes y población en general

Interpretar la estructura y el funcionamiento de los escalones del servicio tanto en tiempo de paz como en campaña. Mandar y conducir con acierto las unidades del servicio que le correspondan de acuerdo en su jerarquía militar. Identificar las misiones técnicas y tácticas, así como las necesidades y recursos de los diferentes órganos del servicio. Formular sus peticiones tomando en cuenta los elementos disponibles.

Entender y comprender las operaciones desarrolladas por las diferentes armas y servicios que integran nuestro Ejército en campaña a fin de coadyuvar en el planeo y apoyo de dichas actividades.

Conocer la organización y desempeño del servicio en apoyo de las unidades operativas del Instituto Armado en situaciones tácticas, así como la población civil en caso necesario.

Capacitar al alumno para el manejo de la cartografía militar y sus aplicaciones sobre el terreno.

3.4 ORGANIZACION FISICA Y ACADEMICA.

A fin de integrar e identificarse a la doctrina de nuestro Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos, el cadete al ser aceptado, realizará un adiestramiento básico de tres meses en el Heroico Colegio Militar, después de los cuales llega a la Escuela Militar de Odontología, donde desarrolla un curso propedéutico que lo pondrá en mejores condiciones para iniciar su carrera de cirujano dentista militar hasta completar el semestre.

Durante los tres semestres siguientes, el alumno debe enfocar todos sus esfuerzos a las materias básicas médico-odontológicas. A partir del segundo año, inicia su contacto con las materias preclínicas cursándolas en los laboratorios de la Escuela y del Hospital Central Militar; en el tercer año aplicarán los conocimientos adquiridos comenzando a dar un servicio asistencial, en la clínica dental de la propia Escuela.

Dos veces al año los cadetes, darán apoyo asistencial a la población civil, durante las prácticas militares sobre el terreno.

En el transcurso del cuarto año deberán elaborar un trabajo de investigación previo al examen profesional que es teórico-práctico, el cual es requisito indispensable para graduarse como Capitán Primero Cirujano Dentista.

Como cadetes recibirán una ayuda económica semanal conocida como "pre" para pequeños gastos de tipo personal, puesto que la institución les proporciona alimentación, alojamiento, vestuario, equipo militar, servicios médicos asistenciales que requiera, en virtud de que durante los cuatro años de

estudios están bajo régimen de internado. Habitualmente tendrán salidas los sábados a partir de las 13.00 horas para re-ingresarse los domingos a las 23.00 horas.

3.5 FUNCIONES Y ACTIVIDADES.

Al salir de la Escuela serán designados a cubrir los servicios odontológico en las diferentes Unidades, Dependencias e Instalaciones, con los que cuenta el Ejército Mexicano, tales como Enfermería, Hospitales Regionales, Hospital Central, etc.

Después podrán solicitar realizar algunas de las especialidades que requiere nuestro Ejército, pudiendo ser éstas en el extranjero, o instituciones civiles o militares nacionales, previa autorización de la Secretaría de la Defensa Nacional.

3.6 UBICACION.

La ubicacion de la Escuela Militar de Odontología, es anexa al Centro de Salud, que se encuentra ubicado en la zona Residencial Militar, Batalla de Celaya esquina con Periférico, Lomas de Sotelo, 11649 México, D.F.

CAPITULO 4. PROCESO DE DISEÑO DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL DE LA ESCUELA MILITAR DE ODONTOLOGIA

4.1 PLANTEAMIENTO DE LA DEMANDA.

El problema de diseño que se plantea en este caso, es el rediseño del símbolo de la Escuela Militar de Odontología, ya que el anterior no cumple como símbolo de identidad ni satisface ciertas necesidades.

Se tomaron en cuenta las necesidades existentes de dicha Institución para lograr diferenciarla y caracterizarla.

4.2 UBICACION.

El problema de diseño se puede ubicar tanto en el medio cultural como el medio físico.

El medio cultural se refiere al nivel en que se encuentra la Escuela Militar de Odontología como centro de enseñanza superior. El medio físico se refiere a los objetos donde se aplicará el símbolo, como: papelería, uniformes, ambientación, materiales de promoción, etc.

4.3 DESTINO.

Ubicado el problema se pasa a definir las necesidades que habrá de satisfacer por medio del diseño.

Después de catalogar la Institución, como centro de enseñanza superior se particulariza el problema, o sea se hablará de las características generales y particulares de la "EMO"; que serán las características que la imagen deberá reflejar.

4.3.1 CARACTERISTICAS GENERALES.

- Es una Institución militar.
- No busca fines lucrativos.
- Sus funciones primordiales son: prevención, curación, y rehabilitación de padecimientos estomatológicos.
- La imagen que deberá reflejar será de: dinamismo, estabilidad, confianza, lealtad, sacrificio, seguridad, amabilidad, orden, disciplina, cumplimiento y capacidad.

4.3.2 CARACTERISTICAS PARTICULARES.

La Escuela Militar de Odontología depende de la Dirección General de Educación Militar de la Universidad del Ejército y Fuerza Aérea y éstas a su vez de la Secretaría de la Defensa Nacional.

Hay que tomar en cuenta las características del símbolo anterior para el rediseño del nuevo, ver cuales son sus deficiencias y qué tiene de útil que nos pueda servir; y en todo caso saber que habrá que conservar si las necesidades lo exigen.

Hay que representar el servicio al que pertenece la "EMO", que es la Dirección General de Sanidad, que en este caso lo haremos con el color que utilizan (amarillo) y conservando la cruz.

La Escuela Militar de Odontología fue fundada el 28 de julio de 1976, para todos los jóvenes de ambos sexos, que deseen dedicarse a la carrera de cirujanos dentistas y que reúnan los requisitos especificados; entre otras cosas tener vocación militar.

4.4 ECONOMÍA.

Es un aspecto importante que debe tomarse en cuenta una vez detectadas las necesidades y características de la institución, tanto en lo que se refiere a costos como a los recursos y medios de reproducción.

En este caso se puede decir que estos aspectos no representaron ninguna barrera para lograr los fines propuestos.

4.5 JERARQUIZACION.

De acuerdo con las características generales y particulares (expuestas anteriormente), que debía poseer el nuevo símbolo, se dispusieron por orden de importancia de acuerdo a las necesidades de la Institución.

Así se llegó a la conclusión que el nuevo símbolo debería expresar:

- Que es una escuela de Odontología.
- Que es militar.
- Que busca la rehabilitación, curación y prevención de enfermedades estomatológicas.
- Que pertenece a la sección de sanidad.
- Que debe reflejar entre otras cosas: seriedad, estabilidad, confianza y dinamismo.

4.6 PROCESO DE DISEÑO.

Una vez que se llegó a este punto, el paso siguiente fue la realización del símbolo.

Después de estudiar la jerarquización, se concluyó que el tipo de imagen más apropiado para representar a la Escuela Militar de Odontología era un "Logograma Representativo", donde se expresaran los conceptos y donde se sintetizaran los valores obtenidos.

4.7 PROCESO DE REALIZACION.

4.7.1 TIPOGRAFIA.

De acuerdo a las características del símbolo, se escogió un tipo de tipografía que se acoplara a la imagen y los unificara.

Se eligió el tipo Eurostile Bold Extendend, en altas; que en relación al símbolo le da un carácter propio y personal.

La tipografía secundaria es la Univers, ésta se utilizará en todos los textos adicionales, y por su familiaridad con la tipografía principal ayuda a reforzar la Imagen de Identidad Institucional.

4.7.2 COLOR.

El motivo por el cual se eligieron los colores amarillo y negro fue pensando principalmente en que tuvieran una relación directa con el color que utiliza esta Institución por pertenecer a la Dirección General de Sanidad. Este color es el amarillo que por ser un color luminoso, extrovertido, estimulante y

agradable, confiere un sentimiento de alegría y satisfacción; lo que viene a ser favorable a la idea que representa el símbolo y la Institución como Escuela de Odontología.

El negro además de ser un color contrastante al amarillo, nos confiere elegancia, nobleza y distinción.

4.8 IMPORTANCIA DEL MANUAL DE APLICACION DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL Y SUS ELEMENTOS.

Existe la necesidad de establecer un sistema por medio del cual se le informe al público cómo y quién deberá usar el nuevo símbolo, su significado y su aplicación.

De ahí que surja un manual institucional o corporativo (o sea un instructivo de aplicaciones gráficas) el cual deberá poseer todas las normas o restricciones pertinentes para la aplicación del nuevo logotipo en todas sus fases gráficas.

Para cualquier organización sería esencial un manual de identidad, si es que desea proyectarse en una forma planeada y consistente.

Los principios básicos y finalidades deben ser establecidos pero existirá siempre una continua necesidad de adaptación y superación del manual. No se puede considerar terminado en ningún momento un programa de identidad. Al mismo tiempo se hace imprescindible una fuerte consistencia y continuidad del mismo para ser entendido a través de los años.

El manual institucional o corporativo es el principal motivo para proteger el símbolo, es decir, impedir que se utilice anárquicamente y así deteriore la imagen que quiere proyectar.

El manual debe ser fácil de entender para evitar el riesgo de que no se aplique la imagen en forma adecuada.

Elementos Básicos:

- Símbolo.
- Logotipo.
- Tipografía.
- Conjunto Gráfico o Identidad Institucional.
- Color Institucional.
- Alternativas.
- Papelería.
- Transporte.

CAPITULO 5. MANUAL DE APLICACION DE LA IMAGEN DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL DE LA ESCUELA MILITAR DE ODONTOLOGIA

5.1 SIMBOLO.

Es el elemento gráfico que representa una identidad institucional. El desarrollo de este símbolo se genera a partir de tres elementos, una cruz, un molar y las siglas EMO, que representan la Escuela Militar de Odontología. La abstracción y la integración de estos elementos dan como resultado una coherencia y continuidad en el concepto a comunicar.

La muela es el elemento más representativo de la odontología y el manejo del círculo alrededor corresponde a los cuidados y atenciones que se le debe tener.

La cruz se conservó del símbolo anterior por ser el elemento principal que maneja la sección a la que pertenece esta institución. (ver fig. 4).

5.1.1 SISTEMA DE TRAZO.

El objeto que tiene el sistema de trazo es proporcionar las herramientas necesarias para llevar a cabo la reproducción del símbolo y evitar de esta manera, posibles alteraciones o deformaciones al reproducirse. Las figuras 5, 6, y 7, muestran los pasos a seguir y la aplicación del sistema para poder reproducir el símbolo.



FIG. 4

La figura 5 corresponde a la envolvente que es un cuadrado de donde se derivarán los trazos generales.

En la figura 6 se indican los radios que corresponden a cada curva que forma el molar, al igual que los centros de los círculos que son necesarios para trazar dichas curvas.

La figura 7 muestra los trazos para las siglas EMO y los centros de las curvas de la O que luego se unirán con líneas rectas.

La figura 8 es el trazo final del símbolo.

5.1.1 SISTEMA DE TRAZO.

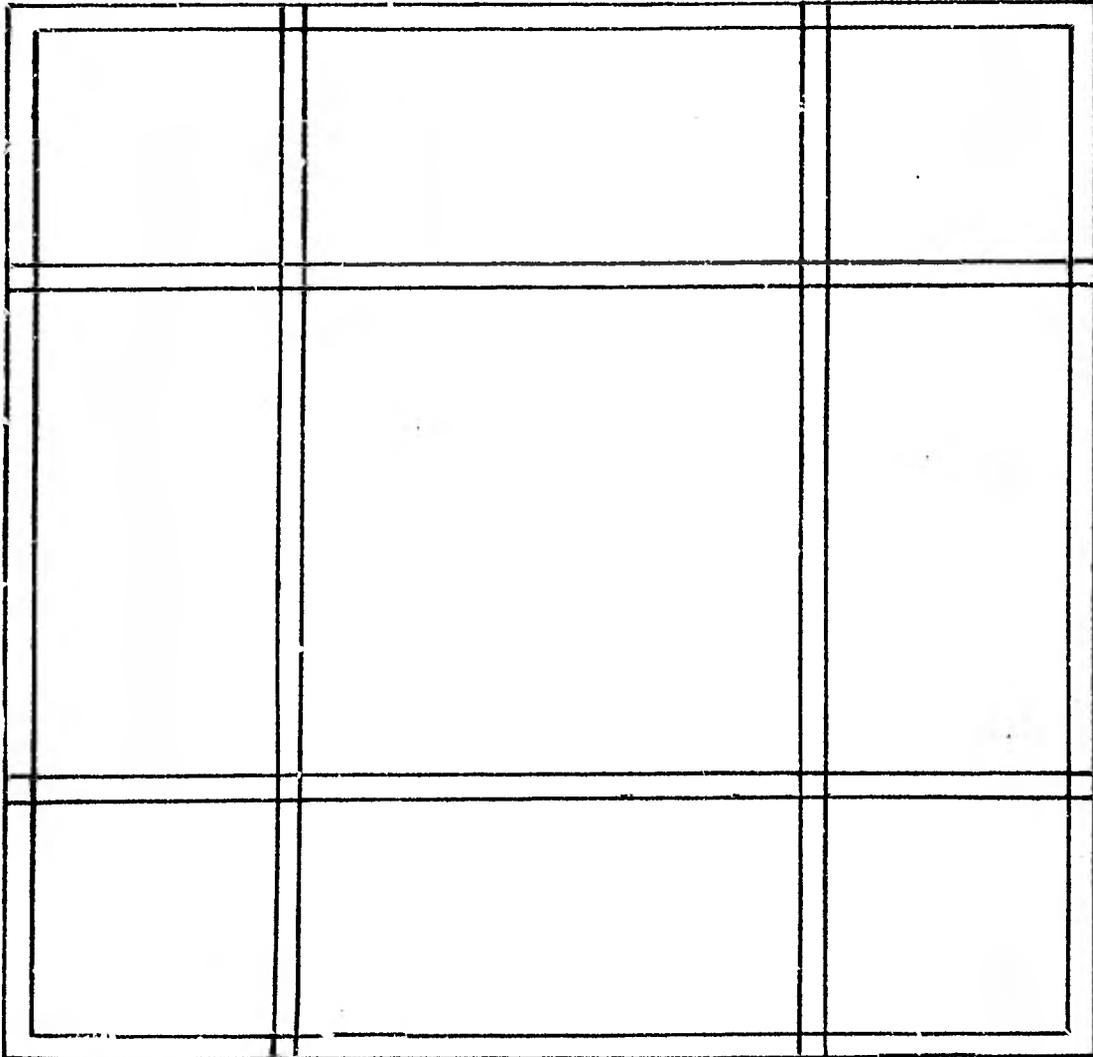


FIG. 5

5.1.1 SISTEMA DE TRAZO.

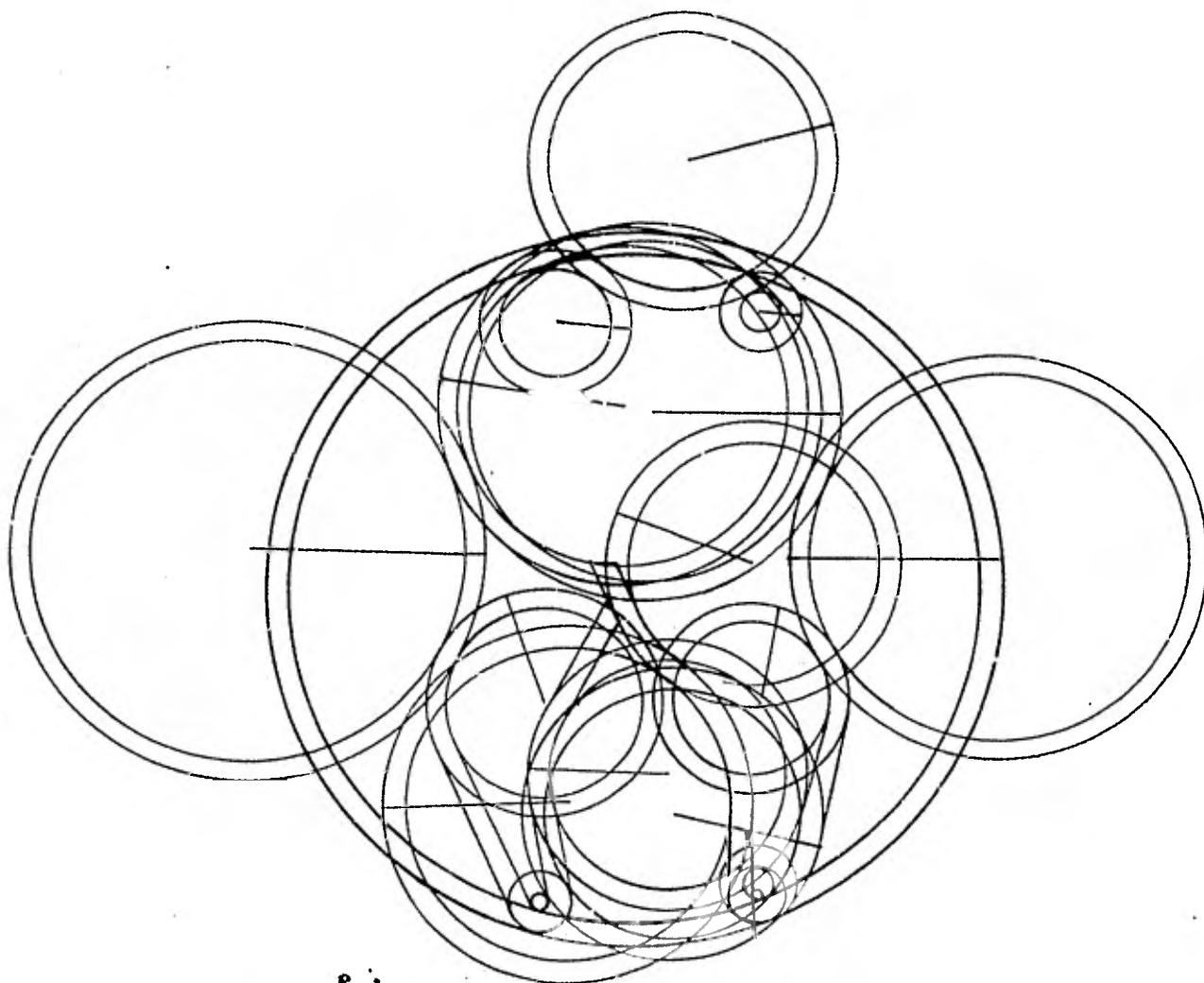


FIG. 6

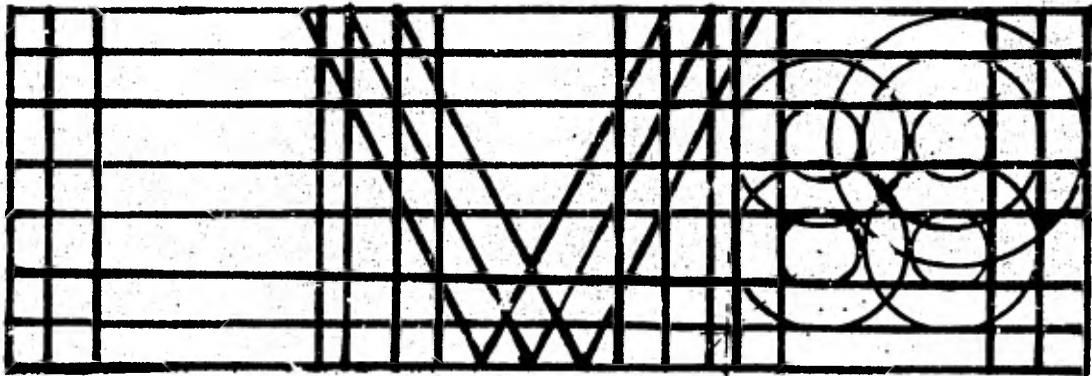


FIG. 7

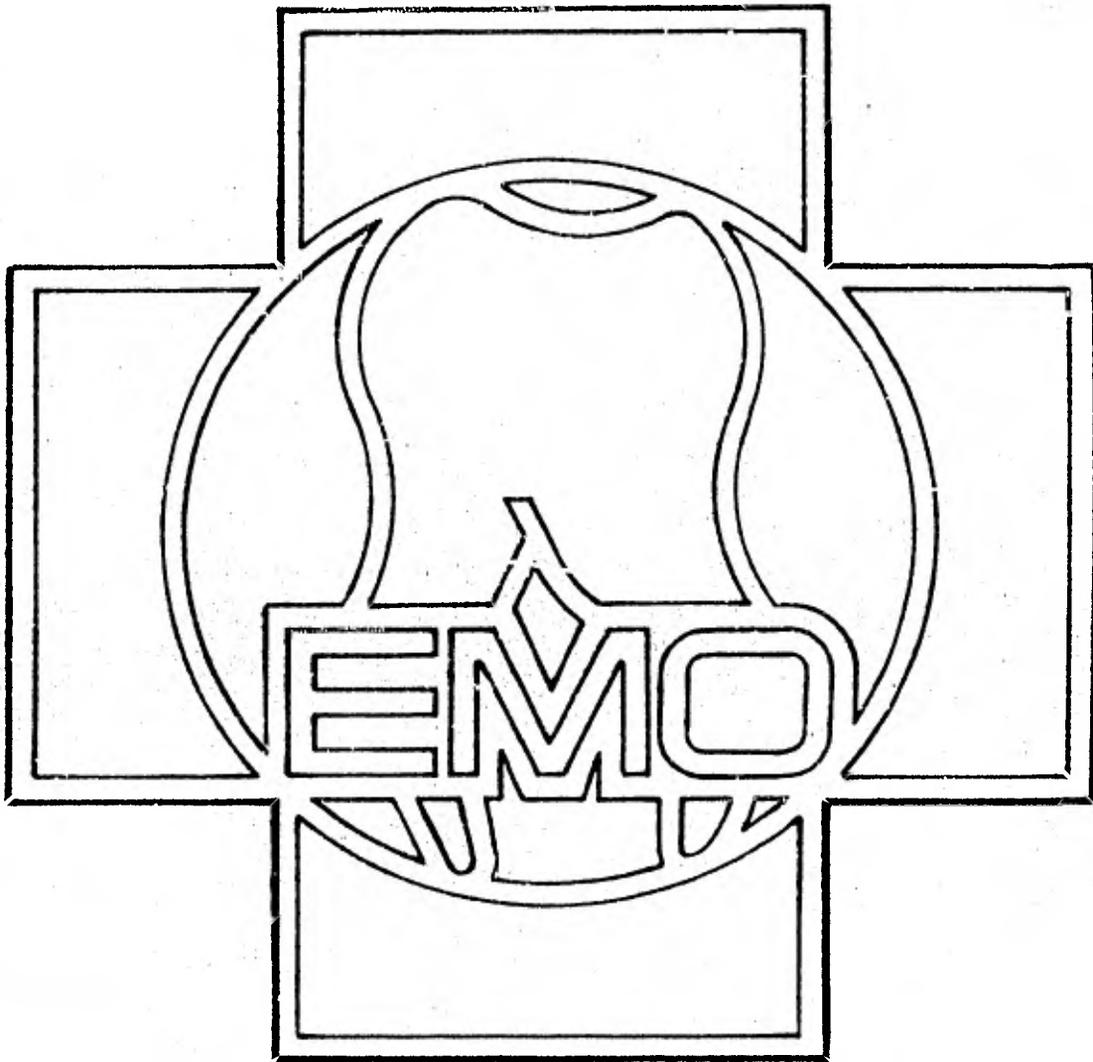


FIG. 8

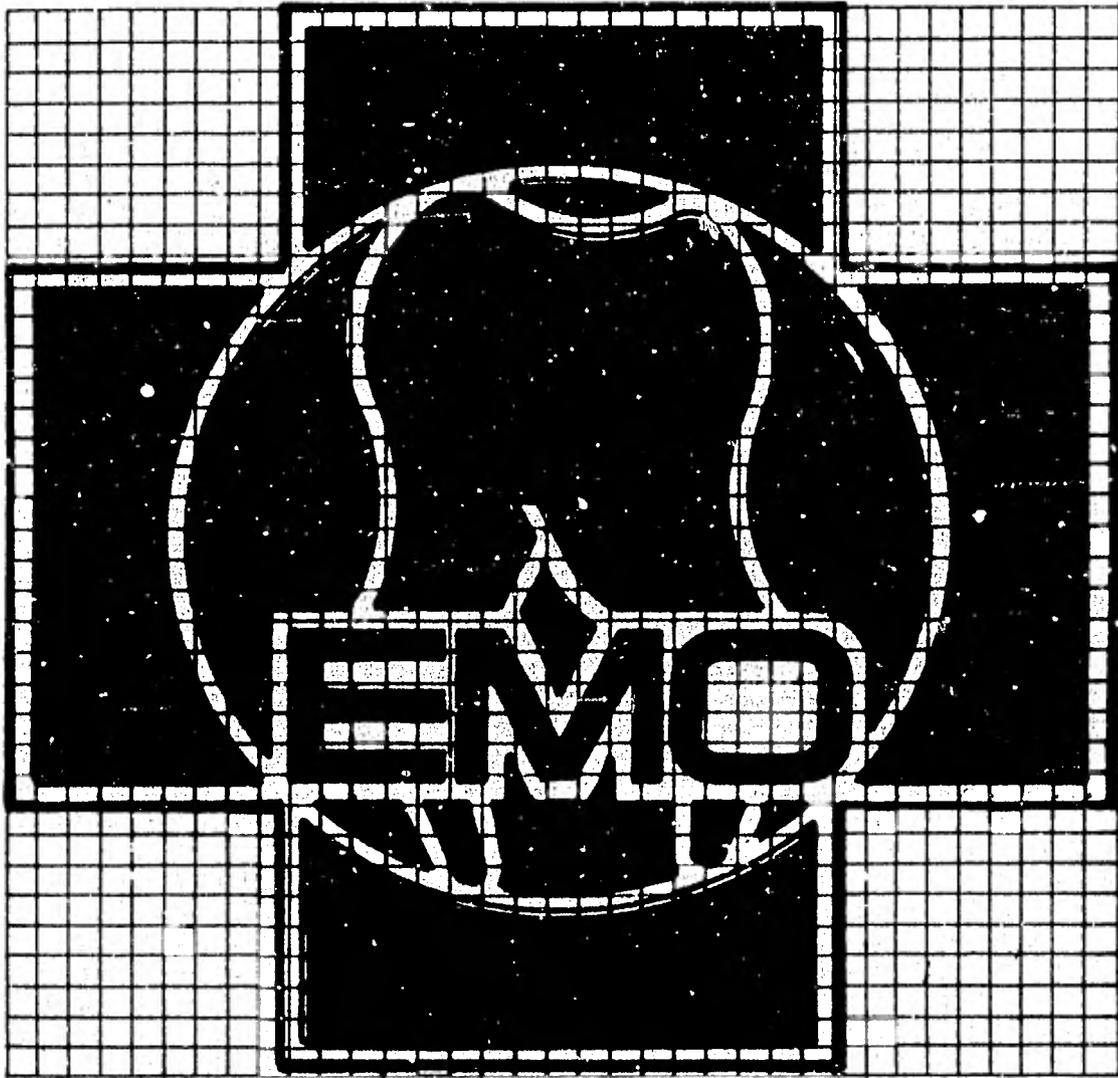
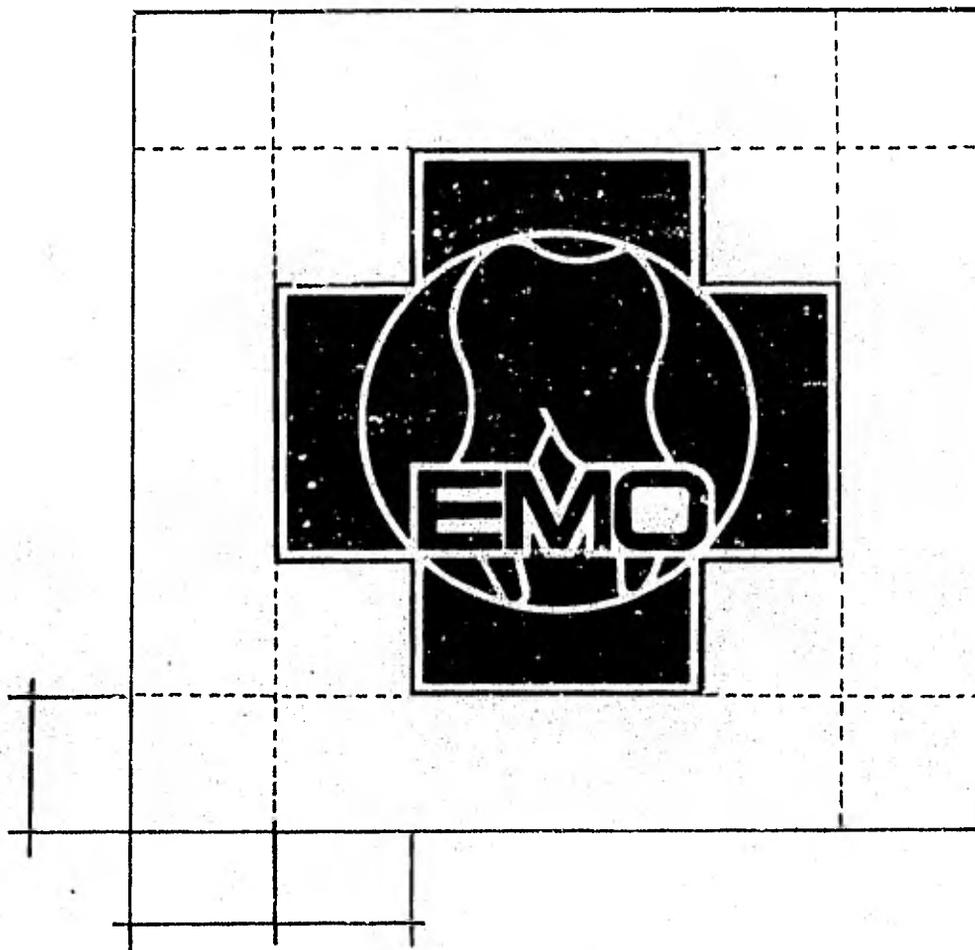


FIG. 9

5.1.2 RETICULA DE REPRODUCCION.

Sirve como método de reproducción de los trazos de símbolos sobre superficies grandes para evitar alteraciones o deformaciones. Su unidad de medición se representa por módulos de x que podrán ser sustituidos por cualquier unidad de medición longitudinal (centímetros, pulgadas, pies, etc.). (ver fig. 9)



5.1.3 RESTRICCIÓN DE AREAS.

FIG. 10

Las áreas de restricción nos van a garantizar una clara percepción del símbolo, impidiendo que cualquier otro grafismo le reste jerarquía o el impacto visual que deseamos.

Las áreas de restricción se encuentran proporcionales al símbolo y su medición se lleva a cabo a partir de las líneas interiores del mismo, o sea el grosor de un lado de la cruz será la distancia mínima a respetar alrededor del símbolo. (ver fig. 10)

Ningún elemento gráfico podrá invadir estas áreas a excepción de los casos donde utilice su tipografía, el nombre de la Universidad o en el gafete.



FIG. 11



FIG. 12



FIG. 13

5.1.4 USO INCORRECTO.

Se muestran a continuación tres posibles casos incorrectos de utilizar el símbolo; todas aquellas manifestaciones en las que se alteren sus lineamientos básicos serán considerados como incorrectos.

Manejo en perspectiva del símbolo. (ver fig. 11).

Hacer derivaciones del símbolo, como cortes en la cruz simulando la bandera. (ver fig. 12).

Utilizar elementos alrededor del símbolo, que tengan por objeto enmarcarlo. (ver fig. 13).

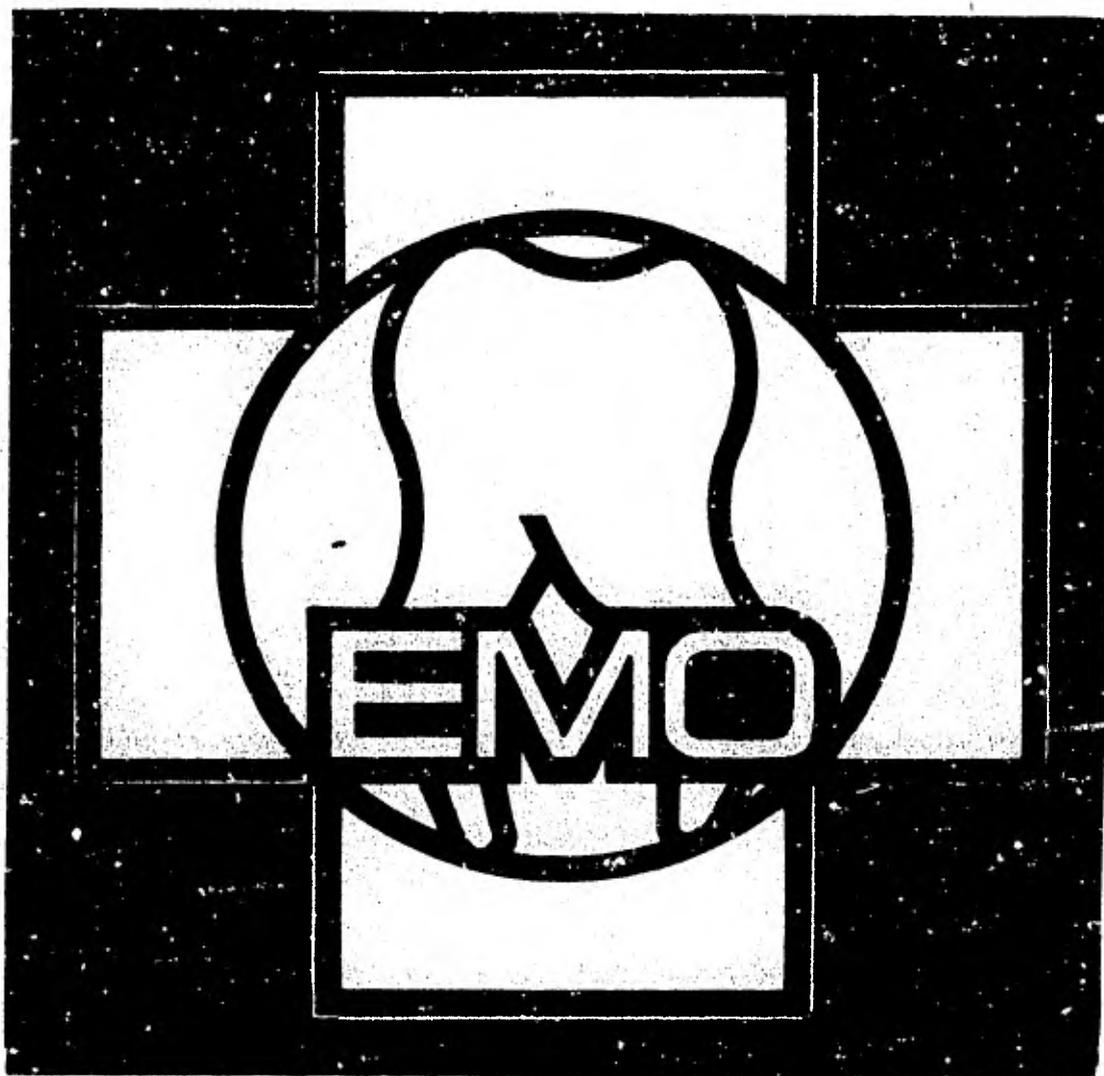


FIG. 14

5.1.5 ALTERNATIVAS.

Por las características del símbolo y con el objeto de ofrecer mayor versatilidad en su aplicación, existe otra alternativa de manejo del símbolo, que consiste en aplicar el símbolo calado (en negativo) sobre un fondo oscuro o de color. (ver fig. 14).

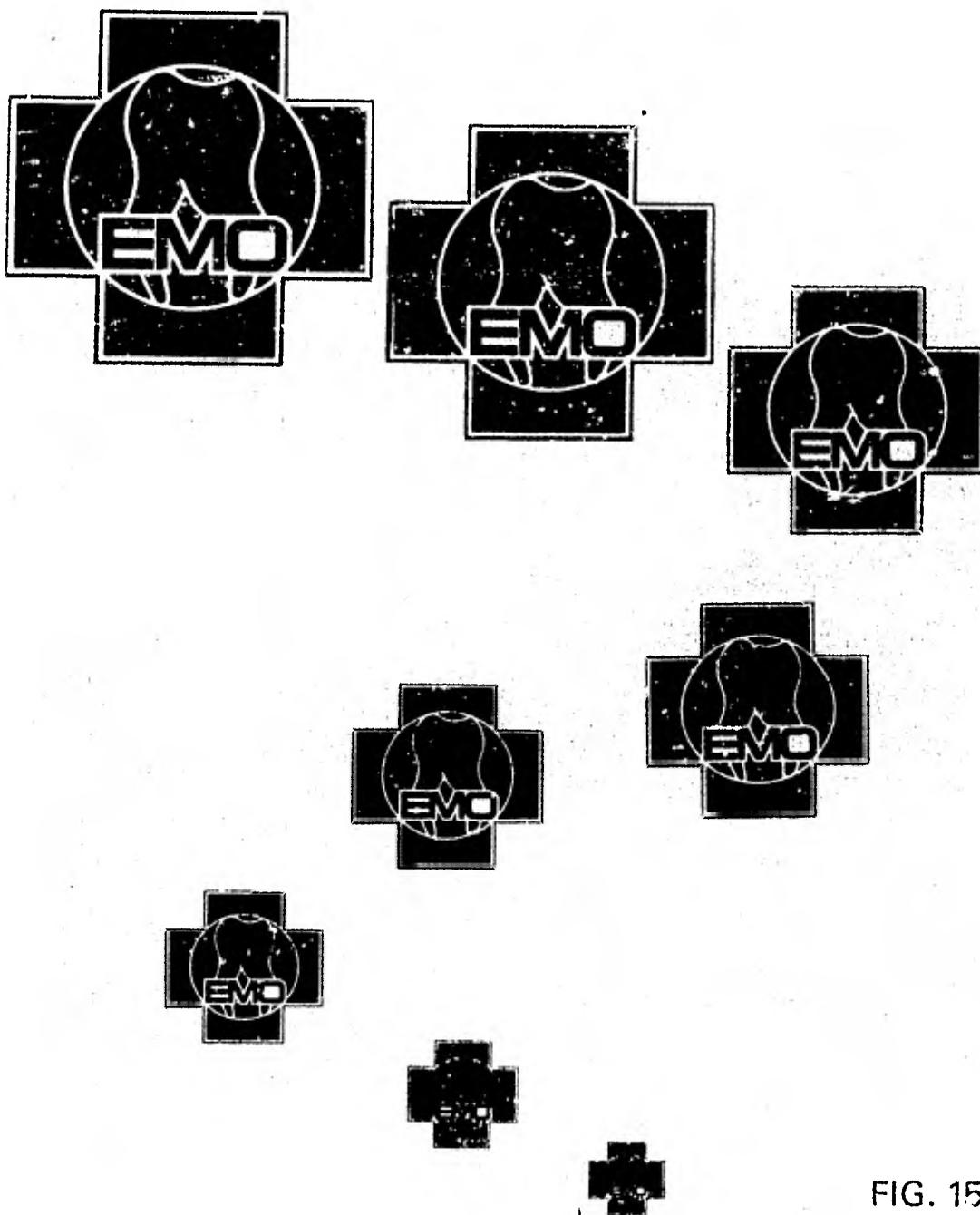
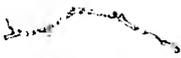


FIG. 15

5.1.6 REDUCCIONES.

La importancia de las reducciones es mostrarnos que no va a existir ningún problema de legibilidad al reducir o al ampliar el símbolo. (ver. fig. 15).



ESCUELA MILITAR DE ODONTOLOGIA

FIG. 16

5.2 TIPOGRAFIA.

La tipografía nos va a dar un carácter propio y personalizado que determina una marcada relación con el símbolo.

Se escogió un tipo que se acoplara con el símbolo de tal manera que los unificara. Es el tipo Eurostil Bold Extended y se utilizará siempre en altas. (ver fig. 16).

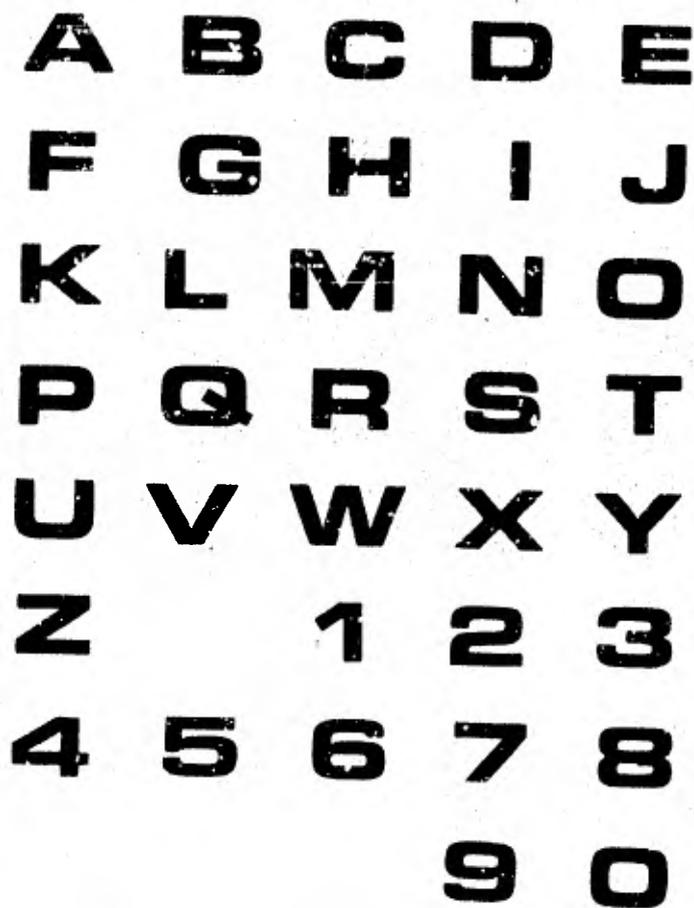


FIG. 17

5.2.1 ABECEDARIO.

Se presenta el abecedario completo y los números de la tipografía Eurostile Bold Extended. (ver fig. 17).

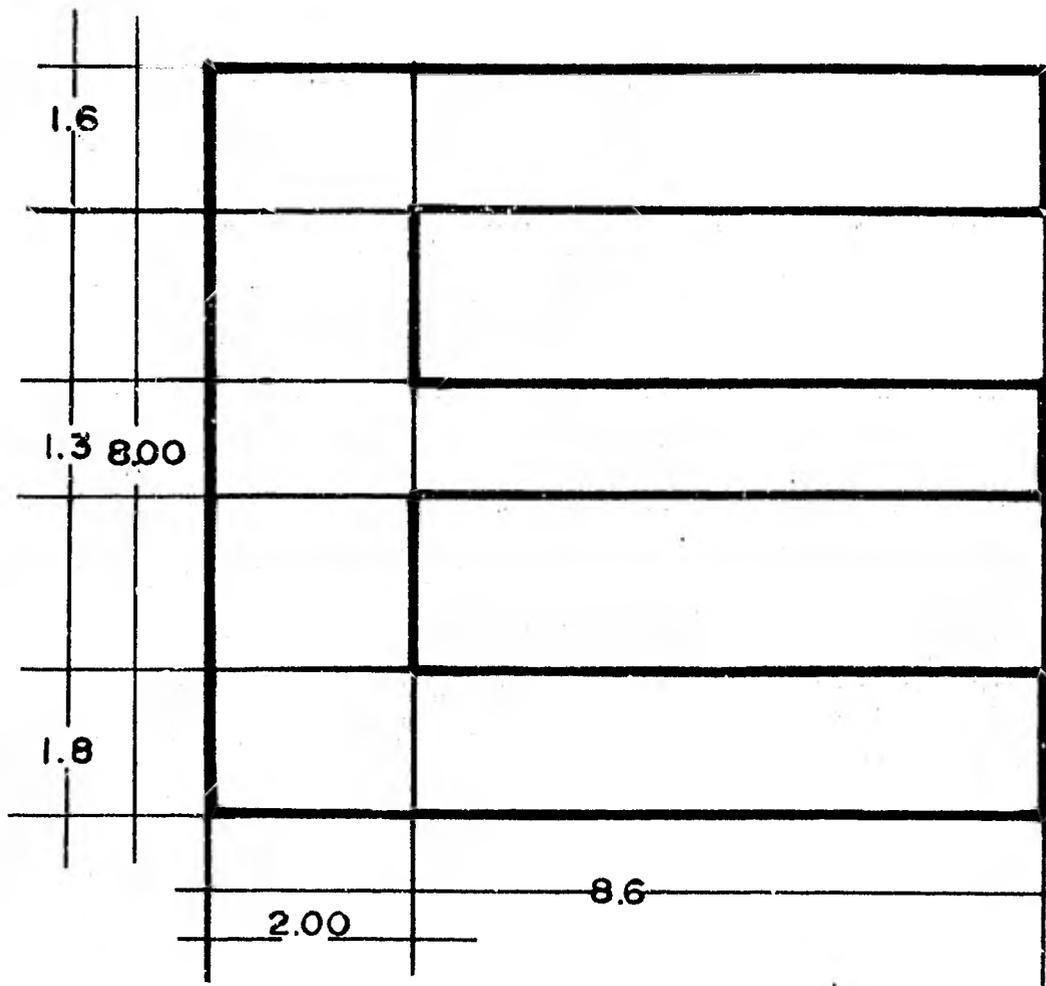


FIG. 18

5.2.2 FORMACION TIPOGRAFICA.

Es el patrón regulador de trazos auxiliares. (ver fig. 18).



FIG. 19

5.2.3 ESPACIAMIENTO TIPOGRAFICO.

Es necesario determinar cierta distancia entre las letras con el objeto de asegurar una óptima lectura.

La unidad está dada por un modulo x , y será el mismo que se utilice para marcar la distancia correcta entre letra y letra. (ver fig. 19).



FIG. 20

5.2.4 RETICULA DE REPRODUCCION.

Al igual que con el símbolo, se presenta una retícula como auxiliar en la reproducción de la tipografía y los módulos que la componen pueden ser utilizados por cualquier unidad de medición longitudinal. (ver fig. 20).

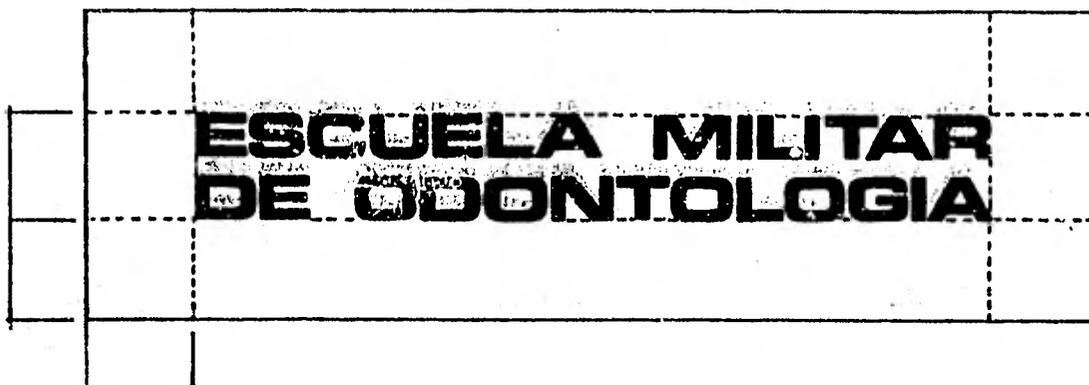


FIG. 21

5.2 5 RESTRICCIÓN DE ÁREAS.

Para asegurar el impacto visual y la importancia de la tipografía se han restringido ciertas áreas a su alrededor. Estas áreas son proporcionales a el ancho que ocupa el texto. (ver fig. 21). Esta área señalada sólo podrá ser invadida por el símbolo, pero nunca por ningún otro elemento gráfico.



FIG. 22

5.3. CONJUNTO GRAFICO.

Es el manejo de los elementos corporativos, donde se indica la ubicación, proporción y áreas restrictivas que deberán respetarse, dependiendo del formato de aplicación. Esta alternativa será denominada como institucional y deberá ser utilizada en la mayoría de los casos de aplicación posible.

5.3.1 RETICULA DE REPRODUCCION.

Siempre que se quiera reproducir los elementos corporativos por medios no fotográficos, deberá utilizarse la retícula de reproducción y conservar así una fiel reproducción del conjunto gráfico. (ver fig. 22).



FIG. 23

5.3.2 RESTRICCIÓN DE AREAS.

Al igual que con el símbolo y la tipografía existen ciertas áreas de restricción, que deberán respetarse cuando se lleve a cabo el manejo de los elementos corporativos en su alternativa institucional. Estas áreas corresponden alrededor del símbolo y tipografía a la distancia representada por la letra "A". (ver fig. 23). Esta área sólo podrá ser invadida cuando se agregue el nombre de la Universidad.

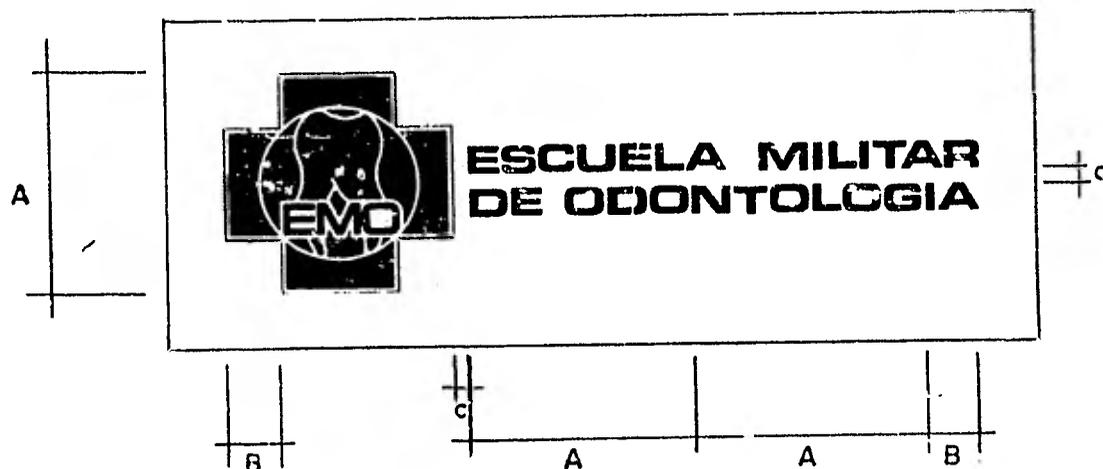


FIG. 24

5.3.3 UBICACION Y PROPORCION.

La ubicación de los elementos gráficos será siempre: la tipografía a la derecha del símbolo y centrada. La separación que deberá guardarse entre ambos elementos será la misma que existe entre el texto de arriba y el de abajo, que se ha marcado con la letra "C".

La proporción que se guardan los elementos gráficos equivalen: la de la tipografía a $2A + B$, que es dos veces el largo del símbolo "A", más el grosor de un lado de la cruz "B". (ver fig. 24).

Como otra alternativa que se guardan los elementos gráficos, cuando las circunstancias lo exijan se podrá colocar la tipografía abajo del símbolo.

5.3.4 USO INCORRECTO.

A continuación se indican algunos de los posibles casos incorrectos de acomodo de los elementos gráficos. Todas aquellas manifestaciones donde se altere la idea y el manejo que se ha propuesto del conjunto gráfico serán considerados incorrectos. (ver. fig. 25).



**ESCUELA MILITAR
DE ODONTOLOGIA**

**ESCUELA MILITAR
DE ODONTOLOGIA**



**ESCUELA MILITAR
DE ODONTOLOGIA**

FIG. 25



**ESCUELA MILITAR
DE ODONTOLOGIA**

**ESCUELA MILITAR
DE ODONTOLOGIA**



**ESCUELA MILITAR
DE ODONTOLOGIA**

5.3.5 REDUCCIONES.
(ver fig. 26).



FIG. 26

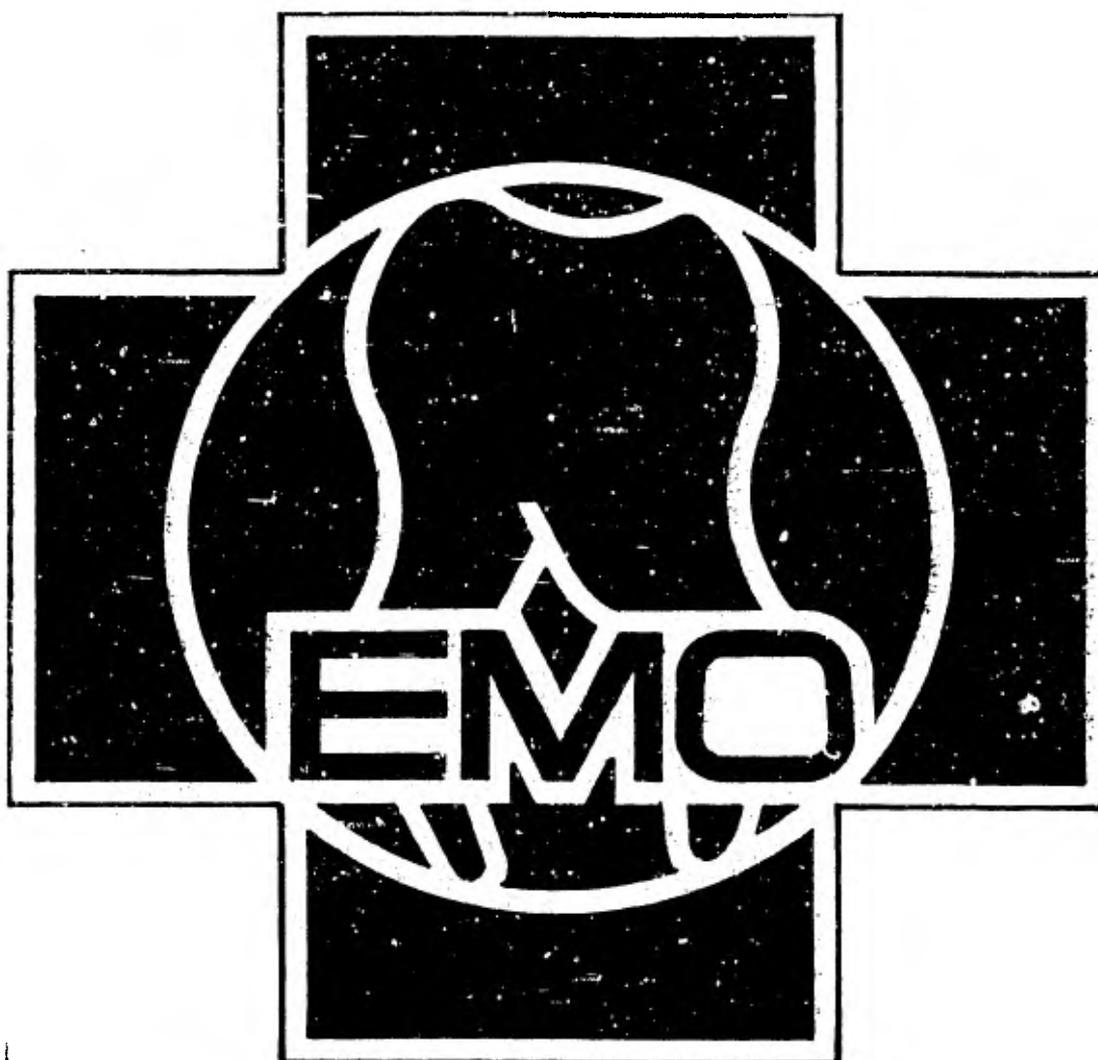


FIG. 27

5.4 COLOR INSTITUCIONAL.

De acuerdo con los objetivos, características y necesidades de la institución, fueron seleccionados los colores del símbolo, los cuales corresponden al color amarillo y negro.

El amarillo por ser el color que corresponde a la Dirección de Sanidad, y el negro por la importancia, elegancia y seriedad a la que nos remite y que son identificables a la institución. (ver fig. 27)



FIG. 29

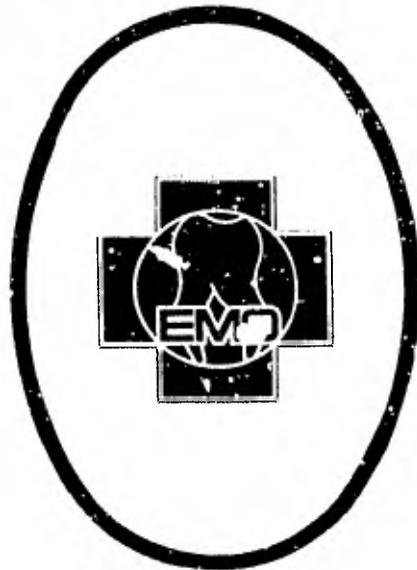


FIG. 30



FIG. 28

5.5 ALTERNATIVAS.

Aquí se indica el tamaño y la ubicación proporcional que deberán guardarse en las alternativas. Gafete (ver fig. 28). Sector (ver fig. 29). Placa (ver fig. 30).

Estas alternativas son utilizadas en el uniforme de los oficiales egresados de la Escuela Militar de Odontología.

LA ORGANIZACION DE LA FIFA

Introducción.

La FIFA fue fundada en París en 1904 por las asociaciones de Francia, Bélgica, Dinamarca, Holanda, España, Suecia y Suiza.

Su sede está ubicada en Zurich desde 1927.

Su actual Presidente es el Sr. Joao Havelange, doctor en Leyes, de nacionalidad brasileña. Fue elegido Presidente el 2 de junio de 1974 en Frankfurt. Su Secretario General es el Sr. Herlmut Kaser, abogado y doctor en leyes de nacionalidad suiza, quien ejerce este cargo desde el 10 de enero de 1961.

Desarrollo.

La organización de la FIFA está descrita en los Estatutos y en el Reglamento.

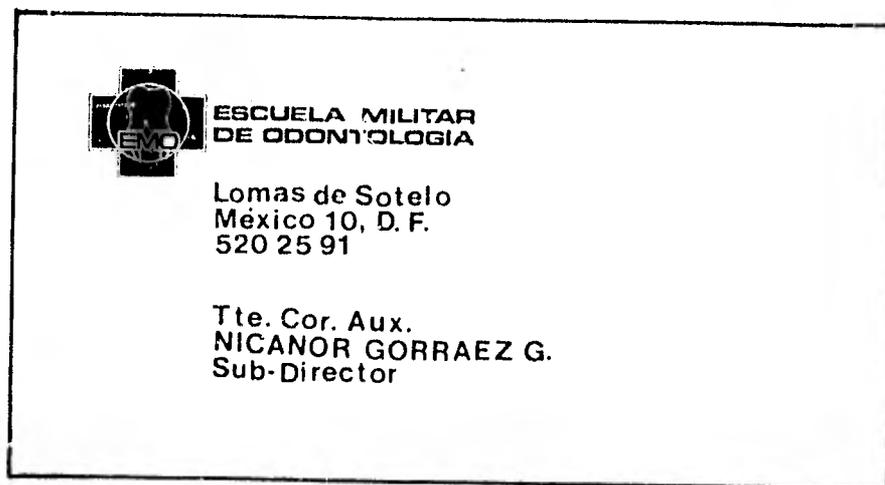
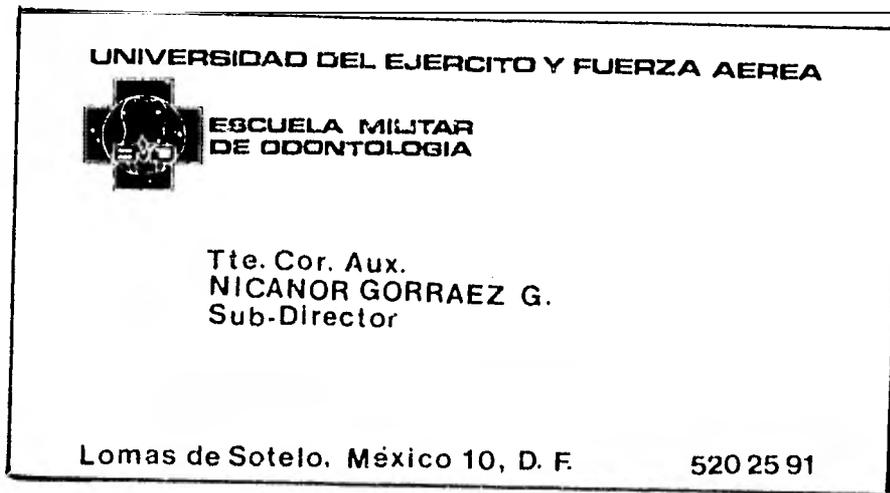
FIG. 31

5.6 TIPOGRAFIA SECUNDARIA.

Toda aquella información adicional de la papelería que contenga el símbolo o conjunto gráfico, deberá de ser un solo tipo de letra que será la UNIVERS, o bien alguna tipografía auxiliar con características similares si no se tuviera a la mano. (ver fig. 31).

5.7 PAPELERIA.

Es importante tomar en cuenta la ubicación del conjunto gráfico y textos adicionales para conservar la relación e integración de los mismos, así como la proporción.

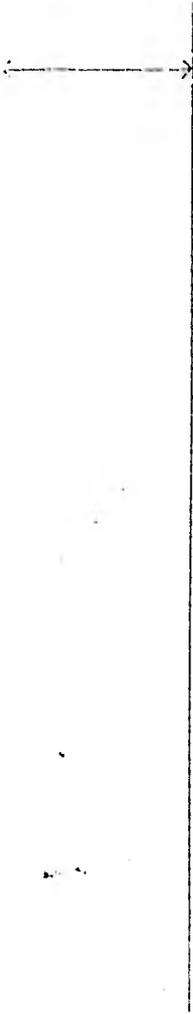


UNIVERSIDAD DEL EJERCITO Y FUERZA AEREA



**ESCUELA MILITAR
DE ODONTOLOGIA**

LOMAS DE SOTELO
1649 MEXICO, D. F.
TEL 520 25 91



UNIVERSIDAD DEL EJERCITO Y FUERZA AEREA



**ESCUELA MILITAR
DE COONTOLOGIA**

MEMORANDUM

UNIVERSIDAD DEL EJERCITO Y FUERZA AEREA



**ESCUELA MILITAR
DE ODONTOLOGIA**

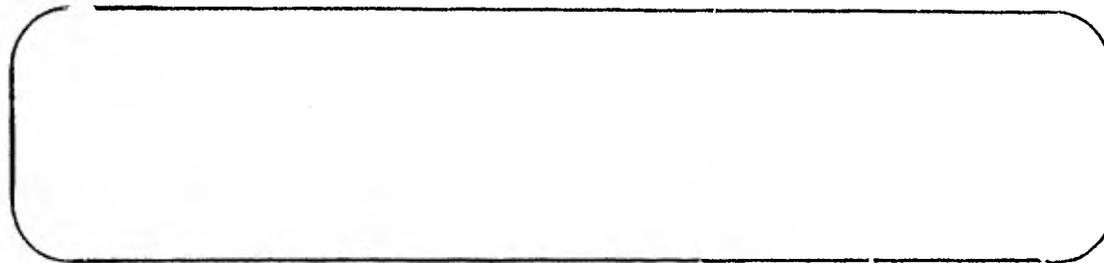
LOMAS DE SOTELO
11649 MEXICO, D. F.
TEL. 520 25-91

UNIVERSIDAD DEL EJERCITO Y FUERZA AEREA



**ESCUELA MILITAR
DE ODONTOLOGIA**

LOMAS DE SOTELO
11649 MEXICO, D. F.
TEL. 520 25-91





UNIVERSIDAD DEL EJERCITO Y FUERZA AEREA



ESCUELA MILITAR DE ODONTOLOGIA

III REUNION DENTAL ESTUDIANTIL

FORMA PARA RESUMEN

TRABAJO LIBRE CASOS CLINICOS MESAS CLINICAS
PROCEDIMIENTOS DE LABORATORIO CIRCUITO CERRADO DE TV
INDIVIDUAL GRUPO

TITULO
AUTORES
ESCUELA
TEXTO

UNIVERSIDAD DEL EJERCITO Y FUERZA AEREA



ESCUELA MILITAR DE ODONTOLOGIA

UNIVERSIDAD DEL EJERCITO Y FUERZA AEREA



ESCUELA MILITAR DE ODONTOLOGIA

MEMORANDUM

UNIVERSIDAD DEL EJERCITO Y FUERZA AEREA



ESCUELA MILITAR DE ODONTOLOGIA

AV. DEL EJERCITO
10000000
TEL. 2000000

UNIVERSIDAD DEL EJERCITO Y FUERZA AEREA



ESCUELA MILITAR DE ODONTOLOGIA

otorga a _____
el presente certificado de participación a las
III Reunión Dental Estudiantil celebrada en el
Módulo Militar, los días 5, 6 y 7 de mayo de 19

El Director Gral. de Educ. M. y de la U. D. E. F. A. General de División DEM

Arturo Corona Mendez Jant

UNIVERSIDAD DEL EJERCITO Y FUERZA AEREA

ESCUELA MILITAR DE ODONTOLOGIA

III REUNION DENTAL ESTUDIANTIL

Solicitud de Inscripción

Nombre
Domicilio
E-mail
APELLIDOS
Carnet de Inscripción
Carnet de Identificación
Carnet de Matrícula
Carnet de Titulación
Carnet de Graduación
Carnet de Ejercicio

CAPITULO 6. CONCLUSIONES.

El rediseño de la imagen Institucional, de la Escuela Militar de Odontología, se hizo con el propósito principal de crear una identificación propia y una proyección; al mismo tiempo unificar todas sus aplicaciones, ya que esto fue siempre el problema primordial del símbolo anterior, que por su complicación de trazos y al no existir un sistema de trazo adecuado se fue deformando a tal grado que muchas veces no se entendía que era.

Por no romper completamente con los rasgos anteriores y atendiendo a ciertas necesidades de la institución, se conservaron algunos elementos del símbolo anterior, pero siempre persiguiendo una imagen simple, legible, recordable y atractiva.

Se tomaron en cuenta todos los problemas y características de la institución, se conocieron global y parcialmente todos los objetos en cuestión para lograr un símbolo funcional, donde se captara la unificación de la imagen visual con la Institucional.

Cada elemento del símbolo tiene un significado perfectamente estudiado, para que represente algunas de las características principales de la Institución.

El acondicionamiento tipográfico al símbolo fue buscado cuidadosamente para reforzar la imagen creando un carácter propio y personal.

El color Institucional planeado, será siempre el mismo, para impedir que se altere el sentido ya que el color fue escogido atendiendo a las necesidades y requerimientos de la institución

La ubicación y proporción de la papelería debe respetarse para conservar la relación e integración de los elementos.

Para toda Imagen Institucional el manual de aplicación es esencial pues por medio de él se dan las normas y restricciones pertinentes de uso y significado. Por lo cual recomiendo su uso si se quiere lograr una proyección en forma planeada y consistente pero, sin dejar de tomar en cuenta la necesidad de una continua adaptación y superación del manual a través de los años.

Quiero hacer notar que la Imagen Institucional de la Escuela Militar de Odontología fue aceptada oficialmente por la Secretaría de la Defensa Nacional en mayo del presente año; y sus aplicaciones y alternativas se encuentran ya en uso constante.

El desarrollo de este proyecto, en cuanto a trabajo de aspecto terminal, es lo más cercano al quehacer profesional del Diseñador Gráfico.

CITAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) Confróntese Papanek, Víctor, Diseñar para el Mundo Real, Pág. 19, con Gillam, Scott, Robert, Fundamentos del Diseño, Pág. 1.
- (2) Guerrero, Carlos, Proceso de diseño de identidad de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, tesis, Pág. 6.
- (3) Guerrero, Carlos, op. cit., Pág. 6.
- (4) Papanek, Víctor, Diseñar para el Mundo Real, Pág. 19.
- (5) Gillam, Scott, Robert, Fundamentos del Diseño, Pág. 3.
- (6) Reforma del Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico, Pág. 5.
- (7) Díaz, López, Ma. Elena, Propuesta de Metodología para la proyección de símbolos en el Diseño Gráfico, tesis, Pág. 6.
- (8) Krampen, Aicher, Sistemas de Signos de la Comunicación, Pág. 9.
- (9) Díaz, López, Ma. Elena, op. cit., Pág. 11.

- (10) Guerrero, Carlos, op. cit., Pág. 30.
- (11) Eksell, Olle, Corporate Design Programs, Pág. 23.
- (12) Bertrán, Félix, Acerca del Diseño, Pág. 15.
- (13) Guerrero, Carlos, op. cit., Pág. 37.

BIBLIOGRAFIA.

Munari, Bruno, Diseño y Comunicación Visual, Barcelona, Gustavo Gilli, 1977, (comunicación visual).

Murray, Ray, Manual de Técnicas de Impresión, Barcelona, Gustavo Gilli, 1980, (comunicación visual).

Krampen, Aicher, Sistemas de Signos de la Comunicación Visual, Barcelona, Gustavo Gilli, 1980 (comunicación visual).

Gillam, Scot, Robert, Fundamentos del Diseño, Barcelona, Víctor Leru, 1976.

Kuppers, Fundamentos en la teoría de los Colores, Barcelona, Gustavo, Gilli, 1980, (comunicación visual).

Favre, V.P., Color Sells your Package, Alemania, A.B.C. Edition Zurich.

Carcaño, Gustavo, Imagen Corporativa, México Derechos Reservados, 1974.

Eksell, Olle, Corporate Design Programs, Reinhold, Estudios Vista, 1967.

Lewis, John, Principios básicos de Tipografía, Barcelona, Trillas, 1980.

Pericoto, Yago, Psicología del Color, Hogares Modernos, D.M.A., 1975.

Kepes G., La Educación Visual, México, Navaro, 1969.

Papanek, Víctor, Diseñar para el Mundo Real, Madrid, Blume, 1977.

Bertrán, Félix, Acerca del Diseño, La Habana Cuba, Cuaderno de la Revista Unión, 1975.

Guerrero, Carlos, Proceso de diseño de identidad de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, México, tesis para obtener el título de Licenciado en Diseño Gráfico, UNAM, 1979.

Díaz, López, Ma. Elena, Propuesta de Metodología para la Proyección de símbolos en el Diseño Gráfico, México, tesis para obtener el título de Licenciado en Diseño Gráfico, UNAM, 1981.

Reforma del Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico, México, ENAP, UNAM, 1977.

EXISTEN SUFICIENTES EJEMPLOS GRAFICOS PARA PONER AL DESNUDO
EL ESQUELETO IMPERIALISTA QUE CUBRE LOS SUPUESTAMENTE INC -
CENTES SUPERHEROES ENGENDRADOS POR EL SISTEMA NORTEAMERICA-
NO...