

13
2e1



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

"Imagen Institucional de la Comisión
de Agua del Estado de México"

Tesis

Que para obtener el título de :
Licenciada en Comunicación Gráfica

Presenta

Karla Campos Cadena

Director de Tesis: Mtro. Jaime Resendiz González

México, D.F. 1998

TESIS CON
FALDA DE ORIGEN

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
SECRETARÍA DE CULTURA Y TURISMO

260570



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.

A mis padres:

Les agradezco el apoyo en mi educación, su amor, comprensión y la libertad que me dieron para elegir mi camino, gracias por lo que hemos hecho que Dios los bendiga, los amo.

A mis hermanos:

Larizza, Cecilia, Alvaro, porque la vida nos a dado la oportunidad de estar juntos y disfrutar todos y cada uno de nuestros logros gracias por su apoyo, amor y buenos consejos, los amo.

Rafa:

Porque eres parte de mi vida y corazón, te amo.

A mi abuelita Lúpita y mis tías Coy y Conchi:

Gracias por todo el amor y cariño que siempre me han brindado .

A mis amigos:

Landy, Lizzeth, Daniel, gracias por la amistad que nos une.

A mis suegros:

Rafael e Isabel gracias por su apoyo y comprensión.

A la escuela:

Que me formó profesionalmente y gracias a ello día con día llevo a cabo mi labor como comunicador gráfico ejerciendo como persona capaz y dando lo mejor de mí.

A mi director de tesis:

Mtro. Jaime Resendiz González, por sus conocimientos, apoyo y el tiempo que me dedicó en la asesoría de este trabajo muchas gracias.

INTRODUCCION

FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACION

Descripción del problema.....	1
Identificación del problema.....	2
Justificación de la Investigación.....	2
Ubicación del tema de estudio.....	2
Objetivos de la Investigación.....	4
Breve desarrollo del capitulo.....	4

CAPITULO I

MARCO TEORICO

1.1 La comunicación visual.....	6
1.2 Entidad visual.....	7
1.3 Definición de diseño gráfico.....	7
1.4 Direcciones del diseño gráfico.....	8
1.5 Programa de identidad.....	10
1.6 Concepto central de identidad global,institucional,etc.....	10
1.7 Concepto de Imagen Institucional.....	12
1.8 La realidad Institucional.....	13
1.9 La comunicación Institucional.....	14
1.10 La Imagen Institucional.....	14
1.11 Elementos sígnicos de la Imagen Institucional.....	15
1.12 Denominaciones Institucionales predominantes.....	16
1.13 Características de los elementos gráficos de la identidad Visual.....	17
1.14 Elementos del diseño gráfico.....	19
1.15 El diseño como proceso.....	20
Conclusiones del capítulo I.....	21

CAPITULO II

LA REALIDAD EN EL TRABAJO DE CAMPO

2.1 Breve reseña histórica sobre la Comisión Estatal de Agua y Saneamiento (CEAS).....	22
2.2 Objetivos de la CEAS.....	24
2.3 La Imágen institucional de la Comisión Estatal de Agua y Saneamiento (CEAS).....	26
2.4 La Subsecretaría de Infraestructura Hidráulica.....	27
2.5 ¿Qué es la Subsecretaría de Infraestructura Hidráulica.....	28
2.6 La imagen Institucional de la Secretaría de Infraestructura Hidráulica (SIH).....	30
2.7 Antecedentes de la cobertura de agua en el Estado de México.....	31
2.8 Disponibilidad y uso del recurso.....	31
2.9 Administración.....	33
2.10 La creación del Comisión de Agua del Estado de México (CAEM).....	34
2.11 Organización y marco normativo.....	37
Conclusiones capítulo II.....	45

CAPITULO III

METODOLOGIA INVESTIGACION INTERNA Y EXTERNA

3.1 Investigación interna.....	47
3.2 Resumen de la realidad institucional Comisión Estatal de Agua y Saneamiento (CEAS), Comisión de Agua del Estado de México(CAEM).....	53
3.3 Investigación externa.....	54
3.4 Símbolos de otras empresas afines.....	55
Conclusiones del capítulo III.....	57

CAPITULO IV

PROPUESTA

5.1 Desarrollo del proyecto.....	58
5.2 La necesidad de la imagen.....	59
5.3 Metodología desarrollo y planteamiento práctico.....	60
5.4 Conceptualización.....	71
5.5 Propuestas de bocetaje.....	72
5.6 Pruebas tipográficas.....	77
5.7 Proyección del simbolo signico.....	78
5.8 Justificación.....	79
5.9 Verificación y desarrollo.....	81
5.10 Presentación del manual de identidad.....	82

CONCLUSIONES.....	83
--------------------------	-----------

FUENTES.....	85
---------------------	-----------

INTRODUCCION

Descripción del problema

Por no existir una imagen clara y definida de la identidad y las funciones y servicios que se desempeñan, muchos organismos públicos descentralizados o desconcentrados que administran y prestan servicios al público mediante el cobro de cuotas, derechos y tarifas siendo alguno de ellos catalogado como prioritarios en base a fundamentos constitucionales, muchos de estos organismos en los que el estado era participante mayoritario, fueron privatizados o enajenados al cambiar jurídicamente su clasificación a no prioritarios y en consecuencia desaparecieron, se transfirieron o fusionaron sin que en la mayoría de los casos el público en general haya percibido los cambios que se operaban.

Cómo caso grave podemos señalar a la Comisión Estatal de agua y Saneamiento que siendo una de las paraestatales más importantes en el sector agua del gobierno no ha difundido desde su creación por los diferentes canales de comunicación su identidad es decir que existe y que esta presente en toda actividad relacionada con el agua en el Estado de México sin embargo todo objeto social con el hecho de existir debe emitir una imagen de identidad propia del organismo que es la que lo identifica en el medio social, es por ello que bajo el marco del programa Plan de Desarrollo Estatal 1993- 1999 y 1995 - 2000, en el que se contempla la restructuración de los Organismos Paraestatales, se tomó la decisión para realizar el proyecto de imagen institucional de la Comisión Estatal de Agua y Saneamiento (**CEAS**), y de esta forma crear el símbolo intitucional del nuevo Organismo Comisión de Agua del Estado de México (**CAEM**) producto de la fusión de la CEAS y la Subsecretaría de Infraestructura Hidráulica (SIH), dependientes de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Obras Públicas del Estado de México.

Actualmente la CEAS y la SIH operan en forma coordinada a través de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Obras Públicas.

Cada una desarrolla una labor diferente; en el caso de la Subsecretaría de Infraestructura Hidráulica (SIH) establece y define los lineamientos generales para la planeación, ejecución y operación de las obras y sistemas de agua potable, alcantarillado y saneamiento en el Estado; así como coordinar y vigilar que las obras hidráulicas, y la prestación de los servicios y el apoyo a los organismos operadores municipales se efectúen en la forma, calidad, transparencia y oportunidad debidas.

La CEAS (Comisión Estatal de Agua y Saneamiento) tiene por objeto:

Ejecutar estudios y proyectos para dotar, ampliar y mejorar el suministro de agua potable y alcantarillado e intervenir en la prevención de la contaminación ambiental; en beneficio de las comunidades urbanas y rurales del Estado, en Auxilio de las autoridades competentes.

Siguiendo como base el documento Plan de Desarrollo Estatal 1993 - 1999 y 1995 - 2000 , ambos organismos se fusionarán creando uno solo denominado CAEM, el cual cubrirá los mismos proyectos y llevará a cabo los nuevos bajo una nueva propuesta de imagen institucional que proyectara sus verdaderas funciones, valores y sustancias obteniendo así, una verdadera identidad.

Con ésto queda definido el nombre y estructura del nuevo Organismo, y esta información me da la pauta para realizar y desarrollar el presente proyecto, y tomar los aspectos mas relevantes de este tema, así como la importancia que tiene la imagen institucional dentro del diseño gráfico dando a conocer las soluciones gráficas y aportando los conocimientos adquiridos en el campo profesional, concluyendo con la Imágen y nombre proporcionado de manera que sea comprendida esta nueva Imágen institucional.

Identificación del problema

Considerando lo expuesto en el punto anterior, y conociendo las necesidades de abastecimiento de agua en bloque, drenaje, alcantarillado, tratamiento de las aguas residuales para el servicio de la población mexiquense, es importante que los usuarios identifiquen al organismo y el organismo se identifique con los usuarios por las funciones que desempeña; por ello propongo un programa de identidad en el cual podremos definir el perfil institucional de la **(CAEM)** y así crear una imagen interna y externa propia del organismo.

Justificación de la investigación

La necesidad de esta investigación surge cuando el Estado de México propone un desarrollo económico, social, cultural; restructurando así La Comisión Estatal de Agua y Saneamiento en La Comisión de Agua del Estado de México con el fin de mejorar los servicios, administración del agua y suministro, uso, recolección y saneamiento logrando identificar las funciones del organismo **(CAEM)**, con los usuarios a través de la propuesta de una nueva imagen institucional, que es indispensable para toda organización emitir que existe y que debe identificarse ante una sociedad a través de una imagen pública que determine sus funciones.

Ubicación del tema de estudio

Un aspecto importante es el destacar la relación existente entre las funciones del Diseño Gráfico con la sociedad y su vinculación a través del proyecto de imagen institucional para la Comisión de Agua del Estado de México (CAEM).

Objetivos de la investigación

General.

- Rediseñar la imagen institucional, en base a un programa de identidad institucional .

Específicos

- Identificar las funciones que desempeña este organismo a través de una imagen visual externa.
- Aplicar los valores internos para reforzar la imagen externa
- Que el usuario identifique interna y externamente de manera inmediata al nuevo organismo al observar la imagen.
- Llegar a la solución satisfactoria que identifique a la imagen con la entidad.
- Diseño de un manual de identidad gráfica

Breve desarrollo del capitulado

Se pretende dar una propuesta de un logotipo para la Comisión de Agua del Estado de México de acuerdo a las funciones y servicios que presta, tomando en cuenta que el logotipo es la simplificación, abstracción de una imagen y forma parte fundamental del diseño de identidad gráfica.

Se deberán contemplar aspectos perceptibles de interpretación de la imagen de una forma legible para que exista una retroalimentación y funcionalidad.

Este proyecto de investigación, es una síntesis enfocada a nuestra actividad creativa.

A continuación se describe de manera breve el contenido de esta investigación.

Introducción, presenta la fundamentación del tema de investigación, así como la ubicación del tema de estudio, considerando los objetivos a seguir.

El primer capítulo, veremos los conceptos teóricos con relación al diseño gráfico y la imagen institucional.

El segundo capítulo nos habla de los antecedentes históricos de la Comisión Estatal de Agua y Saneamiento y de la Subsecretaría de Infraestructura Hidráulica, así como las funciones que desempeñan y los antecedentes de la imagen institucional, sus cambios y evoluciones y la creación de la **CAEM**.

El capítulo tercero aquí se hablará sobre la metodología para crear una imagen institucional, en base a una investigación de campo.

El cuarto capítulo comprende el desarrollo del proyecto, investigaciones de la problemática, recopilación de la información y las características que deberá llevar el logotipo.

También se propone con base a la investigación diversas alternativas de diseño de imagen hasta llegar a la óptima y el desarrollo de un manual de identidad.

Al final se incluyen las conclusiones y las fuentes de consulta.

CAPITULO I MARCO TEORICO

1.1 La Comunicación Visual

El lenguaje más antiguo que creó el hombre prehistórico para comunicarse, comprendía imágenes visuales (pinturas rupestres) donde desarrollaban sus ideas y resolvían sus problemas de economía (caza, pesca y recolección de frutas y raíces).

Más tarde para asegurar la alimentación de un modo permanente, al sedentarizarse, el hombre descubre la agricultura y no sólo trata de dominar más a la naturaleza criando animales y cultivando plantas, sino además conoce la manera de emplear metales como materia prima de fabricación para utensilios, y se origina la fabricación de vasijas, vasos, idolillos, y otros objetos de barro y loza.

Lo que respondió en un principio a una necesidad práctica de la vida se convirtió en un magnífico medio de abordar el arte creando multiplicidad de formas y estilos decorativos, organizando también el trabajo de acuerdo a su economía, disponiendo de organismo político llamado Estado, viviendo en ciudades y elaborando un sistema de signos llamado escritura.

En la actualidad la comunicación visual abarca el diseño gráfico, la fotografía, la plástica, el cine, de las formas abstractas, a las formas reales; las imágenes estáticas a las imágenes en movimiento; de las imágenes simples a las imágenes complejas; a los problemas de percepción visual, que se refiere al aspecto psicológico de problemas tales como relaciones entre figura y fondo, mimetismo, ilusiones ópticas, movimiento aparente, imágenes y ambiente, permanencia retinica e imágenes póstumas. Tema que comprende todo el grafismo, todas las expresiones gráficas, desde la forma de un carácter de letra a la compaginación de un periódico, del límite de legibilidad de una palabra a todos los medios que facilitan la lectura de un texto.

1.2 Identidad Visual

Comprendiendo la importancia de la comunicación visual, el hombre necesitó de una marca para diferenciarse de los demás hombres, culturas, sociedades tribales y sociedades desarrolladas. Dando origen al principio mismo de la identidad visual, que cronológicamente nace de la marca.

Actualmente, la imagen se utiliza y es distintiva para el reconocimiento de productos, servicios de quienes realizan o fabrican, como para quienes hacen uso de ellos.

1.3 Definición de Diseño Gráfico

¿Qué es diseño gráfico?

El diseñar implica un proceso definido respecto a una necesidad específica de comunicación visual; expresándose a través de la configuración de mensajes significativos para un medio social específico.

El diseño, además de factor estético, debe poseer legibilidad, funcionalidad y simplicidad en su forma para evitar el desconcierto en el receptor, al decodificar el mensaje.

"El diseño gráfico no es la manifestación de formas visuales, sino el proceso que conduce a la obtención de mensajes".(1)

1.4 Direcciones del Diseño Gráfico

El diseño gráfico se desarrolla en dos grupos: Diseño de Informaciones y Diseño de Identidad.

EL DISEÑO DE INFORMACIONES está constituido por otros subgrupos como el grafismo funcional, grafismo didáctico y grafismo de persuasión.

.Grafismo funcional

El diseño que se orienta básicamente a la utilidad pública, es decir, hacia el individuo de una sociedad y que tiene por contenido información útil que corresponde a necesidades vinculadas a la movilidad social, por ejemplo, mapas, señalización, planos cartográficos, etc.

.Grafismo didáctico

El diseño de información de contenido cultural, científico, técnico y profesional, ejemplo de ello lo encontramos en el libro, o sus diferentes variantes, monografías, diagramas, esquemas, etc.

.Grafismo persuasivo

Los recursos gráficos equivalentes a los recursos retóricos verbal y textual, establecen una mecánica sutil que lleva al espectador al terreno de la seducción visual y psicológica, tal es el caso de la propaganda y la publicidad.

EL DISEÑO DE IDENTIDAD, que engloba a La Marca, Diseño de Identidad Corporativa y Diseño de Imagen Global.

.La marca

El diseño de un distintivo en los productos para su reconocimiento de quienes lo fabrican y de los que existen en el mercado .

.Diseño de identidad.

Este no tiene por objeto marcar físicamente los productos y firmar los mensajes que son funciones de la marca, sino desarrollar visualmente el concepto de personalidad ya sea corporativa, Institucional, empresarial etc., en forma de un programa.

.Diseño global

Es el resultado de la coordinación de las diferentes aplicaciones del diseño, no solo el gráfico también el diseño de objetos (diseño industrial) y el diseño ambiental(urbanismo, arquitectura e Interiorismo) que es el resultado de una nueva mentalidad de comunicación.

Los criterios de diseño se desarrollan y constituyen en conjunto el esquema de la imagen global, abordando una normatividad precisa que establece un mecanismo coordinador entre todos los recursos de comunicación que son todos los soportes de trasmisión de la imagen.

En estos conceptos desde mi punto de vista el autor orienta las diferentes aplicaciones del diseño gráfico según las necesidades específicas de comunicación visual.(2)

Por ello es importante conocer las direcciones que orientan el diseño gráfico y de esta forma poder guiar nuestro problema gráfico hacia la solución más efectiva.

1.5 Programa de identidad

Es un sistema de signos que conlleva un código combinatorio y un conjunto de criterios que son estructurantes de la propia identidad.

Ello implica la formalización de una normatividad precisa para la aplicación del programa en los muy diferentes soportes de la comunicación,

1.6 Concepto Central de Identidad Global, Institucional Corporativa, Empresarial etc.

Se trata de una personalidad construida por la empresa, no siendo una dimensión o cualidad que la empresa posee, sino el resultado de un esfuerzo que consiste en descubrir sus potencialidades mediante operaciones de autoevaluación y definición de la singularidad empresarial.

Es el conjunto de atributos asumidos como propios de la Empresa, este conjunto constituye el discurso del propio ser que se desarrollan en la misma.

OBJETIVOS DE LA IDENTIDAD

La empresa a través de su actividad, va generando diálogos permanentes con sus interlocutores y formas de autorepresentación, cada sujeto social tiene una idea de lo que es y una idea de lo que quiere que crean que es; tiene una idea de lo que debe ser y una idea de lo que quieren que crean que debe ser. (3)

En este planteamiento hay dos aspectos por destacar:

Uno tiene que ver con la personalidad constituida por las distintas ideas,

signos, principios y objetivos que han dado forma a la institución, corporación o empresa en el pasado; esto es, el conjunto de declaraciones y actuaciones de identidad que de alguna manera las han distinguido, con mayor o menor fortuna.

Otra es, la manera como ha precisado su sistema de puntos de venta o su perfil a clientes, además de las decisiones relativas a su política de calidad, o de ventas masivas o selectivas.

"Pero la identidad, no termina en lo que pudiéramos denominar sistema cultural corporativo, institucional o identidad conceptual de la empresa; la identidad exige una manifestación visual o física, asumiendo el rasgo externo más visible de la empresa o institución en el proceso de diferenciación, al entrar en la concurrencia del mercado en el sistema social. La identidad visual es junto con los patrones de conducta, la personalidad reconocible de la empresa". (4)

1.7 Concepto de Imagen Institucional

Son los mensajes de identidad que formula una Institución, orientados a inducir una determinada imagen pública de sí misma

En la definición anterior se deben considerar los conceptos de imagen e institución:

a) IMAGEN

Es la representación de un objeto mediante una concepción visual, verbal o auditiva. Es una idea determinada que mantiene una relación de semejanza con lo que representa.

Se suele entender como un hecho objetivo, un fenómeno exterior perceptible, tales como: tener o emitir una imagen (aspecto), representaciones o medios y sistemas de producción de mensajes icónicos: fotografías, cinematografía, video, etc., retórica de la imagen.

Y asumida como un hecho subjetivo, un registro una representación, el fenómeno representacional subjetivo se puede expresar en en tres formas:

"La imagen pública" (hecho de opinión colectiva); "imagen psíquica" (fenómeno de representación mental); registro imaginario (formación ideológica), etc. Ambos conceptos de algún modo se utilizan de forma inconsciente, y de manera simultánea a través de la teoría Gestáltica que más adelante desarrollaremos.

b) INSTITUCION

A la institución la forman las entidades públicas o privadas que administran y gestionan actividades sin fines de lucro directo.

1.8 La Realidad Institucional

"Llamamos así al conjunto de rasgos y condiciones objetivas del ser social de la institución, es decir, la identidad del sujeto social, en el sentido teórico del término, así como el conjunto de condiciones empíricas que plasman su existencia real como agente social. La identidad de una institución está representada por:

La entidad jurídica y su funcionamiento legal concreto

La estructura o modalidad organizativa y operativa

La índole y peculiaridades de su función

La realidad económico-financiera

La infraestructura en que se sustenta y el sistema de recursos materiales

La Integración social interna: individual, grupal, societaria, técnica, etc.

El sistema de relaciones y condiciones de comunicación operativa interna y externa".(5)

Es decir, forman parte de la realidad institucional, los datos efectivamente materializados como leyes, normas, valores, ideas y tendencias a los procesos que irán modificando su propia realidad.

1.9 La Comunicación Institucional

La comunicación Institucional está constituida por el conjunto de mensajes emitidos consiente e inconscientemente, voluntaria o involuntariamente. Toda entidad social con existir y ser perceptible emite sobre su entorno una serie de comunicados.

Cualquiera que sea su contenido referencial, explícito existe una capa de comunicación identificadora, es decir, alusiva a la identidad del emisor.

La identidad es tanto para el receptor como para el emisor, un mensaje predominantemente connotado.

Este carácter de la comunicación identificadora logra que el volumen de mensajes que se incluyen dentro de este concepto, esté representado por la totalidad de la identidad de la institución.

La identidad es un contenido semántico, adherido a todo tipo de significantes que circulan por la totalidad de los canales de comunicación directa o indirecta de la institución.

1.10 La Imagen Institucional

Aparece como el registro público de los atributos identificatorios del sujeto social. Asimismo, es la lectura pública de la institución, la interpretación que la sociedad y cada uno de sus grupos, selectores o colectivos, construyen de modo intencional o espontáneo.

1.11 Elementos Signicos de la Imagen Institucional

Al primer conjunto de los signos de identidad formando un todo estable lo llamamos identificador.

LOS SIGNOS IDENTIFICADORES

La identificación institucional comprende dos conceptos diferentes a saber:

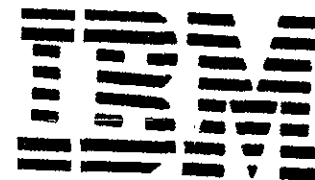
IDENTIFICACION.- como el proceso por el cual la institución asume una serie de atributos que definen el qué y cómo es.

DENOMINACION.- como la codificación de la identidad anterior mediante la asociación de nombres que permitan identificar a la institución.

1.12 Denominaciones Institucionales Predominantes

Existen cinco tipos básicos y sus formas mixtas

a) **DESCRIPTIVOS**, enunciación sintética de los atributos de la institución
Fig.1



1

b) **TOPONIMICOS**, alusión al lugar de origen o área de influencia de la institución. Fig.2



2

c) **SIMBOLICOS**, alusión a la institución mediante una imagen. Fig.3



3

d) **CONTRACCIONES**, construcción artificial mediante iniciales o fragmentos de palabras. Fig. 4



4

e) **PATRONIMICOS**, alusión a la institución mediante el nombre propio de una personalidad clave de la misma, dueño o fundador. Fig. 3

1.13 Características de los Elementos Gráficos de la Identidad Visual

SIMBOLO

El símbolo es la marca visual que representa la institución o empresa. La característica más definida de los símbolos, es el no tener una relación natural con la empresa; sencillamente la representan, esto es tomar el lugar de la empresa; y es la acción del tiempo, la que consigue que la audiencia identifique al símbolo como propio de la compañía.

Existen dos tipos de símbolos:

- a) Abstracto este símbolo es absolutamente arbitrario no teniendo relación con lo que representa.
- b) Figurativo, este símbolo tiende a mantener una relación más natural con algunas características de la empresa. Fig. 5

LOGOTIPO

Es la transcripción escrita del nombre (nombre de empresa o marca) por medio de una grafía particularmente caracterizada y exclusiva.

En sí está formado por letras unidas entre sí, entrelazadas formando una unidad signíca que se diferencia de los tipos simples y móviles, porque constituyen en sí misma un todo gestáltico y no una sucesión de letras comunes. Fig. 6



5



6

IMAGOTIPO

Al logotipo suele sumarse con frecuencia un signo no verbal que posee la función de mejorar las condiciones de identificación. Al ampliar los medios, se trata de imágenes estables y muy pregnantes que permiten una identificación que no requiera lectura, en el sentido estrictamente verbal del término.

Estas imágenes pueden adoptar características muy diversas, pues su único requisito genérico es memorabilidad y capacidad de diferenciación respecto del resto: anagramas o deformaciones personalizadas del logotipo, icóno o reproducciones más o menos realistas de hechos reconocibles, mascotas o figuras características de personajes u objetos, figuras abstractas o composiciones arbitrarias sin significación o referencias explícitas. Fig.7



7

ICONO

Es la representación gráfica de objetos, símbolos y emblemas religiosos, políticos o de cualquier valor a través de figuras e imágenes. Fig.8

SIGNO

Es una unidad mínima de sentido, se compone del menor número posible de elementos gráficos que lo componen (grafemas), y el menor esfuerzo exigido al receptor (perceptibilidad). Fig.8



8

1.14 Elementos del diseño gráfico

Los elementos del diseño gráfico se relacionan entre si y no pueden ser separados de nuestra experiencia visual general.

Tomados por separado pueden parecer bastante abstractos, pero juntos determinan el contenido de un diseño

Se distinguen cuatro grupos de elementos:

- a) Elementos conceptuales
- b) Elementos visuales
- c) Elementos de relación
- d) Elementos prácticos

ELEMENTOS CONCEPTUALES

No son visibles. No existen de hecho sino que parecen estar presentes por ejemplo el punto, línea, plano, volumen.(Fig.9,10,11,12).

ELEMENTOS VISUALES

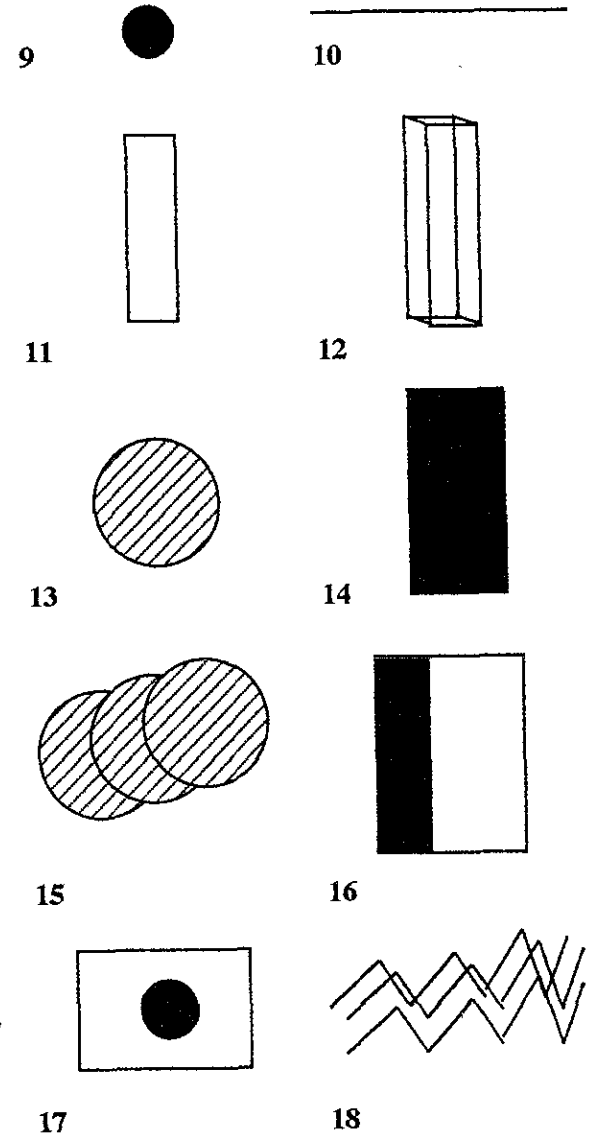
Los elementos visuales son los que forman parte de un diseño , a través de estas formas visibles se hacen presentes los elementos conceptuales porejemplo:la forma, medida, color, textura.(Fig.13,14).

ELEMENTOS DE RELACION

Este grupo de elementos rige la ubicación y la interrelación de las formas de un diseño que son: dirección, posición, espacio, gravedad.(Fig.15,16,17).

ELEMENTOS PRACTICOS

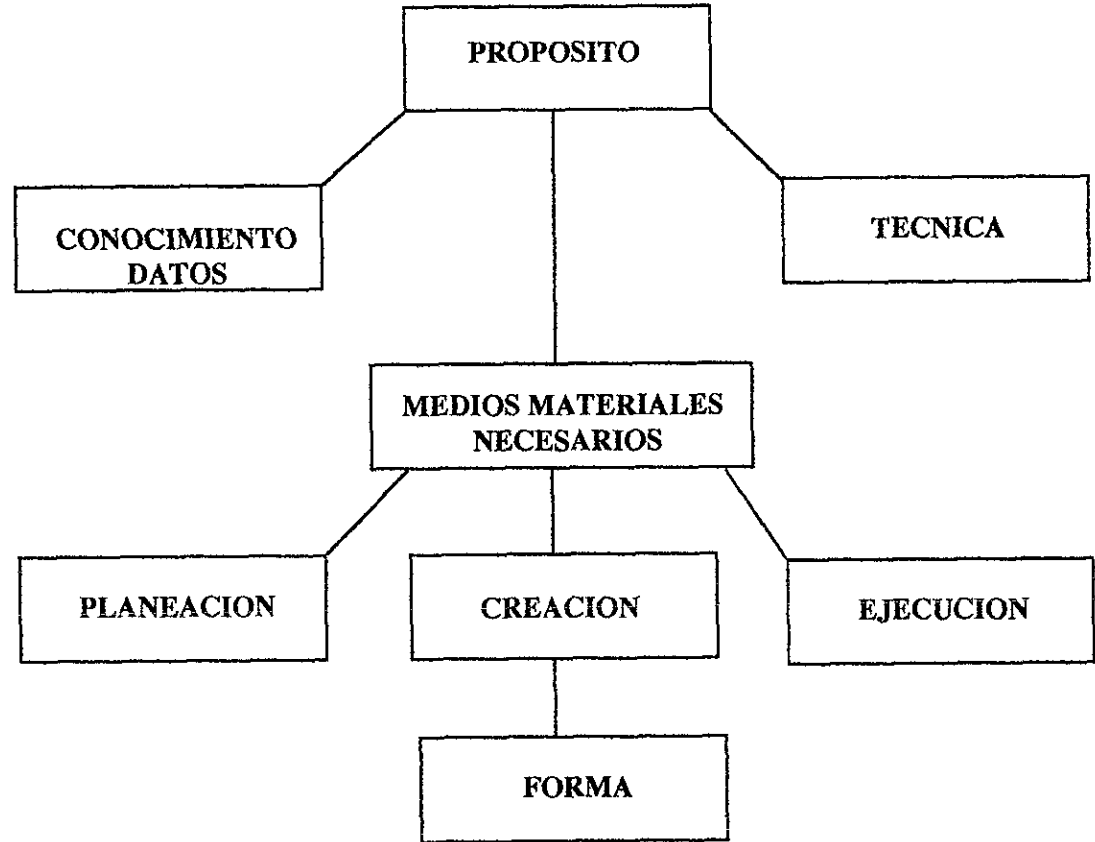
Estos elementos subyacen el contenido y el alcance de un diseño ejemplo: representación, significado, función.(Fig. 18 Agua).



1.15 El diseño como proceso

Lo que define al diseño y a la comunicación misma es:

- 1.- La existencia de un propósito
- 2.- El conocimiento de los datos, y las técnicas para realizarlo
- 3.- La disposición de los medios materiales necesarios
- 4.- El proceso temporal de planificación, creación y ejecución por el cual se materializará el propósito en una forma.



Conclusiones capítulo I

Es necesario que se conozcan los principios de la identidad visual, los conceptos de imagen de identidad y las características gráficas de la identidad para proporcionar una imagen gráfica propia de la institución; es decir, todos estos conceptos nos ayudan para tener una idea más cercana de la imagen de identidad y de como podemos utilizar estos elementos gráficos para construir nuestra propia identidad de Institución siguiendo los procesos del diseño.

Conforme a lo visto en nuestra introducción nuestro problema se enfoca a un cambio de imagen Institucional que se justifica en una reestructura hecha por el Plan de Desarrollo Estatal 1993-1999, y el Plan de Desarrollo Nacional 1995-2000 por lo que en este capítulo damos a conocer los conceptos del diseño gráfico y de identidad, las direcciones hacia donde se orienta nuestro problema y las necesidades de comunicación; también presentamos las características físicas de una identidad ya sea empresa, o Institución etc., y entendemos que los mensajes que formula una empresa o institución (Identidad) exigen una manifestación visual o física para asumir un rasgo visible externo de diferenciación en el sistema social el cual llamamos imagen de identidad. Por lo que en el siguiente capítulo conoceremos los antecedentes de la Comisión Estatal de Agua y Saneamiento (CEAS) y de la Subsecretaría de Infraestructura hidráulica (SIH), sus acciones como agentes sociales, su imagen de identidad, así como su fusión quedando reestructurada en Comisión de Agua del Estado de México (CAEM).

CAPITULO II LA REALIDAD EN EL TRABAJO DE CAMPO

2.1 Breve Reseña Historica Sobre la CEAS

En las últimas décadas en el Estado de México se ha producido un acelerado desarrollo urbano, situación que lo ha llevado a requerir de una infraestructura hidráulica que cubra las necesidades de servicios de agua potable, alcantarillado y drenaje que demanda la población mexiquense, por lo que el Gobierno del Estado de México preocupado por la conservación del agua como líquido de vital importancia para el ser humano, crea el 1ro. de marzo de 1971 la Comisión Estatal de Agua y Saneamiento, como dependencia directa del Ejecutivo del Estado.

La necesidad de contar con un organismo independiente que planeara construyera, operara y administrara sus propios recursos, proyectos y obras, hizo que el 10 de julio 1974, por medio del decreto 112 artículo 1ro., la H. XLV Legislatura del Estado, constituyera la Comisión como un Organismo Público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonios propios, a fin de encargarse de todo lo relacionado con la dirección, organización y aprovechamiento de los recursos e infraestructura hidráulica, así como de los sistemas de alcantarillado de la entidad, dichas atribuciones se realizan en coordinación con Organismos Públicos Federales, Estatales y Municipales, así como con asociaciones civiles y en su caso con particulares; y de esta manera dar una mejor atención a las demandas del servicio de agua potable y alcantarillado a nuevos centros urbanos, rurales e industriales, planteandose la formación operativa de gerencias regionales.(6)

Durante el mes de noviembre de 1979, la Ceas inicia un proceso de concentración material de las unidades administrativas en las instalaciones del edificio del agua, ubicado en la calle de Félix Guzmán

No.10 esquina con Josellillo, en la colonia del Parque, en el municipio de Naucalpan de Juárez, donde inicialmente, se localizó la propia Comisión y la Dirección de Aprovechamientos Hidráulicos (D.A.H.), dicho proceso se concluyó el 16 de septiembre de 1981, con la fusión operativa y administrativa de las dependencias antes mencionadas, se conformó la actual Comisión Estatal de Agua y Saneamiento.

La Comisión Contó inicialmente con siete organos regionales, que administrativamente permitieron tomar las decisiones en los lugares donde surgían los problemas y se desarrollaban los proyectos.

Las Gerencias Regionales estaban constituidas, por unidades de Estudios y Proyectos y de Construcción, Las cuales mencionaremos posteriormente en la estructura organica de la CEAS.

2.2 Objetivos de la CEAS

Dentro de los objetivos principales que tiene encomendada la CEAS se encuentra el proporcionar agua en bloque a los núcleos de población, mejorar el suministro de agua y construir los sistemas de agua de la siguiente manera:

- Ejecutar estudios y proyectos para dotar, ampliar y mejorar el suministro de agua potable y alcantarillado e intervenir en la prevención y control de la contaminación ambiental en beneficio de las comunidades urbanas y rurales del Estado, y auxiliando a las autoridades competentes.
- Construir obras de captación de agua potable
- Proporcionar agua en bloque a núcleos de población fraccionamientos, comunidades, municipios y particulares que lo requieran.
- prestar asistencia técnica a quienes lo requieran para la construcción, administración, operación y mantenimiento de sistemas de saneamiento.
- Operar, administrar, mantener y conservar los sistemas que sean entregados por la federación, Ayuntamientos y otros Organismos.
- Promover la integración de comités Administradores de los sistemas de

agua y saneamiento de las localidades y elaborar los reglamentos para su correcto funcionamiento.

- Controlar la contaminación de agua, tierra, aire y ruido, colaborando con las Secretarías y Organismos involucrados y asesorando a las comunidades que lo requieran.
- Planificar y programar coordinadamente con las dependencias Gubernamentales, Federales, Estatales y Municipales, las obras de agua, saneamiento y control de contaminación en el Estado de México.

2.3 La Imagen Institucional de la Comisión Estatal de Agua y Saneamiento

El logotipo que define e identifica a la "CEAS" fue creado por el Ing. Héctor del Mazo Gonzáles, el primer director de esta Comisión. En él trato de plasmar la importancia, proceso y trascendencia que tiene el manejo y aprovechamiento del agua; es decir, la gota de agua de color azul contiene o envuelve a un grifo y a su vez una gota de agua clara, que para hacerla potable se tiene que tratar; el saneamiento está representado por la gota de color azul a la gota de color claro pasando por el grifo.



2.4 La Subsecretaría de Infraestructura Hidráulica

La Secretaría de Desarrollo Urbano y Obras Públicas se creó a partir de la expedición de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de México (LOAPEM), el 17 de septiembre de 1981, con facultades para realizar acciones en materia de desarrollo urbano y construcción de obras públicas, regulación del desarrollo de comunicaciones y transportes y la operación de programas para el abastecimiento y tratamiento de aguas y servicios de drenaje y alcantarillado.

Posteriormente, por el crecimiento de las funciones de la dependencia se hizo necesario crear, para el auxilio del secretario y suplirlo en sus ausencias temporales, dos Subsecretarías, una encargada del Desarrollo Urbano y Vivienda y otra de las Comunicaciones y transportes, esto a partir del 10 de octubre de 1990 a través de la adición del artículo 32 bis de LOAPEM.

Sin embargo el 24 de diciembre de 1991 se reforma nuevamente la Estructura y facultades de la dependencia debido a la creación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y de la Secretaría de Ecología, lo que ocasionó transferencia de facultades a estas y adecuación del propósito esencial de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Obras Públicas, encargándose del ordenamiento de los asentamientos humanos, la regulación del desarrollo urbano y la vivienda y de la ejecución de las obras públicas a su cargo.

Derivado de lo anterior, en el mes de abril de 1992 formalizó una nueva estructura orgánica con la creación de tres Subsecretarías para la atención del desarrollo urbano y la vivienda, del equipamiento urbano y de la infraestructura hidráulica en el Estado de México. Adicionalmente, la Secretaría sectoriza a cuatro Organismos auxiliares, tres tienen el carácter de Organismos descentralizados entre ellos LA COMISION ESTATAL DE AGUA Y SANEAMIENTO (CEAS).(7)

2.5 ¿Que es la Subsecretaría de Infraestructura Hidráulica?

Dentro de los objetivos generales que principalmente realiza la SIH están: establecer y definir los lineamientos generales para la planeación y ejecución y operación de las obras y sistemas de agua potable, alcantarillado y saneamiento del Estado; así como coordinar y vigilar que las obras hidráulicas, la prestación de servicios y el apoyo a los organismos operadores municipales se efectúen en la forma, calidad y transparencia y oportunidad debidas, sus objetivos específicos son:

- Planear las estrategias y acciones para el eficiente ejercicio del programa hidráulico de la Identidad.
- Programar, obtener y fomentar la existencia de un sistema financiero de las obras hidráulicas en el Estado con la participación Federal, Estatal, Municipal y de la iniciativa privada, coadyuvando de esta manera en la ejecución eficiente y oportuna de las acciones sobre obra hidráulica del Estado.
- Definir, dar seguimiento y observar el cumplimiento adecuado de las inversiones financieras Federales, Estatales, Municipales y de iniciativa privada que realicen para la ampliación y eficientización de los sistemas de agua potable y alcantarillado, saneamiento y drenaje en la entidad.
- Jerarquizar la atención de las necesidades sobre obras hidráulicas de acuerdo a la urgencia social, compromisos políticos y programación administrativa.
- Coordinar vigilar que las obras hidráulicas se ejecuten de acuerdo al Programa Hidráulico Estatal que se establezca, para ejercer una coherencia presu-

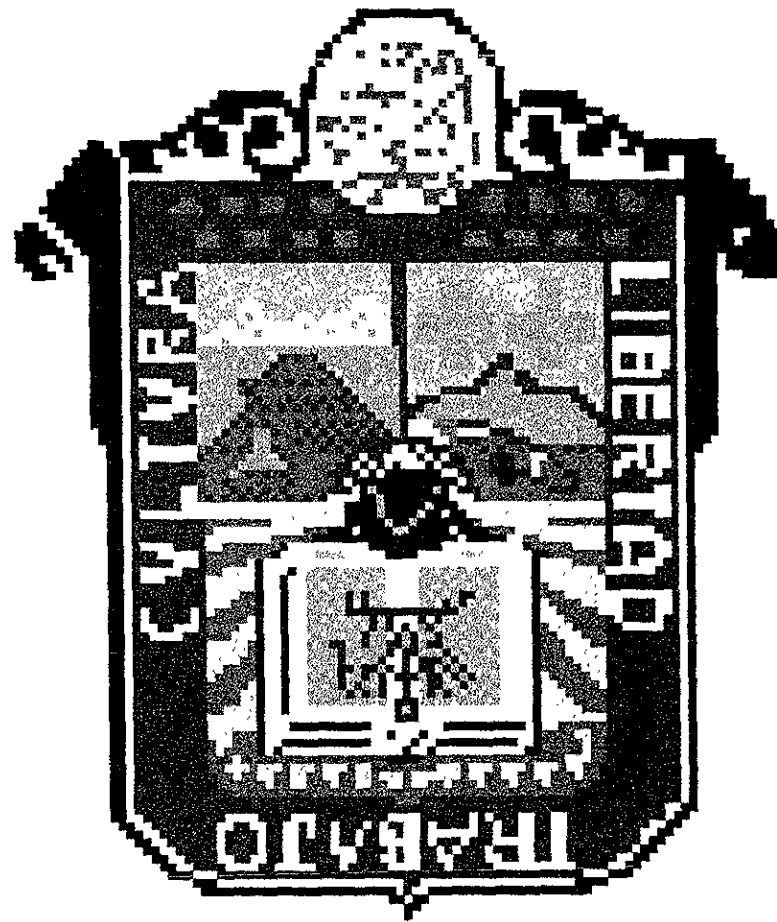
puestal y programática en la materia.

- Dictar las normas generales y establecer los criterios orientadores para el ejercicio de las actividades hidráulicas en el Estado de México.
- Apoyar el proceso de creación y consolidación de los organismos operadores municipales, con el propósito de descentralizar las acciones en obras hidráulicas a los municipios que posean la capacidad administrativa y financiera para prestar el servicio.
- Mantener estrecha coordinación con los organismos operadores para lograr coherencia, concreción y eficiencia en las acciones que se apliquen sobre desarrollo urbano y obras públicas, encargándose del ordenamiento de los asentamientos humanos y agua potable en la zona de su competencia.
- Establecer de acuerdo a su competencia los lineamientos, normas, políticas, criterios, sistemas y procedimientos de carácter técnico para mejorar los servicios en cantidad y calidad de agua potable, alcantarillado y saneamiento.
- Implantar políticas de comunicación y divulgación de la obra y acciones hidráulicas para fomentar la participación ciudadana.
- Verificar el avance físico-financiero de las obras hidráulicas ejecutadas en el Estado, así como observar el cumplimiento estricto a la normatividad establecida sobre la materia.
- Desarrollar todas aquellas funciones inherentes al área de su competencia.(7)

2.6 La Imagen Institucional de la Subsecretaría de Infraestructura Hidráulica

Desde el momento de su creación la Subsecretaría no cuenta con una imagen propia por lo que se alinea a la imagen del Gobierno del Estado, esta imagen es representada por un escudo de armas que simboliza patria, libertad, trabajo, y cultura.

Actualmente esta es la imagen que se utiliza.



2.7 Antecedentes de la Cobertura de Agua en el Estado de México

El agua constituye un elemento básico para el desarrollo económico y social de la identidad. Por su creciente escasez, se ha convertido en un tema prioritario de las políticas económicas y ecológicas.

La política hidráulica debe propiciar un uso racional del líquido por medio de servicios eficientes en todas las etapas del proceso hidráulico: el acopio, la distribución, la recolección y el saneamiento. Aunque el gobierno tiene la función de ofrecer los servicios, toda la población, los sectores social y privado deben ser corresponsables en el uso racional y la conservación del agua.(8)

2.8 Disponibilidad y uso del Recurso

En la entidad existe un déficit de $6\text{m}^3/\text{seg.}$ de agua potable, resultado de una demanda actual de $38\text{m}^3/\text{seg.}$ considerando dotaciones suficientes, contra un caudal disponible de $32\text{m}^3/\text{seg.}$

También existe una sobreexplotación del recurso, pues de los mantos acuíferos del Valle de México se extraen mil 619 millones de m^3 al año, mientras la recarga es de únicamente de 788.4 millones de m^3 .

El déficit en los 17 municipios más poblados de los 27 que conforman la conurbación con el Distrito Federal, es de $3.5\text{m}^3/\text{seg.}$ producto de un consumo de $22.8\text{m}^3/\text{seg.}$ y de una demanda de $26.3\text{m}^3/\text{seg.}$

En las áreas conurbadas con crecimiento acelerado y alta concentración poblacional, zonas que hacen muy costosa la introducción de sistemas de distribución y recolección; estas ciudades con alto potencial de desarrollo deben ser atendidas en materia de agua para inducir su crecimiento.

Unicamente 65% de la población total de la entidad cuenta con servicio de alcantarillado; en las zonas urbanas es de 85%, mientras que en las rurales es de solo 24%.

La infraestructura para el tratamiento de las aguas de desecho es minima en todo el Estado. Solo 7% del caudal de aguas residuales domésticas e Industriales es tratado y reciclado.(9)

2.9 Administración

Las recaudaciones por la prestación del servicio son muy bajas en toda la entidad, como resultado de tarifas subsidiadas, falta de padrones de usuarios actualizados y completos, y de prácticas de facturación y cobranza ineficientes.

Hay discrepancia entre las disposiciones jurídicas federales y estatales, lo que dificulta la coordinación institucional y la interpretación y cumplimiento de las leyes en la materia.

Se han creado 40 organismos operadores municipales, de los cuales 25 ya funcionan y se atienden a 70% de la población. Falta por crear más de 80 organismos.(10)

2.10 La Creación de la CAEM

El agua para la humanidad constituye un factor vital, ya que sin este recurso no sería factible obtener alimentos, ni energéticos. Interviene en todas las facetas de las actividades del Hombre, pero no se encuentra disponible en la cantidad suficiente, o con la calidad adecuada; en los sitios donde se requiere, ni durante el tiempo que se necesita. Sin embargo, el agua tiene la propiedad de poderse almacenar y transportar, con el fin de hacer coincidentes su oferta y demanda, tanto en el espacio como en el tiempo. Para esto, se requiere la construcción de obras de infraestructura hidráulica, que además permitan el control y saneamiento de este elemento. En suma, suministrar servicios de agua potable y alcantarillado de manera suficiente y eficiente.

No obstante el Plan de Desarrollo del Estado de México 1993-1999, bajo el rubro de fortalecimiento Municipal establece, entre otras acciones para mejorar las finanzas municipales, la actualización de los padrones de usuarios de agua potable; la revisión de las tarifas de los servicios públicos y los cambios en las modalidades de prestación de servicios públicos; en los que participen los sectores social y privado, particularmente de aquellos en que se pueda recuperar los costos y tener márgenes de utilidad como es el caso particular del agua potable.

También reducir las pérdidas a solo el 10% del flujo inicial, incrementar el acopio del agua potable de manera que el 90% de la población de la entidad cuente con el servicio.

Reforzar los sistemas de captación local, rehabilitar pozos, ampliar la cobertura rural, continuar con los programas federal y estatal de agua limpia, profundizar los estudios acerca del comportamiento de los recursos hidráulicos del estado, en especial de los acuíferos, se pretende ampliar la cobertura de alcantarillado a 75% y de saneamiento a 63% la reutilización de este tipo de aguas en la industria

y el riego por lo menos en 5m³/seg., del alcantarillado sanitario implantar programas de construcción de plantas de tratamiento de aguas residuales, domésticas, fosas sépticas y letrinas.

Continuar con la creación de organismos operadores de agua para mejorar la eficiencia de su administración y operación, a fin de incrementar sustancialmente la eficiencia de los procedimientos de facturación y cobranza.

Regularización de tomas ilegales para aumentar el número de usuarios que paguen por el servicio, modernizar los sistemas de medición y cobranza entre otras cosas la instalación de medidores.

El Plan de Desarrollo Nacional 1995- 2000 bajo el rubro de Política Ambiental para un crecimiento sustentable, dispone que el uso eficiente del agua y su abastecimiento a todos los mexicanos es una de las mas altas prioridades y que para mantener complementar y aumentar la infraestructura de alta calidad para servicios de agua es necesario reforzar la infraestructura hidráulica considerada estratégica; terminar obras inconclusas; realizar las obras nuevas que reclaman el crecimiento de la demanda y adecuar y utilizar plenamente la infraestructura ociosa.

Para hacer frente a la creciente demanda por servicios de agua para consumo humano y otros usos se abrirán nuevas oportunidades a las empresas privadas con el fin de que participen directamente en la prestación de estos servicios regulándolas debidamente para garantizar su calidad y eficiencia y proteger a los usuarios, se incentivará el desarrollo de empresas del agua y se fomentará la diversificación de inversiones en los distritos de riego a través de diversos esquemas; se fortalecerán los organismos responsables del manejo integral de los servicios de agua potable, alcantarillado y saneamiento y se extenderá la integración de consejos para cuencas hidrológicas.

Por otro lado la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente y la Ley de Aguas Nacionales publicadas en el diario oficial de la federación el 28 de enero de 1988 y el 1º de diciembre de 1992 respectivamente establecen disposiciones cuya aplicación no se encuentra prevista por la ley que crea la Comisión Estatal de Agua y Saneamiento, por lo que este ordenamiento es insuficiente para regular la actividad hidráulica realizada en la entidad.

Precisamente para responder a lo previsto en el Plan de Desarrollo del Estado 1993-1999, y el plan de 1995-2000 y en los ordenamientos federales, se propone la expedición de la ley que crea LA COMISION DE AGUA DEL ESTADO DE MEXICO.

Con el propósito que la CAEM realice las funciones que se le encomiendan y de que exista un solo organo para el manejo integral del agua en la entidad, se otorga el caracter de autoridad fiscal y se previene que tanto el personal como el patrimonio que actualmente corresponde a la Comisión Estatal de Agua y Saneamiento y a las diversas unidades administrativas dependientes de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Obras Publicas relacionadas con el manejo del agua pasaran a formar parte de la Comisión que se crea.(11)

2.11 Organización y Marco Normativo

ESTRUCTURA ORGANICA

La CEAS cuenta con la siguiente organización:

- Un Consejo Directivo
- Una Dirección General
- Una Secretaría Particular
- Seis direcciones de área
- Diez subdirecciones
- Cuarenta y una Gerencias
- **Con la restructuración La CAEM contará con la siguiente organización:**
- Un Consejo Directivo
- Una Vocalía Ejecutiva
- Una Secretaría Particular
- Cinco Direcciones Generales
- Siete Direcciones de Area
- Tres Unidades de Apoya Administrativo
- Veintitres Subdirecciones

-
- Dieciseis Gerencias
 - Setenta y seis Departamentos
 - Diez Residencias de Construcción
 - Siete Delegaciones Administrativas Regionales

SU FUNCIONAMIENTO LEGAL CONCRETO

El funcionamiento legal se apoya en lo siguiente:

Disposiciones federales

- Ley Federal de Aguas
- Ley Federal del Trabajo
- Ley de Aguas de Propiedad Nacional
- Ley de Vías Generales de Comunicación
- Ley de Obras Públicas
- Ley Federal de Protección al Ambiente
- Ley General de Asentamientos Humanos
- Ley Reglamentaria del Artículo 27 Constitucional
- Ley del Impuesto del Valor Agregado
- Ley de Información y Estadística Geográfica

-
- Ley de Impuestos Sobre la Renta
 - Ley Aduanera
 - Ley General de Bienes Nacionales
 - Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito.
 - Ley de Planeación
 - Ley General de Salud
 - Ley de Adquisiciones y Arrendamiento y Prestación de Servicios Relacionados con Bienes Muebles
 - Ley de la Secretaría de Salubridad y Asistencia.
 - Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente
 - Gaceta Ecológica del Diario Oficial de la Nación
 - Reglamento de la Ley de Aguas de propiedad Nacional
 - Reglamento de la Ley de Obras Públicas
 - Reglamento de la Ley de Información, Estadística y Geografía

DISPOSICIONES ESTATALES

- Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México
- Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de México.
- Ley para la coordinación y control de Organismos Auxiliares y Fideicomisos del Estado de México

-
- Ley de Catastro del Estado de México
 - Ley Orgánica Municipal del Estado de México
 - Ley de Cooperación para Obras Públicas del Estado de México
 - Ley Orgánica del Presupuesto de Egresos del Estado de México
 - Ley de deuda Pública del Estado de México
 - Ley de Hacienda Municipal del Estado de México
 - Ley de Ingresos del Estado de México
 - Ley de Seguridad Social (ISSEMYM)
 - Estatuto Jurídico de los Trabajadores al Servicio de los Poderes del Estado, Municipios y Organismos Públicos Coordinados y Descentralizados de Carácter Estatal
 - Reglamento de la ley para la Coordinación y Control de los Organismos Auxiliares y Fideicomisos del Estado de México.

LA INFRAESTRUCTURA EN QUE SE SUSTENTA Y EL SISTEMA DE RECURSOS MATERIALES

Como lo hemos mencionado anteriormente , la CAEM es el principal suministrador y dotador de agua en bloque al Estado de México, cuenta con Infraestructura hidráulica en operación de:

- 67 pozos
- 30 tanques
- 73 líneas de conducción
- 31 cajas rompedoras de presión
- 29 estaciones de bombeo
- 9 obras de toma
- 2 manantiales
- 6 cajas derivadoras
- 4 sistemas de deshielo
- 38 carcamos de bombeo pluviales y sanitarios
- 13 lagunas de estabilización
- 2 macroplantas de tratamiento
- 10 almacenes
- 1 laboratorio de análisis clínico y bacteriológico del agua

LA REALIDAD ECONOMICA FINANCIERA

La entidad cuenta con patrimonio propio, que son los recursos con los que opera económicamente y a partir de los cuales genera sus ingresos.

Es decir, la Comisión proporciona y vende agua en bloque a los Organismos Operadores de agua en los diferentes municipios del Estado y estos se encargan de repartir el agua a las comunidades y cobrarla, de esta manera los Organismos Operadores con los cobros de sus usuarios pagan el agua que se les dota.

LA INTEGRACION SOCIAL INTERNA

La Comisión esta integrada grupalmente por una plantilla de 1990 empleados mas los cambios que se efectuen.

La Integración se da en función de los mismos criterios, objetivos o subjetivos impuestos o elegidos por el Consejo Directivo en beneficio de la sociedad.

EL SISTEMA DE RELACIONES Y CONDICIONES DE COMUNICACION OPERATIVA INTERNA Y EXTERNA

La Comisión cuenta con 37 normas de organización interna y externa que muestra el funcionamiento operativo y administrativo, llevando a cabo sus principales objetivos, proyectos y planes de trabajo.

- Manual General de Organización.
- Manual de Facultades y Registro de Firmas.
- Guía para la Capitalización de Bienes de Activo Fijo
- Manual de Procedimientos para el Control de Almacenes.

-
- Guía técnica para la elaboración de Manuales de Organización específicos.
 - Normas, Políticas y Procedimientos para la Asignación y uso de bienes y servicios de la CAEM.
 - Manual de Comunicación Formal.
 - Criterios Normativo para el Control y manejo del Archivo de concentración de la CAEM.
 - Criterios Normativos P/ el reclutamiento y selección de Personal.
 - Normatividad P/ el Control de las Cuentas Especiales de Cheques.
 - Manual de Procedimientos de Cuentas por Pagar-Egreso
 - Procedimientos de Fondos Revolventes y Entregas Por Justificar.
 - Manual de Procedimientos Para el Manejo y Control de Fondos Fijos.
 - Manual de Licitación, Contratación, Seguimiento y Control, Pago, Finiquito y Recepción de Obra.
 - Manual de Procedimientos para la Contratación, Control y cobro de Fianzas.
 - Agilización del Procedimiento de Suministros de Materiales a las Gerencias Regionales de La Caem.
 - Manual de Operación y Mantenimiento P/ Pozos Profundos y equipamiento Electromecánico.

-
- Manual de Operación de Medidores, Facturas y Producción.
 - Metodología de las Técnicas Físico- Químicas Utilizadas en el Análisis del Agua P/ consumo Humano.
 - Guía Práctica P/ la Operación de los equipos de Cloración.
 - Criterios Normativos p/ el Manejo y Control de la Carta de Adeudo, No Adeudo de Finiquito.
 - Procedimiento p/ el mantenimiento Preventivo y/o Correctivo de vehículos.
 - Criterios Normativos p/ la identificación y el control de Inversiones por Audiencia Pública.
 - Catálogo de Proveedores Interno en Forma Sistemizada.
 - Programa Interno de Protección Civil.
 - Normatividad P/ la Entrega Recepción de Personal Operativo.
 - Acuerdo Jurídico-Administrativo de Coordinación por el que se Establece la Ventanilla de Trámites Financiero-Administrativo de la CAEM.
 - Criterios Normativos P/ la Enajenación de Materiales y Bienes Muebles.
 - Guía P/ las acciones a Realizar en caso de Sinestros (Vehículos).
 - Manual de Normas y Políticas p/ la Emisión y Control de Publicaciones Oficiales.
 - Manual de Organización Específico del Departamento de Tesorería.

-
- Normas administrativas P/ la Asignación y Uso de bienes y Servicios de las Dependencias, Organismos Auxiliares y Fideicomisos Públicos del Poder Ejecutivo.
 - Procedimiento P/ la Elaboración y Pago de Nomina.
 - Procedimientos P/ el Control de Cheques en oficinas Centrales.
 - Sistema Mecanizado Bancomer Sí Empresarial.

Conclusiones capítulo II

En este capítulo realizamos una investigación de campo para conocer a fondo los verdaderos atributos de identidad es decir; el cómo es, el qué es, cómo funciona y como opera la institución a la que vamos a proporcionar una nueva identidad.

CAPITULO III METODOLOGIA INVESTIGACION INTERNA Y EXTERNA

En este capítulo se procederá a un análisis de la comunicación existente, un exámen retrospectivo hasta donde sea razonable de la evolución que ha experimentado la Institución a través del tiempo se trata de profundizar en la historicidad en busca de las raíces de su personalidad visual.

En la primera parte de este capítulo trataremos de determinar internamente la verdadera sustancia, función y forma de la identidad a través de formatos que nos simplificarán este estudio.

Una vez determinando los siguientes valores podremos definir los verdaderos atributos de la Institución donde analizaremos si van de acuerdo al símbolo que la representa, al mismo tiempo se analizarán los diferentes soportes de comunicación del diseño gráfico y si el símbolo empleado hasta el presente es potencialmente adaptado a los objetivos definidos por la Institución.

En la segunda parte la investigación externa que tiene por objeto primero conocer hasta que punto el público identifica el actual símbolo y hasta que punto lo asocia con la institución, la nitidez con que lo distingue y memoriza, lo que evoca el símbolo de algún modo y a lo que se definirá el programa; se verificará objetivamente la pertinencia o no total o parcial del símbolo ya existente para ser optimizado en el nuevo programa o substituido.

Esta tarea debe complementarse con el estudio de como se hacen identificar organismos de otros sectores afines para lograr un mejor resultado.

3.1 Investigación Interna

Llevaremos a cabo una metodología a través de un análisis sincrónico en un formato para el registro de los datos Institucionales de la Identidad.

FORMATO DE IDENTIDAD HISTORICA

NOMBRE COMUNICATIVO	OBJETIVOS FUNDACIONALES	PERFIL PROFESIONAL	PROPIEDAD ACCIONARIA	NOMBRE JURIDICO-SOCIAL
DAH	ORGANISMO CREADO PARA EL APROVECHAMIENTO HIDRAULICO; DRENAJES Y ALCANTARILLADOS.	ORGANISMO PUBLICO ESTATAL	GOBIERNO DEL ESTADO DE MEXICO.	UTILIZO EL NOMBRE DE DIRECCION DE APROVECHAMIENTOS HIDRAULICOS AL FUSIONARSE CON CEAS DESAPARECE.
CEAS	ORGANISMO PUBLICO DESCENTRALIZADO QUE PROPORCIONA AGUA EN BLOQUE AL ESTADO DE MEXICO, ENCARGADO DE DESARROLLAR LOS PROYECTOS PARA LLEVAR AGUA A LAS COMUNIDADES Y MUNICIPIOS QUE MAS LO NECESITEN EN COORDINACION CON LA SUBSECRETARIA DE INFRAESTRUCTURA HIDRAULICA.	ORGANISMO PUBLICO DESCENTRALIZADO CON PERSONALIDAD JURIDICA Y PATRIMONIO PROPIO.	GOBIERNO DEL ESTADO DE MEXICO.	UTILIZO EL NOMBRE DE COMISION ESTATAL DE AGUA Y SANEAMIENTO, AL RESTRUCTURARSE SE QUEDA COMO COMISION DE AGUA DEL ESTADO DE MEXICO.
CAEM	ORGANISMO PUBLICO DESCENTRALIZADO RESTRUCTURADO CON LA FUSION DE LA SIH, PARA EL MANEJO UNICO E INTEGRAL DEL AGUA PARA LLEVAR A CABO LOS PROGRAMAS DEL PLAN DE DESARROLLO ESTATAL.	ORGANISMO PUBLICO DESCENTRALIZADO CON PERSONALIDAD JURIDICA Y PATRIMONIO PROPIO CON AUTORIDA FIS-CAL.	GOBIERNO DEL ESTADO DE MEXICO.	CON LA RESTRUCTURA SU NOMBRE QUEDA COMO COMISION DE AGUA DEL ESTADO DE MEXICO.

De acuerdo con esta información nos damos cuenta que inicialmente era un Organismo de Aprovechamiento Hidráulico restructurándose a través de los años, en función del crecimiento demográfico para beneficio de la población del Estado por lo que se justifica que su registro sea cambiante, aunque comunicativamente no beneficia a la identidad por los cambios nominales.

FORMATO DE LAS NORMAS QUE SE APLICAN PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA INSTITUCION.

NORMAS QUE RIGEN A LAS:		SISTEMATIZACION	COMPENDIOS	FORMALIZACION
AREAS DE LA INSTITUCION	27%	0%	100%	100%
AREAS ADMINISTRATIVAS	57%	1%	100%	100%
AREAS TECNICAS	13%	0%	100%	100%
AREAS DE MERCADO	2%	0%	100%	100%

En este cuadro podemos ver que la Institución cuenta con compendios de normas que constituyen el conjunto de Instructivos, que regulan el comportamiento de la Comisión, de las personas, de lo conveniente y lo inconveniente, de lo permitido y prohibido, que son aspectos de enorme importancia en una identidad.

Las normas Institucionales en su capítulo de políticas por igual manejan normas indicativas, restrictivas y prohibitivas para un solo documento.

CARACTER DE LAS NORMAS	PARA EMPLEADOS	PARA LA EMPRESA COMO ENTIDAD
INDICATIVAS INSTITUCIONALMENTE POSITIVAS	X	X
RESTRICTIVAS PERO INSTITUCIONALMENTE POSITIVAS	X	X
PROHIBITIVAS INSTITUCIONALMENTE POSITIVAS	X	X

APLICADAS (X)

En este caso las normas son en su conjunto institucionalmente positivas ya que tienen la funciones de guiar en lugar de prohibir.

LAS IDEAS EN TORNO A LAS CUALES SE ORIENTA LA EMPRESA.

	PROGRESO	EFICIENCIA	RELACION	MOTIVACION	USO DEL TIEMPO
ORIENTACION HACIA EL	XXX				
PROPENCION HACIA		XXX			
DIRECCION HORIZONTAL			XXX		
DIRECCION VERTICAL			X		
FUNCION DINAMIZADORA				X	
ORIENTACION HACIA LA PRODUCTIVIDAD					X

XXX ALTA, XX MEDIANA, X BAJA.

Este cuadro revela que el perfil de la empresa en cuanto su orientacion hacia el progreso y eficiencia

es alta, una dirección positiva hacia las comunicaciones horizontales entre personas del mismo rango dentro de la institución, pero poco enfocada hacia los niveles jerárquicos, bajo interés en la motivación como elemento dinamizador del interés de los empleados por la institución y finalmente poco interés por el tiempo con fines productivos.

EVALUACION DE LA IDENTIDAD VISUAL

CATEGORIA ELEMENTOS	SIMBOLO	LOGOTIPO NOMBRE	COLOR	TIPOGRAFIA	SEÑALETICA
ADECUACION AL TIPO DE EMPRESA	XX	X	XXX	X	X
MODERNIDAD	XX	X	X	X	X
APLICACIONES EXTENSIVAS	XX	X	X	X	X

Alta existencia de la categoría xxx Mediana xx Baja x

En cuanto a la evaluación de la identidad visual, en este análisis podemos visualizar que la adecuación del símbolo al tipo de empresa es representado por una gota que es un símbolo de carácter universal el simple símbolo como significado y el color como signo solo nos representan agua y no existe percepción alguna de las sustancias de la identidad.(fig. 21)

El logotipo nombre es demasiado geométrico y no es el adecuado al tipo de empresa.

El color es significativo.

La tipografía que se maneja junto con el logotipo varía no existe una estandar.

La señalización de la institución es limitada a ciertas áreas.

IMAGEN ORIGINAL

Dentro de este símbolo encontramos un grifo blanco del cual sale una gota de agua blanca donde se interpreta según el autor es el agua potable saliendo del grifo y el fondo azul es el agua sin potabilizar.(fig.21)

En cuanto al logotipo en su diseño original cuenta con unas letras geométricas que no se asocian con el contorno del símbolo, rompen con toda armonía del diseño.

En este primer diseño el manejo del color no es malo selecciona un azul reflex que es el símbolo de la profundidad entre más azul evoca hacia el infinito.

En cuanto a la tipografía no existe un caracter definido varía según el gusto de cada quien es decir no existe un manual de identidad el cual norme esta especificación y la señalización interna no se la a dado importancia en la institución, en las áreas externas de el edificio central y propiedades de la ceas como pozos, tanques, bombas son muy llimitadas. Fig.(21)

MODERNIDAD

En cuanto a la modernidad de la imagen original que se maneja a partir de 1990 a la fecha ha tenido sus modificaciones del original que se manejaba en plasta con una tipografía geometrica y en color azul reflex, los cambios que se le hicieron a partir de la fecha mencionada fué que el simbolo de la gota ya no es una plasta en azul, es sustituida por textura tipografica avant garde azul con el nombre de la institución eliminando el logotipo quedando solo un logosimbolo en color azul claro. (fig.22).

Desde mi punto de vista fúe un cambio que le resto impacto visual al símbolo, el color y la tipografía se pierden de la verdadera intención del autor y en las impresiones de carácter interno no existe documento



21



22

alguno que justifique el cambio que se hizo por lo que considero que se realizó un cambio injustificado que afecta la imagen de la Institución.

COLOR

El color ha sido un gran problema ya que se carece de un manual de identidad por lo que siempre varían los tonos de azul según sea el impresor.

APLICACIONES EXTENSIVAS

Las aplicaciones de la imagen dentro de un sistema de comunicación interna se encuentra en todo todo tipo de papelería impresa de la Institución la cual cuenta con el logotipo moderno; que en su señalización interna no se muestra.

Sus aplicaciones externas son visibles en los bienes muebles como vehículos y en los inmuebles como oficinas también son vistos en su infraestructura hidráulica como pozos, sistemas de bombas, tanques, almacenes etc...

En el análisis efectuado existe un completo desorden en el manejo de la imagen ya que la original (fig.21) se visualiza en las señalizaciones externas y el símbolo moderno (fig.22), en el material impreso, vehículos, uniformes excepto gorras y cascos.

3.2 Resumen de la realidad Institucional CEAS actualmente CAEM

La CEAS ahora CAEM es una Institución creada por el Gobierno del Estado de México como el unico Organismo que construye, opera y administra sus propio recursos (Agua) con un funcionamiento legal concreto, estructura organica, infraestructura hidráulica y una realidad financiera que contribuye al patrimonio propio; cuenta con las normas esenciales tecnicas, administrativas y de mercado para llevar a cabo las políticas de la empresa, la orientación hacia el progreso es una preocupación más por servir y ser eficientes; las relaciones laborales internas son horizontales, no existe relación laboral vertical entre mandos altos con subordinados, pero eso no obstaculiza el buen funcionamiento laboral.

La motivación y uso del tiempo son parte fundamental del desempeño de cada individuo en su trabajo pero no hay interes por parte del organismo, no obstante que atrás de esta gran Institución se encuentra el gran esfuerzo y valor humano que hace posible llevar el agua para cumplir con los objetivos impuestos.

Por lo que este estudio nos dara la pauta para desarrollar los conceptos verdaderos y atributos de la Imagen Institucional CEAS ahora CAEM.

En la imagen actual unicamente se representan los atributos de sus funciones es decir el proceso y trascendencia que tiene el uso y aprovechamiento del agua, sin tomar en cuenta la sustancia que son los valores con los que crece la empresa por lo que en este análisis previo concluimos que los atributos reales de la institución son:

ATRIBUTOS REALES DE LA INSTITUCION

SUSTANCIA

Orientación hacia el progreso

Eficiencia en el servicio Público

Cumplimiento de los objetivos

FUNCION

Suministro de agua en bloque

Ampliar y mejorar los suministros de agua

Alcantarillado

Prevención y control de la contaminación ambiental

Operación y mantenimiento de sistemas de sanamiento

Obras de captación de agua potable

FORMA

Símbolo

3.3 Investigación Externa

La investigación externa tiene por objeto conocer hasta que punto el público identifica los actuales signos hasta que punto los asocia con la empresa, la nitidez con que los distingue y memoriza y que es lo que representan.

El Estado de México cuenta con una población de 11,707,964 de cero años hasta los 72 años de los cuales tomaremos cuenta solo a la población de los 8 años en adelante, en donde presentaremos una muestra aleatoria representativa de toda la población aplicando quinientas encuestas, solo 50 por cada uno de los 10 municipios más importantes del Estado de México.

MUESTRA REPRESENTATIVA

PRINCIPALES MUNICIPIOS	CONOCIMIENTO DEL SIMBOLO	IDENTIDAD QUE REPRESENTA	MEMORIZACION	NITIDEZ	REPRESENTACION PERSONAL
	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SERVICIO/AGUA
TLANEPANTLA	20/30	10/40	20/30	20/30	10/40
NAUCALPAN	30/20	30/20	30/20	30/20	30/20
CUAUTITLAN ITZCALLI	10/40	10/40	10/40	10/40	10/40
NEZAHUALCOYOTL	15/35	20/30	15/35	15/35	20/30
TEXCOCO	15/35	10/40	15/35	15/35	10/40
TOLUCA	20/30	15/35	20/30	20/30	15/35
CHALCO	20/30	20/30	20/30	20/30	20/30
EGATEPEC	10/40	15/35	10/40	10/40	15/35
ATIZAPAN	20/30	10/40	20/30	20/30	10/40
ATLACOMULCO	15/35	10/40	15/35	15/35	10/40
TOTAL	175/325	150/350	175/325	175/325	150/350
PORCENTAJE 100%	35%/65%	30%/70%	35%/65%	35%/65%	30%/70%

3.4 Símbolos de otras empresas afines

En esta investigación podemos observar que los símbolos de las empresas que operan agua en el Estado de México la mayoría presentan una constante del símbolo de la gota, ondas de agua, grifos y cuentan con una variante según sea la localidad.

Desde mi punto de vista las imágenes de estas empresas afines a la CAEM son caracterizadas por los mismos elementos gráficos y no proponen otras alternativas que no sea el contorno de una gota de agua, grifos, ondas de agua, por lo que considero caen en el mismo diseño gráfico y todas comunican lo mismo (agua) otras, no realizan la síntesis del mensaje por lo que son demasiados elementos los que proponen.

Comparando estos símbolos con los de la CAEM nos damos cuenta de que es la misma alternativa de diseño una gota, con un grifo de agua y otra gota completamente estáticas sin movimiento y que no representa más que el contorno de dos gotas de agua.



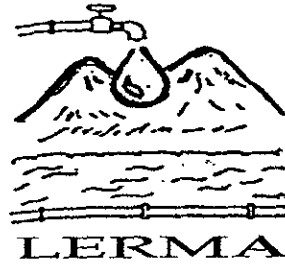
ECATEPEC



TLANEPANTLA DE BAZ



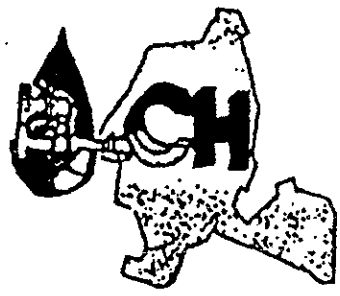
AGUA Y SANEAMIENTO TOLUCA



LERMA



O.D.A.P.A.S.
Municipio de Ixtapaluca



CHIMALHUACAN



O.D.A.P.A.S. NEZA



CUAUTITLAN
IZCALLI



TECAMAC



TEOLOYUCAN

Conclusiones capítulo III

A partir del desarrollo de la investigación interna encontramos los verdaderos atributos de identidad de la empresa que no son representados gráficamente y tampoco difundidos por los diferentes canales de comunicación, son actos y no mensajes, que pertenecen a la actuación de la empresa que no han sido orientados por su alta política y directrices Institucionales.

En el símbolo actual solo encontramos la representación gráfica de suministro de agua con cambios injustificados de tipografía, y aplicación de color que potencialmente no han sido adaptados al crecimiento y objetivos de la empresa.

En la investigación externa observamos diferentes Organismos de operación de agua en algunos municipios del Estado de México y encontramos características visuales repetidas como lo son la clásica gota de agua y el grifo, en realidad con la misma propuesta gráfica por lo que cuesta trabajo encontrar la diferencia sustancial entre un Organismo y otro.

En las encuestas realizadas determinamos que solo de un 30% a un 35% de la población del Estado de México tiene conocimiento de la existencia del Organismo en un período de 26 años.

Por lo que concluimos que la Institución no se ha preocupado por la imagen e identidad que lo ha representado y representa hoy en día.

El Plan de Desarrollo Estatal y la reestructuración que propone a partir del mismo, nos da la oportunidad de crear una nueva imagen de identidad que permita el crecimiento de la Institución y al mismo tiempo el reconocimiento e importancia de su gran labor por la población en el Estado de México.

CAPITULO IV PROPUESTA

4.1 Desarrollo del proyecto

El símbolo es la parte Identificadora de la Institución por lo que mi propuesta es llevar a cabo una imagen que represente los verdaderos atributos y objetivos del Organismo tomando en cuenta el análisis realizado en la investigación de campo y la restructuración del Plan de desarrollo estatal al presentar nuevas alternativas de diseño con un programa de identidad que se lleve a cabo en la institución para que se sigan los lineamientos de la imagen y se dé a conocer en sus diversas aplicaciones con el fin de que esta comisión sea reconocida por los servicios que presta y sea identificada visualmente por la población como el Organismo del Estado de México que suministra agua y saneamiento.

Por lo que es necesario consolidar la imagen del organismo para beneficio y reconocimiento de su gran labor que a partir de 1993 comienza a proyectar su restructura para lograr mayores beneficios de captación de agua y saneamiento para así cubrir las necesidades de toda la población mexicana para el año 2000 como lo establece el Plan de Desarrollo Estatal donde se definirá la Institución como el Organismo Público mas importante en el Estado de México en un futuro no muy lejano.

4.2 La Necesidad de la Imagen

En toda Organización social se desprende la necesidad lógica de representar su totalidad y también cada una de sus partes significativas en sus múltiples y variadas manifestaciones, por conducto de un sistema visual de identidad. Esto es por medio de símbolos.

Lo que no pertenece a la realidad material (los atributos psicológicos) lo que no puede ser representado ni directamente (la empresa) ha de ser evocado por medios simbólicos. Así que el principio consistirá en visualizar la identidad por símbolos icónicos, símbolos lingüísticos y símbolos cromáticos.

Se trata de diseñar la identidad a través de los signos que la designan y de los símbolos que la representan, y de diseñar un programa donde se desarrollan los ejemplos para la aplicación del sistema y se explicitan los lineamientos para ello.

Para diseñar el símbolo de identidad adecuado para la mayoría de los mexicanos, es necesario considerar el nivel de cultura y educación de la población en el están presentes aquellas personas que son analfabetas hasta aquellas que tienen educación superior con estos elementos se conformará el diseño del símbolo que tendrá las siguientes características: trazos simples, pocos elementos, de impacto Psicológico, moderno y actual. (Ver cuadro de la derecha)

De esta forma el símbolo se incorpora al circuito de comunicación cuando se trasmite el mensaje al receptor y finaliza en el momento que se invierten los papeles.

Cadena comunicacional

EMISOR-----MENSAJE-----RECEPTOR

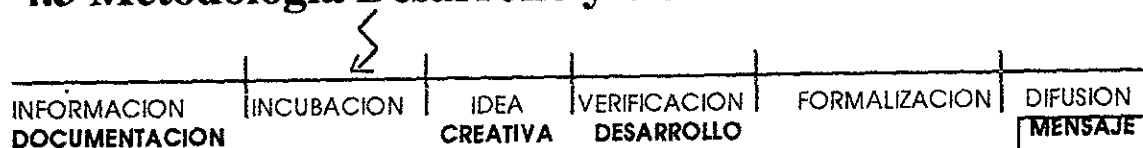
Así el símbolo de la identidad llegara a formar parte de la vida cotidiana

de la población mexicana, al quedar consolidado y aceptado por los mismos, de igual manera se integrara al sistema existente del gobierno y al crecimiento del mismo.

Los resultados que se obtendrán serán en base a lo ya expuesto y la respuesta en base al seguimiento de los lineamientos.

RECEPTORES USUARIOS	CARACTERISTICAS VISUALES DENTRO DEL SIMBOLO
ANALFABETAS	CONCRECION (COSAS QUE YA CONOCEN COMO LA FOTOGRAFIA Y QUE IDENTIFICAN
DE EDUCACION PRIMARIA	FACILMENTE POR EXPERIENCIA SOCIAL).
EDUCACION SECUNDARIA	ABSTRACION (SUBJETIVO
EDUCACION PREPARATORIA	UNA RAZON DE LO
EDUCACION PROFESIONAL	QUE SE VE).

4.3 Metodología Desarrollo y Planteamiento Práctico



Información documentación

Características que se deberán tener presentes para el desarrollo del símbolo de identidad.

Principios de la Identidad.

"La noción de identidad comporta una dependencia intrínseca de los tres elementos que encierra: la sustancia, la función y la forma. Todo lo que existe en el mundo, cada cosa y cada organismo biológico, son determinados ellos mismos por su esencia, su rol o su orientación y su forma material.

Hay pues una interdependencia de la **sustancia, función, forma**, en la que una y otra cosa se condicionan y se determinan recíprocamente.

Pero la identidad no es sólo la de las cosas y los seres naturales es decir lo organismos biológicos como un árbol, un delfín o un individuo, elementos de la naturaleza predecesora a los que nos estamos refiriendo como expresión primaria de la noción de identidad. La identidad es también la de las organizaciones sociales: un grupo étnico, nacional, ideológico, cultural o mercantil. Así que podemos hablar de identidad de un individuo, de un grupo, de un país, de una civilización y de una empresa. Cada uno de ellos será reconocible por un conjunto de signos perceptibles que le son propios y característicos: sus signos de identidad."⁽¹²⁾

(12) Joan Costa, *Imagen Global*, Ediciones CEAC, Tercera Edición, abril de 1994, Pág. 84,85.

Es por el hecho de constituir una unidad integrada entre sustancia, función y forma, que las cosas y los seres de la naturaleza se presentan a sí mismos, en su propia materialidad, total y directamente con su sola presencia.

Identificamos así visualmente, cada elemento del entorno a partir de su :FORMA TAMAÑO COLOR TEXTURA POSICION MOVIMIENTO conforme a la teoría estructural de la configuración de GESTALT.

Teoría de Gestalt en la Identidad.

"En el plano primario, la Identidad es la manifestación de unas determinadas señales; por medio de ellas, las cosas, los seres, los fenómenos, se nos hacen presentes a la percepción y a la memoria. Así pues si la Identidad es una presencia pasiva, la Identificación es el acto de percibir y reconocer una experiencia activa.

Toda percepción, o todo acto de identificación, conduce a una relación entre lo identificado y una serie de ideas: una serie de asociaciones empíricas de ideas.

Es la percepción de la Identidad. En ella, la ligazón se establece entre los elementos esenciales que hemos precisado: la forma en tanto que estímulo perceptivo, conduce mentalmente a la función y a la sustancia de la cosa percibida. He aquí el valor psicológico, como relación implícita entre lo percibido y lo imágino a través de ello en relación compleja y profunda de la Identidad.

Los mecanismos sensoriales humanos, produciendo respuestas del individuo, operan por este mecanismo de asociaciones empíricas y psicológicas, exactamente igual si se trata de identificar una cosa, un fenómeno, una persona, una organización social o un producto.

El proceso inmediato de la identificación obedece al aspecto mecánico de la percepción y a las resonancias funcionales y psicológicas que despliega."(13)

(13) Joan Costa, Imagen Global, Ediciones CEAC, Tercera Edición, abril 1994, Pag. 86, 87, 88, 89.

"Leyes que se refieren a la articulación de la experiencia perceptiva en figura y fondo:

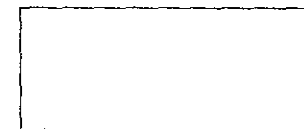
Orientación articulación figural que se realiza con mayor facilidad en las dos principales dimensiones del espacio vertical y horizontal.(fig.a)

Tamaño relativo a la igualdad de otras condiciones, el área estimular más pequeña tiende a convertirse en figura.(fig.b)

Areas envolventes y envueltas las primeras tienden a construir el fondo, mientras las envueltas por ellas suelen constituir la figura.(fig.c)

Densidad de energía perceptiva, la densidad de actividad psíquica es mayor a la figura que en el fondo.(fig.d)

Simplicidad la organización con figura y fondo se realiza de la forma más simple posible."(fig.e) (14)



a



b



c,d.



e

"Leyes relativas a las propiedades de las llamadas totalidades perceptivas.

Ley de la primacia la parte del todo se impone a las partes de las partes.(fig.f)

Ley de la pregnancia y la buena figura, los todos tienden a articularse de la forma más completa, simétrica y sencilla y perfecta posible.(fig.g)

Ley de la autonomía, los todos tienden a ser regulados por factores intrínsecos más que por factores externos.(fig.h)

Ley de la flexibilidad del contorno, las partes derivan sus propiedades de su posición o función del todo hacia un mismo estímulo sirve de base a la parte de las figuras diferentes.(fig.i)

Leyes que regulan la agrupación de las totalidades.

Ley de la proximidad a igualdad de circunstancias, los estímulos más próximos tienden a percibirse como formando parte de un mismo objeto.(fig.j)

Semejanza a igualdad de circunstancias los estímulos que guardan entre sí una continuidad de forma se tiende a percibir como formando parte de una misma figura.(fig.k)

Ley de la simetría o de la buena figura, los estímulos tienden a organizarse de formas simétricas."(fig.l) (15)



f



g



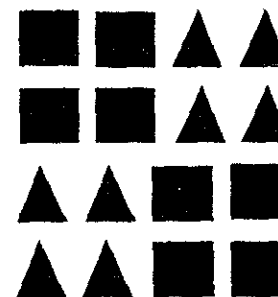
h



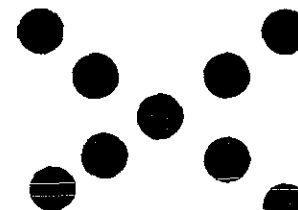
i



j



k



A continuación se enuncian las cuestiones que se deberán tomar en cuenta según la teoría de Gestalt para determinar una percepción de un todo (forma) que conduce al estímulo perceptivo a través de cada una de sus partes identificando mentalmente a la sustancia y función, elementos que encierra la identidad y atributos que se tomaron en cuenta a partir de las investigaciones internas y externas de la institución.

En estos ejemplos analizaremos los tres elementos (ver figuras de la siguiente pag.).

Atributos de la empresa (sustancia)

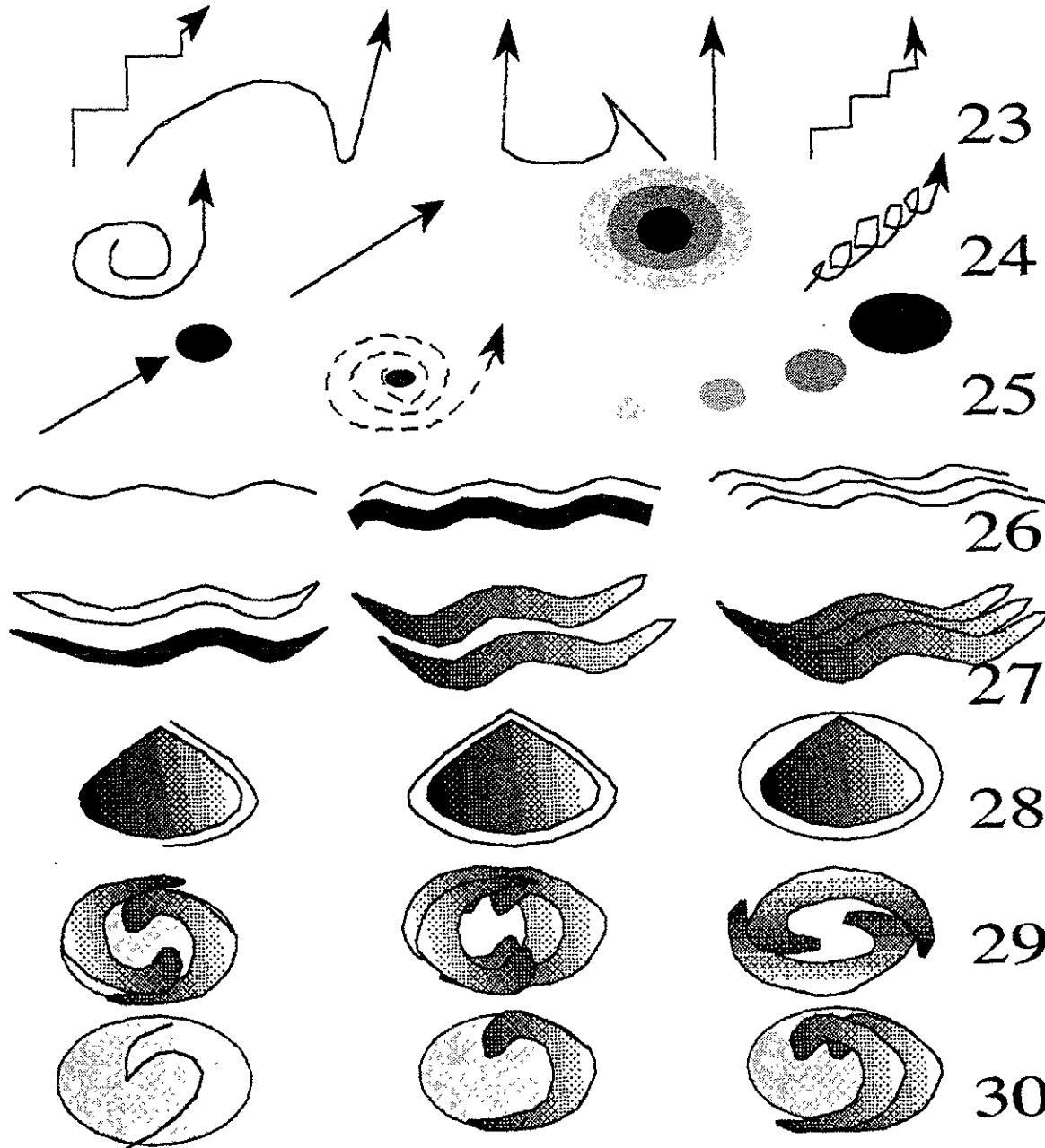
- Orientación hacia el progreso.(23)
- Eficiencia en el Servicio Público.(24)
- Cumplimiento de los objetivos impuestos.(25)

CONCLUSION

Institución dinámica, fuerte, solida, seria, comprometida, progresista, eficiente, cumplida.

Función

- Suministro de agua en bloque.(26)
- Ampliación y mejoramiento de los suministros de agua y alcantarillado.(27)
- Prevención y control de la contaminación ambiental.(28)
- Operación mantenimiento y asistencia en sistemas de saneamiento.(29)
- Obras de captación de agua.(30)



En definitiva lo que se va a transmitir sabemos que son los atributos de la personalidad de la institución en lenguaje simbólico, por lo que requiere una interpretación de la identidad expresada en palabras y su traducción en formas visuales tratando de expresar en signos lo que llamamos sustancia y función y forma en un solo código.

Este hecho determina lo que es visualizable en la identidad efectivamente por símbolos y por exclusion lo que no lo es.

Lógica de la identidad

Por último, las señales del mundo natural son en el universo socio-cultural de los signos, es algo esencialmente distinto. Los signos y los sistemas de signos constituyen códigos, que son evidentemente testigos de la necesidad y voluntad de la comprensión y de la comunicación entre humanos: el lenguaje en primer lugar que es el modo de comunicación por excelencia. Los signos de la escritura y de los jeroglíficos, los signos numerales, musicales y astrológicos, mágicos constituyen el lenguaje convencional inventado por el hombre para transmitir mensajes, almacenar conocimientos, construir ideas y proyectos. El universo de los signos y símbolos visuales es el es el universo de la comunicación del diseño gráfico.

Principios de los elementos Sígnicos

A continuación aplicaremos el razonamiento que conduce a concentrar una Gestalt, el signo como continente y el símbolo como contenido como forma sintética.

Esta fusión del símbolo en forma signica es la clave de un sistema de identidad eficaz, pues si el símbolo es es una figura de gran fuerza psicológica el signo es una forma de gran fuerza visual: una forma concentrada y perfectamente definida que la visión extrae sin ambigüedad e instantaneamente a un conjunto de estímulos.

Desde el punto de vista formal los signos de identidad tienen una capacidad inmediata distintiva que se resume en una función de pregnancia y una función memorística. El que estas se realicen de manera óptima dependen en principios de la cualidad formal que no es un concepto meramente estético sino sobre todo una estrategia de visualización.

La idea de estructura aparece en dos niveles congruentes pero claramente diferenciados:

-El de estructura formal de cada uno de los símbolos de identidad por separado, su configuración visual breve y pregnante (símbolo gráfico, logotipo).

-El de la estructura del sistema de la identidad visual, que comprende las leyes de combinación de los elementos gráficos precedentes y la normalización que los constituye en sistema.

Estrategia de visualización

Esta estrategia supone en primer lugar la exigencia de la simplicidad (teoría de la configuración) reducción de lo complejo, supresión de lo superfluo de lo redundante de la retórica visual. La aptitud de de una forma para destacar de su contexto y para ser fácilmente percibida y memorizada esta en relación directa con su simplicidad formal con el menor número de grafemas de que consta.

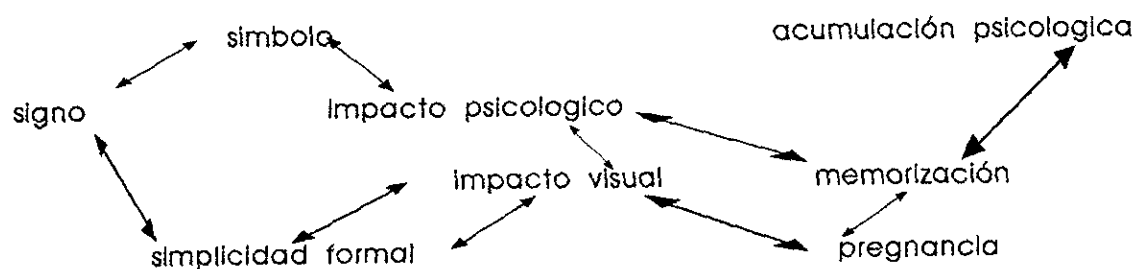
La cualidad formal

Esta cualidad supone en segundo lugar la idea de pregnancia: formas breves y compactas que es en cierto modo la definición del signo gráfico. La pregnancia de una forma es la medida de fuerza con que aquella se impone impregnando el espíritu del receptor. Hay aquí una correspondencia implícita entre simplicidad formal, plenitud y pregnancia.

Incorporación del color a los signos de identidad

- Efecto de realidad por una combinación cromática analógica, realista o figurativa.
- El valor emblemático de los prototipos códigos y culturemas bien implantados.
- La fuerza simbólica por medio del cual el símbolo trasmite valores psicológicos.
- La cualidad signica que convierte al símbolo en una señalización potencialmente pregnante.

Características que deberán considerarse para el desarrollo del símbolo



Incubación

Tomando en cuenta nuestra información y documentación anterior las teorías presentadas nos dan la pauta para diseñar en forma gráfica la identidad de la empresa desarrollando diferentes propuestas a partir de cada uno de sus elementos como identidad y configurando cada uno de ellos (sustancia y función), para estructurar un solo símbolo, pregnante, memorizante que al percibirlo se identifique cada una de sus partes y nos lleve a la identidad que estamos proponiendo a través de una simplicidad de sus formas y con el menor número de elementos que la conforman en una unidad signico-simbólica con incorporación de color el cual nos transmita valores psicológicos realistas de la identidad.

Por lo que de acuerdo al Plan de Desarrollo Estatal y a los objetivos encaminados por la Institución hacia el año 2000 diseñaremos una imagen que sea visualmente representativa de la Comisión.

En tanto formularemos algunas hipótesis para determinar la nueva imagen:

Demostrar el manejo de la idea comunicativa de esta institución, progresiva, dinámica, solida, seria, comprometida, eficiente, cumplida de manera signico simbólica.

Respetar el símbolo de la gota existente, pero no en un grado tan simbólico si no en un grado más signico.

Aportar nuevas soluciones gráficas del elemento agua sin llegar a la misma conclusión.

Depurar lo ya existente y optimizarlo a manera de mejorar la representacion gráfica de la sustancia y funciones de la identidad.

Utilizar el color como parte de la identidad y de las funciones que realiza.

Desarrollar el método signico- simbólico que es la clave de un sistema de identidad eficaz a partir de cada una de sus partes formar un todo.

Idea creativa

Así se inicia la fase de proyectos graficos después de haber cubierto concienzudamente las fases precedentes y haber establecido con toda nitidez las condiciones para el desarrollo del trabajo creativo de diseño.

En esta fase se ensayarán diversas posibilidades de visulización de las hipótesis que se presentarán.

Este trabajo gráfico consistirá ahora en explotar diferentes caminos.

Los caminos tentativos tendran que ser desarrollados en pasos sucesivos hasta exprimir todas sus posibilidades definitivas.

4.4 Conceptualización

La imagen Institucional que vamos a conceptualizar a través de los elementos del diseño es el agua principalmente, enseguida los atributos reales como lo es la sustancia después las funciones de la Institución (CAEM) y por último el resultado de la forma.

El análisis de las investigaciones de campo nos dan a conocer que la población identifica el símbolo del agua como la gota o en forma de ondas porque connota, saben que se refiere al agua, o a un servicio.

En el caso de los símbolos de otros organismos de agua notamos que la mayoría hace la misma referencia connotativa y es la misma solución gráfica.

Por lo tanto retomaremos estos símbolos universales del agua y desarrollaremos diversas soluciones gráficas hasta llegar a la forma signico-simbólica que es la más adecuada para la imagen de identidad que desarrollaremos.

4.5 Propuestas de Bocetaje

En estos ejemplos tratamos de darle un logotipo a la Institución en donde el nombre representara la sustancia y las ondas de agua con movimiento las funciones, tratando de integrar tipografía y elementos gráficos lo cual nos da los siguientes resultados que nos llevan a tipificar lo antes expuesto por otros organismos por lo que se descarta la idea de proponer una tipografía como identidad por no encontrarse la esencia, es decir la sustancia que trasmite verdaderamente los atributos reales, por lo que el mensaje que se percibe no esta completamente connotado.



CAEM



CAEM



CAEM



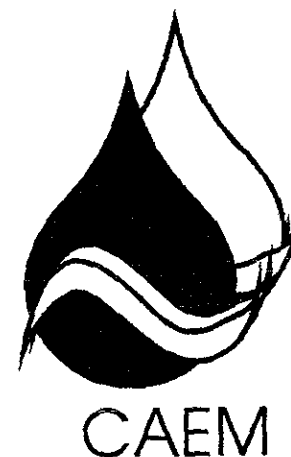
CAEM



caem

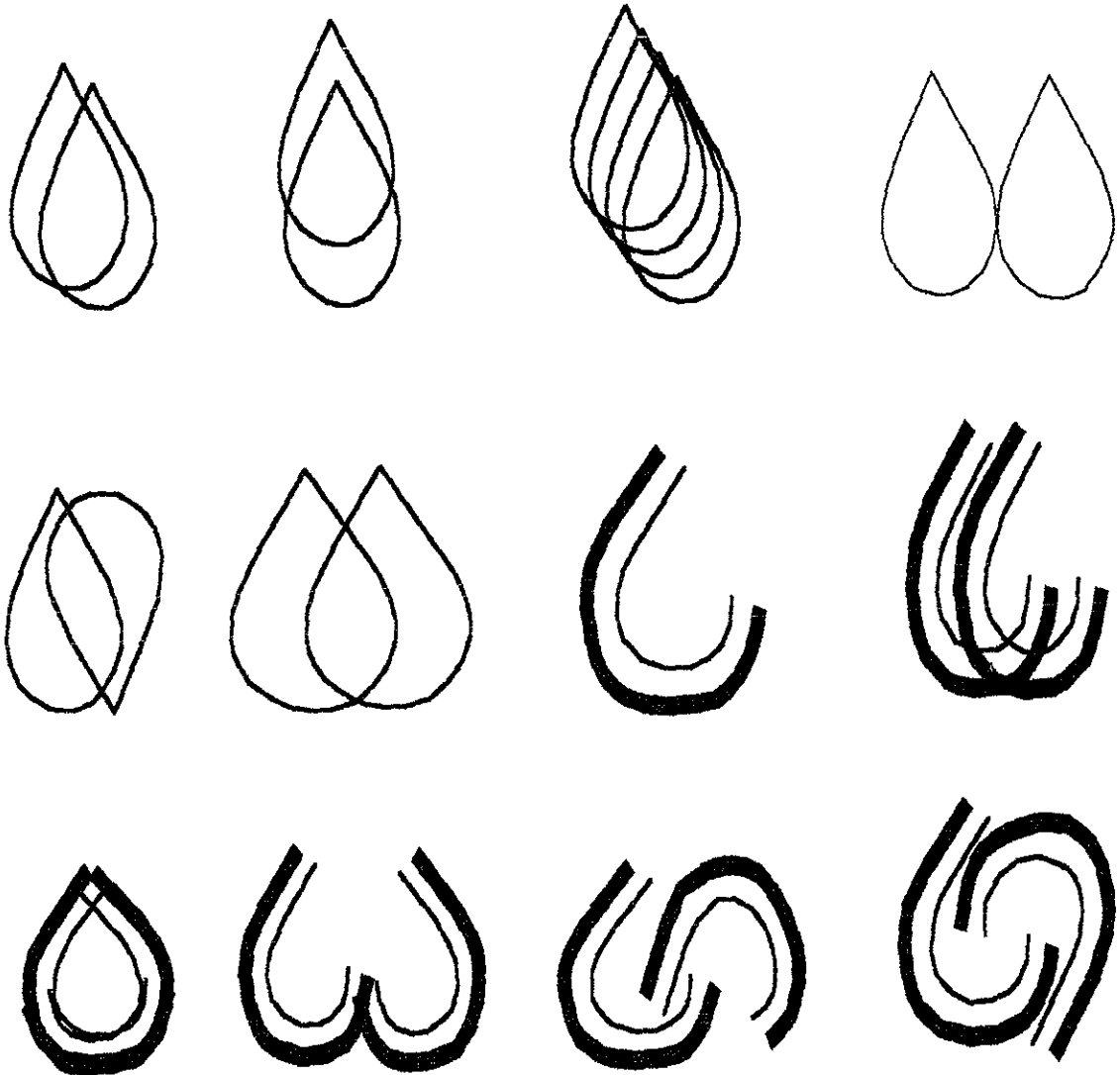
En estas propuestas no se elimina el símbolo de la gota sin embargo, se propone movimiento a través de las ondas de agua, que podrían comunicar el abastecimiento de agua.

La figura que nos muestra una franja más oscura que bien podría ser el agua sin potabilizar y la franja clara el agua ya potabilizada lista para su abastecimiento mientras que el sombreado nos da la sensación de una gota mas grande con lo que queremos simbolizar mayor cantidad de agua, pero no solo buscamos la identidad física es decir sus funciones si no también la sustancia de la identidad considerando, que estamos llegando a las mismas soluciones claro que con otro tratamiento gráfico pero en definitiva no son mas que sus formas gráficas las que mas adelante podremos significar de manera más simbólica para mejorar los resultados.



En los siguientes ejemplos buscaremos formas signico-simbólicas que transmitan la idea de progreso, dinamismo, solidez, seriedad y compromiso a través de las formas gráficas y leyes gestálticas, representando cada uno de estos conceptos de identidad por medio de un lenguaje visual, es decir el progreso lo podemos describir gráficamente cómo verticalidad. El dinamismo, con la audacia, actividad, espontaneidad, redondez, la solidez, con la profundidad, economía, la seriedad y compromiso, con el equilibrio, las diversas funciones, con la asimetría, fragmentación, secuencialidad, sustracción que es lo que tratamos de proyectar en los gráficos de esta página desarrollando cada una de estas sustancias y funciones hasta integrarlas en un todo perceptible.

Configuraciones gráficas



Siguiendo esta secuencia y simplificando la forma de la gota en forma más signica únicamente visulizando los contornos y jugando con las líneas tratando de eliminar los fondos redondeando la forma buscando gráficamente a las que podrían ser las redes de distribución de agua y el dinamismo de la institución en forma más simbólica.

Por otra parte se configuran una serie de formas ritmos y anamorfismos donde fragmentando la gota por la mitad y distanciando ambas partes asimétricamente en direcciones alternadas y deformando lo que es una gota estilizada a una gota más extendida nos represente las diversas funciones de la empresa el compromiso y el equilibrio del medio ambiente.

Sin embargo repitiendo los mismos módulos y jugando con una degradación de color de un tono azul fuerte hasta un tono azul claro nos indica cierta velocidad del agua, cierta dirección y al mismo tiempo la potabilidad que se le da, su recolección y tratamiento como una especie de reciclaje (saneamiento).

También el color nos trasmite esa audacia, actividad y dinamismo, siendo que el azul fuerte nos conota solidez de la institución a través de la profundidad del color.

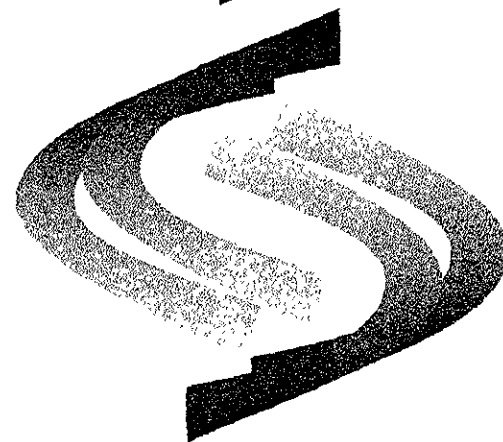
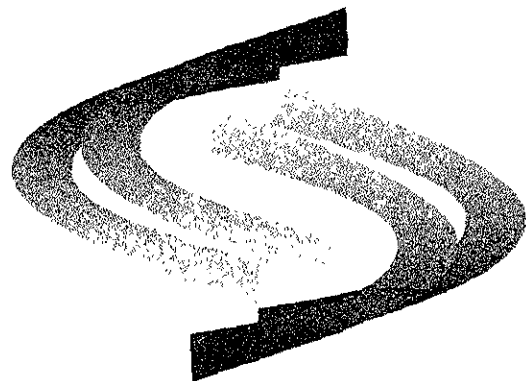
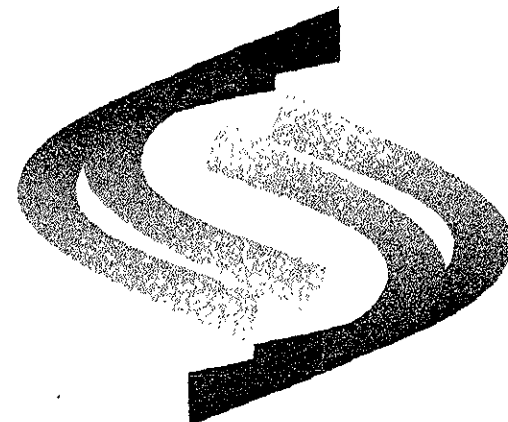
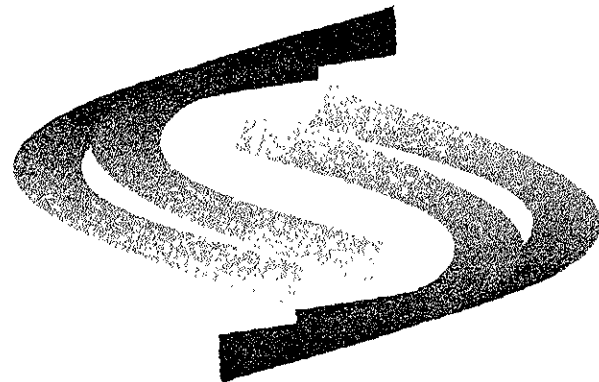
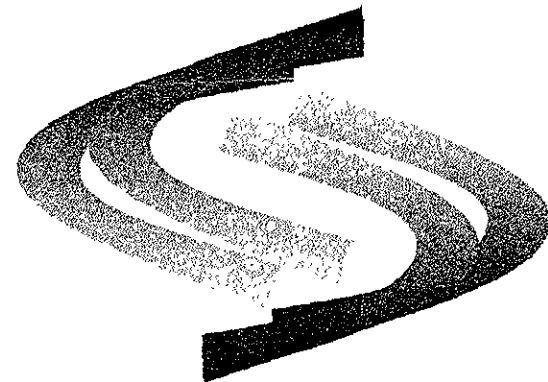
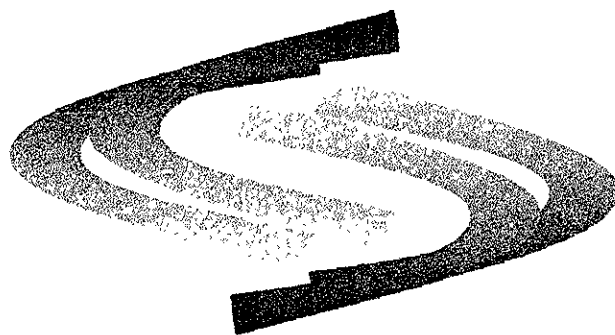
Se escogió el color azul porque psicológicamente la gente relaciona el color azul con el agua y la pureza.

Se considera este ejemplo la mejor alternativa de diseño, se concluye con los siguientes anamorfismos en un resultado eficaz que de manera simbólica lleva el contenido de toda una identidad con un tratamiento con el menor número de elementos que la conforman, en una forma signica que nos evoca de manera psicológica el todo de un organismo en el que se identifican cada una de sus partes al percibirla.

Configuración de formas ritmos y anamorfismos



Anamorfismos



4.6 Pruebas tipográficas

En esta sección adaptaremos parte de la personalidad de la institución a través de la tipografía buscando incorporar el mejor tipo de letra buscando integrar mayor solidez y compromiso.

Se realizarán diversos ejercicios tipográficos con diferentes fuentes, sugiriendo así la más representativa conforme a lo que buscamos que en este caso es la solidez, compromiso y seriedad.

De esta manera seleccionamos la tipografía Impact extended que desde mi punto de vista es la que mas se relaciona con la identidad de la institución.



CAEM
COMISIÓN DE AGUA DEL ESTADO DE MÉXICO

Bangkok



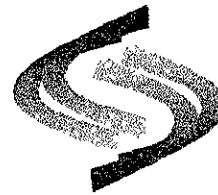
CAEM
COMISIÓN DE AGUA DEL ESTADO DE MÉXICO

Bahamas



CAEM
COMISIÓN DE AGUA DEL ESTADO DE MÉXICO

Courier New



CAEM
COMISIÓN DE AGUA DEL ESTADO DE MÉXICO

Britannic bold



CAEM
COMISIÓN DE AGUA DEL ESTADO DE MÉXICO

Bodnoff



CAEM
COMISIÓN DE AGUA DEL ESTADO DE MÉXICO

Impact

4.7 Proyección del símbolo signico



CAEM

COMISIÓN DE AGUA DEL ESTADO DE MEXICO

4.8 Justificación

El resultado de este método aplicado nos llevo a simplificar la gota común de agua, a la gota que pasa por un tratamiento de diseño gráfico donde se eliminan el mayor número de elementos retóricos y se transforma en un símbolo signico que representa la totalidad de la Institución.

FORMA ORGANICA rodeada por curvas libres y suaves que sugieren fluidez y desarrollo.

DISTANCIAMIENTO ambas formas separadas entre si aunque pueden estar muy cercanas esto nos sugiere dos actividades del organismo la de suministro de agua a través de redes de potabilización y la recolección de estas mismas por drenajes y alcantarillas para su tratamiento.

COINCIDENCIA si unimos ambas figuras representarán una sola gota.

REPETICION DE MODULOS la repetición suele aportar la sensación de armonía.

DIRECCION ALTERNADA nos da la senzación de movimiento de constante trabajo.

EL COLOR Y LA GRADACION son organizados para sugerir de manera muy controlada la progresión y el movimiento ademas de agua en proceso de potabilización y tratamiento de las aguas residuales.

ANAMORFISMO Y FRAGMENTACION este proceso de deformación de objetos o imagenes a través de retículas, que en este caso nos da la idea de ampliación de engrandecimiento y diversidad de funciones.

EL COLOR AZUL es el símbolo de la profundidad, suscita una predisposición favorable, provoca tranquilidad y una gravedad solemne

cuando más se clarifica más se vuelve indiferente, cuando más se oscurece más atrae hacia el infinito la visibilidad del azul es $598/10.000$ de segundo.

4.9 Verificación y desarrollo

En este segmento con la imagen elegida se hacen las últimas pruebas de posicionamiento tipográfico, eligiendo el más adecuado para presentar su formalización y difusión del símbolo a través de un manual de identidad.



CAEM

COMISIÓN DE AGUA DEL ESTADO DE MEXICO



CAEM

COMISIÓN DE AGUA DEL ESTADO DE MEXICO



**C
A
E
M**

COMISIÓN DE AGUA DEL ESTADO DE MEXICO

PRESENTACIÓN



El continuo desarrollo del Estado de México y de sus instituciones han exigido formas de organización, para fortalecimiento de las expectativas y demandas sociales.

Con el propósito de fortalecer esta relación de gobierno y sociedad es necesario establecer los elementos de imagen que permitan al conjunto social identificar a la Institución, por sus valores, principios y líneas de acción, en un contexto de comunicación más amplio, en el que compiten múltiples imágenes corporativas y comerciales.

El desarrollo del Plan Estatal 1993-1999, 1994-2000, representa para la sociedad mexicana un compromiso para renovar expectativas; para la Institución, la posibilidad de fortalecer su organización y funcionamiento. En este marco será indispensable definir lo que serán los elementos fundamentales de la imagen institucional.

Aunque los valores, principios y líneas de acción que se proyectan como parte de la imagen Institucional se consolidan cotidianamente a través de la acción y el discurso público; también debe expresarse mediante recursos gráficos que se aplican en el diseño y producción de materiales de comunicación interna y externa.

Esto es justamente el objetivo de este manual definir los elementos gráficos que configuran la identidad institucional que para el año 2000 se pretende que sea instrumento normativo.

Así pues este Organismo en su carácter de instancia normativa y operativa del Gobierno Estatal en este rubro, pone a disposición el manual de identidad gráfica en el que se precisan los fundamentos conceptuales y las diferentes aplicaciones de tres elementos gráficos símbolo, tipografía color.

VISUALIZACIÓN

Los tamaños que se han seleccionado son aquellos que se adaptan a las necesidades específicas de este proyecto para implementarse en este manual.

La intención de esta hoja es también proporcionar un ejemplo de prueba, fin que se puede manejar por cualquier impresor o mecanismo de reproducción.

Estos tamaños han sido clasificados para una más fácil comprensión de su aplicación.

4cm



3cm



2.5cm



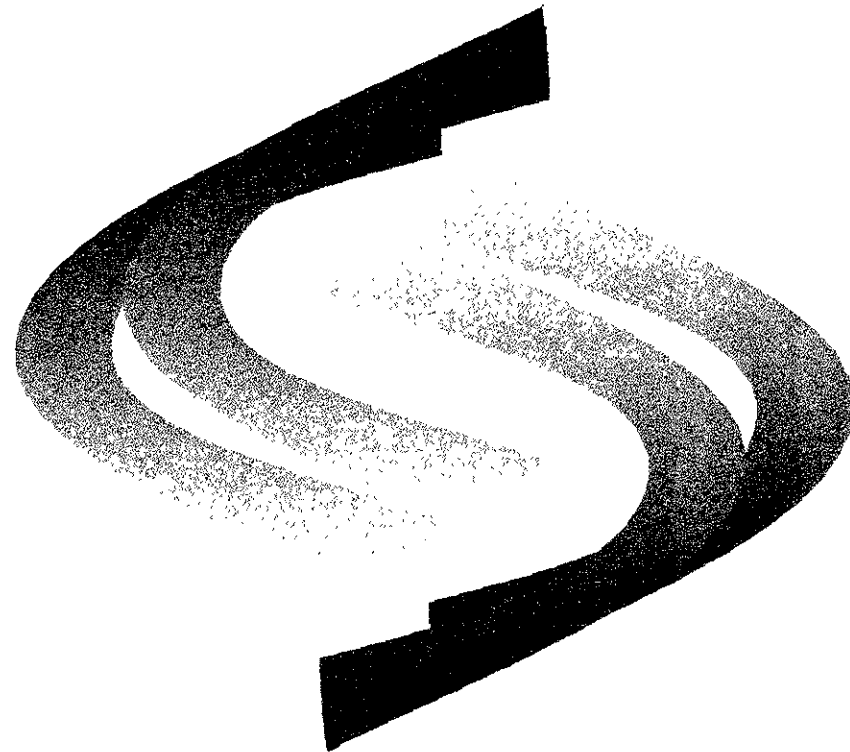
2cm



1.5cm



VISUALIZACIÓN



CAEM

COMISIÓN DE AGUA DEL ESTADO DE MEXICO

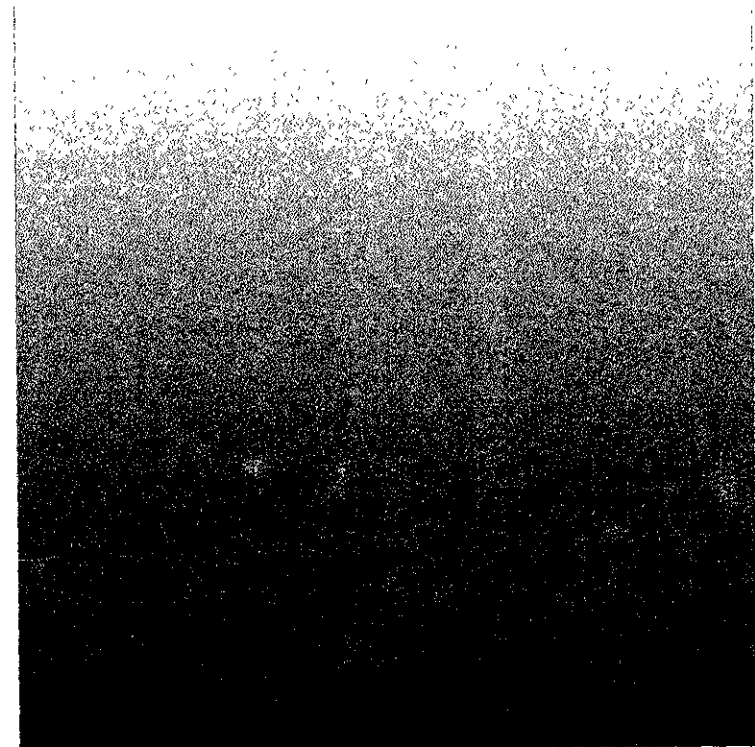
COLOR

Los colores fueron seleccionados cuidadosamente, al ser aplicados en el símbolo le dan características energía, fuerza, unidad e impacto psicológico.

Se utilizarán para el sistema cromático del símbolo los colores:
azul pantone 289 CV con una degradación tonal de un 100% a un 5%.

En el caso de ser reproducida en tinta negra para su uso interno la degradación tonal será igual.

5%



100%

AZUL PANTONE 289CV

RELACIÓN DE PROPORCIONES

Las proporciones indicadas en esta figura aumentará o disminuirán proporcionalmente dependiendo del tamaño que se quiera reproducir.

Siempre se deberá tener la precaución de no cambiar dichas proporciones.
Tipografía impact extended de 49.8 pts.
Tipografía avalon de 10.5 pts.



TIPOGRAFÍA 1

La tipografía oficial que se deberá utilizar únicamente para el logotipo se denominará como tipografía primaria y esta será:

- a) Impact extended
- b) Avalon

Por ningún motivo esta tipografía podrá variar o usarse en otros textos que no pertenezcan en la composición del logotipo el color será azul pantone 289CV 100%.

IMPACT EXTENDED

**A B C D E F G H
I J K L M N Ñ
O P Q R S T U
V W X Y Z 1 2 3
4 5 6 7 8 9 0**

AVALON

A B C D F G H
I J K L M N Ñ O
P Q R S T U V
W X Y Z 1 2 3 4
5 6 7 8 9 0

TIPOGRAFÍA 2

La tipografía que se deberá utilizar para la implementación de papeería, formularios etc., se denominará como tipografía secundaria o accesoria y esta será:

- A) Avant garde
- b) Avant garde negrita

Esta podrá variar de tamaño y peso según las necesidades de diseño.

Avant Garde Normal

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

Avant Garde Negrita

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

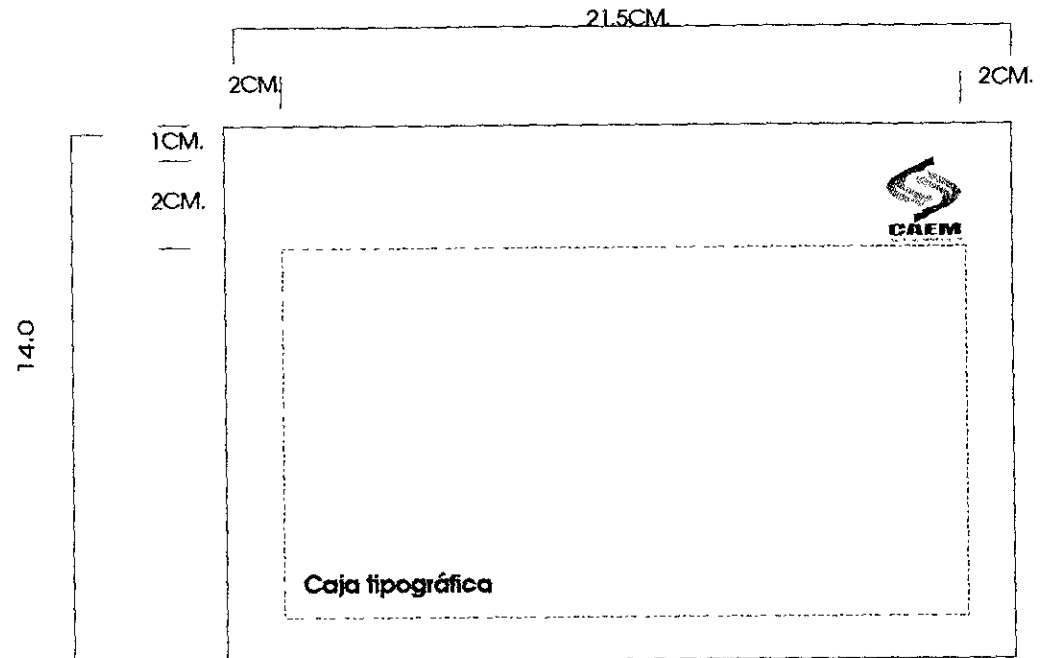
INTERNAS

- HOJA MEDIA CARTA
- HOJA MEDIO OFICIO
- HOJA OFICIO
- HOJA CARTA
- PORTADA CARTA
- FOLDER
- TARJETAS DE PRESENTACION
- SOBRE CORRESPONDENCIA

APLICACIONES I

Hoja media carta.

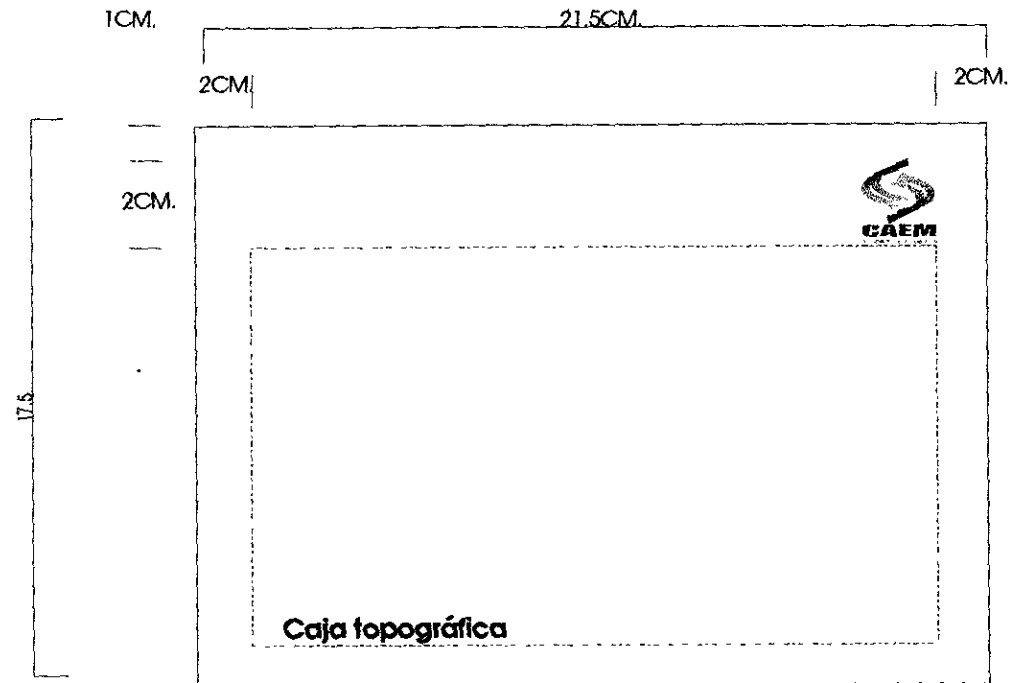
Este formato comprende una caja tipográfica de 11x17.5cm. la cual tiene que respetarse al ser mecanografiado e implementado algún diseño para formas.



APLICACIONES I

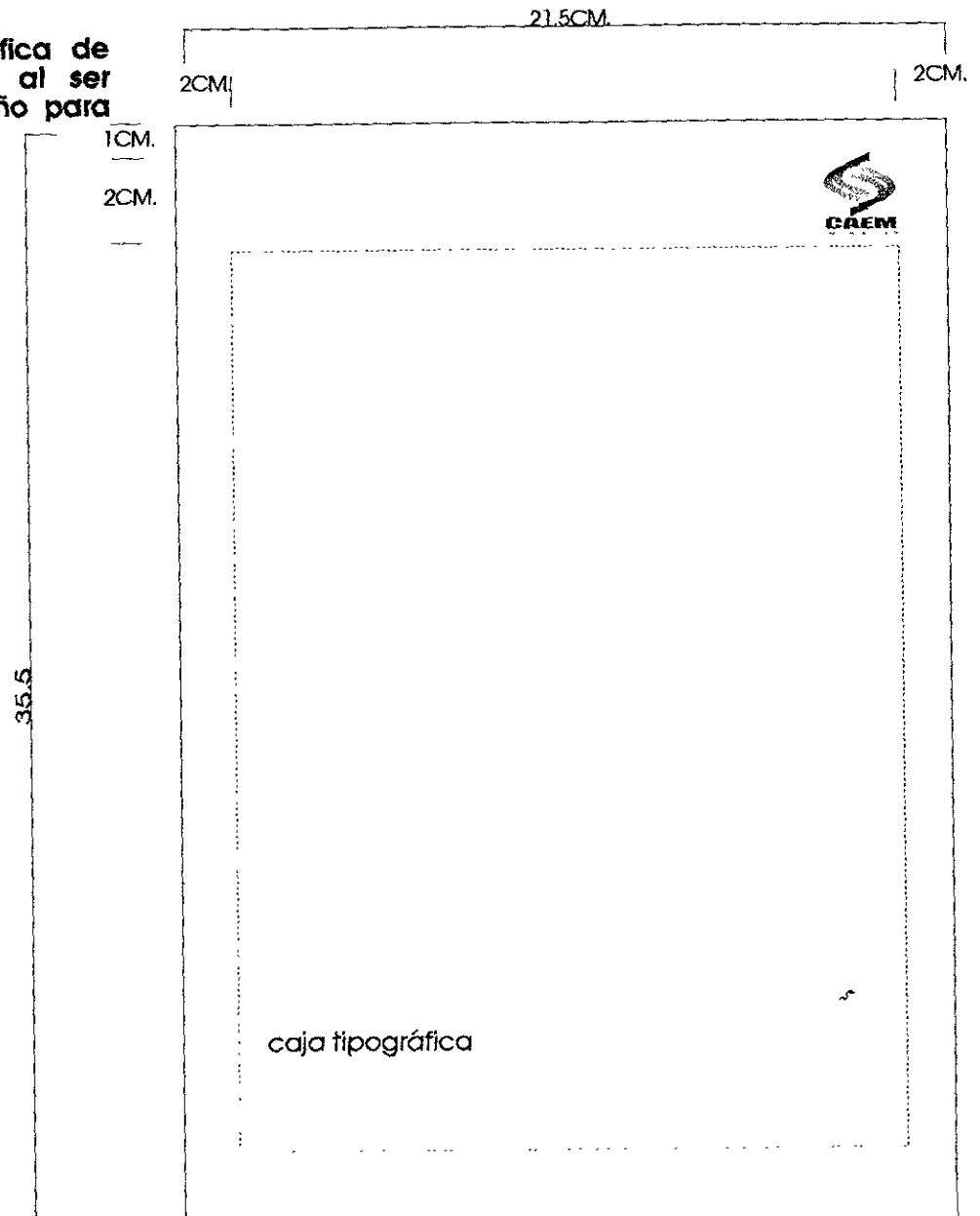
Hoja medio oficio.

Este formato comprende una caja tipográfica de 14x17.5cm. la cual tiene que respetarse al ser mecanografiado o implementado algún diseño para formas.



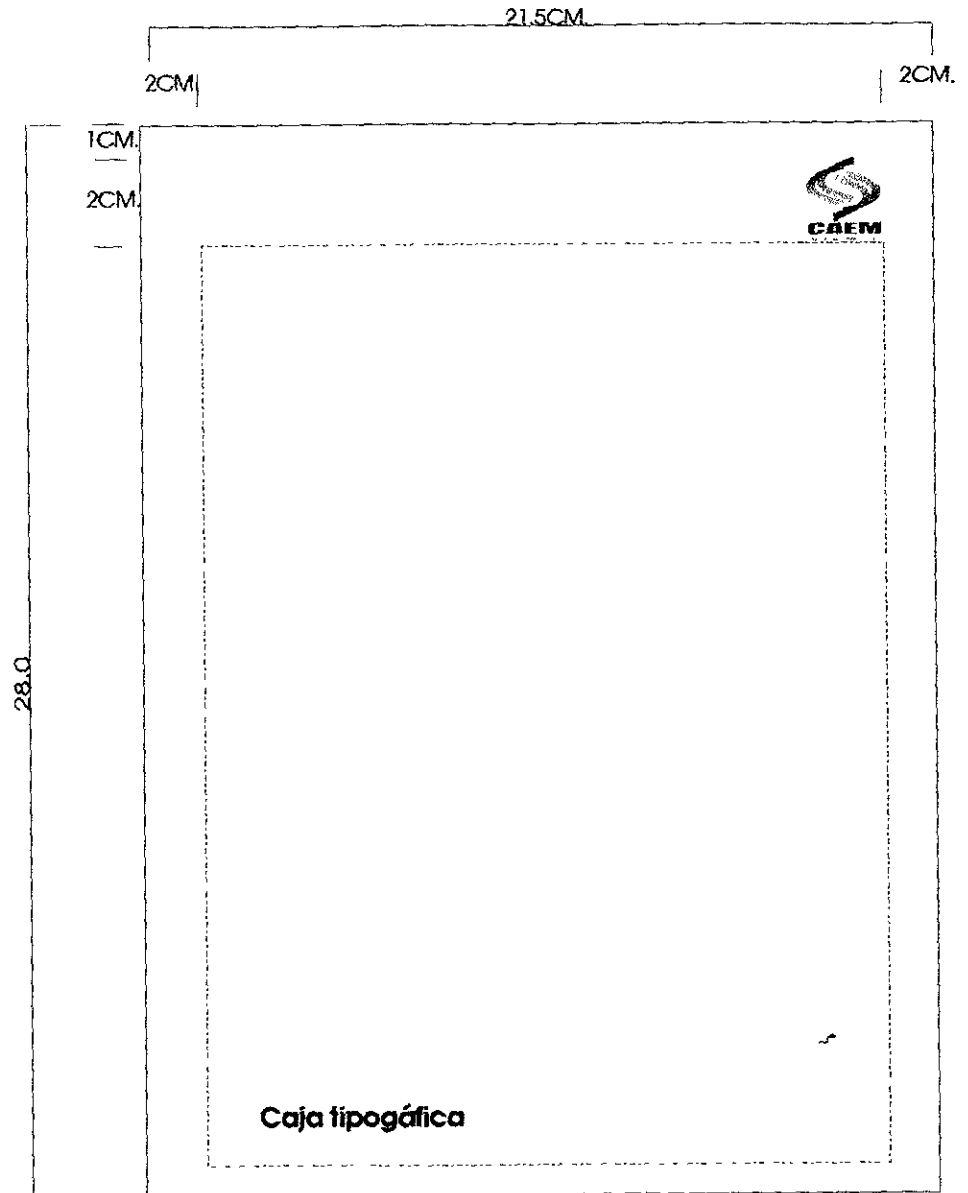
APLICACIONES I

Hoja oficio.
Este formato comprende una caja tipográfica de 31.5x17.5cm. la cual tiene que respetarse al ser mecanografiado e implementado algún diseño para formas.



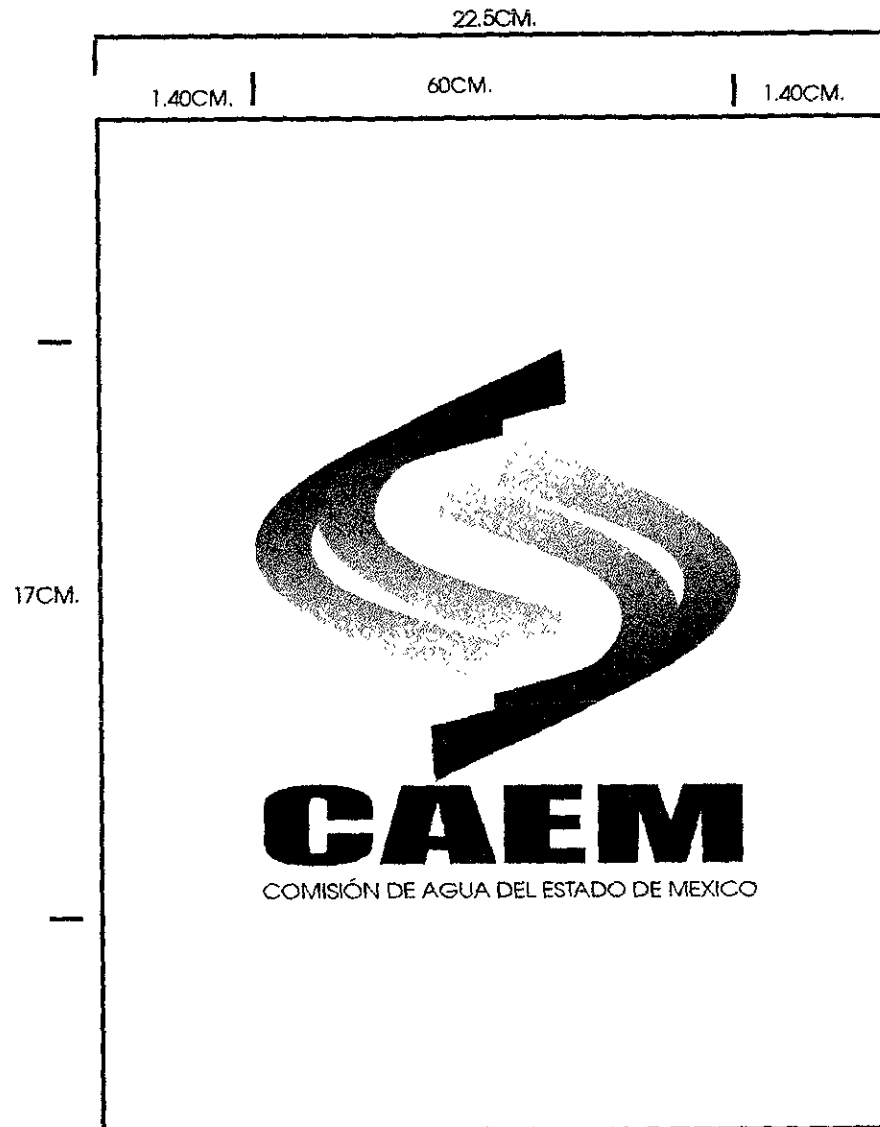
APLICACIONES I

Hoja carta
Este formato comprende una caja tipográfica de 11x23cm. la cual tiene que respetarse al ser mecanografiado e implementado algún diseño para formas.



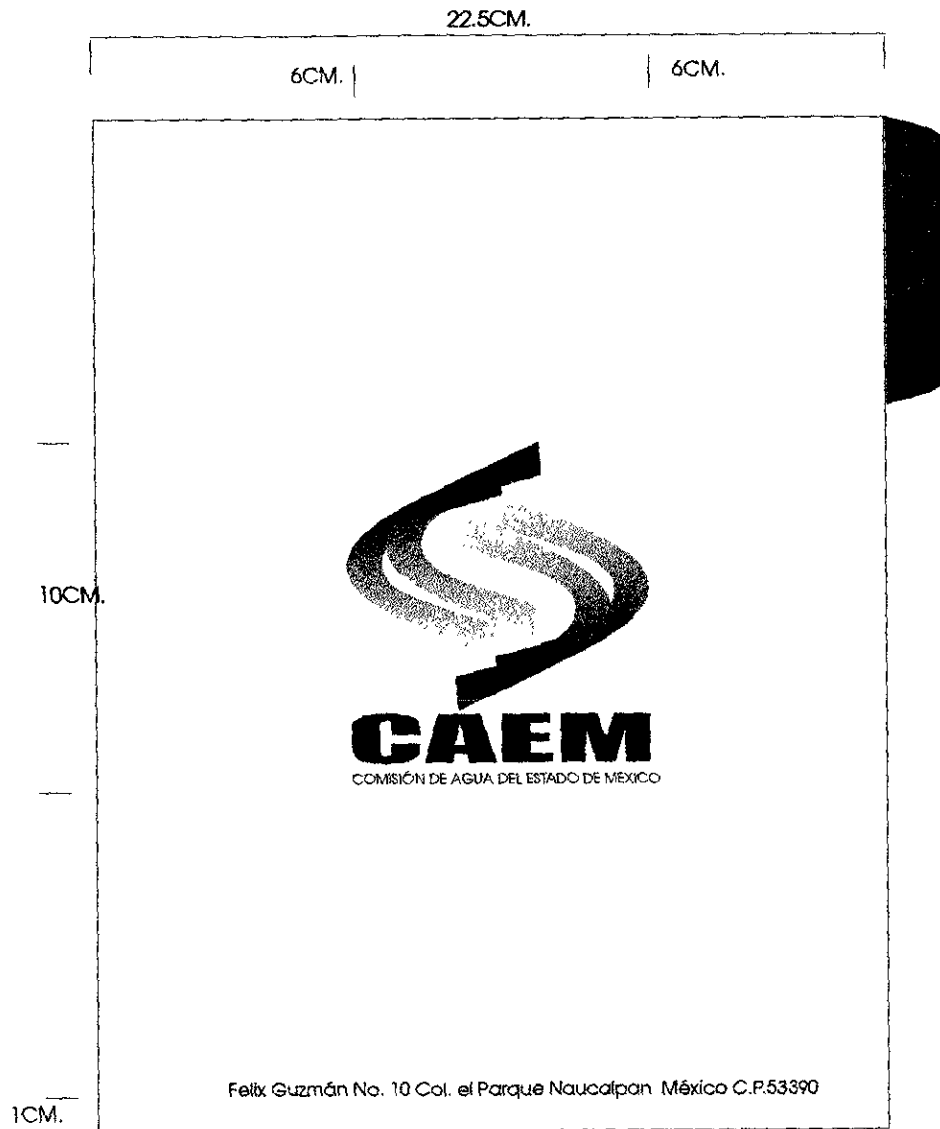
APLICACIONES I

Portada carta



APLICACIONES I

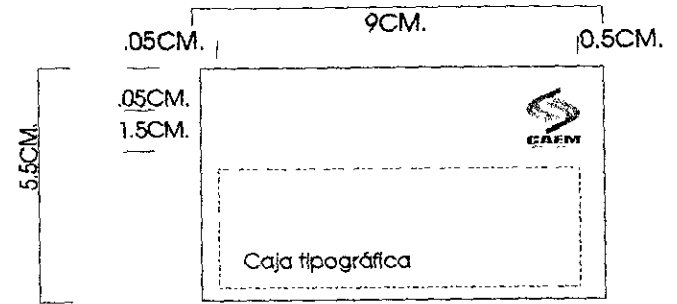
Folder



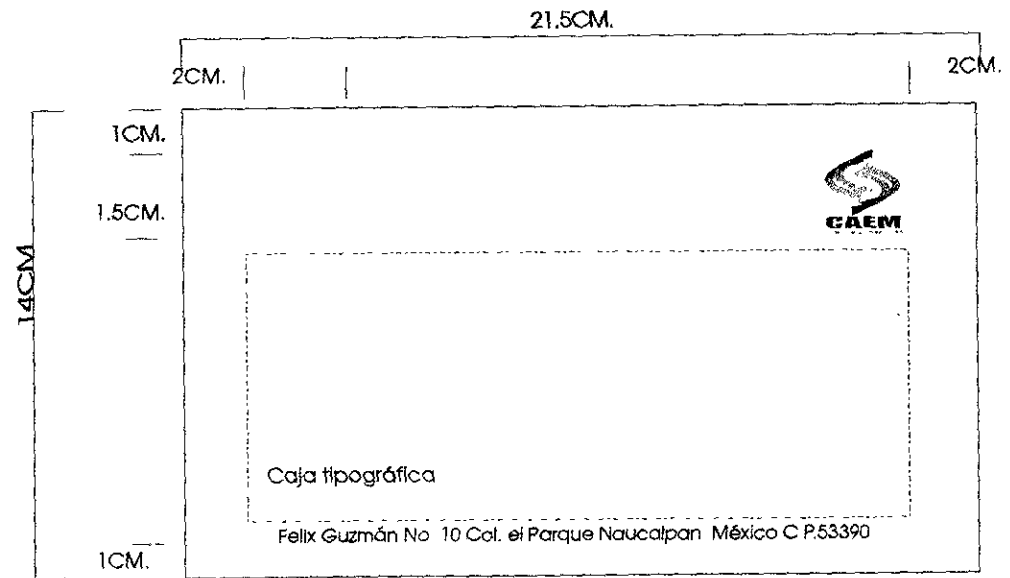
APLICACIONES I

Tarjetas de presentación

La tarjeta (a) comprende una caja tipográfica de 2.5x8cm. y la (b) 10x19 en las cuales se especifican los datos que van impresos y en el caso de la tarjeta (b) el mensaje que irá mecanografiado.



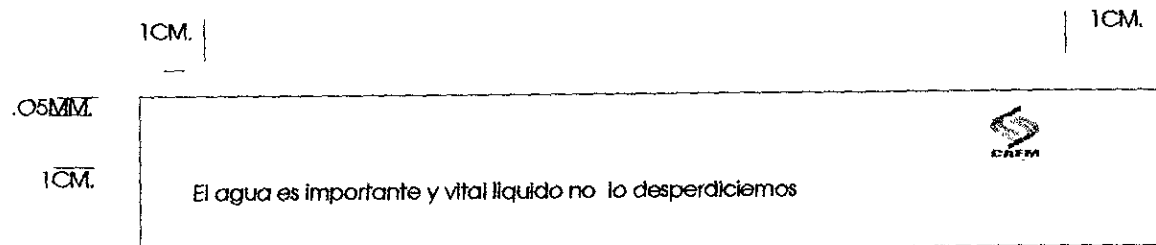
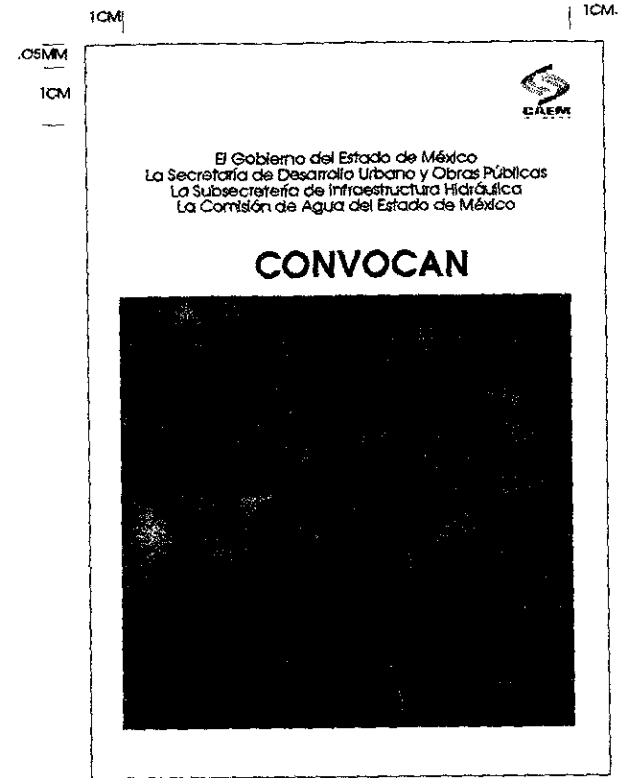
(a)



(b)

APLICACIONES II

Inserciones en prensa
Roba plana (a)
Cintillo (b)



APLICACIONES II

Inserciones en prensa
Plana estándar

2CM.

2CM.

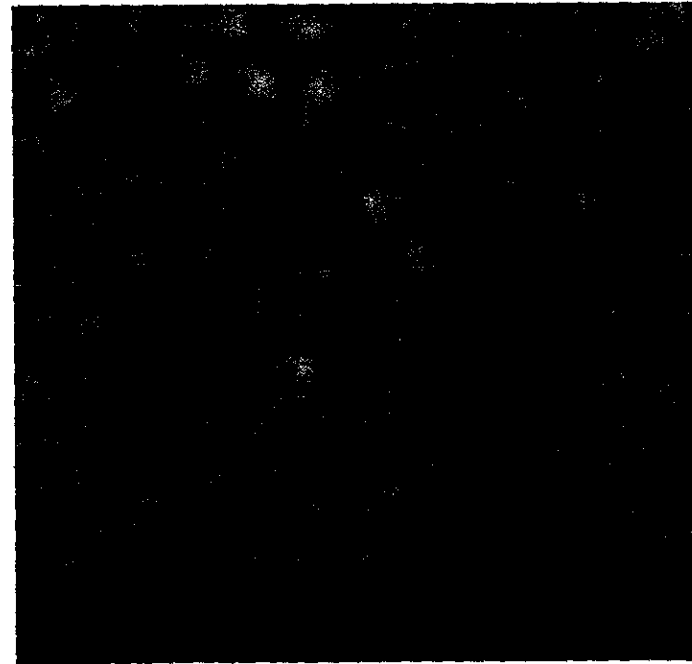
1CM.

2CM.



El Gobierno del Estado de México
La Secretaría de Desarrollo Urbano y Obras Públicas
La Subsecretaría de Infraestructura Hidráulica
La Comisión de Agua del Estado de México

CONVOCAN



Espectaculares.
En este caso el logotipo se visualizara de este tamaño, el color se especifica en este manual.


4.88 m.

20CM. 20CM.

1.98m.

SISTEMA DE AGUA POTABLE
SE CONSTRUYE LINEA DE ALIMENTACIÓN
PARA CIUDAD NEZAHUALCOYOTL

LONGITUD	11000	M.
DIAMETRO	91	CM.
HABITANTES BENFICIADOS	2	MILLONES
INVERSION	\$30,000	MILLONES

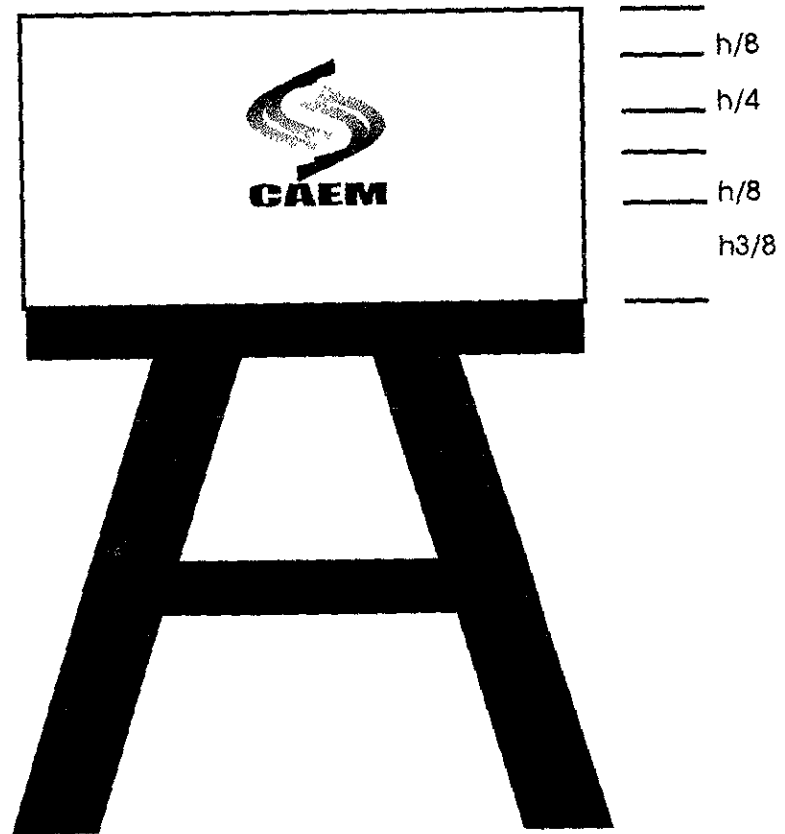


CAEM
COMISION DE AGUA DEL ESTADO DE MEXICO

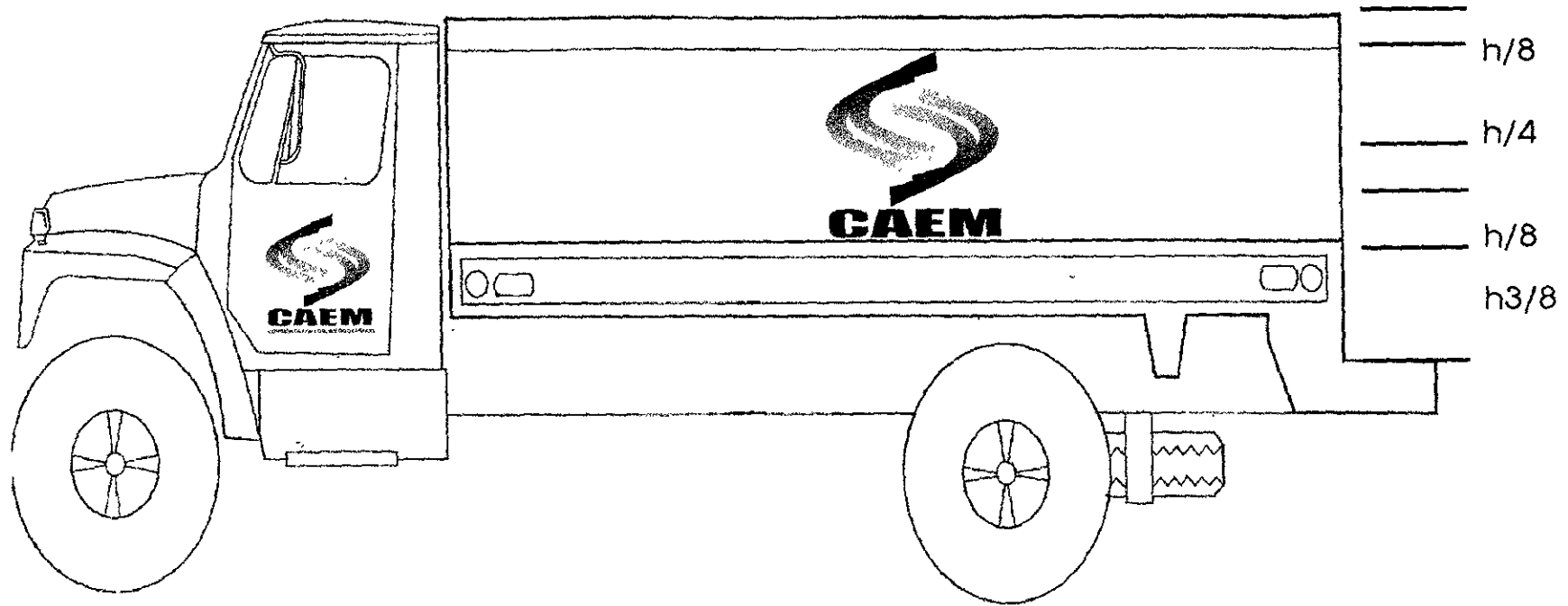
90CM. 1.08m. 10CM.

APLICACIONES II

Tanque elevado.
En este caso el logotipo se visualizara en tanques,
guardando siempre la proporción y utilizando los
colores que este manual indica.



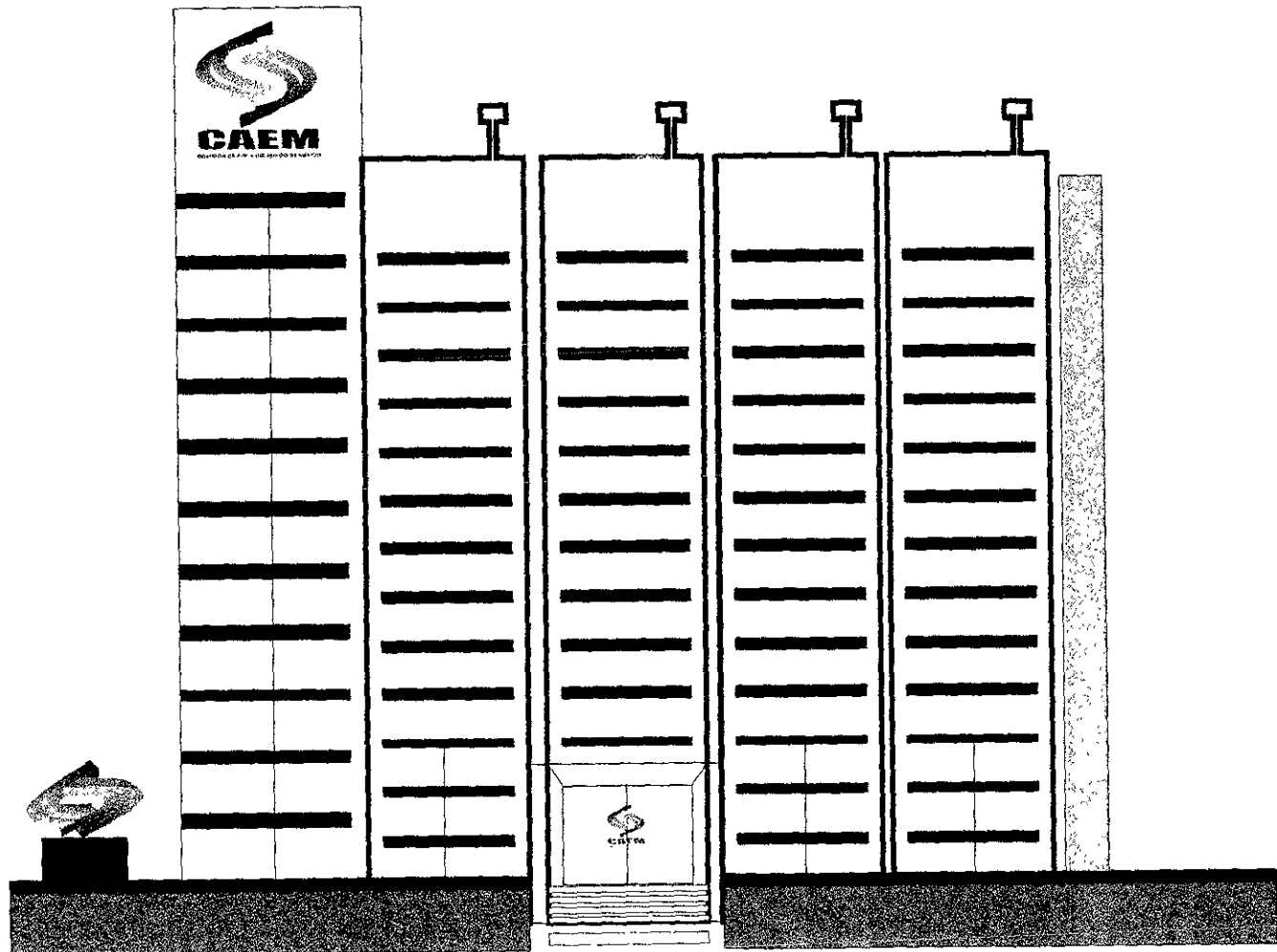
Camión pipa



APLICACIONES II

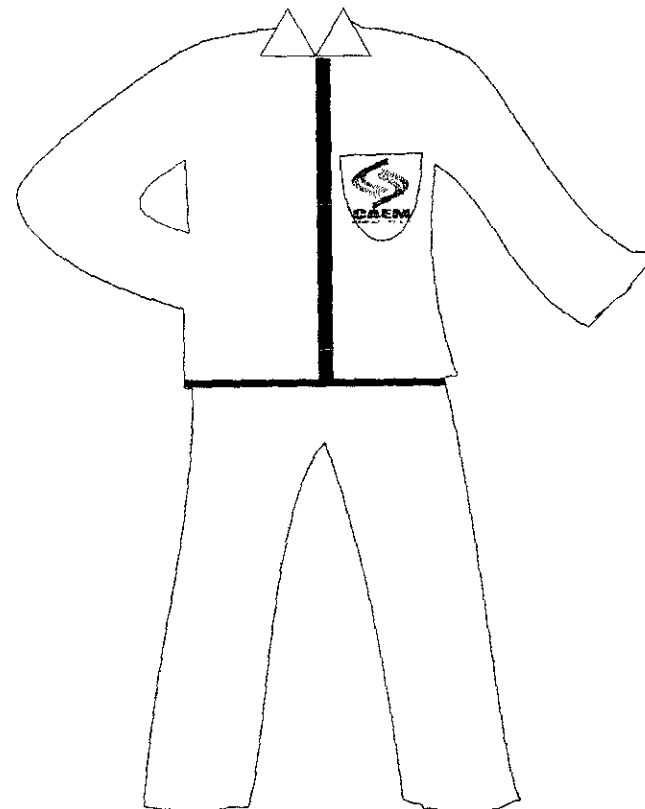
Fachadas.

En este caso el logotipo se visualizara en las partes externas del edificio proporcionalmente según sea el caso, el color se especifica en este manual.



APLICACIONES II

Uniformes para personal operativo.
El Uniforme será gris oxford con los símbolos en azul
pantone 289CV y la proporción según manual.



CONCLUSIONES DEL PROYECTO

En esta investigación, la imagen actual de la institución, presenta problemas en los diferentes soportes de comunicación al no seguir los lineamientos para su uso adecuado además, de no definir un estilo propio de acuerdo a las potencialidades que en ella existen; desde mi punto de vista la institución creció con proyectos y objetivos mientras la imagen nunca se proyectó al mismo tiempo, por lo que considero tarde para rescatarla ya que es un diseño de los 70" similar a otras empresas, con poco reconocimiento por parte de los usuarios por lo que no habrá inconveniente si se llegase a mejorar y depurar como se hizo en esta propuesta.

Del anterior trabajo se concluye que puede lograrse describir gráficamente todos y cada uno de los elementos que conforman una identidad en el medio social.

El logotipo propuesto es una prueba más de que los conocimientos adquiridos en esta profesión dan nuevas propuestas gráficas que se basan en verdaderos estudios de la comunicación y educación visual del entorno social comprendiendo todas y cada una de las necesidades que en ella se hacen presentes por lo que es necesario la fuerza y el estímulo de la identidad en toda percepción del medio ambiente a través de un logotipo que identifique y describa gráficamente el porque existe y para que existe y se convierta en una imagen representativa de la institución logrando apoyar esto en un manual de identidad que con el tiempo se convertirá en un programa que dará resultados con grandes beneficios para la institución.

Durante las prácticas de campo se llevarán a cabo encuestas con diversas personas a efecto de que previa imagen se asociara con la institución la cual no presentó problemas de asociación.

Desde mi punto de vista profesional esta tesis comprende un estudio total y formal de la imagen gráfica y sus elementos, como aplicarlos,

para desarrollar y explorar nuevas formas en los campos visuales de la comunicación gráfica.

Esta experiencia conforma uno de mis logros como profesional aplicando todos y cada uno de mis conocimientos como estudiante de la carrera de comunicación gráfica y mis experiencias en el campo profesional.

No obstante observamos que el diseñar una imagen gráfica de una institución por fines políticos no es adecuado, sino que deben tomarse en cuenta los estudios realizados por un profesional en el área el cual deberá efectuar un estudio total de la realidad institucional para llegar a proyectar los verdaderos atributos y fines por lo que fue o es creada esa institución; de esta forma, un programa de identidad dará resultados benéficos.

Esto no es más que un comentario de lo que yo he experimentado en las instituciones de gobierno donde no es importante el desarrollo de su imagen, proyectando valores sin valor que finalmente los lleva al anonimato, desaparición o fusión del organismo de donde nunca se mostró ni tampoco se hizo el esfuerzo por representar su verdadera identidad función social o pública.

FUENTES

Aguilar Scott Robert, Fundamentos del Diseño
Editorial Victor Leri,

D.A. Dondis, La Sintaxis de la Imagen
Editorial Gustavo Gili, S.A., Cuarta edición 1982, Barcelona.

Costa Joan, Imagen Global
Editorial Ceac, tercera edición abril, 1994, España

Costa Joan, Identidad Corporativa
Editorial Ceac, edición 1991, España

Costa Joan, La Identidad Visual
Editorial Club Master, edición 1977, Barcelona

Costa Joan, Imagen Pública una Ingeniería Social
Editorial Fundesco, Edición 1992, Madrid.

Chavez Norberto, La Imagen Corporativa
Editorial Gustavo Gili, S.A., Cuarta edición, 1994, 1998, España

Dalley Terense, Guía Completa de Ilustración y Diseño
Editorial Blumen, Tercera edición 1990, España.

Diethel Walter, Forma Más Comunicación.
Editorial ABC Edición 1974, Zurich.

Diethel Walter, Signet, Signal, Simbol.
Editorial ABC , Zurich.

Frutinger Adrian, Signos Símbolos Marcas y Señales
Editorial Gustavo Gili, Edición 1981, Barcelona.

Gaceta de Gobierno
TOMO CXVIII NO.3, TOLUCA DE LERDO, MEXICO
Miercoles 10 de Julio de 1974, Decreto Núm.112.

Gaceta de Gobierno
TOMO CLVVI NO. 121, TOLUCA DE LERDO, MEXICO,
Miercoles 22 de Diciembre de 1993.

German Fabris, Fundamentos del Proyecto Gráfico

Gerstner Karl, Metodos del Diseño
Editorial Gustavo Gili, Edición 1985, Barcelona.

Jone Lewis, Principios Basicos de la Tipografía
Editorial Trillas, Segunda edición 1992, España.

Manual General de Organización, 1993
Secretaría de Desarrollo Urbano y Obras Públicas.

Munari Bruno, Diseño y Comunicación Visual
Editorial Gustavo Gili S.A., Edición 1981, Barcelona.

Prieto Daniel, La Semiótica de la Imagen
Editorial Vam. Edición 1982, México.

Rosell Miralles Eugeni, Manual de Imagen

Tejada Palacios Luis, Gestión de la Imagen Corporativa
Editorial Norman S.A. ,1era edición 1987, Colombia

Wucios Wong, Fundamentos del diseño Bidi-y Tri-dimensional
Editorial Gustavo Gili, S.A. Edición 1979, Barcelona