



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
"ACATLAN"

"CREACION DE IMAGEN CORPORATIVA PARA EL PARQUE
DE LAS ESCULTURAS DE CUAUTITLAN IZCALLI"

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADA EN DISEÑO GRAFICO

P R E S E N T A :

ABRIL ELVIRA SOTO REBOLLEDO

ASESORA: C.G. MARTHA OLGA RODRIGUEZ PEREZ.



SANTA CRUZ ACATLAN, EDO. DE MEX.

ABRIL DE 2001.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

AGRADECIMIENTOS

A Mi Madre quien me demostró y me enseñó la perseverancia y el valor de las cosas, la dedicación y el esfuerzo de realizar todo lo que me proponga, y siempre desde niña estuvo conmigo a mi lado brindandome todo su amor y comprensión, gracias por enseñarme hacer la tarea.

A Mi Padre quien me enseñó a alcanzar mis sueños y me apoyo con sus consejos y cariño a pesar de las circunstancias, por respetar mis decisiones y aceptarme y quererme como soy.

A Dios, gracias por darme unos padres maravillosos quienes me brindaron la vida y han logrado hacer de mi quien soy, gracias por estar siempre a mi lado y escucharme siempre que lo he necesitado y por darme todo, y ayudarme a resistir las desveladas.

A Mi Hermana Gaby que apesar de todo a sido mi mejor amiga, mi compañera de juegos y estudios, de alegrías y tristezas y sobre todo por ser un aliento de inspiración para realizar proyectos.

A Todos y cada uno de mis maestros que he tenido, porque sino fuera por ellos no hubiera llegado hasta este punto, gracias por todo lo bueno y malo que aprendí de ellos, ya que cada una de sus enseñanzas me ayudo a ser perseverante y dedicada.

A la U.N.A.M. por haberme aceptado y enseñado no solo conocimientos, sino también la verdadera amistad, el valor moral y social de las cosas y que si quiero lograr algo tengo que trabajar duro para conseguirlo, nada es gratis.

A Mi Asesora Martha Rodríguez, por su apoyo y paciencia para la realización de este trabajo de Tesis, además de enseñarme a ser profesional.

A Mis Mejores Amigas Yazmín, Nancy y Berenice, por estar conmigo en momentos de adversidad y brindarme su amistad, cariño y apoyo, por sus consejos y por ser como son ¡verdaderas amigas!

A Moisés, Carla y Rubén por su apoyo y amistad incondicional y por echarme porras para realizar mi tesis, además gracias por las computadoras.

A Areli, Salomé, Rodrigo, Claudia, Nimcy y Noé por su paciencia, comprensión, amistad y enseñarme a aprender de mis errores y aceptarlos.

1,2,3 por mi y por todos mis primos, por darme el espíritu de competencia, y sus porras para poder terminar esta Tesis y mi carrera satisfactoriamente.

A Eli, Nancy, Cesar y Mónica por sus consejos para llevar a cabo la terminación de Tesis y realizar los trámites finales, gracias por su amistad.

A Gabriel y Marilú por su amistad y apoyo cuando los he necesitado, por estar conmigo y por los rays en la noche.

A todas y cada una de las personas que han intervenido de una forma u otra en mi vida, gracias, porque cada una colaboró para formar mi persona y mi espíritu y me han ayudado a forjar mi destino.

ESTRUCTURA DE LA TESIS

● INTRODUCCION

1.	<i>IMAGEN CORPORATIVA</i>	10	2.6.	Planos relacionados con El Parque de las Esculturas	51
1.1.	Que es la Imagen Corporativa?	12	2.7.	Usuario	54
1.2.	Historia de la Imagen Corporativa .	15	2.8.	Otros Sitios Recreativos	55
1.3.	Estilos Gráficos	19	2.9.	Análisis de las Soluciones Gráficas Existentes	57
1.4.	Proceso de Comunicación	22			
1.5.	Marcas y Logotipos	25	3.	<i>FASE CREATIVA</i>	64
1.5.1.	Logotipos con Nombre	27	3.1.	Desarrollo de Ideas	65
1.5.2.	Logotipos con Representación Icónica	29	3.2.	Evaluación y Selección de la Idea .	76
1.5.3.	Representaciones Gráficas	31	3.3.	Pruebas de Color	80
1.6.	Elementos Gráficos	36	3.4.	Prototipo (Dummy)	82
			3.5.	Evaluación Final	84
2.	<i>EL PARQUE DE LAS ESCULTURAS</i>	40	4.	<i>MANUAL DE USO</i>	86
2.1.	Metodología de Gui Bonsiepe	41	4.1.	Identificación del Símbolo	88
2.2.	Análisis del Problema: Que es un Parque Recreativo?	44	4.1.1.	Justificación de Trazo	89
2.3.	Planteamiento del Problema: Elaboración de la Imagen Corporativa para el Parque de las Esculturas ..	45	4.1.2.	Aplicación de la Red por Unidades	90
2.4.	Historia de Cuautitlán Izcalli	46	4.2.	Marco Espacial	91
2.5.	Servicios y Características de El Parque de las Esculturas	49	4.3.	Proporciones	92
			4.4.	Aplicación Mínima Reducción y Máxima Ampliación	93
			4.5.	Usos Correctos	94

4.6.	Usos Incorrectos	97
4.7.	Cartas de Color Brillante y Opaco	98
4.8.	Tipografía Primaria y Secundaria ..	99
4.9.	Marca de Agua	100
4.10.	Papelería	
4.10.1.	Hoja Carta Membretada	101
4.10.2.	Sobre Tamaño Carta	102
4.10.3.	Sobre Tamaño Oficio, Uso General	103
4.10.4.	Sobre Tamaño Oficio, con Ventana	103
4.10.5.	Folder	104
4.10.6.	Memorandum	105
4.10.7.	Tarjeta de Presentación	106
4.10.8.	Recibo y Nota	107
4.10.9.	Hoja de Control de Eventos	108
4.11.	Positivo y Negativo	109
4.12.	Señal de identificación (Rótulo)...	110
4.13.	Vehículos	111
4.14.	Promocionales	112
4.15.	Varios	
4.15.1.	Gafetes	113
4.15.2.	Uniformes	114
4.16.	Calendario de Eventos	115
4.17.	Aplicaciones	116

- CONCLUSIONES

- FUENTES DE INFORMACION

INTRODUCCION

El Diseño Gráfico consiste en la capacidad de crear y expresar visualmente a través de herramientas y elementos conjuntados con el intelecto humano, ideas y mensajes, empleando como herramientas papeles, tintas, grafitos, etc., y como elementos puntos, líneas, color, etc., para cumplir con un fin determinado.

El mundo del Diseño Gráfico es bastante extenso y abarca diferentes conceptos y aplicaciones visuales como son el mepaque, editoriales, material de apoyo a la enseñanza (didácticos), publicidad, audiovisuales y electrónicos; aunque en la actualidad dentro de lo que se desarrolla en el ámbito de la Ilustración (ya sea tradicional o digital), como carteles, señales e ilustraciones para uso general; lo que ha tenido mayor presencia e impacto en el público y ha seguido una evolución conjunta con el hombre es la expresión visual conocida como “Imagen Corporativa” o popularmente llamada marca ó logotipo que representa e identifica a algo o alguien en especial.

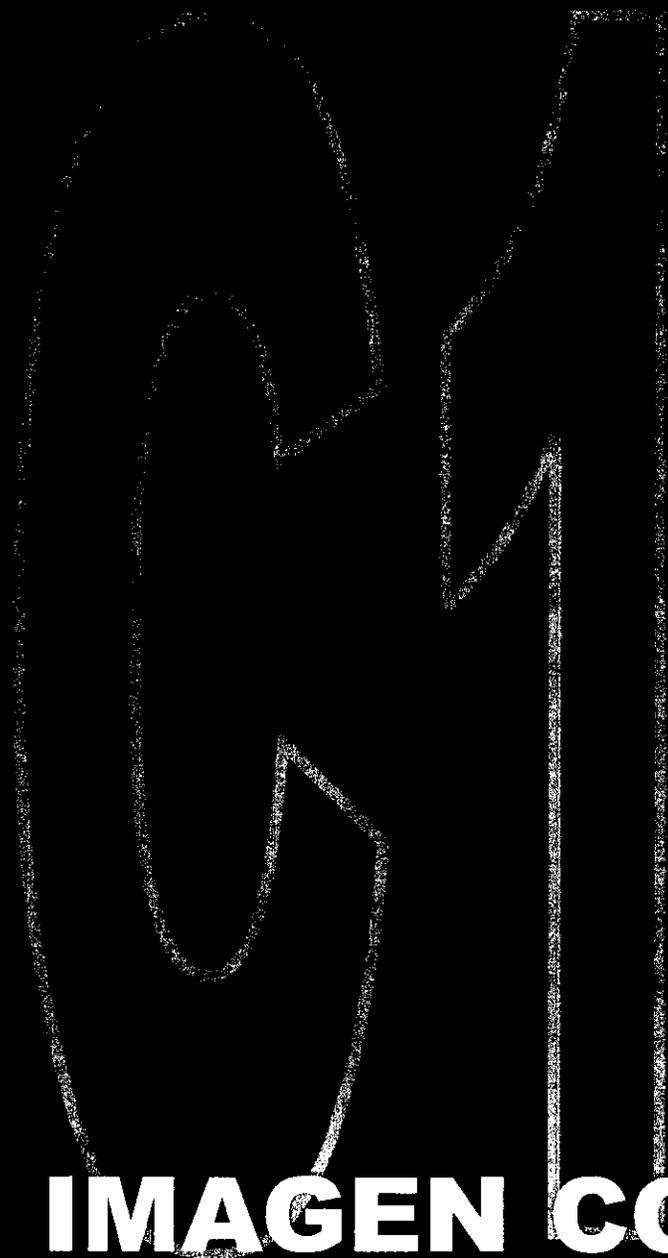
En la época contemporánea, es precisamente la “Imagen Corporativa” que ha cobrado gran fuerza ya que es empleada como elemento primario o de apoyo en la mayoría, sino es que en todas las manifestaciones visuales, y crea hoy en día un bombardeo de imágenes representativas de productos, servicios, individuos o empresas; por lo que lugares e individuos necesitan identificarse y representarse, además de diferenciarse de otros.

Al hacer referencia a que la Imagen Corporativa ha evolucionado conjuntamente con el ser humano, quiere decir que desde que el hombre empezó a comunicarse visualmente, lo hizo a través de dibujos que representaban ideas, objetos o mensajes y, que estos a lo largo de la historia han ido evolucionando hasta la presente fecha. Por lo que el Diseñador Gráfico ha ideado que la Imagen Corporativa además de identificar, vaya de acuerdo con la época; llevando a cabo para la modificación y la creación un determinado procedimiento a seguir (independientemente del autor de la

metodología), se debe de realizar una investigación para conocer a que o a quien se va a representar, y para quién va dirigido (usuario), quién es la competencia (si la hay), y sus antecedentes; esto con el fin de obtener información base para poder desarrollar la creatividad, mediante los pasos que indiquen la metodología a seguir y así lograr una excelente y funcional **Imagen Corporativa** como en este caso.

La Imagen Corporativa, no sólo consiste en desarrollar la expresión gráfica que representa e identifica a un individuo o empresa, sino también en contemplar su integración en materiales de uso cotidiano, esto a través de un Manual de Uso de dicha identidad o imagen corporativa; el cual va a facilitar su aplicación en los elementos que el representado desee.

Como puede apreciarse; la Imagen Corporativa tiene gran importancia, debido a la abundancia de información gráfica y visual existente, es necesario identificar y diferenciar no solo productos, personas y servicios, sino además lugares como empresas, escuelas, instituciones públicas y privadas, y espacios abiertos, ya sean estos deportivos, culturales o recreativos como el caso de los parques...por lo expuesto anteriormente se seleccionó este tema "**Imagen Corporativa**" para ser aplicado en "**El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli**" para que a través de este proyecto, no sólo la gente relacionada con el Diseño Gráfico, sino el público en general tuviera una mejor comprensión y apreciación de lo que es, involucra e implica la realización y empleo de una Imagen Corporativa aplicada a espacios abiertos como "**El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli**".



CAPITULO 1
IMAGEN CORPORATIVA

CAPITULO 1. IMAGEN CORPORATIVA

La imagen corporativa tiene una gran importancia dentro del desarrollo de la sociedad, así como de las asociaciones e individuos que la componen, ya que a través de elementos gráficos esenciales como es el caso del manejo de líneas, tipografías y color, además de la forma, se logran conceptos visuales, que por medio del uso y composición de estos elementos conforman la identidad corporativa.

La identidad o imagen corporativa es un concepto prácticamente nuevo, pero al mismo tiempo antiguo, ya que desde tiempos remotos en que el hombre empezó a comunicarse, empleo elementos gráficos para representar e identificar tanto a objetos como sus ideas; ahora en la actualidad la imagen corporativa se usa para la identificación de personas y/o empresas, dando a conocer un servicio o producto a la comunidad. Como se acaba de mencionar la imagen corporativa ha estado con el hombre desde el inicio de la comunicación y al igual que el hombre ha ido evolucionando,

esto de acuerdo a las necesidades que fueron surgiendo a lo largo de la historia, como elemento de distinción, posesión, comercial, etc.

La Imagen Corporativa ha sido influenciada por los estilos artísticos, marcando actualmente estilos de expresión gráfica que ayudan a la representación de empresas o personas de acuerdo a sus rasgos individuales.

Es importante mencionar que la imagen corporativa identifica a un servicio o producto destinado para un determinado público por lo que es necesario que exprese lo adecuado para ese usuario en particular, esto a través de un buen proceso de comunicación entre la imagen que identifica a la empresa y el usuario, logrando así que se cumpla el objetivo de la imagen corporativa, que es el de comunicar quien o que es y a que se dedica dicha asociación o individuo, además de distinguirse entre las imágenes existentes en la sociedad.

Con base a lo anterior, este capítulo abarca varios puntos para la mejor comprensión de la imagen corporativa y su realización, que se desglosa de la siguiente manera: ¿Qué es la Imagen Corporativa?; Historia de la Imagen Corporativa; ¿Cuáles son los Estilos de Expresión Gráfica?; El Proceso de Comunicación; así como los diferentes Tipos de Logotipos y representaciones gráficas; además de los Elementos Gráficos necesarios a consideración para la elaboración de cualquier proyecto gráfico, en este caso la realización de la Imagen Corporativa para El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli, que se hablara de este en el capítulo siguiente.

1.1. QUE ES LA IMAGEN CORPORATIVA?

La Imagen Corporativa es la imagen que remite a la identificación de una empresa, lugar y/o persona, expresando quién o qué es y cuál es el servicio o producto que representa, tomando en cuenta tanto manifestaciones visuales, como expresiones no visuales, refiriéndose con estas últimas a los factores a considerar para la creación de una imagen corporativa, como por ejemplo la respuesta del usuario ante dicha imagen, la personalidad y/o comportamiento de la empresa ó persona a quien se va a designar, entre otros.

La Imagen Corporativa, también es conocida con otros nombres, entre los que se encuentran: Identidad Corporativa, Imagen de Empresa, Imagen Institucional, Comunicación Corporativa, etc. "El uso de este término de Imagen Corporativa viene de la traducción literal de la frase en inglés "Corporate Image", en donde corporation significa compañía ó bien "corporación" (1), ésta palabra viene del vocablo cuerpo que alude en este caso a una agrupación de asociaciones que integra por ejemplo, empresas privadas, organismos públicos y/o sectores de la comunidad a través de sus

entidades representativas; puede manejarse también el término de institución, debido a que puede ser empleado tanto para referirse a una empresa u organización como a un individuo, ya que este último puede institucionalizarse. Es por este motivo el empleo de diversos nombres para referirse a Imagen Corporativa.

La Imagen Corporativa es un instrumento fundamental que utilizan las empresas, organizaciones, lugares y/o personas para identificarse, distinguirse y sobresalir de la competencia existente en la sociedad; debido a la presencia de tantas imagenes se podría conciderar como una guerra de identificación, es por tal motivo, que la Identidad corporativa es tan importante en la actualidad.

Joan Costa, en su libro **La Identidad Corporativa y estrategia de empresa**, nos habla de que la Imagen Corporativa está integrada por siete vectores, los cuales a pesar de ser diferentes se complementan entre sí, estos vectores son los siguientes:

(1) Chaves, Norberto. *La Imagen Corporativa. Teoría y metodología de la Identificación Institucional*, p. 18

A)Nombre: El nombre es por lo que empieza una identidad, ya que nos indica la existencia de una empresa, lugar ó individuo; el nombre al público el recordar e identificar entre la gran diversidad existente.



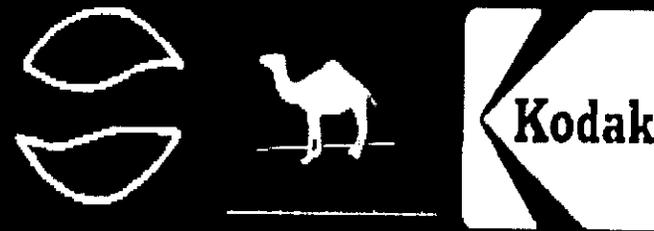
Nombres de marcas

B)Logotipo: Se incorpora a la memoria visual, debido a que es propiamente la palabra diseñada, la cual le da el toque de personalidad y originalidad a la empresa, lugar ó individuo.



Logotipos

C)La Simbología Gráfica: Ofrece la capacidad de recordar la cualidad estética que tienen los símbolos, debido al impacto que causan, lo cual excita a la memoria y logra asociar con la empresa.



Simbología Gráfica

D) Identidad Cromática: Se considera más identificable que un símbolo, la percepción del color, tomando en cuenta que se convierte en lenguaje, ya que es lo primero que capta la sensación visual, logrando con esto posesimiento de la imagen.



Identidad Cromática

E) La Identidad Cultural: Aquí se toma en cuenta la propia cultura de la empresa a identificar, la cual revela el caracter o el estilo de la misma empresa, lo cual le da una personalidad, calidad y estilo de atención, un valor de su identidad.

F) Los escenarios de Identidad Corporativa
- **La arquitectura corporativa:** Estos escenarios, es el lugar donde propiamente se desarrolla la Imagen Corporativa, ya que es parte de la empresa, y es por esto que se considera parte de su identidad.

G) Indicadores objetivos de Identidad: Estos indicadores objetivos son los datos informativos de la identidad, no son solamente datos institucionales, sino también (menciona Joan Costa), son datos constitucionales y de identificación. "Son elementos de información y no de motivación al consumo. Son informaciones de identidad (quien es y que hace la empresa)" (2).

Debido a esta descomposición de los vectores que integran la Imagen Corporativa, es posible la mejor comprensión de lo que es y lo que representa su función ante la sociedad actual.

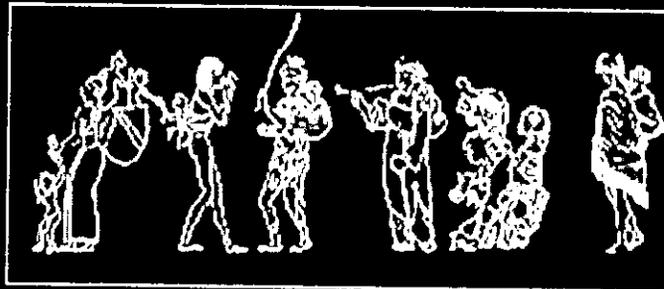
(2) Costa, Joan. *La Identidad Corporativa y estrategia de empresa*, p. 10

1.2. HISTORIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA

El hombre empezó a comunicarse por medio de gestos, sonidos e incluso símbolos, los cuales fueron plasmados en sus cuevas con lo que representaba animales y acciones que querían comunicar a otros miembros de su comunidad, siendo con esto el inicio de la identidad de los objetos a través de la imagen.



Pintura Rupestre



Egiptos Tártaro Chino Maya U.S.A.
Representación de diferentes culturas de hombres cargando niños

Con el uso de la cerámica, los artesanos necesitaban identificar su trabajo, debido a la competencia existente, ya que así los posibles compradores podían saber cual era su trabajo a través de su marca de

identificación, esto lo hacían “imprimiendo su huella del pulgar en el barro húmedo en la parte inferior de la vasija” ⁽³⁾ ó bien ponían una imagen como por ejemplo una cruz, un pez, etc. Se podría decir que este fue el comienzo de la imagen de identificación o logotipo, ya que de ésta manera los usuarios podían distinguir por este medio cual trabajo correspondía o era realizado por “x” artesano, así si un trabajo o producto era de buena calidad, tenían conocimiento de quien fue su autor. Estas imágenes o marcas eran utilizadas en una forma local.

En la Edad Media empezaron a emplearse marcas distintivas para los reyes o gobernadores, aunque también las utilizaban familias de la nobleza, estos logotipos indicaban poder y autoridad, los cuales eran conocidos e identificados hasta por los campesinos analfabetos; tal era el caso de la flor de lis de Francia, el águila de los Habsburgo en Austria-Hungría, así como, el crisantemo imperial de Japón.

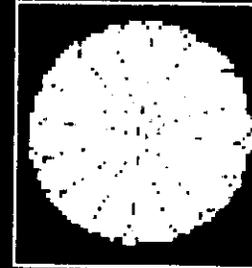
(3) Murphy, Jonh. *Como diseñar marcas y logotipos*, p.9



Flor de iz



Agulla de los Habsburgo



Crisantemo Imperial

También la heráldica era manejada para distinguir entre sí a los individuos, ciudades, países, etc. Por ejemplo "las armas eran acompañadas por un corto lema , que a menudo alababa las virtudes del príncipe. Tales dispositivos heráldicos eran extremadamente importantes en tiempos de guerra, ya que diferenciaban a los bandos enemigos.

"Las representaciones de los escudos con sus signos heráldicos comenzaron a ponerse como marca de propiedad sobre los bienes mobiliarios e inmobiliarios, y se grabaron en anillos y sellos, que los reproducían en cera sobre las cartas jurídicas" (4).

El escudo de armas era un signo que se representaba en antaño en la parte más visible de las armas defensivas.

"En las personas de sangre real, la totalidad del escudo se situaba sobre un fondo que representaba un manto real" (5), en los bordes tenía franjas doradas, sostenido por cordones provistos de borlas y en la parte superior centrada una corona.

Los religiosos coronaban sus escudos con un sombrero eclesiástico y, para significar la dignidad de un obispo figuraban en el escudo un báculo y una cruz. Los escudos femeninos adoptaron la forma romboidal, forma reservada para las mujeres solteras mientras que para las casadas era de forma oval. Es de ésta forma que se empezaron a emplear imágenes de identificación en la sociedad, no solo como una manera de reconocer un producto o autor, sino para identificar a individuos o grupos de acuerdo a su jerarquía, quienes a su vez empleaban sus signos en documentos, lo cual sirvió como base al empleo y desarrollo de la Imagen Corporativa.

(4) *Moderna Enciclopedia Universal, Tomo IV, p. 322*

(5) *IDEM (4), p. 323.*

Con el comienzo del uso de imágenes para la identificación de personas y/o lugares se empezó a introducir las artes en este campo, un ejemplo de ello fue cuando en el siglo XV, la ciudad de Florencia, que estaba influenciada principalmente por el mundo de las artes, encargó a artistas que presentaran una imagen de lo que la ciudad representaba en aquellos días, la cual exaltaba los valores humanos.

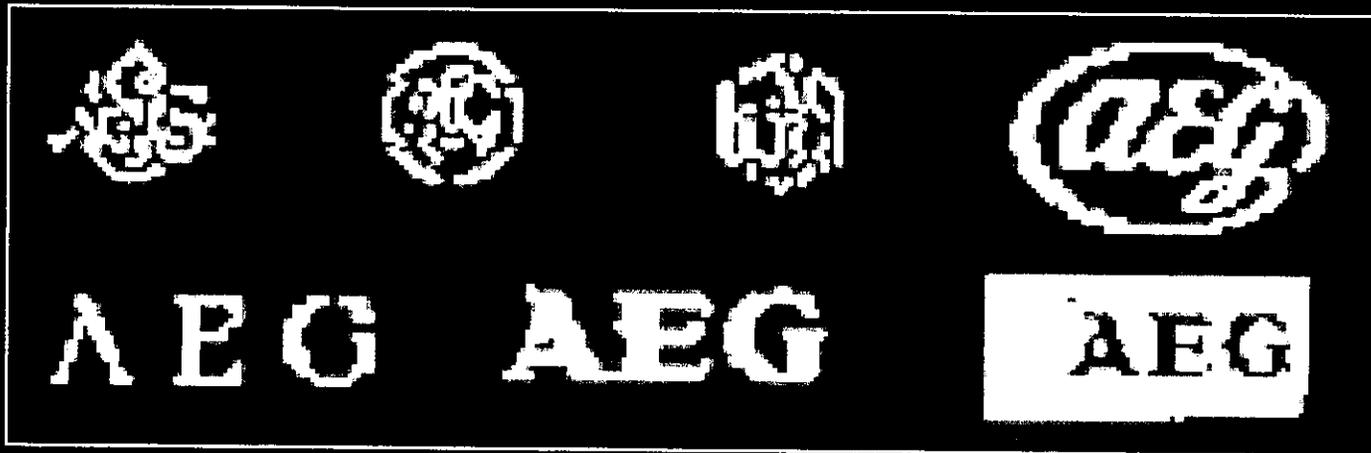
Posteriormente en el Imperio Napoleónico empiezan a combinarse motivos antiguos que reflejaban poder y soberanía (como es el caso de la cultura egipcia y romana), con motivos clásicos; teniendo que ver con este dato, de Imagen Corporativa que la constante presencia de lo clásico se identificaba con el poder.

En la segunda mitad del siglo XVIII, se da un fenómeno que afecta definitivamente a la sociedad, la Revolución Industrial; con este hecho, surgen nuevas denominaciones para las clases sociales, empresas a gran escala y/o fábricas y salen a la luz las máquinas. Dentro de todos estos cambios, también se encuentra involucrado el aspecto gráfico; en 1797, Ludwig Senefelder desarrolla la litografía.

Para 1832, en Inglaterra, William Morris era un idealista que rechazaba el estilo de la Ilustración, ya que se había basado en un pensamiento racional-industrial; las ideas de Morris eran apoyar a las artes y oficios tuvieron gran influencia en su tiempo, lo cual se ve en que los diseñadores, arquitectos y/o artistas usaran las máquinas como una herramienta de ayuda en su trabajo; él creía que tanto el arte como el diseño eran asuntos públicos, ya que debía servir a la sociedad.

En el siglo XIX, el arte y el diseño estaban muy ligados a la sociedad, en donde con la creciente creación de empresas, hizo que los diseñadores que sostenían estas ideas desarrollaran imágenes de identificación para estas instituciones.

En el siglo XX, para ser más específico en el año 1907, se dió un ejemplo claro de Imagen Corporativa, fue realizado por Peter Behrens quien desarrollo un diseño para AEG, el cual lo aplicó tanto en la arquitectura de la empresa, como en sus productos y publicidad (este logotipo ha sido modificado con el paso del tiempo, para así darle modernidad al mismo).



Evolución del diseño de AEG

Ante este ejemplo, en los años 20's, las empresas empezaron a preocuparse por tener una imagen que los identificara, lo cual brindó a los diseñadores un amplio campo de desarrollo, y fue durante ésta década que se dice que surgieron los pioneros de la tipografía moderna.

En la década de los 30's, el diseño que en aquel entonces era más rígido y funcional, empezó a ser más embellecido y estético.

Poco después de la Segunda Guerra Mundial, el término de Imagen Corporativa se utilizó por primera vez, el cual se popularizó de acuerdo a su expansión en las empresas.

En los años 60's y 70's, varias empresas empezaron a hacer modificaciones en sus imágenes, por los cambios sociales de la época, lo cual provocó también cambios en el marketing y la publicidad, es por esta razón, que a partir de entonces, se ha buscado la modernidad paulatina en la imagen de empresa, claro sin perder su esencia de identificación con los usuarios y provocando a su vez un mayor impacto e interés visual.

1.3. ESTILOS GRAFICOS

El estilo es considerado como una expresión visual, que está regida por determinadas características y/o reglas estéticas, las cuales se toman en cuenta, de acuerdo al entorno cultural en que se desarrollan estas, e indica la forma de hacer las cosas; como en el caso de la realización de un diseño, se debe de considerar las técnicas y formas de expresión de acuerdo al estilo a emplear.

Algunos estilos artísticos han sido nombrados de acuerdo al período artístico o geográfico para su identificación, como por ejemplo: Barroco,Flamenco, Impresionismo, etc.

Así como se nombraron estilos para su identificación de acuerdo a la historia, también se nombraron y clasificaron de acuerdo a su expresión artística. Dentro del diseño, los estilos se clasificaron de la siguiente forma:

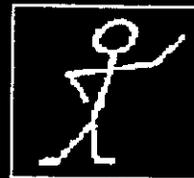
- Primitivismo
- Expresionismo
- Clasicismo

- Embellecido
- Funcionalismo

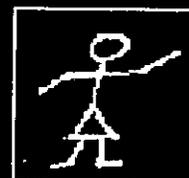
A) Primitivismo:

Este estilo toma en cuenta a las pinturas rupestres, ya que los cavernícolas, tenían en sus cavernas dibujos que representaban sus actividades cotidianas, estos se encuentran lejos de la representación real de las cosas, y estos dibujos aunque sencillos, denotan un significado claro de lo que expresan; se considera que es realizado en forma inconciente y, es por este motivo, que también entran en el estilo primitivo, los niños pequeños.

Este estilo se caracteriza por la sencillez de formas y simplicidad, economía, manejo de figuras planas, irregularidad y espontaneidad.



Hombre en Estilo Primitivo



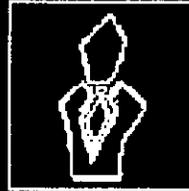
Mujer en Estilo Primitivo



Letra A en Estilo Primitivo

B) Expresionismo:

En el estilo expresionista encontramos que se caracteriza por complejidad, verticalidad y experimentalismo, irregularidad y el detalle exagerado para la distorsión de la realidad, maneja la imagen de manera abstracta, se dice que este estilo pretende provocar emociones, un ejemplo es que fue empleado en las catedrales góticas, ya que el uso excesivo de líneas rectas producía en los asistentes la sensación de levitación.



Hombre en Estilo
Expresionista



Mujer en Estilo
Expresionista



Letra A en Estilo
Expresionista

C) Clasicismo:

Este estilo tiene de referencia al arte griego, ya que está basada en la idealización del hombre y el amor a la naturaleza, buscando en el aspecto visual, la similitud con la realidad. Dentro de las características de este estilo, se encuentran la armonía, simetría, dimensionalidad, coherencia y unidad.



Hombre en Estilo
Clásico



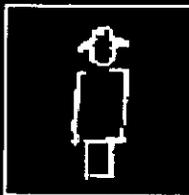
Mujer en Estilo
Clásico



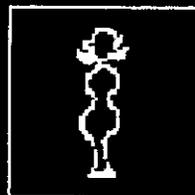
Letra A en Estilo
Clásico

D) Estilo Embellecido:

El estilo embellecido se caracteriza por la complejidad del diseño, siendo este cargado y florido, manejando gran detalle, color y variedad, suavizando las líneas haciéndolas cálidas y elegantes. Dentro de la historia, el período que caracteriza y ejemplifica a este estilo es el Barroco.



Hombre en Estilo
Embellecido



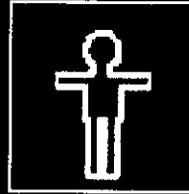
Mujer en Estilo
Embellecido



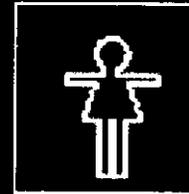
Letra A en Estilo
Embellecido

E) Funcionalismo:

Este estilo se asocia con la época contemporánea (esto fue con la revolución industrial), se caracteriza por la sintetización máxima de la imagen, simplicidad, simetría, abstracción, regularidad, monocromaticidad, coherencia, economía y unidad.



Hombre en Estilo
Funcionalista



Mujer en Estilo
Funcionalista



Letra A en Estilo
Funcionalista

1.4. PROCESO DE COMUNICACION

El Proceso de Comunicación es importante a considerar, debido a que la comunicación es aquella forma, por la que se da a conocer ideas, sentimientos y/o necesidades, la cual se puede dar a través de la palabra, la escritura, gestos, dibujos, etc., es decir, el intercambio de información entre los seres vivos. Dentro de lo que es el proceso de comunicación, existen diversas teorías, debido a que la comunicación actúa de diferentes maneras según los siguientes modelos:

- **Modelo Behaviorista:**

En este modelo se refiere al proceso de comunicación como la existencia de ciertos estímulos que provocan una respuesta (conducta); considerando como estímulos a las palabras, gestos, e incluso íconos. Este modelo es unidireccional y lineal.



Modelo Behaviorista

- **Modelo Funcionalista:**

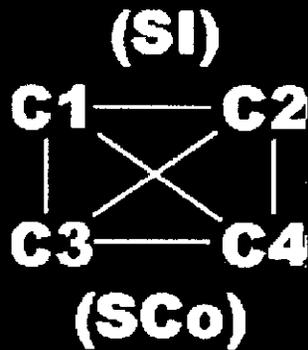
Sustituye la fórmula behaviorista de estímulo-respuesta (E-R), por la de que la respuesta también afecta al estímulo, es decir, hay un intercambio de papeles entre uno y otro; la respuesta una vez recibido el estímulo toma el papel de este para recibir a su vez una respuesta. Lo cual crea una relación bidireccional. El Estímulo es considerado como el emisor o interventor en la comunicación y la respuesta es el receptor o consumidor de información.



Modelo Funcionalista

- **Modelo Estructuralista:**

Este modelo, toma en cuenta la relación de cambio de actores o componentes entre sí, así como, las reglas que explican este cambio (código) y la articulación entre estos (ver esquema en página siguiente). Donde C1, C2, C3 y C4 son los componentes o actores, S1 el sistema de intercambio entre estos y SCo el sistema codificante o código.



Modelo Estructuralista (C1, C2, C3 y C4 son los componentes; SI, el Sistema de Intercambio; SCo el Sistema Codificante o Código)

• **Modelo Sistemico:**

“La Teoría de los sistemas considera a varios componentes para explicar el proceso de comunicación, los cuales son los siguientes:

- a) Personas que interactúan en la relación comunicativa poseyendo una imagen de sí mismos.
- b) Personas como objeto de la relación comunicativa tal como son imaginadas por cada actor.
- c) Las reacciones de cada persona a la imagen que se hace de como le ve el otro y a la presuposición que se hace de como le ve el otro.
- d) La respuesta que la persona da al otro en consecuencia de las reacciones indicadas (mensajes).

- e) Los propios fines que cada persona persigue en la interacción y en la representación que se hace de los fines que persigue el otro.
- f) La manera en que cada persona interpreta que el otro valora los fines del primero” (6).



Modelo Sistemico

En base a esta interacción de los componentes, el modelo sistemico presenta una retroalimentación (feedback), lo que lo hace circular, es decir, que presenta un intercambio continuo de repuestas entre los actores.

• **Modelo Matemático-Informacional:**

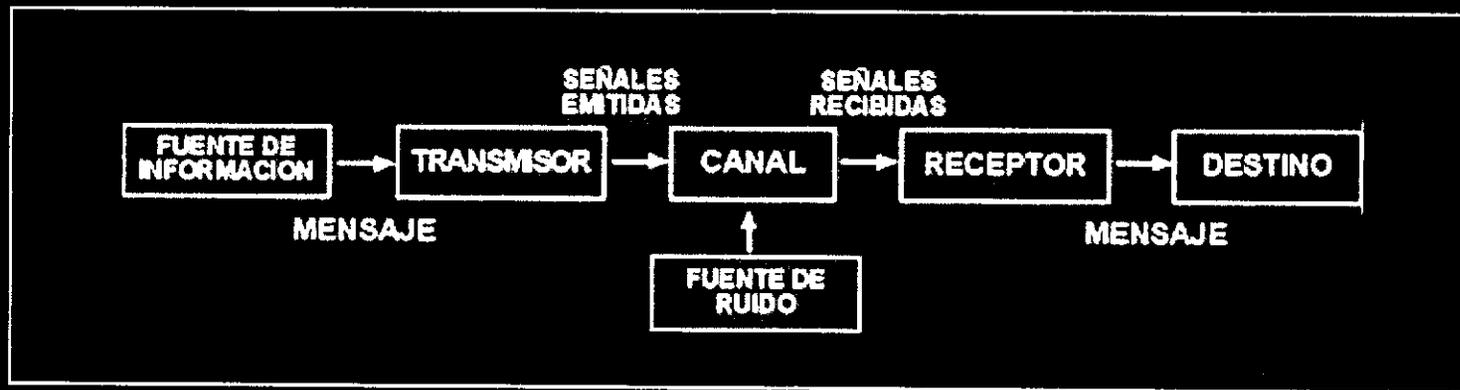
El modelo matemático-informacional es usado para las telecomunicaciones, tal es el caso actual de el internet, la radio y la televisión; este modelo, considera a varios componentes para explicar el proceso de comunicación, los cuales son los siguientes:

(6) Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia*, p.143

- a) Fuente de información: mensaje
- b) Transmisor: Emisor, encargado de la emisión de señales de que dispone la fuente, las cuales constituyen un mensaje.
- c) Canal: conducto por el que discurren las señales.
- d) Fuente de ruidos: señales ajenas que interfieren el paso de las otras por el canal.

- e) Receptor: quien o que recibe las señales y las decodifica.
- f) Destino: punto final de la transmisión.

Entre los autores de este modelo del proceso de comunicación, el más representativo es Shannon Weaver, el cual representa el modelo de la siguiente forma:



Modelo Matemático-Informacional de Shannon Weaver

Al haber revisado los diversos modelos de comunicación, es considerable que el caso de la Imagen Corporativa se aplica al Modelo Behaviorista, debido a que a través de la presencia de la imagen a manera de estímulo, se espera una respuesta por parte del usuario ya sea esta de consumo o de la identificación de producto o lugar; siendo este último el principal objetivo de lo que es la Imagen Corporativa.

1.5. MARCAS Y LOGOTIPOS

Las marcas son los medios por los cuales los negociantes identifican y distinguen sus productos o servicios de la competencia, debido a determinadas características visuales, que "sirven tanto para los intereses de los productores como de consumidores" (7). Las marcas para ser consideradas como tales deben de cumplir con los siguientes objetivos:

- Distinguir los productos o mercancías de los de la competencia.
- Servir de garantía de calidad.
- Darle publicidad al producto y/o mercancía.
- Motivar al público a que consuma esa determinada marca del fabricante.

Las marcas se dividen en dos categorías que son los nombres de marca (denominados solo como marca o nominales), que son propiamente los nombres de los productos o servicios, y en imágenes de marca (denominadas como logotipos o innominales), que son las imágenes de identificación de estos.

(7) Murphy, Jonh. Op. Cit. p. 12

Dentro de lo que se concidera como marca se encuentran los siguientes puntos:

- Las denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, para identificar y distinguir los productos y/o servicios.
- Las formas tridimensionales.
- Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales.
- El nombre propio de una persona física, siempre que no exista otro registrado como marca.

El objetivo de una marca es la de distribuir un producto, dar una garantía, publicidad y hacer que el público la tenga presente. Da una connotación social, debido a que ciertas marcas son destinadas a un público determinado.

Clasificación de marcas:

- Marca Registrada.- es aquella que ante la ley se le otorga un registro y es reconocida a través de este signo ®.
- Marcas no registradas.
- Marca industrial o de fábrica.- la que designa el productor o fabricante del producto.

- Marca de Comercio.- relación de la marca otorgada por quien vende el producto directamente al público y es el responsable.
- Marca de Agricultura.- dada a productos agrícolas.
- Marcas ligadas semejantes entre sí.- amparan a productos similares.
- Marca individual.- tiene un solo propietario.
- Marcas colectiva.- manejada por un grupo de personas.
- Marcas notorias se reconocen independientemente de su registro.

Es de ésta forma que son concideradas las marcas dentro de lo que es la identidad corporativa, ya que es una representación gráfica que identifica, aunque no necesariamente a una institución o empresa.

1.5.1. LOGOTIPOS CON NOMBRE

El logotipo solo con el nombre, es aquel que cuenta solo con el nombre del producto, empresa, servicio o individuo; este se empezó a emplear por los fabricantes de productos para identificación de los mismos. Este tipo de logotipo es el nombre diseñado estilísticamente como es en el caso de Kellogg's.



Estos logotipos son apropiados cuando el nombre es breve y fácil de emplear, ya que cuando nos encontramos con un nombre rebuscado y largo, es difícil de manejar, recordar y reconocer por parte del público, además que puede prestarse a la confusión con otras marcas o logotipos.

Dentro de los logotipos con nombres hay una categorización de los mismos que maneja Norberto Chaves en su libro "La Imagen Corporativa, Teoría y metodología de la identificación institucional"; la cual se desglosa a continuación:

- **Descriptivos:** Estos se refieren a la "enunciación sintética de los atributos de la identidad de la institución". (8)



Logotipos con nombre Descriptivo (Centro Cultural de Arte Contemporáneo, Club del Mueble, Boletín Industrial, Barritas de Piña, Cables y Equipos S.A. de C.V., Video Centro y MILECHE).

- **Simbólicos:** "Alusión a la institución mediante una imagen literaria" (9). Esto se refiere a que dicho nombre, que aunque no dice explícitamente lo que es el producto, empresa o servicio (como en los descriptivos); simplemente al tener ser conocido el nombre se relaciona con el producto y/o empresa.

(8) Chaves, Norberto. Op. cit. p.42

(9) IDEM



Logotipos con nombre Simbólico (Minolta, Servilletas Lys, Chilis, Camay, Sony y Pan Bimbo).

- **Patronímicos:** "Alusión a la institución mediante el nombre propio de una personalidad clave de la misma". (10)



Logotipos con nombre Patronímico (Walt Disney, Ford, Michel Domit, Herdez y Julián de Obregón).

[10] Chaves, Norberto. Op. cit. p.42

[11] IDEM

- **Toponímicos:** "Alusión al lugar de origen o área de influencia de la institución" (11).



Logotipos con nombre Toponímico (Aeroméxico, Philadelphia mixers corporation, Fiesta Americana Puerto Vallarta, Boston Gear, Appleton Jamaica Rum y Reductores Monterrey S.A.).

- **Contracciones:** Construcción artificial mediante iniciales o fragmentos de palabras alusivas a la institución.



Logotipos con nombre en Contracción (Banamex: Banco Nacional de México, IBM: International Business Machine, WTC: Word Trade Center, Telcel: Telefonía Celular, GE: General Electric, Gamesa: Galletas Mexicanas S.A., PEMEX: Petróleos Mexicanos).

1.5.2. LOGOTIPOS CON REPRESENTACION ICONICA

Algunas empresas y/o individuos, prefieren tener una identificación gráfica de sí mismos a través de iconos y/o elementos gráficos, permitiendo así un fácil y rápido reconocimiento del lugar o cliente representado, sin tener necesariamente de apoyo su nombre; a veces el nombre de la empresa es demasiado rebuscado o largo, lo cual no permite al público que lo recuerde con facilidad, es por esta razón que se requiere de representaciones gráficas para su identificación funcional con el público, ya que por medio de este tipo de expresión se puede entender mejor a quien va dirigido, esto a través de la forma, color, etc., además de la connotación que como signo ofrece.

John Murphy, en su libro **Como Diseñar Marcas y Logotipos**, habla de que los logotipos con representación icónica se dividen en:

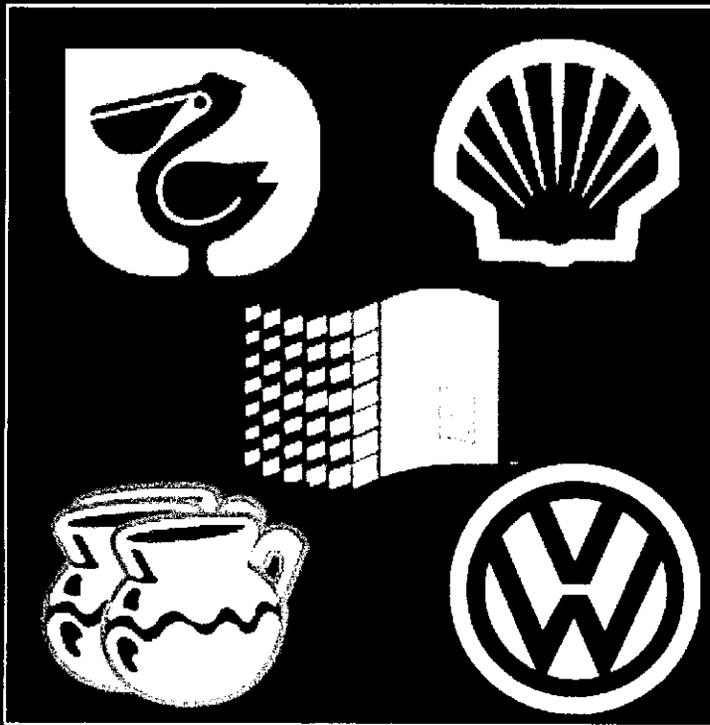
- **Logotipos Alusivos:** Son aquellos que aluden a un objeto o concepto en forma abstracta, relacionada con la empresa o cliente que se quiere representar.

Ejemplos: Aceros Hércules: alude al concepto de que su acero es tan fuerte como la figura mitológica de Hércules; Cruceros Princess: el cabello de la figura alude a las olas del mar; Mercedes Benz: su estrella alude a un volante; Oca del Bajío: alude a un tornillo en su tuerca; Phillips: alude a ondas de radio.



Logotipos Alusivos

- **Logotipos Asociativos:** Son aquellos que al ser conocidos por el público y tener un tiempo en contacto con el mismo, son reconocidos y asociados de inmediato con la marca del producto y/o servicio que representa, sin tener el nombre del mismo. Ejemplos: Jarritos: jarritos (bebida refrescante); Comercial Mexicana: pelicano (centro comercial de autoservicio); Volks Wagen (automóvil); Shell Oil: concha (aceite automotriz); Microsoft: ventana (sistema operativo windows).



Logotipos Asociativos



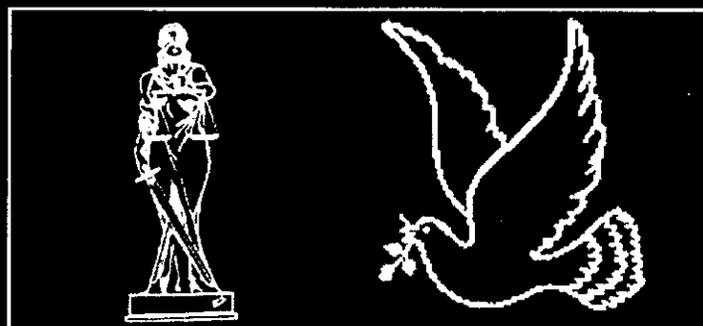
1.5.3. REPRESENTACIONES GRAFICAS

Existen diversas representaciones gráficas, que apoyan y aportan a la creación y desarrollo de todo proceso gráfico, como es el caso de la Imagen Corporativa, dichas representaciones son conceptos elementales cuyo valor sirve de base y ayuda a la realización de la Imagen Corporativa. Estas representaciones gráficas se mencionan a continuación:

- **Abstracción:** Simplificación de un objeto hasta un mínimo de elementos que permitan su reconocimiento.
- **Alegoría:** Es considerada una representación simbólica de ideas o conceptos, por medio de figuras; en imprenta, se conoce como alegoría a un adorno o viñeta con representación filosófica. Ejemplo: Justicia y Paz.
- **Anagrama:** Conversión de una o varias palabras a otra u otras al reordenar sus letras y/o sílabas, sin que esta nueva palabra pierda su significado de lo que representa.



Abstracción (Computadora)

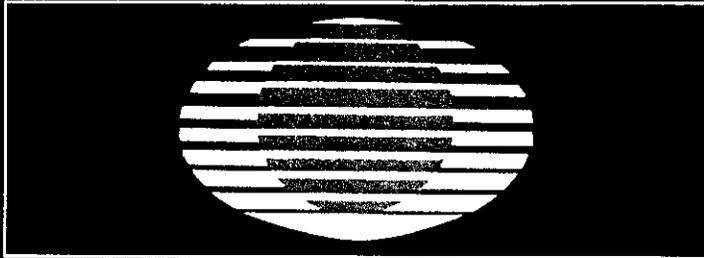


Alegoría (Justicia y Paz)



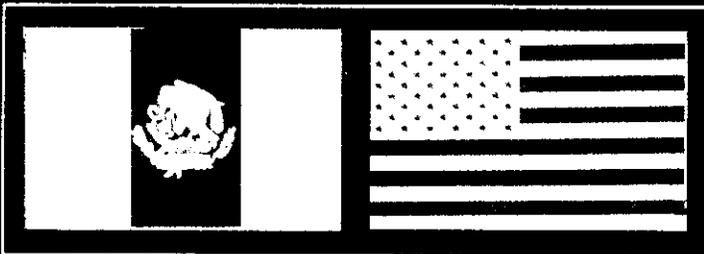
Anagrama (Bancomer: Banco de Comercio; Conalep: Colegio Nacional de Estudios Profesionales).

- **Distintivo:** Elemento gráfico que utiliza una empresa, organización o individuo para identificarse visualmente como es el caso de las marcas y logotipos.



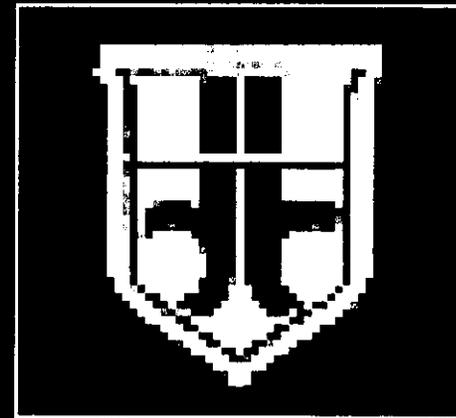
Distintivo (Televisa)

- **Emblema:** Figura adoptada convencionalmente, pero ya muy introducida y ritualizada, para representar una idea, un ser físico o moral.



Emblema (La Bandera de un país es el emblema de una patria)

- **Escudo:** Elemento de identificación en la caballería y posteriormente como elemento distintivo en la sociedad de la Edad Media.

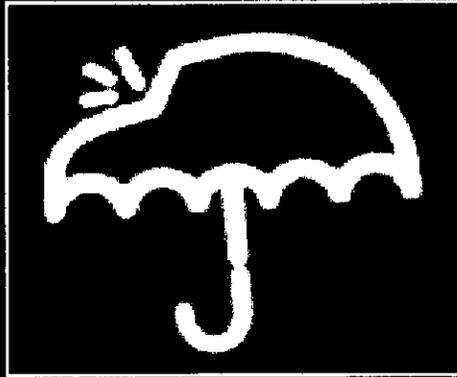


Escudo representativo de caballería

- **Iconograma:** El iconograma es conocido como la descripción de imágenes, así como también el conjunto de los grabados de una obra maestra.



- **Ideograma:** Es una imagen convencional que representa una idea, sin expresiones verbales.



Ideograma (Lluvia)

- **Imagen:** Representación visual de situaciones y/o conceptos reales o fantásticos perceptibles a través del sentido de la vista.



- **Logograma:** Sistema gráfico de notación del lenguaje.



Logograma
(Caracteres arábigos)

- **Marca:** Señal o signo distintivo que el fabricante pone en su producto como garantía e identificación del mismo.



Marca (Marinela, pan de dulce)

- **Monograma:** Medio de expresión más personal, debido a que es un dibujo caligráfico de las iniciales de una persona. Ejemplos: Miguel Angel y Leonardo Da Vinci.





Monogramas de izquierda a derecha de Miguel Angel y Leonardo Da Vinci

- **Señal:** Elemento gráfico que indica una acción, o bien, brinda una determinada información a través de un mínimo de elementos ó iconos y/o texto; existen varios tipos de señales:

- a) informativas:
- b) orientadoras:
- c) indicativas:

Signo: Es llamado signo a la entidad constituida por un significado y un significante, que puede integrarse al código en el proceso de comunicación. Es considerado también, como una representación de una idea o símbolo.

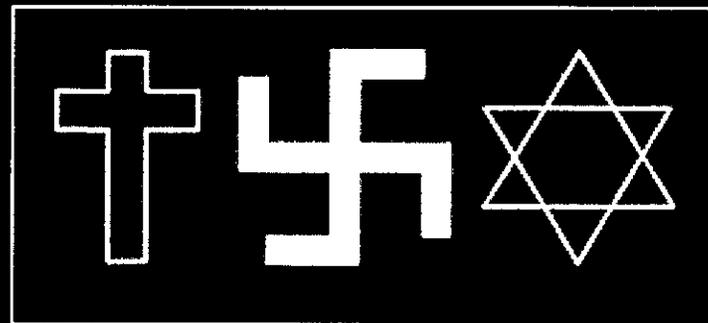
Símbolo: Imagen que verbalmente o icónicamente representa un concepto, mediante mediante alguna semejanza que es entendible al receptor./ Representación gráfica bidimensional y esencial de un objeto.

a) Símbolos Particulares: Representación Gráfica de un concepto limitado por una situación en particular, por ejemplo el lugar de desarrollo del concepto.



El Angel de la Independencia es un Símbolo Particular de la Ciudad de México

b) Símbolos Universales: Representación gráfica de un concepto que tenga un significado en común para el público, sin limitantes de pensamiento. Ejemplos: La cruz, la swástica y la estrella de David.



Símbolos Universales (la cruz, la swastica y la estrella de David)

c) Símbolo Humanizado: Representación gráfica de un producto o una actividad, mediante la utilización de una figura humana caricaturizada o bien de un objeto humanizado, con el fin de establecer una relación anímica con el medio consumidor o relizador de dicha actividad. Medio por el que el mismo producto hable de sus características y ventajas, y la actividad sea la que invite.



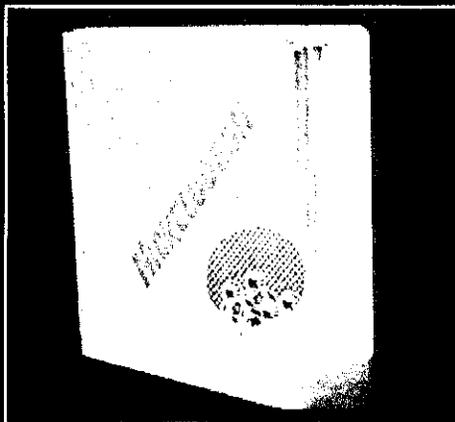
Símbolo Humanizado
(El Tigre Toño de
Zucaritas de Kellogg's
invita al público a
que consuma dicho
producto por sus
características y lo
exhorta a través de
actividades
relacionadas con el
usuario).

COMUNICACION

1.6. ELEMENTOS GRAFICOS

Para la realización de una imagen Corporativa , es necesario conocer los elementos gráficos básicos, para así poder comprender a través de estos, los principios que hay que tomar en cuenta para efectuar dicho proyecto, ya que son la base a considerar para la realización de cualquier proyecto gráfico, que se mencionan a continuación:

A) Punto: Dentro del lenguaje gráfico, el punto es conocido como la forma mínima de expresión, la cual se puede dar en la presencia simple del punto o en la acumulación del mismo, la cual ocasiona la sensación de tono y color, puede ser empleado como marcador o señalizador.



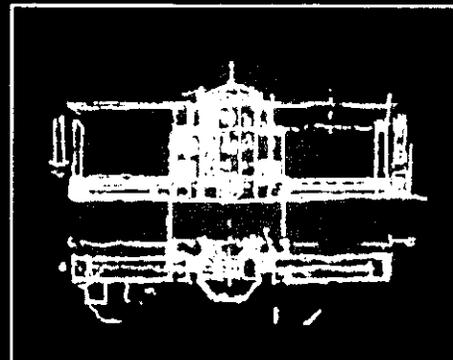
Ejemplo de el uso de punto
(How to Nickelodeon, Rules & Tools, de Richard Rose).

B) Línea: Se conoce como línea a la sucesión de puntos continuos que presenta una sola dirección, que en ocasiones puede dar la sensación de rigidez, cuando es recta, o de movimiento, cuando es ondulada o curva; la dimensión de la línea también es llamada longitud. La línea es considerada la mejor síntesis gráfica.



Ejemplo del uso de línea
(Estudio de diseño de Jenifer Morla).

C) Plano: Es una superficie bidimensional, formada por una línea que cambia de dirección; el plano por lo general carece de volumen, es liso.



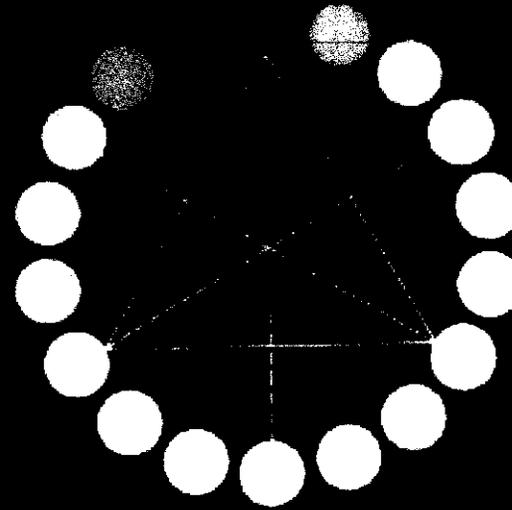
Ejemplo del uso de plano.

D) Masa: Es conocida por masa, la superficie que determina la forma y el contorno de una línea o figura; la cual puede ser bi y/o tridimensional.

E) Forma: Se le considera como forma al contorno de un signo, constituida por una línea que determina el físico de dicho signo. "La forma mide y cualifica el espacio interno y externo del signo: se habla propiamente de forma refiriéndose al espacio interno; al espacio externo se llama contraforma" (12).

F) Composición: El término de composición significa el reunir, disponer, construir y acomodar determinados elementos que formen un conjunto; se dice que antes de existir la composición se encuentra un caos, es por esto que recibe este nombre, ya que va a componer dicho desastre.

G) Color: Se considera como color a la cantidad de luz que penetra y es percibida por el ojo humano, lo cual provoca por este efecto se perciban diferentes colores; se dice también que los objetos absorben determinada cantidad de luz, lo cual provoca este fenómeno. El color tiene tres dimensiones que pueden definirse de la siguiente manera.



Círculo Cromático

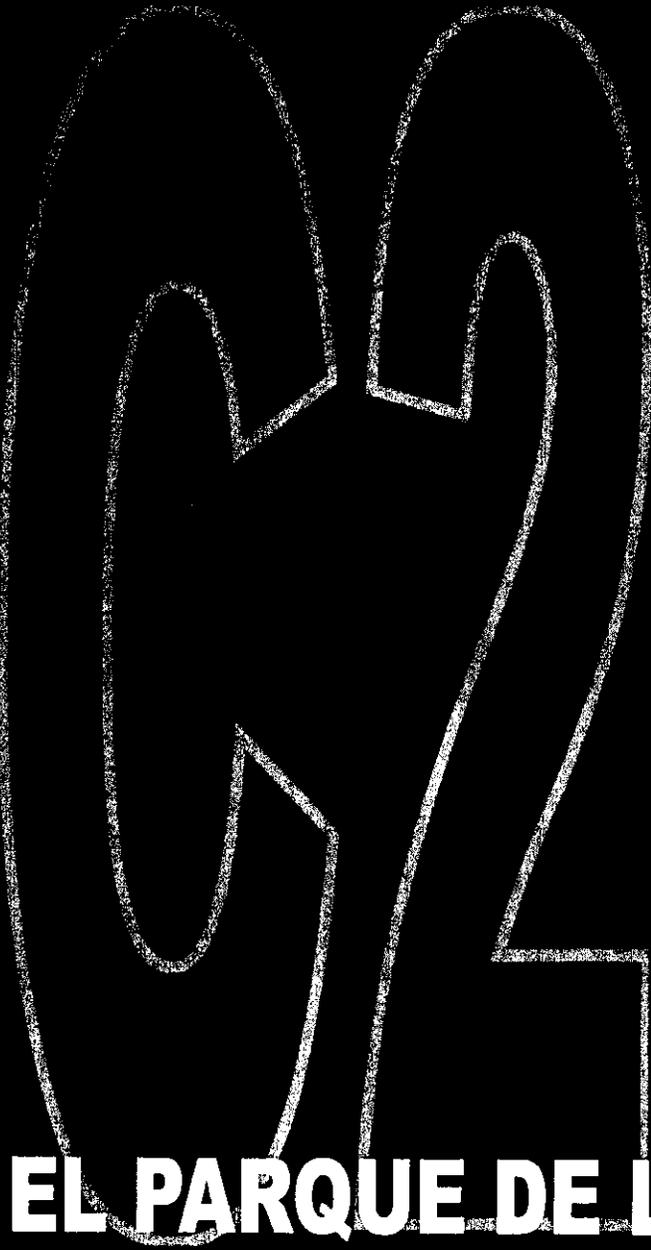
* **Matiz:** Es el color mismo, en el cual existen colores primarios y secundarios, los colores primarios son el rojo, el amarillo y el azul; que al combinarse se generan los colores secundarios que son el naranja, el verde y el violeta.

* **Saturación:** Se refiere a la pureza del color con respecto al gris; es la escala de tonos de un determinado color que va desde el color pleno hasta el blanco puro (ausencia de color), o el negro pleno (conjunción de todos los colores o ausencia de luz).

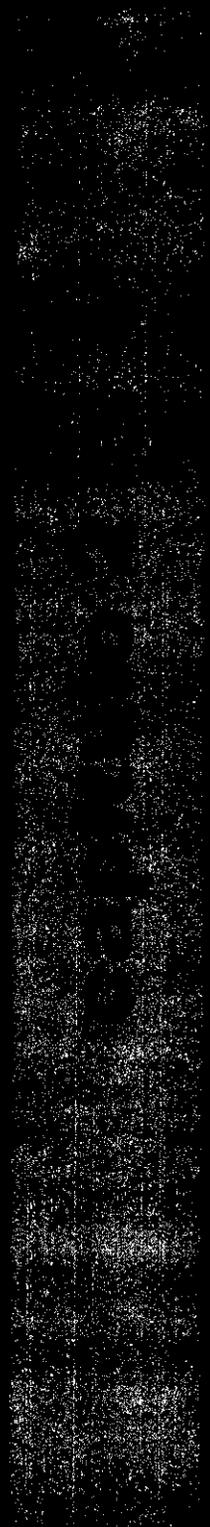
(12) Germani- Fabris. *Fundamentos del Proyecto Gráfico*, p. 70

* **Brillo:** Este se refiere a la luz y/o a la oscuridad de un color, lo cual no afecta al tono mismo.

H) **Textura:** Es el elemento gráfico que le brinda determinadas cualidades físicas a un objeto, estas cualidades pueden ser apreciadas por la vista, o bien por el tacto.



CAPITULO 2
EL PARQUE DE LAS ESCULTURAS



CAPITULO 2: EL PARQUE DE LAS ESCULTURAS

Dentro de la comprensión de la realización de la Imagen Corporativa es necesario conocer el proceso ó metodología a emplear, ya que ésta permite tener un mejor entendimiento del desarrollo del proyecto, que en este caso es la Creación de la Imagen Corporativa de El Parque de las Esculturas, la cual se apoya en la Metodología de Gui Bonsiepe, quien ofrece el desglose del proyecto en diversas etapas; en el presente capítulo se habla de dicho Proceso de Diseño y se desarrolla la primera etapa de este, donde se conoce el lugar de el problema a resolver: El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli.

El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli es un lugar de esparcimiento donde las familias se reúnen a disfrutar de los servicios de recreación que el parque ofrece, el cual se ubica en el municipio de Cuautitlán Izcalli, en el Estado de México.

En el Estado de México existen otros lugares similares o a fines con el Parque de las Esculturas, al decir que estos sitios son similares es que cuentan con áreas verdes que permiten el esparcimiento familiar.

Para realizar una Imagen Corporativa para el Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli, se necesita conocer las demás representaciones gráficas que están relacionadas e involucradas con este lugar, ya que sirven de base gráfica para determinar los posibles elementos gráficos para la solución del problema gráfico a resolver (la creación de una imagen corporativa).

Dentro de estos elementos a considerar se encuentran las esculturas que están ubicadas en el interior del parque, y que son a las que debe su nombre.

Debido a la importancia que tiene el conocer y saber del lugar a identificar, es decir, donde se desarrolla este proceso de diseño, se le ha denominado al Capítulo Dos: El Parque de las Esculturas.

2.1. METODOLOGIA A EMPLEAR

Para hablar de la Metodología a emplear, es necesario nombrar el concepto de método, que se refiere al seguimiento de pasos para llegar a la solución de un problema a resolver; el diseñador gráfico necesita emplear en todo proyecto a realizar una metodología, ya que el hecho de diseñar implica tomar decisiones, investigar y tomar criterios adecuados para su realización.

La metodología a seguir en este proyecto es la de Gui Bonsiepe, debido a que su proceso desgloza, en etapa de fácil comprensión el problema de diseño, para cualquier persona (incluyendo a quienes no son diseñadores), clasificando la información en cada punto, enumerando los pasos a seguir para la óptima solución, determinando la secuencia de las acciones.

Las etapas del Proceso Proyectual según Gui Bonsiepe, son las siguientes:

*** Estructuración del Problema :**

En esta etapa se investiga en que consiste el problema a resolver, tomando en consideración los aspectos necesarios como

que o a quien se va a identificar, su ubicación, usuarios, etc., esto con el fin de conocer el lugar a identificar, en este caso El Parque de las Esculturas, y así de esta manera emprender el proceso de diseño.

*** Diseño:**

Esta etapa permite el proceso de creación del proyecto, en el cual se realiza el desarrollo de ideas a través del bocetaje, sometiéndolas a análisis y la evaluación de las ventajas y desventajas que ofrece cada una de ellas, para que de esta forma seleccionar la posible solución al problema a resolver.

*** Realización:**

Es aquí, donde el proyecto es llevado a la realidad, mediante la elaboración y aplicación del mismo, en este caso de la creación de una imagen corporativa. La etapa final consiste en la realización del Manual de Uso, el cual explica (como su nombre lo dice) el uso que tendrá dicha imagen corporativa, y como se aplicará al lugar a identificar que es El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli.

A) Estructuración del Problema:

- a) Analizar el Problema: Que es el lugar o cliente del problema a resolver, es decir, analizar el objeto del problema.
- b) Planteamiento del Problema: Cual es el problema a resolver.
- c) Subdividir y Jerarquizar el Problema: En este punto se hace una subdivisión de la información que se requiere de acuerdo a su importancia para la solución del problema.
- d) Evaluar el Problema: Analiza el problema comparando con otros sitios similares o la competencia existente.
- e) Analizar soluciones gráficas existentes: Se refiere al análisis de los mismos gráficos existentes en el lugar donde se desarrolla el proyecto.

B) Diseño:

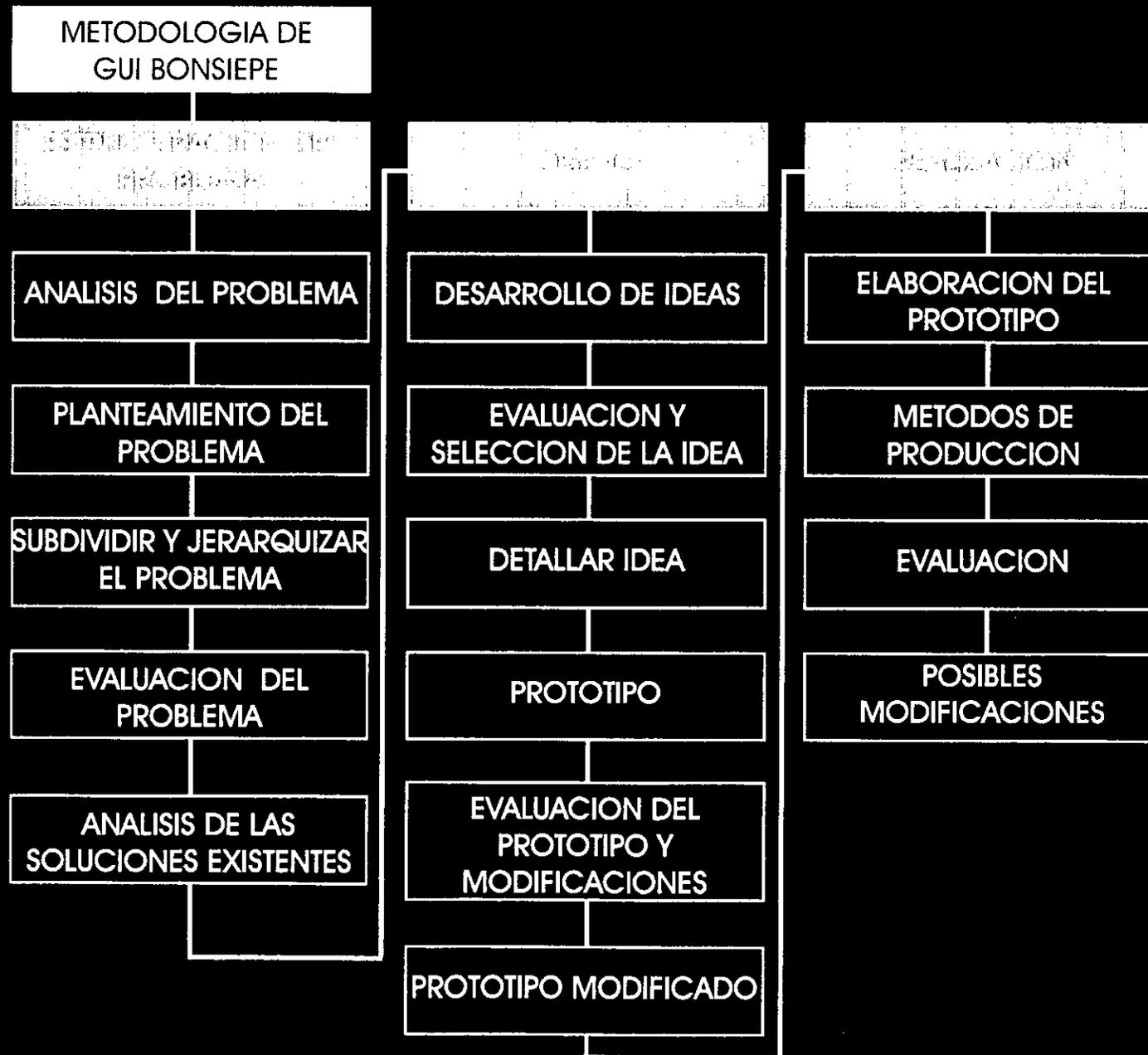
- a) Desarrollo de Ideas: Lluvia de ideas, manejo de lenguaje visual, lenguaje verbal y composición.
- b) Evaluación y Selección de la Idea: Seleccionar la alternativa más prometedora, de acuerdo a una evaluación de las ventajas y desventajas que ofrecen cada una de las ideas, y si cumple con los requerimientos deseados para la elaboración del prototipo.

- c) Detallar la Idea: Realización de pruebas de color y aplicaciones gráficas para la elaboración del prototipo.
- d) Prototipo: Elaboración del Lay-out.
- e) Elaboración del Prototipo y Posibles Modificaciones: Se evalúa si el prototipo cumple con los requerimientos necesarios, de no ser así se realizan modificaciones.
- f) Prototipo.

C) Realización:

- a) Elaboración del Prototipo: Dummy.
- b) Métodos de Producción: Aplicaciones en las cuales se producirá el prototipo, contemplando materiales a emplear.
- c) Evaluación.
- d) Posibles Modificaciones.

Como se ha visto en el desarrollo de esta metodología, se inicia con una investigación profunda del lugar de asignación de el proyecto y concluye con una evaluación del producto final para ver si cumplió con los requerimientos establecidos y lograr con esto una solución satisfactoria para el problema a resolver.



Cuadro 1. Metodología de Gui Bonsiepe

2.2. ANALISIS DEL PROBLEMA: QUE ES UN PARQUE RECREATIVO?

Para poder entender mejor el problema a resolver, es necesario conocer cuál es el objeto de estudio, es decir, el lugar de desarrollo del proyecto, por lo que la pregunta inicial a responder sería: ¿Que es un Parque Recreativo? Para responder a esta incognita, se requiere plantear los conceptos que envuelven al objeto de estudio, los cuales son los siguientes:

- **Recreación:** actividad realizada con el fin de distraer de lo cotidiano, entretener y divertir a todo aquel que la efectue, ya sea este niño, mujer, hombre o animal.
- **Parque:** lugar o zona con abundante vegetación para esparcimiento.

Los parques, efectivamente, son áreas con plantas y árboles al que tiene acceso el público en general, son espacios abiertos ubicados al alcance de la gente, ya sea en el centro de la población o en sus alrededores; en estos sitios las familias pueden reunirse para realizar actividades de esparcimiento que los hagan distraerse de sus actividades propias de cada día,

además pueden gozar de actividades artísticas, culturales y deportivas; he aquí que estos lugares con estas características, reciben el nombre de Parques Recreativos.

Los Parques Recreativos, se puede decir que surgen debido a el crecimiento urbano y la necesidad de el ser humano a estar en contacto con la naturaleza.

Algunos espacios de recreación social se encuentran actualmente protegidos ecológicamente por el gobierno, ya que cuentan con flora y fauna importante y que se debe conservar, además de lo mencionado anteriormente, es decir, el acelerado crecimiento de la civilización, es por ello que también existen los parques municipales, como es el caso de El Parque de las Esculturas (lugar de desarrollo de el proyecto de creación de Imagen Corporativa), sitios que en medio de la urbanidad sirven para el desenvolvimiento recreativo de el ser humano y convivencia social y ecológica.

2.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Elaboración de la Imagen Corporativa para El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli.

El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli, siendo un lugar recreativo, cultural y turístico; carece de difusión e identidad propia, es decir que no tiene una imagen que lo

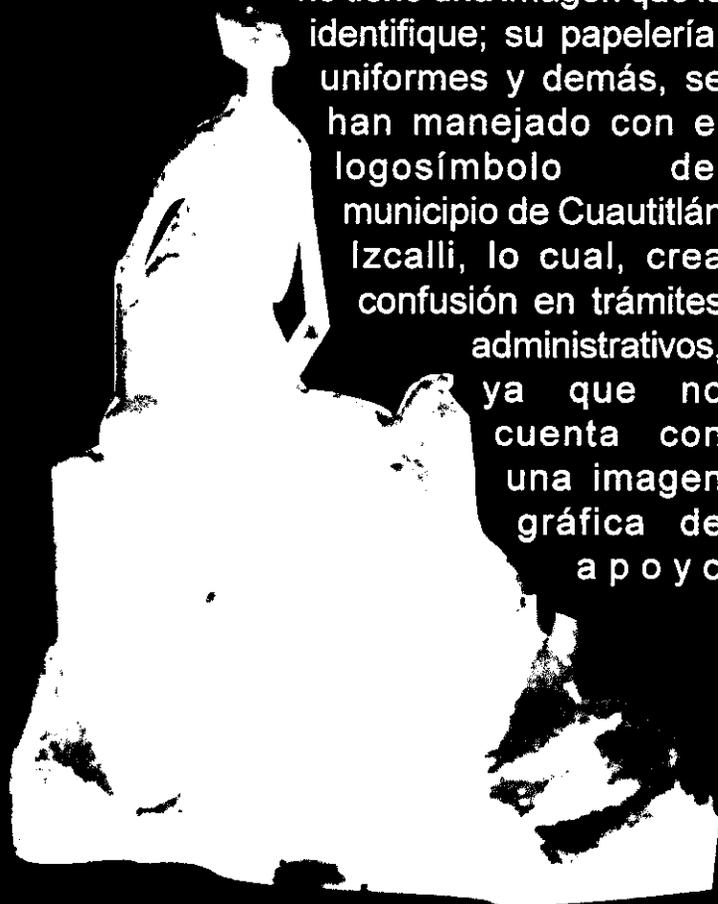
identifique; su papelería, uniformes y demás, se han manejado con el logotipo del municipio de Cuautitlán Izcalli, lo cual, crea confusión en trámites

administrativos, ya que no cuenta con una imagen gráfica de apoyo

para identificar al Parque de las Esculturas. El Parque de las Esculturas, a pesar de su carencia de difusión, es concurrido por los habitantes del municipio.

En otros lugares similares, no sólo cuentan con el imago tipo de su respectivo municipio, también poseen una propia identidad gráfica, que a su vez al ser aplicada en rotulación y productos promocionales, ha dado difusión a los mismos.

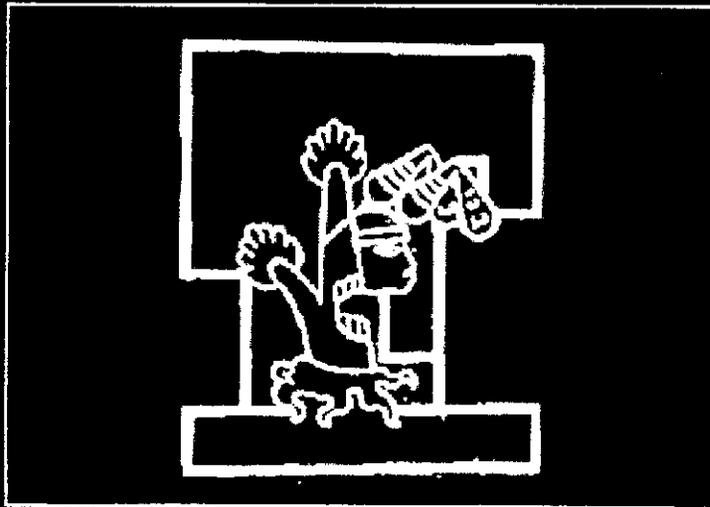
Se considera que sí, El Parque de las Esculturas poseyera una Imagen Corporativa propia, podría obtener una mayor atención por parte del público, además de tener una mejor presencia y personalidad, con lo que se espera que esta imagen sea aplicada en papelería, señalización, artículos promocionales, transportes, uniformes y difusión de El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli.



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CUAUTITLÁN

2.4. HISTORIA DE CUAUTITLAN IZCALLI

Los orígenes del municipio de Cuautitlán Izcalli (lugar donde reside El Parque de las Esculturas), se remontan hasta 20,000 años atrás, ya que era un sitio de paso de los cazadores nómadas y de otras culturas entre las que se encuentran la teotihuacana, chichimeca, tolteca olmeca y azteca como se menciona a continuación.



Icono representativo de Cuautitlán Izcalli "Tu casa entre los árboles"

Entre los años 800 y 600 a.C., la aldea de Cuautitlán Izcalli estaba influenciada por la cultura Olmeca; posteriormente, cuando

llega a su máximo esplendor, la civilización de Teotihuacán somete a varios pueblos de los alrededores, donde figuraba el de Cuautitlán Izcalli; tiempo después la sociedad teotihuacana es destruida y es cuando el pueblo de Cuautitlán Izcalli recibe la influencia de Tula, debido a que los chichimecas arribaron a esta zona en los años de 1129 y 1324.

Durante la búsqueda de Tenochtitlán, los aztecas permanecieron en la aldea de Cuautitlán Izcalli por espacio de un año para luego seguir su camino.

Con la llegada de los españoles a México, Hernán Cortés dió en enmienda el pueblo de Cuautitlán a Don Alfonso de Ávila, quien a su vez cedió a su hermano Don Gil Gonzáles.

En 1570, la ciudad de Cuautitlán Izcalli, de acuerdo al censo poblacional de ese año del Valle de México, resultó ser la quinta ciudad más poblada por lo que tenía al alcalde mayor y al escribano real y público.

Al poblarse la región, los pueblos aledaños también crecieron, esto obligo a los franciscanos a intensificar el adoctrinamiento, principalmente en Cuautitlán, donde gobernaba un sobrino de Moctezuma, señor de Tenayucan.

Después de esto vino la fusión de dos culturas, con su religión los conquistadores completaron el dominio, y de este punto en adelante surgió una forma de expresión artística y cultural.

En el siglo XX, el municipio de Cuautitlán Izcalli fue creado para la descentralización del Valle de México, considerando a este complejo como un sistema de servicios, área de trabajo, escuelas, áreas educativas y de esparcimiento, así como zonas comerciales propias.

Al tener este proyecto presente, el 13 de Julio de 1971, el presidente de la república, Lic. Luis Echeverría Álvarez, acompañado por el gobernador del Estado de México, Carlos Hank González, colocó la primera piedra de la ciudad que quedó depositada en un monumento alusivo en el Parque de las Esculturas.



Monumento alusivo a la creación del municipio de Cuautitlán Izcalli en el Parque de las Esculturas



Placa conmemorativa de la creación del municipio de Cuautitlán Izcalli

Historia de Cuautitlán Izcalli

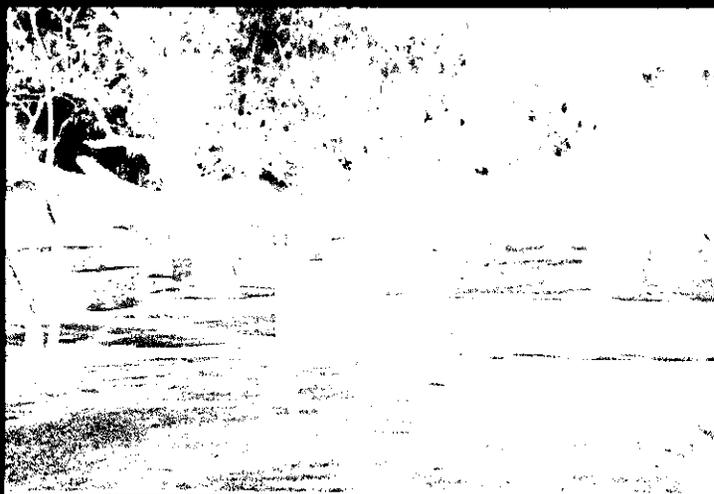
El Sábado 23 de Junio de 1973, en la Gaceta del Gobierno se publicó la creación del nuevo municipio, el número 21 del Estado de México: Cuautitlán Izcalli, con una extensión territorial de 111.62 km².

Posteriormente, surge El Parque de las Esculturas, integrando un inmenso jardín con el casco de la Ex-hacienda de La Venta; esta hacienda recuerda el pasado feudal de esa tierra, en la cual se entregó a los campesinos los títulos que amparaban la tenencia ejidal.

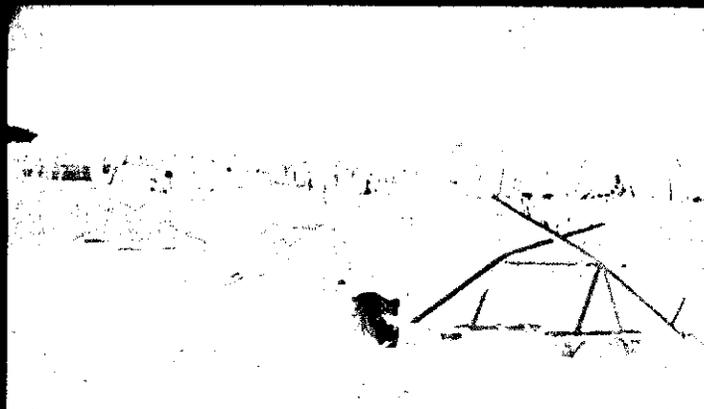
Para la creación del municipio de Cuautitlán Izcalli, se pensó en este lugar para montar un sitio turístico y de esparcimiento familiar, lo que hizo el actual Parque de las Esculturas.

2.5. SERVICIOS Y CARACTERÍSTICAS DEL PARQUE

El Parque de las Esculturas es un gran jardín ubicado en la zona centro del municipio, el cual se encuentra dividido en secciones, cuenta con un teatro al aire libre donde se realizan conciertos, representaciones teatrales y eventos culturales; existe un área que es una sensación, donde las familias se reúnen a realizar días de campoy fiestas infantiles, hay asadores para preparar su comida, juegos para los infantes, bancas y mesas; dentro de las instalaciones existe un jardín donde se llevan a cabo eventos especiales.



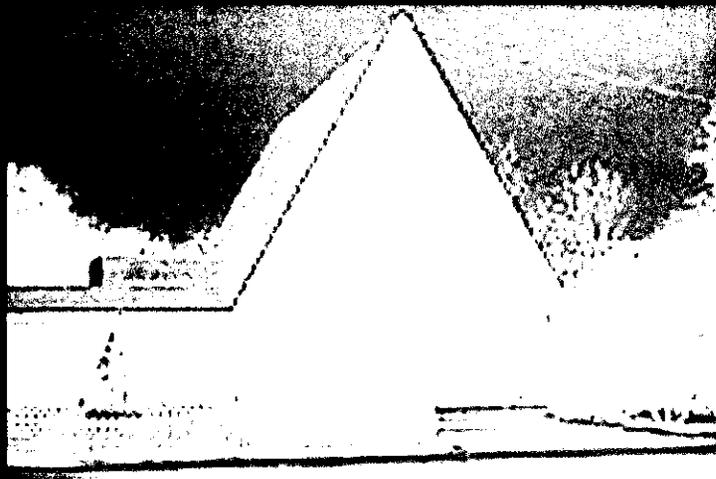
Zona de comida y esparcimiento familiar



Area de juegos infantiles

La mayor atracción del parque es un paseo compuesto por 16 esculturas de bronce realizadas por la escultora poblana Charlotte Yazbek, estas esculturas expresan emociones humanas, basadas en figuras míticas y estilizadas, como es el caso de Pandora y El Unicornio.

En un anexo del parque, se encuentra la Casa de la Cultura, donde los visitantes pueden acudir a tomar clases de música, teatro, pintura y danza regional; además esta Casa de la Cultura cuenta en su interior con una biblioteca y una galería donde se montan exposiciones de artistas locales, esta galería fue inaugurada el 6 de mayo de 1989 por Luis Nishizahua.



Casa de la Cultura

Dentro de los servicios que tiene este parque, se encuentra un amplio estacionamiento con vigilancia; además existen dos lagos artificiales, en el centro de este hay una fuente danzante que ofrece un lindo espectáculo.

Existe también un minizoológico, donde exhiben coyotes, pavorrales, venados, tuzas, mapaches, aguilas y tejones, además de que se encuentran silvestremente ardillas así como patos y gansos que nadan en sus lagos. Hace algunos años se exhibían leones, pero por no tener un espacio apropiado para ellos y su rápida reproducción fueron donados a zoológicos.

El Parque de las Esculturas es un lugar con muchas atracciones para todas las edades y clases sociales, su admisión es gratuita y se puede disfrutar en compañía de familiares y amigos.



Animales en exhibición del Parque de las Esculturas

2.6. PLANOS RELACIONADOS CON EL PARQUE DE LAS ESCULTURAS

A) Plano de localización en la República Mexicana.

El Parque de las Esculturas se encuentra en el Estado de México, en el municipio de Cuautitlán Izcalli, ubicado al norte del Distrito Federal y colindando con los municipios de Naucalpan, Atizapán de Zaragoza, Nicolás Romero, Tepótzotlan, Cuautitlán y Tultitlán. (Fig. 1 Mapa de la ubicación en la República Mexicana y en el Estado de México) (Fig.2 Mapa de los municipios colindantes).



Municipios Colindantes. Figura 1.



Mapa de la ubicación en la república y en el Estado. Figura 2.

B) Plano de Zonificación de Cuautitlán Izcalli.

Dentro de la ciudad de Cuautitlán Izcalli, El Parque de las Esculturas se encuentra con domicilio en Avenida Jiménez Cantú s/n, en la zona centro del municipio, en la parte posterior al Palacio Municipal. (Fig. 3 Mapa de como llegar al municipio de Cuautitlán Izcalli) (Fig. 4 Mapa del municipio de Cuautitlán Izcalli) (Fig. 5 Mapa de cómo llegar al Parque de las Esculturas).



Mapa de como llegar al municipio. Figura 3.



Mapa del municipio de Cuautitlán Izcalli. Figura 4.



Mapa de cómo llegar al Parque. Figura 5

■ Parque de las Esculturas

2.7. USUARIOS

El Parque de las Esculturas es visitado por los habitantes de Cuautitlán Izcalli y de las poblaciones aledañas, quienes acuden en compañía de familiares y amigos a pasar momentos de sano esparcimiento, disfrutando de las actividades recreativas y culturales que ofrece el parque y haciendo uso de las extensas áreas verdes.



Los usuarios que asisten a este lugar, son de distintas clases sociales, aunque la mayoría de las personas que acuden,

se pueden considerar dentro de la clase media; los visitantes son desde niños pequeños hasta personas de la tercera edad, ya que hay actividades para todas las edades; los niños pueden gozar de los juegos y divertirse con los animales del parque; los adolescentes y adultos disfrutando de hacer días de campo en la zona de comida o de alguna de las actividades culturales, pasear por el camino de las esculturas en compañía de su pareja o bien chapotear con los patos en las lanchas de pedales en los lagos.

Los visitantes no solo van a la busca de un lugar de esparcimiento familiar sino además acuden para disfrutar de las esculturas, así como de los eventos culturales que se desarrollan en el parque.

El Parque de las Esculturas es accesible a cualquier persona interesada en la cultura y en pasar un buen rato en compañía de sus seres queridos, sin importar su edad, sexo o condición social, ya que su admisión es gratuita, la cuota del estacionamiento, renta de asadores y área de comida es accesible a todos los bolsillos.

2.8. OTROS SITIOS RECREATIVOS

Los parques recreativos son áreas de uso público, para realizar actividades de esparcimiento, culturales, deportivas y artísticas, estas áreas se encuentran adaptadas al medio ambiente aprovechando la vegetación, así como otros elementos naturales que se puedan incorporar a estos.

En el Estado de México existen varios lugares de recreación para la familia mexicana, donde se fomenta la integración de la misma a través de la realización de diversas actividades, entre los cuales encontramos parques de gran importancia nacional, como es el caso de los siguientes:

- Parque Nacional de Bocanegra, ubicado en Toluca, donde se fomenta la preservación de la flora, por lo que se convirtió en reserva ecológica.

- Parque Nacional Nevado de Toluca, lugar de bellos bosques de coníferas; aquí se encuentra un volcán en cuyo cráter, sus dos hermosas lagunas llamadas del sol y de la luna, se transforman en dos espejos que

reflejan el paisaje durante los días soleados ideal para ir de excursión con la familia.

- Parque Nacional Miguel Hidalgo, ubicado en la carretera México-Toluca, famoso por su área conocida La Marquesa, donde se puede ir de día de campo, montar a caballo, realizar carreras en tricimotos, comer en los pequeños puestos, así como practicar el alpinismo en las montañas que rodean el valle.

- Parque Nacional de Zempoala, donde hay lagunas rodeadas de bosques de coníferas, ubicados en la parte alta de la sierra del Ajusco, abarca parte de Ocuilan y Tianguistengo, en este parque hay albergues de descanso, y en las ocasiones en que neva la familia se reúne a hacer figuras de nieve, mientras en época templada va de campamento.

- Parque Nacional Iztaccíhuatl-Popocatepetl, con cumbres nevadas, albergues para los visitantes, ubicado en una gran extensión territorial que abarca los municipios de Atlautla, Ayapango y Ecatzingo.

- Parque Nacional de Zoquiapan, bosque de coníferas que incluye los cerros de Tlalóc y Telapón, este parque queda en los municipios de Ixtapaluca y Tlalmanalco.

- El Parque Naucalli, ubicado en el municipio de Naucalpan, en el área metropolitana de la Ciudad de México, cuenta con juegos infantiles, un gran área verde, fuentes danzantes, una Casa de la Cultura (Agora), gimnasio, auditorio, ciclopista, pista de patinaje, juegos mecánicos, invernadero, además de dos estacionamientos; en la Casa de la Cultura se montan exposiciones y funciones de teatro guiñol, también se imparten clases de pintura, karate, etc.

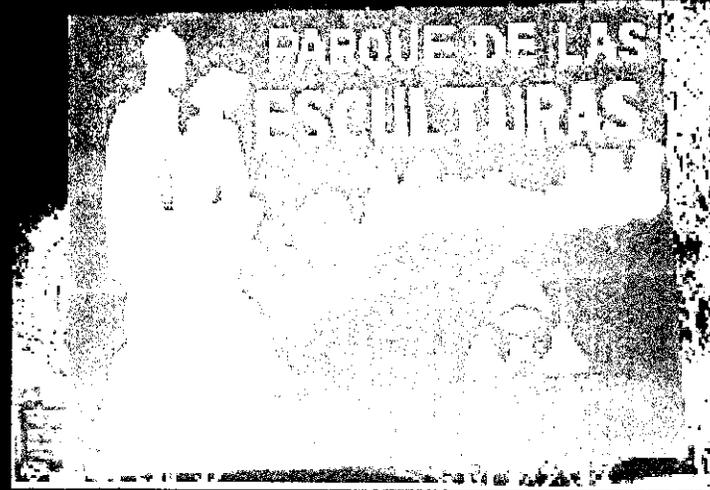
- En el municipio de Cuautitlán Izcalli, esta considerada como reserva y próximamente como parque, "El Espejo de los Lirios", que recibe este nombre debido a que su lago central, hace poco tiempo estaba invadido por el lirio acuático; esta zona cuenta con juegos infantiles, área de bancas, mesas y asadores, un kiosco central, renta de caballos y estacionamiento; además cada año, en invierno es visitado por patos silvestres.

2.9 ANALISIS DE LAS SOLUCIONES GRAFICAS EXISTENTES

A) SEÑALES

En la entrada de El Parque de las Esculturas se encuentra una señal identificativa, la cual fue colocada a partir de la propuesta del proyecto de crear una imagen corporativa del lugar, por el momento se encuentra la representación icónica de una de las esculturas del parque, la cual tiene por nombre "integración", este icono esta fuera de proporción con respecto a la figura real, aunque por su forma tosca y desproporcionada se podría considerar de estilo expresionista; en esta señal se encuentran también el logotipo del municipio de Cuautitlán Izcalli para indicar que es propiedad del municipio.

En una señal informativa del reglamento del parque, se maneja un marco de color azul debido a que por el momento se encuentra a cargo de la presidencia municipal el partido político del PAN (Partido Acción Nacional), en el extremo superior derecho se encuentra la representación icónica de la escultura "integración" que esta en la entrada del parque; en el extremo superior izquierdo el logotipo del municipio de Cuautitlán



Señal Identificativa a la entrada del Parque de las Esculturas



Señal Informativa del reglamento del Parque de las Esculturas

Izcalli; en el extremo inferior derecho se encuentra la representación icónica de la marca refresquera AGA, así como, de purificadora AGA en el extremo inferior izquierdo; estos 4 elementos enmarcan lo que son las reglas del parque para los visitantes.

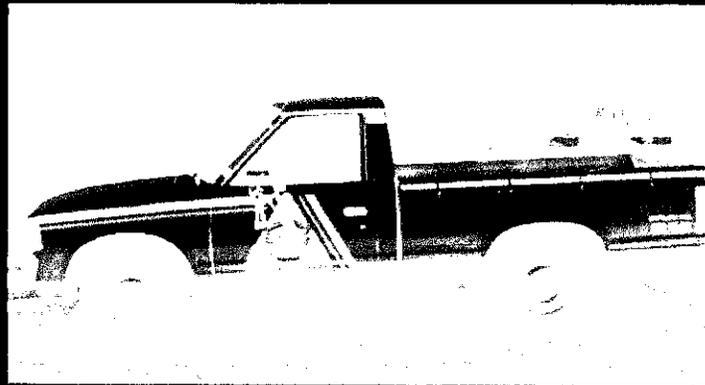
Las señales de identificación que existen en el parque son escasas y carecen de integración entre sí; se puede decir que lo único que tienen en común es el material de construcción (madera), en cuanto a soportes, tamaño, proporción, forma y tipografía son diferentes esto sin contar que, las señales de las esculturas son de bronce.



Señal Identificativa de la Sala de Exposiciones del Parque de las Esculturas

B) APLICACIONES DEL LOGOSIMBOLO

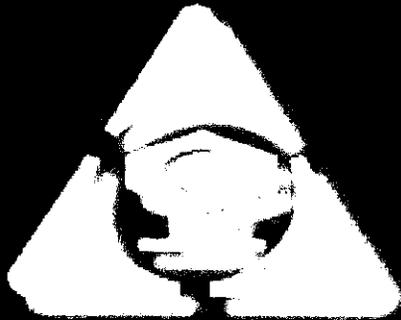
El Parque de las Esculturas al ser un lugar turístico y dependiente del gobierno municipal utiliza el logotipo de Cuautitlán Izcalli, este lo emplea no solo en papelería, sino también en rótulos, uniformes y transportes. El logotipo del municipio tiene integrado la fecha 1997-2000, que marca el período presidencial del municipio, así como el empleo de una placa azul como representación del partido político que está en la cabecera municipal.



Aplicación del Logotipo de Cuautitlán Izcalli en un medio de transporte

SECRETARÍA DE ECONOMÍA

El logosímbolo esta integrado por una letra i de Izcalli, que con la c de Cuautitlán forman un árbol, a las cuales rodean tres puntas formando un triángulo en sentido de equilibrio; las letras forman un árbol, debido a que Cuautitlán Izcalli significa "tu casa entre los arboles".



Logosímbolo de
Cuautitlán Izcalli

C) LAS ESCULTURAS DE CHARLOTTE YAZBEK

A las esculturas de Charlotte Yazbek, debe su nombre El Parque de las Esculturas, ya que son la máxima atracción que posee, debido a su estilizada forma y a la percepción de la escultora poblana de las emociones humanas a través de figuras mitológicas y con perfeccionismo en la anatomía de sus obras. Estas esculturas están distribuidas estratégicamente en el interior del parque formando un paseo mágico y mítico a través de 16 esculturas.

- Integración
- Soledad
- Desencuentro
- Extasis
- Pandora
- El Último Unicornio
- Alcanzando el cielo
- El Buscador de Pájaros
- Ensoñación
- Forjador de Ilusiones
- Extraño
- Comunicación
- Serenata a la Luna
- Elevación
- Misterio
- Los Novios



Integración





Desencuentro



Soledad



El Último Unicornio



Éxtasis



Pandora

COLECCIÓN DE FOTOGRAFÍAS



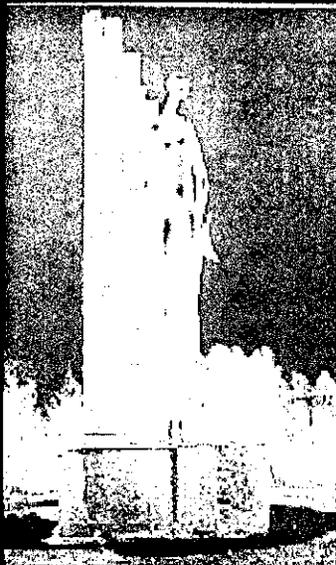
Alcanzando el Cielo



El Buscador de Pájaros



Forjador de Ilusiones



Ensoñación



Extraño



Serenata a la luna



Comunicación



Misterio

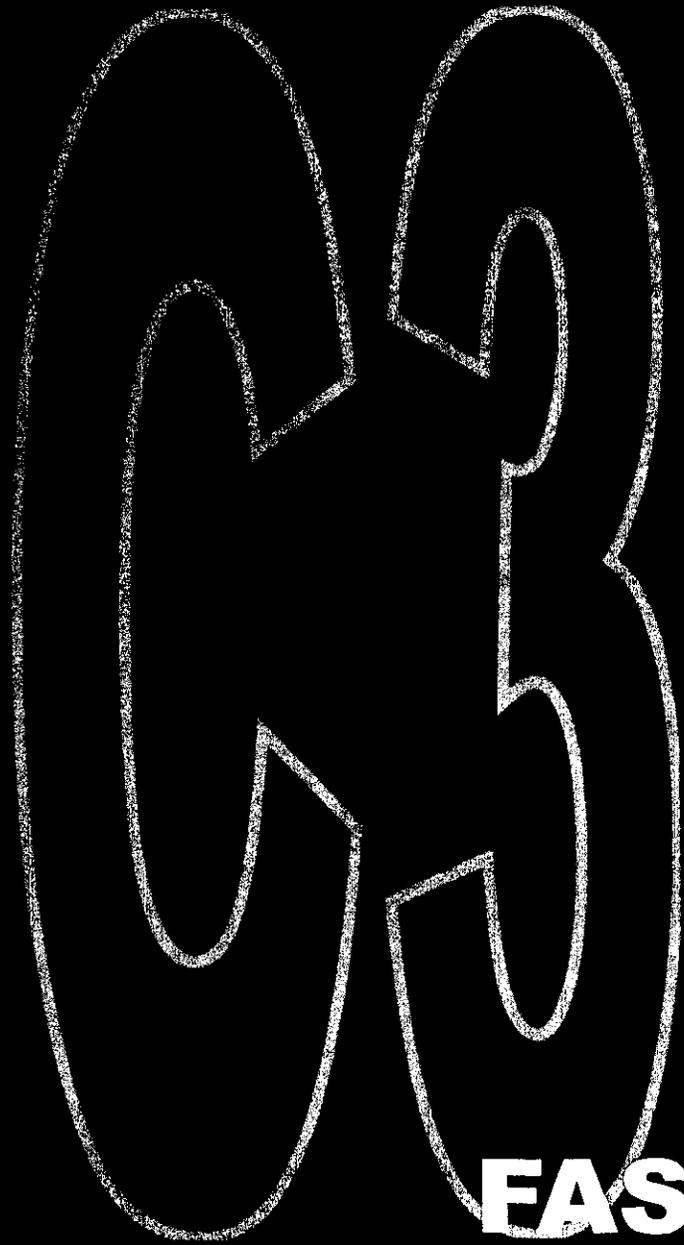


Elevación



Los Novios

COMUNICACIÓN Y MISTERIO



CAPITULO 3
FASE CREATIVA

33

CAPITULO 3: FASE CREATIVA

Todo proceso o metodología de Diseño cuenta con una etapa específica donde se realiza la conceptualización de la idea, a través del desarrollo de la misma, mediante el bocetaje y/o lluvia de ideas; es decir, el diseñador en esta etapa, toma como base la información recopilada de la etapa anterior (Estructuración del Problema, según Gui Bonsiepe), para tener presente que o a quien va a identificar, en este caso El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli (del cual se hablo en el capítulo anterior), sus características y a quien va a ir dirigido el diseño a proponer; esto le sirve para empezar a previsualizar como puede o podría ser el diseño solicitado para la solución del problema a resolver.

Una vez que el diseñador cuenta con la información, inicia la **Fase Creativa o de Diseño**, donde a través del desarrollo de el lenguaje visual y verbal y la conjunción de estos, se logró una composición de la o las ideas posibles para el diseño a realizar, por medio del bocetaje; posteriormente hace una evaluación y selección de cual de dichas ideas es la más viable y funcional para la

solución del problema, esto se logra a través de la evaluación de las ventajas y desventajas que ofrecen las mejores ideas, llegando así a la selección de la idea para el desarrollo del Prototipo o Dummy.

El Dummy o Prototipo es expuesto a “pruebas de color” previamente analizadas y consideradas por el diseñador, tomando este en cuenta la psicología del color para el impacto del diseño en el usuario, y que esta respuesta esperada sea positiva, por lo que una vez seleccionado el prototipo con los colores, lenguaje verbal y visual, ventajas y desventajas, se somete a una última evaluación para ver si la imagen cumple o no con el objetivo deseado, en este caso la identificación de el Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli.

La **Fase Creativa** es la columna vertebral del proceso de diseño ya que sin esta etapa, no habría diseño como tal y no se podría llegar a una solución eficaz y funcional, además de la comprensión del como se llegó a dicha solución para resolver un problema de diseño y llevarlo a la realización.

3.1 DESARROLLO DE IDEAS

En todo proceso de diseño es elemental el desarrollo o lluvia de ideas, ya que a través de esta etapa el diseñador elabora las posibles propuestas de cual puede ser la solución óptima del problema a resolver (la realización de la Imagen Corporativa para El Parque de las Esculturas), basándose en la información recopilada del sujeto de estudio; en este caso El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli (contemplado en el capítulo anterior en la etapa de estructuración del problema de la metodología de Gui Bonsiepe).

El desarrollo de ideas se lleva a cabo para la fácil comprensión de la evolución que se realizó para llegar a dicho resultado y busca la solución al problema por medio de la composición del manejo de el lenguaje verbal y visual, realizando estos en base a los elementos gráficos como es el caso de el color, la línea, tipografía, etc., esto con el fin de obtener un diseño eficaz y funcional para la Imagen Corporativa a desarrollar.

A) LENGUAJE VISUAL

El lenguaje visual es aquel que a través de los elementos gráficos como el punto, la línea y el color entre otros, compone las imágenes relacionadas con nuestro lugar, o individuo a identificar, es decir, El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli, tomando en cuenta como lo más representativo e identificable a las esculturas que se encuentran en su interior, ya que a estas debe su nombre.

Existen en total 16 esculturas, pero se ha seleccionado, para este punto del proceso de diseño a la escultura "Integración", debido a que esta se encuentra en la entrada y explanada central del Parque de las Esculturas, además de ser la primera escultura con la que el usuario tiene contacto visual; otras de las esculturas a considerar son las de Extasis y Ensoñación, debido a su silueta delgada, estética y sencilla, tienen mayor retención en la memoria visual, ya que el resto de las demás esculturas son compuestas, es decir, que tienen más de dos elementos y tienen mayor volumen.

El estilo a emplear es el embellecido, ya que la forma estética y detallada de las esculturas es idóneo para el empleo de este estilo y así sea más reconocible la idea de que en este parque lo más sobresaliente son las esculturas de Charlotte Yazbek, haciendo notar la belleza de las mismas. En base a las esculturas mencionadas, se desarrollaron las siguientes ideas para el lenguaje visual.



Escultura Integración

①



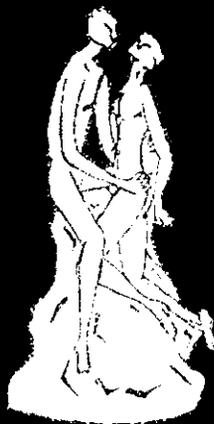
Escultura Integración Dibujo de línea

②



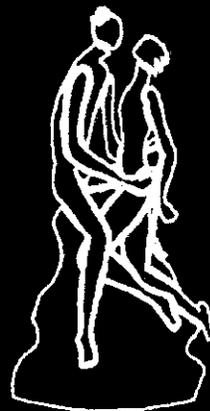
Escultura Integración Sombreado a base de líneas

③



Escultura Integración
Aplicación en plasta (Color)

④



Escultura Integración
Abstracción (Out-line)

⑤



Escultura Integración
Abstracción (Aplicación de plasta)



Escultura Extasis

1



Escultura Extasis
Dibujo de línea (Out-line)

2



Escultura Extasis
Sombreado a base de líneas

3



Escultura Extasis
Aplicación en plasta (Color)

4

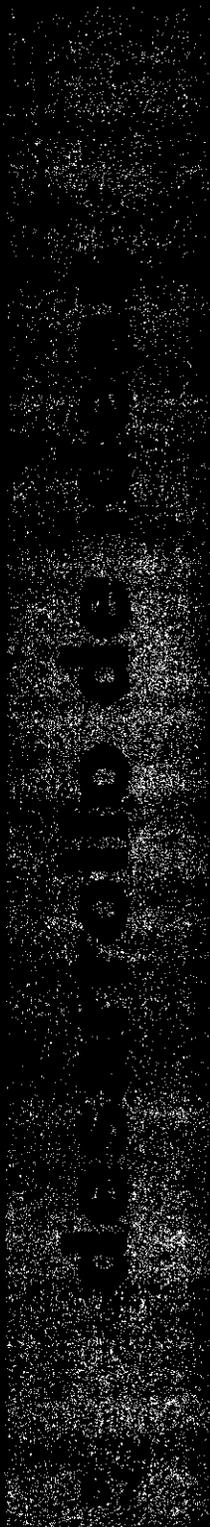


Escultura Extasis
Abstracción (Out-line)

5

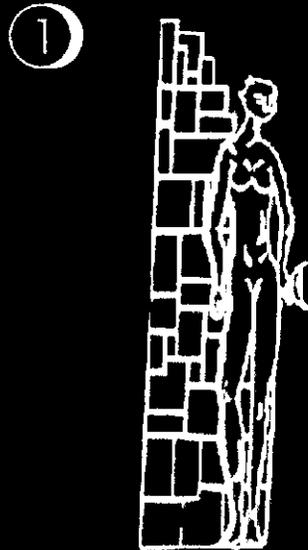


Escultura Extasis
Abstracción (Aplicación de plasta)





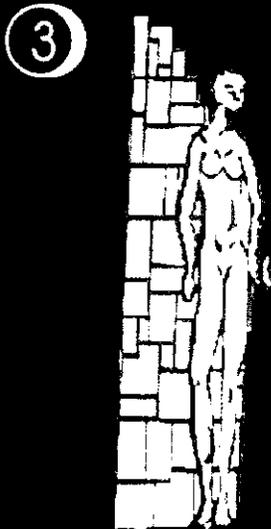
Escultura Ensoñación



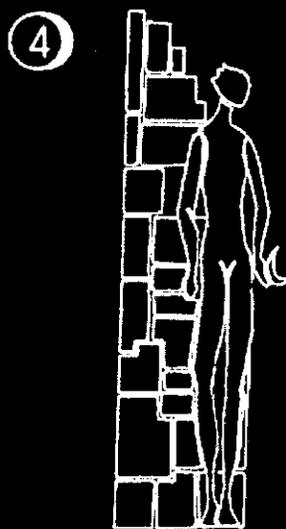
Escultura Ensoñación
Dibujo de línea (Out-line)



Escultura Ensoñación
Sombreado a base de líneas



Escultura Ensoñación
Aplicación en plastia (Color)



Escultura Ensoñación
Abstracción (Out-line)



Escultura Ensoñación
Abstracción (Aplicación de plastia)

Escultura Ensoñación

B) LENGUAJE VERBAL

El lenguaje verbal es indispensable dentro de la Imagen Corporativa, ya que permite el conocimiento de lo que se está hablando, es decir lo que es o a lo que se dedica la empresa, lugar y/o individuo a identificar; estose logra por medio de la tipografía o caracteres a emplear, conjugándose con el lenguaje visual; en algunos casos se utiliza una tipografía secundaria o de apoyo para identificar la razón social, variando de la principal o primaria en el tipo de letra y/o en el tamaño de la misma.

Para la realización del lenguaje verbal del Parque de las Esculturas, se tomo en cuenta su nombre para la tipografía primaria o principal, teniendo optativamente una tipografía secundaria para la razón social, siendo esta usada en su papelería como se muestra en el manual de uso.

Al usarse el estilo embellecido, la tipografía a utilizar cuenta con patines para que esta armonize y se unifique con la imagen empleada, como se ve en el inciso C, más adelante, aunque también se considero tipografía en palo seco para los bocetos de línea.

Dauphin

El Parque de las Esculturas
El Parque De Las Esculturas
EL PARQUE DE LAS ESCULTURAS

Staccato 222 Bt

EL PARQUE DE LAS ESCULTURAS

Benguiat Bk Bt

El Parque de las Esculturas

Goudy Hand tooled

PARQUE De Las Esculturas

Bernhard Fashion Bt

PARQUE de las Esculturas
Parque de las Esculturas

Harrington

PARQUE de las Esculturas
Parque de las Esculturas

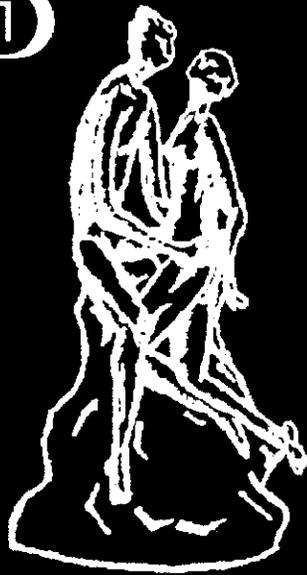
Copacabana

PARQUE de las Esculturas
Parque de las Esculturas

Propuesta de Tipografías a emplear para lenguaje verbal

C) COMPOSICION DE LA MATRIZ

1

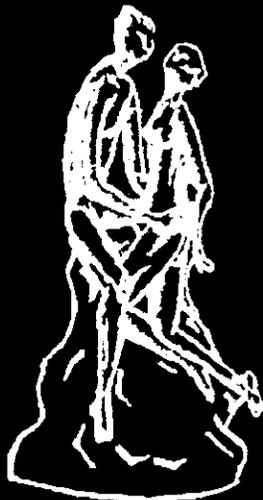


El Parque
De Las
Esculturas

2

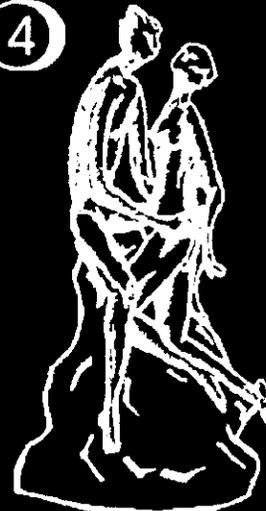


3

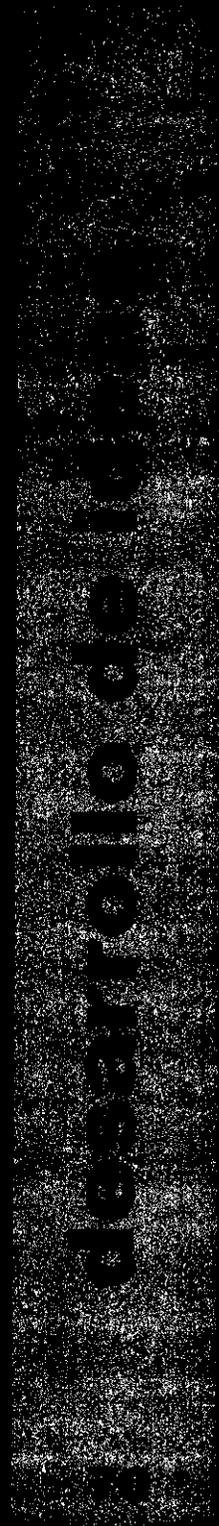


Parque
De Las Esculturas

4



PARQUE
De Las Esculturas

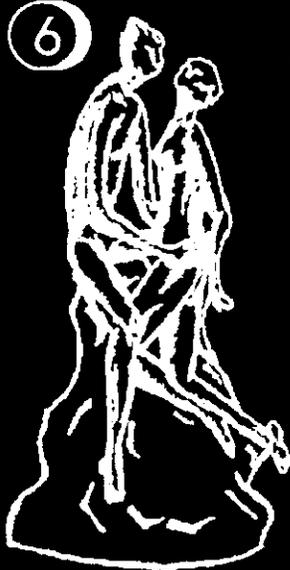


⑤ P
A
R
Q
U
E



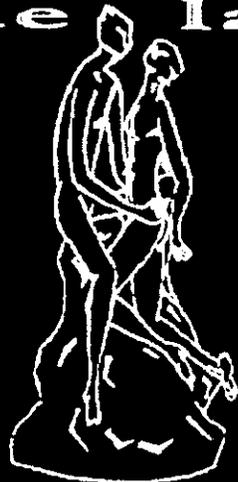
De Las Esculturas

⑥



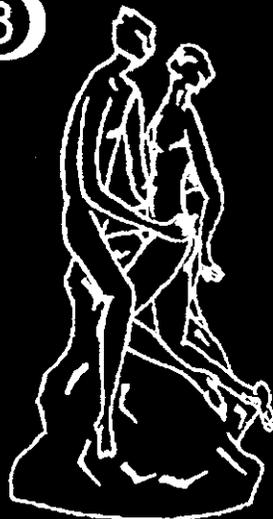
PARQUE
De Las
Esculturas

⑦ Parque
de las



Esculturas

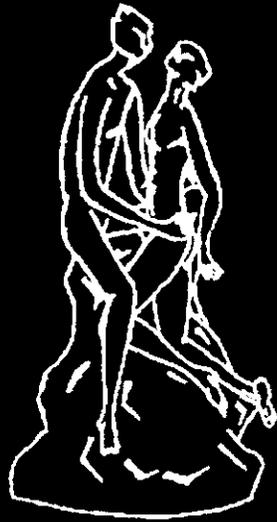
⑧



PARQUE
De Las Esculturas

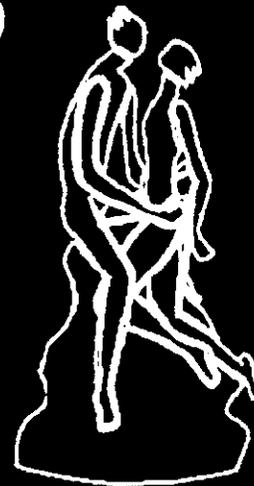
PARQUE DE LAS ESCULTURAS

⑨ P
A
R
Q
U
E



De Las Esculturas

⑩



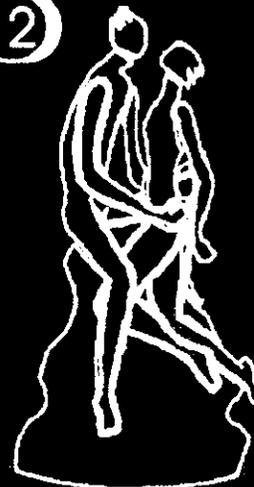
Parque
de las Esculturas

⑪



PARQUE
de las Esculturas

⑫



PARQUE
DE LAS
ESCULTURAS

PARQUE DE LAS ESCULTURAS

13



PARQUE
De Las
Esculturas

14



PARQUE
De Las Esculturas

15



Parque
de las Esculturas

16



PARQUE
DE LAS
ESCULTURAS

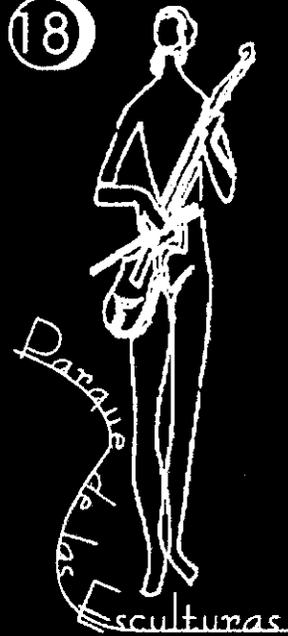
desarrollo de los

17 Parque de las



Esculturas

18



19



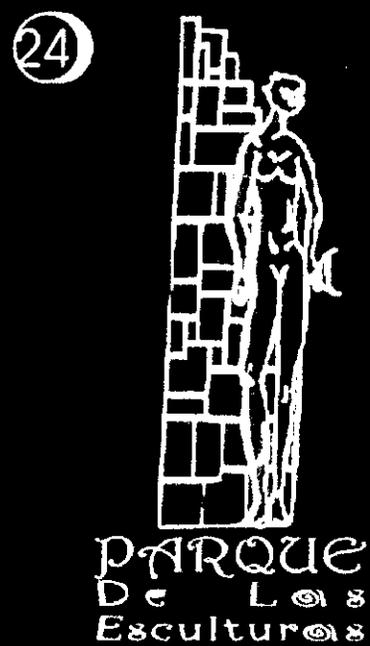
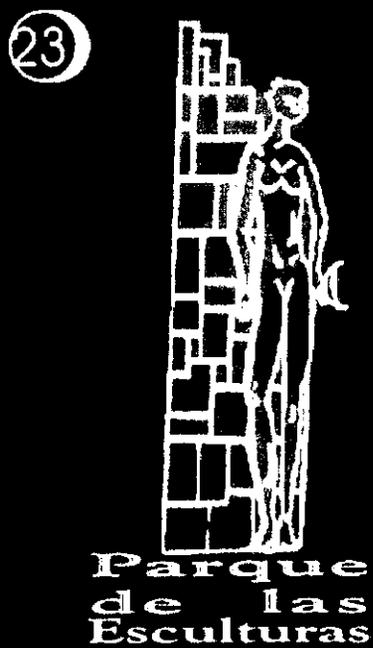
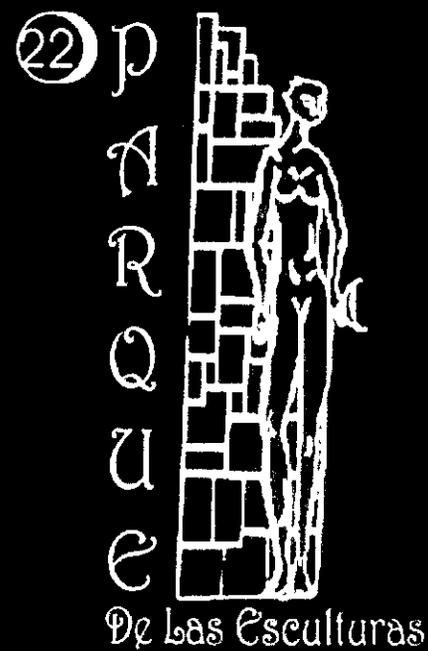
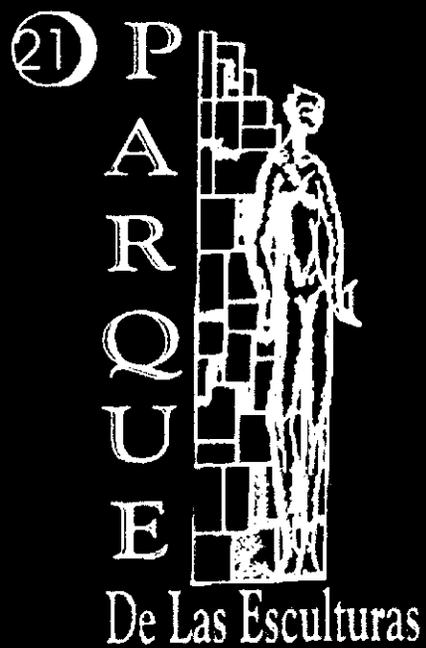
PARQUE
De Las Esculturas

20



PARQUE
De Las
Esculturas

Desarrollo de la Escultura



desarrollo de id

3.2. EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE LA IDEA

Una vez que se a llevado a cabo el proceso de bocetaje o lluvia de ideas, el siguiente paso a realizar es la evaluación de las propuestas dadas, contemplando cuales son las ventajas y desventajas que ofrece para cumplir con el objetivo deseado, es decir, la creación de una Imagen Corporativa para el Parque de las Esculturas.

Previamente a dicha evaluación se seleccionan las ideas que a criterio del diseñador podrían dar solución al problema, para que posteriormente (como ya se mencionó), efectuar la evaluación y de acuerdo al resultado, finalmente escoger cual de las propuestas es la idonea para la Imagen Corporativa.

Dentro de las ventajas y desventajas a considerar para la elección de la imagen, de acuerdo al objetivo de creación de una Identidad Corporativa, se tomará en cuenta el tamaño, la forma, la composición entre lenguaje visual y verbal, así como la imagen en cuestión de retención visual y proporciones, entre otros.

Al realizarse la evaluación y selección de cual de las ideas desarrolladas tiene mejores posibilidades de solucionar el problema, se selecciona la que identifique de una forma fácil, rápida, sencilla y eficaz al Parque de las Esculturas, de Cuautitlán Izcalli.

A)EVALUACION DE LA IDEA

Para la evaluación de la lluvia de ideas, no solo se tomó en cuenta el criterio del diseñador para este proceso, sino también, se solicito a público visitante de el lugar, que seleccionara con cual imagen se identificaba y relacionaba a el Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli, en base a esto se eligieron 7 ideas que podrían tener la mejor solución a la identidad corporativa; de estas habrá la selección de cual es la que resuelve más favorablemente de acuerdo a sus características, ventajas y desventajas.



BOCETO 5:

En este caso se maneja para el lenguaje visual la escultura integración con sombreado en base a líneas, para detallar; el uso de la tipografía como base sin emplear otro elemento gráfico, de apoyo, brinda a la imagen soporte y equilibrio; la tipografía es legible y no compite con la imagen.

El hecho de manejar la tipografía marcando un ángulo de 90° encuadra y da sostén a la imagen, dándole al mismo tiempo equilibrio y unidad entre el lenguaje verbal y visual. No hay ilegibilidad de la letra al reducirse de tamaño. Se usó una letra estilizada de acuerdo con el estilo embellecido y la palabra parque en mayúsculas para resaltar.

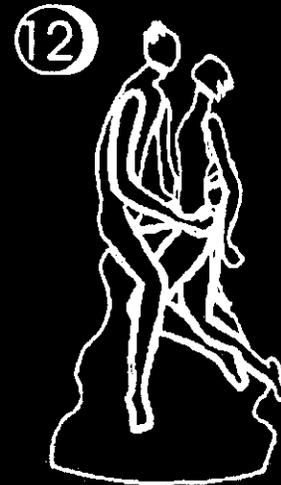


BOCETO 6:

En este caso la tipografía encuadra a la imagen, además el manejo de las palabras Parque y Esculturas hace que sobresalga el nombre de nuestro lugar a identificar, sin embargo este efecto visual crea competencia entre el lenguaje verbal y visual. Su gran ventaja es que a simple vista denota a lo que se refiere.

BOCETO 12:

El lenguaje visual sintetizado y sin relleno le da a la figura ligereza y modernidad, tomando a las esculturas reales como figuras delgadas y estilizadas; la tipografía se maneja como soporte de la imagen siendo estas en base a dibujo de línea, unificando a la composición.



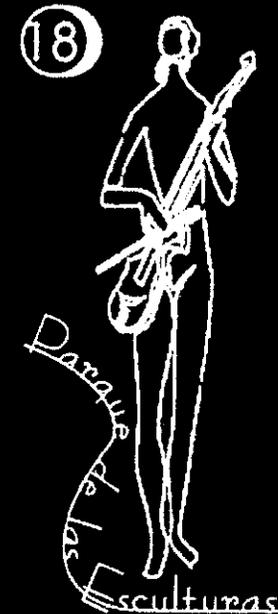
PARQUE
DE LAS
ESCULTURAS

BOCETO 16:

Para el lenguaje visual la escultura extasis está con sombreado en base a líneas estilizando la figura y detallandola; la tipografía, enmarca y le da base a la imagen, brindandole soporte y equilibrio. Esta simplicidad hace que para el usuario sea fácil de identificar y recordar.



PARQUE
DE LAS
ESCULTURAS



BOCETO 18:

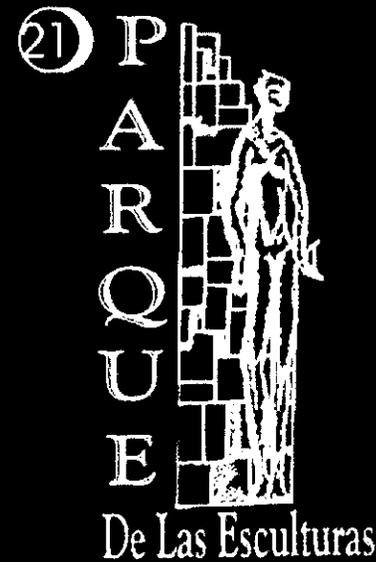
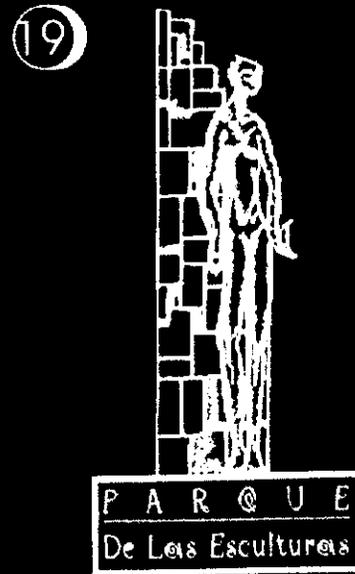
Como en el caso del boceto 12, el lenguaje visual es sintetizado y sin relleno dando a la figura la liviandad que proyectan las figuras. El manejo tipográfico adaptado a una curva simboliza uno de los caminos del parque, pero por este manejo puede ser ilegible el texto.

BOCETO 19:

En este caso el empleo de la escultura ensoñación, fue con la aplicación de sombreado para detallar (como se ha explicado anteriormente); se utilizó un rectángulo como base, ya que en la realidad así se encuentra dicha escultura. La tipografía fue seleccionada en base a sus formas caprichosas, esto de acuerdo al estilo embellecido empleado para la realización de ésta Identidad Corporativa. Tal vez una desventaja sería que el formato de dicha imagen es demasiado vertical.

BOCETO 21:

Al igual que en el caso anterior, este boceto es con sombreado, pero el empleo del lenguaje verbal es igual al del boceto 5, aquí no sólo fue para enmarcar la figura sino a la vez se justifica con la pared en que está recargada la escultura. Tal vez la figura y la palabra Parque tengan mucho peso para la frase de "De Las Esculturas", quizá alargandolas un poco se equilibraría dicho peso.



ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

3.3 PRUEBAS DE COLOR

Realizar pruebas de color a un determinado diseño, ayuda al diseñador y al cliente a observar cual es la opción más viable para que la imagen exprese lo que se desea al usuario, a través de la forma, la tipografía, y el color. El color, dentro del diseño tiene una gran importancia, ya que este transmite psicológicamente al usuario o receptor un determinado mensaje al inconsciente, donde este relaciona el color con algún concepto u objeto determinado, a este suceso se le conoce como psicología del color. En este caso para El Parque de las Esculturas, de Cuautitlán Izcalli; de acuerdo a la psicología del color se considero el verde, ya que este color es identificado con la ecología, la naturaleza y libertad, conceptos relacionados con lo que representa El Parque de las Esculturas; también otros colores a considerar son los metálicos, como el caso del bronce, el gris y el ocre, debido a que las esculturas están realizadas en bronce. Además de los colores terrosos que tienen relación con la naturaleza, como es el caso de los naranjas y los cafés.

P
A
R
Q
U
E



De Las Esculturas

P
A
R
Q
U
E



De Las Esculturas

P
A
R
Q
U
E



De Las Esculturas

P
A
R
Q
U
E



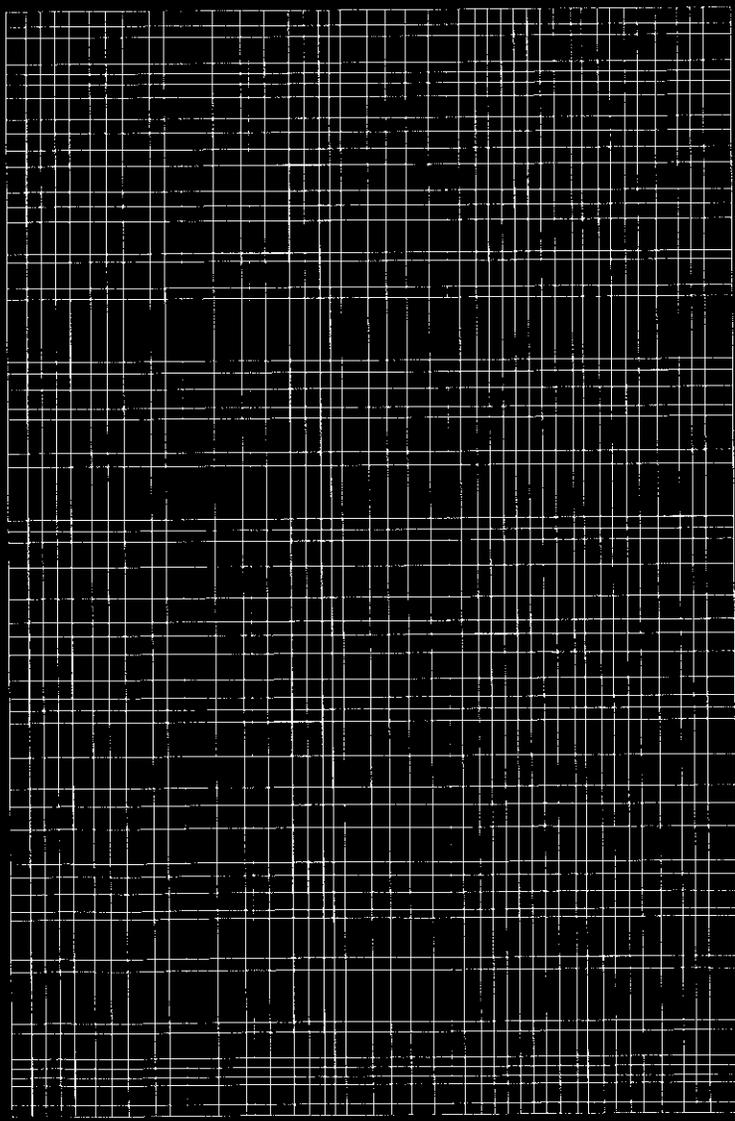
De Las Esculturas

En base a lo anterior, de las propuestas de color, vistas en la página anterior se eligió la siguiente:

P
A
R
Q
U
E



De Las Esculturas



3.4. PROTOTIPO (DUMMY)

P
A
R
Q
U
E



De Las Esculturas

3.5 EVALUACION FINAL

La Imagen Corporativa ha pasado por una serie de pasos para conseguir y llegar a un fin determinado, que en este caso es el de identificar, representar y difundir a El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli; este fin se logró mediante un desarrollo de ideas (ya expuesta anteriormente), y de las ideas resultantes se eligieron las probables que pudieran dar solución al problema de identificación del lugar, de acuerdo a sus características visuales como son la composición entre el texto y la imagen, el color considerando su connotación con la naturaleza y de espacio abierto, así como, de el material de la escultura; en base a esto se seleccionó el presente prototipo:



Aunque este prototipo para la Imagen Corporativa para El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli, resultó ser el más funcional e idóneo para este objetivo, se encontró que para algunas aplicaciones hay una desventaja importante, su dirección vertical; ya que en el uso de espacios horizontales se desaprovechan estos dejando vacíos, esto se observa más adelante, cuando se incorpora la imagen a algunos elementos. Sin embargo la solución ante esta desventaja es el de anexar texto informativo, cuando el caso así lo requiera, como en papelería, volantes, anuncios, etc.

Además el empleo de 3 colores implica costo mayor en impresos, pero la razón de este colorido es, dinamismo y atracción para el público usuario, y solamente se emplearía la propuesta en color cuando el caso así lo requiera, de ahí en fuera se propone usar la imagen en blanco y negro.

Apesar de estas desventajas son solucionables sin afectar la identidad de el parque, ni alterar su función y estética. Por lo que no se sugieren cambios.

C4

CAPITULO 4
MANUAL DE USO

Capítulo 4

CAPITULO 4. MANUAL DE USO

Para saber lo que es un Manual de Uso es preciso definir primero lo que es la palabra Manual; esta viene del término mano, el cual se refiere a todo aquello realizado por las manos, también se comprende por Manual a un compendio o resumen de alguna serie de actividades a realizar para cumplir con algún objetivo en específico, he aquí, que como su nombre lo indica, el Manual de Uso explica el como usar una determinada Imagen Corporativa, es decir, las aplicaciones en las cuales se va a aprovechar.

Dentro de las funciones de el Manual de Uso, es indicar cual es la forma correcta e incorrecta de emplear la Imagen Corporativa, ya que cuenta también con ciertos lineamientos a respetar y cumplir como el color que tiene, si puede ser negativo o positivo, su tamaño proporcional, indicando cuanto es lo máximo que puede crecer, así como el mínimo permitido para que no sea ilegible al ojo humano, ni la Imagen Corporativa se deforme.

El Manual de Usono solo contempla su utilidad, sino también en su interior se concidera el como fue realizada en base a trazos geométricos, además del apoyo de una retícula y de el espacio que abarca la imagen Corporativa, en las superficies.

En la creación de una Imagen Corporativa, ya sea esta de una empresa, lugar y/o individuo, es necesario conocer como puede ser empleada en cuestiones de impresión, presentación, publicidad, entre otros. En lo referente a impresos se contempla la papelería como son hojas membretadas, tarjetas de presentación, gafetes de personal, etc., además de publicidad impresa como folletos, calendarios, agenda de eventos, etc., los cuales le brindan a la empresa o lugar a representar una identidad propia e irrepetible.

Como se mencionó, aparte de las aplicaciones impresas, existen también las de publicidad, empleando artículos promocionales llamados popularmente souvenirs; y para reconocimiento a distancia del lugar o publicidad se emplean rótulos o

aplicación en señales, que como su nombre lo indica nos identifica nuestro lugar representado. Además como parte de la Imagen Corporativa se considera la aplicación en transportes y en uniformes como forma de distinción y pertenencia a un determinado lugar o empresa. Es decir, todos los elementos que rodean a un individuo o empresa deben conservar una unidad y relación, donde se aprovechan las cualidades y ventajas a través de la Imagen Corporativa en el Manual de Uso.

4.1. IDENTIFICACION DEL SIMBOLO

El símbolo o idea que se selecciono para Imagen Corporativa de El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli, tiene como representación en el lenguaje visual a la escultura Integración que esta conformada por dos seres humanos desnudos (hombre y mujer respectivamente), los cuales se encuentran apoyados en una piedra, que los ubica en un nivel más alto del suelo; la figura masculina se encuentra en la parte más alta de la piedra, y sostiene con delicadeza a la figura femenina por la cadera creando un gesto de aproximación entre ellos. Se escogió como ya se menciono, esta representación visual para Imagen de la Identidad Corporativa, porque es la primera escultura con la que tiene contacto visual el usuario de El Parque de las Esculturas y es de las pocas esculturas existentes en el parque que maneja tanto figura masculina como femenina, lo que causa un efecto de identificación con el usuario sin importar su sexo. El lenguaje visual se maneja con líneas de churado para simular la sombra de la escultura y a través de estas evitar que sea plana nuestra figura.

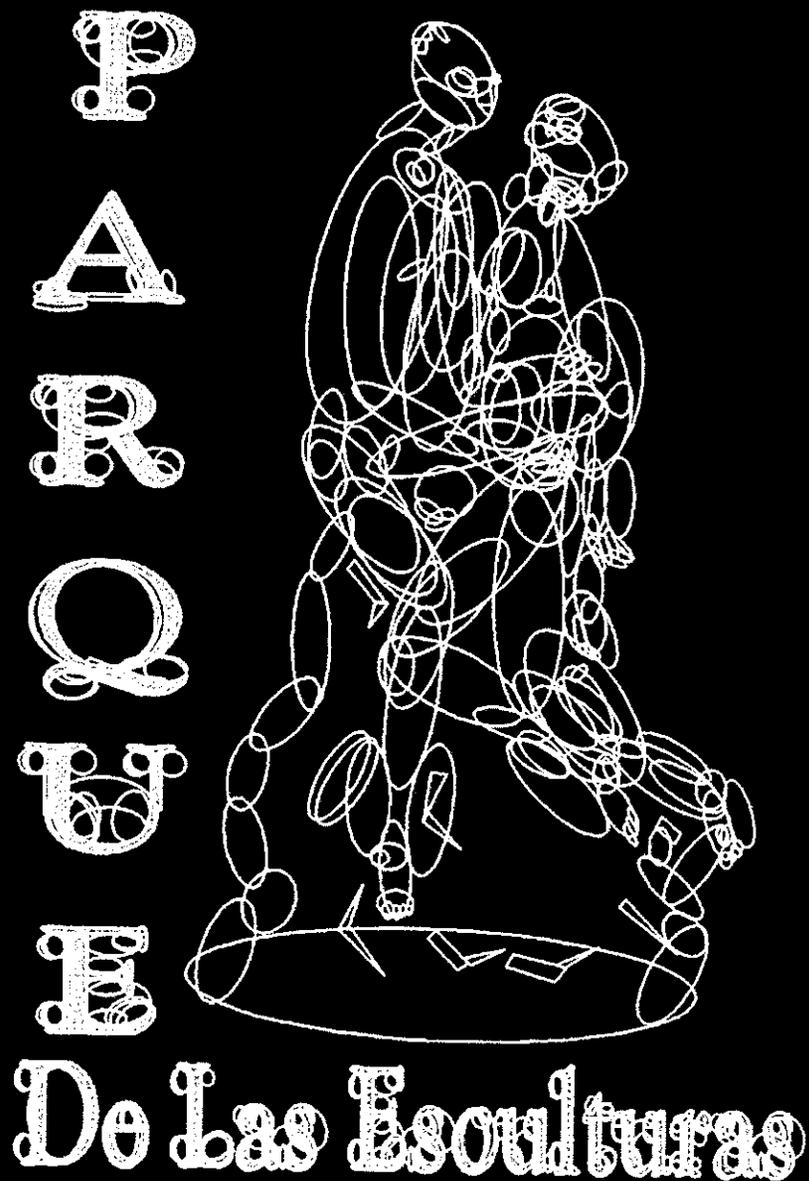


**P
A
R
Q
U
E**
De Las Esculturas

En el lado izquierdo se contemplo poner la palabra "PARQUE" en altas, para resaltar lo que es el lugar de identificación, apoyandose en el nombre "De Las Esculturas", formando un angulo de 90½ que a su vez sirve de marco y soporte a el lenguaje visual ya antes descrito; creando en conjunto la Imagen Corporativa de El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli.

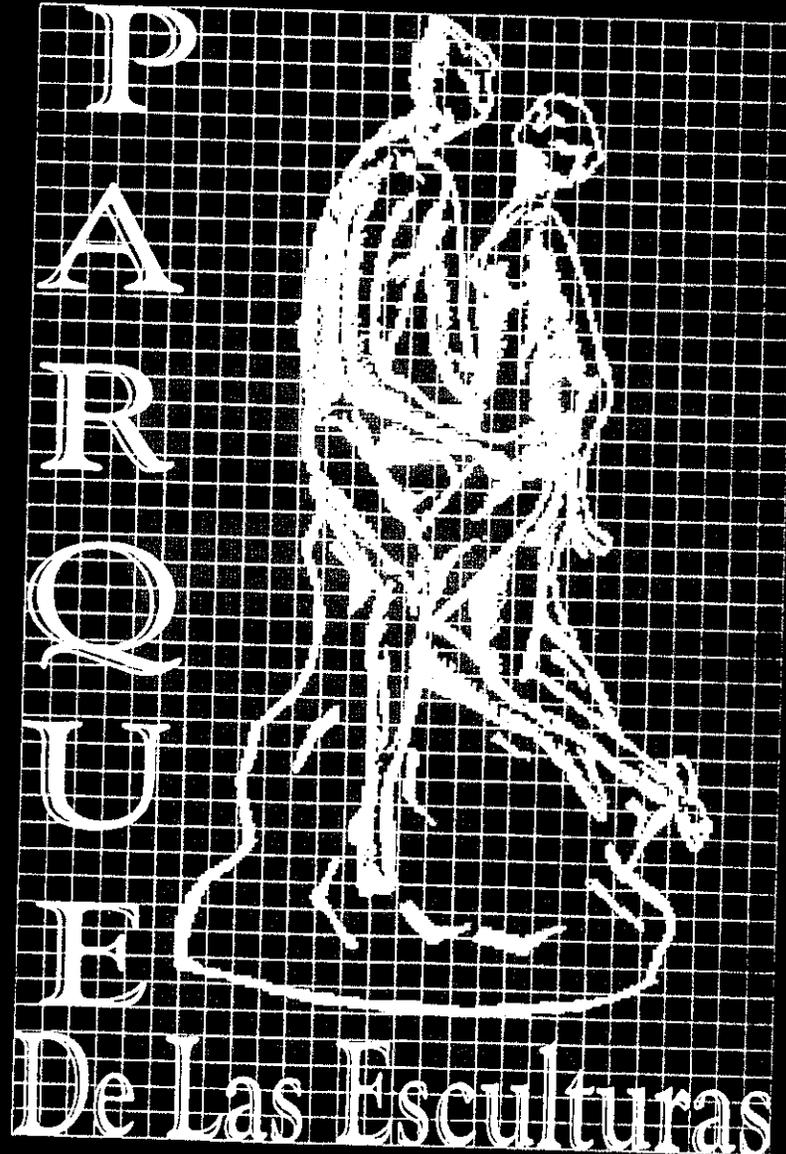
A continuación se presenta la justificación de trazo, mediante formas geometricas, y la retícula empleada para la creación de la Imagen Corporativa.

4.1.1. JUSTIFICACION DE TRAZO



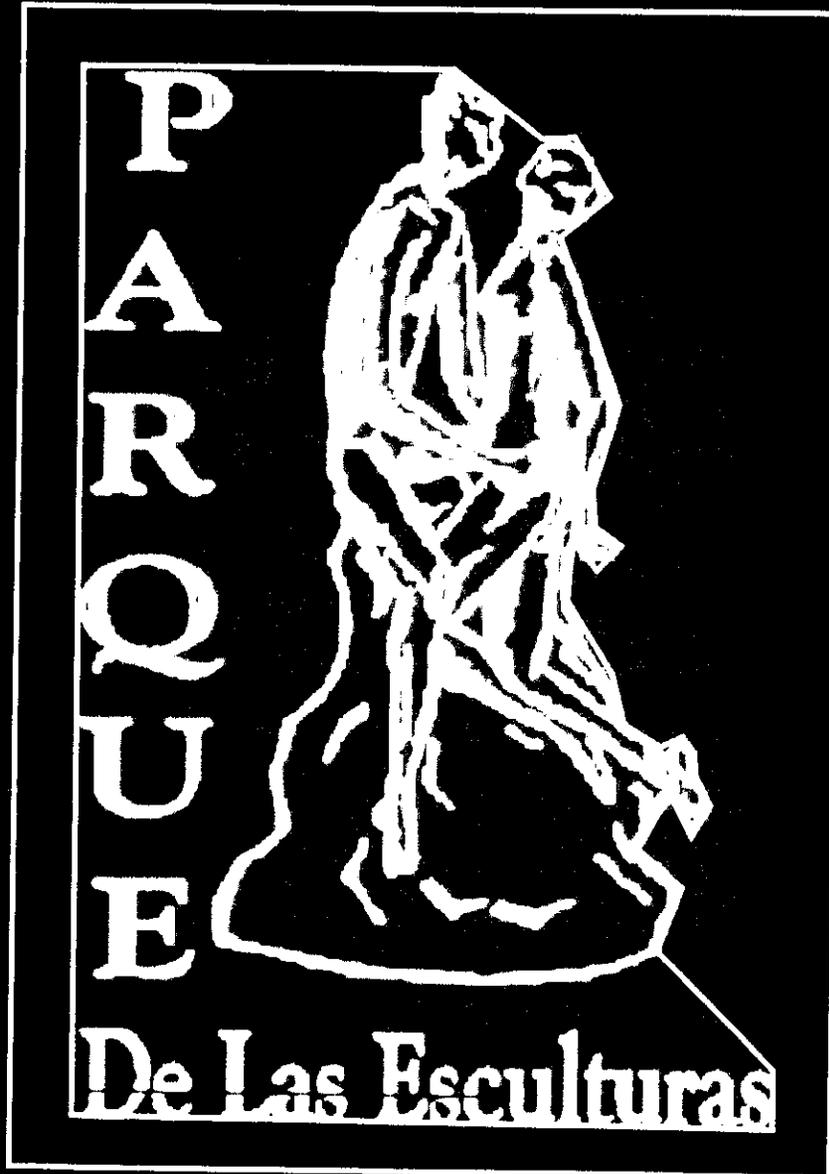
4.1.2. APLICACION DE LA RED POR UNIDADES

□ 0.5cm



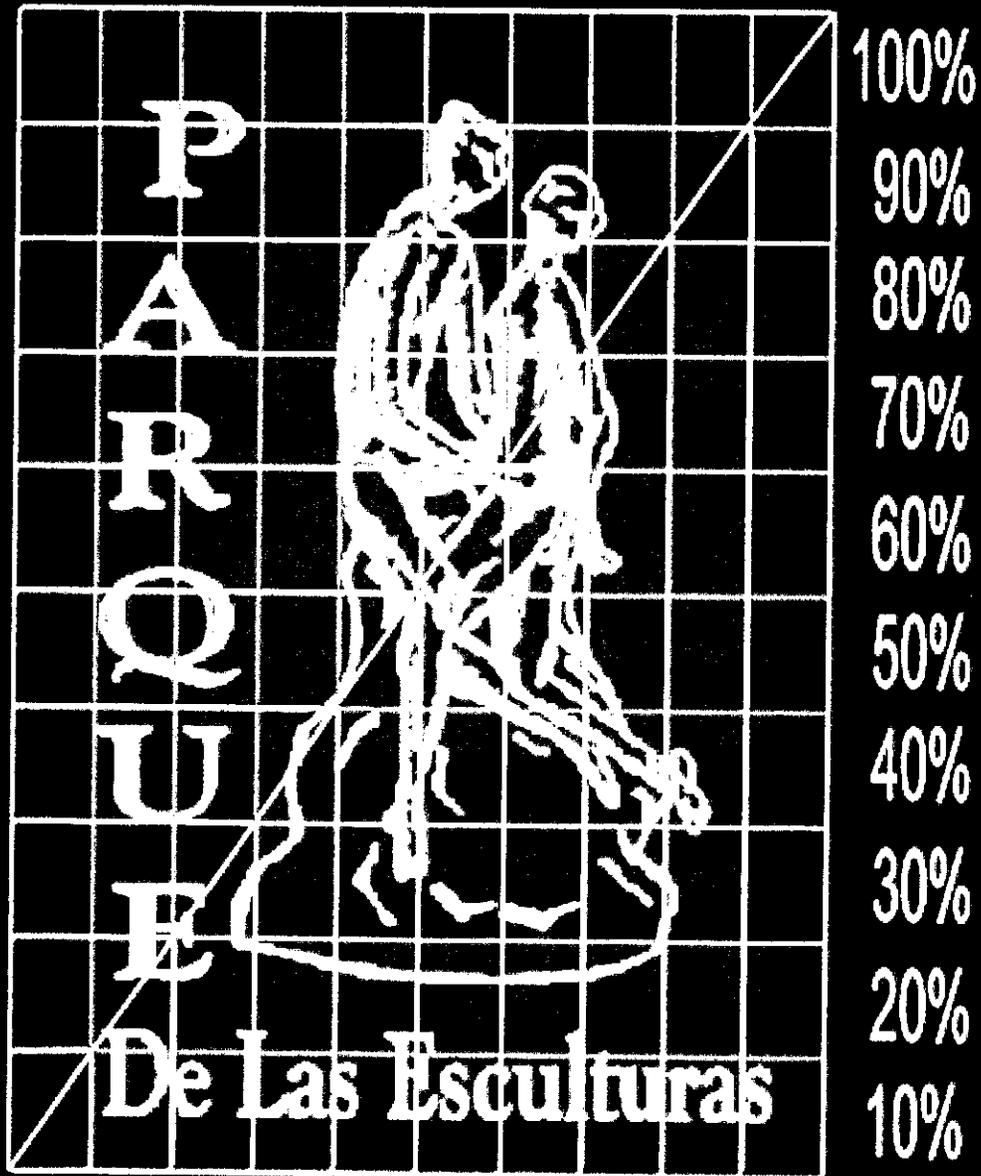
PARQUE DE LAS ESCULTURAS

4.2. MARCO ESPACIAL

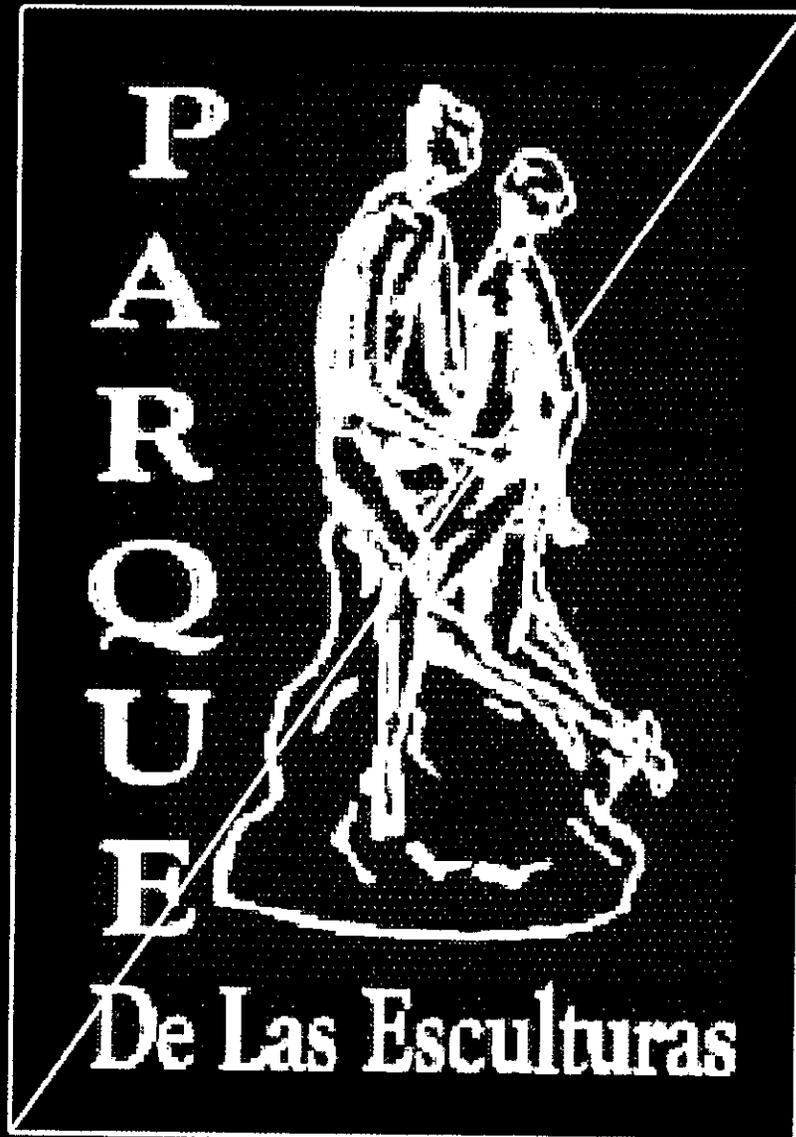


PROYECTO DE ORDENACIÓN

4.3. PROPORCIONES

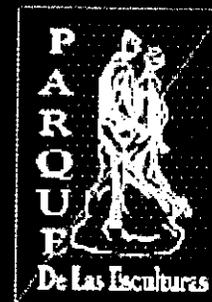


4.4. MAXIMA AMPLIACION Y MINIMA REDUCCION



Para las aplicaciones de rótulos y/o señales, se requiere que la Imagen de El Parque de las Esculturas sea ampliada a la siguiente proporción 102.9 X 67.9 cm como máxima medida de ampliación.

Como mínima reducción permitida es de 3.5 X 2.3 cm, esta es para aplicarse en papelería, ya que si se reduce más de lo establecido la Imagen se puede emplastar y no ser perceptible ni reconocible.



4.5. USOS CORRECTOS

La imagen de El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli, puede emplearse en blanco y negro, para cuestiones de papelería no formal, es decir, cartas internas, fotocopias y/o duplicados; para documentos externos, se usará la imagen en su presentación a colores, ya que si se empleará en toda la papelería se elevaría su costo.

Sólo dentro de la papelería se emplea un fragmento de lo que es el sello de agua, el cual no incluye la leyenda de Parque de las Esculturas, presentando solo el lenguaje visual; esté rotado en un ángulo de 135°, a manera de introducción al parque, además de darle dinamismo a la papelería, también cuenta con el logotipo clásico del municipio como indicador de su localización.

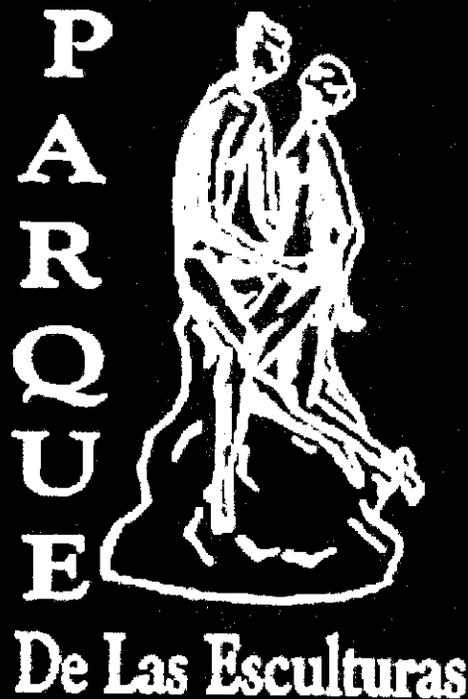
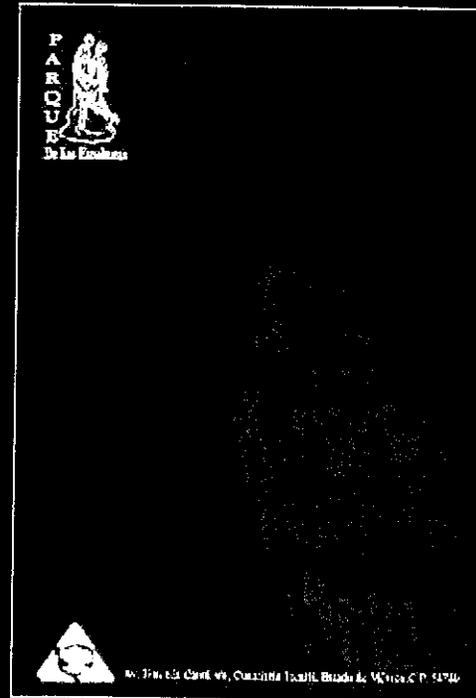


Imagen Corporativa de El Parque de las Esculturas en B/N



Ejemplo de el uso de el sello o marca de agua de el Parque de las Esculturas en papelería.

Para anuncios en la gaceta local, relacionados con el Parque de las Esculturas, como la difusión de eventos culturales, la imagen se aplicara en blanco y negro.

En el caso de los souvenirs o promocionales, la imagen puede estar aplicada tanto en blanco y negro como en color, además, en este caso puede eliminarse la leyenda de Parque de las Esculturas dejando solo presente el lenguaje visual.

88-71-68-68 **TEMPO** No. 21-76-37-34

El H. Ayuntamiento de Cuautlém Ecatepec informa a la comunidad

2a feria del ahorro escolar

Exhibición gratuita de la muestra fotográfica del presente mes de agosto

del 15 al 21 de agosto de 1988, en el Centro Cultural de Cuautlém Ecatepec, en el horario de 10:00 a 18:00 horas.

El H. Ayuntamiento de Cuautlém Ecatepec, en coordinación con el Comité Municipal de Fomento y Desarrollo del Parque de las Esculturas, invita a la comunidad a la 2a feria del ahorro escolar.

¿Ya tienes tu credencial?

¡No te quedes sin ella! Para obtenerla debes acudir al Centro Cultural de Cuautlém Ecatepec, en el horario de 10:00 a 18:00 horas.

FRANTEL ECATEPEC
 01-800-1-000-000

Atención personalizada en el módulo ubicado en la plaza del Parque de las Esculturas.

14 de Agosto

Verbenas Sabatinas
Las gatas negras de Eiborio

Música, baile y mucho más en un ambiente agradable y con el mejor sonido.

Explanada del Palacio Municipal a partir de las 18:00 horas.

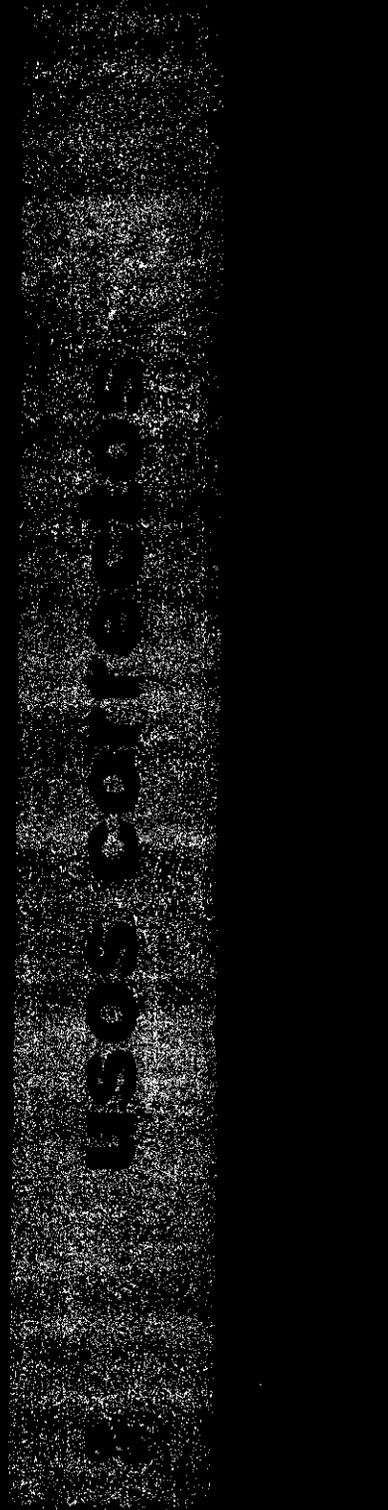
asi vivimos el Cambio

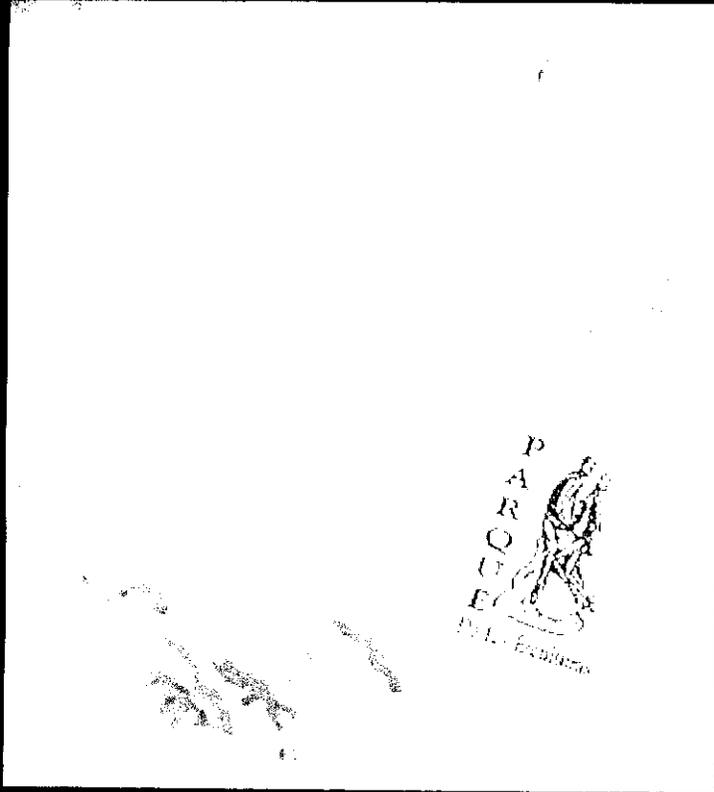


Ejemplo de el uso de la imagen de el Parque de las Esculturas en souvenirs.

En los uniformes de los jardineros, y sólo en este caso, la imagen corporativa del Parque de las Esculturas, no irá con sus colores representativos, debido a que estos uniformes al ser de color azul, crean un efecto visual de emplastamiento, lo cual hace que se pierda la imagen; por lo que se usará en blanco.

Uso de la imagen de el Parque de las Esculturas en anuncio de gaceta local.





Uso de la imagen de el Parque de las Esculturas en uniformes de Jardineros.

El logotipo conmemorativo de el 25 aniversario de Cuautitlán Izcalli, actualmente a ido desplazando al logotipo clásico del municipio, por lo que podría suplir el logotipo conmemorativo del municipio al clásico en las aplicaciones en un futuro.



Logotipos clásico y conmemorativo de Cuautitlán Izcalli

correcto

4.6. USOS INCORRECTOS

Para la realización de la Imagen Corporativa de el Parque de las Esculturas, se descarto durante el desarrollo de ideas el uso de la misma en negativo o plasta, ya que las esculturas de Charlotte Yazbek, son figuras delgadas y estilizadas, y al usarse esta aplicación de plasta provoca que la imagen tenga mayor peso, perdiendo con esto la esencia de la misma, por lo que esta aplicación no es viable.

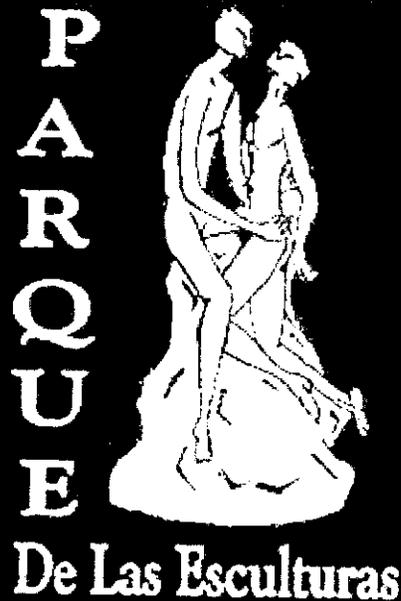


Imagen Corporativa de El Parque de las Esculturas en plasta negativo.

Debido al churado de la sombra, no es posible realizarla en grabado ciego, ya que se emplastaría la sombra y causaría otro efecto, deformando a la imagen misma, perdiendo la esencia de la forma de la identidad gráfica.

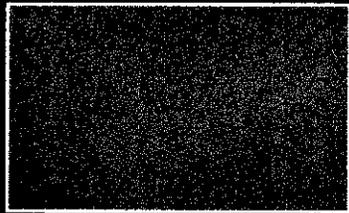


Imagen Corporativa de El Parque de las Esculturas en grabado ciego.

El logosímbolo conmemorativo, es empleado para asuntos y eventos relacionados con el municipio; solo convivirán en anuncios de la gaceta o comunicados impresos (carteles), así como en casos que lo ameriten.

PARQUE DE LAS ESCULTURAS

4.7. CARTAS DE COLOR



Verde:

Cyan 35%
Magenta 15%
Amarillo 90%
Negro 10%



Naranja:

Cyan 0%
Magenta 65%
Amarillo 100%
Negro 0%



Café:

Cyan 20%
Magenta 80%
Amarillo 100%
Negro 40%

P
A
R
Q
U
E



De Las Esculturas

4.8. TIPOGRAFIA PRIMARIA Y SECUNDARIA

PARQUE De Las Esculturas

Av. Jiménez Camú s/n, Chaulitlán Tzucal, Estado de México, C.P. 54740

TIPOGRAFIA PRIMARIA GOUDY HAND TOOLED

AA BB CC DD EE FF GG HH II
JJ KK LL MM NN OO PP QQ RR
SS TT UU VV WW XX YY ZZ

Tipografía Secundaria Times

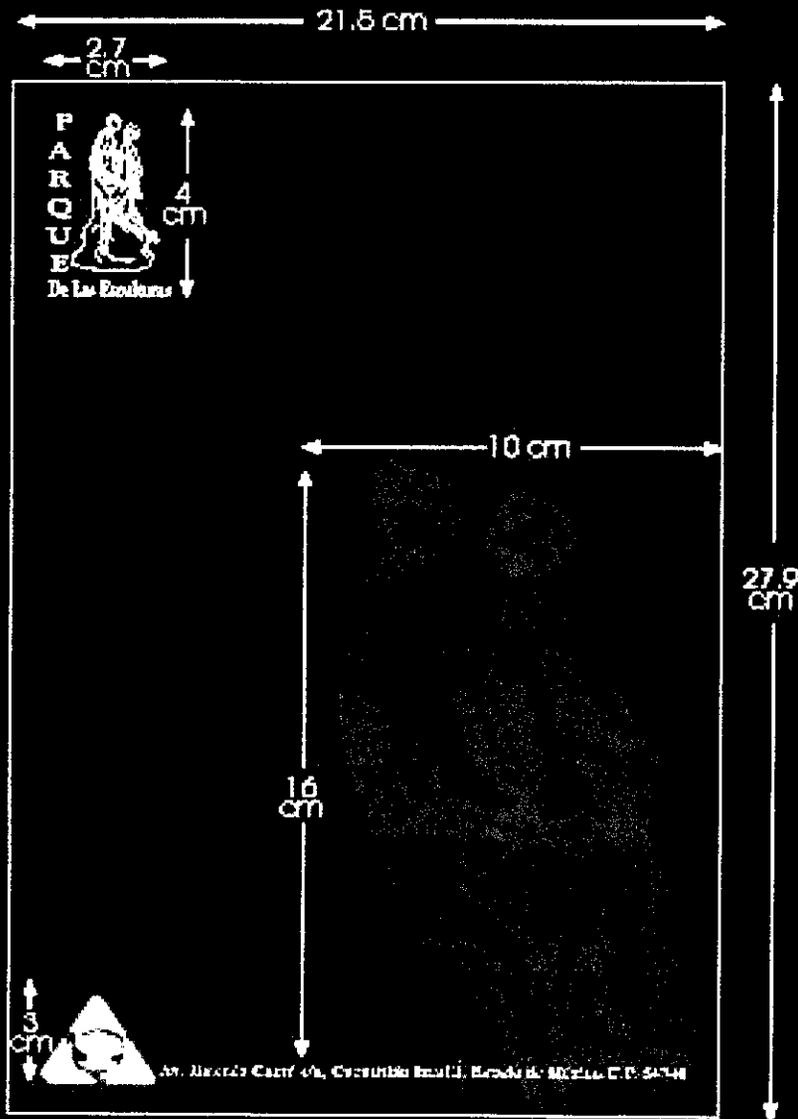
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

4.9. MARCA DE AGUA

Negro 7%

4.10. PAPELERIA

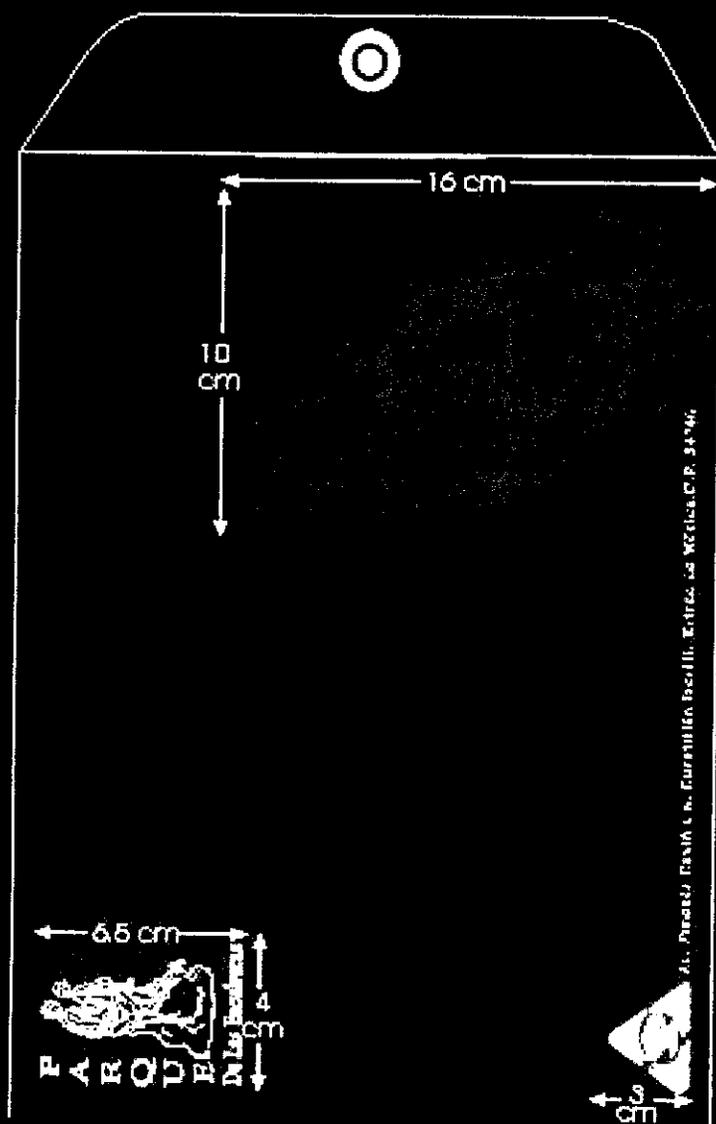
4.10.1. HOJA CARTA MEMBRETADA



Hoja Carta (Escala 50% del tamaño real)

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

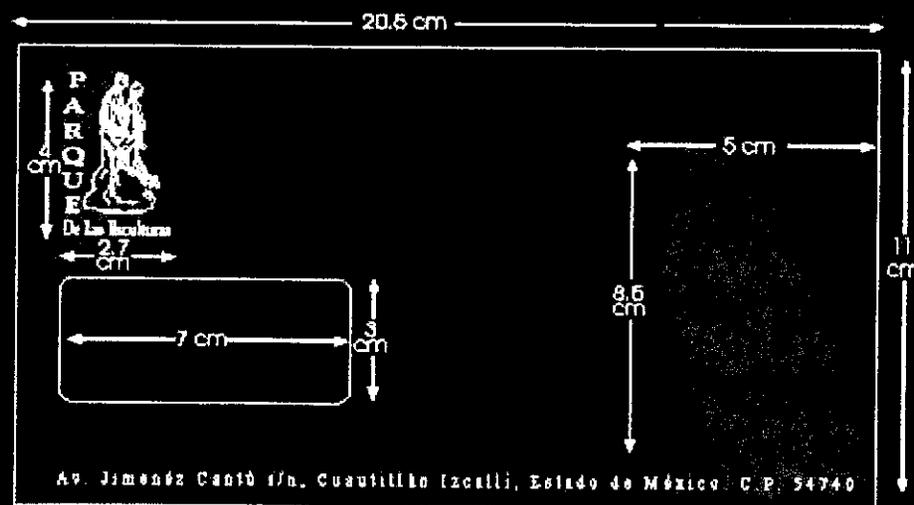
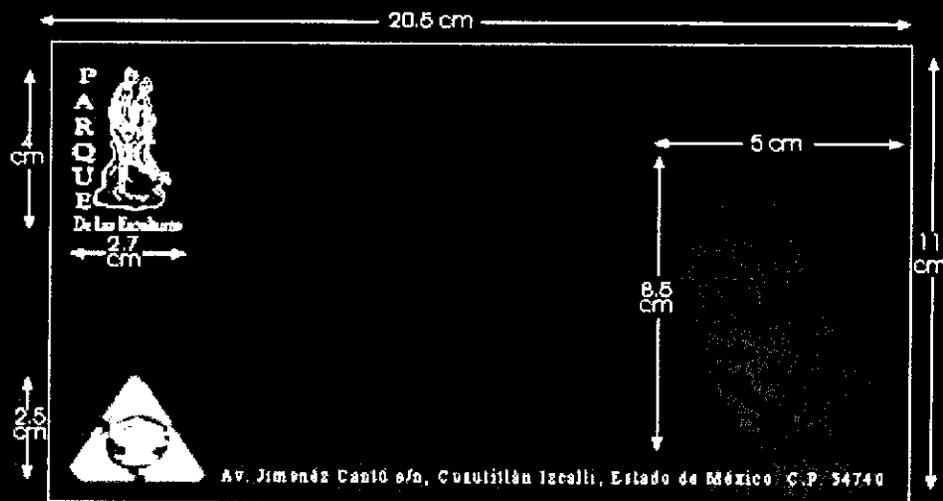
4.10.2.SOBRE TAMAÑO CARTA



Sobre Tamaño Carta (Escala
50% del tamaño real)

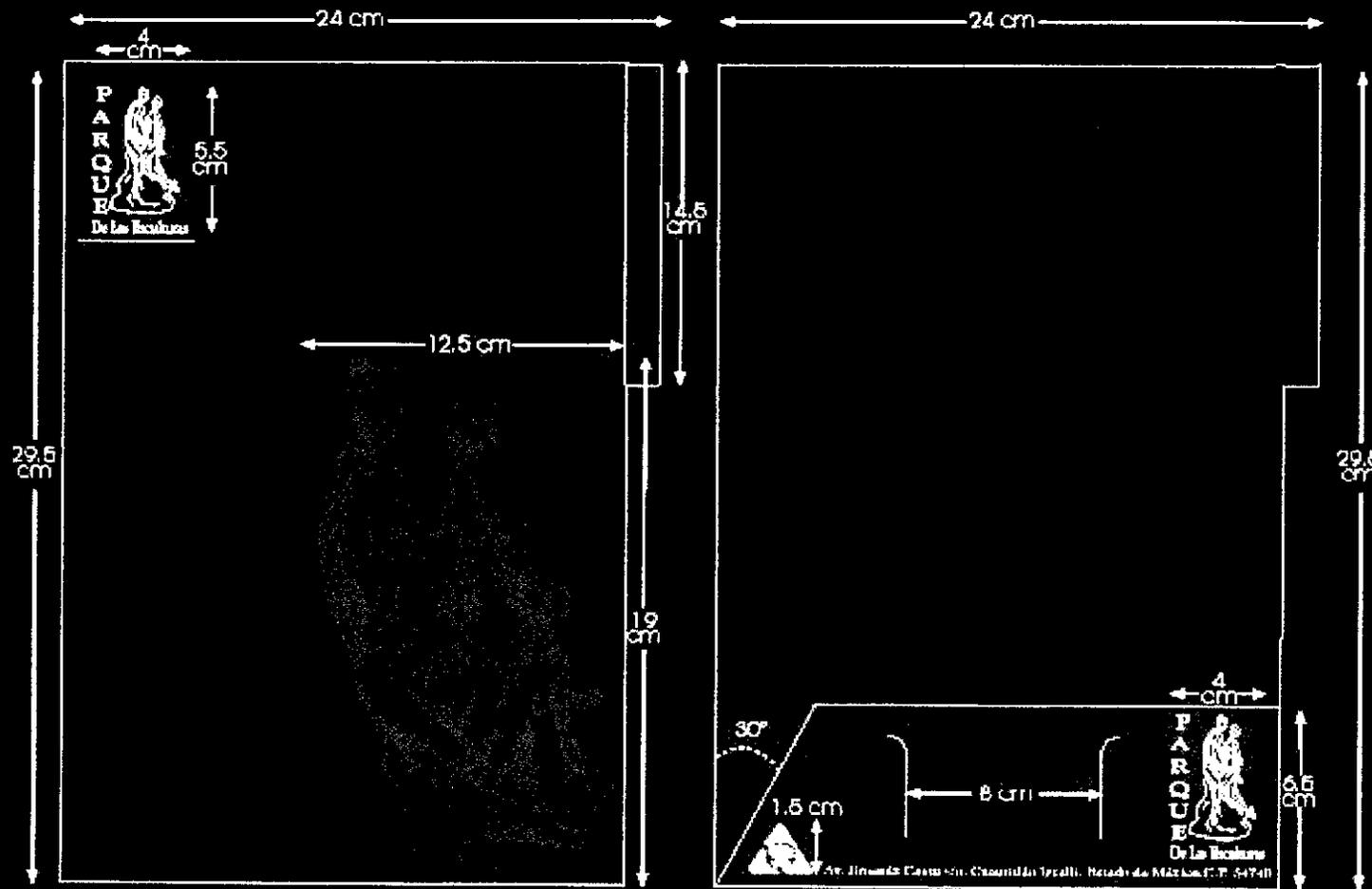
4.10.3. SOBRE TAMAÑO CARTA, USO GENERAL

4.10.4. SOBRE TAMAÑO CARTA, CON VENTANA



Sobre tamaño carta y sobre tamaño carta con ventana (Escala 60% del tamaño real)

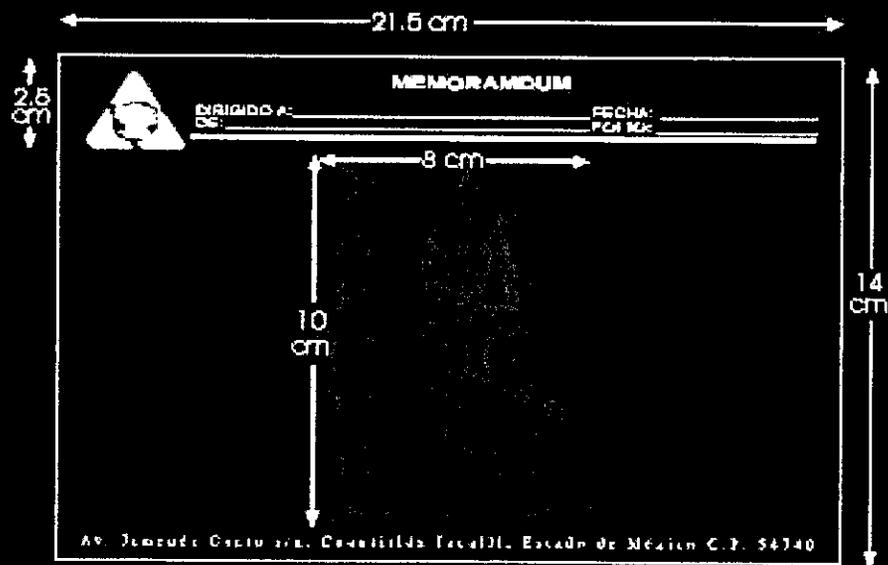
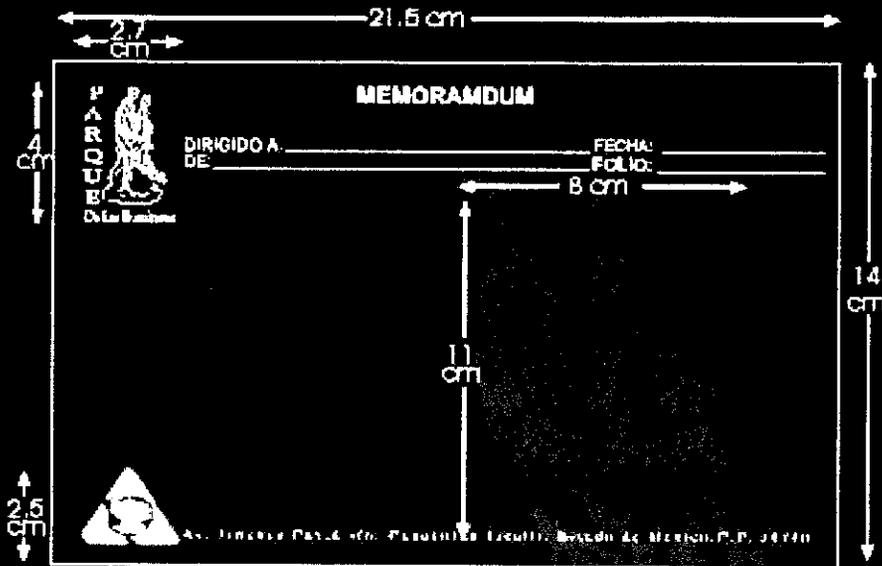
4.10.5 FOLDER



Folder Tamaño Carta (Escala 60% del tamaño real)

papelotería

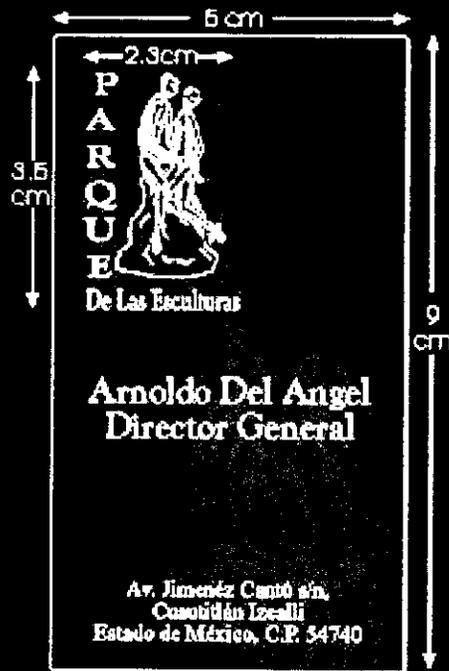
4.10.6. MEMORAMDUM



Memorandum (Escala 50%
del tamaño real)

MEMORANDUM

4.10.7. TARJETAS DE PRESENTACION



Tarjetas de presentación en formato vertical y horizontal, tamaño real.

4.10.8.RECIBO Y NOTA

14 cm

P			Recibo N°	
A		Se recibo de: _____	Fecha: _____	
R			R.F.C.: _____	
Q		Domicilio: _____		
E		De Las Esculturas		

Concepto	Importe
Total	

ATENTAMENTE



Lic. Arnulfo Del Angel
 Director de El Parque de las Esculturas
 Av. Juárez Castañón, Cuautlém Izcalli, Estado de México. C.P. 54740

14 cm

P			Nota N°	
A		Se recibo de: _____	Fecha: _____	
R			R.F.C.: _____	
Q		Domicilio: _____		
E		De Las Esculturas		

Concepto	Importe
Total	

ATENTAMENTE



Lic. Arnulfo Del Angel
 Director de El Parque de las Esculturas
 Av. Juárez Castañón, Cuautlém Izcalli, Estado de México. C.P. 54740

21.5 cm

Recibo y Nota (Escala 50% del tamaño real)

papeleria

4.10.9. HOJA DE CONTROL DE EVENTOS

21.5 cm

**P
A
R
Q
U
E**

De Las Esculturas

**Exposiciones y Eventos Programados
"Parque de las Esculturas"**

Fecha: _____

Dirigido a: _____

Evento: _____

Organizado por: _____

Autor: _____

casa de la cultura jardín del arte galería teatro al aire libre

A partir de: _____

Hasta: _____

ATENTAMENTE

Lic. Arnaldo Del Angel
Director de El Parque de las Esculturas

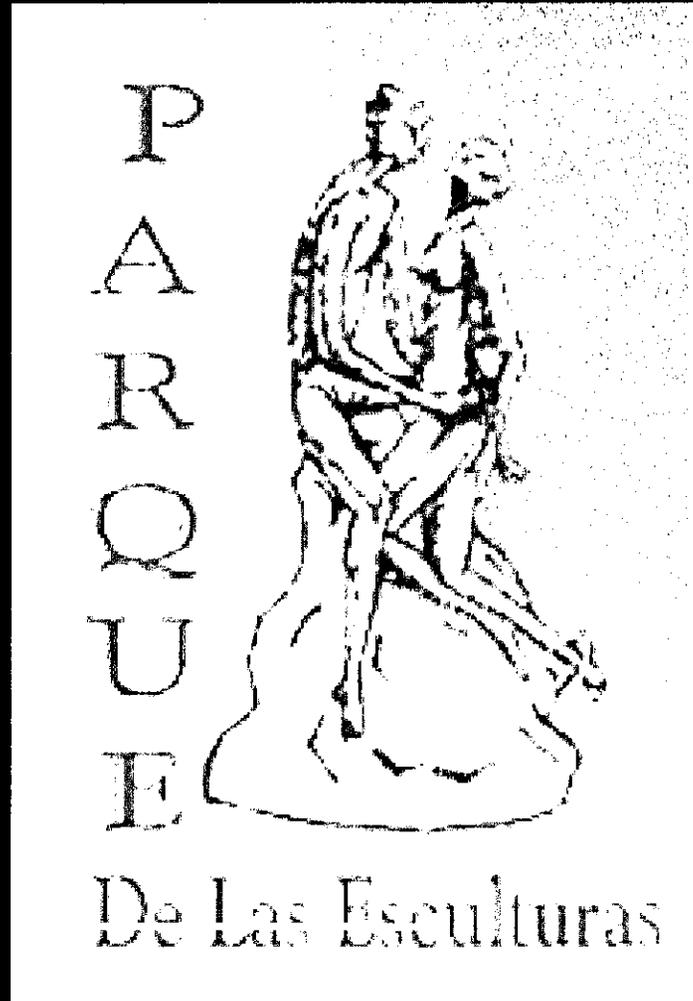
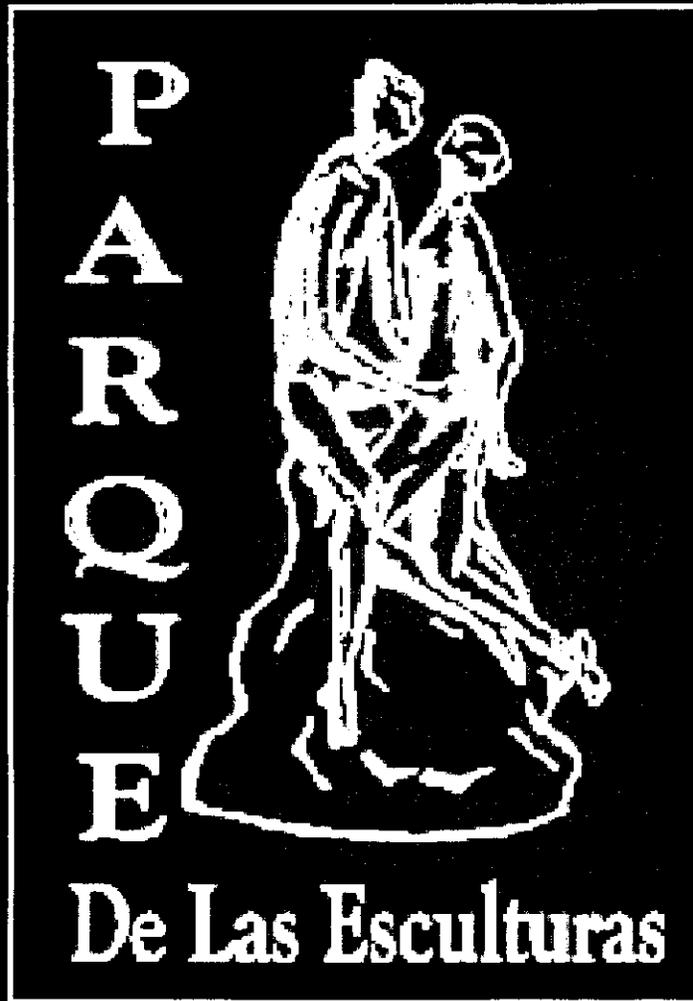
 Av. Juárez Cuatros Vías, Cuauhtémoc Insd. Estado de México. C.P. 54740

27.9 cm

Hoja de Control de Eventos (Escala
50% del tamaño real)

papereria

4.11. POSITIVO Y NEGATIVO



positivo y negativo

4.12. SEÑAL DE IDENTIFICACION (ROTULO)

Un punto importante a considerar en la Imagen Corporativa es la identificación del lugar a señalar a través del apoyo de señales, en este caso, se tomo en cuenta una señal de identificación o rótulo en la entrada de El Parque de las Esculturas, para que sirva de punto de referencia para el público visitante de que esa es la entrada al parque; debido a la extensión del lugar; existe otro acceso por la Casa de la Cultura, pero este regularmente permanece cerrado al público y solo es abierto en eventos especiales dentro del parque. Se colocó una señal provicional en el acceso principal pero como se mencionó ya anteriormente está no brindaba una imagen de identidad



Rótulo o Señal de Bienvenida para El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli.

al parque, además de que ésta era burda y tosca, por lo que se propone con los elementos del texto de bienvenidos y el logotipo del municipio de Cuautitlán Izcalli una composición similar en conjunto con la Identidad Corporativa de El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli.

Como en otros parques se podría considerar la posibilidad de crear un anuncio espectacular para la difusión del mismo (como el caso del Parque Naucalli), promocionando los eventos que se realizan mensualmente; esto a consideración de las autoridades del municipio de Cuautitlán Izcalli.



Propuesta de Rótulo o Señal Identificativa de Bienvenida para El Parque de las Esculturas de Cuautitlán Izcalli.

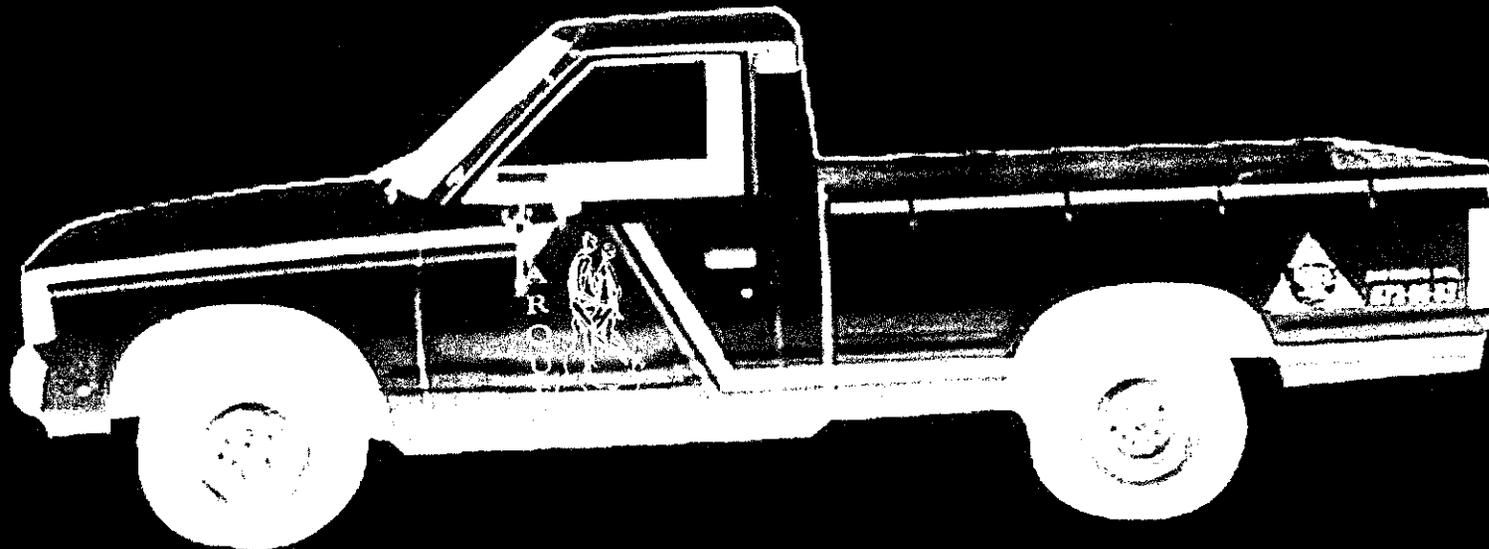
4.13. VEHICULOS

Algunas empresas o lugares a señalar o identificar cuentan con vehículos, para transportar personal y/o material de su posesión, por lo que es necesario que dichos vehículos se identifiquen como pertenencia de el sitio a identificar, en el caso de El Parque de las Esculturas, los posibles transportes a utilizar serían camionetas para llevar materiales y autos particulares para personal, siendo estos de la siguiente forma:

- Portezuelas Delanteras: Imagen Corporativa de El Parque de las Esculturas.

- Parte Lateral Trasera de Camioneta Pick up: Logosímbolo de el municipio de Cuautitlán Izcalli con el telefono correspondiente al palacio municipal.

La aplicación de la Imagen Corporativa será a través de ploteo de la imagen en vinil negro, ya que en este caso no es posible la aplicación de la imagen en color, debido al sombreado, es por este motivo que su aplicación será en negro al 100% y el tamaño aplicado a portezuelas será de 60 X 40 cms.



vehículos

4.14. PROMOCIONALES



PROMOCIONALES

4.15. VARIOS

4.15.1. GAFETES

El Gafete de Identificación de personal es muy importante dentro de lo que involucra a la Imagen Corporativa de una empresa o individuo ya que a través de este y como su mismo nombre lo indica sirve

para la identificación del personal que labora en el interior del lugar a representar, por medio de datos básicos se puede saber a quien se está dirigiendo y que función desempeña.

← 7 CMS. →

PARQUE
De Las Esculturas

PARQUE
De Las Esculturas

NOMBRE

PUESTO

Av. Jimenez Costilla, Ciudad de las Esculturas, P.R. 00981

10 CMS.

Medida del Gafete 7 X 10 cms.

PARQUE
De Las Esculturas

DIRECCION Y TEL.

FIRMA DEL INTERESADO

FIRMA AUTORIZADA

Av. Jimenez Costilla, Ciudad de las Esculturas, P.R. 00981

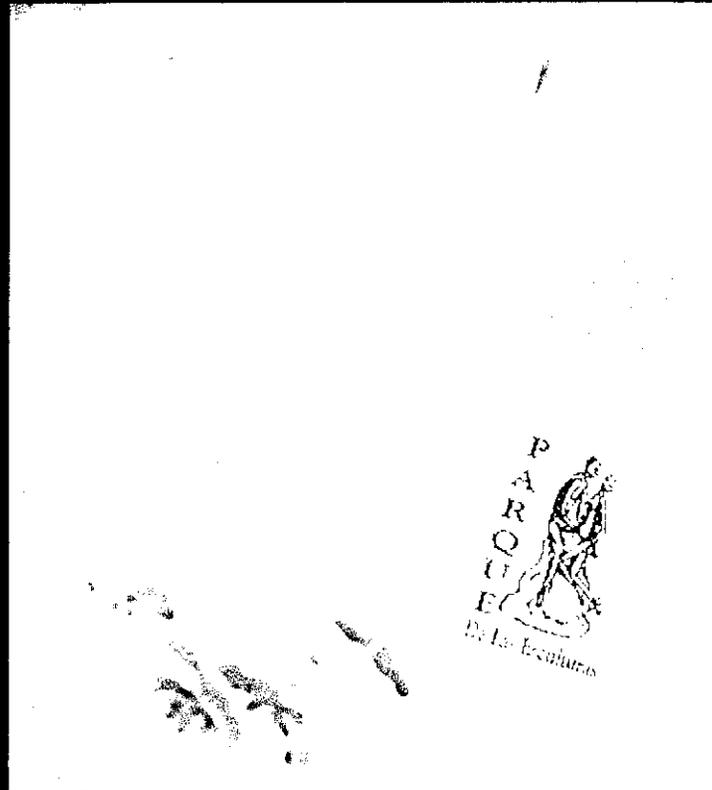
Parte Posterior del Gafete

gafetes

4.15.2. UNIFORMES

Un aspecto a considerar en los elementos que integran al Parque de las Esculturas, es el personal del mismo, que como se menciona en el punto anterior es necesario reconocer.

Para algunas tareas que realiza el personal del parque requiere de uniformes, tal es el caso de los jardineros, sus uniformes son de color azul marino y en la bolsa izquierda del pecho, siendo un punto de atracción del ojo humano se encuentra la Imagen Corporativa del Parque de las Esculturas en color blanco para que contraste del color del uniforme. en el hombro izquierdo se encuentra el logotipo del municipio en un tono azul claro.



4.17. APLICACIONES

Una vez que se ha designado las diferentes aplicaciones donde aparecerá la Imagen Corporativa, es importante considerar los materiales que se

emplearan para dichas aplicaciones, tales como soportes y técnicas de impresión. He aquí un cuadro, donde se relaciona la aplicación con sus respectivos materiales.

Documentos											
Hoja Carta	✓								✓		
Sobre Tamaño Carta		✓							✓		
Sobre T. Oficio, Uso Gral.	✓								✓		
Sobre T. Oficio, con Ventana	✓								✓		
Folder			✓							✓	
Memorandum	✓								✓		
Tarjeta de Presentación			✓							✓	
Recibo y Nota	✓								✓		
Hoja de Ctrl. de Eventos	✓								✓		
Señal de Identificación											
Señal de Identificación				✓							✓
Ventanas											
Ventanas				✓							✓
Promocionales											
Cantinflora					✓						✓
Llaveros					✓						✓
Lonchera					✓						✓
Playera						✓					✓
Tazas							✓	✓			✓
Vaso					✓						✓
Varios											
Gafetes			✓						✓		
Uniformes						✓				✓	
Calendario de Eventos											
Calendario de Eventos				✓							✓

CONCLUSIONES

El poder llegar al final de un proyecto de Diseño Gráfico (como en este caso la creación de una Imagen Corporativa), requiere de un proceso de investigación previa para poder conocer el proyecto y todos los elementos necesarios para llevarlo a cabo, como el cliente o producto; el objetivo que va a cumplir, es decir, la función que va a desempeñar; a quien va ir dirigido, o sea, el usuario; su historia; así como el ambiente que lo rodea. Estos datos son necesarios para poder dar una solución óptima al problema de Diseño a resolver, ya que el papel del Diseñador Gráfico no consta solo en plasmar una idea o concepto, sino también el de conocer sus antecedentes y su desempeño futuro; una vez que se ha obtenido dicho conocimiento, se puede desarrollar la idea o concepto gráfico contemplando la composición, el color, la forma y el texto, obviamente utilizando la información ya antes recopilada.

La realización de una Imagen Corporativa, abarca un campo extenso de información visual; al decir información visual, refiere a la competencia de elementos visuales ya

existentes en la sociedad como son marcas y logotipos de empresas o productos; y es que en la actualidad se requiere de identificarse y diferenciarse de los demás posibles competidores; es por esta razón que la Imagen Corporativa es una de las áreas más importantes del Diseño Gráfico debido a la demanda y necesidad existente de representación e identidad.

La Imagen Corporativa no solo cumple con la función de identificar a una empresa, producto o servicio (como ya se ha mencionado anteriormente), sino de representar a través de aplicaciones visuales. ¿Que quiere decir esto? Que la Imagen Corporativa va a estar presente en los elementos institucionales del lugar o producto que se va a identificar como son la papelería, los artículos promocionales, vehículos, etiquetas, etc., esto con el fin de proporcionar una unidad y personalidad al lugar por medio de la Imagen Corporativa.

La Imagen Corporativa no sólo proporciona una expresión visual de lo que es el representado, sino también brinda un

concepto de lo que es: su historia, el ambiente que posee en su interior y lo que desea proyectar al exterior; esto lo conjunta el Diseñador Gráfico con sus conocimientos visuales para lograr un concepto visual idóneo de identificación a través de la Imagen Corporativa; no solo en esta área del Diseño, sino cada vez que el diseñador Gráfico como comunicador visual que es, desea expresar y/o comunicar algo, requiere poseer un conocimiento previo de que es lo que se necesita, su objetivo y para quien; para que de esta manera busque y solicite, tanto al instinto creativo como a la razón, la solución correcta y precisa a la incógnita a resolver a través de no solo el conocimiento, sino de la realización de dicha solución, es decir, ***¡ el Diseño Gráfico!***

FUENTES DE INFORMACION

FUENTES BIBLIOGRAFICAS

- Areas Naturales Protegidas de México, 1993, Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), México.
- Arias Fernández , Ma. Antonia. García Sanz, Jesús. Martín Serrano, Manuel. Piñuel Raigada, José Luis. Teoría de la comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia, 2da. edición, 1982, Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Chaves, Norberto. La Imagen Corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional, 3ra. edición, 1994, Editorial Gustavo Gilli, México.
- Costa, Joan. Identidad Corporativa y estrategia de empresa, 2da. edición, Editorial CEAC, Barcelona, España.
- Clark, Nick. Como combinar y elegir colores para el diseño gráfico, 5ta. edición, 1999, Editorial Gustavo Gili, Barcelona España.
- De la Mota, Ignacio. Diccionario de la comunicación Tomos I y II, 1988, Editorial Paraninfo, Madrid, España.
- Dondis, D.A. La Sintaxis de la imagen, 3ra. edición, 1980, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona España.
- Frutiger, Adrian. Signos, símbolos, marcas y señales, 2da. edición, 1985, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, España.
- Germani - Fabris. Fundamentos del proyecto gráfico, 2da. edición, 1973, Editorial Don Bosco, Barcelona, España.
- Hickethier, Alfred. El cubo de los colores, 1991, Editorial Limusa, México.
- Manual Informativo del municipio de Cuautitlán Izcalli. Proporcionado y editado por el Palacio Municipal de Cuautitlán Izcalli, 1997, México.
- Moderna Enciclopedia Universal Tomo 4, 1978, Ediciones Nauta S.A., Barcelona, España.

- Murphy, John. Como diseñar marcas y logotipos, 1989, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, España.
- New Logo and Trademark Design, 1998, P.I.E? Books, Tokio, Japón.
- Roselli i Mirales. Manual de Imagen Corporativa, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, España.
- Vilchis, Carmen. Análisis de los Fundamentos de la Metodología del Diseño, UNAM, México.
- Wong, Wucius. Fundamentos del diseño bi y tridimensional, 3ra. edición, 1982, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, España.

FUENTES DE INTERNET

- www.cuautitlan-izcalli.gob.mx
- www.mexico desconocido.com.mx/guías_md/edomex