

14  
2ej



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
MÉXICO

### Escuela Nacional de Artes Plásticas

## Diseño de una Identidad Institucional para Escuela de Cómputo

Tesis que para obtener el Título de:

LICENCIADA EN COMUNICACION GRAFICA

Presenta: Martha Yolanda Figueroa Páez.

Asesores: Prof. Joaquín Rodríguez  
Prof. Daniel Manzano



SECRETARÍA  
ACADEMICA  
Escuela Nacional de  
Artes Plásticas

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

*México D.F. Sept. 1993*



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

# **INDICE**

## **INTRODUCCION**

### **CAPITULO I**

#### **LA COMPUTACION EN LA EDUCACION**

##### **1.1 EDUCACION**

###### **1.1.1 Concepto**

###### **1.1.2 Proceso Educativo**

###### **1.1.3 Funciones y niveles**

##### **1.2 APRENDIZAJE EN LA COMPUTADORA**

###### **1.2.1 Enseñanza por computadora**

###### **1.2.2 Usos**

###### **1.2.3 Ventajas**

##### **1.3 Instituto latinoamericano de estudios computacionales**

###### **1.3.1 Historia**

###### **1.3.2 Actividades desempeñadas dentro del plantel.**

###### **1.3.3 Objetivos de la Institución**

## **CAPITULO 2**

### **LA IDENTIDAD GRAFICA EN LA COMUNICACION VISUAL**

#### **2.1 COMUNICACION VISUAL**

##### **2.2 La Identidad gráfica**

##### **2.3 Relevancia de la identidad gráfica para la comunicación**

##### **2.4 Formas de representación**

## **CAPITULO 3**

### **PLANEACION Y DESARROLLO DE UNA IDENTIDAD INSTITUCIONAL.**

#### **3.1 METODOLOGIA**

#### **3.2 PRIMERA ETAPA**

##### **3.2.1 Primeras imágenes**

##### **3.2.2. Alternativa o elección final**

#### **3.3 SEGUNDA ETAPA**

##### **3.3.1 Adecuación tipográfica**

##### **3.3.2 Trazos auxiliares**

**3.3.3 Red de apoyo**

**3.3.4 Zona de restricción**

### **3.4 TERCERA ETAPA**

**3.4.1 Pruebas de color**

**3.4.2 Aplicación en papelería**

**CONCLUSIONES**

**BIBLIOGRAFIA**

# I N T R O D U C C I O N

Desde la década de los 60', se dió un gran avance en la cibernética y los sistemas computacionales, donde la participación de la ciencia aplicada ha creado avances increíbles en la tecnología de nuestros días.

Actualmente es muy notoria la utilidad de la computación la cual se ha infiltrado en todas las áreas profesionales y a todos los niveles educativos. De esta forma encontramos que, se ofrecen cursos desde estudiantes de posgrado en las universidades hasta en los jardines de niños donde se enseña computación a los bebés de escasos 4 ó 5 años de edad.

Al adquirir este auge la computación ha creado otras necesidades como mejorar los programas y máquinas que se usan en el presente, haciéndolas cada vez más sofisticadas, más prácticas y menos costosas. Como consecuencia de este hecho, encontramos que ha acrecentado la necesidad de escuelas que se dediquen a impartir enseñanza de los programas computacionales que día con día van surgiendo. De esta manera, han nacido en nuestro país varias escuelas que imparten cursos a diferentes niveles, una de ellas es el Instituto Latinoamericano de Computación (ILEC) que imparte enseñanza en esta área a nivel técnico.

Así como este instituto existen otros más, dedicados a la misma labor lo cual significa que, existe una gran competencia en el mercado de la enseñanza de la computación. El ILEC tiene el propósito de ir a la vanguardia de las escuelas privadas que brindan este servicio y para lograrlo necesitan una estrategia de promoción donde intervenga una imagen gráfica que los represente e identifique en el mercado de acción.

Debido a lo anterior, surge una inquietud en los directivos del ILEC, quienes se percataron de que su imagen gráfica es obsoleta y común. por esta razón, acudieron por apoyo a los servicios del diseño gráfico

para la elaboración de una nueva imagen, que los represente y cambie positivamente su imagen en el mercado, otorgándoles distinción e identidad con respecto a las demás escuelas.

Es aquí donde surge el presente proyecto cuyo objetivo será la elaboración de una identidad institucional, para una escuela de computación a nivel técnico.

Durante el desarrollo de la presente tesis se describe la historia, actividades y objetivos de la institución. Además de la importancia de la adquirir una imagen gráfica para lograr un impacto en el posible alumno y así lograr su preferencia, influenciando distinción y seriedad frente a la competencia.

El capítulo uno describe la importancia del proceso educativo por el cual se pueden obtener conocimientos que afectarán su nivel educativo como económico y socio-cultural. También se conocerán las ventajas del aprendizaje en computadora en cuanto a su uso, ventaja y aplicación, considerándola como una herramienta de apoyo en el proceso educativo.

La descripción de las técnicas visuales que intervienen en una imagen gráfica, así como los factores de composición y color son abordados en el capítulo dos, en el se describen los diferentes tipos de imágenes gráficas, los componentes de una imagen institucional, características y tipos diferentes, considerando la importancia que representa para la buena comunicación entre el público y la propia institución en este caso.

Una vez descritos los objetivos y bases de una identidad institucional se procederá a la descripción de lo que implica diseñar una imagen gráfica con las características específicas para una institución educativa, este desarrollo es abordado en el capítulo tres, mediante tres etapas que describen la metodología para la obtención de la identidad institucional, mismo que será usado en la papelería de la propia institución como: hojas membretadas, targetas de presentación y sobres, alcanzando el objetivo de su creación: la representación gráfica del ILEC.

Capítulo  
La computación en la educación







# **"LA COMPUTACION EN LA EDUCACION"**

## **1.1 - EDUCACION**

1.1.1 - Concepto.

1.1.2 - Proceso Educativo.

1.1.3 - Funciones y niveles.

## **1.2 - APRENDIZAJE EN LA COMPUTADORA**

1.2.1 Enseñanza por Computadora.

1.2.2 Usos

1.2.3 Ventajas

## **1.3 - INSTITUTO LATINOAMERICANO DE ESTUDIOS COMPUTACIONALES. (ILEC)**

1.3.1 - Historia

1.3.2 - Actividades desarrolladas dentro del plantel.

1.3.3 - Objetivos de la institución.

## 1.1 EDUCACION

### 1.1.1 Orígenes y Concepto

La palabra educación contiene un claro sentido antropológico pues tiene que ver con el ser humano y su desarrollo, ya que nace y muere con él y es tan complejo como su misma vida.

El ser humano se va formando y educando, durante toda su existencia: no solo vive bajo presiones externas si no que hace su vida gracias a que tiene conciencia de sus actos, el cual se reconoce a si mismo a través de todos los momentos de su existencia múltiple a menudo en conflicto con sigo mismo.

Su existencia cambia conforme transcurre su vida, a través de los diferentes conocimientos que va adquiriendo en su interacción con el medio ambiente que lo rodea. Cuando está modificación toca lo íntimo de su persona se traduce en una manera de ser, donde el acto educativo tiene efecto.

El concepto de educación se origina en dos raíces latinas: por un lado del verbo "Educo-as re", que significa crear , amamantar o alimentar, y por otro del verbo "Educo -is-ere", que sugnifica extraer de dentro hacia afuera .

De acuerdo con ambas ideas, se entiende la educación como un proceso en el cual la persona que educa extrae todos sus conocimientos (educó-is ere) para alimentar (educó-as-ere) dar sus conocimientos y experiencias a sus pupilos. Logrando en el alumno un desarrollo del saber que beneficiará su vida futura.

Como ilustración podemos decir que la realidad educativa ha existido en todos los pueblos y en todos los tiempos. De manera muy rudimentaria, los pueblos primitivos han ejercido la educación. Debido a ella el hombre se transforma adaptando y adaptándose a la vez a su círculo de vida. La educación es un hecho inseparable de la vida humana forma parte del ser, y es una de sus principales funciones.

Jaume Sarramona <sup>1</sup> clasifica la educación en 3 tipos:

- a) Aquella que se desarrolla en una institución social y le da un contenido histórico - sociopolítico.
- b) La que se emplea para designar el resultado o producto de acción cuando se habla de buena o mala educación.
- c) Y el proceso que relaciona a dos o más seres humanos y los pone en una situación de intercambio y de influencias recíprocas.

Pero no solamente al hombre como individuo le es necesaria la educación en su crecimiento anímico y cultural la vida de los pueblos depende en definitiva de la acción educadora. Gracias a esta acción los pueblos conservan su fisonomía étnica, por esta acción logran tener niveles de vida más elevados, el hombre llega a ser parte de una comunidad social al adquirir el lenguaje, las costumbres, las maneras de sentir, etc; en suma, el género de vida de dicha comunidad. Que a su vez progresa en virtud de nuevas y mejores formas de vida que son conocidas entre sus miembros.

El hecho educativo posee también un carácter particular, el hombre se educa a lo largo de un proceso ya que su vida recorre etapas sucesivas sin facilidad de continuar de esta manera tenemos que la infancia, adolescencia, juventud, madurez y senectud son los diferentes cambios que experimenta el ser humano, inconfundibles, bien delimitados, de este recorrido existencial humano. Estas edades del hombre codeterminan en decisiva medida, estructura y ritmo del proceso educativo.



Cada una de ellas ofrece una serie de caracteres que logran influenciar por una parte, condicionando el proceso y por otra, lo favorecen y estimulan.

## 1.1.2 Proceso Educativo



La educación como hecho coincide con el concepto genérico de la asimilación de la cultura. Decimos que un individuo se educa en la medida en que se cultiva cuando su esencia personal se va complementando asimilándose los productos culturales. Para que esta asimilación se lleve a cabo es preciso que existan de antemano semejantes bienes de la cultura como realidades propias, independientes de quien las creó y de quien las recibe.

El proceso educativo inicia en un ambiente determinado donde el niño al nacer encuentra ya un acervo de bienes culturales, un conjunto o repertorio de experiencias que orientan y encauzan la vida de los adultos.

El fenómeno educativo es una interacción que se realiza mediante la obra de cooperación voluntaria. Se dice que el acto educativo es bilateral precisamente porque se consuma entre dos personas, educador y educando, que tienen un designio común.

Para Sarramona<sup>2</sup> el proceso educativo se encuentra determinado por dos características que a continuación se describen:

a) La educación como acción.

Donde se refiere a los componentes primarios que son el educador y el educando.

b) Con una integración

Se refiere a la intención de llevar a acabo una educación.

---

<sup>2</sup> IBID , P.28

El desarrollo de tal acción involucra diferentes métodos propios para el buen cumplimiento de esta. Las metas en el proceso educativo se logran gracias a una serie de métodos sistemáticos que varían según las necesidades del educando.

El acto educativo tiene en su entraña el querer sin éste, no hay movimiento formativo real, el educador ejerce innegable influjo en el , es supuesto de todo hecho pedagógico; y del éxito del proceso educativo no reside en una acción indiferente, sino en el entusiasmo en el discípulo a fin de que éste haga suyo el bien cultural ofrecido a opción. La educación es un encuentro activo de educador y educando, una actividad unificada de formación irresistible de inclinación del saber y la voluntad incontentada de cultura.

El buen educador no impone tan solo propone. Educar significa promover un espíritu para alcanzar una atención importante en el alumno en el fenómeno educativo, crea una recepción periférica y una elaboración centra. Recepción de lo propuesto y elaboración de lo elegido por el educando.

"En su esencia la educación es proceso y sólo proceso<sup>3</sup> todo movimiento del espíritu apunta en definitiva, a la obtención como resultante de cierta conciencia. La capacidad de conocimientos conduce a una mayor acción. Cuando existe la aplicación del saber adquirido da como resultado un progreso en el saber, de utilizar lo aprendido la educación es actividad que conduce a mayor actividad. debido a las diferentes actividades que realiza el educado cada vez que aprende nuevas cosas, las cuáles requieren de cierta ejecución. En este proceso toman parte dos factores el psicológico y el social los cuales corren paralelos ya que, la difusión de la cultura en el mayor número de los miembros de una comunidad es crecimiento social.

**La función del proceso educativo es una constante reorganización o reconstrucción de la experiencia, presenta en todo momento un fin inmediato y del mismo modo en que es educativa la actividad, alcanza su fin la transformación de la cualidad de la experiencia. Infancia, adolescencia, juventud, edad adulta, todas se hallan en el mismo plano educativo en el hecho de lo que realmente se aprende y cada una de las etapas de la experiencia forman el valor de esa experiencia, en el sentido de que el oficio principal de la vida en todo momento es lograr que los seres humanos contribuyan así al enriquecimiento de su propio significado perceptivo.**

**En el desenvolvimiento del educando existen dos factores permanentes: sus disposiciones naturales y su ambiente cultural (social). El desarrollo no es igual en todos los hombres ya que algunos logran un nivel educativo más rápido que otros pues estos se muestran mas hábiles en alguna destreza manual o intelectual.**



### 1.1.3 - Funciones y niveles.

Es intensa y de suma importancia la labor educadora su función es conservar a manera de realidad viviente los tesoros culturales de la comunidad la vida humana vive debido a estos bienes que la forman.

El crecimiento y la conservación educativa se combinan a su vez con la continuidad, el conocimiento de los rasgos culturales es gradual el hombre va conformando su mundo espiritual poco a poco. Por lo cual no es posible que se salte ciertos conocimientos primarios de la ciencia con el fin de elevarse a ciertos conocimientos más elevados. Por ejemplo: el conocer si una pintura es estética e importante, se necesitaría conocer previamente el arte estético.

Los trabajos educativos ofrecen variadas modalidades. En ocasiones se produce de forma espontánea e inadvertida, esto se refiere a la forma de adquirir ciertas costumbres y hábitos debido a la acción imitativa de los hombres, a este proceso de educación se le llama espontáneo o reflejo, de modo natural, se aprende paulatinamente la lengua vernácula, así como los usos y costumbres, los juegos y deportes y las tradiciones de la vida social, el método de la educación espontánea es la imitación.

Por otro lado tenemos una producción de conocimientos consientes que se producen con un fin específico de aquí surge la educación intencionada, esta serie de conocimientos se adquieren generalmente en la escuela.

En los pueblos primitivos aparece la educación espontánea pura. Pero también forma parte activa en los pueblos civilizados, con sus sistemas

de educación e instrucción, la base de toda educación posterior. La educación funcional en los niveles superiores resulta una técnica en la educación. La educación espontánea y la técnica tiene los mismos objetivos y obedecen a los mismos estatutos. La educación se ve influenciada en los cambios, crisis, y decadencias que presenta la cultura. La educación es el parámetro y testimonio de estas variaciones. Dándose así diversos niveles educativos.

Es bien cierto que dentro de una comunidad no todos poseen el mismo nivel cultural, al contrario, una gran cantidad de diferencias tienen perfiles de contraste. Junto a hombres de letras de fama internacional.

Los bienes culturales de cada pueblo no son estáticos la ciencia cambia de forma progresiva, los usos cambian, las formas artísticas se desarrollan la transformación, en forma lenta, en otras ruda, que alteran los bienes que lo integran, es resultado de una pelea entre dos fuerzas rivalidades. Los bienes culturales tienden en cierta forma a estabilizarse por otro son objeto de una interna evolución. La función educativa como asimilación de forma de vida cultural es testimonio de ello.

"La vida económica se encuentra estrechamente ligada con la educación a sí mismo con las transformaciones de los niveles sociales"<sup>4</sup> la educación económica tiene dos aspectos: por una parte está enfocada a cultivar las destrezas y técnicas con la mira de producir la riqueza social, por otra, trata de despertar en el educando la conciencia de la vida económica moderna de la injusticia de este orden de hechos reales.



Los patrones o formas de vida que se adquieren mediante el aprendizaje se originan de fuentes externas de comportamiento. Lo cual hace suponer que todo individuo será expuesto a varios patrones designados en su mayoría para una aceptable forma de vivir.

Sarramona<sup>5</sup>, presenta una división de los diferentes niveles educativos influenciados en cierto modo por patrones:

- 1.- Nivel Filosófico: Incluye el nivel filosófico de ver la vida.
- 2.- Nivel social: El desarrollo en la vida diaria en relación con la vida social
- 3.- Nivel Personal: Realización con las diferentes metas que proponga el individuo mismo con respecto a los objetivos de desarrollo laboral que este desee.

La labor educativa es amplia en cuanto a sus procesos para el aprendizaje, teniendo en cuenta cada momento para dejar la influencia de un patrón. Dichas funciones no dejan desapercibido el hecho de que todo individuo posee su privacidad para elegir el cambio de educación que desee tomar, la cuál será influenciada por su manera de vivir.

## 1.2 La Computadora como un medio

### 1.2.1 Enseñanza por computadora.

"Instrucción por computadora" es una palabra usada comúnmente debido a su extensa difusión en los últimos años. El término "instrucción" involucra una serie de indicaciones para lograr una función en específico, cada vez que se transmite o enseñe cualquier tipo de conocimientos en este caso de computación.

La tecnología en rápido desarrollo es una gran promesa como modo de aprendizaje por sus beneficios para lograr una enseñanza más eficaz. La computadora es una brillante oportunidad con todas las ventajas y quizá algunos problemas de manejo al usuario. Las computadoras personales serán dominantes en la educación, pero es un error creer que estamos hablando de las computadoras que en la actualidad vemos a nuestro alrededor tan sólo estamos en el inicio de la etapa del desarrollo computacional a pesar de los modelos sofisticados que presentan algunas marcas de equipo de cómputo (hardware) como Apple y las computadoras personales de IBM entre otras son apenas unas sombras de los tipos de máquinas que dominarán la forma de educación.

En ocasiones se le toma una excesiva importancia a la tecnología, logrando un interés mayor que trata de excluir la enseñanza. Por ello, no debemos olvidar que la tecnología no es aprendizaje, sino complemento.

El verdadero interés por la computadora en la enseñanza consiste no en la de su precio ni en el incremento de sus capacidades, lo que es obvio para todos, sino en su efectividad como instrumento de aprendizaje.

El verdadero interés por la computadora en la enseñanza consiste no en la de su precio ni en el incremento de sus capacidades, lo que es obvio para todos, sino en su efectividad como instrumento de aprendizaje.

La tecnología del circuito integrado está en sus inicios y podemos decir que las posibilidades para adquirir el equipo no será difícil en cuanto a costo se refiere al incremento en sus equipos y la reducción en su tamaño.

Las personas en nuestra sociedad necesitan comprender las diferentes formas de como utilizar la computadora necesitan entender los resultados tanto positivos como negativos de cada uno de estos usos. "Las computadoras serán el mecanismo para manipular las oportunidades de los alumnos en la difusión de cursos basados en ellas, áreas que actualmente tienden a disminuir, cursos que de otra manera no estarían disponibles"<sup>6</sup>.


Existen pocos cursos para ampliar el conocimiento de estas variantes ya que comúnmente se toma como instrucción por computadora una vaga historia o el aprendizaje a programar en una forma simplificada, la instrucción asistida por la computadora demanda preparación por tratarse de una herramienta valiosa, por lo tanto se necesitan cursos especializados para cada grupo dirigido así la instrucción por computadora para maestros es una urgente necesidad nacional. Los cursos para instructores en sistemas computacionales necesitan considerar la importancia de usos futuros tales como procesamiento de textos, manejo de finanzas personales y sistemas para resguardo de registros, así como de material creativo.

El desarrollo de instrucción asistida por computadora demanda de previsión; "el aprendizaje debe ser un proceso activo, si se desea que sea realizado eficientemente las computadoras pueden proporcionar un excelente medio para este aprendizaje interactivo"<sup>7</sup>.

Poco a poco más escuelas cambiarán hacia las computadoras para la difusión de los materiales para la enseñanza, a pesar de los obstáculos para impartirla, como lo es la falta de profesores que impartan estos conocimientos. La mala práctica, común tanto con las computadoras como con otros medios de aprendizaje más antiguos es la falta de conocimientos frescos. Puede ser que las restricciones financieras en las escuelas, las presiones comerciales, las presiones creadas por el mercado de los hogares ocasionen problemas en la enseñanza por computadora donde el alumno llega a carecer de aprendizaje individualizado. Probablemente el problema en cuanto al uso de la computadora en la enseñanza se refiere es el no reconocer el potencial de la computadora como un medio de intercambio. Materiales pobres y de muy poca influencia mutua (interacción) dan lugar a que muchos estudiantes tengan que leer en la pantalla antes de hacer cualquier cosa.


Los buenos materiales de aprendizaje tienen como medio característico importantes procesos de interacción. Considerando que la efectividad de la computadora es útil como instrumento de enseñanza.

A pesar de las dificultades a las que se enfrenta todo proceso educativo computacional para resolver "problemas" asociados con el aprendizaje, existe afortunadamente un panorama óptimo en la resolución de este por medio de cursos especiales para capacitar a más maestros en el buen uso del equipo.



### 1.2.1 Usos y Beneficios.

---



Es necesario hacer énfasis sobre las diferentes maneras como puede usarse la computadora en la educación, sin excluir ninguna posibilidad. Como en la resolución de problemas donde la computación es una herramienta para ampliar el intelecto, o su uso en tutoriales y de diálogo con muchas variantes cada uno. Los materiales de los mejores proyectos son representados en la panorámica de la computadora. Las proyecciones para el futuro son importantes por lo cuál Bork Alfred considera que: "La computadora como una herramienta única para el aprendizaje últimamente ha estado disponible a la investigación en el área de la educación"<sup>8</sup>.

El desarrollo de nuevo material instructivo por computadora y la investigación asociada, tendrá un importante efecto, ya que la computadora permite al lector jugar un rol activo. En el mejor caso podríamos tener una completa comprensión, logrando ser mejores materiales de aprendizaje por computadora. Los usuarios pueden tener muy diferentes necesidades con respecto al tipo de control en el uso de su equipo ya que cada alumno podrá avanzar al ritmo que mejor le resultado y estará respondiendo a preguntas frecuentemente.

La computadora es un poderoso instrumento de aprendizaje, al menos dos factores son críticos al considerar la efectividad de la computadora en auxilio del aprendizaje: la naturaleza interactiva del aprendizaje basado en computadoras y la capacidad de individualizar la experiencia de aprendizaje a las necesidades de cada educando.

**Cada alumno tendrá la opción de avanzar como mejor le parezca conociendo más a fondo el manejo de ella por medio de la práctica.**

**La preparación de los profesores que impartan las clases requieren de un curso preparado por instructores altamente competentes, para lograr de esta forma un avance en los conocimientos del personal docente quien podrá determinar si el educando comprende o no. En caso negativo, se puede proporcionar ayuda directa para corregirlo.**

### 1.2.3. Ventajas

En los inicios del conocimiento la computación se le otorgó poca importancia en la enseñanza de la física y de otras materias. Pero al paso del tiempo ha logrado ganar la atención de varios usuarios debido a las ventajas que está presenta en los aspectos laborales al igual que el desarrollo y difusión de las relativamente baratas computadoras personales y a la creciente necesidad de actualizar el sistema educativo. Las capacidades instructivas de las computadoras proporcionan grandes ventajas sobre la mayoría de los demás medios educativos actuales.

Las ventajas de la instrucción basada en computadora son particularmente apropiadas para tratar con un severo problema en la educación: la enseñanza a un grupo de alumnos heterogéneos. Para Alfred Bork <sup>9</sup> la computadora tiene dos ventajas poderosas como medio de aprendizaje:

Primero puede hacer del aprendizaje una experiencia activa para cada persona si el maestro entra en conversación con el estudiante, pidiéndole constantemente que responda, que haga algo, que juegue un rol activo en el proceso de aprendizaje. En cintraste existe la enseñanza através de libros la cual tiene la desventaja de ser pasiva y por tal motivo tornarse tediosa, esto provoca el abandono más fácilmente.

Segundo el aprendizaje es la individualización en el caso de el libro es el mismo para todos sin hacer excepciones, sin diferenciar los conocimientos previos con los que cuentan los alumnos, sus intereses y otros factores, así que si la educación es individual habrá más empeño e interés en aventajar las lecciones.

Con la computadora podemos individualizar el aprendizaje de tal forma que cada estudiante recibe información específica a sus necesidades así se puede entender directamente las dificultades para solucionar un problema.

"La computadora posee un control nuevo y único sobre el espacio y el tiempo, tan es así que logramos un considerable grado de versatilidad cuando nos trasladamos de los libros a las computadoras". Así, en este sentido, la computadora es más como una película o una pantalla de televisión que muestra un texto, que como un libro. La capacidad de controlar el tiempo puede permitirnos enfatizar ciertos materiales (palabras, frases, oraciones, párrafos) para mostrar la estructura o aumentar la interacción.

"El uso de estas producirán grandes cambios en nuestro sistema educativo. Siendo un medio de aprendizaje la computadora es muy distinta de otros medios anteriores como los libros y las conferencias . Así la pantalla de la computadora es muy diferente a al página de un libro".<sup>10</sup>

Nos dirigimos hacia un sistema educativo completamente nuevo. En los próximos veinticinco años veremos cambios no sólo en la difusión tradicional del material educativo sino en la naturaleza de las instituciones a las que nos referimos como escuela. La computadora será el mayor mecanismo para el cambio, en algunos casos será ella sola, en otros lo será en combinación con el videodisco.

---

10 IBID p.191



## **1.3 Instituto Latinoamericano de estudios computacionales. ( ILEC )**

### **1.3.1 Historia**


Como una respuesta a la necesidad de capacitar gente en el ámbito computacional surge el grupo TRI-ALFA, una cadena de instituciones dedicadas a la enseñanza de carreras a nivel técnico donde enfocadas a la combinación de conocimientos en sistemas computacionales teóricos-práctico.

Tri-Alfa está integrado por 10 instituciones ubicadas en lugares como: Hidalgo, Pozarica, Pachuca, Estado de México Naucalpan, Tlanepantla y en la Ciudad de México: Centro y Nezhualcoyolt.

Cada institución, satisface diferentes demandas educativas, éstas dependen de la zona y las necesidades de preparación del grupo social donde estén ubicadas. En el caso del plantel ubicado en el centro de la capital mejor conocido como ILEC se satisfacen necesidades enfocadas primordialmente al ámbito computacional, el uso del equipo como también el manejo y aplicación de los diferentes paquetes de computo son las actividades propias de enseñanza ya que los planes de estudios están diseñados para lograr una integración entre teoría y práctica según la carrera técnica elegida.


Tomando en cuenta la importante necesidad de conocer los sistemas computacionales que surge debido a la actualización de diferentes empresas capitalinas, quienes adquieren equipo computo, para la agilización de sus necesidades laborales y quienes requieren que sus empleados tengan un conocimiento de ello; fué creado el ILEC

con el fin de suplir al capitalino dichas necesidades ofreciendo diversos planes de estudios y paquetería en general, tratando de satisfacer la demanda del estudiantado mexicano



involucrándose de así con los avances tecnológicos. Su objetivo es la formación de profesionistas honestos, creativos y responsables para el buen desempeño de las diferentes carreras que son impartidas en el plantel.

### **1.3.2 Actividades dentro del plantel**



Debido al cupo limitado que existe en nuestras escuelas superiores del D.F y la demanda de un sin fin de prospectos para la educación superior surgen las instituciones a nivel técnico, como una alternativa para los jóvenes estudiantes.

Las instituciones a nivel técnico se encargan de introducir al alumno en un tiempo corto y de forma práctica al conocimiento básico en relación con las carreras largas impartidas en universidades, logrando éste aprender lo necesario para poder laborar en su área lo más pronto posible.

ILEC toma como base lo anterior para poder configurar el grupo de carreras que serán impartidas en su plantel, considerando por supuesto las preferencias que se tengan en en algunas carreras en específico .

Cada una de las carreras impartidas van acompañadas por el conocimiento de paquetes de computo afines en el desarrollo práctico de los conocimientos adquiridos teóricamente. Con el fin de conocer las diferentes carreras impartidas en la institución a continuación se enlistarán:

**Computación en Secretariado Ejecutivo.**

<b>Teoría.</b>	<b>paquetes:</b>
<b>Ms dos, ver.5</b>	<b>Wordstar</b>
<b>Word Microsoft</b>	<b>Word Perfect</b>
<b>Works.</b>	<b>Lotus 1,2,3</b>
<b>Exel</b>	<b>Formtool y Sidekick</b>

***Computación en Dibujo Arquitectónico.***

<b>Teoría.</b>	<b>Paquetes:</b>
<b>Ms dos, ver.5</b>	<b>Word Microsoft</b>
<b>Wordstar</b>	<b>Easy cad</b>
<b>Fast cad</b>	<b>Auto cad</b>
<b>Paint Brush</b>	<b>Corel Draw.</b>

***Computación en Diseño Grafico.***

<b>Teoría.</b>	<b>Paquetes:</b>
<b>Ms dos ver.5</b>	<b>Paint Brush</b>
<b>Digitalización de Imagenes</b>	
<b>Draw Perfect</b>	<b>Story Bord</b>
<b>Ventura Publisher</b>	<b>Harvard Graphics</b>
<b>Corel Draw</b>	<b>Animaitor</b>

**Multimedia**

**Page maker**

**Técnicas de integración del Software.**

**Computación en Sistemas Contables y Administrativos.**

**Teoría.**

**Paquetes:**

**Ms dos ver.5**

**Wordstar**

**Siderkick**

**Coi Noi**

***Programador Analista***

**Teoría**

**Ms dos ver.5**

**Redes**

**Pctools**

**Word Microsoft**

**Works**

**Dbase 4**

**Cliper**

**Exel**

**Windows.**

**También se imparten cursos especiales a gente que sólo desea conocer los paquetes a fines a su profesión o trabajo, estos contienen exclusivamente los conocimientos del uso de la computadora y la paqueteria.**

### **1.3.3 - Objetivos de la Institución.**

El Instituto Latinoamericano de estudios Computacionales ha desarrollado adecuados planes de estudios para lograr mejores resultados en el aprendizaje de la computación.

En ILEC es de suma importancia suplir la necesidad del joven que desea adquirir conocimientos a nivel técnico con el fin de tener un desarrollo adecuado en las áreas social y laboral de la vida.

Dentro de las metas de la institución está el actualizar en la medida de lo posible los programas de computación (software), buscando versiones nuevas con el fin de poner al día al estudiante, en lo referente a paquetes. A sí mismo se desarrolla un intercambio de profesores a través de cursos, cuyo objetivo es que exista una retroalimentación de conocimientos en el área de mantenimiento de paquetes, con esta actividad se logra también la integración del trabajo en los diferentes planteles.

Tiene el interés de capacitar a su personal docente con conocimientos que vayan a la vanguardia de la computación para que se mantenga en un adecuado nivel académico y para respaldar su actividad laboral.

Al finalizar el plan de estudios cada estudiante tendrá que realizar el servicio social, actividad que servirá de utilidad en su formación de técnico profesional.

Debido a las dificultades que el alumno tiene para conseguir ocupaciones remunerables, por no coincidir las horas libres con los horarios que rigen el trabajo, se han diseñado planes de estudios cortos que permitan al alumno ejercer en poco tiempo consiguiendo

ocupaciones sin problema de horario, siendo además un complemento en su formación puesto que se involucra con la realidad profesional.

Se considera de suma importancia la necesidad de compromiso que todo estudiante de la institución debe tener como elemento importante del desarrollo laboral del país. Si el estudiante logra asociarse con lo anterior tendrá un campo de trabajo amplio y con perspectivas de aumentar cada día por la liga, cada vez más estrecha, de la computadora a las distintas actividades del ser humano , pudiendo desenvolverse tanto en el sector público como en el privado dependiendo cuál sea su profesión, deberá tener vocación por la superación e investigación.

El cuerpo administrativo de ILEC busca compaginar de una manera armónica cada uno de los objetivos antes mencionados para contribuir al avance educacional a nivel técnico en el país, por medio de la investigación y actualización como una manera propia de apoyar al estudiante mexicano lo mejor posible.

Capítulo  
La Identidad gráfica en la comunicación visual





# **LA IDENTIDAD GRAFICA EN LA COMUNICACION VISUAL**

## **2.1 Comunicación Visual**

## **2.2 La Identidad Gráfica**


## **2.3 Relevancia de la Identidad Gráfica para la Comunicación.**

## **2.4 Formas de Representación.**





## 2.1 Comunicación Visual



La comunicación visual es un tipo de lenguaje que se representa por símbolos y dibujos con alto contenido de formas y color mensajes directos, de fácil comprensión para quien los observa, no importando raza o cultura, por ejemplo: el círculo es una común en cualquier continente, pues lo distinguen como tal aquí en América como en cualquier otro lugar. De modo similar ocurre con los diferentes elementos que constituyen el lenguaje gráfico como son: el color y la diferente textura. Como todo lenguaje, utiliza para componer y comprender mensajes según el objetivo que se pretenda, funcionando así como un cuerpo de datos transmitido hacia un receptor es decir cumpliendo el objetivo de la comunicación; se puede definir como una estructura anatómica sensible al mundo que lo rodea es decir, a los estímulos físicos, del medio ambiente.

El ser humano a través de su percepción visual, recibe tales mensajes visuales que existen en su derredor. Estímulos nerviosos activan las células de sus ojos es en este momento que se inicia la actividad nerviosa de conexiones sinápticos que van llevando ese mensaje hasta el cerebro, donde se codifica o interpreta para después dar una respuesta conductual a ese estímulo.

Las sensaciones resultan de lo que observamos y tienen que ver con nuestro estado de ánimo. Todas ellas se caracterizan por la intensidad de impacto al receptor, su calidad y duración, son primordiales como herramientas fundamental es para la comunicación humana.

Cohen Jozef<sup>1</sup> afirma que: "Una información es temporal y transitoria, cambiante para un observador en un medio que se encuentra en movimiento; por lo tanto, es el estudio de los descubrimientos constantes de la información". De acuerdo con este concepto es muy importante considerarla al realizar un diseño pues debe lograr un impacto significativo en quien la ve, y lograr ser duradera, es decir queda grabada en la mente de quien la percibe.

Las formas gráficas provocan percepciones visuales como primer impacto, y logran influenciar al observador, de acuerdo con determinadas zonas de imagen.

Cohen enumera las características que poseen las formas gráficas:

a) brillantez, b) matiz, c) intensidad de color (saturación), d) tamaño, e) forma, f) ubicación, g) flameo vacilante, h) centelleo, i) transparencia, j) pulimiento y k) lustre.

Estas características se toman en cuenta para la creación de mensajes gráficos, es como si fuese materia prima útil en el acabado de los diseños.

Por lo anterior se entiende que las percepciones visuales son espaciales por que sus dibujos tienen posición; algunos están cerca, otros más se encuentran lejos, por esto, las imágenes son vistas con profundidad. Todo dibujo (diseño) se encuentra constituido a base de signos, dandoles una característica gráfica visible. Cada medio de comunicación visual se ha de utilizar de acuerdo con sus características y posibilidades de comunicación .

---

<sup>1</sup> Cohen, Jozef. **Sensación y percepciones visuales.** p.59

La comunicación por medios gráficos forma un grupo de datos para lograr transmitir un mensaje, el cuál está formado muy a menudo por "texto + imagen". La imagen es el resultado de la combinación de elementos, sígnicos, y cromáticos.

Los medios gráficos requieren de una objetividad, siendo esta de vital importancia ya que permite que el receptor comprenda cierto mensaje específico que el comunicador pretenda transmitir, por lo tanto, el diseñador debe conocer que las imágenes que nos rodean para así ampliar las posibilidades de contactos con la realidad, logrando un mensaje más directo.

La percepción del mensaje gráfico se establece por tres elementos esenciales:

- 1.- La forma como estímulo perceptivo, conduciendo mentalmente a la función y la sustancia del dibujo percibida.
- 2.-El color, un sentimiento psicológico y asociativo.
- 3.-La tipografía , como medio de comunicación simbólica y universal.

Gracias a estos elementos es posible esquematizar lo que se tiene en mente dando una apreciación individual de forma creativa por medio de la imagen gráfica, donde lo gráfico se utiliza para calificar cualquier descripción que es tan particularmente expresiva que casi se hace "presente" como imagen en la mente del receptor.

Esto se logra a base de signos gráficos dispuestos de modo intencional transmitiendo una cierta cantidad de mensajes por medio de la unidad de estos signos. Fabris<sup>2</sup> define a estos signos como una huella gráfica dejada sobre un soporte con un instrumento adecuado.

Los componentes de los signos son: la forma, el tratamiento y el lenguaje. Interviniendo de una forma directa, mismos que intervienen en el desarrollo de la identidad gráfica.

El mecanismo visual transmite percepciones visuales simples denominadas modos de apariencia. El mecanismo de la visión humana, como todos los sistemas ópticos, tienen un poder de resolución óptica llamado "agudeza", este se activa cuando intervienen distintos símbolos como estímulos.

En la comunicación visual encontramos una serie de elementos óptimos para un mejor entendimiento entre mensaje y receptor adecuándose de esta forma a diferentes tipos de población, sólo bastará con realizar una investigación de las características que presenten cada una de ellas, empleando los diferentes códigos de comunicación que presente dicho receptor, así con los objetivos de la comunicación visual.



## 2.2 La identidad gráfica

A través de la historia de la expresión visual, se puede notar que ha existido una preocupación por encontrar una imagen característica a través de distintos medios como el rotulado, el grafismo, la decoración, las artes y la arquitectura. En el desarrollo artístico y el diseño occidental se puede notar lo importante que han sido para su formación la cultura griega y romana ya que siguen siendo fuente de inspiración como dijo el historiador Abby Warbug "la continuación de lo clásico".<sup>3</sup>

La identidad define a una persona, grupo de personas, a una institución o una empresa, y se refiere a un conjunto de características propias y únicas, que como su nombre lo indica conlleva a una diferenciación en relación con los demás.

Como respuesta al individualismo, surge la identidad gráfica, que funciona como un vehículo que da una proyección coherente y cohesionada de una organización y también es un aglutinador emocional que mantiene unida a la empresa y la representa por medio de lo que se hace, donde se hace y lo explica, se presenta como logotipos y símbolos.

<sup>3</sup> Munari Bruno. El arte como oficio. p.43

La identidad institucional se proporciona mediante el lenguaje gráfico se proporciona a la empresa o institución una identificación por medio de una imagen gráfica, que transmitirá características y rasgos que la harán parecer como única, mostrando a los demás lo que son, cómo son y para qué sirven. Por tal motivo Publishing<sup>4</sup> considera a la imagen institucional como: " Un proceso complejo, que se desarrolla como algo natural el cual queda determinado por la actitud general de los directivos y empleados de una empresa."

Su función principal es identificar y diferenciar una organización un producto o un servicio, estos deberán manejarse con cautela, tratando que el diseño sea eficaz, atractivo y que se diferencie de las demás marcas; requiriendo esfuerzo y destreza para lograr un resultado óptimo cuando este expuesto directamente en el mercado cumpliendo además una función de memorización, la cuál se transfiere sistemáticamente a las manifestaciones diversa de las empresas, facilitando su reconocimiento instantáneo.

La identidad gráfica se diseña en base a las características de lo que esta va a representar por ello se clasifica en base a su aplicación en tres diferentes:

1. **Identidad Empresarial**, enfocada a la industria.
2. **Identidad de Producto o Marca**, da una imagen definida al producto dentro del mercado a través de una imagen llamativa y novedosa.
3. **Identidad Institucional**, para escuelas e instituciones de índole cultural.

La forma en que se adopten dichas imágenes influirán cuantitativamente su aspecto exterior adaptado un lenguaje propio, para comunicar el prestigio de los bienes que ofrece, logrando así diferentes emociones psicológicas en el receptor. Con la intervención de las características anteriores, el diseñador debe crear soluciones en respuesta a los requerimientos de la institución, del mensaje las funciones que desempeña, así como las demandas y condiciones socioculturales de sus destinatarios. Deberá considerar también que un mensaje gráfico es un conjunto de signos extraídos de un código visual determinado que son ensamblados según cierto orden, por medio de los cuales se crea un "sentido", emergiendo un significado e información.

En el desarrollo de la identidad gráfica o institucional (en el caso de una institución educativa) se llevan a cabo ciertos pasos en su elaboración, que dependen del estilo de trabajo del diseñador:

1. Análisis
2. Especificación
3. Estética
4. Concepto
5. Color
6. Tipografía

La importancia del ANÁLISIS, el cuál se logra a través de un acuerdo entre el diseñador y el cliente para tener los parámetros usuales dentro del mercado y para lograr una buena competitividad. Es necesario conocer el desarrollo histórico de la empresa, la posición en el mercado respecto a la competencia, la actitud personal, de los clientes y proveedores.

El siguiente punto es la ESPECIFICACION de conceptos que beneficien los servicios que proporcione la empresa tomando en cuenta la objetividad, y es donde se enumerarán cuidadosamente los objetivos según la prioridad de cualidades se representan por medio del dibujo por ejemplo: que imagen quieren transmitir (confianza, estabilidad, dinamismo, rapidez ect.)

Después tenemos la ESTÉTICA que se refiere al aspecto agradable, equilibrado en trazos y formas, siendo el resultado de la armonía de los diversos elementos que forman un diseño como son: el color, textura y las figuras o formas.

La estética, "desempeña un papel importante en el diseño de marcas y logotipos. No se refiere al buen gusto exclusivamente sino más bien a la forma de trabajar los objetivos de identidad mediante una serie de trazos y elementos que constituyen el diseño"

Otro paso importante es el CONCEPTO., por medio del cuál inicia la fase de imágenes plasmados por medio de elementos del diseño gráfico como la línea, figuras geométricas etc... De esta forma surgen nuevas imágenes acompañadas por una serie de variantes donde la tipografía y de color intervienen favorablemente.

El COLOR es otro elemento importante por ser un fenómeno óptico de fuerte impacto asociativo y psicológico, logrando en el observador tres diferentes impactos:

- 1).-Impresiona; cuando se observa, el color impacta y llama la atención a quien lo ve.
- 2).-Construye, por sí mismo un lenguaje comunicativo de una idea por medio de cierto simbolismo.
- 3).-Expresa, un significado según el pigmento provocando así una emoción con un significado. por ejemplo tenemos el color amarillo es llamativo aún desde un punto lejano, esto significa que tiende a expandirse invadiendo el espacio, el rojo es estático, tiende al equilibrio en sí mismo, el cian es concéntrico, cerrado sobre sí mismo indicando profundidad y lejanía, etc.

El color también influye en la memoria del observador, considerando los colores, el amarillo es el que más se recuerda como tal en cambio, el cian ofrece buena memoria pero en formas representadas por él, y así cada color influye en distinta manera.



Por lo tanto el color es una gran ayuda para reforzar el diseño del logotipo. John Murphy<sup>5</sup> expresa la importancia del color: "la elección de los colores demuestra también la necesidad de equilibrar la moda con valores estéticos más duraderos."

Siendo un elemento sugestivo e indispensable que presenta la naturaleza, influye en los servicios que se adquieren.

El último paso en la elaboración de la identidad gráfica es la TIPOGRAFIA, unidad significativa irreductible que involucra la escritura, esta se convierte en sonido breve de la voz humana, que por medio de una interpretación visible permanecerá sobre la superficie de su soporte físico. Por lo cual el mensaje que encierran esos trazos influirán en la mente y la visión de quien lo mire a través de tiempo, de tal forma que si el código fonético sirve a la voz humana desde la emisión de palabras hasta su recepción auditiva. La tipografía a través del código gráfico estimula el sistema visual desde la inscripción de las palabras sobre una superficie duradera hasta la percepción óptica del lector.

"La tipografía es la utilización de tipos o inscripciones, ya por sí solos, y en conjunción con otros elementos gráficos, para transmitir información o una idea del modo más eficaz que nos es posible dadas las limitaciones que nos imponen el tiempo, el dinero o las consideraciones técnicas"<sup>6</sup>

En la Comunicación visual la tipografía desempeña dos funciones:

- a).- Determinar el nombre o razón social que presenta la empresa o cliente.
- b).- Caracterizar por medio de ella el producto o servicio que se proporcione dando una información más extensa y detallada.

---

5 Murphy John. Como diseñar marcas y logotipos. p.36

6 Marion March. Tipografía Creativa. p.14

Para lograr un buen uso de familias tipográficas no basta con conocer lo anterior, si no que también la creatividad influirá, realizando diferentes opciones, revisando de esta forma una serie de modalidades y características del tipo, como por ejem: itálicas, negritas, laigh, medium.

La fuente del tipo consiste en todos los caracteres de la misma clase de un mismo tamaño habitualmente incluye mayúsculas signos de puntuación, puntos suspensivos, signos matemáticos ect.. Así mismo Las formas varían según las familias y los cuerpos; hay que revisar cuidadosamente todo lo disponible antes de elegirla, verificar si realmente tendrá el impacto necesario para los fines de su elección.

Su utilización es una de las herramientas más importantes y versátiles, dado que las variaciones y combinaciones de tamaños y formas pueden emplearse para modificar nuestra percepción del material visual. Tomando en cuenta las asociaciones en los productos.

La destreza tipografica es la habilidad más importante que debe poseer un diseñador de marcas y logotipos, debe ser capaz de reproducir la tipografía mediante dibujos, trazos etc.. La funcionalidad comunicacional muestra que un logotipo muy visual y notorio no es más leído, sino sencillamente visto y memorizado. Siendo la imagen global el resultado de un exhaustivo pero útil desempeño.

Ricardo Musatti, consejero de Olivetti afirma: "la identidad gráfica es una expresión clara de una empresa, institución o grupo"

La marca es un signo material adoptado por la empresa para distinguirse en primer lugar de los demás logrando así un intercambio económico, sus posesiones y actividades comerciales, funcionando así como un modo de venta ya que la marca de un producto propone calidad, cuando ha podido ser aceptado por el público logrando así el fin primordial que através de tiempo será reforzado. Surge de esta forma la importante necesidad de crear una marca o logotipo propio.

### 1.3 Relevancia de la Identidad Gráfica para la Comunicación.

La utilidad de la identidad institucional es realmente basta ya que marca una diferencia dentro del mercado. Esta competirá con un sin fin de anuncios, en carteles, folletos, revistas ect.. sin embargo si el diseñador logro una imagen lo suficientemente fuerte para dar frente a la competencia, por lo tanto la apariencia y significado deberán estar en continua relación.

Es necesario tomar en consideración un panorama amplio de las posibles variantes de propaganda en cuanto a uso se refiere, ya que el observador busca información sobre el propósito de las propagandas para posteriormente adquirir los servicios, logrando un efecto de confianza y distinción dentro del mercado.

Los logotipos pueden ser aplicados en muy variadas superficies como una propaganda, en vehiculos, productos, anuncios entre otros. Para obtener mejores resultados en este tipo de propagandas surgen como apoyo importante tres estrategias que apoyan a la diseñador para la elaboración de una serie de imagenes plasmados en volantes, folletos, comerciales, etc; para promover los beneficios a los receptores humanos.

En primer lugar tenemos la estrategia de la Persuasión, mediante la cuál se tratará de influenciar al comprador de una forma sutil haciendole creer que es de suma importancia que adquiriera el producto, por ejemplo asociando la compra, o será realmente inteligente un alto nivel ect... estrategia de la mostración de la indumentaria.

La finalidad de la composición se resuelve en el mensaje necesario e indispensable para transmitir el valor expresivo por medio de un lenguaje visible que sensibiliza el sentir para lograr de esta forma una emoción significativa que genera una respuesta, misma que llevará al receptor a la plena identificación y favoritismo de los bienes y servicios que ofrezca el logotipo.

Todo diseño deberá contemplar "El principio de universalidad" que menciona Joan Costa<sup>8</sup> este tiene tres vertientes:

**1) La Universalidad temporal:**

Un programa de identidad corporativa que esta hecho para durar, por tanto, no debe estar sujeto a modas pasajeras.

**2) La Universalidad espacial:**

Estar hecho para expandirse y para estar en muchos soportes o medios simultáneamente.

**3) La Universalidad Psicológica:** Estar hecho para se asimilado por un número indefinido, pero siempre importante de individuos, a veces correspondientes a diferentes países y culturas.

## 2.4 Formas de Representacion.

La comunicación por medios gráficos forman un grupo de datos para lograr transmitir un mensaje, el cual está formado muy amenudo por "texto + imagen". La imagen es el resultado de la combinación de elementos icónicos, sfgnicos, y cromáticos.

En toda comunicación visual la objetividad debe existir visual donde el receptor comprenderá cierto mensaje específico que el comunicador pretenda transmitir, por tanto, el diseñador deber conocer la imágenes que nos rodean equivale a y así ampliar las posibilidades de contactos con la realidad, y logrado así un mensaje más directo. Toda imagen se encuentra constituida a base de signos, los cuales son sensibilizados, para dar una característica gráfica visible. Cada medio de comunicación visual se ha de utilizar de acuerdo con sus características y posibilidades de comunicación para lograr que se perciba la imagen.

La percepción de la imagen se establece por tres elementos esenciales:

- 1.- Como estímulo perceptivo, conduciéndo mentalmente a la función y la substancia de la cosa percibida.
- 2.- Con color como asociación de un sentimiento psicológico y asociativo.
- 3.- Con tipografía , como medio de comunicación simbólica y universal.

Estos elementos son los medios por los cuales los comerciantes distinguen sus productos que los que otros ofrecen.

Una de las funciones clave de un logotipo es identificar un producto de los que ofrece una empresa.

Los logotipos comunican más que una simple imagen alusiva a cierto nombre, ya que su función incluye varias características importantes:

- Identifican un producto, un servicio o una organización.
- Lo diferencia de otros.
- Comunican información acerca del origen, el valor de calidad.
- Constituyen propiedades legales importantes.

Al consumidor le permiten comprar con confianza al mismo tiempo que le proporcionan una guía para elegir a través de una serie de productos variados con un mismo fin.

Este elemento representativo llamado logotipo permite adoptar de forma subconsciente, una decisión rápida cuando nos hallamos ante diferentes alternativas de consumo. Por medio de estos se logra una certera comunicación y distinción de los servicios que a través del producto ofrece el empresario al público. Cumpliendo así una doble función en beneficio a los propietarios como a los consumidores.

Para lograr los objetivos antes mencionados se realizaron una serie de propuestas en lo que se refiere a la solución del logo. De esta forma surge como primera opción realizarlo únicamente con el NOMBRE.

"En los primeros tiempos de los productos de marca era común que el propietario de un negocio pusiera su firma en los productos . A medida que crecieron los negocios , las firmas auténticas quedaron substituidas inevitablemente por firmas impresas"<sup>9</sup>

Surgen como resultado ciertas advertencias que aparecen en sus propagandas como: "no acepte imitaciones" o "si no tiene nuestra firma no es auténtico".

Existen diferentes formas de elaborar un logotipo por ejemplo:

A medida que paso el tiempo estas firmas funcionaron como logotipos convirtiéndose de esta forma una parte importante en la etiqueta de un producto. Este tipo de desarrollo conviene cuando el nombre es corto y fácil de recordar y manipular por los medios gráficos.

Por ejemplo:

AVON      KELLOGG'S      FIRESTONE      XEROX  
WILSON      BRAUN      YVES SAINT LAURENT.

Debido a la importancia de lo que implica el desarrollo de esta imagen, surgen otras opciones más, como la combinación del NOMBRE y un SIMBOLO, que funcionará como un envoltorio para lograr cierto impacto al expectador y permitiendo de está forma una serie de opciones de visualización de la marca, por medio del cual se podrá obtener una serie de opciones posibles para su representación.

Estos logotipos tratan el nombre con un estilo tipográfico característico, pero lo situán dentro de un simple simbolo visual o envoltorio de forma circular, cuadrada, triangular o quizá una combinación de estas, logrando resultados como los siguientes.

Para el caso de empresas en sociedad donde deben de intervenir en el los nombres de los socios o nombres realmente largos, surge como necesidad la simplificación de estos nombres para el mejor manejo en cualquier formato, optando por utilizar unicamente las iniciales Tal es el caso de:

IBM, RCA, JPS.

### **LOGOTIPOS CON EL NOMBRE EN VERSION PICTORICA.**

En este caso se toma como base para el diseño la tipografía, la que representará el servicio, se estiliza de acuerdo con la creatividad del diseñador, por ejemplo tenemos la "m" de Macdonals que funciona como un símbolo que a su vez representa a la empresa.

**COCA - COLA, MACDONALD's,**

Aunque se cambiara los nombres corporativos, el carácter distintivo y la integridad de los logotipos se mantiene. La combinación de nombre y diseño forman un estilo de logotipo que permite manipular de varias formas.

### **LOGOTIPOS ASOCIATIVOS**

Estos gozan de libertad, no incluyen el nombre del producto o de la empresa pero se asocian directamente con el nombre del producto o de la empresa, por ejem: la concha representativa de SHELL OIL, los logotipos asociativos son juegos visuales simples y directos. Tienen la ventaja de ser fáciles de comprender y proporcionan a sus propietarios una flexibilidad considerable

### **LOGOTIPOS ABSTRACTOS:**

Muchos de los logotipos que hoy se utilizan son puramente abstractos o al menos, representan ciertas asociaciones logrando efectos interesantes para el espectador e incluso se convierte en un patron para el uso de ciertos productos que contengan en específico dicho símbolo.

Esta opción de diseño en logotipos se ha reforzado debido a la gran influencia de los negocios orientales. La utilización de logos abstractos por parte de empresas triunfadoras dinámicas los han



puesto muy de moda. Estos en ocasiones son considerados como representativos de la esencia en cuanto al diseño contemporáneo se refiere.

El logotipo abstracto se llega a complicar si este no es manipulado de una forma adecuada, así que se recomienda sean manejados con cuidado.

#### LOGOTIPOS ALUSIVOS:

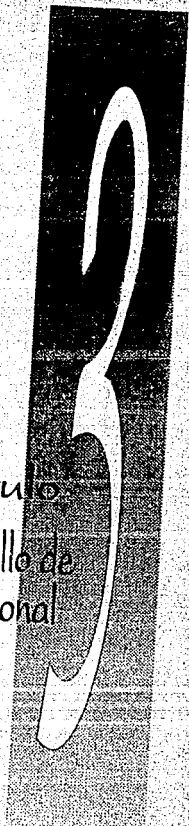
Resulta de una conexión entre el nombre y el logotipo, no es tan exacto como los logotipos asociativos.


En algunos logotipos la idea principal resulta algo compleja al parecer sin embargo, podemos decir que cuando es manejado adecuadamente este evoca a diferentes mensajes.

Por ejemplo: el logotipo de PHILLIPS nos comunica ondas de radio entre otros. Estas imágenes por lo general involucran al espectador de forma directa a una serie de conceptos que son posibles manejar según la información de imágenes que posea el espectador en la mayoría de los casos esta información se introduce de forma sutil.

De este modo logra identificar y diferenciar una organización, una institución o un producto, buscándo ser manejados con debida precaución dando una solución de diseño eficaz y atractiva que al mismo tiempo la diferencie de las demás.

Capítulo  
Planeación y desarrollo de  
una identidad institucional





## **Planeación y desarrollo de la IMAGEN GRAFICA**

### **3.1 METODOLOGIA**

#### **3.2 PRIMERA ETAPA**

##### **3.2.1 Imagenes primeras**

##### **3.2.2 Alternativa final**

#### **3.3 SEGUNDA ETAPA**

##### **3.3.1 Adecuación tipográfica**

##### **3.3.2 Trazos auxiliares**

##### **3.3.3 Red de apoyo**

##### **3.3.4 Zona de restricción**

#### **3.4 TERCERA ETAPA**

##### **3.4.1 Pruebas de color**

##### **3.4.2 Aplicación en papeleria**

### **3.1 METODOLOGIA**

A continuación veremos el método aplicado muestra el método usado para la elección de la imagen definitiva , mostrando por medio de un desarrollo grafico en base a una serie de imágenes que posteriormente serán alteradas poco a poco para lograr una imagen de calidad y concepto en relación en este caso a la propia institución, constituyendo una estrategia de trabajo para obtener resultados precisos, apoyada por una investigación que se realiza con el fin de conocer las imágenes y conceptos que presentan la competencia permitiendo así que la imagen creada entre en el contexto institucional.



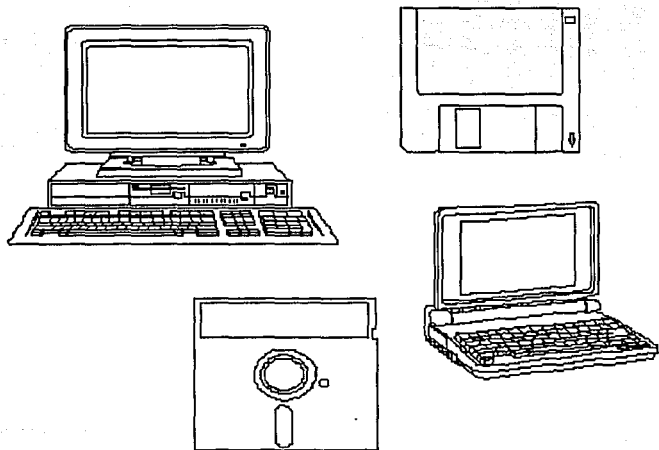
## **3.2 PRIMERA ETAPA**

En esta etapa se presentan las diferentes alternativas que marcaron la pauta para la elección del diseño final.

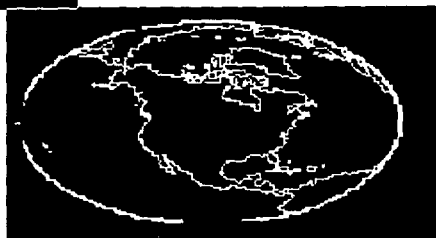
### **3.2.1 Imágenes primeras**

Se describe el desarrollo del proyecto, desde la búsqueda de imágenes afines con las actividades realizadas por la propia institución, así como las propuestas de imágenes hechas por el cliente según su preferencia, para obtener como resultado la alternativa final.

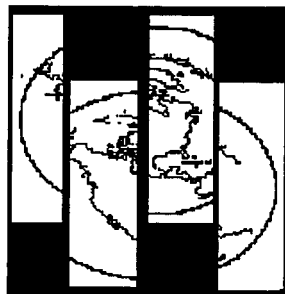
Las primeras imágenes surgen de una serie de conceptos traducidos en imágenes por medio del bocetaje, por medio del cual poco a poco se va encontrando la imagen que más se apegue a las necesidades del cliente, posteriormente se enriquece a base de calidades de línea, texturas y técnicas variadas.

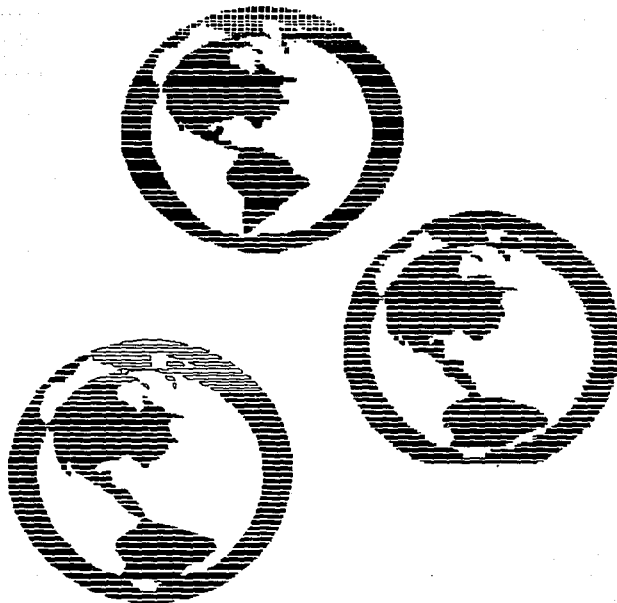












**3.2.2 ALTERNATIVA FINAL**





### 3.3 SEGUNDA ETAPA

Serán descritas las bases estructurales y lineales que posee la identidad Institucional empezando con los trazos auxiliares que describen la base de la forma.

También se presentan varias alternativas tipograficas con el fin de elegir una la adecuada que armonice con la imagen. Formada por lineas verticales y horizontales se encuentra la retfcula misma que permitirá al observador ubicar los trazos que constituye la imagen gráfica.

Después de haber establecido las bases de la imagen se determina una zona de restricción que protegerá al diseño de abusos en cuanto espacio, eviando la saturación de otras imágenes ajenas al diseño original.

### 3.3.1 ADECUACION TIPOGRAFICA



**I · L · E · C**  
Instituto Latinoamericano de Estudios Computacionales



**I · L · E · C**  
Instituto Latinoamericano  
de Estudios Computacionales



**I · L · E · C**  
Instituto Latinoamericano  
de Estudios Computacionales

**I · L · E · C ·**

Instituto Latinoamericano de Estudios Computacionales

**I · L · E · C**

Instituto Latinoamericano de Estudios Computacionales

**I · L · E · C ·**

Instituto Latinoamericano de Estudios Computacionales

**I · L · E · C**

Instituto Latinoamericano de  
Estudios Computacionales

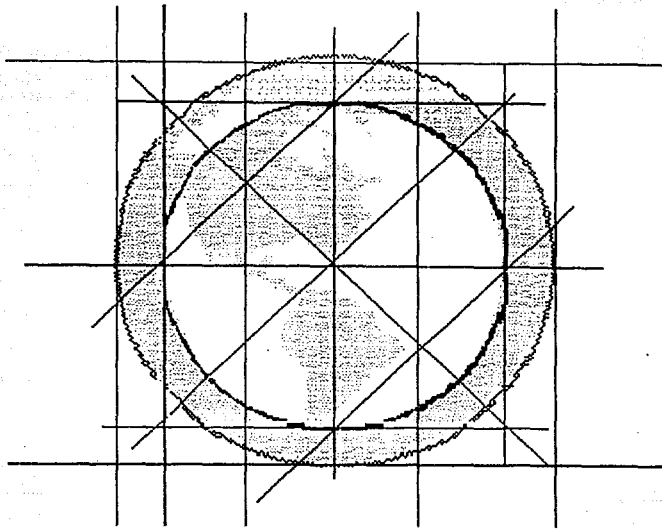


**I · L · E · C**  

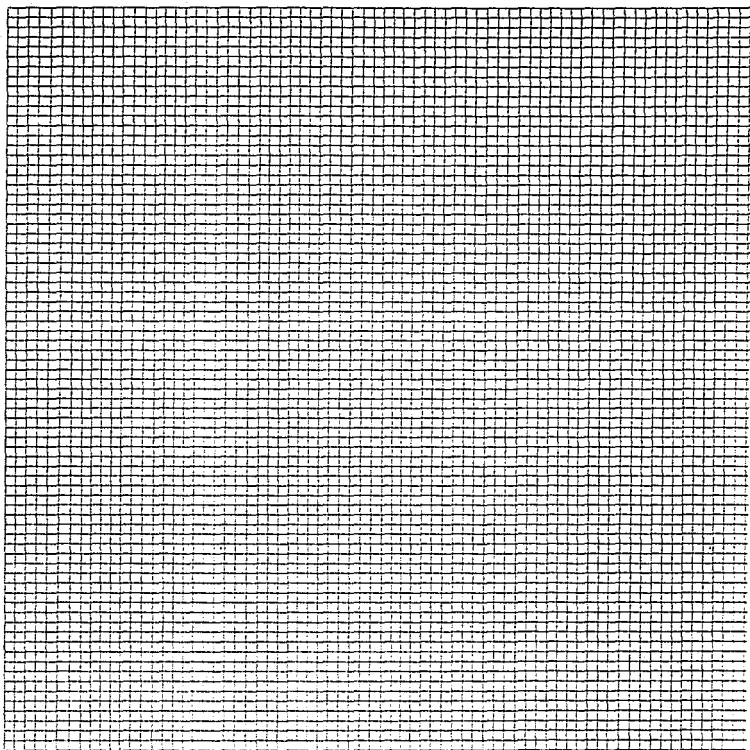
---

**Instituto Latinoamericano de Estudios Computacionales**

### 3.3.2 TRAZOS AUXILIARES





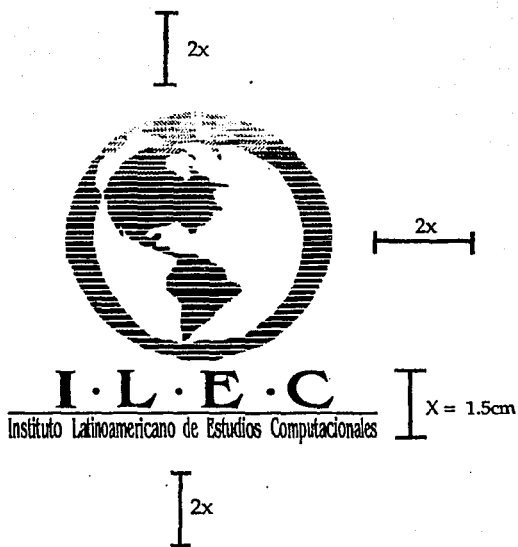


**333 RED DE APOYO**



3.3.4

ZONA DE RESTRICCIÓN





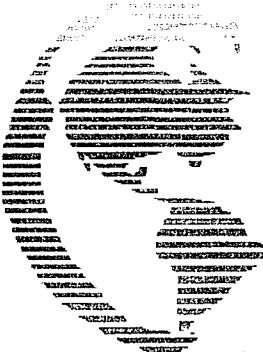
### **3.4 TERCERA ETAPA**

En esta última se re realiza la elección del color en base a la sensación que un color produce al ser observado, diferentes propuestas de color serán presentadas para comprender la importancia que implica el elegir un color acorde con la imagen de la institución.

Posteriormente veremos las diferentes aplicaciones hechas en formatos propios para la comunicación de la institución con el mercado como son: hojas membretadas, sobres y targetas de presentación , con tres propuestas diferentes de cada una, con el fin de dar a elegir al cliente la de su agrado.

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

3.4.1 PRUEBAS DE COLOR





I · L · E · C

---

Instituto Latinoamericano de Estudios Computacionales



**I · L · E · C**

**Instituto Latinoamericano de Estudios Computacionales**

## 3.4.2 APLICACIONES





**I.L.E.C.**  
Instituto Latinoamericano de Estudios Científicos

Eje Central no.45 Col. Centro  
c.p 02300 tel. 545 67 32



**I.L.E.C.**  
INSTITUTO LINGÜÍSTICO E LINGÜÍSTICO

Eje Central no.45 Col. Centro c.p. 02300 tel. 545 67 32



**I.L.E.C.**  
Instituto Latinoamericano de Estudios Computacionales

---

Eje Central No.45 Col. Centro c.p. 02300 tel. 545 67 32



Arq. Bernardo García Marquez  
Director General

---

Eje Central No.45 Col.Centro  
c.p.02300 tels. 545 67 32



Arq. Bernardo García Marquez  
Director General

---

Eje Central No.45 Col.Centro c.p.02300 tels. 545 67 32 545 78 56



**I.L.E.C.**  
Instituto Latinoamericano de  
Estudios Comparativos

Arq. Bernardo García Marquez  
Director General

Eje Central No.45 Col.Centro c.p.02300 tel. 545 67 32



**I.L.E.C.**  
Instituto Latinoamericano de  
Estudios Comparativos

---

Eje Central No. 45 Col. Centro c.p. 02300 tel.545 67 32



---

Eje Central No. 45 Col. Centro c.p. 02300 tel.545 67 32



Eje Central No. 45 Col. Centro c.p. 02300 tel.545 67 32

# CONCLUSIONES

En el transcurso del presente trabajo se logró dar un panorama amplio con respecto a la elaboración y utilidad del logotipo.

Los principales objetivos de un logotipo son, en primer término, brindar una imagen que represente a la empresa o institución en el mercado; en segundo, lograr que a través de su identificación se adquiriera mayor difusión de lo que la empresa ofrece al público.

Dentro de la metodología para su elaboración es importante tomar en cuenta el realizar una investigación referente al portador del logotipo.

En la realización de la presente tesis se logró el diseño del logotipo para el Instituto Latinoamericano de Computación (ILEC), centro dedicado a la enseñanza de sistemas computacionales que carecía de un buen diseño que lo representara y, lo distinguiera, entre diferentes escuelas de computación que se encuentran en sus alrededores.

**Este proyecto nace a raíz de las inquietudes de sus directivos, los cuales se dieron cuenta que el logotipo que los representaba era cada vez más obsoleto y común, ya que la competencia usaba imágenes similares, que ocasionaban la pérdida de la identidad del ILEC.**

**El diseño se logró a través de tomar en cuenta los siguientes pasos para su elaboración:**

- a) Una investigación exhaustiva de la necesidad de la institución referente a la imagen gráfica.**
- b) La idea de la directiva del Insituto de plasmar el continente Americano, ya que uno de los objetivos más importantes del ILEC es cubrir la enseñanza de todos los países latinoamericanos, mostrándo una perspectiva de superación y extensión del conocimiento de la computación a nivel internacional.**
- c) Estudiar tipos y usos de los diferentes logotipos.**
- d) Se diseño una serie de logotipos que tuvieran imagen y tipografía.**



c) Después de una serie de pruebas (hocetos) a base de textura, tipografía y color, se seleccionó aquel que cumplió con los requisitos que el cliente marcó.

A través del presente diseño se logró, como primera instancia, renovar la imagen del ILEC que se estaba perdiendo y, en segundo término, alcanzar distinción y seriedad con una imagen estética.

Es grato, haber constatado que los directivos del ILEC quedaron complacidos con el diseño que se les entregó y satisfechos con el logotipo que próximamente pondrán a funcionar en la campaña de promoción de la escuela.

En el caso del ILEC se utilizó un logograma que lo constituye el nombre y símbolo, este último fue el continente Americano la cual se diseñó a partir de líneas con el fin de transmitir tecnología y movimiento. La tipografía se usó para el nombre del Instituto y la técnica en general fue la tinta china.

Con cada capítulo desarrollado, el lector, podrá tener información sobre la educación en nuestro país, cuyo auge ha ido en aumento desde finales de los 70' hasta nuestros

días. Otra aportación importante fué, el análisis detallado que se logró del desarrollo para la elaboración de una identidad institucional, el cual no consiste única y exclusivamente en realizar imágenes agradables a la vista, como comunmente se cree, sino en la combinación de arte con método.



Árnheim, Rudolf  
**ARTE Y PERCEPCIÓN VISUAL. PSICOLOGÍA DEL ARTE CREADOR**  
Madrid, Alianza Editorial, 1979  
553 pp.

Cohen, Josef  
**SENSACIÓN Y PERCEPCIÓN VISUALES**  
México, Trillas, 1973  
89 pp.

Costa, Joan  
**IMAGEN DIDÁCTICA**  
Barcelona, Ceac, 1991  
272 pp.

Costa, Joan  
**IMAGEN GLOBAL**  
Barcelona, Ceac, 1987  
263 pp.

Costa, Joan  
**SEÑALÉTICA**  
Barcelona, Ceac, 1987  
256 pp.

Chavez, Norberto  
**LA IMAGEN CORPORATIVA**  
Barcelona, Gustavo Gill, 1988 (Colección GG Diseño)  
188 pp.

Díaz López, Ma. Elena  
**METODOLOGÍA PARA LA REALIZACIÓN DE SÍMBOLOS GRÁFICOS**  
Tesis de Licenciatura, E.N.A.P., 1979

Dondís, D. A.  
**LA SINTAXIS DE LA IMAGEN**  
Barcelona, Gustavo Gill, 1976  
214 pp.

Fabris, S. y Germany, R.  
**COLOR. PROYECTO Y ESTÉTICA EN LAS ARTES GRÁFICAS**  
Barcelona, Edebe, 1973  
157 pp.

Fabris, S. y Germany, R.  
**FUNDAMENTOS DEL PROYECTO GRÁFICO**  
Barcelona, Don Bosco, 1973  
228 pp.

Frutiger, Adrian  
**SIGNOS, SÍMBOLOS, MARCAS Y SEÑALES**  
Barcelona, Gustavo Gill, 1985  
286 pp.

Gillam Scott, Robert  
**FUNDAMENTOS DEL DISEÑO**  
Argentina, Victor Leru, 1981  
191 pp.

Llovet, Jordi  
IDEOLOGÍA Y METODOLOGÍA DEL DISEÑO  
Barcelona, Gustavo Gill, 1978  
161 pp.

March, Marlon  
TIPOGRAFIA CREATIVA  
Barcelona, Gustavo Gill, 1989  
144 pp.

Meggs, Philip B.  
HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO  
México, Trillas, 1991  
562 pp.

Muller Brockman, Josef  
SISTEMA DE RETÍCULAS. UN MANUAL PARA DISEÑADORES  
Barcelona, Gustavo Gill, 1982  
179 pp.

Munari, Bruno  
EL ARTE COMO OFICIO  
Barcelona, Nueva Colección Labor, 1968  
175 pp.

Murphy, John y Rowe, Michael  
COMO DISEÑAR MARCAS Y LOGOTIPOS  
Barcelona, Gustavo Gill, 1989 (Manuales de diseño)  
144 pp.

Murray, Ray  
MANUAL DE TÉCNICAS  
Barcelona, Gustavo Gill, 1980  
199 pp.

Olea, Oscar y González Lobo, Carlos  
ANÁLISIS Y DISEÑO LÓGICO  
México, Trillas, 1976  
147 pp.

Rodríguez, Morales Luis  
PARA UNA TEORIA DEL DISEÑO  
México, UAM, Azcapotzalco- Tilde, 1989  
125 pp.

Rodríguez, Díaz Joaquín  
" LA ESTRATEGIA COMO APLICACIÓN EN  
EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE EN  
EL DISEÑO GRÁFICO DE LA ESCUELA NACIONAL  
DE ARTES PLÁSTICAS, UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO." (Fotocopia)  
Ponencia presentada en la Universidad Anahuac en el  
"Tercer encuentro nacional de escuelas de diseño gráfico".  
México D.F., Octubre , 1992.

Ruder, Emil  
MANUAL DE DISEÑO TIPOGRAFICO  
Barcelona, Gustavo Gill, 1992, Col. GG Diseño  
220 pp.

Schiffman Harvey, Richard  
LA PERCEPCIÓN SENSORIAL  
México, Limusa, 1983  
417 pp.

Swann, Alan  
COMO DISEÑAR RETÍCULAS  
Barcelona, Gustavo Gill, 1990  
144 pp.

V+K Publishing B.V.  
MANUAL DE IMAGEN COORPORATIVA  
Barcelona, Gustavo Gill, 1991  
223 pp.

Vernon, M. D.  
PSICOLOGÍA DE LA PERCEPCIÓN  
Buenos Aires, Paidós, 1973  
251 pp.

Vigfjell, Marlo  
LA PSICOLOGÍA DE LA FORMA Y LA GESTALTTHEORIE  
Barcelona, Don Bosco, 1975, Prontuarios Gráficos 3  
23 pp.

Wong, Wuclius  
FUNDAMENTOS DEL DISEÑO BI- Y TRI-DIMENSIONAL  
Barcelona, Gustavo Gill, 1985  
204 pp.

Wong Wuclius  
PRINCIPIOS DEL DISEÑO EN COLOR  
Barcelona, Gustavo Gill, 1987  
100 pp.