

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO



# IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL DE TELEVISIÓN



diseño gráfico  
U S A C

# JESÚS TV

PROYECTO PREVIO A OBTENER EL TÍTULO  
DE LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO  
CON ENFASIS INFORMÁTICO VISUAL  
JACINTA ANAYTÉ URÍZAR BARRIOS, 97-19578  
GUATEMALA, 2008



## JUNTA DIRECTIVA

Decano: Carlos Enrique Valladares Cerezo  
Vocal I: Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz  
Vocal II: Arq. Efraín de Jesús Amaya Caravantes  
Vocal III: Arq. Carlos Enrique Maratini Herrera  
Vocal IV: Br. Javier Alberto Girón Díaz  
Vocal V: Omar Alexander Cerrano De La Vega  
Sectetario: Arq. Alejandro Muñoz Calderón

## TRIBUNAL EXAMINADOR

Decano: Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
Secretario: Arq. Alejandro Muñoz Calderón  
Asesora: Licda . Wendy Paola Herrera Navas  
Examinador: Lic. Romeo Monterrosa Orellana



## DEDICATORIA

A DIOS: Por acompañarme en cada paso, aún cuando no me daba cuenta de su presencia y su inmensa protección, sin las fuerzas que me dió nada de esto sería posible.

A MI MAMÁ: Por todos sus sacrificios, dedicación y apoyo incondicional. Eres mi ejemplo de entrega y sabiduría.

A MI PAPÁ: Por su apoyo, comprensión y buena actitud en cada etapa, por más difícil que pareciera. Es la fuerza que me empuja en cada paso de la cuesta.

A MIS HEMANOS: OSCAR, FREDY Y JUDYTH por protegerme y brindarme su ayuda que aún sin pedirla siempre cuento con ella. Ni la distancia, adversidades o distintos caminos han sido obstáculo para contar con ustedes.

A MIS SOBRINOS: ROBERTO, OSCAR Y LIONEL por todo el cariño incomparable y la inspiración de un futuro mejor.

A MIS CUÑADOS, TIOS, Y PRIMOS: con mucho cariño y respeto, en especial a Roberto Barrios y a la Familia Rendón Barrios por todo su apoyo y comprensión.

A MIS AMIGOS Y AMIGAS: en especial a Mariana, Mirna, Claudia y a mis compañeras de fórmula MARIABELEM, MARY, JESMY, SALLY y KAREN por el mejor regalo, "su amistad" y todo el apoyo constante incluso en los momentos difíciles en los que un sueño parece imposible sólo con ustedes hoy es una realidad.

A LA UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA: por ser el centro de sabiduría incomparable que me albergó todos estos años, colaborando a mi formación profesional de manera ética y competitiva.

A MIS CATEDRATICOS: por compartir sus conocimientos sin ningún recelo. En especial a mis asesores Wendy Herrera y Romeo Monterrosa.

AL CANAL JESUS TV: por toda su colaboración en cada fase de este proyecto, en especial a Arturo y Ligia De León, Marco y a Julito con todo cariño.

# ÍNDICE

CONTENIDO	PÁGINA
1 Introducción .....	1
1.1 Antecedentes .....	2
1.2 Problema .....	3
1.3 Justificación .....	3
1.4 Objetivos .....	4
2 Perfil del Cliente y Grupo Objetivo .....	5
2.1 Perfil del cliente .....	6
2.2 Grupo objetivo .....	12
3 Conceptos Fundamentales .....	13
3.1 Conceptos Relacionados con el Cliente .....	14
3.2 Conceptos Relacionados con la Propuesta .....	17
3.3 Definiciones Relacionadas con el Concepto de Diseño .....	33
4 Concepto de Diseño y Bocetaje .....	34
4.1 Concepto de Diseño .....	35
4.2 Bocetaje .....	36
5 Comprobación de la Eficacia de la Imagen Corporativa del Canal Guatemalteco Jesús Tv .....	67
5.1 Importancia de la Validación de la Propuesta Gráfica .....	68
5.2 Metodología e Instrumentos de Comprobación .....	68
5.3 Perfil del Informante para la Comprobación .....	69
5.4 Resultados Obtenidos .....	69
5.5 Propuesta Gráfica Final .....	77
5.6 Características y Efectividad de la Propuesta Gráfica .....	92
5.7 Fundamentación .....	94

5.8	Técnicas Soportes y Medios Empleados	96
6	Conclusiones y Recomendaciones	97
6.1	Conclusiones	98
6.2	Recomendaciones	99
7	Lineamientos Para la Puesta en Práctica de la Propuesta Gráfica	100
7.1	Cronograma	101
7.2	Presupuesto de Donativo	102
7.3	Presupuesto de Reproducción	103
Anexos		105
A	Encuesta	106
B	Presupuesto	107
C	Imprimase	108
Bibliografía		109





*CAPÍTULO I*

*INTRODUCCIÓN*

ANTECEDENTES

PROBLEMA

JUSTIFICACIÓN

OBJETIVOS

# INTRODUCCIÓN

## 1.1 ANTECEDENTES

El canal Jesús TV, es un canal católico, ubicado en el canal 45 de la frecuencia UHF de Guatemala. Existe desde el año 2005, con la visión de llevar un mensaje católico, tanto a adultos como a jóvenes y niños, por lo que existe diversidad de programas para cada grupo objetivo, y la innovación y adaptación a cada grupo es una necesidad constante. Por ello se considera importante expandir su cobertura por medio de distintas empresas de cable a nivel nacional.

La razón de ser de este canal radica en la necesidad de llevar a los hogares una programación que ayude a formar y conservar la fe y doctrinas de la Iglesia Católica y al mismo tiempo recuperar los valores morales en los guatemaltecos, independientemente de la religión que profesen.

En la actualidad, muy pocas personas conocen de la existencia y menos aún la

programación de este canal, debido entre otras cosas, a que el canal Jesús TV no tiene una imagen corporativa, desde la carencia de un logotipo, hasta un manual de normas gráficas que lo identifique; un slogan que exprese su visión o una tipografía adecuada al grupo objetivo al que se dirige.

Esta necesidad no se ha podido satisfacer debido a la falta de recursos económicos para contratar los servicios de un profesional en el área de Diseño Gráfico, lo que se traduce en que el canal Jesús TV no ha logrado proyectar una imagen que lo posicione como el canal católico de Guatemala para toda la familia.

Ante esta situación, el canal Jesús TV ha solicitado el diseño de una imagen corporativa que le permita proyectarse de una manera moderna, vanguardista, teniendo como base la fe católica con el objetivo de rescatar los valores morales en la sociedad Guatemalteca.

ANTECEDENTES

## INTRODUCCION

### 1.2 PROBLEMA

Ausencia de la imagen corporativa del canal de televisión Jesús TV, que lo posiciona dentro de la teleaudiencia como un canal con valores espirituales, católico, familiar y guatemalteco.

La intervención dirigida a la “realización de la imagen corporativa del canal de televisión Jesús TV” se efectuará teniendo como grupo objetivo a la población de la ciudad de Guatemala, esto por la cobertura con la que cuenta actualmente el canal. Dicha imagen debe tener opción para aplicarse en un futuro al resto de la república y a nivel latinoamericano, considerando la visión del canal en expandirse a toda Latinoamérica.

### 1.3 JUSTIFICACIÓN

El éxito de un canal de televisión radica en la preferencia de su público objetivo, y su posicionamiento en la mente de este.

Para esto necesita contar con una imagen corporativa que refleje la finalidad de rescatar los valores morales de una manera moderna y vanguardista.

Dicha imagen corporativa va dirigida a la población de la ciudad de Guatemala que consta de un aproximado de tres millones de habitantes\*, de los cuales un 59% son católicos\*\*.

1.3.1 Trascendencia: La importancia de la intervención de un diseñador gráfico en la creación de la imagen corporativa del canal Jesús TV radica en que sin esta sería difícil posicionarse, darse a conocer y realizar cualquier campaña para difundir la existencia del canal y su programación. Esta es una de las razones por las cuales el canal Jesús TV no ha logrado su objetivo de rescatar los valores morales en la población guatemalteca.

PROBLEMA

JUSTIFICACIÓN



\* Dato obtenido del INE Censo 2002

\*\* Dato proporcionados por el Canal Jesús TV



## INTRODUCCIÓN

1.3.2 Vulnerabilidad: Debido a la ausencia total de la imagen corporativa del canal Jesús TV, este proyecto es accesible y factible, ya que el canal tiene planeado darse a conocer masivamente en el transcurso del presente año, para lo cual se espera contar con varios patrocinadores en sus distintos ámbitos, mayormente en medios impresos y artículos promocionales, lo que hará viable el planteamiento realizado.

### 1.4 OBJETIVOS

#### 1.4.1 Objetivo general

Diseñar la imagen corporativa para el canal Jesús TV.

#### 1.4.2 Objetivos específicos

- Crear un concepto de diseño que permita proyectar al canal Jesús TV como un canal moderno, que tiene como base la fe católica, los valores morales y la unidad familiar, con el que toda la familia se sienta identificada.
- Reflejar el objetivo del canal de rescatar los valores morales en la población guatemalteca, por medio de elementos gráficos.
- Crear un manual de normas gráficas que se deben considerar para la correcta aplicación de la imagen corporativa del canal Jesús TV, tanto en medios impresos como digitales.

JUSTIFICACIÓN

OBJETIVOS





PERFIL DEL CLIENTE

GRUPO OBJETIVO

## PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

### PERFIL DEL CLIENTE

### 2.1 PERFIL DEL CLIENTE

#### 2.1.1 Datos generales de la institución

I) Nombre: Canal Jesús TV

II) Dirección: 5<sup>a</sup>. Calle 0-94 zona 9

III) Teléfono: 2362-6923.

IV) E-mail: canaljesustv@yahoo.com

V) Cobertura: El canal Jesús TV al servicio del pueblo católico, se transmite en el canal 45 de UHF con cobertura en departamento de Guatemala, tanto en la ciudad como en algunos de sus municipios: Villa Nueva, San Miguel Petapa, Villa Canales, Santa Isabel Villa Hermosa I y II, Barcenas, San José Villa Nueva, Villa Lobos. En Chimaltenango, Cable Sur y Cable Visión 2000 en San Juan Sacatepéquez y San Pedro Sacatepéquez.

VI) Nombres de las autoridades al presente año:

- Gerente general: Arturo De León
- Directora general: Ligia de De León
- Gerente de comercializaciones: Luís R. Lemus

VII) Tipo de institución: Medio de comunicación con fines religiosos no lucrativos. El canal Jesús TV es un canal extrovertido, dinámico, creativo, proactivo, convincente y alegre.

Su objetivo fundamental es llevar a los hogares una programación que ayude a formar y conservar la fe católica, doctrinas, valores morales, unidad familiar, mensajes motivacionales, anuncio de la Buena Nueva de salvación, noticias de la iglesia católica y del mundo de hoy.



## PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

PERFIL  
DEL CLIENTE

### VIII) Programación:

- Mujer, si tú supieras

Dirigido por: el ministerio del mismo nombre.

Conducido por: Nancy Cabrera.

Contenido: Un mensaje de optimismo para la mujer de hoy.

- En manos del Alfarero

Dirigido por: Anahy Keller.

Contenido: Temas y tips para vencer la soledad, la depresión, traumas, baja autoestima, etc. Dirigido a mujeres solas, viudas, divorciadas, abandonadas, madres solteras.

- De la oscuridad a la luz

Dirigido por: Ester y Omar Núñez

Contenido: Un testimonio diferente cada semana.

- Programas de corte juvenil

- Infiltra2

Contenido: Programa con varios segmentos:

- Al extremo, retos y actividades fuera de orbita.

- Vídeoclips.

- Lo In y lo Out del cine -comentarios de las películas y su mensaje-.

- Cápsulas para el alma

Contenido: Mensajes compactos, pero impactantes para el joven de hoy; entrevistas, reportajes de actividades juveniles, promoción de comunidades juveniles, etc.

- Programas para niños.

- Programas de oración por las necesidades de las personas.

- Arte católico

Contenido: Música y obras de teatro con mensaje.

- Jesús TV. Noticias

Contenido: Noticias de hoy en la Iglesia y el mundo.



## PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

### - Familias felices

Dirigido por: Licda. Shenly de Mac.

Contenido: La psicología al servicio de la familia, iluminada con la Palabra de Dios.

### - Gracias a la vida

Dirigido por: Luís Roberto Lemus e invitados.

Contenido: Revista musical.

### - Foros

Dirigido por: Miguel Ángel González Lam

Contenido: Temas de actualidad

### - Programa salud y vida

Dirigido por: Dr. Estuardo Carrera Brolo.

Contenido: Bioética.

### - Eucaristía diaria transmitida desde la parroquia Inmaculada de Tívoli.

### - Franja musical

Contenido: Intérpretes nacionales e internacionales.

### - A los pies del Maestro

Dirigido por: Belter Contreras.

Contenido: Cursos interesantes para

conocer mejor la Palabra de Dios, el Magisterio de la Iglesia y la Tradición.

- Programas de diversos movimientos y ministerios de la Iglesia.

### 2.1.2 PROPÓSITOS Y ACTIVIDADES DEL CLIENTE

I) Visión: Llegar a ser el mejor canal Católico de Latinoamérica, transmitiendo programas líderes con excelencia.

II) Misión: Anunciar la Buena Nueva por medio de una programación variada, que tiene como finalidad ser ese púlpito moderno desde donde se anuncie el Evangelio de Jesús; cimentando los valores y la cultura encarnados en la realidad de Guatemala, promoviendo la unidad de la familia y bases sólidas en la juventud.

PERFIL  
DEL CLIENTE



## PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

III) Objetivo: Su objetivo fundamental es llevar a los hogares una programación que ayude a formar y conservar la fe, doctrinas y los valores morales de la Iglesia Católica en los guatemaltecos, llevando un mensaje católico tanto a adultos como a jóvenes y niños. Por lo que existe diversidad de programas para cada grupo objetivo, y la innovación es una necesidad constante.

IV) Actividades: El canal participa en actividades como catequesis, evangelización, actividades juveniles, eventos para damas católicas, para familias, actividades donde se promueve el NO a las drogas y SÍ a la vida; foros, encuentros, conciertos, Feria Católica, etc.

*2.1.3 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS POBLACIONES QUE ATIENDE LA INSTITUCIÓN Y EL PÚBLICO CON QUIEN SE RELACIONA*

I) Población que atiende: Esta es bastante diversa, tanto en edades como en niveles escolares, empezando por niños mayores de seis años, de educación primaria, hasta adultos y jóvenes trabajadores y/o profesionales. Predomina la clase media y media alta. En su mayoría son de religión católica y de habla hispana. Son familias completas en general, entre ellos estudiantes, amas de casa, vendedores, técnicos, oficinistas, etc. Por la mañana, el grupo objetivo serán mujeres; por la tarde, mujeres y niños; en la noche adultos y jóvenes, con hábito de ver televisión frecuentemente y con preferencia por los programas juveniles y educativos. Se delimita a la población del departamento de Guatemala, incluyendo la ciudad capital y algunos de sus municipios.

PERFIL  
DEL CLIENTE



## PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

PERFIL  
DEL CLIENTE

### II) Personal con el que cuenta:

La institución cuenta actualmente con una secretaria, tres técnicos en producción, un encargado de donaciones, dos encargados de post-producción, una encargada de limpieza de limpieza y un mensajero.

- Sport Futura
- De La Riva Hermanos
- Clínica de Orientación Familiar Monte San Francisco
- Publi Pan
- Atlas
- On the room
- Colegio San Pablo
- Bi-pisa

### III) Entidades con quien se relaciona:

#### a) Patrocinadores:

- Centro Dental Kyrios
- Café Quetzal
- Le Bolsha
- Grupo Excelencia
- TEXCO
- Dominos Pizza

#### b) Representantes:

- Asesor financiero
- Asesor espiritual
- Asesor de producción
- Asesor de ventas



## PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

### 2.1.4 NECESIDADES DE COMUNICACIÓN DETECTADAS

En la actualidad, la mayoría de la población guatemalteca no conoce la existencia del Canal Católico Jesús TV, debido entre otras cosas, a que hasta hoy no se ha realizado ninguna campaña de comunicación visual, publicitaria, de imagen, de marca, etc. para dar a conocer dicho canal y las actividades en las que ha intervenido como la feria católica y otras similares. En cuanto a su imagen corporativa, en la actualidad únicamente cuentan con nombre de marca, en la que han variado constantemente de tipografía, color y de línea de diseño, tanto en medios impresos como audiovisuales.

Es evidente la necesidad de una imagen corporativa, que abarque desde el diseño de logotipo hasta sus aplicaciones

en los diversos medios, y que pueda captar la atención de los distintos grupos objetivo del canal, y que proyecte un concepto definido de acuerdo a los objetivos del mismo.

La imagen deberá estar definida con un sistema de signos visuales por los que la institución será reconocida en el medio, y formará parte de su personalidad. Su adecuado uso permitirá proyectar una imagen gráfica coherente y facilitar la identificación y el reconocimiento de la institución.

Por medio de un manual de normas gráficas para cada aplicación, será posible posicionar el Canal Jesús TV como un canal católico guatemalteco en la mente de la población del departamento de Guatemala.

PERFIL  
DEL CLIENTE

# PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

## 2.2 GRUPO OBJETIVO

### GRUPO OBJETIVO

#### GEOGRÁFICO

Región:  
Departamento de Guatemala,  
\*Tamaño del departamento:  
2,246,170 km.<sup>2</sup>  
\*Población: 2.541.581 habitantes, en especial, el 59% que es de religión católica.  
\*Clima:  
templado

#### DEMOGRÁFICO

\*\*Edad:  
6 años en adelante  
\*\*Sexo:  
masculino y femenino  
\*\*Tamaño de la familia:  
entre 3 y 4  
\*\*Ciclo de vida familiar:  
solteros, casados, con o sin hijos  
\*\*Ingresos:  
de Q 1,500.00 a Q 20,000.00  
\*\*Ocupación:  
estudiantes, amas de casa, vendedores, técnicos, oficinistas, comerciantes, gerentes, profesionales.  
\*\*Educación:  
primaria en adelante  
\*\*Religión:  
católica  
\*\*Raza:  
ladina e indígena con dominio del idioma español  
\*\*Nacionalidad:  
guatemaltecos

#### PSICOGRÁFICO

\*\*Clase social:  
clase trabajadora, clase media y clase media alta.  
\*\*Estilo de vida:  
integrados a la sociedad.  
\*\*Personalidad:  
inmadura, materialista, agobiada, ansiosa, con baja autoestima.  
\*\*Religión:  
católica.

#### CONDUCTUAL

\*\*Personas que no sepan de la existencia del canal de televisión Jesús TV, para darlo a conocer y adquirir nuevos televidentes.  
\*\*Frecuencia con la que ven televisión:  
dos veces a la semana o más.  
\*\*Cantidad de horas diarias que ve TV:  
dos o más  
\*\*Programas de interés: educativos, juveniles, de superación personal y de actualidad.  
\*\*Horario de preferencia:  
matutino y/o vespertino  
\*\*Días que ve televisión:  
de lunes a viernes y/o fin de semana  
\*\*Actitud hacia el canal:  
positiva.

\* Datos del perfil geográfico obtenidos del INE, censo 2002

\*\* Datos del perfil demográfico, psicográfico y conductual proporcionados por el Canal Jesús TV





CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON EL CLIENTE

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA

DEFINICIONES RELACIONADAS  
CON EL CONCEPTO DE DISEÑO

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON EL CLIENTE

### 3.1 CONCEPTOS RELACIONADOS CON EL CLIENTE

3.1.1. RELIGIÓN: Es la creencia sobre todo lo que concierne a lo sobrenatural, sagrado o divino. La mayoría de religiones intentan responder las preguntas existenciales que agobian al ser humano, tales como la creación del universo, el propósito de la vida, la diferencia entre el bien y el mal, la vida después de la muerte, entre otras. En cada religión varía la respuesta que se da a cada una de estas preguntas, al igual que el número de dioses, la clase de ritos y la estructura que la conforma. Por la cantidad de dioses, las religiones pueden dividirse en politeístas y monoteístas.

<http://www.evangelicaloutreach.org/spanish>

I) **Politeístas:** Estas religiones creen en la existencia de muchos dioses, en donde

se halla una jerarquía según la importancia de cada uno de los dioses.

II) **Monoteístas:** Este tipo de religiones creen en un Dios único, omnipotente y omnipresente. Una religión eminentemente monoteísta es la católica.

a) La Iglesia Católica: También se conoce como Iglesia Católica, Apostólica y Romana. La palabra Iglesia significa Asamblea, pero también se utiliza como nombre propio, que se le da a la sociedad religiosa fundada por Jesucristo. La palabra Católica significa Universal, ya que la Iglesia tiene como fin ayudar a recorrer el camino espiritual hacia Dios, a todos los seres humanos sin importar fronteras, idioma, raza, o clase social, por medio del amor hacia el prójimo, cumpliendo con los sacramentos del bautismo, eucaristía, confirmación, matrimonio, penitencia, orden

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

sacerdotal y unción de los enfermos, a través de los cuales Dios otorga la gracia a los creyentes. Tiene como misión elaborar, impartir y propagar las enseñanzas de Jesucristo. Es apostólica, ya que se considera al Papa y a los obispos como sucesores de los apóstoles de Jesucristo. Romana, porque tiene su sede central en el Vaticano, ubicado en la ciudad de Roma, Italia.

b) Doctrina: Significa enseñanza, y en la Iglesia Católica se utiliza para denominar todas las creencias que la conforman. Estas están formuladas de manera clara y concreta, con el fin de instruir a las personas que se inician en la religión.

c) Catequesis: Es el conjunto de enseñanzas enfocadas para instruir en las creencias y ritos de una religión. Este es considerado como el proceso de predicación y extensión de la doctrina cristiana.

Enciclopedia Microsoft Encarta 2002.

d) Divina Trinidad: Esta es una muy importante doctrina, que enseña que hay un solo Dios verdadero, formado por tres personas: el Padre, el Hijo y el Espíritu Santo. Las tres personas son eternas, omnipresentes, omnipotentes y omniscientes.

<http://www.evangelicaloutreach.org/spanish>

e) Evangelio: Significa buena noticia. Así se denomina a los escritos que narran la vida, enseñanzas y milagros de Jesús. Existen cuatro evangelios: Mateo, Marcos, Lucas y Juan.

f) Bautismo: El bautismo es el sacramento que borra el pecado original, da fe y vida divina. Aquí la Divina Trinidad toma posesión del alma y la santifica. Este es el primer sacramento; es la puerta que abre el acceso a los demás sacramentos, ya que por medio de él se renace a la vida divina como hijos de Dios.

<http://www.evangelicaloutreach.org/spanish>

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON EL CLIENTE



## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

g) Eucaristía: Es el sacramento que dio inicio en la noche de la última cena, cuando Jesucristo repartió pan y vino a sus discípulos en representación de su cuerpo, sangre, alma y divinidad.

3.1.2 TELEVISIÓN: Es un medio de comunicación masiva en el que se transmiten imágenes en movimiento y sonidos, por medio de líneas de transmisión eléctricas o de radiación electromagnética.

Enciclopedia Microsoft Encarta 2002.

I) UHF: (Ultra High Frequency). Es la frecuencia de radio de onda corta comprendida entre 300 y 3,000 MHz. Esta es una frecuencia, también, utilizada en la transmisión de televisión.

Enciclopedia Microsoft Encarta 2002.

II) Canal: Es la banda en la que transmite cada una de las frecuencias de televisión.

Enciclopedia Microsoft Encarta 2002.

III) Programación: Es la planificación de los programas a transmitir en radio o televisión, basada en horarios y contenidos previamente establecidos.

Enciclopedia Microsoft Encarta 2002.

IV) Video Clip: Se llama así a un video de corta duración; generalmente se utiliza para promocionar un producto o un tema musical.

V) Publicidad: Es la rama de las ciencias de comunicación social, que tiene como fin fundamental convencer al público para que adquiera determinado producto. Para esto, utiliza como estrategia presentar lo que anuncia como una necesidad para el consumidor.

<http://www.wikimedia.com>

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON EL CLIENTE

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

### 3.2 CONCEPTOS DE DISEÑO RELACIONADOS CON LA PROPUESTA

3.2.1. *DISEÑO GRÁFICO*: Es el proceso de seleccionar, coordinar y proyectar una serie de elementos gráficos, por medio de una técnica de composición para producir objetos visuales, con el fin de transmitir un mensaje específico.

Los elementos gráficos son la sustancia básica de todo lo que vemos. Entre ellos están:

- Elementos gráficos simples: el punto y la línea.
- Elementos geométricos: el cuadrado, la circunferencia, triángulo, polígonos y espirales.
- Elementos tipográficos: Romano Antiguo, Romano Transicional, Romano Moderno, Egipcios, Palo Seco, Caligráficos y Misceláneos.

- Color
- Textura
- Fotografía

#### 1) Elementos gráficos simples

a) El punto: Es la unidad mínima de información visual, la cual varía según su forma, tamaño, color y ubicación que tenga dentro de una composición gráfica.

Características del punto:

- Posee un gran poder de atracción visual.
- Al situar varios puntos en prolongación sugiere una dirección.
- Al agrupar varios puntos pueden definir formas o contornos.

- <http://www.fotonostra.com>

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON EL CLIENTE

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

b) La línea: Es la unión de varios puntos en sucesión; es un elemento básico en la expresión gráfica. Es una forma de expresión muy sencilla, pura, dinámica y variada.

Las propiedades de la línea son:

- Expresa dirección y movimiento.
- Separa espacios.
- La repetición de líneas genera planos y texturas.

Estas propiedades se definen por su grosor, longitud, dirección, ubicación, forma y color.

Según sus cualidades, las líneas se dividen en:

- Línea recta horizontal: Expresa equilibrio, calma y estabilidad.
- Línea recta vertical: Sugiere elevación, movimiento ascendente y actividad.

- Línea recta inclinada: Expresa tensión inestabilidad y desequilibrio.

- Línea curva: Es la línea más libre y dinámica de todas, sugiere movimiento, actividad y vida.

La agrupación de varias líneas se puede dividir en:

- Grafismos: Son las líneas que mantienen el mismo grosor en todo su recorrido.

<http://www.vectoralia.com/manualdediseño>

- Trazo: Es la unión sucesiva de diferentes líneas en donde el grosor aumenta o disminuye a lo largo de su recorrido. Es la forma más representativa del dibujo espontáneo.

- Trazos orgánicos: Imitan las formas de la naturaleza, están formados por curvas libres, se caracterizan por su fluidez, desarrollo, humanidad.

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

Cuando una línea continua empieza y acaba en un mismo punto se le llama contorno.

Los contornos delimitan dos espacios, el interior y el exterior, lo que le da a la línea creadora un gran poder de atracción visual.

<http://www.blogartesvisuales.com>

c) Elementos con contorno: Los principales contornos son el cuadrado, la circunferencia, el triángulo, los contornos mixtos y los orgánicos.

- El cuadrado: Es la figura geométrica formada por cuatro líneas rectas de igual longitud, que forman ángulos rectos en los puntos en que se unen. Esta figura se asocia con estabilidad, permanencia, honestidad, rectitud, limpieza, esmero y equilibrio.

- La circunferencia: Es una figura en donde todos los puntos que forman su

contorno están a la misma distancia del punto central. Psicológicamente connota protección, inestabilidad, totalidad, movimiento continuo e infinitud. De la circunferencia se derivan el óvalo y la elipse que expresan más inestabilidad y movimiento que la circunferencia.

- El triángulo: Es una figura geométrica formada por tres lados y tres ángulos. La suma de sus ángulos siempre es de  $180^\circ$ .

- Contornos mixtos: Son los que están compuestos por varios tipos de contornos, estos aportan variedad en el diseño, rompiendo la monotonía visual.

<http://www.vectoralia.com/manualdediseño>

- Contornos orgánicos: Están formados por curvas libres, imitan los contornos que existen en la naturaleza, sugieren fluidez, desarrollo y humanidad.

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

**II) Elementos tipográficos:** Según sus características, los tipos de letra pueden ser fuertes, sutiles, refinadas, toscas, geométricas u orgánicas. Con base en estas características, los tipos de letra se agrupan en siete diferentes familias tipográficas.

**a) Romano Antiguo:** Sus trazos se basan en figuras geométricas perfectas; el eje de la letra es oblicuo completamente. Se asocia con temas de carácter histórico o religioso.

**b) Romano Transicional:** Sus trazos poseen mayor contraste en su grosor, sus remates son livianos y su eje es menos oblicuo. Se caracteriza por su sobriedad y su clasicismo.

**c) Romano Moderno:** Sus proporciones están basadas en figuras geométricas, con formas notoriamente ensanchadas, posee contrastes bruscos en el grosor de sus trazos, los remates son delgados y planos, el eje es vertical. Refleja dignidad y elegancia.

**d) Egipcios:** No posee contraste en el grosor de sus trazos; los remates son pesados en forma rectangular, con ángulos redondeados, el eje es ligeramente oblicuo. Posee alta legibilidad.

**e) Palo Seco:** Se caracteriza por no tener adornos ni remates, no varía el grosor de sus trazos. Expresa actualidad y fuerza.

**f) Caligráficos:** Por sus formas libres imita la escritura a mano. Sus ejes son inclinados hacia la derecha, el grosor de sus trazos posee grandes variaciones, sus remates son muy adornados. Expresa feminidad, elegancia, delicadeza y lujo.

**g) Misceláneos:** Están formados por todos los tipos que no pertenecen a las anteriores familias. Son muy ornamentales, sus trazos varían según la creatividad del diseñador. Se caracterizan por ser originales.

Tipografía, Manual de Técnicas Gráficas y Aplicación Creativa de la Letra,  
D.G. Eva Graciela Paz Mendoza

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

III) **Textura:** Este elemento permite dar una sensación de realidad a los diseños. Puede ser táctil, cuando es una propiedad del soporte sobre el que se está trabajando, o visual, cuando se imprime una textura, imitando a la realidad.

IV) **Color:** Es la sensación producida por los rayos luminosos al impresionar los ojos en función de la longitud de onda luminosa. Todo cuerpo iluminado absorbe una parte de las ondas lumínicas y refleja las restantes. Las ondas reflejadas son captadas por el ojo e interpretadas como colores.

El color en el diseño es un elemento muy valioso, que tiene como fin favorecer, destacar, disimular u ocultar, para crear una sensación excitante o tranquila, para destacar tamaño, profundidad o peso; también puede ser utilizado para despertar un sentimiento. El color posee

la magia de transformar todo, puede embellecer o trastornar cualquier elemento, según sea aplicado.

Para formar los distintos colores que se conocen, existen dos maneras: la adición y la sustracción de color.

a) **Adición de color:** También conocida como RGB o colores luz, debido a que con la suma de luz se va formando el círculo cromático. Este parte de tres colores primarios que son el rojo, verde y azul, lo que define el nombre RGB por sus siglas en inglés. La suma de estos colores primarios produce el blanco que es la luz total, y la resta produce el negro, que es la ausencia de luz. Al mezclar los colores primarios, se obtienen los colores secundarios que son el cyan, magenta y amarillo. De la mezcla de estos se obtienen los colores terciarios y así sucesivamente se forma el círculo cromático.

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA



## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

**b) Sustracción de color:** Cuando los colores no son producidos por la mezcla de luces, sino de pigmentos que reflejan parte de la luz que reciben, el proceso de formación de colores se llama sustractivo. Aquí los colores primarios son el cian, el amarillo y el magenta, en donde la suma de estos tres produce negro y la ausencia de estos mismos, produce el blanco, los colores secundarios son el verde, el azul y el rojo, y de su mezcla se deriva el círculo cromático.

Según las sensaciones que producen los colores, pueden ser clasificados de las siguientes maneras:

- **Colores cálidos y fríos:** Los colores cálidos son el amarillo, rojo, naranja, púrpura y toda la gama de cada uno de estos. Dan la sensación de actividad, alegría, dinamismo y amistad. Los colores fríos son el azul, verde, violeta, cian, aqua y su respectiva gama. Dan la sensación de tranquilidad, seriedad y distancia.

- **Colores claros y oscuros:** Los colores claros inspiran limpieza, juventud, jovialidad, como ocurre con el verde, naranja y amarillo; mientras que los oscuros inspiran seriedad y madurez como el rojo, azul y negro.

- **Colores tenues y pastel:** Los colores tenues se obtienen cuando se disminuye la luminosidad en todo el círculo cromático; estos expresan oscuridad, muerte y seriedad.

Los colores pastel se obtienen al agregar luz a todo el círculo cromático; expresan luz, frescura y naturalidad.

- **Gama de grises:** Estos se obtienen al mezclar por igual cantidad los colores primarios; son idóneos para expresar seriedad, ambigüedad, elegancia y tristeza.

- **Color connotativo:** Es la acción de factores psicológicos que afecta la percepción del receptor.

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

Cada color, según sus características tiene una connotación sobre el espectador.

- Azul: Simboliza sabiduría, fidelidad, verdad eterna, inmortalidad y descanso. Al mezclarlo con el blanco connota pureza, fe y cielo. Este color está relacionado con la vida interior, la inteligencia y las grandes emociones. Es el color del universo, de los sueños y lo sobrenatural.

- Verde: Este color está compuesto por el amarillo y el azul, que simbolizan la emoción y el juicio respectivamente, lo que da al color verde la propiedad del equilibrio. Produce calma, sugiere humedad, frescura, vegetación, paz y amor; significa realidad, esperanza, razón, lógica y juventud. Simboliza la naturaleza y el crecimiento.

- Naranja: Simboliza entusiasmo y exaltación; posee una fuerza activa, radiante y expresiva.

- Amarillo: Es el color de la luz, el sol, la acción, el poder; suele interpretarse como jovial. Se asocia con el deseo de la liberación.

<http://www.vectoralia.com/manualdediseño>

V) **La fotografía:** Es la técnica de grabar imágenes sin movimiento, sobre un material sensible a la luz, basado en el principio de una cámara oscura, en la que se consigue proyectar una imagen captada por medio de un pequeño agujero, por lo que la imagen disminuye de tamaño y aumenta su nitidez. Estas imágenes, actualmente, pueden almacenarse en una película sensible, en CD o cualquier dispositivo de almacenamiento digital.

<http://www.fotonostra.com>

VI) **La composición:** Es la distribución de todos los elementos que se incluyen en un diseño de forma perfecta, equilibrada y funcional. A la hora de diseñar, lo primero es elegir los elementos

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

que se van a incluir, para luego distribuirlos y colocarlos en el espacio disponible. Toda composición debe tener en cuenta los siguientes factores:

a) **Armonía:** Es el equilibrio entre las fuerzas horizontales, verticales, de profundidad y dinámicas en una composición gráfica. Para conseguir la armonía en un diseño es necesario hacer una síntesis sobre las propiedades de cada uno de los elementos que lo conforman.

Armonía Gráfica, Volumen 9 AGG,

b) **Equilibrio:** Cada elemento plasmado sobre un papel posee un peso visual. Para lograr el equilibrio en una composición es necesario compensar entre sí el peso de todos los elementos que la conforman. Este puede ser formal e informal. El equilibrio formal se basa en la simetría, ya que posee un centro óptico, lo cual asegura la armonía en sus elementos. Al dividir una composición simétrica en dos partes, existirá igualdad

de peso en ambos lados. Refleja estabilidad, calma y es muy estático. El equilibrio informal prescinde por completo de la simetría, se consigue el equilibrio contrastando el peso visual de cada elemento. Produce un efecto variado, transmite agitación, tensión, dinamismo, alegría y vitalidad.

Armonía Gráfica, Volumen 9 AGG,

c) **Peso:** El peso de un elemento lo determina su tamaño, la posición que ocupa respecto a los demás elementos, el color y la forma.

Armonía Gráfica, Volumen 9 AGG,

d) **Escala:** Es muy importante en la composición, debido a que todos los elementos tienen la capacidad de modificarse y definirse respecto a otros. Al modificar las dimensiones de un elemento, es necesario mantener las proporciones sobre el mismo y sobre los demás elementos que lo rodean.

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

e) Contraste de tono: Es la combinación de diferentes intensidades o niveles de contraste, en el color, tamaño o textura de los elementos; éste se basa en la combinación de claro y oscuro, en donde el mayor peso lo tendrá el elemento más oscuro. El mayor contraste en los colores se logra utilizando los colores opuestos en el círculo cromático.

<http://www.fotonostra.com>

f) Contraste de escala: Se consigue mezclando varios elementos a diferentes escalas. Esta clase de contraste es utilizado para atraer la atención de manera muy efectiva.

g) Contraste de contornos: Los contornos irregulares destacan sobre los geométricos. Este contraste es ideal para

atraer la atención sobre un elemento específico, pero debe usarse cuidadosamente, ya que el abuso puede crear mucha tensión en el diseño.

h) Jerarquía: Es el orden de una serie de elementos, según su valor en el mensaje visual que se desea transmitir. Este valor se puede enfatizar por medio de escala, color, posición, etc.

<http://www.fotonostra.com>

i) Recorrido visual: Basados en el sistema de lectura, el recorrido visual predominante es de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo. Este es manipulable por medio de la jerarquía de los elementos que conforman una composición.

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

VII) **Método de diseño:** Es una serie de pasos a seguir, en un orden específico. Esto permite realizar un proceso creativo consistente, cuyo fin es resolver un problema de comunicación visual. Según sus características los métodos de diseño se pueden clasificar en:

a) **Caja negra:** En este método no se explica cómo ni por qué se realizó determinado diseño; el proceso se produce dentro de la mente del diseñador. Este es un método acelerado en el que el diseñador se vale de sus experiencias anteriores para generar un nuevo diseño.

b) **Caja de cristal:** Este proceso se basa en la teoría de que todo diseño tiene una fase teórica y otra práctica. Aquí se expone el proceso paso a paso, se diseña con base en la información recopilada, se sigue una secuencia ordenada, se conocen los objetivos deseados y se obtiene como resultado una solución lógica no experimental.

Los pasos de la caja de cristal son:

- **Planificación:** En esta etapa se definen los objetivos, variables, constantes, estrategias y criterios a seguir.

- **Análisis:** En este paso se obtiene la información del cliente, se recopila el material de soporte, se ordenan y seleccionan los resultados obtenidos.

- **Síntesis:** Esta etapa consiste en el proceso de diseño; debe definirse un concepto creativo, que exprese el enfoque de un punto o dirección a seguir, que deberá prevalecer a lo largo del diseño. Posteriormente; se realizan prebocetos que permitan plasmar el concepto original. Se debe agotar este recurso y luego observar los resultados desde varias perspectivas, se eligen las mejores opciones para producir a partir de estos, los bocetos a un tamaño real, integrando cada elemento y analizando los posibles

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

formatos y medios de comunicación en que serán empleados.

- Evaluación: Los bocetos finales son sometidos a evaluación. Primero, con el cliente y, luego, con el público. Según los resultados de dicha evaluación se analiza si es necesario mejorar algún aspecto del diseño propuesto, para, posteriormente, crear los artes finales.

c) **Método de tres etapas:** Este es el proceso que se utilizó en el presente proyecto, por ser un método que se adecua al problema de comunicación a resolver. Tiene como fin dividir el problema en tres partes o etapas que son:

- Divergencia: Esta es una manera de investigar, en la cual se analiza la estabilidad o inestabilidad de todo lo que está relacionado con el problema planteado. La intención es descubrir qué componentes son susceptibles al cambio y cuáles serán las bases sólidas a lo largo del proyecto.

- Transformación: Esta es la etapa creativa, en la que se busca obtener un resultado partiendo de la investigación previa. Se debe elegir un modelo que pueda trascender sobre el problema.

- Convergencia: En esta etapa se evalúan los resultados obtenidos en la transformación. Estos se someten a prueba para evaluar si los efectos obtenidos son los deseados o si es necesaria alguna modificación en el diseño.

d) **Proceso de cuatro etapas:** Este es un proceso práctico, ordenado y metódico.

Las cuatro etapas son las siguientes:

- Etapa racional: Esta etapa es para recopilar toda la información posible sobre el cliente, el problema de comunicación visual que se debe resolver, el grupo objetivo y la competencia.

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA



## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

Es necesario ordenar y depurar los resultados que se obtengan para pasar a la siguiente etapa.

- **Etapa creativa:** En esta fase se desarrollan varias soluciones gráficas mediante un análisis de la información previamente obtenida. Se plasman todas las ideas, para luego elegir las mejores y pulirlas, después se someten a la opinión del cliente y se realiza un boceto final que satisfaga las necesidades planteadas por el mismo.

- **Etapa evaluativa:** En esta etapa se verifica con el cliente y el grupo objetivo si la solución propuesta resuelve el problema planteado.

e) **Plan de trabajo creativo:** Este método tiene como idea central lograr un acercamiento al cliente, para conocer sus ideas y expectativas respecto al diseño a realizar.

Los pasos a seguir son los siguientes:

- **Oportunidad clave:** Para poder encontrar la oportunidad clave es necesario definir ¿por qué el mensaje será recibido?, ¿qué lo hará diferente?, ¿qué tiene de especial? ¿cuál es el interés del cliente?

- **Audiencia meta:** Se debe identificar al grupo objetivo en sus aspectos psicográficos, demográficos y conductuales.

- **Objetivos:** Es necesario definir que resultados se desean obtener, ser reconocidos, aceptados o recordados por el grupo objetivo.

- **Estrategias:** Es la táctica a utilizar para hacer llegar el mensaje; debe ser precisa y decisiva. Ésta debe abarcar cuatro aspectos: grupo objetivo, posicionamiento, argumentos a resaltar y medios de comunicación a utilizar.

- **Beneficios para el público:** Se deben establecer los beneficios primarios y secundarios, como precio, calidad, servicio, garantía, entre otros.

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

- Impresión neta: Aquí es donde se debe establecer la reacción que se desea obtener del grupo objetivo a través del diseño. Para lograrlo se desarrollan y seleccionan los símbolos y tipos de letra adecuados al fin deseado.

- Apoyos: Son todos los recursos disponibles para reforzar las características del diseño. Pueden ser color, frases, imágenes o eslogan que, aplicadas de manera correcta, lograrán persuadir al consumidor.

- Sugerencias: El cliente emite sus opiniones e ideas sobre la propuesta gráfica, la cual debe ser evaluada antes de ponerla en práctica.

- Declaración de respuesta: Es la reacción del consumidor ante el mensaje gráfico expuesto.

e) *Brief*: Este es el término en inglés que se utiliza para nombrar las reuniones en las que se plantea la forma de realizar una campaña publicitaria. Este método se puede describir como fácil, práctico y de buenos resultados. Se puede dividir en ocho pasos:

- \* Definición del problema a solucionar.
- \* Actitudes deseadas en el consumidor.
- \* Grupo objetivo.
- \* Resultados publicitarios.
- \* Atributos del producto que se deben dar a conocer.
- \* Aspectos de la marca que se deben expresar.
- \* Consideraciones que deben tomarse en cuenta sobre los medios y el presupuesto.
- \* Sugerencias.

Métodos del Diseño  
Para Diseñadores Gráficos,  
Arq. Julio Roberto Tórtola Navarro

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

VIII) **Concepto de diseño:** Es un verbo, nombre o frase que transmite un enfoque claro o frase clave en donde se sintetiza el mensaje que se desea transmitir. Este es un punto de partida para crear cualquier diseño; permite alejarse del tema para luego retomarlo desde otro punto de vista, lo cual proporciona una mayor amplitud de ideas sin distanciarse del mensaje a transmitir.

IX) **Imagen corporativa:** Es el conjunto de elementos visuales que identifican a una empresa, los cuales la hacen distinguir de otra, al igual que define el lugar que esta ocupa dentro del mercado. Tiene como finalidad transmitir quién es la empresa, qué es, qué hace y cómo lo hace. Los elementos que conforman una imagen corporativa forman un perfil externo de esta misma, y deberán reflejar el perfil interior.

La imagen corporativa es un medio de alta

prioridad que utilizan las empresas para transmitir su identidad al público. Para obtener los resultados deseados se deben crear y aplicar normas gráficas que rijan cada uno de los usos que se le dé a dicha imagen en los distintos medios de comunicación, teniendo en cuenta la misión, visión y objetivos de la empresa.

Los elementos que conforman una imagen corporativa son:

a) **Logotipo:** Es un elemento gráfico que se utiliza para identificar a una entidad. Está formado por el nombre o la marca y un símbolo que transmita las características más importantes de la empresa que representa. Este debe ser:

- Simple, para facilitar la comprensión y la incorporación en la mente de los consumidores.
- Práctico, para poder ser utilizado en todo tipo de medios, tanto impresos como digitales.

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

- Consistente, debe permanecer en cada una de las piezas de comunicación hechas por la empresa.
  - Original, no debe parecerse al de otra empresa.
  - Memorable, debe ser fácil de recordar, por su forma o color.
  - Sustentable, que no se vuelva obsoleto en poco tiempo, ya que no es conveniente cambiarlo.
- Existen tres clases de logos, logotipo, isotipo e isologotipo.

**Logotipo:** Se clasifica así al tipo de logo que no posee un icono. Está formado únicamente por tipografía y tiene como ventaja que las palabras ya tienen un significado establecido, y como desventaja que no es fácil de recordar. Su funcionalidad depende de lo acertada que sea la elección de la tipografía a utilizar.

Ejemplos:

**Microsoft®**

**Isotipo:** Este tipo de logo está basado únicamente en icono; tiene como ventaja que es muy fácil de recordar, ya que la memoria retiene con mayor facilidad las imágenes que las letras; sin embargo, no es muy claro su mensaje, ya que no tiene un significado establecido previamente, lo cual tiene como ventaja que no reconoce fronteras de idioma, y por la originalidad que aporta se posiciona más rápido en la mente del público.

Ejemplos:



**Isologotipo:** Este tipo de logo combina la tipografía con el icono, por lo que transmite con suma fidelidad el mensaje deseado. Ejemplos:



<http://www.soslogodesign.com>

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

b) Colores corporativos: Es una parte fundamental de la imagen corporativa, ya que por medio de estos será identificada una empresa. La correcta aplicación de estos ayuda a realzar el mensaje que se desea transmitir y su uso constante aporta solidez a la imagen corporativa. Al momento de seleccionar los colores hay que tener en cuenta la connotación de cada uno de ellos y la personalidad de la empresa que los empleará.

<http://www.miespacio.org>

c) Eslogan: Es una frase breve que expresa los beneficios de una marca o producto. Este debe ser corto, como máximo siete palabras, simple, fácil de recordar, positivo y original.

<http://www.webtaller.com>

d) Manual de normas gráficas: Es un libro en donde se describe la aplicación de una imagen corporativa.

Este es un instrumento muy específico que incluye todas las reglas de la imagen corporativa; tiene como objetivo ser una guía para la correcta aplicación de dicha imagen en los distintos medios de comunicación, tales como papelería corporativa, administrativa, artículos promocionales, sitios Web, anuncios y todo tipo de publicidad, entre otros.

<http://quilmes.stgeorge.com.ar/manualgrafico>

e) Señalización: Es un sistema de comunicación por medio de signos, que tiene como fin orientar a las personas, en un espacio determinado, ya sea interior o exterior. Esto facilita la ubicación, movilidad, funcionalidad y convivencia dentro de la sociedad.

<http://www.fotonostra-com>

f) Posicionamiento de marca: Es el proceso psicológico en el que un producto o marca se ubica en la mente de los consumidores, para que estos lo reconozcan y prefieran.

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA

DEFINICIONES RELACIONADAS  
CON EL CONCEPTO DE DISEÑO

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

Para esto es necesario identificar al mercado al que va dirigido, hacer una segmentación, conocer el posicionamiento actual y el deseado.

<http://www.miespacio.org>

g) Segmentación de mercado: La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos más pequeños que tengan características y necesidades parecidas. Debido a esta similitud, es probable que reaccionen de manera similar a determinado producto. Esta segmentación se puede hacer demográficamente, teniendo como parámetros el sexo, la edad, los ingresos, la educación, la religión y la nacionalidad; geográficamente los parámetros son países, regiones, departamentos, municipios, ciudades, comunidades, barrios, etc.; psicográficamente los parámetros son el tipo de comprador, personalidad, estilo de vida, clase social, creencias y valores.

### 3.3 DEFINICIONES PARA EL CONCEPTO DE DISEÑO

3.3.1 *ECOLOGÍA HUMANA*: Es una disciplina de la Sociología, que trata en su totalidad el estudio de la relación de los seres humanos con su medio, la influencia que ejercen el uno sobre el otro.

Lic. Cesar Morales Pérez,  
Ecología Humana, Capítulo I

3.3.2 *RECICLAJE*: Es el proceso de transformar un objeto que ha perdido sus cualidades de manera parcial o total, con el fin de mejorarlo, recuperarlo o crear otro, tomándolo como materia prima.

<http://www.wikipedia.com>

3.3.3 *AGUA*: Es la materia básica en los seres vivos; esta sirve para transportar los alimentos y desechar el desperdicio. Connota vida, renovación, limpieza y movimiento.

<http://www.wikipedia.com>

CONCEPTOS RELACIONADOS  
CON LA PROPUESTA





CONCEPTO DE DISEÑO

BOCETAJE

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

### 4.1 CONCEPTO DE DISEÑO

Partiendo del concepto desarrollado sobre Ecología Humana en el Capítulo III, inciso 3.3.1, se puede observar que la ecología humana sostiene que así como el ser humano influye sobre su entorno, también el ambiente influye sobre el ser humano, no solo físicamente, sino también en su personalidad, costumbres, cultura, etc. Por esto se sabe que en una ecología humana, deben tomarse en cuenta aspectos espirituales y morales, que puedan intervenir de manera positiva sobre las personas.

El Canal Jesús TV busca una imagen que refleje el rescate de valores morales de una manera moderna y dinámica, por lo que

es factible utilizar una analogía entre la Ecología Humana y el Rescate de los Valores Morales, para proyectar la imagen de este canal, el cual tiene como finalidad reestablecer una intercomunicación social que ayude a recuperar la fe católica, la solidaridad y la convivencia fraternal.

Por lo tanto, el concepto creativo de esta imagen corporativa es la **Ecología Humana**.

Para plasmar este concepto se hizo uso de elementos claves tanto de la ecología como de la moral que connoten un mensaje positivo, como el agua, el reciclaje, la esperanza, la vida, etc., los cuales jugarán un importante papel en la construcción de la imagen del canal Jesús TV.

CONCEPTO DE DISEÑO

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

### BOCETAJE

#### 4.2 BOCETAJE

Con el fin de satisfacer el problema planteado, se necesita crear un logotipo que identifique al canal Jesús TV, que es la base para diseñar todo el material gráfico de la imagen corporativa.

Para lograr un diseño efectivo fue necesario realizar una lluvia de ideas, la cual constituye en sí una fase de prebocetos, bocetos, bocetos para la evaluación y bocetos finales.

##### 4.2.1 LLUVIA DE IDEAS

En esta fase se plasmaron todas las ideas gráficamente. Primero a mano alzada sin entrar en detalles de

ningún tipo, solo para tener presente las ideas que fueron surgiendo. Luego se analizaron desde todos los puntos de vista posibles para determinar cuáles tenían mayor potencial para pasar a la siguiente etapa.

##### 4.2.2 PREBOCETOS

Los seleccionados en la lluvia de ideas pasaron a esta etapa en la que se digitalizaron los símbolos que más prometían, se eligió la tipografía, se realizaron posibles combinaciones, se definieron y aplicaron los colores corporativos para tener una idea más clara de la funcionalidad de cada una de las opciones.

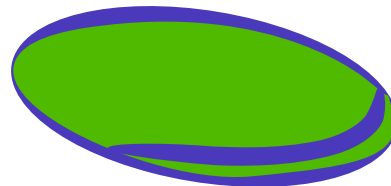
## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETAJE

I) Selección de colores corporativos: Se seleccionaron como colores corporativos el azul, el verde y el anaranjado, por el significado de cada uno de ellos, como se describe en el capítulo 3 inciso 3.3:F:1-4, con la intención de connotar sabiduría, vida eterna, espiritualidad, vida, paz, esperanza, juventud, luz, poder y libertad.



símbolo de reciclaje como un proceso de renovación, la cruz como símbolo de la Iglesia Católica y el movimiento, que connota el dinamismo que caracteriza al Canal Jesús TV. Todos en su conjunto representan el concepto de diseño de Ecología Humana que se está aplicando.



II) Digitalización de símbolos: Se seleccionaron en la lluvia de ideas ocho símbolos para digitalizarlos. Estos se crearon apoyados en elementos como la semilla que representa la vida en su más mínima expresión, el agua como líquido vital que alimenta y purifica, el

Este elemento tiene como base la forma de una semilla, representando el inicio de una vida, dentro de un contorno azul que representa el agua, que al entrar en la semilla, la hará fructificar.

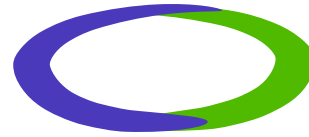
## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETAJE

El icono central simboliza a un ser humano lleno de vitalidad, por estar rodeado de agua que representa la purificación espiritual.



En este icono se busca representar una fusión entre la vida y lo espiritual, que representan el color verde y azul respectivamente; la forma ovalada sugiere movimiento, por medio del cual se lleva a cabo la mezcla de los elementos.



En este boceto se utiliza de una manera abstracta la transformación de un ser humano en un ciclo evolutivo, como el del reciclaje, en color verde, que representa tanto la naturaleza del hombre como la esperanza de vida; dentro de un círculo estilizado con contornos orgánicos en color azul que representa el agua y sugiere movimiento, por medio del cual se purifica y transforma de una manera positiva a la persona que este rodea.



Con esta figura se representa una semilla que al caer sobre el agua, penetra en ella para darle vida. La semilla es verde como la naturaleza humana, y el agua azul representa la inmortalidad y lo sublime.



## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE



En este boceto se utiliza una cruz estilizada, que representa a la Iglesia Católica, pero de una manera más dinámica, en color verde, que representa tanto la naturaleza del ser humano como la esperanza de vida, dentro de un círculo estilizado con contornos orgánicos en color azul, que representa el agua y sugiere movimiento, por medio del cual se purifica y transforma de una manera positiva.

En este boceto se utiliza una adaptación del triángulo del reciclaje y que, a su vez, representa la Divina Trinidad. Cada una de sus esquinas tiene un color diferente,



que representa la vida del ser humano, la vida eterna y la energía positiva. Sus contornos orgánicos connotan movimiento, a través del cual se logra la transformación del entorno humano.

Este icono tiene como eje central un ser humano que al tener como entorno el agua, que representa la sabiduría de la verdad eterna, muestra reverencia hacia el ser supremo.



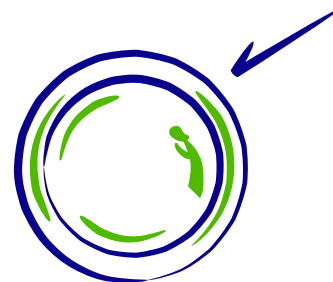
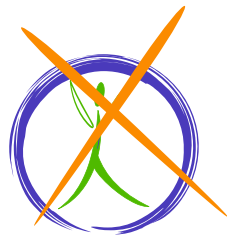
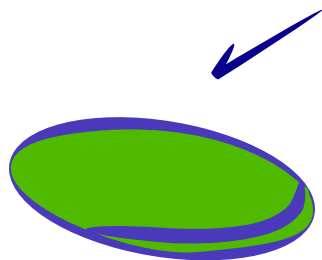
BOCETAJE



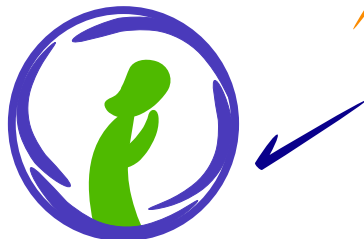
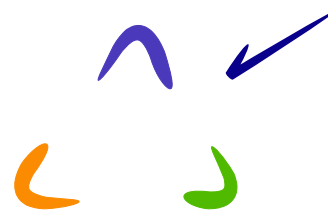
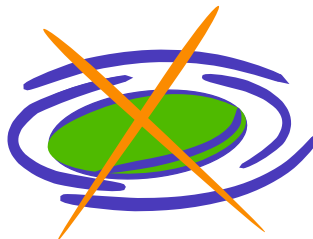
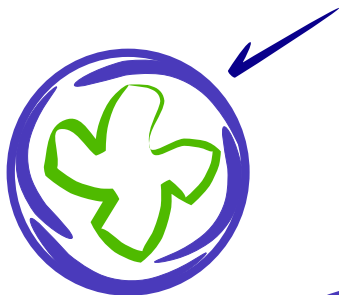
## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETAJE

En este símbolo a pesar de utilizar elementos claves del concepto como el agua, la humanidad y el movimiento, no se forma la idea deseada, pues cada elemento comunica una idea diferente.



Este símbolo es muy cargado, y al agregar la tipografía, en lugar de complementarse, todos los elementos compiten unos con otros.

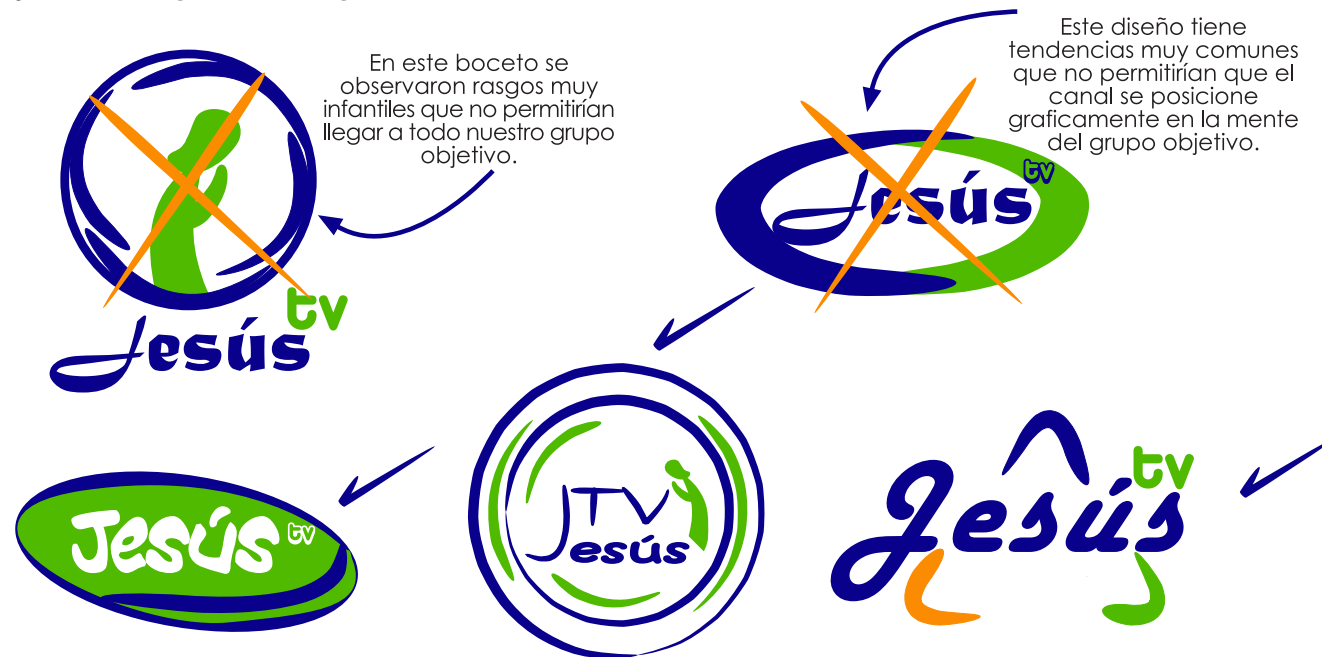


La descripción de los símbolos seleccionados se plantea en el inciso 4.2.3

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

III) Combinación de los símbolos seleccionados con las posibles tipografías.

Luego de una búsqueda exhaustiva entre las diversas familias tipográficas se eligieron nueve posibles combinaciones para incorporarlos en los iconos seleccionados. Se buscó que los tipos fueran dinámicos, vanguardistas, legibles y con rasgos de elegancia.



BOCETAJE

41

La descripción de los símbolos seleccionados se plantea en el inciso 4.2.3

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETAJE

### 4.2.3 BOCETOS



Este boceto se seleccionó porque tiene muchos rasgos espontáneos que connotan dinamismo y modernidad. Además, al combinarlo con una

de las posibles tipografías se integraron perfectamente. La tipografía principal es Bradley Hand, por sus trazos orgánicos, que formados por curvas libres connotan humanidad, naturaleza y espontaneidad. La secundaria es Kristen ITC, que por ser un tipo de letra sin serif, es más moderno y da mayor legibilidad.



Este elemento antes de combinarlo con los posibles tipos de letra fue modificado con el fin de darle a la cruz una forma más definida. La tipografía principal es la Freshbot, por sus trazos geométricos que connotan tecnología como sinónimo de actualidad y vanguardismo. La secundaria es Alba Súper, por ser un tipo de letra sin serif, que es más moderno y da mayor legibilidad.

Se seleccionó este icono porque comunica la esencia de la vida y la trascendencia de la espiritualidad; es un icono con peso visual. La tipografía principal es la Crooby por su estilo dinámico. La secundaria es Alba Súper, que por ser un tipo de letra sin serif, es más moderno y da mayor legibilidad.



## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

Este boceto se seleccionó porque el triángulo representa la Divina Trinidad, que es la base de la ideología católica; de igual manera representa la transformación mediante el reciclaje. Se colocó como tipografía principal *Harlow Solid Italic*, que se aplicará en “Jesús” por ser una letra de la familia de las caligráficas, con trazos redondeados que transmiten tranquilidad y temple. Este tipo de letra es de las pocas caligráficas que poseen una clara legibilidad sin perder la elegancia que la caracteriza.

Como tipografía complementaria se utilizará *Alba Super* de la familia de palo seco, que por sus rasgos sin serif, en “TV” facilita la lectura y se complementa con las tipografías principales y secundarias. Se utilizará en algunos detalles.



Luego de un profundo análisis de los últimos cuatro logotipos seleccionados, como una decisión unánime con la gerencia del canal Jesús TV, se eligió este logotipo por ser el que representa de una manera gráfica el concepto de diseño seleccionado y las características y objetivos del canal Jesús TV, debido a que el símbolo del reciclaje es el más conocido por las masas como el que representa a la ecología y, a la vez, por ser un triángulo que representa a la Divina Trinidad, base de la ideología católica.

BOCETAJE

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

Para reforzar esta imagen se vio la necesidad de cambiar el color naranja por el amarillo debido a la connotación de este último, que es luz, sol, acción, poder, además de ser un color jovial y afectivo, pero, sobre todo, por ser el color que identifica a la Iglesia Católica.

También se transformó la T en una cruz, la cual se tomó de otra de las propuestas, observando que estas se integraban y complementaban mutuamente, ya que la cruz agrega dinamismo al logotipo, que es una de las características que el canal Jesús TV busca transmitir. Luego se hicieron varias versiones de este logo variando la composición de sus elementos, para mejorar el recorrido visual.



Se descartó esta opción, pues TV se antepone a Jesús, creando confusión respecto al orden del nombre del canal ¿“TV Jesús” o “Jesús TV”?

Esta composición crea mucha simetría en el logotipo, por lo que reduce el dinamismo y espontaneidad que se busca transmitir.



Luego de realizar los cambios mencionados, se seleccionó este, por la composición de sus elementos, ya que provoca un recorrido visual en donde se lee el nombre del canal en el orden correcto, sin que ninguno de sus elementos pase inadvertido.

BOCETAJE

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

Creación del eslogan: Este será la frase con la que en pocas palabras el canal se identifique y logre enviar el mensaje deseado.

Se probaron cuatro tipos de letra para el eslogan: *Alba*, *Abbey Medium*, *Akbar* y *Almagro*, y la que se utilizará en el eslogan y textos complementarios es *Almagro*, por sus trazos a mano alzada, ya que connota espontaneidad, soltura y actualidad.

Al rescate de los valores

Rescatando valores

Rescatando con valor

Rescatando tu valor

Se propusieron cuatro posibles esloganes y se eligió “**Rescatando tu valor**” por ser más personalizado. Además por su connotación permite en una frase muy breve mencionar uno de los objetivos del canal, que es el rescate de valores morales, a la vez también habla del valor de un ser humano, tema que dicho canal recalca en varios de sus programas. A este eslogan se le puede aplicar tanto el color azul pantone *Blue 072* como el verde pantone *375*, ya que ambos, además de ser parte de los colores corporativos, permiten una buena legibilidad.

Rescatando tu valor

Rescatando tu valor

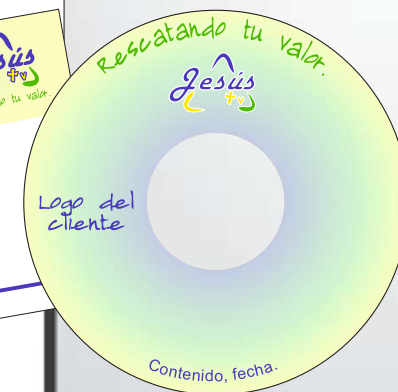
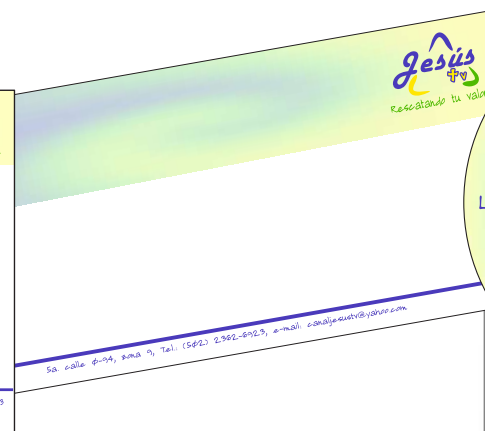
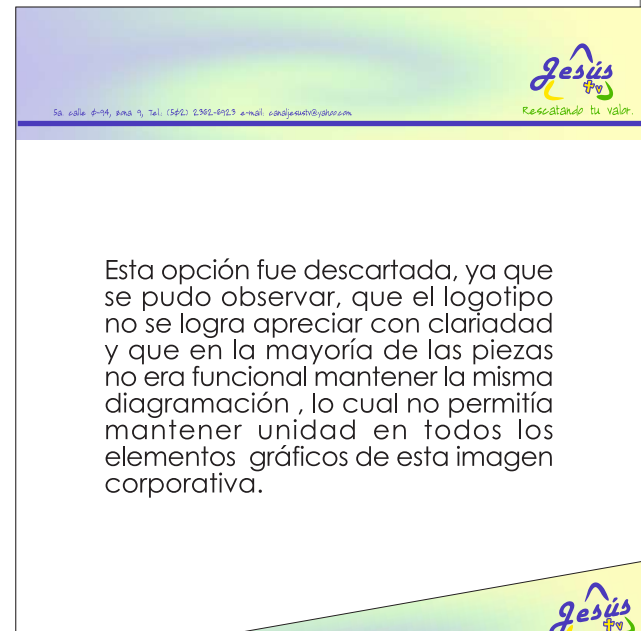
BOCETAJE



## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

Bocetaje de papelería: Se realizaron varios bocetos con distintas líneas de diseño para encontrar la que refuerce la imagen corporativa del canal Jesús TV.

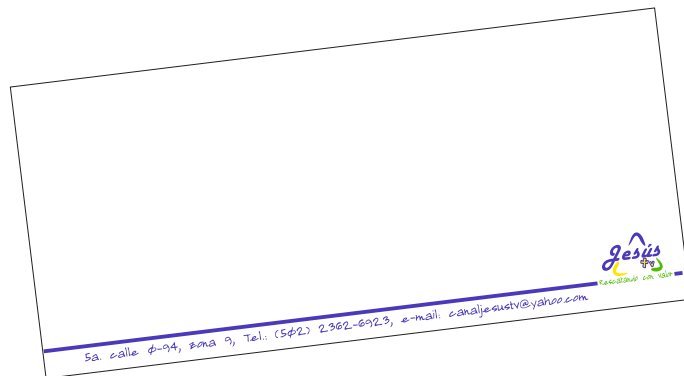
En el boceto número 1 se utiliza un cintillo con una mezcla de los colores corporativos en un 30 %, la cual tiene como fin representar una atmósfera llena de luz, vida y paz interior. Se colocó en el encabezado para darle mayor peso visual, y sobre este, al lado derecho, está ubicado el logotipo con el eslogan, al lado izquierdo la dirección, teléfono y correo electrónico, esto sobre una línea de dos puntos en color azul pantone Blue 072.



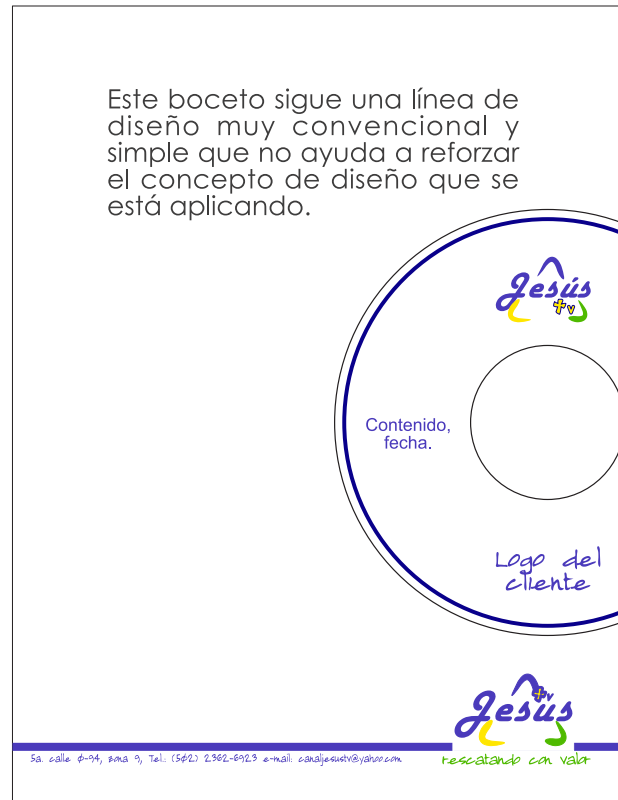
BOCETAJE

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

El boceto número 2, posee un membrete ubicado en la parte inferior, el cual está formado por una línea horizontal en color azul pantone *Blue 072*, a 2 puntos que tiene como finalidad transmitir estabilidad, sobriedad y limpieza en el diseño, debajo de esta se ubicaron la dirección, el número telefónico y la dirección de correo electrónico del canal. Del lado inferior derecho sobre la línea azul se colocó el logotipo y el eslogan.



Este boceto sigue una línea de diseño muy convencional y simple que no ayuda a reforzar el concepto de diseño que se está aplicando.



BOCETAJE

47

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

En el boceto número 3 se diseñó una pantalla con los colores corporativos a un 30 %, con forma curva, creada con el fin de sugerir el movimiento del agua en una mezcla de luz, vida y paz interior, que forman un entorno ideal para el rescate de valores humanos, lo cual refuerza la imagen creada en el diseño del logotipo. Esta composición es mucho más expresiva, posee un alto nivel de unidad y una línea de diseño vanguardista que connota modernismo. Por estas razones éste es el boceto elegido.

En el diseño de la tarjeta de presentación se eligió la de forma vertical, ya que esta se integra completamente al resto de los elementos gráficos, además de darle un toque de originalidad.



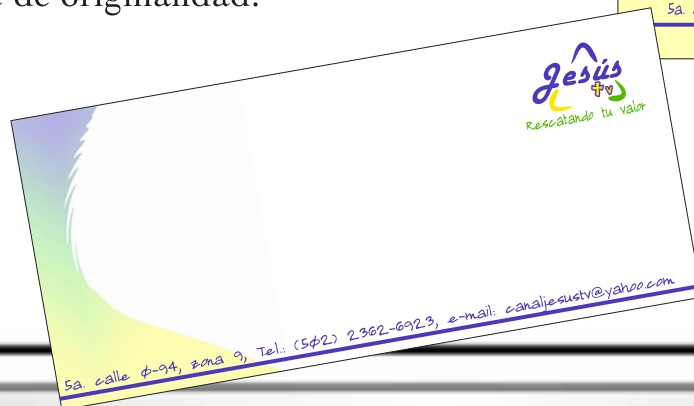
Jesús  
Rescatando tu Valor

Jesús  
Rescatando tu Valor

Arturo de León  
Gerente General

5a. calle #94, zona 9, Tel.: (502) 2362-6923  
e-mail: canaljesustv@yahoo.com

5a. calle #94, zona 9, Tel.: (502) 2362-6923 e-mail: canaljesustv@yahoo.com



Jesús  
Rescatando tu Valor

5a. calle #94, zona 9, Tel.: (502) 2362-6923, e-mail: canaljesustv@yahoo.com

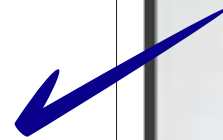


Jesús  
Rescatando tu Valor

Arturo de León  
Gerente General

5a. calle #94, zona 9, Tel.: (502) 2362-6923, e-mail: canaljesustv@yahoo.com

BOCETAJE



## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

Bocetos para la portada del manual de normas gráficas

Tomando como base la línea de diseño seleccionada en la papelería institucional, se realizaron los siguientes bocetos para la portada del manual de normas gráficas.

Se descartó la aplicación de la misma pantalla utilizada en la papelería, para que se distinga este elemento entre los demás y facilitar así el uso del mismo.

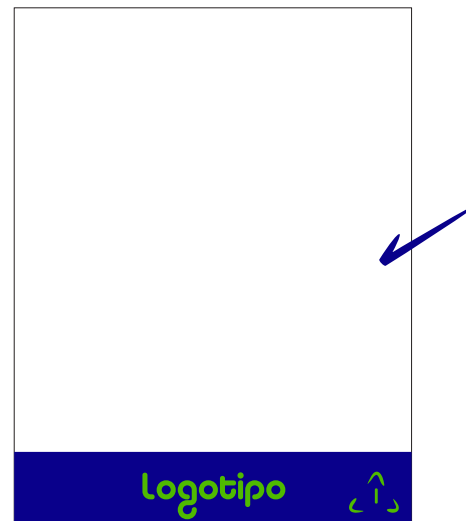
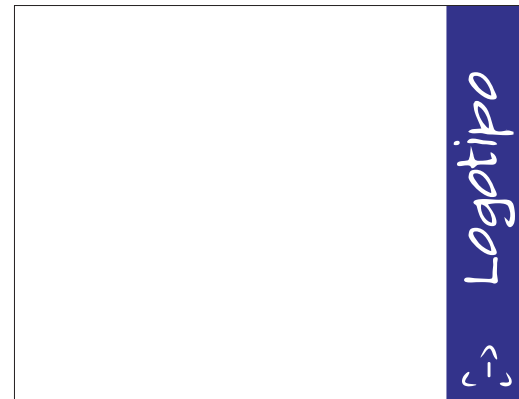
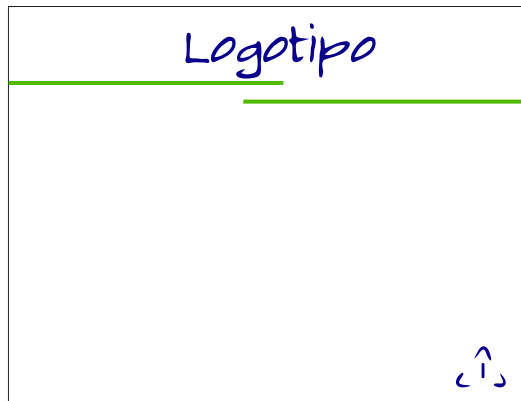


BOCETAJE

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

Bocetos de las páginas interiores del manual de normas gráficas

Al tomar en cuenta que en estas páginas es necesario destacar los elementos de la imagen corporativa, se realizaron bocetos utilizando una línea de diseño más sencilla para que este no compita con el diseño de dichos elementos.



## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETAJE

### 4.2.4 BOCETOS PARA EVALUACIÓN

#### I) Manual de normas gráficas

En este manual se encuentra la descripción del logotipo, las versiones autorizadas para este mismo y sus diversas aplicaciones tanto en los elementos de la papelería, como uniformes y elementos promocionales diseñados para el canal Jesús TV. Tendrá una portada de 8.5" x 5.5", las páginas interiores estarán divididas en 6 secciones, en cada una se incrementa 1/2 pulgada de largo para obtener un formato total de 8.5" x 8.5". Este diseño tiene como finalidad facilitar el uso del manual, ya que permite ubicar fácilmente las secciones que lo componen.

#### II) Portada

En la portada se utilizó un fondo con una mezcla de los colores institucionales para mantener unidad con todos los demás elementos gráficos de la imagen corporativa,

pero en una tonalidad mucho más alta para que se pueda ubicar con mayor facilidad. El formato es 8.5" x 5.5", (media carta horizontal), deberá imprimirse a un solo tiro, a tres tintas que son los pantones institucionales (*Blue 072, 375 y 1-2 CVS*).

#### III) Páginas interiores

Las páginas interiores llevarán un cintillo en la parte inferior en pantone sólido *Blue 072*, sobre el cual se colocará el tema principal de cada página en color verde pantone *375*; la tipografía para los títulos es la complementaria del canal "Alba" a 18 puntos, el formato de estas se incrementará 1/2" verticalmente en cada tema, empezando desde la portada, hasta llegar al tamaño del formato de este manual (8.5" x 8.5"), con el fin de que el título del tema sea visible para facilitar al usuario la manipulación de este manual. La tipografía del cuerpo de texto es *Century Gothic* para una mejor legibilidad.



## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

A continuación se presentan los bocetos que serán sometidos a evaluación ante el cliente y ante una muestra del grupo objetivo



BOCETAJE

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETAJE

### Introducción

El proyecto de la imagen corporativa del canal Jesús TV tiene como objetivo proporcionar al canal una imagen gráfica unificada y distintiva. Este manual de normas gráficas debe utilizarse como guía para la aplicación de la imagen corporativa del canal Jesús TV.

La imagen está basada en el concepto creativo "Ecología humana", el cual plantea una analogía sobre el principal objetivo del canal que es rescatar los valores morales. Dicho concepto es plasmado gráficamente por una estructura formada por un signo y un nombre intersectados entre sí, los cuales deben ser utilizados como un solo elemento gráfico, sin alterar las distancias y proporciones de los elementos que lo conforman.



# CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETAJE

## Descripción del logotipo

### Nombre

La tipografía principal es la *Harlow Solid Italic*, la cual se aplica en la palabra "Jesús", que por sus trazos redondeados transmite tranquilidad y temple. La secundaria es *Alba Super*, por ser un tipo de letra sin serif, es más moderno y da mayor legibilidad. La tipografía complementaria será Almagro, la cual se aplicará en el eslogan y en textos de segunda prioridad.

### *Harlow solid italic*

*A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789*

### Almagro

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

### Alba Super

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Logotipo

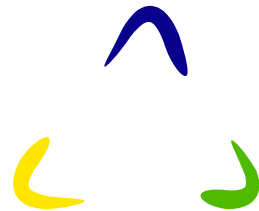
2

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETAJE

### Símbolo

Este está basado en una adaptación del triángulo de reciclaje, que a su vez representa la Divina Trinidad y reforzado con el uso de los colores azul, verde y amarillo por su respectivo significado, en especial amarillo que es el color que identifica a la Iglesia Católica. Este elemento encierra de una manera simple la base de la ideología católica, tal como lo expresa el credo de dicha iglesia.



También se utiliza un símbolo complementario que es una cruz estilizada, de manera que exprese dinamismo, con el fin de darle al canal una imagen vanguardista dentro de los parámetros de la Iglesia Católica. Este reemplaza la T en el nombre del canal Jesús TV.






Logotipo



# CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETAJE

## Colores corporativos

Pantone blue 072		C: 80%, M: 70% Y: 0%, K: 0%
Pantone 375		C: 43%, M: 0% Y: 80%, K: 0%
Pantone 1-2 CVS		C: 0%, M: 5% Y: 100%, K: 0%



Versión original

## Versiones autorizadas para diversas aplicaciones



sólido en *Blue* 072   sólido negro al 100%   sobre azul blue 072   sobre negro sólido al 100%

El uso de futuras versiones deberá ser autorizado por el gerente general del canal.

Logotipo



## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

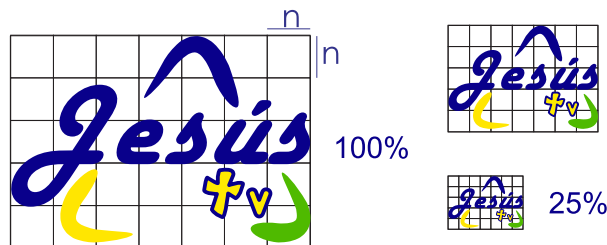
BOCETAJE

**Versiones no funcionales y no autorizadas.**



No se permite el uso del logotipo sobre colores saturados que impidan la legibilidad del mismo; estos son solo algunos ejemplos.

**La aplicación en distintas escalas deberá ser proporcional.**



50% La proporción debe ser de  $7n \times 5n$ .  
El tamaño mínimo permitido es de  $3/8'' \times 1/2''$

Logotipo





## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETAJE

El eslogan de esta imagen corporativa es "Rescatando tu valor", el cual deberá escribirse con la letra secundaria (Almagro), puede ir en color verde pantone 375 o azul pantone Blue 072. Cuando el espacio lo permita, se integrará al logotipo en la parte inferior; de lo contrario, puede ubicarse como un elemento en cualquier área de diseño. Se permite adaptar este texto a diferentes formas ya sean curvas, inclinadas, siempre y cuando no afecte la lectura del eslogan. Los siguientes son algunos ejemplos:

Rescatando tu valor



Rescatando tu valor

~~RESCATANDO~~  
TU VALOR

Rescatando tu valor

Rescatando tu valor

Eslogan

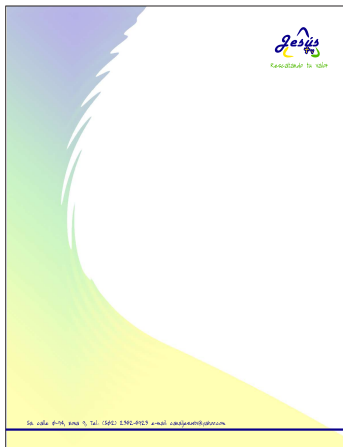


## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

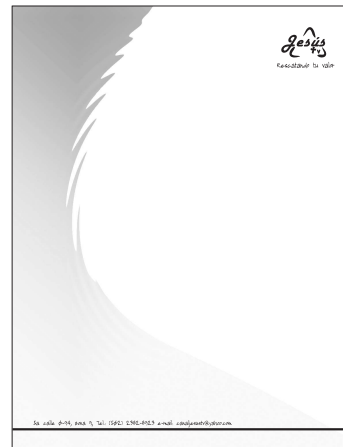
BOCETAJE

### Hoja membretada

Para la hoja membretada, el sobre membretado, la tarjeta de presentación y la etiqueta de CD, se diseñó una pantalla especial, formada con una mezcla de los tres colores institucionales en un 30%, con forma curva, que sugiere movimiento, debe ubicarse al lado izquierdo de cada una de las piezas. En el extremo inferior izquierdo con un margen de 1/2 " debe ir la dirección, teléfono y correo electrónico, utilizando la letra Almagro a 12 pts. y una línea a 2 puntos en color azul. El logotipo se ubica al lado derecho superior con el eslogan integrado, con una medida total de 2" X 1 3/8", dejando 1/2 pulgada de margen. La hoja debe ser impresa en papel bond de 80 gr. a tres tintas o la versión blanco y negro de la siguiente manera:



8.5" x 11"



Papelería institucional



## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETAJE

### Sobre membretado

Este diseño se aplicará en sobres tamaño oficio y carta, lleva exactamente el mismo diseño que la hoja membretada, impresos en papel bond de 80 gr.



9.5" X 4.25" tamaño oficio



6.5" X 3.65"  
tamaño carta

Papelería institucional



60

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETAJE

### Tarjeta de presentación

Se utilizará verticalmente, ya que de esta manera se integra mejor a la línea de diseño que se está manejando. Deben ser impresas en formato de 3.5 " X 2" en opalina de 124 lb.



2" X 3.5"

Papelería institucional



61

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETAJE

### Etiqueta para CD

Esta etiqueta lleva el mismo cintillo de toda la papelería, adaptado a la forma circular de esta misma; además, lleva el logotipo del cliente a quien se dirige, el material que contiene y la fecha en que se entregó. Esta se puede imprimir en *sticker* o bien en la superficie del disco, según sea conveniente.



Diámetro 5"

Papelería institucional



## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETAJE

Para la señalización se utiliza como contorno de cada uno de los iconos el triángulo del logotipo en color azul pantone **Blue 072** y la tipografía es la complementaria (Alba). Impresos en formato de 8" x 8" sobre vinilo fundido de 50 micras a una o dos tintas en serigrafía.



Señalización



63



## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

Los uniformes serán informales, debido a que la mayoría de empleados realiza trabajos técnicos. la única diferencia será que el personal administrativo utilizará pantalón de vestir y los técnicos pantalón de lona. En la playera y la chumpa deberá llevar el logotipo bordado en el lado izquierdo de cada una de estas piezas.



BOCETAJE

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

Los artículos promocionales autorizados para el público son gorras, pulseras y playeras. En el futuro se deberá pedir autorización a la Gerencia para implementar nuevos artículos.




BOCETAJE

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

Estos artículos promocionales están autorizados únicamente para captar nuevos patrocinadores, por lo que van dirigidos a ejecutivos a nivel gerencial. Para implementar nuevos artículos se debe solicitar autorización a la Gerencia.



BOCETAJE



CAPÍTULO V  
COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA  
DE LA IMAGEN CORPORATIVA  
DEL CANAL GUATEMALTECO  
JESÚS TV

IMPORTANCIA DE LA VALIDACION  
DE LA PROPUESTA GRAFICA

METODOLOGIA E INSTRUMENTOS  
DE COMPROBACION

PERFIL DEL INFORMANTE  
PARA LA COMPROBACION

RESULTADOS OBTENIDOS

PROPUESTA GRAFICA FINAL

CARACTERÍSTICAS Y EFECTIVIDAD  
DE LA PROPUESTA GRAFICA

FUNDAMENTACIÓN

TÉCNICAS, SOPORTES  
Y MEDIOS EMPLEADOS

# COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

## 5.1 IMPORTANCIA DE LA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA GRÁFICA

La importancia de la validación radica en comprobar la eficacia de la propuesta gráfica, al mismo tiempo que la aceptación del público hacia cada uno de los elementos gráficos propuestos.

Para llevar a cabo esta validación es necesario definir un método, uno o varios instrumentos que permitan recopilar la información necesaria, la estrategia a emplear, el lugar donde se va a realizar y el perfil del informante.

## 5.2 METODOLOGÍA E INSTRUMENTOS DE COMPROBACIÓN

### 5.2.1 Método

La metodología empleada es el “Diseño de prueba”, que consiste en seleccionar una muestra del grupo objetivo, a la cual se le da a conocer la propuesta gráfica y por medio de un cuestionario se conoce su opinión sobre la misma. Para poder

percibir con mayor fidelidad la opinión de las personas encuestadas, se interactuó con cada uno de ellos en todas las preguntas, leyendo y presentando el material de cada una de ellas. Los pasos a seguir son los siguientes:

- Selección de muestra
- Diseño de cuestionario
- Recopilación de datos
- Proceso de datos
- Análisis e interpretación de la información.

### 5.2.2 Instrumento

El instrumento que se empleará en esta validación es un cuestionario; se incluyeron los siguientes elementos:

- Identificación
- Información
- Objetivo
- Instrucciones
- Preguntas (12)
- Material de muestra

IMPORTANCIA DE LA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA GRÁFICA

METODOLOGÍA E INSTRUMENTOS DE COMPROBACIÓN

## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

### 5.3 PERFIL DEL INFORMANTE PARA LA COMPROBACIÓN

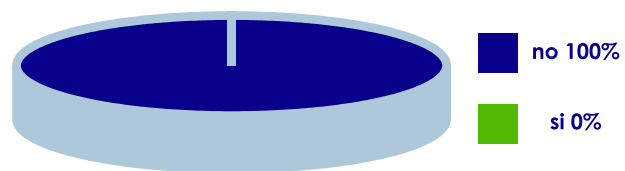
5.3.1 Muestra: Por el número de habitantes del departamento de Guatemala que es de 2,541,581 y de estos un millón y medio, aproximadamente, es católico, se concluyó, que por ser un grupo objetivo muy amplio, sería más funcional tomar una muestra de 30 personas divididas en tres grupos: niños, jóvenes y adultos, se tomó esta decisión con base en una prueba piloto para un *focus grup*, realizado en la institución anteriormente, con el fin de enfocarse en un grupo reducido para obtener datos fehacientes. Dicha muestra cumplió a con las siguientes características:

- Sexo: masculino y femenino
- Con dominio del idioma español
- De 6 a 70 años
- Que residan en la zona metropolitana
- Que sepan leer y escribir
- Católicos
- Clase media
- Que vean televisión frecuentemente
- Que frecuenten alguna parroquia de la Iglesia Católica.

El 33% fueron niños, 33% jóvenes y 34% adultos mayores de 40 años.  
5.4 RESULTADOS OBTENIDOS:

1. ¿Conoce usted el canal de televisión Jesús TV? El 100% contestó que no sabía que existía ese canal.

El resultado de esta pregunta refleja que en efecto el Canal Jesús TV no es reconocido por el público, lo cual confirma la necesidad de una imagen corporativa que identifique a esta institución.



Luego de presentar los bocetos para validación al grupo de muestra, se obtuvieron los siguientes resultados:

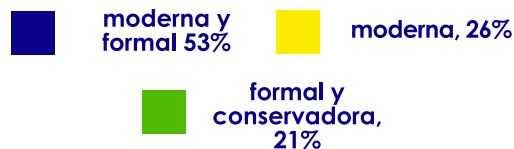
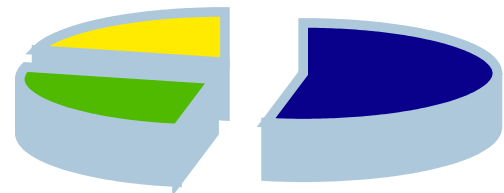
PERFIL DEL INFORMANTE

RESULTADOS OBTENIDOS

## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

2. ¿Cómo le parece la tipografía de Jesús TV? Al 53% le pareció moderna y formal, al 26% le pareció moderna y al 21% le pareció formal y conservadora.

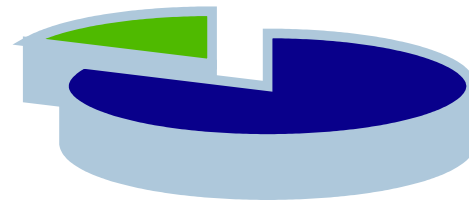
En estos resultados se puede observar que la tipografía empleada se concibe de una manera moderna y formal, lo cual cumple con el objetivo de crear una imagen corporativa para el Canal Jesús TV que le permita proyectarse de una manera moderna y apta para toda la familia.



3. ¿Cómo le parecen los siguientes símbolos? (triángulo y cruz)

El 82% dijo que le parecía dinámico, mientras que el 18% contestó que le parecía estático.

Con los resultados de esta pregunta se comprueba que se logró el dinamismo que se buscaba proyectar mediante los símbolos de Jesús TV.



RESULTADOS OBTENIDOS

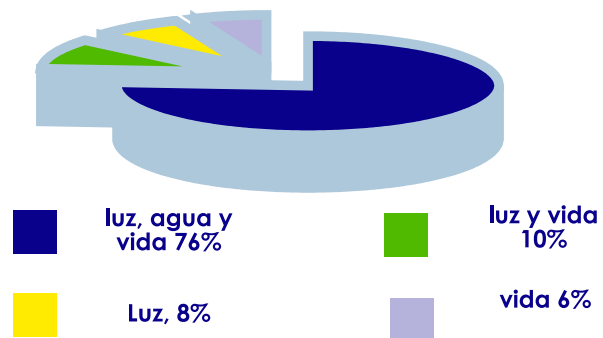




## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

4. ¿Con que asocia los colores empleados en este material gráfico? El 76% dijo que los asocia con luz, agua y vida, mientras que el 8% contestó que los asocia con luz, el 6% con vida y el 10% con luz y vida.

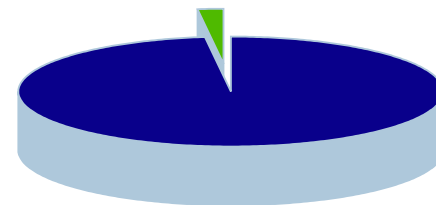
Se puede observar en estos resultados, que el público asoció los colores corporativos del canal con luz, agua y vida; lo que coincide con la intención de connotar mediante dichos colores luz, espiritualidad y vida. En cuanto al color azul, el público lo asoció con agua que representa espiritualidad, aunque el público no lo reconoce como tal, en su inconsciente lo percibe de esta manera. Nadie lo asocia con muerte y oscuridad.



5. ¿Cree que la imagen corporativa se relaciona con el medio que representa?

El 98% contestó que sí y el 2% contestó que no.

En los resultados de esta pregunta se percibe que el público asocia la imagen corporativa del Canal Jesús TV con la entidad que representa, por lo que se concluye que dicha imagen sí es funcional.



■ si, 98%      ■ no, 2%

RESULTADOS OBTENIDOS

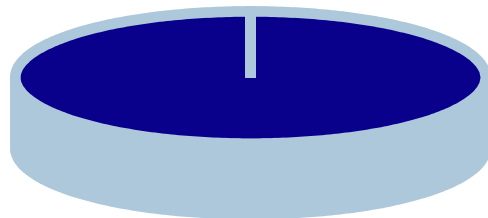
## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

RESULTADOS OBTENIDOS

6. ¿Le gustan los elementos de la imagen corporativa?

El 100% contestó que sí y el 0% contestó que no.

Estos resultados demuestran que además de ser funcional la Imagen Corporativa diseñada para el Canal Jesús TV, al público le resultan agradables todos los elementos que la conforman.

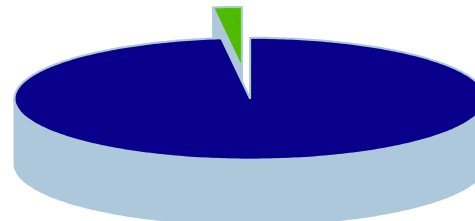


■ si, 100% ■ no, 0%

7. ¿Le gusta el eslogan "Rescatando tu valor"?

El 98% contestó que sí y el 2% contestó que no.

Como reflejo de estos resultados se concluye que el eslogan "Rescatando tu valor" es del agrado del público, lo que facilitará la fijación de dicho eslogan en la mente del grupo objetivo.



■ si, 98% ■ no, 2%

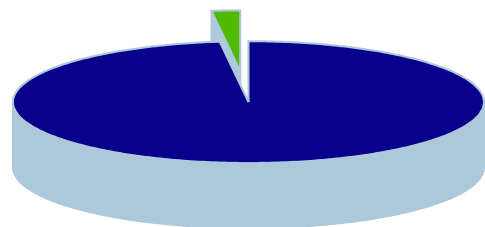


## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

RESULTADOS OBTENIDOS

8. ¿Le agradan los elementos corporativos y promocionales?

En el caso de la hoja membretada, el 98% contestó que sí y el 2% contestó que no.

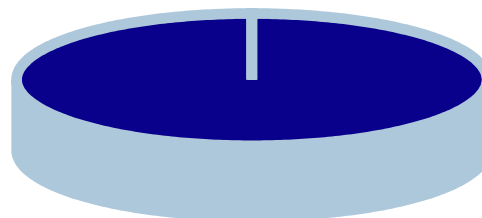


■ si, 98%

■ no, 2%

Tarjeta de presentación

El 100% contestó que sí y el 0% contestó que no.

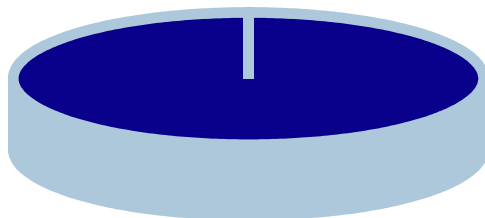


■ si, 100%

■ no, 0%

Sobre membretado

El 100% contestó que sí y el 0% contestó que no.

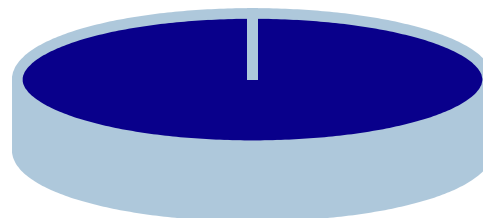


■ si, 100%

■ no, 0%

Gorra

El 100% contestó que sí y el 0% contestó que no.



■ si, 100%

■ no, 0%

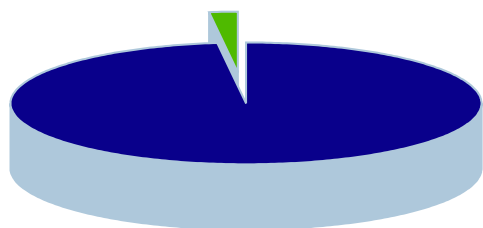


## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

RESULTADOS OBTENIDOS

Etiqueta para CD

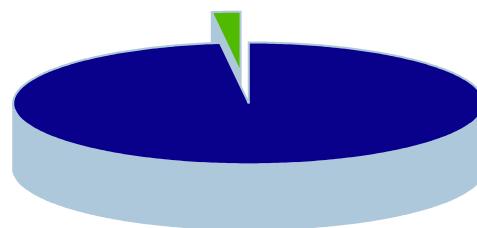
El 98% contestó que sí y el 2% contestó que no.



■ si, 98%      ■ no, 2%

Bolígrafo

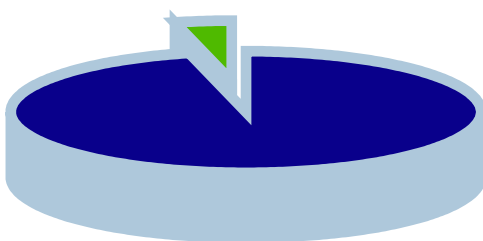
El 98% contestó que sí y el 2% contestó que no.



■ si, 98%      ■ no, 2%

Playera

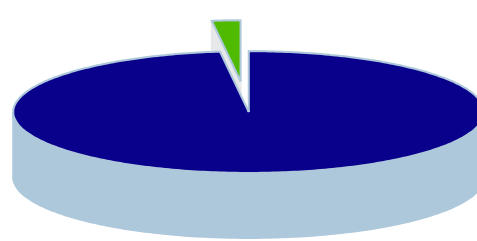
El 96% contestó que sí y el 4% contestó que no.



■ si, 96%      ■ no, 4%

Pulsera

El 98% contestó que sí y el 2% contestó que no.



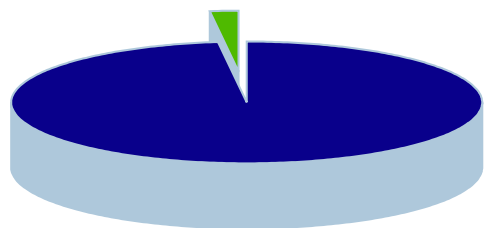
■ si, 98%      ■ no, 2%



## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

Mousepad

El 98% contestó que sí y el 2% contestó que no.

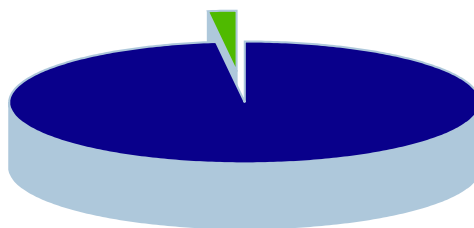


si, 98%



no, 2%

9. ¿Cómo le pareció el manual de normas gráficas? El 98% contestó que le pareció bueno en diagramación, legibilidad, color, diseño y armonía y el 2% contestó que no le parecía que hubiese armonía.



si, 98%



no, 2%

Con estos resultados se observa la buena aceptación del público hacia todos los elementos corporativos y promocionales diseñados para el Canal Jesús TV.

Con estos resultados se demuestra que el manual de normas gráficas posee armonía y legibilidad tanto en el color como en la diagramación y el diseño empleados.

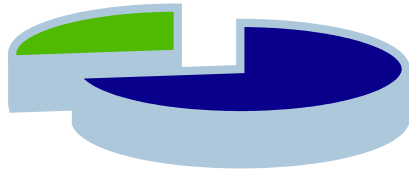
RESULTADOS OBTENIDOS



## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

10. ¿La información en este material le pareció clara y ordenada? El 73% contestó que sí, y el 27% contestó que no.

Al analizar estos resultados se observa que la información que se incluye en el material de prueba no posee la suficiente claridad que el grupo objetivo requiere, por lo que hay que realizar algunos ajustes en los elementos que definen este aspecto en el diseño.

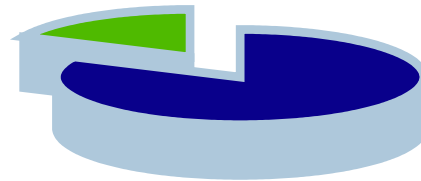


■ si, 73%

■ no, 27%

11. ¿Cree que el “Rescate de Valores Humanos” se refleje en el material diseñado para la imagen corporativa del Canal Jesús TV? El 92% contestó que sí y el 8% contestó que no.

Se puede observar en estos resultados que la analogía entre Ecología Humana y Rescate de Valores Humanos, reflejó el resultado deseado.

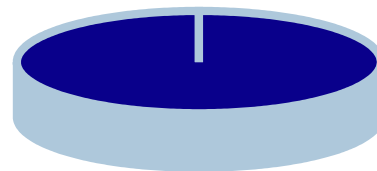


■ dinámico, 82%

■ estático, 18%

12. ¿Después de conocer este material tiene una idea más clara del canal Jesús TV? El 100% contestó que sí y el 0% contestó que no.

Estos resultados demuestran que el material que forma la imagen corporativa del Canal Jesús TV cumple con el objetivo de dar a conocer dicha entidad y reflejar la finalidad de esta misma que es el rescate de los valores morales de una manera moderna y vanguardista.



■ si, 100%

■ no, 0%

RESULTADOS OBTENIDOS

## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

### 5.5 PROPUESTA GRÁFICA FINAL

A continuación se presenta la propuesta de la imagen corporativa del canal de televisión Jesús TV, que tiene como fin resolver el problema gráfico planteado, para lo cual, se llevó a cabo un proceso de investigación y diseño muy consistente para luego someterla a evaluación y según los resultados obtenidos sufrió algunos cambios para cumplir con el objetivo deseado.

Manual de normas gráficas:

Formato: 8.5" x 8.5", la portada tiene una dimensión de 8.5" x 5.5", las páginas interiores se irán incrementando 0.5" verticalmente en cada tema.

Medio de impresión: litografía

Material: papel couché de 120 g

Tintas: tres tintas (Pantone *Blue* 072, pantone 375 y pantone 1-2 CVS) Acabado: barniz UV.



Rescatando tu valor

Manual de normas gráficas





# COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

## Introducción

El proyecto de la imagen corporativa del canal Jesús TV tiene como objetivo proporcionar al canal una imagen gráfica unificada y distintiva. Este manual de normas gráficas debe utilizarse como guía para la aplicación de la imagen corporativa del canal Jesús TV.

La imagen está basada en el concepto creativo "Ecología humana", el cual plantea una analogía sobre el principal objetivo del canal que es rescatar los valores morales. Dicho concepto es plasmado gráficamente por una estructura formada por un signo y un nombre intersectados entre sí, los cuales deben ser utilizados como un solo elemento gráfico, sin alterar las distancias y proporciones de los elementos que lo conforman.



# COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

## Descripción del logotipo

### Nombre

La tipografía principal es la *Harlow Solid Italic*, la cual se aplica en la palabra "Jesús", que por sus trazos redondeados transmite tranquilidad y temple. La secundaria es *Alba Super*, por ser un tipo de letra sin serif, es más moderno y da mayor legibilidad. La tipografía complementaria será *Almagro*, la cual se aplicará en el eslogan y en textos de segunda prioridad.

### *Harlow solid italic*

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

### *Almagro*

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

### *Alba Super*

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

Logotipo

2

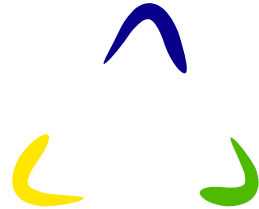


# COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

## Símbolo

Este está basado en una adaptación del triángulo de reciclaje, que a su vez representa la Divina Trinidad y reforzado con el uso de los colores azul, verde y amarillo por su respectivo significado, en especial amarillo que es el color que identifica a la Iglesia Católica. Este elemento encierra de una manera simple la base de la ideología católica, tal como lo expresa el credo de dicha iglesia.



También se utiliza un símbolo complementario que es una cruz estilizada, de manera que exprese dinamismo, con el fin de darle al canal una imagen vanguardista dentro de los parámetros de la Iglesia Católica. Este reemplaza la T en el nombre del canal Jesús TV.



# COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

## Colores corporativos

Pantone blue 072  C: 80%, M: 70% Y: 0%, K: 0%

Pantone 375  C: 43%, M: 0% Y: 80%, K: 0%

Pantone 1-2 CVS  C: 0%, M: 5% Y: 100%, K: 0%



Versión original

## Versiones autorizadas para diversas aplicaciones



sólido en Blue 072   sólido negro al 100%   sobre azul blue 072   sobre negro sólido al 100%

Los colores corporativos podrán ser utilizados como fondo en un 20 o 30 %, en un porcentaje más alto deberá aplicarse al logo un contorno blanco, el cual podrá ser sólido o difuso, según el medio de reproducción que se vaya a aplicar



El uso de futuras versiones deberá ser autorizado por el gerente general del canal.

Logotipo



# COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

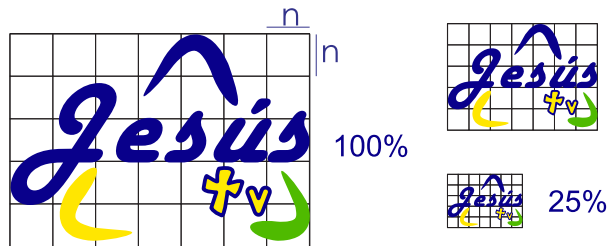
PROPUESTA GRÁFICA FINAL

## Versiones no funcionales y no autorizadas.



No se permite el uso del logotipo sobre colores saturados que impidan la legibilidad del mismo; estos son solo algunos ejemplos.

## La aplicación en distintas escalas deberá ser proporcional.



La proporción debe ser de  $7n \times 5n$ .  
El tamaño mínimo permitido es de  $3/8'' \times 1/2''$

Logotipo



## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

El eslogan de esta imagen corporativa es "Rescatando tu valor", el cual deberá escribirse con la letra secundaria (Almagro) puede ir en color verde pantone 375 o azul pantone blue 072. Cuando el espacio lo permita, se integrará al logotipo en la parte inferior, de lo contrario puede ubicarse como un elemento en cualquier área de diseño. Se permite adaptar este texto a diferentes formas ya sean curvas, inclinadas, siempre y cuando no afecte la lectura del eslogan. Los siguientes son algunos ejemplos:

Rescatando tu valor



Rescatando tu valor

~~Rescatando tu valor~~

Rescatando tu valor

Rescatando tu valor

Eslogan



# COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

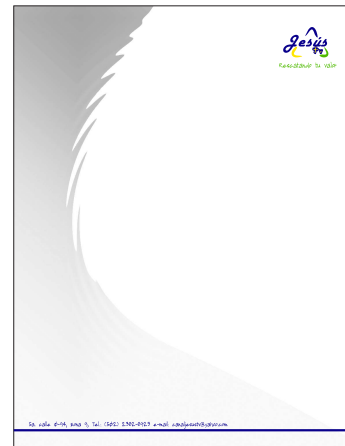
PROPUESTA GRÁFICA FINAL

## Hoja membretada

Para la hoja membretada, el sobre membretado, la tarjeta de presentación y la etiqueta de CD, se diseñó una pantalla especial, formada con una mezcla de los tres colores institucionales en un 30%, con forma curva, que sugiere movimiento, debe ubicarse al lado izquierdo de cada una de las piezas. En el extremo inferior izquierdo con un margen de 1/2 " debe ir la dirección, teléfono y correo electrónico, utilizando la letra Almagro a 12 pts. y una línea a 2 puntos en color azul. El logotipo se ubica al lado derecho superior con el eslogan integrado, con una medida total de 2" X 1 3/8", dejando 1/2 pulgada de margen. La hoja debe ser impresa en papel bond de 80 gr. a tres tintas o la versión blanco y negro de la siguiente manera:



8.5" X 11"



Papelería institucional



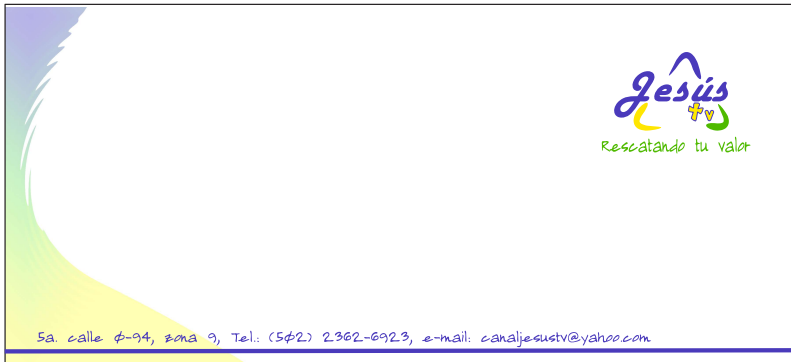


# COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

## Sobre membretado

Este diseño se aplicará en sobres tamaño oficio y carta, lleva exactamente el mismo diseño que la hoja membretada, impresos en papel bond de 80gr.



9.5" X 4.25" tamaño oficio



6.5" X 3.65"  
tamaño carta

Papelería institucional



85

# COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

## Tarjeta de presentación

Se utilizará verticalmente, ya que de esta manera se integra mejor a la línea de diseño que se está manejando. Deben ser impresas en formato de 3.5 " X 2" en opalina de 124 lb.



2" X 3.5"

Papelería institucional



86

# COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

## Etiqueta para CD

Esta etiqueta lleva el mismo cintillo de toda la papelería, adaptado a la forma circular de esta misma; además, lleva el logotipo del cliente a quien se dirige, el material que contiene y la fecha en que se entregó. Esta se puede imprimir en sticker o bien en la superficie del disco, según sea conveniente.



Diámetro 5"

Papelería institucional



# COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Para la señalización se utiliza como contorno de cada uno de los iconos el triángulo del logotipo en color azul pantone blue 072 y la tipografía es la complementaria (Alba). Impresos en formato de 8" X 8" sobre vinilo fundido de 50 micras a una o dos tintas en serigrafía.



## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

Los uniformes serán informales, debido a que la mayoría de empleados realiza trabajos técnicos. La única diferencia será que el personal administrativo utilizará pantalón de vestir y los técnicos pantalón de lona. En la playera y la chumpa deberá llevar el logotipo bordado en el lado izquierdo de cada una de estas piezas.



PROPUESTA GRÁFICA FINAL

UniFormes



89

## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

Los artículos promocionales autorizados para el público son gorras, pulseras y playeras. En el futuro se deberá pedir autorización a la Gerencia para implementar nuevos artículos.



PROPUESTA GRÁFICA FINAL

90

Artículos promocionales para el público

## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

Estos artículos promocionales están autorizados únicamente para captar nuevos patrocinadores, por lo que van dirigidos a ejecutivos a nivel gerencial. Para implementar nuevos artículos se debe solicitar autorización a la Gerencia.



PROPUESTA GRÁFICA FINAL



## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

CARACTERÍSTICAS Y EFECTIVIDAD DE LA PROPUESTA GRÁFICA

### 5.6 CARACTERÍSTICAS Y EFECTIVIDAD DE LA PROPUESTA GRÁFICA

La imagen corporativa del canal de televisión Jesús TV se caracteriza por ser innovadora, dinámica, moderna, original, consistente y fácil de recordar.

Esto se logró a través de las características de cada uno de los elementos que la conforman.

Los colores corporativos son colores que transmiten vida, acción, jovialidad y esperanza. Estos se aplicaron de forma sólida, lo que permite la reproducción en los distintos sistemas de impresión sin ser modificado, lo cual aporta consistencia a dicha imagen corporativa.

La tipografía empleada se caracteriza por ser moderna y sus trazos inclinados

le proporcionan dinamismo al logotipo.

El símbolo utilizado es un triángulo que se caracteriza por su simpleza y trazos orgánicos que connotan movimiento y representan la Divina Trinidad de la Iglesia Católica de una manera innovadora.

La papelería institucional posee un diseño limpio y dinámico que connota jovialidad y modernismo por medio del uso de los colores corporativos y la línea curva que predomina en estos elementos. Todos los elementos están ubicados de manera que cada una de sus piezas sean funcionales, sin que el diseño impida la utilidad de las mismas.

## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

CARACTERÍSTICAS Y EFECTIVIDAD DE LA PROPUESTA GRÁFICA

El manual de normas gráficas se diseñó en un formato innovador que rompe con lo convencional y estático, dándole un alto nivel de originalidad; es funcional, práctico y fácil de manipular.

En los iconos diseñados para la señalización interna del canal, se emplea como base el triángulo del logotipo para reforzar la imagen corporativa creada. Dichas señales se caracterizan por ser simples y sobrias.

Los uniformes son modernos, cómodos y funcionales para las diversas actividades de los empleados del Canal Jesús TV.

Los artículos promocionales, son de uso personal, con diseños modernos que facilitan la aceptación del público y el posicionamiento de la imagen del canal en la mente del mismo. El formato varía según la utilidad de cada pieza.

## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

### FUNDAMENTACIÓN

#### 5.7 FUNDAMENTACIÓN

En este proyecto se realizó una propuesta gráfica que soluciona el problema de comunicación planteado en el canal de televisión Jesús TV. En esta propuesta se diseñó la imagen corporativa de dicho canal para que por medio de la aplicación de esta misma, el canal pueda proyectarse hacia su grupo objetivo con mayor eficacia y de esta manera poder alcanzar los objetivos anteriormente planteados.

Esta propuesta gráfica, debido al nivel de diseño que posee y la eficacia comprobada, le brinda al canal la oportunidad de proyectarse y posicionarse de manera competitiva tanto a nivel nacional como internacional.

Para fundamentar dicha propuesta se consideran los siguientes aspectos:

- Concepto de diseño
- Formato
- Diagramación
- Tipografía
- Color
- Contenido y
- Reproducción

5.7.1 Concepto de diseño: El concepto aplicado en toda la imagen corporativa es “Ecología humana” como una analogía ante el rescate de los valores morales, que es la finalidad del canal de televisión Jesús TV.

Para plasmar este concepto se utilizan elementos claves tanto de la ecología como de la moral que connotan un mensaje positivo, como lo son, la Divina Trinidad, el triángulo del reciclaje, colores que connotan vida, luz y agua, como entorno de Jesús TV, sugiriendo movimiento y dinamismo. Esto se aplicó tanto en el logotipo, como en el manual de normas gráficas, en las piezas de la papelería institucional, al igual que en los uniformes, artículos promocionales e iconos de señalización. En todos estos elementos se mantiene armonía y unidad por medio de una buena aplicación de espacios en blanco, tipografías que definen las jerarquías necesarias y la información necesaria.

5.7.2 Formato: El formato varía según la utilidad de cada pieza. En el caso de la papelería institucional se utilizan

## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

FUNDAMENTACIÓN

los formatos más comerciales como lo son hoja tamaño carta, sobres tamaño oficio y carta, tarjeta de presentación en tamaño estándar (2" x 3.5") de forma vertical, la etiqueta de CD tiene un diámetro de 5", por ser el tamaño de CD que el canal necesita utilizar.

En los uniformes se variará según las tallas de los empleados desde *small* hasta *extra large*.

Los artículos promocionales ya poseen formatos estándar en el caso de la gorra, el bolígrafo y el *mousepad*, En el caso de las playeras se deben reproducir en tallas S, M, L y XL. Las pulseras solo tendrán dos tamaños, uno para niños y otro para adultos.

Los iconos de señalización poseen un formato cuadrado de 8" x 8".

### 5.7.3 Diagramación

En todas las piezas de la papelería se coloca como elemento de mayor prioridad al logotipo con el fin de posicionar esta

imagen en la mente del público, tomando en cuenta el orden de lectura que se aplica en nuestra cultura, que es de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo. El elemento que inicia el recorrido visual es el logotipo, ya que es el elemento que posee mayor peso visual; se colocó en el extremo superior derecho, seguido de una pantalla con un contorno curvo irregular, el cual genera un recorrido visual desde el logotipo hacia la parte inferior donde se encuentran los datos del canal Jesús TV.

En el caso de los artículos promocionales se diseñaron con sencillez y elegancia debido a que se dirigen a personas de clase media y media alta, por lo que solo se puso lo más importante que es el logotipo y el eslogan.

Los iconos de señalización van centrados en el formato con el fin de dar un mensaje claro y de manera rápida. En estos se utilizó como contorno el triángulo del logotipo para mantener unidad en todo el material y reforzar de esta manera la imagen corporativa.

## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CANAL GUATEMALTECO JESÚS TV

TÉCNICAS, SOPORTES  
Y MEDIOS EMPLEADOS

### 5.8 TÉCNICAS, SOPORTES Y MEDIOS EMPLEADOS

Por las necesidades de comunicación detectadas en el Canal de Televisión Jesús TV, se elaboró la imagen corporativa de dicha institución; las técnicas empleadas en esta elaboración son las siguientes:

**Dibujo:** Esta técnica proporciona la libertad de plasmar todas las ideas que surgen en un proceso de diseño, por ello fue empleada en la creación del presente proyecto.

**Fotografía:** Por medio de esta técnica se obtuvieron varios de los elementos empleados en la imagen corporativa,

como los diseños de uniformes y artículos promocionales, esto con el fin de tener ejemplares reales para dichos elementos.

**Técnicas digitales:** Por medio de esta técnica se transformaron los dibujos en artes digitales que además de ser más fáciles de manipular, son indispensables para la reproducción del material propuesto.



*CAPÍTULO VI*  
*CONCLUSIONES Y*  
*RECOMENDACIONES*

## 6.1 CONCLUSIONES

6.1.1 Después de investigar y conocer el canal Jesús TV, se creó el concepto de diseño “Ecología humana”. Dicho concepto fue el punto de partida para crear los elementos gráficos que conforman la imagen corporativa del canal de televisión Jesús TV.

6.1.2 Esta imagen corporativa juega un papel muy importante, ya que tiene como finalidad reflejar el objetivo del canal, que es rescatar los valores morales en la población guatemalteca y posteriormente, posicionar el canal en la mente del público.

6.1.3 Es importante tener en cuenta que esta imagen corporativa identifica a un medio de comunicación masivo que a la vez está innovando el mercado de la televisión católica guatemalteca.

6.1.4 El diseño de la papelería institucional influye directamente sobre la imagen que el canal proyecta, debido a que cada uno de los elementos que la conforman llegará de una manera personalizada hasta las entidades y personas con las que se relaciona.

6.1.5 Con el fin de alcanzar el objetivo de que las familias guatemaltecas se sientan identificadas con el canal Jesús TV se diseñaron artículos promocionales de uso personal, tanto de oficina como ropa casual. Estos poseen una línea de diseño apto para el grupo objetivo que es clase media.

6.1.6 Fue necesario crear un manual de normas gráficas para normar la correcta aplicación de la imagen corporativa del canal Jesús TV. Este manual especifica los colores corporativos, los elementos que conforman el logotipo, la tipografía, las distintas versiones autorizadas



para diversas aplicaciones, así como el diseño de señalización interna, papelería, uniformes y artículos promocionales.

6.1.7 La validación de este proyecto dio como resultado una eficacia en cada uno de los elementos gráficos de esta imagen corporativa, con lo cual se resuelve el problema de comunicación del canal de televisión Jesús TV, anteriormente planteado.

## 6.2 RECOMENDACIONES

6.2.1 Al implementar la imagen corporativa propuesta al Canal Jesús TV se deben respetar las normas gráficas establecidas, para que sea funcional.

6.2.2 Es importante la intervención de un profesional a nivel mercadológico, que elabore un plan estratégico para la divulgación de la imagen del canal Jesús TV.

5.2.3 Es importante divulgar la imagen Corporativa del canal Jesús TV, por lo que una campaña publicitaria aceleraría el proceso de posicionamiento de marca de dicha institución.

6.2.4 La imagen corporativa debe ser reflejada en cada uno de los futuros diseños publicitarios que se realicen, para lo cual se deben tener en cuenta las normas gráficas establecidas.

6.2.5 En el momento en que el canal se expanda a nivel latinoamericano, como se plantea en la visión de la institución, será necesario realizar un análisis de mercado y considerar una revitalización de la imagen corporativa.

6.2.6 La imagen corporativa deberá permanecer a largo plazo y revitalizarse únicamente cuando haya variaciones en el grupo meta o en los objetivos del canal.

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES



CAPÍTULO VII  
LINEAMIENTOS

PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA  
DE LA PROPUESTA GRÁFICA

[CRONOGRAMA](#)

[PRESUPUESTO  
DE DONATIVO](#)

[PRESUPUESTO  
DE REPRODUCCIÓN](#)

Estos lineamientos, son recomendaciones que el cliente deberá tomar en cuenta al momento de poner en práctica la propuesta gráfica planteada en el presente proyecto.

### 7.1 CRONOGRAMA

Pieza	Fecha	Duración
Papelería institucional	Enero 2008	Permanente
Uniformes	Enero 2008	Permanente
Bolígrafo y <i>mousepad</i>	Diciembre 2007	Dos meses
Gorra y playera	Marzo 2008	Dos meses
Pulsera	Diciembre 2007	Dos meses
	y marzo 2008	Dos meses
Señalización	Enero 2008	Permanente

## 7.2 PRESUPUESTO DE DONATIVO

A continuación se presentan los honorarios profesionales donados al canal Jesús TV, por medio del trabajo de diseño elaborado en el presente proyecto.

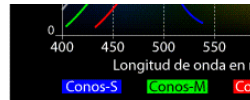
· Concepto creativo	Q 2,800.00
· Diseño de logotipo y sus versiones	Q 4,800.00
· Diseño de manual de normas gráficas	Q 9,200.00
· Diseño de papelería institucional	Q 1,920.00
· Diseño de uniformes	Q 1,920.00
· Diseño de artículos promocionales	Q 1,600.00
· Diseño de señalización	Q 1,920.00
· Artes finales	Q 1,280.00
 Total de la donación	 Q 25,440.00

Esta cotización incluye diseño, cambios y artes finales.

Si comparamos estos costos, podemos observar que se encuentran entre los rangos del mercado, para lo cual se adjunta una cotización en el anexo B.

### 7.3 PRESUPUESTO DE REPRODUCCIÓN

Se realizó una investigación en el mercado para determinar los costos de reproducción de la propuesta gráfica de este proyecto y las mejores ofertas son las siguientes:



8av. 4-07 Z. 1, Teléfono 2232-8955

Guatemala 15 de noviembre del 2,006

Señores Jesús TV  
Presente

El motivo de la presente es presentarles la cotización que nos solicitaron:

<b>Boligrafo Master Cristal</b> Colores disponibles: azul, verde, negro, rojo Mínimo de compra: 1000 unidades	Precio: Q. 3.90 c/u
<b>Camisa Polo Bordada</b> Colores disponibles: varios Mínimo de compra: 100 unidades	Precio: Q. 72.00 c/u
<b>Camisa Polo Impresa</b> Colores disponibles: varios Mínimo de compra: 100 unidades	Precio: Q. 63.00 c/u
<b>Gorra Bordada</b> Colores disponibles: varios Mínimo de compra: 100 unidades	Precio: Q. 28.90 c/u
<b>Gorra impresa</b> Colores disponibles: varios Mínimo de compra: 100 unidades	Precio: Q. 12.50 c/u
<b>Mouse Pad con Calculadora</b> Mínimo de compra: 100 unidades	Precio: Q. 44.60 c/u

Sin otro particular nos suscribimos de ustedes en espera de su pronta respuesta.

Atentamente,

Lesly Bolaños  
Ejecutiva de ventas



**IMPRESOS  
RODEL**

10 Avenida 8-16, Zona 1

Impresión Digital  
6ª. Calle 9-24, Zona 1  
Tel.: 2230-5507  
Tel./Fax: 2232-7858

Guatemala, 15 de Noviembre de 2006

**Srita. Anayté Urizar**

Pte.

Le saludo muy cordialmente, el motivo del presente es el informarle el costo del trabajo solicitado a la empresa:

1,000	Hojas impresas a full color en tamaño carta, en papel bond 80 gramos.	Q. 1,300.00
500	Sobres impresas a full color en tamaño carta.	Q. 800.00
500	Sobres impresas a full color en tamaño oficio.	Q. 800.00
500	Tarjetas de presentación impresas a full en color tamaño A3, en lino blanco Con cinco cambios.	Q. 800.00
50	Manuales de normas gráficas impresas a full color en tamaño carta en papel Couche 90 gramos, con aplicación de Barniz UV.	Q. 8,000.00

- \* 10 días hábiles para su entrega.
- \* 50% de anticipo y 50% al entregar el trabajo
- \* El Precio incluye IVA.

Esperando poder atenderle con este servicio.

Atentamente,



Mynor del Cid

**IMPRESOS RODEL**  
Mynor Roberto Del Cid Dor  
10a. AVENIDA 8-16, ZONA 1  
Tels.: 2232-0428 • 2238-4092

**PRESUPUESTO  
DE REPRODUCCIÓN**

104



ANEXOS





## A) ENCUESTA



Universidad de San Carlos  
Facultad de Arquitectura  
Licenciatura en Diseño Gráfico  
Encuesta

### Imagen corporativa del canal Jesús TV

Esta encuesta tiene como objetivo conocer su opinión sobre el material gráfico diseñado para identificar el canal guatemalteco Jesús TV.

Instrucciones: Marque con una X la o las respuestas que considere correctas.

1. ¿Conoce usted el canal de televisión Jesús TV?  
Si No

2. ¿Cómo le parece la tipografía de Jesús TV?  
Moderna Conservadora  
Formal Informal

3. ¿Cómo le parecen los siguientes símbolo? (triángulo y cruz)  
Estático Dinámico

4. ¿Con qué asocia los colores empleados en este material gráfico?  
Luz Agua  
Vida Fuego  
Oscuridad Muerte

5. ¿Cree que la imagen corporativa se relaciona con el medio que representa?  
Si No

6. ¿Le gustan los elementos de la imagen corporativa?  
Si No

7. ¿Le gusta el eslogan "Rescatando tu valor"?  
Si No

8. ¿Le agradan los elementos corporativos y promocionales propuestos?

Hoja membretada	Si	No
Sobre membretado	Si	No
Tarjeta de presentación	Si	No
Etiqueta para CD	Si	No

Gorra	Si	No
Playera	Si	No
Bolígrafo	Si	No
Mousepad	Si	No
Pulsera	Si	No

9. ¿Cómo le pareció el manual de normas gráficas en los siguientes aspectos?

Diagramación	Bien	Mal
Legibilidad	Bien	Mal
Color	Bien	Mal
Diseño y armonía	Bien	Mal

10. La información en este material le pareció clara y ordenada?  
Si No

11. ¿Cree que el "Rescate de Valores Humanos" se refleje en el material diseñado para la imagen corporativa del Canal Jesús TV?  
Si No

12. ¿Después de conocer este material tiene una idea mas clara del canal Jesús TV?  
Si No

ENCUESTA

106

## B) Presupuesto



Guatemala

### Presupuesto

**Cliente:** CANAL JESÚS TV

**Producto:** IMAGEN CORPORATIVA

**Versión:** PAPELERIA

**Descripción del trabajo:**

Creación de logotipo incluyendo artes finales.

Artes finales para hoja membretada, sobre carta y oficio, tarjetas de presentación.

Manual de norma gráfica, incluyendo: diagramación, tipografía, materiales y montaje, para 10 hojas.

Diseño de uniformes

Rótulos señalización arte final incluyendo: tipografía, diagramación y montaje.

#### PROMOCIONALES

Lapiceros

Mousepad

Gorras bordadas

Playeras bordadas en el frente

Pulseras plásticas

Este presupuesto puede tener una variación del 10%.  
Los rubros en dólares se calcularán al tipo de cambio vigente el día de la facturación. Si la producción se realiza en el extranjero, se debe calcular un recargo del 31% correspondiente al pago de impuesto sobre la renta (ISR)

**Presupuesto N°:** 010-11-07

**Fecha:** Noviembre 12 de 2007

**Orden interna N°:**

**Costo Unitario**

Q 5.000.00

Q 1.000.00

Q15.000.00

Q 500.00

Q 750.00

Q 250.00

Q 750.00

Q 350.00

Q 280.00

Q 750.00

**Subtotal** Q24,630.00

**IVA 12%** Q 2,955.60

**Timbre prensa** Q 151.50

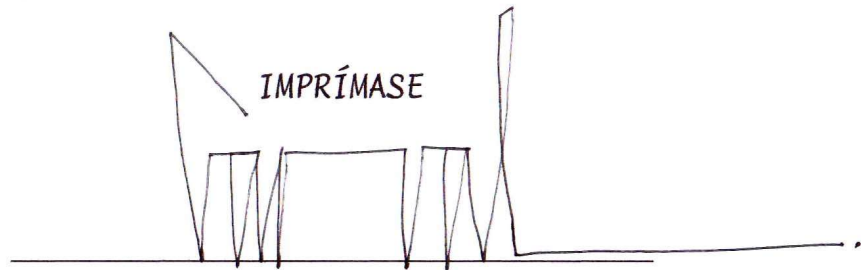
**Total con impuestos Incluidos: GTQ 27,737.10**

Ejecutivo

Autorizado cliente

PRESUPUESTO

107



Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
Decano Facultad de Arquitectura

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Wendy Herrera".

Lic. Wendy Herrera  
Asesora Proyecto de Graduación

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Romeo Monterrosa".

Lic. Romeo Monterrosa  
Asesor Metodológico

\_\_\_\_\_  
Anayté Urizar Barrios  
Sustentante

AUTORIZACIÓN  
DE IMPRESIÓN



*BIBLIOGRAFÍA*

*LIBROS DE CONSULTA*

- Armonía Gráfica, Volumen 9 AGG, C. Aragón 156, Barcelona, España.
- Composición y ubicación de los elementos de diseño, Milko A. García Torres
- "Curso práctico de diseño gráfico ". Ediciones Génesis S.A., Madrid.
- Ecología Humana, Capítulo I Lic. César Morales Pérez,
- Métodos del Diseño Para Diseñadores Gráficos, Arq. Julio Roberto Tórtola Navarro, Primera Edición, agosto 1999
- Tipografía, Manual de Técnicas Gráficas y Aplicación Creativa de la Letra, D.G. Eva Graciela Paz Mendoza
- Enciclopedia Microsoft Encarta 2002.

*FUENTES ELECTRÓNICAS CONSULTADAS*

- <http://www.blogartesvisuales.com>
- <http://www.evangelicaloutreach.org/spanish>
- <http://www.fotonostra.com>
- <http://www.maestrosdelweb.com>
- <http://www.miespacio.org>
- <http://www.monografias.com/trabajos42/creatividad-piade>
- <http://quilmes.stgeorge.com.ar/manualgrafico>
- <http://www.soslogodesign.com>
- <http://www.vectoralia.com/manualdediseño>
- <http://www.webtaller.com>
- <http://www.wikipedia.com>