



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico  
Licenciatura en Diseño Gráfico

*"Rediseño de Logotipo e Imagen Institucional del Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, CIFA"*

Proyecto de Graduación  
Presentado por:

**Silvia Elizabeth Palma Gonzales**

previo a optar el título de:

**Licenciada en Diseño Gráfico con  
Énfasis Editorial Didáctico Interactivo,  
con Especialidad en Editorial**



Guatemala, mayo 2009.



NÓMINA DE AUTORIDADES

*JUNTA DIRECTIVA*

<b>Decano</b>	Arq. Carlos Enrique Valladares
<b>Vocal I</b>	Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz
<b>Vocal II</b>	Arq. Efraín de Jesús Amaya Caravantes
<b>Vocal III</b>	Arq. Carlos Enrique Martini Herrera
<b>Vocal IV</b>	Br. Carlos alberto Mancilla Estrada
<b>Vocal V</b>	Secretaría Liliam Rosana Santizo Alva
<b>Secretario</b>	Arq. Alejandro Muñoz

*TRIBUNAL EXAMINADOR*

Licda. Wendy Paola Herrera Navas  
Lic. Gustavo Adolfo Ortiz Perdomo

*ASESORES*

Licda. Wendy Paola Herrera Navas  
Lic. Gustavo Adolfo Ortiz Perdomo  
Lic. Stuardo Samayoa

*A DIOS:*

por ser mi mayor ejemplo de dedicación, amor, paciencia, obediencia y humildad; por ayudarme a alcanzar una meta más en mi vida.

*A MI PADRE:*

por los recuerdos compartidos y el amor que me brindo en los años que Dios permitio estuviera conmigo.

*A MI MADRE:*

por darme la vida, su apoyo, enseñanzas y ser un ejemplo de superación, valor y fuerza en mi vida. Te quiero mami.

*A MI ESPOSO:*

por ser el varón que Dios me tenía reservado el cual guardó, lleno de sabiduría y amor, para compartir mi vida; quien ha llenado mi vida de nuevas experiencias. Te amo cada día más, gracias por nuestros hijos.

*A MIS HIJOS:*

por ser mi motor día a día, el regalo más grande y hermoso que Dios pudo darme, los amo y le pido a Dios todos lo días que me llene de amor, sabiduría y de su palabra, para poderlos guiar.

*A MIS HERMANOS:*

Oscar y Hildita, gracias por todo su apoyo y por compartir este éxito conmigo, los quiero.

*A MI FAMILIA:*

por su amor y palabras de aliento, especialmente ha Yoli, Yuri, Harry, Jorge, Marta, Fernandita, Evelyn, Ale, Oscarito, Nicole y Leslie.

*A LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO:*

por llenarme de conocimientos y permitirme forjar en sus aulas mi presente y mi futuro.

*A MIS ASESORES:*

Licenciada Wendy Herrera, Licenciado Gustavo Ortiz y al Licenciado Stuardo Samayoa;  
por su apoyo incondicional y por todas sus enseñanzas.

*A MIS COMPAÑEROS DE TRABAJO:*

por su amistad, apoyo y cariño; especialmente a Manuel Elias, Ruth y Licenciado Mario Maldonado.

*A MIS PADRINOS:*

Ingeniero Murphy Paiz, Doctor Ery Leal, Licenciado Mario Maldonado, Licenciado Gustavo Bracamonte; gracias por sus palabras de aliento, su apoyo incondicional, que Dios les llene de bendiciones y sabiduría.

*A MIS AMIGOS (AS):*

Ivonne, Ingrid, Evin, Yuvixa, Adriana, Conchita, gracias por su apoyo incondicional.

*AL PERSONAL DE CIDAR:*

gracias por su amistad y cariño.

*AL PERSONAL DEL CIFA:*

gracias por todo su apoyo e información para la realización de este proyecto.

A todas las personas que de una u otra forma han estado conmigo, brindandome su apoyo.

<i>Presentación</i>	1
<i>Capítulo 1:</i>	
<i>Introducción / Antecedentes / Problema / Justificación / Objetivos</i>	2
1.1 Introducción	3
1.2 Antecedentes	4
1.3 Problema	5
1.4 Justificación	6
1.4.1 Magnitud	6
1.4.2 Trascendencia	6
1.4.3 Vulnerabilidad	6
1.4.4 Factibilidad	6
1.5 Objetivos	7
<i>Capítulo 2:</i>	
<i>Perfil del Cliente / Grupo Objetivo</i>	8
2.1 Datos generales de la institución	9
2.2 Propósitos y actividades de la institución	9
2.3 Características generales de las poblaciones que atiende el CIFA y el público con que se relaciona	10
2.4 Necesidades de comunicación visual encontradas	11
<i>Capítulo 3:</i>	
<i>Conceptos Fundamentales</i>	14
3.1 Arquitectura	15
3.1.1 Arquitectura del paisaje	15
3.1.2 Conservación	16
3.1.3 Diseño ambiental	16
3.1.4 Diseño urbano	16
3.1.5 Gestión del riesgo	16
3.1.6 Medio ambiente	16
3.1.7 Monumento	17
3.1.8 Planeamiento urbano	17
3.1.9 Urbanismo	17



3.1.10	Restauración	18
3.1.11	Vivienda	18
3.2	Metodología de diseño	18
3.3	Diseño gráfico	20
3.3.1	Diseñador	20
3.3.2	Boceto	20
3.3.3	Diseño visual informativo	20
3.4	Brief	21
3.5	Imagen institucional	21
3.5.1	Identidad	22
3.5.2	Imagen pública	22
3.5.3	Símbolo	22
3.5.4	Marcas	23
3.5.5	Logotipos	23
3.5.5.1	Tipos de logotipos	23
3.5.5.1.1	Logotipos solo con el nombre	23
3.5.5.1.2	Logotipos con nombre y símbolo	23
3.5.5.1.3	Logotipos con iniciales	23
3.5.5.1.4	Logotipos con versión pictórica	24
3.5.5.1.5	Logotipos asociativos	24
3.5.5.1.6	Logotipos alusivos	24
3.5.5.1.7	Logotipos abstractos	24
3.5.6	Colores corporativos	24
3.5.7	Tipografía complementaria	25
3.5.8	Slogan	25
3.5.9	Material gráfico	25
3.5.9.1	Hoja membretada	25
3.5.9.2	Sobre membretado	26
3.5.9.3	Tarjeta de presentación	26
3.5.9.4	Memorandum	26
3.5.9.5	Sello de hule de caucho	26
3.5.9.6	Manual de normas gráficas	26

3.6	Color	27
3.6.1	Aspectos psicológicos y significados de los colores	27
3.6.1.1	Funciones del color	27
3.7	Tipografía	28
3.7.1	Modalidades de la tipografía	28
3.7.1.1	Diagramación	29
3.7.1.2	Titular	29
3.7.1.3	Texto	29
3.7.1.4	Capitular	29
3.7.1.5	Pie de foto	29
3.7.1.6	Pie de página	29
3.7.1.7	Notas en el tope de página	29
3.7.1.8	Ilustraciones	29
3.7.1.9	Recursos gráficos de diseño	29

*Capítulo 4:*

*Concepto de Diseño / Bocetaje*

4.1	Concepto creativo	31
4.1.1	Concepto central	31
4.1.2	Concepto complementario	31
4.2	Contenidos del material gráfico	31
4.3	Bocetaje	32
4.3.1	Bocetaje de íconos	32
4.3.1.1	Bocetaje de íconos a color	38
4.3.1.2	Bocetaje de tipografía	47
4.3.1.3	Bocetaje de logotipo	51
4.3.1.4	Bocetaje de validación	55
4.3.1.5	Bocetaje hoja membretada	57
4.3.1.6	Bocetaje tarjeta de presentación y sobre membretado	66
4.3.1.7	Bocetaje memorandum y sello de hule	69
4.3.1.8	Bocetaje de sobre papel craft	73
4.3.1.9	Bocetaje de carpeta	75
4.3.1.10	Bocetaje de rótulo (señalética)	77
4.3.1.11	Bocetaje de portada y páginas interiores del manual de Identidad gráfica del logotipo	79
4.3.2	Manual de identidad gráfica del logotipo	84

<i>Capítulo 5:</i>	
<i>Comprobación y Eficacia de las Piezas de Diseño y</i>	
<i>Propuesta Gráfica Final</i>	116
5.1	Importancia de la validación 117
5.2	Descripción de la técnica y los instrumentos utilizados para la recolección de información durante la comprobación 117
5.3	Perfil del informante 118
5.4	Gráficas 118
5.5	Propuesta gráfica final y sus especificaciones técnicas 137
5.6	Fundamentación total 139
<i>Conclusiones</i>	176
<i>Lineamientos</i>	178
<i>Bibliografía</i>	184
<i>Glosario</i>	186
<i>Anexos</i>	188

El rediseño de logotipo y la nueva imagen institucional del CIFA, (Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura) representan el progreso y proceso de diseño que se ha venido realizando durante los últimos meses. Al redefinir el logotipo y diseñar la nueva imagen institucional la cual nos permite utilizar nuevos mensajes, podemos mostrar y lograr que se entienda el papel y trabajo del CIFA dentro de la Facultad y dentro de la Universidad, al mismo tiempo que nos provee de una herramienta poderosa para facilitar mayores progresos.

El CIFA promueve y desarrolla un mapeo de investigaciones en las líneas temáticas de teoría de la arquitectura, con el objetivo de orientar la investigación a la proyección guatemalteca.

El rediseño del logotipo, el diseño de una imagen institucional con piezas que identificaran al CIFA y la creación de un manual de Normas Gráficas que ayudará a utilizar la nueva imagen institucional del CIFA, son temas preparados y tratados en esta tesis de manera que sea una guía para ayuar a mantener la identidad del centro.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

# INTRODUCCIÓN / ANTECEDENTES / PROBLEMA / JUSTIFICACIÓN / OBJETIVOS



Capítulo



1



## 1.1 INTRODUCCIÓN

La imagen institucional forma parte de una entidad, ya sea pública o privada; antes sólo con un nombre se identificaban a las empresas, ahora ya cuentan con una imagen más compleja.

Toda empresa o institución requiere comunicar su identidad a través de símbolos propios; es por eso que desde la antigüedad, un reino o una familia se diferenciaba de los demás, por medio de un escudo de armas, del cual, con el paso del tiempo se derivó el logotipo, que se utiliza para distinguir una marca o un nombre de una empresa no importando si esta es gubernamental o institucional.

El Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, (CIFA) de la Universidad de San Carlos de Guatemala, cuenta con una mínima parte del sistema completo de una imagen institucional, lo que constituye un problema de comunicación visual.

Una entidad que cuenta con una buena imagen institucional, inspira confianza al usuario, ya que por medio de la imagen se solidifica una institución y hay una mayor demanda de sus bienes y servicios.

Su realización se basó en un **Proceso Metodológico** de cuatro etapas, que permitió, después de plantear el problema, elaborar el perfil del cliente, grupo objetivo, conceptos fundamentales, concepto creativo, proceso de bocetaje y propuesta final, dando solución al problema de comunicación visual con el que contaba el CIFA, creando así una Imagen Institucional eficaz.



Fotografías: Silvia Palma  
Fachada T-2 e Ingreso al CIFA



## 1.2 ANTECEDENTES

CIFA es la unidad responsable de las investigaciones profesionales de los campos de competencia académica de esta facultad, la tecnología constructiva, la ocupación del territorio en cuestión urbana y rural, la tipología de vivienda, problemática de la habitación en relación con el ambiente y la cultura, así como del diseño arquitectónico; con el fin de establecer principios, conceptos, teorías y leyes que orienten, planteen y fundamenten soluciones a la problemática del ser humano y la sociedad guatemalteca. CIFA, además colabora en la formación profesional directamente, por medio de consultorías o asesorías, y la elaboración de documentos para la docencia.

Es responsable de la Dirección, control, planificación y organización, de las actividades de investigación de la facultad en el área de arquitectura, urbanismo territorial y diseño gráfico,

CIFA fue creado en 1980, según acta No. 46-80, del Consejo Superior Universitario, de fecha 8 de octubre de 1980.

En lo que corresponde la realización y coordinación de la investigación, en los campos de la arquitectura, que se realizan en la facultad, principalmente le concierne lo relativo a:

**La ocupación territorial**

**La transformación del medio ambiente**

**La producción de objetos arquitectónicos**

**Teorías de diseño**

**Tecnologías y materiales de construcción**

Las prioridades serán compatibles con el plan estratégico de la USAC y de la facultad; tales campos se abordarán a través de programas

quinquenales compuestos por proyectos anuales y bianuales de acuerdo con el presupuesto disponible para los recursos humanos, equipamiento y mobiliario que requieran los estudios de cada programa; estos programas se complementan por líneas de investigación de proyectos de graduación de licenciatura en arquitectura.

Varios de estos trabajos se han publicado con apoyo del Fondo de Investigaciones de la Universidad de San Carlos de Guatemala y están disponibles al público en la sede administrativa de la Dirección General de Investigación -DIGI-, que es una institución no lucrativa.

A pesar que el CIFA, ya tiene tres décadas de experiencia y 100 estudios publicados en diferentes temas relacionados con la arquitectura; cuenta con una mínima parte del sistema completo de una imagen institucional, lo que constituye un problema de comunicación visual; el diseñador gráfico es un buen observador y analista de todo aquello que lo rodea, por lo cual es capaz de transmitir gráficamente las mejores soluciones de diseño ante una problemática que se le presente.



Fotografías: Silvia Palma  
Ilustraciones/Tesis

### ¿Cuál es el problema?

A través de una guía de observación y una entrevista realizada al director del CIFA, de la USAC, Doctor Miguel Angel Chacón, se pudo identificar como principal problema del CIFA, la falta de una imagen institucional que los identifique claramente ante su grupo objetivo, es por esto que se llegó a determinar la necesidad de rediseñar el logotipo, a la vez crear una imagen institucional y un manual de normas gráficas para este centro; brindándole así identidad.

Es importante recordar que el solo hecho de contar con un logotipo, no significa que una institución tenga una imagen estable y solida, el logotipo es solo un conjunto de elementos visuales fundidas en un solo bloque, para facilitar una composición tipográfica, no es más que la firma de la institución, que se puede aplicar a toda clase de material impreso y visual, mientras que la imagen institucional es el conjunto de significados por los que llegamos a conocer una institución y a través de la cual las personas la describen, recuerdan y relacionan, siendo el logotipo solo una parte de los elementos visuales que la componen.

Es decir, la imagen institucional refleja las características de nuestra filosofía, nuestra misión como institución y nuestra cultura organizacional, al mismo tiempo que empata lo que hacemos con lo que decimos.

Proyecto de investigación y comunicación visual, a realizarse en la ciudad de Guatemala, en el período de julio a noviembre de 2006.



Fotografía: Silvia Palma  
Entrada al Edif. T-2



Fotografía: Silvia Palma  
Entrada al CIFA



### 1.3 PROBLEMA



1.4  
JUSTIFICACIÓN

1.4.1  
MAGNITUD:

Debido a la falta de imagen institucional del CIFA, se ven afectados alumnos y expertos en la investigación, en los campos de la arquitectura, que se realizan en la facultad y en ayuda de otras comunidades del País, a través de los proyectos que se realizan dentro del EPS; ya que esto provoca un deterioro en la comunicación entre el CIFA y su grupo objetivo.

1.4.2  
TRASCENDENCIA:

Es de suma importancia que toda organización posee su propia imagen, para asegurarse de ser identificada inmediatamente, a través de símbolos gráficos que le representen.

Cuando se posee una imagen espontánea, sin diseño, se corre el riesgo, que refleje una identidad poco madura y por lo tanto no fiable; esto repercute en sus relaciones sociales, comerciales y mercantiles. Una imagen planificada, cuenta con un proceso de diseño, que conlleva una serie de pasos que sirven para alcanzar un resultado confiable, efectivo y funcional.

Una imagen institucional es una expresión visual, que identifica a una institución o empresa.

1.4.3  
VULNERABILIDAD:

El diseñador gráfico es un buen observador y analista de todo aquello que lo rodea, por lo cual es capaz de transmitir

gráficamente las mejores soluciones de diseño ante una problemática que se le presente. De la imagen institucional que proyecte una institución, depende su aceptación o rechazo, posicionamiento u olvido, identificación o indiferencia; por ello un correcto enfoque de imagen institucional basado en la identidad de la institución y el grupo objetivo, logrará un posicionamiento e identificación de marca y por ende, la confianza en la institución de quienes demandan sus servicios y beneficios.

Para mantener la correcta aplicación de la imagen institucional, se deberá elaborar el Manual de Normas Gráficas que guiará y normará la aplicación que se le debe dar a la imagen del CIFA.

1.4.4  
FACTIBILIDAD:

El CIFA, cuenta con recursos económicos para la ejecución del proyecto, se necesita de la intervención o decisión de las autoridades del CIFA, por lo que el mismo es fácilmente ejecutable.



Fotografías: Silvia Palma  
Estudiantes e Interior Edificio T-2  
Facultad de Arquitectura



1.5  
OBJETIVOS

*OBJETIVO GENERAL:*

Rediseñar el logotipo y crear la imagen institucional del CIFA, de la USAC, que le brinde una identidad propia.

*OBJETIVOS ESPECÍFICOS:*

Elaborar un Manual de Normas Gráficas, que especifique las reglas a seguir para la correcta aplicación de la imagen institucional del CIFA, lo cual contribuirá a mantener una imagen que posea unidad en todas las piezas y que refleje los objetivos y el trabajo que se realiza en este centro.

Diferenciar a través de la imagen institucional al CIFA, de otros centros de investigación que se encuentran dentro de las unidades académicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## PERFIL DEL CLIENTE / GRUPO OBJETIVO



# Capítulo



# 2

## 2. PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO



### 2.1 DATOS GENERALES DE LA INSTITUCIÓN:

CIFA es el centro de investigaciones de la Facultad de Arquitectura, es una entidad no lucrativa. Tiene su sede en el 2do. nivel, del edificio T-2, dentro de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en la ciudad universitaria, zona 12; el centro está integrado por la siguiente estructura organizativa:

**Junta directiva**

**Consejo administrativo de investigación**

**Dirección del CIFA**

**Asistente de secretaría**

**Coordinadores de programas de investigación**

**Programas de investigación**

**Coordinador de proyecto principal Investigadores (as) titulares**

**Auxiliar Ad-Honorem**

**Auxiliar investigación internos CIFA  
Coordinador de programa anual**

**Investigadores asociados de proyectos anuales**

**Auxiliar asociado DIGI**

**Divulgación logística (estudiante de EPS)**

**Autofinanciamiento**



### 2.2 PROPÓSITOS Y ACTIVIDADES DE LA INSTITUCIÓN:

Tal como se indicó anteriormente en el acuerdo de creación del CIFA, quedan establecidos como prioritarios los programas de investigación. Debido a ello, y con dicho enfoque, se han formulado diversos ejes temáticos como subprogramas que generen la dinámica de actualización en el proceso investigativo, como generador de conocimiento; al respecto en el período del 2004 al 2006, se han efectuado diversas investigaciones.

A la fecha se desarrolla un mapeo de investigaciones en las líneas temáticas de teoría de la arquitectura, centros, monumentos históricos, vivienda, centros urbanos y proyectos coyunturales, con el objetivo de orientar la investigación a la proyección guatemalteca.

**a.**  Planificar, coordinar, organizar, supervisar, ejecutar y evaluar el proceso de investigación de la Facultad de Arquitectura.

**b.**  Coordinar, dirigir y supervisar la investigación multidisciplinaria en la Facultad de Arquitectura y programa de diseño gráfico.

**c.**  Mantener estrecha relación con la Dirección general de investigación y unidades de investigación de la USAC.

**d.**  Publicar y divulgar la información generada por las investigaciones.

**e.**  Definir líneas de investigación prioritarias en función de las necesidades académicas y de proyección a la sociedad guatemalteca.

**f.**  Coordinar con el Ejercicio Profesional



### 2.3

#### CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS POBLACIONES QUE ATIENDE EL CIFA Y EL PÚBLICO CON EL QUE SE RELACIONA:

CIFA atiende a expertos del ramo de la investigación, especialistas y proporciona asesorías a estudiantes de la facultad de arquitectura, los cuales dentro de su tema de tesis complementan las líneas de investigación del CIFA; previo al privado, el cual otorga el título de arquitecto o arquitecta, relacionados con:

**Manejo ambiental de cuencas de zonas protegidas**

**Plan de prevención de riesgos**

**Tecnología y vivienda**

**Renovación urbana**

**Protección de patrimonio urbano arquitectónico**

**Tecnología y vivienda**

CIFA atiende a personas de todas las clases sociales, de ambos sexos, dentro de las edades de 22 años en adelante. También se relaciona con las diferentes unidades de planificación e investigación de otras facultades dentro de la USAC y fuera de la misma con instituciones relacionadas con investigación, dentro del área de la arquitectura.

Supervisado EPS, de arquitectura y el Programa de Diseño Gráfico, la revisión, orientación y asesoría de trabajos de tesis en los campos de su competencia.

**g.** Gestionar recursos para el desarrollo de la investigación en la facultad.

**h.** Conocer, revisar, aprobar o rechazar las propuestas de temas de estudios presentados por los estudiantes con el visto bueno del asesor o para el caso del EPS, con el visto bueno del supervisor.

**i.** Promover y coordinar las líneas temáticas que enlacen la especialización hacia los distintos programas de postgrado, en el campo de la arquitectura que ofrece la facultad.

**j.** Integrar al proceso de graduación, las políticas de la facultad relativas a investigación, extensión y desarrollo académico.

**k.** Promover la cooperación entre la Facultad de Arquitectura y otras instituciones para la realización de proyectos de graduación de acuerdo a las necesidades del país.

Finalmente, debe hacerse énfasis en que algunos de los últimos logros obtenidos dentro de los programas de investigación sientan sus bases en el apoyo de la modalidad de graduación por la línea temática del CIFA que establece el reglamento de graduación en el capítulo II, artículo 4 aprobado por Junta Directiva, en el acta No.5 punto 1 inciso 1.2 del 16 de marzo de 2004.

Para el efecto, los coordinadores de cada programa han formulado los correspondientes perfiles de investigación de donde se han derivado diversos temas de estudio para tesis de grado, conformando con éstas una parte del proyecto de investigación de acuerdo a lo descrito en los párrafos anteriores.



Fotografías: Silvia Palma  
Sede Tesis Arquitectura

2.4  
NECESIDADES DE  
COMUNICACIÓN VISUAL  
ENCONTRADAS:

Se ha detectado como una de las necesidades de comunicación visual, el rediseñar el logotipo, del CIFA, ya que como se menciona con anterioridad, cuenta con una mínima parte del sistema completo de una imagen institucional, y esto puede causar desorientación, tanto expertos, como a alumnos, de la facultad de arquitectura y a otras instituciones dentro y fuera de la USAC.

Otra de las necesidades es elaborar un manual de normas gráficas, para la correcta aplicación de la imagen institucional del CIFA, lo cual contribuirá

A continuación se presenta el logotipo con el que hasta la fecha, el CIFA utiliza en su papelería interna y externa:



Actualmente, el CIFA cuenta con un logotipo, en el cual utilizan un color plano Pantone 1685 PC, (marrón); debemos recordar que el color debe adaptarse al grupo objetivo que recibe el mensaje.

Únicamente cuenta con tipografía miscelánea extra bold (Bauhaus 93), sin mostrar un símbolo que identifique al centro y le exprese originalidad, cuando hablamos de un logotipo, hablamos que su única función es quedar grabado en la mente de su grupo objetivo.



Pantone 1685 PC,



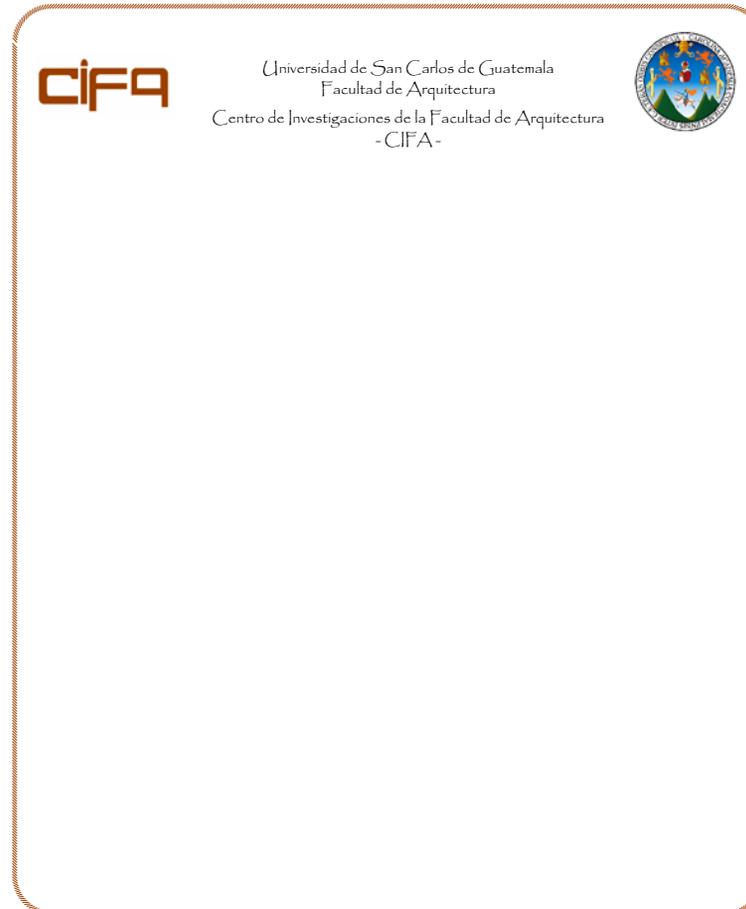
c27 m80 y100 k22



Fotografía: Silvia Palma  
Fachada Facultad de Arquitectura

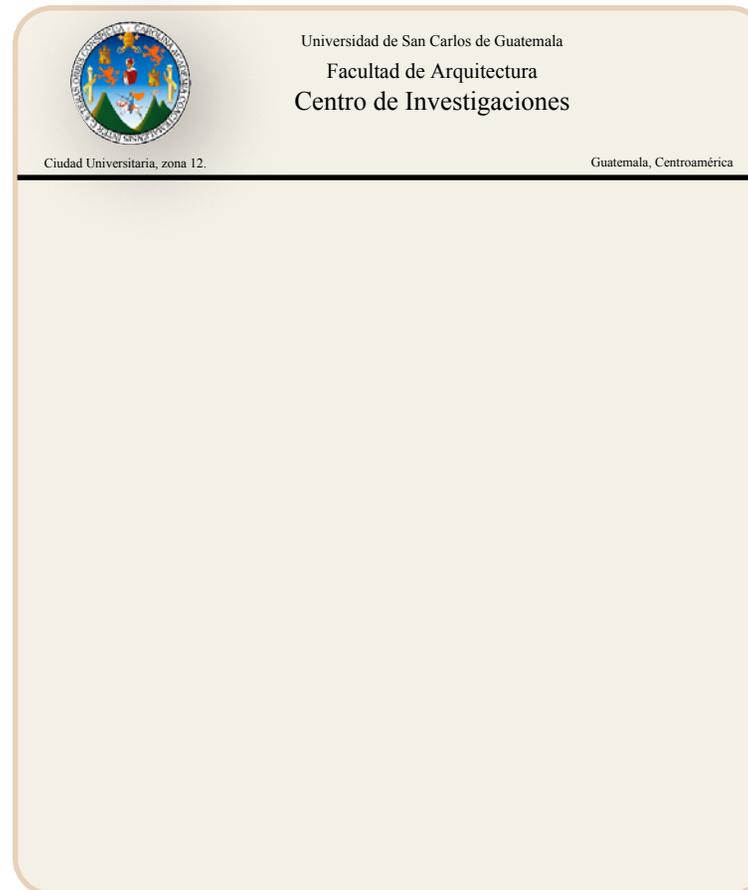


Fotografía: Silvia Palma  
Sede del CIFA



Esta hoja membretada es de tamaño carta, impresa en 80grms, es provicional, el tipo de letra del texto es Papyrus, de color negro, aparece en parte izquierda el actual logotipo del CIFA y en la parte derecha el logotipo de la USAC.

No aparecen datos básicos como: dirección, teléfono, fax y correo electrónico, datos que no pueden faltar dentro de la papelería de una institución, deja limpio el área del cuerpo del texto, encontramos un diseño común.



Esta hoja membretada es de tamaño carta, utilizan un 20% de color **Pantone 1685 PC**, impresa en 80grms, es de los tirajes que realiza cada año, la imprenta de la USAC y es utilizada tanto para casos internos como externos, el color de la tipografía es negro y el tipo de la letra del texto es Times New Roman, aparece en parte izquierda el logotipo de la USAC, no aparece el logotipo actual del CIFA.

Aparece únicamente, como dirección Ciudad Universitaria, zona 12; Guatemala Centroamérica; sin aparecer número de teléfono, fax y correo electrónico, datos que no pueden faltar dentro de la papelería de una institución, deja limpio el área del cuerpo del texto, y volvemos a encontrar un diseño simétrico, pero común.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES



Capítulo



3

LOS CONCEPTOS QUE  
A CONTINUACIÓN SE  
PRESENTAN SON LOS TEMAS  
DE INVESTIGACIÓN QUE HAN  
SIDO LA BASE, SOBRE LA CUAL  
SE HA REALIZADO LA TEORÍA  
DEL PROYECTO DE LA IMAGEN  
INSTITUCIONAL DEL CENTRO  
DE INVESTIGACIONES DE  
ARQUITECTURA, CIFA.



### 3.1 ARQUITECTURA:

Es el arte de proyectar y construir edificios o espacios para el uso del hombre, siendo considerada como arte desde el momento en que conlleva una búsqueda estética. Vitrubio es el padre de la arquitectura. Es de Roma (S.I a.C), escribió el primer tratado de la antigüedad llamado: "Los tres virus de la Arquitectura".

Firmitas: se refería al nivel técnico de la obra.  
Utilitas: se refería a la hora para hacer su función.  
Venustas: se refería al grado de belleza que posee la obra. (Real Academia Española: 1999).

Consiste en la realización de una obra de manera que el movimiento de los pesos o cordes del conjunto de los materiales elegidos es útil al servicio del hombre.

La estructura o concepto unificador de una obra artística, arte de componer y decorar edificios cuya contemplación debe contribuir a la salud, a la fuerza y al placer del espíritu humano. (Jhon Ruskin: 1997).

Es el arte de los envases espaciales, de los vacíos cerrados, de las secuencias dinámicas, de las cavidades poli-dimensionales y pluri-perspectivísticas en la cual se expresa físico y espiritualmente la vida de las asociaciones humanas y le permite expresar el ímpetu creador del arquitecto. (Bruno Zevi:1998).

Es el arte de proyectar y construir edificios perdurables, siguiendo determinadas reglas, con el objeto de crear obras adecuadas a su propósito, agradables a la vista y capaces de provocar un placer estético, de un momento social y de testimonios culturales dentro del desarrollo de un sector humano determinado.

### 3.1.1

#### ARQUITECTURA DEL PAISAJE:

Es el arte, especialidad o profesión que trata del proyecto, ordenación o modificación de los rasgos de un paisaje, por razones estéticas o prácticas. También llamado paisajismo. (Ching, Francis 1997).

Es el arte de embellecer o remodelar ciertas superficies de terreno natural de acuerdo con un planteamiento racional y estético. Para ello se emplean elementos diversos, que pueden ser:

#### Topográficos:

colinas  
valles  
ríos  
lagos

#### Vegetales:

árboles  
setos  
césped  
macizos de flores

#### Constructivos:

edificios  
terrazas  
caminos  
puentes  
fuentes  
estatuas

No tiene reglas fijas, puesto que cada pedazo de tierra exige soluciones particulares condicionadas por su tamaño, la topografía, el clima y el entorno, aparte de los gustos del cliente.



Fotografías: Arquitectura, enciclopedia  
Encarta, Bribgeman Art Library, Loncon New York.

### 3.1.2 CONSERVACIÓN:

Es el conjunto de acciones y obras destinadas a salvaguardar, proteger, mantener y asegurar la integridad, la autenticidad y la permanencia de los bienes culturales, muebles e inmuebles para transmitirlos a las generaciones futuras, la conservación de los bienes culturales implica un cuidado permanente y continuo, beneficiando con el uso adecuado y la dedicación de ellos a una función útil a la sociedad.

Proceso que consiste en detener el deterioro de objetos de valor histórico o artístico y en restaurarlos para devolverles su estado original. Para ello se examina la obra con el fin de identificar los materiales que entran en su composición y poder así determinar las causas de su deterioro. (To, Quiñonez: 2,000).



Fotografía: arquitectura del paisaje, enciclopedia Encarta, Briggeman Art Library, Loncon New York.

### 3.1.3 DISEÑO AMBIENTAL:

Es la ordenación del medio físico por medio de la arquitectura, la ingeniería, la construcción, la arquitectura del paisaje, el diseño urbano y el planeamiento urbano. (Ching, Francis: 1997).

### 3.1.3 DISEÑO AMBIENTAL:

Es la ordenación del medio físico por medio de la arquitectura, la ingeniería, la construcción, la arquitectura del paisaje, el diseño urbano y el planeamiento urbano. (Ching, Francis: 1997).

### 3.1.4 DISEÑO URBANO:

Es el aspecto de la arquitectura y planeamiento urbano que trata del del proyecto de estructuras y espacios urbanos. (Ching, Francis: 1997).



Fotografía: Diseño urbano, enciclopedia Océano

### 3.1.5 GESTIÓN DEL RIESGO:

Es uno de los ejes fundamentales de su actuación para generar valor de forma sostenible en el tiempo. (Anual: 2002).

### 3.1.6 MEDIO AMBIENTE:

Conjunto de elementos abióticos como: **energía solar, suelo, agua y aire**; y bióticos como: **organismos vivos**, que integran la delgada capa de la tierra llamada biosfera, sustento y hogar de todos los seres vivos. En este sentido, podemos considerar a la biosfera como el sustento y hogar de toda vida presente en ella misma; por tanto las sociedades deben reconocer que el medio ambiente es finito y que al atacarlo ponen en peligro la supervivencia de su propia especie y las perspectivas de futuro, en lo que al medio ambiente se refiere, de allí la importancia de cuidarlo y conservarlo.

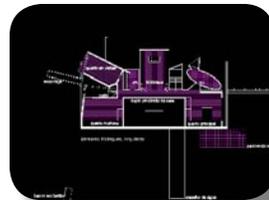
## 3.1.7 MONUMENTO:

Es la diversidad de teorías sobre restauración existentes, considerarlo fruto o parte de un grupo social que lleva a la necesidad de definir varios conceptos que hacen más comprensible analizar los diferentes términos que surgen en torno a este tema. (To, Quiñonez: 2000).

## 3.1.8 PLANEAMIENTO URBANO:

Es la actividad o profesión encaminada a determinar la futura organización física y condición de una comunidad, incluyendo una valoración de las condiciones actuales, una previsión de los requerimientos futuros, un plan para el cumplimiento de tales requerimientos y propuestas de medidas legales, financieras y estructurales para la ejecución del plan. (Ching, Francis: 1997).

Es llamada también legislación estatal asumiendo competencias en materia de urbanismo, al margen de las tradicionales jurisdicciones de los municipios en la materia; en todo caso, se requieren normas que regulen el suelo urbano y su entorno, el planeamiento, la gestión y disciplinas urbanísticas.



Plano: planeamiento urbano.  
enciclopedia Océano



Ilustración: Urbanismo  
enciclopedia Océano

## 3.1.9 URBANISMO:

Etimológicamente e inicialmente, la palabra urbanismo procede de la palabra latina URBS-URBIS, que significaba ciudad; de acuerdo con este significado etimológico, el urbanismo es el conjunto de conocimientos que se refieren al estudio de la creación, desarrollo, reforma y progreso de los poblados, en orden a las necesidades materiales de la vida humana. (La Real Academia Española).

Es el arte de proyectar y construir las ciudades de forma que sean satisfechas todas las premisas que garantizan la vida digna de los hombres y la eficacia de la gran empresa que constituye la ciudad". (Albania Contreras: 1999).

También se define como la ciencia que se ocupa de la ordenación y desarrollo de la ciudad, persiguiendo, con la ayuda de todos los medios técnicos; determinar la mejor situación de las vías, edificios e instalaciones públicas, y de las viviendas privadas, de modo que la población se asiente de forma cómoda, sana y agradable.

El urbanismo de las últimas décadas del siglo XX se preocupa cada vez más de establecer o ejecutar políticas de servicios públicos y de proporcionar estos servicios.

Es obvio que los recursos son limitados y que los acontecimientos globales afectan al futuro de cada comunidad.



Fotografías: Vivienda,  
enciclopedia Encarta,  
Cxford Scientific Films/Sean Moris



### 3.1.10 RESTAURACIÓN:

Es el conjunto de acciones y obras técnicas cuyo objetivo es la intervención física de los elementos urbanísticos arquitectónicos y bienes muebles con alto valor histórico y artístico, los cuales han sido alterados o deteriorados por diversos agentes, a fin de garantizar o asegurar la permanencia de los mismos. El criterio fundamental de la restauración se sustenta en el respeto hacia los elementos antiguos y las partes auténticas.

(To, Quiñonez: 2000).

### 3.1.11 VIVIENDA:

Es el espacio adecuado, resguardado, para morada del ser humano; tanto si se trata de una humilde choza o de una mansión sofisticada, y al margen de su interés arquitectónico. La vivienda siempre ofrece un refugio seguro y es el centro de la vida cotidiana; las características concretas de una casa dependen del clima, del terreno, de los materiales disponibles, de las técnicas constructivas y de numerosos factores simbólicos como la clase social o los recursos económicos de sus propietarios. Hasta hace poco tiempo, en las zonas rurales, las personas han compartido su casa con los animales domésticos; hoy las viviendas también pueden disponer de diversas zonas no habitables, como talleres, garaje o habitaciones de invitados, aparte de los diversos servicios que se necesitan en la vida diaria.

### 3.2 METODOLOGÍA DE DISEÑO:

El diseño no es un resultado igual al dibujo como comúnmente se cree, sino se diferencia de éste, puesto que el diseño es un proceso planificado que conlleva una serie de etapas que servirán para lograr un resultado altamente confiable y efectivo. La metodología que se utilizó en esta investigación, es denominado Proceso de Cuatro Etapas; que se definirá a continuación:

#### ETAPA RACIONAL:

En esta primera etapa deben considerarse varios aspectos que nos servirán de punto de partida para la elaboración del diseño; estos aspectos son:

**Recopilación de información:** es reunir la mayor cantidad de información con respecto a lo requerido por la persona que ha solicitado nuestros servicios como diseñadores gráficos.

**Investigación:** se realiza con respecto de la población, ya sea de campo, bibliográfica o gráfica, para saber cuáles serán nuestras limitaciones: técnicas o económicas, y como se debe emitir el mensaje con base en lo investigado.

## ETAPA CREATIVA:

En esta segunda etapa; interpretaremos, aquí el diseñador se convierte en una caja de cristal, puesto que va a crear, formular, desarrollar y elegir alternativas de solución, con base en la racionalidad, es decir, a toda la información que ha sido recibida mediante una secuencia planeada, y es aquí, en donde se debe compactar la información a fin de que se pueda lograr una o varias configuraciones aceptables como posibles alternativas.

El diseñador deberá llevar en esta etapa la siguiente secuencia:

1. Analizar mediante la información e imaginar posibles soluciones, **(análisis mental)**.
2. Plasmar sobre cualquier papel, todas las imágenes mentales creadas, a lápiz, la cantidad que sea, para que se tenga un alto número de **(prebocetos)**.
3. Elegir las mejores opciones y que serán realizadas en color y con detalle para que el cliente pueda visualizar claramente la presentación del material. Es aquí en donde el cliente aprueba o desaprueba, opina, hace cambios y transforma las alternativas de acuerdo con sus gustos y necesidades, **(bocetos)**.
4. Dadas todas las indicaciones por el cliente, realizar un boceto acabado que reflejará de una manera objetiva, el resultado de la impresión; esto se hace con el fin de que el cliente conozca anticipadamente la respuesta esperada y pueda aun, hacer las últimas correcciones para que, al final, se obtenga un trabajo satisfactorio.



Ilustraciones: Silvia Palma



Ilustración: Silvia Palma

## ETAPA CONSTRUCTIVA:

En esta tercera etapa es más próxima al diseño total. Corresponde a esta fase la formalización del resultado. Es la visualización del prototipo original, el mensaje como modelo para su reproducción y difusión. De aquí se traslada a otras tareas que ponen fin a esta etapa: producción técnica del producto o mensaje, elección del medio de impresión, supervisión de la impresión y entrega de la producción seriada.

## ETAPA EVALUATIVA:

En esta cuarta etapa y última, es donde se debe comprobar si ha sido logrado, lo planteado inicialmente. Es aquí donde se verificará si la solución definitiva responde al objetivo del emisor. La evaluación debe realizarse objetivamente determinando las ventajas y desventajas, a los tres campos que abarca el proceso del diseño, son éstos:

- a). **El diseñador gráfico:** quien ha transferido la información a un lenguaje gráfico.
- b). **El cliente:** empresa, institución, organización, servicio o comercio, que quiere transmitir un mensaje.
- c). **El grupo objetivo:** quien es el público, al cual el cliente quiere hacer llegar su mensaje y con base en cual el diseñador ha elaborado todo el proceso.

La evaluación es el parámetro de todo proceso, es la balanza que indica el grado de efectividad del diseño y determina las distintas conductas adoptadas por cada uno de los campos correlacionados: diseñador gráfico, cliente y grupo objetivo. (Metodología proyectual: 2000).

## 3.3 DISEÑO GRÁFICO:

Es la transformación de ideas y conceptos en una forma de orden estructural y visual. (Blume: 1.985).

Es un proceso creativo y de comunicación, por lo tanto, el diseñador gráfico cumple con ambas funciones, sobre la base de las ideas que se tienen de cierta circunstancia o problema, desarrolla creativamente una forma de transmitir el mensaje a otras personas, con lo cual cumple la comunicación gráfica.

Todas las formas de diseño implican un doble proceso:

**Internamente:** un desarrollo creativo.

**Externamente:** un desarrollo comunicacional.

Es importante que exista una cadena verdadera de comunicación gráfica debe haber una estrecha relación entre el sujeto que utiliza el diseño, el que lo establece y por último, el que recibe y consume este diseño.

Se basa en gráficas o dibujos, signos, símbolos, abstracciones, etc; que tienen como fin comunicar, dar a conocer y mantener un mensaje dentro de una gráfica.

El diseño gráfico principalmente comprende la caligrafía, la tipografía, la ilustración y la fotografía; es un vehículo fundamental de la comunicación acerca de la identidad, las ideas, los productos, etc.

El papel del diseño gráfico, es desarrollar una imagen favorable de marca; el diseñador gráfico toma como base los estudios y resultados mercadológicos; en algunos casos, ya que éstos

proporcionan lineamientos más palpables en base a las necesidades y gustos del grupo objetivo, los que al final, son a quienes se proyecta la empresa o institución, dando una imagen más real.

### 3.3.1 DISEÑADOR:

Es la persona con conocimientos profundos de diseño gráfico, que crea algo nuevo, algo innovador.

### 3.3.2 BOCETO:

Trazo o dibujo a mano o por computadora que se hace o realiza de manera rápida y simple sin complejidad, para tener una idea de lo que será un boceto final o arte final.

### 3.3.3 DISEÑO VISUAL INFORMATIVO:

Es un material que lleva elementos que no solamente informan, sino a la vez contienen imágenes visuales que abarcan todo el conjunto de los recursos gráficos.

Las bases de este tipo de diseño son los elementos lingüísticos, como letra, texto y elementos icónicos, como imágenes. El diseño visual informativo puede ser: público didáctico y persuasivo. (Herrera, Wendy: 1999).



Fotografía: Diseñador  
Enciclopedia Océano



Lápiz: Boceto  
Silvia Palma



Ilustración acuarela y crayón:  
diseño visual, Silvia Palma



## 3.4 BRIEF:

Es una recopilación de información que sirve como estímulo para el pensamiento creativo; debe resumir: **documentación, discusiones realizadas a la fecha y pensamiento.**

Todas las preguntas requieren: **pensamiento fresco y mente abierta**, sus respuestas deben ser: **concisas y no ambiguas**. A continuación se presenta una guía de elaboración del Brief de producto:

### Análisis del producto:

#### Descripción del producto

- ¿Cuáles son sus características?
- ¿Cuáles son sus fortalezas?
- ¿Cuáles son sus debilidades?

#### Competencia

- ¿Quién es la competencia directa?
- ¿Posee competencia indirecta?
- ¿Por qué son considerados así?

#### Puntos de diferencia

- ¿Qué hace a nuestro producto diferente a los de la competencia?

#### Objetivos mercadológicos

- ¿Cuáles son las metas del negocio?
- ¿Qué participación del mercado se pretende obtener con el producto?

### Análisis del consumidor

#### Grupo objetivo

- ¿Quién es el grupo objetivo o consumidor primario?
- ¿Quién es el grupo objetivo secundario?
- ¿Quién decide la compra y cómo lo hace?

#### Oportunidades del producto

- ¿Qué problemas del consumidor puede resolver con el producto o qué necesidades puede satisfacer a través del mismo?

### Entrega publicitaria

#### Objetivo de la imagen

- ¿Qué se pretende comunicar e informar sobre nuestro producto, al grupo objetivo por medio de la imagen (empaquete, envase, embalaje)?

#### Beneficio principal

- ¿Cuál es el beneficio principal o promesa básica que el producto ofrecerá al grupo objetivo por medio de su imagen?

#### Razonamiento de apoyo

- ¿Cuáles son sus cualidades, características o atributos del producto que respaldan al beneficio principal?

#### Posicionamiento

- ¿Cómo se pretende posicionar al producto en la mente de los consumidores?



## 3.5 IMÁGEN INSTITUCIONAL:

Es un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir y facilitar el reconocimiento de una empresa o institución de las demás. Los signos que integran el sistema de identidad corporativa o institucional, tienen la misma función, pero cada uno posee características comunicacionales diferentes, sin embargo estos signos se complementan entre sí y provocan una acción sinérgica que aumenta su eficacia. Este conjunto de elementos gráficos visuales

proporcionan a una empresa su propia identidad, la representan y diferencian de las demás dentro del medio.

Los signos de la identidad corporativa o institucional son de diversa naturaleza:

**Lingüística:** el nombre de la institución, el cual el diseñador convierte en una grafía diferente; una escritura exclusiva, llamada: logotipo.

**Icónica:** se refiere a la marca gráfica o distintivo figurativo de la institución, cuyo uso proviene de la costumbre ancestral del acto de marcar con una señal indeleble los objetos y las cosas.

**Cromática:** consiste en el color, o los colores que la institución adopta como distintivo emblemático.

Aplicado al diseño de una imagen institucional sería la personalidad que refleja la institución, el persigue establecer relaciones de equivalencia, simbólica entre los signos emitidos y la identidad institucional; en determinada etapa de la vida de una organización, cuando crece y se hace más compleja, es necesario controlar y manejar explícitamente las formas en que perciben las actividades de la compañía.

### 3.5.1 IDENTIDAD:

Equivale al término de identificación, pues es la suma intrínseca del ser y su forma, auto expresada un conjunto de rasgos particulares que diferencian a un ser de todos los demás; la personalidad de la institución lo que ella es y pretende ser.

Supone la idea de verdad o de autenticidad, ya que significa, sobre todo idéntico a sí mismo; la hace individual, la distingue y diferencia de las demás.

En la actualidad, algunas empresas e instituciones requieren comunicar su identidad a través de un repertorio de símbolos propios; el diseño gráfico pretende establecer relación entre los signos emitidos y la identidad de la empresa, lo cual comprende los recursos de comunicación gráfica e imagen pública.

### 3.5.2 IMÁGEN PÚBLICA:

Es el resultado de las opiniones de los usuarios y de los sectores relacionados con la institución o la empresa; por medio de su comportamiento genera una forma de presentarse al mercado; es decir que después del lanzamiento de la imagen institucional, cada persona que percibe, la publicidad forma un concepto de la institución, lo que esta es y lo que representa.

### 3.5.3 SÍMBOLO:

Es la forma gráfica con la cual se identifica una empresa y se diferencia de los demás. (Prahl, 1,991:10).

También se puede decir que el símbolo es un elemento material que ocupa el lugar de algo ausente y que representa por conveniencia; pues transmite varios conceptos de la misma, conceptos que dan a conocer a simple vista su campo de acción, actividades y servicios.



Ejemplo de:  
Símbolo icónico - imagen



Existen tres tipos de símbolo:

**Símbolos icónicos - imagen**

**Símbolos lingüísticos - el texto**

**Símbolos cromáticos - el color**

### 3.5.4 MARCAS:

Son los medios por los cuales se distinguen unos productos o servicios, se han convertido en más que imágenes para distinguir productos, encajan en dos grandes categorías:

**Nombre de marca:** (BMW, ADIDAS, etc).

**Imágen de marca:** (logotipos).

Los que podrían integrar un símbolo.

La marca registrada, que es una forma representativa y reconocida legalmente para la protección del nombre y la imágen de marca; siendo reconocida dentro de las marcas a nivel mundial.

### 3.5.5 LOGOTIPOS:

Está constituido por elementos gráficos que desempeñan un papel para las relaciones de la empresa o institución; muchas veces representa cosas no físicas, ni perceptibles, puesto que se limita a resaltar ciertas cualidades de la empresa o institución que representa.

El logotipo esta condicionado por:

**Originalidad:** debe ser unico y exclusivo.

**Expresividad asociada al producto:** debe representar claramente a la empresa o institución y dar a conocer su imágen.

**Poder de fijación del recurso:** debe tener el poder de posesionarse de la memoria del consumidor. Sin embargo, debe tomarse en cuenta que al momento de aplicar un logotipo, es muy importante su legibilidad, la probabilidad de ampliarlo, reducirlo, invertirlo u oscurecerlo. (Pérez: 1995).

### 3.5.5.1 TIPOS DE LOGOTIPOS:

#### 3.5.5.1.1 LOGOTIPOS SOLO CON EL NOMBRE:

Fueron los primeros en publicarse, su utilidad se debe a la seguridad que brinda el fabricante, al estampar su nombre o su firma en los productos. De preferencia debe ser fácil y breve.

#### 3.5.5.1.2 LOGOTIPOS CON NOMBRE Y SÍMBOLO:

Usan un estilo tipográfico, característico que conjuga con una figura simple: ovalo, cuadrado, círculo u otro; el texto es corto sencillo y fácil de memorizar.

#### 3.5.5.1.3 LOGOTIPOS CON INICIALES:

Son utilizados cuando el nombre de la empresa es largo y rígido; la parte creativa consiste en elegir la tipografía adecuada.



Ejemplo de:  
Logotipo con versión pictórica



Ejemplo de un:  
Logotipo asociativo



Ejemplo de un:  
Logotipo alusivo

### 3.5.5.1.4

#### LOGOTIPOS CON VERSIÓN PICTÓRICA:

En estos logotipos, el nombre del producto o de la organización es un elemento destacado e importante del logotipo, pero el estilo global del mismo es muy distintivo. Aunque en el logotipo figurase un nombre diferente, seguirá siendo claramente el logotipo de auténtico dueño.

### 3.5.5.1.5

#### LOGOTIPOS ASOCIATIVOS:

Estos logotipos gozan de libertad; habitualmente, no incluyen el nombre del producto o de la empresa, pero se asocian directamente con el nombre, el producto o el área de actividades; son juegos visuales simples y directos; tienen la ventaja de ser fáciles de comprender y proporcionan a sus propietarios una flexibilidad considerable.

### 3.5.5.1.6

#### LOGOTIPOS ALUSIVOS:

Consta de una imagen que alude a un objeto que se asocia directamente al nombre del producto, la conexión entre el nombre y la imagen no es directa pero su constante estímulo visual lo hace reconocible; la alusión aporta un foco de interés que puede ser útil en las relaciones públicas, sobre todo en el lanzamiento de un nuevo logotipo.

### 3.5.5.1.7

#### LOGOTIPOS ABSTRACTOS:

Muchos de los logotipos que hoy se utilizan son puramente abstractos o al menos, las alusiones o los significados son en ellos tan remotos que, a efectos prácticos,

resultan abstractos; sin un auténtico núcleo de significado.

Dado que la función de un logotipo es identificar y diferenciar una organización, un producto o un servicio, eso es, obviamente insatisfactorio, especialmente para el recién llegado al mercado.

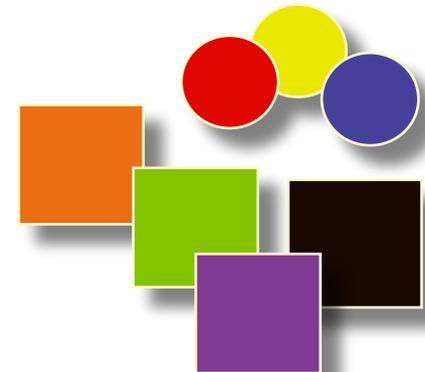
Deben de ser manejados con cuidado y que a la vez se diferencien entre sí.

### 3.5.6

#### COLORES CORPORATIVOS:

Gama cromática que sirve para reforzar los significados del logotipo y del símbolo, tanto a nivel semántico como a nivel psicológico.

Cumple una función simbólica y otra señaletica. La función simbólica complementa los significados del logotipo y del símbolo. La función señaletica se refiere a la capacidad de los colores de llamar la atención de los espectadores. (Herrera, Wendy: 2006).



## 3.5.7 TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Es la elegida en función de dos criterios fundamentales: legibilidad, (que constituye el aspecto funcional) y sus connotaciones, lo cual constituye el aspecto estético. Las letras muy ornamentadas cumplen funciones deferentes de los carteles delicadamente oblicuos. Los tipos paloseco son especialmente adecuados para cosas como informes anuales, porque les da un aire de eficiencia técnica que refleja la actuación y los éxitos de la empresa.

Es posible mediante el tratamiento gráfico personal de un tipo determinado, modificar su carácter. Hay que tomar en consideración la personalidad del tipo cuando se juzga su idoneidad para la tarea que se tiene entre manos.

Al comparar un tipo con otro se observa que las letras pueden variar no solo en su diseño, sino también en su forma misma (a y a, g y g), eso puede ser una útil herramienta de diseño; algunos caracteres son simples, audaces y otros ricos en detalles; una herramienta básica es la comprensión de los efectos que pueden lograrse mediante el cuerpo del tipo elegido; un cuerpo **GRANDE** grita más, que un cuerpo **pequeño**, susurra.

## 3.5.8 SLOGAN:

Se define como el mensaje breve; que en pocas palabras da una idea de las características más importantes y servicios de la empresa o institución, a fin de hacerla distinguible de las demás. Es un mensaje breve que sirve como grito de guerra en campañas de propaganda y

publicidad. El éxito de un slogan se atribuye a los siguientes factores:

**Brevedad:** tres o seis palabras deberán ser suficientes.

**Facilidad de asimilación:** el concepto deberá ser claro y comprensible.

**Sugestividad:** aceptación del mensaje.

**Eufonía:** la combinación de las palabras deberá sonar agradable.

**Carácter afirmativo.**

## 3.5.9 MATERIAL GRÁFICO:

Es todo aquello que ha sido creado para transmitir, por medio de las imágenes visuales, determinado tipo de información.

Existe una gran variedad de tipos de materiales gráficos, entre los cuales están las hojas membretadas, tarjetas de presentación, trifolares, vallas publicitarias, etc.

### 3.5.9.1. HOJA MEMBRETADA:

Papel para escribir que contiene nombre, dirección, número de teléfono y fax, dirección de correo electrónico (si la empresa o institución lo tienen) y logotipo de la empresa o institución.

**¡ Nuestro compromiso es usted !**

Ejemplo de:  
Slogan



Ejemplo de:  
**Hoja membretada**



Ejemplo de:  
**Sobre membretado**



Ejemplo de:  
**Tarjeta de presentación**

### 3.5.9.2 SOBRE MEMBRETADO:

Cubierta de papel que envuelve las cartas o documentos que han de enviarse fuera de la empresa o institución.

### 3.5.9.3 TARJETA DE PRESENTACIÓN:

Tiene usualmente medidas de 3 1/2" X 2", de forma rectangular, presenta la dirección, número de teléfono, fax, dirección de correo electrónico y logotipo de la empresa o institución; además incluye el nombre de la persona y su cargo dentro de la misma.

### 3.5.9.4 MEMORANDUM:

Comunicación diplomática, generalmente no firmada, en que se recapitulan hechos y razones para que se tengan presentes en un asunto; se utilizan para la comunicación interna.

### 3.5.9.5 SELLOS DE HULE O CAUCHO:

Es un método de reproducción utilizado para imprimir símbolos y textos breves muy repetitivos, pero que, por alguna razón, no conviene imprimir permanentemente por otro método.

Existen sellos prefabricados, como los de fechas, en los que puede cambiarse el día, mes o año. También hay sellos especiales para dejar alguna marca específica: aprobaciones, desaprobaciones o bien para identificar alguna empresa. (Herrera, Wendy: 1999).

### 3.5.9.6 MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS:

Es un escrito en donde se presenta, específicamente, todo el contenido que ha tenido la imagen corporativa de cierta institución; aquí se especifica por ejemplo: el número de pantone, que ha utilizado el logotipo y ciertas impresiones gráficas. Es un elemento fundamental en todo proyecto de imagen corporativa; en él se indican las normas de aplicación de la imagen.

Cuya función consiste en evitar alteraciones en la reproducción del material gráfico que identifica a tal institución, como: los colores, el tamaño del logotipo, la tipografía, los soportes de impresión, las dimensiones, la diagramación y la técnica, para asegurar la inalterabilidad en la reproducción del material.



Ejemplo de:  
**Manual de normas gráficas (Portada).**



Ejemplo:  
Color

**Acuarela**  
Silvia Palma



Ejemplo:  
Color

**Diseño y caricatura:**  
Silvia Palma

## 3.6 COLOR:

Puede considerarse como uno de los elementos básicos del lenguaje visual; se presenta de forma muy variada en el mundo natural y caracteriza de manera determinante toda la obra visual.

Se denomina color al fenómeno físico de la luz o de la visión, asociado con las diferentes longitudes de onda en la zona visible del espectro electromagnético. Es el elemento gráfico más rápidamente identificable; es un factor clave en la mayoría de las composiciones gráficas. Los colores deben ser utilizados de acuerdo a los principios de:

**Equilibrio:** los colores brillantes resultan más ligeros, mientras que los oscuros resultan más pesados.

**Contraste:** consiste en el cambio repentino de los colores para llamar la atención.

### 3.6.1. ASPECTOS PSICOLÓGICOS Y SIGNIFICADOS DE LOS COLORES:

Los colores influyen en el estado de ánimo y pueden variar su significado según las culturas.

**Negro:** seriedad, sofisticado, estilo, inteligencia, tristeza, muerte y misterio.

**Amarillo:** alegría, vida, energía, poder, dominio, calidez y luz.

**Blanco:** limpieza, pureza e inocencia.

**Gris:** conservador, buen gusto, frío, digno, discreto y no es llamativo.

**Azul:** frescura, limpieza, frialdad, pureza, agua, mar, cielo, integridad, estabilidad, formalidad y respeto.

**Marrón:** tranquilidad, confort, nostalgia, actividades al aire libre, vida sana, salud, se asocia con la madera, la tierra, el otoño el campo.

**Rojo:** calor, fuego, corazón, excitación, actividad, pasión, sangre, fuerza, impulso, peligro y revolución.

**Violeta:** aflicción, tristeza, penitencia, misticismo, profundidad y misterio.

#### 3.6.1.1 FUNCIONES DEL COLOR:

Pues cumple las siguientes funciones:

**Llamar la atención a través del contraste.**

**Retener la atención.**

**Producir efectos sociológicos, en el grupo objetivo que recibe el mensaje.**

**Desarrollar asociaciones psicológicas con experiencias previas; símbolos lingüísticos.**

Un color puede describirse mediante tres características o variables:

**Tinte o tono:** es la cualidad que distingue un color de otro, la variable simple que da origen a los nombres de los colores.

**Luminosidad o claridad:** dos colores pueden tener el mismo tinte, pero distintos valores de claridad o luminosidad, dependiendo el grado de claridad u oscuridad reflejada.

**Saturación o intensidad:** dos colores pueden coincidir en tono y claridad, pero diferir en saturación; es decir, en el porcentaje de croma que contiene.



Ejemplo:  
Tipografía en logotipos.



## 3.7 TIPOGRAFÍA:

Estudia las diferentes propuestas sobre tipos de letras existentes y sus características; cuando las letras son usadas como instrumentos, son capaces de expresar cualquier tema o emoción, sea seriedad, dramatismo o comicidad.

### 3.7.1 MODALIDADES DE LA TIPOGRAFÍA:

#### Por su posición:

**Roma o recta:** mantiene una posición vertical y facilita la lectura.

**Itálica o inclinada:** mantiene una posición inclinada hacia la derecha y se utiliza para enfatizar.

#### Por su versión:

Altas o mayúsculas  
Bajas o minúsculas

#### Por el peso o grosor de sus astas y rasgos:

Light-delgada  
Medium-mediana  
Bold-gruesa  
Extra bold-extra gruesa

#### Por su ancho:

Condensada  
Regular  
Expandida

Ejemplo:  
Diagramación, afiche



Ejemplo:  
Elementos de diagramación

### 3.7.1.1 DIAGRAMACIÓN:

Es distribuir los elementos adecuadamente de diseño dentro de un espacio o formato determinado. Su función es la de facilitar la lectura, los espacios en blanco no son vacíos que llenar, son áreas que oxigenan no sólo al diseño, sino que le dan espacio de reflexión al pensamiento.

Los elementos que regularmente se ubican dentro de un formato son: titular, texto, capitular, pie de foto, pie de página, ilustraciones, recursos básicos de diseño.

### 3.7.1.2 TITULAR:

Es un elemento muy importante, que se ubica en un lugar estratégico dentro del formato de diseño, porque contiene el mensaje principal, que debe atraer a determinado grupo objetivo.

### 3.7.1.3 TEXTO:

Es un diseño que constituye el mensaje escrito de lo que se desea transmitir al lector. Generalmente se trabaja en columnas.

### 3.7.1.4 CAPITULAR:

Es la letra inicial de una columna de texto. Su tamaño es mayor a los tipos de texto, van desde 14 a 72 puntos. En ocasiones, el tipo de letra es diferente al del texto. Esto dependerá del diseñador gráfico.

### 3.7.1.5 PIE DE FOTO:

Es el texto que se describe foto o ilustración, al igual que indica quién fue el que la elaboró. Generalmente se coloca debajo de los textos.

### 3.7.1.6 PIE DE PÁGINA:

Es un texto aclarativo que aparece en la parte inferior de la hoja, con letra más pequeña. Generalmente, los pies de página van numerados, según la referencia en el texto principal.

### 3.7.1.7 NOTAS EN EL TOPE DE PÁGINA:

Por lo general, son el título, el nombre de la unidad o del autor que aparece a lo largo del material.

### 3.7.1.8 ILUSTRACIONES:

Son elementos que se utilizan para comunicar de manera eficaz la información textual.

### 3.7.1.9 RECURSOS GRÁFICOS DE DISEÑO:

Son elementos que pueden ir o no dentro de la diagramación para hacer resaltar bloques de texto o partes dentro de la diagramación.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE



Capítulo



4



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

A CONTINUACIÓN SE  
PRESENTA LA IMAGEN  
INSTITUCIONAL  
DEL CENTRO DE  
INVESTIGACIONES  
DE LA FACULTAD DE  
ARQUITECTURA, CIFA.  
LA CONCEPTUALIZACIÓN  
Y LOS DIFERENTES PASOS  
DE PREBOCETAJE,  
BOCETAJE Y BOCETAJE  
FINAL.

## 4.1 CONCEPTO CREATIVO

### 4.1.1 CONCEPTO CENTRAL:

Con el fin de realizar investigaciones universitarias, el CIFA; brinda sus servicios a diferentes entidades de la sociedad guatemalteca, en los campos de la Arquitectura tales como:

**Dinámicas y desequilibrios territoriales**

**Sostenibilidad del medio ambiente**

**Producción de objetos arquitectónicos**

**Teorías e historias de diseño de la arquitectura**

**Tecnología constructiva y vivienda**

**Diseño gráfico**

**Manejo conservación patrimonial y centros históricos**

**Estudios de coyuntura**

Tomando en cuenta las siguientes características: **a quien va dirigido, los campos y el servicio que brinda el CIFA**, se propone como concepto central de estudio:

## INVESTIGACIÓN, CONTEXTO Y GRUPO OBJETIVO.

### 4.1.2 CONCEPTO COMPLEMENTARIO:

Cuando se trata de una imagen para instituciones no gubernamentales como el CIFA, por lo regular se realizan imágenes realistas, para lograr presencia y despertar el interés visual.

A la arquitectura, se le conoce como "ARTE DE CONSTRUIR" y el CIFA realiza una actividad "SISTEMÁTICA Y CREADORA" en el momento que descubre, comprende, describe, analiza, interpreta y evalúa; por esa razón se utilizará como concepto complementario ó también llamado slogan:

## ARTE SISTEMÁTICO Y CREADOR.

## 4.2 CONTENIDOS DEL MATERIAL GRÁFICO:

Partiendo de los resultados del estudio previo, acerca del CIFA, se ve la necesidad de crear una imagen visual, la cual consiste en la siguiente clasificación:

**Logotipo**  
**Tarjeta de presentación**  
**Sobre membretado**  
**Hoja membretada**  
**Sobre de papel craft**  
**Carpeta**  
**Sello de hule o caucho**  
**Memorandum**  
**Gafetes para el personal**  
**Manual de normas gráficas**

## 4.3 BOCETAJE:

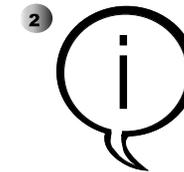
A continuación se presenta gráficamente el proceso de bocetaje en el orden en que fue realizado, desde la elaboración de los íconos, elección de tipografía, la creación del logotipo hasta el logro de todos los elementos que fue necesario diseñar para creación de la imagen del CIFA.

### 4.3.1 BOCETAJE DE ICONOS:

En esta etapa se tomarón en consideración diferentes aspectos, características o cualidades del CIFA, para realizar íconos en 100% de color negro.



El ícono No. 1: se uso la silueta de un libro abierto, ya que en ellos encontramos información relacionada con nuestro concepto central.



El ícono No. 2: representa imaginación (crear) e investigación.



El ícono No. 3: se uso la silueta de nuestro país, ya que es donde se realizan las investigaciones del CIFA y pensando en contexto.

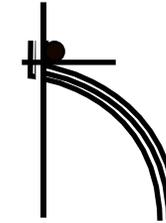
De estas 3 propuestas no se eligió ninguna, ya que no cumplen con los estándares de comunicación que el CIFA persiguen.

De estas 6 propuestas no sé eligió ninguno, ya que no cumplen con los estándares de comunicación que se persiguen.



En el ícono No. 4: se uso el grafismo de una encuesta, ya que a través de este tipo de instrumentos se recada información, para dar seguimiento a una investigación.

4



En el ícono No. 7: estos trazos rectos y curvos, son utilizados por los investigadores en la Facultad de Arquitectura, para la realización de sus proyectos y cuando realizan sus resultados, (planos).

7



En el ícono No. 5: se uso la silueta de una columnas, las cuales representan a la antigua arquitectura, ya que denota relación, con el contexto e investigación.

5



En el ícono No. 8: se uso la simplificación de un ojo, el cual representa observación y por lo tanto cuando investigamos, uno de los pasos es observar.

8



En el ícono No. 6: se uso la silueta de una ventana que representa, (dejar entrar a nuestro grupo objetivo) y el sol representa (luz, claridad); ya que connotan investigación.

6



En el ícono No. 9: se uso la silueta de la letra C de centro, utilizando como base una letra paloseco, aplicando la representación simple de las formas llamado eliminación, la cual permite que nuestro cerebro complete la letra y además la inclinación de la misma produce movimiento, el cual brinda un ambiente creador y técnico; tomando en cuenta que nuestros investigadores se encuentran allí.

9

De estas 6 propuestas no sé eligió ninguno, ya que no cumplen con la finalidad del CIFA.



10

En el ícono No. 10: se uso el grafismo de cabeza y brazos extendidos hacia arriba, sin determinar si son de mujer u hombre, esta posición denota familiaridad y confianza; para representar a nuestro grupo objetivo, ya que es ha ellos a quienes llegan los resultados de las investigaciones del CIFA.



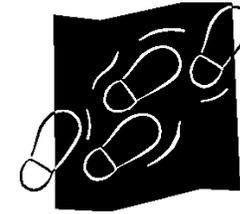
11

En el ícono No. 11: se uso el grafismo de una persona, el cual representa a un investigador (a), mostrando movimiento, eficacia y rapidez.



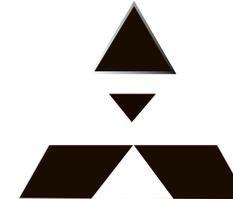
12

En el ícono No. 12: se uso la simplificación de un camino; ya que la investigación nos lleva a recorrer un camino para llegar a obtener resultados, las líneas curvas nos muestran movimiento, pero a la vez inseguridad.



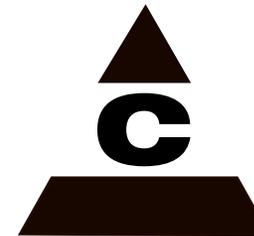
13

En el ícono No. 13: se uso la silueta de varias huellas donde el espacio blanco fluye y las huellas van hacia arriba, mostrando al observador progreso y dinamismo, estas huellas representan los diferentes pasos para realizar una investigación.



14

En el ícono No. 14: se utilizaron formas geométricas, las cuales representan la letra A, tomando en cuenta que el CIFA le pertenece a arquitectura y por lo tanto, al contexto.



15

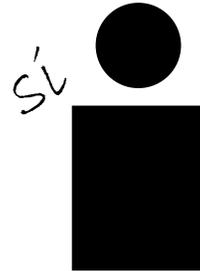
En el ícono No. 15: se utilizaron formas geométricas, representando, a la antigua arquitectura a través de una pirámide, pero integrando en medio la letra C de centro, reafirmado el significado de la misma al colocarla en medio y al contexto.

De estas 7 propuestas se eligieron 3, ya que cumplen con lo que el CIFA, solicita y las otras 3 no, mostrando íconos demasiado simples y sin personalidad.



En el ícono No. 16: se utilizaron varias siluetas de la letra A de arquitectura, utilizando como base una letra romana con serif en la parte de adentro dando la sensación de amplitud y repetición, para ayudar a afirmar el ícono en nuestro grupo objetivo.

16



En el ícono No. 17: se uso la abstracción de una persona en forma de i, ya que forman parte de nuestro grupo objetivo y representa también investigación.

17



En el ícono No. 18: se uso la abstracción de una persona en forma de i, ya que forman parte de nuestro grupo objetivo, en esta ocasión se agrego un casco para relacionar arquitectura con investigación, ya que la i representa investigación.

18



19

En el ícono No.19: se uso la silueta de dos gotas de agua, las cuales estan incompletas, esto pasa, con algunos proyectos, antes de realizarlos no se lleva el proceso de investigación y por eso se cometen errores en los mismos.



20

En el ícono No. 20: se uso la silueta de un casco, para arquitectura, relacionandolo con grupo objetivo y contexto.



21

En el ícono No. 21: es el grafismo de una persona y la letra i de investigación; muestra movimiento, a pesar que la i se encuentra en una posición de línea inclinada y eso significa inestabilidad.



22

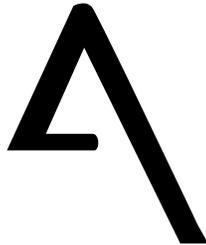
En el ícono No. 22: es el grafismo de una persona y la letra i de investigación; muestra movimiento, a pesar que la i se encuentra en línea inclinada, eso significa inestabilidad; agregándole el casco de un arquitecto, para incluir el casco contexto.

De estas 6 propuestas se eligió 1, ya que cumple con lo que el CIFA, solicita y los otros 5 íconos resultarán sin fuerza, muy simples.



23

En el ícono No. 23: se uso la silueta de la letra A de arquitectura, utilizando como base una letra paloseco y se divide el travesaño y en la parte de abajo un remate en la letra, que sale de la misma, para darle un ambiente moderno y técnico; tomando en cuenta que parte de nuestro grupo objetivo e investigadores se encuentran allí.



24

En el ícono No. 24: se uso la silueta de la letra A de arquitectura, utilizando como base una letra paloseco, aplicando la representación simple de las formas llamado eliminación, la cual permite que nuestro cerebro complete la letra, para darle un ambiente creador y técnico; tomando en cuenta que parte de nuestro grupo objetivo e investigadores se encuentran allí.



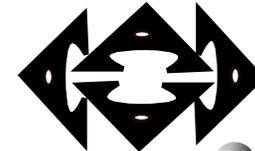
25

En el ícono No. 25: se uso la silueta de la letra F de Facultad, utilizando como base una letra paloseco y se divide antes de llegar al travesaño y en la parte de abajo un remate en la letra, que sale de la misma, para darle un ambiente futurista y técnico; tomando en cuenta que parte de nuestro grupo objetivo e investigadores se encuentran allí.



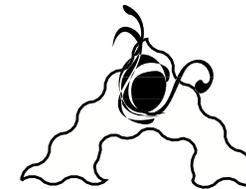
26

En el ícono No. 26: se utilizó la silueta de las letras F de Facultad, y A de arquitectura, para darle un ambiente moderno y técnico; tomando en cuenta que parte de nuestro grupo objetivo e investigadores estan aquí. Ver íconos 23 y 24.



27

En el ícono No. 27: se utilizarán la silueta de cuatro letras A, las cuales representan los cuatro punto cardinales en los que el CIFA, realiza sus estudios.



28

En el ícono No. 28: se uso la silueta de la letra A de arquitectura, el contorno se dibujo con formas libres que imitan la escritura manuscrita y a un producto personal.

De estas 6 propuestas se eligieron 5, ya que cumplen con lo que el CIFA, solicita y 1 ícono, resultó ser no satisfactorio a las necesidades del centro.



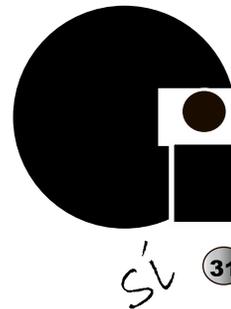
29

En el ícono No. 29: se utilizó la silueta de una lupa ya que es un símbolo que representa investigación.



30

En el ícono No. 30: se utilizó la silueta de la letra C de centro, utilizando como base una letra palo seco, ya que esta familia de tipografías, dentro de sus características encontramos: eficiencia técnica, una de las características básicas del CIFA, además se le realizó una forma especial a la letra, para que represente fuerza.



31

En el ícono No. 31: se uso la silueta de la letra C de centro, utilizando como base una letra palo seco, ya que este tipo de, letra refleja eficiencia técnica. Esta es una característica del CIFA, además se le realizó una forma especial a la letra, para que represente fuerza y se agregó la abstracción de una persona en forma de i, ya que forman parte del grupo objetivo.



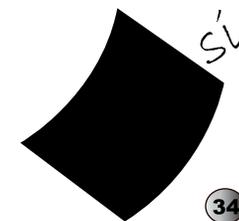
32

En el ícono No. 32: se utilizó la silueta de una lupa ya que es un símbolo que representa investigación y se agregó un casco representando a los investigadores del centro, ya que todos ellos son arquitectos con maestrías ó doctorados.



33

En el ícono No. 33: se utilizó la silueta de la letra A de arquitectura, en este caso se uso una A estilizada, representa la parte creadora del CIFA, original y a su grupo objetivo, mostrando originalidad y da sensación de que fue elaborada por fragmentos.



34

En el ícono No. 34: se uso la silueta de una hoja, ya que es aquí en donde los investigadores plasman sus primeros datos.

#### 4.3.1.1 BOCETAJE DE ÍCONOS A COLOR:

En esta etapa con los íconos elegidos, se inicia la fase de aplicación de color: plano y con degrade, al igual que en escala de grises, para brindarle volúmen, movimiento y personalidad.

Los 6 íconos que se escogieron para crear el logotipo, fueron elegidos debido a su alta capacidad para transmitir el concepto con el cual se está trabajando la imagen institucional del CIFA, al mismo tiempo son simples y claros.

Ícono con 1.5cms, de medida, para comprobar si es funcional, a la hora de reducirlo.



Ícono a 100%, 80% y 40% de negro, se ve volúmen en mínima proporción.



Ícono con un degrade del 100%, 80% y 40% de negro, se ve que aumenta el volúmen.



Ícono a 100% de negro, no encontramos volúmen, pero para proceso de impresión es económico y fácil de reducir y ampliar.



Ícono a 60% de negro, no encontramos volúmen, pero para proceso de impresión es económico y fácil de reducir y ampliar.



Ícono con un 100%, de color negro y 100% de color amarillo (oc, 22m, 100y y 0k). Sin volúmen.

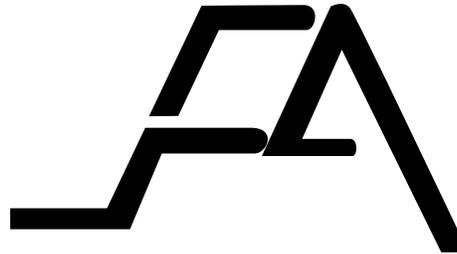


Ícono con un 100%, de color negro y 100% de color amarillo (oc, 22m, 100y y 0k) ambos en degrade. (oc, 22m, 100y y 0k). Sin volúmen.



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE



Ícono a 100% de negro, no encontramos volúmen, pero para proceso de impresión es económico y fácil de reducir y ampliar.



Ícono con un degrade del 100% y 80% de negro, se ve con volúmen.

Ícono con 1.5cms, de medida, para comprobar si es funcional, a la hora de reducirlo.



Ícono a 100% la letra F y a un 60% la letra A de negro, no encontramos volúmen, pero para proceso de impresión es económico y fácil de reducir y ampliar.

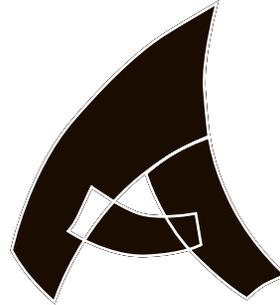


Ícono con un color azul en degrade al 100%, (100c,98m, 29y y 48k) y 100% de color amarillo (0c, 22m,100y y 0k). con volúmen y movimiento.



Ícono con un 100%, de color azul (100c, 14m, 0y y 24k); y 100% de color amarillo (0c, 22m,100y y 0k). Sin volúmen.

Ícono con 1.5cms, de medida, para comprobar si es funcional, a la hora de reducirlo.



Ícono con un 100%, de color negro, sin volúmen, fácil y económico de reproducir; con movimiento.



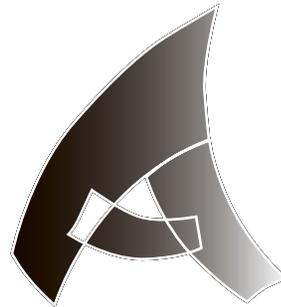
Ícono con un 80%, de color negro, sin volúmen, fácil y económico de reproducir; con movimiento.



Ícono con un 100%, de color azul (100c, 98m, 29y y 48k), sin volúmen, con movimiento y profundidad.



Ícono con un 80%, de color azul (100c, 98m, 29y y 48k), sin volúmen con movimiento y profundidad.



Ícono con un 100%, de color negro, en degrade, con volúmen y con movimiento.



Ícono con un 100%, de color amarillo (0c, 22m, 100y y 0k), denota claridad y es uno de los colores con que se identifica, la Facultad de Arquitectura.



Ícono con un 100%, de color azul (100c, 98m, 29y y 48k), en degrade con volúmen, movimiento.

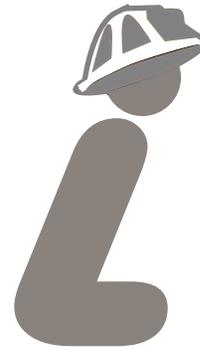


Ícono con un 100%, de color azul (100c, 14m, 0y y 24k), denota modernismo y claridad.

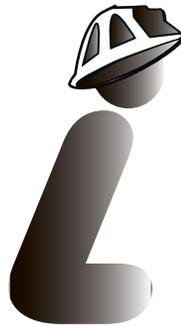
Ícono con 1.5cms, de medida, para comprobar si es funcional, a la hora de reducirlo.



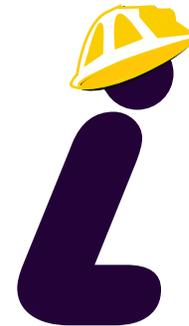
Ícono con un 100%, de color negro, sin volúmen, fácil y económico de reproducir.



Ícono con un 60%, de color negro, sin volúmen, fácil y económico de reproducir.



Ícono con un 100%, de color negro, en degrade de izquierda a derecha, con volúmen.



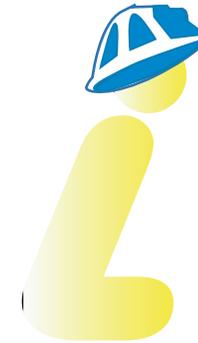
Ícono con un 100%, de color amarillo (0c, 22m, 100y y 0k), connota claridad, color azul 100% (100c, 98m, 29y y 48k). El casco con volúmen.



Ícono con un 100%, de color azul (100c, 98m, 29y y 48k), en degrade de derecha a izquierda con volúmen, movimiento.



Ícono con un 100%, de color azul (100c, 14m, 0y y 24k), denota modernismo y claridad.



Ícono con un 100%, de color azul (100c, 14m, 0y y 24k) y 100%, de color amarillo en degrade de derecha a izquierda (0c, 22m, 100y y 0k), connota modernismo y claridad.



Ícono con 1.5cms, de medida, para comprobar si es funcional, a la hora de reducirlo.



Ícono con un 100%, de color negro, el casco con volúmen, fácil y económico de reproducir.



Ícono con un 60%, de color negro, el casco con volúmen, fácil y económico de reproducir.



Ícono con un 100%, de color azul (100c, 98m, 29y y 48k), en degrade de derecha a izquierda con volúmen, movimiento.



Ícono con un 100%, de color azul (100c, 14m, 0y y 24k), denota modernismo y claridad.



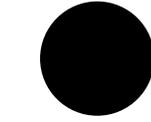
Ícono con un 100%, de color negro, en degrade de izquierda a derecha, con volúmen.



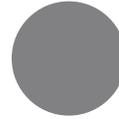
Ícono con un 100%, de color amarillo (0c, 22m, 100y y 0k), connota claridad, color azul 100% (100c, 98m, 29y y 48k). El casco con volúmen.



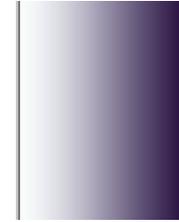
Ícono con un 100%, de color azul en degrade (100c, 14m, 0y y 24k) y 100%, de color amarillo (0c, 22m, 100y y 0k), con degrade.



Ícono a un 100%  
de color negro,  
sin volúmen, fácil  
y económico de  
reproducir.



Ícono a un 60%  
de color negro,  
sin volúmen, fácil  
y económico de  
reproducir.



Ícono con un 100%  
de color azul (100c,  
98m, 29y y 48k), en  
degrade de derecha  
a izquierda y con  
un 100% de color  
amarillo en degrade  
(0c, 22m, 100y y 0k),  
connota claridad, con  
volúmen, movimiento.



Ícono con un 100%  
de color azul (100c,  
14m, 0y y 24k),  
denota modernismo  
y claridad.



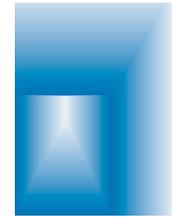
Ícono con 1.5cms,  
de medida, para  
comprobar si es  
funcional, en el  
momento de reducirlo.



Ícono a un 100%  
de color negro,  
en degrade  
de izquierda a  
derecha, con  
volúmen.



Ícono con un  
100% de color  
amarillo (0c,  
22m, 100y y  
0k), connota  
claridad, color  
azul 100% (100c,  
98m, 29y y 48k),  
sin movimiento.



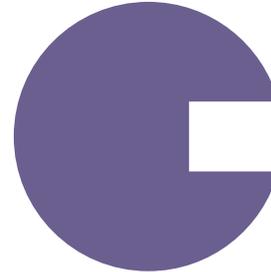
Ícono con un 100%  
de color azul (100c, 14m, 0y  
y 24k) y 100% de color  
amarillo (0c, 22m, 100y y  
0k), denota modernismo  
y claridad.



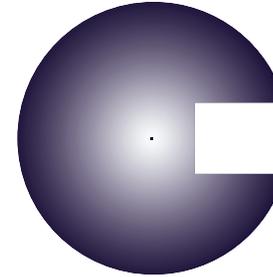
Ícono con 1.5cms, de medida, para comprobar si es funcional, en el momento de reducirlo.



Ícono con un 100%, de color azul (100c, 98m, 29y y 48k).



Ícono con un 60%, de color azul (100c, 98m, 29y y 48k).



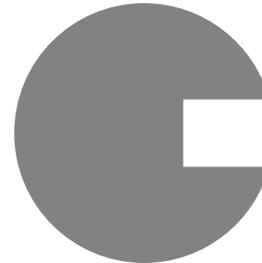
Ícono con un 100%, de color azul (100c, 98m, 29y y 48k), en degrade de afuera hacia el centro, con volúmen, movimiento.



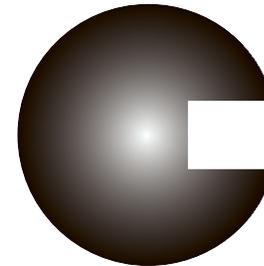
Ícono con un 100%, de color azul (100c, 14m, 0y y 24k), en degrade de afura hacia adentro, connota volúmen, modernismo y claridad.



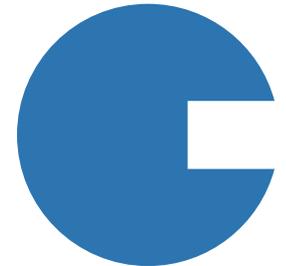
Ícono a un 100%, de color negro, sin volúmen, seriedad.



Ícono a un 60% de color negro, sin volúmen, fácil y económico de reproducir.

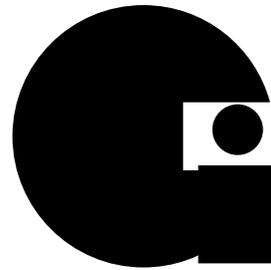


Ícono a un 100%, de color negro, en degrade, con volúmen y profundidad.

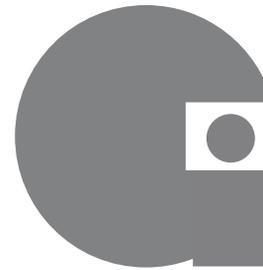


Ícono con un 100%, de color azul (100c, 14m, 0y y 24k), connota modernismo y claridad.

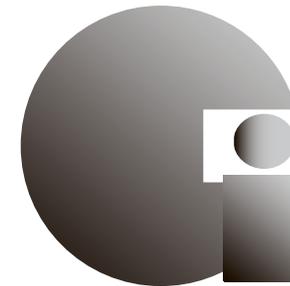
Al finalizar la etapa del bocetaje, y de visualizar los 6 íconos elegidos, se llegó a la conclusión que para que el rediseño del logotipo del CIFA no fuera un cambio tan drástico, se mantendría la secuencia tipográfica, la cual transmite de una mejor manera las actividades que se realizan dentro del Centro de Investigación, escogiendo así la segunda composición de las siglas del CIFA. Enfatizando en las siglas de la Facultad de Arquitectura.



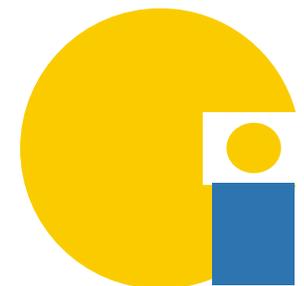
Ícono a un 100%, de color negro, sin volúmen, fácil y económico de reproducir.



Ícono a un 60% de color negro, sin volúmen, fácil y económico de reproducir.



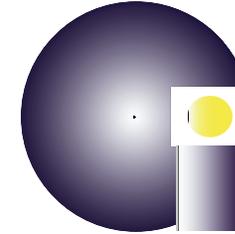
Ícono a un 100%, de color negro, en degrade de abajo hacia arriba, con volúmen.



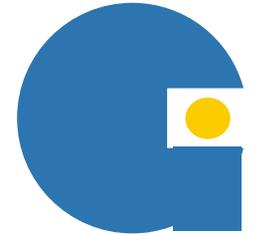
Ícono con un 100%, de color amarillo (0c, 22m, 100y y 0k), denota claridad, color azul 100% (100c, 14m, 0y y 24k), sin movimiento.

Se eligió el color AMARILLO, porque igual que la investigación: sus significados luz, fresca, atrae la atención y expresa energía, son características con las que ambos cuentan.

Se eligieron dos tonalidades de AZUL, para dar significado de profundidad, claridad, responsabilidad, respeto, integridad estabilidad y formalidad, características con las que el CIFA cuenta, a través del contexto en el que se desenvuelven, su grupo objetivo y la investigación.



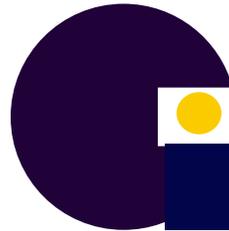
Ícono con un 100% de color azul (100c, 98m, 29y y 48k) y 100% de color amarillo (0c, 22m, 100y y 0k), en degrade con volúmen, movimiento.



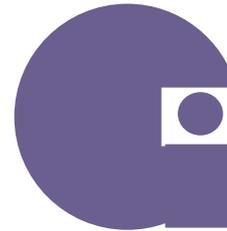
Ícono con un 100% de color azul (100c, 14m, 0y y 24k) y azul 100% (100c, 14m, 0y y 24k), connota modernismo y claridad.



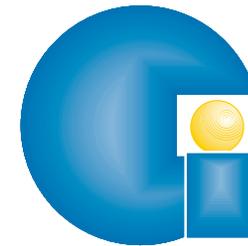
Ícono con 1.5cms, de medida, para comprobar si es funcional, en el momento de reducirlo.



Ícono con un 100% de color amarillo (0c, 22m, 100y y 0k), connota claridad, color azul 100% (100c, 98m, 29y y 48k), sin movimiento.



Ícono con un 60% de color azul 100% (100c, 98m, 29y y 48k), sin movimiento.



Ícono con un 100% de color azul (100c, 14m, 0y y 24k) y 100% de color amarillo (0c, 22m, 100y y 0k), en degrade, connota modernismo y claridad y volúmen.

4.3.1.2  
*BOCETAJE DE TIPOGRAFÍA:*

En esta etapa, se escogieron diferentes tipografías, relacionadas con el tema, las cuales deben lograr armonía e integración entre el ícono y texto; y así crear un logotipo efectivo para el CIFA.

Es importante determinar lo que queremos connotar en la aplicación del grafismo del CIFA, permitiendo de esta manera una buena integración de texto y imagen, el estilo del tipo debe armonizar con la naturaleza del tema.

CIFA	AIGDT
CIFA	Arial
<b>CIFA</b>	Arial Black
<b>CIFA</b>	Arial Rounded MTBold
CIFA	BankGothic Md BT
<b>CIFA</b>	Bauhaus 93
CIFA	Berlin Sans FB
<b>CIFA</b>	Berlin Sans FB Demi
<b>CIFA</b>	Bernard MT Condensed
CIFA	Bookman Old Style
<b>CIFA</b>	Britannic Bold
CIFA	Baskerville Old Face
<b>CIFA</b>	Bernard MT Condensed
<b>CIFA</b>	Broadway

CIFA	Adobe Caslon Pro
CIFA	Castellar
CIFA	Century
CIFA	Century Gothic
CIFA	Century Schoolbook
CIFA	Colonna MT
<b>CIFA</b>	Comic Sans MS
<b>CIFA</b>	Cooper Black
<b>CIFA</b>	Copperplate Gothic Bold
CIFA	Copperplate Gothic Light
CIFA	Dutch801 XBd BT
<b>CIFA</b>	Eras Bold ITC
<b>CIFA</b>	Impact
CIFA	Lithos Pro
<b>CIFA</b>	Stencil
CIFA	Swis721 BlkOul BT
CIFA	Swis721 BT
CIFA	Swis721 Ex BT
<b>CIFA</b>	Wide Latin
<b>CIFA</b>	Verdana

Desde el inicio las fuentes tipográficas que se emplearon son letras con fuerza, modernidad, industria, tecnicismo, actualidad y legibilidad, reforzando lo que dice en el slogan, "Arte, sistemático y creador".

Las familias que se estudiaron en su mayoría, para la aplicación del logotipo fueron Paloseco, (son todas aquellas que carecen de remates o serif, es decir, San Serif), Egipcias (son tipos que presentan grandes remates y se pueden reducir sin perder sus formas).

De los 34 tipos de letra seleccionados dentro de su tratamiento hay algunas que son muy delgadas (light), medianas (medium) y gruesas (bold), de éstas tres opciones las que mejor se aplicaron a la integración de la imagen son la medium y bold, por ser las que poseen más fuerza en el diseño.

- CIFA** Arial Black
- CIFA** Bauhaus 93
- CIFA** BankGothic Md BT
- CIFA** Berlin Sans FB
- CIFA** Berlin Sans FB Demi
- CIFA** Bernard MT Condensed
- CIFA** Britannic Bold
- CIFA** Broadway
- CIFA** Cooper Black
- CIFA** Copperplate Gothic Bold
- CIFA** Arial Black
- CIFA** Bauhaus 93

- CIFA** BankGothic Md BT
- CIFA** Berlin Sans FB
- CIFA** Berlin Sans FB Demi
- CIFA** Bernard MT Condensed
- CIFA** Britannic Bold
- CIFA** Broadway
- CIFA** Cooper Black
- CIFA** Copperplate Gothic Bold **CIFA**
- CIFA** Impact
- CIFA** Lithos Pro
- CIFA** Stencil
- CIFA** Swis721 BkEx BT
- CIFA** Swis721 BkOul BT
- CIFA** Swis721 BT
- CIFA** Swis721 Ex BT
- CIFA** Verdana
- CIFA** Wide Latin

Del listado de los tipos de letra que se propusieron se, realizó una abstracción de únicamente 8 fuentes, cada uno de los 8 tipos posee un estilo representativo, el cual está indicado en la parte derecha de cada uno.

Se tomarón en cuenta principalmente las fuentes de la familia palo seco, debido a alta legibilidad que poseen estos tipos, a la vez que permiten un trazo más limpio y no sobrecargan los iconos utilizados para el logotipo.

<b>CIFA</b>	Arial Black
<b>CIFA</b>	Bauhaus 93
<b>CIFA</b>	Berlin Sans FB Demi
<b>CIFA</b>	Copperplate Gothic Bold
<b>CIFA</b>	Eras Bold ITC
<b>CIFA</b>	Gill Sans Condensed
<b>CIFA</b>	Impact
<b>CIFA</b>	Lithos Pro

Para la elección de la tipografía complementaria se usarón los siguientes tipografías, que se probarón en conjunto con los iconos seleccionados para comprobar su unidad, balance y armonía. Posteriormente estas letras se usarán también para el slogan y nombre del centro.

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC  
Arial

Centro de Investigaciones de la Facultad  
de Arquitectura, USAC  
Baskerville Old Face

*SV* Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC  
Berlin Sans FB

*SV* Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC  
Gill Sans MT Condensed

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC  
CountryBlueprint

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC  
CityBlueprint

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC  
High Tower Text

Centro de Investigaciones de la Facultad  
de Arquitectura, USAC  
Adobe Garamond Pro

Del listado de los 8 tipos de letra que se propusieron, se realizó una abstracción de únicamente 2 fuentes, cada uno de los 2 tipos posee un estilo representativo el cual está indicado en la parte derecha de cada uno. Los tipos de letra elegidos, son de la familia palo seco o grotescas, ya que esta posee características como: fácil lectura, actualidad, mecanismo, modernidad, fuerza e industria y son adecuados para casos en los cuales se quiere demostrar eficiencia técnica.

pruebas de tamaños de los mismos, para estar seguros que se leería hasta cierto tamaño:

### Berlin Sans FB

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

6 puntos

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

8 puntos

### Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

Berlin Sans FB

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

6 puntos

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

8 puntos

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC  
Gill Sans MT Condensed

En ambos casos se verificó que el tamaño más pequeño, que se pueden utilizar tipografías sin que estas no sean legibles, es de 6 puntos en adelante, en menor tamaño sería ilegible.

#### 4.3.1.3 BOCETAJE DE LOGOTIPO:

En el proceso de diseño de un logotipo, los grafismos y el nombre de la institución, ofrecen una libertad creativa, ello se debe no tan sólo a que uno mismo controla las formas y los tamaños creados por las palabras, sino también a que se dispone del mismo control sobre los grafismos, que pueden estar ideadas para tener cualquier forma o tamaño que deseemos en los bocetos.

En esta etapa se integró ícono, tipografía de CIFA y tipografía del nombre para componer la mejor opción de un logotipo eficaz y funcional para el CIFA y así evaluar unidad, armonía, balance y la separación óptima dentro del mismo.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Para lograr un mejor resultado se combinaron 2 grafismos y una letra A, la cual fue creada, no pertenece a ningún tipo de letra cocido, se integro el color azul aparte de los colores anteriores, relacionar naturaleza, frescura, retomando el tema de investigación, grupo objetivo y contexto.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura USAC



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura USAC

Para lograr mejores resultados se combinaron diferentes tipos de letra y diferentes formas de ubicación, con el grafismo, donde a través de la lupa integramos investigación. Utilizando un 100% de color amarillo (0c, 22m, 100y y 0k), connota luz, claridad, y color negro 100%, connota seguridad, además recordando que son los colores de la Facultad de Arquitectura.



Para lograr un mejor resultado se combinarón, 2 grafismos y se integro el color azul aparte de los colores negro y amarillo, proporcionando vólumen a través del degrade.

Dentro de estos bocetos del logotipo, se colocaron los grafismos y las letras en diferente posición, para lograr así, la mejor propuesta para el CIFA.



Se colocaron el grafismo, que representa a nuestros investigadores, y los tipos de letras en otras posiciones, para evaluar el balance entre la mismas.





## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

SV



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

La elección de la imagen correcta para el diseño se optó por seleccionar tres grafismos básicamente, uno más representativo, que es la F y la A, con movimiento, la otra letra A que se colocó, a parece estilizada y muestra movimiento y actualidad y el último es la unión entre C de centro y la i de investigación que representan la unidad que existe dentro de la Facultad de Arquitectura.



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC



## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

SI



Dentro de la propuesta del logotipo se persigue una vinculación visual entre el nombre del CIFA y su identidad, por esa razón se trabajaron sobre grafismos que se relacionan con el centro, como estos, brindándole, un ambiente al diseño de modernismo, creador; con volumen y movimiento. Estas características ayudan a reafirmar la personalidad del CIFA.



SI





Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

En el boceto No.1: se utilizó, la tipografía **Berlin Sans FB** y se colocó, el nombre del CIFA, en dos líneas, para integrarlo entre las letras F y A, pero se cae hacia el lado derecho y provoca desequilibrio.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

En el boceto No.1: se utilizó, la tipografía **Berlin Sans FB** y se colocó, el nombre del CIFA, en una sola línea, para evitar que de la impresión que la letra A se cae.

#### 4.3.1.4

##### BOCETAJE PARA VALIDACIÓN:

Se optó por tomar tres bocetos para validación, que son los que cumplen con lo que el CIFA quiere comunicar visualmente y determinar de esta forma cuál es la mejor opción en la aplicación de toda la imagen del CIFA.



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

En el boceto No.2: se utilizó la tipografía **Gill Sans MT Condensed**, se colocó el nombre del CIFA, en una sola línea, para evitar que existiera desequilibrio.



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

En el boceto No.2: se utilizó la tipografía **Gill Sans MT Condensed** e igual que en el boceto No.1 se colocó el nombre del CIFA, en una sola línea, para evitar que de la impresión que la letra se cae.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

En el boceto No.3: se utilizó la tipografía **Gill Sans MT Condensed**, se colocó el nombre del CIFA en dos líneas abarcando de extremo a extremo, para evitar desequilibrio y crear unidad y armonía dentro del mismo.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

En el boceto No.3: se utilizó la tipografía **Gill Sans MT Condensed** solo que esta vez en dos líneas se colocó el nombre del CIFA, sin embargo la letra A se ve como que se cae.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

En el boceto No.1: se utilizó, la tipografía **Berlin Sans FB** y se colocó, el nombre del CIFA, en dos líneas, para integrarlo en logotipo, pero visualmente no se ve bien con el resto de elementos.



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

En el boceto No.2: se utilizó la tipografía **Gill Sans MT Condensed**, se colocó el nombre del CIFA, en una sola línea, para lograr armonía en el mismo, este tipo de letra juega con los demás elementos.

De los 3 logotipos que se validaron se escogió uno, el cual cumple con las características visuales y de comunicación que necesita el CIFA, para su imagen.





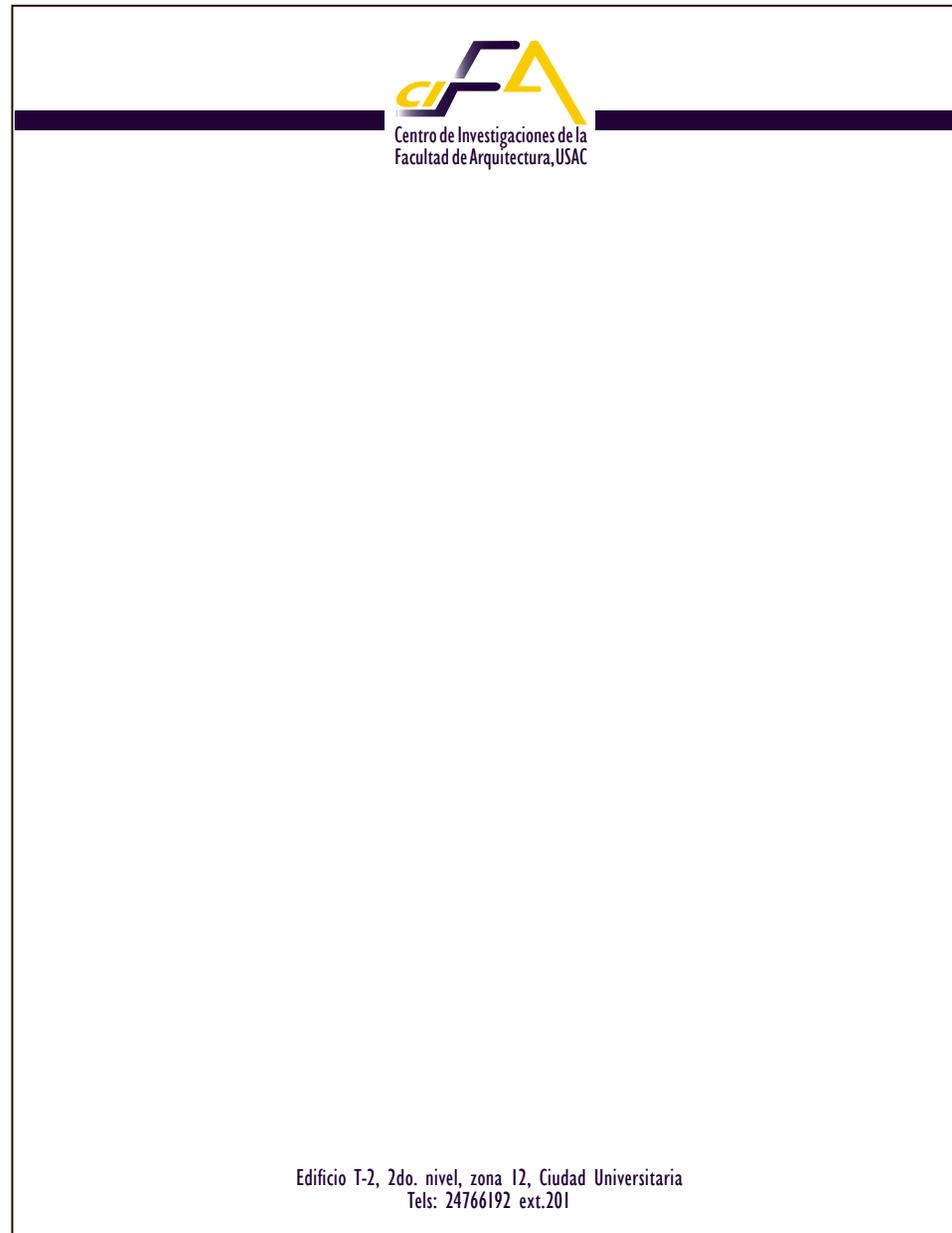
Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## 4.3.1.5

### *BOCETAJE HOJA MEMBRETADA:*

Para las propuestas de hoja membretada, se tomó como punto de partida, armonía, ritmo, unidad y dirección entre los elementos gráficos; al igual que la diagramación de la misma.

Dentro de esta propuesta se trabajó, la diagramación utilizando el logotipo elegido el parte de enmedio de la hoja y se inició con un formato, en el cual el espacio para el contenido de la hoja fuera el tradicional, para lograr así espacio suficiente en la misma, colocando 2 líneas a los lados del logotipo, las cuales brindan al diseño balance en ambos extremos y enmedio en la parte inferior, la dirección y teléfono del CIFA, para proporcionar armonía con los demás elementos.



Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12, Ciudad Universitaria  
Tels: 24766192 ext.201



Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12, Ciudad Universitaria  
Tels: 24766192 ext.201

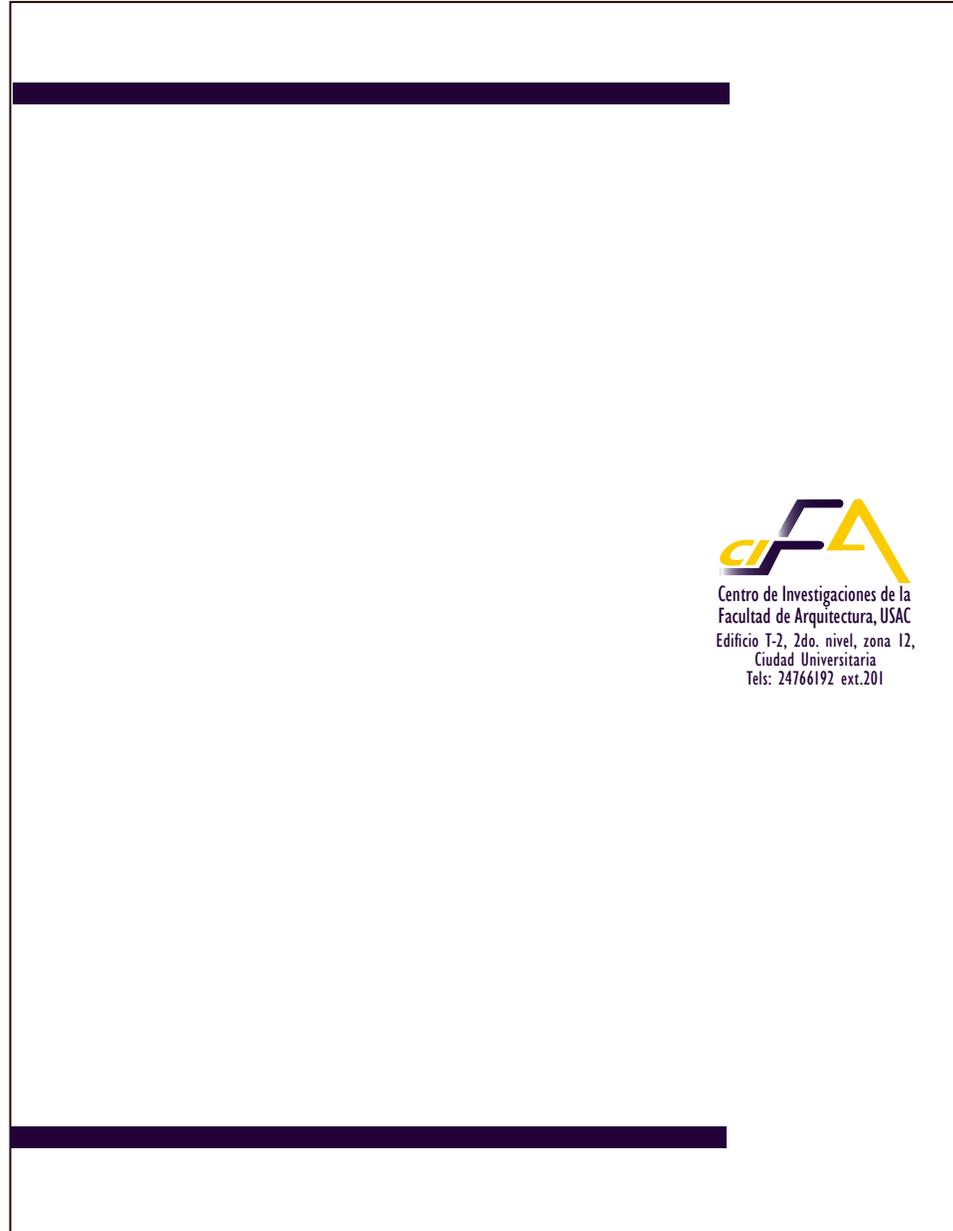
Dentro de esta propuesta se utilizó el logotipo del CIFA en la parte izquierda y dos líneas en la parte derecha, la dirección y el teléfono del CIFA dentro de las líneas, sin embargo a pesar que existe balance, podemos observar que no es conveniente colocar el logotipo en la parte izquierda de la hoja, ya que cuando éstas se archivan en las diferentes entidades o empresas, el mismo quedaría oculto y parte de lo que necesita el CIFA, es que sea fácil de reconocer, al momento de buscarlos.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

Dentro de esta propuesta se utilizó el logotipo del CIFA en la parte derecha en medio de la hoja y una línea en la parte superior derecha y otra en la parte inferior derecha, la dirección y el teléfono del CIFA debajo del logotipo, en esta ocasión estos datos se colocaron en tres líneas, para ahorrar espacio dentro de la misma, existe balance, pero en la parte en que se encuentra el logotipo pareciera que se cae.



Dentro de esta propuesta se utilizó el logotipo del CIFA, en la parte derecha en medio y la dirección y el teléfono en la parte inferior izquierda de la hoja, para dar armonía, a pesar que se agregaron dos líneas gruesas abajo y arriba del logotipo, para brindar unidad y balance, no se logro ya que todo el peso visual cae en la parte derecha, perdiendo balance y unidad.

Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12,  
Ciudad Universitaria. Tels: 24766192 ext.201

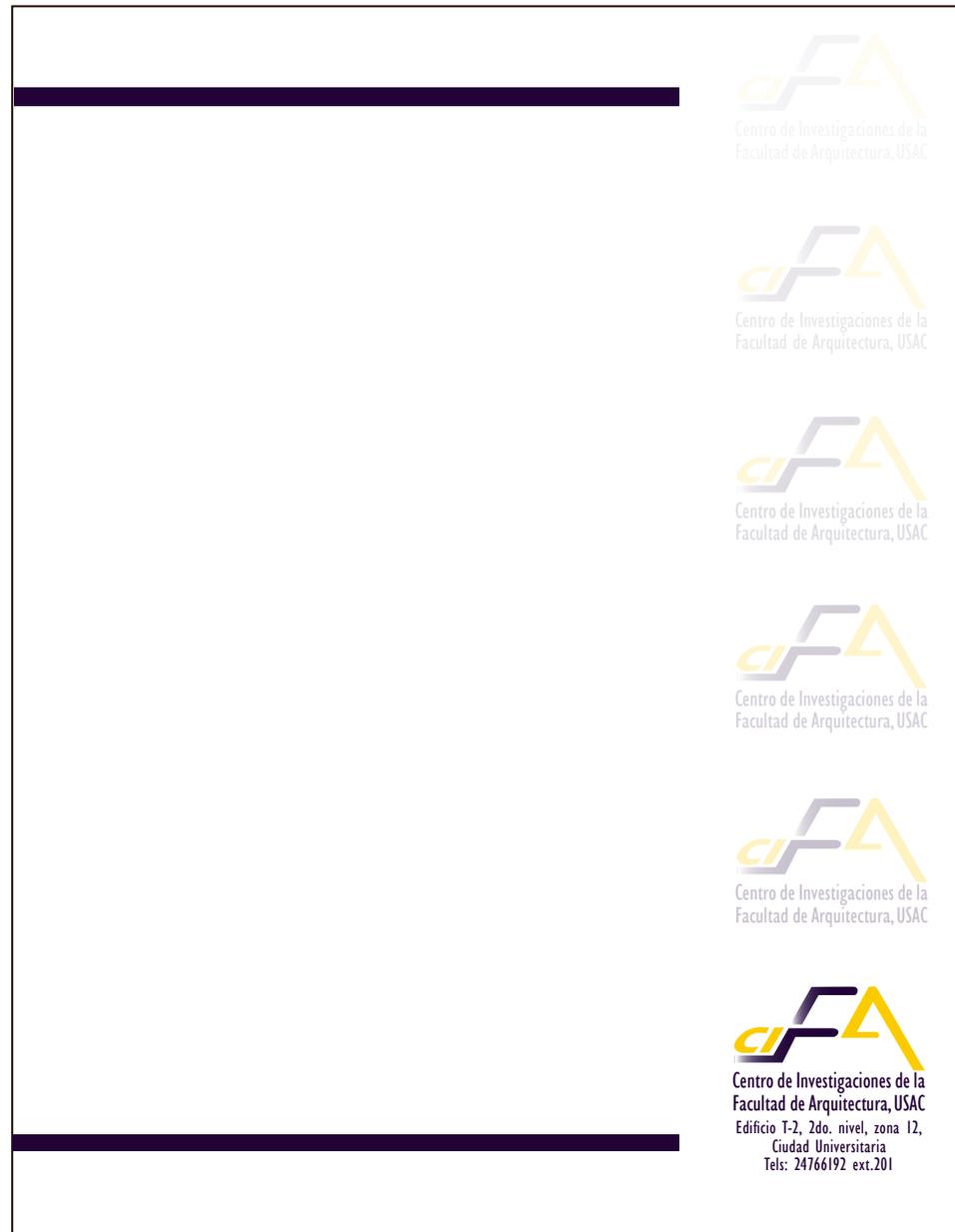




Dentro de esta propuesta se utilizó el logotipo del CIFA, en la parte derecha en medio y la dirección y el teléfono en la parte inferior izquierda de la hoja para dar armonía, a pesar que se agregaron dos líneas gruesas abajo y arriba del logotipo, para brindar unidad y balance, no se logro ya que todo el peso visual cae en la parte derecha, perdiendo balance y unidad.

Edificio I-2, 2do. nivel, zona 12, Ciudad Universitaria  
Tels: 24766192 ext.110

Dentro de esta propuesta se utilizó el logotipo del CIFA, en la parte derecha en porcentajes de 5% a 25%, sin agregar dirección y teléfono y el último a un 100%, agregando la dirección y el teléfono, para que estos datos estuvieran claros, para una mejor legibilidad, las líneas en la parte superior e inferior nos brindan balance y mantienen la unidad, dentro de los elementos, la repetición de los logotipos nos ayudan a reforzar la imagen dentro de los usuarios, por esa razón se utilizó repetición del mismo.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC  
Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12,  
Ciudad Universitaria  
Tels: 24766192 ext.201



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

# CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

*BOCETO  
HOJA MEMBRETADA*

8.5"

11"



5.5"

Dentro de esta propuesta se utilizó el logotipo del CIFA, en la parte derecha en porcentajes de 5% a 20%, sin agregarle el nombre del CIFA y la dirección y el teléfono en la parte inferior izquierda de la hoja; se agrego sobre el icóno que tiene el 5% de color, el logotipo con el nombre del CIFA a un 100%, esto para brindarle unidad y fuerza a la diagramación.

Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12,  
Ciudad Universitaria. Tels: 24766192 ext.201  
e-mail: miguelchaconv@hotmail.com



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

# CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETO  
HOJA MEMBRETADA

8.5"



11"

15

Dentro de esta propuesta se utilizó el logotipo del CIFA en la parte de enmedio superior de la hoja, en la parte inferior se colocó el logotipo del CIFA en un 5% de su color original, y la dirección y el teléfono en la parte inferior enmedio de la hoja, para brindar una diagramación con balance, armonía y unidad de los elementos.



Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12, Ciudad Universitaria.  
Tels: 24766192 ext.201  
e-mail: miguelchaconv@hotmail.com



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

# CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

*BOCETO  
HOJA MEMBRETADA*

11"

8.5"



Dentro de esta propuesta se utilizó el logotipo del CIFA, en la parte de enmedio, superior de la hoja, se dividió el ícono en dos y se colocaron la CIF n la parte superior derecha y la A en la parte inferior izquierda de la hoja a un 5% del color original, en la parte izquierda se integro el eslogan en blanco con un fondo azul y en la parte inferior derecha la dirección y teléfono del CIFA, logrando así, una posición armoniosa, con balance, sencilla y clara en la diagramación de la hoja membretada.

**Arte sistemático y creador**

Edificio T-2, 2do. nivel, zona I2,  
Ciudad Universitaria.  
Tels: 24766192 ext.201.  
e-mail: miguelchaconv@hotmail.com

52



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

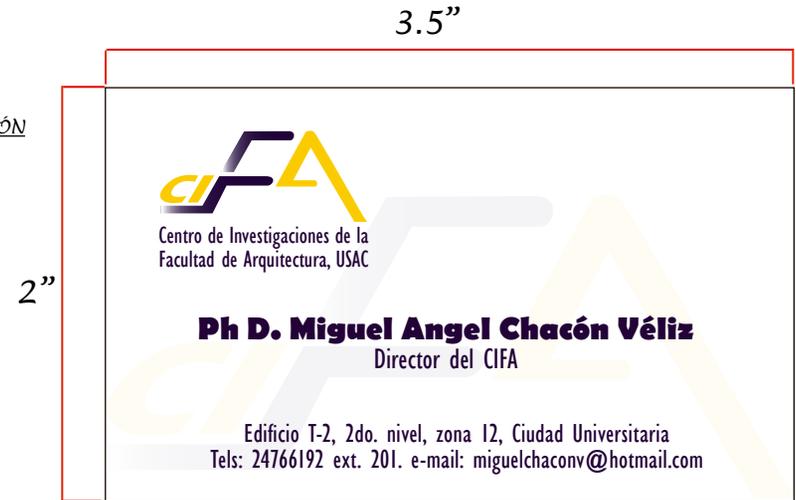
# CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

## 4.3.1.6

### BOCETAJE TARJETA DE PRESENTACIÓN Y SOBRE MEMBRETADO:

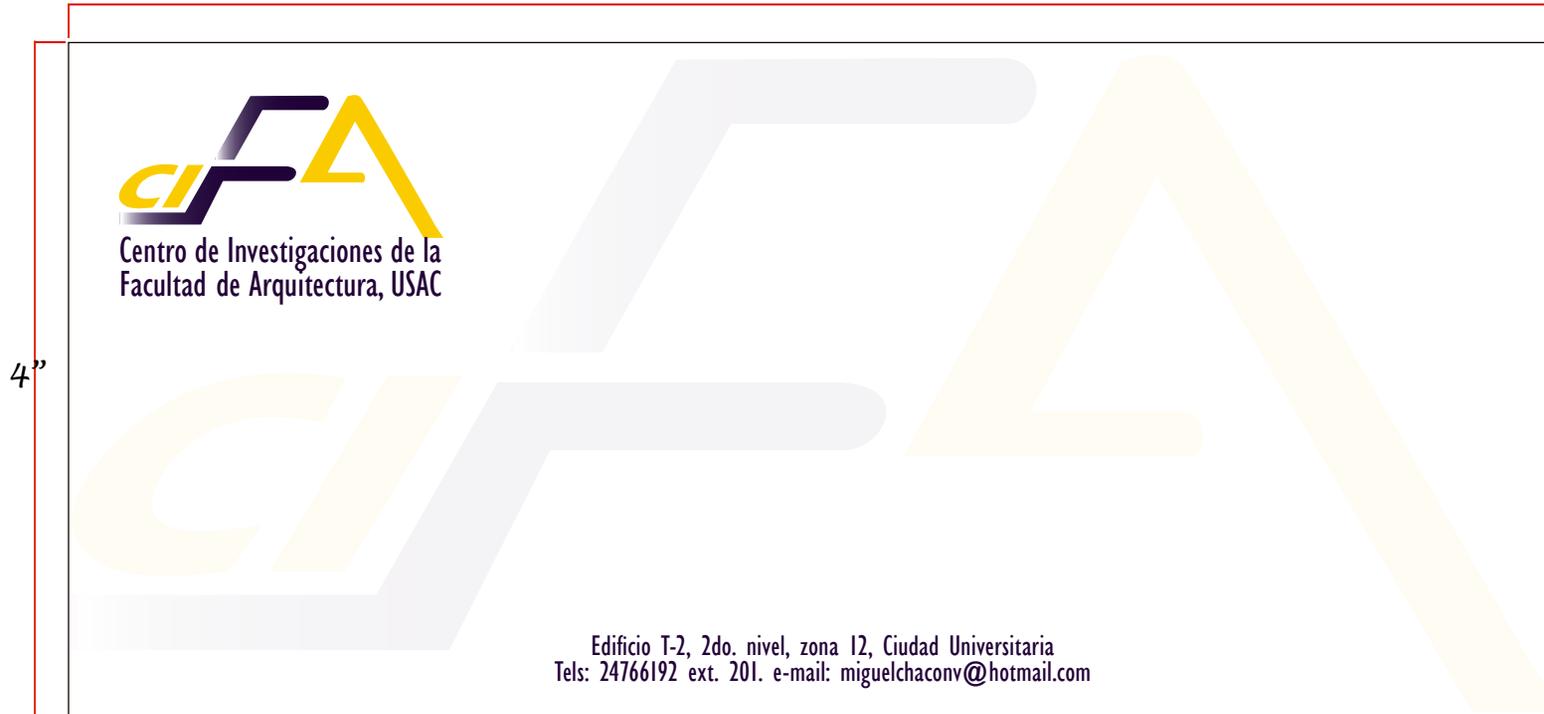
Para la diagramación de la tarjeta de presentación y el sobre membretado, se trabajó básicamente la misma propuesta de las hojas membretadas para mantener unidad dentro de las piezas de diseño, realizando algunas pequeñas variantes en su composición.

*BOCETO  
TARJETA DE PRESENTACIÓN*



8.6/8"

*BOCETO  
SOBRE MEMBRETADO*



Dentro de esta propuesta se utilizó el ícono del CIFA en todo el sobre, con un 5% del color original y en la parte de enmedio inferior, la dirección y teléfono, en la parte superior izquierda se colocó el logotipo con el nombre del CIFA, en este diseño podemos ver un diseño con unidad y armonía, la repetición del logotipo nos ayuda al posicionamiento de la imagen.



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

# CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETO  
TARJETA DE PRESENTACIÓN



BOCETO  
SOBRE MEMBRETADO

8.6/8"



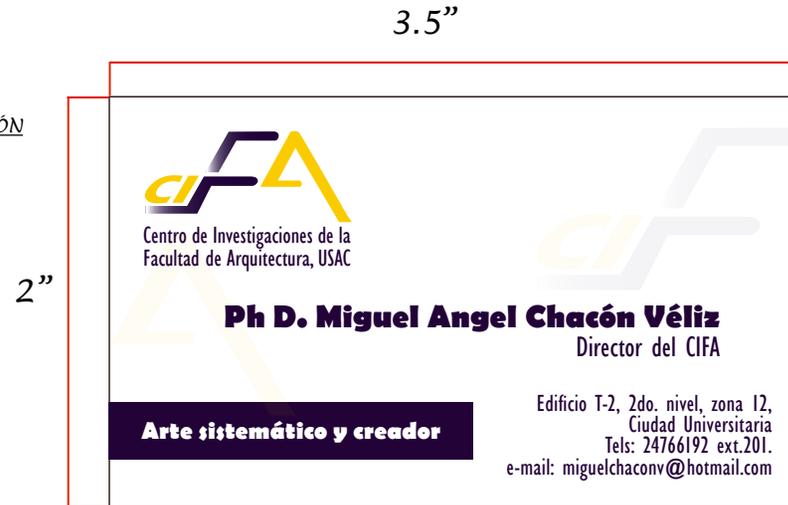
Dentro de esta propuesta se utilizó el ícono del CIFA en la parte derecha del sobre, utilizando desde 5% hasta 20% y el logotipo con el nombre del CIFA, con 100%, sobre el ícono del 5%, ésta repetición nos permite un posicionamiento de la imagen como en el boceto anterior y la dirección y el teléfono en la parte inferior izquierda, además se integró el eslogan en la parte izquierda. Sin embargo, existe mucha saturación de elementos, provocando así, ruido en el diseño.



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

# CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

BOCETO  
TARJETA DE PRESENTACIÓN



BOCETO  
SOBRE MEMBRETADO

8.6/8"



SV

Dentro de esta propuesta se utilizó el ícono del CIFA en dos partes, colocando una de cada lado ha 5% de su color original, en la parte de superior (enmedio), el logotipo con el nombre del CIFA a un 100% de color, aquí agregamos nuevamente el eslogan en la parte inferior izquierda, ayudando así al posicionamiento de la imagen, la dirección, logrando así, una composición armoniosa y con balance.

Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12,  
Ciudad Universitaria  
Tels: 24766192 ext. 201.  
e-mail: miguelchaconv@hotmail.com



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

4.3.1.7

**BOCETAJE MEMORANDUM:**

Para la diagramación memorandum, se trabajó básicamente la misma propuesta de las tarjetas de presentación y sobre membretado, para mantener unidad y armonía dentro de las piezas de diseño, realizando algunas pequeñas variantes en su composición.

8.5"

5.5"

Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12,  
Ciudad Universitaria  
Tels: 24766192 ext.201.  
e-mail: miguelchaconv@hotmail.com

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

**M E M O R A N D U M**

Fecha: \_\_\_\_\_

De: \_\_\_\_\_

Para: \_\_\_\_\_

Asunto: \_\_\_\_\_

**Arte sistemático y creador**

BOCETO  
MEMORANDUM



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

5.5"

**M E M O R A N D U M**

Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12,  
Ciudad Universitaria  
Tels: 24766192 ext.201.  
e-mail: miguelchaconv@hotmail.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Fecha: \_\_\_\_\_

De: \_\_\_\_\_

Para: \_\_\_\_\_

Asunto: \_\_\_\_\_

8.5"

**Arte sistemático y creador**

Dentro de esta propuesta se utilizó la diagramación de la piezas anteriores para no perder unidad en la mismas.

BOCETO  
MEMORANDUM

5.5"

8.5"

**CIFA**  
Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

**MEMORANDUM**

Fecha: \_\_\_\_\_  
De: \_\_\_\_\_  
Para: \_\_\_\_\_  
Asunto: \_\_\_\_\_

**Arte sistemático y creador**

*BOCETO  
MEMORANDUM*

Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12,  
Ciudad Universitaria  
Tel: 24746192 ext.201.  
e-mail: miguelchacerv@hotmail.

SI

Dentro de esta propuesta se logró integrar armonía, unidad y modernismo, manteniendo la diagramación de la piezas anteriores y así lograr un posicionamiento de la imagen.



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

# CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

## 4.3.1.7

### BOCETAJE DE SELLO:

Para la diagramación del sello se trabajó a línea, positivo y a dos porcentajes 60% y 100% de negro, las formas que se utilizarán para el sello, fueron dos redondas y dos cuadradas, en ambos se agregó el eslogan, ya que este ayuda a posicionar más la imagen institucional del CIFA. Sin embargo en la validación se determinó, que ambos eran funcionales, pero por lo económico, en cuanto a la forma del sello, era conveniente utilizar el redondo.



La línea de ambos bocetos de sellos en la parte de afuera, no se imprime.



La línea de ambos bocetos de sellos en la parte de afuera, si se imprime.





Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## BOCETO SOBRE PAPEL CRAFT

### 4.3.1.8

#### BOCETAJE DE SOBRE PAPEL CRAFT:

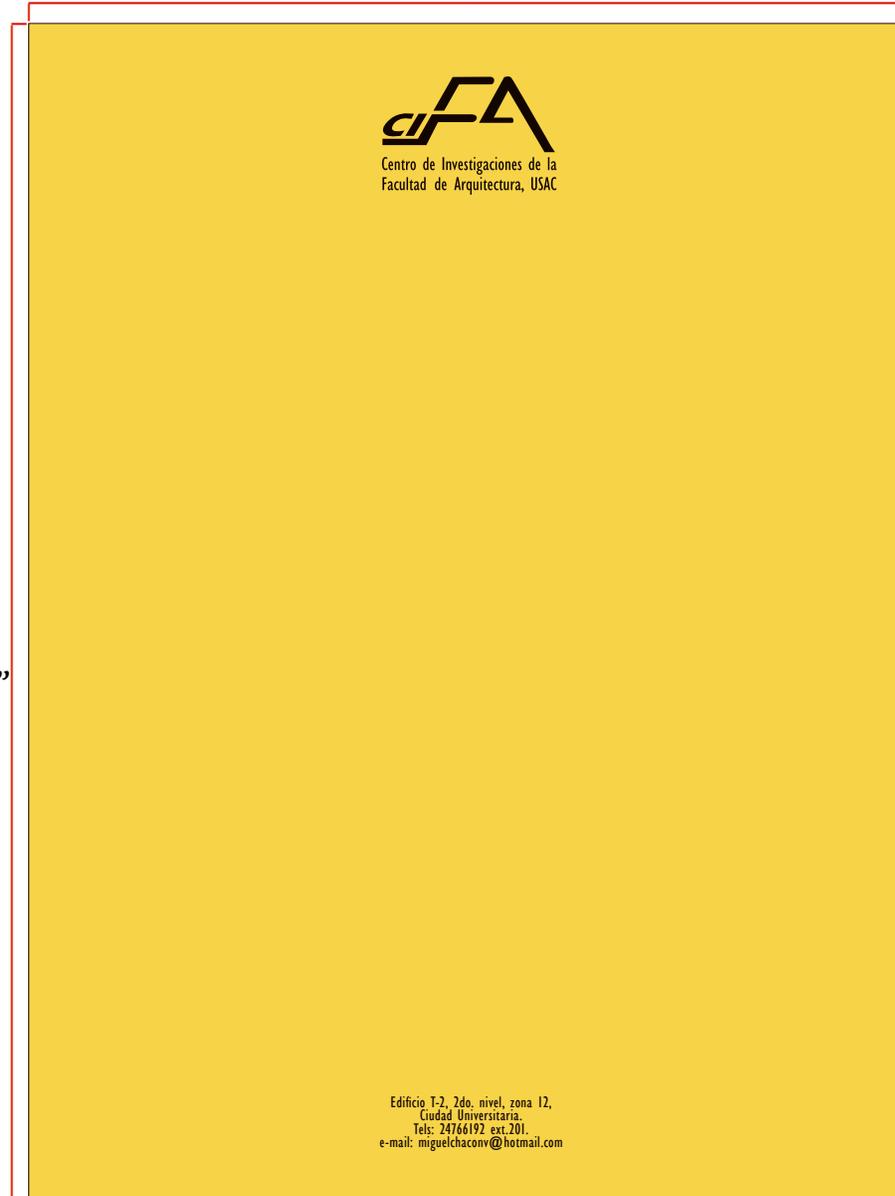
Para la diagramación del sobre de papel craft, se tomó como base la hoja membretada, de manera que solo se utilizarán los elementos que identificarán más al CIFA, el logotipo, el eslogan y en algunas propuestas también se incluyó la dirección, a modo de que sea de rápido acceso.

Se trabajaron con tintas planas, principalmente negra para lograr un alto contraste, entre el material del sobre y los elementos de diseño.

Dentro de esta propuesta se utilizó el logotipo del CIFA en el centro superior de la hoja, mientras que en el centro inferior se colocó el eslogan dentro de un recuadro negro, de manera que se cree un alto contraste, para que este sea de fácil legibilidad y que brinde balance y equilibrio en el sobre craft.

12"

9"



52

Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12,  
Ciudad Universitaria.  
Tels: 24766192 ext.201.  
e-mail: miguelchaconv@hotmail.com



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

*BOCETO  
SOBRE PAPEL CRAFT*



Igual que en la propuesta anterior, se utilizarán únicamente el logotipo y el eslogan, esta vez el eslogan se ubicó en el centro vertical alineado a la derecha, de manera que transmita un poco de dinamismo en el diseño.

SI



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## BOCETO CARPETA

### 4.3.1.9 *BOCETAJE DE CARPETA*

Para el diseño y diagramación de la carpeta institucional del CIFA, se utilizarán los mismos elementos con los que se diagramó la hoja membretada, lo que permitió realizar un diseño simple y limpio sin que se recargará de muchos elementos que saturarán el diseño.

Así también, en algunas propuestas se hizo uso de bloques de color, los cuales le brindan un poco de jerarquía e importancia a las piezas que van dentro de la carpeta.



Para la propuesta de la carpeta se diseñó un troquel acorde a las necesidades del CIFA, el cual permitirá que se transmita papelería y proyectos dentro de un diseño que identifique al CIFA, si recargarlo con elementos de diseño, haciendo uso únicamente del logotipo (cara frontal), eslogan (lomo de carpeta), dirección (pestañas internas).

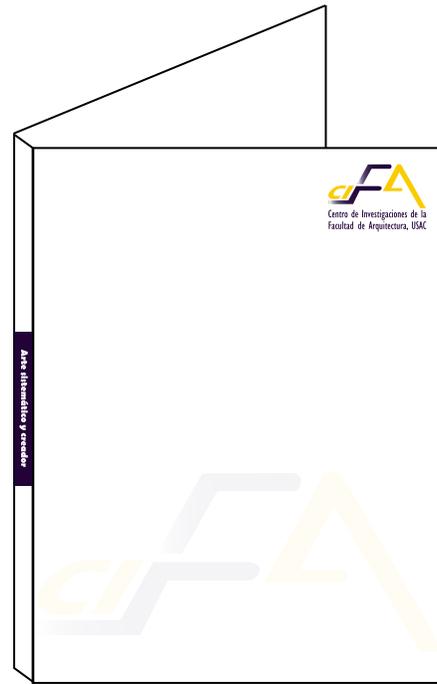
Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12,  
Ciudad Universitaria,  
Tel: 24764193 ext.201,  
e-mail: mspuelchaco@hormal.com



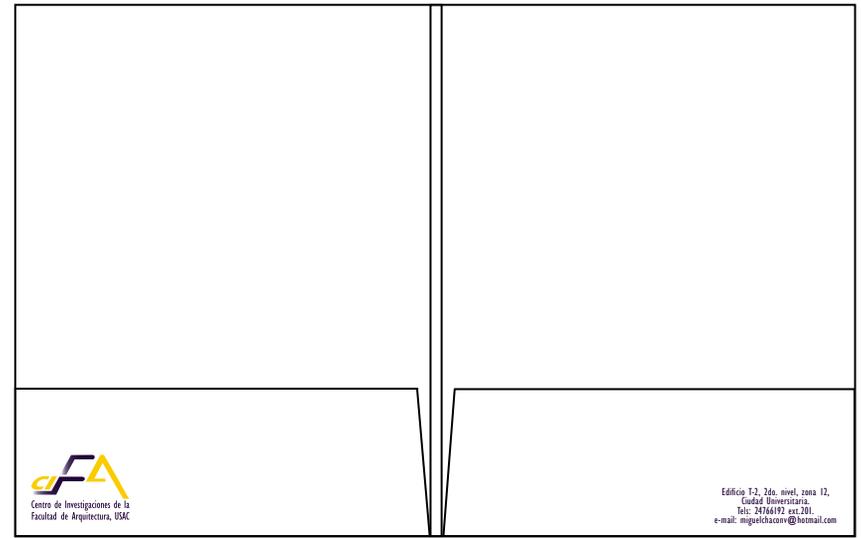
Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

### BOCETO CARPETA



Al igual que la propuesta anterior, los elementos que se utilizaron fueron principalmente el logotipo, el cuál tiene una serie de repeticiones dentro de la carpeta para enfatizar en la imagen del CIFA, además de que cuenta con una pantalla en la cara frontal del 15%.





Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

*BOCETO  
CARTEL DE SEÑALIZACIÓN*

#### 4.3.1.10 BOCETAJE DE RÓTULO (SEÑALÉTICA):

Se diseñarán propuestas para la colocación de rótulos (señalética) dentro del CIFA, de modo que ubiquen al estudiante y lo guía correctamente hacia su destino, sin necesidad de estar preguntando en cada área.

Para estos rótulos, únicamente se tomarán en consideración, el logotipo y el eslogan acompañados del nombre del departamento o área que se busca.



**INFORMACIÓN**

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Dentro de esta propuesta se persiguió diseñar de la manera más simple y clara posible, para que el grupo objetivo, no se confundo a la hora de leer el mensaje.

Se hizo uso de del logotipo y de la dirección en donde se ubica el CIFA, colocando al mismo tiempo en letras mayúsculas el nombre del departamento que se está identificando o al que se esta guiando.

*BOCETO  
CARTEL DE SEÑALIZACIÓN*



Para esta propuesta, se decidió utilizar un color de fondo impactante, sólido y pasivo que ayude atraiga al grupo objetivo y lo guíe hacia donde desee llegar.

El diseño y diagramación del rótulo mantiene una línea balanceada y un equilibrio al estar alineado totalmente al centro, de manera que transmita el mensaje eficazmente.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

#### 4.3.1.11

##### *BOCETAJE DE PORTADA Y PÁGINAS INTERIORES DEL MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA DEL LOGOTIPO:*

Para la diagramación de la portada y las páginas interiores del manual de normas gráficas, se trabajaron propuestas relacionadas con la imagen del CIFA. El manual tiene un tamaño de 8.5" x 5.5", en un formato horizontal, ya que este formato connota seguridad, formalidad y seriedad, y estas son características que el CIFA, quiere transmitir a sus usuarios.

5.5"

*BOCETO  
PORTADA MANUAL DE  
IDENTIDAD GRÁFICA DEL LOGOTIPO*

8.5"

## MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA DEL LOGOTIPO



BOCETO  
PORTADA MANUAL DE  
IDENTIDAD GRÁFICA DEL LOGOTIPO

8.5"

5.5"



Dentro de estas propuestas no se logró, lo que la portada del Manual necesita, ya que son muy sencillos y común.

BOCETO  
PORTADA MANUAL DE  
IDENTIDAD GRÁFICA DEL LOGOTIPO

8.5"

5.5"



SI

Dentro de esta propuesta se logró evidenciar lo que el centro quiere mostrar: unidad, armonía, equilibrio y qué es lo que contiene, la distribución de los elementos nos permite tener una diagramación eficaz, con balance y armoniosa.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

*BOCETO*  
*PÁGINAS INTERIORES DEL MANUAL DE*  
*IDENTIDAD GRÁFICA DEL LOGOTIPO*

8.5"



En esta propuesta encontramos balance, por la distribución de los elementos, pero es una diagramación que se ve saturada.

BOCETO  
PÁGINAS INTERIORES DEL MANUAL DE  
IDENTIDAD GRÁFICA DEL LOGOTIPO

8.5"

5.5"

**Logotipo**



**Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC**

---

El presente manual de identidad, se ha diseñado con el propósito de unificar la imagen del CIFA, el seguimiento de los lineamientos deben llevarse rigurosamente, ya que tiene como objetivo normar la correcta utilización de los elementos visuales y su implementación en las diversas aplicaciones en las que el centro requiera proyectar su imagen visual.

Al rediseñar y redefinir la imagen del CIFA, se logrará una fácil identificación del Centro, lo cual permitirá que se reconozca el logotipo del CIFA, por ser fuerte y distinto.

Es por esto que el manual de normas, fue elaborado para ayudar a utilizar el nuevo diseño de marca correctamente.

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

En esta propuesta para interiores, nos permite, equilibrio y armonía y a la vez podemos encontrar una diagramación libre, por la distribución de todos sus elementos.

SV

#### 4.3.2 *MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA DEL LOGOTIPO:*

Después de haber presentado varios bocetos de portada y página interior, se llegó a esta propuesta final, en ésta se mantiene unidad y armonía, dentro de los elementos; y una diagramación moderna. El presente manual de identidad gráfica para el logotipo, sirve como guía para indicar los usos correctos e incorrectos en la aplicación del mismo, teniendo como función conducir tanto al diseñador gráfico como al investigador, la aplicación adecuada en cada pieza de diseño que se requiera del uso del logotipo del CIFA.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC



PROPUESTA FINAL DE LA PORTADA DEL  
MANUAL DEL NORMAS GRÁFICAS



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## Indice

Introducción	1	Símbolo y elemento tipográfico en porcentajes de medios tonos	19
Antecedentes del CIFA	2	Hoja membretada	20
Logotipo	3	Sobre membretado y tarjeta de presentación	21
Área de seguridad del logo	4	Memorandum	22
Elemento tipográfico y Símbolo	5	Sello en relieve para tinta	23
Nombre del Centro	6	Sobre de papel craft	24
Tipografía Complementaria	7	Carpeta	25
Slogan	8,9,10	Uso de logotipo para presentaciones en Power Point	26
Usos del logotipo	11,12,13	Señalética	27
Retícula de reproducción del logotipo	14	Muestras de color (amarillo)	28
Logotipo (Usos correctos)	15	Muestras de color (azul)	29
Logotipo (Usos incorrectos)	16		
Especificaciones Crómicas	17		
Símbolo y elemento tipográfico en porcentajes de color	18		



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## Introducción

En el presente manual de identidad, se ha diseñado con el propósito de unificar la imagen del CIFA, el seguimiento de los lineamientos deben llevarse a cabo rigurosamente, ya que tiene como objetivo normar la correcta utilización de los elementos visuales y su implementación en las diversas aplicaciones en las que el centro requiera proyectar su imagen visual.

Al rediseñar y redefinir la imagen del CIFA, se logrará una fácil identificación del Centro, lo cual permitirá que se reconozca el logotipo del CIFA, por ser fuerte y distinto.

Es por esto que el manual de normas, fue elaborado para ayudar a utilizar el nuevo diseño de marca correctamente y dentro de los parámetros solicitados.

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC





Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## Antecedentes del CIFA

El CIFA es la unidad responsable de las investigaciones profesionales de los campos de competencia académica de la Facultad de Arquitectura de la USAC, fue creado en 1980.

Además, colabora en la formación profesional directamente, por medio de consultorías o asesorías y la elaboración de documentos para la docencia.

Además, el CIFA es el encargado y responsable de la dirección, control, planificación y organización, de las actividades de investigación de la Facultad en el área de Arquitectura, urbanismo territorial y diseño gráfico.

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC



### Logotipo



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Es el elemento visual que le da nombre al CIFA, se utilizarán dos tipografías para CI, Eras bold ITC, utilizando color amarillo 0c, 22m, 100y y 0k, al 100% y para el nombre del CIFA, Gill Sans MT Condensed en color azul 100c, 98m, 29y y 48k; el símbolo esta compuesto por la letra F en degrade del mismo azul y la A del mismo color amarillo.

Se encuentra entre la clasificación de logotipo con nombre y símbolo.

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC



**Área de seguridad del logotipo**



Para una presentación consistente es importante mantener alrededor del logotipo un área de seguridad que lo proteja de otros textos, bordes, gráficas o ilustraciones. Al no respetar el área de seguridad afecta la legibilidad y causa ruido en el diseño.

El área de seguridad que debe mantenerse alrededor del logotipo de CIFA, es igual a dos veces la altura central del palo inferior izquierdo de la letra F, es decir  $2x$ , tal como se ilustra en esta página.



### Elemento tipográfico y símbolo



**El elemento tipográfico** ayuda a reforzar y complementar el nombre de CIFA, permitiendo de esa manera un posicionamiento de este elemento dentro del logotipo del CIFA,

Para las letras CI, se utilizó el color amarillo al 100% 0c, 22m, 100y y ok y la tipografía **Eras Bold ITC, estilo bold, con una inclinación de 28°**, de la familia palo seco, ya que es de fácil lectura, moderna, proporciona fuerza y son adecuados para casos en los cuales se quiere demostrar eficiencia técnica.

**El símbolo** es el elemento gráfico que representa al CIFA y contribuye a su posicionamiento con los usuarios. Representa inmediatamente a la Facultad de Arquitectura, ya que se relaciona con la fachada de la misma, el CIFA es parte de la facultad y este parecido ayuda a relacionar que el centro es parte de arquitectura, ya que no es la única dentro de la USAC que cuenta con un centro de investigación. Para la letra F se utilizó el color azul en degrade, 100c, 98m, 29y y 48k y para la letra A el color amarillo al 100% 0c, 22m, 100y y ok.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

**Nombre del centro**

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Para el nombre del CIFA, se utilizó la tipografía Gill  
Sans MT Condensed en color azul 100c, 98m, 29y y  
48k, en altas y bajas.



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

**Tipografía complementaria**

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0** !"#\$%&/'()=?@:;^\*\_{,}-`~'°

Berlin Sans FB, estilo regular

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0** !"#\$%&/'()=?@:;^\*\_{,}-`~'°

Berlin Sans FB, estilo bold

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0** !"#\$%&/'()=?@:;^\*\_{,}-`~'°

Gill Sans MT Condensed, estilo regular

Las tipografías complementarias que se utilizaron fueron ambas en color azul al 100%, 100c, 98m, 29y y 48k; de la familia Palo seco, por sus características, ya que es de fácil lectura, moderna, proporciona fuerza y son adecuadas para casos en los cuales se quiere demostrar eficiencia técnica; y son todas aquellas que carecen de remates o serif, es decir, San Serif.

Perteneciendo a los tipos representativos de:  
**Gill Sans MT Condensed y Berlin Sans FB.**



## Slogan

**Arte sistemático y creador**

**Arte sistemático y creador**

**Arte sistemático y creador**

### JUSTIFICACIÓN

Se utilizó la tipografía Berlin Sans FB, con la modalidad del grosor de la letra en bold, utilizando altas y bajas (mayúsculas y minúsculas) e invertida en un recuadro de color azul al 100%, con una composición de: 100c, 98m, 29y y 48k.

El tipo se aplicará en diferentes tamaños dependiendo el formato en el que se integre.

El slogan se podrá utilizar dentro de un recuadro en forma contrastante especialmente para la papelería institucional, mientras que para las demás piezas ya sean rótulos, sellos y presentaciones se podrá utilizar solamente como texto en sí.

**Slogan**

**Arte sistemático y creador**

1 - 2

**Arte sistemático  
y creador**

3

**Usos CORRECTOS:**

Las aplicaciones correctas del slogan nos permiten tener otras alternativas de colocación en caso de que cambie el formato de que se dispone para su uso.

1. Puede colocarse el slogan, solo en azul sin el recuadro y con la misma tipografía.
2. Puede colocarse el slogan, en una sola línea.
3. Puede colocarse el slogan, en dos líneas.



**Slogan**

**Arte  
sistemático  
y  
creador**

1.

2.

**Arte sistemático**

**y creador**

**Usos INCORRECTOS:**

Las aplicaciones incorrectas del slogan, se presentan para indicar cuáles son las restricciones en el uso del mismo, en las diferentes aplicaciones que acompañan a la imagen del Centro.

Las consideraciones a éstas permitirán generar un adecuado apoyo a la imagen del Centro.

1. No se puede colocar el slogan por palabras.
2. No se puede colocar el slogan separado.

### Uso: del logotipo



Original (a colores).



A línea

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC



### Usos del logotipo



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

A medios tonos



Invertido

El logotipo en su versión invertida sirve principalmente cuando se hacen impresiones en sobres craft y en impresiones sobre papeles o superficies de diferentes colores que permiten un alto contraste con el logotipo invertido.

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

**Usos del logotipo**



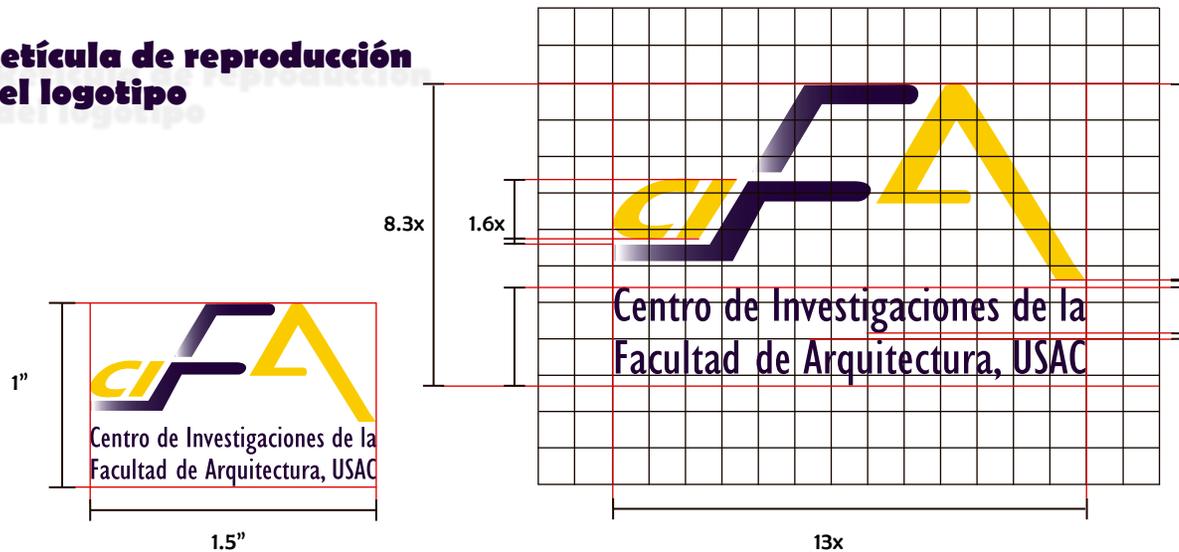
Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Positivo



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

**Retícula de reproducción  
del logotipo**



Se recomienda que el tamaño mínimo para el uso del logotipo sea de 1" x 1.5", cuando se utilice en piezas gráficas pequeñas o en piezas promocionales.

Favorece el uso correcto de la proporción del logotipo en relación al manejo de los elementos gráficos que lo integran y el espacio. Es una guía que permite aplicar el diseño, a formatos de mayor escala.





Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

### Logotipo



1



2

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

3

### USOS CORRECTOS:

Las aplicaciones correctas del logotipo nos permiten tener otras alternativas de colocación en caso que cambie el formato que se dispone para su uso y a la vez, ayuda a conservar el concepto de la imagen de acuerdo a los lineamientos que dieron origen a su diseño. Permitiendo así, garantizar el manejo de una correcta imagen visual.



1. Puede usarse solo el Símbolo.
2. Puede usarse el Símbolo más el elemento tipográfico.
3. Puede usarse solo la tipografía.

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## Logotipo



## Usos INCORRECTOS:

Indican las aplicaciones incorrectas del logotipo, que no son permitidas, para ningún uso, ya que de lo contrario se desvirtúa el concepto de la imagen visual.

1. No se puede usar el símbolo y el elemento tipográfico más pequeño que el nombre del Centro.
2. No se puede usar solo el elemento tipográfico.
3. No se puede hacer ninguna variación al logotipo.
4. No se puede cambiar de lugar el nombre del Centro.



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

**Especificaciones cromáticas:**



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

**Arte sistemático y creador**

Tintas de impresión:  
Azul al 100% y en degrade para la F del  
símbolo, con una composición de azul  
en CMYK.  
Color Digital:  
Página Web y Presentaciones  
RGB.



100c, 98m, 29y y 48k.  
PANTONE BLUE 072 C



R 22, G 19, B 72.

Tintas de impresión:  
Amarillo al 100%, con una composición:  
en CMYK.  
Color Digital:  
Página Web y Presentaciones  
RGB.



0c, 22m, 100y y 0k.  
PANTONE 1225 C



R 255, G 199, B 8.

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

**Símbolo y elemento tipográfico en porcentajes de color**



Esto sirve para colocar de forma correcta las pantallas dentro de la papelería y así conservar la imagen visual; el color azul en degrade, con una composición de azul: (100c, 98m, 29y y 48k.). Color proceso.

Amarillo al 100%, con una composición: (0c, 22m, 100y y 0k). Color proceso.



### Símbolo y elemento tipográfico en porcentajes de medios tonos:



Se indican los porcentajes al aplicar grises considerando una impresión en Offset y en serigrafía.

La aplicación del símbolo y elemento tipográfico en porcentajes de acuerdo a los colores originales haciendo equivalentes el Amarillo por un gris a un 5%, 10%, 15% y 20% y el Azul en degrade, por un gris en 5%, 10%, 15% y 20%.



**Hoja membretada:**



La hoja membretada lleva el logotipo del CIFA, slogan, dirección, teléfono, correo electrónico y dos pantallas del logotipo del Centro, en un porcentaje a color de 5%, divido el logotipo en CIF en la parte superior derecha y A en la parte inferior izquierda.

La hoja membretada debe estar impresa en los colores corporativos, en medida de 8.5" X 11" en hojas de 80grms., bond ya que por la superficie es funcional al imprimir en computadora, máquina o de forma manuscrita.

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC



### Sobre membretado y tarjeta de presentación:



El sobre membretado lleva el logotipo del CIFA, slogan, dirección, teléfono, correo electrónico y dos pantallas del logotipo del Centro, en un porcentaje a color de 5%, dividido el logotipo en CIF en la parte superior derecha y A en la parte inferior izquierda. Debe ser impreso en los colores corporativos, en medidas de 4" X 8.6/8".

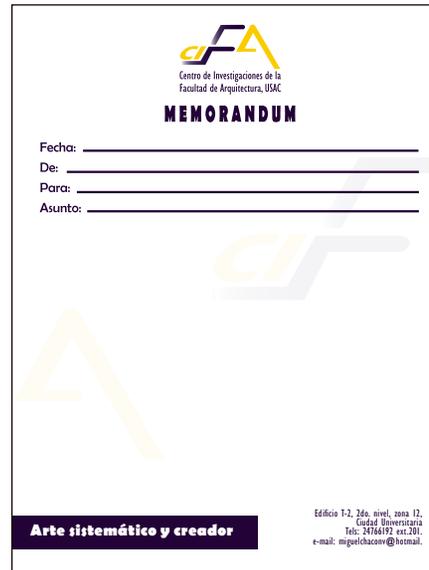
La tarjeta de presentación debe estar impresa con los colores corporativos, en medidas de 2" X 3.5", como sugerencia, en cartulina lino de 200 grms., ya que por la superficie y el costo, la reproducción de las mismas resulta funcional, el formato de ambos es horizontal, y así mantener la imagen visual.





Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

**Memorandum:**



El memorandum lleva el logotipo del CIFA, slogan, dirección, teléfono, correo electrónico y dos pantallas del logotipo del Centro, en un porcentaje a color de 5%, divido el logotipo en CIF en la parte superior derecha y A en la parte inferior izquierda. Debe ser impreso en los colores corporativos, en medidas de 5.5" X 8.5".

El memorandum debe estar impreso con los colores corporativos, en hojas bond 80grms., ya que por la superficie resulta funcional, el formato del mismo es vertical.



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

### Sello en relieve para tinta



Sello en relieve para tinta, el cual dejará impreso el logotipo completo del CIFA y podrá ser utilizado para marcarlo sobre todo tipo de papelería.

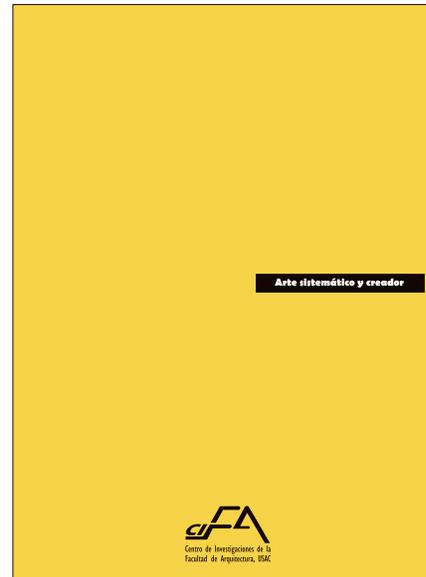


Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## Sobre de papel craft



El sobre de papel craft contiene el logotipo del CIFA, centrado horizontalmente en la parte inferior y el slogan del CIFA centrado verticalmente y alineado a la derecha del formato del sobre.

Estos dos elementos se imprimen en tinta color negra y debe imprimirse en sobres craft de 80 grms a 100 grmas.



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

**Carpeta**



La carpeta institucional que formará parte de la papelería del CIFA, muestra un troquel simple de dos lengüetas dentro de las cuales se imprimirá el logotipo del CIFA, dirección y teléfono del Centro de Investigación en la parte interna de la carpeta, mientras que en la portada se colocarán el logotipo en la parte superior derecha y una pantalla de los íconos que conforman el logotipo, ubicados en

la parte inferior de la portada, así pues cuenta también con el slogan del CIFA, ubicado en el centro del lomo de la carpeta.

El troquel y los elementos de diseño deben imprimirse en textcote, full color y con la pantalla a un 15% del color real.



## Uso de logotipo para presentaciones en Power Point

### TÍTULO DEL TEMA



- \* Texto alineado a la izquierda.
- \* Texto en color azul o negro para una mejor legibilidad.

Se utilizará el logotipo del lado derecho en la parte superior de la diapositiva, sobre fondo blanco, utilizando una pantalla del logo a un 5% de su color real, colocando el título y el texto que habla del tema alineado a la izquierda, en color azul para brinda una buena legibilidad.

26

### Señalética



**INFORMACIÓN**

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

Este es el formato para la señalización dentro del Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura (CIFA), ubicado en el edificio T2 segundo nivel.

Estos rótulos deberán imprimirse en plástico acrílico por medio serigrafía o bien flexografía, colocando el logo del CIFA en la parte superior izquierda, con el nombre del Centro de Investigación, la ubicación del mismo y el departamento o área que señala.

27

**Muestra de color**



Amarillo CIFA

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC





Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

**Muestra de color**



Azul CIFA



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

# COMPROBACIÓN Y EFICACIA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO / PROPUESTA GRÁFICA FINAL



Capítulo

5



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## COMPROBACIÓN Y EFICACIA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL

A CONTINUACIÓN SE PRESENTA: LA ORGANIZACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN, PERFIL DEL INFORMANTE, GRÁFICAS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR MEDIO DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS Y FUNDAMENTACIÓN DE LAS PIEZAS GRÁFICAS.

### 5. COMPROBACIÓN Y EFICACIA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO Y PROPUESTA FINAL



#### 5.1 IMPORTANCIA DE LA VALIDACIÓN:

La validación nos muestra la veracidad y eficacia de las piezas gráficas y nos brinda la oportunidad de comprobar, si los objetivos fueron alcanzados al final de realizado el proyecto.



#### 5.2 DESCRIPCIÓN DE LA TÉCNICA Y LOS INSTRUMENTOS UTILIZADOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DURANTE LA COMPROBACIÓN:

Para realizar la recolección de datos, se empleo una de las **técnicas** en el campo de la investigación social más utilizadas, frecuentes y eficaces para la comprobación de una investigación, la **"encuesta"**, porque además, ésta permite tener contacto directo con la persona interrogada.

La encuesta no se limita a recabar información acerca de las opiniones o actitudes de la población, tampoco se limita a la descripción de porcentajes de individuos que presentan ciertas características, más bien constituye un medio efectivo para conocer las relaciones de causa y efecto de un fenómeno, es decir, para la comprobación de la hipótesis o para obtener información que permita: **describir explicar y predecir los hechos.**

El **Instrumento** empleado fue la **boleta de encuesta**, puesto genera datos rápidos y satisfactorios, de esta manera, las personas encuestadas pueden

responder a dichas preguntas, con honestidad.

El formato de la encuesta es tamaño carta, lleva en el encabezado:

**Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura y Licenciatura de Diseño Gráfico.**

Se colocó el objetivo general del proyecto: **Rediseño de Logotipo e Imagen Institucional del Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC.**

Se realizaron 17 preguntas cerradas (ya que éstas permiten respuestas pertinentes, sí o no), ordenadas en bloques, se adjuntaron las piezas gráficas en color para una mejor comprensión de las preguntas. Las preguntas de la encuesta fueron hechas con un vocabulario sencillo, claro y conciso, para que la población muestra no tuviera problema al contestar.

La encuesta se llevó a cabo el 23 de noviembre, a las 17:30 horas, en las instalaciones del CIFA, con el director, investigadores, auxiliares de investigación y personal administrativo, del Centro y el 24 de noviembre con un grupo de estudiantes del EPS de la Facultad de Arquitectura.



### 5.3

#### PERFIL DEL INFORMANTE:

Las personas que fueron tomadas en cuenta para responder las encuestas fueron 10 personas que integran el CIFA, de los cuales 9 son expertos en investigación, dentro de los temas de la arquitectura y 1 es el personal administrativo del centro. De ambos sexos, comprendidos entre los 20 y 55 años de edad y 15 estudiantes del EPS de la Facultad de Arquitectura. De ambos sexos, comprendidos entre los 24 y 35 años de edad.

Se tomaron como base estos 15 estudiantes, debido al trabajo que desarrollo el CIFA en conjunto con los EPSISTAS, es por esto que se escogio una cantidad moderada para poder determinar los resultados de la propuesta gráfica, ya que ellos tienen mucho contacto con el centro.



### 5.4

#### GRÁFICAS:

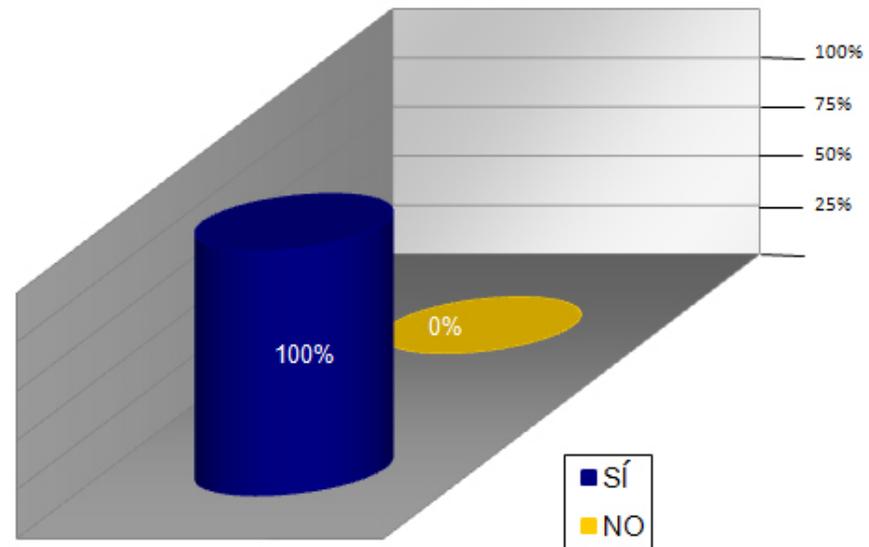
A continuación se presenta la tabulación de las encuestas, en las cuales se logro determinar la eficacia y validez de las piezas gráficas, diseñadas para el CIFA. Se trasladaron los resultados en gráficas para facilitar su análisis.

**PREGUNTA No.1:**

**¿La tipografía utilizada permite legibilidad en el logotipo?**

- a). **SÍ**
- b). **NO**

El 100% de los (las) encuestados(as) opinan, que la tipografía que se utilizó en el logotipo es legible, por lo que se considera que resulta apropiada y facilita la lectura.

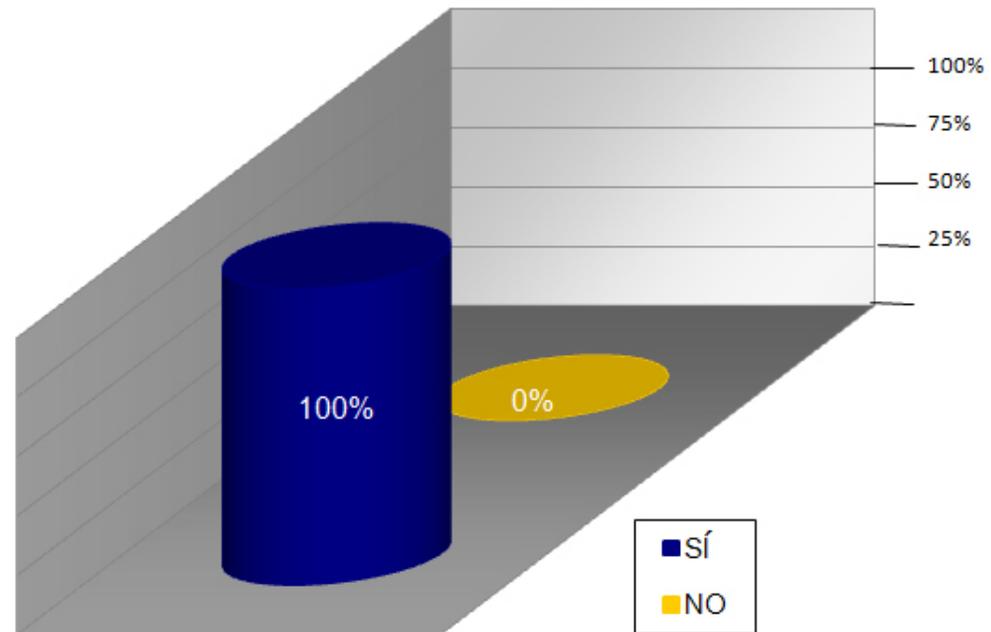


**PREGUNTA No. 2:**

**¿Tienen las palabras del nombre del CIFA, la separación óptima?**

- a). SÍ
- b). NO

El 100% de los(las) encuestados(as) consideran que la separación de las palabras del nombre CIFA, tienen la separación óptima y por lo tanto, permite legibilidad en el texto.

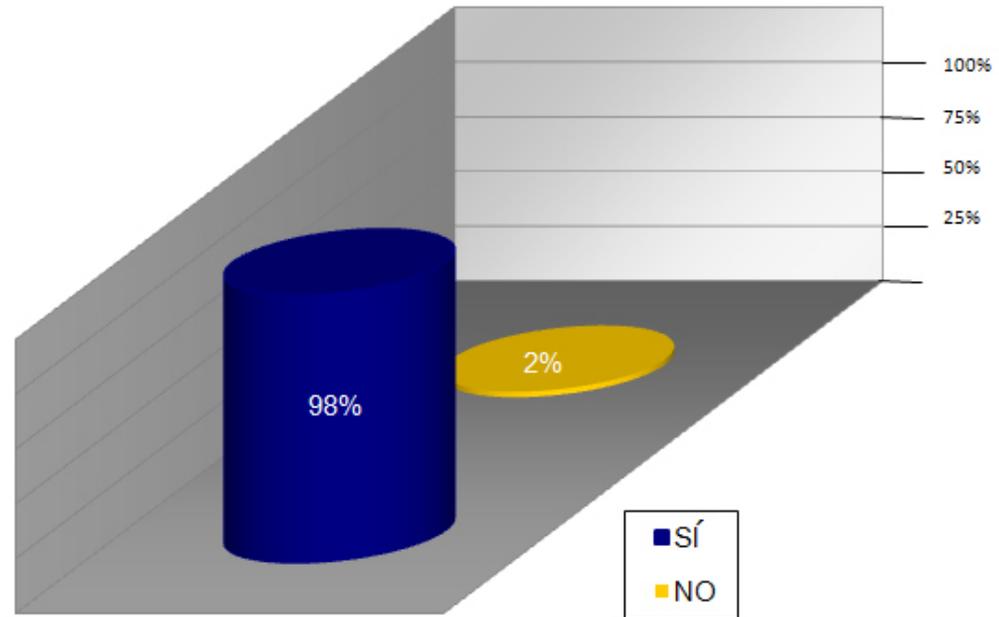


**PREGUNTA No. 3:**

**¿Existe recorrido visual en las piezas de diseño?**

- a). **SÍ**
- b). **NO**

El 98% de la muestra considera que Sí existe recorrido visual en las piezas de diseño, y el 2% considera que No, por lo tanto, permite balance en la misma.

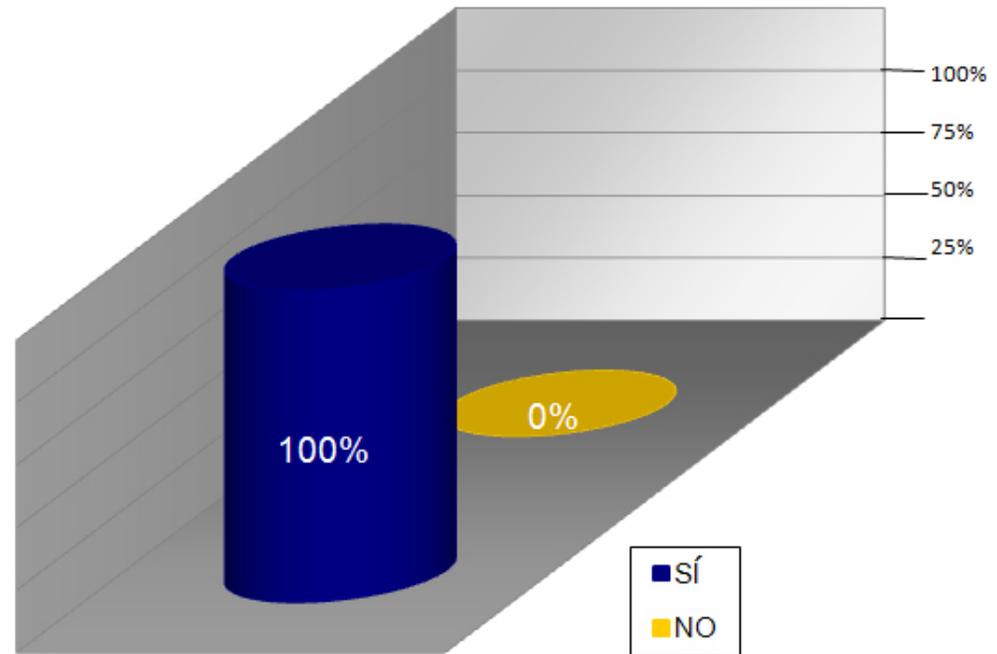


**PREGUNTA No.4:**

**¿Existe balance en el logotipo?**

- a). **SÍ**
- b). **NO**

El 100% confirma que existe balance en el logotipo del Centro, por lo tanto, se considera que es mantiene armonía y unidad.

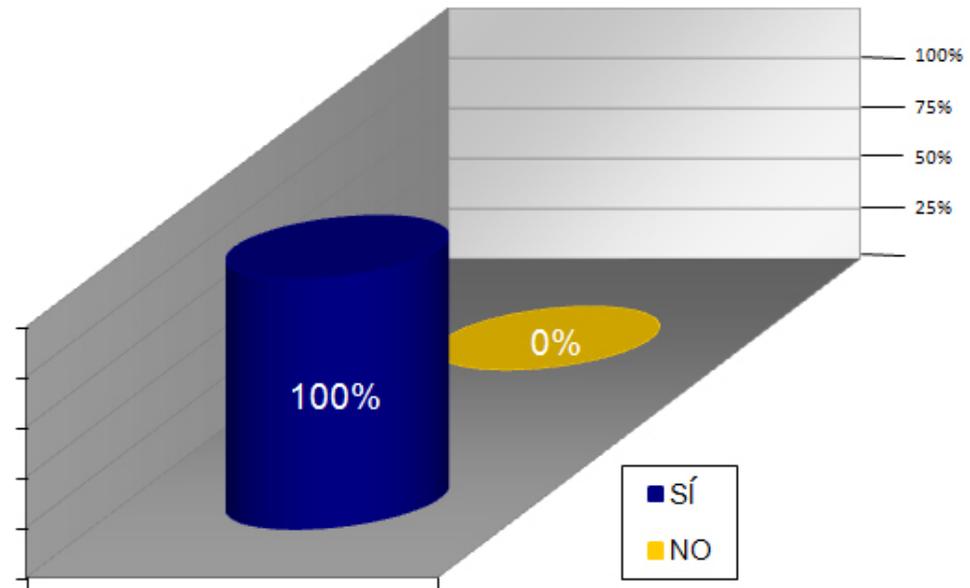


**PREGUNTA No.5:**

**¿La tipografía utilizada permite legibilidad en las piezas de diseño?**

- a). **SÍ**
- b). **NO**

El 100% de la muestra opina, que sí es legible la tipografía, en las piezas de diseño.

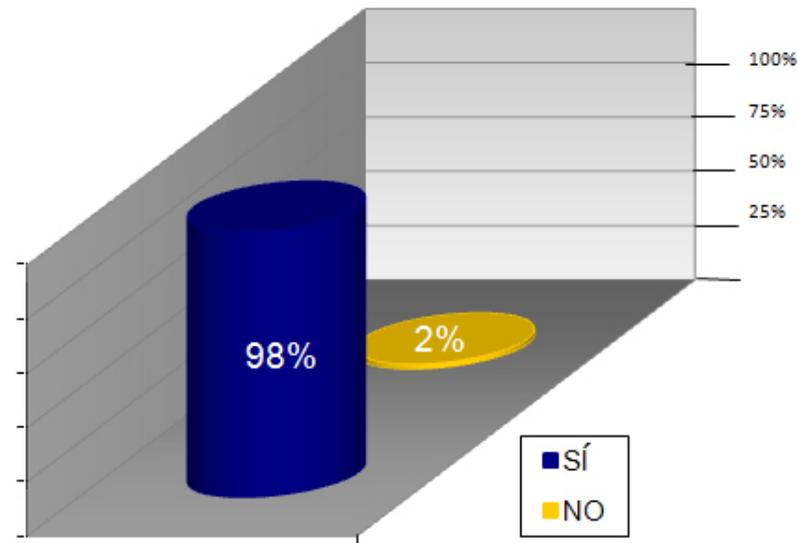


**PREGUNTA No.6:**

**¿Le es agradable la distribución de los elementos, dentro del espacio utilizado en el Manual de Normas Gráficas del CIFA?**

- a). **SÍ**
- b). **NO**

El 98% de los (las) encuestados(as) les resultó agradable la distribución de los elementos dentro del espacio utilizado, en el Manual de Normas Gráficas del CIFA, y el 2% considera que No, por lo tanto resulta apropiado y legible.

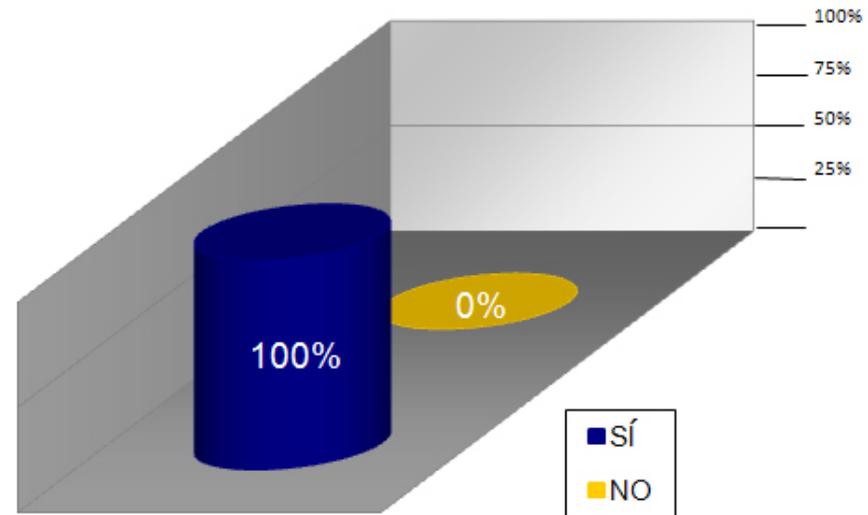


**PREGUNTA No.7:**

¿El ícono es el apropiado para el uso del logotipo?

- a). Sí
- b). No

El 100% de la muestra opina, que el ícono es el apropiado para el uso del logotipo, por lo tanto se considera que da a conocer que es parte de la Facultad de Arquitectura.

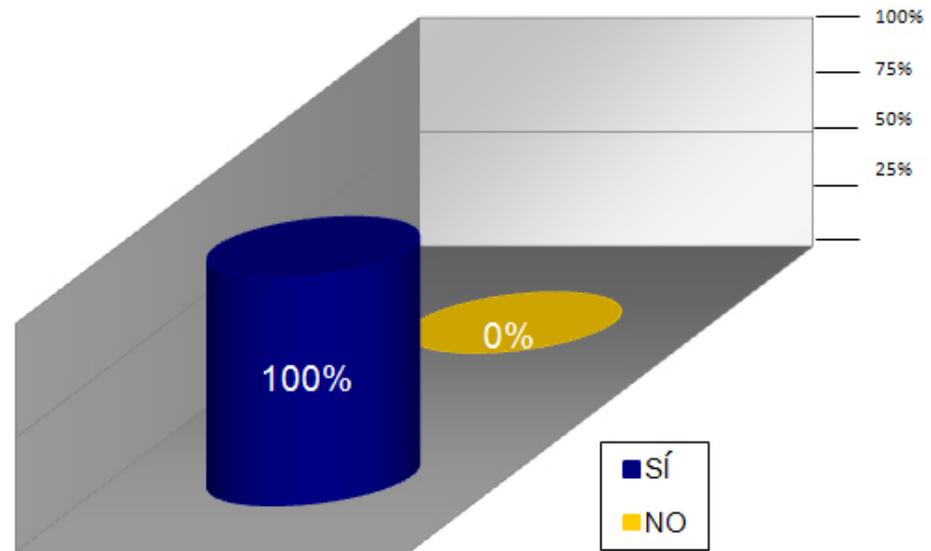


**PREGUNTA No.8:**

**¿Existen elementos que distraigan al observador en las piezas de diseño?**

- a). **SÍ**
- b). **NO**

El 100% de la muestra opina, que no existen, elementos que distraigan al observador, en las piezas de diseño y por lo tanto no existe ningún ruido visual en las mismas.

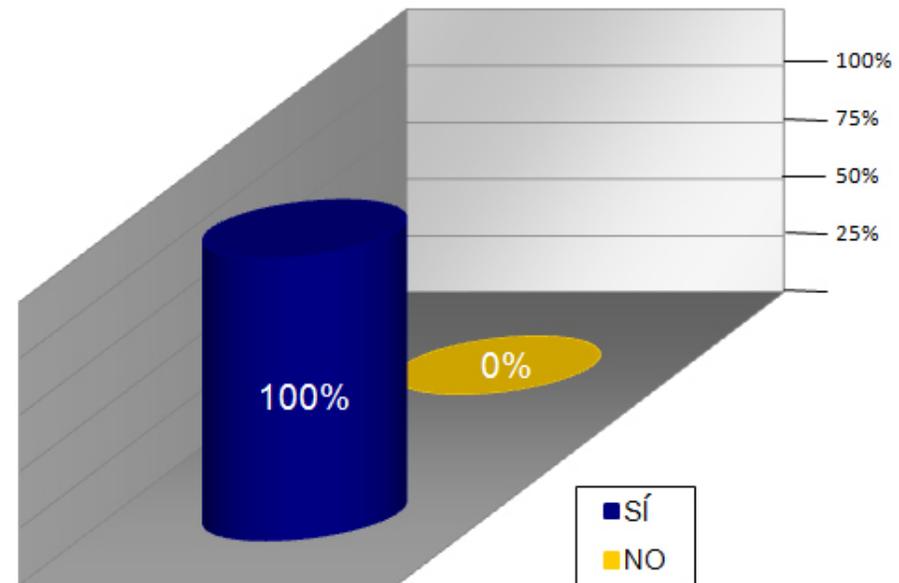


**PREGUNTA No.9:**

**¿Existen elementos innecesarios en el logotipo?**

- a). SÍ
- b). NO

El 100% de la personas encuestadas opinan que no existen elementos innecesarios en el logotipo, y por lo tanto los elementos utilizados son considerados claros y de fácil comprensión.

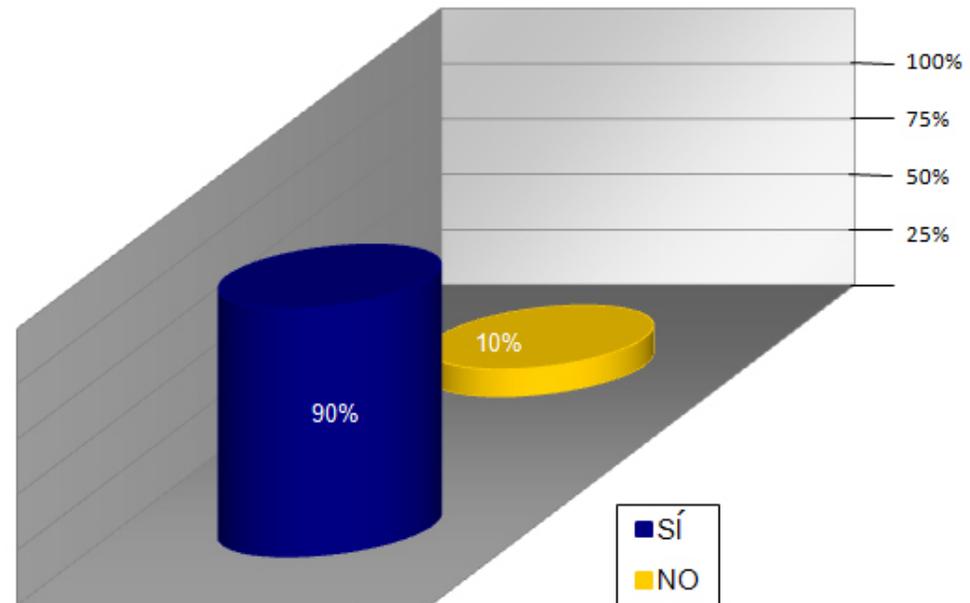


**PREGUNTA No.10:**

**¿Le gusta la nueva imagen del CIFA?**

- a). **SÍ**
- b). **NO**

Al 90% de las personas encuestadas les gusta la nueva imagen del CIFA, mientras que al 10% no les gusta la nueva imagen institucional del CIFA.



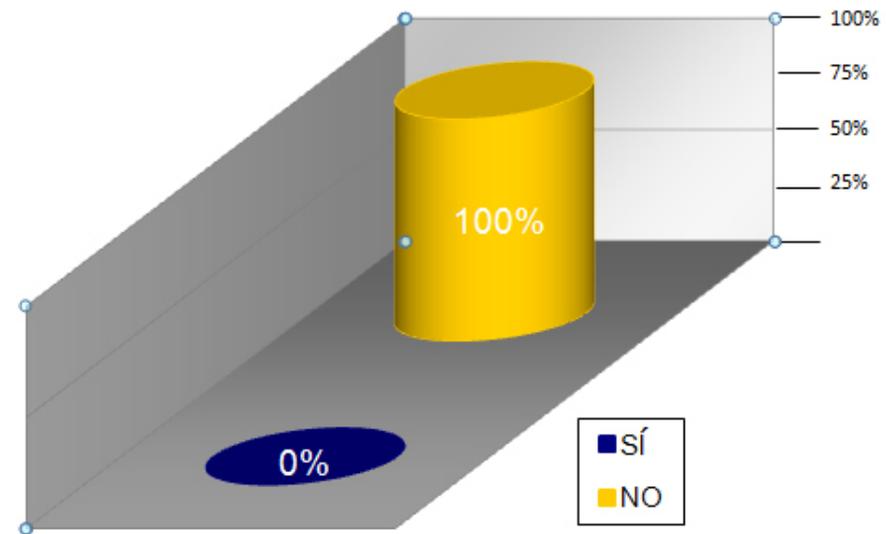
**PREGUNTA No.11:**

**¿El nuevo logotipo se parece al utilizado anteriormente por el CIFA?**

- a). SÍ
- b). NO

El 100% de la muestra opina, que el nuevo logotipo no se parece al utilizado anteriormente por el CIFA.

La finalidad de esta pregunta era obtener información para conocer qué tan grande era el cambio que se realizó en la imagen.

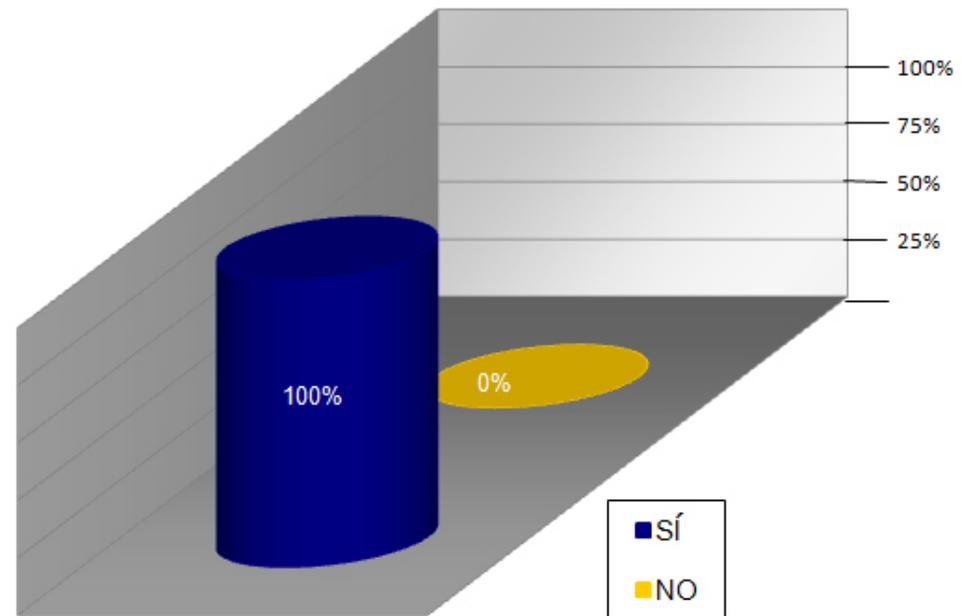


**PREGUNTA No.12:**

**¿Los colores utilizados en el Manual de Normas Gráficas y la Papelería llaman la atención?**

- a). **SÍ**
- b). **NO**

El 98% de los(las) encuestados(as) opinan que los colores utilizados en el Manual de Normas Gráficas y la papelería llaman la atención, por lo tanto se considera que permite armonía en los mismos.

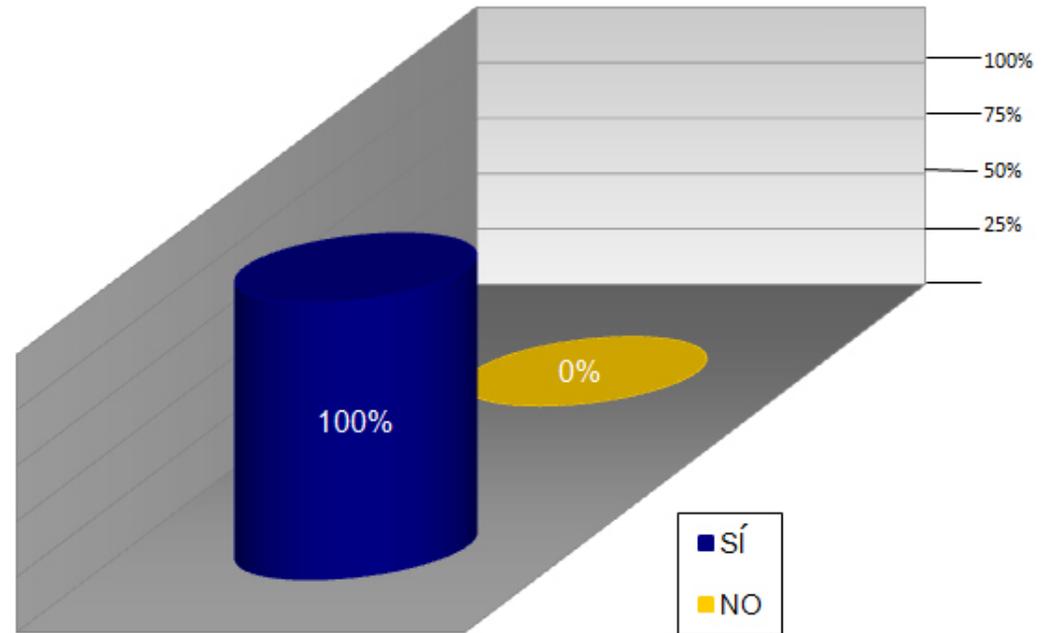


**PREGUNTA No.13:**

**¿Lograron las piezas gráficas, captar su atención?**

- a). SÍ
- b). NO

El 100% de la muestra opinó, que las piezas gráficas, lograron captar su atención.

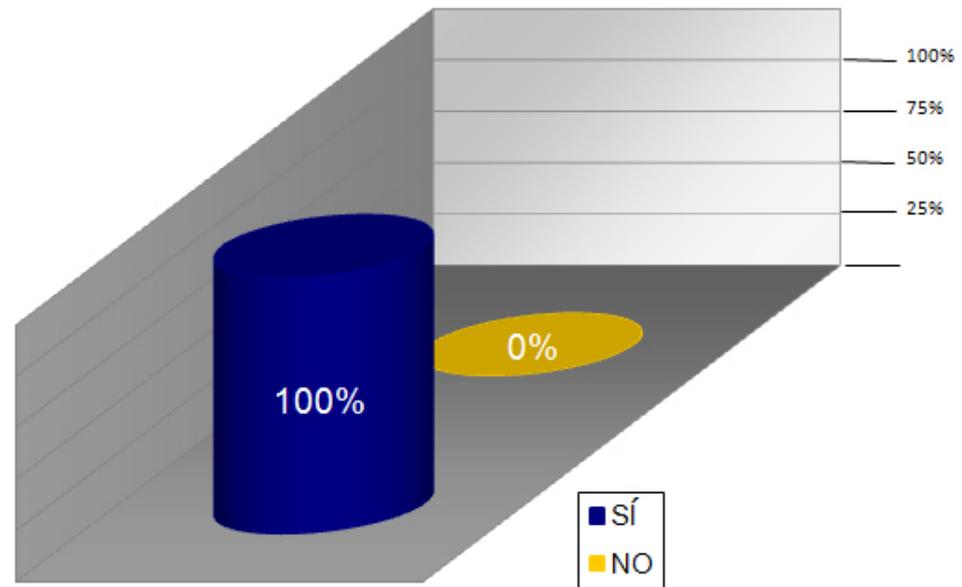


**PREGUNTA No.14:**

**¿Considera que el logotipo, cumple con el propósito de dar a conocer la institución, a los usuarios?**

- a). **SÍ**
- b). **NO**

El 100% de la muestra considera que el logotipo sí cumple con el propósito de dar a conocer la institución, por lo tanto, se considera que ayudará al posicionamiento de la imagen institucional del CIFA.

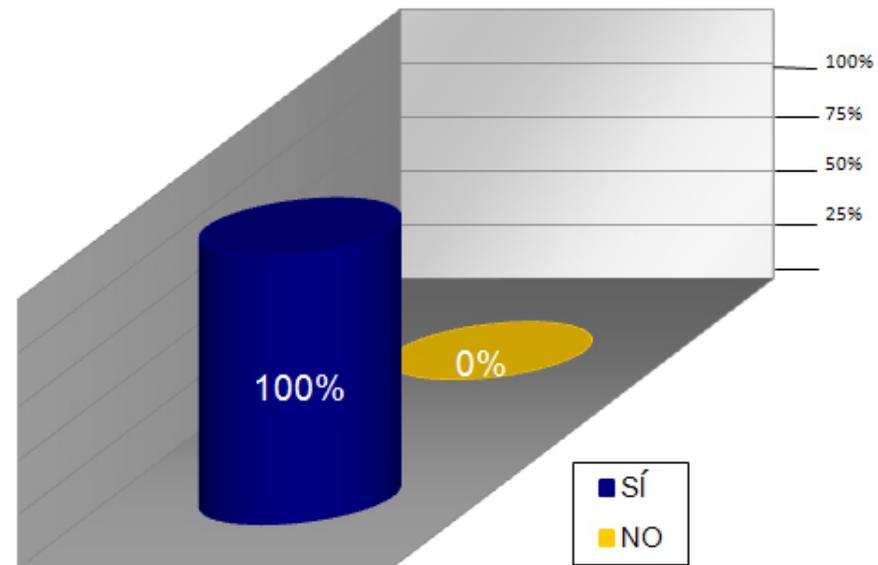


**PREGUNTA No.15:**

**¿Existe armonía y unidad,  
en las piezas gráficas?**

- a). **SÍ**
- b). **NO**

El 100% de los (las) y encuestados (as) opinan que si existe armonía y unidad en las piezas gráficas, por lo tanto se consideran apropiadas y con el balance en las mismas.

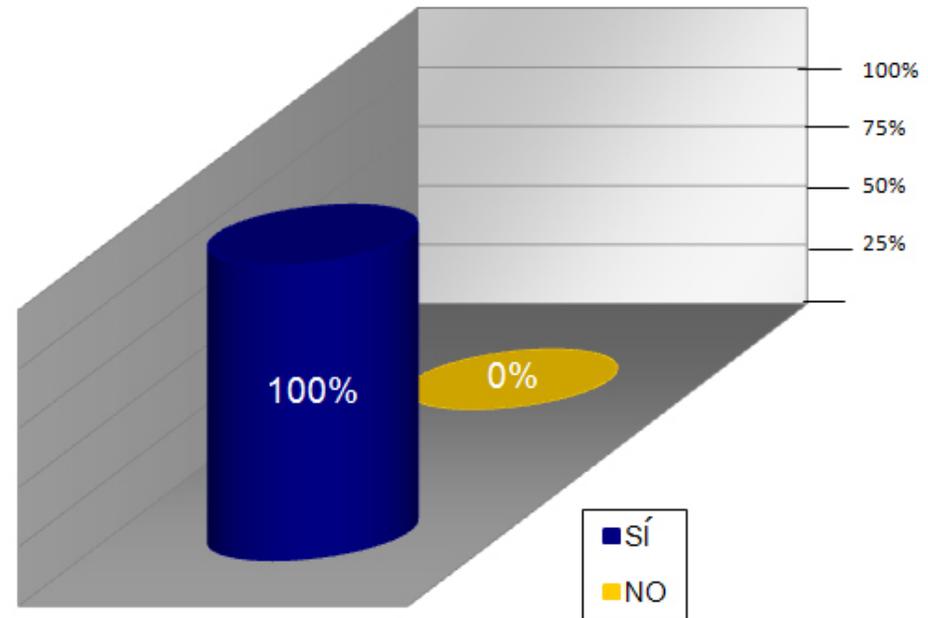


**PREGUNTA No.16:**

**¿Las piezas de diseño, le resultaron fácil de manipular?**

- a). **SÍ**
- b). **NO**

El 100% de las personas encuestadas consideran que les resultó fácil de manipular las piezas de diseño y por lo tanto, se consideran funcionales para el propósito del CIFA.



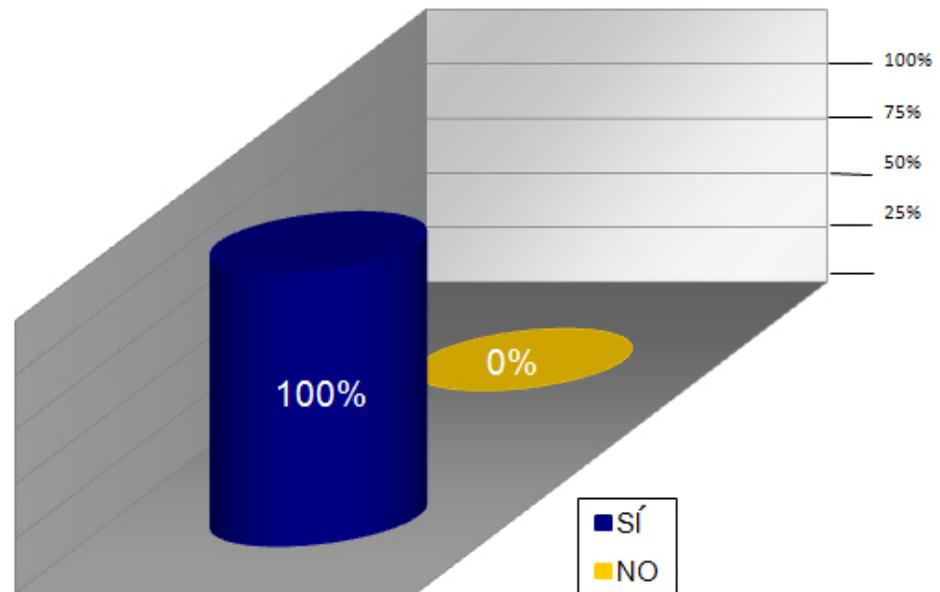
**PREGUNTA No.17:**

**¿Existe jerarquía visual entre el logotipo y el eslogan dentro de las piezas gráficas?**

- a). SÍ
- b). NO

El 100% de la muestra opinan, que existe jerarquía visual entre el logotipo y el eslogan dentro de las piezas graficas, confirmando así la eficacia de la diagramación en las mismas.

Se evaluó principalmente la efectividad con que se presenta el logotipo debido a que este es un elemento principal dentro del diseño de la imagen institucional , es por eso que brevemente se habla de los conceptos complementarios, ya que el logotipo es una pieza muy fuerte dentro de la imagen institucional.



### *RESULTADO OBTENIDO CON LAS ENCUENTAS*

Al finalizar y realizar análisis posterior a los resultados, se llegó a la conclusión que era importante diseñar una imagen institucional para el CIFA, con elementos simples y claros que permiten distinguir las actividades a las que se dedica el Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura y que permiten que el grupo objetivo se identifique con el gracias a la armonía y unidad que muestran los elementos visuales.



### 5.5

#### PROPUESTA GRÁFICA FINAL Y SUS ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:

La imagen institucional del Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC, fue diseñada, tomando en cuenta las siguientes características: **a quién va dirigido, los campos y el servicio que brinda el CIFA, (Investigación, contexto y grupo objetivo)**, ya que son tres elementos con los cuales el centro se relaciona; su tonalidad, tomando los colores azul (que representa seguridad, frescura, solidez) y el color amarillo (que representa claridad, luz, calidez, confianza).

La tipografía es un Berlin Sans FB, la cual se realizó un estudio para verificar que aunque se redujera el tipo de letra, éste no perdería su legibilidad, y se determinó que el tamaño más pequeño que podría utilizar sería a 6 puntos y mantendría la legibilidad, además por ser un tipo de letra palo seco, facilita la lectura, se estudió la diagramación de los elementos, para evitar que no hubiera balance, armonía y unidad entre los mismos. También es importante recordar que el CIFA, es una entidad sistemática y creadora, en el momento que descubre, comprende, describe, analiza, interpreta y evalúa; por esa razón se trato de dar una imagen que reflejará cada una de estas características.



### 5.6.

#### FUNDAMENTACIÓN TOTAL:

Es muy importante situar al grupo objetivo del contexto, al cual se dedica el CIFA, por lo mismo es importante el diseño gráfico; ya que a través de él se puede motivar y estimular a un grupo objetivo a identificarse con una imagen o marca.

El tamaño utilizado para las piezas gráficas, son las que por valor económico es más barato reproducir, que cuando se trabaja con medidas especiales, los pliegos de papeles o cartulinas no se ajustan y hay mucho exceso de papel al cortarlas, por lo tanto esto produce desperdicio y los costos se elevan para los clientes.

La tipografía es un Berlin Sans FB, la cual se realizó un estudio para verificar que aunque se redujera el tipo de letra este no perdería su legibilidad, y se determinó que el tamaño más pequeño que podría utilizar sería a 6 puntos y mantendría la legibilidad, además por ser un tipo de letra palo seco, facilita la lectura, se estudió la diagramación de los elementos, para evitar que no hubiese balance, armonía y unidad entre los mismos. También es importante recordar que el CIFA, es una entidad sistemática y creadora, en el momento que descubre, comprende, describe, analiza, interpreta y evalúa; por esa razón se trato de dar una imagen que reflejará cada una de estas características. elementos, para evitar que no hubiera balance, armonía y unidad entre los mismos. También es importante recordar que el CIFA, es una entidad sistemática y creadora, en el momento que descubre, comprende, describe, analiza, interpreta y evalúa; por esa razón se trato de dar una imagen que reflejará cada una de estas características. También es importante recordar que el CIFA, es una entidad sistemática y creadora, en el momento que descubre, comprende, describe, analiza, interpreta y evalúa; por esa razón se trato de dar una imagen que reflejará cada una de estas características.

Los colores utilizados son: azul (que representa seguridad, frescura, solidez) y el color amarillo (que representa claridad, luz, calidez, confianza).

La digramación: se trabajo en una diagramación con unidad y armonía, sin dejar de dar sensación de una entidad que brinda confianza y seguridad, pero que cuenta con tecnología e ideas creadoras y sistemáticas.



PROPUESTA FINAL DEL  
LOGOTIPO

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

# COMPROBACIÓN Y EFICACIA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL



  
Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

**Arte sistemático y creador**

Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12,  
Ciudad Universitaria.  
Tels: 24766192 ext.201.  
e-mail: miguelchaconv@hotmail.com

PROPUESTA FINAL DE LA  
HOJA MEMBRETADA



  
Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

**Ph D. Miguel Angel Chacón Véliz**  
Director del CIFA

Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12,  
Ciudad Universitaria  
Tels: 24766192 ext.201.  
e-mail: miguelchaconv@hotmail.com

**Arte sistemático y creador**

PROPUESTA FINAL DE LA  
TARJETA DE PRESENTACIÓN

*PROPUESTA FINAL DEL  
SOBRE MEMBRETADO*



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC



**Arte sistemático y creador**

Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12,  
Ciudad Universitaria  
Tels: 24766192 ext. 201.  
e-mail: miguelchaconv@hotmail.com



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

# COMPROBACIÓN Y EFICACIA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL



## MEMORANDUM

Fecha: \_\_\_\_\_  
De: \_\_\_\_\_  
Para: \_\_\_\_\_  
Asunto: \_\_\_\_\_

**Arte sistemático y creador**

Edificio T-2, 2do. nivel, zona 12,  
Ciudad Universitaria  
Tels: 24766192 ext.201.  
e-mail: miguelchaconv@hotmail.



PROPUESTA FINAL DEL  
SELLO

PROPUESTA FINAL DEL  
MEMORANDUM



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## COMPROBACIÓN Y EFICACIA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL



PROPUESTA FINAL DE LA  
SOBRE PAPEL CRAFT



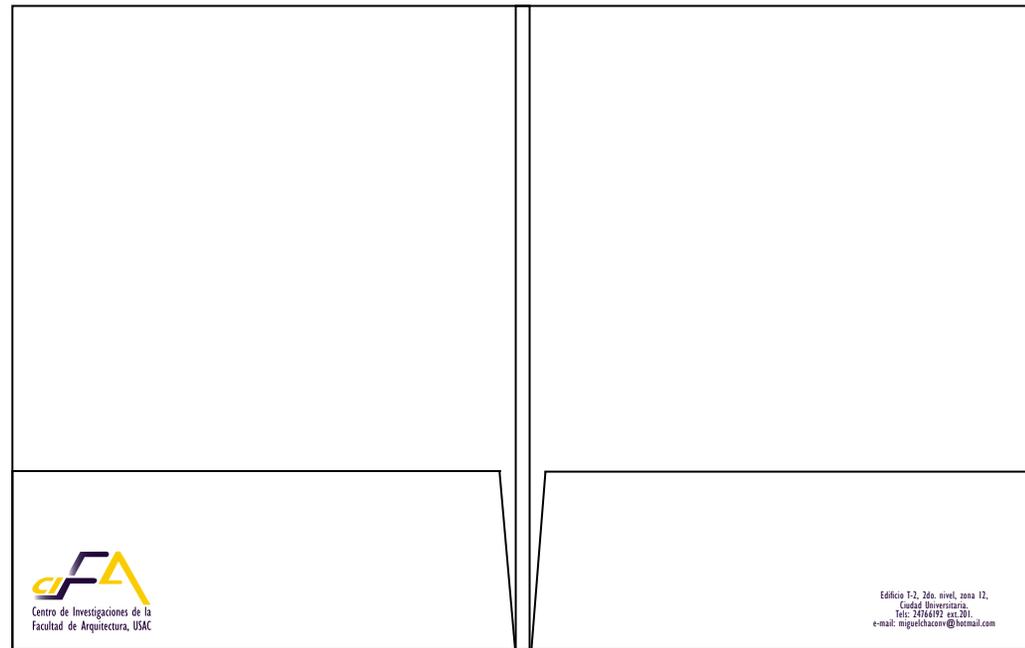
PROPUESTA FINAL DE LA  
SEÑALÉTICA



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

# COMPROBACIÓN Y EFICACIA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL

PROPUESTA FINAL DE LA  
CARPETA





PROPUESTA FINAL DE LA PORTADA DEL  
MANUAL DEL NORMAS GRÁFICAS



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## COMPROBACIÓN Y EFICACIA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL

### Indice

Introducción	1	Símbolo y elemento tipográfico en porcentajes de medios tonos	19
Antecedentes del CIFA	2	Hoja membretada	20
Logotipo	3	Sobre membretado y tarjeta de presentación	21
Área de seguridad del logo	4	Memorandum	22
Elemento tipográfico y Símbolo	5	Sello en relieve para tinta	23
Nombre del Centro	6	Sobre de papel craft	24
Tipografía Complementaria	7	Carpeta	25
Slogan	8,9,10	Uso de logotipo para presentaciones en Power Point	26
Usos del logotipo	11,12,13	Señalética	27
Retícula de reproducción del logotipo	14	Muestras de color (amarillo)	28
Logotipo (Usos correctos)	15	Muestras de color (azul)	29
Logotipo (Usos incorrectos)	16		
Especificaciones Crómicas	17		
Símbolo y elemento tipográfico en porcentajes de color	18		

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

## Introducción

En el presente manual de identidad, se ha diseñado con el propósito de unificar la imagen del CIFA, el seguimiento de los lineamientos deben llevarse a cabo rigurosamente, ya que tiene como objetivo normar la correcta utilización de los elementos visuales y su implementación en las diversas aplicaciones en las que el centro requiera proyectar su imagen visual.

Al rediseñar y redefinir la imagen del CIFA, se logrará una fácil identificación del Centro, lo cual permitirá que se reconozca el logotipo del CIFA, por ser fuerte y distinto.

Es por esto que el manual de normas, fue elaborado para ayudar a utilizar el nuevo diseño de marca correctamente y dentro de los parámetros solicitados.



## Antecedentes del CIFA

El CIFA es la unidad responsable de las investigaciones profesionales de los campos de competencia académica de la Facultad de Arquitectura de la USAC, fue creado en 1980.

Además, colabora en la formación profesional directamente, por medio de consultorías o asesorías y la elaboración de documentos para la docencia.

Además, el CIFA es el encargado y responsable de la dirección, control, planificación y organización, de las actividades de investigación de la Facultad en el área de Arquitectura, urbanismo territorial y diseño gráfico.

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

2

## Logotipo



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Es el elemento visual que le da nombre al CIFA, se utilizarán dos tipografías para CI, Eras bold ITC, utilizando color amarillo 0c, 22m, 100y y 0k, al 100% y para el nombre del CIFA, Gill Sans MT Condensed en color azul 100c, 98m, 29y y 48k; el símbolo esta compuesto por la letra F en degrade del mismo azul y la A del mismo color amarillo.

Se encuentra entre la clasificación de logotipo con nombre y símbolo.

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC



### Área de seguridad del logotipo



Para una presentación consistente es importante mantener alrededor del logotipo un área de seguridad que lo proteja de otros textos, bordes, gráficas o ilustraciones. Al no respetar el área de seguridad afecta la legibilidad y causa ruido en el diseño.

El área de seguridad que debe mantenerse alrededor del logotipo de CIFA, es igual a dos veces la altura central del palo inferior izquierdo de la letra F, es decir  $2x$ , tal como se ilustra en esta página.



## Elemento tipográfico y símbolo



**El elemento tipográfico** ayuda a reforzar y complementar el nombre de CIFA, permitiendo de esa manera un posicionamiento de este elemento dentro del logotipo del CIFA,

Para las letras CI, se utilizó el color amarillo al 100% 0c, 22m, 100y y ok y la tipografía **Eras Bold ITC, estilo bold, con una inclinación de 28°**, de la familia palo seco, ya que es de fácil lectura, moderna, proporciona fuerza y son adecuados para casos en los cuales se quiere demostrar eficiencia técnica.

**El símbolo** es el elemento gráfico que representa al CIFA y contribuye a su posicionamiento con los usuarios. Representa inmediatamente a la Facultad de Arquitectura, ya que se relaciona con la fachada de la misma, el CIFA es parte de la facultad y este parecido ayuda a relacionar que el centro es parte de arquitectura, ya que no es la única dentro de la USAC que cuenta con un centro de investigación. Para la letra F se utilizó el color azul en degrade, 100c, 98m, 29y y 48k y para la letra A el color amarillo al 100% 0c, 22m, 100y y ok.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

**Nombre del centro**

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Para el nombre del CIFA, se utilizó la tipografía Gill  
Sans MT Condensed en color azul 100c, 98m, 29y y  
48k, en altas y bajas.



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

**Tipografía complementaria**

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0** !"'.%&/()=?¿:;''^\*ç\_,-'`i'º **Berlin Sans FB, estilo regular**

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0** !"'.%&/()=?¿:;''^\*ç\_,-'`i'º **Berlin Sans FB, estilo bold**

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0** !"'.%&/()=?¿:;''^\*ç\_,-'`i'º **Gill Sans MT Condensed, estilo regular**

Las tipografías complementarias que se utilizaron fueron ambas en color azul al 100%, 100c, 98m, 29y y 48k; de la familia Palo seco, por sus características, ya que es de fácil lectura, moderna, proporciona fuerza y son adecuadas para casos en los cuales se quiere demostrar eficiencia técnica; y son todas aquellas que carecen de remates o serif, es decir, San Serif.

Perteneciendo a los tipos representativos de: **Gill Sans MT Condensed y Berlin Sans FB.**



## Slogan

**Arte sistemático y creador**

**Arte sistemático y creador**

**Arte sistemático y creador**

### JUSTIFICACIÓN

Se utilizó la tipografía Berlin Sans FB, con la modalidad del grosor de la letra en bold, utilizando altas y bajas (mayúsculas y minúsculas) e invertida en un recuadro de color azul al 100%, con una composición de: 100c, 98m, 29y y 48k.

El tipo se aplicará en diferentes tamaños dependiendo el formato en el que se integre.

El slogan se podrá utilizar dentro de un recuadro en forma contrastante especialmente para la papelería institucional, mientras que para las demás piezas ya sean rótulos, sellos y presentaciones se podrá utilizar solamente como texto en sí.

## Slogan

### Arte sistemático y creador

1-2

### Arte sistemático y creador

3

#### Usos correctos:

Las aplicaciones correctas del slogan nos permiten tener otras alternativas de colocación en caso de que cambie el formato de que se dispone para su uso.

1. Puede colocarse el slogan, solo en azul sin el recuadro y con la misma tipografía.
2. Puede colocarse el slogan, en una sola línea.
3. Puede colocarse el slogan, en dos líneas.

**Slogan**

**Arte  
sistemático  
y  
creador**

1.

2.

**Arte sistemático**

**y creador**

**USOS INCORRECTOS:**

Las aplicaciones incorrectas del slogan, se presentan para indicar cuáles son las restricciones en el uso del mismo, en las diferentes aplicaciones que acompañan a la imagen del Centro.

Las consideraciones a éstas permitirán generar un adecuado apoyo a la imagen del Centro.

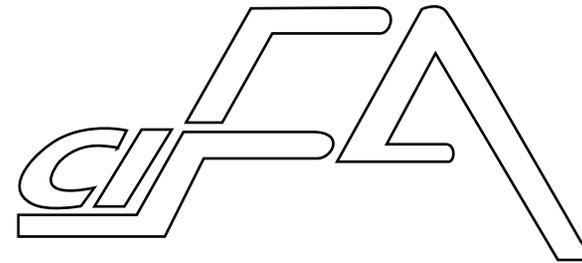
1. No se puede colocar el slogan por palabras.
2. No se puede colocar el slogan separado.



### Uso del logotipo



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Original (a colores).

A línea



### Usos del logotipo



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

A medios tonos



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Invertido

El logotipo en su versión invertida sirve principalmente cuando se hacen impresiones en sobres craft y en impresiones sobre papeles o superficies de diferentes colores que permiten un alto contraste con el logotipo invertido.

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

### Usos del logotipo



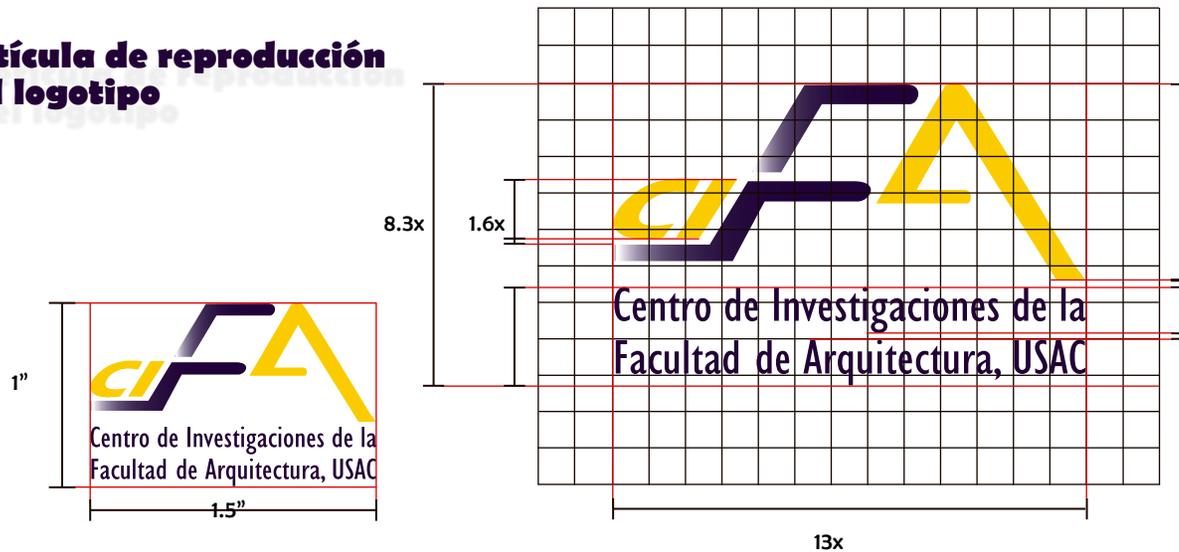
Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Positivo



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

### Retícula de reproducción del logotipo



Se recomienda que el tamaño mínimo para el uso del logotipo sea de 1" x 1.5", cuando se utilice en piezas gráficas pequeñas o en piezas promocionales.

Favorece el uso correcto de la proporción del logotipo en relación al manejo de los elementos gráficos que lo integran y el espacio. Es una guía que permite aplicar el diseño, a formatos de mayor escala.



## Logotipo



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

3

### USOS CORRECTOS:

Las aplicaciones correctas del logotipo nos permiten tener otras alternativas de colocación en caso que cambie el formato que se dispone para su uso y a la vez, ayuda a conservar el concepto de la imagen de acuerdo a los lineamientos que dieron origen a su diseño. Permitiendo así, garantizar el manejo de una correcta imagen visual.

1. Puede usarse solo el Símbolo.
2. Puede usarse el Símbolo más el elemento tipográfico.
3. Puede usarse solo la tipografía.

15

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

**Logotipo**



**Usos INCORRECTOS:**

Indican las aplicaciones incorrectas del logotipo, que no son permitidas, para ningún uso, ya que de lo contrario se desvirtúa el concepto de la imagen visual.

1. No se puede usar el símbolo y el elemento tipográfico más pequeño que el nombre del Centro.
2. No se puede usar solo el elemento tipográfico.
3. No se puede hacer ninguna variación al logotipo.
4. No se puede cambiar de lugar el nombre del Centro.



### Especificaciones cromáticas:



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

#### Arte sistemático y creador

Tintas de impresión:  
Azul al 100% y en degrade para la F del  
símbolo, con una composición de azul  
en CMYK.  
Color Digital:  
Página Web y Presentaciones  
RGB.



  
100c, 98m, 29y y 48k.  
PANTONE BLUE 072 C

  
R 22, G 19, B 72.

Tintas de impresión:  
Amarillo al 100%, con una composición:  
en CMYK.  
Color Digital:  
Página Web y Presentaciones  
RGB.

  
0c, 22m, 100y y 0k.  
PANTONE 1225 C

  
R 255, G 199, B 8.

**Símbolo y elemento tipográfico en porcentajes de color**



Esto sirve para colocar de forma correcta las pantallas dentro de la papelería y así conservar la imagen visual; el color azul en degrade, con una composición de azul: (100c, 98m, 29y y 48k.). Color proceso.

Amarillo al 100%, con una composición: (0c, 22m, 100y y 0k). Color proceso.



### Símbolo y elemento tipográfico en porcentajes de medios tonos:



Se indican los porcentajes al aplicar grises considerando una impresión en Offset y en serigrafía.

La aplicación del símbolo y elemento tipográfico en porcentajes de acuerdo a los colores originales haciendo equivalentes el Amarillo por un gris a un 5%, 10%, 15% y 20% y el Azul en degrade, por un gris en 5%, 10%, 15% y 20%.



**Hoja membretada:**



La hoja membretada lleva el logotipo del CIFA, slogan, dirección, teléfono, correo electrónico y dos pantallas del logotipo del Centro, en un porcentaje a color de 5%, divido el logotipo en CIF en la parte superior derecha y A en la parte inferior izquierda.

La hoja membretada debe estar impresa en los colores corporativos, en medida de 8.5" X 11" en hojas de 80grms., bond ya que por la superficie es funcional al imprimir en computadora, máquina o de forma manuscrita.



### Sobre membretado y tarjeta de presentación:



El sobre membretado lleva el logotipo del CIFA, slogan, dirección, teléfono, correo electrónico y dos pantallas del logotipo del Centro, en un porcentaje a color de 5%, dividido el logotipo en CIF en la parte superior derecha y A en la parte inferior izquierda. Debe ser impreso en los colores corporativos, en medidas de 4" X 8.6/8".

La tarjeta de presentación debe estar impresa con los colores corporativos, en medidas de 2" X 3.5", como sugerencia, en cartulina lino de 200 grms., ya que por la superficie y el costo, la reproducción de las mismas resulta funcional, el formato de ambos es horizontal, y así mantener la imagen visual.

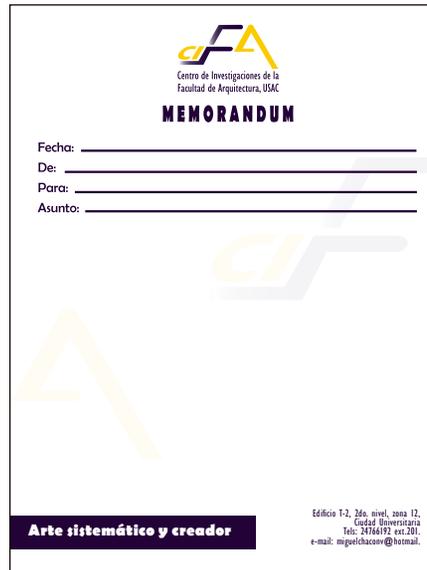




Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

# COMPROBACIÓN Y EFICACIA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL

## Memorandum:



El memorandum lleva el logotipo del CIFA, slogan, dirección, teléfono, correo electrónico y dos pantallas del logotipo del Centro, en un porcentaje a color de 5%, divido el logotipo en CIF en la parte superior derecha y A en la parte inferior izquierda. Debe ser impreso en los colores corporativos, en medidas de 5.5" X 8.5".

El memorandum debe estar impreso con los colores corporativos, en hojas bond 80grms., ya que por la superficie resulta funcional, el formato del mismo es vertical.



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

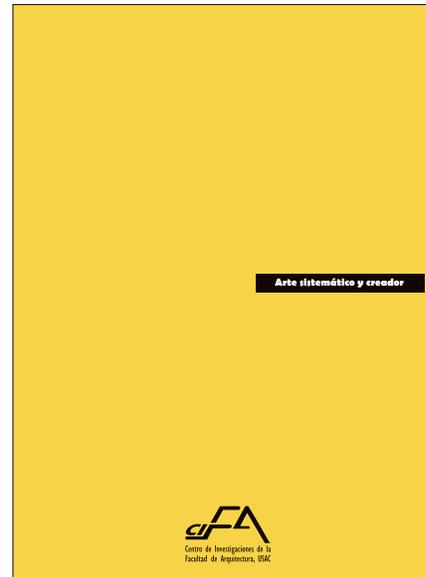
### Sello en relieve para tinta



Sello en relieve para tinta, el cual dejará impreso el logotipo completo del CIFA y podrá ser utilizado para marcarlo sobre todo tipo de papelería.



### Sobre de papel craft



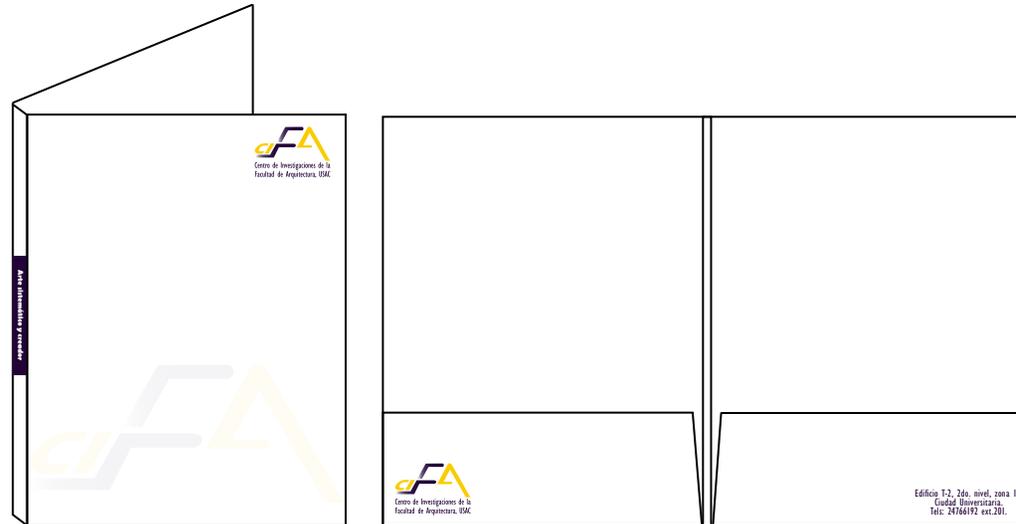
El sobre de papel craft contiene el logotipo del CIFA, centrado horizontalmente en la parte inferior y el slogan del CIFA centrado verticalmente y alineado a la derecha del formato del sobre.

Estos dos elementos se imprimen en tinta color negra y debe imprimirse en sobres craft de 80 grms a 100 grms.



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

## Carpeta



La carpeta institucional que formará parte de la papelería del CIFA, muestra un troquel simple de dos lenguetas dentro de las cuales se imprimirá el logotipo del CIFA, dirección y teléfono del Centro de Investigación en la parte interna de la carpeta, mientras que en la portada se colocarán el logotipo en la parte superior derecha y una patalla de los íconos que conforman el logotipo, ubicados en

la parte inferior de la portada, así pues cuenta también con el slogan del CIFA, ubicado en el centro del lomo de la carpeta.

El troquel y los elementos de diseño deben imprimirse en textcote, full color y con la pantalla a un 15% del color real.



## Uso de logotipo para presentaciones en Power Point

### TÍTULO DEL TEMA



- \* Texto alineado a la izquierda.
- \* Texto en color azul o negro para una mejor legibilidad.

Se utilizará el logotipo del lado derecho en la parte superior de la diapositiva, sobre fondo blanco, utilizando una pantalla del logo a un 5% de su color real, colocando el título y el texto que habla del tema alineado a la izquierda, en color azul para brinda una buena legibilidad.

26

## Señalética



**INFORMACIÓN**

Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC

Este es el formato para la señalización dentro del Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura (CIFA), ubicado en el edificio T2 segundo nivel.

Estos rótulos deberán imprimirse en plástico acrílico por medio serigrafía o bien flexografía, colocando el logo del CIFA en la parte superior izquierda, con el nombre del Centro de Investigación, la ubicación del mismo y el departamento o área que señala.

27

**Muestra de color**



Amarillo CIFA

Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC





Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

### Muestra de color



Azul CIFA



Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, USAC



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## CONCLUSIONES



Se logró contribuir con el CIFA, brindándole su identidad, al rediseñar el logotipo, crear la imagen institucional y elaborar un Manual de Normas Gráficas para el CIFA.

Se diseñó un manual de identidad gráfica para el logotipo y la papelería del CIFA que explica claramente la aplicación de los mismos.

El nuevo logotipo reafirmará la función del CIFA, dentro de la Facultad de Arquitectura e introducirá la imagen entre quienes tengan contacto alguno con el centro.

Al tornarse más atractiva el logotipo y la papelería, para quienes tienen relación con el centro, la difusión de la imagen del CIFA producirá un efecto multiplicador para todas las instituciones relacionadas con el centro.

Sobre la base de los resultados de las encuestas, se puede afirmar la utilidad de las piezas diseñadas para crear la Imagen Institucional y el logotipo del CIFA.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

# LINEAMIENTOS



- La imagen institucional tiene una vida aproximada de 10 años; después de este tiempo se pueden implementar cambios gráficos pero que no sean drásticos, porque afecta el posicionamiento de la imagen visual ya implementada.
- En el momento que se decida rediseñar o cambiar el logotipo y/o la imagen institucional del CIFA, se debe realizar un estudio previo de campo, para así encontrar una nueva necesidad y no solo cambiar por cambiar.
- Es importante al decidir cualquier cambio, basarse en el grupo objetivo.
- Al diseñar otras piezas gráficas se deben, seguir los lineamientos del Manual de Normas Gráficas, de lo que ya existe para guardar armonía.
- En el momento de reproducir cualquier pieza gráfica, se debe utilizar el medio de impresión adecuado, para no perder fidelidad, presentación y calidad, en las mismas.
- El posicionamiento de el rediseño de logotipo e imagen institucional, dependerá de que sea obligatorio el Manual de Normas Gráficas y no usar cosas no permitidas.



## COTIZACIÓN

Guatemala 10 de enero de 2007.

Señora:  
Silvia Palma  
Impresión de:

-Hojas membretadas a full color tiro, tamaño carta en papel bond 80:

3,000 Hojas	Q. 1,200.00
5,000 hojas	Q. 1,600.00

-Hojas de memorandums, en tamaño media carta, full color en papel bond de 80 gramos, en block de 100 unidades.

5,000 Memorandums Q. 1,500.00

-Tarjetas de presentación de 3.5 x 2 pulgadas, en papel lino blanco, a full color:

5,000 tarjetas Q. 1,600.00

Observaciones:  
Cliente proporciona artes o muestras impresas.  
Tiempo de entrega 6 días hábiles.  
Forma de pago: Tramite de cheque 8 días.

A la espera de poder servirles, me suscribo ante ustedes.  
Atentamente,

MAYNOR A. DE LEON C. Autorizado \_\_\_\_\_  
Asesor de Ventas Cipsa  
Cel. 5243 3589  
mdeleoncipsa@yahoo.com



Centro Comercial Granai & Townson  
6a. Ave. 28-71 zona 11  
PBX: 2476-3544 – Fax: 2476-0837

**COTIZACIÓN**

Cliente: Facultad de Ingeniería -USAC-  
Contacto: **Silvia Palma**  
Teléfono: 2442-3508 / 5300-8327  
Fax:  
E-mail: difusion@ing.usac.edu.gt

Cotización No.: **A-8734**  
Página: 1/1  
Fecha: 03 de Mayo de 2007  
Vendedor: **América Ispache**  
[america.ispache@edicionesuperiores.com](mailto:america.ispache@edicionesuperiores.com)

Nos es grato presentarle la siguiente cotización:

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
3,000	<b>Hojas Membretadas</b> , tamaño carta, impresas a full color tiro en papel bond 80 gramos blanco. Cliente proporciona arte final en CD en freehand 11 o menor para Mac o PC.	0.48	1,440.00
2,000	<b>Sobres Membretados</b> , tamaño oficio cerrado, impresos a full color tiro en papel bond 90 gramos blanco, troquelados y pegados. Cliente proporciona arte final en CD en freehand 11 o menor para Mac o PC.	0.98	1,960.00
5,000	<b>Tarjetas de Presentación</b> , tamaño 2 x 3.5 pulg., impresas a full color tiro en Cartulina Lino blanco. Cliente proporciona arte final en CD en freehand 11 o menor para Mac o PC.	0.372	1,860.00
100	<b>Blocks de Memorandums</b> de 50 hojas c/u, tamaño ½ carta, impresos a full color tiro en papel bond 80 gramos blanco. Cliente proporciona arte final en CD en freehand 11 o menor para Mac o PC.	14.02	1,402.00

Los precios anteriores incluyen IVA

Tiempo de entrega: **8 días hábiles**  
Forma de pago: **50% de anticipo y 50% contra entrega**  
Sostenimiento de oferta: **10 días**

**Original firmado por América Ispache**

\_\_\_\_\_  
Por Ediciones Superiores

\_\_\_\_\_  
Aceptado Cliente



• 12 Avenida 0-36, Zona 11  
• Tels.: (502) 2471-0168, 2472-2614  
• Fax: (502) 2472-1853  
• Guatemala, Guatemala, C. A.

**COTIZACIÓN**

Guatemala, **02/05** / **07**

Señores:  
**FACULTAD DE INGENIERÍA USAC**  
Tel./Fax:

Atención:  
**SILVIA PALMA**

Estimados Señores; según su requerimiento le cotizamos de la siguiente manera:

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNIT.	VALOR
3000	HOJAS MEMBRETADAS 8.5 X 11 IMPRESAS A FULL COLOR SOBRE PAPEL BOND 80 GRAMOS		Q. 1,750.00
2000	SOBRES MEMBRETADOS, TAMAÑO OFICIO IMPRESOS A FULL COLOR, SOBRE PAPEL BOND 80 GRAMOS, TROQUELADOS Y PEGADOS		Q. 1,740.00
5000	TARJETAS DE PRESENTACION, IMPRESAS A A FULL COLOR, SOLO TIRO, SOBRE CARTULINA LINO		Q. 1,775.00
5000	HOJAS PARA MEMORANDOS, TAMAÑO 8.50 X 5.50, A FULL COLOR SOLO TIRO, SOBRE PAPEL BOND 80 GRAMOS BLOCADOS.		Q. 1,550.00
EL CLIENTE PROPORCIONA ARCHIVO DIGITAL			

Los precios anteriores incluyen el IVA.

**VALOR TOTAL**

Firma de Aprobación

Atentamente:

**ALARICK CELADA celular 5510-6919**





Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## BIBLIOGRAFÍA



Costa, Joan  
Imagen Global  
Barcelona España.  
Grupo Editorial CEAC. S.A.  
3a. edición abril 1994  
262 págs.

Costa, Joan  
La imagen de marca, un fenómeno social  
Editorial Paidós Diseño 02  
Barcelona España 2004  
200 págs.

Costa, Joan  
Identidad corporativa  
México DF.  
Editorial Trillas S.A. de C.V.  
2da. edición 2000  
124 págs.

Fradera, Pere  
Diseño y color  
Editorial Blume  
Barcelona España 1994  
2da. edición 2000  
144 págs.

Gordon, Maggie; Dodd, Eugenie  
Tipografía decorativa  
Editorial Gustavo Gilli  
Barcelona España 1994  
144 págs.

Herrera Navas, Wendy  
Identidad e imagen corporativa del grupo  
artesanal madera decorativa de Ciudad Vieja,  
Sacatepéquez.  
Guatemala, USAC  
Programa de diseño gráfico, tesis de graduación  
108 págs.

Hurtado, Elena; Fisher, Magda  
Técnicas para validar materiales educativos  
Publicación del INCAF, Hospital Roosevelt,  
Guatemala,  
INCAP  
Agosto 1986  
20 págs.

Murphy John, Rowe Michael  
Cómo diseñar marcas y logotipos  
Editorial Gustavo Gilli  
Barcelona España 1991  
112 págs.

Parramón, José M.  
Cómo dibujar letras y logotipos  
Parramón ediciones  
Barcelona España, 1991  
112 págs.

Valle, Otto; Tobar, Margarita  
Documento para validación  
Programa de diseño gráfico. USAC  
Seminario de Graduación  
8 págs.

Silver, Lisa  
Diseño de logotipos. Pasos para conseguir el mejor  
diseño  
Editorial Gustavo Gilli S.A. de CVçMéxico 2001  
144 págs.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

# GLOSARIO



### *EQUILIBRIO:*

Es la armonía que se puede establecer entre los diversos elementos de una composición. Para ello cada una de las partes de dicha composición debe ubicarse de tal forma que la totalidad de su estructura sea agradable y equilibrada.

### *INTERLINEADO:*

Espacio vertical entre líneas de tipografía medido en puntos.

### *ILUSTRACIÓN:*

Foto, dibujo o cuadro que expresa gráficamente un mensaje o que actúa como interés principal para conducir la atención hacia el texto; por ella puede ser expresada directa o indirectamente la idea de un anuncio.

### *LITOGRAFÍA:*

Medio de impresión para reproducción económica y de gran tiraje.

### *LÍNEA:*

Se define como la sucesión infinita de puntos en el espacio. Las líneas pueden aportar dinamismo y prolongarse en todas las direcciones para construir un elemento básico de construcción. Regla de transformación efectiva sobre dichos elementos, no parece observarse cambio alguno.

### *PANTONE:*

Guía de tonos de color formados por mezclas codificadas por números, letras y nombres.

### *SIMETRÍA:*

Es la propiedad de determinados cuerpos, funciones matemáticas y otros elementos en donde aplicando una regla de transformación efectiva sobre dichos elementos, no parece observarse cambio alguno.



Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

ANEXOS





Edad: \_\_\_\_\_ Género: \_\_\_\_\_

**OBJETIVO:** las preguntas que a continuación se presentan, pretenden conocer lo que usted opina sobre la imagen institucional, diseñada para el CIFA, esta información servirá para realizar un estudio de tesis en el campo del diseño gráfico. Toda la información que nos proporcione es anónima y confidencial.

**INSTRUCCIONES:** a continuación se presentan una serie de preguntas, marque con una **X** la respuesta que considere correcta.

### **TIPOGRAFÍA:**

- |   |    |    |
|---|----|----|
| 1. La tipografía utilizada permite legibilidad en el logotipo?    | SI | No |
| 2. Tienen las palabras del nombre del CIFA, la separación óptima? | SI | No |
| 3. Existe recorrido visual en las piezas de diseño?               | SI | No |

### **ICONO:**

- |   |    |    |
|---|----|----|
| 4. Existe balance en el logotipo?   | SI | No |
| 5. La tipografía utilizada permite legibilidad en las piezas de diseño?   | SI | No |
| 6. Le es agradable la distribución de los elementos, dentro del espacio utilizado en el Manual de Normas Gráficas del CIFA? | SI | No |
| 7. Le gusta el nuevo logotipo?  | SI | No |
| 8. Existen elementos que distraigan al observador en las piezas de diseño   | SI | No |
| 9. Existen elementos innecesarios en el logotipo?   | SI | No |

### **COLOR:**

- |   |    |    |
|---|----|----|
| 10. Le gusta la nueva imagen del CIFA?  | SI | No |
| 11. El nuevo logotipo se parece al utilizado anteriormente por el CIFA?                               | SI | No |
| 12. Los colores utilizados en el Manual de Normas Gráficas y la Papelería llaman la atención?         | SI | No |
| 13. Lograron las piezas gráficas captar su atención?  | SI | No |
| 14. Considera que el logotipo cumple con el propósito de dar a conocer la institución a los usuarios? | SI | No |
| 15. Existe armonía y unidad en las piezas gráficas?   | SI | No |
| 16. Las piezas de diseño, le resultaron fácil de manipular?   | SI | No |
| 17. Existe jerarquía visual entre el logotipo y el eslogan dentro de las piezas gráficas?             | SI | No |

**“ Id y enseñad a todos ”**





Centro de Investigaciones de la  
Facultad de Arquitectura, USAC

## REDISEÑO DE LOGOTIPO E IMAGEN INSTITUCIONAL CIFA / USAC



Arquitecto  
Carlos Enrique Valladares  
Decano



Licenciada  
Wendy Paola Herrera Navas  
Asesora Gráfica

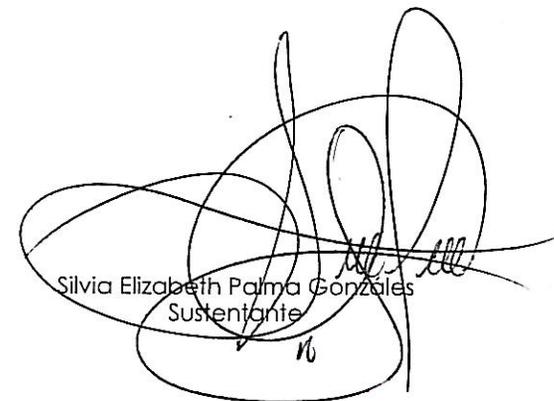
IMPRÍMASE



Licenciado  
Gustavo Adolfo Ortiz Perdomo  
Asesor Metodológico



Licenciado  
Stuardo Samayoa  
Consultor Especialista



Silvia Elizabeth Palma Gonzales  
Sustentante

