



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

ARQUITECTURA
Diseño Gráfico

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO



**RENOVACIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA
PARA LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**



PROYECTO DE GRADUACIÓN PREVIO A OPTAR EL TÍTULO DE
TÉCNICO EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADO POR
BRENDA ANABELA ESTEBAN SOSA
BACILIA JEANNETTE DÍAZ CELIS

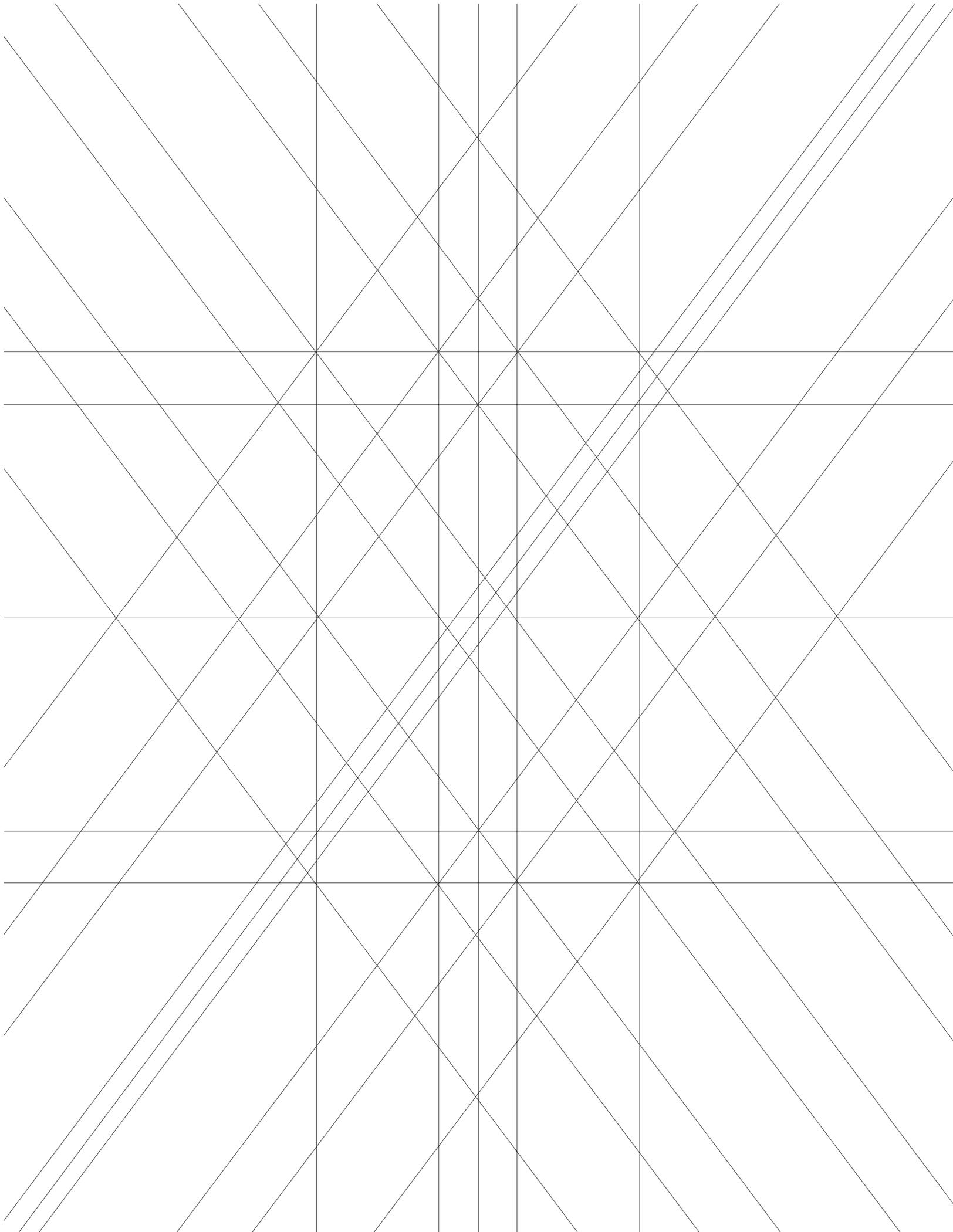
GUATEMALA, FEBRERO 2,014

➤ NÓMINA DE JUNTA DIRECTIVA

Decano	Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Vocal I	Arq. Gloria Ruth Lara de Corea
Vocal II	Arq. Edgar Armando López Pazos
Vocal III	Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras
Vocal IV	Br. Carlos Alberto Mendoza Rodríguez
Vocal V	Br. José Antonio Valdés Mazariegos
Secretario	Arq. Alejandro Muñoz Calderón

➤ TRIBUNAL EXAMINADOR

- Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
- Lic. César Jonatan Padilla García
- Lic. José Francisco Chang Meneses
- Lic. Erick Tomás Galindo Álvarez
- Arq. Alejandro Muñoz Calderón



AGRADECIMIENTOS

A *DIOS*, por darnos la fuerza y acompañarnos para lograr nuestros objetivos trazados.

A *NUESTRA FAMILIA*, que ha sido una fuente de inspiración para ser mejores cada día.

A *NUESTROS AMIGOS*, por brindarnos siempre una mano y acompañarnos en cada proceso de nuestras vidas.

A *NUESTROS CATEDRÁTICOS*, que sin egoísmo alguno compartieron cada uno de sus conocimientos y experiencias brindándonos su tiempo y enseñanzas.

A *NUESTROS ASESORES*, por compartir su fuente de conocimiento, dedicación y por su tiempo para llevar a cabo este proyecto.

A *LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO*, por brindarnos su apoyo y confianza para realizar este tipo de proyectos.

A *LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS*, por albergarnos desde el primer día y prepararnos para crecer y ser mujeres profesionales.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

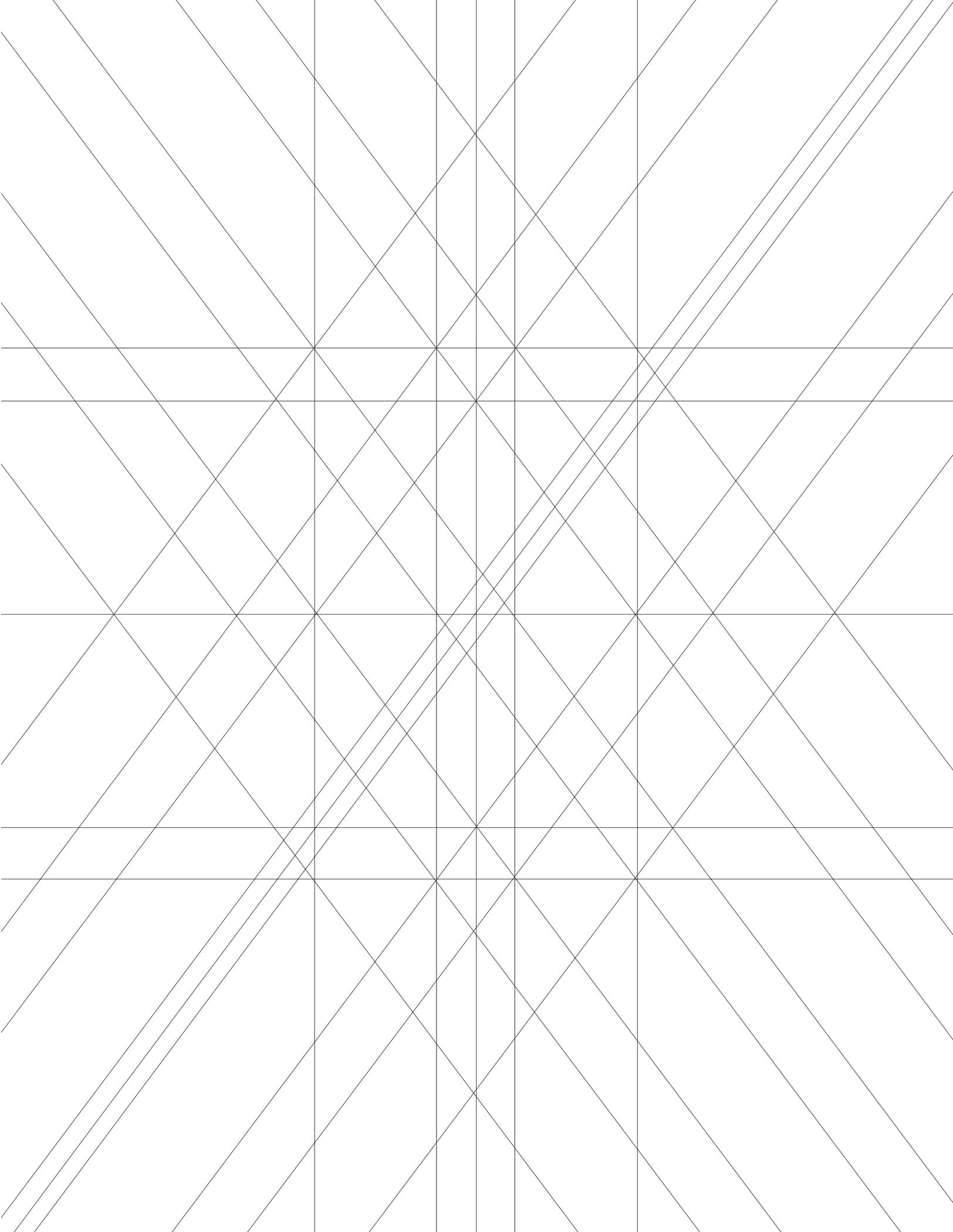
1. Introducción	8
2. Marco Metodológico	
2.1 Antecedentes	9
2.2 Planteamiento del Problema	9
2.3 Delimitación del Problema	10
2.4 Objetivos	10
2.5 Justificación	10-11
2.6 Metodología	11-12
3. Marco Teórico	
3.1 Universidad de San Carlos de Guatemala	13
3.1.1 Perfil Histórico	13-14
3.1.2 Misión	14
3.1.3 Visión	14
3.1.4 Escudo Universitario	14-15
3.2 Escuela de Diseño Gráfico	15
3.2.1 Perfil Histórico	16
3.2.2 Perfil Académico	16
3.2.3 Objetivo	17
3.2.4 Misión	17
3.2.5 Visión	17
3.2.6 Ciclo de Estudios	17
3.2.7 Perfil del Egresado de Técnico en Diseño Gráfico	18
3.2.8 Perfil del Egresado de Licenciado en Diseño Gráfico	18
3.3 Logotipo Actual de la Escuela de Diseño Gráfico	19-20
3.4 Los Estudiantes	20
3.4.1 Perfil Demográfico	20
3.4.2 Perfil Psicográfico	20-21
3.5 Identidad	21
3.5.1 Identificación del Hombre	21-22
3.5.2 Identidad Gráfica	22-23
3.5.2.1 Cualidades	23
3.5.2.2 ¿Cómo Crearla?	23-24
3.6 Logotipo	24
3.6.1 Clasificación	24-25
3.6.2 Anatomía	25
3.6.3 Reglas para su creación	25-27

ÍNDICE DE CONTENIDOS

4. Propuesta Gráfica	
4.1 Perfil del Grupo Objetivo	28
4.2 Justificación	28-29
4.3 Método de Diseño	29
4.3.1 Etapa Racional	29
4.3.2 Etapa Creativa	29-30
4.3.3 Etapa Constructiva	30
4.3.4 Etapa Evaluativa	30-31
4.4 Conceptos Creativos	31
4.5 Niveles de Visualización	32-50
4.6 Manual de Normas Gráficas	51-80
5. Validación	
5.1 Instrumento	81
5.2 Resultados e Interpretación	82-92
Discusión	93
Conclusiones	94
Recomendaciones	95
Referencias	
Libros	96
Publicaciones Periódicas	96
Internet	96-97
Anexos	98-99

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica No. 1 ¿Le parece que se refleja la identidad gráfica de la Escuela de Diseño Gráfico con la propuesta de logotipo?.....	83
Gráfica No. 2 ¿Se siente atraído con la propuesta de logotipo para la Escuela de Diseño Gráfico?.....	84
Gráfica No. 3 ¿Según su criterio aprobaría esta propuesta de logotipo para la Escuela de Diseño Gráfico?.....	85
Gráfica No. 4 ¿Se identifica como diseñador con esta propuesta de logotipo para la Escuela de Diseño Gráfico?.....	86
Gráfica No. 5 ¿Cómo califica usted la tipografía utilizada en el Logotipo de la Escuela de Diseño Gráfico?	87
Gráfica No. 6 ¿Cree usted que el color utilizado en la propuesta de logotipo es acorde a la imagen de la Escuela de Diseño Gráfico?.....	88
Gráfica No. 7 ¿Cree que la parte gráfica esta proporcionada de acuerdo a la tipografía en el logotipo?.....	89
Gráfica No. 8 ¿Cree usted que el logotipo tiene unidad visual?.....	90
Gráfica No. 9 ¿Cuáles son los adjetivos que describen mejor la propuesta de logotipo de la Escuela de Diseño Gráfico?.....	91
Gráfica No. 10 Porcentaje de aceptación del Proyecto en general	92



INTRODUCCIÓN

La identidad gráfica de una institución o empresa es la tarjeta de presentación ante el mundo, es lo que se recuerda debido a que influye a las personas para que se sientan identificados con el mismo, por lo mismo es primordial disponer de ella.

El presente proyecto tiene como finalidad crear la identificación de los estudiantes de Diseño Gráfico con la imagen de la Escuela, a través de la renovación la identidad gráfica ya que la propuesta actual es de hace varios años y hasta la actualidad no se ha cambiado.

En este contexto cabe destacar que los estudiantes son personas que luchan por sus sueños, el sueño de ser profesionales y sentirse orgullosos de los logros alcanzados lo cual sería mucho más evidente si los estudiantes se sintieran identificados con la imagen de su Escuela, porque habría una diferenciación de las demás Facultades y Escuelas dentro de la Universidad.

Se busca determinar las causas del porque los estudiantes no se sienten identificados con la actual identidad gráfica de la Escuela de Diseño Gráfico, para luego desarrollar la renovación creando una propuesta diferente, funcional y moderna.

La creación de la renovación de la identidad gráfica, estará basada en un concepto creativo, el cual será elegido por los actuales estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico a través de una comunicación directa del diseñador con el grupo objetivo.

MARCO METODOLÓGICO

2.1 Antecedentes

La creación de la carrera tecnológica se propuso inicialmente en el “Proyecto de reestructuración” realizado el año 1972; al establecerse un alto porcentaje de deserción estudiantil.

Nuevamente en el año 1975 se recomendó dentro del “Plan de Desarrollo Universitario” la creación de las carreras técnicas cortas. Y por tercera vez en el año 1984, durante el II congreso de evaluación de la Facultad de Arquitectura, se retomo la idea.

Y así un año después, a finales de 1985, se nombró una comisión para realizar un estudio, a través del cual se establecieron las bases necesarias para la creación y desarrollo de la carrera de Diseño Gráfico.

En 1986, dentro de los proyectos que ofrecía el Arquitecto Eduardo Aguirre Cantero como candidato a Decano de la Facultad de Arquitectura, estaba el de impulsar la creación de la carrera de Diseño Industrial, toda una novedad para la oferta académica de esos años. Los Arquitectos Efraín Amaya y Salvador Gálvez, muy cercanos al Arquitecto Aguirre Cantero, le propusieron que en lugar de impulsar Diseño Industrial, que en su lugar ofreciera Diseño Gráfico, carrera que consideraban con mayores expectativas de crecimiento en el medio guatemalteco.

Se presentó finalmente una propuesta de creación del Programa de Técnico Universitario en Diseño Gráfico, que adecua a la realidad guatemalteca. Esta propuesta fue aprobada en el mes de Noviembre del 1896 por el Consejo Superior Universitario.

Sin embargo no es una Escuela conocida por la mayoría dentro de la Universidad, debido a la falta de identidad gráfica que tiene, por lo cual se ha expresado la necesidad de profundizar en este tema proponiendo la renovación de la identidad gráfica, para darle una imagen propia que ayude a identificar a los estudiantes con la Escuela y de esta manera más estudiantes puedan conocerla.

2.2 Planteamiento del Problema

¿Será que la renovación de la identidad gráfica de la Escuela de Diseño Grafico ayudaría a los actuales estudiantes a identificarse con la Escuela?

2.3 Delimitación del Problema

Estudio sobre la identificación de los estudiantes con la identidad gráfica de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, dicho estudio se llevará a cabo durante el periodo comprendido de julio a noviembre de 2011.

2.4 Objetivos

OBJETIVO GENERAL

1. Modificar la identidad gráfica de la Escuela de Diseño Gráfico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar estudios de campo que permitan obtener información sobre la falta de identificación de los estudiantes con su Escuela.
2. Crear una solución gráfica que sea diferente y funcional, para atraer al grupo objetivo.

ESTRATEGIAS

1. Crear encuestas para saber qué le gustaría a los estudiantes que transmitiera la identidad gráfica de la Escuela.
2. Desarrollar un estudio bibliográfico / electrónico.
3. Generar una comunicación directa en donde podamos preguntar y confirmar si el logotipo es funcional y así saber que reacciones tuvieron.

2.5 Justificación

FACTIBILIDAD: El desarrollo del presente proyecto sí es factible, ya que por lo general a los estudiantes de Diseño Gráfico les gusta sentirse identificados con lo que hacen, por lo cual se busca la identificación de los estudiantes con la imagen de la Escuela, a través de la renovación de la identidad gráfica, lo cual es funcional sin tener la necesidad de que existan recursos económicos altos y se logra disminuir el problema de falta de identificación de su Escuela dentro de la Universidad.

MAGNITUD: Cada año ingresan miles de estudiantes a la Universidad de San Carlos de Guatemala de los cuales un porcentaje ingresan a la Escuela de Diseño Gráfico, los estudiantes tienen muy marcados sus intereses y destrezas y por lo tanto será más de un 95% de la cantidad de los estudiantes de diseño gráfico que se sentirán identificados con la renovación de la identidad gráfica de la Escuela de Diseño Gráfico.

TRASCENDENCIA: El impacto que tendrá el proyecto de manera positiva hará que cada uno de los estudiantes se sienta plenamente identificado dentro de la Universidad y de la sociedad, lo cual implicaría mayor demanda en el ingreso y egreso de estudiantes a la Escuela de Diseño Gráfico y se generaría el conocimiento de lo que hace un diseñador gráfico para que sea tomado en cuenta en el desarrollo de proyectos importantes.

A grandes rasgos podría generar un cambio en cuanto a la contaminación visual, debido a que quienes estarían a cargo de la comunicación visual serían únicamente Diseñadores Gráficos Profesionales y consientes de lo que puede llegar a hacer tanta publicidad inservible en alguna ubicación en el país, los cuales ya reconocería la mayoría de población y los tomarían más en cuenta para realizar su publicidad de la mejor manera.

VULNERABILIDAD: Uno de los principales factores por los cuales la investigación estuviera en peligro de poder realizarse, sería el poco interés de los estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico asimismo, se debe solucionar este problema con la intervención de una propuesta diferente y funcional creada por los diseñadores y aceptada por los estudiantes y de esta manera lograr que se sientan identificados con la nueva imagen gráfica para la Escuela.

2.6 Metodología

Los instrumentos de recolección de información que se utilizarán serán los siguientes:

OBSERVACIÓN DE CAMPO: Se apoyará en la observación de las actitudes de los estudiantes en su entorno habitual ya que es a menudo, la mejor forma de determinar sus gustos y hobbies. Es preferible ver cómo se comportan los estudiantes en el mundo real y no en las redes sociales.

Hay que utilizar el tiempo con inteligencia. Por lo general se dispondrán de unas pocas horas en el lugar, por lo que se tendrá que captar la mayor cantidad de información posible mientras estamos allí. Una parte de la observación de campo consistirá en entrevistar a los estudiantes.

INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA: Se utilizará desarrollando una investigación científica en donde se explorará lo que se ha escrito respecto a los temas o problemas que se interesa investigar. Teniendo esto se sabrá ¿Qué hay que consultar, y cómo hacerlo?

Se desarrollará a través de cinco etapas:

Primero, Se definirán las cuestiones generales como el tema, el problema, el marco teórico que utilizaremos, etc.

Segundo, Se procederá a desarrollar una investigación bibliográfica, básicamente para saber lo que se ha escrito sobre el desarrollo de logotipos.

Tercero, Se trazará el proyecto.

Cuarto, Se ejecutará lo proyectado.

Quinto, Se expondrán los resultados por escrito.

En este trabajo se desarrollará la segunda etapa: la investigación bibliográfica. Esta indagación permitirá, entre otras cosas, apoyar la investigación que se realizará y evitar emprender investigaciones ya realizadas.

INVESTIGACIÓN ELECTRÓNICA: En primer lugar se leerá la información. Luego se hará un resumen eliminando los ejemplos que son innecesarios y se explicará con palabras propias.

Se eliminarán las citas textuales que sean innecesarias. Se tratará de no sacar la información de los buscadores, no a la primera, sino tratar de ir más lejos porque todos eligen los primeros sitios. Se justificará todo el texto y se corregirán los errores.

ENCUESTA: Se realizará el estudio observacional en el cual no se modificará el entorno ni se controlará el proceso que está en observación. Los datos se obtendrán a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa en estudio, con el fin de conocer sus estados de opinión y características. Se seleccionarán las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

3.1 Universidad de San Carlos de Guatemala

Acrónimo USAC

Lema «Id y enseñad a todos»

Tipo Autónoma

Fundación 31 de enero de 1676 (335 años)

Fundador Obispo Francisco Marroquín

Localización Dirección Campus Central: Zona 12. Ciudad de Guatemala; Guatemala

Otras sedes Presencia en 19 de los 22 departamentos de Guatemala.

3.1.1 Perfil Histórico

La tricentenaria Universidad de San Carlos fue fundada en 1676 por Real Cédula emitida por Carlos II, abrió sus aulas en 1681 y, luego, recibió el título de pontificia. Desde entonces no ha cesado de cumplir con la finalidad de formar profesionales, primero con el énfasis en la filosofía escolástica y, después de la participación del franciscano Antonio Liendo y Goicoechea a finales del siglo XVIII, con la introducción de la ciencia y tecnología de su época.

Su fundación se debió al legado del obispo Francisco Marroquín y por el aporte económico de Pedro Crespo Suárez, Sancho de Barahona e Isabel de Loaiza. En sus inicios proporcionó formación en teología, cánones, leyes, medicina y lenguas nativas (el primero de los idiomas incluidos fue el kaqchikel). Las reformas de Liendo abrieron las puertas a la física experimental, matemática y cirugía, anatomía, química, entre otras. Desde el traslado de la Universidad a la Nueva Guatemala de la Asunción hasta llegar Guatemala a la independencia de España, los universitarios acrisolaron los valores de libertad, soberanía y civilidad (...).

Entre 1918 y 1920, el único centro de estudios superiores recibió el nombre de Universidad Nacional Estrada Cabrera, con las facultades de Derecho, Notariado y Ciencias Políticas y Sociales; de Medicina y Cirugía, Matemáticas; Ciencias Naturales y Farmacia; Filosofía, Literatura y Ciencias Especulativas, y Agronomía.

Durante el año que duró el gobierno de Manuel María Herrera que sustituyó a la dictadura de Estrada Cabrera, se dio autonomía a las facultades por el Decreto de la Asamblea Nacional Legislativa del 4 de mayo de 1920 y se suprimió el nombre de Estrada Cabrera. Se nombró Rector de la Universidad Nacional al Jurista Salvador Falla, quién fundó la Revista Universitaria, para divulgar el saber científico, además pidió que: Según Ávila, (1920) “se inculcara el amor a la verdad, que en la institución se formara a verdaderos ciudadanos y se desarrollara la Extensión Universitaria,



impartiéndose pláticas dirigidas a los agricultores, obreros, maestros, a las mujeres y a los niños”. (p. 70)

Se formó la llamada “Generación de 1920”, así se restablecieron la “Asociación del Derecho” y la “Juventud Médica” desarrollando actividades científicas y culturales que contribuían a las actividades académicas de la Universidad. Se fundó la Asociación de Estudiantes Universitarios (AEU) el 22 de mayo de 1920 (...).

La Universidad contemporánea autónoma y singular, tuvo su origen en la Revolución de Octubre de 1944, que le otorgó la misión institucional de dirigir la educación superior del país, difundir la ciencia, técnica y la cultura a todos los guatemaltecos y conceder los títulos profesionales de las diferentes disciplinas académicas impartidas en sus aulas.

3.1.2 Misión

En su carácter de única Universidad Estatal le corresponde con exclusividad dirigir, organizar y desarrollar la educación superior del estado y la educación estatal, así como la difusión de la cultura en todas sus manifestaciones. Promoverá por todos los medios a su alcance la investigación en todas las esferas del saber humano y cooperará al estudio y solución de los problemas nacionales.

3.1.3 Visión

La Universidad de San Carlos de Guatemala es la institución de educación superior estatal, autónoma, con una cultura democrática, con enfoque intercultural, vinculada y comprometida con el desarrollo científico, social y humanista, con una gestión actualizada, dinámica y efectiva y con recursos óptimamente utilizados para alcanzar sus fines y objetivos, formadora de profesionales con principios éticos y excelencia académica.

3.1.4 Escudo Universitario

El Escudo consta de dos círculos concéntricos, en medio de los cuales se lee “Carolina Academia Coactemalensis Inter Caeteras Orbis Conspicua”, cuya traducción sería: Universidad de Guatemala Grande entre las del Mundo”.

Dentro del círculo central podemos ver:

La tiara y las llaves del pontificado: correspondiente a la categoría Internacional que le fuera otorgada por el Papa Inocencio XI el 18 de junio de 1687, es decir, once años después de fundación (Pontificia Universidad del Reyno de Guatemala).

La efigie de San Carlos de borromeo: patrono del Reyno de España don Carlos II.

Dos torres y dos leones: que corresponde al escudo de armas del Rey de España y que vendrían a representar a los Reinos de Castilla y León.

Una columna del lado izquierdo con la leyenda plus, y otra del lado derecho con la leyenda ultra: las cuales significan el alto nivel académico de la Universidad.

En la parte inferior, podemos observar al Apóstol Santiago, pues la que es hoy Antigua Guatemala, recibía el nombre de “La muy noble y leal Ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala”.

Los tres volcanes; agua, fuego y acatenango.



3.2 Escuela de Diseño Gráfico

Localización dentro del Campus Central de la zona 12: Edificio T-2, Guatemala; Guatemala. Tel. 24189010

3.2.1 Perfil Histórico

La creación de la carrera tecnológica se propuso inicialmente en el “Proyecto de reestructuración” realizado el año 1972; al establecerse un alto porcentaje de deserción estudiantil.

Nuevamente en el año 1975 se recomendó dentro del “Plan de Desarrollo Universitario” la creación de las carreras técnicas cortas. Y por tercera vez en el año 1984, durante el II congreso de evaluación de la Facultad de Arquitectura, se retomó la idea.

Y así un año después, a finales de 1985, se nombró una comisión para realizar un estudio, a través del cual se establecieron las bases necesarias para la creación y desarrollo de la carrera de Diseño Gráfico.

Se presentó finalmente una propuesta de creación del Programa de Técnico Universitario en Diseño Gráfico, que adecua a la realidad guatemalteca. Esta propuesta fue aprobada en el mes de Noviembre del 1986 por el Consejo Superior Universitario.

En 1986, dentro de los proyectos que ofrecía el Arquitecto Eduardo Aguirre Cantero como candidato a Decano de la Facultad de Arquitectura, estaba el de impulsar la creación de la carrera de Diseño Industrial, toda una novedad para la oferta académica de esos años. Los Arquitectos Efraín Amaya y Salvador Gálvez, muy cercanos al Arquitecto Aguirre Cantero, le propusieron que en lugar de impulsar Diseño Industrial, que en su lugar ofreciera Diseño Gráfico, carrera que consideraban con mayores expectativas de crecimiento en el medio guatemalteco.

3.2.2 Perfil Académico

El programa de Licenciatura en Diseño Gráfico, tiene como objetivo el de formar profesionales adaptados a la globalización, tecnología y modernización de las estructuras económicas, defensores de los valores culturales de la Nación.

El programa debe mantener un nivel de excelencia que permita que sus egresados posean conocimientos conceptuales y técnicos actualizados en el ámbito de su especialidad, desarrollando competencias laborales acordes a la práctica real.

Capaces de producir comunicación gráfica con impacto para los medios de comunicación masiva, la publicidad y las empresas que demandan sus servicios y a la vez ser agentes de cambio comprometidos en la contribución de la solución de las necesidades de los sectores marginados, desarrollando campañas de interés social.

3.2.3 Objetivo

Dotar al estudiante de una sólida formación técnica con capacidad para dar respuestas de diseño gráfico y visual a las necesidades del orden de la comunicación de masas, propias de las características y condiciones del país.

3.2.4 Misión

Formar Diseñadores Gráficos capaces de producir comunicación gráfica con impacto para los medios de comunicación, la publicidad y las empresas que demandarán sus servicios, a la vez, ser agentes de cambios comprometidos con la contribución de la solución de las necesidades de los sectores marginados, desarrollando campañas de interés social. Producir conocimiento para aportar a la solución de los problemas sociales y la comunicación social del país.

3.2.5 Visión

Ser en Guatemala una institución de educación superior cuya función es ser el ente rector en la formación profesional, así como de la producción y difusión del conocimiento en Diseño Gráfico. Todo ello para contribuir al desarrollo sostenible del país, preservando y protegiendo los recursos culturales y naturales.

3.2.6 Ciclo de Estudios

Los estudios de la carrera de Diseño Gráfico están conformados por dos áreas y se estructuran en seis semestres académicos, incluyendo la práctica técnica y el proyecto de graduación de técnico (3 años). La Licenciatura tiene tres enfoques y se estructura en cuatro semestres a partir del nivel técnico, incluye en el último año el proyecto de graduación y el ejercicio profesional supervisado (5 años).

3.2.7 Perfil del Egresado de Técnico en Diseño Gráfico

Desempeñarse como codificador dentro de un proceso de comunicación visual.
Utilizar equipos, dispositivos, tecnologías y medios de información.
Aplicar conocimientos de disciplinas sociales, humanísticas y conocimientos técnicos.
Utilizar el lenguaje oral y escrito y su combinación con imágenes.
Asesora y participa en todo el proceso de producción de originales.

3.2.8 Perfil del Egresado de Licenciado en Diseño Gráfico

Será un profesional capaz de dar respuestas creativas e innovadoras en su campo profesional, su mentalidad será positiva, crítica emprendedora y autosugestionable.

Conocedor y dominador de las tecnologías aplicadas al diseño gráfico, interactuará beneficiosamente para su empresa, ente o para la persona como profesional individual en sus diversos campos, inclusive el docente, de forma consecuente, ética, innovadora y aplicando las técnicas y artes que le sean propios.

Estará apto para la licenciatura de diseño gráfico y tendrá calidad de respuestas en:

Identificar, analizar y solucionar proyectos visuales.
Conceptualización gráfica.
Interrelación con otras disciplinas para desarrollar proyectos.
Desarrollar al máximo su creatividad.
Competir ética y profesionalmente.
Emplear la tecnología con acierto y propiedad.
Administrar proyectos visuales.
Ser emprendedor.
Manejar valores éticos.
Mostrar atención al cliente.
Poseer cualidades de autoestudio.
Investigación como cultura y herramienta de trabajo.
Ser autocrítico.
Adquirir como forma de trabajo: la mejora continua.



3.3 Logotipo Actual de la Escuela de Diseño Gráfico

En el año 2004, se diseña el logotipo para la Escuela de Diseño Gráfico. El grafismo presenta tres aspectos fundamentales, que son los siguientes:

La mano como técnica

El ojo como símbolo de visualización creativa

El ser humano como parte integral del diseño



La tipografía para el nombre “diseño gráfico” es *Berlin Sans FB Demi*, se escribió en letras bajas por la comunicación escrita que se utilizaba.

diseño gráfico
U S A C

USAC en letras altas por ser una institución formal.

El logotipo fue diseñado y donado por Emperatriz Pérez, docente de la Escuela de Diseño Gráfico.



3.4 Los Estudiantes

3.4.1 Perfil Demográfico

Son jóvenes hombres y mujeres entre las edades de 18 a 25 años, que en su mayoría son solteros que pertenecen al grupo étnico de ladinos e indígenas de nivel socioeconómico medio bajo (C2). Habitan en la Ciudad de Guatemala y en sitios aledaños a la Ciudad.

3.4.2 Perfil Psicográfico

Son estudiantes que están comprometidos con su proceso de aprendizaje y trabajan por alcanzar sus metas, pasan tiempo navegando en Internet, menos tiempo en la televisión, escuchan la radio, no tiene un horario específico para comer, no comparten mucho con su familia, pasan la mayoría de tiempo en la universidad, duermen poco tiempo, son distraídos.

Suelen especular y divagar en un mundo que parece etéreo y muy distante, como una nebulosa donde parece que vive el diseño gráfico, pueden hacer fotomontajes con todo tipo de fotos, aman las zapatillas de colores y extraños, les gustan las camisetas con estampados raros y con chistes de diseñadores.

3.5 Identidad

El ser humano tiene cualidades incoherentes que sin comportarse como un conjunto de animales, lucha por rescatar su reputación como humano. (Sanz & González, 2005)

En 2005, Sanz & González estudiaron que la Identidad podría considerarse como el resultado de un fenómeno precepto-cognitivo que nos permite diferenciar las sensaciones o conjuntos de sensaciones que percibimos y englobarlas en unidades de significado y sentido. También podría decirse, de un modo sencillo que la identidad se manifiesta como el elemento o conjunto de elementos que hace que una cosa sea diferente a las demás.

Construir identidad consume energías hasta que al final que se convierten en un logro. Caer en la falsa identidad es fácil: asumir como propios planes ajenos, eludir el compromiso, cambiar de colores según la ocasión, diferir la resolución de la crisis produce parálisis por exceso de análisis.

La situación actual requiere que reinventemos nuestra identidad reinventando nuestras relaciones pensando, diciendo y haciendo para que los demás compartan este cambio. Se trata de un núcleo fijo y coherente que junto a la razón le permiten al ser humano interactuar con otros individuos presentes en el medio.

La identidad se comporta como algo relativo, como un núcleo plástico capaz de modificarse a lo largo de la vida y el desarrollo, lo que permitiría al ser humano tener la capacidad de comportante de formas diferentes según el contexto en el que deba actuar.

3.5.1 Identificidad del Hombre

La identidad personal surge de la identificidad propia del hombre y que ésta se haría posible, gracias a su capacidad de elaborar y de síntesis. Yo no me pienso sino que son las neuronas las que me piensan. En la etapa adolescente se debe crear un sentido estable de identidad como premisa de una formación coherente desde su ser.

Le Permite ser consciente de el mismo a través del tiempo y del espacio. Hoy me percibo aquí como el mismo ser que ayer estuvo allí.

El ser humano evoluciona hacia la singularidad a través un proceso que va marcando su identidad y formando su personalidad. Estudios realizados en torno a la personalidad de los individuos señalan que cada persona desarrolla una estructura mental diferente. En un desarrollo normal, esta estructura es percibida como constante y posibilita su identificación.

El ser humano evoluciona hacia la singularidad a través de un proceso que va marcando su identidad y formando su personalidad. (Sanz & González, 2005)

Según el pensamiento de John Locke (1987) “la identidad consiste en la imposibilidad de que una cosa pueda tener dos principios de existencia. Este principio abre una puerta a la diversidad. Por otra parte, según su criterio, la identidad personal surge del ser pensante que se percibe a sí mismo”. (p.119)

Ralph Linton (1983) “explica que intrínsecamente los miembros de nuestra especie parece que tiene un poder de diferenciación e individualización mayor que cualquier otra”. (p.30).

3.5.2 Identidad Gráfica

Término que define la unificación de una serie de comportamientos, que unidos a la imagen crean la propia identidad de una empresa o institución.

Compartimos los criterios de Sánchez & Pintado (2009) que al referirse a identidad gráfica dicen: Que la identidad gráfica es lo que una empresa o institución quiere comunicar a su grupo objetivo empezando por lo que es. Analizando lo que es identidad gráfica más a profundidad, podemos notar que es la “esencia” de una empresa.

Al igual que cuando se estudia a una persona, tiene una serie de características que lo hacen diferente, entonces sucede lo mismo con las empresas, porque tiene una serie de características y diferenciadores.

La identidad gráfica es el conjunto de los signos (colores, formas, palabras) que simbolizan la empresa. Es difundida por medio de diferentes medios de comunicación (ejemplo: tarjetas de presentación, periódicos, sitio Web). Sirve para diferenciarse de los competidores. La forma más conocida es el logotipo. La identidad visual ocupa ante todo una función publicitaria: representa la imagen de su empresa, sus servicios y eventualmente sus valores.

Disponer de una adecuada Identidad Gráfica es primordial para toda empresa, pues la imagen gráfica es lo que se recuerda y asocia con la empresa. Diferenciar la empresa del resto de la

competencia, transmitiendo una serie de valores que permanecerán en la mente del consumidor durante la vida de la empresa, no solo es consecuencia de una buena campaña de comunicación, sino que parte de la propia marca de la empresa. (Sánchez & Pintado, 2009).

3.5.2.1 Cualidades

Para tener un impacto, la identidad gráfica debe reunir un cierto número de cualidades. Se podría resumirlos en cuatro puntos:

SENCILLEZ Y CLARIDAD: la identidad gráfica debe ser identificable (y memorizable) en un segundo.

REPRESENTATIVIDAD: se remite de manera explícita a su sector de actividad.

COHERENCIA: la identidad gráfica será la misma sobre todos los medios de difusión utilizados.

DIFERENCIA: es única y debe permitir distinguir su empresa de otros competidores del mercado.

3.5.2.2 ¿Cómo crearla?

ELEGIR LOS BUENOS INTERLOCUTORES: Según la complejidad de sus necesidades (tamaño de la empresa, sector de actividad), usted podrá acudir a una agencia de publicidad o a consultoría de mercado. De hecho, deberá hacer un diagnóstico profundo (posicionamiento en el mercado, público objetivo de comunicación, etc.) antes de crear su identidad gráfica.

DEFINIR UNA PROBLEMÁTICA DE COMUNICACIÓN: Para crear una identidad gráfica o cambiarlo, es necesario observar el posicionamiento de su empresa en el mercado y de tener en cuenta las nuevas tendencias. En otros términos, la elección del logotipo debe coincidir con su proyecto de empresa. Por ejemplo, si usted desarrolla productos o servicios vinculados al desarrollo sostenible, usted tendrá interés en tomar en consideración este dato para la fase de creación.

ELEGIR UN PÚBLICO OBJETIVO: La identidad gráfica está destinada al público al cuál comunicará. Todos no serán receptivos al mismo tipo de logotipo, de colores, etc. Sin embargo, deberá definir su identidad gráfica seleccionando un público en particular. Por ejemplo, ciertos clientes (servicios a domicilio) serán más sensibles a las informaciones prácticas (contacto, eslogan) contenidos en la identidad gráfica. Se tratará de resaltar estos elementos.

ELEGIR UN BUEN MEDIO DE DIFUSIÓN: Su identidad gráfica puede ser difundida a través de muchos medios de comunicación: volantes, artículos de prensa, tarjeta de presentación, sitio Web, logotipo, paneles publicitarios, envases, escaparates, vehículos comerciales.

Para escoger el medio más pertinente, debe tomar en consideración los dos elementos precedentes: el público objetivo y la naturaleza de su proyecto de comunicación. El proceso de creación de la identidad gráfica será influido por el tipo de los medios seleccionados. Por ejemplo, si su actividad es sobre el comercio electrónico, debe respetar algunas reglas del diseño web.

3.6 Logotipo

Según de Ind. (1980) “La consecuencia de un sistema de diseño o una marca de logotipo solo construye una parte de los medios de comunicación de una empresa con el público”.

Es mucho más que un gráfico bonito. Es la representación de una empresa, su cara visible, contiene su esencia.

Su logotipo le acompañará durante muchos años, estará presente en cada contacto con un cliente, en cada visita, en cada noticia. Sus empleados y colaboradores se verán representados en él, y se identificarán con él. Los posibles socios, proveedores y clientes, buscarán referencias sobre su empresa, y lo primero que verán es el logotipo.

Según De Costa (2006) “advierde que para la creación de un logotipo es necesario que la fuente sea un diseño único y exclusivo que no estén al alcance de otras empresas; en segundo término, el logotipo debe presentar alguna de las formas logotipadas o enlazadas, (...) Así también, recomienda el uso de las diferentes técnicas gráficas que agreguen el interés visual en el logotipo”.

3.6.1 Clasificación

Hay una gran variedad de logotipos, y se pueden clasificar por muchos criterios. Esta es una clasificación informal pero útil.

TIPOGRÁFICO: Basado principalmente en texto, puede tener gráficos o símbolos asociados, pero el énfasis principal está en el texto. Utiliza modificaciones y adornos, puede estar adaptado para integrarse con un gráfico.



CALIGRÁFICO: A diferencia del logotipo Tipográfico, el Caligráfico proporciona una gran elegancia y una impresión de familiaridad de trato personal.

ILUSTRATIVO: El énfasis está en un gráfico que representa de manera bastante explícita algún aspecto de la actividad de la empresa.

SIMBÓLICO: Hay un gráfico con un significado claro relacionado con la empresa, pero no es tan explícito, sino que se ha hecho abstracción del concepto y se ha estilizado el gráfico.

ABSTRACTO: Hay un gráfico que no tiene un significado evidente, sino que sirve para sugerir sutilmente algún aspecto de la empresa: dinamismo, solidez, confianza.

La decisión de qué estilo utilizar no es completamente libre, cada uno es mejor en ciertos casos y peor en otros.

3.6.2 Anatomía

Un logotipo encierra un profundo significado, al que contribuyen todos los elementos que lo componen. Parece simple una vez terminado, pero realmente es el resultado de una serie de decisiones delicadas sobre aspectos como forma, color, tipografía, estilo, complejidad, distribución, o efectos. Cada elemento tiene su importancia y su significado, y guarda una relación con el resto.

3.6.3 Reglas para su creación

Afrontar el diseño de un logo no suele ser tarea fácil, incluso para diseñadores con experiencia. Hay muchas cosas para tener en cuenta y si bien, el proceso es realmente apasionante, suelen encontrarse con cuestiones prácticas que no siempre logran el resultado que se desea.

REGLA 1: El logo debe ser versátil, poder ser utilizado en varios tipos de medios debería ser una premisa primordial al comenzar a diseñar cualquier logo. Tener en cuenta que no solo va a mostrarse en un medio gráfico, sino que probablemente se aplique sobre corpóreos, en imágenes o sitios web.

En el pasado solo se diseñaba para aplicar sobre medios gráficos, y la calidad de los colores e incluso el estilo no eran tan importantes como lo son hoy en día. Por ello, si se diseña un logo

para aplicar sobre diferentes medios, se debe lograr cierta simpleza para lograr mayor versatilidad.

REGLA 2: El logo debe recordarse fácilmente, un buen logo es aquel que puede recordarse y asociarse fácilmente por aquellos quienes lo ven. Para ello es importante tener en cuenta no solo la forma sino los colores. Pueden recorrerse el artículo sobre el uso de los colores en diseño web, en caso de interesarles el tema más en profundidad, ya que son aplicables también a cualquier tipo de diseño.

En general, en esta cuestión debemos tener en cuenta para quién diseñamos, por ejemplo los altos contrastes generan mucha vibración y son extremadamente potentes, algo que jamás podríamos utilizar para un logo de ropa para niños.

En el caso de la forma hay que tener en cuenta que la complejidad de un logo no ayuda a la fijación, y sobre todo si no tiene nada que ver con lo que la marca debería representar.

REGLA 3: El logo debe responder a las preguntas ¿porqué? ¿quién? y ¿qué?, un logo no debe explicar lo que una empresa hace, pero si puede hacer que esté implícito aquello que se quiere que el cliente piense sobre el producto. Si deseas realizar un buen logo para cualquier cliente entonces deberás obtener respuestas a las siguientes preguntas:

¿Por qué necesita este logo?

¿Quién es el objetivo?

¿Cuál es el propósito?

Entender o saber esto es una parte importante del proceso de creación, ya que de esta forma evitaremos crear logos que no tengan nada que ver con el producto o cliente, o con la estética inherente.

REGLA 4: El logo debe perpetuarse, un logo realmente bien diseñado sobrevive los cambios en las tendencias año a año, puede sufrir cambios pequeños pero a grandes rasgos se mantendrán sin modificaciones.

Hay compañías que piensan que para estar a la moda deben cambiar su logo todos los años, pero esto es un error, ya que el cliente no suele asociar la marca e involucrarse si se utiliza durante un corto período. Es sencillo, el logo no debe cambiarse y de hacerlo debe implicar una renovación completa de la marca.

REGLA 5: El logo debe poder mostrarse en blanco y negro, a través de esta regla podremos asegurarnos que la simplicidad está siendo correctamente utilizada, el hecho de que un logo se vea e implique lo mismo en negativo asegura que el concepto sea el que realmente esté actuando y se materialice.

Algo para tener en cuenta, que por lo general los logos que se imponen en el mercado no cargan consigo sombras ni degradados. Y de hacerlo en la muestra principal, no lo harán en el plano

simplificado, que es la forma básica.

REGLA 6: El logo debe impresionar y seducir, el logotipo de una empresa es la primer respuesta a la pregunta: ¿Por qué yo soy mejor que el resto?. El tener un logo que impresione y seduzca es la llave para acceder mejor y más rápidamente a nuestros clientes potenciales.

Impresionar a través de la marca brinda respeto y confianza en nuestro producto. Es posible, que un logo que no respete esta regla pueda causar una buena impresión. La originalidad de la compañía comienza en el logo, por lo que un logo original es una ventaja competitiva.

Por lo que, a la hora de diseñar se encontrarán entre dos posibles caminos: podemos hacer un logo que salga de lo común y puede llegar a terminar siendo apreciado como una nueva construcción con respecto a la compañía que representa, pero a su vez puede ser visto como un elemento que sobresale en el mundo del diseño de logos y que nos potencie como diseñadores.

REGLA 7: El logo debe ser simple, todo en la vida puede ser solucionado con un beso (kiss), en diseño kiss es para “Keep it simple and stupid” (Mantenlo simple y estúpido). Es la regla más importante y como conclusión establece que: en muchos casos las cosas simples explican y contienen el mensaje de mejor manera que aquellas complejas.

PROPUESTA GRÁFICA

4.1 Perfil del grupo objetivo

Características Demográficas:

- Jóvenes de 18 a 25 años.
- Hombres y mujeres.
- En su mayoría solteros.
- Pertenecen al grupo étnico de ladinos e indígenas.
- Nivel socioeconómico medio bajo (C2).
- Habitan en la Ciudad de Guatemala y en sitios aledaños a la Ciudad.

OTRAS CARACTERÍSTICAS: Son estudiantes que están comprometidos con su proceso de aprendizaje y trabajan por alcanzar sus metas, pasan tiempo navegando en Internet, menos tiempo en la televisión, escuchan la radio, no tiene un horario específico para comer, no comparten mucho con su familia, pasan la mayoría de tiempo en la universidad, duermen poco tiempo, son distraídos.

Suelen especular y divagar en un mundo que parece etéreo y muy distante, como una nebulosa donde parece que vive el diseño gráfico, pueden hacer fotomontajes con todo tipo de fotos, todo lo convierten en algo distinto a lo que en realidad es, aman las zapatillas de colores y extraños (y siempre medio sucios o pintados), les gustan las camisetas con estampados raros y con chistes de diseñadores.

4.2 Justificación

El propuesta de logotipo que se selecciono para este proyecto, tiene proyectadas las características de los estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico debido que para poder llevar a cabo esta propuesta se generó una encuesta en donde se conocen las preferencias de estilo según el grupo objetivo, lo cual ayudó como base para saber detalles específicos para realizar la propuesta gráfica, para después de hacer una prueba piloto sobre la propuesta, poder realizar únicamente pequeños cambios que no sean drásticos.

El problema que se planteó al principio del proyecto se fue resolviendo con cada uno de los pasos que se fueron realizando en el método de diseño, ya que en cada uno se obtenía mayor información la cual era demasiado útil para seguir adelante, buscando soluciones.

Identificación era lo que se pretendía lograr renovando la imagen de la Escuela de Diseño Gráfico para que los estudiantes se sintieran identificados con su casa de estudios y se logró ya se



puede ver más adelante que se presentan los argumentos en que está basado el proyecto y el porcentaje de aceptación es bastante alto, ya que la identificación personal surge del ser pensante que se logra percibir a sí mismo, mediante lo que les gusta.

4.3 Método de Diseño

Para desarrollar la propuesta gráfica se utilizó el método de cuatro etapas, que es un proceso importante y fundamental para desarrollar procesos creativos, se considera que justifica e innova al momento de realizar proyecto de diseño, es rápido y de fácil comprensión.

Es un proceso planificado que conlleva a una serie de etapas para lograr un resultado confiable y válido. Como su nombre lo indica, este método cuenta con cuatro etapas: racional, creativa, constructiva y evaluativa. (Tórtola, 1999).

4.3.1 Etapa Racional

El primer aspecto que se toma en cuenta es la recopilación de información, ya que es muy importante conocer al grupo objetivo en este caso los estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico, luego se selecciona el tema de la renovación de la identidad gráfica de la Escuela de Diseño Gráfico con la finalidad crear la identificación de los estudiantes con la imagen de la Escuela, para lo cual se realizó un estudio demográfico y psicográfico de el grupo objetivo. Se busco emitir esa identificación por medio del logotipo y algunas otras aplicaciones gráficas.

El segundo aspecto que se realizó fue la investigación de campo y bibliográficas para saber bajo que parámetros se debía generar la propuesta y saber cómo y de qué manera se podía emitir y lograr esa identificación de los estudiantes con la Escuela de Diseño Gráfico.

4.3.2 Etapa Creativa

En esta etapa se empezó a crear propuestas gráficas alternativas para la identidad de la Escuela de Diseño Gráfico en base a toda la información que se obtuvo en la etapa racional con el fin de hacer alternativas diferentes e innovadoras.

Se analizó toda la información que se obtuvo para luego empezar a desarrollar posibles soluciones

en la mente para después empezar a plasmar todas esas ideas en papel y poder generar las propuestas digitales que es el primer nivel de visualización.

Después se procedió a elegir las mejores opciones que fueron realizadas a color para presentárselas a los estudiantes y es en esta parte en donde se hace una prueba piloto para saber si los estudiantes aprobaban, saber que opinaban y hacer los cambios de acuerdo a los gustos y necesidades, para obtener un trabajo satisfactorio.

4.3.3 Etapa Constructiva

En esta etapa se presentó la propuesta final de logotipo y otras aplicaciones gráficas para la aprobación de los estudiantes de Diseño Gráfico, visualizándolo como sería el prototipo real, generando un manual de normas gráficas en donde estén todos los aspectos que se tomaron en cuenta para la realización de la propuesta gráfica.

4.3.4 Etapa Evaluativa

En esta etapa se comprobó si se había logrado la solución al problema planteado al principio para saber si la propuesta había respondido a los estudiantes de Diseño Gráfico. Y la validación se realizó a los estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico, ya que es el grupo objetivo al cual se buscaba identificar con la propuesta gráfica y se muestran los resultados obtenidos del grupo objetivo.

A continuación se presentan los datos obtenidos en la encuesta según las preguntas que fueron realizadas para conocer un poco más a los estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico con respecto a sus preferencias de estilo en un logotipo para la Escuela de Diseño Gráfico.

El tamaño de la muestra fue de 25 estudiantes encuestados lo que es un 100%, se realizaron las encuestas a estudiantes al azar, para obtener opiniones con diferentes criterios.

¿Qué le gustaría que reflejará el logo de la Escuela de Diseño Gráfico?

Características del diseñador 11

Diferenciación 7

Esfuerzo 1

Dedicación 4

Éxito 1

Perseverancia 1

Otro 0

¿Qué colores le gustaría que llevara el Logo de la Escuela de Diseño Gráfico?

Celeste 13
Verde 1
Azul 1
Gris 7
Negro 3
Otro 1

¿Qué tipografía le gustaría que llevara el logo?

Palo Seco 14
Con Serif 1
Caligráfica 1
Miscelánea 9

4.4 Conceptos Creativos

Identificación:

Es la coincidencia en el modo de pensar y de vivir con algo con lo que se está de acuerdo, por lo que con este concepto se logra que los estudiantes se sientan identificados con su casa de estudios, debido a que actualmente no tiene una imagen atractiva al ojo de los mayores críticos del diseño que son todos los diseñadores gráficos, los cuales no están conformes con la imagen de la Escuela de Diseño Gráfico.

Diferenciación:

Es la determinación de las cualidades, características o circunstancias que hace que dos personas o cosas no sean iguales entre sí. Por ello los estudiantes también buscan obtener la diferenciación de las demás facultades y escuelas para que se puede ver la originalidad y la enorme creatividad que existe en la Escuela de Diseño Gráfico y de esta manera sentirse único entre miles de personas que hay dentro de la Universidad.

4.5 Niveles de Visualización

PRIMER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

Este nivel de visualización inicia a partir de los tres conceptos creativos que se obtuvieron para realizar las propuestas gráficas para la Escuela de Diseño Gráfico, generando bocetos bastante simples los cuales se realizaron a color. Se evaluaron los 20 bocetos y se obtuvieron los 10 mejores realizando una pequeña muestra de 25 estudiantes que representan un 100%, en donde se evaluaron aspectos como: pertinencia, memorabilidad, legibilidad, composición, abstracción, tipografía y uso del color para poder pasar al segundo nivel de visualización.

1

diseño **g**

2

 **diseño gráfico**

3



4

Diseño
Gráfico

5

diseño
gráfico

6

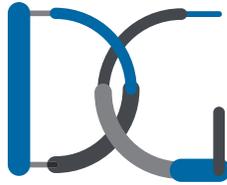
diseño gráfico



7

DISEÑO
gráfico

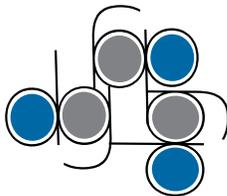
8



9



10



11



12



13

Diseño Gráfico

14



15

diseño gráfico



16



17

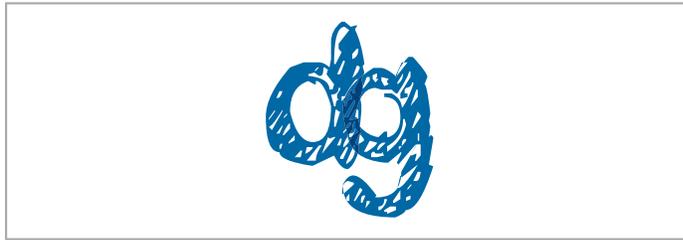


18

diseño gráfico



19



20



Encuesta realizada para evaluar el primer nivel de visualización

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Proyecto de Graduación de Técnico 2011

INSTRUCCIONES:

A continuación se le presenta una encuesta que tiene carácter académico, su finalidad es validar el material gráfico presentado, responda con la mayor veracidad posible, no tiene ninguna implicación posterior para el encuestado. Marque con una "X" sus respuestas.

Semestre que cursa: _____

1. ¿Qué propuestas de logotipos de los que se le presentan considera que son los que mejor se adecuan a la imagen de la Escuela de Diseño Gráfico?

Propuestas No.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20



2. ¿Qué propuestas de logotipos considera que son memorables, porque logra recordarlos rápidamente?

Propuestas No.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

3. ¿Qué propuestas de logotipos tienen mejor legibilidad?

Propuestas No.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

4. ¿Qué propuestas de logotipos tienen mejor composición para llamar la atención?

Propuestas No.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

5. ¿Qué propuestas de logotipos están mejor contruidos a partir de la abstracción porque son fáciles de comprender?

Propuestas No.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

6. ¿Qué propuestas de logotipos considera que tienen la tipografía adecuada?

Propuestas No.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

7. ¿Qué propuestas de logotipos le parecen mejor en función del color?

Propuestas No.

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

Resultados de la evaluación del primer nivel de visualización

		Primer Nivel de Evaluación								
		Pertinencia	Memorabilidad	Legibilidad	Composición	Abstracción	Tipografía	Uso de color	Resultado	
opción	1	Propuesta Logo 1	5	3	4	2	5	2	1	22
	2	Propuesta Logo 2	8	5	9	8	0	5	0	35
	3	Propuesta Logo 3	9	8	7	7	5	8	7	51
	4	Propuesta Logo 4	4	3	6	3	4	9	8	37
	5	Propuesta Logo 5	6	8	4	3	4	3	5	33
	6	Propuesta Logo 6	6	4	2	0	3	2	5	22
	7	Propuesta Logo 7	3	7	8	4	6	1	7	36
	8	Propuesta Logo 8	5	6	2	0	3	8	3	27
	9	Propuesta Logo 9	8	8	5	2	6	6	2	37
	10	Propuesta Logo 10	3	2	8	3	0	3	4	23
	11	Propuesta Logo 11	2	8	5	6	9	2	6	38
	12	Propuesta Logo 12	9	9	2	4	0	4	6	34
	13	Propuesta Logo 13	4	7	9	5	7	2	7	41
	14	Propuesta Logo 14	1	5	6	9	4	4	9	38
	15	Propuesta Logo 15	8	2	3	1	2	3	4	23
	16	Propuesta Logo 16	8	4	5	3	8	4	6	38
	17	Propuesta Logo 17	9	3	7	5	3	8	9	44
	18	Propuesta Logo 18	5	8	5	8	2	0	6	34
	19	Propuesta Logo 19	3	6	8	3	6	2	2	30
	20	Propuesta Logo 20	4	7	9	2	7	6	7	42

Fuente: Chang, F. (2011)

SEGUNDO NIVEL DE VISUALIZACIÓN

Luego de haber realizado la evaluación de los bocetos del primer nivel de visualización, se procedió a seleccionar las diez propuestas mejor evaluadas para poder seguir con la segunda parte del proceso de visualización, en este nivel se pretende que ya se vaya definiendo la línea gráfica del logotipo, por lo cual se realizaron los bocetos a color negro, para no prestarle atención en este momento más que a la forma y la tipografía. Se evaluaron los 10 bocetos y se obtuvieron los 3 mejores realizando una pequeña muestra de 25 estudiantes que representan un 100%, en donde se evaluaron aspectos como: pertinencia, memorabilidad, legibilidad, composición y abstracción para poder pasar al tercer nivel de visualización.

1

Diseño
gráfico

2

DG

3

dg

4

DG

5

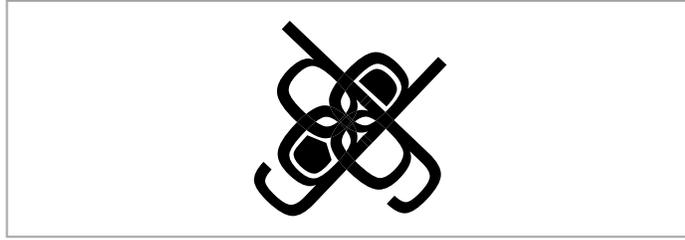
DG

6

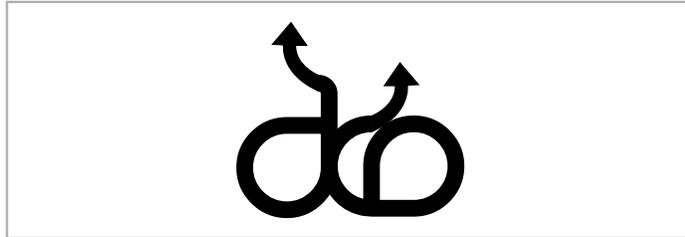
DG



7



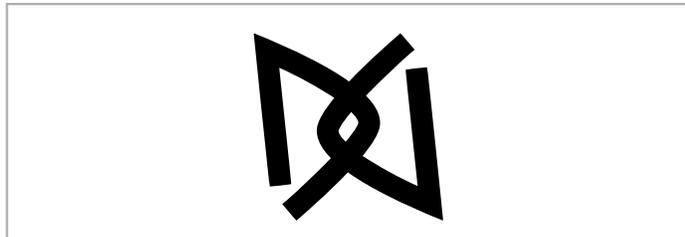
8



9



10



1

DISEÑO GRÁFICO

2

DISEÑO GRÁFICO

3

DISEÑO GRÁFICO

4

DISEÑO GRÁFICO

Encuesta realizada para evaluar el segundo nivel de visualización

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Proyecto de Graduación de Técnico 2011

INSTRUCCIONES:

A continuación se le presenta una encuesta que tiene carácter académico, su finalidad es validar el material gráfico presentado, responda con la mayor veracidad posible, no tiene ninguna implicación posterior para el encuestado. Marque con una "X" sus respuestas.

Semestre que cursa: _____

1. ¿Qué propuestas de logotipos de los que se le presentan considera que son los que mejor se adecuan a la imagen de la Escuela de Diseño Gráfico?

Propuestas No.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. ¿Qué propuestas de logotipos considera que son memorables, porque logra recordarlos rápidamente?

Propuestas No.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. ¿Qué propuestas de logotipos tienen mejor legibilidad?

Propuestas No.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. ¿Qué propuestas de logotipos tienen mejor composición para llamar la atención?

Propuestas No.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5. ¿Qué propuestas de logotipos están mejor construidos a partir de la abstracción porque son fáciles de comprender?

Propuestas No.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

6. ¿Qué propuesta de tipografía considera la más adecuada?

Propuestas No.

1 2 3 4

Resultados de la evaluación del segundo nivel de visualización

		Segundo Nivel de Evaluación					
		Pertinencia	Memorabilidad	Legibilidad	Composición	Abstracción	Resultado 50 = 100%
opción	Propuesta Logo 1	5	4	6	7	4	26
	Propuesta Logo 2	3	2	4	4	5	18
	Propuesta Logo 3	6	5	3	6	4	24
	Propuesta Logo 4	9	8	7	7	9	40
	Propuesta Logo 5	4	6	5	7	8	30
	Propuesta Logo 6	10	7	9	8	10	44
	Propuesta Logo 7	3	4	6	4	7	24
	Propuesta Logo 8	8	5	4	6	6	29
	Propuesta Logo 9	6	6	3	5	5	25
	Propuesta Logo 10	9	8	8	7	9	41

		Tipografía	Resultado 10 = 100%
opción	Propuesta Tipográfica 1	7	7
	Propuesta Tipográfica 2	5	5
	Propuesta Tipográfica 3	9	9
	Propuesta Tipográfica 4	4	4

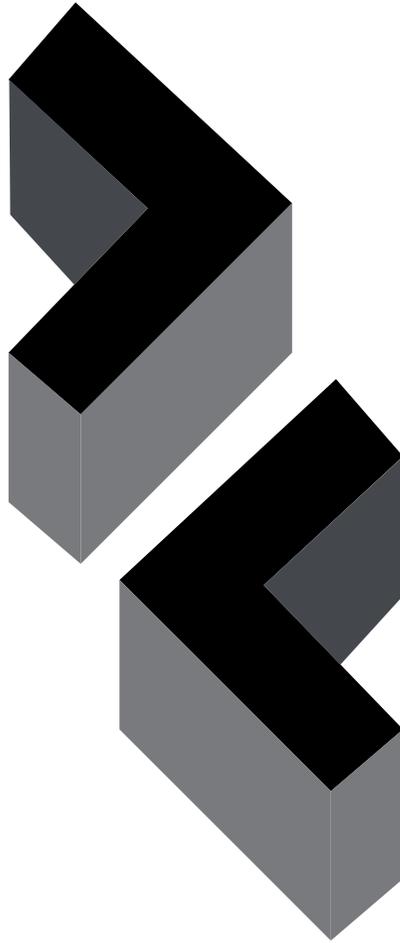


TERCER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

En este nivel se empieza con la manipulación ya más exacta de los componentes del logotipo, para darle tratamiento a la tipografía y formar una composición que tenga unidad visual, para que la propuesta sea atractiva y funcional. En este nivel se pone especial cuidado ya que es el último proceso antes de realizar la validación final. Se evaluaron los 3 bocetos y se obtuvo el mejor realizando una pequeña muestra de 25 estudiantes que representan un 100%, en donde se evaluaron aspectos como: pertinencia, memorabilidad, legibilidad, composición, abstracción y tipografía para poder llegar a la propuesta final.

1

DISEÑO
GRÁFICO



2

DISEÑO
GRÁFICO



2. ¿Qué propuesta de logotipo considera que es memorable, porque logra recordarse rápidamente?

Propuesta No. 1 2 3

3. ¿Qué propuesta de logotipo tiene mejor legibilidad?

Propuesta No. 1 2 3

4. ¿Qué propuesta de logotipo tiene mejor composición para llamar la atención?

Propuesta No. 1 2 3

5. ¿Qué propuesta de logotipo es la mejor, construida a partir de la abstracción porque es fácil de comprender?

Propuesta No. 1 2 3

Resultados de la evaluación del tercer nivel de visualización

		Tercer Nivel de Evaluación					
		Pertinencia	Memorabilidad	Legibilidad	Composición	Abstracción	Resultado 50 = 100%
opción	Propuesta Logo 1	6	7	6	7	5	31
	Propuesta Logo 2	9	10	8	10	7	44
	Propuesta Logo 3	7	8	8	7	6	36

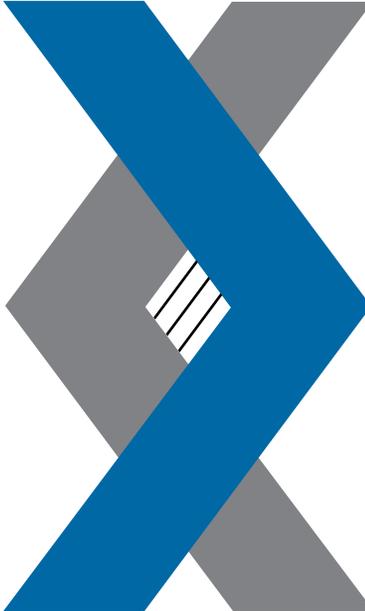
Después de haber realizado el tercer nivel de visualización, obtuvo mejor respuesta la propuesta No. 2, la cual cumplía casi a totalidad con los aspectos que se evaluaron, el aspecto que menor puntaje recibió fue el de abstracción, el cual se analizó si era posible abstraer más la propuesta y ver si se podía llegar a una mejor propuesta, lo cual si fue posible. A continuación podrá ver el resultado final que se obtuvo.

Versión Vertical



Versión Horizontal

DI SEÑO
GRÁFICO

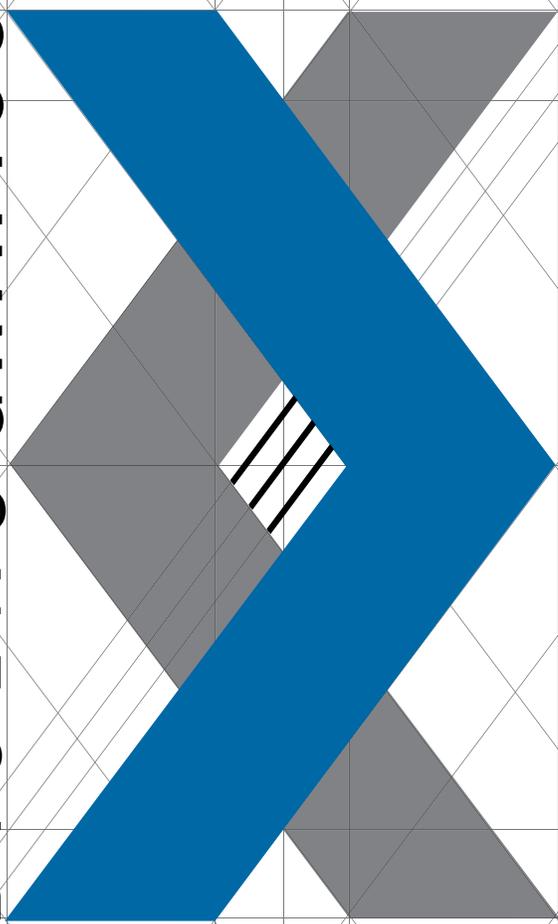


MANUAL^{DE}
NORMAS
GRAFICAS

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

TRAZO GENERAL DEL LOGOTIPO

DISEÑO GRÁFICO



LOGOTIPO

Para la creación del logotipo se utilizaron 2 figuras entrelazadas, las cuales son la abstracción de la letra "D" que representa el futuro de la Escuela de Diseño Gráfico, hacia donde va proyectada y hasta donde se quiere llegar por la dirección en que esta la forma y la abstracción de la letra "G" representa el pasado de la Escuela de Diseño Gráfico, desde su creación y todos sus comienzos, lo proyecta a través de la dirección en que esta la forma.

Van entrelazados porque actualmente la Escuela de Diseño Gráfico es una casa de estudios en la cual se forman profesionales de alta calidad, lo cual representa todo lo que tuvo que pasar la Escuela por diversos procesos en el pasado para poder llegar a ser lo que actualmente es.

En el centro lleva 3 líneas que representan 3 capacidades del diseñador gráfico: Flexibilidad mental, conocimiento técnico y respuestas creativas a las necesidades de comunicación visual; van al centro porque representan su esencia.



El logotipo de la Escuela de Diseño Gráfico, está formado por dos partes:

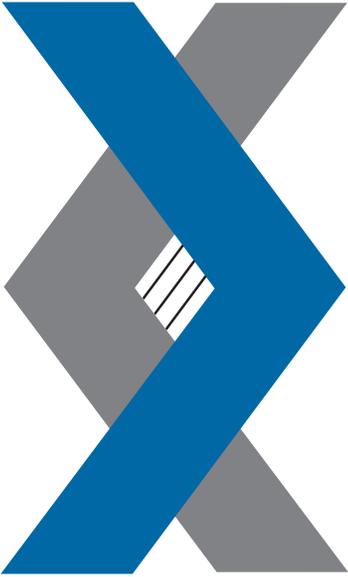
1. Tipografía
2. Símbolo



DI SEÑ OGRÁFICO



DI SEÑO
GRÁFICO

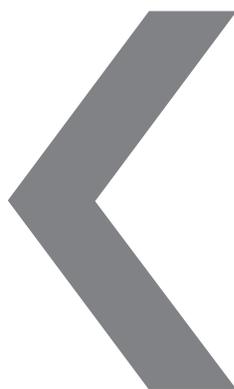


COLORES

Los colores surgen de lo que cada uno connota, en el sentido de lo proyecta la Escuela de Diseño Gráfico y los estudiantes.

Los colores en que puede aplicarse el logotipo son: celeste, gris claro y en escala de grises el celeste se convierte a gris oscuro.

Independencia
Estabilidad
Crítico consigo mismo
Neutral



Fresco
Innovador
Relaja
Controla la mente
Aclara las ideas



COLORES

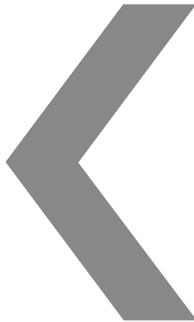
C 100
M 40
Y 0
K 20



R 0
G 101
B 163

PANTONE DS 216-1 C
PANTONE DS 216-1 U

C 52
M 43
Y 40
K 4



R 135
G 136
B 138

PANTONE DS 325-4 C
PANTONE DS 325-4 U

PANTON E DS PROCESS BLACK C
PANTONE DS PROCESS BLACK U

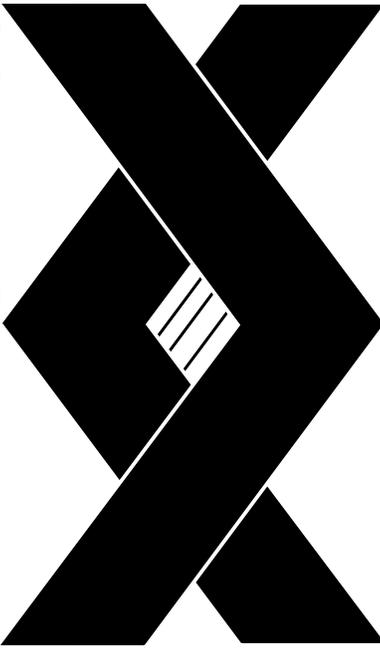
C 100
M 100
Y 100
K 100



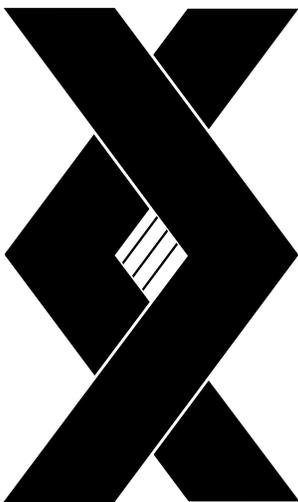
R 0
G 0
B 0



DI SEÑO GRÁFICO

A large, bold, black 'X' logo. The 'X' is formed by two thick, black diagonal bars that cross in the center. In the center of the 'X', there is a small white square containing three horizontal black lines.

DI SEÑO
GRÁFICO

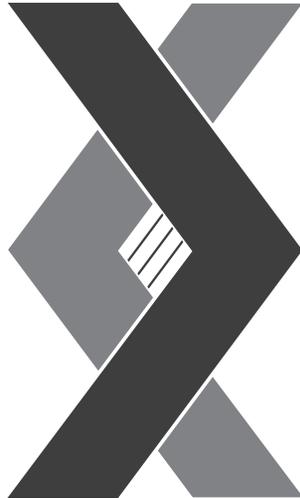
A large, bold, black 'X' logo, identical to the one above. It consists of two thick, black diagonal bars crossing at the center, with a small white square in the center containing three horizontal black lines.



DISEÑO GRÁFICO

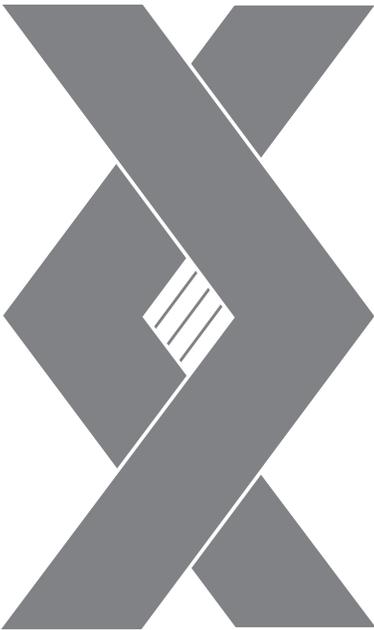
A large, stylized 'X' logo composed of geometric shapes in black and gray. The central intersection of the 'X' contains a small square with horizontal white lines.

DISEÑO
GRÁFICO

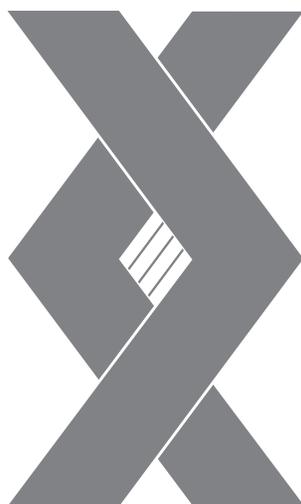
A large, stylized 'X' logo identical to the one above, composed of geometric shapes in black and gray with a central square containing horizontal white lines.



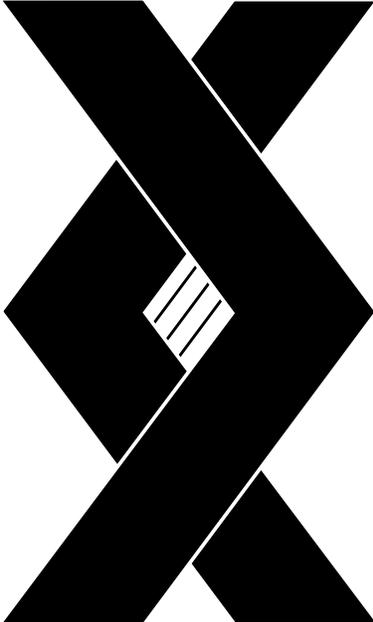
DISEÑOGRÁFICO



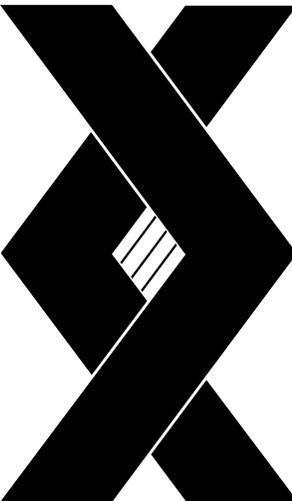
DISEÑO
GRÁFICO



DISEÑOGRÁFICO

A large, bold, black stylized 'X' logo. The 'X' is formed by two thick, overlapping diagonal bars. In the center of the 'X', there is a small white square containing three horizontal black lines.

DISEÑO
GRÁFICO

A large, bold, black stylized 'X' logo, identical to the one above. It consists of two thick, overlapping diagonal bars with a small white square in the center containing three horizontal black lines.

TIPOGRAFÍA

Diseño Gráfico es tipografía oficial y va integrada con el logotipo. En el caso de papelería oficial, nombre de dependencia, puestos, teléfonos y correos electrónicos, se usará la tipografía “Chalet Comprime Milan Sixty”, ya que es una tipografía simple y de fácil lectura.

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

0123456789

ChaletComprime
Milan Sixty

TAMAÑO PERMITIDO

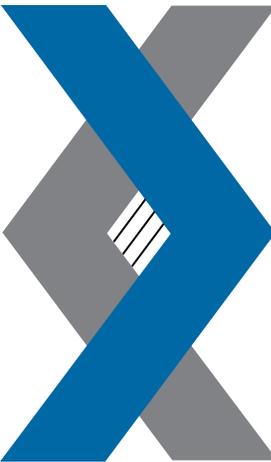


ANCHO: 2.03 cm = 0.80 plg
ALTO: 2.54 cm = 1 plg

Es el tamaño mínimo permitido, si el tamaño es menor se corre el riesgo de que el logotipo comience a perder legibilidad, únicamente en esta medida se le permite quitar las líneas del centro.



TAMAÑO PERMITIDO

DISEÑO
GRÁFICO 

DISEÑO
GRÁFICO 

DISEÑO
GRÁFICO 

ANCHO: 4.83 cm = 1.90 plg
ALTO: 2.54 cm = 1 plg

Es el tamaño mínimo permitido, si el tamaño es menor se corre el riesgo de que el logotipo comience a perder legibilidad, únicamente en esta medida se le permite quitar las líneas del centro.

GRILLA

La construcción mediante dos módulos ayuda a una perfecta reproducción del logotipo para evitar la deformación del mismo.



X : 3.50 cm = 1.38 plg

Y : 1.10 cm = 0.43 plg

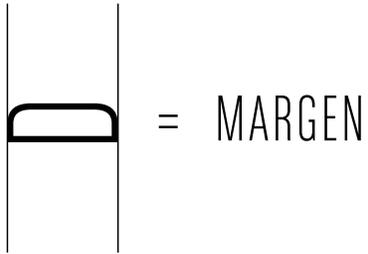
Y₁ : 2.10 cm = 0.83 plg



MARGENES

El logotipo de la Escuela de Diseño Gráfico debe estar protegido por un margen. Este margen es la distancia mínima que debe existir entre el logotipo y cualquier otro elemento o borde del material donde se esté utilizando.

La medida de este margen es equivalente a la letra "D" de la tipografía de DISEÑO.





USOS CORRECTOS

Las aplicaciones de tipografía y logotipo son únicas y están integradas como un solo objeto por lo que queda estrictamente prohibida la manipulación de cualquier elemento.



DI SEÑO GRÁFICO

A large, stylized 'X' logo composed of geometric shapes. The central 'X' is black, with grey triangular shapes at the ends of its arms. A smaller, grey 'X' is nested within the black one, and a small white square with horizontal lines is positioned at the center of the intersection.

DI SEÑO
GRÁFICO

A large, stylized 'X' logo identical to the one in the previous block, composed of black and grey geometric shapes with a central white square containing horizontal lines.

USOS INCORRECTOS

No modificar el tamaño de los elementos



No modificar la posición de los elementos



USOS INCORRECTOS

No modificar la inclinación



No modificar los colores



USOS INCORRECTOS

No distorcionar la proporción



APLICACIONES GRÁFICAS

Hojas Membretadas (8.5 x 11") bond 80gr.



APLICACIONES GRÁFICAS

Tarjetas de Presentación (9 x 5 cms.)



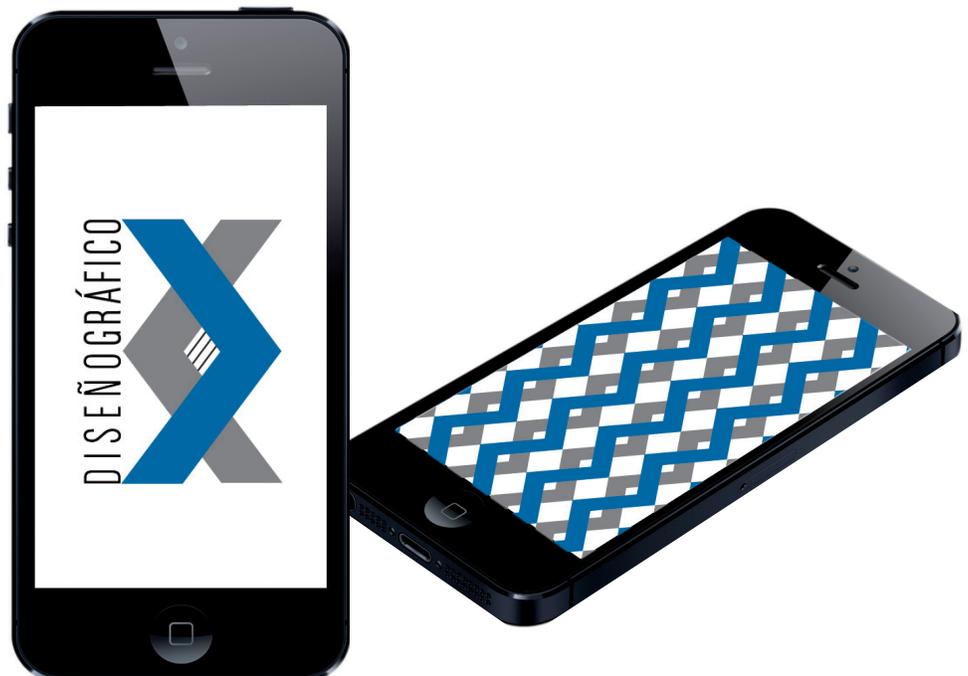
APLICACIONES GRÁFICAS

CD y USB



APLICACIONES GRÁFICAS

Wallpapers para computadora / teléfono



5.1 Instrumento

Para poder determinar su eficacia, fue necesario realizar una prueba piloto con una pequeña muestra de los estudiantes, para permitir verificar la efectividad de la propuesta, para lo cual fue necesario mostrarle las propuestas gráficas, para luego poder realizar los cambios pertinentes.

Se realizó una segunda recolección de información a los estudiantes, con la finalidad de verificar si los cambios realizados a la propuesta gráfica, satisfacía los requerimientos de los estudiantes para tratar de solucionar el problema.

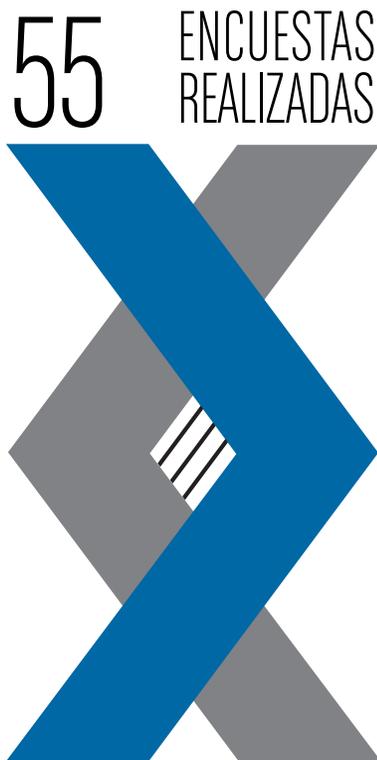
La información se recopilará para evaluar las reacciones inmediatas de los estudiantes ante los aspectos del contenido de la propuesta gráfica.

Los instrumentos que se utilizaron, técnicas para la recolección de información durante la validación fueron las encuestas, las cuales contenían 9 preguntas en las cuales se consideraron los aspectos de comprensión, atracción, aceptabilidad y persuasión.

El tamaño de la muestra fue de 55 estudiantes encuestados lo que es un 100%, se realizaron las encuestas a estudiantes al azar, para obtener opiniones con diferentes criterios y así saber qué es lo que piensan desde los estudiantes que recién empiezan sus estudios hasta los que ya están por terminar la carrera en la Escuela de Diseño Gráfico.

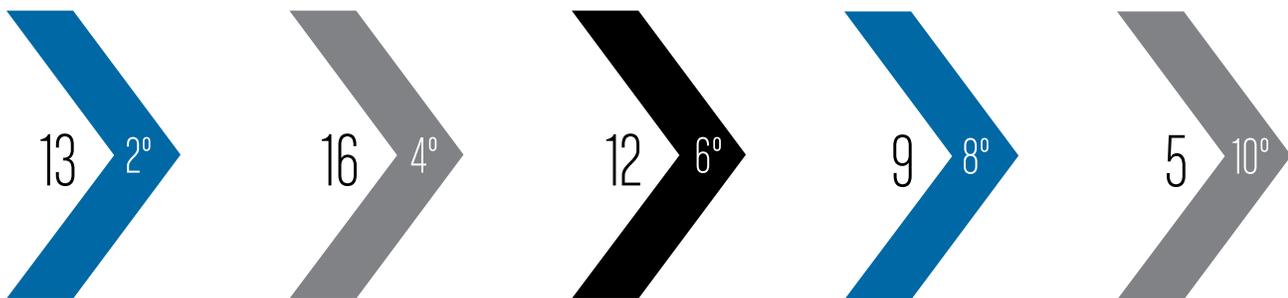
En las encuestas se consideró un 5% de margen de error para las encuestas, para así poder obtener mayor veracidad en los resultados obtenidos.

5.2 Resultados e Interpretación



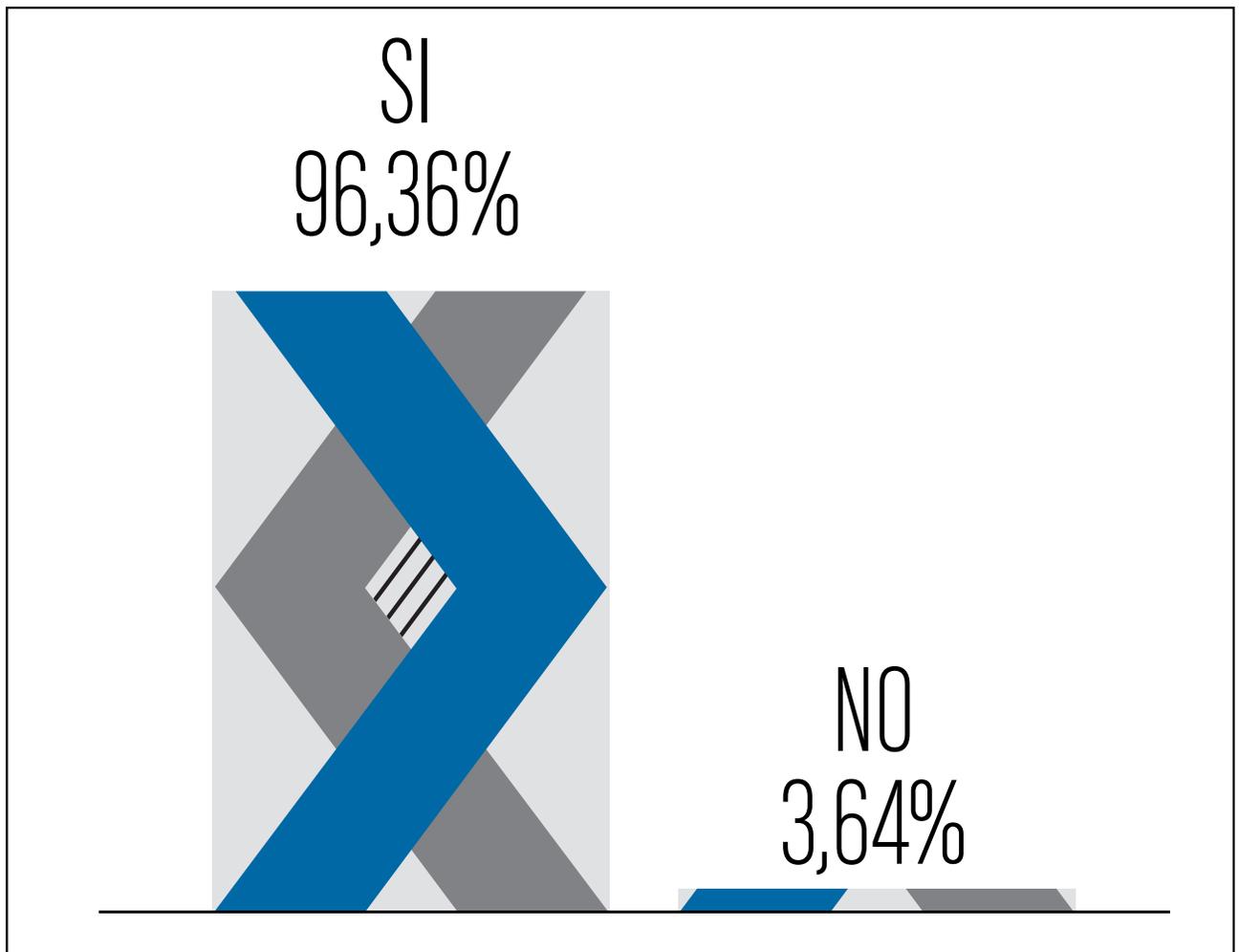
Las encuestas fueron realizadas a estudiantes de Diseño Gráfico de las jornadas matutina y vespertina, la semana del 1 al 4 de noviembre, en la Facultad de Arquitectura.

Cantidad de estudiantes de Diseño Gráfico, encuestados por semestres.



1. ¿Le parece que se refleja la identidad gráfica de la Escuela de Diseño Gráfico con la propuesta de logotipo?

Gráfica No. 1

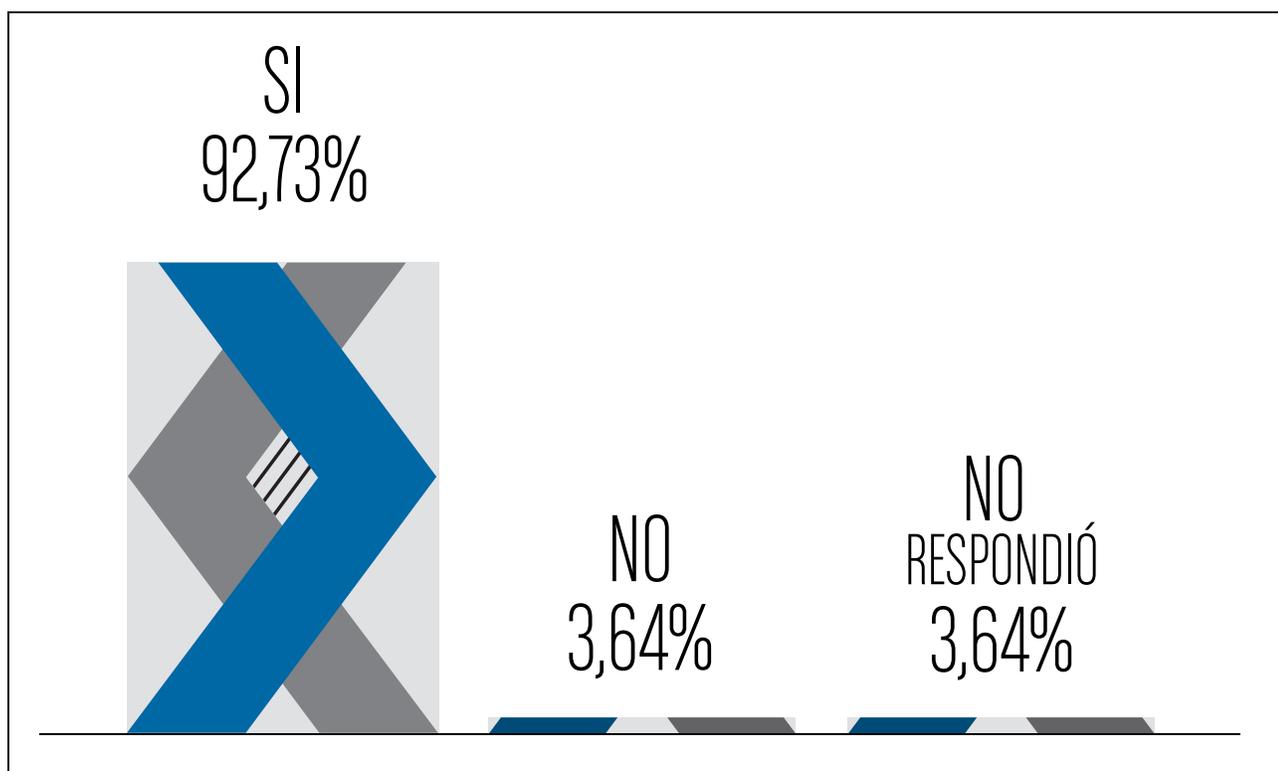


Fuente: elaboración propia

Los estudiantes comentaron que el logotipo muestra características que se reflejan en la necesidad de expresarse de los estudiantes, con lo cual se logra la identificación con la imagen gráfica de la Escuela.

2. ¿Se siente atraído con la propuesta de logotipo para la Escuela de Diseño Gráfico?

Gráfica No. 2

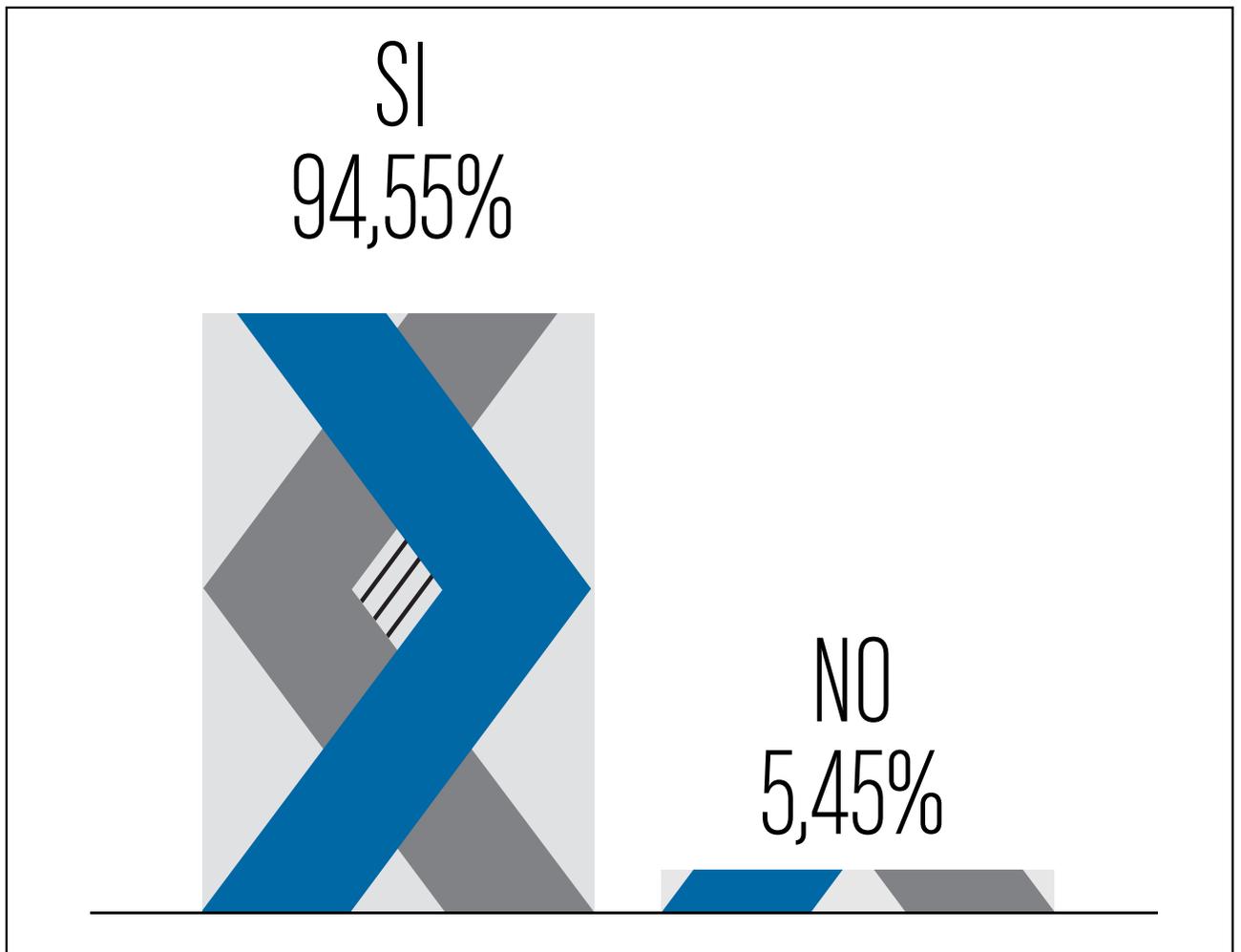


Fuente: elaboración propia

Los estudiantes comentaron que les parecía interesante y diferente la propuesta lo cual les hacía sentirse atraídos por la misma.

3. ¿Según su criterio aprobaría esta propuesta de logotipo para la Escuela de Diseño Gráfico?

Gráfica No. 3

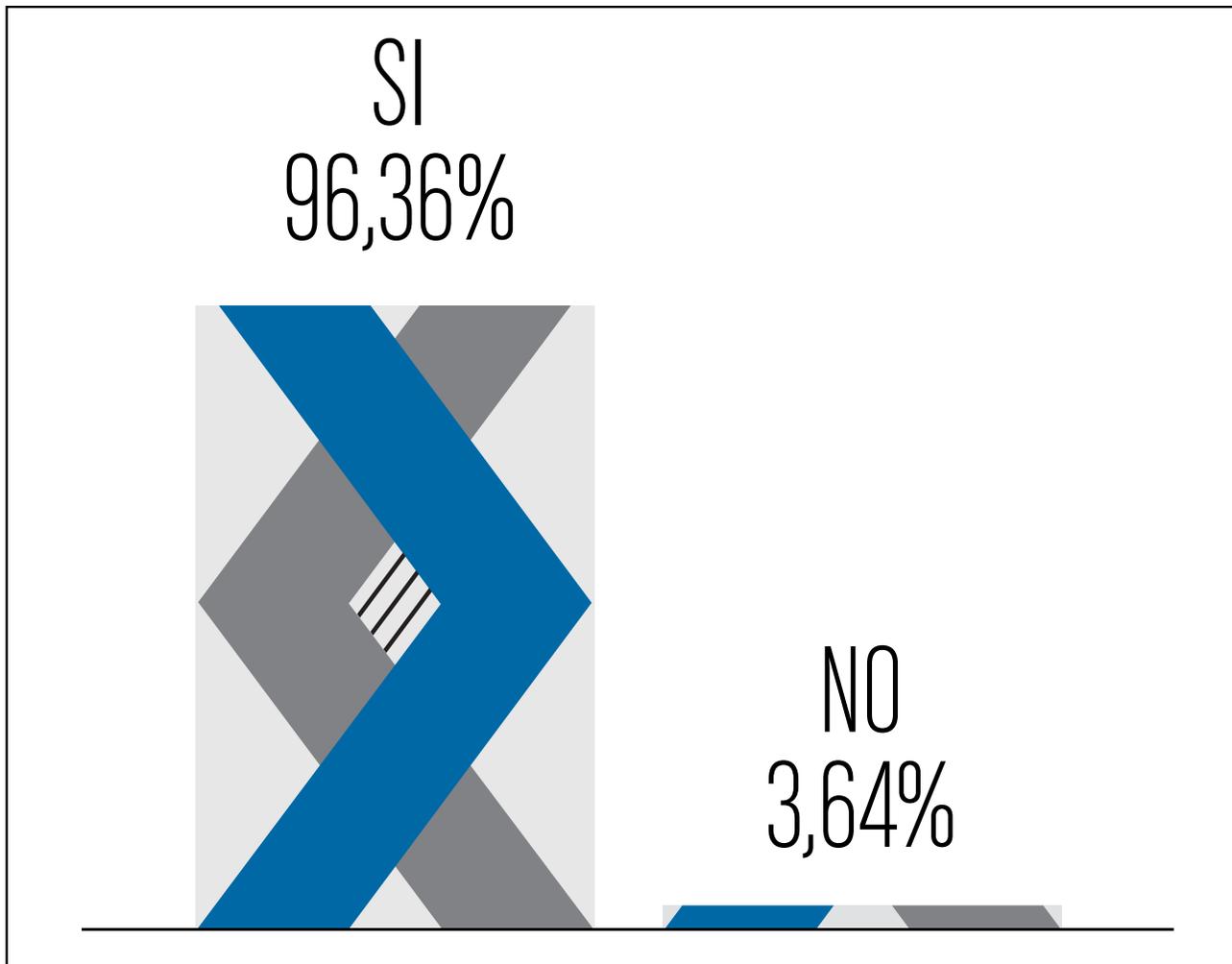


Fuente: elaboración propia

Los estudiantes comentaron que la propuesta de logotipo la aprobarían, porque les pareció pertinente por la manera en la que está formada gráficamente y como está fundamentada, así facilita la comprensión del concepto y de esta manera se logran sentir identificados con la imagen gráfica.

4. ¿Se identifica como diseñador con esta propuesta de logotipo para la Escuela de Diseño Gráfico?

Gráfica No. 4

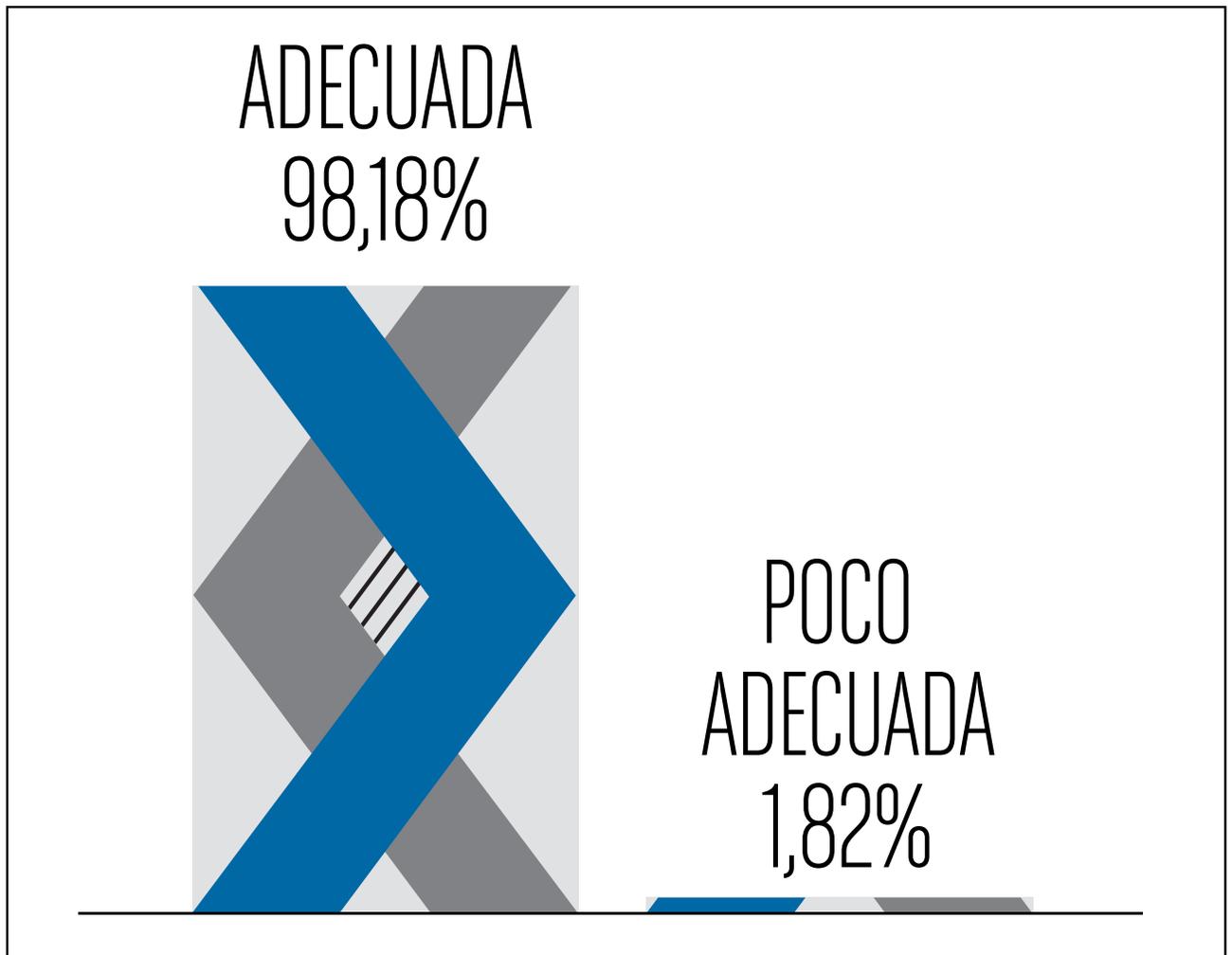


Fuente: elaboración propia

Los estudiantes comentaron que sí se sienten identificados con la propuesta de imagen gráfica ya que proyecta lo que es la Escuela de Diseño Gráfico y refleja la necesidad de expresarse de los estudiantes lo cual ayuda al estudiante a motivarse y a esforzarse.

5. ¿Cómo califica usted la tipografía utilizada en el Logotipo de la Escuela de Diseño Gráfico?

Gráfica No. 5

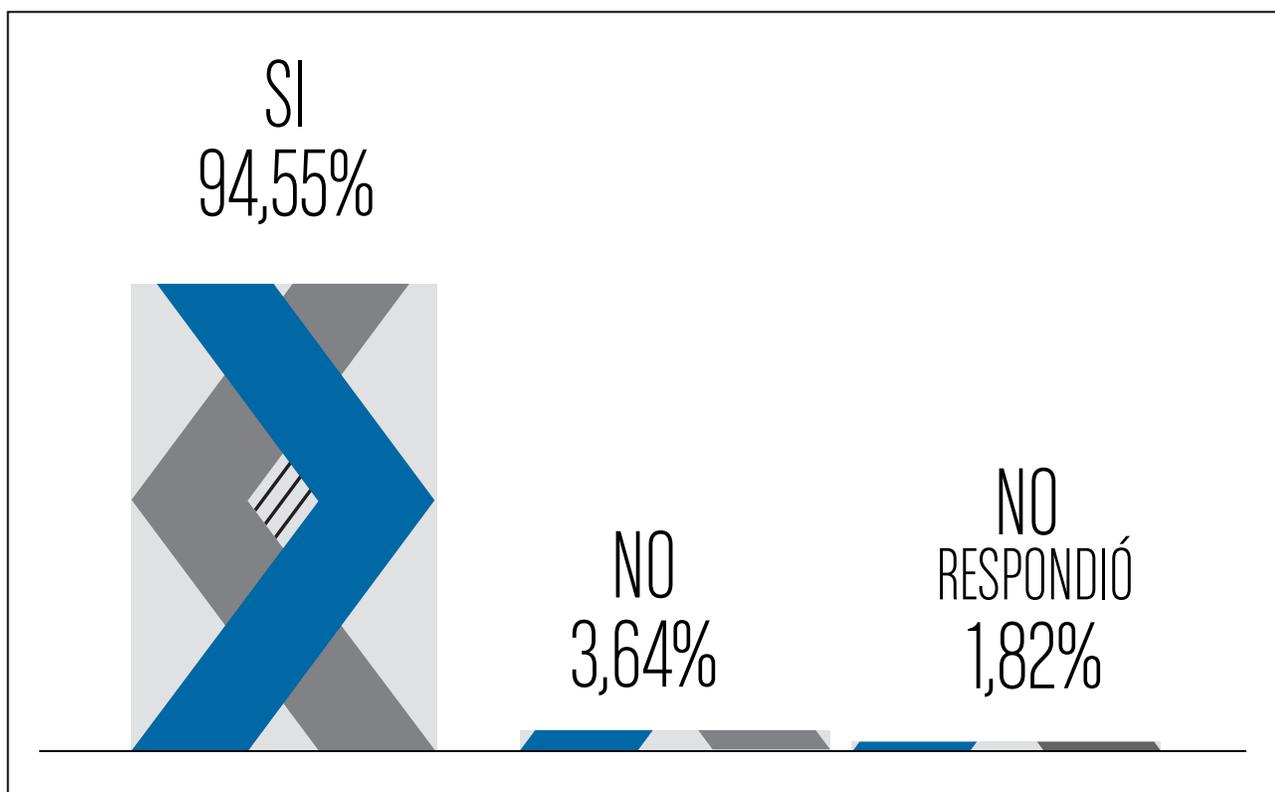


Fuente: elaboración propia

Los estudiantes comentaron que la tipografía es adecuada, ya que es legible y es simple y no dificulta la lectura, no importando la posición en la que se encuentre.

6. ¿Cree usted que el color utilizado en la propuesta de logotipo es acorde a la imagen de la Escuela de Diseño Gráfico?

Gráfica No. 6

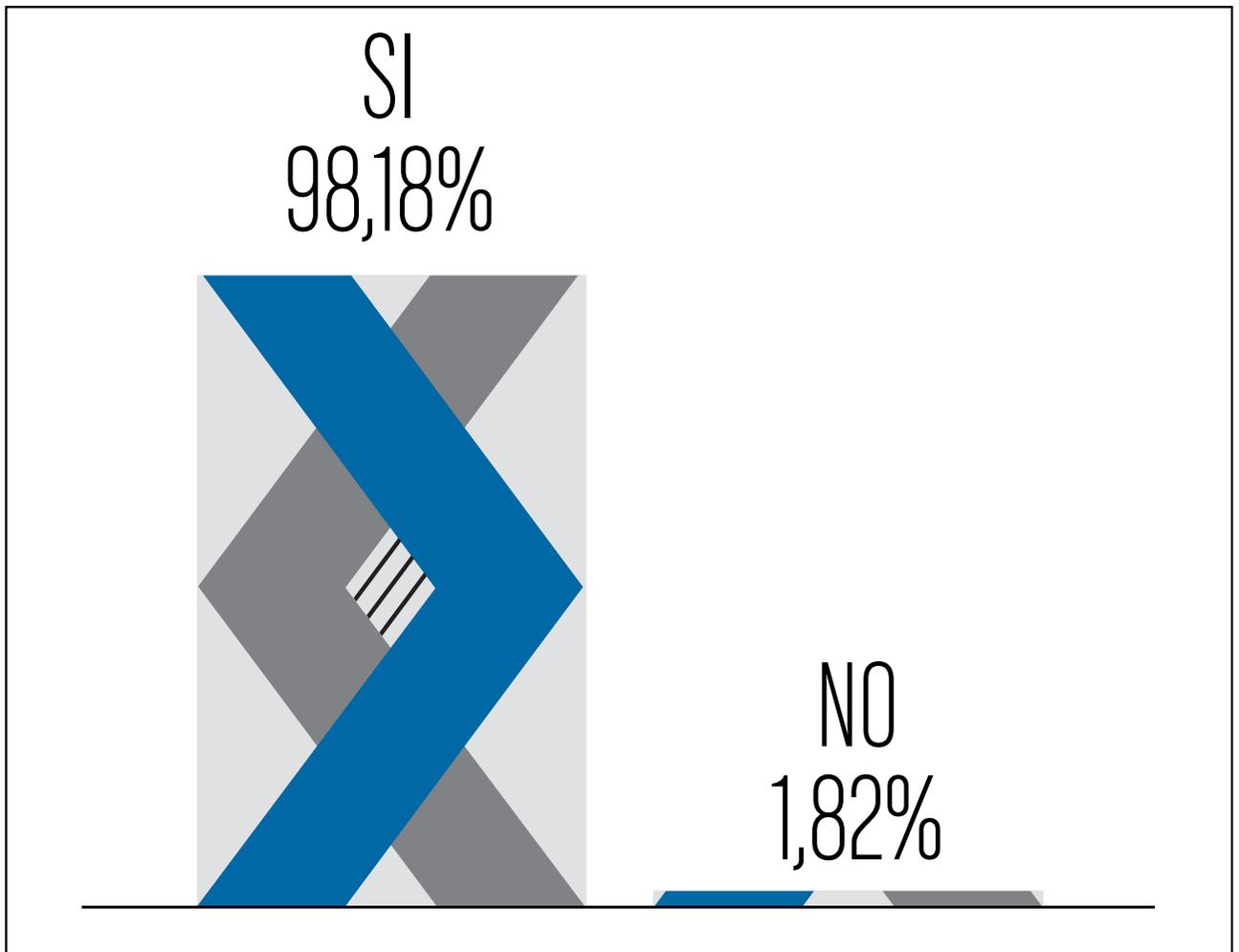


Fuente: elaboración propia

Los estudiantes comentaron que los colores utilizados estaban bien fundamentados y van de acorde a la imagen de la Escuela de Diseño Gráfico y de los estudiantes, sin embargo la otra parte que no estaba de acuerdo con el color comentaron que eso era por su criterio y gustos personales.

7. ¿Cree que la parte gráfica esta proporcionada de acuerdo con la tipografía en el logotipo?

Gráfica No. 7

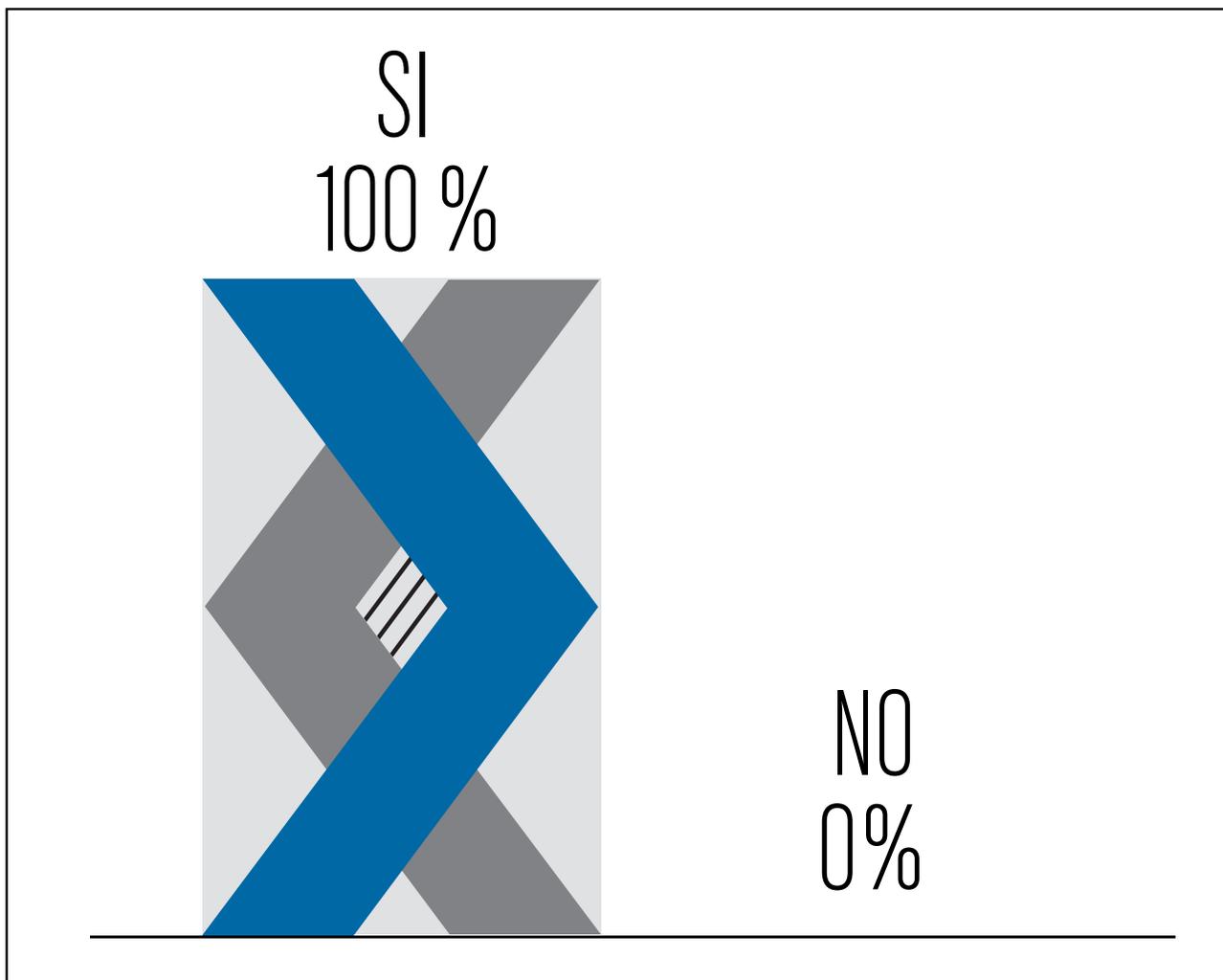


Fuente: elaboración propia

Los estudiantes comentaron que la imagen tiene equilibrio por la manera en que está compuesta, lo cual hace que se vea proporcionada con la tipografía.

8. ¿Cree usted que el logotipo tiene unidad visual?

Gráfica No. 8

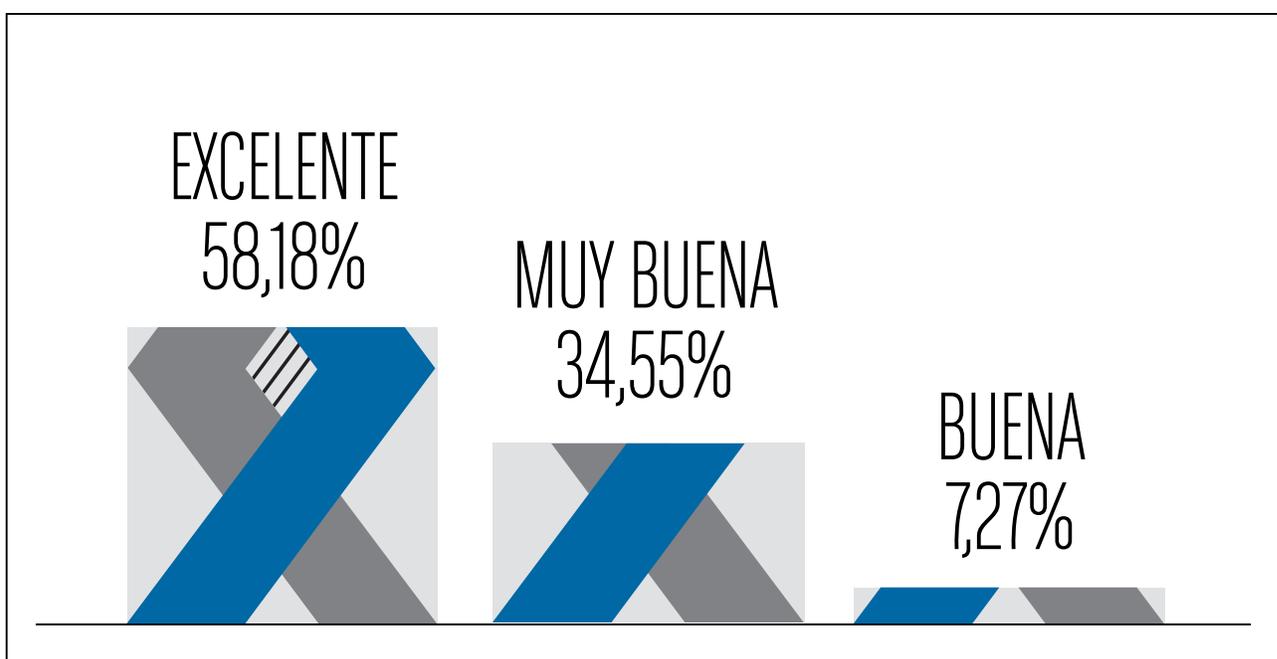


Fuente: elaboración propia

La unidad visual se compone de una parte gráfica y una tipográfica, en tal sentido los estudiantes comentaron que ambas parte se complementan bien y aparte influye mucho la posición de cada elemento para que tenga unidad visual.

9. ¿Cuáles son los adjetivos que describen mejor la propuesta de logotipo de la Escuela de Diseño Gráfico?

Gráfica No. 9

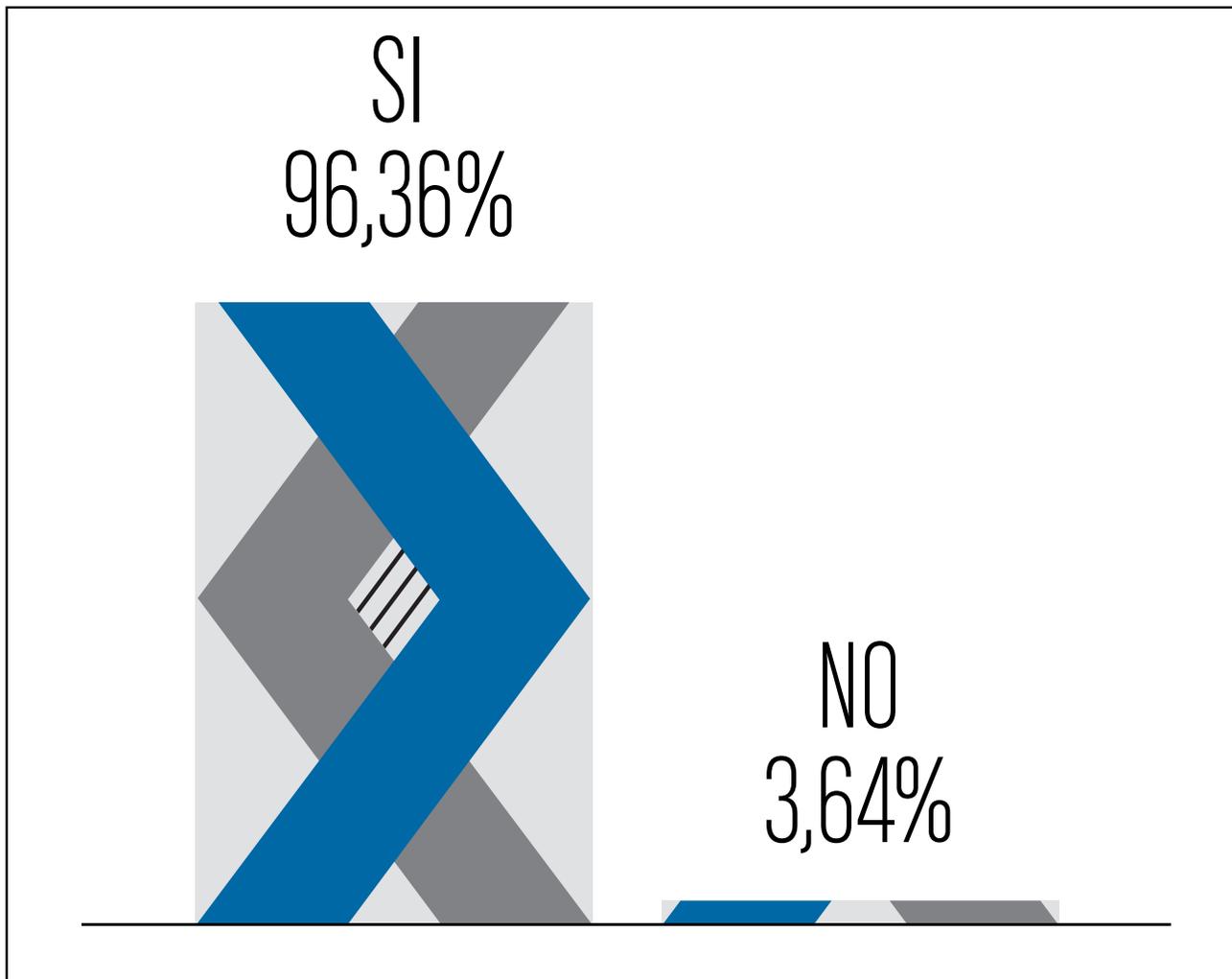


Fuente: elaboración propia

El 58,18% de los estudiantes dicen que es excelente, el 34,55% que es muy bueno, por lo tanto se complementan y el 7,27% no es significativo, por lo que el logotipo va a ser funcional.

10. Porcentaje de aceptación del Proyecto en General

Gráfica No. 10



Fuente: elaboración propia

Dentro del 96,36% de estudiantes si es aceptado el proyecto y en un 3,64% no es aceptado, pero como se está dentro del rango del 5% de error en la situación, esto es aceptable.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos reflejaron lo que se sabía con anterioridad, que los estudiantes de Diseño Gráfico no se sienten identificados con la identidad gráfica actual y en la validación de resultados se vio reflejado que el objetivo general del proyecto fue cumplido, ya que se generó una nueva propuesta de logotipo para renovar la identidad gráfica de la Escuela de Diseño Gráfico y lograr que los estudiantes se sintieran identificados con la misma.

La limitación principal que tuvo el proyecto fue el poco tiempo disponible para realizar la investigación de campo ya que si deseábamos informarnos y conocer más respecto a Escuela de Diseño Gráfico y los estudiantes debíamos recurrir a sitios informativos eso incluía, bibliotecas, internet y pequeños diálogos con personas que han estado por años en la Escuela, para saber en qué ha cambiado, como ha mejorado, si ha superado sus límites o si se ha quedado estancada.

Se tuvieron obstáculos al momento de realizar las encuestas a los estudiantes, ya que todos realizan tareas específicas con un horario marcado, lo cual dificultaba en algunos momentos que los estudiantes estuvieran dispuestos a responder la encuesta para la validación.

En todo momento se realizaron investigaciones sobre los puntos que deben ir señalados dentro del proyecto, ya que no se contaba con una guía la cual tocara todos los puntos específicos para la realización del proyecto, pero esto ayudó de manera positiva para ser más autodidactas.

CONCLUSIONES

Este proyecto surgió de la inquietud de que los estudiantes se sintieran identificados con la identidad gráfica de la Escuela de Diseño Gráfico. Como se comprueba en este proyecto, para pensar sobre nuestra disciplina no solo desde una perspectiva teórica, sino que también situándonos en el contexto real en que se desenvuelve el diseño gráfico.

Los principales argumentos de la eficacia de la propuesta gráfica está plasmada en las respuestas de las nueve preguntas que se realizaron en la encuesta para la validación ya que realizando esta metodología para la obtención de datos se pudo responder a los problemas planteados al principio del proyecto.

Uno de los hallazgos de estudio obtenidos mediante la validación fue que un 94,55% de estudiantes aprobarían la propuesta gráfica que se generó para la Escuela de Diseño Gráfico ya que con la imagen actual no se sienten identificados y de esta manera se puede empezar a ver que la propuesta gráfica tuvo los frutos esperados.

De acuerdo con la pregunta No. 9 sobre los adjetivos que describen mejor la propuesta de la Escuela de Diseño Gráfico, un 58,18% dijo que era excelente y un 34,55% muy bueno, por lo que se ve que el logotipo va a ser funcional y se determinó que la identidad gráfica generada será una de las llaves principales, para lograr que todos los estudiantes se sientan identificados con la Escuela de Diseño Gráfico, tal como lo plantea la pregunta No. 1 sobre la identidad gráfica reflejada en el logotipo, lo cual tuvo una respuesta de un 96,36% que dijo que sí.

Como conclusión de acuerdo a la pregunta No. 10 sobre la aceptación del proyecto en general, un 96,36% de estudiantes sí acepta el proyecto, por lo tanto esto demuestra que la propuesta que se generó dará la solución al problema planteado en los objetivos sobre el cambio de logotipo para una mejor identificación.



RECOMENDACIONES

La recomendación principal es que tomen en cuenta lo que el estudiante piensa y busca, ya que únicamente estudiando e investigando al grupo objetivo se puede encontrar una solución diferente para el problema que se plantea.

Es muy importante siempre generar soluciones inesperadas y diferentes, dado que únicamente de esa manera se obtendrán resultados diferentes y positivos, como los proyectados en el proyecto.

La respuesta que se propone en este proyecto apunta correctamente hacia el éxito, pero que solo será posible si se realiza el cambio de la identidad gráfica de la Escuela de Diseño Gráfico para que los estudiantes se sientan identificados con la misma.

Después de haber desarrollado el proyecto y haber comprobado la eficacia de la propuesta gráfica se recomienda que se lo tomen en cuenta, ya que cumple con los objetivos planteados al principio del proyecto.

REFERENCIAS

Libros

Costa, Joan (2006). *Identidad Corporativa*. México: Editorial Trillas.

González Orellana, C. (1997) *Historia de la educación en Guatemala*. Guatemala: Editorial Universitaria, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Ind, N. (1990). *La Imagen Corporativa*. (1ª. Edición) España: Ediciones Díaz de Santos.

Locke, J. (1987) “*Ensayo sobre el entendimiento humano*”. (p. 119) Aguilar, Madrid.

Linton, R. *Cultura y personalidad*, FCE, México, (9° reimp.), 1983. p. 30.

Sánchez, J. & Pintado, T. (2009) *Imagen Corporativa influencia en la gestión Empresarial*. (1ª. Edición). España: Esic Editorial.

Sanz, M. & González, M. (2005). *Identidad Corporativa: Claves de la Comunicación Empresarial*. (1ª. edición). España: Esic Editorial.

Tórtola, J. (1999) *Métodos del Diseño para Diseñadores Gráficos*. (3ª ed.). Guatemala: LR Publicidad & Diseño.

Publicaciones Periódicas

Ávila, C. (1920, 8 de junio). *Diario de Centro América*, p. 70.

Internet

CEUR, USAC (2011). Significado del Escudo de la USAC, Guatemala. Recuperado de <http://ceur.usac.edu.gt/usac.html>

Diseño Gráfico, USAC (2011). Historia de la Escuela de Diseño Gráfico USAC Guatemala, Guatemala. Recuperado de <http://www.blogger.com/profile/17704982858648298461>



Stweb, Designer (2011). 7 Awesome Rules for Designing a Perfect Logo, Estados Unidos. Recuperado de <http://www.1stwebdesigner.com/design/awesome-rules-designing-perfect-logo/>

Universidad de San Carlos de Guatemala, (2011). USAC: Misión y Visión, Guatemala. Recuperado de <http://www.usac.edu.gt/misionvision.php>

Vides, M. (2011). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala. Recuperado de <http://artyletrasinternacional.ning.com/m/blogpost?id=4080893%3ABlogPost%3A28411>

ANEXOS

Encuesta Realizada para la Validación

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Proyecto de Graduación de Técnico

INSTRUCCIONES:

A continuación se le presenta una encuesta que tiene carácter académico, su finalidad es validar el material gráfico presentado, responda con la mayor veracidad posible, no tiene ninguna implicación posterior para el encuestado. Marque su respuesta y comente.

Semestre: _____

1. ¿Le parece que se refleja la identidad gráfica de la Escuela de Diseño Gráfico con la propuesta de logotipo?

Sí _____ No _____

Comente _____

2. ¿Se siente atraído con la propuesta de logotipo para la Escuela de Diseño Gráfico?

Sí _____ No _____

Comente _____

3. ¿Según su criterio aprobaría esta propuesta de logotipo para la Escuela de Diseño Gráfico?

Sí _____ No _____

Comente _____

4. ¿Se identifica como diseñador con esta propuesta de logotipo para la Escuela de Diseño Gráfico?

Sí _____ No _____

Comente _____

5. ¿Cómo califica usted la tipografía utilizada en el Logotipo de la Escuela de Diseño Gráfico?

Sí _____ No _____

Comente _____

6. ¿Cree usted que el color utilizado en la propuesta de logotipo es acorde a la imagen de la Escuela de Diseño Gráfico?

Sí _____ No _____

Comente _____

7. ¿Cree que la parte gráfica esta proporcionada de acuerdo a la tipografía en el logotipo?

Sí _____ No _____

Comente _____

8. ¿Cree usted que él logotipo tiene unidad visual?

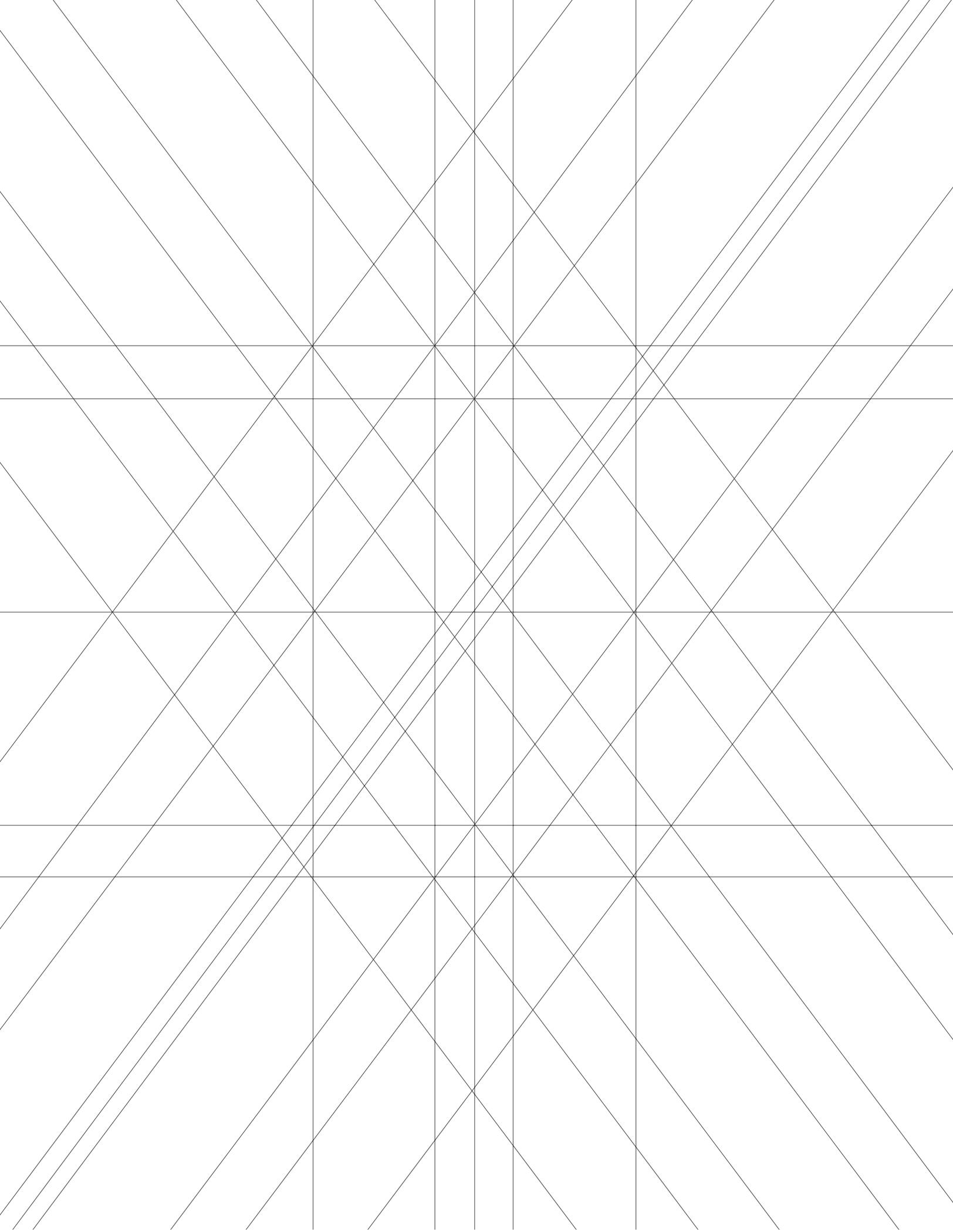
Sí _____ No _____

Comente _____

9. ¿Cuáles son los adjetivos que describen mejor la propuesta de logotipo de la Escuela de Diseño Gráfico?

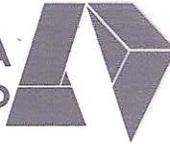
Sí _____ No _____

Comente _____





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

ARQUITECTURA
Diseño Gráfico 

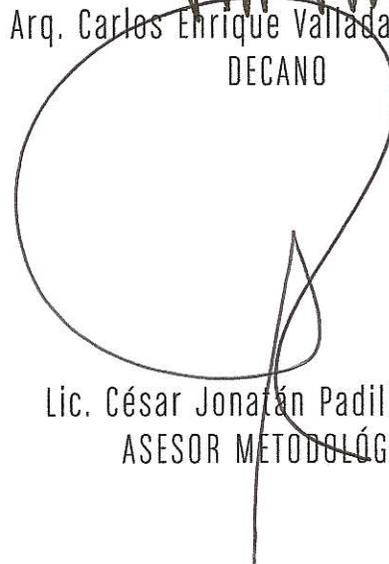
“RENOVACIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA
PARA LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO”

IMPRÍMASE

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO



Lic. César Jonatán Padilla García
ASESOR METODOLÓGICO



Brenda Anabela Esteban Sosa
SUSTENTANTE



Bacilia Jeannette Díaz Celis
SUSTENTANTE

Guatemala, octubre 22 de 2013.

Señor Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala
Arq. Carlos Valladares Cerezo
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento de las estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **BACILIA JEANNETTE DÍAZ CELIS**, Carné universitario **200710865**; así como **BRENDA ANABELA ESTEBAN SOSA**, Carné universitario **200917304**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **RENOVACIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**, previamente a conferírseles el título de Técnico en Diseño Gráfico.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica requerida, por lo que recomiendo darle continuidad a los trámites correspondientes, antes de que se realice la impresión de dicho documento de investigación.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,



Licda. Maricella Saravia de Ramírez
Colegiado 10,804

Lic. Maricella Saravia de Ramírez
Colegiada 10,804

Maricella Saravia de Ramírez
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: 3122 6600 - **5828 7092** y 2232 9859 - maricellasaravia@hotmail.com

