



Universidad Abierta Interamericana

PROGRAMA DE IDENTIDAD VISUAL:
Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias

GIOVANNA CICHILLITTI
Lic. en Diseño Gráfico
-2015-



**PROGRAMA DE IDENTIDAD VISUAL:
Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias**

GIOVANNA CICHILLITTI
Lic. en Diseño Gráfico - 2015

Este trabajo final es el resultado de catorce meses de esfuerzo individual y colectivo.

Tras varios intentos fallidos previos, llegó el momento que tanto esperamos los estudiantes: la culminación de este ciclo de aprendizaje que comenzó en la facultad y continúa día a día en nuestra vida profesional.

Quiero agradecer a mi familia, a mis seres queridos, a mis compañeros de estudio, a los docentes que fueron esenciales durante mi formación educativa y en especial a Karen Kushner, mi tutora y guía durante este proceso.

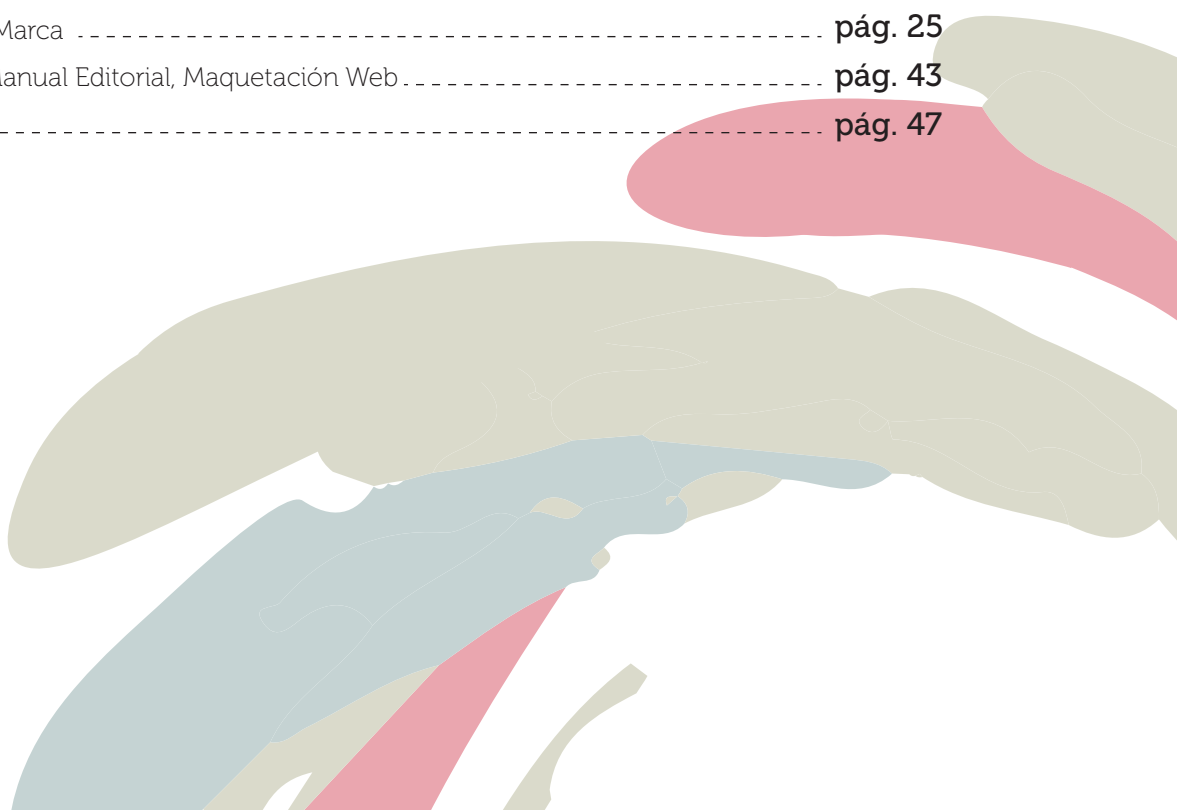
A todos ellos, que estuvieron, están y estarán siempre,

GRACIAS POR EL APOYO.



ÍNDICE

Denominación del proyecto	pág. 1
Naturaleza del proyecto	pág. 1
Descripción	pág. 1
Justificación	pág. 1
Marco Institucional	pág. 3
Propósito u objetivo general y objetivos específicos	pág. 7
Acciones	pág. 8
Determinación de plazos o Cronograma	pág. 19
Determinación de recursos necesarios (materiales y humanos)	pág. 20
Destinatarios del servicio solidario	pág. 20
Evaluación del proyecto	pág. 21
Bibliografía	pág. 22
Programa de Identidad Visual	pág. 23
Logotipo y Máxima Reducción	pág. 24
Manual de Marca	pág. 25
Proyecto: Manual Editorial, Maquetación Web.....	pág. 43
Anexos	pág. 47



“PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EN EL CAMPO PROFESIONAL”

Fecha de inicio: Septiembre de 2014

Fecha de cierre: Diciembre de 2015

1- DENOMINACIÓN DEL PROYECTO

“Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias”

2- NATURALEZA DEL PROYECTO

a. DESCRIPCIÓN

La propuesta se vincula al diseño y desarrollo de un observatorio, a modo de plataforma virtual cuya característica fundamental es la de servir como puerta de ingreso sencilla e integrada a una serie de proyectos vinculados a Prácticas Educativas Solidarias. En el mismo, se pueden encontrar: documentos, proyectos y enlaces relativos a la problemática, con el objeto de sistematizar pero fundamentalmente compartir e intercambiar experiencias educativas que vinculan la Universidad con la comunidad en la que la misma se inserta.

b. JUSTIFICACIÓN

La Universidad se caracteriza por desarrollar simultáneamente tres áreas sustantivas, la enseñanza, la producción de conocimiento, y la extensión. En los últimos años se observa una creciente preocupación de las Instituciones Educativas y sus equipos directivos y docentes por las actividades que se relacionan con el medio, particularmente aquellas que se vinculan con problemáticas que afectan a la sociedad.

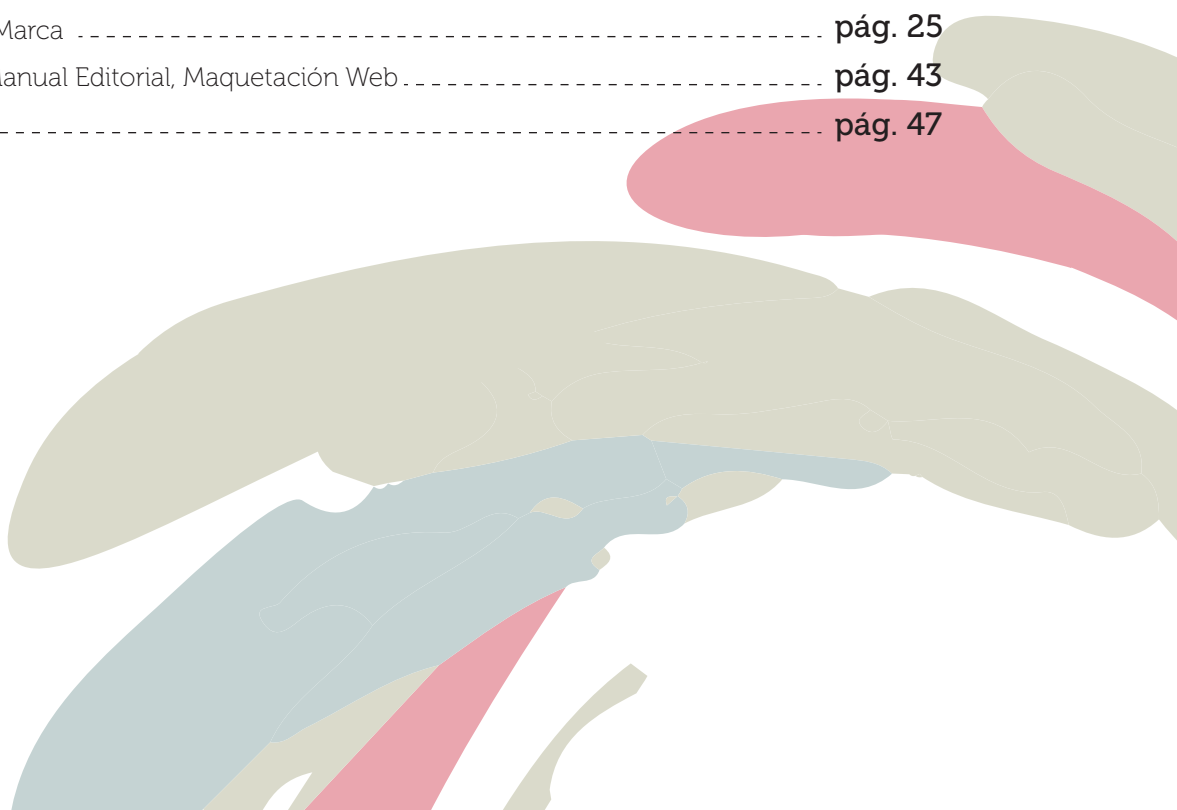
De este modo, la Universidad intensifica sus vínculos con la comunidad, especialmente con aquellos grupos sociales que de otro modo no alcanzan a recibir servicios profesionales de las diversas disciplinas, dando cuenta de un rol protagónico no solo desde los saberes producidos, sino desde el rol social que la convoca, permitiendo también la transformación de las representaciones sociales que se tienen de los espacios educativos.

Las experiencias son trabajadas en distintos niveles de integración con la actividad curricular de los estudiantes. Algunas solo son llevadas a cabo por vocación o libre elección



ÍNDICE

Denominación del proyecto	pág. 1
Naturaleza del proyecto	pág. 1
Descripción	pág. 1
Justificación	pág. 1
Marco Institucional	pág. 3
Propósito u objetivo general y objetivos específicos	pág. 7
Acciones	pág. 8
Determinación de plazos o Cronograma	pág. 19
Determinación de recursos necesarios (materiales y humanos)	pág. 20
Destinatarios del servicio solidario	pág. 20
Evaluación del proyecto	pág. 21
Bibliografía	pág. 22
Programa de Identidad Visual	pág. 23
Logotipo y Máxima Reducción	pág. 24
Manual de Marca	pág. 25
Proyecto: Manual Editorial, Maquetación Web	pág. 43
Anexos	pág. 47



y otras combinan de modo virtuoso contenidos curriculares y acciones relacionadas con el medio.

A su vez, la preocupación de avanzar en un proceso de incorporación de problemáticas sociales al aula universitaria, y trabajar en campo con los alumnos y la comunidad supone apelar a iniciativas creativas en el diseño y concreción del Currículum en su dimensión áulica. Esto que aparece como propuesta por fuera de la práctica docente de todos los días, no es más que asumir el rol que tiene la Universidad dentro de su comunidad.

Una vez comprendido esto, es necesario optimizar recursos y esfuerzos para que estas acciones dejen su condición de esporádicas y se transformen en políticas institucionales coherentes y sostenidas en el tiempo.

Por su parte, a pesar de este camino de planificación, ejecución y prósperos resultados de acciones prosociales, se observa que las mismas no han sido sistematizadas, no han alcanzado la difusión deseada, y por lo tanto, se ve disminuida su capacidad de intercambio interinstitucional y su condición multiplicadora.

Así, y como consecuencia de la necesidad detectada, se decide el diseño y puesta en marcha de un “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias”.

El mismo, es un espacio creado y gestionado por un equipo interdisciplinario de profesionales y estudiantes comprometidos con la producción, sistematización, difusión y relevamiento de proyectos llevados a cabo entre instituciones educativas y la comunidad.

Se trata de una herramienta diseñada y desarrollada para el intercambio y la colaboración colectiva que encuentra en la web un ambiente propicio para la participación, la investigación, la creatividad y la innovación.

Desde el punto de vista de la comunicación, se trabaja como una plataforma digital cuya característica principal es servir como puerta de ingreso sencilla e integrada a una serie de propuestas y recursos vinculados a Prácticas Educativas Solidarias.

c. MARCO INSTITUCIONAL

El Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias, es un espacio creado y gestionado por un equipo interdisciplinario de profesionales y estudiantes comprometidos con la producción, sistematización, difusión y relevamiento de proyectos llevados a cabo entre instituciones educativas y la comunidad.

Se trata de una herramienta diseñada y desarrollada para el intercambio y la colaboración colectiva que encuentra en la web un ambiente propicio para la participación, la investigación, la creatividad y la innovación.

Antecedentes institucionales:

La Lic. en Diseño Gráfico en Universidad Abierta Interamericana (UAI) Sede Rosario, alineada con las políticas definidas por la Institución, trabaja desde hace años en la profundización de los vínculos entre la Universidad y la Sociedad, construyendo alianzas que permiten la apertura y cooperación de saberes recíprocos que contribuyan a consolidar procesos de cohesión social fortaleciendo con ello los lazos solidarios entre los actores implicados para afrontar problemas comunes.

En esta dirección, algunos de los trabajos destacados en los últimos 10 años gestionados con diversos grados de sistematicidad por la carrera y vinculados a instituciones y organizaciones son:

- 2004 y 2005- **Programa Crecer, Centro Crecer N° 29. Secretaria de Promoción Social, Municipalidad de Rosario.** Programa de identidad visual para la producción de pequeños emprendimientos barriales a cargo de vecinos en condición de vulnerabilidad extrema.
- 2005- **Dirección de Educación para la Salud, Secretaría de Salud Pública, Municipalidad de Rosario.** Elaboración de una revista de distribución distrital, en el marco preventivo de problemáticas sociales para jóvenes en condición de vulnerabilidad extrema. Población beneficiaria de los barrios, Nuestra Señora del Rosario, Plata, La Cariñosa, HUME.
- 2005- **VIVENCIAS: Organización no gubernamental de atención a enfermos de parkinson.** Diseño y producción de material de difusión de obras de teatro a cargo de parkinsonianos.

- 2005- **Programa de Artesanías, Subsecretaría de Economía Solidaria, Secretaría de Promoción Social, Municipalidad de Rosario.** Diseño de una organización móvil para artesanos.
- 2006 – **Escuela Provincial de Teatro.** Diseño de piezas para difusión de actividades.
- 2006 y 2007- **Programa de Emprendimientos Urbanos, Subsecretaría de Economía Solidaria, Secretaría de Promoción Social, Municipalidad de Rosario.** Asesoramiento a emprendedores y artesanos.
- 2005 a 2008 – **Museo de la Memoria Secretaría de Cultura y Educación, Municipalidad de Rosario.** Diseño y producción de material de comunicación visual.
- 2005 a 2008 – **Oficina de Derechos Humanos, Secretaría de Cultura y Educación, Municipalidad de Rosario.** Diseño y producción de material de comunicación visual.
- 2006-2009 – **Centro de Expresiones Contemporáneas, Secretaría de Cultura y Educación, Municipalidad de Rosario.** Diseño y producción publicación anual.
- 2008 – **Programa Vestimenta y Calzado, Secretaría de Promoción Social de la Municipalidad de Rosario, Municipalidad de Rosario.** Diseño de estampas de remeras a ser utilizadas en la producción de participantes del programa de Vestimenta y Calzado.
- 2008 a 2011 - **Secretaría de Servicios Públicos y Medio Ambiente, Municipalidad de Rosario.** Proyecto de investigación “Niveles de recordación y consecuencia en las conductas de jóvenes estudiantes sobre las campañas de accidentes de tránsito en Rosario”. Diseño de material educativo sobre problemática vial.
- 2009 a 2010 - **Subsecretaría de Economía Solidaria, Secretaría de Promoción Social de la Municipalidad de Rosario, Municipalidad de Rosario.** “Programa para la promoción de emprendimientos productivos destinados al incentivo del desarrollo socio económico poblacional local” *Proyecto presentado y seleccionado entre los 70 primeros, al Premio Presidencial Educación Solidaria, Programa Educación Solidaria, Ministerio de Educación Argentina.*
- **2010 a 2013- Ente Turístico Rosario, Asociación Colectividades Extranjeras en Rosario.** Diseño y producción de cartelera y señalética para Fiesta Colectividades.

- 2010 a 2013- **Secretaría de Servicios Públicos y Medio Ambiente, Municipalidad de Rosario. Colegio DeLasalle.** Proyecto de investigación *“Percepción y valoración de los elementos visuales de mediación didáctica utilizados en educación vial en los niños entre 9 y 12 años”*.
- 2012 a 2014 – **Secretaría de Turismo, Municipalidad de Rosario. Ente Turístico Rosario, UAI** (Lic. Diseño Gráfico, Lic. Turismo, Ingeniería en Sistemas, Lic. Publicidad). Proyecto *“Potencialidades De La Ciudad De Rosario Para El Desarrollo De Un Turismo Accesible”*. Diseño de dispositivos de infovisualización con información sobre turismo accesible.
- 2013- **Escuela Primaria n° 2003 Margarita Mazza de Carlés, Unidad Penitenciaria n° 3 de la ciudad de Rosario. Facultad de Ciencia Política y RR.II, Universidad Nacional de Rosario, UAI** (Lic. Diseño Gráfico) Proyecto *“Conexiones entre el adentro y el afuera”*. Diseño y producción de revista anual internos de la Unidad penitenciaria N° 3.
- 2014- **Centro de Formación y Capacitación, Unidad Penitenciaria n° 3 de la ciudad de Rosario. Facultad de Ciencia Política y RR.II, Universidad Nacional de Rosario, UAI** (Lic. Diseño Gráfico) Proyecto *“Conexiones entre el adentro y el afuera”*. Diseño, fotografía y producción de revista realizada por internos de la Unidad penitenciaria N° 3 en versión gráfica y web.
- 2014- **Centro de Formación y Capacitación, Unidad Penitenciaria N° 3 de la ciudad de Rosario. Facultad de Ciencia Política y RR.II, Universidad Nacional de Rosario, UAI** (Lic. Diseño Gráfico) Proyecto *“Programa de identidad visual para el Centro de Formación y Capacitación de las Unidades penitenciarias de la Provincia de Santa Fe”*. Diseño programa de identidad visual y web del Centro de Formación y Capacitación.
- 2013 y 2014 -**Ente Turístico Rosario, Secretaría de Turismo Municipalidad de Rosario, Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) perteneciente al Instituto de Investigaciones de la Facultad de Ciencia Política y RR.II. Universidad Nacional de Rosario, Movimiento Unidad Ciegos y Amblíopes de Rosario (MUCAR), Asociación Rosarina de Deportes para Ciegos (ARDEC), Escuela Especial de Niños Ciegos “Elsa Rouselle”, Centro de Rehabilitación “Luis Braille”, Asociación**

Voluntad Integral Discapacitados Argentinos (AVIDA), Biblioteca Municipal “Juan Álvarez”, Servicio de Lectura Accesible. UAI (Lic. Diseño Gráfico, Lic. Turismo, Ingeniería en Sistemas, Lic. Publicidad) Proyecto “Interfaces en pantallas para Turismo Accesible”, *seleccionado y financiado por el Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación Productiva y el Programa Consejo de la Demanda de Actores Sociales (PROCODAS)*. Diseño de Interface digital accesible sobre información turística de la ciudad de Rosario.

- 2014 -**Ente Turístico Rosario, Secretaría de Turismo Municipalidad de Rosario, Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) perteneciente al Instituto de Investigaciones de la Facultad de Ciencia Política y RR.II. Universidad Nacional de Rosario**, Asociación Rosarina de Agencias de Viaje (ARAV), Asociación Empresaria Hotelero Gastronómica y Afines Rosario (AEHGAR), **UAI (Lic. Diseño Gráfico, Lic. Turismo, Ingeniería en Sistema)** Proyecto “Interfaces digitales accesibles para el desarrollo del turismo local en la ciudad de Rosario”, *seleccionado y financiado por la Secretaría de Vinculación Tecnológica y Desarrollo Productivo de la UNR*. Observatorio de accesibilidad web en empresas de servicios turísticos de la ciudad de Rosario. Diseño de un “libro blanco” digital para la elaboración de información turística accesible. Capacitación para desarrolladores web (diseñadores y programadores).

- 2014 – **Facultad de Tecnología Informática Sede Rosario, Applir – Asociación Civil sin fines de lucro en pos del fomento de igualdades para jóvenes con discapacidad intelectual**. Proyecto radicado en la Fac. de Tecnología Informática. Reciente convocatoria a la carrera Lic. en Diseño Gráfico. A la fecha se realizaron reuniones preliminares por diseño de interfaz de red social. Diseño de interfaz video juegos para red social.

- 2015 - **Ente Turístico Rosario, Secretaría de Turismo Municipalidad de Rosario, Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) perteneciente al Instituto de Investigaciones de la Facultad de Ciencia Política y RR.II. Universidad Nacional de Rosario, UAI (Lic. Diseño Gráfico, Lic. Turismo, Ingeniería en Sistema)** Proyecto “El

Código QR como Herramienta de Accesibilidad a la Información Turística de la Ciudad de Rosario para Personas con Discapacidad Auditiva”, *seleccionado y financiado por la Secretaría de Vinculación Tecnológica y Desarrollo Productivo de la UNR*. Producciones en formato video con información turística en lenguaje de señas vinculadas a material de difusión a partir de códigos QR.

- 2015 - **Ente Turístico Rosario, Secretaría de Turismo Municipalidad de Rosario, Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) perteneciente al Instituto de Investigaciones de la Facultad de Ciencia Política y RR.II. Universidad Nacional de Rosario, UAI** (Lic. Diseño Gráfico, Lic. Turismo, Ingeniería en Sistema) Proyecto “Información Turística de la ciudad de Rosario en código QR, para hacerla accesible a las personas con discapacidad auditiva”, *seleccionado y financiado por el Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación Productiva y el Programa Consejo de la Demanda de Actores Sociales (PROCODAS)*. Nuevamente se trata de producciones en formato video con información turística en lenguaje de señas vinculadas a material de difusión a partir de códigos QR, que permita ampliar la cantidad de información puesta en marcha en el proyecto anteriormente mencionado.

Estas acciones, sintéticamente descriptas, permiten reflexionar sobre la necesidad de un espacio que recupere y socialice las experiencias.

d. PROPÓSITO U OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- *Objetivo general del servicio:*
 - Favorecer la generación de espacios de encuentro y participación de los diferentes actores de la educación vinculados a las prácticas pro sociales.
 - Socializar las prácticas educativas solidarias que se llevan a cabo en la Lic. en Diseño Gráfico de la Universidad Abierta Interamericana.

- *Objetivo específico:*

- Relevar y sistematizar experiencias educativas pro sociales en las que participa la Lic. en Diseño Gráfico de Universidad Abierta Interamericana Sede Rosario.
- Producción de contenidos a ser incluidos en el “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias”.
- Diseñar un programa de identidad visual para el “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias”.
- Diseñar y desarrollar el “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias”.
- Diseñar y aplicar un programa editorial aplicable a las piezas a ser publicadas en el “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias”.
- Diseñar y aplicar un programa visual para los sitios que alojan a cada uno de los proyectos que forman parte del “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias”.
- Producir infovisualizaciones para ser incluidas entre el material de cada uno de los proyectos que forma parte del “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias”.
- Producir piezas audiovisuales para ser incluidas entre el material de cada uno de los proyectos que forma parte del “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias”.

3- ACCIONES

La construcción del “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias”, es el producto de trabajo colaborativo entre los diferentes actores del alumnado y cuerpo docente de la institución. La Institución educativa a cargo del proyecto, fue la responsable de la coordinación de tareas en las etapas de diagnóstico y planificación. El seguimiento y monitoreo del proceso de diseño y desarrollo del producto estuvo a cargo de la Directora de la Carrera de Lic. en Diseño Gráfico Mg. Karen Kushner, mientras, que la elaboración de contenidos para la puesta en marcha del “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias” estuvo a cargo de los coordinadores de la carrera, la Dra. Raimondo Anselmino, y los Lic. Gabriela Nazario y Damián Vezzani, que regularon los diferentes Proyectos de APS y

armonizaron su ejecución en simultáneo para brindar los avances necesarios para la materialización del Observatorio.

Luego una vasta búsqueda de datos y recopilación de las tareas llevadas a cabo, se inicia el camino en la reflexión sobre la necesidad de crear un espacio que recupere, organice, sistematice y comunique a la sociedad en su totalidad los proyectos vinculados a las Prácticas Educativas Solidarias.

Es así que se determina que la propuesta se base en el diseño y desarrollo de un observatorio, a modo de plataforma virtual, y que actúe como herramienta principal para la organización y socialización del trabajo educativo llevado a cabo por la Institución en conjunto con otras organizaciones. En el mismo se alojan: protocolos de los proyectos, videos, imágenes, foros, enlaces relativos a la problemática, etc., con el objeto de sistematizar y difundir experiencias educativas que vinculan a instituciones educativas con la comunidad.

El puntapié inicial es dado con la detección y análisis de distintos portales de Internet que brindasen el mismo servicio en otras localidades/países y que a su vez sirven de apoyo en la organización y presentación de la información. Los casos especialmente observados son el Centro Promotor del Aprendizaje y Servicio Solidario en Euskadi (<http://www.zerbikas.com>) y el Centro Latinoamericano de Aprendizaje y Servicio Solidario(<http://www.clayss.org.ar/>); dos espacios para la generación de conocimiento en torno al Aprendizaje y Servicio (APS),y que además vez proponen el intercambio de opiniones, la creación y difusión de ideas, materiales y herramientas para progresar en este modelo.

Estos portales son útiles para profundizar el concepto de APS y la importancia que éste tiene respecto a la sociedad. Ellos son la referencia en cuanto a la manera de organizar la información y la disposición de contenidos que luego se ven reflejados en el Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias.

Como fue mencionado anteriormente, la primera etapa del proceso de diseño se inicia con el Diseño del “Programa de Identidad Visual” para el “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias”. Para dicho fin fue necesario realizar una profunda investigación, recopilación y

análisis de ciertos textos y autores reconocidos en el área del diseño, los cuales permiten orientar las decisiones tomadas, que a su vez repercuten en el resto del proyecto.

Luego comienza la etapa del proceso de diseño propiamente dicho, el cual se genera a partir de una “lluvia de ideas” o *brainstorming*, a los efectos de definir el nombre indicado para la plataforma. Luego de un exhaustivo análisis en el campo del naming, se llega a la decisión del nombre completo del proyecto “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias” para así lograr una fijación respecto a la función (observatorio) que éste cumple, la información que éste contiene (prácticas educativas) y la característica fundamental que poseen las actividades que son mostradas y que las diferencia del resto de las demás (solidarias).

Los actores encargados del desarrollo del proyecto son estudiantes de la institución, egresados de la carrera Lic. de Diseño Gráfico con la colaboración de la Universidad Abierta Interamericana, cuya participación en las etapas de diagnóstico, planificación y ejecución de tareas fueron:

- Diseño del “Programa de Identidad Visual” para el “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias”, plasma el isologotipo, sus aplicaciones, usos correctos e incorrectos. Así como un análisis y justificación de la construcción de la imagen de comunicación visual, donde se explican las decisiones tomadas por el equipo de trabajo durante la construcción de la marca Observatorio;
- Diseño de un “Programa de Identidad Editorial” aplicable a las piezas colgadas en el “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias”, en el cual se planteó que sea una ramificación del “Programa de Identificación Visual” con el objetivo de estipular lineamientos gráficos sobre el contenido académico de los protocolos, que contiene criterios básicos para tener una comunicación institucional gráfica ordenada y coherente, con reglamentos con respecto a la jerarquización de textos, aplicaciones tipográficas, tratamiento de imágenes y orden del contenido. La ejecución del Programa en los protocolos estuvo de distintos alumnos, los cuales aplicaron los lineamientos y criterios para la producción de los Protocolos de APS en formato PDF. Los proyectos cargados al sitio web son accesibles para descarga del público en formato descargables.

- Diseño y desarrollo del “Observatorio Virtual”, el espacio web tiene dos etapas de ejecución: la primera consistió en el diseño y planificación de las pantallas visuales donde los ejes de la construcción se centran en el análisis de la navegabilidad del espacio, su adaptabilidad en diversos espacios móviles como smartphones y tablets, su fácil uso y practicidad, a la vez de continuar su coherencia con el Programa de Identidad Visual y respetar los lineamientos de comunicación gráfica de la marca Observatorio y adaptarla a la modalidad digital. La segunda etapa consiste en la construcción del sitio en el espacio digital, desde la maquetación y programación, a cargo de un alumno con conocimientos en programación, que materializó la propuesta en el front-end (pantallas visuales de interacción del usuario) articulando las premisas planteadas en la primera etapa del desarrollo visual por medio de los lenguajes de codificación web html y el lenguaje dinámico php. Con un back-end compuesto por el Panel de Control, desde donde se administrará el espacio digital, como punto de acceso de la institución para regular los contenidos y la información, así como acceso al Foro del Observatorio.
- Diseño y desarrollo del “Foro Educativo del Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias”, que trabaja como satélite del sitio web principal, cuya razón de ser es crear un espacio para la interacción e intercambio entre el alumnado, docentes e instituciones, no disponible en el sitio web del Observatorio. Mediar las conversaciones presentes en el mismo, y ofrecer un espacio donde los actores de los proyectos de APS puedan forjar y expresar las opiniones de sus experiencias y ofrecer nuevas propuestas para el desarrollo de futuros protocolos. La construcción del front-end visual y la resolución de la dinámica del espacio, permitieron que la comunicación visual sea la herramienta necesaria para la formación del espacio dinámico e interactivo bajo las mismas premisas del sitio web. Mientras que la resolución del back-end y su materialización, para continuar con coherencia el montaje del espacio digital, con el lenguaje web estático html y el lenguaje dinámico php.

La justificación que se expone a continuación se basa en el proceso de creación del programa de identidad visual para el proyecto descrito anteriormente. Éste se enfoca en el identificador corporativo (logotipo e isotipo) y el manual de marca, los cuales sientan las

bases de diseño en el desarrollo de las demás piezas pertenecientes al proyecto general (Sitio web, manual editorial, publicaciones virtuales) y otras que potencialmente sean creadas con otros fines.

OBSERVATORIO DE PRÁCTICAS EDUCATIVAS SOLIDARIAS: Identificador corporativo o marca gráfica

En Diseño gráfico se denomina *identificador corporativo o marca gráfica* “al signo visual de cualquier tipo (logotipo, símbolo, monograma, mascota, etc) cuya función específica sea la de individualizar a una entidad. La función primordial del identificador gráfico es exactamente la misma que la del nombre propio”. (Chaves Belluccia, 2003, pág. 16)

La imagen de marca es una proyección de la marca; es la manera en que el público percibe aspectos que caracterizan la marca a través de una imagen mental sustentada en sus valores característicos. Permite la diferenciación respecto de otras del mismo carácter (o no), dotándola de una identidad propia.

Chaves y Belluccia (2003) clasifican los distintos identificadores en:

Identificadores primarios y secundarios:

En su forma de manifestación óptima, los distintos identificadores de una misma organización deben poseer, cada uno por separado, la misma capacidad identificadora, o sea, deben ser reemplazables uno por otro. Pero la amplia gama de tipos de signos existe, precisamente, para que además se pueda disponer de variantes y matices en la función identificadora, y enriquecer así los recursos significantes para satisfacer circunstancias y exigencias de identificación diversas.

Esto permite introducir una primera división en el repertorio de identificadores: los primarios y los secundarios. Son primarios aquellos que cumplen la función identificadora en su forma directa y pura (la “firma”) y secundarios aquellos que completan y refuerzan la identificación pero no son capaces de funcionar solos o aisladamente como rúbrica.

En este caso, el identificador diseñado (logotipo y símbolo) se coloca dentro de la división “primarios” ya que reproduce fielmente el concepto del proyecto utilizando su nombre.

Respecto al logotipo, Larcher(1989) propone el concepto de logotipo como:

Una “traducción” de la razón social, puesto que, generalmente, la firma es el conjunto formado por el logotipo más el símbolo. Por lo tanto, la responsabilidad que recae sobre el logotipo es enorme y, aunque sea uno de los elementos de la marca, es sin duda el signo fundamental de la política de la empresa. Esta clase de logotipos se denominan *logotipos institucionales*”.(pág. 129)

Mientras que González Ruiz lo sintetiza como “la forma tipográfica normada para escribir el nombre de la empresa, del servicio o del producto”(Estudio de Diseño, 1994).

Este autor a su vez sostiene que:

Si existe la posibilidad de crearlo, el nombre debe ser de fácil lectura y pronunciación, debe tener impacto y carisma, ser original, poseer valores emocionales adecuados, y transmitir potencial de recordación. El nombre empresarial es la unidad lingüística sobre la cual reposa la estrategia visual del programa. Es el origen del planteo sintáctico y semántico ulterior para dotarlo de personalidad.(pág. 385)

Chaves y Belluccia (2003) clasifican morfológicamente los signos marcarios primarios en:

-*Logotipo tipográfico estándar*: El nombre de la empresa está escrito de manera normal con alguna familia tipográfica preexistente y de uso libre.

-*Logotipo tipográfico exclusivo*: El logotipo se ejecuta con una familia tipográfica propia y diseñada por encargo y especialmente para el caso.

-*Logotipo tipográfico “retocado”*: El nombre se escribe con una tipografía regular pero se le aplican arreglos particulares para aumentar su singularidad: modificación de los espaciados, tamaños y proporciones habituales de los cuerpos, estiramientos o comprensión de algunos trazos, exageración de acentos, ligaduras especiales, cortes o muescas en los caracteres, etc.

-*Logotipo tipográfico iconizado*: En este modelo de identificación se reemplaza alguna letra del logotipo por un ícono formalmente compatible con dicha letra o con la actividad de la empresa.

-*Logotipo singular*: El logotipo es una pieza única diseñada como un todo, como una forma excepcional que no responde a ningún alfabeto ni estándar ni creado ad hoc.

-Logotipo con accesorio estable: Para aumentar la capacidad identificatoria del logotipo se refuerzan algunos de sus aspectos técnicos (pregnancia, diferenciación, llamado de atención) mediante el agregado de elementos gráficos complementarios.

Todos los tipos anteriormente descriptos pueden completarse con:

- a) algún elemento visual externo a ellos: rúbrica, subrayado, asterisco, punto, etc.
- b) un fondo normalizado, casi siempre geoméricamente regular.(Chaves Belluccia, 2003, pág. 32)

En el caso del proyecto en cuestión, se decide utilizar el nombre completo, es decir “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias”, para ejercer una relación directa al trabajo que se realiza dentro del sitio web desarrollado para la Institución.

Se busca crear un impacto visual entre los distintos conceptos del nombre del proyecto mediante la utilización del contraste entre dos variables de peso, sumado a la utilización de tres colores distintos.

Su nombre se forma por la unión de los conceptos:

- Observatorio: tipo de herramienta de recolección de datos elegida para organizar, administrar y estudiar los proyectos llevados a cabo.
- Prácticas educativas solidarias: Es el tipo de información que se mostrará en el sitio.

Larcher(1989) sostiene que:

El logotipo será el lenguaje de la empresa o del producto, su seña de identidad. Un buen logotipo será como una fotografía de la original, fiel a las cualidades de lo que fabrica o de lo que es la empresa, y llamará la atención sobre el contenido; sin embargo, tiene que estar además bien estudiado para proyectar y connotar en su grafismo las cualidades intrínsecas y el mensaje que lleva en sí”.(pág. 135)

Por otra parte, la creación de una marca, principalmente para uso en la web, sienta las bases de diseño en cuanto a la contemplación del uso de tipografías con un “alto grado de contraste para de este modo, aumentar la legibilidad, utilidad y el rango de edad de los visitantes al sitio web”. (Kiesler, 2002, pág. s.p.)

La intención principal es utilizar una tipografía “fundamentalmente fuerte, coherente, memorable y estéticamente bien estudiada”(Larcher, 1989, pág. 138). Es por esto que la fuente elegida es MUSEO, en sus variables de peso 700 y 100.

Su implementación se debe al carácter formal y a la vez juvenil que ésta connota, propia de las características del proyecto. Se emplean ambas variables de peso para generar un contraste visual entre las palabras que componen la marca y a su vez se vea favorecida la legibilidad del logotipo.

Según Chaves denominamos legibilidad al “grado de capacidad de reconocibilidad de los rasgos esenciales del signo”, los cuales “pueden ser reforzados por un color corporativo potente (primer signo detectado por el ojo, mucho antes que la forma gráfica)”.(2003, pág. 37)

Además del contraste generado a través de las variables tipográficas, se busca resaltar las distintas palabras que componen la marca a través de la utilización de una tríada de colores determinada y armónica, la cual representa de manera fidedigna al proyecto.

A la hora de conceptualizar y categorizar al símbolo o isotipo pertenecientes a una marca, se ahonda en distintos autores; entre ellos Guillermo González Ruiz, que lo denomina como “un signo gráfico - abstracto o figurativo - que identifica a la empresa por convención” (1994, pág. 385). En cuanto a la clasificación, Norberto Chaves y Raúl Bellucia encuentran tres subdivisiones estructuradas en torno a tres conceptos (la iconicidad, la abstracción y la alfabeticidad):

- Símbolos icónicos: El símbolo es diseñado con una imagen que representa algún referente reconocible del mundo real o imaginario

- Símbolos abstractos: Son formas que no representan objetos o conceptos conocidos. A través de las características formales y cromáticas pueden connotar o evocar algún tipo de sensación: dureza, fragilidad, suavidad, tradición.

- Símbolos alfabéticos: Están constituidos por aquellos que utilizan las iniciales del nombre o cualquier otra letra como motivo central sin confundirse con el modelo “sigla”.(2003, pág. 32)

En el caso del Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias, se decide utilizar un *símbolo icónico* que hace alusión a un foco o lente de cámara, reforzando así el concepto de “observatorio” y generando una pregnancia significativa en el receptor.

En relación a esto, Chaves denomina pregnancia a “la capacidad que tiene una forma de ser recordada. Representa su mayor o menor posibilidad de “grabarse” en la memoria del lector”.(2003, pág. 29) Para esto se dota al isotipo de un carácter artístico mediante el empleo de “pinceladas” de color, convergentes en el centro, haciendo referencia a un área de la comunicación visual.

Código cromático y combinación de colores para el caso Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias

El Código Cromático es “el color o la combinación de colores que contribuyen a la identificación cromática de empresas, productos, organismos públicos o instituciones.

En las grandes organizaciones, el código cromático no sólo comprende a la marca sino que se extiende a todos los elementos que constituyen su infraestructura física” (González Ruiz, 1994, pág. 387).

Una tríada de colores es un conjunto de tres colores que están dispuestos uniformemente alrededor de la rueda de color. En nuestro caso se utiliza un color cálido (el rojo), uno frío (el azul) y uno neutro (el beige) tanto para el logotipo como para el isotipo, el manual, las potenciales aplicaciones de la marca y página web en cuestión

Los colores cálidos son el amarillo, el anaranjado, el rojo y una gama de morado. Dan sensación de actividad, de alegría, de dinamismo, de confianza y amistad.

Los colores fríos incluyen al verde, azul y otra parte del morado y son a menudo más tenues que los colores cálidos. Son los colores de la noche, el agua, la naturaleza y suelen ser relajantes, apacibles y algo reservados. Transmiten tranquilidad, seriedad, distanciamiento. (Negro, 2015)

Los neutros como el gris, beige o marfil, son únicos en el espectro de color ya que pueden tomar tonos fríos o calientes dependiendo de los colores que lo rodean. Son colores conservadores en la mayoría de los casos, lo que significa que tiene poco efecto en sí mismo. Le agregan un toque conservador y elegante, refinado y tradicional. (Fiori, 2014)

Distintos autores han hablado durante años de la repercusión de la utilización de los colores en nuestra psicología. Tal es así que el rojo, color primario y a la vez cálido según el círculo cromático, se le asocia con el fuego, violencia y la guerra.

También se le relaciona con el amor y la pasión. Se le puede relacionar con la furia, pero también con la importancia, como así también peligro o advertencia.

En diseño, el rojo es un poderoso color de acento. Puede tener un efecto abrumador si se utiliza demasiado en diseños, en especial en su forma más pura. Es un gran color cuando la pasión o el poder quieren ser expresados en el diseño. El rojo es muy versátil, los tonos claros son más energéticos, mientras que los oscuros son más poderosos y elegantes.

Los tonos rojos denotan una sensación de poder, elegancia y profesionalismo, y a su vez energía y movimiento. (Von Goethe, 1810)

El azul es el único color primario en el espectro frío, eso significa que los otros colores se obtienen de la mezcla de azul con un color cálido (amarillo para el verde, rojo para el morado).

Los tonos azules pueden ser refrescantes y amistosos y a la vez fuertes y seguros. Denotan profesionalismo y paz.

En el diseño gráfico, los azules claros son relajados, los brillantes refrescantes. Los más oscuros son excelentes para sitios corporativos o diseños donde la fuerza y confianza son importantes. Dan una sensación de confianza, un aspecto profesional, en especial combinado con el fondo blanco. (Von Goethe, 1810)

Para armonizar ambos colores tan opuestos y así lograr un equilibrio visual, se decide utilizar un color neutro: el beige.

El beige es un color totalmente natural y cálido neutral. Se puede asociar a la fiabilidad, firmeza, y con terrenalidad. Se siente joven debido a los colores brillantes alrededor. El marrón grisáceo brinda una sensación de responsabilidad y confianza, elegancia discreta y tranquilidad al mismo tiempo. Sirve como balance con los colores fríos y cálidos con los que se relaciona en su contexto. (Fiori, 2014)

Manual de Marca:

Esta herramienta de diseño las características básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca en todas sus posibles expresiones. Se crea pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

El autor (González Ruiz, 1994) lo denomina como:

El instrumento esencial para el control y la manutención de la eficiencia del mensaje institucional que provee la marca. Comprende y presenta las características del proyecto y las normas para su implantación y su preservación. En los casos de las empresas de gran porte, los manuales de identidad visual para la aplicación de la marca constituyen un sistema de normas conformado por subsistemas de documentaciones y especificaciones técnicas. El manual debe ser un instrumento funcional, una pieza útil para la empresa.

Partiendo de nuestras propias experiencias y analizando lo acontecido en los últimos veinte años en el mundo, podemos extraer algunos de los principales aportes de un programa de identidad visual al desarrollo empresarial:

- Fija una nueva imagen en la población.
- Contribuye a elevar la confianza de los accionistas y del mercado acerca de la entidad, su crédito y su nombradía.
- Consolida la cultura de la empresa y acentúa la motivación y la fidelidad de los funcionarios. La mejor imagen pública también facilita la capacitación de los recursos humanos.
- Reduce costos de producción y tiempos de ejecución, por la naturaleza sistémica y de reproducción en serie que conlleva el programa.

- Mejora la comunicación interna y facilita la comunicación entre empresas del mismo grupo.
- Establece una tecnología diferencial en el área de la prestación de servicios.

4. DETERMINACIÓN DE PLAZOS O CRONOGRAMA

Meses	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Distribución de tareas	●														
Planteo de propuestas	●	●													
Presentación de anteproyecto			●												
Diseño de prog. de identidad visual				●	●										
Diseño y maquetación del Obs.						●	●								
Diseño y aplicación de prog. editorial						●	●								
Ajustes de diseño y maquetación del Observatorio								●	●	●					
Desarrollo del Observatorio											●	●	●	●	
Diseño y aplicación de prog. visual para sitios que alojan a los proyectos											●	●	●	●	
Producción de infovisualizaciones											●	●	●	●	
Producción de piezas audiovisuales											●	●	●	●	
Presentaciones de resul. obtenidos															●
Evaluación del proyecto y experiencia															●

Octubre 2014: DIAGNÓSTICO

- A. Relevamiento de información e imágenes visitas y entrevistas con los diferentes actores.
- B. Decodificación y comparación entre lo solicitado y demandado desde el punto de vista de la comunicación visual.
- C. Definición de estrategias de comunicación visual.

Noviembre 2014: PLANIFICACIÓN

- D. Planificación y aproximación a la propuesta de comunicación gráfica.

Diciembre 2014 a Julio 2015: EJECUCIÓN

- E. Diseño y producción de Programa de Identidad Visual.
- F. Diseño de Programa Editorial de protocolos.
- G. Aplicación de Programa Editorial en PDF de protocolos finalizados.
- H. Diseño de sitio web.
- I. Diseño de foro para estudiantes.
- J. Desarrollo del sitio web y foro (maquetación y programación).

Agosto a Diciembre 2015: EVALUACIÓN

- K. Ajustes

5. DETERMINACIÓN DE RECURSOS NECESARIOS MATERIALES Y HUMANOS

La totalidad de los equipos requeridos, así como las acciones son realizadas sin costo por el equipo de profesores y estudiantes comprometidos con prácticas educativas pro sociales.

6. DESTINATARIOS DEL SERVICIO SOLIDARIO

A partir de la puesta en marcha del “Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias” se benefician, simultáneamente, los siguientes actores:

- La Lic. en Diseño Gráfico, que podrá sistematizar y difundir sus prácticas.
- Las organizaciones e instituciones que quieran dar a conocer sus acciones solidarias o requieran asistencia de la Universidad.
- La comunidad educativa en general que podrá tomar conocimiento de este tipo prácticas áulicas.
- Los estudiantes, en tanto consolidan sus conocimientos y desarrollan competencias personales y sociales.
- La sociedad en su conjunto, en la medida que aumenta el compromiso de jóvenes actores que a partir de estas experiencias desarrollan la inclusión, la responsabilidad social y el interés común.

7. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Luego de 15 meses de un proceso de búsqueda, recopilación, análisis, organización de información, diseño del programa de identidad visual del Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias y haciendo una cota provisoria al momento, se deduce que los objetivos generales y específicos propuestos para el proyecto son superados satisfactoriamente.

Es decir, que se logra generar un espacio de encuentro y participación entre los distintos actores de la educación, de manera tal que las prácticas educativas solidarias llevadas a cabo por la Universidad se logran socializar a través del diseño del programa de identidad visual del Observatorio de Prácticas Educativas Solidarias en una primera instancia y a su vez aplicando convenientemente los distintos manuales de pautas editoriales que sirven para la creación de las piezas gráficas que componen el proyecto. Además se logra la materialización del extenso proyecto resuelto en el Observatorio a través del arduo trabajo de los alumnos en muy poco tiempo, lo cual habla de las capacidades y conceptos aprendidos por éstos durante el paso por la Institución.

Se considera una herramienta ampliamente productiva, tanto para la institución como para el alumnado; es por esto que se anhela puedan ser reproducidos sus lineamientos esenciales en otros observatorios y así concientizar a distintos segmentos de la sociedad.

8- BIBLIOGRAFÍA

- Chaves Belluccia, N. R. (2003). *La Marca Corporativa: Gestión y Diseño de símbolos y logotipos*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Cortés Zarrías, G. (3 de Marzo de 2015). *www.gczarrias.com*. Obtenido de <http://www.gczarrias.com/ALUMNOS/archivos/disenio/Diferencias%20entre%20un%20logotipo.pdf>
- Fiori, S. M. (13 de Mayo de 2014). *Staff Creativa*. Obtenido de Teoría del Color para Diseñadores: Significado del Color: <http://www.staffcreativa.pe/blog/teoria-del-color-disenadores/>
- González Ruiz, G. (1994). *Estudio de Diseño*. Buenos Aires, Argentina: Emecé.
- Kiesler. (2002).
- Larcher. (1989). *La Letra*. Barcelona, España: Ediciones CEAC.
- Negro. (9 de Julio de 2015). *ABC disegno*. Obtenido de Diseño Web, Gráfico y Programación: <http://www.abcdiseño.com/teoria-del-color/>
- Von Goethe, J. W. (1810). *Psicología del Color*. Obtenido de Johann Wolfgang Von Goethe y la Teoría del Color: <http://www.psicologiadelcolor.es/johann-wolfgang-von-goethe-y-la-teoria-del-color/>