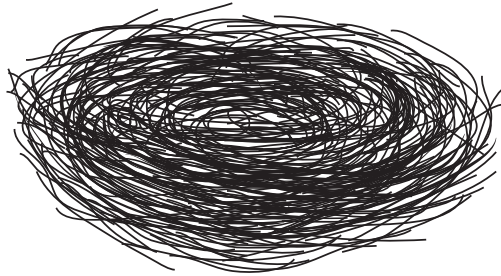




ESPOL
"Impulsando la sociedad del conocimiento"

Materia Integradora

DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS



IDENTIDAD CORPORATIVA

LIGRA

**Licenciatura en Diseño Gráfico y
Publicitario**

BROCHURE DE PROCESOS

Tema:

Propuesta Visual para el Salón de Eventos
de EDCOM

Autores:

Marco Andrés Villavicencio Santos

Jerry García Moreno

Paralelo # 4

EDCOM
Escuela de Diseño y Comunicación Visual

Año 2017

Firma del Profesor

.....

Contenido:

Resumen	5
Antecedentes	6
Público objetivo o target	7
Investigación y Metodología del proyecto	8
Objetivos del proyecto	10
Cronograma	11
DISEÑO	12
Concepto creativo	12
Proceso de bocetos	12
Prueba - error	14
Proceso técnico	16
Detalle de piezas gráficas	22
Presentación del producto gráfico	26
Presupuesto	28
Resultados y Conclusiones	29
Bibliografía	30

RESUMEN

El edificio de la Escuela de Diseño y Comunicación (EDCOM) tiene asignado un espacio denominado Salón de Eventos, el cual es un aula que no se identifica como un espacio donde la expresión creativa de los estudiantes este presente, por aquello es importante asignarle un nombre, acompañado de una imagen acorde con el objetivo del salón, que es la difusión de los proyectos audiovisuales elaborados por los estudiantes bajo la guía de los profesores. Se ha llevado a cabo grupos de enfoque y encuestas para recopilar la experiencia de los estudiantes para con dicho salón y con los eventos en general que se han realizado en la unidad académica. El desconocimiento y poco interés de estas actividades extracurriculares son un denominador común, este es el problema principal, los motivos más comunes son el horario, poca promoción, el espacio físico, pocos temas de interés y la falta de interacción con los estudiantes. Se escogió el nombre FOGATA como lugar del despertar de la llama creativa de los estudiantes, además de ser un lugar donde los miembros de EDCOM se reúnan para apreciar la producción audiovisual de los estudiantes, a su vez generar contenido en las redes sociales. El catálogo que se va a construir busca mostrar, propagar información y actividades del salón de exposiciones realizadas en la unidad, este tendrá un diseño acorde con los estándares de calidad que la Escuela de Diseño y Comunicación tiene.

ANTECEDENTES

Actualmente el aula C-105 ubicada en la planta baja del bloque C junto a la escalera central funciona como “Salón de Eventos” de EDCOM, carente de un nombre con personalidad, espacio que pasa desapercibido para un buen número de alumnos. Esta sala busca exhibir los proyectos realizados por los estudiantes bajo la tutoría de los profesores pero, existe un evento anual institucional llamado “La Rueda”, mismo que también se encarga de la difusión de proyectos estudiantiles, la existencia de un catálogo puede complementar dicho evento, además de funcionar como un archivo o memoria física de todas las exhibiciones realizadas por la Escuela de Diseño y Comunicación de Espol. El Salón de Eventos y su catálogo pueden trabajar muy bien en la difusión de los proyectos audiovisuales, un evento con una trayectoria y relevancia importante como la Rueda multiplicará la experiencia de sus visitantes con un catálogo y con un espacio de exhibición renovado.

En las entrevistas realizadas a 50 estudiantes de Edcom-Espol salieron a relucir varias apreciaciones, un 16% expresó sentir que la unidad no hace lo suficiente para proyectarse como una “Escuela de Diseño” de importancia en el ámbito local; esto a su vez ha creado cierta desconfianza y en palabra de algunos estudiantes “subestimados” respecto con otras profesiones que la politécnica ofrece. Los estudiantes manifestaron en un 87% estar dispuestos a participar en eventos que la unidad promoció siempre y cuando exista apertura y libertad creativa; exigen más talleres y charlas con figuras reconocidas en el campo del Diseño Gráfico. El 76 % de los estudiantes encuestados han asistido a eventos culturales o con temas afines con su formación profesional. La influencia que tienen los profesores es importante en los alumnos, un 44% afirmó haber asistido a un evento por invitación de un profesor, un 16 % asistió por iniciativa propia, y un 12 % por acompañar a un amigo.

En previas investigaciones recopiladas por la Secretaría Técnica del Frente Social y publicadas en el Sistema Integrado de Indicadores del Ecuador - SIISE, se encontró que la juventud responde a diferentes situaciones y condiciones sociales, económicas y culturales, recordemos además que 3 de cada 5 jóvenes en el Ecuador pertenecen a un estrato



bajo. El segmento joven de la población ha sido construido culturalmente por elementos socio- históricos, ciudadanos que se agrupan y que tienen la tendencia a estereotipar acciones, según valores éticos y estéticos. Todos estos elementos crean jóvenes que crecen dentro de una sociedad que los juzga, "La juventud no es una edad, sino una estética de la vida cotidiana". (B. Sarlo)

Este grupo de ciudadanos son el futuro del país e integrarlos como productores de elementos culturales será un paso importante para nuestra sociedad ecuatoriana. El diseño gráfico, las galerías y los libros son promotores de la cultura, con estos tres elementos trabajando en conjunto el resultado puede ser fantástico. Por aquello existió la necesidad de concretar el proyecto de Fogata Sala de Exposiciones, como recolector y promotor de los trabajos de los estudiantes de Edcom, estos a su vez se convertirán en exponentes del diseño, generadores de cultura.

PÚBLICO OBJETIVO

Estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, jóvenes entre 18 y 28 años que asisten a eventos de ocio y culturales, por diversión y para obtener mayor conocimiento. Este grupo corresponde a la generación de los millenials, que crecieron junto a la tecnología móvil y con un mayor acceso al world wide web en comparación con otras generaciones.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Para la construcción de la marca del actual salón de eventos, se requirió en primer lugar la definición del problema. La elaboración de un árbol de problemas, causas y consecuencias ayudó a entender la situación actual del Aula C-105. Este método nos ayudo a identificar las necesidades, público objetivo, así como el objetivo principal y los objetivos secundarios de este proyecto. La obtencion del punto de vista de los estudiantes politécnicos, principalmente de EDCOM, estos son los que participan más en los eventos y exposiciones de diseño, pero también hay asistencia de estudiantes de otras facultades, por tal motivo fué necesario abrir un canal de comunicación entre el público objetivo y el grupo que desarrolló la marca propuesta.

Se realizó una comunicación interpersonal mediante entrevistas con el fin de obtener apreciaciones y respuestas verbales de parte de los estudiantes. Se escogió este método en lugar de las encuestas, por que una entrevista permite obtener más información de los participantes, en ocasiones las preguntas no son bien comprendidas y mantener una conversación fluida evita aquello. Para obtener esta recopilacion de información se realizaron 50 entrevistas a estudiantes de la Escuela de Diseño y Comunicación y otras facultades de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, obteniendo interesantes apreciaciones acerca de los eventos, gustos y el salón de eventos por parte de los estudiantes encuestados. Se descubrió que una buen número de estudiantes considera que los eventos estan bien organizados, pero que falta promoción.

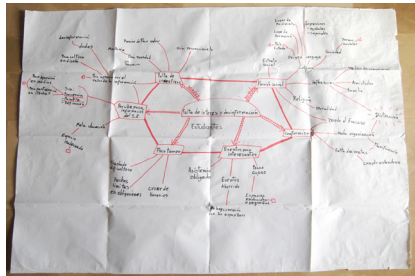
A diferencia de lo que algunos piensan, la distancia y el tiempo para transportarse hacia el campus Gustavo Galindo de la ESPOL, no es un problema importante para los asistentes; pero sí lo es el horario, sobre todo cuando es la jornada de clases regulares, muchos expresaron que se han enterado de los eventos pero el horario de clases les impide asistir; toda esta información y más se obtuvo gracias a las entrevistas. Para desarrollar el nombre de la marca se requirió realizar una lista de atributos que identificara el producto y el servicio, identificando la mayor cantidad de atributos posibles. De aquí surgió una lista de posibles nombres, mismos que buscaban representar las aspiraciones de los

estudiantes que exponen su esfuerzo creativo plasmado en sus proyectos audiovisuales.

La world wide web fue una fuente importante de conocimiento y experiencias de proyectos similares. La revisión de estos últimos generó en buena parte, inspiración para la creación de la imagen de Fogata. Se buscó que no existan similitudes entre nuestra propuesta y otras marcas presentes en el mercado local e internacional.



Entrevistas



Árbol de Problemas



Reuniones de Trabajo

OBJETIVOS

DE COMUNICACIÓN

Lograr notoriedad en la comunidad politécnica para el reconocimiento de las exposiciones que realiza la Escuela de Diseño y Comunicación Visual (EDCOM)

DE DISEÑO

General:

Desarrollar un identificador gráfico que contenga atributos promocionales para el salón de eventos de EDCOM, manteniendo una imagen atractiva para los estudiantes.

Específicos:

- * Descubrir los insights de los estudiantes de EDCOM hacia el Salón de Eventos de la unidad.
- * Analizar las alternativas para la construcción del nombre e imagen que represente al salón de eventos de EDCOM.
- * Construir el catálogo del salón de eventos de EDCOM.

CRONOGRAMA

Descripción	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Definición el Problema</i>	■	■	■	■																
<i>Selección del Problema</i>		■	■																	
<i>Reunión con el Cliente</i>			■	■																
<i>Definir el Público Objetivo y Objetivos</i>				■																
<i>Búsqueda de información en internet</i>				■	■	■														
<i>Visita a Museos</i>						■	■													
<i>Entrevistas a Estudiantes</i>							■	■												
<i>Organizar los Datos</i>								■	■											
<i>Planeación de Ideas</i>									■	■										
<i>Selección del nombre para el salón de Eventos</i>									■	■	■	■								
<i>Creación de Línea Gráfica</i>									■	■	■	■								
<i>Reunión con el cliente</i>													■	■						
<i>Diagramación del Catálogo</i>													■	■	■	■				
<i>Búsqueda de Im- prenta</i>																	■	■	■	■
<i>Construcción del Catálogo</i>																	■	■	■	■
<i>Entrega del Producto Final</i>																	■	■	■	■

DISEÑO

Concepto Creativo

Los seres humanos anhelamos comunicarnos con otros, la creatividad es una expresión de nuestras ideas y la falta de espacios o canales de comunicación puede limitar esta interacción. Fogata “Sala de Exposiciones” pretende ayudar a difundir la llama creativa que hay en los estudiantes de EDCOM, que los proyectos brillen como una luz intensa que pueda observarse y contemplarse.

Las herramientas que sirvieron de mucha ayuda para la creación del concepto creativo fueron el árbol de problemas y las entrevistas realizadas al público objetivo.

Proceso de Bocetos

Se elaboró una lista de posibles nombres para finalmente seleccionar tres propuestas: Insigne, Fogata y Cromo. Se seleccionó el nombre de “FOGATA” para denominar al actual Sanón de Eventos de EDCOM.





Finalmente se busco la manera de representar aquella llama creativa que se pretende difundir con la sala expo y el catálogo. El lápiz de color es un elemento representativo de las expresiones visuales, los trazos en varios colores de abajo hacia arriba constituyen una llamada que brilla con intensidad para ser vista con interés.



Prueba - Error

Después de la lluvia de ideas se elaboraron varios bocetos que posteriormente fueron desechados por resultar imágenes obvias o que no representaban correctamente al concepto, durante varias semanas se elaboraron varias propuestas que comprendían figuras como el fuego y las formas orgánicas, pero estas tenían más relación con restaurantes o artículos deportivos. (ver figura 1)

En los siguientes bocetos se trató de representar la unidad, la reunión entre colegas para presentar trabajos, contar historias, lo que suele hacerse frente a una fogata, por eso el isotipo circular con círculos más pequeños a su alrededor. (figura 2 y 3)

Los bocetos elaborados en colores calidos crearon problemas de percepción, nuevamente estas figuras se las relacionaba más con el concepto de comida, restaurante, asadero, que con el concepto original que es la llama creativa, encuentro y contemplación. Las tipografías tampoco reflejaban el carácter de una galería, por tal motivo esta línea gráfica fue desechada.



figura 1

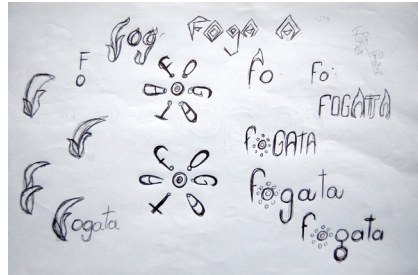


figura 2



figura 3



figura 4

El elemento iconográfico principal de fogata es la llama creativa, de tal modo que se empezó a ilustrar aquel elemento utilizando una tipografía con líneas orgánicas. Tradicionalmente la primera letra del nombre recibe mucha atención, por tal motivo aquellas líneas orgánicas fueron utilizadas en representar una letra "f" que simule fuego, pero el resultado no fue el esperado. (ver figura 5)



figura 5

Utilizar una letra diferente al resto no producía una imagen sin sintonía y poco atractiva, a partir de ahí se planteó trabajar con una tipografía para todo el nombre, una construcción con un puntaje de línea gruesa no era compatible con la función de galería ára exposiciones. (ver figura 6)



figura 6

La tipografía palo seco o sin serifa se acopla bastante con lo que Fogata es, una galería donde podemos apreciar conocimiento y creatividad, pero a la vez moderno y jovial. (ver figura 7)



figura 7

La búsqueda de representar aquella llama que tradicionalmente tiene líneas curvas se lo representó con una llama circular acompañada de trazos verticales, por que queríamos representar una llama intensa, con fuerza, como si se hubiera colocado gasolina como detonante de una llamarada impresionante. Los lápices de colores son un elemento tradicional de las artes y por tal motivo se escogio ese tipo de trazo para el elemento iconográfico del Salón de Exposiciones, pero quedó muy sobrecargado. (ver figura 8)

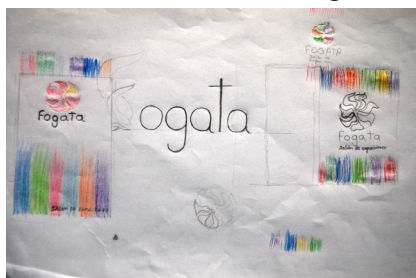
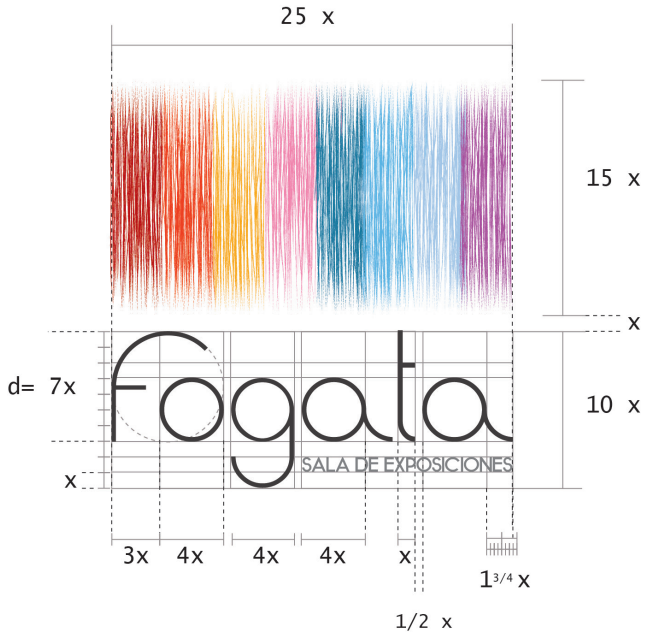


figura 8

Proceso Técnico

Construcción del Logotipo





Colores



CMYK (0,100,100,24)
RGB (188,20,26)
#BC131A



CMYK (66.92,62.67,59.53, 49.51)
RGB (35,31,32)
#3F3C3D



CMYK (0,89,8,100,0)
RGB (239,66,35)
#EF4123



CMYK (0,0,0,60)
RGB (128,130,133)
#808284



CMYK (0,38,100,0)
RGB(251,170,25)
#FAA918



CMYK (0,60,56,5,1,0)
RGB (243,133,173)
#F285AD



CMYK (85,06,42,05,21,7,1,41)
RGB (26,124,163)
#1A7CA3



CMYK (58,12,0,0)
RGB (93,182,230)
#5CB5E6



CMYK (35,81,0,0)
RGB (170,83,160)
#AA529F

Tipografía

Para la construcción de la palabra “Fogata” se utilizó la tipografía “Curvi” con una modificación de los espacios entre las letras, y una pequeña modificación en la letra “F”, a continuación el nombre de la marca con la tipografía original

Fogata tipografía curvy

SALA DE EXPOSICIONES tipografía lugos

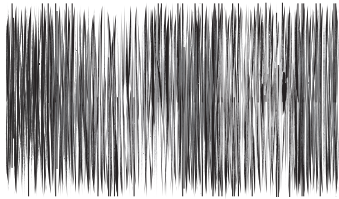
Originalmente la marca tenía iba acompañado de la frase “Salón de Eventos”, posteriormente se lo modificó a “Sala de Exposiciones”.

Modificaciones al logo permitidas

Fogata utiliza un imagotipo como elemento de identidad visual, por lo que se permite utilizar el ícono y el texto por separado, pero siguiendo los parámetros aquí presentados.

Fogata
SALA DE EXPOSICIONES

Fogata



en escala de
grises

Fogata
SALA DE EXPOSICIONES



en blanco y
negro

Modificaciones al logo no permitidas

Se prohíbe la alteración de las dimensiones del imago tipo, o de alguno de sus elementos por separado. De igual manera esta prohibido alterar la gama de colores fuera de la paleta original, la versión en blanco y negro o en la versión en escala de grises, por lo tanto las siguientes modificaciones no son permitidas.



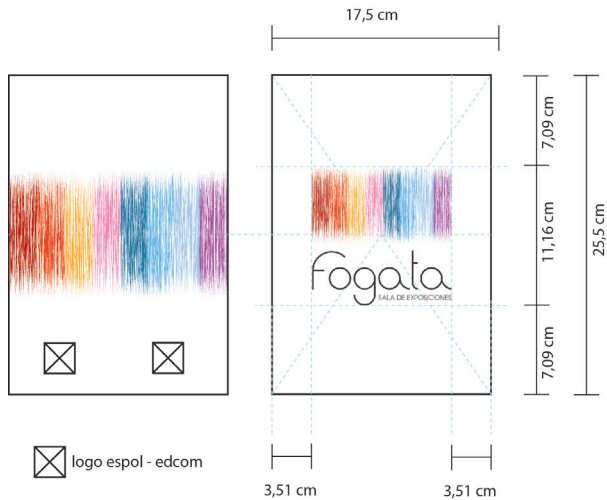
Propuesta del espacio para Fogata Sala de Exposiciones

Para dar una nueva experiencia a los visitantes de Fogata, se pretende darle una imagen física diferente a la actual, con una entrada de vidrio, el logo irá colocado en el ventanal derecho.



Construcción del Catálogo Institucional

El catálogo es uno de los elementos principales de la nueva imagen del actual Salón de Eventos Su portada blanca tiene como elemento principal imagotipo de Fogata, las dimensiones se detallan a continuación.

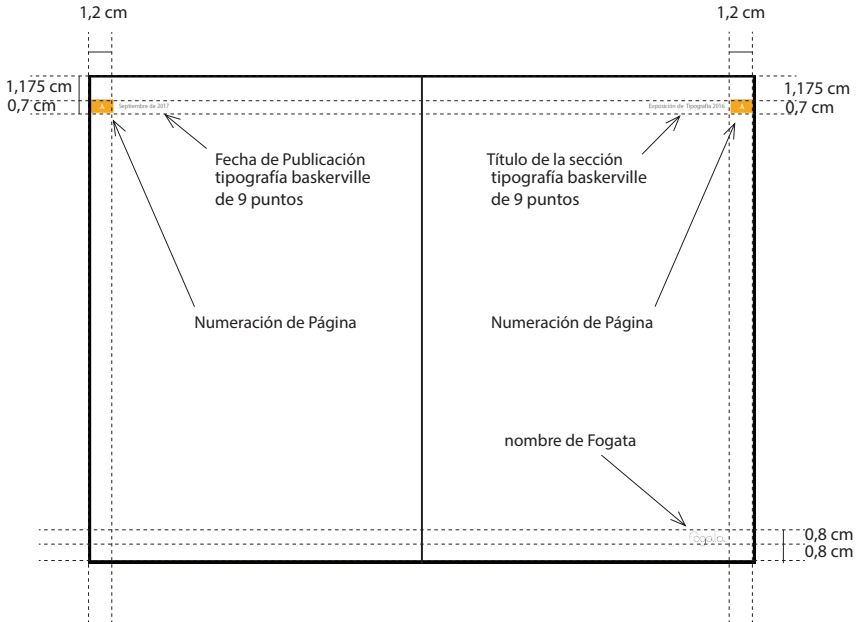




Detalle Constructivo:

Formato: 17,5 x 25,5 cm
Encuadernación por encolado
86 páginas en papel couché de 150 gramos.

Formato de las páginas internas



Las páginas interiores tienen un diseño limpio, con la numeración en las esquinas superiores, en la página izquierda se coloca la fecha de la publicación, y en la derecha va el título de la sección o exposición. La distribución de las fotos varía de acuerdo a las dimensiones de la obra, y la cantidad de detalles que se quiere mostrar, existen páginas internas con fotos en formato página completa, fotos centradas, páginas con dos y hasta tres fotografías.

Distribución del Catálogo de Fogata Sala de Exposiciones



Las portadillas de cada sección son de doble página y con un fondo de color distintivo para cada temática, en el lado izquierdo se encuentra la descripción de la exposición y en la siguiente página se encuentra una imagen ilustrativa relacionada con la descripción.

Exposición de Tipografía 2016

Experimentación con tipografía

La tipografía por lo general es concebida como un vehículo del mensaje por medio de la palabra escrita, ignorándose sus diferentes posibilidades de comunicación. Esta exposición se enfoca en descubrir el potencial creativo y expresivo de la tipografía a través de la experimentación con diferentes tipos y familias. Observaremos una variedad de recursos, como su tratamiento de espesores, colores, tamaño o el modo de escribir, explorando diferentes técnicas experimentales que ayudan a reforzar un concepto o significados en letras de día y sus dimensiones, tratándose su potencial para ser tipo creativo, con una variedad gama de materiales y medios, que otorgan la atención sobre su contenido. Las diferentes poses espaciales permiten al observador pensar de una manera no convencional, experimentando con la interposición de palabras, fragmentando la sustitución de letras por otras opciones que pueden figurarse, moldearse o ilustrarse para comunicar una idea de forma efectiva.

Msc. Ariana García



Ilustraciones

Hermanos Grimm

La ilustración es una disciplina difícil de definir. A medio camino entre el arte y el diseño, es un camino de expresión o exploración plástica personal y al mismo tiempo posee una función comunicativa y está sujeta a decisiones estéticas y al mercado. El origen de la ilustración, como la entendemos hoy en día, podemos situarlo en el S.XVIII de la mano con la revolución industrial y el desarrollo del capitalismo.


Etimológicamente, ilustrar viene del latín *illustrare*. Esto es, iluminar, embellecer, "acariciar", pero también es iluminar en el sentido de "revelar" o "traer a la luz". Esta variedad de significados permite comprender muy bien la naturaleza polivalente de la ilustración, que es, al mismo tiempo, arte, decoración y comunicación.

Una buena ilustración es aquella que se complementa con lo que está ilustrando, ya sea un cuento, un artículo o una poesía. La ilustración debe dialogar con lo ilustrado, haciéndose parte de él, en una relación que podamos llamar simbiótica. En ese caso, para una muestra se decidió ilustrar una selección de relatos de los hermanos Grimm.

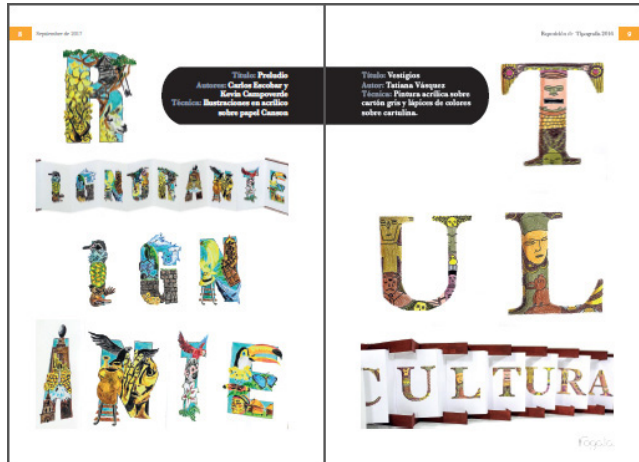
Esta iniciativa nace como un esfuerzo de trabajo colaborativo por parte de los integrantes del club, en búsqueda de fortalecer sus habilidades como ilustradores, a través de un proyecto que permita la participación del club en su conjunto. Es así que podemos ver trabajos en distintas técnicas y propuestas, en los cuales se puede advirar el proceso personal de cada ilustrador, en la búsqueda de un lenguaje propio, sobre una temática que es familiar a todo tipo de espectador.

Esta iniciativa forma parte de una serie de ejercicios que los miembros del *Thinking* han llevado a cabo, plantándose un tema común sobre el cual trabajar. En los últimos semestres, se ha intentado que estos ejercicios lleven a la generación de alguna clase de producto. Esta exhibición es una forma de dar cuerpo a una idea.

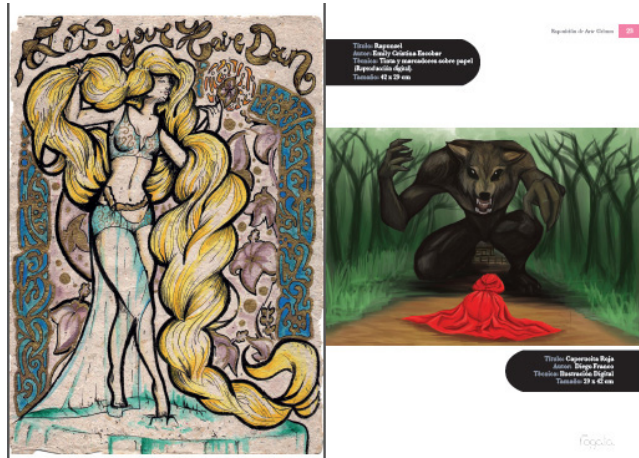
Msc. Alejandro Ocaña



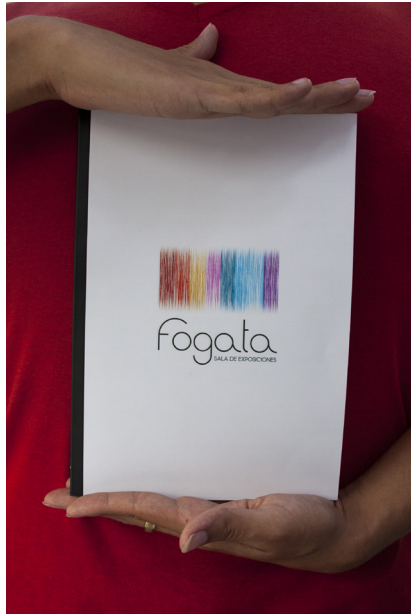
Ejemplo de página interna con varias fotos en una página.



Ejemplo de página interna con una foto por página.



Mock up





PRESUPUESTO

Proyecto de diseño de identidad Corporativa

	Unitario	Total
Personal		
Sueldo de diseñadores	\$450	\$900
Movilización	\$0,30	\$9,60
Total Mes 01 a 03		\$909,60
Operación		
Diseño de piezas gráficas		
Investigación / Encuestas	\$25	\$50
Fotografía	\$150	\$150
Imprevistos	\$10	\$20
Total Mes 03 a 04		\$220
Inversión		
Catálogo	\$ 190,46	\$190,46
Impresión full color con laminado en papel couche de 150 gramos, portada en cartulina couche mate de 250 gramos		
TOTAL	Mes 01 a 04	\$ 1320,06

RESULTADOS

La propuesta de Fogata Sala de Exposiciones como nueva imagen para el salón de eventos ha llamado la atención por su imagen fresca y colorida. El espacio físico propuesto es amigable por el empleo del material de vidirio tanto para las paredes como para las puertas de la parte frontal; las personas que han observado la propuesta han expresado su aprobación a la nueva imagen. El catálogo de Fogata, además de promocionar las obras de los estudiantes, servirá como un registro e inventario de las exposiciones y obras realizadas por los estudiantes de la Escuela de Diseño y Comunicación, en el quedará archivado el nombre de la obra, el autor, dimensiones y técnica empleada. El libro catálogo también cumple la función de emisor de conocimiento y cultura, esto cumple con uno de los objetivos de las Políticas y Estrategias para los Derechos Culturales que busca aplicar el Plan Nacional del Buen Vivir de la República del Ecuador.

La juventud es muy crítica de la estética de las objetos y servicios presentes en nuestra sociedad, por tal motivo la nueva imagen del Aula C-105 (Salón de Exposiciones) ha creado reacciones positivas, por que Fogata es más que un aula numerada, un aula multicolor, un sitio de encuentro, reunión y contemplación.

CONCLUSIONES

La remodelación del espacio físico del Aula C-105 conocida actualmente como Salón de Eventos, le dará una imagen más acorde con la Escuela de Diseño y Comunicación, esta a su vez mejorará la percepción de los visitantes a la sala y la de Edcom como gestora de conocimiento y cultura. Las características de la nueva fachada permitirá observar hacia el interior aún cuando este espacio se encuentre cerrado al público, este hará que Fogata sea el centro de atención de la planta baja del bloque C de Edcom, área que recibe constantemente a un gran número de estudiantes y visitantes del edificio por encontrarse junto a la escalera central. El catálogo se perfila como un elemento promocional no comercial, testimonio y registro de las exposiciones que se realizan en la Escuela de Diseño, con la participación de las obras de los estudiantes pero dotándoles con una presentación más profesional.

BIBLIOGRAFÍA

Escuela Superior Politécnica del Litoral. (2016). Rendición de Cuentas 2016 recuperado de <http://www.transparencia.espol.edu.ec>

Ministerio de Educación del Ecuador. (2016). Perfil del Bachiller Ecuatoriano, recuperado de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/12/perfil-del-bachiller.pdf>

Sarlo, Beatriz. (1994). ESCENA DE LA VIDA POSTMODERNA. Editorial Spasa Calpe. Argentina. .

Ocaña, Alejandro. (2016). Exposición de los Hermanos Grimm. Espol-Edcom. Guayaquil, Ecuador.

García, Ariana. (2016). Exposición de Experimentación con Tipografías. Espol-Edcom. Guayaquil, Ecuador.

Duran, Carlos. (2016). Exposición de Pintura “Indicios”. Espol-Edcom. Guayaquil, Ecuador.

Báez, Marcelo. (2016). Cuando el dinosaurio despertó. Espol-Edcom. Guayaquil, Ecuador.

Cabrera, Iria. (2016). De magia a animación. Espol-Edcom. Guayaquil, Ecuador.

