



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO**

**TEMA: LA COMUNICACIÓN VISUAL Y SU INCIDENCIA EN EL
MANEJO DE IDENTIDAD DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA
FISCAL “RODRIGO CHÁVEZ GONZÁLEZ” DE LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL AÑO 2015.**

**PROPUESTA: DISEÑO Y ELABORACIÓN DE MANUAL DE
IDENTIDAD PARA LA ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA FISCAL
“RODRIGO CHÁVEZ GONZÁLEZ”.**

AUTOR: SOLÍS SERRANO JOHNNY JAVIER

TUTOR: ING. LUIS OLVERA VERA MSc.

**GUAYAQUIL - ECUADOR
2015**

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

DIRECTIVOS

Dr. KLEBER LOOR, MSc.
DECANO

MSc. CHRISTEL MATUTE
SUBDECANA

Ab. Isabel Marin, MSc.
COORDINADOR GENERAL

Msc. Oscar Velez, MSc. V
DIRECTOR

Ab. Xavier González
SECRETARIO GENERAL

Guayaquil. 8 de enero 2016

Máster
Kleber Loor

DECANO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Ciudad.-

De mi consideración:

En virtud que la Comisión de Titulación de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad con fecha 8 de enero del año 2016, en la cual me designó tutor(a) de proyecto de investigación.

Tengo a bien informar lo siguiente:

Que el investigador SOLIS SERRANO JOHNNY JAVIER, diseñó y ejecutó el Proyecto de investigación con el tema:

LA COMUNICACIÓN VISUAL Y SU INCIDENCIA EN EL MANEJO DE IDENTIDAD DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA FISCAL “RODRIGO CHÁVEZ GONZÁLEZ” DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL AÑO 2015.

El mismo que ha cumplido con las directrices y recomendaciones dadas por el suscrito.

El participante satisfactoriamente ha ejecutado las diferentes etapas constitutivas del proyecto; por lo expuesto se procede a la aprobación del proyecto, y pone a vuestra consideración el informe de rigor para los efectos legales correspondientes.

Atentamente,

.....
Ing. Luis Olvera Vera MSc.

TUTOR: TÉCNICO

Guayaquil, 8 de enero del 2016

Máster

Kleber Loor

DECANO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Ciudad.-

Para los fines legales pertinentes comunico a usted que los derechos intelectuales del Proyecto de Investigación **“LA COMUNICACIÓN VISUAL Y SU INCIDENCIA EN EL MANEJO DE IDENTIDAD DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA FISCAL “RODRIGO CHÁVEZ GONZÁLEZ” DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL AÑO 2015”**

Pertenecen a la FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

Atentamente

JOHNNY JAVIER SOLÍS SERRANO

C.C.: 0926593831

CERTIFICADO DE REVISIÓN REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

DR. LUIS DOMÍNGUEZ MEDINA MSc. **Certifico:** que he revisado la redacción y ortografía del contenido del proyecto de investigación, cuyo tema es **LA COMUNICACIÓN VISUAL Y SU INCIDENCIA EN EL MANEJO DE IDENTIDAD DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA FISCAL RODRIGO CHÁVEZ GONZÁLEZ DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**, elaborado por **JOHNNY JAVIER SOLÍS SERRANO** con cédula de ciudadanía 092659383-1, como requisito previo para optar al título de **INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO** de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

Para el efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del texto.

- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes.
- La acentuación es precisa.
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada.
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción.
- Hay concreción y exactitud en las ideas.
- No incurre en errores en la utilización de las letras.
- La aplicación de la sinonimia es correcta.
- Se maneja con conocimiento y precisión la morfosintaxis.
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo por lo tanto de fácil comprensión.

Por lo expuesto, y en uso de mis derechos como docente, según el **Reglamento de Titulación de la Universidad de Guayaquil Comisión Académica Enero 2015, Capítulo IV DEL PROCESO DE TITULACIÓN Art. 20, Literal a), b); Art. 21 y Art. 22**, recomiendo la **VALIDEZ ORTOGRÁFICA** del presente proyecto previo a la obtención del título de **INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO**.

Atentamente

DR. LUIS DOMÍNGUEZ MEDINA MSc.

C.I. 0911529138

Carrera de Diseño Gráfico

REG. SENESCYT N° 1006-03-405478

Fono: 0985224899

Luisalejandrod67@gmail.com

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA: DISEÑO GRÁFICO**

ADVERTENCIA

Se advierte que las opiniones, ideas o afirmaciones vertidas en el presente proyecto, son de exclusiva responsabilidad del autor del mismo y no está incluida la responsabilidad de la Universidad de Guayaquil.

PROYECTO

TEMA: LA COMUNICACIÓN VISUAL Y SU INCIDENCIA EN EL MANEJO DE IDENTIDAD DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA FISCAL “RODRIGO CHÁVEZ GONZÁLEZ” DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

PROPUESTA: DISEÑO Y ELABORACIÓN DE MANUAL DE IDENTIDAD PARA LA ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA FISCAL “RODRIGO CHÁVEZ GONZÁLEZ”.

APROBADO

.....
Miembro del Tribunal

.....
Miembro del Tribunal

.....
Miembro del Tribunal

.....
Secretario

.....
JOHNNY JAVIER SOLÍS SERRANO

DEDICATORIA

Agradezco a Dios, por ser quien nos permite vivir un día a día, para cumplir nuestros objetivos y metas.

Mi dedicatoria de este triunfo, en especial es para mi hijo y esposa, quienes son mi fuerza para seguir adelante, buscando nuevas metas para poder ser una mejor persona y mejorar en mi vida profesional.

A mis padres, que fueron y serán siempre mis pilares fundamentales, que inculcaron en mí buenos valores y por su apoyo incondicional.

Johnny Javier Solís Serrano.

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios, por permitirme vivir este momento y crecer en mi vida profesional.

Agradezco a mis padres por brindarme la posibilidad de aprendizaje, su sacrificio dando como fruto este logro y éxito alcanzado.

Gracias a mi esposa por comprender y apoyar cada día mis pasos, ya sean acertados o equivocados, a mi hijo le agradezco su ingenuidad, ahora de pequeño ya que tan solo con una sonrisa me fortaleció.

A los docentes que aportaron con sus conocimientos y consejos, encaminando mi vida estudiantil al éxito.

A mis compañeros que brindaron su ayuda, en varios momentos.

Johnny Javier Solís Serrano.

ÍNDICE GENERAL

CONTRAPORTADA	I
CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA DE TESIS.....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	III
CERTIFICACIÓN DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA.....	V
ACTA DEL TRIBUNAL EXAMINADOR.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE CUADROS.....	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XI
ÍNDICE DE PIEZAS GRÁFICAS.....	XII
RESUMEN.....	XIII

INTRODUCCIÓN

Contexto de la investigación.....	1
Situación del conflicto.....	4
Causas y consecuencias.....	4
Formulación del problema.....	4
Ubicación (de la investigación).....	5
Delimitación (objeto, campo, tema).....	6
Objetivo (general y específico).....	6
Hipótesis y variables.....	7
Justificación.....	7
Aporte práctico.....	9
Aporte teórico.....	9
Aporte metodológico.....	9
Beneficiarios.....	10

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes.....	11
1.2. Fundamentación teórica.....	12
1.2.1 La comunicación.....	12
1.2.2 Tipos de comunicación.....	13

1.2.3 Comunicación visual.....	15
1.2.4 La comunicación y el diseño.....	16
1.2.5 Diseño gráfico y comunicación visual.....	17
1.2.6 La identidad visual.....	18
1.2.7 Tipos de identidad visual.....	18
1.2.8 Elementos básicos de la identidad visual.....	18
1.2.9 Efectos de una Identidad visual.....	
1.3. Fundamentación.....	23
1.3.1. Fundamentación filosófica.....	25
1.3.2. Fundamentación sociológica.....	26
1.3.3. Fundamentación psicológica.....	27
1.3.4. Fundamentos educativos.....	27
1.3.5. Fundamentos tecnológicos.....	28
1.3.6. Fundamentación legal.....	32
1.3.7 Pensamiento personal.....	32

CAPÍTULO II

2.METODOLOGÍA RESULTADOS Y ANÁLISIS

	33
2.1. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación.....	36
2.1.1 Investigación.....	36
2.1.2 Tipo de investigación.....	36
2.1.3 Diseño de la investigación.....	37
2.2. Población y muestra (Tablas, gráficos).....	37
2.2.1 Población.....	38
2.2.2 Muestra.....	38
2.2.3 Muestreo Probabilístico.....	42
2.3. Análisis de resultados	

CAPÍTULO III	
3. LA PROPUESTA	52
3.1. Título.....	52
3.2. Justificación.....	53
3.3. Objetivos de la propuesta.....	53
3.3.1. Objetivo general.....	53
3.3.2. Objetivos específicos	
3.4. Factibilidad de aplicación.....	54
3.4.1. Factores de recurso humano.	
3.4.2. Factores de recurso económico.	
3.4.3 Ubicación.	
3.5. Diseño de la propuesta.....	56
3.5.1Búsqueda de información que aporte con la propuesta.	
3.5.2Elaboración de la propuesta a implementar: línea gráfica.	
3.5.3.2. Creación del logo.	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
Conclusión.....	78
Recomendaciones.....	79
Definición de términos relevantes.....	80
BIBLIOGRAFÍA.....	82
ANEXOS.....	83

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Causas y consecuencia.....	4
Cuadro 2. Cuadro de población.....	27
Cuadro 3. Cuadro de muestra.....	28
Cuadro 4. Valoración de encuesta pregunta #1.....	42
Cuadro 5. Valoración de encuesta pregunta #2.....	43
Cuadro 6. Valoración de encuesta pregunta #3.....	44
Cuadro 7. Valoración de encuesta pregunta #4.....	45
Cuadro 8. Valoración de encuesta pregunta #5.....	46
Cuadro 9. Valoración de encuesta pregunta #6.....	47
Cuadro 10. Valoración de encuesta pregunta #7.....	48
Cuadro 11. Valoración de encuesta pregunta #8.....	49
Cuadro 11. Valoración de encuesta pregunta #9.....	50
Cuadro 11. Valoración de encuesta pregunta #10.....	51

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Valoración de encuesta pregunta #1.....	42
Ilustración 2. Valoración de encuesta pregunta #2.....	43
Ilustración 3. Valoración de encuesta pregunta #3.....	44
Ilustración 4. Valoración de encuesta pregunta #4.....	45
Ilustración 5. Valoración de encuesta pregunta #5.....	46
Ilustración 6. Valoración de encuesta pregunta #6.....	47
Ilustración 7. Valoración de encuesta pregunta #7.....	48
Ilustración 8. Valoración de encuesta pregunta #8.....	49
Ilustración 9. Valoración de encuesta pregunta #9.....	50
Ilustración 10. Valoración de encuesta pregunta #10.....	51

ÍNDICE DE PIEZAS GRÁFICAS

GRÁFICO # 1. Ubicación de plantel educativo.....	55
GRÁFICO # 2. Identificación.....	58
GRÁFICO # 3. Tipografía.....	59
GRÁFICO # 4. Creación del logotipo.....	60
GRÁFICO # 5. Propuestas de Logos.....	61
GRÁFICO # 6. Identidad visual.....	62
GRÁFICO #7. Elección de colores.....	64
GRÁFICO #8: Imagen de la portada manual de identidad visual.....	67

INTRODUCCIÓN

CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

En Alemania la empresa AEG dio importancia vital de la marca, definiéndola como el espíritu de toda empresa que hoy se denomina imagen visual. Esta definición supera totalmente la práctica, exclusivamente gráfica de la marca, se entiende que el diseño no podía limitarse a la concepción gráfica.

El arquitecto y diseñador industrial, Peter Behrens, junto con el sociólogo Otto Neurath, aplicaron una concepción unitaria a sus producciones, sus instalaciones y comunicaciones, dándole la importancia que debe tener la identidad visual corporativa en una empresa o institución.

La identidad visual en relación a su significación o representación de signos diseñados, da una tendencia con mayor pregnancia en la simplicidad, la evolución de las marcas representativas de cualquier empresa han ido en aumento, porque han debido adecuarse a la mayor simplicidad, claridad e inmediatez de lectura para la aportación de la empresa en la elección de los consumidores de la misma marca.

La identidad visual no ha terminado el proceso de uniformización observados, han sido a veces transformados en moda, olvidando los principios perceptivos que los han generado. Y la moda tiene que ser constantemente renovada, por eso se recalca la importancia de tener una identidad visual.

Hoy en día a nivel mundial toda institución o empresa sabe lo importante que es tener o contar con una identidad visual, debido a la

identidad visual se proyecta los atributos de la empresa, tanto externa como internamente.

Capriotti (2009) (pag11) afirma; **“La gestión de los atributos de identidad de una organización y su comunicación a sus públicos tiene como objetivo prioritario lograr la identificación, diferenciación y preferencia de la organización”** Identidad visual corporativa aportará facilidad para la diferenciación de la institución con otras entidades, por medio del perfil de identidad propio, duradero y diferenciado, creando valores y una preferencia única en el público.

La identidad visual es la acumulación de atributos y valores que el ente empresarial o institucional formula por medio del comportamiento, el simbolismo, la comunicación y los principios básicos de la organización su misión, visión y cultura, constituyendo su razón de ser para prepararla hacia el exterior, con el fin de plasmar una imagen en la conciencia de sus públicos externos como interno sobre lo que es la empresa.

La identidad visual que una empresa o institución da a reflejar es su personalidad, para que la personalidad es la que distingue a dicha empresa de las demás, la identidad visual coloca a la institución entre mayor o menor escala dentro de su sector o comunidad. Una identidad visual no solo se basa en una simple imagen de diseño, que a su vez, después creada se convertirá en un símbolo o logotipo.

La identidad visual va más allá que un simple logotipo, esta significa la expresión más concreta y visual como identidad de la empresa o institución. Por lo tanto toda empresa e institución debe tener una personalidad propia que la identifique como tal y será su carta de presentación.

Ecuador cuenta con muchas instituciones educativas, tanto a nivel primario, secundario e inclusive hay niveles superiores que no cuenta con una identidad, una visión, misión y una imagen visual institucional que represente y atribuya con la aportación de plasmar en las mentes de las personas, un valor único y referencial de cada institución.

Una institución que no conste con algo que es indispensable como la identidad e imagen visual, no se puede destacar entre la sociedad o adquirir un reconocimiento como buena categoría de educación, porque no está en las mentes de las personas, por no llegar con algo que destaque entre las demás.

En la ciudad de Guayaquil se localiza la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González”, la cual no cuenta con una identidad ni con un manual de identidad correspondiente que aporte con reglas que establezcan una norma de uso.

El proyecto que se plantea es la creación de la identidad e imagen de la institución, con su manual de identidad, porque un manual de identidad cuenta con una debida explicación y las correspondientes normas para un buen uso e implementación correcta de la nueva marca institucional de la de la unidad educativa de Guayaquil.

Hasta el momento la investigación de campo sobre la problemática de la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González” de Guayaquil, se encuentran varios puntos, los cuales se detallan más adelante, la falta de identidad visual está planteada como problemática más importante en la escuela.

SITUACIÓN DEL CONFLICTO

Mediante la observación de campo, la que sirvió para el desarrollo de la investigación, se presentan varias situaciones, las cuales poseen variantes en el plantel educativo concerniente a la administración del plantel, por las diversas autoridades. En el proceso de comunicación y entrevista se presentan cambios que no facilitaron la investigación, ya que no se pudo llegar a un acuerdo en la aprobación de forma correcta del proyecto a realizar, por medio de la propuesta establecida o planteada.

CAUSAS Y CONSECUENCIAS

Cuadro # 1.

Causas	Consecuencias
Desconocimiento de la importancia de una identidad visual.	Poco reconocimiento de la institución.
Carencia de comunicación visual hacia la comunidad	Incorrecta aplicación de la identidad visual
Escaso conocimiento técnico en ideas para una línea grafica para utilización de identidad visual	Bajo nivel de creación de normas para la implementación de la identidad visual.

Elaborado por: Johnny Solís Serrano.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En cuanto a la aplicación del diseño se especifica que es un portador comunicacional, que marca la diferencia en un mercado en donde cada símbolo o marca busca un posicionamiento, el objetivo de esta marca, está en lograr establecer una interacción entre en cliente interno familiarizándolo con los elementos visuales y creando lo que se llama cultura corporativa en ambos aspectos.

Dándole la prioridad al correcto manejo de los medios visuales, de donde se forma una base para lograr un reconocimiento de una identidad e imagen o marca, en el campo en el que se va a introducir.

¿Cómo incide la aplicación de una identidad visual en la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González” y la comunidad?

UBICACIÓN DEL PROBLEMA

Se recalca en la información que se obtiene, a medida que se realiza la investigación de campo, que en varios planteles de educación tienen el mismo problema, el proyecto se centra en la ubicación de la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González” que está ubicada en el sector de Mapasingue Este, Coop. Las Brisas; la institución cuenta con una infraestructura de 10 aulas, un patio de recreaciones para los alumnos.

Este plantel educativo no cuenta con una identidad visual, en la cual no está establecida la imagen o símbolo que represente y se dé a conocer como institución entre su sector, ayudando a la elección de las personas de comunidad, como primera opción para el estudio de sus hijos.

La identidad visual, sin duda es una de las partes más fundamental de una institución o empresa, se recalca que en la ciudad de Guayaquil hay muchos planteles educativos que no cuentan con lo que es un símbolo de representación, así como lo es la identidad e imagen visual. Una imagen o símbolo que porte a la institución y que ayude al reconocimiento entre la comunidad.

La realización de la investigación se basa en encontrar una solución a la falta de una identidad e imagen de la unidad, resaltando las características de la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González” de Guayaquil, realizando un estudio e investigación de campo que ayude a definir una línea gráfica que identifique a la institución y que

pueda plasmar e implementar un buen manejo de la identidad visual de la escuela ubicada en la ciudad de Guayaquil.

DELIMITACIÓN

El proyecto se basa en la investigación y evaluación de los atributos de la institución que aportará para la identificación de la identidad visual, misión y visión las cuales se a diseñarán y portará a la institución de la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González de Guayaquil”.

Objeto: Comunicación visual de la Identidad en la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González”.

Campo: Identidad visual.

Área: Diseño

Aspecto: Desarrollo de nuevo logo para la identificación y comunicación visual del plantel educativo.

Límite Espacial: Instalaciones del plantel

Límite Temporal: Año 2015

Tema: La comunicación visual y su incidencia en el manejo de identidad de la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González” de la ciudad de Guayaquil año 2015.

OBJETIVOS:

Objetivo general

Diagnosticar la importancia del uso de la identidad visual, como estrategia de posicionamiento para la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González”.

Objetivos específicos.

- Identificar las normativas necesarias para la elaboración de una identidad visual de la escuela.
- Analizar información existente en el plantel como referencia para implementar de forma adecuada la identidad visual
- Definir piezas que aporten en una nueva estrategia gráfica, de acuerdo al enfoque creativo para fortalecer la promoción de la nueva Identidad Visual
- Realizar el manual de identidad visual para la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González”.

HIPÓTESIS

Con la creación del manual de identidad visual, se realizará de forma adecuada el objetivo planteado, de identificación entre la comunidad.

Variable independiente:

Posicionamiento en la comunidad de nueva imagen e identidad visual.

Variable dependiente:

Identidad visual y correspondiente manual que marque la norma y el uso respectivo de la nueva identidad visual, de la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González”.

JUSTIFICACIÓN

El empleo de herramientas en el campo del diseño gráfico, dan un soporte técnico a la elaboración de la variedad de elementos que forman el campo de la comunicación entre marcas, las que se utilizan como estrategias principales con las que debe contar una institución, porque será la identidad visual, la parte gráfica que marcará la diferencia con las

demás. La importancia que se le debe dar a este tema es principal y no dejar pasar por alto, ya que toda institución deba tener un ente representativo y significativo, que sea llevado y respetado por toda persona que lo porte, logrando una buena aceptación con la adecuada comunicación visual y su correcta difusión.

En el campo del diseño gráfico se maneja de forma principal la apariencia en lo visual. Aplicando de forma correcta los colores, adecuada tipografía y una buena línea gráfica, hacen que se establezca un acercamiento entre la institución y el individuo.

Estableciendo el posicionamiento de cada uno de los aspectos y atributos de la institución como identidad visual, se lograría de forma fácil el reconocimiento por la comunidad hacia la unidad educativa.

Por lo tanto el problema planteado, que es la falta de una identidad visual, conociendo las escasas formas de manejo y adecuación para el implemento o creación de una imagen, se aplican estrategias y aprovechan las herramientas que faciliten la aportación e información necesaria en el desarrollo de un manual de identidad visual, para las personas que manipulen e intenten manejar la imagen de la institución, encontrando en el manual de identidad corporativa, las normas y limitaciones que deben implementar.

Por lo expresado se justifica que las bases de soporte de la identidad visual de la institución, no radica solo en el producto impartido, sino también en elementos que se visualizan y destacan la parte que hace que se logre apreciar un fácil reconocimiento por la comunidad hacia la unidad educativa.

Aporte práctico.

Lo encontramos en el uso metodológico de herramientas adecuadas que orienten de forma apropiada al profesional que sustente los hechos, mediante un proceso de desarrollo creativo dándole formación a la idea principal, de un diseño, consolidando valores de formación integral en personas que aportarán con un futuro profesional, mediante lo que se denomina diseño gráfico.

Aporte teórico.

En esta parte se hace hincapié, en como la identidad visual e imagen favorece en la formación de valores determinantes, que modifican la conducta del usuario al otorgar un concepto claro de los elementos que forman parte y fortalecen la comunicación entre ambas.

La aportación teórica de la investigación la encontramos funcionamiento correcto del manual de identidad, en la cual se planificará y detallará un uso correcto de la identidad visual de la institución, aportación de visión misión, que dará una dirección correcta de la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González” de Guayaquil.

Aporte metodológico.

Relacionando los conocimientos con una buena aplicación de cada una de las técnicas para la recopilación de datos, las mismas que aportarán con diversas opiniones y respuestas que permitan distinguir el grado de aceptación de la identidad visual dentro de unidad educativa.

Implementación y utilización del software de diseño gráfico Adobe Illustrator y Adobe InDesign para la realización de un manual de identidad

corporativo. Basándose en destrezas para facilitar los manejos del software que se utiliza para la elaboración y diagramación que conducirá a la solución planteada. Se otorgará un manual que aportara una guía para el buen manejo y manipulación de la marca e imagen corporativa de la unidad.

BENEFICIARIOS.

La falta de un símbolo que identifique un plantel educativo es de suma importancia; en la unidad educativa había las jornadas matutina y vespertina, cada una con distintos nombres, las cuales debido a la nueva Ley de Educación “en los planteles educativos no puede haber 2 jornadas con distintos nombres”. Por dicha resolución se optó por la unificación y adquisición de un nuevo nombre del plantel educativo, el cual es: Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González”.

La problemática de la falta de una identidad visual en la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González” de Guayaquil, nos permite desarrollar este tema en el que se aporta con los conocimientos adquiridos en la carrera de diseño gráfico, el cual logrará alcanzar el reconocimiento de la comunidad.

El plantel educativo contará con la aportación de establecer una visión y misión que establezca en los alumnos los propósitos de la unidad educativa. A la vez la sociedad se beneficia al contar con profesionales capacitados y creativos al momento de realizar productos acordes con el desarrollo de una comunicación visual adecuada.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.

Mediante la propuesta del tema de tesis se ha investigado varias fuentes relacionadas con el tema planteado, como una solución a la problemática encontrada, en la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González” de la ciudad Guayaquil.

Mendoza, Pino. (2011) “IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA DE LA UNIÓN NACIONAL DE CAÑICULTORES DEL ECUADOR, UNCE”

Al existir una imagen poco representativa y no utilizada en letreros de esta organización, los socios y población en general solo conocen a esta entidad por su nombre.

Existe una gran demanda de inconformidad, en cuanto a la identidad visual corporativa que presenta actualmente la Unión Nacional de Cañicultores del Ecuador. La gran mayoría de los asociados de la Unión Nacional de Cañicultores del Ecuador sí les gustaría observar cambios en la identidad visual que presenta dicha organización.

Guevara, Méndez (2010) “Imagen corporativa a través del diseño publicitario para el club deportivo UTN”. Ciudad de Latacunga.

Como resultado inicial del diagnóstico se evidenció que el uso de los medios de comunicación y publicitarios de la universidad, tienen escasa incidencia en la difusión y promoción de las actividades del Club Deportivo UTN, por la falta de recursos y la ausencia de un departamento de diseño publicitario autónomo del club que lo ayude a canalizar mejor su imagen dentro de la universidad.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

1.2.1 La comunicación.

La comunicación es un proceso importante en conductas en el ser humano, la cual se efectúa a diario; la importancia de la comunicación es que se utiliza para diferentes propósitos, en cualquier situación de formas diferentes para el continuo desarrollo.

Una definición de forma etimológica, se puede decir que la comunicación se refiere a la acción de interactuar y compartir información, en el proceso de la comunicación se utilizan varios elementos como: contexto, participantes, mensaje, canal, ruido, retroalimentación.

El contexto: elemento por el cual se efectúa la comunicación, a la vez puede ser de forma física, histórica, cultural, social. Los participantes: efectúan la acción de recepción en la comunicación a través de un comportamiento verbal o no verbal. **El mensaje:** que son elementos de significado y símbolos. **El canal:** es por donde pasa el mensaje. **El ruido:** este es el que interfiere en el pensamiento con la recepción. **La retroalimentación:** es la acción de respuesta al mensaje enviado, que indica que fue captado y comprendido.

1.2.2 Tipos de comunicación.

Comunicación verbal: Principal función que se lleva a cabo mediante la comunicación por medio de palabras que dan un mensaje, la cual puede ser de forma oral o escrita. La comunicación debe ser precisa clara y bidireccional.

Comunicación no verbal: Esta comunicación se lleva a cabo sin pronunciación o escribir alguna palabra, las acciones que se realizan por

medio del movimiento corporal ya sea posturas, gestos demás tienen la misma importancia que las palabras.

Comunicación gráfica: Cuando se refiere a gráficos se habla también de ilustraciones, son un complemento para la comunicación verbal, apoyan en la transmisión de la idea para que sea completa. Estos pueden ser diagramas, mapas, logotipos, íconos y tipos de representación gráfica.

1.2.3 Comunicación visual.

Este medio de comunicación es uno de los más eficaces a lo que se refiere a la comunicación, porque mediante el cual se puede exponer ideas y fortalecer sus pensamientos de manera objetiva, de esta forma haciendo que resalte sobre las demás.

Este lenguaje visual emite mensajes más eficaces para la comunicación, logrando que todo tipo de personas puedan entender la idea que representa el objeto que se muestra. Esta comunicación está dada mediante signos, símbolos y señales que fortalecen nuevos métodos de comunicación.

1.2.4 La comunicación y el diseño.

Hoy en día en el sector del diseño gráfico se han dado muchos avances que aportan con múltiples herramientas y software, los cuales aportan facilidad al momento que el diseñador quiere plasmar sus ideas y darlas a conocer con ese toque novedoso y creativo que se emplea en cada trabajo solicitado. “En el curso de la historia de la tecnología, el diseño aparece como la disciplina a cargo de dotar de valor simbólico explícito al servicio ofrecido por la institución o empresa.”

Con la actualización de los nuevos software, se establece que es de gran aporte al crecimiento y desarrollo de en el ámbito del diseñador gráfico, que busca abrirse camino entre la competencia y generar abrirse camino para destacarse entre los demás; un diseñador gráfico implementa la fusión de sus conocimientos con su creatividad para demostrar todo lo que puede aportar.

La creación una de identidad visual, es uno de los trabajos más importantes y principales para un diseñador gráfico, puesto que el diseñar la identidad visual de cualquier institución o empresa es de suma importancia ya que es el punto de partida para llegar a tener una un espacio entre las demás y adquirir importancia en las personas o al sector a dónde se quiere dirigir la institución o empresa.

La identidad visual se destaca como el elemento principal en una institución o empresa, por medio de este se da a conocer, y proyectar al público los servicios que ofrece, pone la pauta que la diferenciará de las demás en cada aspecto y enmarcando su posicionamiento en el sector objetivo.

Según Capriotti (2009). pág. (12). “La gestión de los atributos de una organización y su comunicación a sus públicos tiene como objetivo prioritario lograr la identificación, diferenciación y preferencia de la organización”.

Los atributos que destacan a una institución o empresa, es la fortaleza que se encuentra en la comunicación y relación que obtiene a favor de su sector objetivo, aportan a la estabilidad y a la formación de una base firme con su público y que formará la idea en sus mentes que la destaque entre las demás que ofrezcan algo parecido en sus servicios.

El propósito de la identidad visual es aportar con la institución a plasmar y ocupar un espacio en la mente de su público objetivo, creando una imagen de preferencia que la destaque entre las demás, no llegando a ser cualquiera, sino lograr lo establecido por las personal principales de la institución o empresa.

1.2.5 Diseño gráfico y comunicación visual.

La identidad visual, dará el aporte para que la empresa llegue a ser tomada como la primera decisión del público, ser una de las mejores opciones en cada decisión a tomar referente a los servicios que ofrecen la empresa o institución.

Capriotti (2009). pág. (216). “Afirma que la creación, cambio, mantenimiento o fortalecimiento de la Identidad Visual Corporativa no es una responsabilidad que corresponda solamente al área de comunicación o marketing de la organización, sino que todos los miembros de la compañía deben estar implicados en ello”.

Con tan solo el diseño y creación de la identidad visual no está establecida ya la creación de una institución, se recalca que para lograr una estabilidad de manera uniforme y equilibrada se debe de mantener un grupo firme de personas que aporten con el crecimiento y el desarrollo de la institución o empresa.

Los conocimientos que empleará el diseñador al crear la identidad visual corporativa, solamente ayudará a establecer un icono o símbolo que ayude como aporte a que la institución o empresa forme y establezca una preferencia en el público objetivo. De ahí al fortalecimiento y sostenimiento depende de las personas y en sus propósitos planteados a conseguir.

Afirma Chaves. (2010) Pág. (4) “de la gráfica hasta la indumentaria del personal; de la arquitectura y el ambiente interior hasta las relaciones humanas y estilos de comunicación verbal; de los recursos tecnológicos hasta las acciones para institucionales; todos los medios corporativos (materiales y humanos) devienen portavoces de la identidad del organismo, o sea canales de imagen”.

Por tanto, la identidad visual es “un canal de imagen”.

La identidad visual marca el objetivo principal de una institución, es darse a conocer y ser reconocida en todo lugar, por lo tanto una identidad visual corporativa bien establecida fortalece el detalle y objetivo meta a lograr por la institución o empresa.

La identidad visual está en todas partes: no es solo una herramienta de utilización visual, sino que es un símbolo que se quiere establecer como prioridad en las mentes de todas las personas, su buena implementación dará lugar a la aceptación en el público objetivo.

Este debe de tener una correcta implementación, su uso se debe remarcar en un manual de marca, que aporte para el conocimiento de la institución, detallando sus tipografías correctas, colores, formas de uso, etc., enmarcando las normas para implementación de la identidad visual corporativa.

1.2.6 La identidad visual

La identidad visual constituye en la institución un símbolo sistemático que emite un mensaje de acuerdo a la parte semiótica, dependiendo del criterio o percepción de un público objetivo, que elabora un criterio único sobre lo identificado de la imagen que representa la identidad, definiendo cada uno de sus elementos y estableciendo un valor a la identidad.

Para la enciclopedia Encarta, (2009) en IDENTIDAD dice: "Identidad, concepto lógico, muy empleado en filosofía, que designa el carácter de todo aquello que permanece único e idéntico a sí mismo, pese a que tenga diferentes apariencias o pueda ser percibido de distinta forma. La identidad se contrapone, en cierto modo, a la variedad, y siempre supone un rasgo de permanencia e invariabilidad. En la historia de la Filosofía, la afirmación de la identidad como uno de los rasgos del verdadero ser ha sido muy utilizada desde Parménides, que ya afirmó el carácter idéntico del ser".

En la identidad se establece lo histórico y el recorrido de la institución, afirmando sus creencias y filosofías, dando a conocer la personalidad, forma de actuar, de trabajo de sus colaboradores, demostrando su procedencia en valores éticos, morales y culturales, comunicando todo esto por medio de proyectos de identidad visual corporativa. Una empresa que a llega al éxito, es porque siempre ha estado basada en sus principios respetando los ideales y filosofía establecida desde un principio como una base fundamental para llegar a su objetivo principal, plasmar y captar la preferencia de su público objetivo.

1.2.7 Tipos de identidad visual

Identidad monolítica: Este tipo hace que el diseño de la identidad visual no varíe, ya de esta forma se hace identificable en la parte que se exponga la imagen.

Identidad respaldada: En este tipo de identidad las empresas toman o adoptan varias formas para facilitar su crecimiento, la empresas subsidiadas mantienen su propia cultura pero se manejan bajo un mismo ente empresarial o matriz (holding).

Identidad de marca: Esta se basa en apostar a una estrategia de la marca para que sea percibida de manera determinada, considerando que esta estrategia ofrezca una ventaja en el mercado.

1.2.8 Elementos básicos de la identidad visual

El nombre

Después de haber aportado un concepto de identidad a la institución se producen o empieza a asumir varios atributos que identifican a la identidad denominado “sentido estricto”, cómo es y qué es. La asociación de los atributos y un nombre significativo que establece y define a la institución en sí.

El nombre o lo que identifica a la institución, siempre se convertirá en la carta de presentación, por el cual es reconocido e identificado por el público, emitiendo criterios de la imagen de la institución ya sean positivos o negativos.

El logotipo.

Es lo que simboliza a la imagen de la institución o empresa que se encuentra establecida de forma única y cara de presentación, utilizado en cada elemento que se utilizará para publicarla en el área de marketing con objeto de reforzar la imagen que simboliza a la institución.

Se establece vínculos entre la institución y el público objetivo que mediante el rápido y fácil reconocimiento de la identidad visual de la institución, asociando rápidamente con lo que es la institución en su entorno aceptando y acaparando la elección del público.

1.2.9 Efectos de una identidad visual.

Por medio de la identidad visual la institución transmite y da a conocer a su público objetivo, su visión y misión establecida, el diseño está listo para plasmar en la mente del público lo importante de la

institución, aportando una de los principales atributos que caracteriza y favorece a la institución.

El diseñador gráfico al contar con todos los recursos y mecanismos gráficos, llegará a destacar y mostrar un diseño que observará y logrará el objetivo de llamar la atención en el público objetivo. La identidad visual tiene muchas partes que trabajan siempre juntas porque son un conjunto en el cual debe existir armonía, otorgando la comprensión que lleve a la imagen al éxito en el público.

Toda identidad visual tiene establecida sus normas, se detallan en la creación de un manual de identidad visual, implementando una norma de uso correcto para la nueva imagen de la institución. Su uso e implementación debe ser exacto para así respetar la línea gráfica establecida y aportar al reconocimiento que se ejerce en el manual de identidad visual corporativa.

Una identidad visual proporciona seguridad y veracidad, con un manejo adecuado e implementación correcta la imagen de la institución o empresa, llegará a establecer la pauta para alcanzar el objetivo principal, un buen manejo de marketing, proyectado adecuadamente la imagen, generará la aportación adecuada para establecer a la institución en lo más alto de la cima como una de las mejores.

Aportación de seguridad en el buen manejo de la identidad visual, estableciendo estrategias de marketing para la elaboración de proyectos que ayudaran a afirmar la imagen de la institución como una de las mejores en los pensamientos del público objetivo.

Se especifica que la identidad visual es la imagen de la institución en su sentido más genuino, que da un valor simbólico a la institución, no

tan solo en lo físico sino que también en los aspectos de brindar un buen servicio al público objetivo, el mundo del diseño gráfico, ha dado un gran aporte al mundo de la comunicación Corporativa de diseñadores/teóricos de la identidad visual, que primero diseñaron productos y luego conceptos, imágenes, identidades.

La identidad visual comunica, es el medio de presentación de una institución, comunica desde donde esté implementada así sea en un papel o en una camisa, siguiendo las normas que marcan la implementación correcta de la imagen de la institución, la cual está en el manual de identidad visual corporativa.

La aplicación adecuada de la identidad visual causará los siguientes efectos:

a). Efecto de motivación en la comunidad educativa: Creando el sentido de pertenencia y orientación, generando un comportamiento de compromiso para la institución educativa.

b). Efecto de confianza en la comunidad educativa: La solidez se genera el diseño e implementación de la imagen, creando en el público objetivo una identidad visual corporativa creíble, confiable y adquirible.

c). Efecto estratégico: Cuando está bien definida la identidad visual corporativa, genera las condiciones indispensables para la continuidad de un comportamiento que asegura el éxito de la organización.

d). Efecto emocional añadido: Crea en la comunidad educativa un fortalecimiento y crecimiento, que genera una competitividad para ser tomada en cuenta al momento de elección.

e). Efecto de acoplamiento y organización entre los colaboradores para el éxito; Obtener la atención de nuevos colaboradores, socios, empleados y clientes adecuados para que la organización pueda alcanzar sus metas.

El diseño de la identidad visual cuenta con 7 aspectos principales, los cuales norman las disciplinas técnicas del diseño, que se ha convertido en un fenómeno cultural y no ha quedado solo en una imagen insignificante, se va estructurando a medida que se van desarrollando las instituciones.

1.2.5. Aspectos de la identidad visual

El concepto de lo que es y compone una identidad visual corporativa ligada o estructurada a:

- **El nombre o la identidad verbal.**

Una identidad visual corporativa inicia con un nombre propio, con su inscripción legal y patentando del nombre de la empresa porque este es el primer pasó para la existencia de la empresa.

- **El logotipo**

El nombre establecido por un papel de la empresa se vuelve visible. La identidad visual cumple la función preponderante, esto da una especificación de visualidad del nombre legal o logo. Se puede afirmar que la identidad visual (mediante el logotipo) incorpora a la empresa en la memoria visual del público meta. El paso de una identidad verbal (el Nombre) a una identidad visual es

el logotipo. Un logotipo es una palabra diseñada que puede ir junto a una imagen o no.

- **La simbología gráfica.**

Tiene origen en los símbolos de marca, esto origina la capacidad de impacto y de pregnancia, un símbolo icónico de identidad es muy superior a la de un logotipo, porque las imágenes son más fuertes que las palabras.

- **La identidad cromática.**

Cuando se refiere al croma, se habla de la percepción, que es la parte más instantánea, esta es la percepción del color que se convierte en un lenguaje visible. Afirmando que los colores identifican marcas, como Cruz Verde, entre otros.

- **La identidad cultural.**

Son los elementos significativos de una determinada cultura empresarial que definen un estilo, un modo propio e inequívoco de comportamiento global, de modo de ser y hacer de una empresa ante la sociedad. Esto determina el carácter y *estilo* propio de una institución o empresa.

- **Los escenarios de la identidad: la arquitectura corporativa.**

Se refiere la interacción que debe de haber en áreas determinadas entre el público objetivo y los trabajadores que integran la institución o empresa.

- **Indicadores objetivos de identidad.**

Se indica que los objetivos de la identidad visual corporativa, son datos declarados en una monografía de presentación de una institución, un inventario, un informe, una ficha o una memoria

anual. Son informaciones, cifras, datos cuantificados y comparables.

La identidad visual, es la intervención técnica que quedan asociados a una disciplina al diseño – y a un fenómeno cultural – la imagen -. El diseño, en sentido estricto, es una práctica técnica que surge por exigencia del desarrollo de la sociedad industrial, íntimamente asociada a la idea de “producto industrial”. En el curso de la historia de la tecnología, el diseño aparece como la disciplina a cargo de dotar de valor simbólico al producto industrial.

1.3. FUNDAMENTACIÓN

1.3.1 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.

Identidad visual: La filosofía determina la actitud en el plantel que aporta para obtener un estilo propio, se deben implementar normas de utilización y limitación de la imagen de la institución, para esto es principal conseguir y dialogar con un experto en el diseño de la imagen del plantel y que plantee una solución a la imagen visual corporativa de la misma.

La identidad visual es la representación en una institución, la implementación de la imagen debe de ser impresa en todas partes que impliquen a la institución para darle cuerpo, para repetir su imagen y posicionar, está en la mente de su público objetivo.

La identidad visual de una institución es un mecanismo de marketing directo, porque es la que vende, no tanto por lo que ofrece la institución, sino por lo que muestra, ya que es la carta de presentación en el mercado. La identidad visual corporativa, también es una marca de venta. Recordar que toda institución o empresa a medida que va

evolucionando el mercado en todo ámbito, también debe mejorar y evolucionar la imagen institucional.

Para la ejecución de la presente investigación se utilizará el paradigma crítico-propositivo, por ser el más adecuado ya que permite interpretar la realidad existente de la unidad educativa, contribuye al cambio, siendo dinámico, abierto y flexible, permitiendo así que la investigación se adapte a un continuo desarrollo y creación a múltiples realidades socialmente construidas.

La finalidad del paradigma propuesto, es emplear la identidad visual correcta, que aporte y establezca normas en la imagen de la unidad educativa. Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González”, de la Ciudad de Guayaquil por medio de la identidad visual corporativa, busca obtener reconocimiento a nivel provincial como a nivel nacional.

Ontológicamente.

El paradigma mencionado se basa en la concepción objetiva de la realidad independiente de la conciencia, sujeta a leyes, en permanente cambio y movimiento, la realidad está construida e interrelacionada en sistemas, con una visión de relativismo científico, que cataloga a la ciencia en devenir, infinita como un espiral abierto, ascendente y progresivo que interpreta la realidad a través de una multi-causalidad dialéctica.

Epistemológicamente.

Define al conocimiento, no como simple información, sino que interrelaciona el sujeto y el objeto para conseguir las transformaciones, manifestando además, que los conocimientos científicos van más allá de

la experimentación, comprobación y formulación matemática, para lograr una comprensión crítica de la ciencia, como un conjunto de conocimientos direccionados a la transformación social y al mejoramiento de la calidad de vida de la humanidad.

Axiológicamente.

Esta investigación se sustenta en el compromiso por el bien común del ser humano, en la práctica de valores trascendentes en la sociedad como son: la solidaridad, la tolerancia, el respeto a las diferencias y la defensa por la identidad cultural de la comunidad.

1.3.2 FUNDAMENTACIÓN PSICOLÓGICA.

Psicología del color.

En esta parte el estudio se basa en el efecto que causará el color, es utilizado en la identidad visual, en el público objetivo.

Un elemento primordial en lo que es la identidad visual, se encuentra la utilización del color que muchas veces es pasado inadvertido en un estudio relevante, como posteriormente es un elemento que llega a causar el efecto de un análisis profundo. El color da vida al diseño, por lo tanto es de suma importancia, esto permite diferenciar e identificar una marca, puesto que conjuntamente con el estilo morfológico en general; forma parte del marco de referencia para identificar una marca.

La correcta implementación del color permite obtener pistas que aportarán al usuario o público objetivo, para que interprete y a su vez cree una referencia y fije un rumbo de posicionamiento de la imagen en su mente y quede grabada en su memoria. Intelectualmente el color es la

parte o componente visual más rápida que procesa la mente del ser humano.

Pistas esenciales para ir profundizando y ensanchando el canal donde se aísla el recuerdo o ficha mental de la imagen, desde allí saltar al concepto, sentimiento e información relacionada a la misma; imagen de marca. El color le da la importancia psicológica, puesto que produce sentimientos, causa efectos reales produce alegría, genera tristeza, puede generar paz, producir a su vez oscuridad y por lo contrario luz.

1.3.3 FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA.

La Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González” de Guayaquil, al ser una institución de educación primaria, causa un efecto significativo en la comunidad educativa, con la nueva creación de la identidad visual corporativa, y proyectará una imagen positiva que radicará en su capacidad para comunicar el mensaje que se requiere de una institución de progreso.

El objetivo de la creación de la nueva identidad visual corporativa, es provocar un interés la comunidad educativa, creando interrogantes en su mente, el aporte de crecimiento y adquisición de conocimiento en unidad de un conjunto y colaboración de la comunidad educativa en el cuidado de la imagen institucional.

Sus características principales son tres condiciones esenciales, las cuales serán apropiadas para reflejar y dar a notar las características principales de la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González” de Guayaquil, de un modo sencillo y a agradable; será aceptable sin complicaciones visuales y poseerá credibilidad para que las

personas se identifiquen con el logotipo y que el sello de garantía de la “UNCE” produzca la confianza de la gente en el servicio.

1.3.4 FUNDAMENTOS EDUCATIVOS.

En relación de creación de un material como lo es un manual de la identidad visual corporativo implica saber bien el medio, para alcanzar el objetivo de posicionamiento que se quiere lograr, fortaleciendo el desarrollo de la imagen de la institución.

Ahí está la importancia de la investigación y el estudio a realizar ya que mediante al conocimiento y creatividad del diseñador se desarrollará el material que aportará para cubrir la necesidad de una falta de identidad visual corporativa de una institución.

Contando con el nivel de actualidad y adaptación a la evolución de lo que establece la creación de un diseño, para obtener los resultados en el proyecto a realizar.

1.3.5 FUNDAMENTOS TECNOLÓGICOS.

Hoy en día la tecnología brinda muchos beneficios al diseñador gráfico, con la evolución del software que se implementa para la creación del arte en sí. Fomenta la creatividad en la creación y desarrollo de una nueva composición, obteniendo un mejoramiento en el manejo del color, textos, diagramación y encontrando la armonía correcta en la ubicación de las imágenes llegando a una creación veraz y eficaz para su promoción.

La aportación de programas utilizados en el proyecto son los más destacados y que han tenido una evolución de aportación en el medio del diseño gráfico, aportando a la corrección, debida edición, dibujar,

aplicación de colores, proceso de retoques que garantizan la obtención de una excelente calidad en la composición.

1.3.6 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

La fundamentación legal se encuentra en la constitución, la cual demuestra cómo está constituida la ley referente a la creación y diseño de lo que es una identidad visual.

TÍTULO I: DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS

CAPÍTULO I: DEL DERECHO DE AUTOR

SECCIÓN I:

Preceptos Generales

Art. 4. Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

Art. 5. El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión.

Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisión radiofónica, cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el domicilio del autor o titular. Esta protección también se reconoce cualquiera que sea el lugar de publicación o divulgación.

El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no está sometido a registro, depósito, ni al cumplimiento de formalidad alguna.

SECCIÓN II

Objeto del Derecho de Autor

Art. 8. La protección del derecho de autor recae sobre todas las obras del ingenio, en el ámbito literario o artístico, cualquiera que sea su género, forma de expresión, mérito o finalidad. Los derechos reconocidos por el presente Título son independientes de la propiedad del objeto material, en el cual está incorporada la obra y su goce o ejercicio no están supeditados al requisito del registro o al cumplimiento de cualquier otra formalidad.

Las obras protegidas comprenden, entre otras, las siguientes: Libros, folletos, impresos, epistolarios, artículos, novelas, cuentos, poemas, crónicas, críticas, ensayos, misivas, guiones para teatro, cinematografía, televisión, conferencias, discursos, lecciones, sermones, alegatos en derecho, memorias y otras obras de similar naturaleza, expresadas en cualquier forma.

Las esculturas y las obras de pintura, dibujo, grabado, litografía y las historietas gráficas, tebeos, comics, así como sus ensayos o bocetos y las demás obras plásticas; Proyectos, planos, maquetas y diseños de obras arquitectónicas y de ingeniería; Ilustraciones, gráficos, mapas y diseños relativos a la geografía, la topografía, y en general a la ciencia; obras fotográficas y las expresadas por procedimientos análogos a la fotografía.

De la concesión de patentes.

Art. 131. La primera solicitud de patente de invención válidamente presentada en un país, miembro de la Organización Mundial del Comercio, de la Comunidad Andina, del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, así como de otro tratado o convenio

que sea parte el Ecuador y, que reconozca un derecho de prioridad con los mismos efectos que el previsto en el Convenio de París o en otro país que conceda un trato recíproco a las solicitudes provenientes de los países miembros de la Comunidad Andina, conferirá al solicitante o su causahabiente el derecho de prioridad por el término de un año, contado a partir de la fecha de esa solicitud, para solicitar en el Ecuador una patente sobre la misma invención.

La solicitud presentada en el Ecuador no podrá reivindicar prioridades sobre materia no comprendida en la solicitud prioritaria, aunque el texto de la memoria descriptiva y las reivindicaciones no necesariamente deben coincidir.

Art. 132. La solicitud para obtener una patente de invención se presentará ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial y contendrá los requisitos que establezca el Reglamento.

Art. 133. A la solicitud se acompañará:

a) El título o nombre de la invención con la descripción de la misma, un resumen de ella, una o más reivindicaciones y los planos y dibujos que fueren necesarios.

Cuando la invención se refiera a material biológico, que no pueda detallarse debidamente en la descripción, se deberá depositar dicha materia en una institución depositaria autorizada por el IEPI;

b) El comprobante de pago de la tasa correspondiente;

c) Copia de la solicitud de patente presentada en el exterior, en el caso de que se reivindique prioridad; y,

d) Los demás requisitos que determine el Reglamento.

Art. 134. La Dirección Nacional de Propiedad Industrial, al momento de la recepción, salvo que no se hubieran acompañado los documentos

referidos en los literales a) y b) del artículo anterior, certificará la fecha y hora en que se hubiera presentado la solicitud y le asignará un número de orden que deberá ser sucesivo y continuo. Si faltaren dichos documentos, no se la admitirá a trámite ni se otorgará fecha de presentación.

Art. 135. La descripción deberá ser suficientemente clara y completa para permitir que una persona capacitada en la materia técnica correspondiente pueda ejecutarla.

Art. 136. La solicitud de patente solo podrá comprender una invención o grupo de invenciones relacionadas entre sí, de tal manera que conformen un único concepto inventivo.

Art. 173. El juez competente podrá declarar la nulidad de un dibujo o modelo industrial, que se hallare en cualquiera de los casos previstos en el artículo anterior en virtud de demanda presentada luego de transcurrido el plazo establecido en la Ley para el ejercicio del recurso de revisión y antes de que hayan transcurrido cinco años, desde la fecha de la concesión del correspondiente registro, salvo que con anterioridad se hubiere planteado el recurso de revisión y este hubiese sido definitivamente negado.

Todas las personas cuentan con atributos de creatividad, los diseñadores gráficos son los que forman y fomenta la creatividad en la creación de diseños que establece la imaginación plasmada en un arte, aportando con ideas claras que sirvan para la utilización del cliente.

Aportar con al ideas nuevas, desde que el diseño gráfico aparece como una disciplina que ha ido evolucionando a medida que la utilización de la publicidad va en crecimiento, con esto la persona creativa debe

tener un excelente nivel educativo cultura general, manejo correcto de herramientas tecnológicas especializadas.

El diseñador gráfico tiene el aporte de software que ayudan a la creación de las ideas que pasan por su pensamiento, creación de logos, arreglo de fotos, entre otros., Las cuales son las actividades que generan ingreso en el diseñar gráfico, con la aplicación de sus conocimientos.

La creación de una línea gráfica no implica seguir leyes, solo significa implementar el conocimiento fusionándolo con destreza y creatividad para llegar a lo propuesto por la imaginación, la ley a favor de los diseñadores gráficos aporta con la seguridad en los derechos de la creatividad y proyectos de un diseñador gráfico, patentar la creatividad expuesta da la seguridad y confianza para seguir ofreciendo el servicio de un diseñador gráfico.

1.3.4 PENSAMIENTO PERSONAL.

Realizado el análisis de cada teoría puedo destacar la obra del autor y escritor Capriotti (2009). pág. (216). Donde afirma que la identidad visual es el inicio del fortalecimiento de una institución, y que el éxito de una institución no solo depende de la creación de un símbolo sino de la aportación de las personas que forman parte de dicha institución.

Recordando que la identidad visual de una institución fortalece su valor en su correcta implementación, aplicación correcta de colores corporativos, diseño original de logotipo, tipografía establecida correctamente, utilización adecuada mediante cualquier sistema de comunicación a emplear.

CAPÍTULO II

Metodología, análisis y resultados

2.1 Métodos técnicas e instrumentos de investigación.

Tipos de investigación.

Con la utilización de los tipos de investigación se podrá llegar a la determinación de pasos a seguir para lograr el debido estudio, aplicando las técnicas y métodos correctos que se utilizarán en la investigación, encaminado la forma de emplear los instrumentos para lograr un análisis adecuado de los datos que se van a recopilar.

En esta parte se clasifican los tipos principales de estudio de campo o de laboratorio:

a.- Exploratorios:

Relacionado con el motivo la investigación, a ejecutarse un estudio piloto, ya que se investigará e indagará por primera vez en la unidad educativa.

b.- Descriptivos:

En la investigación se observa la problemática y se describe cada circunstancia detalladamente.

c.- Correlacionales:

Aquí se efectúa la relación entre cada variable dependiente e independiente, dándole el estudio a la relación que hay entre cada variable.

d.- Explicativos:

En su explicación se da el porqué de lo acontecido, para esto se da una relación de lo que causó y el efecto que se dio en el hecho.

e.- Propositiva

Esta investigación nos permite plantear la propuesta que será establecida después como solución, diseñando una identidad visual corporativa, que será el símbolo representativo de la unidad educativa y estableciendo el uso adecuado e implementación del mismo.

Proceso formal: MÉTODOS

-Método deductivo:

Este método aportará con la conclusión general, dándole énfasis a las teorías, en cada explicación y en la forma abstracta, para así no tropezar con datos que no aportarán con la investigación, en relación con datos empíricos.

-Método inductivo:

Se lleva a cabo el análisis de hechos particulares, la información tomada de estos casos aporta con conclusión en un carácter general, empleando la observación se experimenta hechos que se repitan una y otra vez.

Estos métodos aportan la ayuda de análisis del problema plantado y fijar desde la variedad de los diferentes aspectos y necesidades a cubrir para poder dar paso a la realización del proceso del contexto, para organizar de forma correcta el proyecto.

-Método Analítico – Sintético.

Aplicando estos métodos se realiza la observación de variables con la ayuda de recolección de datos y antecedentes en el proceso de la

investigación, analizando cada parte para poder llegar a una propuesta de solución.

Naturaleza metodológica de los datos:

-Cuantitativa:

Aporta con la recolección de datos de las variables, estudiando la relación o unión entre variables cuantificadas y cualitativas, haciendo un contexto con estructura y su situación.

-Cualitativa:

Esta investigación va por el camino del análisis de forma subjetiva e individual, siendo una investigación de interpretación con referencia a lo particular, el objetivo de esta es describir y encontrar todas las cualidades posibles de un fenómeno, buscando el concepto que vaya con la realidad, dando un entendimiento más profundo posible.

Técnicas e instrumentos:

La encuesta:

Recolección de información necesaria de la unidad educativa, y acerca del conocimiento de los docentes y directivos de la Escuela, de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González”.

La entrevista:

Utilización de entrevista personalizada con la rectora de la unidad educativa, la cual da posibilidad que se lleve a cabo el desarrollo del tema de investigación y abordar el tema de un modo acorde a la realidad, aportando con información adecuada para poder plantear la propuesta de solución a la problemática.

2.1.1 Investigación.

El proyecto lleva una investigación y análisis profundo, para obtener toda información de una forma precisa y confiable, para el aporte de su desarrollo, plateando que la unidad educativa cuenta con una necesidad de obtener una identidad visual con su correspondiente manual, que aporte con la solución del problema.

Mediante la investigación se encontrarán las causas por la cual no se encuentra constituida la identidad visual en la unidad educativa, y el efecto que causará con la creación de la nueva imagen de unidad, aportando con conocimiento adecuado para la creación de la misma por parte del diseñador.

2.1.2 Tipo de Investigación.

La investigación cualitativa se ajusta a medida para el desarrollo del problema planteado, aportando con las técnicas de observación en la problemática encontrada, realizando encuestas a los docentes y representantes legales.

También se podrá medir el efecto causado por medio del proyecto de creación de la nueva identidad visual de la unidad, esperando una buena acogida, en parte de la renovación y posición de la imagen en la mente de cada persona que forme parte de la unidad educativa.

2.1.3 Diseño de la Investigación.

El diseño de investigación a efectuarse es el de campo, este ayudará a conseguir las respuestas necesarias a las interrogantes planteadas, y recopilar información, que a la vez afirmará la propuesta

plantada como solución, aportando con métodos de investigación que vayan acorde con la problemática.

2.2 Población y Muestra

2.2.1 Población

Encontrado el problema en investigación, se formulan objetivos y se delimitan variables, determinado en que fortalece y aporta una población formando parte de del proceso de investigación, se considera población al conjunto completo con características y atributos en forma común en laos cuales se realiza el estudio determinado.

Se considera que el tamaño de una población es de factor importante en un proceso de investigación estadística y se da por el número de elementos que forman la población siendo finita o infinita.

En el presente estudio la población está conformada por: 1 Director, 19 docentes y 298 representantes legales de la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González”.

Conformando un total de 318 personal la población.

Cuadro # 2

ESTRATOS	ELEMENTOS
DIRECTORA	1
DOCENTES	19
REPRESENTANTES LEGALES	298
TOTAL	318

Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

2.2.2 Muestra.

La muestra en términos estadísticos es parte de la población, un conjunto de individuos u objetos seleccionados, la finalidad de esto es obtener un conocimiento de las características particulares de la población.

Grupo objetivo representado por características de la población, en la cual son las acciones que están dentro de una investigación de un proyecto, se escogerá muestras relevantes de la población, porque el proyecto se basa en tomar información actual en la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González”.

2.2.3 Muestreo Probabilístico

Mediante este proceso se desarrollo el muestreo probabilístico, el cual se llevó a cabo seleccionado elementos esenciales en referencia de la población, escogiendo muestras para realizar la fórmula que aportará con el número de elementos a tomar en cuenta para desarrollar el método de encuestas a utilizar.

Cuadro # 3

ESTRATOS	ELEMENTOS
DIRECTORA	1
DOCENTES	15
REPRESENTANTES LEGALES	158
TOTAL	174

Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

TAMAÑO DE MUESTRA

El estudio de campo de se realizó mediante encuesta a docentes y representantes legales de la institución educativa

Datos:

Aplicación de la fórmula:

n=?

N= 317 (Docentes y Representantes legales)

p= 0.5

E= 0.05

Z= 1.96

$$n = \frac{(1,96) \cdot \frac{2}{(0,05)} * 317 * 0,5 (1 - 0,5)}{(0,05) \cdot \frac{2}{(317-1)} + (1,96) * 0,5 \cdot \frac{2}{(1-0,5)}}$$

$$n = \frac{(3,84) (317) (0,25)}{(0,0025) (317) + (3,84) (0,25)}$$

$$n = \frac{(1217,28) (0,25)}{0,7925 + 0,96}$$

$$n = \frac{304,32}{1,75}$$

$$n = \quad \quad \quad \mathbf{174}$$

Entrevista a Directora Lcda. Emma Aurora Preciado Jordán MSc. de la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González”.

TEMA: IMPORTANCIA DE LA IDENTIDAD VISUAL EN UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA.

1. ¿Conoce usted qué es la identidad visual y lo importante que es?

La identidad visual es muy importante para una institución, es la que aporta el reconocimiento al establecimiento, mediante lo que comunica, es la imagen que se establece en la mente de las personas que conforman una institución, y al igual que un símbolo patrio se le debe respeto.

2. ¿Sabe usted cuál es la forma correcta en la implementación de la identidad visual?

La implementación de una identidad visual debe estar establecida, mediante un manual que norme su utilización e implementación correcta, ya sea el uniforme de un alumno o docente, ya sea también en el encabezado de un escrito.

3. ¿La institución cuenta con elementos de comunicación visual?

No se cuenta con un elemento de identidad visual que dé el reconocimiento de la institución, cuando se unificaron las dos jornadas educativas, la anterior directora no le dio la importancia que se necesitaba de poder adquirir una nueva identidad visual.

4. ¿Los docentes cuentan con el conocimiento necesario para la elaboración de una identidad visual?

Los docentes cuentan con conocimientos básicos, pero no disponemos del tiempo para lograr, establecer una identidad visual,

mas con la ayuda de nuestros colaboradores, representantes legales de los estudiantes, se podría lograr fijar un objetivo común y establecer lo que llamamos una identidad visual.

5. ¿Considera que la unidad educativa aun no teniendo una identidad visual, es reconocida por todas las personas de la comunidad?

La identidad visual es muy importante y una necesidad que urge a la institución, ya que no se cuenta con una identidad visual que establezca la diferencia entre las demás, la mayoría de planteles son fiscales y mantienen el mismo color en sus uniformes, por lo tanto no existe un reconocimiento en la comunidad para la institución.

Nombre del entrevistador:

JOHNNY JAVIER SOLIS SERRANO

RESULTADO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS A DOCENTES DE LA UNIDAD EDUCATIVA.

1. ¿Cree usted que es importante la implementación de una identidad visual en el plantel?

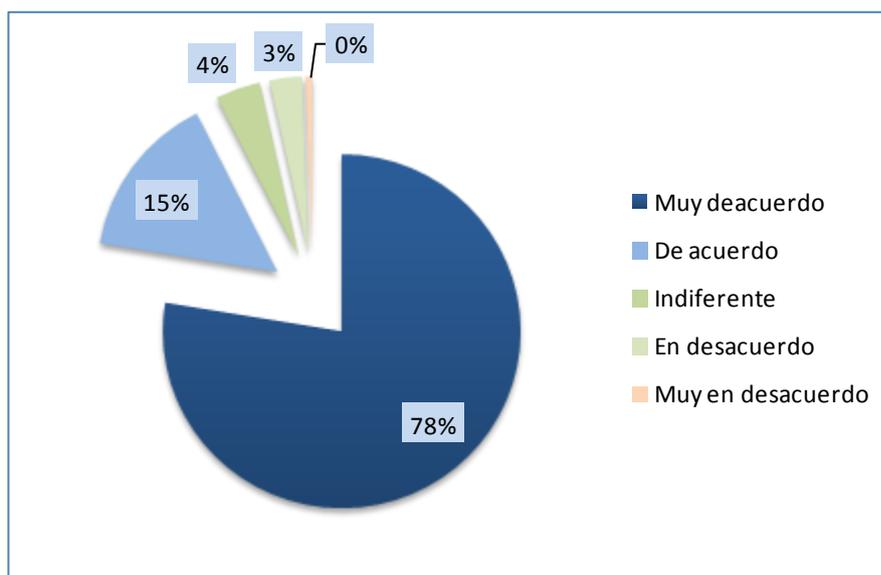
Cuadro # 4

Respuesta	Cantidad	%
Muy de acuerdo	135	78%
De acuerdo	26	15%
Indiferente	7	4%
En desacuerdo	5	3%
Muy en desacuerdo	1	1%
Total	174	100%

Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

Ilustración # 1



Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

Análisis: Mediante la técnica empleada se puede notar en el gráfico que un 78% de los encuestados, saben lo importante que es tener una identidad visual que represente a la unidad educativa, porque esta es la que llama y capta la atención de un público objetivo.

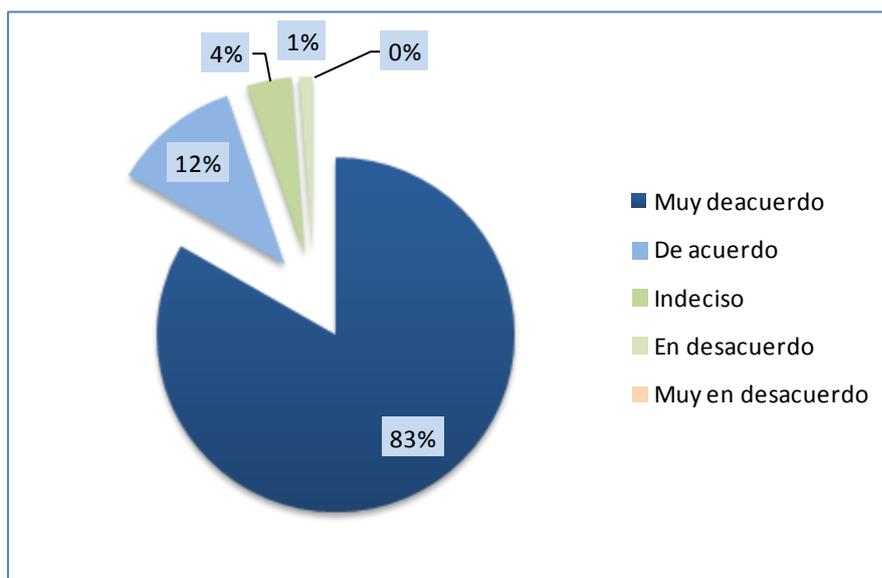
2. ¿Cree usted que la identidad visual aporta para el reconocimiento de la institución en la comunidad?

Cuadro # 5

Respuesta	Cantidad	%
Muy de acuerdo	145	83%
De acuerdo	20	11%
Indiferente	7	4%
En desacuerdo	2	1%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	174	100%

*Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.*

Ilustración # 2



*Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.*

Análisis: En este gráfico se determina que el 83% de los docentes están muy de acuerdo, que la identidad visual es la parte que da reconocimiento a la institución entre las demás. Los profesores saben que la unidad educativa está representada por una imagen,

3. ¿Considera importante la manera y forma de implementación que debe tener una identidad visual?

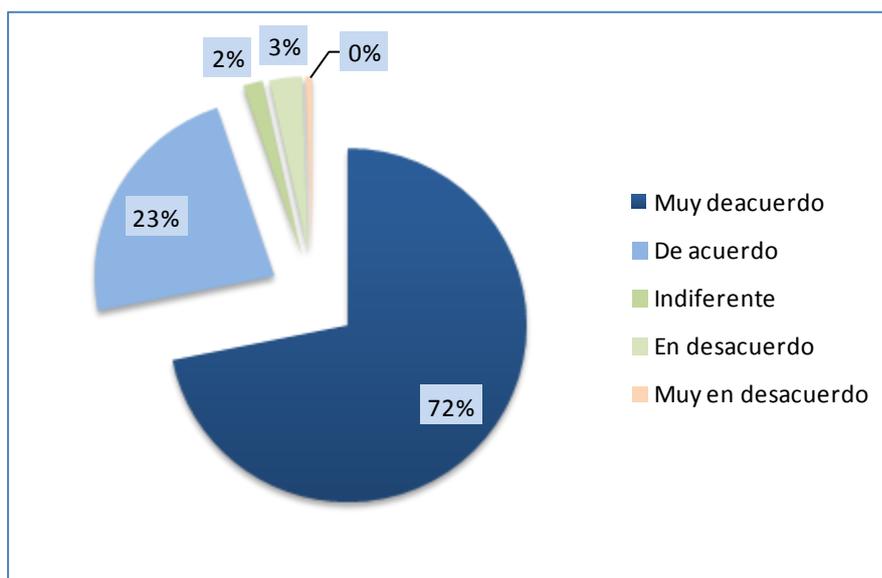
Cuadro # 6

Respuesta	Cantidad	%
Muy de acuerdo	125	72%
De acuerdo	40	23%
Indiferente	3	2%
En desacuerdo	5	3%
Muy en desacuerdo	1	1%
Total	174	100%

Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

Ilustración # 3



Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

Análisis: Según el resultado de la tabulación el 72% de los docentes manifiestan que una identidad visual debe tener establecida su correcta implementación de uso, ya que debe estar normada con un uso correcto e implementación y ayuda a saber cómo se puede y debe emplear

4. ¿Cree usted que la correcta implementación de una identidad visual se establece mediante un manual de uso?

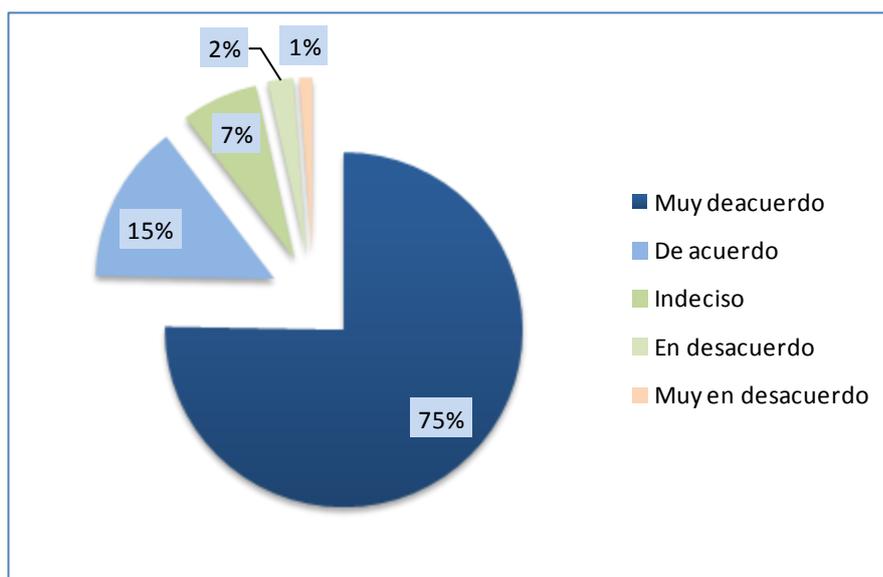
Cuadro # 7

Respuesta	Cantidad	%
Muy de acuerdo	131	75%
De acuerdo	25	14%
Indeciso	12	7%
En desacuerdo	4	2%
Muy en desacuerdo	2	1%
Total	174	100%

Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

Ilustración # 4



Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

Análisis: El resultado de esta tabulación muestra que un 75% de los encuestados están muy de acuerdo que toda identidad visual debe tener un manual que establezca su forma de implementación y uso, y también se puede observar que no un 2% de los encuestados están en total desacuerdo, con algo que norme la utilización de una identidad visual.

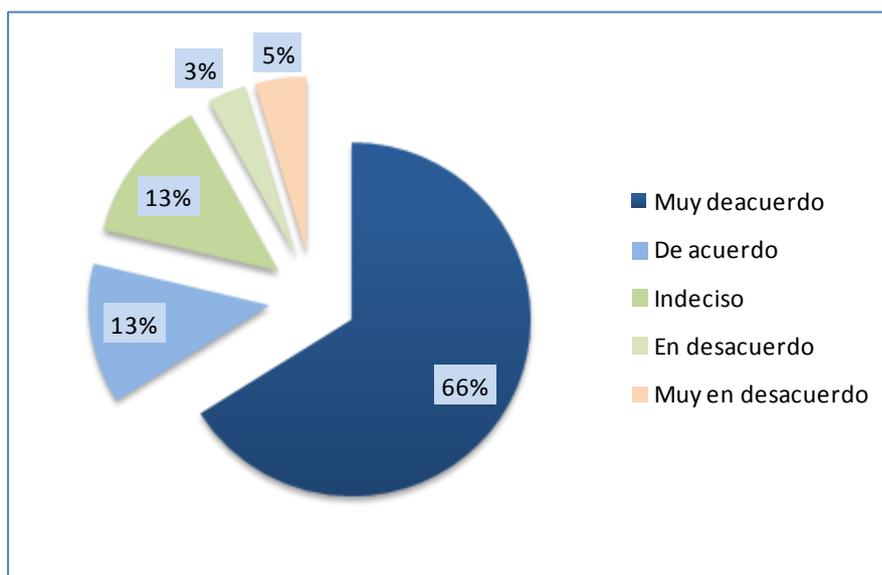
5. ¿Con la creación de una identidad visual cree que se motivaría a todas las personas que forman parte de la institución educativa?

Cuadro # 8

Respuesta	Cantidad	%
Muy de acuerdo	115	66%
De acuerdo	22	13%
Indeciso	23	13%
En desacuerdo	6	3%
Muy en desacuerdo	8	5%
Total	174	100%

Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

Ilustración # 5



Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

Análisis: Una imagen no solo es un aporte para representar a la unidad educativa, sino también es algo motivacional. Una identidad visual bien definida e implementada aporta en motivación e incentiva a cualquier persona a sentirse orgulloso de utilizarla. En el gráfico se observa que el 66% de los encuestados están muy de acuerdo que una identidad visual da motivación al personal.

6. ¿Cree que la identidad visual se basa tan solo en la implementación de un logotipo?

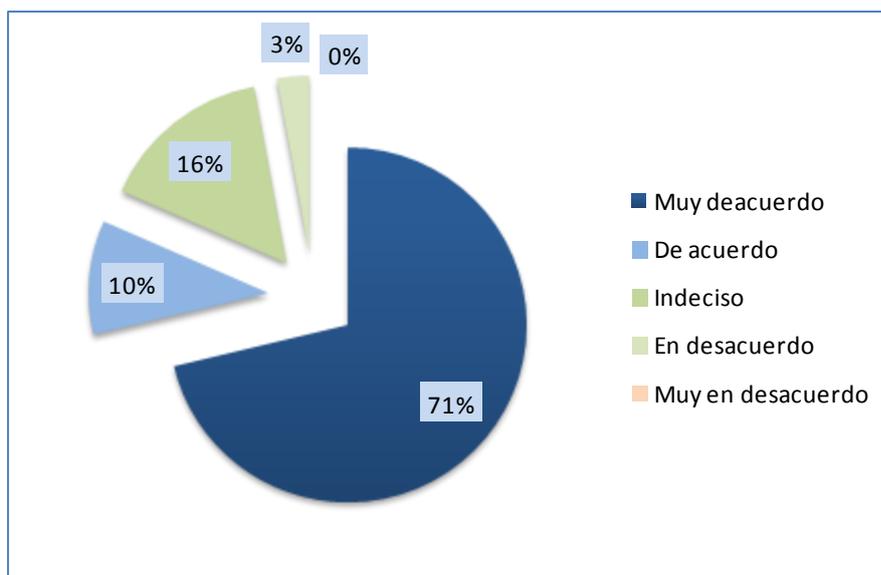
Cuadro # 9

Respuesta	Cantidad	%
Muy de acuerdo	124	71%
De acuerdo	18	10%
Indeciso	27	16%
En desacuerdo	5	3%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	174	100%

Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

Ilustración # 6



Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

Análisis: Se recuerda que una imagen visual no es solo un símbolo cualquiera, sino que esta es la representación de cualquier institución, ya que representa y aporta con la imagen de la institución da consideración y capta la atención por lo significativa que puede llegar a ser. En el gráfico se observa que un 71% de encuestados están Muy de acuerdo y comparte la importancia de la identidad visual que es algo representativo de la unidad educativa.

7. ¿Cree que la implementación correcta de una tipografía y colores en una identidad visual es importante?

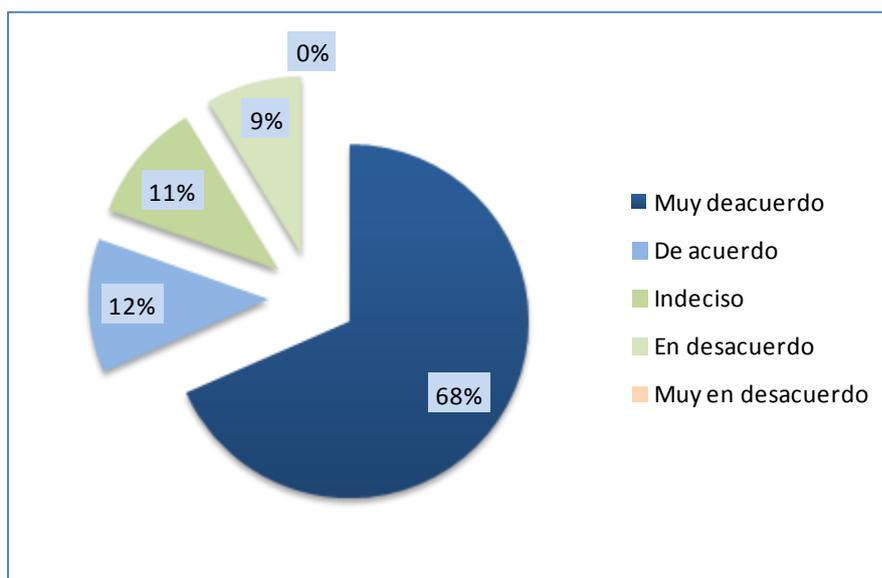
Cuadro # 10

Respuesta	Cantidad	%
Muy de acuerdo	119	68%
De acuerdo	21	12%
Indeciso	19	11%
En desacuerdo	15	9%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	174	100%

Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

Ilustración # 7



Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

Análisis: Aplicando la simbología de los colores, se entiende que todo color aporta con un significado, por eso cada vez que se implementan hay que saber cómo utilizarlos, así mismo la implementación de la tipografía hay que saber elegir la correcta para cada ocasión. En el gráfico un 68% de los encuestados están muy de acuerdo que son importantes.

8. ¿Considera que una identidad visual bien definida, representa lo que se desea promover de la institución?

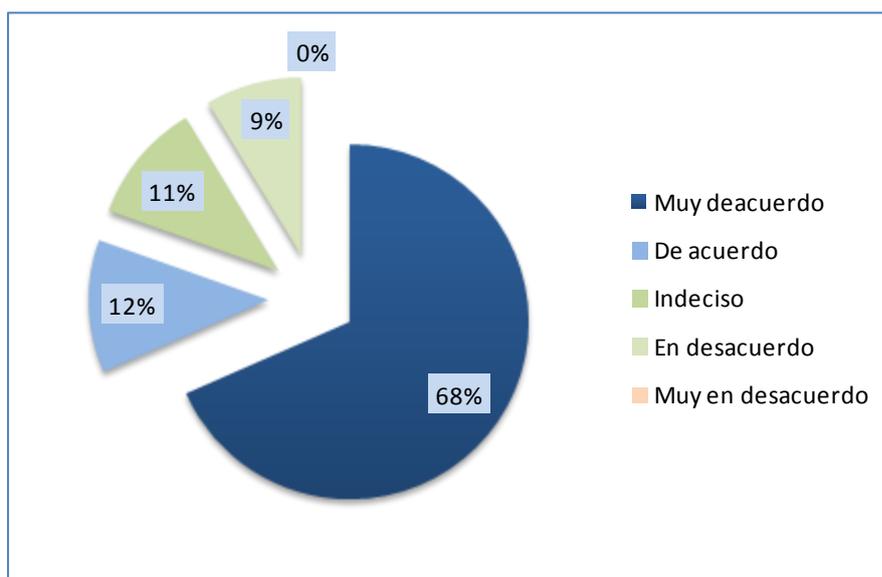
Cuadro # 11

Respuesta	Cantidad	%
Muy de acuerdo	119	68%
De acuerdo	21	12%
Indeciso	19	11%
En desacuerdo	15	9%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	174	100%

Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

Ilustración # 8



Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

Análisis: En el gráfico se observa que el 68% de los encuestados están muy de acuerdo con lo que aporta una identidad visual para dar a conocer las metas de la institución. Se puede apreciar que un 9% está en desacuerdo, ya que no le dan ese valor a la identidad visual.

9. ¿Cree que se debe contar con una correcta señalética que aporte con la estructura del plantel educativo?

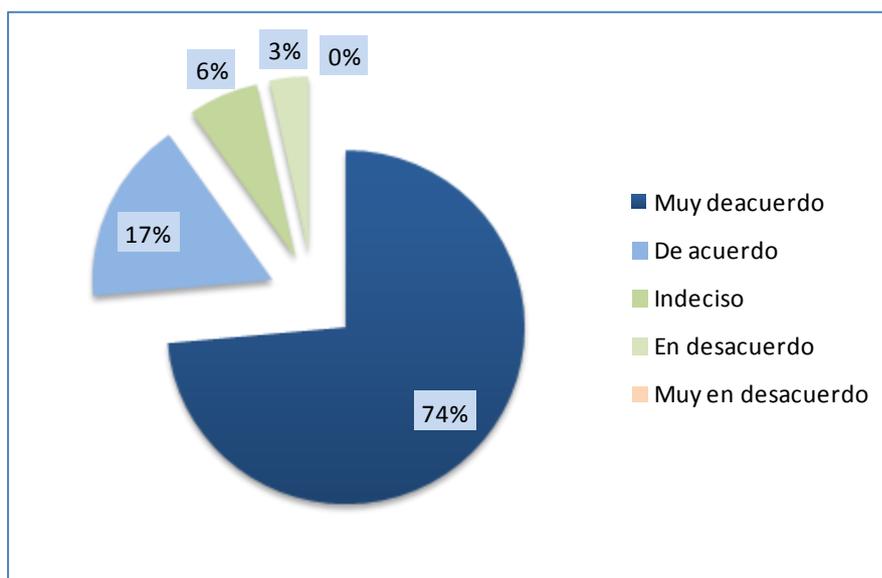
Cuadro # 12

Respuesta	Cantidad	%
Muy de acuerdo	128	74%
De acuerdo	29	17%
Indeciso	11	6%
En desacuerdo	6	3%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	174	100%

Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

Ilustración # 9



Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.

Diseñado por: Johnny Solís.

Análisis: En el gráfico se observa que un 74% de los encuestados está muy de acuerdo, que sí se debe implementar una señalética que aporte para la institución. El 6% de los encuestados no le dan la importancia a la señalética,

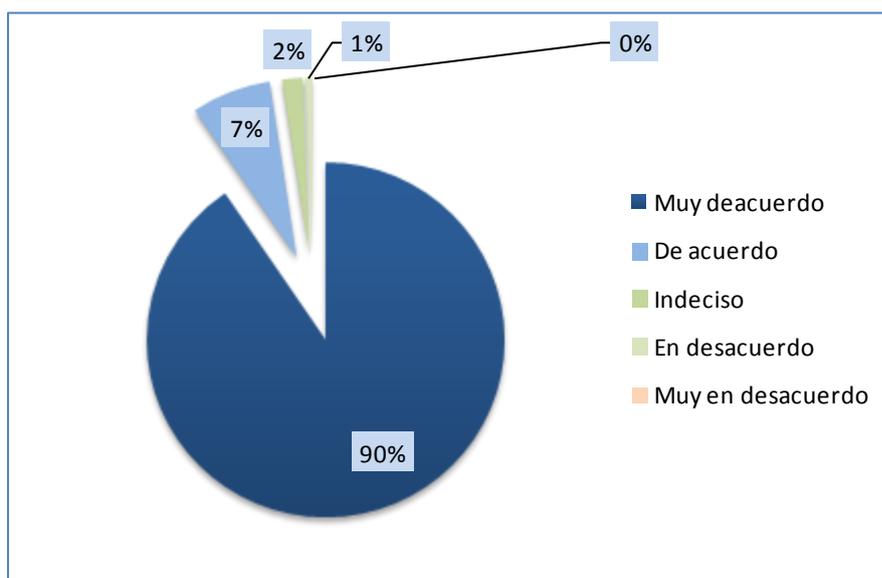
10. ¿Una nueva imagen ayudaría a la promoción de la institución educativa en la comunidad?

Cuadro#13

Respuesta	Cantidad	%
Muy de acuerdo	152	90%
De acuerdo	12	7%
Indeciso	3	2%
En desacuerdo	1	1%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	168	100%

*Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.*

Ilustración # 10



*Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.*

Análisis: La carta de presentación de una institución es la imagen, toda institución debe tener una identidad visual definida, esta a su vez debe aportar para su promoción y captar la atención del público. En el gráfico se observa que un 90% de los encuestados definen a la imagen de la unidad educativa como importante para la promoción de la unidad educativa y así darse a conocer y quedar en la mente del público.

CAPÍTULO III

PROPUESTA Y VALIDACIÓN

3.1. Título

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE MANUAL DE IDENTIDAD PARA LA ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA FISCAL “RODRIGO CHÁVEZ GONZÁLEZ”.

Misión: Proporcionar a la institución educativa una documentación en la cual se describa y norme el elemento de comunicación visual que se aportará, logrando su correcta utilización y que cumpla con el propósito establecido.

Visión: Mediante el manual de identidad visual poder transmitir la sencillez para su reconocimiento, haciendo que la institución logre distinción entre las demás.

Detalle.

En ocasiones se suele pensar que los términos de identidad visual tiene el mismo significado de publicad, antes de continuar se aclara que una identidad visual es la estrategia de una institución, que está normada por un manual y la publicidad es una táctica de mercado que se lleva a cabo para acaparar la preferencia de un público específico.

3.2. Justificación.

En referencia a la unidad educativa que se investiga, se observa el carecimiento de cultura organizacional porque lleva 3 años, ya sin una identidad visual.

En la investigación se plantea el objetivo de conseguir una integridad al crear la nueva identidad visual, logrando que los integrantes de la unidad educativa lleguen a sentirse identificados con una buena imagen que la represente.

En este plantel es la primera vez que se realiza un proyecto de investigación para poder aportar e incentivar con un diseño que identifique a la institución.

3.3. Objetivos de la propuesta.

3.3.1. Objetivo general.

Implementar la identidad visual por medio de un manual corporativo, estableciendo normas y uso adecuado de la nueva imagen corporativa de la institución de la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González” de Guayaquil.

3.3.2. Objetivos específicos.

- Definir una identidad visual que porte con el reconocimiento de la institución.
- Especificar los factores con los que cuenta la unidad educativa y que aportarán con la elaboración de la identidad visual.
- Establecer normas para la utilización e implementación correcta de la identidad visual mediante la elaboración de un manual.

3.4. Factibilidad de aplicación.

3.4.1. Factores de recurso humano.

Se puede decir que esta propuesta es viable ya que no modifica ningún parámetro establecido en la institución, cuando a demás se cuenta con la aprobación de las autoridades del plantel que permitirá desarrollar el tema de tesis planteado, y permitirá la implementación adecuada de la propuesta planteada.

Promover un diseño que aportará con la institución, dándole un aporte apropiado para la identificación de la unidad educativa, con la creación de una identidad visual corporativa, que contribuirá para complacer la necesidad de tener una identificación en el sector.

El manual a diseñar contiene todos los formatos y normativas que son parte de identidad o imagen, cuyos elementos contribuyen a la necesidad de la institución, la cual es portar una identidad visual.

3.4.2. Factores de recurso económico.

Se especifica que el tema desarrollado no es un tema de inversión, sino de aporte a un sector de la comunidad, en el cual se identifica el problema de la falta de una identidad visual, especificando que sector en el que se encontró la problemática, es la Escuela de educación básica “Rodrigo Chávez González”, se aporta con el desarrollo de una nueva identidad visual, aplicando los conocimientos y técnicas adquiridas en los años de estudio de la Carrera de Diseño Gráfico.

Contando con aplicaciones que forman parte de los recursos desarrollando técnicas de aprendizaje, fomentando el conocimiento en el diseñador, y aportar con el desarrollo de las técnicas que lograron plasmar la creatividad del diseñador, estableciendo en la personalidad del diseñador gráfico, técnicas que se estarán desarrollando, mediante la creación de la propuesta que se planteó en la unidad educativa, utilizando programas como Adobe Illustrator y Adobe InDesign.

En Adobe Illustrator se desarrollará la parte gráfica de la nueva identidad que servirá como el símbolo que identifica a la unidad educativa. En Adobe InDesign se ejecutará desarrollara la diagramación del manual

de identidad visual que normara la implementación de la nueva identificación de la unidad educativa.

En la aplicación se cuenta con el conocimiento y creatividad de parte del diseñador, que aportará con la propuesta establecida que beneficiará a la unidad educativa.

3.4.3 Ubicación.

Dirección: Mapasingue Este Coop. 1ero de Mayo.

Parroquia: Tarqui

Cantón: Guayaquil

Provincia: Guayas

Mapa:

Gráfico 1: Ubicación



Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

3.5. Diseño de la propuesta.

Para el desarrollo del diseño se realizó varias consultas sobre el buen manejo de una identidad visual y construcción técnica de cada elemento que requiere la parte beneficiada, en este caso la institución, ya que existe variada información desde el punto de vista del diseño en el cual se debe acoger formas y diseños en algún momento requiera el cliente.

Esta información permite visualizar y aportan en el desarrollo adecuado de ideas para la elaboración de una línea gráfica adecuada, mediante actividades a realizar:

- Búsqueda de información que aporte con la propuesta
- Elaboración de la propuesta a implementar: línea gráfica.
- Desarrollo y elaboración del diseño.
- Comprobación de aceptación de la aplicación.

3.5.1 Búsqueda de información que aporte con la propuesta.

Se consultó en libros referentes a manuales e implementación y elaboración de identidad visual, dando una base de lo que se requiere para la construcción de los elementos que forman parte de de la identidad visual. La propuesta surgió con varios bocetos puestos en papel, dándole forma a lo que sería ya ejecutada la propuesta planteada.

3.5.2 Elaboración de la propuesta a implementar: línea grafica.

El elemento puntual de la línea gráfica será el nombre de la institución, describiendo el nombre se la institución educativa “ESCUELA

DE EDUCACIÓN BÁSICA FISCAL DRODRIGO CHÁVEZ GONZÁLEZ”, para su elaboración se requiere de programas de diseño como:

- Adobe Illustrator CC
- Adobe Photoshop CC
- Adobe Adobe InDesing CC

El manual de identidad visual es diseñado bajo la colaboración y aceptación de la institución educativa, los elementos que forman parte de la comunicación visual de la imagen se orientan a la aceptación del público objetivo, tanto los colores como tipografía que forman la línea grafica.

3.5.3. Desarrollo y elaboración de diseño.

A continuación se especifica el desarrollo y realización de la nueva identidad visual, que se establece como nueva imagen para la identificación de la unidad educativa “Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González”.

3.5.3.1. Descripción del contenido de la propuesta.

Para la elaboración de la propuesta, se requerirá tiempo, mientras se realiza el trabajo, ya que se manejará múltiple información que servirá de base para lograr establecer un mejor diseño, aportando con todos los conocimientos y destrezas de parte del diseñador.

3.5.3.2. Creación del logo.

Gráfico 2: Creación del logo

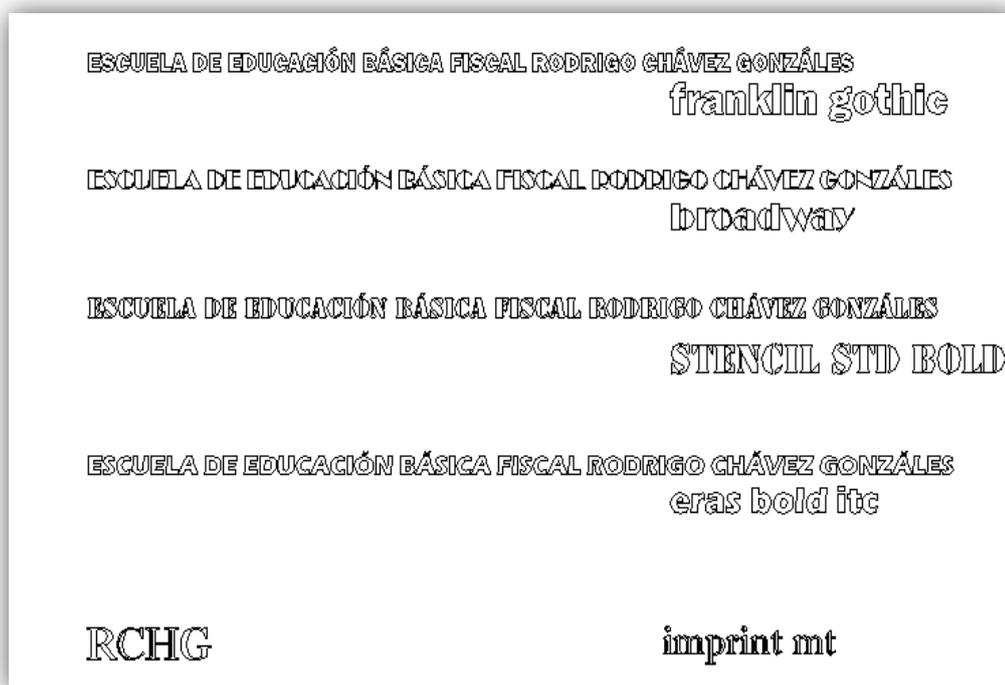


Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

La primera parte de la propuesta, es la creación de una nueva identidad visual, se observa en las siguientes imágenes la utilización del programa Adobe Illustrator para la vectorización de los borradores a presentar a las autoridades de la unidad educativa.

Se inició con la búsqueda de la tipografía apropiada para el nombre de la escuela, para la implementación del nombre se escogió entre 4 tipografías como se puede apreciar en la imagen: **Franklin gothic**, **Broadway**, **stencil std bold**, **eras bold ITC**, **imprint mt**.

Gráfico 3: Creación del logo



Fuente: *Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.*
Diseñado por: *Johnny Solís.*

Se trabajó con una tipografía distinta para plantear la idea de las iniciales del nombre **RODRIGO CHAVÉZ GONZÁLEZ “R CH G”**, las cuales se las utilizaría como parte principal para el diseño del logo porque es la representación del nombre de la institución educativa.

RODRIGO CHAVÉZ GONZÁLEZ
Imprint MT

La forma gráfica elegida para la primera propuesta del logo, fue circular ya que esta es la más utilizada en muchas instituciones, el diseño fue evolucionando a medida que se fueron planteando más propuestas, se debió establecer una idea principal para poder llegar al que más adelante se mostrará como la elección principal de las autoridades del plantel.

Gráfico 4: Creación del logo



Fuente: *Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.*
Diseñado por: Johnny Solís.

Se experimentó con cada tipografía para ver cuál era la más adecuada y a la vez ir descartando las que no se utilizaría, se planteaban ideas de la misma forma y se escogía cuál era la más adecuada.

El diseño del logo es desarrollado con el programa Adobe Illustrator, más adelante se podrá observa también los múltiples diseños y propuestas con la que se aportó a la unidad educativa, se llegó a establecer y definir el logo que aportará con la identificación de la unidad educativa, se graficó varias formas específicamente 5 diseños, logos graficados de distinta forma:

Gráfico 5: Creación del logo



Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

Logo expuesto a decisión de los docentes, fue causal de elección de lo que será tomado en cuenta como principal y definitivo logo, que formará y aportará como la nueva imagen de la unidad educativa el siguiente logo.

Gráfico 6: Creación del logo



Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

3.6. Desarrollo del Manual de identidad corporativa de la “Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González”

3.6.1 estructura técnica

Es la parte de descripción del logo, se puede revisar en lo que será el nuevo manual de la identidad corporativa de la unidad educativa, especificando modo de implementación y uso correcto, significado de símbolos empleados, color, tipografía entre otros.

Se puede definir para conocimiento que la creación de la nueva identidad corporativa, no solo dependió de la utilización de las

herramientas utilizadas para el diseño, sino también de un análisis y estudio de la problemática, planteando soluciones que aportarían con la propuesta a realizar en la unidad educativa.

3.6.2. Elección del color.

Siguiendo las normas del diseño que diseñado el isologotipo, se debe centrar el diseñador en la elección del color a utilizar, porque este es un elemento importante para la comunicación visual, sacando provecho del uso correcto e implementación del color.

Se debe verificar la posibilidad de que funcione en blanco, negro y en un gris neutro; esto es en positivo, negativo y en un gris al 50%. Es muy importante verificar estas tres opciones porque si se quiere usar una sola tinta, se tienen que verificar que funcione en blanco y en gris al 50%.

3.6.3. Criterios cromáticos.

Se logra armonía eligiendo colores que tengan componentes de color común, se puede combinar amarillo y violeta, pero también colores como el verde y rojo no se podrían mezclar ya que son colores imperceptibles, porque poseen una frecuencia parecida. Recordando que los colores tienen tres atributos los cuales son nombre, valor y la intensidad.

Hay que recordar que los colores a su vez comunican, transmiten e interactúan formando parte activa de la marca y con su buen utilización ayudarán a que el trabajo sea eficaz, caso contrario será un fracaso. Para la utilización de colores en el logo se tomó en cuenta los siguientes colores:

- **El azul:** Está asociado con la inteligencia, y las emociones profundas que se sienten en la etapa del estudio y aprendizaje de cosas nuevas, los sueños se forman en metas, simboliza la sabiduría, felicidad y verdad.
- **El blanco:** Se asocia con la paz, la pureza y alegría que se refleja en el rostro de los estudiantes.

Gráfico 7: Creación del logo

Color directo	Color GMYK	Color RGB y WEB
 254E	R: 0 G: 37 B: 78	C: 100 M: 91 Y: 39 K: 34
 FFFF	R: 255 G: 255 B: 255	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0

Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

3.6.4. Fuentes tipográficas.

Fuente es un pequeño software que contiene un código y a la vez información para que la imprenta sepa cómo se debe imprimir, hay establecidas 2 fuentes de mapa bits estas se escriben con matrices de

puntos esta funciona como cualquier imagen rasterizada porque si se requiere aumentar el tamaño esta se pixela, las fuentes de contornos están definidas por líneas y curvas vectoriales pudiéndolas escalar a cualquier tamaño debido a esta no pierde calidad.

Las características más importantes de estas fuentes es que son multiplataforma, ya que se pueden instalar en cualquier PC. Con respecto a las fuentes su elección está en las ventajas que tiene cada tipografía porque que algunas se pueden utilizar de forma gratuitas, por ejemplo el formato de tipografía Open Type.

Imprint MT
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
0123456789

Impact
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
0123456789

La tipografía establecida está implementada de tal forma que muestre estética y aporte con la imagen de la unidad educativa, son dos de distintas clases de familias empleadas, se pueden apreciar en la parte superior y en la parte media de la nueva identidad visual corporativa.

3.6.5 Desarrollo de misión y visión

Mediante el desarrollo de la propuesta se estableció con la directora y docentes de la unidad educativa, proporcionar y desarrollar una nueva misión y visión, que permita dar a conocer los propósitos y meta de la unidad educativa.

Aportando los docentes con sus conocimientos para la elaboración se logró conseguir una misión y visión, que va acorde con lo que se desea transmitir por medio de la enseñanza en la unidad educativa

MISIÓN

Garantizar que los alumnos, adquieran los conocimientos útiles para su vida diaria, aportando en el desarrollo de sus capacidades, habilidades, actitudes y aprendizaje de valores para su formación integral, con el fin de aportar a la sociedad alumnos capaces de comprender, analizar y afrontar los retos y situaciones que se presenten a diario, inculcando en ellos una competencia comunicativa.

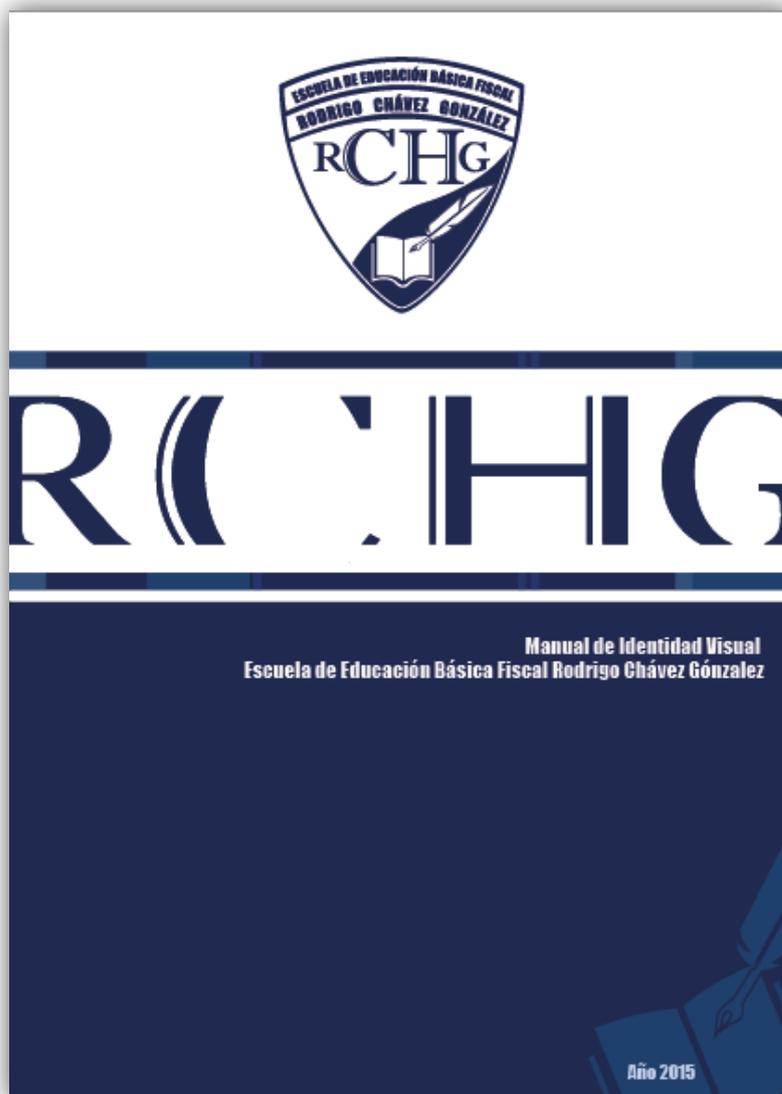
VISIÓN

Ser una institución educativa básica, donde se imparta una educación integral, que cumpla y sirva de base para el interés de los alumnos, logrando una formación integral como seres humanos para un desarrollo pleno y armónico con la colaboración de un equipo de docentes capacitados y comprometidos con el devenir de la educación de la niñez ecuatoriana. A la vez, comprometer e involucrar a padres de familia en la educación de sus hijos.

3.6.6. Elementos visuales.

3.6.6.1 Portada de manual de identidad visual.

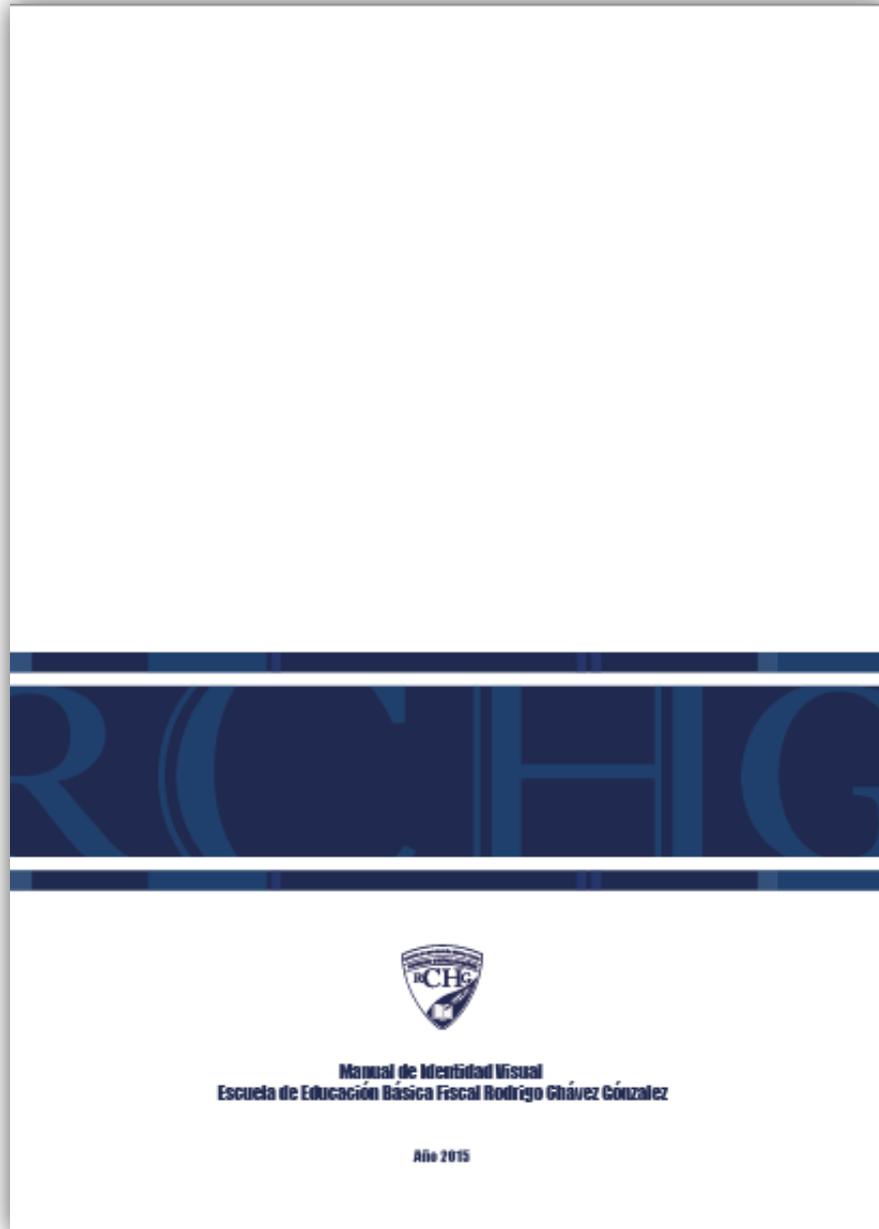
Gráfico 8: Imagen de la portada Manual de identidad visual



Fuente: *Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.*
Diseñado por: *Johnny Solís.*

La portada del manual de identidad está impresa en un formato A5 (210x148 mm), en la que se encuentra detallada la correcta utilización de la identidad visual.

Gráfico 9: Imagen de la contra portada.



Fuente: *Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.*
Diseñado por: *Johnny Solís.*

La contra portada es en gran parte de color blanco, en parte inferior se encuentra el logo de la unidad educativa haciendo inca pie al nombre de la institución para su mejor reconocimiento.

3.6.6.2 formas de aplicación de la identidad visual.

Gráfico 10: Aplicación de la identidad visual

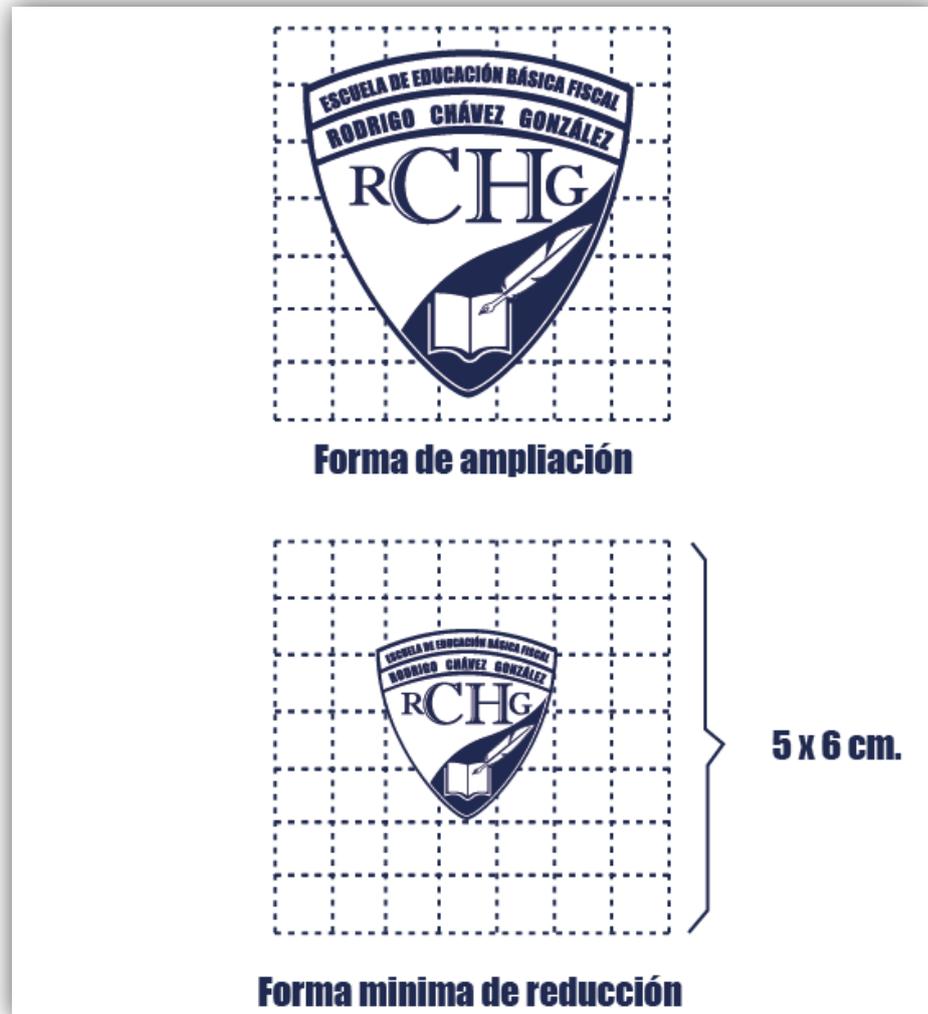


Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

Especificando la forma correcta de la identidad visual se establece que solo se puede implementar en fondo de color azul marino y fondo de color blanco, aparte no se puede distorcionar, de tal forma que no se logrará apreciar la ilustración de forma correcta, cabe recalcar que no se debe colocar en fondos de otros colores que no sean los establecidos.

3.6.6.3 Medidas de aplicación de identidad visual.

Gráfico 11: Aplicación de la identidad visual



Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

Cuando nos referimos a medidas de ampliación no se puede colocar una medida que limite la ampliación de la identidad visual, la mínima forma de reducción se establece que para estampado sea de 5 x 6 cm, pero no obstante se puede reducir de acorde a la implementación que se desea realizar.

3.6.6.4 Medidas y formas que se van a utilizar en la papelería corporativa.

Formas Generales:

Cartas: A4 hoja de papel: 210 x 297 mm - 8,26 x 11,7 pulgadas - 80 grs/m2 - Color blanco.

Tarjetas: 90 x 55 mm - 3,5 x 2,16 pulgadas - brillo 200 grs/m2 - Color blanco.

Sobres: 190 x 100 mm - 8,6 x 4,3 pulgadas - brillo 200 grs/m2 - Color blanco.

Carnet: 80 x 55 mm - 3,5 x 2,16 pulgadas - brillo 200 grs/m2 - Color blanco.

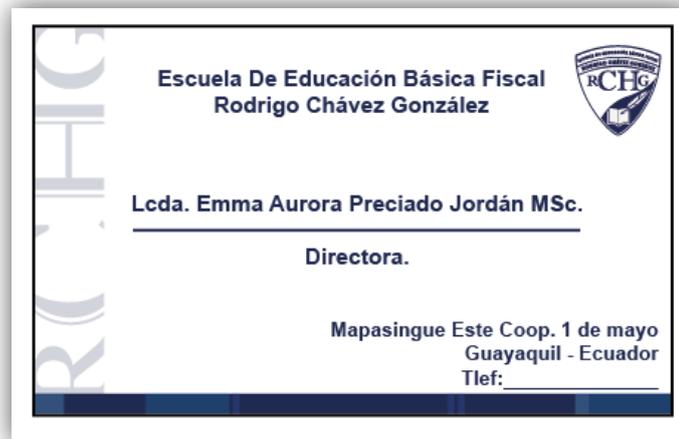
Gráfico12: Identidad Visual



Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

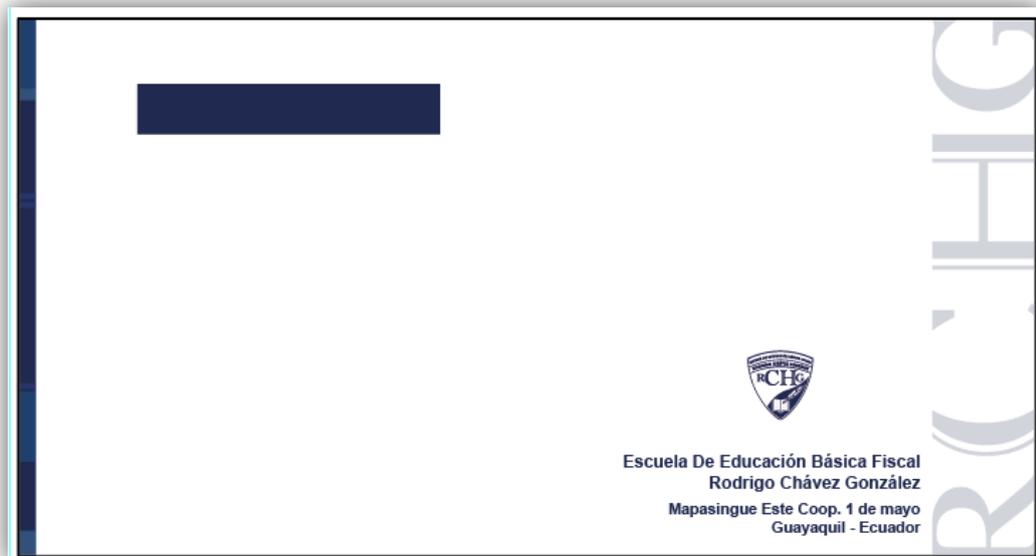
El logotipo deberá ir en la parte superior derecho con una reducción como mínimo de 3x2 cm, ya sea para utilización de la papelería corporativa que diseño mediante el desarrollo del manual de identidad visual.

Gráfico13: Identidad Visual



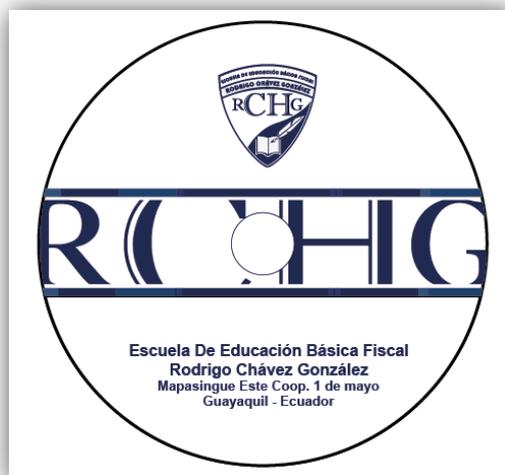
Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

Gráfico14: Identidad Visual



Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

Gráfico15: Identidad Visual



Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

Gráfico16: Identidad Visual



Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

La realización de una portada para CD en las que se colocará la información del manual de identidad visual, el diseño de carnet de identificación para los docentes que forman parte de la unidad educativa.

3.6.6.4 Utilización de identidad visual en uniformes.

Gráfico15: Identidad Visual



Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

El uniforme está establecido por camisa de color blanco en la cual se coloca la identidad visual en el bolsillo con una medida de 5x6 cm, para el uniforme deportivo se coloca el logo de forma igual.

3.6.6.5 Señalética.

Gráfico15: Identidad Visual



Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

3.6.6.6 Extras - Artículos.

Gráfico16: Identidad Visual

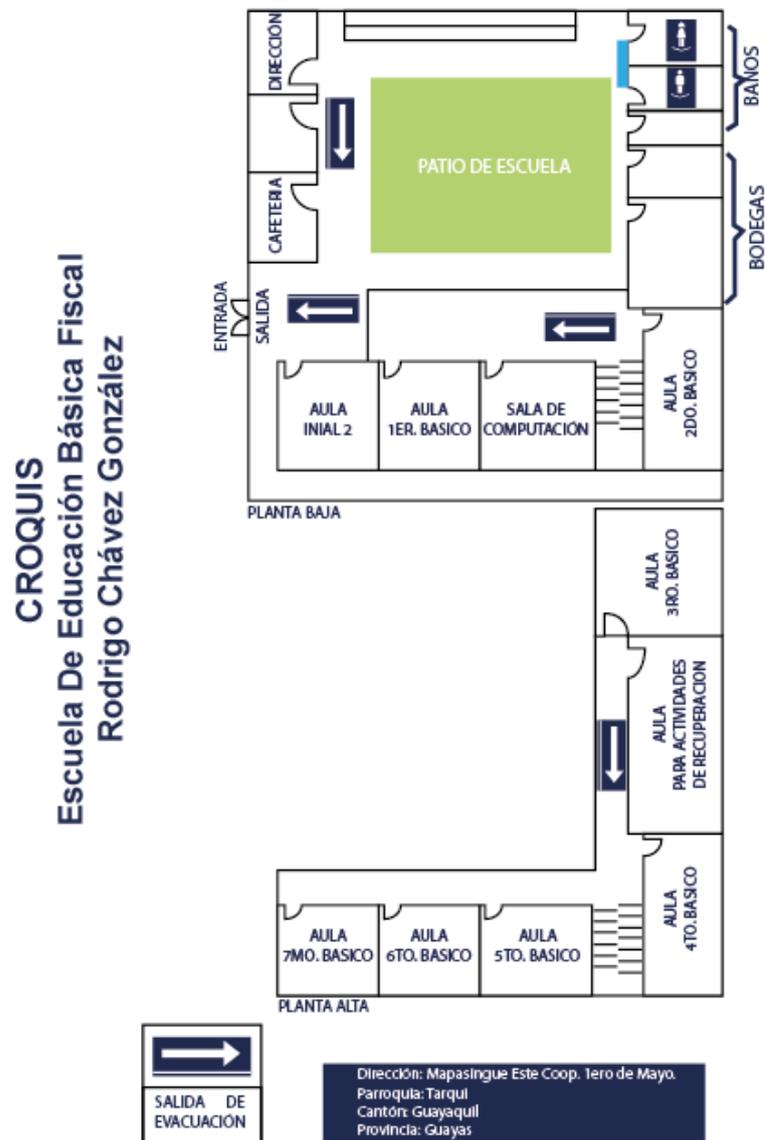


Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

Los artículos que se presentan a continuación, son los que se utilizarán por medio de los docentes.

3.6.6.5 Croquis de la unidad educativa.

Gráfico17: Identidad Visual



Fuente: Identidad visual-Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

Esta imagen representa la infraestructura del plantel, la institución cuenta con 13 divisiones que hacen referente a cada nivel de estudio, los cursos van enumerados de acuerdo al grado que corresponda, contando desde el inicial hasta 7mo año de educación básica.

CONCLUSIONES

Se puede decir que mediante el proyecto de investigación se dio a notar la falta de necesidad de una identidad visual en la unidad educativa, esto hacia que no se pueda establecer un reconocimiento de parte de la comunidad con el plantel educativo.

La creación de una identidad visual, es un proyecto que aporta con la imagen del plantel, esto a su vez genera el interés de los docentes, los representantes legales a la intervención de poder implementar de una forma adecuada, la nueva identidad de la institución porque es de gran necesidad.

La implementación adecuada de la identidad visual estará parametrizado por medio de un manual, en el cual se establece en cada punto la forma correcta de uso y sus aplicaciones sin dejar de lado que se estableció una nueva visión y misión en la institución, que también podemos encontrar detallada en el manual.

Nueva visión y misión establecida, en que se estableció los propósitos que se tienen en la escuela a mediano y futuro plazo, mediante la cual se da a conocer que en hoy en día, no se debe medir a las instituciones primarias por si son públicas y privadas ya que se encuentran en el mismo nivel de enseñanza.

RECOMENDACIONES

Una vez implementada la identidad visual, ya sea de forma correcta como se especifica en el manual corporativo, se recomienda se lleve a cabo proyectos que se basen en la fomentación del desarrollo de creatividad en los estudiantes del plantel educativo.

También se recomienda que se desarrolle un proyecto para involucrar de forma adecuada a los representantes legales con los estudiantes, mediante la elaboración de diseños que se puedan plasmar mediante técnicas de pintar en murales, tales como la serigrafía en paredes.

Se recomienda que una vez implementada la propuesta, de parte de los docentes se fomente y dé a conocer en los estudiantes el significado y valor que representa portar una identidad visual, que se desarrolló mediante conocimientos de Diseño Gráfico, logrando despertar la curiosidad en el alumno de cómo se establecía la imagen que ahora portará en su uniforme.

Tener en cuenta cada detalle especificado en el manual de identidad visual desarrollado, con el fin de normar la utilización e implementación del logotipo, utilización correcta ya sea de los colores que ahora forman parte de la institución y las tipografía, que determina el nombre así como los gráficos expuestos, que forman la nueva imagen de la Escuela de Educación Básica Fiscal “Rodrigo Chávez González”.

DEFINICIÓN DE TÉRMINOS RELEVANTES.

- **Concepción:** Producto de ideas, dadas por opiniones que establecen un criterio personal referente a algún tema expuesto.
- **Pregnancia:** Son cualidades que se forman sobre una imagen captada por medio de la vista, cualidades que están en la forma, color, tipografía y textura que captan rápidamente la atención de alguna persona.
- **Percepción:** Es una capacidad de poder captar rápidamente la forma de cualquier imagen, mediante los sentidos produciendo sensaciones o alguna impresión.
- **Incidencia:** Son los sucesos que se producen mediante el desarrollo de algún tema específico.
- **Canalizar:** Es la acción de encaminar las ideas u opiniones que se forman mediante el desarrollo de un tema.
- **Etimológico:** Especialidad lingüística que estudia el origen de las palabras al considerar su existencia, significación y forma.
- **Sistemático:** Que hace referencia al seguir un sistema.
- **Monolítica:** Referente a una contextualización de ideas formadas o de forma compactas.
- **Cromático:** Referente a colores que se utilizan en la creación de una imagen.

- **Paradigma:** Conjunto de elementos de una misma clase gramatical que pueden aparecer en un mismo contexto.
- **Dialectico:** Método de razonamiento que enfrenta posiciones diferentes para confrontarlas y extraer de ellas la verdad.
- **Epistemología:** Parte de la filosofía que trata de los fundamentos y los métodos del conocimiento científico.
- **Axiología:** Rama filosófica cuyo objetivo es el estudio de naturaleza esencial de valores y juicios que realiza un sujeto.
- **Sociología:** Ciencia que estudia grupos sociales, analizando de forma interna y encontrar la relación que tienen las personas que forman el grupo social.
- **Correlacionar:** Término que se utiliza para indicar la relación que se da entre dos o más cosas.
- **Rasterizar:** Proceso que se realiza en una imagen transformándola a una imagen vectorial compuestas pixeles, logrando poder desplegar su utilización.
- **Pixel:** Es una de las más pequeñas unidades que conforman una imagen digital.

BIBLIOGRAFÍA

-Capriotti P. P. (2009). Branding Corporativo- Fundamentos para la gestión estratégica de la --Identidad Corporativa. Santiago. Chile. ISBN: 978-956-7459-32-2.

-Capriotti P. P. (2013) Edita: IIRP -Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.

-Planificación estratégica de la imagen corporativa. (4º Ed.).Málaga, España. ISBN: 84-344-1275-6.

-GONZÁLEZ S. J. (2002) Identidad Visual Corporativa. La imagen de nuestro tiempo. Editorial Síntesis. Madrid. Pág. 38.

- Imagen visual corporativa –

http://www.uctemuco.cl/procedimientos/normativa-web/identidad_visual.pdf

-Kalipedia -

<http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/images/stories/profesores/mgonzalez/disenoydiagramacion/kalipedia.pdf>

-Señalética3 -

http://taller5a.files.wordpress.com/2010/02/senaletica_universidadlondres.pdf

<http://ingenieria.uaslp.mx/web2010/Estudiantes/apuntes/HUMANIDAD%20ADES%20B.pdf>

<http://marcoteoricosantiagobrito.blogspot.com/2010/08/comunicacion-visual.html>

ANEXOS

**Preguntas de entrevista a Directora de la unidad educativa.
Entrevista a Directora Lcda. Emma Aurora Preciado Jordán MSc. de
la Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.**

¿Conoce usted qué es la identidad visual y lo importante que es?

¿Sabe usted cuál es la forma correcta en la implementación de la identidad visual?

¿La institución cuenta con elementos de comunicación visual?

¿Los docentes cuentan con el conocimiento necesario para la elaboración de una identidad visual?

¿Considera que la unidad educativa aun no teniendo una identidad visual, es reconocida por todas las personas de la comunidad?

Nombre del entrevistador:

JOHNNY JAVIER SOLIS SERRANO

ENCUESTA

¿Cree usted que es importante la implementación de una identidad visual en el plantel?

RESPUESTA	X
Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

¿Cree usted que la identidad visual aporta para el reconocimiento de la institución en la comunidad?

RESPUESTA	X
Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

¿Considera importante la manera y forma de implementación que debe tener una identidad visual?

RESPUESTA	X
Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

¿Cree usted que la correcta implementación de una identidad visual se establece mediante un manual de uso?

RESPUESTA	X
Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

¿Con la creación de una identidad visual cree que se motivaría a todas las personas que forman parte de la institución educativa?

RESPUESTA	X
Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

¿Cree que la identidad visual se basa tan solo en la implementación de un logotipo?

RESPUESTA	X
Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

¿Cree que la implementación correcta de una tipografía y colores en una identidad visual es importante?

RESPUESTA	X
Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

¿Considera que una identidad visual bien definida, representa lo que se desea promover de la institución?

RESPUESTA	X
Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

¿Cree que se debe contar con una correcta señalética que aporte con la estructura del plantel educativo?

RESPUESTA	X
Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

¿Una nueva imagen ayudaría a la promoción de la institución educativa en la comunidad?

RESPUESTA	X
Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

ANEXOS DE FOTOS DE ENTREVISTA



Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.



Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.



Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.



Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.



Fuente: Escuela de Educación Básica Fiscal Rodrigo Chávez González.
Diseñado por: Johnny Solís.

Guayaquil, 8 de enero del 2016

Master
Kleber Loor Valdivieso
DECANO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Para los fines legales pertinentes comunico a usted que el Proyecto de investigación con el **TEMA: LA COMUNICACIÓN VISUAL Y SU INCIDENCIA EN EL MANEJO DE IDENTIDAD DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA FISCAL RODRIGO CHÁVEZ GONZÁLEZ DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL AÑO 2015.**

Elaborado por el egresado **JOHNNY JAVIER SOLIS SERRANO** con C.I. 0926593831, ha sido revisado en el Sistema Detector de Coincidencias ANTIPLAGIARISM, por lo que su resultado ha sido **SATISFACTORIO** demostrando **97% de ORIGINALIDAD Y 3% DE PLAGIO** que cumple con las condiciones que el mismo exige, encontrándose APTO para presentar el Proyecto de Investigación a las autoridades competentes, se adjunta documento impreso del sistema ANTIPLAGIARISM.

Atentamente.

ING. LUIS OLVERA VERA MSc.
Revisor de Coincidencias

INTRODUCCIÓN

CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

En Alemania la empresa AEG dio importancia vital de la marca, definiéndola como el espíritu de toda empresa que hoy se denomina imagen visual. Esta definición supera totalmente la práctica exclusivamente gráfica de la marca, se entiende que el diseño no podía limitarse a la concepción gráfica.

El arquitecto y diseñador industrial Peter Behrens, junto con el sociólogo Otto Neurath, aplicaron una concepción unitaria a sus producciones, sus instalaciones y comunicaciones, dándole la importancia que debe tener la identidad visual corporativa en una empresa o institución.

La identidad visual en relación a su significación o representación de signos diseñados da una tendencia con mayor pregnancia en la simplicidad, la evolución de las marca representativa de cualquier empresa han ido en aumento, ya que han debido adecuarse a la mayor simplicidad, claridad e inmediatez de lectura para la aportación de la empresa en la elección de los consumidores de la misma marca.

La identidad visual no ha terminado el proceso de uniformización observados han sido a veces transformados en moda, olvidando los principios perceptivos que los han generado. Ya la moda tiene que ser constantemente renovada, por eso se recalca la importancia de tener una identidad visual.

Hoy en día a nivel mundial toda institución o empresa sabe lo importante que es tener o contar con una identidad visual, ya que la identidad visual proyecta los atributos de la empresa tanto externa como internamente.

La identidad visual es la acumulación de atributos y valores que a ella le corresponde, a institucional, formula por medio del comportamiento, al simbolismo, la comunicación y los principios básicos de la organización en

Log:

[08:11:42 p.m.] The page wasn't loaded from the query #568-2 (30057 ms., timeout exceeded 30000 ms.) https://es.m.wikipedia.org/wiki/ID_Alguelense

[08:11:46 p.m.] The page wasn't loaded from the query #572-1 (30066 ms., timeout exceeded 30000 ms.) <http://www.aemigrar.com/cartas/>

[08:11:55 p.m.] An error occurred when loading pages from the query #572-1 (9757 ms.): [http://www.aemigrar.com/cartas/\(Saved copy\) \(Too big page\)](http://www.aemigrar.com/cartas/(Saved copy) (Too big page))

[08:11:59 p.m.] **Yah Found 1% matches at <http://www.wordreference.com/definicion/dialectico>**

[08:11:59 p.m.] **Yah Found 1% matches at <http://www.wordreference.com/definicion/dialectico>**

[08:12:46 p.m.] The page wasn't loaded from the query #613-3 (30043 ms., timeout exceeded 30000 ms.) <https://books.google.ru/books?id=hQNS5VtK0Kc&pg=PA66&dq=Nuy+de+acuerdo+De+acuerdo+Indiferer>

[08:13:00 p.m.] The page wasn't loaded from the query #623-3 (30154 ms., timeout exceeded 30000 ms.) https://books.google.ru/books?id=r_jvBFxrcdUC&pg=PA110&dq=+en+la+comunidad+respuesta+x+H+H+

[08:13:01 p.m.] **The originality of the text is 97%**

Done